

IIM fest Utsaha '15 gets off to colourful start

TIMES NEWS NETWORK

Indore: Utsaha 2015, the eighth edition of the two-day annual rural marketing fest organized by the students of Indian Institute of Management, Indore (IIM-I), got off to a flying start at Janapav Kuti village on the occasion of Kartik Purnima fair on Tuesday.

The first day of Utsaha 2015 was filled with myriad of hues, fun and fervour all around. The students of IIM-I carried out varied projects with partner companies other than their branding partners Kratos; Emami, Prataap Snacks, PepsiCo and Rohit Surfactants through disguised marketing techniques in order to understand consumer behaviour and capture valuable insights into the minds of 'rural consumer' in the country.

To accomplish this, the students designed fun games and activities to elicit responses from the consumers to help characterize the pattern of their choices and needs.

To fulfill the research needs of the project partners separate stalls have been set up. The stalls were designed with a rural touch based on the demography of the population. With games like 'sikka jagao kismat chamkao', 'kangna re



IIM-I's rural marketing fest underway at Janapav Kuti village

To fulfill research needs of project partners separate stalls have been set up. Stalls were designed with a rural touch based on demography of the population

kangna', 'kismat ki daud', 'toffee dhoondo toffee pao', 'sajna hai mujhe sajna ke liye', 'maa-

la maal', 'pin ka panga' etc. along with magic shows, musical chair and turban tying competitions, Utsaha 2015 had something in store for everyone. A new addition to Utsaha this year has been the 'Umeed' initiative which aims to indulge in social welfare and engagement activities in the Janapav Kuti village. As a part of this initiative, students of IIM visited the village, provided career counselling to the students and worked towards welfare of women.

IIM-I students hold career counselling at govt school

TIMES NEWS NETWORK

Indore: As a part of two-day Utsaha-the rural marketing festival of Indian Institute of Management, Indore (IIM-I) set to start from November 24, a session on career counselling was organised by students for Government School, Manpur on Saturday.

This year, Umeed initiative has been undertaken through which social welfare and engagement activities were carried out in Janpav Kutti, about an hour away from city.

Activities of Umeed team began with visits to the village two weeks ago. As a part of the activity, a group of class 12 students from the village were invited to the IIM-Indore campus.

IIM-Indore faculty, Prof Sushanta Kumar Mishra of the OB Department and Prof Shweta Kushal of the communications department delivered a session on 'Career counselling: New ideas'. He spoke about the importance of having a goal in life and working towards that goal.

Ideas emphasised included the need for self-confidence, having belief in oneself and one's family and friends are essential to succeed in life.

Media coordinator, Revant Sindhu said children were quick to understand money alone does not equate to success. Peace of



IIM-I students organized a session on career counselling for Government School, Manpur, on Saturday

mind, helping everyone around you, and being happy in life are much more valuable than material wealth.

Faculty emphasised on importance of diverse career options- a country cannot function with on-

ly doctors and engineers; musicians and artists are necessary too. Following this, there was an informal interaction with the MBA 1st year students where college and life stories were swapped.

Final day of IIM Indore fair sees huge participation

HT Correspondent

editorbhopal@hindustantimes.com

INDORE: The final day of Utsaha at IIM Indore on Wednesday saw a huge participation at the fair. A large number of children with their families attended the on the occasion of Kathik Poornima.

The main USP of Utsaha, the disguised rural marketing research saw different projects worked on for the partner clients, through the mode of games and events.

Some interesting conclusions were also reached through a series of programmes held. These included measurement of rural beverage consumption through benchmarking specifically the reach of PepsiCo as compared to its competitors.

Over 500 students from IIM-Indore visited the fair over the two days, many of them enjoying traditional delicacies and the giant wheel which remains the central attraction.

PGP Chair Prof Dipayan Datta, who visited the fair, along with some faculty members, said, "Like every year, Utsaha has been a great success; the importance of the rural consumer is only growing each year." Utsaha co-ordinator Veeraraghava Rao summed up the experience, "It is a lot of excitement both for the participating visitors as well as the students who are organizing the games and events. We gathered a lot of relevant survey information and gained insight into the mind of the rural consumer."

