im
INDIVIDUELL MÄNNISKOHJÄLP
SWEDISH DEVELOPMENT PARTNER

VANI
Celebrating 30 Years
VOICE OF THE VOLUNTARY SECTOR

प्रभावी संचार के लिए विभिन्न माध्यमों का उपयोग

उपकरण

प्रभावी संचार के लिए विभिन्न माध्यमों का उपयोग

लेखकः **वोलंटरी एक्शन नेटवर्क इंडिया (वाणी)**

कॉपीराइट ©
वोलंटरी एक्शन नेटवर्क इंडिया
इस पुस्तक विषय वास्तु को पूर्ण या आंशिक रूप से, प्रकाश का आभार प्रकट करते हुए, पुनः प्रकाशित किया जा सकता है ।

प्रकाशकः
वोलंटरी एक्शन नेटवर्क इंडिया (वाणी)
वाणी हॉउस, 7, पी. एस. पी. पॉकेट, सेक्टर 8,
द्वारका, नयी दिल्ली
फोन : 011–40391661, 40391663
ईमेल : info@vaniindia-org
वेबसाइट : www-vaniindia-org

मुद्रकः

प्रिंट वर्ल्ड
ईमेलः printworld96@gmail-com

@TeamVANI

@vani_info

विषयवस्तु

परिचय	1
डिजिटल मीडिया क्या है	2
प्रभावी संचार की आवश्यकता	3
कोविड 19 संकट के दौरान संचार	5
संचार रणनीति तैयार करना	6
संचार के माध्यम	7
प्रभावी संचार	8
संचार विश्लेषण	9

परिचय

स्वैच्छिक संगठनों का योगदान और भूमिका

भारतीय स्वैच्छिक संगठन जीवंत और स्वतंत्र माने जाते है। घरेलू नीतियों के साथ–साथ वैश्विक नीतियों का साक्ष्य आधारित विश्लेषण भारतीय स्वैच्छिक संगठनों का एक प्रमुख योगदान रहा है। इसी प्रकार इनका निम्न समुदायों की सेवा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाने के लिए दशकों का इतिहास है। भारतीय स्वैच्छिक संगठनों ने लगभग हर आपदा में उसके शमन, रोकथाम और पुनर्वास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। हालांकि, स्वैच्छिक संगठन नीति निर्माताओं और आम जनता के लिए अपनी उपलब्धियों और चुनौतियों के बारे में बहुत कम बताते हैं। भारतीय स्वैच्छिक संगठन भारत के लगभग सभी राज्यों के लोगों के जीवन को प्रभावित करने वाले मुद्दों पर सक्रिय कार्यरत हैं।

स्वयं सेवी संस्थाओ के अस्तित्व पर संकट

संचार आज हमारे समाज का एक अभिन्न अंग बन गया है, लोग और संस्थान विभिन्न उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए संवाद करते हैं। स्वैच्छिक क्षेत्र भी अपने हितधारकों और अन्य श्रोतागणों से प्रभावी संचार के लिए इस माध्यम का उपयोग कर रहा है। यह न केवल भीतर से पारदर्शिता और जवाबदेही सुनिश्चित करता है बल्कि उद्देश्यों को भी पूरा करता हैः मुद्दों के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिए, राजनीतिक और व्यावसायिक कर्ताओ को अपने व्यवहार को बदलने के लिए, संसाधनों को बढ़ाने के लिए, और समाचार मीडिया तक पहुंचने तथा जनसाधारण में संगठन के इतिहास को बढ़ाने के लिए। वर्तमान परिदृश्य को देखते हुए आसानी से यह तथ्य स्थापित किया जा सकता है कि सिकुड़ते सामाजिक क्षेत्र ने सरकार, मीडिया, समुदाय और निजी क्षेत्र जैसे विभिन्न हितधारकों के साथ संबंधों को पुनर्परिभाषित किया है। प्रभावी संचार की कमी दुनिया भर में आम जनता के बीच इस क्षेत्र की नकारात्मक कहानी को जन्म देती है। विभिन्न अध्ययनों ने एक वैश्विक प्रवृत्ति के रूप में इसकी पुष्टि की है। काल्पनिक और सनसनीखेज कहानियां, जो नकारात्मक व्याख्याओं को बढ़ावा देती हैं, मुख्यधारा की मीडिया में जगह बनाती हैं, क्योंकि हम या तो शांत रहते हैं या हम सूचना को उचित रूप से चित्रित नहीं कर पाते हैं। जब तक हमारा नियामक ढांचा अपर्याप्त है और भाषा जटिल है, यह दूरी और अधिक व्यापक बनी रहेगी ।

