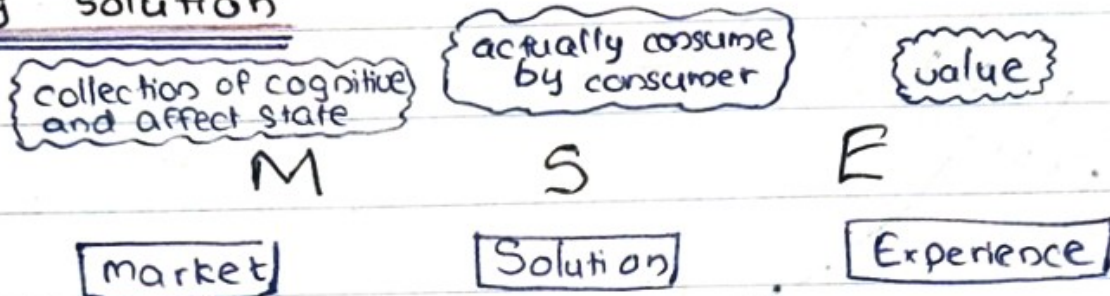


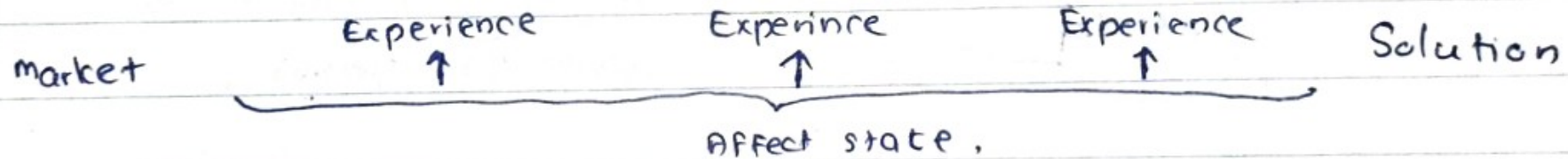
2023.10.06

## Designing solution



- \* Solution and interaction between consume and reinforcement.
- \* Consume and value experience and expectation.

when we designing a solutions, we need to make MSE into consideration



## Value

Released Psychological tension because of consumption.

\* Consume කරන කാര്യങ്ങൾ physically use කරන නමුත් അതിൽ මනස  
 හි psychological interact කරන නිසා.

\* Tension reduce වීමෙන් satisfy වීම value ലെ නല്ല experience  
 නිසාවෙනි.

## Value profile (Categories of value profile or solution)

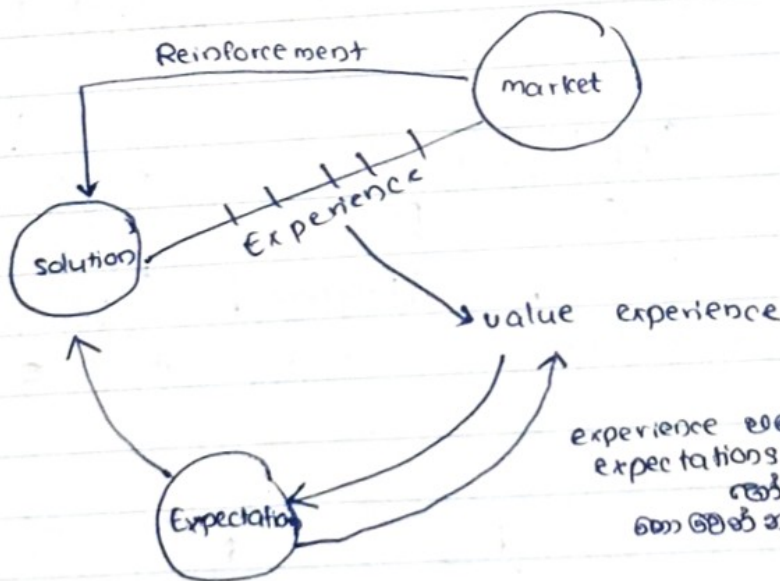
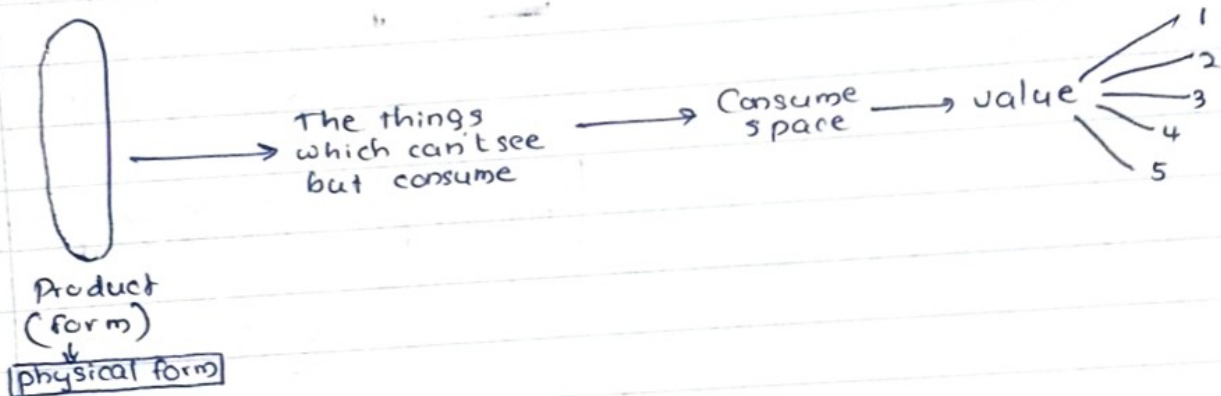
(Instrumental) • Utilitarian → Physical environment එහි certain changes කරන.  
 ex:- Coding.

