



[123doc] -  
tieu-luan-mon-kinh-doanh-quoc-te-tiep-thi-lo-viba-o-mot-thi-tru  
ong-moi. tiểu luận mại quốc tế  
Nguyên lý marketing (Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội)

## CASE 1-4

### Marketing Microwave Ovens to a New Market Segment

You are the Vice President of International Marketing for White Appliances, an international company that manufactures and markets appliances globally. The company has a line of microwave ovens—some manufactured in the United States and some in Asia—which are exported to the U.S. market and Europe. Your company markets several high-end models in India that are manufactured in the United States. Your presence in the Indian market is limited at this time.

White Appliances has traditionally sold to the high-income segment of the Indian market. However, India is in the midst of a consumer boom for everything from soda pop to scooters to kitchen appliances. Demand for microwave ovens jumped 27 percent in two years amid surging demand for kitchen conveniences. Sales have been spurred by declining import tariffs and rising salaries, as well as the influx of companies reaching to all ends of the market. India has about 17 million households—or 90 million people that belong to the country's middle class, earning between \$4,500 and \$22,000 annually. Another 287 million are “aspirers,” those that hope to join the middle class. Their household income is between \$2,000 and \$4,500. In 2010, these two groups combined number 561 million. Furthermore, significant numbers of Indians in America are repatriating to their homeland and taking their American

### Tiếp thị lò viba ở một thị trường mới.

Bạn là Phó Chủ tịch Marketing quốc tế của công ty White Appliances, một công ty quốc tế chuyên sản xuất và tiếp thị các thiết bị gia dụng trên toàn cầu. Công ty có một dòng các sản phẩm về lò viba được sản xuất tại Hoa Kỳ và một số nước ở châu Á sau đó xuất khẩu sang thị trường của Mỹ và Châu Âu. Công ty của bạn giới thiệu một số mẫu sản phẩm lò viba cao cấp tại Ấn Độ được sản xuất từ Mỹ. Tuy nhiên việc tiếp thị đang gặp khó khăn tại thị trường này.

Công ty White Appliances có truyền thống bán hàng cho những phân khúc khách hàng có thu nhập cao tại Ấn Độ. Tuy nhiên, Ấn Độ đang trong giai đoạn bùng nổ về tất cả các sản phẩm tiêu dùng từ soda, xe tay ga cho đến dụng cụ gia dụng trong bếp. Nhu cầu sử dụng lò viba của người Ấn Độ tăng 27% trong vòng 2 năm trong bối cảnh đòi hỏi ngày càng cao các điều kiện tiện nghi trong bếp. Doanh số bán hàng gia tăng bởi việc giảm thuế nhập khẩu và tăng tiền lương, cũng như sự xuất hiện của nhiều công ty trên tất cả các phân khúc của thị trường. Ấn Độ có khoảng 17 triệu hộ gia đình tương đương 90 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu của đất nước, có thu nhập từ \$ 4.500 và \$ 22.000 mỗi năm. 287 triệu hộ gia đình khác hy vọng sẽ gia nhập tầng lớp trung lưu này. Thu nhập của các hộ gia đình này vào khoảng \$ 2.000 đến \$ 4.500. Năm 2010, số hộ gia đình sẽ tăng lên 561 triệu hộ. Hơn nữa, còn có số lượng lớn kiều

spending habits and expectations back home with them. After preliminary analysis, you and your team have come to the conclusion that in addition to the market for high-end models, a market for microwave ovens at all price levels exists.

Several international companies like Samsung, Whirlpool, and LG Electronics India are entering the market with the idea that demand can be expanded with the right product at the right price. There are, however, several challenges in the Indian market, not the least of which is the consumer's knowledge about microwaves and the manner in which they are perceived as appliances.

In conducting research on the market, your research team put together a summary of comments from consumers and facts about the market that should give you a feel for the market and the kinds of challenges that will have to be dealt with if the market is to grow and if White Appliances is to have a profitable market share.

- Five top consumer durable companies are in the race to sell the oven, but to sell the product, they must first sell the idea. The players do not agree on the size of the market or what the oven will do for the Indian family.

