

ஐந்தாம் பருவம் நிறுவனங்களாகக் களே விபட்டிருக்கிறீர்களா? இந்தியாவில் இருக்கும் மட்டுக்குடியினர் தமது வாரிசுகளின் மண் உறவு, கள்ள உறவு குறித்த உண்மைகளைக் கண்டுபிடிப்பதற்கு இவர்களைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். அமெரிக்காவில் அதற்கும் மலேபேய் 'ஓர் மனிதன் என்ன பொருள் வாங்குகிறான்' என்று கண்டுபிடிப்பதற்குக் கட்ட ஆள் வைத்து அறிந்து கொள்கிறார்கள். அதாவது எல்லா பரேங்காடிகளையும் நடத்தும் நிறுவனங்களுக்கு இதற்குப் புலனாய்வுப் புலிகள் தான் முக்கியமானவர்கள்.

அமெரிக்காவில் இருக்கும் டார்கெட் எனும் சங்கிலித் தொடர் பல்பொருள் அங்காடியில் நுழையும் அந்த மனிதர் கடையின் மலோளரையைப் பார்த்து "என் மகள் இப்பொழுது ஹைஸ்கூல் தான் படிக்கிறாள். அவளுக்கு ஏன் கர்ப்பமுற்றோர்களுக்கு உதவும் பொருட்கள் மீ தான் சலுகைக் கிடைப்பன்களை அஞ்சலில் அனுப்பியுள்ளீர்கள்?" என்று கோபமாகக் கேட்கிறார். மலோளர் "ஏதாவது தவறு நடந்திருக்கலாம்" என மன்னிப்புக் கேட்டுக் கொண்டார்.



இரண்டு நாள் கழித்து அதே நபர் மீண்டும் கடைக்குள் வருகிறார். கடையின் மலோளரிடம் சினிமா தன் மகள் உண்மையில் கர்ப்பமுற்றிருப்பதாகவும், ஓர் வழியாக அவள் காதலன் திருமணத்திற்கு சம்மதித்து விட்டதாகவும் கூறி, அவளுக்குச் சில பொருட்களை வாங்க வந்திருக்கிறேன் என்கிறார். மீண்டும் அவர் வீட்டிற்கு டார்கெட்டிலிருந்து கிடைப்பன்கள் வரத்துவங்குகின்றது.

மலேபேய் நங்கள் பித்தது ஓர் உண்மையைச் செய்தி. மகள் கர்ப்பமுற்றாள் என்பது அப்பணுக்கும் தரையாது, ஆண்டவனுக்கும் தரையாது எனும் போது ஓர் கடைக்காரனுக்கு மட்டும் தரிந்தது எப்படி? இது வறும் மாயவிதத்தை அல்லது எதேச்சையானது என்றால் அடிக் வந்து விடுவார்கள் டார்கெட் நிறுவன மார்கெட்டிங் பிரிவினர். இப்பித்தங்கள் வாடிக்கையாளர்கள் வீட்டில் யாராவது கர்ப்பமாக இருக்கிறார்களா என்பதைக் கண்டுபிடிக்க பல இலட்சம் ரூபாய்களை மாதச் சம்பளமாகக்



Written by தமிழ்நாடு

Wednesday, 15 August 2012 16:29 - Last Updated Tuesday, 21 August 2012 09:44

நோய்) நோய்க்கு ஆளானார். இது ஏதோ ஒரு ரிச்சர்டுக்கு உள்ள நோய் என்று நினைத்து விடாதீர்கள். மூழு அமெரிக்காவாக்கும் உள்ள நோய். இந்தியாவிலும் நடத்தர வர்க்கத்திடம் பரவி வரும் நோயும் இதுவே.

இந்த நோயை 'தேர்ந்த விஞ்ஞானம்' என்கிறார்கள் டார்க்டெட் நிறுவனத்தினர். ஆனால் நாமோ இதைப் 'பகற்கொள்ளை, பொறுக்கித்தனம்' என்கிறோம்.

தனியார் பலர் நுழைந்தால் ஏற்படும் அவர்களுக்குள்ளான போட்டியினால் பொருட்கள் விலை குறையும் என்பது முதலாளித்துவ ஆதரவாளர்களின் வாதம். ஆனால் முதலாளித்துவமோ விலையைக் குறைத்து விற்ப்பை நடத்த (குறைவான இலாபத்தை) ஏற்றுக்கொள்ளத் தயாராக இல்லை. அதனால், அதே விலைக்கு அனைத்தையும் வாங்கிக் குவிக்க வேண்டும் என்ற மனநிலையை வாடிக்கையாளர்களின் மத்தியில் உருவாக்குவதுதான் அந் நிறுவனங்கள் இலாபத்தைக் குறையாமல் பெறுவதற்கான ஓரே வழி. குடிப்பழக்கம், புகைப் பழக்கம் மாதிரி வாங்கும் பழக்கம் என்பதை மக்களிடம் உருவாக்க வேண்டும். இதைத் தான் டார்க்டெட் உள்பட பல நிறுவனங்கள் செய்கின்றன.

உலக அளவில் சில்லறை வர்த்தகத்தில் ஈடுபடும் நிறுவனங்கள் கணித வல்லுநர்களையும், புள்ளியியல் நிபுணர்களையும் புலனாய்வுப் பணியில் அமர்த்தியிருப்பதன் இரகசியம் இதுதான். இவர்களின் வேலை, வாடிக்கையாளரை வேவு பார்த்து அவர்கள் என்ன வாங்குகிறார்கள், அவர்களை எப்படி வாங்க வகைகளாம் என்று ஆய்வு செய்து, கடையில் எதையாவது வாங்கியதே தீர் வேண்டும் என்பதை வாடிக்கையாளர்களுக்கு ஒரு பழக்கமாகவே மாற்ற வேண்டும்.

புதிதாக முளைத்திருக்கும் இந்தத் துறை, வாடிக்கையாளரின் கடன் அட்டை, வங்கிக் கணக்கு, செல்பேசி எண், முகவரி இவற்றை வைத்து தொடர்ந்து என்ன வாங்குகிறார்கள் என்று வேவு பாரக்கும். அவர்கள் பணத்தை உபயோகித்தால் நிறுவனமே முன் வந்து அவர்களுக்கு உறுப்பினர் அட்டை கொடுக்கும். அதை உபயோகித்தால் தள்ளுபடி கிடைக்கும் என்பார்கள். ஆனால் உண்மையில் வாடிக்கையாளர்களை வேவு பார்க்கத்தான் உறுப்பினர் அட்டையைப் பயன்படுத்துகிறார்கள். நீங்கள் ஒரு குறிப்பிட்ட பொருளை வாங்கினால், அதைச் சார்ந்த பிற பொருட்களின் மலே தள்ளுபடி எனப் போலிக் பணிகள் மீலம் உண்மையிலைக்கு தவேயைற்ற பொருட்களை வாங்க வகைக்கு முயற்சிப்பார்கள்.

இன்னொரு பக்கம் அவர்களின் முக்கிய கண்டுபிடிப்பு, குழந்தை பிறக்கப் போகும் வீட்டில் வாங்கும் பழக்கம் அதிகரிக்கும் என்பது. அதனால் மருத்துவமனை முதல் குழந்தைகள் பிறப்பு தகவல் மையம் வரை உள்ள தகவல்களைச் சேகரித்து, அந்தப்