• Hedonic

• ~~Sacrifices~~ Sacrifices

• Psychological } Symbolic.

• Social

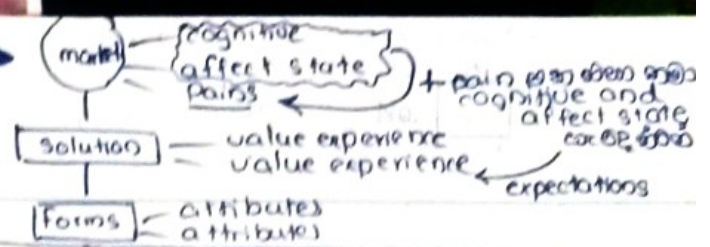


experience වෙනස්  
 expectations satisfy වීමෙන්  
 නිසා නිසා වෙනස් වේ.



utilitative function  
 ഉപയുക്ത പ്രവർത്തനം  
 കാര്യം

## Value profile



## Categories of Value

### 1. Instrumental value (physical)

physical interaction space and changes and Product's performance of expected functions.

Desired characteristics of a product.

- ഉപയുക്ത പ്രവർത്തനം (physical needs satisfy)
- നോബിൾ സ്റ്റാൻഡേർഡ് (nobel standards)
- കവർഡി (to cover body)
- ഫാഷൻ (to fashion)

### 2. Hedonic value (sensory) → Create sensory/experience/emotions with the product.

- Clothing → രണ്ട് വർണ്ണങ്ങൾ ഉൾപ്പെടെ സൂര്യൻ } product ഉൾപ്പെടെ സൂര്യൻ
- Jersey ഉൾപ്പെടെ സൂര്യൻ } sensory value ഉൾപ്പെടെ

- ഗെയിം / ഗെയിം പാർട്ട്നർ ഗെയിം ഗെയിം ഗെയിം ഗെയിം

## Function :- Eat for hungry

### Utilitarian value

- (ഉപയുക്ത പ്രവർത്തനം)
- ഗെയിം പാർട്ട്നർ ഗെയിം

need ഉൾപ്പെടെ fulfil ഗെയിം

### Hedonic value

- Burger (ഗെയിം ഗെയിം)

need ഉൾപ്പെടെ fulfil ഗെയിം sensors

- \* Taste ഉൾപ്പെടെ ഉൾപ്പെടെ
- \* ഉൾപ്പെടെ ഗെയിം ഗെയിം

### 3. Symbolic value

psychological (ഗെയിം ഗെയിം) social (ഗെയിം ഗെയിം)

instagram } Post ഗെയിം ഗെയിം  
 facebook } comment, like ഗെയിം  
 tik-tok } ഗെയിം ഗെയിം

Psychological meaning associated with a product (How to we grow self-worth)

- Personal meaning - (my mom use it)
- Self expression ("what it tells about me")

• Social meaning ("What the society things of me")

• Conditional meaning

↳ socio cultural :- ethnic meanings

ex:- malabar :- ഗെയിം ഗെയിം

Commercial Credit :- ഗെയിം ഗെയിം ഗെയിം ഗെയിം

## Function :- Eat for hungry.

• Utilitarian :- ഗെയിം ഗെയിം

• Hedonic :- sensors satisfy ഗെയിം ഗെയിം

• psychological :- ഗെയിം ഗെയിം relaxation ഗെയിം

• social :- ഗെയിം ഗെയിം famous ഗെയിം social media ഗെയിം

symbolic value

- Value elements will have a value hierarchy like effects.