- It may be a convenient and efficient way to cook, but microwave ovens were invented with European food in mind. "Only when Indian eating habits change can the microwave ovens market grow in

bảo Ấn Độ tại Mỹ quay về quê hương mang theo các thói quen và các kỳ vọng về cuộc sống tiện nghi như tại Mỹ. Sau khi phân tích sơ bộ, bạn và nhóm của bạn đã đi đến kết luận rằng ngoài phân khúc chỉ gồm các mẫu sản phẩm cao cấp, còn có những phân khúc mà sản phẩm lò viba ở đó có nhiều mức giá khác nhau.

Một số công ty quốc tế như Samsung, Whirlpool, và LG Electronics Ấn Độ đang thâm nhập thị trường này với ý tưởng rằng thị phần có thể được mở rộng nếu những sản phẩm này có giá hợp lý. Tuy nhiên, vẫn tồn tại một số thách thức khi gia nhập thị trường Ấn Độ, trong số đó là kiến thức của người tiêu dùng về lò viba và họ chỉ coi nó như các vật dụng thông thường khác mà thôi.

Khi tiến hành nghiên cứu về thị trường, đội ngũ nghiên cứu của bạn đưa ra một bản tổng hợp tóm tắt các ý kiến của người tiêu dùng và các yếu tố về thị trường, nó sẽ giúp bạn cảm nhận về thị trường và những thử thách mà bạn cần phải xử lý nếu công ty của bạn muốn gia tăng thị phần và lợi nhuận tại thị trường này.

- Tốp 5 công ty có sản phẩm được tiêu thụ nhiều nhất đang cạnh tranh trong cuộc đua bán lò viba trên thị trường, nhưng để bán sản phẩm, họ cần phải cải tiến công nghệ. Các công ty không chấp nhận thị phần hiện tại của mình hoặc những lợi ích mà sản phẩm này mang lại cho các gia đình Ấn Độ.

- Lò viba có thể giúp việc nấu ăn được hiệu quả và thuận tiện hơn, nhưng nó được phát minh là dành để nấu các món ăn châu Âu. "Chỉ khi thói quen ăn uống của người Ấn Độ thay đổi thì thị trường

a big way,” says one market leader in appliances.

- Some companies disagree with the previous statement. Their contention is that all Indian dishes can be prepared in a microwave; people only need to know how to use one. Consumer comments were mixed.

- One housewife commented, “The microwave oven was the first purchase after my wedding. I bought it only because I liked it and I had the money. But I must say its performance surprised me.”

- “Men no longer have an excuse for not helping in cooking. My husband, who never before entered the kitchen, now uses the microwave oven to cook routinely.”

- “Somebody gifted it to me but food doesn’t taste the same when cooked in a microwave whatever the company people may claim.”

- “Microwave ovens will be very useful and they are fast becoming as essential as a fridge.”

- “Ovens **are of great use** to bachelors. They can make curries every day or sambhar every day. If you heat in a regular oven sambhar or dal for the second or third time it will have a burnt smell. The microwave oven will not get you any such problem. It will be heated and at the same time as fresh as if it was made now.”

- “Some people say that using a microwave oven is lazy and getting away

lò viba có thể phát triển mạnh mẽ hơn”, một nhà quản lý trong thị trường thiết bị gia dụng cho biết.

- Một số công ty không đồng ý với tuyên bố trước đó. Họ tranh cãi rằng tất cả các món ăn Ấn Độ có thể nấu bằng lò viba, mọi người chỉ cần biết các làm thế nào để sử dụng nó mà thôi.

Những ý kiến của người tiêu dùng đã được tổng hợp như sau:

- Một bà nội trợ nhận xét, “lò viba đầu tiên tôi mua là sau đám cưới của tôi. Tôi mua nó chỉ vì tôi thích nó và tôi có tiền. Nhưng tôi phải nói hiệu quả của nó khiến tôi ngạc nhiên”.