प्रभावी संचार के लिए विभिन्न माध्यमों का उपयोग करना

विभिन्न माध्यमों द्वारा प्रभावी संचार का अर्थ है सभी उपलब्ध प्रौद्योगिकी का उपयोग करना जो यह सुनिश्चित करता है कि लक्षित दर्शकों के समक्ष सूचना प्रस्तुत की जाये या विभिन्न माध्यमों द्वारा प्रस्तुत सूचना पर प्रतिक्रिया करने की क्षमता। व्यक्तिगत या प्रासंगिक संचार दर्शकों का ध्यान आकर्षित करते हैं और ऐसे संदेशो पर दर्शकों की प्रतिक्रिया करने की अधिक संभावना होती हैं, यदि यह उनके पसंदीदा मीडिया के माध्यम से दिया जाता है। इसमें सही समय पर सही माध्यम से सही संदेश भेजना व्यवहार में शामिल है । विभिन्न माध्यमों द्वारा संचार संचालन दृष्टिकोण से अधिक है और दर्शकों को विभिन्न माध्यमों द्वारा जानकारी प्राप्त करने में सक्षम बनाता है।

डिजिटल मीडिया क्या है

आज, संचार में तेजी से बढ़ते रुझानों में से एक पारंपरिक संचार से डिजिटल संचार की ओर पलायन है। हम वास्तव में डिजिटल उत्पादों के सक्षम अनुभवों और उनके वितरणों से घिरे हुए हैं। डिजिटल मीडिया प्रौद्योगिकी और लेखन का मिश्रण है, और डिजिटल मीडिया उत्पादों के निर्माण के लिए तकनीकी कौशल, कलात्मक कौशल, विश्लेषणात्मक और निर्माण समन्वय कौशल सहित विविध कौशल वाले पेशेवर टीम की आवश्यकता होती है। इन सभी को संतुलित रूप से एक टीम में काम करने की आवश्यकता होती है, जहाँ सभी सदस्य उत्तम उपभोक्ता अनुभव के लिए कार्य करते है।

हालाँकि, आज के डिजिटल युग में, एक आधुनिक विक्रेता को सभी उपलब्ध माध्यमों के बारे में पता होना चाहिए ताकि प्रत्येक अभियान में सही रूप से विभिन्न माध्यम सम्मिलित किये जा सके।

डिजिटल प्लेटफॉर्म

कई संघटक मिलकर एक डिजिटल प्लेटफॉर्म बनाते है। इन संघटको को उपभोक्ताओं के बेहतर अनुभव के लिए संरेखित और एकीकृत किया जाना चाहिए।

डिजिटल प्लेटफॉर्म प्रक्रिया–संचालन के बजाय सूचना संचालन को सक्षम बनाता है। डिजिटल प्लेटफॉर्म दर्शकों, कर्मचारियों और भागीदारों के बेहतर अनुभव के लिए शुरू से अंत तक आवश्यक बिजनेस प्रक्रिया को संचालित करता है। डिजिटल प्लेटफॉर्म नए संचालन तंत्र को सक्षम करने के लिए पारंपरिक संगठनात्मक संरचनाओं, नीतियों और प्रौद्योगिकी निवेश में कटौती करता है । नवीनतम तकनीकों का लाभ उठाने से व्यवसायों को अधिक से अधिक सफलता प्राप्त करने में मदद मिलती है, नवीनता प्राप्त होती है और प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त होता है।

एक गाइड

प्रभावी संचार

अपने विचारों को दर्शकों के सामने कैसे प्रस्तुत करें

चरण 1

अपने दावे का समर्थन करने के लिए शोध करें

चरण 2

अपने विचारों को इकट्ठा करें और एक रूपरेखा बनाये

चरण 3

अपनी रूपरेखा, प्रासंगिक तथ्य और दृश्यों का उपयोग करके एक प्रस्तुति बनाएं

चरण 4

सुनिश्चित करें कि आपके पास प्रस्तुति के दिन सामग्री उपलब्ध हो

चरण 5

आत्मविश्वास के साथ स्पष्ट प्रस्तुति से अपने दर्शकों को अपने साथ जोड़े रखें

प्रभावी संचार के लिए चार प्रमुख आधार हैः

स्पष्टता

इसमें यह सुनिश्चित किया जाता है कि हम दर्शकों की आवश्यकताओं को समझते हैं और उसके लिए उचित विषय वस्तु प्रदान करते है। प्रभावी संचार बातचीत करने जैसा ही होता है। इसमें श्रोता की रूचि अनुसार चीजे होती है ।

संदर्भ

हमें अपने दर्शकों से जुड़ी विषय वस्तु प्रस्तुत करनी चाहिए ।

विकल्प

संगठन विकल्प प्रदान करता है, नाकि उपभोक्ता । लोगों को संचार के विकल्प देकर आप दर्शकों की संलग्नता बढ़ा सकते हैं।

