



श्री. लाडलेमशाक पी. नदाफ
 सहायक प्राध्यापक, हिंदी विभाग,
 गोदुताई दोड्डप्पा अप्पा कला, वाणिज्य
 और विज्ञान महिला स्नातक महाविद्यालय कलबुरगी, कर्नाटक
 ई मेल: mubarakladle@gmail.com
 मो. 9945894964

व्यावसायिक क्षेत्रों में सोशियल मीडिया की भूमिका

मार्केटिंग हमेशा से किसी भी व्यवसाय का एक मूलभूत हिस्सा रहा है। बिना मार्केटिंग के कारोबार ठप रहेगा। यह किसी स्तर पर उत्पादों, परियोजनाओं या यहां तक कि रणनीतियों के मार्केटिंग द्वारा घातीय सफलता हासिल करना संभव और आसान बनाता है। पिछले दशक के दौरान, सोशल मीडिया ने ऑनलाइन मार्केटिंग और संचार के कई अन्य रूपों को पीछे छोड़ दिया है।

दुनिया भर में तेज और आसान इंटरनेट सेवाओं ने बाजार को बदल दिया है। सोशियल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करके युवाओं के लिए ऑनलाइन शॉपिंग बहुत आसान हो गई। सभी उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर उपलब्ध है। उपभोक्ता अपनी खरीदारी से पहले ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफॉर्म पर आवश्यक उत्पादों और सेवाओं की गुणवत्ता और कीमतों की तुलना करते हैं। उत्पादों के प्रत्येक ब्रांड और प्रत्येक ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफॉर्म के बीच अच्छी प्रतियोगिताएं हैं। उपभोक्ताओं को वस्तुओं और सेवाओं की कीमत और गुणवत्ता में इन प्रतियोगिताओं का लाभ मिलता है। आजकल लोगों के दैनिक जीवन में ऑनलाइन शॉपिंग अधिक लोकप्रिय हो गई है। लोग ऑनलाइन खरीदारी को पारंपरिक खरीदारी की तुलना में अधिक पसंद करते हैं। ऑनलाइन शॉपिंग उपभोक्ताओं के लिए उन उत्पादों और सेवाओं का चयन करना आसान और सुविधाजनक है जो वे ऑनलाइन शॉपिंग प्लेटफॉर्म का उपयोग करना चाहते हैं। उपभोक्ताओं को पूरी खरीदारी प्रक्रिया को पूरा करने के लिए माउस या उंगली पर क्लिक करने की आवश्यकता है। ऑनलाइन खरीदारी से खरीदारी बहुत आसान हो जाती है। उपभोक्ताओं को बिना किसी डिलीवरी शुल्क के अपने घर पर उत्पादों और सेवाओं की होम डिलीवरी मिलती है। पारंपरिक खरीदारी से ऑनलाइन खरीदारी में उपभोक्ताओं के प्रवास के विभिन्न कारण हैं। आवश्यक उत्पादों को मूल्य, गुणवत्ता, रंग और आकार के आधार पर प्रतिस्पर्धी उत्पादों के साथ तुलना करने की सुविधा ऑनलाइन शॉपिंग के सबसे बड़े लाभों में से एक है। विभिन्न भुगतान सुविधाएं जैसे डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड, नेट बैंकिंग, यूपीआई, कैश ऑन डिलीवरी आदि ऑनलाइन शॉपिंग पर उपलब्ध हैं। यदि उपभोक्ता को अपने उत्पादों में कोई दोष मिलता है तो ऑनलाइन शॉपिंग पर रिटर्न और रिफंड सुविधाएं भी उपलब्ध हैं।

व्यावसायिक क्षेत्रों में सोशल मीडिया

व्यवसाय में सोशल मीडिया के फायदे और नुकसान

ऑनलाइन मार्केटिंग अब व्यापार मालिकों के लिए एक विकल्प नहीं है - यह एक आवश्यकता है। यदि हम अपने व्यवसाय को ऑनलाइन उपस्थिति देना चाहते हैं, तो आज हमारे पास बहुत सारे विकल्प हैं।

आमतौर पर दो विकल्प होते हैं – एक वेबसाइट या एक सोशल मीडिया प्रोफाइल। पिछले दशक के दौरान, सोशल मीडिया ने ऑनलाइन मार्केटिंग और संचार के कई अन्य रूपों को पीछे छोड़ दिया है। व्यवसाय अब सोच रहे हैं कि क्या उन्हें पहले स्थान पर एक वेबसाइट की आवश्यकता है।