- “Đàn ông luôn tìm có để trốn tránh phụ giúp nấu nướng. Chồng tôi, người trước đây không bao giờ chịu bước chân vào bếp, bây giờ ông ấy đã sử dụng lò viba để nấu ăn thường xuyên”.

- “ Một người nào đó tặng nó cho tôi, nhưng thực phẩm không giữ được mùi vị khi được nấu bằng lò viba như các cty từng khẳng định.”

- “ Lò viba sẽ rất hữu ích và trở nên cần thiết như tủ lạnh.”

- Lò viba sẽ là hữu ích lớn cho những người sống độc thân. Họ có thể nấu món cà ri mỗi ngày hoặc món sambhar mỗi ngày. Nếu bạn nấu món sambhar với một cái lò bình thường hoặc món dal với lần thứ hai hoặc ba, nó sẽ bị mùi khét. Lò viba sẽ không gây ra những vấn đề như vậy. Nó có thể được nấu và vẫn giữ tươi ngon như thể bạn vừa làm nó.

- Một vài người nói rằng sử dụng lò viba sẽ lười và lấy đi sự tươi ngon của thực

from the traditional 'Indian culture' of always fresh food. I say that microwaves **are of greatest use** when you are very busy and not lazy. There are times when piping hot food rapidly becomes cold, especially in winter and a microwave is the easiest, quickest and cleanest way to heat up, so it even has applications in a traditional family running on 'Indian Culture' mode."

To the chagrin of microwave oven marketers, the Indian perception of the gadget remains gray. Yet, **for the first time in the some seven years that it's been officially around, optimism toward the microwave has been on the upswing.**

- A microwave oven is beginning to replace the demand for a second television or a bigger refrigerator. The middle income consumer comes looking for novelty, value, and competitive pricing.

- **The penetration level of microwave ovens remains shockingly minuscule, under 1 percent. The top seven cities comprise nearly 70 percent of the market with Delhi and Mumbai (Bombay) recording the highest sales. But the good news is that the microwave is beginning to be seen in smaller towns.**

- When asked about the nonurban market, one microwave oven company executive commented, "We know it's an alien concept for the rural consumer, but we want to do our homework now to reap the **benefits years later. Once the consumer is convinced a microwave can actually be part of daily cooking, the category will**

phẩm trong văn hóa truyền thống Ấn Độ. Tôi nhấn mạnh rằng lò vi ba có hữu ích lớn khi bạn quá bận rộn và không lười biếng. Có những lúc, khi mà thực phẩm đang nóng sôi sùng sục bị nhanh chóng trở nên nguội lạnh, đặc biệt là trong mùa đông và 1 lò viba là cách sớm nhất, nhanh nhất và sạch sẽ nhất để hâm nóng thức ăn trở lại. Vì vậy, nó còn được áp dụng vào các gia đình truyền thống truyền thống theo văn hóa Ấn Độ.

Sự chán nản của các nhà tiếp thị lò viba, sự nhận thức của người Ấn Độ về những tiện ích này vẫn còn là màu xám. Tuy nhiên, lần đầu tiên trong vòng bảy năm, nó được chính thức thừa nhận khách quan lò vi ba đã được sử dụng một cách cải thiện.

- Lò viba đang bắt đầu thay thế nhu cầu thứ hai của tivi hay lớn hơn là tủ lạnh. Những người tiêu dùng có thu nhập trung bình đang hướng đến sự đổi mới, giá trị, cũng như giá cả cạnh tranh.

- Mức độ thâm nhập thị trường của lò vi ba vẫn còn là con số quá nhỏ, chưa đến 1%. Bảy thành phố hàng đầu chiếm gần 70% với thị trường Delhi và Mumbai được ghi nhận với doanh thu cao nhất. Nhưng tin tốt là lò vi ba sẽ bắt đầu được thấy ở các thị trấn nhỏ.

- Khi được hỏi về các thị trường ngoài thành thị, các chuyên gia của các công ty về lò vi ba nhận xét: "Chúng tôi biết nó là khái niệm xa lạ đối với các người tiêu dùng địa phương, nhưng chúng tôi muốn làm công việc nội trợ của chúng tôi ngay bây giờ để gặt hái lợi ích cho những năm sau. Người tiêu dùng được thuyết phục

grow immensely.”

