

እንደ መግቢያ

በአነስተኛና መካከለኛ ደረጃ የሚገኙ የማኑፋክቸሪንግ ኢንዱስትሪዎች በርካታ ችግሮች አሉባቸው። እነዚህ ችግሮችም በእድገት ፍጥነታቸው ላይ አሉታዊ ተፅእኖቸውን ማሳረፋቸው አልቀረም። ይህም በተራዘሚው ተጨማሪ የስራ ዕድል መፍጠር እንዳይችሉ፣ የተሻሉ የምርትና የምርታማነት ማሳደጊያ ቴክኖሎጂዎችን መታጠቅ እንዳይችሉና ከሀገር ውስጥ አልፎ በውጭ ገበያው ያለውን ከፍተኛ የገበያ አቅም ለመጠቀም በማያስችል አውድ ውስጥ እንዳይቆዩ ያደርጋሉ።

መንግስት እነዚህን ችግሮች ለመቅረፍና የተሻለ የማኑፋክቸሪንግ ዘርፍ የድጋፍ ሁኔታን ለመፍጠር ከአደረጃጀት እስከ የድጋፍ አሰጣጥ ዝርዝር ሁኔታዎች የዘለቁ በርካታ ስልቶችን በመንደፍ፣ የተለያዩ የድጋፍ ማኑዋሎችን በማዘጋጀት ልዩ ልዩ ተሞክሮዎችን በመቀመርና በማስፋት እንዲሁም የተለያዩ ሠፋፊ የግንዛቤ ማስጨበጫ መድረኮችን በማመቻቸት ሠፋፊ ስራዎችን በማከናወን ላይ ይገኛል።

ይህ ሠነድም በዋናነት ኢንዱስትሪዎች በገበያ ውስጥ በቀላል ወጪ ተወዳዳሪና ተመራጭ ሆነው መገኘትና መዘለቅ የሚችሉበትን ልዩ የግብይት ስልት ከሀገራችን ተጨባጭ ሁኔታ ጋር በማገናዘብ የሚያስተዋውቅ ነው። እንደሚከተለው ይቀርባል፡-

የጎራሳ ግብይት ስልት (Guerrilla Marketing strategies)

ብዙዎቻችን ስለጎራሳ ውጊያ ብዙ ብዙ ሲባል ሰምተን ይሆናል። የውጊያ ስልቱ ተመራጭ የሚሆነው በዋናነት በሁለት ተዋጊ ወገኖች መካከል ከፍተኛ የሆነ የሃይል አለመመጣጠን ሲፈጠር ነው። በመሆኑም አንድ አነስተኛ ቁጥር፣ ጥቂት ተዋጊ ሃይልና ጥቂት መሳርያ ያለው ቡድን ከፍተኛ በጀት፣ በብዙ መሳርያና የጦር ሃይል ካለው ወገን ጋር የተመጣጠነ ውጊያን ለማካሄድ ስለማይችል ኢ መደበኛ የሆነ የውጊያ ስልትን እንደሁነኛ የውጊያ ስልት ይጠቀማል።

ይህም በመሸመቅ፣ አጥቆቅ በመጥፋት፣ በተሳሳተ መረጃ ጠላትን በማሳሳት፣ ትናንሽ የተኩስ ልውውጦችንና ጦርነቶችን በማካሄድ፣ የመልከዓምድራዊ አቀማመጥን እንደምሽግ



በመጠቀም፣ ድንገተኛ ጥቃቶችን እየፈጸመ ትናንሽ ግን ውጤታማ ድሎችን እያስመዘገበ በውታደር፣ በጦር መሳርያና በበጀት የተጠናከረ ሆኖ ታላቁን ሠራዊት ለመገዳደር የሚያስችለውን አቅም እስኪያገኝ ይቆያል። ይህ ድንገተኛ፣ የተሳካ ስትራቴጂ በመንደፍና የአካባቢ መልካም ምድርን፣ የአየር ንብረትንና መሠል ተፈጥሯዊ ሃይላትን እንደተጨማሪ አጋዥ መሳርያ በመጠቀም የሚደረግ ውጊያ የሽምቅ ውጊያ ስልት ወይም በእንግሊዝኛ Guerrilla warfare በመባል ይታወቃል።