A MAGIC SHOW AND A GAME OF MUSICAL CHAIRS WAS ORGANISED FOR THE PARTICIPANTS ON THE FINAL DAY OF UTSAHA AT IIM INDORE

RURAL FESTIVAL

IIM-I students start Utsaha 2015, counsel rural students

HT Correspondent

editorbhopal@hindustantimes.com

INDORE: Indian Institute of Management-Indore (IIM-I) kick-started its eighth edition of two-day annual rural marketing fest "Utsaha 2015" at Janapav Kutti village on the occasion of Kartik Purnima Mela on Tuesday.

The first day saw considerable participation from men, women and children alike. The increase in the number of participations of children in the fest remained a high point of the opening day.

A new addition to Utsaha this year has been the 'Umeed Initiative', which aims to indulge in social welfare and engagement activities in the village. As a part of this initiative, students of IIM-Indore

**IIM-INDORE STUDENTS
COUNSELED RURAL
STUDENTS, WORKED FOR
WELFARE OF WOMEN
FOR UMEED INITIATIVE**



■ IIM-Indore students attending participants of the Utsaha 2015 at Janapav Kutti village on Tuesday.

HT PHOTO

visited the village, provided career counseling to students and worked towards welfare of women.

The students carried out various projects with partner companies through disguised marketing techniques in order to understand consumer behaviour and get insights into the minds of the Indian rural consumer.

To accomplish this, the students designed games and activities to elicit responses from the consumers to figure out the pattern of their choices and needs.

In addition, stalls were setup with a rural touch based on the demography of the population. Magic shows, musical chair and turban tying competitions were also held in the event.

Hindustan Times, November 25, 2015, Page- 2

Last word

IIM Indore rural marketing fest ends on high note

© OUR STAFF REPORTER
INDORE

Utsaha, the annual rural marketing festival of Indian Institute of Management Indore, concluded on high note at Janapav Kutti village on Wednesday.

The final day of Utsaha was one big celebration. It was the holy day of Kathik Purnima and evidently everyone was out to spend some time with their families.

Over two days, more than one lakh people visited the mela organised at the village and the highlight of this year was the participation of an overwhelmingly large number



of children in the mela. Specifically aimed at the children were a magic show and a game of musical chairs.

Given the USP of Utsaha, the disguised rural marketing research, different projects were worked on for the partner

clients, through the mode of games and events.

Rural beverage consumption was measured while benchmarking specifically the reach of PepsiCo as compared to its competitors. This along with the offering from Prataap snacks in way of a segmentation project attracted a lot of children, perhaps due to the colourful packaging and relevance of the food items concerned.

Emami wished to explore the grooming behaviour of rural men, using Bollywood poster-boys as a ready icon, the reach of their for-men-only fairness cream, Fair & Handsome was explored.

Effectiveness of an aggressive advertising campaign was measured for Ghadi Detergent which is a well-accepted household name.

Goodies for participating in the games ranged from detergents to facecreams and shampoos which served as an excellent incentive, driving large numbers to flock to the stalls. Due to the much larger turnout, survey targets were met much before closing time.

Over 500 students from IIM-Indore visited the mela over the two days, many of them enjoying traditional delicacies and the giant wheel which remains the central attraction.

PGP Chair, Prof Dipayan

Datta who visited the fair along with a good number of faculty members especially from the marketing domain said, "Like every year, Utsaha has been a great success; the importance of the rural consumer is only growing each year and yes, companies, both Indian as well as MNC's are definitely taking note!"

Utsaha Co-ordinator, Veer-araghava Rao said, "It is a lot of excitement both for the participating visitors as well as the students who are organising the games and events. We gathered a lot of relevant survey information and gained insight into the mind of the rural consumer."

Utsaha: IIM-I students celebrate rural marketing with villagers

● OUR STAFF REPORTER
INDORE

Utsaha-2015, the 8th edition of the two-day annual rural marketing fest, organised by students of Indian Institute of Management, Indore kick started on Tuesday at Janpav Kutti village on the occasion of Kartik Purnima Mela.

The first day of Utsaha-2015 was filled with myriad hues, fun and fervour all around and saw strong participation from men, women and children alike. The huge increase in number of children participating in Utsaha was a high point of Day-1.

Students of IIM Indore carried out varied projects with partner companies other than our branding



partner Kratos; Emami, Prataap Snacks, PepsiCo and Rohit Surfactants through disguised marketing techniques in order to understand consumer

behaviour and capture valuable insights into the minds of the Indian 'rural consumer'.

