



व्यावसायिक लेखन के तरीके

पवन चतुर्वेदी

व्यावसायिक लेखन के तरीके

व्यावसायिक लेखन के तरीके

पवन चतुर्वेदी

भाषा प्रकाशन
नई दिल्ली – 110002

© प्रकाशक

I.S.B.N. : 978-81-323-7523-4

प्रथम संस्करण : 2022

भाषा प्रकाशन

22, प्रकाशदीप बिल्डिंग, अंसारी रोड,
दरियागंज, नई दिल्ली – 110002

द्वारा वर्ल्ड टेक्नोलॉजीज नई दिल्ली के सहयोग से प्रकाशित

अनुक्रम

1. व्यापार पत्र लिखना	1
2. औपचारिक ईमेल लेखन	61
3. लेखन व्यवसाय प्रस्ताव	107
4. बिज़नेस के लिए ब्लॉग लिखना	146
5. मैनुअल लेखन	170
6. संचार रणनीति की योजना	194

व्यापार पत्र लिखना

एक कंपनी से दूसरी कंपनी या संगठनों और उनके ग्राहकों, ग्राहकों या अन्य बाहरी दलों के बीच एक आधिकारिक पत्र को व्यावसायिक पत्र के रूप में जाना जाता है। इसकी समग्र शैली संबंधित पक्षों के बीच संबंधों पर निर्भर करती है। यह एक परिचयात्मक अध्याय है एक कंपनी से दूसरी कंपनी या संगठनों और उनके ग्राहकों, ग्राहकों या अन्य बाहरी दलों के बीच एक आधिकारिक पत्र को व्यावसायिक पत्र के रूप में जाना जाता है। इसकी समग्र शैली संबंधित पक्षों के बीच संबंधों पर निर्भर करती है। यह एक परिचयात्मक अध्याय है, जो संक्षेप में व्यापार पत्र लेखन के सभी महत्वपूर्ण पहलुओं का वर्णन करेगा।

व्यापार पत्र

एक व्यावसायिक पत्र एक कंपनी से दूसरी कंपनी या ऐसे संगठनों और उनके ग्राहकों, ग्राहकों, या अन्य बाहरी दलों के बीच एक पत्र है। पत्र की समग्र शैली संबंधित पक्षों के बीच संबंधों पर निर्भर करती है। व्यावसायिक पत्रों में कई प्रकार की सामग्री हो सकती है, उदाहरण के लिए किसी अन्य पार्टी से प्रत्यक्ष जानकारी या कार्रवाई का अनुरोध करने के लिए, आपूर्तिकर्ता से आपूर्ति का आदेश देने के लिए, पत्र के प्राप्तकर्ता द्वारा एक गलती को इंगित करने के लिए, सीधे एक अनुरोध पर जवाब देने के लिए, एक गलत के लिए माफी माँगने के लिए, या सद्भावना व्यक्त करने के लिए। एक व्यावसायिक पत्र कभी-कभी उपयोगी होता है क्योंकि यह एक स्थायी लिखित रिकॉर्ड का उत्पादन करता है, और इसे अधिक लिया जा सकता है एक व्यावसायिक पत्र एक कंपनी से दूसरी कंपनी या ऐसे संगठनों और उनके ग्राहकों, ग्राहकों, या अन्य बाहरी दलों के बीच एक पत्र है। पत्र की समग्र शैली संबंधित पक्षों के बीच संबंधों पर निर्भर करती है। व्यावसायिक पत्रों में कई प्रकार की सामग्री हो सकती है, उदाहरण के लिए किसी अन्य पार्टी से प्रत्यक्ष जानकारी या कार्रवाई का अनुरोध करने के लिए, आपूर्तिकर्ता से आपूर्ति का आदेश देने के लिए, पत्र के प्राप्तकर्ता द्वारा एक गलती को इंगित करने के लिए, सीधे एक अनुरोध पर जवाब देने के लिए, एक गलत के लिए माफी माँगने के लिए, या सद्भावना व्यक्त करने के लिए। एक व्यावसायिक पत्र कभी-कभी उपयोगी होता है क्योंकि यह एक स्थायी लिखित रिकॉर्ड का उत्पादन करता है, और प्राप्तकर्ता द्वारा संचार के अन्य रूपों की तुलना में अधिक गंभीरता से लिया जा सकता है।

सामान्य प्रारूप मार्जिन

साइड, टॉप और बॉटम मार्जिन 1 से 1 1/4 इंच होना चाहिए (माइक्रोसॉफ्ट वर्ड जैसे प्रोग्राम्स में सामान्य डिफॉल्ट सेटिंग्स)। एक- पृष्ठसाइड, टॉप और बॉटम मार्जिन 1 से 1 1/4 इंच होना चाहिए (माइक्रोसॉफ्ट वर्ड जैसे प्रोग्राम्स में सामान्य डिफॉल्ट सेटिंग्स)। एक पृष्ठ के अक्षर और मेमो लंबवत केंद्रित होने चाहिए।

फ्रॉन्ट स्वरूपण

विषय पंक्ति को छोड़कर कोई विशेष वर्ण या फ्रॉन्ट स्वरूपण का उपयोग नहीं किया जाता है, जो आमतौर पर कम-पंक्तिबद्ध होता है।

विराम चिह्न

नमस्कार या अभिवादन आम तौर पर त्रिटिथ शैली में अल्पविराम द्वारा किया जाता है, जबकि संयुक्त राज्य अमेरिका में एक वृहदान्व का उपयोग किया जाता है। मान्यता या समापन के बाद अल्पविराम होता है।

इंडेंटेशन फॉर्मेट्स

व्यावसायिक पत्र आम तौर पर छह इंडेंटेशन प्रारूपों में से एक के अनुरूप होते हैं: मानक, खुला, ब्लॉक, अर्ध-ब्लॉक, संशोधित ब्लॉक और संशोधित अर्ध-ब्लॉक। सीधे शब्दों में कहें, "अर्ध" का मतलब है कि पैराग्राफ की पहली पंक्तियां इंडेंट की जाती हैं; "संशोधित" का अर्थ है कि प्रेषक का पता, दिनांक और समापन हस्ताक्षरित हैं - लगातार संकेत।

मानक

मानदंड-समापन के बाद मानक-प्रारूप पत्र नमस्कार और अल्पविराम के बाद एक बृहदान्त्र का उपयोग करता है।

खुला हुआ

ओपन-फॉर्मेट अक्षर सलाम करने के बाद विराम चिह्न और मानार्थ समापन के बाद विराम चिह्न का उपयोग नहीं करता है।

खंड मैथा

एक ब्लॉक-प्रारूप पत्र में, सभी पाठ संरेखित किए जाते हैं और पैराग्राफ इंडेंट नहीं होते हैं।

संशोधित ब्लॉक

संशोधित-ब्लॉक प्रारूप पत्र में, सभी पाठ संरेखित किए गए हैं (लेखक के पते, तिथि और समापन को छोड़कर), पैराग्राफ इंडेंट नहीं हैं, और लेखक एक संशोधित-ब्लॉक प्रारूप पत्र में, सभी पाठ संरेखित होते हैं (लेखक के पते, दिनांक और समापन को छोड़कर), पैराग्राफ इंडेंट नहीं होते हैं, और लेखक का पता, दिनांक और समापन केंद्र बिंदु पर शुरू होता है।

अर्द्ध ब्लॉक

अर्द्ध-ब्लॉक प्रारूप संशोधित ब्लॉक प्रारूप के समान है, सिवाय इसके कि प्रत्येक पैरा की पहली पंक्ति इंडेंट की जाती है।

संशोधित सेमी-ब्लॉक

एक संशोधित अर्द्ध-ब्लॉक प्रारूप पत्र में, सभी पाठ संरेखित किए गए हैं (लेखक के पते, दिनांक और समापन को छोड़कर), पैराग्राफ इंडेंट किए गए हैं, और लेखक संशोधित अर्द्ध-ब्लॉक प्रारूप पत्र में, सभी पाठ संरेखित किए जाते हैं (लेखक के पते, दिनांक और समापन को छोड़कर), पैराग्राफ इंडेंट किए जाते हैं, और लेखक का पता, दिनांक और समापन आमतौर पर एक ही स्थिति में होते हैं।

व्यावसायिक दर्शकों के लिए लेखन आमतौर पर मानविकी, सामाजिक विज्ञान, या अन्य अकादमिक विषयों में लिखने से काफी अलग है। व्यावसायिक लेखन उद्दीपक या रचनात्मक होने के बजाय कुरकुरे और रसीले होने का प्रयास करता है; यह विशिष्टता और सटीकता पर बल देता है। यह भेद व्यावसायिक लेखन को अन्य शैलियों से बेहतर या हीन नहीं बनाता है। बल्कि, यह अद्वितीय उद्देश्य को दर्शाता है और विचार करता है- एक व्यावसायिक संदर्भ में लिखते समय शामिल किए गए प्याज।

जब आप एक व्यावसायिक दस्तावेज़ लिखते हैं, तो आपको यह मान लेना चाहिए कि आपके दर्शकों के पास सीमित समय है जिसमें इसे पढ़ने और स्क्रिम करने की संभावना है। आपके पाठकों का इस बात में रुचि है कि आप क्या कहते हैं क्योंकि यह उनकी कामकाजी दुनिया को प्रभावित करता है। वे "निचला रेखा" जानना चाहते हैं: वह बिंदु जो आप किसी स्थिति या समस्या के बारे में बना रहे हैं और उन्हें कैसे जवाब देना चाहिए।

व्यापार लेखन बातचीत की शैली अक्सर करने के लिए ई-मेल संदेश में पाया से भिन्न होता है अधिकव्यवसाय लेखन संवादात्मक शैली से भिन्न होता है जो अक्सर ईमेल संदेशों में पाए जाने वाले अनुबंधों में अधिक औपचारिक, कानूनी शैली में पाया जाता है। इन दो चरम सीमाओं के बीच की शैली मेमो, ईमेल और पत्रों के बहुमत के लिए उपयुक्त है। ऐसा लिखना जो बहुत औपचारिक हो, पाठकों को अलग-थलग कर सकता है, और अत्यधिक आकस्मिक होने का एक प्रयास अतिर्णायक या अव्यवसायिक के रूप में सामने आ सकता है। व्यवसाय लेखन में, जैसा कि सभी लेखन में है, आपको अपने दर्शकों को जानना चाहिए।

ज्यादातर मामलों में, व्यावसायिक पत्र पहली छाप होगी जो आप किसी पर बनाते हैं। हालाँकि समय के साथ व्यावसायिक लेखन कम औपचारिक हो गया है, फिर भी आपको इस बात का बहुत ध्यान रखना चाहिए कि आपके पत्र की सामग्री स्पष्ट है और आपने इसे ध्यान से प्रमाणित किया है।

सर्वनाम और सक्रिय बनाम निष्क्रिय आवाज

क्तिगत सर्वनाम (जैसे मैं, हम और आप) पत्र और जापन में महत्वपूर्ण हैं। ऐसे दस्तावेजों में, अपने आप को मैं और पाठक को आप के रूप में संदर्भित करना पूरी तरह से उपयुक्त है। हालाँकि, सावधान रहें, जब आप सर्वनाम का उपयोग हम एक पारिपरिक पत्र में करते हैं जो कंपनी स्टेशनरी पर लिखा जाता है, क्योंकि यह आपकी कंपनी को आपके द्वारा लिखे गए कार्यों के लिए प्रतिबद्ध करता है। अपनी राय बताते हुए, I का उपयोग करें; जब कॉम नीति नीति प्रस्तुत करते हैं, हम उपयोग करते हैं।

सर्वश्रेष्ठ लेखक एक ऐसी शैली को प्राप्त करने का प्रयास करते हैं जो इतना स्पष्ट हो कि उनके संदेशों को गलत न समझा जा सके। एक स्पष्ट शैली को प्राप्त करने का एक तरीका निष्क्रिय आवाज के आपके उपयोग को कम करना है। यद्यपि निष्क्रिय आवाज़ कभी-कभी आवश्यक होती है, अक्सर यह न केवल आपके लेखन को सुस्त बना देती है, बल्कि अस्पष्ट या अत्यधिक रूप से अवैयक्तिक भी हो सकती है। यहाँ एक ही बिंदु का उदाहरण दिया गया है जो निष्क्रिय आवाज़ में और सक्रिय आवाज़ में कहा गया है:

- निष्क्रिय आवाज़: "सहायक विभाजन के शुद्ध लाभ को अत्यधिक कम करके आंका गया था।"

कौन क्या ओवरस्टीमेटिंग?

सक्रिय आवाज: ग्लोबल फाइनेंस टीम ने सहायक गोताखोरों के शुद्ध लाभ को काफी कम कर दिया।

दूसरा संस्करण स्पष्ट है और इस प्रकार बेहतर है।

का पाठ्यक्रमवैशक, हर नियम के अपवाद हैं। यदि आप ग्लोबल फाइनेंस टीम के प्रमुख हैं तो क्या होगा? आप इस तथ्य पर अत्यधिक ध्यान दिए बिना अपना संदेश प्राप्त करना चाह सकते हैं कि त्रुटि आपकी टीम की गलती थी। निष्क्रिय आवाज़ आपको एक अनियंत्रित बिंदु पर चमकने की अनुमति देती है - लेकिन आपको इसे संयम से उपयोग करना चाहिए।

फोकस और विशिष्टता

वसाय लेखन स्पष्ट और संक्षिप्त होना चाहिए। हालाँकि, ध्यान रखें कि आपका दस्तावेज़ छोटी, तड़का हुआ वाक्यों की अंतहीन श्रृंखला के रूप में नहीं है। यह भी ध्यान रखें कि "संक्षिप्त" का अर्थ "कुंद" नहीं है - फिर भी आपको सोचने की आवश्यकता हैव्यवसाय लेखन स्पष्ट और संक्षिप्त होना चाहिए। हालाँकि, ध्यान रखें कि आपका दस्तावेज़ छोटी, तड़का हुआ वाक्यों की अंतहीन श्रृंखला के रूप में नहीं है। यह भी ध्यान रखें कि "संक्षिप्त" का अर्थ "कुंद" नहीं है - फिर भी आपको अपने स्वर और उन दर्शकों के बारे में सोचने की ज़रूरत है जिनके लिए आप लिख रहे हैं। निम्नलिखित उदाहरणों पर विचार करें:

इस प्रस्ताव की सावधानीपूर्वक समीक्षा करने के बाद, हमने इस तिमाही में अन्य परियोजनाओं को प्राथमिकता देने का फैसला किया है। किसी को भी आपका

प्रोजेक्ट पसंद नहीं आयाइस प्रस्ताव की सावधानीपूर्वक समीक्षा करने के बाद, हमने इस तिमाही में अन्य परियोजनाओं को प्राथमिकता देने का फैसला किया है।

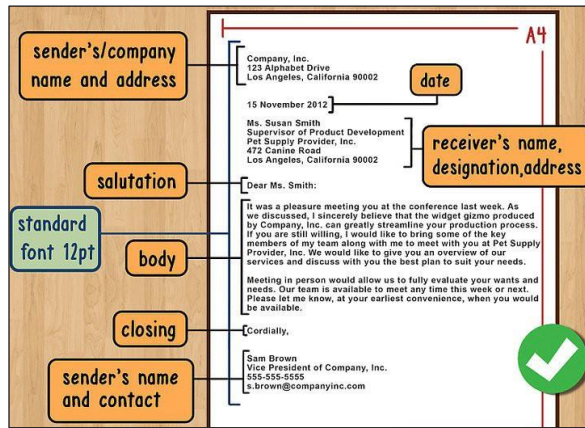
किसी को भी आपका प्रोजेक्ट आइडिया पसंद नहीं आया, इसलिए हम आपको कोई फंडिंग नहीं देने जा रहे हैं।

पहला संस्करण एक कमजोर बयान है, जिसमें तथ्यों पर जोर दिया गया है जो सीधे अपनी बात के लिए प्रासंगिक नहीं है। दूसरा संस्करण जानकारी प्रदान करता हैपहला संस्करण एक कमजोर बयान है, जिसमें तथ्यों पर जोर दिया गया है जो सीधे अपनी बात के लिए प्रासंगिक नहीं है। दूसरा संस्करण सरल और सीधे तरीके से जानकारी प्रदान करता है। लेकिन आपको यह जानने के लिए शैली पर एक विशेषज्ञ होने की आवश्यकता नहीं है कि दूसरा संस्करण के साथ तुलना में पहला वाक्यांश राजनयिक और सम्मानजनक (भले ही यह कम संक्षिप्त है), जो अनावश्यक रूप से कठोर है और नकारात्मक प्रतिक्रिया को भड़काने की संभावना है।