इन दिनों, सोशल मीडिया कई प्रकार के रूपों में आता है - और हम कुछ ही मिनटों में एक प्रोफाइल सेट कर सकते हैं। फेसबुक, इंस्टाग्राम, लिंकड इन और अन्य सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर पहले से ही लाखों संभावित ग्राहक हैं और इस विशाल अवसर का लाभ व्यवसाय द्वारा कुछ ही समय में उठाया जा सकता है।

सोशल मीडिया के लाभ

एक व्यावसायिक सोशियल मीडिया अकाउंट स्थापित करना आमतौर पर मुफ्त है, और सोशियल मीडिया पेज जल्दी और आसानी से सेट हो जाते हैं। इससे व्यक्तियों के लिए बिना अधिक प्रयास के एक बुनियादी ऑनलाइन उपस्थिति स्थापित करना आसान हो जाता है। सोशल मीडिया प्रोफाइल के लिए प्रतिबंध नहीं हैं, और यदि व्यवसाय स्वामी यह निर्णय लेता है कि प्रोफाइल अब उनके लिए काम नहीं कर रही है, तो वे इसे आसानी से हटा सकते हैं। इसके अलावा, व्यवसायों को एक प्रदाता के साथ रहने की ज़रूरत नहीं है - वे दूसरे प्लेटफॉर्म पर स्विच कर सकते हैं या एक साथ कई सोशल मीडिया प्रोफाइल चल सकते हैं। सोशल मीडिया का उपयोग व्यवसायों को अपने ग्राहकों तक पहुंचने और आगे और पीछे बातचीत उत्पन्न करने में सक्षम बनाता है। कंपनियों को अधिक सुलभ और मानवीय बनाकर, व्यवसाय आसानी से ग्राहकों के साथ संवाद कर सकता है और संबंध बना सकता है।

दैनिक या साप्ताहिक अपडेट पढ़कर, ग्राहक कंपनी के मूल्यों और उद्देश्य के बारे में अधिक सीखते हैं और वही व्यवसाय तब उनकी सूची में सबसे ऊपर होंगे जब उन्हें उस तरह का काम करने के लिए किसी की आवश्यकता होगी। एक व्यवसाय के साथ दैनिक संपर्क कंपनी के प्रति वफादारी की भावना पैदा करता है।

सोशल मीडिया नुकसान

आमतौर पर, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म अनुकूलन के लिए ज्यादा जगह नहीं छोड़ते क्योंकि वे समान लेआउट का पालन करते हैं। हालाँकि व्यवसाय के स्वामी एक प्रोफाइल फोटो और कंपनी विवरण जोड़ सकते हैं, लेकिन पृष्ठ का मूल लेआउट सीमित है। सीमित डिज़ाइन के कारण, व्यवसाय अपनी मौलिकता नहीं दिखा सकते हैं और उनके पृष्ठ अन्य सभी के समान दिखाई देते हैं। कंपनियों के सोशल मीडिया पेज उपभोक्ताओं को सवाल पूछने और प्रतिक्रिया देने की अनुमति देते हैं। फलस्वरूप, किसी को पृष्ठों की निगरानी करने और दर्शकों की बातों पर कड़ी नजर रखने की ज़रूरत है। व्यावसायिक प्रोफाइल पर टिप्पणियों को जनता द्वारा पूरी तरह से नियंत्रित किया जाता है और टिप्पणियों को कंपनी प्रोफाइल से उनकी स्वयं की प्रोफाइल पर टिप्पणी से भी जोड़ा जा सकता है।

सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म की बात करें तो शायद सबसे बड़ी समस्या स्वामित्व की कमी है। कई छोटे व्यवसायों के पास अपने सोशल मीडिया प्रोफाइल नहीं होते हैं। सामाजिक नेटवर्क यह निर्धारित करते हैं कि व्यावसायिक पृष्ठों पर कौन सी सामग्री और प्रचार दिखाई देंगे, और व्यवसाय के मालिकों को अपने पृष्ठों को बनाए रखने के लिए सख्त दिशानिर्देशों का पालन करना चाहिए।

वर्षों तक, कंपनियां एक मजबूत सोशल मीडिया उपस्थिति बना सकती हैं और फिर इसे एक पल में दूर ले जा सकती हैं। अगर किसी सोशल मीडिया प्रदाता द्वारा साइट को बंद करने से कंपनी की ऑनलाइन उपस्थिति बर्बाद हो जाती है। नुकसान महत्वपूर्ण होगा यदि उस कंपनी के लिए केवल ऑनलाइन उपस्थिति थी। भले ही फेसबुक के बिना दुनिया की कल्पना करना मुश्किल है, ऐसे कई अन्य सोशल नेटवर्क हैं जो अस्पष्टता में गायब होने से पहले अविश्वसनीय रूप से लोकप्रिय थे, जैसे स्काइप और याहू मैसेंजर।