To accomplish this, the students designed fun games and activities to elicit responses from the consumers to help characterise the pattern of their choices and needs.

To fulfill the research needs of the project partners separate stalls have been setup. The stalls were designed with a rural touch based on the demography of the population.

With games like 'Sikka Jagao Kismet Chamkaro', 'kangna re kangna', 'kismet ki daud', 'toffee dhoondo toffe pao', 'sajna hai mujhe sajna k liye', 'maala maal', 'pin ka panga' etc. along with

magic shows, musical chair and turban tying competitions, Utsaha 2015 had something in store for everyone.

A new addition to Utsaha this year has been 'Umeed' initiative which aims to indulge in social welfare and engagement activities in Janpav Kutti village. As a part of this initiative, the students of IIM-Indore visited the village, provided career counselling to local students and worked towards welfare of women.

The large footfall on the first day bears testimony to the growing popularity of Utsaha. As such the students of IIM Indore and villagers of Janpav Kutti look forward to the final day of the fest which concludes on Wednesday.

Free Press, November 25, 2015, Page-3

Last word

Schools students attend lectures at IIM-Indore

● OUR STAFF REPORTER
Indore

Students of Class XII of Government School at Janpav Kutti joined one-day activities of the MBA 1st year students of IIM-Indore on Saturday.

The school students participated in the lectures and activities conducted for the MBA students and learn about the information of goal setting along with other management mantras.

A session on 'Career Counselling: New Ideas' was held for the students.

Prof Sushanta Mishra and Prof Shweta Kushal spoke to the students about the importance of having a goal in life and working towards that goal.

Students were taught about the need of self-confidence, having belief in oneself and one's family and friends as the essential components to succeed in life.

The children were quick to understand that money

alone does not equate to success. Peace of mind, helping everyone around you, and being happy in life are much more valuable than material wealth.

The children shared their dreams, many want to be doctors and contribute to society. The faculties also emphasised the importance of diverse career options. There was an informal interaction with the MBA 1st year students where college and life stories were swapped.



आईआईएम स्टूडेंट्स में उत्साह का संचार

इंस्टिट्यूट के रूरल मैनेजमेंट फेस्ट उत्साह का समापन



STUDENTS FEST

सिटी रिपोर्टर • इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ मैनेजमेंट इंदौर का रूरल मैनेजमेंट फेस्ट उत्साह गुरुवार को समाप्त हो गया। कार्तिक पूर्णिमा पर जानापाव कुटी में लगने वाले मेले के दौरान होने वाला यह इवेंट ग्रामीणों के लिए मनोरंजन लेकर आता है। इस बार ये इवेंट आईआईएम स्टूडेंट्स के लिए उत्साह का मेला था क्योंकि उत्साह 2015 में तकरीबन 1 लाख ग्रामीणों ने शिरकत की। डिस्पाइज मार्केटिंग से स्टूडेंट्स को कॉर्पोरेट्स के लिए वेल्यूएबल इन्फॉर्मेशन मिली तो वहीं ग्रामीणों को मजेदार खेल खेलने के साथ इनाम जीतने का मौका मिला।

एमएनसी आ रही गांवों तक

उत्साह के इवेंट कॉर्डिनेटर वीर राघव राव ने बताया- मैनेजमेंट की लर्निंग के तौर पर हमारे लिए ये इवेंट सक्सेसफुल रहा क्योंकि कॉर्पोरेट्स के रूरल मार्केट पेनिट्रेशन के लिए हमें अच्छी जानकारी हासिल हुई। रूरल कस्टमर्स का फीडबैक कंपनियों के लिए भी वेल्यूएबल होगा। उत्साह के दो दिनों में करीब 1 लाख ग्रामीण शामिल हुए। आईआईएम के पीजीपी चेयर प्रोफेसर दीपायन दत्ता सहित कई फैकल्टीज ने भी उत्साह विजिट किया। भारतीय कंपनियों के साथ मल्टी नेशनल कंपनियों के लिए भारत के गांव एक बढ़ता बाजार हैं और अब वे इस तरफ भी ध्यान दे रही हैं।

दिलचस्प गेम्स के साथ शुरू हुआ 'उत्साह-2015'



आईआईएम के स्टूडेंट्स द्वारा लगाए गए स्टॉल्स पर रोचक गेम्स खेलते ग्रामीण बच्चे।

जानापाव कुटी में आईआईएम के स्टूडेंट्स का फेस्ट मेले में जान रहे 'रूरल इंडिया'

