



मॉड्यूल 5 - संचार चैनल मॉड्यूल का परिचय



गैर-सरकारी संगठन में सभी संदेश उचित चैनल से गुजरना पड़ते हैं। एक संदेश जसि पारति किया जाना है, उसे एक चैनल (जो कएक व्यक्ति भी हो सकता है) की आवश्यकता होती है जो सूचना को पास करते हैं, एक चैनल जो संगठन के पदानुक्रमति सिस्टम में एक महत्वपूर्ण स्थान रख सकता है। आप जानकारी कैसे वितरति करते हैं, उतना ही ज़रूरी है क्योंकि आप जो दर्शकों को बताते हैं वभिन्नि प्रकार के संचार चैनलों के फायदे और नुकसान को समझना महत्वपूर्ण है: सही एक चुने (चाहे वह मौखिक, लिखित या दृश्य संचार सामग्री हो जसि आप संचारति करना चाहते हैं) और एक संचार योजना तैयार करें जसिके बारे में आप उपयोग करेंगे। । इस मॉड्यूल में आप इसके बारे में सीख सकते हैं: - वभिन्नि संचार वाहन - डिजिटल संचार चैनल प्रबंधति करने के तरीकों 1. संचार चैनलों का चयन लोग और संगठन वभिन्नि कारणों से दूसरों के साथ संचार करते हैं: सूचिति करने, समझाने, गलतफहमी को रोकने, बाधाओं को देखने या बाधाओं को कम करने के लिए संचार मदद कर सकता है • समर्थन / सेवाएं प्रदान करें • जागरूकता / दृश्यता बढ़ाएं • समर्थन नीति में बदलाव • मान्यता प्राप्त करें • धन बढ़ाने • भर्ती स्वयंसेवकों • सदस्यों, ग्राहकों, दाताओं आदिको आकर्षति करें। • समुदाय को व्यवस्थति करें • व्यवहार या व्यवहार बदलें कई संचार वाहन उपलब्ध हैं, जहां से चुनना है। अपने वकिलों को कम करने के लिए, आपको इस पर विचार करना होगा:

1. आपके संसाधन: आपके पास पहले से मौजूद संसाधनों का मूल्यांकन करें, अपने पहले से मौजूद संचार चैनलों का उपयोग करके अपने लक्ष्य दर्शकों तक पहुंचें और उन्हें अपने संदेश (संदेशों) के साथ प्रभावति करें। अगर वे कुशल नहीं लगते हैं, तो अन्य चैनलों में नविश करने या नई रणनीति के बारे में सोचें।

2. आपके संचार वाहनों को चुनते समय एक और महत्वपूर्ण विचार है। आप अपने संदेश को “प्रतिसिपर्धा” करने के लिए अनावश्यक रूप से अन्य जानकारी के साथ नहीं चाहते हैं; आजकल लोग जानकारी से अभिभूत हैं, बुद्धिमिनी से चुनते हैं, सरल और सीधे होते हैं; एक ऐसा चैनल चुने जसि लोग पूरे दिन उपयोग करते हैं ताकि आप अपने संदेश के लिए एक सटीक समय सेट कर सकें।

3. अंत में, बजट है एक सीमति बजट आपको हतोत्साहति न होने दें। कई सस्ती संचार वाहन हैं





2. संचार चैनल

नीचे आप वभिन्न प्रकार के संचार चैनल और उपकरण के कुछ उदाहरण पा सकते हैं:

भुगतान वजिआपन

प्रिंटि, समाचार पत्र, पत्रिकाएं: वविरणों को संदेश देने के लिए अच्छा

रेडियो: कारगर ढंग से लक्षति होने पर प्रभावी

टेलीवजिन: व्यापक लक्ष्य दर्शकों तक पहुंचने में प्रभावी, महंगी

आउटडोर: मोबाइल ऑडियंस के लिए अच्छा

ट्रंजिटि वजिआपन: शहरी दर्शकों के लिए अच्छा

मॉल प्रदर्शति करता है: अच्छा उपभोक्ता लक्ष्यीकरण

छपी हुई सामग्री

ब्रोशर / पर्लेट्स / प्रकाशन: अच्छे संचार उपकरण हैं, यद उन लोगों को लक्षति कया जाता है जिन्हें सूचना की आवश्यकता होती है और संदेश के लिए खुले हैं