सार्वजनिक क्षेत्र हो अथवा निजी एवं सहकारी औद्योगिक प्रतिष्ठान, सभी में जनसम्पर्क दो उद्देश्यों को दृष्टि में रखकर किया जाता है:

1. जनता के प्रमुख व विशिष्ट व्यक्तियों से सम्पर्क स्थापित करने तथा उनकी सहमति पाकर पारस्परिक सहयोग बढ़ाने के उद्देश्य की पूर्ति के लिए।

2. उद्योग की सेवाओं एवं उत्पादन में वृद्धि करना, बिक्री वृद्धि करके प्रतिष्ठा स्थापित करना तथा प्रतिस्पर्धियों के बीच भी सफलता पाना।

इन दोनों उद्देश्यों की पूर्ति के लिए अच्छी जनसम्पर्क व्यवस्था की आवश्यकता होती है। इनके अभाव में उद्योग अपनी प्रतिष्ठा और साख बचाने में असफल रहता है और उसकी बिक्री पर भी इसका प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

“वर्तमान में जनसम्पर्क द्वारा जनसंचार माध्यमों को अत्यन्त वैज्ञानिक ढंग से प्रयुक्त किया जा सकता है। अतः आज सभी उद्योग तथा व्यापारिक प्रतिष्ठान जनसम्पर्क विभाग का गठन करने के पश्चात ही बाजार में आते हैं। यह विभाग उनके लिए निम्नलिखित कार्य करता है:

- प्रेस से सम्पर्क
- कर्मचारियों से सौहार्दपूर्ण सम्पर्क निर्माण में सहायता
- मजदूरों से अच्छे सम्बन्ध बनाये रखने का कार्य
- अपने उपभोक्ताओं से सम्पर्क स्थापित कर उनके अनुकूल उत्पादन करवाने में सहायता”¹

“इसके बिना उद्योग के उत्पादन की खपत के लिए बाजार पर पकड़ सम्भव नहीं होती। यह विभाग प्रचार-प्रसार करने के साथ ही विविध योजनाओं का संचालन एवं विस्तारण करने में सहायक होता है। इसके लिए वह बाजार का सर्वेक्षण करता है, डीलर्स के साथ सम्पर्क स्थापित करता है और अपनी योजना की पूर्ति के लिए सम्बद्ध सरकारी विभाग से सम्पर्क स्थापित करता है। सार्वजनिक, निजी या सहकारी उद्योगों की सफलता के लिए ये प्रतिक्रियाएं अत्यन्त आवश्यकिय हैं”²

कॉर्पोरेट प्रशिक्षण में सोशियल मीडिया की भूमिका

2. कॉर्पोरेट ट्रेनिंग में सोशियल मीडिया : लर्निंग प्लेटफॉर्म के रूप में

सोशल मीडिया में समान रुचियों, मूल्यों और बहुत कुछ वाले व्यक्ति, समुदाय और संगठन हैं। ई-लर्निंग में, सोशल मीडिया का विभिन्न तरीकों से उपयोग किया जाता है। निम्नलिखित सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म हैं जिनका उपयोग कॉर्पोरेट प्रशिक्षण के लिए किया जाता है:

