



विपणन संचार में कॅरिअर के अवसर

डॉ. प्रदीप नायर

संप्रेषण के क्षेत्र में संचार अनिवार्य होता है. उपभोक्ताओं तथा ग्राहकों के साथ संबंध बनाने एवं उसके प्रबंधन का विपणन संचार पर सीधा प्रभाव पड़ता है. विपणन संचार, ग्राहकों के साथ किसी संगठन के संबंधों को न केवल आदान-प्रदान किए जाने वाले संदेशों के प्रकार द्वारा, बल्कि मीडिया की पसंद और उनके ग्राहकों की वरीयता के अनुकूल अवसर द्वारा भी निर्धारित करने में सहायता करता है.

विपणन संचार सूचना सम्प्रेषित करने का एक ऐसा विज्ञान तथा कला है जिसे कंपनी जनता तक पहुंचाना चाहती है. सूचना किसी उत्पाद के विपणन, किसी नए उत्पाद के बारे में वार्ता, कंपनी द्वारा प्रवर्तन अथवा सामुदायिक पहल से संबंधित हो सकती है.

विपणन संचार मात्र एक नई धारणा से कहीं ऊपर है. यह विपणन का क्रांतिकारी दृष्टिकोण है जो विषय को पुनः निर्धारित करता है और सोच के मूलतः नए प्रतिमान को स्थापित करता है. अब विपणन संचार ने एक रणनीतिक कार्यकलाप के रूप में अपनी पारंपरिक भूमिका को अनुकूल प्रबंधन साधन की एक नई भूमिका में परिवर्तित कर लिया है. इसलिए, विपणन संचार, संचार के संबंध में मात्र रणनीतिक निर्णय लेने के बारे में नहीं है. यह उन व्यवसाय नीतियों की सोच तथा विस्तार के बारे में है जो सम्पूर्ण व्यवसाय संगठन को स्थापित करेगा.

संभावना एवं कार्य-क्षेत्र :

विपणन संचार एक विपणन ढांचे में कार्य करता है. पारंपरिक रूप में विपणन के चार तथ्यों (उत्पाद, स्थान, मूल्य एवं प्रोत्साहन) के प्रोत्साहक घटक के रूप में प्रसिद्ध, विपणन संचार का प्राथमिक लक्ष्य, निर्धारित ग्राहक तक पहुंचना और सूचना देकर, उनमें विश्वास उत्पन्न करके तथा अपने प्रति धारणा स्थापित करा कर उनके व्यवहार को प्रभावित करना है. विपणन संचार जानकारी प्रदान करके तथा प्रयोग को बढ़ावा देकर ब्रांड्स के लिए नए ग्राहक बनाता है. विपणन संचार, ब्रांड्स के लाभों के बारे में अतिरिक्त सूचना देकर उनके क्रय-व्यवहार को मजबूत बना कर किसी ब्रांड के वर्तमान ग्राहक आधार भी स्थापित करता है. ग्राहकों, उपभोक्ताओं, रिटेलरों, तथा अन्य महत्वपूर्ण स्टेकहोल्डरों के साथ संबंध बनाना एवं उन्हें मजबूत करना विपणन संचार का लक्ष्य है.

प्रबंधन अध्ययन में विपणन संचार का अध्ययन करना आजकल पर्याप्त ध्यान आकर्षित कर रहा है, क्योंकि यह विपणन प्रैक्टिसनर्स में नए सार्वभौमिक बाजारों में हो रहे प्रौद्योगिकीय परिवर्तनों के साथ सम्पूर्ण तन्मयता या एकाग्रता स्थापित कर रहा है.