- Apart from styling and competitive pricing, marketers acknowledge that cracking the mind-set that microwaves are not suited to Indian food holds the key to future growth.

- People who own microwaves usually have cooks who may not be using the gadget in any case. Even consumers who own microwave ovens don't use them frequently; usage is confined to cooking Western food or reheating. ????

- With consumers still unclear on how to utilize the microwave oven for their day-to-day cooking, marketers are shifting away from mass marketing to a more direct marketing-oriented approach to create awareness about the benefits of the product.

- The challenge in this category is to get the user to cook in the microwave oven rather than use it as a product for reheating food. Keeping this in mind, companies are expecting an increasing number of sales for microwave ovens to come from the semi urban/rural markets. We are seeing an increasing number of sales coming from the upcountry markets.

- “Elite fad or smoke-free chullah for low-fat paranthas? Which way will the microwave oven go in the Indian market?” asks one company representative.

rằng lò viba có thể trở thành một phần thực sự trong công việc nấu nướng hàng ngày, loại sẽ nhanh chóng phát triển lớn mạnh.

- Bên cạnh kiểu dáng và giá cả cạnh tranh, các chuyên gia tiếp thị thừa nhận rằng phá bỏ nhận thức về lò vi ba không phù hợp với thực phẩm Ấn Độ là nắm giữ chìa khóa cho sự tăng trưởng trong tương lai.

- Những người sử dụng lò vi ba thường xuyên có thể sử dụng các tiện ích trong bất kỳ trường hợp nào. Thậm chí những người mà không dùng nó thường xuyên, thói quen sử dụng bị hạn chế khi chế biến các thực phẩm Phương Tây hoặc hâm nóng.

- Với khách hàng vẫn không rõ làm thế nào để sử dụng lò viba ngày qua ngày cho việc nấu nướng, các nhà tiếp thị đang thay đổi từ tiếp thị đại chúng sang định hướng tiếp thị trực tiếp, nhằm tạo sự nhận thức về lợi ích của sản phẩm.

- Thách thức đối với sản phẩm này là hướng dẫn cách sử dụng lò vi ba vào cách nấu nướng hơn là sử dụng sản phẩm để hâm nóng thức ăn. Trong suy nghĩ, các công ty đang mong đợi tăng doanh thu sản phẩm lò viba đến các thị trường bán thành thị hoặc nông thôn. Chúng tôi đang nhìn thấy một số lượng ngày càng tăng của doanh số bán hàng đến từ các thị trường trong nước.

- Nhận thức Elite hoặc bánh Chullah không khói cho vào bánh ít béo paranthas. Cách nào sẽ đưa sản phẩm lò vi ba xâm nhập thị trường Ấn Độ. Một đại diện công ty hỏi.



- Most agree on a broadly similar strategy to expand the Indian market: product and design innovation to make the microwave suited to Indian cooking, local manufacturing facility to promote innovation while continuing to import high-end models, reduce import content to cut costs, boost volumes, and bring down prices.

- Even as early as 1990, the microwave was touted as a way to cook Indian food. Julie Sahni, the nation's best known authority on Indian cooking, has turned her attention to the microwave.

And her new cookbook sets a new threshold for the microwave cook. Simply cooked lentils, spicy dal, even tandoori chicken—with its distinctive reddish color—come steaming from the modern microwave with the spices and scents of an ancient cuisine. Cynics who think microwave cooking is bland and unimaginative will eat their words.

For many, the microwave is a complicated appliance that can be used incorrectly and thus be a failure in the mind of the user.

