

આર્થિક મજબૂતાઈ માટે કોમ્યુનિકેશન રણનીતિ તૈયાર કરો

અમારા એઆઈસીટીઈ માન્ય પોસ્ટ ગ્રેજ્યુએટ ડિપ્લોમા ઈન મેનેજમેન્ટ ઓન પ્રિન્સિપલ્સ ઓફ 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 હોઈએ છીએ કે બિઝનેસ કમ્યુનિકેશન ખામી રહિત અંગ્રેજી બોલવા સુધી મર્યાદિત હોય છે. જોકે, આવું હોતું નથી. તે ભાષાકીય નિપુંણતા કરતાં વ્યૂહરચના બનાવવા સાથે વધુ સુસંગત છે. એક ઉદ્યોગસાહસિક તરીકે રોકાણકાર સમક્ષ તમારા બિઝનેસ આઈડિયા રજૂ કરવામાં, ગ્રાહકોને તમારી પ્રોડક્ટ્સનું વેચાણ કરવામાં, સોશિયલ મીડિયા અથવા બ્લોગ પેજ ઉપર તમારા બિઝનેસને



પ્રમોટ કરવામાં, જાહેર જનતા વચ્ચે તમારી બ્રાન્ડ ઈમેજનું નિર્માણ કરવા સચોટ ભાષાનો ઉપયોગ કરવા છતાં

તમારા પ્રયાસોથી નિરાશ થયાં હોય તેવું બની શકે.

રેન્ડ અંગે વિશ્વસનીયતા

રેન્ડિંગ તમારી સાપેક્ષ સ્થિતિ સાથે સંબંધ ધરાવે છે. તમારા રેન્ડનો ઉલ્લેખ કરીને તમે ઝડપથી વિશ્વસનીયતા પેદા કરી શકો છો. યાદ રાખો કે જો તમે રેન્ડિંગ કેટેગરી જેમકે ટોચના 100 યુવા ઉદ્યોગસાહસિકો, ટોપ 20 વેન્ચર્સ તરીકે પ્રતિષ્ઠિત મેગેઝિનમાં સ્થાન અથવા કોઈ એક્રિડેશન અથવા ઓથોરિટી બોડી દ્વારા ટોપર્સમાં રેન્ડ 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 ઈકોનોમી અથવા સિલ્વર ઈકોનોમી, કોઈપણ 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.

દમ્બ 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 કમ્યુનિટીને તમારા વાસ્તવિક ગ્રાહકોમાં તબદીલ કરો. ઉદાહરણરૂપે, તમે કલ્પના કરો છો કે ભારતીય કમ્યુનિટી માર્કેટમાં ઉપલબ્ધ બીજા કોઈપણ કોફી પાઉચરની સરખામણીમાં ઓરિજનલ ફિલ્ટર કોફી પસંદ કરે છે. (લેખક : ઈડીઆઈઆઈના બિઝનેસ કમ્યુનિકેશનના ફેકલ્ટી છે)