1. फेसबुक

- सूचना और विचारों¹। डिजिटल मीडिया और सोशियल मीडिया
- सबसे पहले, डिजिटल और सोशल मीडिया क्या हैं और वे कैसे भिन्न हैं। जब सूचना किसी डिजिटल उपकरण के माध्यम से साझा की जाती है, तो यह डिजिटल मीडिया है। इलेक्ट्रॉनिक उपकरण का उपयोग करके किसी भी प्रकार का मीडिया बनाया, वितरित, देखा या संग्रहीत किया गया। इसमें सोशल मीडिया भी शामिल है, सोशल मीडिया सामूहिक रूप से संचार, संपर्क और सहयोग के लिए उपयोग की जाने वाली वेबसाइटों और एप्लिकेशन को संदर्भित करता है। इनका उपयोग सूचना साझा करने और विपणन के लिए किया जाता है।
- “यूनाइटेड नेशंस इंडस्ट्रियल डेवलपमेंट ऑर्गेनाइजेशन (यूएनआईडीओ) द्वारा वर्ष 2020 में जारी रिपोर्ट इंडस्ट्रियलाइजेशन इन डिजिटल एज में स्पष्ट तौर पर बताया गया है कि तमाम विकसित देशों में डिजिटल टेक्नोलॉजी के इस्तेमाल से औद्योगिकीकरण में किस कदर तेजी देखने को मिली है। इसमें एडवांस्ड डिजिटल प्रोडक्शन टेक्नोलॉजी के बढ़ते प्रयोग से विकासशील देशों में हो रहे औद्योगिकीकरण पर विशेष अध्ययन किया गया है। इसमें यह भी पाया गया कि भारतीय कंपनियों बड़े पैमाने पर नई डिजिटल तकनीकियों के विकास के साथ इस्तेमाल पर पर्याप्त जोर दे रही हैं। इस क्रम में भारत द्वारा आईसीटी आधारित टूल्स का मैनुफेक्चरिंग के विविध कार्यों में उपयोग पर भी चर्चा की गई है। रिपोर्ट

में यह स्वीकार किया गया है कि नई एवं उन्नत डिजिटल तकनीकियों की बदौलत गत दशकों की तुलना में चहुंमुखी प्रगति देखने को मिल रही है”।³

- “इस रिपोर्ट में यह भी बताया गया है कि उत्पादन इकाइयों में श्रमिकों की मांग में कमी इन तकनीकियों के बढ़ते प्रयोग से देखने को मिली है पर आईसीटी क्षेत्र के पेशेवरों की मांग में बढ़ोत्तरी भी हुई है। रिपोर्ट में भारत सरकार के भारी उद्योग मंत्रालय द्वारा संचालित "समर्थ" (स्मार्ट एडवांस मैनुफेक्चरिंग एंड रैपिड ट्रांसफॉर्मेशन हब) योजना की सफलता को भी एक महत्वपूर्ण उदाहरण के रूप में प्रस्तुत किया गया है। हालांकि देश में विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी विभाग द्वारा देशव्यापी स्तर पर 25 क्लस्टरों के माध्यम से आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, मशीन लर्निंग सहित तमाम कटिंग एज टेक्नोलॉजी का समन्वयन प्रचलित तकनीकियों से कर उन्नत बनाने पर बल दिया जा रहा है”।⁴
-
- को साझा करने के लिए फेसबुक समूह
- फेसबुक का उपयोग राय, विचित्र, चित्र आदि पोस्ट करने के लिए कर सकते हैं।
- प्रतिभागी प्रशिक्षण से संबंधित चीजों के बारे में बात कर सकते हैं।
- वे रोमांचक जानकारी पोस्ट कर सकते हैं और कुछ भी जो वे साथी प्रतिभागियों के साथ साझा करना चाहते हैं।
- अपडेट और अलर्ट प्रसारित करने के लिए फेसबुक पेज।
- कर्मचारी प्रशिक्षण कार्यक्रमों में फेसबुक पेजों को शामिल करना।
- प्रशिक्षक इसका उपयोग कक्षा अद्यतन पोस्ट करने और चर्चा को प्रोत्साहित करने के लिए कर सकता है।
- साइन आउट होने के बाद भी पेज एक्सेस किए जा सकते हैं।
- हालांकि, फेसबुक पेज सार्वजनिक होता है।
- लाइव व्याख्यान और मेजबान चर्चाओं को स्ट्रीम करें
 - प्रशिक्षक प्रत्येक कक्षा के लिए समूह बना सकते हैं और फेसबुक लाइव व्याख्यानों को स्ट्रीम कर सकते हैं।
 - वे चर्चा प्रश्न पोस्ट कर सकते हैं और कक्षा घोषणाएँ कर सकते हैं।
 - हमेशा याद रखने की आवश्यकता है कि पेशेवर सीमा सुनिश्चित करना आवश्यक है। आपको फ्रेंड रिक्वेस्ट भेजने की जरूरत नहीं है। ईमेल सीखने वालों को एक्सेस के लिए फेसबुक ग्रुप का सीधा लिंक।