विपणन संचार अध्ययन का एक बहुविषयीय क्षेत्र है, जिसमें संचार, अर्थशास्त्र वाणिज्य, सामाजिक विज्ञान तथा प्रबंधन विषयों के स्नातकों के लिए व्यापक संभावना है. सफल विपणन संचार विकल्पों के युग्मक अर्थात् प्रोत्साहन मिश्रण पर आधारित होता है. इन विकल्पों में विक्रय प्रोत्साहन, जन-सम्पर्क, प्रत्यक्ष विपणन तथा वैयक्तिक विक्रय शामिल हैं. कई महत्वपूर्ण ग्राहकों तक पहुंचने के लिए इंटरनेट भी एक सशक्त साधन बन गया है. किसी विपणन संचार कार्यक्रम में भूमिका निभाने वाला प्रत्येक घटक इस तथ्य पर निर्भर होता है कि क्या कंपनी प्रोत्साहन (पुश) की नीति अपनाती है या पुल समर्थन की नीति.

पुल नीति, विनिर्माता से प्रयोक्ता तक पहुंचने वाले उत्पाद के लिए वैयक्तिक विक्रय की तुलना में उपभोक्ता मांग पर अधिक निर्भर होती है। विज्ञापन, जन-सम्पर्क तथा विक्रय प्रोत्साहन द्वारा सृजित मांग माल तथा सेवा को वितरण शृंखला के माध्यम से समर्थन देती है। दूसरी ओर प्रोत्साहन नीति इन शृंखलाओं के माध्यम से उत्पाद को प्रोत्साहित करने के लिए व्यक्तिगत विक्रय पर बल देती है।

विपणन संचार की संभावना व्यापक है। प्रबंधन एवं विपणन मिश्रण की अच्छी समझ रखने वाले संचार-छात्रों के लिए यह क्षेत्र शानदार अवसर देता है। प्रत्येक व्यक्ति को विपणन नीति अर्थात् उत्पाद, सेवा या दृष्टि, मूल्य-जिस पर ब्रांड बेचा जाएगा या वह स्थान जहां पर या जहां से उस ब्रांड को खरीदेंगे आदि मुख्य क्षेत्रों की जानकारी होनी चाहिए। श्रेष्ठ प्रोत्साहन घटिया स्तर के उत्पाद, अत्यधिक ऊंचे मूल्यों या अपर्याप्त खुदरा वितरण को पराभूत नहीं कर सकता।

प्रबंधन प्रैक्टिस तथा संचार-प्रक्रिया के बीच एक अंतरंग संबंध होता है। सफल विपणन संचार प्रोत्साहन के विभिन्न घटकों के समन्वय के संबंध में ठोस प्रबंधन निर्णयों पर निर्भर करता है।

विपणन संचार, नए एवं बेहतर उपायों के विभिन्न स्तरों पर ग्राहकों तक पहुंचने के लिए प्रोत्साहन के सभी रूपों के उपयोग से जुड़े प्रबंधन एवं संचार विज्ञान के व्यापक विषय में एक आशाजनक क्षेत्र है।

कार्य-प्रकृति

संचार/मीडिया अध्ययन में डिग्री अथवा डिप्लोमा के साथ विपणन एवं प्रबंधन प्रैक्टिस की व्यापक समझ आपको मीडिया तथा व्यवसाय प्रैक्टिस के बीच एक कड़ी के रूप में कार्य करने के लिए व्यापक संचार कार्य दिला सकती है। एक विपणन संचारकर्ता के रूप में कोई भी व्यक्ति बाजार उन्मुखी से बाजार-प्रेरित के रूप में परिवर्तित हो रहे विपणन परिपेक्ष्य का अध्ययन करने के लिए विभिन्न व्यवसाय संगठनों के लिए कार्य कर सकता है।

कोई भी व्यक्ति ब्रांडिंग की प्रक्रियाओं का अध्ययन करने के असीम अवसर तलाश सकता है। ब्रांडिंग, विपणन संचार में एक मुख्य संकल्पना है। विपणन संचार आपको यह समझाने में सहायता करता है कि कैसे समाचार रिपोर्टें, बातों, विशेषज्ञों की राय तथा वित्तीय रिपोर्टों के द्वारा उपभोक्ता किसी ब्रांड या कम्पनी के बारे में विचार या राय बनाता है तथा क्रय निर्णय लेता है।