कैसे लिखना है एक व्यापार पत्र

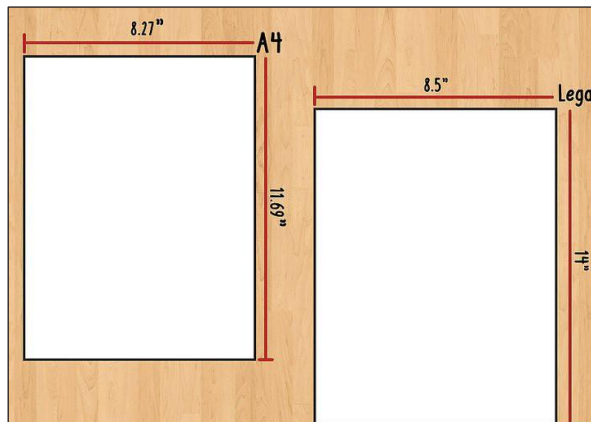
अधिकांश व्यावसायिक पत्र एक स्थापित, आसान-से- सीखे गए प्रारूप का पालन करते हैं जिसे आप किसी भी प्रकार की सामग्री के लिए अनुकूलित कर सकते हैं। एक व्यावसायिक पत्र में हमेशा दिनांक, जानकारी होनी चाहिए। अधिकांश व्यावसायिक पत्र एक स्थापित, आसानी से सीखने वाले प्रारूप का अनुसरण करते हैं, जिसे आप किसी भी प्रकार की सामग्री के लिए अनुकूलित कर सकते हैं। एक व्यावसायिक पत्र में हमेशा दिनांक, प्रेषक और प्राप्तकर्ता के बारे में जानकारी और कुछ बॉडी पैराग्राफ शामिल होने चाहिए। अपनी कंपनी के मानकों को पूरा करने के लिए इन चरणों का पालन करें और उन्हें आवश्यक रूप से संशोधित करें।

अंश 1: शुरुआत पत्र



1. प्रारूप को जाने: आपके पत्र की सामग्री जो भी हो, जिस तरह से यह दिखता है, उसके बारे में कुछ व्यावसायिक मानक हैं। व्यापार पत्र टाइप किया जाना चाहिए और एरियल या टाइम्स न्यू रोमन जैसे सामान्य फॉन्ट में लिखा जाना चाहिए। कर्मचारी ब्लॉक पैराग्राफिंग। इसका मतलब है कि आप दो बार "रिटर्न" मारकर एक नया पैराग्राफ शुरू करते हैं। ब्लॉक पैराग्राफ के लिए इंडेंटिंग का उपयोग न करें।

- सभी तरफ एक इंच के मार्जिन का उपयोग करें।
- एक ईमेल व्यापार पत्र भी एक सामान्य फॉन्ट में बनाया जाना चाहिए। व्यावसायिक ईमेल में काले और सफेद के अलावा स्क्रिप्ट या रंगों का उपयोग न करें।



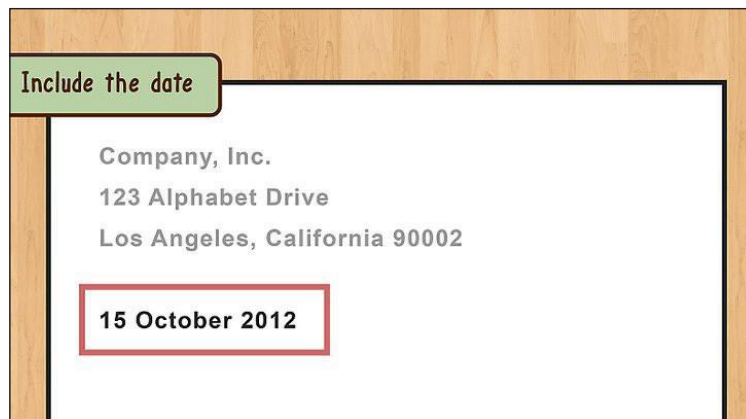
2. सही प्रकार का कागज चुनें : पत्र को 11.5 "पर 17 by" ("अक्षर आकार" के रूप में जाना जाता है) प्रिंट होना चाहिए। यदि आप यूएस से बाहर हैं, तो आप साइज़ A4 पेपर का उपयोग कर सकते हैं। सही प्रकार का कागज चुनें: पत्र को 11.5 "पर 17 by" ("अक्षर आकार" के रूप में जाना जाता है) प्रिंट होना चाहिए। यदि आप यूएस से बाहर हैं, तो आप A4 पेपर आकार का उपयोग कर सकते हैं। कुछ लंबे अनुबंध 8.5 "x 14" ("कानूनी आकार") पर मुद्रित किए जा सकते हैं।

- यदि आप भेजने के लिए पत्र प्रिंट कर रहे हैं, तो कंपनी लेटरहेड पर पत्र को प्रिंट करने पर विचार करें। यह इसे अधिक उधार देता है यदि आप पत्र भेजने के लिए प्रिंट कर रहे हैं, तो कंपनी लेटरहेड पर पत्र को प्रिंट करने पर विचार करें। यह इसे और अधिक पेशेवर हवा देता है और आपकी कंपनी का लोगो और कॉन्टैक्ट इन्फोर-मैशन प्रदान करता है।



3. जानकारी शामिल करें अपनी कंपनी के बारे में जानकारी शामिल करें: अपनी कंपनी का नाम और कंपनी का पता सूचीबद्ध करें, एक अलग लाइन पर लिखे पते के प्रत्येक भाग के साथ। यदि आप स्व-नियोजित या एक स्वतंत्र ठेकेदार हैं, तो अपना नाम या तो कंपनी के नाम के स्थान पर या उसके ऊपर जोड़ें।

- यदि आपकी कंपनी के पास पूर्व-तैयार लेटरहेड है, तो आप अपनी कंपनी और पते को टाइप करने के बजाय इसका उपयोग कर सकते हैं।
- यदि आप पता टाइप कर रहे हैं, तो यह पृष्ठ के शीर्ष पर दाईं या बाईं-उचित दिखाई देनी चाहिए यदि आप पता टाइप कर रहे हैं, तो यह आपकी या आपकी कंपनी की पसंद के आधार पर, पृष्ठ के शीर्ष पर दाईं या बाईं-ओर दिखाई देना चाहिए।
- यदि आप पत्र को एक अंतर्राष्ट्रीय स्थान पर भेज रहे हैं, तो देश को कैपिटल लेट-टर्स में टाइप करें।



4. दिनांक शामिल करें: पूरी तारीख लिखना सबसे अधिक पेशेवर विकल्प है। उदाहरण के लिए, "1 अप्रैल, 2012" या "1 अप्रैल 2012" लिखें। यह नीचे कुछ लाइनों को छोड़ दिया जाना चाहिए प्रकट होता है दिनांक शामिल करें: पूरी तारीख लिखना सबसे अधिक पेशेवर विकल्प है। उदाहरण के लिए, "1 अप्रैल, 2012" या "1 अप्रैल 2012" लिखें। यह छोड़े जाने वाले पते के नीचे कुछ पंक्तियों को छोड़ दिया जाना चाहिए।

- यदि आपने अपना पत्र कई दिनों में लिखा है, तो उस तिथि का उपयोग करें जिसे आपने पत्र को समाप्त किया है।

Add the recipient's information

123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

15 October 2012

Mr. John Doe
Customer Service Representative
Widgets Galore, Inc.
987 Widget Street
Miami, Florida 33111

5. प्राप्तकर्ता की जानकारी जोड़ें : प्राप्तकर्ता का पूरा नाम, शीर्षक (यदि लागू हो), compa- ny नाम और उस क्रम में एक अलग लाइन पर जानकारी के प्रत्येक टुकड़े के साथ पता लिखें। यदि आवश्यक हो, तो एक संदर्भ संख्या शामिल करें। प्राप्तकर्ता की जानकारी को नीचे कुछ लाइनों को छोड़ दिया जाना चाहिए। प्राप्तकर्ता की जानकारी जोड़ें: प्राप्तकर्ता का पूरा नाम, शीर्षक (यदि लागू हो), compa- ny नाम और उस क्रम में एक अलग लाइन पर जानकारी के प्रत्येक टुकड़े के साथ पता लिखें। यदि आवश्यक हो, तो एक संदर्भ संख्या शामिल करें। प्राप्तकर्ता की जानकारी को तिथि के नीचे कुछ लाइनों को छोड़ दिया जाना चाहिए।

- किसी विशिष्ट व्यक्ति को पत्र को संबोधित करना सबसे अच्छा है। इस तरह, एक वास्तविक व्यक्ति आपके पत्र का जवाब देने में सक्षम होगा। यदि आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं जिसे आपको पत्र भेजना चाहिए, तो थोड़ा शोध करें। किसी विशिष्ट व्यक्ति को पत्र को संबोधित करना सबसे अच्छा है। इस तरह, एक वास्तविक व्यक्ति आपके पत्र का जवाब देने में सक्षम होगा। यदि आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं जिसे आपको पत्र भेजना चाहिए, तो थोड़ा शोध करें। व्यक्ति का नाम और शीर्षक जानने के लिए कंपनी को कॉल करें।

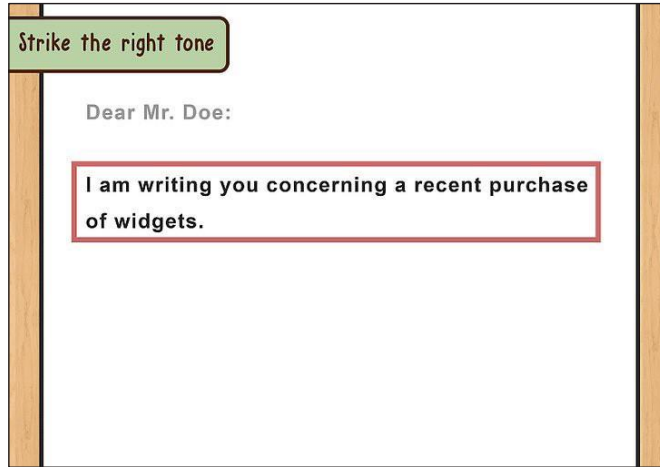
Choose a salutation

Dear Mr. Doe:

6. एक अभिवादन चुनें: अभिवादन सम्मान का एक महत्वपूर्ण संकेतक है, और जो आप उपयोग करते हैं वह इस बात पर निर्भर करेगा कि आप उस व्यक्ति को जानते हैं जिसे आप लिख रहे हैं, आप उन्हें कितनी अच्छी तरह जानते हैं और आपके रिश्ते में औपचारिकता का स्तर। निम्नलिखित पर विचार करें विकल्प:

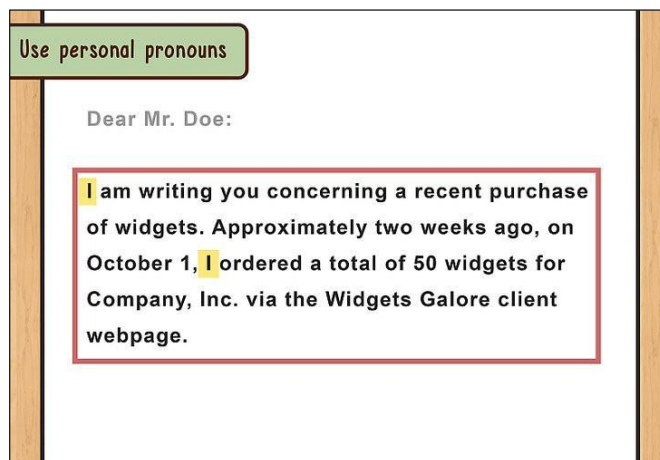
- "किससे यह चिंता हो सकती है" केवल अगर आप नहीं जानते हैं, जिसे विशेष रूप से, आप विज्ञापन-ड्रेसिंग कर रहे हैं।
- यदि आप प्राप्तकर्ता को अच्छी तरह से नहीं जानते हैं, तो "प्रिय सर / मैडम" एक सुरक्षित विकल्प है।
- आप प्राप्तकर्ता के शीर्षक और अंतिम नाम, जैसे "प्रिय डॉ. स्मिथ" का उपयोग कर सकते हैं।
- यदि आप प्राप्तकर्ता को अच्छी तरह से जानते हैं और उसके साथ अनौपचारिक संबंध का आनंद लेते हैं, तो आप पहले नाम के पते पर विचार कर सकते हैं, जैसे "प्रियजना।"
- यदि आप प्राप्तकर्ता के लिंग के बारे में अनिश्चित हैं, तो बस पूरा नाम टाइप करें, जैसे "प्रिय क्रिस स्मिथ।"
- "किससे किससे क्या हो सकता है" चिंता के बाद एक नमस्कार या एक बृहदान्त्र के बाद एक अल्पविराम को मत भूलना।

भाग 2: शरीर रचना



1. सही स्वर पर प्रहार करें: समय पैसा है, जैसा कि कहा जाता है, और अधिकांश व्यवसायी लोग समय बर्बाद करने से नफरत करते हैं। इसलिए, आपके पत्र का स्वर संक्षिप्त और पेशेवर होना चाहिए। अपने पत्र को सीधे मामले में गोताखोरी करके और पहले पैराग्राफ में अपनी टिप्पणियों को संक्षिप्त रखते हुए त्वरित रूप से पढ़ें। उदाहरण के लिए, आप हमेशा "मैं आपके संबंध में लिख रहा हूँ ..." से शुरू कर सकता हूँ और वहां से जा सकता हूँ।

- अपने आप को फूलों के संक्रमण, बड़े शब्दों, या लंबे समय तक चिंता मत करो, सेन-टेंस को ध्यान में रखते हुए - आपका इरादा संवाद करना चाहिए कि जितनी जल्दी हो सके और साफ-साफ कहा जाना चाहिए।
- अपने पत्र में दृढ़ रहें। सबसे अधिक संभावना है कि आपके पत्र का उद्देश्य आपके पाठक को कुछ करने के लिए राजी करना है: उनके दिमाग को बदलना, एक समस्या को ठीक करना, पैसा भेजना या कार्रवाई करना। अपना केस बनाओ अपने पत्र में दृढ़ रहें। सबसे अधिक संभावना है कि आपके पत्र का उद्देश्य आपके पाठक को कुछ करने के लिए राजी करना है: उनके दिमाग को बदलना, एक समस्या को ठीक करना, पैसा भेजना या कार्रवाई करना। अपना केस बनाओ।



2. व्यक्तिगत सर्वनामों का उपयोग करें: अपने व्यावसायिक पत्र में "I," "हम," और "आप" का उपयोग करना पूरी तरह से ठीक है। अपने आप को "मैं" और अपने पाठक को "आप" के रूप में देखें।

- यदि आप किसी संगठन की ओर से पत्र लिख रहे हैं तो जागरूक रहें। यदि आप com- pany के दृष्टिकोण को बता रहे हैं, तो आपको "हम" का उपयोग करना चाहिए ताकि पाठक को पता चले कि कंपनी आपके कथन के पीछे है। यदि आप अपनी राय लिख रहे हैं, तो "आई" के साथ रहें।

Write clearly and concisely Concerning a recent purchase of widgets. Approximately two weeks ago, on October 1, I ordered a total of 50 widgets for Company, Inc. via the Widgets Galore client webpage. I received an email notification two days later confirming the receipt of payment and the shipment of the widgets. According to your website, shipments should reach their destination within 3-5 business days of being sent, but I have yet to receive the widgets. Do you have any information on what may have happened to delay the shipment or where the

3. स्पष्ट और संक्षिप्त रूप से लिखें: अपने पाठक को ठीक से बताएं कि आप क्या कहना चाह रहे हैं। यदि आपका अर्थ क्रिस्टल स्पष्ट है, तो आपका पाठक जल्दी से प्रतिक्रिया देगा। विशेष रूप से, यदि आपके पत्र के कारण आपके द्वारा लिए जाने वाले कुछ परिणाम या कार्य हैं, तो बताएं कि यह क्या है। अपनी स्थिति को यथासंभव कम शब्दों में समझाएं।

Use the active voice

Passive : The sunglasses are not designed or manufactured with attention to their durability. ❌

Active : Your company designs and manufactures sunglasses without attention to their durability. ✅

4. सक्रिय आवाज़ का उपयोग करें: वर्णन करते समय एक स्थिति या एक अनुरोध करते समय, निष्क्रिय आवाज़ के बजाय सक्रिय आवाज़ चुनना सुनिश्चित करें। निष्क्रिय आवाज़ आपके लेखन को अस्पष्ट या अवैयक्तिक बना सकती है। इसके अलावा, सक्रिय आवाज़ अधिक है एक स्थिति या एक अनुरोध करते समय, निष्क्रिय आवाज़ के बजाय सक्रिय आवाज़ चुनना सुनिश्चित करें। निष्क्रिय आवाज़ आपके लेखन को अस्पष्ट या अवैयक्तिक बना सकती है। इसके अलावा, सक्रिय आवाज़ अधिक सुव्यवस्थित है और सीधे बिंदु पर है। उदाहरण के लिए:

- निष्क्रिय: धूप का चश्मा उनके स्थायित्व के लिए ध्यान के साथ डिज़ाइन या निर्मित नहीं किया जाता है।
- सक्रिय: आपकी कंपनी अपने डु-रिबिलिटी पर ध्यान दिए बिना धूप का चश्मा बनाती और बनाती है।

Be conversational when appropriate October 1, I ordered a total of 50 widgets for widgets Galore client webpage. I received an email notification two days later confirming the receipt of payment and the shipment of the widgets. According to your website, shipments should reach their destination within 3-5 business days of being sent, but I have yet to receive the widgets. Do you have any information on what may have happened to delay the shipment or where the shipment is currently?