- When they seek out value elements of the higher order the lower order values will

#### 4. Sacrifice value (expectation and experience)

##### ⊙ Minimizing the cost of all

- Monetary cost
  - Pre purchase cost
  - Purchase cost
  - use cost
  - post-use cost
- Energy cost
  - Effort
- Psychit cost
  - stress
  - perceived risk
- Time cost
  - Time invested for getting the product

#### Value stack

Social

Psychological

Hedonic

Instrumental

Social value

#### Sources of value - interaction space

Information - Through customer communication activities - IMC websites

Product - Thought product features and RSD.

Interactions - Customer interactions through employees and systems through proper recruitment and training.

ex:- appreciation, recommendations

Environment - Consumption environments through interior design, facilities, merchandizing

Ownership - Transferring ownership, at till payments, packaging and delivering

#### Value creation framework.

	Information	Product	Interaction	Environment	Ownership
Instrumental / Functional	Educating customer	Product features	Timeliness of service	Appropriate lighting	Easy payment Timely delivery
Hedonic / Experiential	Creative ads to trigger emotions	Small, comfort	Relational bonds	music that creates enjoyable shopping	Presentation goods
Symbolic	Interpreting meaning ex:- You are so special	Personal meaning with brand ex:- Harley Davidson	Prestige of being into such interactions	Attractive decoration	Enhances with last wraps
Sacrifices	Comparative ads	Reducing risk (ex:- warranty) discounts	Providing assurance & reducing personal cost	Free simple parking	Provide parking