निरंतरता

बहु–साधन संचार के सभी लाभ तब खो जाते हैं जब निरंतरता नहीं होती है। इसका मतलब है कि संदेश, चलचित्र और रंगों में सम्बद्धता होना। बहु–साधन संचार प्लेटफॉर्म आपको अनुरूप तरीके से निरंतरता बनाने के लिए साधन प्रदान करता है।

कोविड 19 के दौरान संचार

स्वैच्छिक संगठनों के लिए मानव निर्मित आपदाएँ अथवा प्राकृतिक आपदाएँ हमेशा एक चुनौती के रूप में आती हैं। इन आपदाओं में से अधिकतर अचानक ही प्रकट होती हैं और स्वैच्छिक संगठनों की रणनीति, प्रतिबद्धता और संसाधनों की परीक्षा लेती हैं। प्रत्येक स्वैच्छिक संगठन को चुनौतियों का मुकाबला करने के लिए नए विचारो का प्रदर्शन करके प्रतिक्रिया देनी चाहिए । कोविड 19 महामारी भी एक चुनौती के रूप में आई, जिसे कई स्वैच्छिक संगठनो द्वारा अपनी प्रतिबद्धता दिखाने के अवसर के रूप में लिया गया।

साझा करना और सीखनाः

कोविड 19 के दौरान एक दूसरे से साझा करना और सीखना संचार रणनीति की कुंजी रहा है। संसाधनों की कमी और रिपोर्टिंग आवश्यकताओं में वृद्धि के कारण संचालन क्षेत्र पहले ही सिकुड़ गया था, लेकिन ऐसे में स्वैच्छिक संगठनो ने नए और अभिनव संचार साधनो का विकल्प चुना। वे एक दूसरे के साथ सीधे और बराबर रूप से सूचना साझा करते और सीखते रहे।

भारतीय स्वैच्छिक संगठन, विशेष रूप जमीनी स्तर पर, जूम, व्हाट्सएप, यूट्यूब जैसे विभिन्न संचार साधनों से परिचित नहीं थे। फिर भी, इन संचार साधनों का व्यापक उपयोग किया गया क्योंकि कोविड–19 के दौरान व्यक्तिगत संचार प्रतिबंधित था। वैश्विक, राष्ट्रीय स्तर पर ही नहीं, बल्कि राज्य स्तर पर भी ऑनलाइन सेमिनार आयोजित किए गए।

कोविड–19 महामारी ने हमें सिखाया कि संकट के दौरान किस प्रकार संचार होना चाहिएः

1. स्पष्ट, सटीक एवं विशिष्ट रूप से दर्शाये गए सन्देश होने चाहिएः

(प) चुनौतियाँ
(पप) उपलब्धियाँ
(पपप) सहयोग का प्रयास और विस्तार

2. यह ब्रांड बनाने का भी समय है, इसलिए लक्ष्य है

(प) आम जनता
(पप) सरकारी अधिकारी
(पपप) नीति निर्माता
(पअ) संभावित दानकर्ता

3. हमें इसका उपयोग करने की आवश्यकता है

(प) स्वैच्छिक संगठनो में कार्यरत मानव संसाधन
(पप) स्वयंसेवक और समर्थक
(पपप) सोलिसिट प्रो–बोनो सपोर्ट (समर्थक मुक्त समर्थन की मांग)

4. संबंध स्थापित करे,

(प) विशेषज्ञों
(पप) समर्थकों
(पपप) संस्थानों को सहयोग करे
(पअ) दानकर्ता
(अ) विषयगत और रणनीतिक मंच

5. संचार साधनों के उपयोग की क्षमताओं का निर्माण करे

(प) संगठन की टीम,
(पप) लाभार्थी
(पपप) समुदाय

6. संदेश सम्मिलित होना चाहिए

(प) अध्ययन रिपोर्ट
(पप) साक्षात्कार
(पपप) सेवाओं की सूचना
(पअ) संसाधनों का उपयोग
(अ) जवाबदेही और पारदर्शिता को बढ़ाना

संचार रणनीति तैयार करना

भारत में स्वयं सेवी संस्थानों को उपलब्ध संचार माध्यमों के बारे में पता होना चाहिए ताकि प्रत्येक अभियान में सही रूप से विभिन्न माध्यम सम्मिलित हो। हालाँकि प्रमुख संस्थान अपने दर्शकों तक पहुंचने के लिए कई संचार माध्यमों का उपयोग करने के महत्व को समझते हैं, फिर भी कई इस चुनौती को पूरा करने के लिए संघर्ष कर रहे हैं। इसका कारण यह है कि अभी भी कई संस्थान पारंपरिक माध्यमों जैसे कि प्रकाशन, प्रसारण और बाहय विज्ञापन को डिजिटल प्लेटफार्म से भिन्न और विशिष्ट मानते हैं।