**Some companies** now marketing in India appear to give poor service because they do not have a system to respond to questions that arise about the use of microwaves. **It appears that consumer education and prompt reply to inquiries about microwave use is critical.**

An interesting Internet site to get product comparisons and consumer comments is [www.mouthshut.com](http://www.mouthshut.com). For specific comments about one brand of microwave oven, visit [www.mouthshut.com/product-](http://www.mouthshut.com/product-)

- Hầu hết đồng ý với chiến lược tương tự để mở rộng thị trường Ấn Độ: Sản phẩm và cải tiến thiết kế để làm cho sản phẩm phù hợp với cách nấu nướng của Ấn Độ, những nhà máy địa phương, để thúc đẩy sự đổi mới, trong khi tiếp tục nhập các mẫu cao cấp hơn, giảm chi phí, tăng doanh số và giảm giá.

- Ngay từ những năm 1990, lò viba đã được chào hàng như là một cách để nấu thức ăn Ấn Độ. Julie Sahni, một nhân vật nổi tiếng trong lĩnh vực ẩm thực Ấn Độ, đã bắt đầu chú ý đến lò viba.

Và sách dạy nấu ăn mới của bà bước đầu đã áp dụng cho lò viba. Đơn giản như món đậu lăng hầm, món súp spicy dal, thậm chí là món gà tandoori - với màu đỏ đặc trưng của nó – bằng cách hấp hơi nước trong lò viba đời mới cũng mang đến những mùi vị và hương thơm như từ xa xưa. Những người hoài nghi thì cho rằng lò viba nấu ăn là nhạt nhẽo và không tưởng tượng được.

Đối với nhiều người, trong tâm trí họ, lò viba là một thiết bị phức tạp, khó sử dụng chính xác và gây sai sót.

Một số công ty tiếp thị ở Ấn Độ hiện nay lại cung cấp dịch vụ hậu mãi kém do họ không có một hệ thống phản hồi lời câu hỏi phát sinh trong quá trình sử dụng lò viba. Điều này cho thấy rằng hướng dẫn và phản hồi các yêu cầu về việc sử dụng lò viba của khách hàng là rất cấp bách.

Hãy xem một trang web site thú vị về so sánh sản phẩm và ý kiến người tiêu dùng: [www.mouthshut.com](http://www.mouthshut.com). Những ý kiến cụ thể về một thương hiệu lò viba

[reviews/LG\\_767war-925045495.html](https://www.indianmirror.com/cuisine/cus2.html).

Another site that gives some insights into Indian cooking and microwave ovens is [www.indianmirror.com/cuisine/cus2.html](https://www.indianmirror.com/cuisine/cus2.html).

## MARKET DATA

**LG Electronics, the category leader, has a 41.5 percent share** of the 1.6 lakh 1 units market; **its eight models are priced in the range of Rs 8,500–19,000 with a marked presence in the Indian family size of 28–30 liters. LG Electronics and Samsung India** dominated the segment with a collective market share of about **61 percent**.

In the early days, microwave ovens did **not figure at all in the consumer's purchase list**. Kelvinator's Magicook made a high profile entry some seven years ago. What went wrong, according to an analyst, was the pricing, which was **nothing less than Rs 20,000, and sizes which were too small** to accommodate large Indian vessels.

Efforts to grow the market are concentrated in large urban areas with routine fare such as **organized cookery classes, recipe contests, and in-house demos, giving away accessories such as glass bowls, aprons, and gloves as freebies and hosting co-promotions.**

**"To change the way you look, just change the way you cook"** was a recent tagline by one of the companies.

What will really spur the category's growth will be a change in eating habits. One company piggybacks on "freshness," a tactic the company adopts for all its

[www.mouthshut.com/product-reviews/LG\\_767war-925045495.html](https://www.mouthshut.com/product-reviews/LG_767war-925045495.html).

Một trang web khác cung cấp một số kiến thức chuyên sâu về nấu ăn Ấn Độ và lò viba

[www.indianmirror.com/cuisine/cus2.html](https://www.indianmirror.com/cuisine/cus2.html).

## DỮ LIỆU THỊ TRƯỜNG

LG Electronics, hãng dẫn đầu trong ngành hàng này, chiếm 41,5% thị phần với 1,6 triệu đơn vị; Họ có 8 model được định giá trong khoảng 8,500-19,000 rubi, chủ yếu kích cỡ dùng trong gia đình Ấn Độ là 28-30 lít. LG Electronics và Samsung Ấn Độ thống trị phân khúc này với tổng thị phần khoảng 61%.