5. उपयुक्त होने पर संवादी बनें: लोगों द्वारा लोगों को पत्र लिखे जाते हैं। यदि संभव हो तो फॉर्म पत्र से बचें। आप डिब्बाबंद अवैयक्तिक पत्रों के साथ संबंध नहीं बना सकते। हालाँकि, दूर रहें बोलचाल की भाषा या स्लैंग से जैसे कि "आप जानते हैं," "मेरा मतलब है," या "वाना।" स्वर को बस रखें - अच्छा, लेकिन

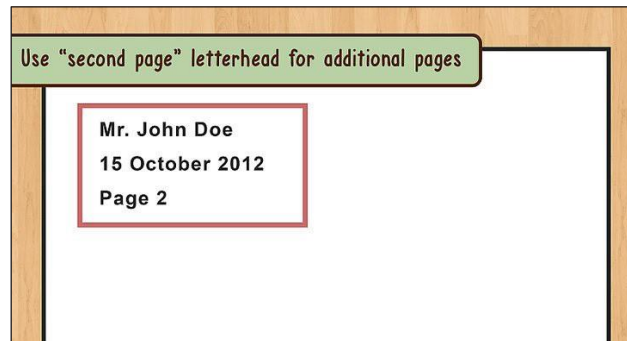
दोस्ताना और मददगार बनें।

- यदि आप प्राप्तकर्ता को अच्छी तरह से जानते हैं, तो शुभकामनाएं भेजने वाली एक अनुकूल रेखा को शामिल करना ठीक है।
- अपने निर्णय का उपयोग करें जब यह निर्धारित करना कि व्यक्तित्व कितना प्रकट करना है। कभी-कभी थोड़ा हास्य जोड़ना वास्तव में व्यावसायिक सेटिंग में सहायक होता है, लेकिन मजाक बनाने से पहले सावधानी की तरफ।



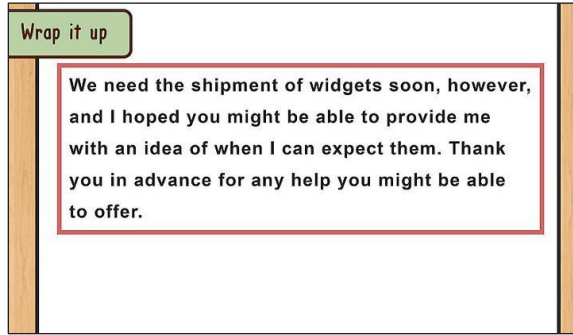
6. विनम्र रहें: यदि आप शिकायत या चिंता के साथ लिख रहे हैं, तो भी आप विनम्र हो सकते हैं! Con- प्राप्तकर्ता की स्थिति को साइडर करें और जो कुछ भी आप कर सकते हैं उसे करने की पेशकश करें, जो कि, भीतर-ही-भीतर और सहायक हो।

- उदाहरण के लिए, एक हतोत्साहित शिकायत पढ़ सकता है: "मुझे लगता है एक हतोत्साहित शिकायत पढ़ सकता है: "मुझे लगता है कि आपके धूप का चश्मा चूसना और मैं उन्हें फिर कभी नहीं खरीद रहा हूँ।" एक विनम्र शिकायत पढ़ सकता है: "मैं आपके धूप के चश्मे के निर्माण से निराश हूँ, और मैं भविष्य में अपने व्यवसाय को कहीं और ले जाने की योजना बना रहा हूँ।"



7. अतिरिक्त पृष्ठों के लिए "दूसरे पृष्ठ" लेटरहेड का उपयोग करें: अधिकांश व्यावसायिक पत्रों को केवल एक पृष्ठ लंबाई में संक्षिप्त होना चाहिए। लेकिन अगर आपके पास कुछ लंबा है, जैसे कि एक अनुबंध या कानूनी निष्कर्ष, तो आपको अतिरिक्त पृष्ठों की आवश्यकता हो सकती है। "दूसरा पृष्ठ" लेटरहेड का उपयोग करें, जिसमें आमतौर पर संक्षिप्त पता होता है और यह उसी प्रकार के कागज से बना होता है जो पहले पृष्ठ पर होता है। अतिरिक्त पृष्ठों के लिए "दूसरे-पृष्ठ" लेटरहेड का उपयोग करें: अधिकांश व्यावसायिक पत्रों को केवल एक पृष्ठ लंबाई में संक्षिप्त होना चाहिए। लेकिन अगर आपके पास कुछ लंबा है, जैसे कि एक अनुबंध या कानूनी निष्कर्ष, तो आपको अतिरिक्त पृष्ठों की आवश्यकता हो सकती है। "दूसरे-पृष्ठ" लेटरहेड का उपयोग करें, जिसमें आमतौर पर संक्षिप्त पता होता है और यह उसी प्रकार के पेपर से बना होता है जो पहले-पेज लेटरहेड के रूप में होता है।

- शामिल पेज दूसरी और बाद में नंबर पृष्ठों, के शीर्ष पर पेजपृष्ठ के शीर्ष पर दूसरे और बाद के पृष्ठों पर पृष्ठ संख्या शामिल करें। आप प्राप्तकर्ता का नाम और तिथि भी शामिल करना चाह सकते हैं।



8. लपेटें यह ऊपर: अंतिम पैराग्राफ में, अपने बिंदुओं को संक्षेप में प्रस्तुत करें और स्पष्ट रूप से आपके नियोजित पाठ्यक्रम की रूपरेखा या आप प्राप्तकर्ता से क्या उम्मीद करते हैं। ध्यान दें कि प्राप्तकर्ता आपको प्रश्नों के साथ संपर्क कर सकता है यह ऊपर: अंतिम पैराग्राफ में, अपने बिंदुओं को संक्षेप में प्रस्तुत करें और स्पष्ट रूप से आपके नियोजित पाठ्यक्रम की रूपरेखा तैयार करें या प्राप्तकर्ता से आपको क्या उम्मीद है। ध्यान दें कि प्राप्तकर्ता प्रश्न या चिंताओं के साथ आपसे संपर्क कर सकता है, और हाथ से पत्र / बात पर उसका ध्यान देने के लिए धन्यवाद कह सकता है।

अंश 3: पत्र को बंद करना

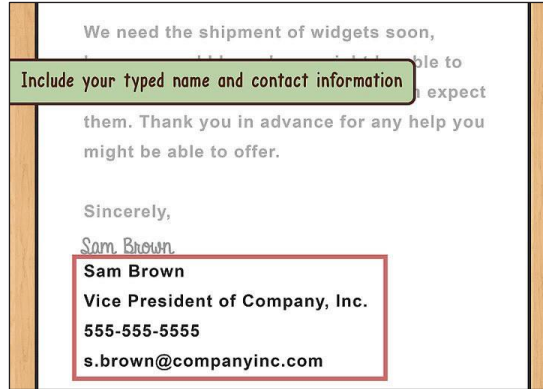


1. एक समापन चुनें: समापन, नमस्कार की तरह, सम्मान और औपचारिकता का सूचक है। "ईमानदारी से तुम्हारा" या "ईमानदारी से" आम तौर पर एक सुरक्षित शर्त है; "सौहार्दपूर्ण", "सम्मानपूर्वक", "सादर" और "आपका वास्तव में" पर भी विचार करें। थोड़ा कम औपचारिक लेकिन फिर भी पेशेवर समापन में "ऑल द बेस्ट," "शुभकामनाएं," "हार्दिक सम्मान," और "आप शामिल हैं।" अपने समापन के बाद एक अल्पविराम का उपयोग करें।



2. पत्र पर हस्ताक्षर करें: अपने हस्ताक्षर के लिए लगभग चार लाइनें खाली छोड़ दें। आपके द्वारा प्रिंट करने के बाद पत्र पर हस्ताक्षर करें- इसे संपादित करें, या, यदि आप इसे ईमेल के माध्यम से भेज रहे हैं, तो अपने हस्ताक्षर की एक छवि को स्कैन करें और इसे पत्र के इस भाग पर चिपका दें। नीली या काली स्याही पसंद की जाती है।

- यदि आप किसी की ओर से पत्र पर हस्ताक्षर कर रहे हैं, तो अपने हस्ताक्षर से पहले "पीपी:" लिखें। यह "प्रति खरीद के लिए," जिसका अर्थ है "एजेंसी द्वारा" या "की ओर से।"

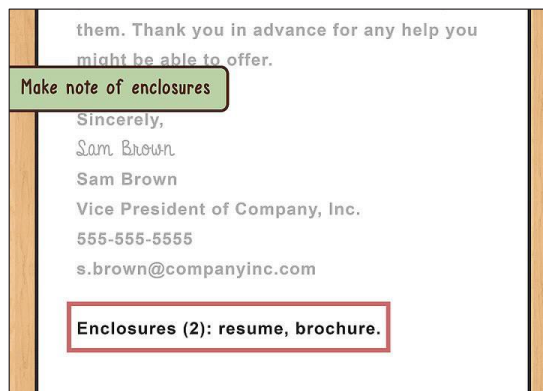


3. अपने टाइप किए गए नाम और संपर्क जानकारी को शामिल करें : अपने हस्ताक्षर के नीचे, अपना नाम, शीर्षक, फोन नंबर, ईमेल पता और संपर्क के किसी अन्य लागू साधन को टाइप करें। प्रत्येक जानकारी देंअपने टाइप किए गए नाम और संपर्क जानकारी को शामिल करें: अपने हस्ताक्षर के नीचे, अपना नाम, शीर्षक, फोन नंबर, ईमेल पता और संपर्क के किसी अन्य लागू साधन को टाइप करें। जानकारी के प्रत्येक टुकड़े को इसकी लाइन दें।



4. टाइपिस्ट के आद्याक्षर जोड़ें: यदि लेखक के अलावा किसी ने पत्र को टाइप किया है, तो आपको इस व्यक्ति के आद्याक्षर को नीचे जोड़ना चाहिए। टाइपिस्ट के आद्याक्षर जोड़ें: यदि लेखक के अलावा किसी ने पत्र को टाइप किया है, तो आपको हस्ताक्षर ब्लॉक के नीचे इस व्यक्ति के आद्याक्षर को जोड़ना चाहिए। कभी-कभी, पत्र लेखक के शुरुआती भी शामिल होते हैं। फिर यह स्पष्ट है कि इस पत्र पर किसने काम किया।

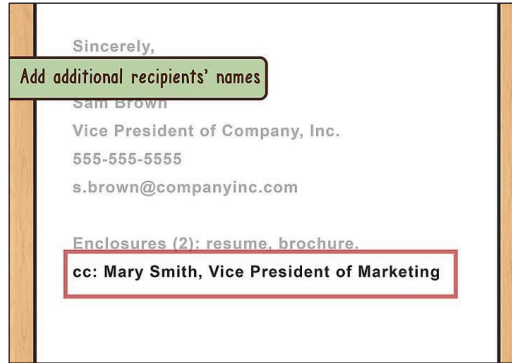
- उदाहरण के लिए, यदि आप केवल टाइपिस्ट के शुरुआती को शामिल करते हैं, तो उन्हें लोरकेस में लिखें: mj
- यदि आप लेखक के आद्याक्षर शामिल करते हैं, तो इनको अपर-केस में टाइपिस्ट के आद्याक्षर के साथ ऊपर रखें: RW: Jj। कुछ शैलियों में शुरुआती के दो सेटों के बीच एक स्लैश जोड़ा जाता है: आरडब्ल्यू / एमजे।



5. मेक टिप्पणीबाइों पर ध्यान दें: यदि आपने प्राप्तकर्ता को समीक्षा के लिए अतिरिक्त दस्तावेज संलग्न किए हैं,

ध्यान देंसंख्याओं और दस्तावेजों के प्रकार को नोट करके अपनी संपर्क जानकारी के नीचे कुछ पंक्तियाँ नोट करें। उदाहरण के लिए, लिखें: "संलग्नक (2): फिर से शुरू करें, विवरणिका।"

- आप "Enclosures" को "Encl" लिखकर भी संक्षिप्त कर सकते हैं। या "कुल।"



6. अतिरिक्त प्राप्तकर्ताओं के नाम जोड़ें: यदि आप किसी अन्य व्यक्ति को पत्र की एक प्रति भेज रहे हैं, तो आपको इसे पत्र में शामिल करना चाहिए। यह "संलग्नक" पंक्ति के नीचे "cc:" लिखकर नोट किया जाता है, जो व्यक्ति के नाम और शीर्षक के साथ "शिष्टाचार प्रतिलिपि" के लिए खड़ा होता है ("cc" जब कार्बन कॉपी पेपर में अक्षरों को टाइप किया जाता था तो "कार्बन कॉपी" इंगित करता था। अतिरिक्त प्राप्तकर्ताओं के नाम जोड़ें: यदि आप किसी अन्य व्यक्ति को पत्र की एक प्रति भेज रहे हैं, तो आपको इसे पत्र में शामिल करना चाहिए। यह "संलग्नक" पंक्ति के नीचे "cc:" लिखकर नोट किया जाता है, जो व्यक्ति के नाम और शीर्षक के साथ "शिष्टाचार प्रतिलिपि" के लिए खड़ा होता है ("cc" जब कार्बन कॉपी पेपर में अक्षरों को टाइप किया जाता था तो "कार्बन कॉपी" इंगित करता था।)

- उदाहरण के लिए, लिखें: "cc: मैरी स्मिथ, मार्केटिंग की उपाध्यक्ष।"
- यदि आप अधिक जोड़ रहे हैं यदि आप एक से अधिक नाम जोड़ रहे हैं, तो पहले नाम के नीचे दूसरा नाम संरेखित करें, लेकिन "cc:" के बिना।

भाग 4: को अंतिम रूप देना पत्र



1. पत्र संपादित करें: प्रस्तुति पेशेवर होने का एक प्रमुख तत्व है। सुनिश्चित करें कि प्राप्तकर्ता आसानी से देख सकेगापत्र संपादित करें: प्रस्तुति पेशेवर होने का एक प्रमुख तत्व है। सुनिश्चित करें कि प्राप्तकर्ता आसानी से आपको सक्षम और त्रुटियों के लिए आपके पत्र को संपादित करने के प्रभारी के रूप में देख सकेगा। रन-स्पेल- अपने वर्ड प्रोसेसर पर चेक करें, लेकिन लेटर को पूरी तरह से पढ़ने से पहले भेज दें।

