

The background of the slide is a light gray gradient, decorated with numerous realistic water droplets of various sizes. Some droplets are at the top left, some are scattered in the middle, and a large, prominent one is on the right side. The text is centered and reads:

MARKETING MIX

ENTREPRENEURSHIP

SEC FOR SEM. I

BY:

DR. SANTOSH KUMAR LAL

SARIYA COLLEGE, SURIYA

MEANING OF MARKETING MIX (मार्केटिंग मिक्स का परिचय)

THE **MARKETING MIX** REFERS TO THE **COMBINATION OF MARKETING ELEMENTS** THAT A BUSINESS USES TO ACHIEVE ITS MARKETING OBJECTIVES IN THE **TARGET MARKET**. IT IS A **PLANNED MIX OF CONTROLLABLE VARIABLES** THAT INFLUENCE CUSTOMERS' BUYING DECISIONS.

- THE CONCEPT OF THE MARKETING MIX WAS POPULARIZED BY **E. JEROME MCCARTHY**, WHO CLASSIFIED IT INTO **FOUR ELEMENTS**, KNOWN AS THE **4PS OF MARKETING**:
- PRODUCT
- PRICE
- PLACE
- PROMOTION

मार्केटिंग मिक्स का अर्थ

मार्केटिंग मिक्स उन **नियंत्रणीय विपणन तत्वों** का संयोजन है जिनका उपयोग कोई संस्था अपने **विपणन उद्देश्यों** को प्राप्त करने के लिए करती है। यह ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए तैयार की गई एक **योजनाबद्ध रणनीति** है।

- मार्केटिंग मिक्स की अवधारणा **ई. जेरोम मैकार्थी (E. JEROME MCCARTHY)** द्वारा दी गई, जिन्होंने इसे **चार तत्वों (4PS)** में विभाजित किया:
- उत्पाद (PRODUCT)
- मूल्य (PRICE)
- स्थान / वितरण (PLACE)
- प्रचार (PROMOTION)

DEFINITION(परिभाषा)

ACCORDING TO PHILIP KOTLER:

“THE MARKETING MIX IS THE SET OF CONTROLLABLE MARKETING VARIABLES THAT THE FIRM BLENDS TO PRODUCE THE RESPONSE IT WANTS IN THE TARGET MARKET.”

फिलिप कोटलर के अनुसार:

“मार्केटिंग मिक्स उन नियंत्रणीय विपणन चर का समूह है जिन्हें संस्था लक्ष्य बाजार में वांछित प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए मिलाकर प्रयोग करती है।”

COMPONENTS OF MARKETING MIX (4PS)

मार्केटिंग मिक्स के घटक

1. PRODUCT

MEANING OF PRODUCT

- A **PRODUCT** IS ANYTHING THAT CAN BE OFFERED TO THE MARKET TO SATISFY A **NEED OR WANT**. IT INCLUDES **PHYSICAL GOODS, SERVICES, IDEAS, OR EXPERIENCES**.
- **EXAMPLES:**
- **GOODS:** MOBILE PHONES, BOOKS, CLOTHES
- **SERVICES:** BANKING, EDUCATION, TRANSPORTATION

1. उत्पाद (PRODUCT)

उत्पाद का अर्थ

- उत्पाद वह वस्तु या सेवा है जो **ग्राहकों की आवश्यकता या इच्छा को संतुष्ट** करने के लिए बाजार में प्रस्तुत की जाती है।
- **उदाहरण**
- **वस्तुएँ:** मोबाइल फोन, कपड़े, किताबें
- **सेवाएँ:** बैंकिंग, शिक्षा, परिवहन

FEATURES OF A PRODUCT (उत्पाद की विशेषताएँ)

- TANGIBLE OR INTANGIBLE
- OFFERS UTILITY OR SATISFACTION
- CREATED TO MEET CUSTOMER NEEDS
- HAS A LIFE CYCLE (INTRODUCTION, GROWTH, MATURITY, DECLINE)

- मूर्त या अमूर्त हो सकता है
- उपयोगिता प्रदान करता है
- ग्राहक की आवश्यकता को पूरा करता है
- इसका जीवन चक्र होता है

PRODUCT MIX (उत्पाद मिश्रण)

PRODUCT MIX REFERS TO THE **TOTAL RANGE OF PRODUCTS** OFFERED BY A COMPANY.