Từ những ngày đầu, lò viba không tạo ra một dấu ấn nào trong danh mục mua sắm của khách hàng. Trong 7 năm qua, Magicook của hãng Kelvinator đã tạo ra một hình ảnh mức cao. Có điều gì sai chẳng, theo một nhà phân tích, đó là giá cả, không có loại nào thấp hơn 20,000 rubi, và kích cỡ thì quá nhỏ để chứa các thố thức ăn lớn kiểu Ấn Độ.

Những nỗ lực để phát triển thị trường tập trung vào các đô thị lớn thông qua các hoạt động thường xuyên như tổ chức các lớp nấu ăn, các cuộc thi nấu ăn, và các buổi trình diễn trong nhà, đi kèm là những chương trình khuyến mại đồng thời với tặng miễn phí các phụ kiện như thố thủy tinh, tạp dề, găng tay.

"Đổi thay đổi cách nhìn của bạn, chỉ cần thay đổi cách bạn nấu ăn" là một khẩu hiệu gần đây của các công ty.

Điều gì thúc đẩy sự phát triển mặt hàng này một cách thực sự sẽ thay đổi trong thói quen ăn uống. Một công ty nhỏ áp



product lines.

Even though consumer durable sales fell in the first quarter of 2005, the microwave oven segment, which accounts for 70 percent of unit sales in the consumer durable industry, bucked the overall trend.

The strength of microwave oven sales is attributed to the steady price reduction from Rs 7,000 for the lowest priced to Rs 5,000 over the last two years. While sales are predominantly in the urban areas, semiurban towns have emerged as a key growth driver for the category.

There is some difference of opinion on the right price for the ovens. For the microwave market to take off, its price would have to be below Rs 7,000, says one company. Since microwave ovens were introduced locally, prices have been all over the place. For example, one company prices its ovens between Rs 7,000 and Rs 18,000, another between Rs 12,500 and 15,000, and an oven with grill functions goes for Rs 17,900.

From wooing the supermom to courting the single male, the journey of microwave ovens has just begun. Once perceived as a substitute to the toaster oven and grill (OTG), microwaves today, according to companies with large shares of this segment, are more than just a reheating device.

According to one analyst, the product category is going through a transition period, and modern consumers are more educated about an OTG than a microwave. This analyst believes there is demand for both microwave and OTG categories. Microwave companies face a chicken-and-

dung chicken-and-dung strategy “tươi mới” (fresshness) cho tất cả các dòng sản phẩm của mình.

Mặc dù doanh số bán hàng tiêu dùng lâu bền giảm trong quý 1 năm 2005, phân khúc lò viba, trong đó chiếm 70% doanh số bán hàng đơn vị trong ngành công nghiệp tiêu dùng hàng lâu bền, đã đi ngược lại xu hướng chung.

Sức mạnh của doanh số bán hàng lò viba chính là do việc giảm giá đều đặn từ mức giá thấp nhất là 7,000 rubi xuống còn 5,000 rubi trong hai năm qua. Trong đó, doanh thu chủ yếu là tại các đô thị, vùng ven đô đã nổi lên như một động lực tăng trưởng chính của mặt hàng này.

Có một số khác biệt về quan điểm giá đúng cho các loại lò. Một công ty cho biết, để vực dậy thị trường lò viba, giá của nó phải thấp hơn 7,000 rubi. Kể từ khi lò viba được giới thiệu tại địa phương, giá đã được áp dụng cho tất cả mọi nơi. Chẳng hạn, một công ty đưa ra giá từ 7,000 đến 18,000 rubi, một số công ty khác là 12,500 rubi đến 15,000 rubi, và lò viba có chức năng nướng có giá 17,900 rubi.

Hành trình của lò viba bắt đầu với từ việc quan tâm những bà mẹ vĩ đại đến những anh chàng độc thân. Một khi người ta nhận ra lò viba như là một thay thế cho lò nướng (OTG), ngày nay, theo các công ty có thị phần lớn thì nó còn có nhiều tính năng hơn ngoài tính năng thiết bị hâm nóng thông thường.