विपणन संचार विशेषज्ञ के रूप में आप उत्पाद की बहुलता तथा जारी किए जा रहे एवं उपभोक्ताओं और अन्य द्वारा प्रयुक्त किए जा रहे कंपनी संदेशों में समन्वय लाने के कार्य प्राप्त कर सकते हैं।

एक संचार विशेषज्ञ के रूप में आपको मीडिया आदतों तथा महत्वपूर्ण उपभोक्ता वर्गों की जीवन शैली की जानकारी प्राप्त करने का अवसर मिलेगा। इस जानकारी की सहायता से आप उन संदेशों को मीडिया के माध्यम से अनुकूल बना सकते हैं, जिनके उस समय, जब इन वर्गों द्वारा इन्हें ग्रहण करने की प्रबल संभावना के समय, इन वर्गों तक पहुंचने की अत्यधिक संभावना होती है, और इस तरह के विपणन संचार प्रयासों का अधिकतम उपयोग कर सकते हैं।

अध्ययन कहां करें एवं पात्रता :

इस समय, भारतीय विश्वविद्यालय कई संचार, अर्थशास्त्र, वाणिज्य एवं व्यवसाय अध्ययन विभाग विपणन संचार को स्नातकोत्तर स्तर पर अपने एक ऐच्छिक (ऑप्शनल) विषय के रूप में चला रहे हैं। पत्रकारिता एवं जनसंचार में प्रशिक्षित तथा अर्थशास्त्र, वाणिज्य, प्रबंधन अथवा व्यवसाय अध्ययन में डिग्रीधारी व्यक्ति विपणन संचार में रोजगार प्राप्त कर सकते हैं। भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली, मुद्रा संचार संस्थान, अहमदाबाद; सिम्बियोसिस विश्वविद्यालय, पुणे; एम.एस. बड़ौदा विश्वविद्यालय, नरसी मोनजी प्रबंधन अध्ययन संस्थान, मुंबई; राष्ट्रीय विज्ञापन संस्थान, नई दिल्ली; जेवियर संचार संस्थान, मुंबई; राष्ट्रीय डिजाइन संस्थान, अहमदाबाद; सर जे.जे. अनुप्रयुक्त कला संस्थान, मुंबई आदि कुछ ऐसे संस्थान हैं जो विपणन संचार पर विशेषज्ञतापूर्ण मोड्यूल चलाते हैं।

रोज़गार कहाँ तलाशें :

सामान्यतः सरकारी व्यवसाय संगठनों, कार्पोरेट मीडिया एजेंसियों तथा विभागों शैक्षिक तथा अनुसंधान संस्थाओं, मीडिया व्यवसाय के क्षेत्र में कार्यरत परामर्श संस्थाओं में ऐसे युवा संचार स्नातकों के लिए अवसर होते हैं जो विपणन संचार की अच्छी समझ रखते हैं। मीडिया प्रबंधन के क्षेत्र में विभिन्न आयामों पर कार्यरत कार्पोरेट अनुसंधान फर्मों में विपणन संचार नीतियों के सत्यापन एवं विकास के लिए अनुसंधान एसोशिएट या विश्लेषक के रूप में कार्य करने के लिए युवा अनुसंधानकर्ताओं के लिए व्यापक अवसर हैं।