# Solution space

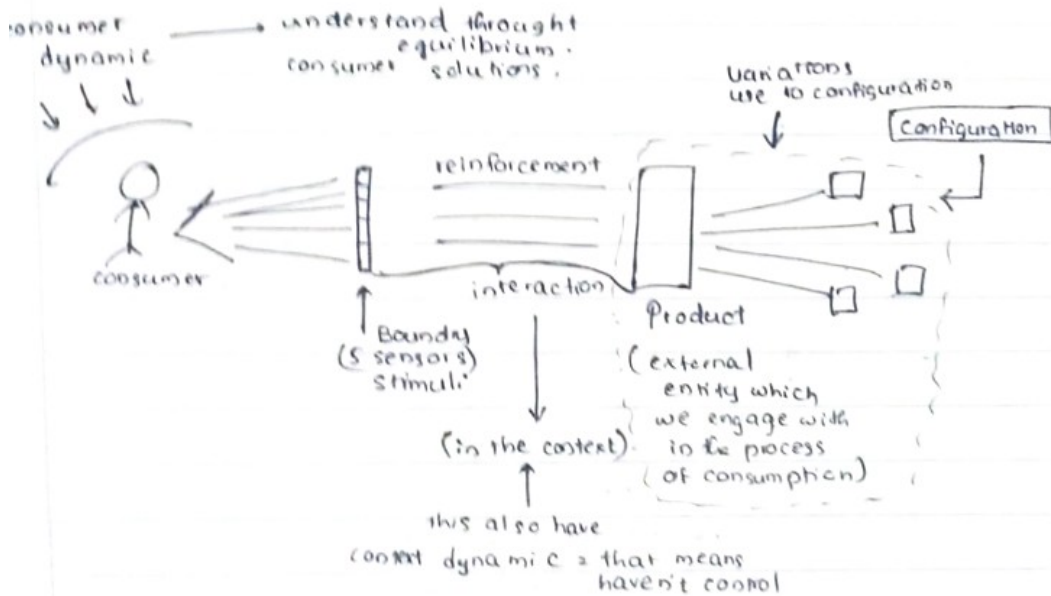
Interaction space

Consumption space

physical space

ex- UI / UX in software

psychological space



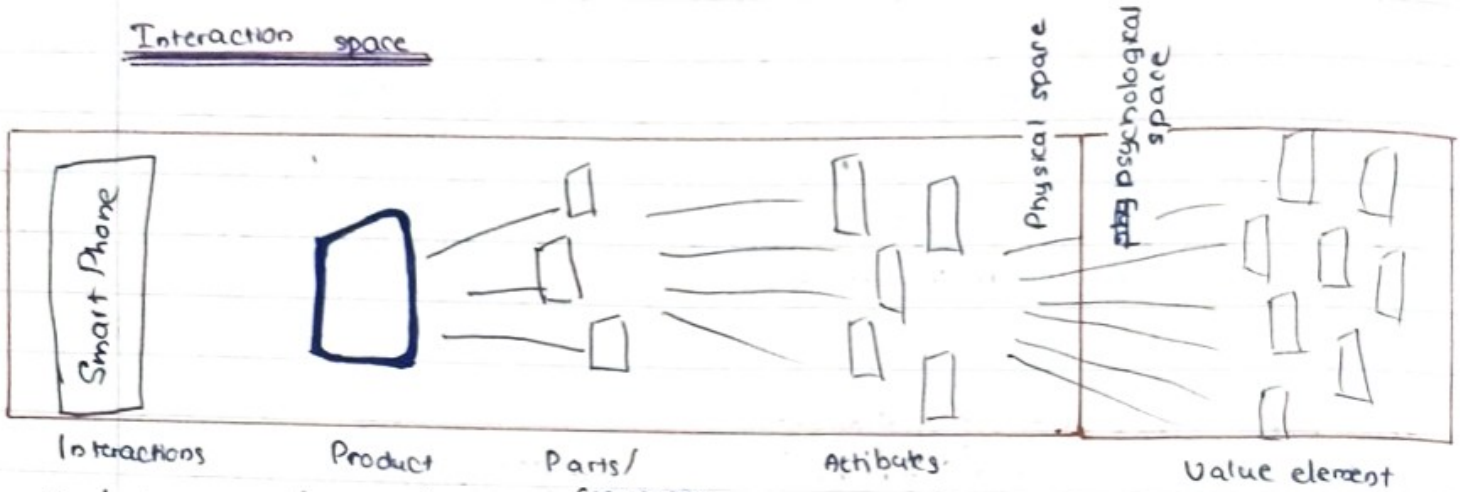
Reinforcement interaction ലഭിക്കുക മാത്രമല്ല consumer ഇടയിൽ ഒരു തരം interaction ലഭിക്കുക മാത്രമല്ല context ലഭിക്കുക എന്നതാണ്. ഒരു dynamic context ലഭിക്കുക configurations ലഭിക്കുക മാത്രമല്ല interaction ലഭിക്കുക. (dynamic context ലഭിക്കുക control ലഭിക്കുക എന്നതാണ് ഇതിൽ ഇതിൽ configuration levels ലഭിക്കുക).

Consumer ഉള്ള sensory stimulus ലഭിക്കുക, ഇതിൽ reinforcement ലഭിക്കുക എന്നതാണ് product ലഭിക്കുക interaction ലഭിക്കുക എന്നതാണ്.

Configurations ലഭിക്കുക മാത്രമല്ല ഇതിൽ ഇതിൽ ഇതിൽ ഇതിൽ dynamic context of interaction ലഭിക്കുക എന്നതാണ് configuration ലഭിക്കുക ഇതിൽ ഇതിൽ.



# Interaction space



Interactions  
Touch screen  
Touch screen  
Touch screen  
Touch screen

Product  
(physical)

Parts/  
Components  
(product elements)

Attributes

Value element

ex:-

Macbook ലെക്ക് പ്ലാസ്റ്റിക് കോട്ടിംഗ്  
ലെക്ക് മെൽ market  
ലെക്ക് വീണ്ടും ലെക്ക് drop  
down ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
features കെൽ, കെൽ  
coating ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
Sensory stimuli ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക്.

ലെക്ക് ലെക്ക്  
smart phone ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
type ലെക്ക് ലെക്ക്  
sensory satisfaction.

ലെക്ക് interactions product  
ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് consumer ലെക്ക്  
ലെക്ക്.

lap കെൽ  
gen 3, 5, 7 കെൽ  
കെൽ 7 കെൽ.  
ലെക്ക് ലെക്ക് കെൽ  
ലെക്ക് ലെക്ക്. ലെക്ക്  
psychology purpose  
only functionality  
ലെക്ക് ലെക്ക്.

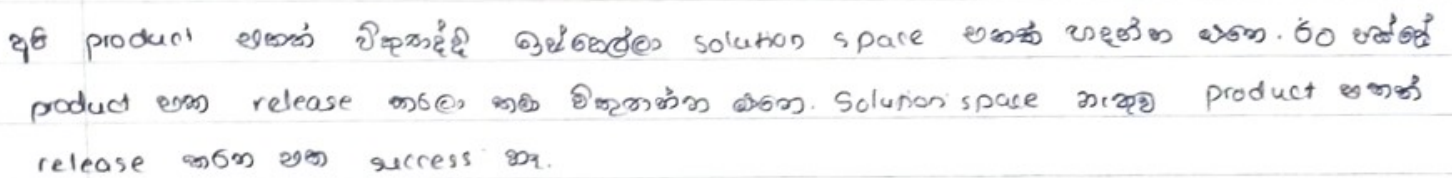
Apple macbook ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
product ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക്. ലെക്ക്  
ലെക്ക് self show off  
ലെക്ക് ലെക്ക്. psychological  
purpose ലെക്ക് self  
worth core ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് use ലെക്ക്.