2. ट्विटर

- सीखने वाले समुदायों को जोड़ने के लिए ट्विटर को बैकचैनल के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है।
- प्रशिक्षक एक खाता बना सकते हैं और प्रशिक्षण में भाग लेने वालों को इसका #हैशटैग बता सकते हैं।
- ट्विटर एक चर्चा संदेश बोर्ड हो सकता है।
 - प्रशिक्षक एक ही ट्विटर हैंडल बना सकते हैं।
 - चरित्र सीमा शिक्षार्थियों को संक्षेप में और प्रभावी ढंग से संवाद करने के बारे में गंभीर रूप से सोचने पर मजबूर करती है।
 - सूत्रधार देय तिथियों के लिए अनुस्मारक पोस्ट कर सकते हैं या प्रेरणादायक उद्धरण साझा कर सकते हैं।
 - वे उपयोगी लिंक भी साझा कर सकते हैं।
- प्रशिक्षक विशिष्ट हैशटैग के साथ चर्चा और ट्विटर चैट भी बना सकते हैं।

3. लिंकडइन

- लिंकडइन एक पेशेवर सोशल नेटवर्क है।
- इसमें बहुत सारी चर्चाएँ और समूह हैं जहाँ शिक्षक और विशेषज्ञ अपने संबंधित उद्योगों में अपने विचार और विकास साझा करते हैं।
- यह अलग है क्योंकि आप हर किसी की प्रोफेशनल प्रोफाइल देख सकते हैं।

4. यूट्यूब

- ई-लर्निंग के लिए YouTube एक बेहतरीन स्रोत है।
- ये मुफ्त है।
- वीडियो जो प्रशिक्षण कार्यक्रम का हिस्सा हैं, जोड़े जा सकते हैं।

5. इंस्टाग्राम

- फोटो निबंध बनाने के लिए आप इंस्टाग्राम का उपयोग कर सकते हैं।
- छात्र फोटो निबंध प्रस्तुत करने के लिए इंस्टाग्राम का उपयोग कर सकते हैं।
- इस प्रकार, वे डिजिटल स्टोरीटेलिंग का अभ्यास कर सकते हैं।
- छात्र वर्ग-विशिष्ट इंस्टाग्राम खाते बना सकते हैं।
- वे चाहें तो उन्हें बाद में हटा सकते हैं।

6. ब्लॉग

- आप चर्चाओं के लिए एक ब्लॉग बना सकते हैं।
- ब्लॉगिंग छात्रों को कक्षा के सामाजिक चैनलों से आसानी से लिंक करने के लिए डिजिटल सामग्री देती है।
- प्रशिक्षक वर्डप्रेस, स्कवायरस्पेस, विक्स और ब्लॉगर का उपयोग कर सकते हैं।
- प्रशिक्षक एक ब्लॉग बना सकते हैं।
- प्रतिभागी अपना उपयोगकर्ता खाता बना सकते हैं। वे चर्चा पोस्ट या टिप्पणी कर सकते हैं।
- ब्लॉग में सामग्री रूपरेखा और नोट्स जोड़ सकते हैं।
- जब इस ब्लॉग को पढ़ते हैं, तो कॉरपोरेट ट्रेनिंग में सोशल मीडिया के उपयोग का अनुभव कर सकते हैं।

7. पिनटरेस्ट

- प्रशिक्षक वर्ग-विशिष्ट पिनटरेस्ट बोर्ड बना सकते हैं।
- वे अपने द्वारा संचालित प्रत्येक प्रशिक्षण कार्यक्रम के लिए Pinterest बोर्ड बना सकते हैं।
- वे उन पिनो को सहेज सकते हैं जो पाठों के लिए प्रासंगिक हैं।
- प्रशिक्षक पिनटरेस्ट का उपयोग संसाधनों, पाठ योजनाओं और कार्यपत्रों को तैयार करने और व्यवस्थित करने के लिए कर सकते हैं।
- पिनटरेस्ट प्रतिभागियों के लिए वेबसाइटों, पुस्तकों, या वीडियो को एक ही विषय पर एक बोर्ड पर पिन करने और आवश्यकता पड़ने पर वापस संदर्भित करने में सहायक हो सकता है।

3. सोशियल मीडिया का उपयोग कर कर्मचारियों को प्रशिक्षण देना

सोशल मीडिया आभासी समुदायों के निर्माण की अनुमति देता है जहां टीम पर हर कोई बातचीत कर सकता है। कॉर्पोरेट शिक्षार्थी ज्ञान उपभोक्ताओं से सोशल मीडिया के सक्रिय योगदानकर्ताओं के रूप में विकसित हुए हैं। सोशल मीडिया भौगोलिक रूप से बिखरे हुए कार्यबल को एक साथ लाता है। यह उन्हें सीखने के अवसरों की एक श्रृंखला प्रदान करता है।