एक सफल अभियान का रहस्य प्रत्येक माध्यम के महत्व को व्यक्तिगत रूप से जांचना और यह परखना होता है कि क्या वह आपकी समग्र संचार रणनीति के अनुरूप है। हर अभियान के लिए सभी ऑनलाइन माध्यमों की आवश्यकता नहीं होती और न ही हर अभियान के लिए सारे ऑफलाइन माध्यमों की आवश्यकता होती है। विचार यह है कि एक अच्छा अभियान विभिन्न माध्यमों का मिश्रण होता है जो विपणन के लक्ष्यों को प्राप्त करने में सक्षम होता है ।

यहां संचार माध्यमों की पहचान करने और उन्हें आपके ब्रांड के लिए काम करने के बारे में कुछ सुझाव दिए गए हैं।

1. अपने दर्शकों को समझें

एक अभियान शुरू करने से पहले आपको यह जानने की जरूरत है कि आपके ग्राहक किस प्लेटफॉर्म का उपयोग कर रहे हैं और वे ब्रांड के साथ कैसे संपर्क करना पसंद करते हैं।

इसके लिए सिर्फ एक चौनल का उपयोग न करें – अपनी विचार रणनीति बनाये ।

2. सही माध्यम का चुनाव करे

दैनिक संचार के लिए या विशिष्ट अभियान के लिए सही माध्यम का चुनाव करना एक बहुत बड़ा काम है क्योंकि दर्शकों को ऑनलाइन जोड़े रखने में बहुत सारे कारक सहायक होते हैं। भारत में अधिकांश स्वयं सेवी संस्थानों के पास संसाधनों की कमी है, इसलिए सीमित लागत में प्रभावी समाधानों को अपनाने की आवश्यकता है। वास्तव में कुछ माध्यम शुरू में अत्याधिक लागत वाले लग सकते हैं, लेकिन अंततः सही संदेश सही दर्शकों तक पहुंचाते हैं और वांछित परिणाम प्रदान करते हैं। यह बहुत कम लागत पर आपके द्वारा खरीदी गई सेवा की तुलना में अधिक लाभ प्रदान करते है ।आप जो भी माध्यम चुनते हैं, आपका चुनाव अंततः अभियान के समग्र लक्ष्य में योगदान देना चाहिए।

3. 'ब्रांड संलग्नता' के बारे में सोचें

डिजिटल मार्केटिंग का केंद्र ब्रांड जागरूकता से ब्रांड संलग्नता में परिवर्तित हो गया है। ब्रांड की दीर्घकालीन पहचान बनाने के लिए दर्शको से संवाद करना आवशयक होता है ।इसे संवाद विपणन कहा जाता है और यह उचित रूप से काम करता है।

4. अभियान संशोधन

संदेश को अनुकूल बनाने की आवश्यकता होती है, एक सफल बहु साधन रणनीति के लिए प्रत्येक माध्यम के अनुरूप विशेष विषय वस्तु की आवश्यकता होती है। संगठन पारंपरिक और डिजिटल दोनों माध्यमों में काम करने के लिए समान दृष्टिकोण की अपेक्षा करते हैं, लेकिन दुर्भाग्यवश एक ही रणनीति प्रकाशन और मोबाइल दोनों माध्यमों पर काम नहीं करती। विशिष्ट माध्यम के लिए अनुकूल दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। विषय वस्तु को अलग बनाये, लेकिन संदेश सामान रहे दृ विशेष रूप से अगर विपणन अलग–अलग टीमों या विभिन्न बाहरी एजेंसियों द्वारा किया जा रहा हो।

बहु साधन संचार रणनीति में डिजिटल समुदाय महत्वपूर्ण साधन के रूप में उभरा है। विपणक के लिए चुनौती यह है कि विभिन्न संचार माध्यमों के लिए विषय वस्तु बनाते समय ब्रांड संदेश सामान रहे। यदि ऐसा नहीं होता, तो यह उपभोक्ता के मन में भ्रम पैदा करेगा और विपणन के प्रयास व्यर्थ हो जायेंगे।

विचार करने के लिए संघटक

• आप किस तक पहुँचना चाहते हैं?

• क्या जानकारी शामिल करने की आवश्यकता है?

• क्या कोई मौजूदा नमूना या उदाहरण है?

•अभियान बनाने में कौन मदद करेगा?

मूल संदेश

• आप क्या संदेश देना चाहते है?

• आपके कार्यक्रम का उद्देश्य, परिभाषा अथवा क्षेत्र क्या है?

• कार्यक्रम के प्रमुख लाभ या विशेषताएँ क्या हैं?

• आपके अल्पकालिक (1 वर्ष) और दीर्घकालिक (3–5 वर्ष) लक्ष्य क्या हैं?

• क्या यह आपके दर्शकों के लिए एक नया विषय है? क्या उन्होंने पहले संचार किया है? कैसे?