- अपने आप से पूछें कि क्या पत्र स्पष्ट और संक्षिप्त है। क्या कोई पैराग्राफ ज्यादा हैअपने आप से पूछें कि क्या पत्र स्पष्ट और संक्षिप्त है। क्या कोई पैराग्राफ तीन या चार से अधिक वाक्य लंबा है? यदि हां, तो निर्धारित करें कि क्या आप अनावश्यक बयानों को समाप्त कर सकते हैं।
- यदि पत्र अत्यंत महत्वपूर्ण है, तो आप एक मित्र या सहकर्मी को देखना चाहते हैंयदि पत्र अत्यंत महत्वपूर्ण है, तो आप एक मित्र या सहकर्मी को देख सकते हैं। कभी-कभी आंखों की एक दूसरी जोड़ी आपको त्रुटियों को पकड़ने में मदद कर सकती है या अजीब तरह के शब्दों पर ध्यान नहीं दे सकती है।



2. अपने पत्र को स्टेपल न करें: यदि आपके पास कई पृष्ठ हैं अपने पत्र को स्टेपल न करें: यदि आपके पास कई पृष्ठ हैं, तो स्टेपल को आमतौर पर ढाला जाता है। यदि आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि कागज क्रम में रहें, तो ऊपरी बाएँ कोने पर एक पेपरक्लिप का उपयोग करें।



3. पोस्ट पत्र: आप के माध्यम से पत्र भेज रहे हैं पदपत्र पोस्ट करें: यदि आप डाक के माध्यम से पत्र भेज रहे हैं, तो एक व्यापार लिफाफे का उपयोग करें। यदि उपलब्ध है, तो उस पर मुद्रित कंपनी के लोगो के साथ एक का उपयोग करें। अपने रिटर्न पते और प्राप्तकर्ता के पते को अच्छी तरह से प्रिंट करें। पत्र को तीसरे भागों में मोड़ो, जैसे कि प्राप्तकर्ता पहले शीर्ष फ्लैप को उजागर करेगा, फिर नीचे फ्लैप। सुनिश्चित करें कि आप पर्याप्त डाक को चिपकाते हैं और इसे भेजते हैं।

- यदि आपको लगता है कि आपकी लिखावट गड़बड़ है और आपके पेशेवर व्यक्तित्व से मेल नहीं खाती है, तो अपने वर्ड प्रोसेसर में पते टाइप करें और अपने प्रिंटर के माध्यम से लिफाफा चलाएं।
- यदि पत्र अत्यंत महत्वपूर्ण और / या समय-संवेदनशील है, तो इसे कूरियर द्वारा वितरित करने पर विचार करें।
- यदि आप पत्र को ईमेल करना चाहते हैं, तो पत्र को HTML में रूपांतरित करें या स्वरूपण संरक्षित करने के लिए इसे PDF के रूप में सहेजें। हालांकि, शारीरिक पत्र भेजना बेहतर है।

कैसे लिखना है एक औपचारिक पत्र

औपचारिक पत्र - वे आप के बारे में दूसरों की धारणाओं को आकार दे सकते हैं, एक गंभीर मुद्दे के पाठक को सूचित कर सकते हैं, या आपको नौकरी दिला सकते हैं। दो मुख्य हैं औपचारिक पत्र - वे आप के बारे में दूसरों की धारणाओं को आकार दे सकते हैं, एक गंभीर मुद्दे के पाठक को सूचित कर सकते हैं, या आपको नौकरी दिला सकते हैं। दो मुख्य प्रकार के व्यवसाय पत्र शैली हैं: ब्लॉक शैली और प्रशासनिक प्रबंधन शैली (एएमएस)। ब्लॉक शैली सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाने वाला औपचारिक पत्र प्रारूप है; इसमें

प्रणाम और समापन, और उन व्यवसायों के लिए पत्र के लिए अच्छा है जो आप पर लागू हो रहे हैं या आप से पहले मिले हैं। AMS स्टाइल अधिक हैप्रणाम और समापन, और उन व्यवसायों के लिए पत्र के लिए अच्छा है जो आप पर लागू हो रहे हैं या आप से पहले मिले हैं। आंतरिक मेम और स्थितियों के लिए एएमएस शैली अधिक रसीला और बेहतर है, जहां आपको बहुत प्रत्यक्ष होना है।

विधि 1: एक पारंपरिक ब्लॉक शैली पत्र लिखना

Sender's details

Company, Inc.
123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

1. पृष्ठ के ऊपरी बाएँ हाथ पर प्रेषक का पता और टेलीफोन नंबर लिखें। यदि आप किसी कंपनी का प्रतिनिधित्व कर रहे हैं, तो कंपनी का पता लिखें। यदि आप प्रेषक हैं, तो अपना पता लिखें। दूसरी पंक्ति पर अपना सड़क का पता लिखें। अपना शहर, राज्य और ज़िप कोड नीचे की लाइन पर लिखें। पृष्ठ के ऊपरी बाएँ हाथ पर प्रेषक का पता और टेलीफोन नंबर लिखें। यदि आप किसी कंपनी का प्रतिनिधित्व कर रहे हैं, तो कंपनी का पता लिखें। यदि आप प्रेषक हैं, तो अपना पता लिखें। दूसरी पंक्ति पर अपना सड़क का पता लिखें। उस रेखा के नीचे अपना शहर, राज्य और ज़िप कोड लिखें। अपने पते के तहत अपने टेलीफोन को शामिल करें।

- ऐसे मामलों में जहां आप किसी व्यवसाय का प्रतिनिधित्व करते हैं, आप अपने लोगो और पते को पेज के बीच में रख सकते हैं। ऐसे मामलों में जहां आप किसी व्यवसाय का प्रतिनिधित्व करते हैं, आप अपने लोगो और पते को पेज के बीच में रख सकते हैं। इसे केंद्र में रखना सुनिश्चित करें ताकि यह एक समान दिखे।

Place the date

Company, Inc.
123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

15 June 2017

2. दिनांक सीधे नीचे रखें। दिनांक को सीधे प्रेषक के पते के नीचे रखें: यह प्रेषक के पते के नीचे एक पंक्ति होनी चाहिए (एक कीबोर्ड पर दो हार्ड रिटर्न)। यह तिथि दो कारणों से महत्वपूर्ण है: यदि आप किसी व्यक्ति या संगठन को समय पर ढंग से कार्य पूरा करने का प्रयास कर रहे हैं (एक तनख्वाह भेजें, एक आदेश तय करें, आदि), तो यह उनके साथ काम करने के लिए एक समय सीमा देगा। या यदि आपको कानूनी कारणों या पत्रावलियों के लिए पत्र की एक प्रति सहेजने की आवश्यकता है, तो तारीख बिल्कुल आवश्यक है।

- यदि आप एक संशोधित ब्लॉक शैली में लिख रहे हैं, तो तारीख और समापन को छोड़कर सब कुछ बाईं ओर स्वरूपित है। दिनांक लिखते समय, पृष्ठ के केंद्र पर टैब करें। यदि आप एक संशोधित ब्लॉक शैली में लिख रहे हैं, तो दिनांक और समापन को छोड़कर सब कुछ बाईं ओर स्वरूपित है। दिनांक लिखते समय, पृष्ठ के केंद्र पर टैब करें और तिथि को केंद्र में रखें।
- महीने और वर्ष के बीच अल्पविराम लगाएं।

Recipient's details

Company, Inc.
123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

15 June 2017

Mr. John Doe
Customer Service Representative
Widgets Galore, Inc.
987 Widget Street
Miami, Florida 33111

3. दिनांक के नीचे प्राप्तकर्ता का नाम एक पंक्ति (एक कीबोर्ड पर दो हार्ड रिटर्न) रखें। उनके या उनके शीर्षक (श्री, श्रीमती, सुश्री, मिस, डॉ। आदि) को शामिल करें। अपने नौकरी के शीर्षक के साथ प्राप्तकर्ता के नाम का पालन करें। नाम के नीचे, कंपनी का नाम लिखें। नीचे एक लाइन दिनांक के नीचे प्राप्तकर्ता का नाम एक पंक्ति (एक कीबोर्ड पर दो हार्ड रिटर्न) रखें। उनके या उनके शीर्षक (श्री, श्रीमती, सुश्री, मिस, डॉ। आदि) को शामिल करें। अपने नौकरी के शीर्षक के साथ प्राप्तकर्ता के नाम का पालन करें। नाम के नीचे, कंपनी का नाम लिखें। उसके नीचे एक पंक्ति, प्राप्तकर्ता का सड़क पता लिखें। अगली पंक्ति में, प्राप्तकर्ता का शहर, राज्य और ज़िप कोड लिखें।

- यदि आप प्राप्तकर्ता का शीर्षक नहीं जानते हैं, तो कुछ पृष्ठभूमि अनुसंधान करें यदि आप प्राप्तकर्ता का शीर्षक नहीं जानते हैं, तो कुछ पृष्ठभूमि अनुसंधान करें या पता लगाने के लिए कंपनी को कॉल करें। हमेशा एक महिला की प्राथमिकता का उपयोग करें (श्रीमती सुश्री, मिस या डॉ।) यदि आप एक महिला की प्राथमिकता नहीं जानते हैं, तो सुश्री का उपयोग करें

Write the salutation

Company, Inc.
123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

15 June 2017

Mr. John Doe
Customer Service Representative
Widgets Galore, Inc.
987 Widget Street
Miami, Florida 33111

Dear Mr. Doe:

4. उस व्यक्ति को दें जिसे आप नमस्कार कर रहे हैं: "प्रिय सर / मैडम" ठीक काम करता है, या यदि आप उस व्यक्ति का नाम जानते हैं, तो उसे सीधे संबोधित करें; हालाँकि, सुनिश्चित करें कि आप उन्हें "Rev.", "Dr.", "Mr.", "Mrs." या "Ms" का उपयोग करके औपचारिक रूप से संबोधित करते हैं, और यदि ज्ञात हो तो उनका पूरा नाम शामिल करें। सलाम के बाद एक वृहदान्त्र रखें और सलामी पत्र और पत्र के शरीर के बीच एक रेखा (दो कठिन रिटर्न) जोड़ें।

- यदि आप प्राप्तकर्ता को जानते हैं और आम तौर पर उसे उसके पहले नाम से संबोधित करते हैं, तो केवल पहले नाम का उपयोग करना ठीक है (अर्थात् प्रिय कोडी :)

Write the body

Company, Inc.
123 Alphabet Drive
Los Angeles, California 90002

15 June 2017

Mr. John Doe
Customer Service Representative
Widgets Galore, Inc.
987 Widget Street
Miami, Florida 33111

Dear Mr. Doe:

I am writing you concerning a recent purchase of widgets. Approximately two weeks ago, on June 1, I ordered a total of 50 widgets for Company, Inc. via the Widgets Galore client webpage. I received an email notification two days later confirming the receipt of payment and the shipment of the widgets.

5. पत्र के शरीर को लिखें: पत्र के शरीर को अधिक नहीं होना चाहिए पत्र के शरीर को लिखें: पत्र के शरीर को तीन पैराग्राफ से अधिक नहीं होना चाहिए। अगर

आप इसे तीन पैराग्राफ या उससे कम में नहीं कह सकते हैं तो आप शायद पर्याप्त रूप से संक्षिप्त नहीं हो रहे हैं। एकल स्थान और बाएं शरीर के भीतर प्रत्येक पैराग्राफ को सही ठहराते हैं।

- पहले पैराग्राफ में, एक फ्रेंडली ओपनिंग लिखें और उसके बाद लेट-टेरे का कारण या लक्ष्य बताएं। सीधे पीछा करने के लिए काटें।
- दूसरे पैराग्राफ में, यदि संभव हो तो अपनी बात को तनाव देने या रेखांकित करने के लिए उदाहरणों का उपयोग करें। कॉन क्रेते, वास्तविक उदाहरण हमेशा काल्पनिक उदाहरणों से बेहतर होते हैं।
- अंतिम अनुच्छेद में, संक्षेप में लिखित रूप में अपने उद्देश्य को संक्षेप में और सुझाव है कि आप कैसे आगे बढ़ना चाहते हो सकता है आगे अंतिम पैराग्राफ में, अपने उद्देश्य को संक्षेप में लिखित रूप में बताएं और सुझाव दें कि आप आगे कैसे बढ़ना चाहते हैं।

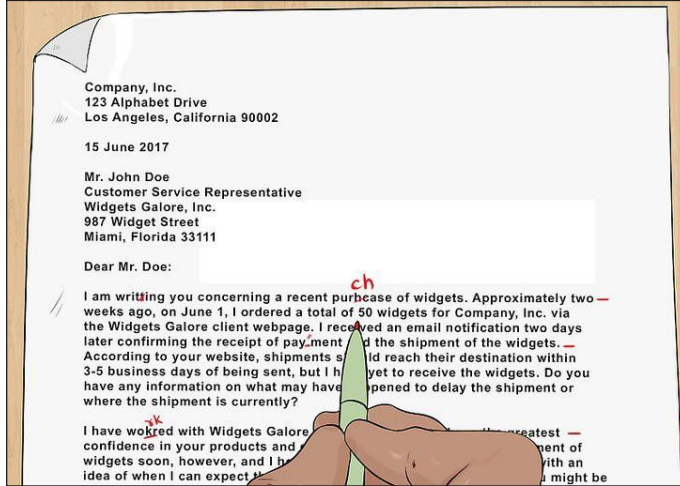


6. उपयुक्त सलामी के साथ अपने पत्र पर हस्ताक्षर करें: यदि संभव हो तो हस्ताक्षर के लिए अपने अभिवादन और अपने मुद्रित नाम के बीच जगह छोड़ दें। "आपका ईमानदारी से," "ईमानदारी से," और "सर्वश्रेष्ठ," सभी उपयुक्त हैं। अपने हस्ताक्षर के लिए अपने मुद्रित नाम के नीचे एक स्थान छोड़ दें। यदि लागू हो तो अपने शीर्षक के साथ अपना शीर्षक समाप्त करें।

- यदि आप संशोधित ब्लॉक शैली में लिख रहे हैं, तो तारीख और समापन को छोड़कर सब कुछ न्यायसंगत (ब्लॉक शैली के समान) है। पृष्ठ के केंद्र पर टैब करें यदि आप संशोधित ब्लॉक शैली में लिख रहे हैं, तो तारीख और समापन को छोड़कर सब कुछ न्यायसंगत (ब्लॉक शैली के समान) है। पृष्ठ के केंद्र पर टैब करें और फिर अपना समापन लिखें।



7. अपने हस्ताक्षर ब्लॉक या नौकरी शीर्षक के नीचे 'संलग्नक' शब्द जोड़ें : केवल तभी करें जब आप पत्र के साथ अन्य सामग्री, जैसे फिर से शुरू करना या शेड्यूल करना। अगर और है अपने हस्ताक्षर ब्लॉक या नौकरी शीर्षक के नीचे 'संलग्नक' शब्द जोड़ें: ऐसा तभी करें जब आप पत्र के साथ अन्य सामग्री, जैसे फिर से शुरू करना या शेड्यूल करना। यदि एक से अधिक अतिरिक्त आइटम हैं, तो संलग्न वस्तुओं के नामों को सूचीबद्ध करना एक अच्छा विचार होगा।



8. अपने पत्र को प्रूफरीड करें: नामों, पतों आदि की वर्तनी की दोबारा जाँच करें। सुनिश्चित करें कि आपका लेखन स्पष्ट और संक्षिप्त है। किसी भी व्याकरण की त्रुटियों को ठीक करें।

विधि 2: AMS शैली पत्र लिखना



1. ऊपरी बाएं कोने में प्रेषक का पता लिखें। यदि आप एक लेटरहेड का उपयोग कर रहे हैं तो आपको प्रेषक का पता लगाने की आवश्यकता नहीं है। इसके बजाय, शीर्ष बाएं कोने में दिनांक के साथ पत्र शुरू करें।



2. दिनांक सीधे नीचे रखें। दिनांक को सीधे प्रेषक के पते के नीचे रखें। प्रेषक के पते और दिनांक के बीच एक रिक्त रेखा न छोड़ें।