युवा संचार प्रैक्टिसकर्ताओं के लिए ग्राहकों तथा उपभोक्ताओं पर व्यापक सूचना आधार का विकास करने, इन वर्तमान तथा संभावित ग्राहकों को कुछ सामान्य जानकारी स्तर, पूर्ण-मनोवृत्तियों तथा व्यवहार वाले समूहों में विभाजित करने के व्यापक कार्य अवसर हैं, युवा व्यक्तियों के लिए ऐसे मीडिया संदेशों तथा नीतियों का विकास करने के अवसर हैं, जो व्यवसाय संगठनों को उनके विपणन उद्देश्यों को पूरा करने के लिए उनकी संचार रणनीतियों का मार्गदर्शन कर सकें। एक संचार विशेषज्ञ के रूप में आप बड़ी बहुराष्ट्रीय कंपनियों को उनके ग्राहकों तथा अन्य महत्वपूर्ण स्टेकहोल्डर्स के साथ आपसी लाभदायी संबंध बनाने तथा मजबूत करने और प्रोत्साहन मिश्रण के सभी घटकों का स्पष्टता, सामंजस्य तथा अधिकतम प्रभाव वाले चार कार्यक्रम में समन्वय करके सहक्रिया के सृजन में सहायता कर सकते हैं।

वेतन :

विपणन संचार में वेतन आपकी योग्यता तथा अनुभव, व्यवसाय एवं उद्योग मामलों में आपकी विशेषज्ञता एवं आपके संचार कौशल पर आधारित होता है। संचार अध्ययन में डिग्री या डिप्लोमा तथा प्रबंधन की अच्छी समझ आपको एंट्री स्तर के पदों पर 20000 से 25000 हजार रु. मासिक वेतन दिला सकते हैं। संचार अध्ययन में मास्टर डिग्री या डॉक्टर डिग्री के साथ विपणन संचार में कोई औपचारिक शिक्षा/विशेषज्ञता अधिक अवसर दिला सकती है। प्रख्यात व्यवसाय फर्म परामर्शदाता संस्थाएं अपने विभिन्न परियोजना कार्यक्रमों के लिए विपणन संचार व्यवसायियों को अच्छा वेतन दे सकती हैं। अंतर्राष्ट्रीय व्यवसाय संगठन एवं सरकारी सहयोगी संस्थान की विपणन अनुसंधान में महत्वपूर्ण समर्थन की अच्छी समझ रखने वाले व्यक्तियों को अच्छे पद दे सकते हैं। एक सशक्त नेतृत्व, टीम विकास तथा नेटवर्किंग कौशल आपको मीडिया एवं व्यवसाय क्षेत्र में कोई उच्च पद दिला सकता है।

अपने कौशल को निखारें :

एक विपणन संचार व्यवसायी के रूप में आपको संचार के साथ किसी देश की आर्थिक एवं प्रबंधन प्रणाली के साथ सह संबंध की एक अत्यधिक स्पष्ट समझ होनी चाहिए। यह भी अपेक्षित है कि एक विपणन संचारकर्ता के रूप में आप नई सूचना तकनीकों से परिचित हों जो प्रत्यक्ष विपणन नीतियों का उपयोग करके ग्राहकों तथा प्रत्याशित ग्राहकों को अधिक सुस्पष्ट रूप में लक्षित करने में सहायता करेंगी।

नई संचार प्रौद्योगिकी व्यवसायों तथा उपभोक्ताओं को ऐसे संबंधों को स्थापित और मजबूत करने के नए उपाय दे रही हैं जो संगठन की सफलता तथा उपभोक्ताओं के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि वे क्रय-निर्णय लेते हैं। एक संचार विशेषज्ञ के रूप में किसी भी व्यक्ति को उन साधनों तथा तकनीकों से सुपरिचित होना चाहिए जिनके माध्यम से संगठन विभिन्न संघटकों, ग्राहकों, प्रयोक्ताओं तथा अन्य स्टेकहोल्डर के साथ संचार करता है।

**डॉ. प्रदीप नायर इस समय अनवर जमाल किदवई—जन संचार अनुसंधान केन्द्र (एम.आर.सी.आर.), जामिया मिल्लिया इस्लामिया (केन्द्रीय विश्वविद्यालय), जामिया नगर, नई दिल्ली-110025 में एक अनुसंधान वैज्ञानिक के रूप में कार्यरत हैं।
ई-मेल : nairdevcom@yahoo.co.in**