ELEMENTS OF PRODUCT MIX:

- **PRODUCT WIDTH** – NUMBER OF PRODUCT LINES
- **PRODUCT LENGTH** – TOTAL NUMBER OF PRODUCTS
- **PRODUCT DEPTH** – VARIATIONS WITHIN A PRODUCT
- **PRODUCT CONSISTENCY** – RELATEDNESS AMONG PRODUCTS

किसी संस्था द्वारा प्रस्तुत सभी उत्पादों का समूह उत्पाद मिश्रण कहलाता है।

उत्पाद मिश्रण के तत्व

- चौड़ाई (WIDTH) – उत्पाद लाइनों की संख्या
- लंबाई (LENGTH) – कुल उत्पादों की संख्या
- गहराई (DEPTH) – एक उत्पाद के विभिन्न रूप
- संगति (CONSISTENCY) – उत्पादों में समानता

IMPORTANT PRODUCT DECISIONS (महत्वपूर्ण उत्पाद निर्णय)

- Product design and quality
- Branding
- Packaging and labeling
- Product features
- After-sales service
- Product life cycle management

- उत्पाद डिज़ाइन और गुणवत्ता
- ब्रांडिंग
- पैकेजिंग और लेबलिंग
- विशेषताएँ
- बिक्री-पश्चात सेवा

IMPORTANCE OF PRODUCT IN MARKETING MIX

(उत्पाद का महत्व)

- CORE ELEMENT OF MARKETING
- DETERMINES CUSTOMER SATISFACTION
- INFLUENCES BRAND LOYALTY
- BASIS FOR PRICING AND PROMOTION DECISIONS

- विपणन का मूल तत्व
- ग्राहक संतुष्टि प्रदान करता है
- ब्रांड निष्ठा बढ़ाता है

2. PRICE (मूल्य)

MEANING OF PRICE

PRICE IS THE **AMOUNT OF MONEY CHARGED** FOR A PRODUCT OR SERVICE. IT REPRESENTS THE **VALUE EXCHANGED** BETWEEN BUYER AND SELLER.

मूल्य का अर्थ

मूल्य वह धनराशि है जो उपभोक्ता किसी उत्पाद या सेवा के बदले चुकाता है।

IMPORTANCE OF PRICE (मूल्य का महत्व)

- Only element that generates revenue
 - Influences demand and sales volume
 - Affects profit and market share
 - Plays a key role in competitive positioning
-
- राजस्व उत्पन्न करने वाला एकमात्र तत्व
 - मांग को प्रभावित करता है
 - लाभ और बाजार हिस्सेदारी तय करता है

FACTORS AFFECTING PRICING DECISIONS

INTERNAL FACTORS:

- COST OF PRODUCTION
- MARKETING OBJECTIVES
- COMPANY IMAGE
- PRODUCT LIFE CYCLE STAGE

EXTERNAL FACTORS:

- MARKET DEMAND
- COMPETITION
- GOVERNMENT REGULATIONS
- ECONOMIC CONDITIONS

(मूल्य निर्धारण को प्रभावित करने वाले कारक)

आंतरिक कारक

- उत्पादन लागत
- विपणन उद्देश्य
- कंपनी की छवि

बाहरी कारक

- मांग
- प्रतिस्पर्धा
- सरकारी नीतियाँ
- आर्थिक स्थिति

PRICING METHODS (मूल्य निर्धारण की विधियाँ)

- **COST-BASED PRICING** – BASED ON COST + PROFIT
- **DEMAND-BASED PRICING** – BASED ON CUSTOMER DEMAND
- **COMPETITION-BASED PRICING** – BASED ON COMPETITORS' PRICES
- **VALUE-BASED PRICING** – BASED ON PERCEIVED VALUE

- लागत आधारित मूल्य निर्धारण
- मांग आधारित मूल्य निर्धारण
- प्रतिस्पर्धा आधारित मूल्य निर्धारण
- मूल्य आधारित मूल्य निर्धारण

PRICING POLICIES

- PENETRATION PRICING
- SKIMMING PRICING
- DISCOUNT PRICING
- DIFFERENTIAL PRICING

- मूल्य निर्धारण नीतियाँ
- पैठ मूल्य निर्धारण
- स्किमिंग मूल्य निर्धारण
- छूट नीति

3. PLACE (DISTRIBUTION) स्थान / वितरण

MEANING OF PLACE

PLACE REFERS TO THE **ACTIVITIES INVOLVED IN MAKING PRODUCTS AVAILABLE** TO CUSTOMERS AT THE **RIGHT PLACE AND AT THE RIGHT TIME**.

स्थान का तात्पर्य उन गतिविधियों से है जिनके माध्यम से उत्पाद को उपभोक्ता तक सही समय और सही स्थान पर पहुँचाया जाता है।

IMPORTANCE OF PLACE

- ENSURES PRODUCT AVAILABILITY
- BRIDGES THE GAP BETWEEN PRODUCERS AND CONSUMERS
- INCREASES CUSTOMER CONVENIENCE
- REDUCES DISTRIBUTION COST

स्थान का महत्व

- उत्पाद की उपलब्धता सुनिश्चित करता है
- उत्पादक और उपभोक्ता के बीच दूरी कम करता है
- उपभोक्ता सुविधा बढ़ाता है

CHANNELS OF DISTRIBUTION (वितरण के माध्यम)

A DISTRIBUTION CHANNEL IS THE **PATH THROUGH WHICH GOODS MOVE** FROM PRODUCER TO CONSUMER.