Write recipient's details

Dr. Michael Smith
123 ABC St.
New York City, NY 99999
April 17, 2016

**Dr. Patricia Brown
University of California, LA Medical Center
777 Medical Dr.
Los Angeles, CA 11111** ✓

3. लिखो प्राप्तकर्ता का पता नीचे एक पंक्ति है प्राप्तकर्ता का पता दिनांक के नीचे एक पंक्ति: एक कुंजीपटल पर एक पंक्ति दो कठिन रिटर्न है।

Write the subject in all caps

Dr. Michael Smith
123 ABC St.
New York City, NY 99999
April 17, 2016

Dr. Patricia Brown
University of California, LA Medical Center
777 Medical Dr.
Los Angeles, CA 11111

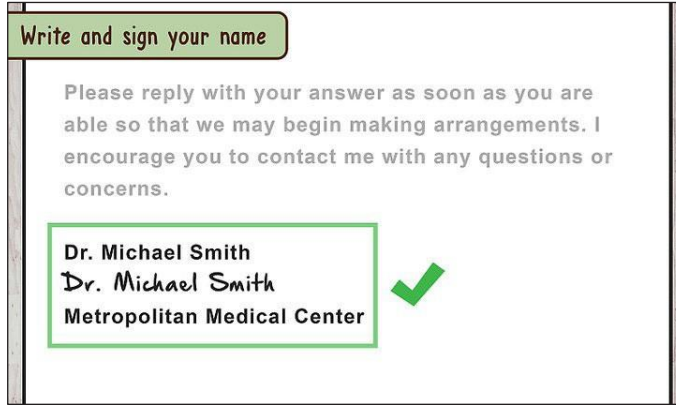
YOU'RE INVITED TO METROPOLITAN MEDICAL CONFERENCE ✓

4. पत्र के विषय को नीचे की पूरी एक पंक्ति में लिखें पत्र के विषय को सभी कैप्स में तारीख के नीचे एक पूर्ण पंक्ति में लिखें (दो कठिन रिटर्न)। इससे प्राप्तकर्ता को पता चल सकता है कि पत्र किस बारे में होगा।

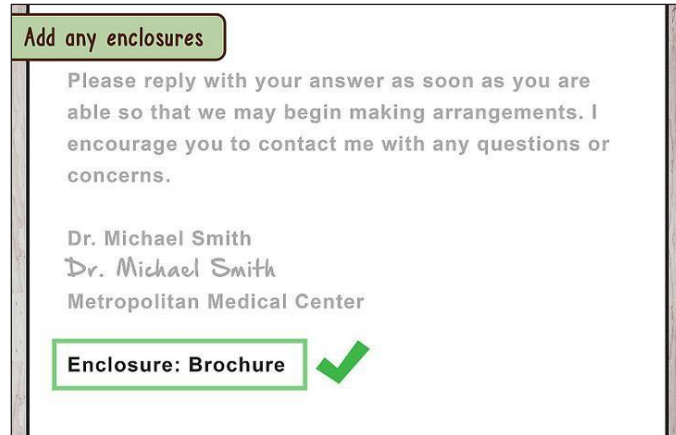
Write the body (a sample paragraph) ✓

I am the chairman of the 2016 Metropolitan Medical Conference that is being held this year in Miami, Florida on July 5, 2016. I write to invite you to present your groundbreaking research on beta blockers with our conference participants and invited guests.

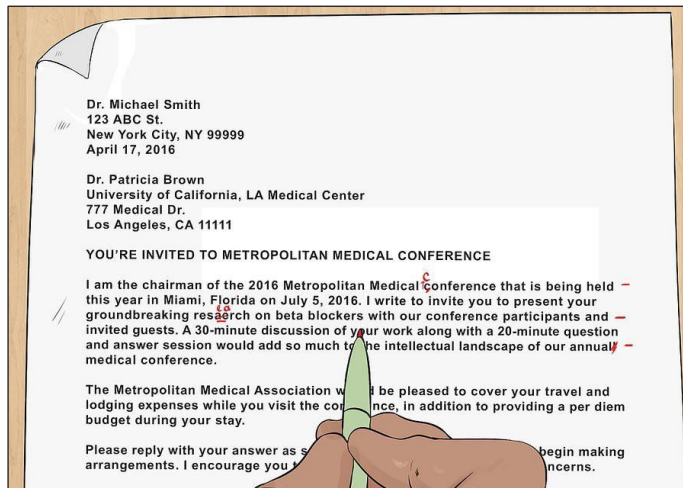
5. लिखो आपके शरीर पैराग्राफ: यह वह जगह है जहाँ आप अपने विषय पर चर्चा करते हैं। संक्षिप्त रहें लेकिन अपनी चर्चा में पूरी तरह से आपके शरीर पैराग्राफ: यह वह जगह है जहाँ आप अपने विषय पर चर्चा करते हैं। संक्षिप्त रहें लेकिन विषय की अपनी चर्चा में पूरी तरह से।



6. पत्र के मुख्य भाग के नीचे अपना नाम लिखें: कोई भी बंद टिप्पणी जैसे 'ईमानदारी से' न करें। अपने नाम के नीचे, अपने हस्ताक्षर के लिए कमरा छोड़ दें। नीचेपत्र के मुख्य भाग के नीचे अपना नाम लिखें: कोई भी बंद टिप्पणी जैसे 'ईमानदारी से' न करें। अपने नाम के नीचे, अपने हस्ताक्षर के लिए कमरा छोड़ दें। अपने हस्ताक्षर के नीचे, अपनी नौकरी का शीर्षक लिखें।

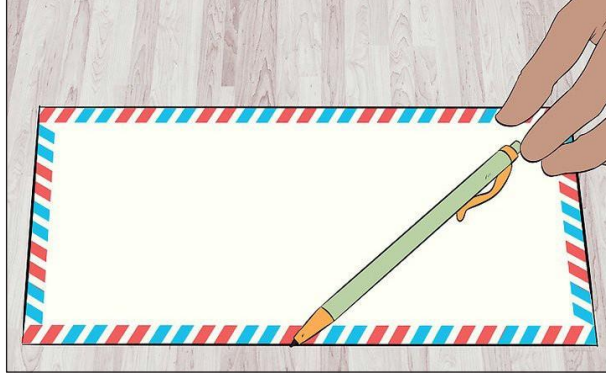


7. किसी भी संलग्नक को जोड़ें: संलग्नक पत्र के साथ भेजे गए अतिरिक्त सामग्री हैं। 'संलग्नक' शब्द लिखें और फिर संलग्न सामग्रियों के नाम सूचीबद्ध करें।

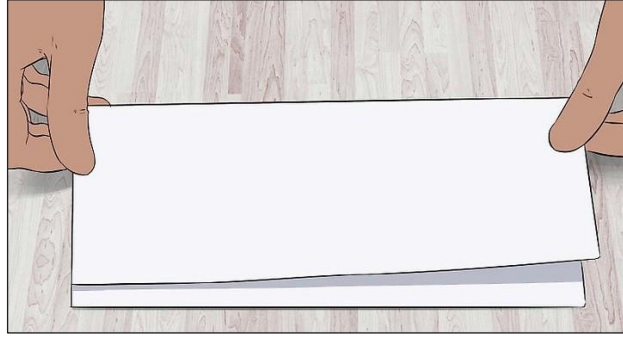


8. वर्तनी या व्याकरण त्रुटियों के लिए अपने पत्र को प्रूफरीड करें: सुनिश्चित करें कि सभी नाम और पते सही ढंग से लिखे गए हैं।

विधि 3: अपना पत्र भेजना

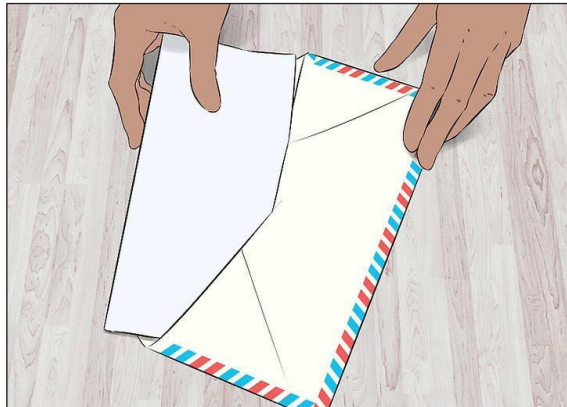


1. एक लिफाफा चुनें: यह सादा और या तो वर्गाकार या आयताकार होना चाहिए। इस पर डिजाइन नहीं होने चाहिए। हालांकि, इसे स्टाइल किया जा सकता है - आपके पास कस्टम लिफाफे हो सकते हैं जो मोटे और अधिक हैं। एक लिफाफा चुनें: यह सादा और चौकोर या आयताकार होना चाहिए। इस पर डिजाइन नहीं होने चाहिए। हालांकि, इसे स्टाइल किया जा सकता है - आपके पास कस्टम लिफाफे हो सकते हैं जो सामान्य लिफाफे की तुलना में अधिक मोटे और अधिक टिकाऊ होते हैं।



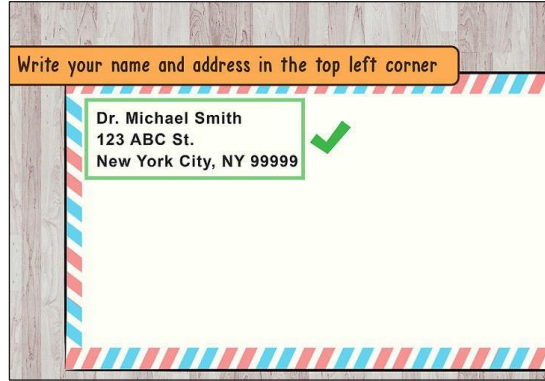
2. अपने पत्र को मोड़ो ताकि वह आपके लिफाफे में फिट हो जाए: अपने पत्र को एक बार में एक मोड़ने के लिए सुनिश्चित करें कि कई creases और फिर से creases के साथ एक पत्र के रूप में व्यवसायिक दिख रहा है।

- यदि आप एक आयताकार मानक लिफाफे का उपयोग कर रहे हैं, तो अपने पत्र को क्षैतिज तिहाई में मोड़ो।
- यदि आप एक वर्ग लिफाफे का उपयोग कर रहे हैं, तो अपने पत्र को आधा क्षैतिज रूप से मोड़ें और फिर आधे-आधे में - इतना है कि एक आयत बनाता है जो वर्ग लिफाफे में फिट हो सकता है।

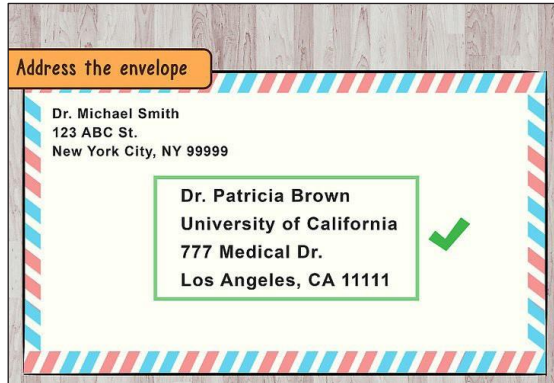


3. पत्र को लिफाफे में रखें: सील लाइन या छीलने के साथ चाटकर लिफाफे को सील करें

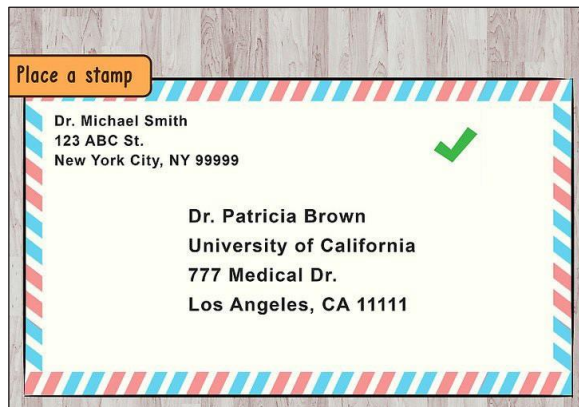
सील के चिपचिपे हिस्से को कवर करने वाली स्ट्रिप्स को बंद करें (यह निर्भर करता है कि आपने किस तरह का लिफाफा खरीदा है।)



4. लिफाफे को पलटें: अपना नाम ऊपर बाएं कोने में लिखें। अपने नाम के नीचे अपनी सड़क का पता लिखें। अपना शहर, राज्य और ज़िप कोड नीचे की लाइन पर लिखें। लिफाफे को पलटें: अपना नाम ऊपर बाएं कोने में लिखें। अपने नाम के नीचे अपना सड़क का पता लिखें। अपना शहर, राज्य और ज़िप कोड अपने सड़क के पते के नीचे लिखें।



5. लिफाफे को संबोधित करें: लिफाफे के निचले दाएं हिस्से में, उस व्यक्ति का नाम लिखें जिसे आप पत्र भेज रहे हैं। नीचे दिए गए लाइन पर कंपनी का नाम लिखें (यदि कोई कंपनी का नाम है)। कंपनी के नाम के नीचे लाइन पर सड़क का पता लिखें। नीचे लाइन पर शहर, राज्य और ज़िप कोड लिखें। लिफाफे को संबोधित करें: लिफाफे के निचले दाएं हिस्से में, उस व्यक्ति का नाम लिखें जिसे आप पत्र भेज रहे हैं। नीचे दिए गए लाइन पर कंपनी का नाम लिखें (यदि कोई कंपनी का नाम है)। कंपनी के नाम के नीचे लाइन पर सड़क का पता लिखें। उस रेखा के नीचे शहर, राज्य और ज़िप कोड लिखें।

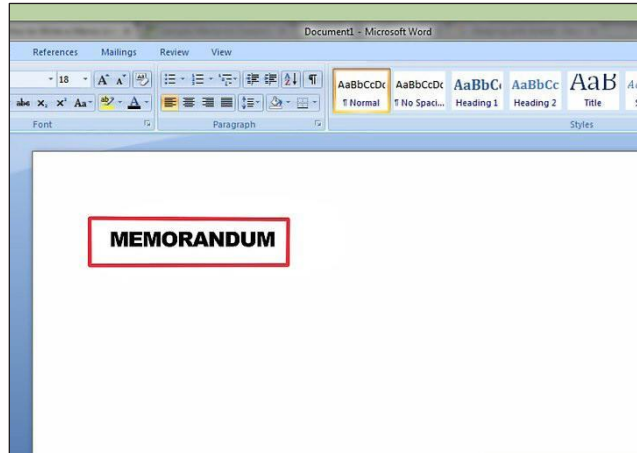


6. शीर्ष दाएं कोने में एक स्टैम्प (या स्टैम्प) रखें: सुनिश्चित करें कि आपका स्टैम्प आपके पत्र के वजन के बराबर है।

कैसे लिखना है एक ज्ञापन

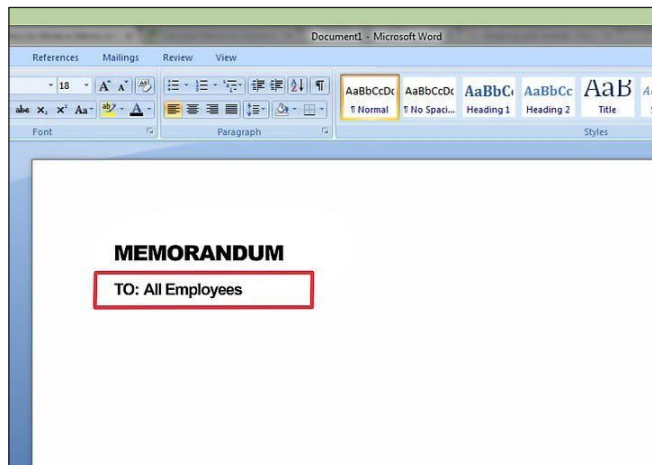
मेमो अपने कर्मचारियों या बड़े-लीगों के लिए बड़े फैसलों या नीतिगत परिवर्तनों को संप्रेषित करने का एक शानदार तरीका है। यह महत्वपूर्ण है कि आप एक अच्छा ज्ञापन तैयार करने के लिए समय निकालें, ताकि आपका संदेश यह हो कि आप इसे कैसे चाहते हैं।