\* advertising ലെക്ക്,

ex:- intel talks about  
nanometer  
ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക്.

ലെക്ക് tech persons  
lap appearance ലെക്ക്  
ലെക്ക് ലെക്ക്. functionality  
ലെക്ക് ലെക്ക് ലെക്ക്  
ലെക്ക്.

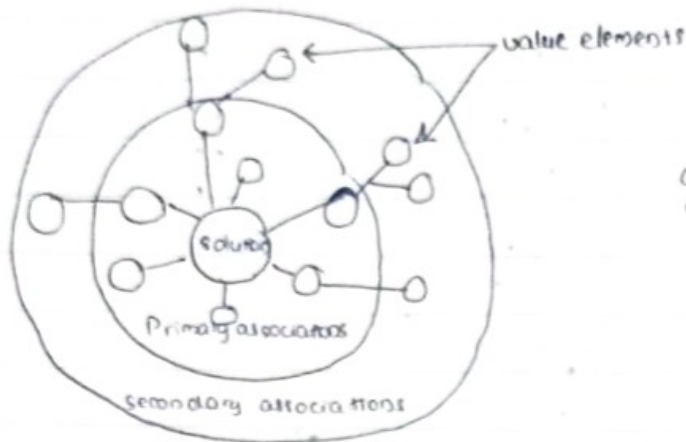
Satisfaction → reduce tension between expectation and reality.



අපිට බලුව පහ idea ඉතෝමි මම පාමන නෑන බුදුමට consuming process ඉනු මම  
ගම්නම.

## Associated value profile (AVP) of a solution.

ഇക്കാര്യം interaction space ന്ന value space ലെ ഒരു ഘടന.



Colour code different types of elements.

- Utilitarian
- Hedonic
- Symbolic
- Sacrifice

### Middle one - solution

ഒരു ചിലവ് ഉണ്ടാക്കുന്ന ഒരു വസ്തു.

ex:- washing  
watching  
eating.

### Primary associations (solution ലെ ഒരു ഘടന)

ഒരു ചിലവ് ഉണ്ടാക്കുന്ന ഒരു വസ്തു.

ex:- Apple laptop ലെ ഒരു ഘടന. ഉദാഹരണം: features.

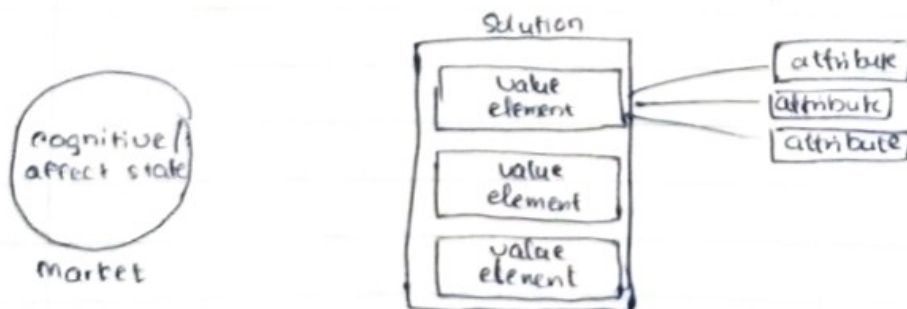
### Secondary associations (primary associations ന്റെ ഉപയോക്താക്കളുടെ)

value levels

ex:-

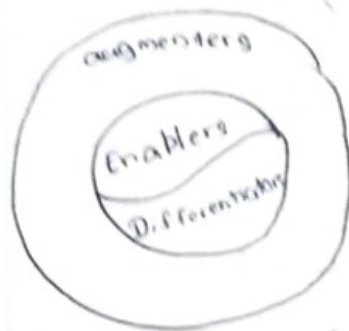
### Value element

Category of signals associated with a specific cognitive or affect state that would primarily instrumental in setting a single or a set of pairs.





## Value profile classifiers



0th ring  
(Primary level of value profile)

Enablers

ex:-  
lap അയ്യ  
കളക്ടറിയെ  
മെക്കാനിക്  
നിരവോ  
ചിട്ട അയ്യ  
കുടി അയ്യ  
ലൈംഗിക ലൈംഗിക  
അ. രാ. അ.  
value ന്നു  
കുടിമെ മെക്ക  
യ.

Differentiators

ex:-  
enable മെക്കാനിക്  
മെക്കാനിക്  
കുടിമെ ലൈംഗിക

Symbolic  
Sacrifices

Instrumental  
Hedonic

This classification is based on  
value element association with  
consumer market.