डिजिटल प्लेटफॉर्म के साथ सफलता का मार्ग

डिजिटल प्लेटफॉर्म के क्षेत्र में सबसे महत्वपूर्ण उद्देश्य '' उपभोक्ता अनुभव'' होता है, जो उन लोगों पर आधारित होता है जो डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग करते है दृ अंतिम उपभोक्ता, चाहे वे ग्राहक हों, कर्मचारी हों या पारिस्थितिक तंत्र के साझेदार हों। इसलिए, उस क्षण के बारे में सोचना महत्वपूर्ण है जो प्रत्येक उपभोक्ता के लिए सबसे अधिक मायने रखता है। यदि डिजिटल प्लेटफॉर्म उपभोक्ता अनुभव प्रदान करता है जो आवश्यक है, तो यह अभियान की सफलता होगी, और इसका संगठन को प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त होगा ।

संचार के माध्यम

डिजिटल युग का अर्थ है प्रतिवर्ष अधिक विकसित सुविधाओं के साथ मीडिया ट्रांसमिशन विधियों और उपकरणों का एक नया सेट। इन दिनों, बहुत प्रकार के डिजिटल मीडिया फिट मुख्य उपसमूहों में सम्मिलित है:

ऑडियो: डिजिटल मीडिया के ऑडियो रूपों में डिजिटल रेडियो स्टेशन, पॉडकास्ट और ऑडियोबुक शामिल हैं। इस वर्ष महामारी के दौरान हमने पॉडकास्ट के निर्माण में भारी वृद्धि देखी।

वीडियो: कई डिजिटल मीडिया बाजारो में चलचित्र, फिल्म स्ट्रीमिंग और टेलीविजन सेवाएं आदि जैसे की नेटफ्लिक्स से लेकर वर्चुअल रियलिटी सर्जिकल सिमुलेटर जो मेडिकल संस्थानों में उपयोग होती है, शामिल हैं। विसुअल डिजिटल मीडिया में सबसे बड़े खिलाड़ियों में से एक यू–ट्यूब है, जो अरबों वीडियो होस्ट करता है। यह 2005 में शुरू हुई सबसे लोकप्रिय वेबसाइट में से एक है।

सोशल मीडिया: सोशल मीडिया में ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, लिंक्डइन, और स्नैपचौट जैसी साइटें शामिल हैं, जो अपने उपभोक्ताओं को एक दूसरे के साथ लिखित सन्देश (पोस्ट), तस्वीरों और वीडियो के माध्यम से संवाद करने में सक्षम बनाती हैं, जो ''लाइक'' और टिप्पणियों द्वारा पॉप संस्कृति, खेल, समाचार, राजनीति और दैनिक जीवन की घटनाओ पर आधारित वार्तालाप करने के लिए सक्षम बनाती हैं।

विज्ञापन: विज्ञापनदाताओं ने डिजिटल मीडिया क्षेत्र में जहाँ तक संभव हो विपणन भागीदारी और विज्ञापन स्थान विक्रय द्वारा अपनी जगह बनाई है। इंटरनेट ने अब पॉप–अप और ऑटो प्ले विज्ञापनों के उपयोग से दूरी बना ली है, जहाँ पहले वेबसाइट इन पॉप अप और ऑटो प्ले से भरी रहती थी जिसके कारण उपभोक्ता इन वेबसाइटों से तुरंत चले जाते थे । इसके अतिरिक्त, अब विज्ञापनदाता मूल विषय वस्तु आधारित विज्ञापन पर ध्यान देते है और अन्य तरीकों में निवेश करते है जो उपभोक्ताओं को जोड़े रखते है ।

समाचार, साहित्य और अधिक : परंपरागत रूप से, लोगों ने पुस्तकों, समाचार पत्रों, पत्रिकाओं और इस तरह के संचार माध्यमो का पठन किया। भले ही डिजिटल मीडिया का प्रसार हुआ है, लेकिन उस प्रकार के पाठन अनुभव की इच्छा समाप्त नहीं हुई है। साहित्यिक वेबसाइटों का प्रसार, विकिपीडिया जैसे संसाधनों की लोकप्रियता और किंडल जैसे ई–पाठकों का उदय डिजिटल मीडिया में लिखित कार्य के निरंतर महत्व को और अधिक रेखांकित करता है।

प्रभावी संचार

बहु–माध्यम संचार का लाभ

एकल मंच का उपयोग पूरे उपक्रम में एकीकृत बहु–माध्यम संचार रणनीति को लागू करने के लिए किया जा सकता है। यह संस्थान को लक्षित दर्शकों की रूचि के आधार पर, दोनों पारंपरिक और डिजिटल माध्यम से संचार निर्माण, उसके इष्टतम उपयोग और वितरण का अधिकार देता है।

एक सफल बहु–माध्यम अभियान सक्षम बनाता है:

यह दर्शक अधिग्रहण को बढ़ाता है: यह लक्षित दर्शको की अभिरुचि माध्यमों द्वारा उनका कुशलता से अधिग्रहण करता है !