1. टीम वर्क बनाना

शिक्षण और विकास दल प्रशिक्षण कार्यक्रम में भाग लेने वाले कर्मचारियों के लिए एक समूह बनाने के लिए फेसबुक और लिंकडइन का उपयोग कर सकते हैं। कर्मचारियों को एक-दूसरे को जानने की अनुमति देने के लिए वे निजी समूह बना सकते

हैं। फेसबुक अन्य प्लेटफार्मों की तुलना में अधिक आकस्मिक है। प्रतिभागियों के मिलने के लिए यह एक आभासी बैठक स्थान हो सकता है। ये समूह टीम निर्माण और सहयोगी शिक्षण का एक पहलू हो सकते हैं। लेकिन, फेसबुक और लिंकडइन इससे अलग हैं

फेसबुक पर, प्रतिभागियों को समूह का सदस्य बनने के लिए किसी को अपना मित्र बनाने की आवश्यकता नहीं है। फेसबुक समूह निजी हो सकते हैं। केवल आमंत्रित प्रतिभागी ही निजी समूह में शामिल हो सकते हैं। ये समूह सदस्यों को चर्चाओं, फोटो साझाकरण, फ़ाइल साझाकरण, स्थिति अपडेट और अन्य में भाग लेने की अनुमति देते हैं। दूसरी ओर, लिंकडइन समूह विचारों को साझा करने और बातचीत करने का एक मंच है। हालाँकि, पेशेवरों के लिए लिंकडइन पर कनेक्ट होना आवश्यक है।

2. शिक्षार्थियों में रुचि पैदा करना

वयस्क शिक्षार्थी स्व-निर्देशित होना पसंद करते हैं। कर्मचारियों को यह समझना चाहिए कि प्रशिक्षण कैसे उनकी मदद करने वाला है। एक प्रचार रणनीति बनाई जानी चाहिए जो कर्मचारियों को शिक्षित करे कि कैसे कार्यक्रम उनके पेशेवर विकास में योगदान कर सकता है। कॉर्पोरेट प्रशिक्षण कार्यक्रमों को बढ़ावा देने के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म यह शिक्षार्थियों को आपकी पहल पर ध्यान दिलाता है। इस प्रकार, शिक्षार्थियों को इस पर अपना हाथ रखने के लिए प्रेरित किया जाएगा।

3. कहीं से भी सीखना

सोशल मीडिया भौगोलिक सीमाओं के पार प्रशिक्षण की अनुमति देता है। स्काइप जैसे सरल टूल में विभिन्न स्थानों पर स्थित लोगों को साझा वर्चुअल स्पेस में एक साथ लाने की शक्ति है। यदि आपको मुख्यालय में वरिष्ठ प्रबंधन द्वारा व्याख्यान में भाग लेने के लिए अन्य स्थानों के कर्मचारियों की आवश्यकता है, तो डिजिटल मीडिया का उपयोग किया जा सकता है। हर कोई एक ऑनलाइन पाठ्यक्रम में भाग ले सकता है।

4. बहुआयामी दृष्टिकोण

बहुमुखी मल्टीमीडिया विकसित करने के लिए संगठन सोशल मीडिया का उपयोग कर सकते हैं।

- सोशल मीडिया साइटों के माध्यम से व्याख्यात्मक चित्र और दृश्य प्रदान करना।
- यूट्यूब जैसे डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करके शिक्षाप्रद वीडियो ऑनलाइन साझा किए जा सकते हैं।
- प्रस्तुतीकरण बनाने के लिए प्रशिक्षक कैमवा, प्रेज़ी, स्लाइड शेयर और इसी तरह के अन्य टूल का उपयोग कर सकते हैं।
- जूम या गूगल मीट पर महत्वपूर्ण लाइव इवेंट प्रसारित करें।
- ब्लॉग में लेख प्रकाशित करें।
- फेसबुक की दीवारों पर फेसबुक पोस्ट बनाएं।
- ट्विटर खातों के माध्यम से लघु संदेश भेजें।
- लिंकडइन समूहों के भीतर बातचीत और चर्चाएँ हो सकती हैं।

5. प्रतियोगिताएं

सोशल मीडिया प्रतियोगिताओं, खेलों और बहुत कुछ की मेजबानी करने की अनुमति देता है। यह कर्मचारियों के लिए सीखने का एक संवादात्मक तरीका है। कर्मचारी इन प्रतियोगिताओं और चुनौतियों को जीतने पर पुरस्कार मिलने पर प्रेरित होंगे। आप फेसबुक और ट्विटर पर प्रतियोगिताएं चला सकते हैं। वे क्विज़, चुनाव और गेम बनाने के लिए उपकरण प्रदान करते हैं। कर्मचारी विजेता का निर्धारण करने के लिए अपनी पसंद के जवाबों को पसंद करने के लिए लाइक फीचर का उपयोग कर सकते हैं। ये प्रतियोगिताएं सीखने को पीयर-टू-पीयर अनुभव बनाती हैं।