1st ring

augmenters

primary ring രണ്ട് കമ്മ്യൂണിറ്റി  
comparative product ഉള്ള  
കുടിമെ ലൈംഗിക കുടിമെ  
യുടെ solution ഉള്ള enable  
അയ്യ.  
ex:- iphone ന്നു ലൈംഗിക  
samsung ന്നു ലൈംഗിക  
Traction point ഉള്ള കുടിമെ  
അ. അ. block അയ്യ.

## Enablers, differentiators and augmenters

### Enablers

- Appears in primary ring of VP
- The value elements keep the entire VP enabled.
- These are the reasons why consumers 'consider' the solution.
- Must ensure that these elements are always included and maintained fully.
- Often not communicated in 'consumer mind configurations'
- Commonly defines generic solution/industry of a solution.

ex:- Rolex watch ന്നു കുടിമെ ലൈംഗിക കുടിമെ ലൈംഗിക self worth കുടിമെ  
Boeing problem (\*watch)

Rolex - elements associated with keeping and displaying accurate time.

Boeing - elements related to ability to fly and safety of a flight.

iPhone ലെക്ക് ഉൾപ്പെടെ social value ലെക്ക് നൽകുന്നു.  
 Nominal ലെക്ക് നൽകുന്നു functional value.  
 Date: \_\_\_\_\_

### Differentiators

- Appears in primary ring of VP
- These are the value elements that determine the market realization of a solution.
- These elements are used in consumer mind configurations.
- These are what converts consumers from 'considering' to 'buying'.
- These elements ensure business survival.

ex:- Rolex - elements that are associated with prestige and social empowerment  
 Boeing - elements related to flight operational economies and in-flight entertainment.

### Augmenter

- Enhances the value elements primarily associated with
- Appears in secondary and above rings of the VP
- As the market matures, these value elements have the potential of getting converted to primary value elements.

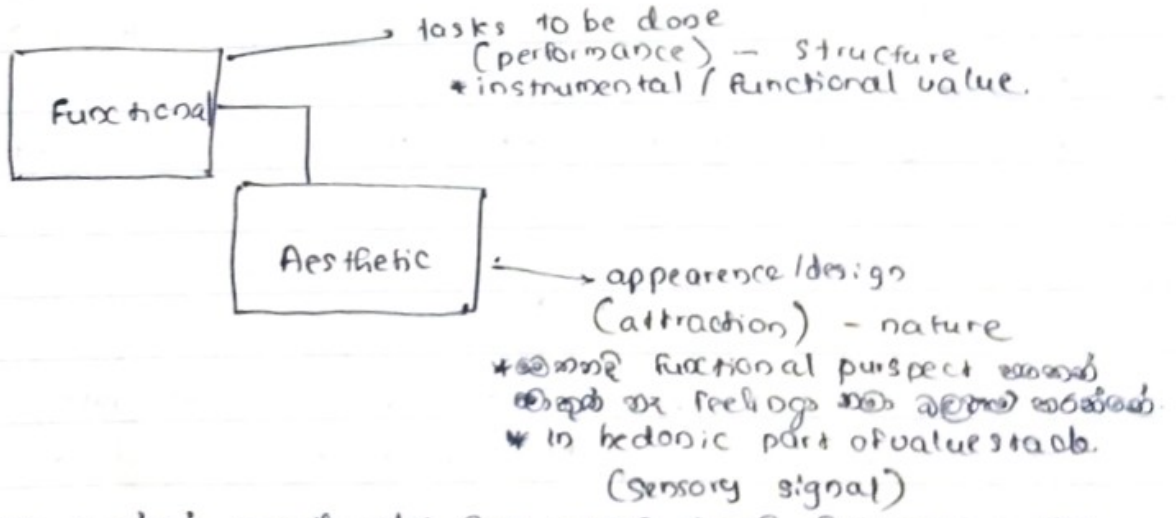
ex:- Boeing - elements associated with compatibility.

[2023.10.20]

### Attributes

- ഉയർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കാൻ കഴിയുന്നവയെയാണ് functional features എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.
- ഉയർന്ന ഉൽപ്പന്നങ്ങൾക്ക് ലഭിക്കാൻ കഴിയുന്നവയെയാണ് aesthetic features എന്ന് വിളിക്കുന്നത്.

Characteristic of a form that becomes a source of signal for five senses.



ex:- Delandiers, കടൽക്കര smooth rides ഉൾപ്പെടെ. കടൽക്കര functional value ലെക്ക് നൽകുന്നു.