- **TYPES OF CHANNELS:**
- **DIRECT CHANNEL** – MANUFACTURER → CONSUMER
- **INDIRECT CHANNEL** –
 - MANUFACTURER → RETAILER → CONSUMER
 - MANUFACTURER → WHOLESALER → RETAILER → CONSUMER

वह मार्ग जिससे होकर उत्पाद निर्माता से उपभोक्ता तक पहुँचता है।

- वितरण के प्रकार
- प्रत्यक्ष वितरण
- अप्रत्यक्ष वितरण
 - निर्माता → थोक विक्रेता → खुदरा विक्रेता → उपभोक्ता

FUNCTIONS OF DISTRIBUTION (वितरण के कार्य)

- TRANSPORTATION
- WAREHOUSING
- INVENTORY MANAGEMENT
- RISK BEARING
- FINANCING
- MARKET INFORMATION

- परिवहन
- भंडारण
- जोखिम वहन
- वित्तीय सहायता

FACTORS AFFECTING CHOICE OF DISTRIBUTION CHANNEL

- Nature of product
- Market characteristics
- Company resources
- Middlemen availability
- Cost considerations

4. PROMOTION (प्रचार)

MEANING OF PROMOTION:

PROMOTION REFERS TO **COMMUNICATION ACTIVITIES** USED TO **INFORM, PERSUADE, AND REMIND** CUSTOMERS ABOUT A PRODUCT.

प्रचार का अर्थ:

प्रचार वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा उपभोक्ताओं को उत्पाद की जानकारी दी जाती है, प्रभावित किया जाता है और खरीद के लिए प्रेरित किया जाता है।

OBJECTIVES OF PROMOTION

- CREATE AWARENESS
- INCREASE SALES
- BUILD BRAND IMAGE
- FACE COMPETITION
- EDUCATE CONSUMERS

प्रचार के उद्देश्य

- जागरूकता उत्पन्न करना
- बिक्री बढ़ाना
- ब्रांड छवि बनाना

PROMOTION MIX

PROMOTION MIX CONSISTS OF VARIOUS PROMOTIONAL TOOLS:

1. ADVERTISING

- PAID, NON-PERSONAL COMMUNICATION
- MEDIA: TV, NEWSPAPERS, SOCIAL MEDIA, RADIO

2. SALES PROMOTION

- SHORT-TERM INCENTIVES TO BOOST SALES
- EXAMPLES: DISCOUNTS, COUPONS, FREE SAMPLES

3. PERSONAL SELLING

- FACE-TO-FACE INTERACTION WITH CUSTOMERS
- USED IN INDUSTRIAL AND HIGH-VALUE PRODUCTS

4. PUBLIC RELATIONS

- BUILDING FAVORABLE COMPANY IMAGE
- PRESS RELEASES, EVENTS, SPONSORSHIPS

प्रचार मिश्रण (PROMOTION MIX)

प्रचार मिश्रण (PROMOTION MIX)

1. विज्ञापन

- भुगतान किया गया प्रचार
- टीवी, अखबार, सोशल मीडिया

2. बिक्री संवर्धन

- अल्पकालिक प्रोत्साहन
- छूट, मुफ्त नमूने

3. व्यक्तिगत विक्रय

- आमने-सामने बिक्री
- महंगे उत्पादों में उपयोग

4. जनसंपर्क

- कंपनी की सकारात्मक छवि बनाना

FACTORS AFFECTING PROMOTION MIX

- Nature of product
- Target market
- Budget available
- Stage of product life cycle
- Marketing objectives

IMPORTANCE OF MARKETING MIX (मार्केटिंग मिक्स का महत्व)

- Helps achieve marketing goals
- Satisfies customer needs
- Ensures effective utilization of resources
- Provides competitive advantage
- Supports business growth and profitability

मार्केटिंग मिक्स का महत्व

- विपणन लक्ष्यों की प्राप्ति
- ग्राहक संतुष्टि
- प्रतिस्पर्धात्मक लाभ
- व्यवसाय की वृद्धि

CONCLUSION (निष्कर्ष)

THE **MARKETING MIX (4PS)** IS A **FOUNDATION CONCEPT IN MARKETING**. A **SUCCESSFUL BUSINESS** CAREFULLY **BALANCES PRODUCT, PRICE, PLACE, AND PROMOTION** TO MEET CUSTOMER NEEDS AND ACHIEVE ORGANIZATIONAL OBJECTIVES. PROPER COORDINATION OF ALL FOUR ELEMENTS LEADS TO **MARKET SUCCESS AND CUSTOMER SATISFACTION**.

मार्केटिंग मिक्स (4PS) विपणन की **मूल अवधारणा** है। उत्पाद, मूल्य, स्थान और प्रचार का **संतुलित संयोजन** किसी भी व्यवसाय की सफलता के लिए आवश्यक है।