

***Lawrence Trihn: Venturing
to Vietnam***



TheCaseSolution.com

Lawrence Trihn: Venturing to Vietnam



Кога некој бренд бара идеи за да допре до потрошувачите сите трикови не се доволни за целта. Денешните нови медиуми овозможуваат сите брендови да се насочат кон потрагата да се има различен маркетинг пристап.

Комерцијалистите и бренд гуруата ќе ти кажат дека дигитално тешко се добива важноста која ја заслужува. Но во маркет како Индија, дигитално се мисли на 40 милионска интернет база против база на 700 милиони мобилни потрошувачи. И комерцијалистите ќе признаат дека земање на маркетинг кампања преку мобилните сеуште останува предизвик. Но Бенгалуру основа ZipDial Mobile Solutions надеж дека ќе биде мост помеѓу комерцијалистите и мобилните.

Еве како работи - ZipDial му дава на брендovите бесплатен број кој може да го прикажуваат на потрошувачите. Кога звоните на бесплатниот број, повикот звони еднаш и се дисконектира. Тогаш потрошувачот добива SMS со повеќе информации за маркетинг кампањата.

Основана во 2010 од три технолошки претприемачи, ZipDial до ден денес има работе со KingFisher, LG, Oreo Biscuits, Videocon, Mumbai Indians итн. .
Основана од Sanjay Swamy, Valerie Rozycki Wagoner и Amiya Pathak, ZipDial има 15 вработени кои работат преку маркетинг, операции, инжињерство итн.
Компанијата беше поставена со лични инвестиции покрај помош од фамилијата и пријателите.

Како и да е во Април годинава, компанијата прими Серија А инвестиција од над \$800.000 USD од две Индиски и Амерички инвеститори предводени од Mumbai Angels. "Направивме обемни пребарувања за да дознаеме дали постои некаде таков бизнис модел. Но не најдов ниеден." се зборовите на Wagoner , пронаоѓач и CEO на ZipDial .

"Имаше проблем на транспарентноста пред да дојде ZipDial. Агенти беа плаќани базирано на бројката од примероци кои ќе ги дистрибутираат дневно. Па така некој биги дале сите примероци на една личност или би дале 10 примероци на една личност итн. Кога ZipDial потрошувачите ќе го добијат примерокот само ако тие се јават на бесплатниот број, па било каква злоупотреба е елиминирана." објаснува Wagoner.

"Имаше проблем на транспарентноста пред да дојде ZipDial. Агенти беа плаќани базирано на бројката од примероци кои ќе ги дистрибутираат дневно. Па така некој би ги дал сите примероци на една личност или би дал 10 примероци на една личност итн. Кога ZipDial потрошувачите ќе го добијат примерокот само ако тие се јават на бесплатниот број, па било каква злоупотреба е елиминирана." објаснува Wagoner.

Мобилната пентрација во индија е многу поголема од интернетот, без двоумење ZipDial има околу 35 % од неговите потрошувачи во селата и малите градови. Истокот е многу голем маркет за нас, исто така имаме добри потрошувачи и во Гујарат, Карнатака и АП, кажа Вогонер. Претежно бизнисот на ZipDial порасна преку WOM со потрошувачите разговарајќи околу услугата. Нашите броеви се достапни за секоја држава во светот. ZipDial работи на секој телефон и нема потреба од никаква апликација или софтвер. Исто така не зависи од некој друг оператор.

Rajeshree Naik, маркетинг водичот, Forever Diamonds работea со ZipDial од Јули 2011. Таа споделува "Ние веќе го користевме интернетот за да допреме до потрошувачите, оваа услуга ни помогна да се движиме над тоа. Што работи добро е тоа што е стратегија без притисок и потрошувачите ке не повикаат само ако се заинтересирани. Ни помага да се поврзиме со потрошувачите на многу личен начин. ". ZipDial најмногу пристапува до брендови директно и

еднаш кога комерцијалистот е заинтересиран тој има за цел да работи тесно со креативните и медиа агенции за евиденција да се прошири кампањата на брендот во мобилната платформа.