दर्शकों में संतोष और निष्ठा को बढ़ाता है: किसी भी माध्यम से स्पष्ट, लक्षित और निरंतर संचार प्रदान करके दर्शकों में संतोष और निष्ठा को बढ़ाता है !

आउटसोर्सिंग लागत कम करता है: दस्तावेजों का आंतरिक निर्माण आउटसोर्सिंग लागत को कम करता है !

ब्रांड विस्तार करता है: दस्तावेज निर्माण के स्वचालन से मानव त्रुटि को कम करके ब्रांड विस्तार और ब्रांड छवि को बेहतर बनता है !

संचालन क्षमता को बढ़ाता है: डेटा का विलय करके और व्यावसायिक प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करके, उत्पादन, वितरण और ग्राहक संचार का निरिक्षण करके संचालन क्षमता को बढ़ाता है !

ब्रांड निरंतरता सुनिश्चित करता है: अपने सभी दस्तावेजो की संरचना और टेम्पलेट प्रबंधन पर नियंत्रण करके ब्रांड निरंतरता सुनिश्चित करता है

विपरण समय विस्तार: दस्तावेजों को एक बार डिजाइन करके, कम से कम टेम्प्लेट रखकर और एक नियंत्रित वातावरण में पीडीएफ, वर्ड दस्तावेज और चिन्ह (लोगो) जैसी परिसंपत्तियों को एकीकृत करके विपरण समय का विस्तार किया जा सकता है ।

संचार विश्लेषण

विश्लेषण सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म से शुरू होना चाहिए क्योंकि वे किसी भी डिजिटल उपस्थिति का सबसे बड़ा हिस्सा हैं। हर ब्रांड के विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर अलग–अलग खाते हैं। सबसे लोकप्रिय प्लेटफॉर्म फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और लिंक्डइन हैं। ऐसे कई पहलू हैं जिनका मूल्यांकन आपको तब करना चाहिए जब आप विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर किसी भी ब्रांड के प्रदर्शन का विश्लेषण करते हैं।

परियोजना के उद्देश्य

अभियान का लक्ष्य क्या है?
संवाद किस प्रकार इसे सहयोग कर सकता है?
परियोजना का प्रायोजक कौन हैं?
क्या इससे जुड़ी कोई पर्यावरण, ऐतिहासिक, या राजनीतिक संवेदनशीलता है जिसके बारे में पता होना चाहिए?

दर्शक विश्लेषण

आपको हमेशा यह पहचानना चाहिए कि आपका लक्षित दर्शक कौन है। सबसे आम गलती जो संगठन करते हैं, वह यह कि उनका उत्पाद हर किसी के लिए है। कोई भी ऐसा उत्पाद नहीं है जो हर व्यक्ति को लक्षित करे। आपके लक्षित दर्शकों विशेष प्रकार के होने चाहिए, दूसरे शब्दों में, आपको सभी विवरणों की पहचान करनी चाहिए: जैसे आयु समूह, लिंग, सामाजिक वर्ग, पेशा, जीवन शैली, रुचियां, प्राथमिकताएं और वेदना आदि । जितना अधिक आप अपने उपभोक्ता के व्यवहार के बारे में जानते हैं, उतना ही बेहतर आपकी मार्केटिंग रणनीति होगी।

यह अभियान किस पर प्रभाव डालता है?
हितधारक समूहों में से प्रत्येक का कितना प्रभाव और हित है?
प्रत्येक समूह के संचार का सही स्तर और आवृत्ति क्या है?

मूल संदेश

आपके दर्शकों को क्या जानने की जरूरत है? उनके साथ सबसे अधिक क्या संबंधित होगा?
क्या आपके संदेशों को निरंतर बनाने के लिए ब्रांडिंग आवश्यक है?

संचार के माध्यम

कौन से माध्यम उपलब्ध हैं? (टिपः उन माध्यमों पर विचार करें जिन्हें आपके दर्शक पहले से ही उपयोग करते हैं‚ पढ़ते हैं ‚ प्रयोग करते हैं और अपने संदेश उन तक पंहुचा सके।)

संचार माध्यमों का उदाहरणः सोशल मीडिया, वेबसाइट, मौजूदा समाचार पत्र, वेबिनार आदि

समुदाय

समुदाय उन सभी लोगों को कहा जाता है जिन्हें व्यवसाय आकर्षित करता है। इसमें वेबसाइट पर अनुगामियों (फॉलोवर्स) की संख्या, उनकी आयु, लिंग, रुचि और उनके द्वारा उपयोग की जाने वाली भाषा शामिल है। आप विश्लेषण कर सकते हैं कि वे ब्रांड के बारे में क्या पसंद करते हैं या क्या नापसंद करते हैं। इसके अलावा, आपको विश्लेषण करना चाहिए कि ब्रांड कैसे समुदाय के लिए प्रतिक्रिया करता है। नकारात्मक टिप्पणियों और समीक्षाओं पर व्यवसाय कैसे प्रतिक्रिया देता है? क्या यह काफी जल्दी उत्तर देता है? एक्शन बटन पर उनका कॉल कितना कुशल है? क्या सोशल मीडिया एक सहज अनुभव का हिस्सा है जो उपभोक्ताओं को अन्य सभी प्लेटफार्मों पर महसूस होता है?