इंदौर। आईआईएम इंदौर द्वारा हर साल आयोजित होने वाले रूरल मार्केटिंग फेस्ट 'उत्साह-2015' की मंगलवार से शुरुआत हुई। यह मेला हार साल जानापाव कुटी में कार्तिक पूर्णिमा के अवसर पर आयोजित किया जाता है। इस मेले में इस बार आईआईएम का यह रूरल मार्केटिंग फेस्ट आयोजित किया गया, जो न केवल आईआईएम के स्टूडेंट्स के लिए एक दिलचस्प अनुभव रहा, बल्कि ग्रामीणों के लिए भी रोचक साबित हुआ।

गौरतलब है कि दो दिनी इस फेस्ट में आईआईएम के स्टूडेंट्स देश की जानी-मानी एफएमसीजी कंपनियों के लिए सर्वे करते हैं। ये सर्वे खासतौर पर ग्रामीण क्षेत्रों में किया जाता है, इसलिए स्टूडेंट्स जानापाव कुटी में लगने वाले मेले को चुनते हैं।

स्टूडेंट रेवंत सिंघु ने बताया कि यह सर्वे करने के लिए मैनेजमेंट स्टूडेंट्स



द्वारा कई गेम्स आयोजित किए जाते हैं, जिन्हें खिलाने के साथ ग्रामीणों से प्रोडक्ट व कंपनी से संबंधित सवाल-जबाब भी हो जाते हैं। जिनके आधार पर सर्वे रिपोर्ट तैयार की जाती है। कंपनियों द्वारा सर्वे के आधार पर यह तय किया जाता है कि किस प्रोडक्ट की मांग और संभावना रूरल इंडिया में हैं।

खेले रोचक गेम्स

स्टूडेंट चिराग जैन के अनुसार 150 स्टूडेंट्स की टीम यह काम कर रही है। बच्चों के लिए 'सिक्का डुबाओ किस्मत चमकाओ, मैजिक शो, चेयररेस' जैसे कई गेम्स आयोजित हुए तो महिलाओं के लिए पिन का पंगा, सजना है मुझे सजना के लिए' गेम्स आयोजित हुए।

आईआईएम का रूरल मार्केटिंग फेस्ट उत्साह आज से

EVENTO TODAY

सिटी रिपोर्टर • इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ मैनेजमेंट इंदौर (आईआईएम-आई) के स्टूडेंट्स 24 और 25 नवंबर

जानापाव कुटी में
बेचेंगे कंज्यूमर
प्रोडक्ट्स,
देंगे कैरियर
काउंसलिंग

को रूरल मार्केटिंग फेस्ट उत्साह का आयोजन करने जा रहे हैं। इंदौर से 60 किमी दूर जानापाव कुटी में होने वाले इस इवेंट में ग्रामीणों का फास्ट मूविंग कंज्यूमर गुड्स बेचने के साथ ही वहां के स्टूडेंट्स की कैरियर काउंसलिंग भी करेंगे। उत्साह, एक मैनेजमेंट इवेंट है जिसमें प्रोडक्ट्स की मार्केट रिसर्च की जाती है।

फन गेम्स के साथ स्टडी

जानापाव कुटी में होनेवाले इस फेस्ट में आईआईएम इंदौर के स्टूडेंट्स की टीम वहां जाएगी। गांव में लगने वाले इस मेले में ये स्टूडेंट्स अपने प्रोडक्ट्स बेचेंगे। ग्रामीणों को एंगेज करने के लिए कुछ गतिविधियां भी करवाई जाएंगी। इस इवेंट का ऑब्जेक्टिव प्रोडक्ट्स के लिए मार्केट रिसर्च करना है जिसमें ग्रामीणों से मिलने वाले फीडबैक को स्टूडेंट्स कॉर्पोरेट्स तक पहुंचाते हैं। इवेंट को सोशल वेलफेयर से जोड़ने के लिए इस बार उम्मीद इनीशिएटिव को भी उत्साह से जोड़ा गया है। इसमें वुमन वेलफेयर एक्टिविटीज के साथ ग्रामीण स्टूडेंट्स को कैरियर काउंसलिंग दी जाएगी।

