



**International Conference on Latest Trends in Engineering,
Management, Humanities, Science & Technology (ICLTEMHST -2022)
27th November, 2022, Guwahati, Assam, India.**

CERTIFICATE NO : ICLTEMHST /2022/C1122918

कंपनियों के उत्पादों पर ग्राहकों की प्रतिक्रियाओं का अध्ययन

RAJESH KUMAR MAURYA

Research Scholar, Department of Commerce,
Dr. A.P.J. Abdul Kalam University, Indore, M.P., India.

साराश

मार्केटिंग हर व्यवसाय के लिए एक अत्यधिक प्रासंगिक गतिविधि है। लोग मार्केटिंग को विज्ञापन या बिक्री के रूप में देखते हैं। हालाँकि, मार्केटिंग वह सब कुछ है जो एक कंपनी ग्राहकों को हासिल करने, बनाए रखने और बनाए रखने और उनके साथ दीर्घकालिक संबंध स्थापित करने के लिए करती है। यह एक गतिशील, रोमांचक और चुनौतीपूर्ण गतिविधि है। व्यावसायिक उद्यमों की सफलता विपणन प्रबंधन की दक्षता पर निर्भर करती है। विपणन गतिविधियों में लक्षित ग्राहकों की जरूरतों और चाहतों को समझना, नए उत्पाद की योजना बनाना और डिजाइन करना, उसका उत्पादन, मूल्य निर्धारण, प्रचार और वितरण शामिल है। इसका तात्पर्य उपभोक्ता को सही कीमत पर, सही जगह पर और सही समय पर सही चीज उपलब्ध कराना है। फिलिप कोटलर ने परिभाषित किया है, "विपणन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा व्यक्ति और समूह दूसरों के साथ उत्पादों और मूल्य का निर्माण और आदान-प्रदान करके वह प्राप्त करते हैं जो उन्हें चाहिए और चाहिए।" एक व्यवसाय के कई उद्देश्य हो सकते हैं जिसमें लाभ कमाना भी शामिल है। लेकिन गहन विश्लेषण पर यह देखा जाता है कि व्यवसाय का सबसे समझदार उद्देश्य उपभोक्ता संतुष्टि होना चाहिए। सफल मार्केटिंग कंपनियां लगातार उपभोक्ता की जरूरतों, चाहतों और वरीयताओं की निगरानी करती हैं।