PUBLICATION NAME :	Divya Bhaskar
EDITION :	Ahmedabad
DATE :	05/09/2022
PAGE:	10

આર્થિક મજબૂતાઇ માટે કોમ્યુનિકેશન રણનીતિ તૈયાર કરો

ટેક્નોલોજી ટ્રેન્ડ

બૈશાલી મિત્રા

અમારા એઆઇસીટીઇ માન્ય પોસ્ટ ગ્રેજ્યુએટ ડિપ્લોમા ઇન મેનેજમેન્ટ આંત્રપ્રિન્યોરશીપ પ્રોગ્રામમાં બિઝનેસ કમ્યુનિકેશન કોર્સના મારા પ્રથમ દિવસે મેં મારા વિદ્યાર્થીઓ પાસેથી સાંભળ્યું કે, 'મારે અંગ્રેજી શીખવાની જરૂર નથી, મારે તો માત્ર બિઝનેસ જ કરવો છે.' આપણે ઘણીવાર વિચારતા હોઇએ છીએ કે બિઝનેસ કમ્યુનિકેશન ખામી રહિત અંગ્રેજી બોલવા સુધી મર્યાદિત હોય છે. જોકે, આવું હોતુ નથી. તે ભાષાકીય નિપૂંણતા કરતાં વ્યૂહરચના બનાવવા સાથે વધુ સુસંગત છે. એક ઉદ્યોગસાહસિક તરીકે રોકાણકાર સમક્ષ તમારા બિઝનેસ આઇડિયા રજૂ કરવામાં, ગ્રાહકોને તમારી પ્રોડક્ટ્સનું વેચાણ કરવામાં, સોશિયલ મીડિયા અથવા બ્લોગ પેજ ઉપર તમારા બિઝનેસને પ્રમોટ કરવામાં, જાહેર જનતા વચ્ચે તમારી બ્રાન્ડ ઇમેજનું નિર્માણ કરવા સચોટ ભાષાનો ઉપયોગ કરવા છતાં તમારા પ્રયાસોથી નિરાશ થયાં હોય તેવું બની શકે.

રેન્ક અંગે વિશ્વસનીયતા

રેન્કિંગ તમારી સાપેક્ષ સ્થિતિ સાથે સંબંધ ધરાવે છે. તમારા રેન્કનો ઉલ્લેખ કરીને તમે ઝડપથી વિશ્વસનીયતા પેદા કરી શકો છો. યાદ રાખો કે જો તમે રેન્કિંગ કેટેગરી જેમકે ટોચના 100 યુવા ઉદ્યોગસાહસિકો, ટોપ 20 વેન્ચર્સ તરીકે પ્રતિષ્ઠિત મેગેઝિનમાં સ્થાન અથવા કોઇ એક્રિડેશન અથવા ઓથોરિટી બોડી દ્વારા ટોપર્સમાં રેન્ક વગેરેમાં સ્થાન ધરાવતા હોવ તો જ તેના સંબંધિત કન્ટેન્ટ તૈયાર કરો.

પ્રતિષ્ઠા અંગે વિશ્વસનીયતા

સામાજિક મૂડીની રચના કરવાથી પણ તમારી વિશ્વસનીયતા વધે છે. તમારી સીએસઆર લોકો વચ્ચે વિશ્વાસનું નિર્માણ કરવાની વધુ એક રીત છે. પ્રતિષ્ઠાનો ઉપયોગ કરી શકાય. સામાજિક જોડાણ અથવા તમારા તમામ માર્કેટિંગ અને બ્રાન્ડિંગ કમ્યુનિકેશનમાં તમારી સામાજિક જવાબદારીઓ પ્રદર્શિત કરો. ગ્રીન ઇકોનોમી અથવા સિલ્વર ઇકોનોમી, કોઇપણ હોય, તેનાથી તમારી સામાજિક ચેતનાને પ્રદર્શિત કરતી સ્ટોરી તૈયાર કરો.

નિપૂણતા અંગે વિશ્વસનીયતા

નોલેજ કેપિટલની રચના પણ એક ઉત્તમ રીત છે. તમારા જ્ઞાન, કૌશલ્યો અને ફિલ્ડના અનુભવો રજૂ કરવાથી તમારી વિશ્વસનીયતા સ્થાપિત થશે. તમે સામાન્ય વિષયો ઉપર જાણકારી ધરાવતા હોવ કે પછી ડોમેન એક્સપર્ટ હોવ અથવા તમે વિવિધ વિષયોની જાણકારી ધરાવતા હોવ, તેનાથી તમારા ટાર્ગેટ ઓડિયન્સ વચ્ચે વિશ્વસનીયતા વધશે.

ઇમેજ અંગે વિશ્વસનીયતા

અહીં તમે ટેસ્ટ, પસંદગી અને ઉદાહરણ સ્થાપિત કરો છો ત્યારે આ વિશિષ્ટતા તમને ખૂબજ ઉપયોગી નિવડે છે. એક કાલ્પનિક સમુદાયને ટાર્ગેટ કરો અને ત્યારબાદ તે કમ્યુનિટિને તમારા વાસ્તવિક ગ્રાહકોમાં તબદીલ કરો. ઉદાહરણરૂપે, તમે કલ્પના કરો છો કે ભારતીય કમ્યુનિટી માર્કેટમાં ઉપલબ્ધ બીજા કોઇપણ કોફી પાઉડરની સરખામણીમાં ઓરિજનલ ફિલ્ટર કોફી પસંદ કરે છે.(લેખક :ઇડીઆઇઆઇના બિઝનેસ કમ્યુનિકેશનના ફેકલ્ટી છે)