अंश 1: मेमो की हेडिंग लिखना



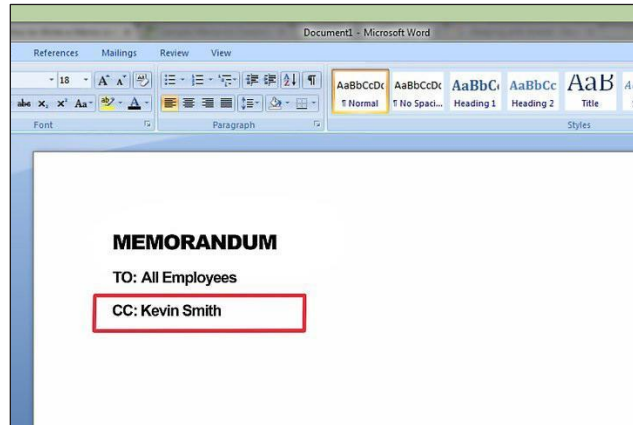
1. पृष्ठ के शीर्ष पर "MEMORANDUM" टाइप करें: यह बताएं कि यह दस्तावेज़ शुरुआत में एक ज्ञापन है। लेबल करें पृष्ठ के ऊपर से "ज्ञापन" 1.5 इंच (3.8 सेमी) पेजपृष्ठ के शीर्ष पर "मेमोरेंडम" टाइप करें: यह बताएं कि यह दस्तावेज़ शुरुआत में एक ज्ञापन है। पेज के ऊपर से पेज "MEMORANDUM" 1.5 इंच (3.8 सेमी) लेबल करें। शब्द को पहली पंक्ति में बोल्ट्ड रखें। आप या तो इसे इस लाइन पर केन्द्रित कर सकते हैं या इसे बाएं-संरेखित कर सकते हैं। आप इस शब्द के लिए फ्रॉन्ट को बड़ा बनाने के लिए भी चुन सकते हैं।

- इस लाइन और हेडिंग की अगली लाइन के बीच डबल स्पेस।

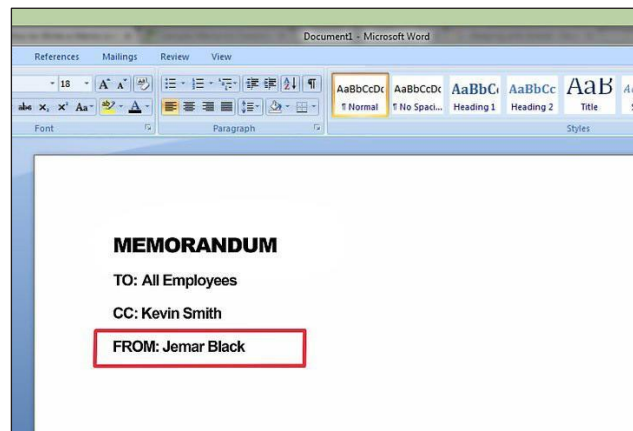


2. प्राप्तकर्ता को उचित रूप से संबोधित करें: एक ज्ञापन एक औपचारिक व्यापार संचार है, और आपको पाठक को औपचारिक रूप से भी संबोधित करना चाहिए। जिस व्यक्ति को आप मेमो भेज रहे हैं, उसका पूरा नाम और शीर्षक का उपयोग करें।

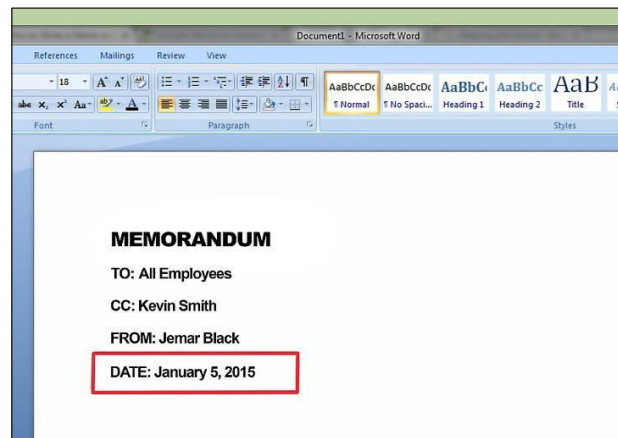
- यदि आप पूरे कर्मचारियों को ज्ञापन भेज रहे हैं, तो आप लिख सकते हैं: "TO: सभी कर्मचारी।"



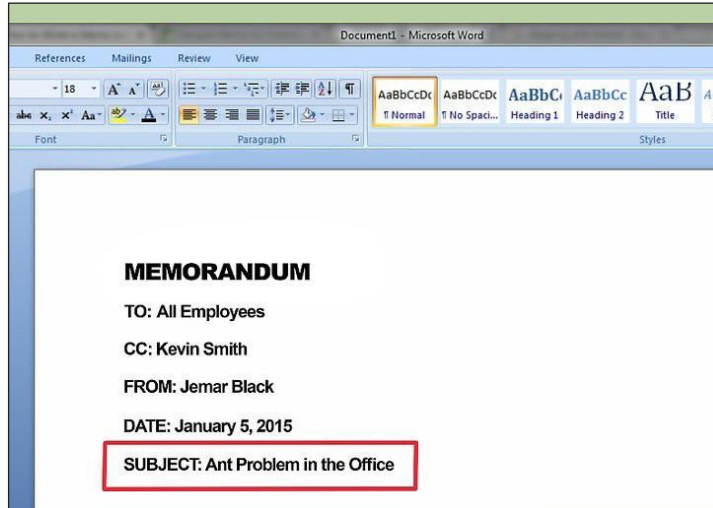
3. CC लाइन में अतिरिक्त प्राप्तकर्ता जोड़ें: "CC" लाइन इंगित करती है कि किसे "शिष्टाचार" प्राप्त होगा। CC लाइन में अतिरिक्त प्राप्तकर्ता जोड़ें: "CC" लाइन इंगित करती है कि कौन मेमो की "शिष्टाचार कॉपी" प्राप्त करेगा। यह वह व्यक्ति नहीं है जिसे मेमो निर्देशित किया गया है। इसके बजाय, यह वह व्यक्ति है जिसे नीतियों या उन मुद्दों के बारे में सूचित रहने की आवश्यकता हो सकती है जिन्हें आप ज्ञापन में संबोधित कर रहे हैं।



4. "से" लाइन में अपना नाम लिखें: शीर्षक में यह लिखना और ज्ञापन भेजने वाले को शामिल करना आवश्यक है। आपका पूरा नाम और नौकरी का शीर्षक इस पंक्ति में चलते हैं।

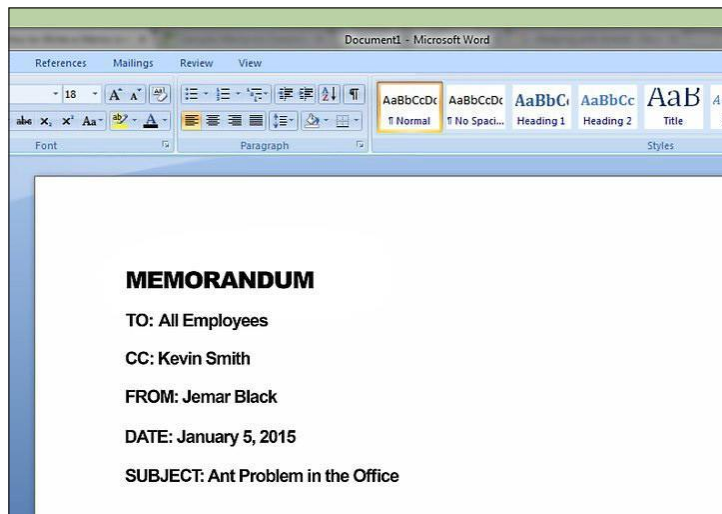


5. दिनांक शामिल करें: पूरी तारीख लिखें, महीने और वर्ष और वर्ष सहित वर्तनी। उदाहरण के लिए, लिखें: "DATE: 5 जनवरी, 2015" या "DATE: 5 जनवरी 2015"



6. विषय पंक्ति के लिए एक विशिष्ट वाक्यांश चुनें: विषय पंक्ति पाठक को यह पता लगा देती है कि ज्ञापन क्या है। विशिष्ट हो लेकिन संक्षिप्त हो।

- उदाहरण के लिए, लिखने के बजाय, विषय के लिए "चींटियों", अधिक होउदाहरण के लिए, लिखने के बजाय, विषय के लिए "चींटियों", लेखन से अधिक विशिष्ट हो सकता है, "कार्यालय में चींटी की समस्या।"



7. शीर्षक ठीक से प्रारूप: शीर्षक के शीर्ष पर होना चाहिए पेज के बाईं ओर के पक्ष को गठबंधन पेज शीर्षक को ठीक से प्रारूपित करें: शीर्षक पृष्ठ के शीर्ष पर होना चाहिए, पृष्ठ के बाईं ओर संरेखित होना चाहिए। "TO:", "FROM:", "DATE:", और "SUBJECT:." शब्दों को बड़ा करें।

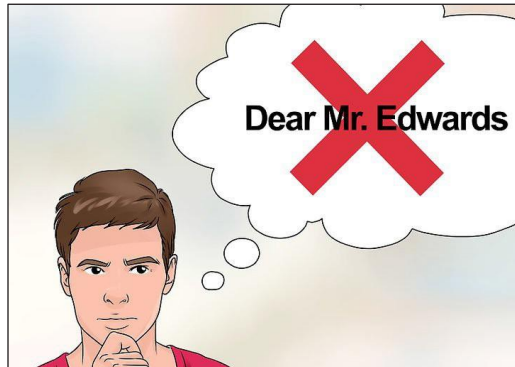
- एक नमूना शीर्षक दिखेगा एक नमूना शीर्षक इस तरह दिखाई देगा: प्राप्तकर्ता का नाम और नौकरी का नाम FROM: आपका नाम और नौकरी का शीर्षक DATE: पूर्ण तिथि जब ज्ञापन को लिखा गया था: (या RE :) ज्ञापन के बारे में क्या है (किसी तरह हाइलाइट किया गया) ।
- हेडिंग का निर्माण करते समय, वर्गों के बीच डबल स्थान सुनिश्चित करें हेडिंग का निर्माण करते समय, वर्गों के बीच डबल स्पेस और टेक्स्ट को संरेखित करना सुनिश्चित करें।
- आप शीर्षक के नीचे एक पंक्ति जोड़ने का विकल्प चुन सकते हैं जो पूरे पृष्ठ पर जाती है आप शीर्षक के नीचे एक पंक्ति जोड़ने का विकल्प चुन सकते हैं जो पूरे पृष्ठ पर जाती है। इससे मेमो की बाँड़ी से हेडिंग अलग हो जाएगी।

भाग 2: मेमो की बाँडी लिखना

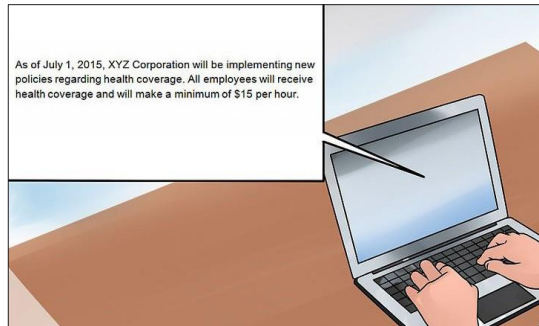


1. विचार करें कि दर्शकों को कौन होना चाहिए: लोगों को मेमो को पढ़ने और प्रतिक्रिया देने के लिए, मेमो की औपचारिकता के स्तर, लंबाई और स्तर को दर्ज करना ज़रूरी है, जो इसे पढ़ रहे हैं। इसे प्रभावी रूप से करने के लिए आवश्यक है कि आपके पास हैजापन किसके लिए है इसका एक अच्छा विचार है।

- सोचअपने दर्शकों की प्राथमिकताओं और चिंताओं के बारे में सोचें।
- आपके पाठकों के पास होने वाले किसी भी प्रश्न का अनुमान लगाने का प्रयास करें। जापन के लिए कुछ सामग्री पर मंथन करें, जैसे उदाहरण, सबूत, या अन्य जानकारीआपके पाठकों के किसी भी प्रश्न का अनुमान लगाने का प्रयास करें। जापन के लिए कुछ सामग्री पर मंथन करें, जैसे उदाहरण, सबूत, या अन्य जानकारी जो उन्हें राजी कर लेगी।
- दर्शकों को ध्यान में रखते हुए आप किसी भी जानकारी को शामिल करने के लिए संवेदनशील होने की अनुमति देते हैंदर्शकों को ध्यान में रखते हुए आप किसी भी जानकारी या भावनाओं को शामिल करने के लिए संवेदनशील हो सकते हैं जो आपके पाठकों के लिए अनुपयुक्त हैं।



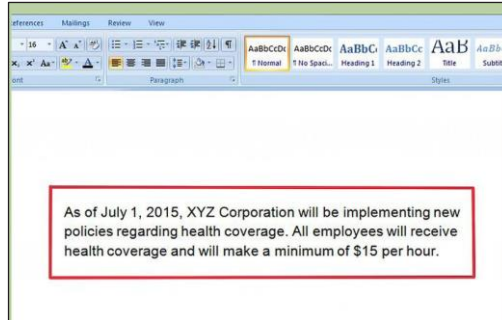
2. छोड़ें एक औपचारिक अभिवादन: एक जापन "डियर मिस्टर एडवर्ड्स" की तरह नमस्कार से शुरू नहीं होता है। इन-सस्टेनेबल, अपने उद्घाटन सेगमेंट में सही गोता लगाएँ जो उस बात का परिचय देता है जिस पर आप मेमो में चर्चा कर रहे हैं।



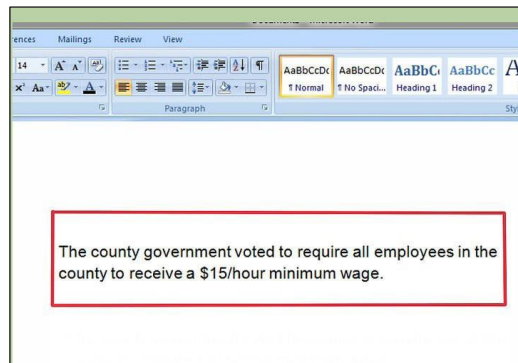
3. परिचय कराना पहले पैराग्राफ में समस्या या समस्या: संक्षेप में उनके पीछे का संदर्भ दें कार्रवाई आप उन्हें लेने के लिए चाहते हैं।

यह कुछ हद तक एक थ्रीसिस स्टेटमेंट की तरह है, जो विषय का परिचय देता है और बताता है कि यह क्यों मायने रखता है। आप परिचय को सार के रूप में, या संपूर्ण मेलों के सारांश पर भी विचार कर सकते हैं।

- एक सामान्य दिशानिर्देश के रूप में, उद्धाटन के बारे में एक पैराग्राफ होना चाहिए।



4. उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं: "1 जुलाई 2015 तक, XYZ Corporation स्वास्थ्य कवरेज के संबंध में नई नीतियों को लागू करेगा। सभी कर्मचारी स्वास्थ्य कवरेज प्राप्त करेंगे और प्रति घंटे न्यूनतम 15 डॉलर कमाएंगे।"



5. हाथ में समस्या के लिए संदर्भ दें: आपके पाठक को उस समस्या के बारे में कुछ पृष्ठभूमि जानकारी की आवश्यकता हो सकती है जिसे आप संबोधित कर रहे हैं। कुछ संदर्भ दें, लेकिन संक्षिप्त रहें और केवल यह बताएं कि क्या आवश्यक है।

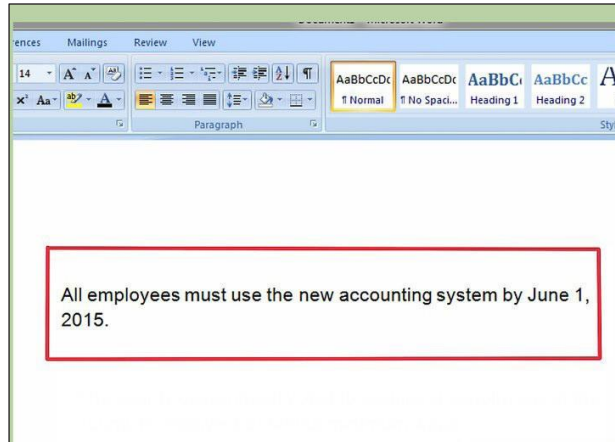
- यदि यह प्रासंगिक है, तो नीति को लागू करने के बारे में बताते हुए अपने ज्ञापन को जारी रखें। उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं: "काउंटी सरकार ने \$ 15 / घंटा न्यूनतम वेतन प्राप्त करने के लिए काउंटी के सभी कर्मचारियों की आवश्यकता के लिए मतदान किया।"