पोस्टर: एक लंबे समय के लिए अत्यधिक दृश्यमान, एक वशिष अवसर का सुझाव दे सकता है

समाचारपत्रिकाएँ: सावधानी से लक्षति होने पर एक अच्छा संचार उपकरण

वार्षिकि रपीरट: महत्वपूर्ण कॉर्पोरेट जानकारी





मॉड्यूल 5 - संचार
चैनल मॉड्यूल का
परचिय

मीडिया से संबंध

पत्रकारों के साथ नियमित संपर्क
मेलिंग सूची अच्छी तरह से बनाए रखा जाना चाहिए
मीडिया के साथ एक-एक साक्षात्कार
समाचार वजिज्पति - समाचार सम्मेलनों
इलेक्ट्रॉनिक रिलीज - वीडियो, ऑडियो
बातचीत प्रदर्शन
पृष्ठभूमि की जानकारी के साथ सूचना कटि
समस्या के प्रवक्ता: कोई समस्या या घोषणा के बारे में बात करने के लिए कोई उपलब्ध है
फीचर लेख (ब्लॉग, वेबसाइट पोस्टिंग ...)

समुदाय संबंध

डायरेक्ट मेल: प्रत्यक्ष, महंगी
सार्वजनिक बोल: बहुत प्रभावी व्यक्तिगत संपर्क, प्रतबिद्धता तक पहुंचने के लिए समय की आवश्यकता होती है
ऑडियो वजिज्पति प्रस्तुतियों: एक मजबूत संदेश प्रदान करने के लिए
व्यक्तिगत संपर्क: बहुत प्रभावी, लेकिन समय लगता है
सार्वजनिक बैठकों: लोगों को एक साथ लाओ, एक मंच के साथ प्रतस्पर्धा या वरीध प्रदान कर सकते हैं
साइट पर्यटन: गहन जानकारी प्रदान करें, संदेह को समाप्त कर सकते हैं
शैक्षिक अवसर: कक्षाओं की यात्रा करें, शिक्षकों से मिलें
प्रायोजन अवसर

सरकारी संबंध

प्रमुख अधिकारियों के साथ नियमित संपर्क
अपनी मेलिंग सूची में सरकारी अधिकारी / कार्यालय जोड़ें
ब्रीफसि / ब्रीफिंग दस्तावेज़
गोल-तालिकाओं में भागीदारी

the sound of silence



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union





ऐप संचार के लिए समर्पित ऐप्स, बढ़ रहे हैं:

वे पाठ, ऑडियो और वीडियो सामग्री वितरित करने के लिए एक अनुकूलन चैनल प्रदान करते हैं, जो ईमेल और फोन कॉल से परे संवाद करने की इजाजत देता है। ऐप्स वकिरेता के अनुसार अलग-अलग होते हैं लेकिन वरीयता सेटिंग्स को अनुमति दे सकते हैं और इसका इस्तेमाल करने के लिए किया जा सकता है: समाचार कार्यकारी अद्यतन वीडियो ब्लॉग सूचनाएं सर्वेक्षण ईमेल ईमेल अभी भी आंतरिक संचार के लिए सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला चैनल है (96% संगठन और कंपनियां इसका उपयोग करती हैं) यह चुनौतीपूर्ण हो सकता है, जिनके इनबॉक्स पूर्ण है या जिनके पास डेस्क जॉब नहीं है उन तक पहुंचने के लिए। आपके ईमेल को पढ़ने के बारे में कुछ सुझाव यहां दिए गए हैं

