

उत्पाद और सेवा-उन्मुख विपणन की पारंपरिक धारणा ग्राहक-उन्मुख विपणन का रास्ता: शिशिर

वेलकम इंडिया

गाजियाबाद। जयपुरिया स्कूल ऑफ बिजनेस ने इंडो-गल्फ मार्केटिंग एसोसिएशन, दुबई के सहयोग से सोमवार को डिजिटल युग में विपणन व्यवधान (मार्केटिंग डिस्प्लेस इन डिजिटल एरा) विषय पर एक दिवसीय वर्चुअल इंटरनेशनल मार्केटिंग कॉन्क्लेव का लाइव आयोजन किया। उद्घाटन समारोह में कॉर्पोरेट मेहमानों, शिक्षाविदों, उद्योग विशेषज्ञों, उद्यमियों और छात्रों सहित 2,500 से अधिक लोगों ने हिस्सा लिया। प्रो. (डॉ.) तपन कुमार नायक, निदेशक, जयपुरिया स्कूल ऑफ बिजनेस ने बताया कि पिछले 2 दशकों

में कैसा डिजिटल बदलाव हुआ है और शिक्षा संस्थान कैसे छात्रों में कौशल की कमी को पूरा कर रहे हैं। ताकि वे बदलते परिवेश के अनुकूल हो सकें। सेठ आनंदराम जयपुरिया ग्रुप ऑफ एजुकेशनल इंस्टीट्यूशंस के चेयरमैन शिशिर जयपुरिया ने इंटरनेशनल मार्केटिंग कॉन्क्लेव 2022 की थीम पर अपने विचार रखे और जानकारी दी।

उन्होंने दुनिया भर में चल रहे विपणन व्यवधानों पर प्रकाश डालते हुए कहा कि उत्पाद और सेवा-उन्मुख विपणन की पारंपरिक धारणा अब ग्राहक-उन्मुख विपणन का रास्ता दे रही है। इसमें ब्रांड लगातार ग्राहकों से

जुड़ने और व्यक्तिगत खरीदारी अनुभव प्रदान करने के नए तरीके खोज रहे हैं।

मुख्य वक्ता, सत्य उपाध्याय, वाइस प्रेसिडेंट- अभियान अनुकूलन, विपणन क्षमता और परिवर्तन, सिटी बैंक, ऑस्ट्रेलिया ने थीम से संबंधित नई जानकारी दी और इसके तहत मार्केटर्स के लिए आगे के रास्ते के रूप में ग्राहक अनुभव पर जोर दिया। इस मौके पर नेस्ले की डिजिटल और ई-कामर्स की प्रमुख - एशिया, ओसेनिया, अफ्रीका नादिया टैडल लुइस मुख्य अतिथि रहे। उन्होंने मार्केटिंग को अधिक प्रभावशाली बनाने के लिए प्रौद्योगिकी में मानवीय



पहलुओं को अपनाने पर जोर दिया। प्रस्ताव प्रोफेसर (डॉ.) मोहनलाल

अग्रवाल, प्रेसिडेंट, इंडो-गल्फ मार्केटिंग एसोसिएशन, दुबई ने दिया।