6. चर्चा खंड में कार्रवाई के अपने पाठ्यक्रम का समर्थन करें: दे क्रियाओं का संक्षिप्त सारांश लागू किया जाएगा। आपके द्वारा प्रस्तावित किए गए समाधानों के

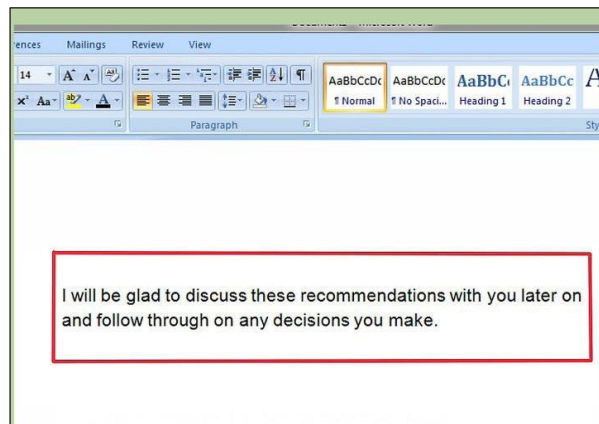
लिए सबूत और तार्किक कारण दें। सबसे महत्वपूर्ण जानकारी के साथ शुरू करें, फिर विशिष्ट या सहायक तथ्यों पर जाएं। यह बताएं कि आपके द्वारा अनुशंसित कार्रवाई करने से पाठकों को कैसे लाभ होगा, या कार्रवाई की कमी के माध्यम से वंचित किया जाएगा।

- ग्राफिक्स, सूचियों, या चार्ट को शामिल करने के लिए स्वतंत्र महसूस करें, विशेष रूप से लंबे समय तक मेमो में। बस सुनिश्चित करें कि वे वास्तव में प्रासंगिक और प्रेरक हैं।
- लंबे समय तक ज्ञापन के लिए, लघु शीर्षक लिखने पर विचार करें, जो प्रत्येक केट की सामग्री को स्पष्ट करता है। उदाहरण के लिए, "नीतियां" बताते हुए, "अंशकालिक कर्मचारियों के संबंध में नई नीतियां" लिखें। हर शीर्षक में विशिष्ट और संक्षिप्त रहें ताकि आपके ज्ञापन का मूल बिंदु पाठकों को तुरंत स्पष्ट हो।



7. उन कार्यों का सुझाव दें जो पाठकों को लेना चाहिए: एक ज्ञापन किसी विशेष मुद्दे पर कार्रवाई के लिए एक कॉल है, चाहे वह एक नई कंपनी के उत्पाद के बारे में एक घोषणा हो, व्यय पुनः बंदरगाहों के बारे में नई नीतियां, या कंपनी कैसे संबोधित कर रही है, इस बारे में एक बयान। संकट। पाठकों को समापन पैराग्राफ या वाक्य में कार्रवाई करनी चाहिए।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "सभी कर्मचारियों को 1 जून, 2015 तक नई लेखा प्रणाली का उपयोग करना चाहिए।"
- इसमें आपकी सिफारिशों का समर्थन करने के लिए कुछ सबूत भी शामिल हो सकते हैं।

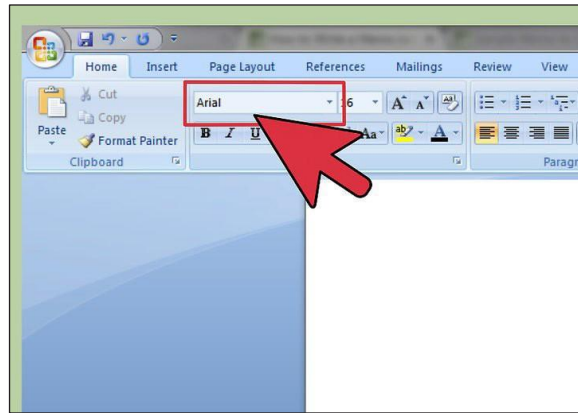


8. एक सकारात्मक और गर्म सारांश के साथ मेमो को बंद करें: मेमो के अंतिम पैराग्राफ को आराम करना चाहिए

अगले कदम हाथ में मुद्दे को संबोधित करने के लिए। इसमें एक गर्म नोट भी शामिल होना चाहिए जो संगठन की एकजुटता को दोहराता है।

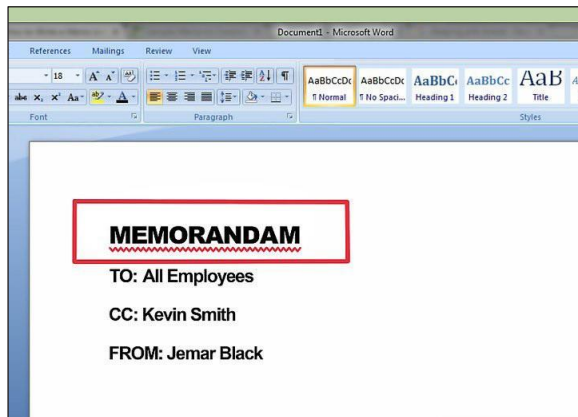
- आप लिख सकते हैं, "मुझे आपके साथ बाद में इन सिफारिशों पर चर्चा करने और आपके द्वारा किए गए किसी भी निर्णय पर अनुसरण करने में खुशी होगी।"
- आप कुछ इस तरह से समाप्त हो सकते हैं, "हम इस उत्पाद लाइन के विस्तार के बारे में उत्साहित हैं। हमें विश्वास है कि यह हमारे व्यवसाय को बढ़ाएगा और इस कंपनी को और अधिक व्यापार-योग्य व्यवसाय बना देगा।"
- यह आम तौर पर लंबाई में एक से दो वाक्य होना चाहिए।

अंश 3: मेमो को अंतिम रूप देना



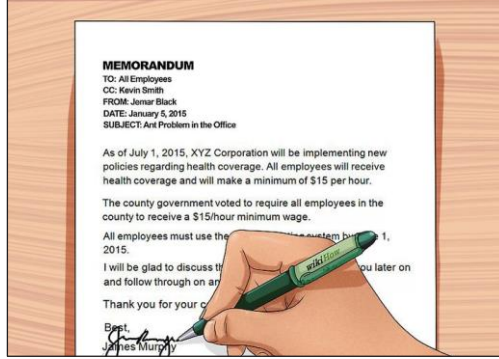
1. अपने मेमो को ठीक से फॉर्मेट करें: अपने मेमो के लिए एक मानक प्रारूप का उपयोग करें ताकि यह सुनिश्चित हो सके कि यह पढ़ना आसान है। टाइम्स न्यू रोमन या एरियल जैसे 12-बिंदु फ्रॉन्ट का उपयोग करें। बाई, दाई और नीचे की तरफ एक इंच के मार्जिन का उपयोग करें।

- ब्लॉक स्टाइल पैराग्राफ का उपयोग करें। पैराग्राफ के बीच डबल स्पेस। प्रत्येक पैरा-ग्राफ को इंडेंट न करें।

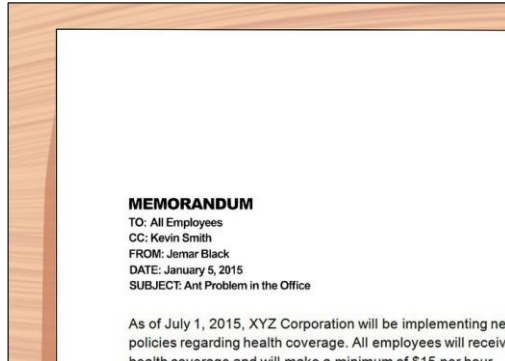


2. अपने ज्ञापन को प्रूफरीड करें: यह सुनिश्चित करने के लिए अपने ज्ञापन की समीक्षा और संपादन करें कि यह स्पष्ट, संक्षिप्त, प्रेरक, और त्रुटियों से मुक्त है। जांचें कि आप जिस प्रकार की भाषा का उपयोग करते हैं, उसके अनुरूप हैं। एलिमी- अनावश्यक विद्वानों के शब्द या तकनीकी शब्दजाल।

- वर्तनी, व्याकरण और सामग्री त्रुटियों के लिए समीक्षा करें। नाम, दिनांक, या संख्याओं पर विशेष ध्यान दें।
- जांचें कि यह अत्यधिक लंबा नहीं है, और किसी भी बाहरी सामग्री को काट लें।



3. अपने नाम के साथ अपने आद्याक्षर को हाथ से लिखें: एक जापन में हस्ताक्षर रेखा शामिल नहीं है। लेकिन आपको हेडर में पेन के साथ मेमो को इनिशियल करना चाहिए। अपने नाम के आगे अपने प्रारंभिक अक्षर लिखें। यह बताता है कि आपने जापन को मंजूरी दे दी है।



4. मेमो लेटरहेड का उपयोग करें: आपके पास मेमो के लिए विशेष लेटरहेड डिज़ाइन हो सकता है, या आप नियमित रूप से बिजनेस लेटरहेड का उपयोग कर सकते हैं।

- यदि आप एक डिजिटल दस्तावेज़ (ईमेल के लिए उपयोग करने के लिए, उदाहरण के लिए) बना रहे हैं, तो आप एक वर्ड दस्तावेज़ में अपना लेटरहेड बनाना चाह सकते हैं जिसमें आपकी कंपनी का लोगो और बुनियादी संपर्क जानकारी हो। आपके द्वारा भेजे गए प्रत्येक मेमो के लिए इसे अपने मेमो टेम्पलेट के रूप में उपयोग करें।

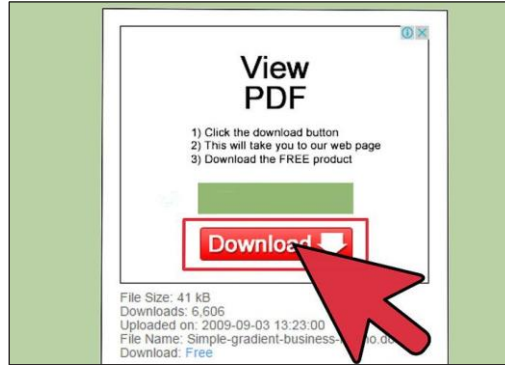


5. अपनी डिलीवरी का तरीका चुनें: अपने मेमो को वितरित करने का सबसे अच्छा तरीका निर्धारित करें। आप कर सकते हैं

जापान की हार्ड प्रतियों को प्रिंट करना और इस तरह से वितरित करना चाहते हैं। आप इसे ईमेल के माध्यम से भी भेज सकते हैं।

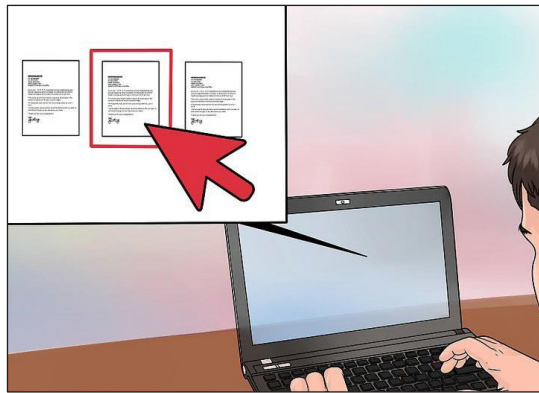
- यदि आप अपना मेमो ईमेल के माध्यम से भेजते हैं, तो आप अपने ईमेल को HTML में प्रारूपित करना चाह सकते हैं। Alternately, आप अपने जापान को एक पीडीएफ के रूप में सहेज सकते हैं और इसे अपने ईमेल में संलग्न कर सकते हैं।

भाग 4: मेमो का उपयोग करना टेम्पलेट्स



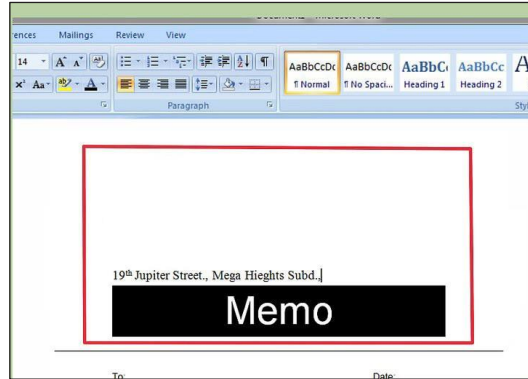
1. मेमो टेम्पलेट खोजें: इस पर विचार करें कि क्या आप स्क्रीन से मेमो लिखने के बजाय टेम्पलेट का उपयोग करना चाहते हैं। यदि हां, तो कुछ अच्छे मेमो टेम्पलेट के लिए ऑनलाइन सर्च करने के लिए आपकी पहली कार्रवाई होनी चाहिए। Microsoft Word में मेमो टेम्पलेट भी हैं। टेम्पलेट आम तौर पर सभी एक ही मूल स्वरूपण साझा करते हैं, लेकिन वे विभिन्न फॉन्ट, आकार और डिजाइन का उपयोग कर सकते हैं।

- उस टेम्पलेट को डाउनलोड करें जो आपकी आवश्यकताओं के लिए सबसे उपयुक्त है।
- वेब स्रोत से किसी भी टेम्पलेट का उपयोग करने से पहले उपयोग की शर्तों को पढ़ना सुनिश्चित करें।

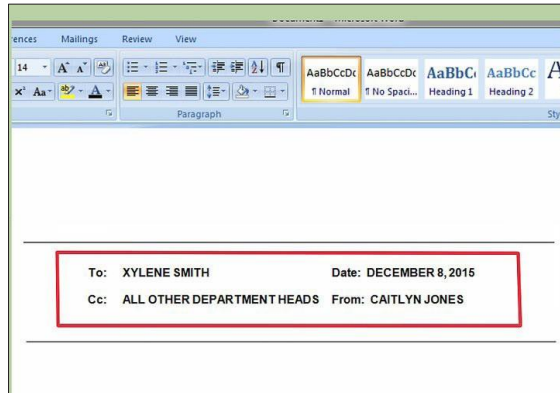


2. अपने डाउनलोड किए गए टेम्पलेट को अपने कंप्यूटर पर खोलें: आपके द्वारा डाउनलोड को दबाए जाने के बाद, लेकिन आज रात, टेम्पलेट स्वचालित रूप से आपके कंप्यूटर में डाउनलोड हो जाएगा या डाउनलोड शुरू करने के लिए कुछ कदम उठा सकता है। इसे एक ज़िप फ़ाइल के रूप में डाउनलोड किया जाता है, इसलिए आपको फ़ाइल को अनज़िप करने की आवश्यकता होती है और फिर इसे माइक्रो-रोसॉफ्ट वर्ड में खोलें।

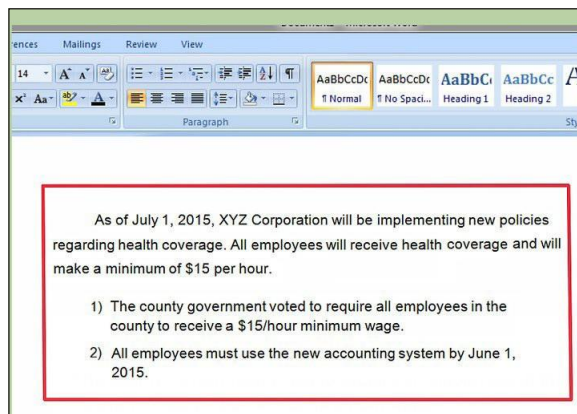
- यह सुनिश्चित करने के लिए Microsoft वर्ड के नवीनतम संस्करण का उपयोग करना एक अच्छा विचार है कि आप किसी भी अप्रत्याशित सॉफ़्टवेयर समस्याओं में नहीं चलेंगे और यह टेम्पलेट कार्य करेगा क्योंकि यह कार्य करने के लिए डिज़ाइन किया गया था। यदि आप Microsoft Word के पुराने संस्करण पर काम कर रहे हैं, तो किसी भी टेम्पलेट को डाउनलोड करने से पहले अपने सॉफ़्टवेयर को अपडेट करें।