Functional value ലെക്ക് നൽകുന്നു.  
 Aesthetic value ലെക്ക് നൽകുന്നു.  
 Functional value ലെക്ക് നൽകുന്നു.  
 Aesthetic value ലെക്ക് നൽകുന്നു.

## Consumer segmentation and solution classification

එහෙම වර්ගය solutions මගින් පැහැදිලි කළ හැකි කරුණක් වෙයි.

ex:- plane ലക്ഷ്യ ഫീറ്റ് 1<sup>st</sup> class വിനോദ ഓൺ an economic class ഓൺ നൽകി  
ഭൗതികം perspective ചുരുക്കത്തിൽ ~~അതിനെ~~ <sup>അതിനെ</sup> ~~എന്ന~~ <sup>എന്ന</sup> function ഉപയോഗിച്ച്  
travel through plane for another country.

ex:- Function ~~is~~ ~~also~~ ~~also~~ ~~also~~ iPhone and other brands are in different markets.

## Thinking

- dimensional difference {rotation}
- composition difference
- cyclical difference

## Skill

- develop classifiers
- assessing a difference
- Template formation

ex: male  
female

## Segmentierung

- ② Dividing a market into distinct needs, characteristics or behavior ~~that~~ who might require separate product or marketing mixes.
- ③ Understanding the similarities and differences in the market.

Each of these areas has a set of associated pairs that can be address with a unique value profile.

With a unique value profile  
 Pain and FULAI are solutions, விவ துணர் உருள் கவ்வல் ட் விவ துணர் வ  
 உருவல் லுள் கருவல் துருவல், துருவல் solutions கருவல்.

அ.- 4431 அம்ம திட்டம் இன்னும் தாமதமாகி விட்டது என்பது உண்மை.



Now suppose that you are to launch a new product or redesign the existing one ... what would you do?

When you are to design a solution, first think

Through a product, you provide an answer to a consumer's question

How many of your consumers will give "Yes" to your solution?

### Multidimensional nature classification

ഈ classification അതിർത്തി basically common ഉള്ളത് categorise ചെയ്തതാണ്.

\* They are the splits in the multidimensional space. These splits will coincide with differential consumptions.

relative  
Time means the change. Not consumed minutes, sec...

\* main product brand അല്ലെങ്കിൽ Brands അതിർത്തി നൽകുന്നു, അത് ഒരു solution space ലെ.

ex:- Unilever  
Nestle  
Kellogg's

## Why segmenting?

- Identify the customer needs and wants.
  - They are different in their pains and resources to attend to pains.
- Higher profits
- Growth opportunities
- Sustainable customer relationships in phases of customer lifecycle.
- Better communication.
- Stimulate innovation through understanding differences.

## Classifiers (Segmentation bases)

Behavioural	Psychographics	Demographics	Geographic
according to behaviours based on knowledge, use or respond	according to different people mindset	according to different factors like age, gender, attitude.	according to places

## Behavioural segmentation

Divide the market into groups based on knowledge, use or respond to a product.

Occasions segmentation  
ex:-

- Valentines day
- Birthdays
- Consumption moment

ex:-  
മാർഗ്ഗം മാർഗ്ഗം മാർഗ്ഗം  
marmite ready to drink.

Benefit segmentation: usefulness  
\* Based on the different benefits that a consumer seeks from a product  
\* value priorities  
ex:- standard vs enterprise editions of software

Usage status

- \* whether nonusers, new users, current users and ex-users.
- \* Different marketing mixes should be used depending on the current and desired status.

Usage rate

ex:- internet usage

## Psychographic segmentation (Internal affairs)

Divide a market into different groups based on what you express through your inner self.

Social classes  
ex:- clubs

Life style  
ex:- lion, pepsi, Nescafe

Personality characteristics  
ex:- malboro

Expression segmentation.  
ex:- ഓൾ ട്രാക്ക് ബൈക്ക്

Harley Davidson gives out a lifestyle more than a bike ...  
... but it cannot do that without an extremely good bike.