በተመሳሳይ፣ ግዙፍ አምራች ኢንዱስትሪዎች ገበያውን በተለያዩ ስልቶች በማስተዋወቅ፣ የተለያዩ ሰፋፊ የምርት ግብይት ስልቶችን በመንደፍና ቀልጣፋና ውጤታማ ይህ ዘዴ በተለይ በአነስተኛ ደረጃ የሚገኙ አምራቾች ወጪና ድካም ቆጣቢ በሆነ መንገድ የምርት ግብይታቸውን ለማሳደግ የሚጠቀሙበት ኢ መደበኛ (ያልተለመደ) ስልት ነው።

ያልተለመዱ የግብይት ስልቶች ስንል በዋናነት የላቀ የፈጠራ ክህሎትን፣ ከፍተኛ የምናብ አቅምን በመጠቀም ምርትን ባልተለመዱ፣ ነገር ግን በቀላሉ በማህበረሠቡ ህሊና ውስጥ ሊያስገቡ የሚችሉ የማህበረሠቡን የዕለት ከዕለት መገልገያዎች፣ ልማዶችና የአስተሳሰብ መንገዶች በመጠቀም የማስተዋወቅ ዘዴ ነው። ለምሳሌ የባለ ሰዎች እግር መኪኖች ላይ የሚለጠፉ ስቲከሮችን በጥንቃቄ በዲዛይን፣ በቀለምና በይዘት ማዳበር ከተቻለ በቀላል ወጪ ከፍተኛ የማስተዋወቂያ/የግብይት ማሳደጊያ መንገድ መሆን ይችላል።



የሽምቅ የግብይት የትኩረት ነጥቦች

ሀ. ኪስ የማይጎዳ ንቅናቄ

የጎራሳ የግብይት ስልት በዋናነት የተሳካ ነገር ግን ወጪ ቆጣቢ መንገዶችን ይጠቀማል

ለ. ታላሚ ተደራሽነት

የግብይት ስልቱ ለማን እንደሚዘጋጅ አስቀድሞ ያውቃል። በመሆኑም እንደየሽሽማቹ መገኛ ከገፅ ለገፅ ማስተዋወቂያ እስከብዙሃን መገናኛ ያሉ አማራጮችን ይጠቀማል።

ሐ. ቁጠባ

ስትራቴጂው በዋናነት አንድ ዋና ምርት መርህ አለው፤ ይህም፣ “ጥቂት በጀት፣ ትልቅ መልዕክት!”

መ. የስትራቴጂው መዳረሻ መንገዶች

የስትራቴጂው የተግባቦት (Communication) መንገዶች የገፅ ለገፅ/የቃል ተግባቦት፣ ማህበራዊ ሚዲያ፣ ልዩ ልዩ ማስታወቂያዎችና ወዘተ ናቸው። በዚህም መሠረት ቢዝነሱ ሳይሆን ራሱን የሚያሰፋው በተግባቦት መንገዱ ውስጥ የተፈጠረው ትስስር ነው ቢዝነሱን የሚያቀላጥፈው ማለት ነው።



የሽምቅ የግብይት ስትራቴጂዎች

1. የሽማቹን አስተሳሰብና ፍላጎት ለመረዳት ይሞክሩ፡-

ይህ አቅም ሽማቹ መሰማት የሚፈልገውን ወይም ለማየት የሚጓጓውን ነገር ጥበባዊ በሆነ ስልት ለማምጣት የሚያስችል እድል ይፈጠራል። በሌላ በኩል “የማይነኩ” ማህበራዊ እሴቶችን ላለመዳፈር፣ ማህበራዊ ክብብን ለመጠበቅና የተሻለ የመከባበሪያ አውቀቅድ ለመፍጠር ያስችላል