विषय वस्तु

विषय वस्तु सोशल मीडिया का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है। उपभोक्ता लेखो के लिए सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर आते हैं। व्यावसायिक दृष्टिकोण से, विषय वस्तु लक्षित ग्राहक को अपना संदेश पहुँचाने की विधि है।

सोशल मीडिया पर प्रत्येक शब्द का उपयोग उचित रूप से करना महत्वपूर्ण है। इसलिए, विश्लेषण करते समय, आपको सभी विवरणों पर ध्यान देना चाहिए । भाषा, टोन, शब्द, संदेश पुनरावृति, व्याकरण और अक्षर में गलतियाँ आदि विश्लेषण का हिस्सा हैं।

चलचित्र (विजुअल्स)

चलचित्र निश्चित रूप से विषय वस्तु का हिस्सा हैं, लेकिन इसे अलग से जरूर देखना चाहिए। अधिकांश अध्ययन आपको बताएंगे कि उपभोक्ताओं को चित्र और वीडियो सबसे अधिक आकर्षित करते हैं, यह एक प्रसिद्ध तथ्य है। जब आप चलचित्रो का विश्लेषण करे, तो आपको सोशल मीडिया पर विभिन्न प्रकार के चलचित्रो पर भी विचार करना चाहिए।

वेबसाइट और एसईओ

यह विश्वसनीयता और विश्वास अधिग्रहण में बहुत प्रभावी है। वेबसाइट किसी भी संगठन के लिए एक रीढ़ की हड्डी की तरह है। आपकी वेबसाइट उत्पादों, सफलता की कहानियों के साथ आपके पोर्टफोलियो को दिखाती है, और इसमें आपकी सभी संपर्क जानकारी और स्थान होते हैं। इसके अतिरिक्त, आपकी वेबसाइट में आपका ब्लॉग भी होता है, जो आपकी वेबसाइट पर आने वाले आगंतुकों को मूल्यवान जानकारी देकर आकर्षित करता है।

आपकी वेबसाइट का दृश्य पहलू यह भी बताता है कि आपका व्यवसाय कितना बड़ा है। जैसा कि आपने सुना होगा, वेबसाइट बनाना सस्ता नहीं है। इसलिए, एक अच्छी दिखने वाली, अनुकूलित वेबसाइट होने से पता चलता है कि आप अपनी डिजिटल उपस्थिति में निवेश करने के इच्छुक हैं।

एसईओ

सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (एसईओ) की सरल परिभाषा यह है कि कोई भी वेबसाइट सर्च इंजन पर कितनी आकर्षक है, खासकर गूगल जैसे प्लेटफार्म पर । गूगल और अन्य सर्च इंजन शक्तिशाली विपणन उपकरण हैं जो कई व्यवसाय विस्तार (रूपांतरणों) में योगदान करते हैं। शोधकर्ता इन सर्च इंजनों में स्वेच्छा से उन विषयों की तलाश करने के लिए जाते हैं जिनमें वे रुचि रखते हैं। अपने डिजिटल मार्केटिंग विश्लेषण के दौरान, आपको यह याद रखना चाहिए कि एसईओ विश्लेषण का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। यदि आप किसी ब्रांड को सँभालते हैं, और उस ब्रांड का एसईओ नहीं किया गया है, तो उसे निश्चित रूप से एक नए रूप निर्माण की आवश्यकता है ।