आईआईएम के छात्रों ने लगाया उत्साह हाट बाजार

जानापावा कुटी में ग्रामीण बाजार पर कर रहे अध्ययन

इंदौर (आरएनएन)।

आईएमएम (भारतीय प्रबंधन संस्थान), इंदौर के विद्यार्थियों का दो दिवसीय ग्रामीण हाट बाजार उत्साह की शुरुआत मंगलवार से जानापावा कुट्टी गांव में हुई। ग्रामीण बाजार उत्साह के तहत इस प्रकार के आयोजन आईएमएम द्वारा किसी न किसी गांव में किया जाता है, ताकि छात्र ग्रामीणों की जरूरतों को समझ सकें और ग्रामीणों को लेकर मार्केटिंग प्लान तैयार करना हो, तो उसकी जानकारी से वह रूबरू हो सके। पहले दिन संस्था के विद्यार्थियों ने विभिन्न स्टाल लगाकर ग्रामीणों के साथ जमकर मस्ती की। इस दौरान जहां उन्होंने बाजार की दृष्टि से ग्रामीणों की मनोदशा को समझा, वहीं गीत-संगीत, नृत्य के साथ विभिन्न प्रतियोगिताओं का भी ग्रामीणों के लिए आयोजन किया गया था।



पसंद और जरूरत को समझा

ग्रामीण बाजार में विभिन्न वस्तुओं की स्टाल लगाई गई थी। दो दिन इस आयोजन के तहत इन स्टालों के माध्यम से छात्र ग्रामीणों की पसंद और उनकी रोजमर्रा की ज़िंदगी में आने वाले जरूरतों के संबंध में शोध भी करेंगे। आईआईएम के विद्यार्थियों के साथ कई कंपनियों ने भी अपने उत्पाद की स्टाल यहां लगाई है। आईआईएम के कुछ विद्यार्थियों गांव का दौरा किया है। यहां पर उन्होंने ग्रामीण छात्रों के लिए कैरियर परामर्श दिए और महिलाओं के कल्याण को लेकर चलाई जारी विभिन्न योजनाओं की जानकारी भी दी। इस उत्साह में बड़ी संख्या में छात्रों के साथ ग्रामीणों ने भी भागीदारी की।

एंटरटेनमेंट का उत्साह और मैनेजमेंट की लर्निंग

आईआईएम स्टूडेंट्स का रूरल मार्केटिंग फेस्ट उत्साह शुरू

STUDENTS FEST

सिटी रिपोर्टर • इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ मैनेजमेंट इंदौर के स्टूडेंट्स ने जानापाव कुटी में अपने दो दिनी रूरल मैनेजमेंट फेस्ट उत्साह की शुरुआत बुधवार से की। स्टूडेंट्स ने उत्साह में प्रोडक्ट्स के स्टॉल और मार्केट रिसर्च एक्टिविटी को कुछ इस तरह डिजाइन किया था कि आईआईएम स्टूडेंट्स के लिए तो वो एक मैनेजमेंट लर्निंग है लेकिन ग्रामीणों के लिए फन, गेम और प्राइजेस से भरा एंटरटेनमेंट इवेंट।

मिला रूरल कस्टमर्स का फीडबैक

उत्साह में वॉशिंग पाउडर, कोल्डड्रिंक्स और स्नेक्स जैसे एफएमसीजी जैसे प्रोडक्ट्स के लिए स्टूडेंट्स ने क्वेश्चनेर डिजाइन किया था। अमिताभ बच्चन कौन से ड्रिंक का विज्ञापन करते हैं? इस विज्ञापन को देखकर आपको किस प्रोडक्ट का ध्यान आता है? ऐसे प्रश्नों का जवाब देने वाले महिलाओं, पुरुष और बच्चों को इंटरैक्टिंग गिफ्ट्स



दिए गए। वहीं बच्चों के लिए म्यूजिकल चेयर, डार्ट गेम और बॉल गेम सहित फन एक्टिविटी अरेंज की गई। रूरल कंज्यूमर्स से मिले इंपोर्टेंट फीडबैक को आईआईएम स्टूडेंट्स, रिस्पेक्टिव कंपनीज के साथ शेयर करेंगी। उत्साह को पहली बार सोशल इनीशिएटिव से भी जोड़ा गया है। रूरल स्टूडेंट्स को उम्मीद प्रोजेक्ट के तहत कैरियर काउंसलिंग दी गई। उत्साह का समापन 25 नवंबर को होगा।