Theo một nhà phân tích, các loại sản phẩm sẽ trải qua giai đoạn chuyển tiếp, và người tiêu dùng hiện đại có nhiều kiến thức về một lò nướng và vỉ nướng (OTG) hơn so với lò viba. Nhà phân tích tin rằng có nhu cầu cho cả lò viba và các loại

egg question on price and sales. Prices will not come down easily until volumes go up, while volume depends on prices.

The product is a planned purchase and not an impulse buy. Samsung has set up call centers where customers can call and get all their queries pertaining to the Samsung microwave oven answered.

Besides the basic, low-end models that lead sales, the combination models (convection and microwave) models are showing a steady increase in sales. Although the concept of microwave ovens is Western, **microwave technology has advanced to a level that even complex cooking like Indian cooking is possible**. One of the older company marketing managers, who has worked in microwave marketing most of his career, is somewhat skeptical about the prospects of rapid growth of the Indian market. He remarked that the microwave oven first introduced in the U.S. market in about 1950 did not become popular across all market segments until about the mid-1970s. Of course, now almost every household in the United States has at least one microwave. One U.S. marketer of coffee makers, blenders, crock pots, and other small appliances is exploring the possibility of distributing their appliances through Reliance retail stores. Until recently, Reliance Industries Ltd. the second largest company in India, has been in industrial and petroleum products but has now entered the retail market. Reliance is modeling itself after Walmart, and the U.S. marketer sees Reliance reaching the market for its

OTG. Công ty lò viba phải đối mặt với một câu hỏi **Con gà có trước hay quả trứng có trước ?** giữa giá bán và doanh thu. Giá sẽ không giảm một cách dễ dàng cho đến doanh thu tăng lên, trong khi doanh thu phụ thuộc vào giá.

Sản phẩm này từ việc mua hàng có kế hoạch chứ không phải mua ngẫu hứng (impulse buying) Samsung đã thành lập Tổng đài hỗ trợ, nơi khách hàng có thể gọi và được giải đáp các thắc mắc liên quan đến lò viba Samsung.

Bên cạnh những vấn đề cơ bản, mô hình low-end dẫn đầu doanh số bán hàng, mô hình kết hợp (đồng lưu và lò viba) thể hiện sự ổn định trong gia tăng doanh số bán hàng. Mặc dù khái niệm của lò vi ba xuất phát từ Phương Tây, nhưng kỹ thuật viba đã đạt đến một mức độ mà thậm chí cách thức nấu ăn khá phức tạp như cách nấu ăn của người Ấn Độ vẫn có thể thực hiện được. Một trong những nhà quản trị marketing cty mà đã làm việc hầu hết trong sự nghiệp của mình trong lĩnh vực tiếp thị lò viba cũng hoài nghi về triển vọng tăng trưởng tại thị trường Ấn Độ. Ông nhận xét rằng các lò viba đầu tiên được giới thiệu tại thị trường Mỹ khoảng năm 1950 và đã không trở thành phổ biến trên tất cả các phân khúc thị trường cho đến khoảng giữa thập niên 1970. Tất nhiên, bây giờ hầu hết các hộ gia đình ở Mỹ có ít nhất một lò viba. Một nhà tiếp thị người Mỹ cho các nhà sản xuất cà phê, máy xay, nồi crock, và các thiết bị ứng dụng nhỏ khác đang khám phá khả năng phân phối các thiết bị của họ thông qua các cửa hàng bán lẻ Reliance. Cho đến gần đây, Cty TNHH Công Nghiệp Reliance, công ty lớn thứ

appliances. India's Reliance Industries Ltd. plans to open thousands of stores nationwide over the next five years and is also building a vast network of suppliers. Reliance retail stores may offer the opportunity to get in on the ground floor of a major boom in large store retailing that will appeal to the growing middle income market. The retail industry in India is projected to increase from \$330 billion to \$892 billion from 2006 to 2015, and the share of chain store retailers, such as the proposed Reliance Retail chain, may increase from 4 percent to 27 percent.