6. प्रशिक्षक और प्रशिक्षण सामग्री का परिचय

प्रशिक्षण से पहले, प्रशिक्षक और प्रशिक्षण सामग्री का परिचय। उदाहरण के लिए, एक प्रशिक्षक अपना परिचय देने के लिए एक सेल्फी-शैली का वीडियो बना सकता है। पाठ्यक्रम का एक परिचयात्मक वीडियो बनाया जा सकता है जो उद्देश्यों,

अपेक्षाओं और सामग्री की रूपरेखा बताता है। इनको वीडियो को यूट्यूब पर अपलोड किया जा सकता है या फेसबुक या लिंकडइन समूहों पर पोस्ट किया जा सकता है। उन्हें निजी तौर पर प्रकाशित किया जा सकता है।

इसके अलावा, प्रतिभागियों को संक्षिप्त परिचय वीडियो अपलोड करने के लिए प्रोत्साहित किया जा सकता है। इस प्रकार, वास्तविक प्रशिक्षण शुरू होने से पहले प्रतिभागियों को प्रशिक्षक और साथी प्रतिभागियों को पता चल जाएगा।

7. एसएमई को सीधे शिक्षार्थियों से जोड़ना

शिक्षार्थियों को विषय वस्तु विशेषज्ञों से जोड़ने के लिए सामाजिक नेटवर्क का उपयोग करना होगा। एलएंडडी टीम इस उद्देश्य के लिए फेसबुक या लिंकडइन समूहों का उपयोग कर सकती हैं। प्रतिभागी स्पष्टीकरण मांगने के लिए भी इस प्रारूप का उपयोग कर सकते हैं। एसएमई इन समूहों का उपयोग अपडेट पोस्ट करने के लिए भी कर सकते हैं।

8. प्रशिक्षण के बाद सोशल मीडिया

- एक बार प्रशिक्षण समाप्त हो जाने के बाद, प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए इन समूहों का उपयोग करना चाहिए।
- प्रशिक्षक एक अनुवर्ती वीडियो पोस्ट कर सकते हैं।
- प्रतिभागी प्रशिक्षण के बाद की चर्चाओं और प्रश्नों के लिए निजी समूहों का उपयोग कर सकते हैं।
- उन्होंने जो सीखा उसे प्रदर्शित करने के लिए वे चित्र या वीडियो पोस्ट कर सकते हैं। ये वीडियो या तो प्रशिक्षक की समीक्षा के लिए या कक्षा के देखने के लिए हो सकते हैं।
- शिक्षकों, निर्देशात्मक डिजाइनरों, कंपनियों और संगठनों ने प्रशिक्षण में सोशल मीडिया पर भरोसा करना शुरू कर दिया है। सोशल मीडिया सूचनाओं, चर्चाओं, विचारों और टिप्पणियों को साझा करने, और बहुत कुछ को बढ़ावा देता है।

कॉर्पोरेट प्रशिक्षण और विकास के भविष्य के लिए सोशल मीडिया एक शक्तिशाली उपकरण है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म द्वारा पेश किए जा सकने वाले अवसरों की खोज शुरू करें। अपने संगठन की सीखने की संस्कृति को और अधिक आकर्षक और इंटरैक्टिव बनाने के लिए डिजिटल मीडिया को शामिल करना चाहिए।

4. प्रशिक्षण में सोशियल मीडिया की भूमिका

सोशल मीडिया लोगों को अधिक उपयोगी जानकारी प्राप्त करने और सीखने वाले समूहों और शिक्षा को सुविधाजनक बनाने वाली अन्य शैक्षिक प्रणालियों से जुड़ने में मदद करता है। सोशल मीडिया सामूहिक रूप से संचार, सहभागिता और सहयोग के लिए उपयोग की जाने वाली वेबसाइटों और एप्लिकेशन को संदर्भित करता है। उनका उपयोग सूचना साझा करने और विपणन के लिए किया जाता है।