वाणी के प्रकाशनों की सूची

- भारत में नागरिक समाज संगठनों के संदर्भ में स्थिरता (सस्टेनेबिलिटी) – एक अध्ययन रिपोर्ट (अंग्रेजी और हिन्दी)
- फाइनेंशिंग सस्टेनेएबल डेवलपमेंट सिविल सोसाइटी परस्सपैक्टिव ऑन एशियन इनफ्रास्ट्रक्चर इनवेस्टमेंट बैंक (अंग्रेजी)
- स्टडी ऑन कैपासिटी बिल्डिंग एंड नीड ऐसैसमेंट ऑफ वालंटरी ऑग्रेनाइजेशनस (अंग्रेजी)
- भारत में स्वैच्छिक क्षेत्र के लिए एक समर्थकारी वातावरण बनाने की दिशा मेंः एक अध्ययन रिपोर्ट
- इंडिया–अफ्रीका पार्टनरशिपः ए सिविल सोसाइटी परस्पैक्टिब (अंग्रेजी)
- उपद्रवग्रस्त राज्यों में स्वैच्छिक संस्थाओं की स्थिति – एक अध्ययन रिपोर्ट (अंग्रेजी और हिन्दी)
- भारत पर विशेष ध्यान केंद्रित करते हुए एसएससी में विकास वित्त और सहयोग (अंग्रेजी और हिन्दी)
- इन्कम टैक्स एक्ट फार दी वालंटरी सैक्टर – ए स्टडी रिपोर्ट (अंग्रेजी)
- मॉडल पॉलिसी रजिस्ट्रेशन – ए स्टडी रिपोर्ट (अंग्रेजी)
- नागरिक समाज की जवाबदेही के सिद्धांत और व्यवहार (अंग्रेजी)
- स्वैच्छिक क्षेत्र के लिए समर्थकारी वातावरण – एक भूमंडलीय अभियान (अंग्रेजी)
- स्वैच्छिक संगठनों में अंतर्राष्ट्रीय सुशासन के लिए मॉडल नीतियां
- स्वैच्छिक क्षेत्र के लिए सुशासन पर एक हैंडबुक
- राष्ट्रीय स्वैच्छिक क्षेत्र नीति पर पुनर्विचार और राष्ट्रीय स्वैच्छिक कार्य नीति की जरूरत (अंग्रेजी और हिंदी)
- राष्ट्रीय स्वैच्छिक क्षेत्र नीति पर पुनर्विचार और राष्ट्रीय स्वैच्छिक कार्य नीति का नीतिगत सार (अंग्रेजी और हिंदी)
- भारत में स्वैच्छिक क्षेत्र के लिए समर्थकारी वातावरण – एक अध्ययन रिपोर्ट (अंग्रेजी)
- भारत में सतत विकास – समीक्षा और आगे की प्रक्रिया नीतिगत सार (अंग्रेजी और हिन्दी)
- वित्तीय समावेश की आलोचनात्मक समीक्षा – भारत पर ध्यान केंद्रित करते हुए जी 20 के देश नीतिगत सार (अंग्रेजी और हिन्दी)
- बहिष्कृत लोगों को शामिल करना – भारत में समावेशपूर्ण संवृद्धि सुनिश्चित करना नीतिगत सार (अंग्रेजी और हिन्दी)
- भारत में भ्रष्टाचार और अभिशासन – वर्तमान स्थिति और आगे की प्रक्रिया नीतिगत सार (अंग्रेजी और हिन्दी)
- भारत में स्वैच्छिक क्षेत्र की स्थिति (प्राइमर) (हिंदी और अंग्रेजी)
- सहायता प्रभावकारिता चर्चा में नागरिक समाज की संलग्नता
- स्वैच्छिक संस्थाओं और निजी क्षेत्र के बीच बदलती गतिशीलता
- सरकारी योजनाओं और परियोजनाओं में स्वैच्छिक संस्थाओं को शामिल करना
- भारत के भूमंडलीय पदचिन्ह
- भारत की विकास सहयाताः रुझान, चुनौतियां और सीएसओज के लिए निहितार्थ
- जी 20 में भारत की भूमिकाः एक नागरिक समाज दृष्टिकोण
- धार्मिक अल्पसंख्यकों को लेकर काम करने वाली स्वैच्छिक संस्थाओं का योगदान और चुनौतियां (अंग्रेजी और हिंदी)
- महिलाओं के साथ काम करने वाली स्वैच्छिक संस्थाओं का योगदान और चुनौतियां (अंग्रेजी और हिंदी)
- स्वास्थ्य और पोषण के क्षेत्र में काम करने वाली स्वैच्छिक संस्थाओं की भूमिका और योगदान (अंग्रेजी और हिंदी)
- जमीनी स्तर की स्वैच्छिक संस्थाओं की चुनौतियां – अध्ययन रिपोर्ट का प्राइमर (अंग्रेजी और हिंदी)
- जल और स्वच्छता के संबंध में स्वैच्छिक क्षेत्र की संस्थाओं की भूमिका और योगदान (अंग्रेजी और हिंदी)
- दलितों को लेकर कार्य करने वाली स्वैच्छिक संस्थाओं का योगदान और चुनौतियां
- शिक्षा, स्वास्थ्य और पोषण, जल और स्वच्छता के विषयगत मुद्दों को लेकर काम करने में सीएसआर का योगदान (अंग्रेजी और हिंदी)

VANI
Celebrating 30 Years
VOICE OF THE VOLUNTARY SECTOR

वोलंटरी एक्शन नेटवर्क इंडिया (वाणी)
वाणी हॉउस, 7, पी. एस. पी. पॉकेट,
सेक्टर 8, द्वारका, नयी दिल्ली
फोन : 011–40391661, 40391663
ईमेल : info@vaniindia-org | वेबसाइट : www-vaniindia-org