## ASSIGNMENT

Your task is to develop a strategy to market White Appliance's microwave ovens in India. Include target market(s), microwave oven features, price(s), promotion, and distribution in your program. You should also consider both short-term and long-term marketing programs. Some of the issues you may want to consider are:

- Indian food preparation versus Western food preparation.
  - Values and customs that might affect opinions about microwave ovens.
  - The effects of competition in the market.
- You may also want to review the Country Notebook: A Guide for Developing a Marketing Plan, p. 579 of the text for some direction.

Exhibit 1

A Customer's Evaluation of the LG

hai ở Ấn Độ, đầu tư trong lĩnh vực công nghiệp và dầu khí, nhưng hiện tại đã bước vào thị trường bán lẻ. Reliance được mô hình hóa sau Walmart, và nhà tiếp thị người Mỹ nhìn thấy Reliance đã tiếp cận được thị trường cho các thiết bị của nó. Cty Reliance của Ấn Độ có kế hoạch mở hàng ngàn cửa hàng khắp cả nước trong 5 năm tới và cũng đang xây dựng một mạng lưới rộng lớn nhà cung cấp. **Các cửa hàng bán lẻ của Reliance tạo ra cơ hội bùng nổ lớn trong thị trường bán lẻ và sẽ lôi kéo thị trường người thu nhập trung bình.** Các ngành công nghiệp bán lẻ ở Ấn Độ dự kiến sẽ tăng từ \$ 330 tỷ USD 892 tỷ đồng từ 2006 đến 2015, và cổ phiếu của các chuỗi cửa hàng bán lẻ chẳng hạn như chuỗi Reliance có thể tăng từ 4% đến 27%.

## PHÂN CÔNG NHIỆM VỤ:

Nhiệm vụ của bạn là để phát triển một chiến lược tiếp thị lò viba White Appliance ở Ấn Độ. Bao gồm thị trường mục tiêu (s), tính năng lò viba, giá cả (s), khuyến mãi, và phân phối trong chương trình của bạn. Bạn cũng nên xem xét cả hai chương trình tiếp thị ngắn hạn và dài hạn. Một số vấn đề có thể phải xem xét là:

- Cách nấu ăn Ấn Độ so với Cách nấu ăn phương Tây.
  - Vấn đề về Giá trị và phong tục có thể gây ảnh hưởng đến các ý kiến về lò viba lò nướng.
  - Các hiệu ứng cạnh tranh trên thị trường.
- Bạn cũng có thể muốn xem xét Notebook Quốc gia: tài liệu hướng dẫn cho việc Phát triển một kế hoạch tiếp thị, trang 579 của các văn bản cho một số hướng. Trình bày 1:

### Robogrill Microwave

One customer's lengthy evaluation of the LG Robogrill Microwave posted on MouthShut.com, India's first, largest, and most comprehensive Person to Person (P2P) Information Exchange follows:

"We bought our LG Robogrill Microwave about 10 months ago. The microwave has all the features mentioned in the official description, in addition to many other helpful features."

For a complete review by this customer, see [www.mouthshut.com](http://www.mouthshut.com) and select Microwave Ovens, then select LG on the menu, then select model #LGMH-685 HD.

### Đánh giá khách hàng của Robogrill LG Microwave

Đánh giá theo chiều dài khách hàng của LG Robogrill đăng trên MouthShut.com, mang tính toàn diện nhất, lớn nhất và đầu tiên của Ấn Độ về vấn đề người với người P2P. Trao đổi thông tin sau: "Chúng tôi đã mua lò viba LG Robogrill khoảng 10 vài tháng trước đây. Lò viba có tất cả các tính năng được đề cập trong bản mô tả, ngoài ra còn nhiều tính năng hữu ích khác".

Để biết thêm chi tiết, vui lòng xem [www.mouthshut.com](http://www.mouthshut.com) và chọn Lò viba, sau đó chọn LG trên menu, sau đó chọn mô hình # LGMH-685 HD.