2. ከፍተኛ የፈጠራ አቅምን ይጠቀሙ

የሚፈልጉትን መልዕክት ለማስተዋወቅ ቋንቋ ብቻውን ዋጋ ቢስ ነው። ከዚያ ይልቅ ከቃላትም እጅግ በጥንቃቄ የተመረጠ ቃል፣ ዓ.ነገር ወይም ጥቅስ ያስፈልጋል። ከዚያም ባሻገር ከቃል በላይ ጭክው መናገር የሚችሉ ዲዛይኖችን፣ ፖስተሮችንና ቀለሞችን መምረጥ ተገቢ ነው። ይህ ብቻ ሳይሆን መልዕክቱን እንዴት ባለ ያልተለመደ መንገድ፣ መቼ፣ የትና በምን ሁኔታ ውስጥ ማስተላለፍ እንደሚገባ በደንብ ማሠብ ያስፈልጋል።

3. ከፅሁፍ ቋንቋ ይልቅ ምስልን አብዝተው ይጠቀሙ

የዕይታ መልዕክቶች ከፅሁፍ መልዕክቶች ከ60 ሺህ እጥፍ በላይ በሆነ ፍጥነት በአዕምሮ ሂደት ውስጥ ያልፋሉ። ቅርፆች፣ ቀለሞችና ውስብስብ መስሎች ከተመረጡ ውብ ቃላት ጋር ሲጣመሩ ስነምግባራዊ ተፅዕኖን በመፍጠር ሸማቹ መለልልም ምላሽ እንዲያሳይ ያነሱታል። ዕይታዊ ጥበባት ሸማቹ ምርቱን እንዲጣጣትም ያደርጋል።

4. ሁሉንም አትናገሩ

በማስታወቂያ ሁሉን ለመናገር ከመሞከር ይልቅ ተመልካች መልሶና መላልሶ እንዲያስብ የሚያስገድዱ ሁኔታዎችን መፍጠር ይበልጥ ጠቃሚ ነው። ይህም ሸማቹ በአዕምሮው ስለምርቱና የምርቱ መልዕክት ደጋግሞ እንዲያብላለስልና ከሌሎች ሠዎች ጋርም እንዲወያይ በር ይከፍታል።

5. መልሶችን ለመስጠት አይስነፉ

ያልተለመዱ ማስታወቂያዎች በርካታ ጥቂዎችን ማጫር ባህሪ አላቸው። በመሆኑም ሸማቹ ማሽቆችን ሲመለከት ጥያቄዎችን አስተያየቶች በውስጡ መፈጠር መጀመራቸው ተፈጥሮአዊ ነው። በመሆኑም በሸማቾች ለሚያነሱት ጥያቄም ሆነ አስተያየት ሁሉ ተገቢውን ምላሽ መስጠት ያስፈልጋል። አጋጣሚውንም ይበልጥ ስለተቋምና ምርቱ ለማስተዋወቅ መጠቀም ብልጠት ነው።



6. የምርት መለያዎን (Brand) አይቀያሩ

በግብይት ስትራቴጂ ሶስት ተቀራራቢ ግን ተደጋጋሪ የቢዝነስ መገለጫዎች አሉ። እነዚህም የምርት መለያ (Band) የንግድ ማንነት (Identity) እና የንግድ አርማ (Logo) ናቸው። የምርት መለያ (Band) ስለአንድ የንግድ ተቋም ያለ ጥቅል ስሜታዊና ተቋማዊ መረዳት ነው። ይህ ግንዛቤ የሚፈጠረው በንግድ ተቋሙ ሳይሆን በሸማቹ ልቡና ውስጥ ነው። በመሆኑም የምርት መለያን የማግኘት ስራውን የመሟላራው