5. प्रशिक्षण और विकास के लिए सोशियल मीडिया का उपयोग

1. टीम वर्क बनाना
2. शिक्षार्थियों में रुचि पैदा करना
3. प्रशिक्षक और प्रशिक्षण सामग्री का परिचय देना
4. एसएमई को सीधे शिक्षार्थियों से जोड़ना
5. फीडबैक लेने के लिए प्रशिक्षण के बाद सोशल मीडिया

6. कर्मचारियों को सोशियल मीडिया पर प्रशिक्षित करना

1. टीम वर्क बनाना
2. शिक्षार्थियों में रुचि पैदा करना
3. प्रशिक्षक और प्रशिक्षण सामग्री का परिचय देना

4. एसएमई को सीधे शिक्षार्थियों से जोड़ना
5. फीडबैक लेने के लिए प्रशिक्षण के बाद सोशल मीडिया

7. प्रशिक्षण के लिए सोशियल मीडिया का उपयोग

प्रशिक्षण Google+ : Google+ मिलियन पंजीकृत उपयोगकर्ताओं के साथ दूसरा सबसे बड़ा सोशल मीडिया नेटवर्क है। यह आपके लक्षित दर्शकों के साथ जुड़ने के लिए एक असाधारण अच्छा मंच है। समुदायों, हैंगआउट और हैशटैग जैसी अपनी सुविधाओं की मदद से, आप प्रभावी रूप से उन व्यक्तियों से जुड़ सकते हैं जो आपके व्यवसाय या प्रतिस्पर्धित बाजार में रुचि दिखाते हैं।

Google+ की एक उ के लिए किस प्रकार के सोशियल मीडिया का उपयोग कर सकते हैं यह देखने के लिए हाल ही में सोशल मीडिया नेटवर्कों का एक बड़ा प्रसार हुआ है, जिनमें से हर एक व्यवसाय मार्केटिंग के लिए अलग-अलग लाभ प्रदान करता है। व्यापार के लिए टॉप 5 सोशल मीडिया वेबसाइटों में से कुछ में शामिल हैं:

विभिन्न प्रकार के वेबसाइट सोशल मीडिया में शामिल हैं:

1. फेसबुक: फेसबुक ने विश्व स्तर पर रिपोर्ट किए गए मिलियन उपयोगकर्ताओं के साथ खुद को शीर्ष सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में मजबूती से स्थापित किया है। यह एक व्यापक और अत्यधिक विविध दर्शकों के साथ उत्कृष्ट बातचीत की सुविधा देता है, जो आपके पेज को “पसंद” करने पर अपने उपयोगकर्ता फ्रीड में हमारे स्टेटस अपडेट प्राप्त करना शुरू कर सकते हैं। फेसबुक सटीक विश्लेषणात्मक उपकरण भी प्रदान करता है जो आपको अपने व्यवसाय पृष्ठ पर ट्रैफिक की निगरानी करके अपनी मार्केटिंग रणनीति की प्रभावशीलता को ट्रैक करने में सक्षम कर सकता है।

ल्लेखनीय विशेषता यह है कि यह लिखने में एपीआई का समर्थन नहीं करता है, जिसका अर्थ है कि उपयोगकर्ता बाहरी सॉफ्टवेयर का उपयोग करके स्वचालित रूप से उत्पन्न पोस्ट नहीं भेज सकते हैं। यह पूरी प्रक्रिया को अधिक यथार्थवादी और आकर्षक बनाता है। इस प्लेटफॉर्म का उपयोग करने के लिए एक और फायदा यह है कि प्रत्येक सार्वजनिक कार्रवाई को स्वचालित रूप से Google खोज इंजन में इंडेक्स किया जाता है, जो आपकी फर्म के एसईओ प्रयासों को महत्वपूर्ण रूप से बढ़ावा दे सकता है।

निष्कर्ष

सोशियल मीडिया को दोधारी तलवार के रूप में अधिक माना जा सकता है। इसका उपयोग व्यावसायिक प्रतिस्पर्धियों पर विजय प्राप्त करने के साथ-साथ ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए भी किया जा सकता है।

संदर्भ:

1. जनसंपर्क विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन सी पंत – पृ. सं. 58
2. जनसंपर्क विज्ञापन एवं प्रसार माध्यम – एन सी पंत – पृ. सं. 58
3. कुरुक्षेत्र, दिसंबर 2020, आलेख, साकार होती डिजिटल भारत की परिकल्पना - अशोक सिंह - पृ. सं. 21
4. कुरुक्षेत्र, दिसंबर 2020, आलेख, साकार होती डिजिटल भारत की परिकल्पना - अशोक सिंह - पृ. सं. 21