Date: \_\_\_\_\_ No: \_\_\_\_\_

### ① Demographic segmentation.

Age and life cycle stage

ex:- children, teens, adults.  
insurance, bank accounts

Gender segmentation

ex:- clothing, washing machines,  
polishers, lawnmower

Income segmentation

ex:- income tax, income tax rebate, insurance  
ex:- Jaguar Vs Hyundai

### ② Geographic segmentation.

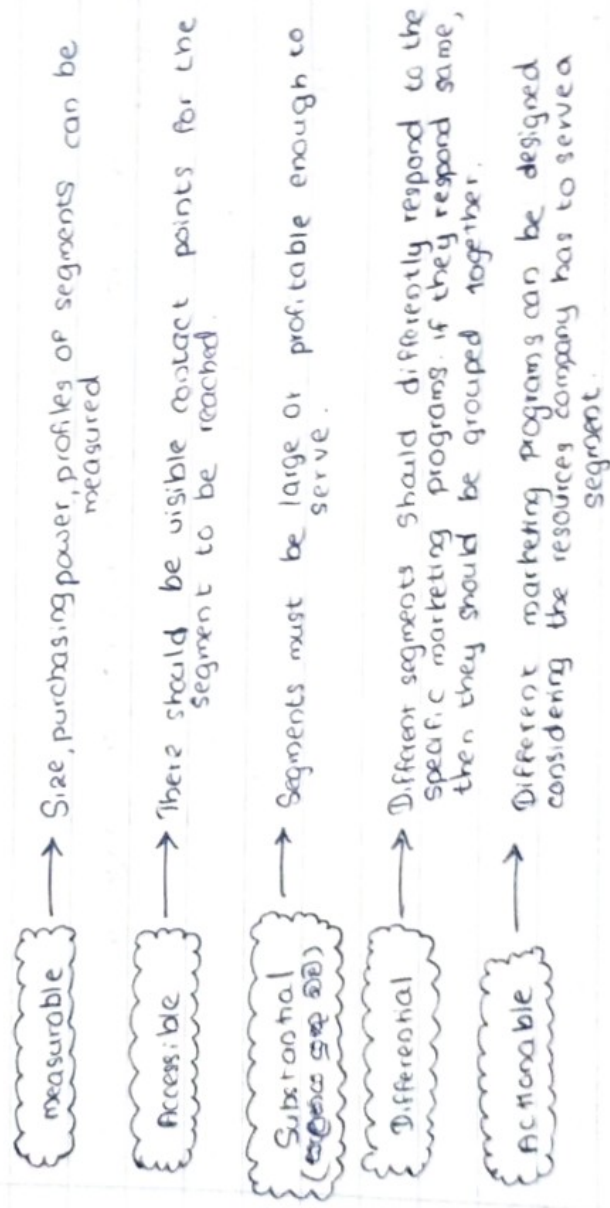
Divide the market based on different geographical units

ex:- State, region, cities, countries.

Need to understand unique challenges posed by nature

National cultural is determined by nature

### Effective segmentation - evaluation matrix.





Suppose that you are to launch a new product or redesign the existing one. what would you do?

Deciding whether to launch a new product or redesign an existing one depends on various factors, including market demand, competition, budget, and resources.

Considerations which are help to make an informed decisions:-

#### \* Launching a new product

1. Market demand:- If there is a gap in the market that a new product can fill, or if you have identified an untapped niche, launching a new product might be best option.
2. Innovation:- If new product offers a significant technological advancement, unique features, or solves a prevalent problems, it can create buzz and generate interest among consumers.
3. Target audience:- If targeting a different demographic or market segment, a new product designed ~~esse~~ specially for them might be more effective than redesigning an existing product.
- 4 Brand image :- If want to diversify your brand or create a new brand identity, launching a new product allows for a fresh start without the constraints of existing brand perceptions.
- 5 Resources:- If you have the necessary resources, including financial, human, and manufacturing capabilities, to develop and market a new product, launching a new one could be viable option.

#### \* Redesigning an existing product

1. Market feedback :- If existing product has received positive feedback but needs improvement, a redesign based on customer feedback can enhance its features, usability, and overall customer satisfaction.
2. Cost effectiveness:- Redesigning an existing product can be more cost effective than creating an entirely new product from scratch, especially if the core concept is strong and need to make incremental change.
3. Brand loyalty :- If existing product has a loyal customer base, a redesign can breathe new life into the product, keeping existing customers engaged and attracting new ones who may have been hesitant before redesign.
4. Competition :- If competitors have similar products in the market, a well-executed redesign can help your product stand out, especially if you can address the shortcomings of competing products.
5. Time constraints:- Redesigning an existing product can be quicker than developing a new one since you already have a foundation to work with. If time is a critical factors, a redesign might be way to go.

අලුත් product එකක් හඳුන්වා දෙන එමෙන් risk නිසා වැඩි මෙහෙය market මගේ එක customer base එකක් මැනවින් කිසිදු product එකක්ම redesign කරන හොඳ solution space මගේ options ඒ අදාල company එකම පුළුල් වෙතවා. එක නිසා විවිධ එකම pain නිසා full කරන්න solution space, එකම විවිධ විවිධ solutions එකතු කරන හොඳ අදාල company මගේ profits stable කරගන්න පුළුවන්.