አካል ለዚያ ግንዛቤ መነሻ የሆኑ ሁኔታና መረጃዎችን ያመቻቻል እንጂ ጥቅሉን ግንዛቤ መፍጠር አይችልም። የንግድ ማንነት (Identity) በአጭሩ ከጥቅሉ የተቋም ግንዛቤ ተነጥሎ (ተሸርፎ) የሚታይ አገልግሎት መለያ ነው። በበመሆኑም ተቋማዊ ማንነትን ዕይታዊ ከሆኑ ጉዳዮች ማለትም ከንግድ አርማ፣ ከፅህፈት ቁሳቁስ፣ ከተለያዩ የግብይት ማስተዋወቂያ ቁሳቁስ ደድረ ገጾች፣ ከምርት፣ ከማሸጊያ ወዘተ ስብስብ ውስጥ የሚፈጠር የንግድ ብቸኛ መለያ ነው።

የንግድ አርማ (Logo) ማለት የምርቱ ምልክት መሆኑን ነው። ምልክቱ በዋናነት ተምሳሌታዊ በሆነ መንገድ የምርቱን ጥንካሬ፣ ይዘትና ምችት በሚያሳይ መልኩ የሚቀረፅ ነው። በመሆኑም የንግድ አርማ ከማብራራት ይልቅ ነጥሎ ማሳየትን ግብ ያደርጋል።

በየወቅቱ በሚመጡ አዳዲስ ጉዳዮች እንዳወሰዱ ይጠንቀቁ። በተለይም በምርት ስያሜ፣ የጣዕም አይነት፣ የምርት አገልግሎት ደረጃና የማሸጊያ ቀለሞች እንዲሁም የምርት መለያ ሎጎ ላይ ወጥ የሆነ አቋም ይኑርዎ። በየወቅቱ የሚቀያየር የምርት ዓይነትና ደረጃ ሸማችን በማምታታት ግላዊ ጣዕም/ደረጃ እንዳይኖርዎ ደርጋል።

7. መጠነኛ ስጦታዎችን ይስጡ

ደረጃውን የጠበቀና ሸማቹ ዘንድ ሲያቀርቡት የማያፍሩበትን ዓይነት ምርትን ያቅርቡ። ከዚያም በሸማችዎ ላይ ለምርትዎ ፍላጎት እንዲኖር ጥረት ያድርጉ። ይህ የምርት ፍላጎት እንዲፈጠር ከሚረዱ ስልቶች መካከል ምርትዎን ለውስን ተጠቃሚዎች በነፃ መስጠት አንዱ ነው።

8. ታላላቅ ውጤቶችን በትናንሽ በጀት ስለመፍጠር ያስቡ

ለግዙፍ በጀት ሳይሆን ለፈጠራና ለምናብ ታላቅ ዋጋን ይስጡ። ግዙፍ ውጤትን ሁል ጊዜ ከታላላቅ በጀት ብቻ መጠበቅ ሞኝነት ነው። ይልቅ ታላቅ የፈጠራ አቅምና የምናብ ግዝፈትን በትንሽ በጀት በመደገፍ ታላቅ ውጤትን ማግኘት እንደመሚችል ማወቅ ብልህነት ነው። በዓለማችን ከተሞች የሚገኙ ሸማቾች በየቀኑ በአማካኝ 5000 ማስታወቂያዎችን ያያሉ፤ ከእነዚህ ሁሉ ማስታወቂያዎች ማስታወስ የሚችሉት ግን አራቱን ብቻ ነው። ይህ እውነት በማስተዋወቅ ውድድር ውስጥ አሸናፊ ሆኖ ለመውጣት ከፍተኛ የፈጠራና የምናብ አቅም ወሳኝ መሆኑን ማሳያ ነው።



የኢትዮጵያ ኢንተርፕራይዝ ልማት

የጎሬላ ግብይት ስልት (Guerrilla Marketing strategies)

አጭር ማስተዋወቂያ

በኮሙኒኬሽን ጉዳዮች ዳይሬክቶሬት የተዘጋጀ

2015 ዓ.ም

Address

- <https://t.me/ethiopianenterprisedevelopment>
- [ethiopianenterprisedevelopment](https://www.facebook.com/ethiopianenterprisedevelopment)
- [@ethiopianenterprisedevelopment](https://www.youtube.com/channel/UC...)
- <https://www.sme.gov.et/>
- ethiopianenterprise@gmail.com
- +25115511122 / +251115150333