1. एक वाक्य में मुख्य बिंदु से प्रारंभ करें हम कभी-कभी पूरी कहानी को बताने के लिए शुरुआत करने की कोशिश कर रहे हैं, यह सोचकर कि एक पाठक को यह समझने की जरूरत है कि उस बिंदु को किसने आगे बढ़ाया। एक संक्षिप्त विवरण के साथ शुरू करें जो उन्हें पर्याप्त जानकारी प्रदान करता है अगर वे आगे पढ़ना नहीं चाहते हैं, या उन्हें पढ़ने के साथ जाने का कारण बताएं।
2. एक अच्छी विषय पंक्ति लिखने में निवेश करें यह न केवल किसी को यह तय करता है कि उसे आपके ईमेल को पढ़ना चाहिए, लेकिन बाद में इसे ढूंढने में उन्हें मदद करता है। ईमेल की पुनर्प्राप्ति बाद में समय लेने वाली और निराशाजनक निराशाजनक हो सकती है यदि विषय पंक्ति स्पष्ट नहीं है।
3. इसे ब्राउज़ करना आसान बनाएं पाठक को उसके लिए प्रासंगिक अनुभाग ढूंढने के लिए उप-शीर्षक का उपयोग करें पैराग्राफ के बजाय बुलेट का उपयोग करें प्रमुख बिंदु पर फॉन्ट रंगों को रेखांकित, हाइलाइट करें, या बदलें समाचार समाचारपत्रिकाएँ, पत्रिकाएँ और अन्य प्रिंट चैनल मर चुके नहीं हैं, लेकिन उन्हें केवल आपके डिजिटल चैनलों को ही पूरक बनाना चाहिए। न्यूज़लेटर: गैर डेस्क कर्मचारी तक पहुंचने में सहायता करें आसानी से साझा कर रहे हैं पकि-अप के लिए अच्छे हैं-चूंकि यह आसान-आवेग है डिजिटल रूप से दोहराया जा सकता है चूंकि वे अन्य चैनलों की तुलना में अधिक महंगा हो सकते हैं और कई डिजिटल वकिल्पो की तुलना में मापने के लिए कठिन हैं, उन स्थितियों में उनका उपयोग करें जहां अन्य चैनल प्रभावी नहीं हैं





मॉड्यूल 5 - संचार
चैनल मॉड्यूल का
परचिय

पॉडकास्ट

पॉडकास्ट का इस्तेमाल संचार के लिए किया जा रहा है क्योंकि वे अन्य गतिविधियों में लगे रहते हुए सुनते हैं, जिनके लिए दृश्य फोकस की आवश्यकता नहीं होती है। चाहे काम कर रहे हों या कसरत कर रहे हों, लोगों को जीवन की अधिक सांसारिक गतिविधियों को समृद्ध करने के लिए सामग्री की कड़ी मेहनत करनी चाहिए।

एक पॉडकास्ट:

प्रामाणिक और विश्वसनीय हो सकते हैं
किसी संगठन की आवाजें लगा सकती हैं
नेताओं को नजिक कर सकते हैं

पॉडकास्ट एक बहुमुखी उपकरण है, लेकिन उन कंपनियों का उपयोग करने वालों को एक प्रभावी डिलीवरी चैनल (ऐप्स और ई-पत्रों को सोचने) की आवश्यकता होगी।

3. पर्यावरण चैनल

वॉल मैसेजिंग

हाँ, आपकी दीवारें बोल सकती हैं! वे स्वतंत्र संचार चैनल हैं जो दृष्टि में कई बार लोगों तक पहुंच सकते हैं। उनमें से कुछ को अपने सबसे कालातीत संदेश-अपने मशिन, आपके इतिहास, आपके मूल्यों के बारे में संवाद करने के लिए आदर्श स्थान के रूप में सोचें।

दीवार बहुमुखी हैं और डिजिटल और साथ ही पारंपरिक संदेशों के लिए उपयुक्त हैं। यदि आपका मुख्य ट्रेडिक क्षेत्र आपकी टीम को आपके हस्ताक्षर संदेश नहीं दे रहे हैं, तो इन लक्ष्यीकरण चैनलों का उपयोग करने का समय है।

दृष्टिहीन और बैनर

वशिष्ट संदेशों को लक्षित करने के लिए पोर्टेबल डिस्प्ले अच्छा है, जिन्हें अलग-अलग स्थानों पर साझा करने की आवश्यकता है



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