3. अपना हेडर सेट करें: ध्यान रखें कि टेम्पलेट पर सब कुछ परिवर्तनशील है। आप मेमो टेम्पलेट के हर हिस्से को अपने विशेष जरूरतों के लिए फिट कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप अपने लोगो और कॉपीराइट साइन को टेम्पलेट के हेडर सेक्शन में जोड़ सकते हैं। बस शीर्ष लेख अनुभाग पर क्लिक करें और अपनी कंपनी की जानकारी टाइप करें।

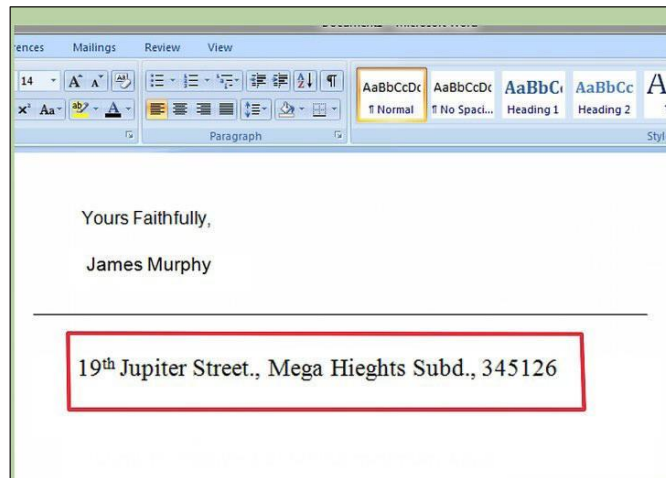


4. टेम्पलेट के शीर्ष लेख में फ़ील्ड भरें: "TO" और "FROM" फ़ील्ड, साथ ही साथ "CC" और "SUBJECT" फ़ील्ड भरना सुनिश्चित करें। इन क्षेत्रों को भरते समय सावधानी बरतें कि आप किसी भी क्षेत्र में नहीं गए हैं, उनमें से कुछ को खाली छोड़ दिया है, या कि आपने रास्ते में कहीं टाइप करने में त्रुटि नहीं की है।

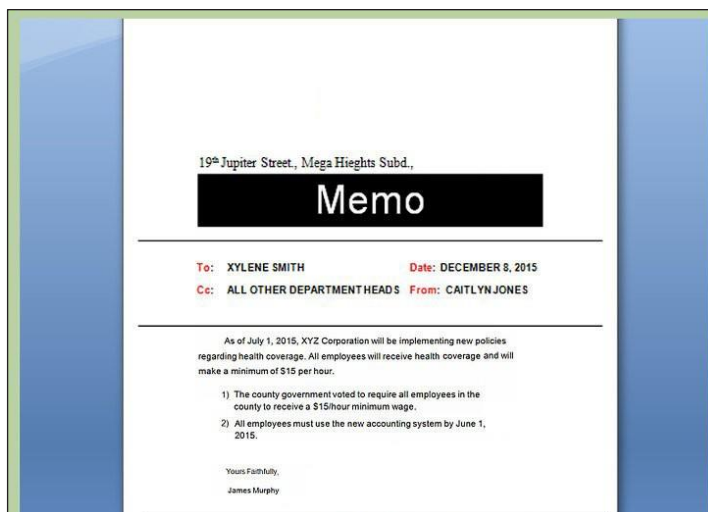


5. अपना संदेश लिखें: शरीर में अपने ज्ञापन के परिचय, संदर्भ, चर्चा और सारांश भागों को लिखें। यदि आप चाहें, तो आप सूचनाओं को व्यवस्थित करने के लिए बुलेट पॉइंट या सूचियों का उपयोग कर सकते हैं।

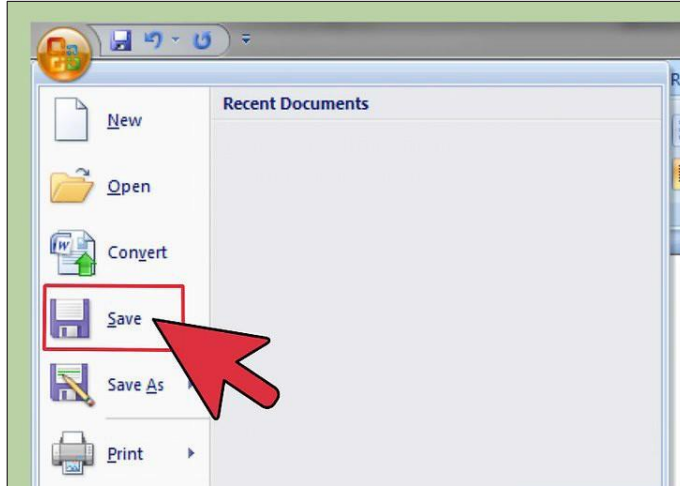
- टेम्पलेट के प्रारूपण को बनाए रखें। यह सुनिश्चित करेगा कि आपका अनुच्छेद संरेखण उचित है और आपके पास सही मार्जिन और फ्रॉन्ट आकार है।
- यदि आवश्यक हो, तो आप तालिका का उपयोग करने के लिए मेमो को भी अनुकूलित कर सकते हैं। यह कभी-कभी एक अच्छा विचार होता है, खासकर अगर बुलेट सूची या कुछ इसी तरह का उपयोग करना मेमो को बहुत अधिक भीड़ या पढ़ने में मुश्किल बनाता है।
- सुनिश्चित करें कि आपने कोई भी शब्द हटा दिया है जो पहले से ही टेम्पलेट में था। इसके अलावा, सावधान- गीत भेजने से पहले अपने मेमो को प्रूफरीड करें।



6. पाद लेख की जांच करना सुनिश्चित करें: पाद पृष्ठ के निचले भाग में वह स्थान है जिसमें अक्सर अतिरिक्त जानकारी होती है। आप अपनी कंपनी की जानकारी या व्यक्तिगत संपर्क infor-mation को यहां शामिल कर सकते हैं। यह महत्वपूर्ण है कि आप यह सुनिश्चित करने के लिए समय निकालें कि यह जानकारी सही है। आखिरी बात जो आप करना चाहते हैं वह एक उत्कृष्ट जापान लिखना है और फिर गलत संपर्क infor- mation है या उस जानकारी को पूरी तरह से गायब है।



7. अपने रूप को अनुकूलित करें: टेम्पलेट के बारे में सबसे आकर्षक चीजों में से एक यह है कि आप दस्तावेज़ के रंग को भी बदल सकते हैं। यह आपको व्यक्तित्व की एक निश्चित डिग्री का उपयोग करने की अनुमति देता है और पूरे दस्तावेज़ को अधिक सटीक रूप से खड़ा करता है। यह आपको एक रंग चुनने की अनुमति भी देता है। मेमो नेत्रहीन हड़ताली है, यह सुनिश्चित करने के लिए हाथ में स्थिति के लिए उपयुक्त, अभी तक समर्थक।



8. अपने मेमो को एक अद्वितीय दस्तावेज़ के रूप में सहेजें: इस मेमो की एक प्रति को सहेजना सुनिश्चित करें। तब आपके पास एक डिजिटल बैकअप दस्तावेज़ होगा जो आपके व्यावसायिक संचार का प्रमाण प्रदान करता है।

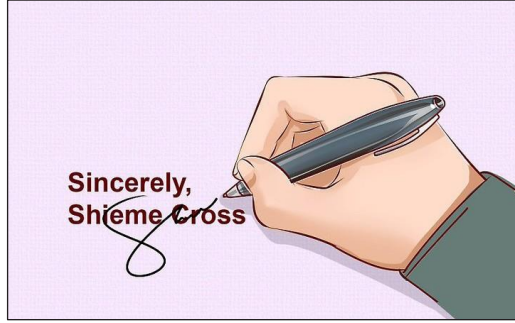


9. टेम्पलेट को सहेजें ताकि आप इसे फिर से उपयोग कर सकें: जब भी आपको भविष्य में थोड़ा अलग विषय के लिए मेमो का उपयोग करने की आवश्यकता होती है, तो बस विशेष मेमो विषय के अनुरूप प्रत्येक फ़ील्ड को बदलें। इससे आपका समय बचेगा और आपको एक पेशेवर मेमो बनाने में भी मदद मिलेगी जो पेशेवर है और इससे लोगों का ध्यान आकर्षित होगा इसलिए मेमो को शीघ्रता से पढ़ा जाएगा।

एनक्लोजर कैसे नोट करें एक पत्र में

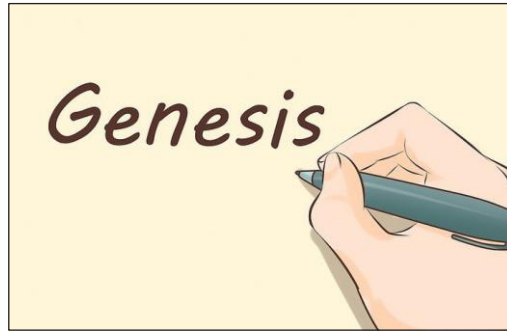
आप अपना अधिकांश व्यावसायिक संचार ईमेल के माध्यम से कर सकते हैं, लेकिन कभी-कभी आपको एक औपचारिक व्यावसायिक पत्र भेजना पड़ता है। यदि आपके पास अतिरिक्त दस्तावेज़ हैं जो आपको पत्र के साथ शामिल करने की आवश्यकता है, तो आप उन्हें पत्र के शरीर में और नोटेशन के साथ अंत में नोट करना चाहते हैं। इस तरह आपका प्राप्तकर्ता यह सुनिश्चित कर सकता है कि उन्होंने आपके द्वारा भेजी गई हर चीज प्राप्त कर ली है।

तरीका 1: एक संलग्नक संकेतन बनाना



1. अपना पत्र बंद करें: बाड़े का अंकन आपके पत्र के समापन और हस्ताक्षर के बाद होता है। "ईमानदारी से" या "आपका सच" जैसे मानार्थ समापन का उपयोग करें, अपने हस्ताक्षर के लिए जगह छोड़ दें, और फिर अपना नाम लिखें।

- यदि आप प्राप्तकर्ता के साथ अधिक व्यक्तिगत शर्तों पर हैं, तो आमतौर पर, आपका समापन अधिक परिचित हो सकता है। उदाहरण के लिए, यदि आप अपने सबसे अच्छे दोस्त के पिता को लिख रहे हैं, तो आप एक अधिक अनौपचारिक समापन का उपयोग कर सकते हैं जैसे कि "दयालु संबंध" और "शुभकामनाएं"।



2. अपने नाम के नीचे "संलग्नक" टाइप करें: यदि आपने शामिल किया है दस्तावेज़ के अलावा पत्र के अलावा, आपके हस्ताक्षर के लिए अपना नाम टाइप करने के बाद डबल स्थान, और अपना संलग्नक नोटेशन टाइप करें।

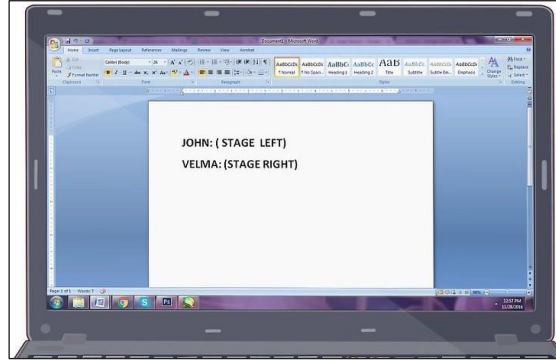
- यदि आपने एक से अधिक दस्तावेज़ शामिल किए हैं, तो बहुवचन "एन्क्लोज़र" का उपयोग करें और बाद में संलग्नक की संख्या को इंगित करें। संख्या को एक बृहदान्त्र का पालन करना चाहिए या कोष्ठक में संलग्न होना चाहिए। उदाहरण के लिए, यदि आपके पास तीन बाड़े हैं, तो आप या तो "संलग्नक: 3" या "एनक्लोज़र (3)" टाइप कर सकते हैं।



3. एक संक्षिप्त नाम का उपयोग करें: आपको जरूरी नहीं कि बनाने के लिए पूरा शब्द "संलग्नक" टाइप करना पड़े एक औपचारिक व्यापार पत्र पर एक

संलग्नक संकेतना। दोनों "कुल।" और "संलग्न करें।" बाइलों को नोट करने के लिए स्वीकार्य हैं।

- तकनीकी रूप से, "एन्को।" "संलग्न" क्रिया के लिए एक संक्षिप्त नाम है, जबकि "संलग्न"। या तो "संलग्न" या "संलग्नक" हो सकता है।
- यदि आप एक से अधिक दस्तावेज़ संलग्न कर रहे हैं, तो आप संक्षिप्त नाम के बाद बाइलों की संख्या नोट कर सकते हैं, लेकिन संक्षिप्त नाम में "जोड़" न दें।



4. दस्तावेज़ के शीर्षक की सूची: कभी-कभी यदि आपके पास कई बाइड़े हैं, तो बस संलग्न दस्तावेज़ों की संख्या को नोट करना पर्याप्त जानकारी प्रदान नहीं करता है। यदि आपको लगता है कि यह आवश्यक है, तो आप "बाइड़ों" शब्द के बाद दस्तावेज़ों के शीर्षक भी शामिल कर सकते हैं।

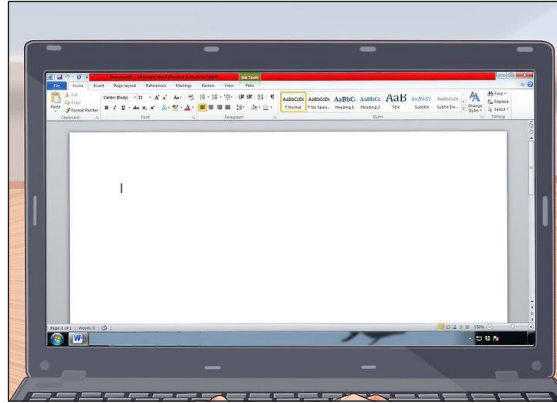
- सुनिश्चित करें कि सभी दस्तावेज़ों में आसानी से पहचानने योग्य शीर्षक है यदि आप उन्हें इस तरह से सूचीबद्ध करना चाहते हैं। आप अपने प्राप्तकर्ता को यह पता लगाने की कोशिश नहीं करना चाहते हैं कि क्या सही दस्तावेज़ हैं।
- यदि आप शीर्षक सूचीबद्ध कर रहे हैं, तो बाइड़ों की संख्या भी शामिल न करें।



5. कोई भी प्रासंगिक विवरण शामिल करें: कुछ मामलों में आपके प्राप्तकर्ता को यह बताना महत्वपूर्ण हो सकता है कि आपने किस प्रकार के दस्तावेज़ संलग्न किए हैं। आमतौर पर आपको इसकी आवश्यकता होगी यदि आप मूल दस्तावेज़ और प्रतियां दोनों शामिल हैं।

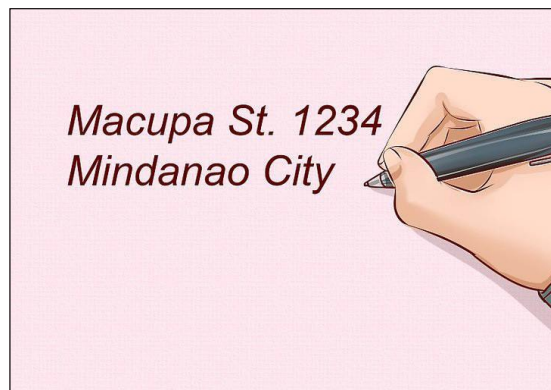
- बस दस्तावेज़ के शीर्षक को सूचीबद्ध करें और फिर कोष्ठक में विवरण शामिल करें। उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं "संलग्नक: जन्म प्रमाण पत्र (मूल प्लस दो प्रतियां)।"
- यदि आपने मूल दस्तावेज़ संलग्न किए हैं, जिन्हें आपको वापस करने की आवश्यकता है, तो सुनिश्चित करें कि आपने पत्र के शरीर में उल्लेख किया है।

विधि 2: अपने पत्र को स्वरूपित करना



1. सबसे अच्छा फ्रॉन्ट और मार्जिन चुनें: एक औपचारिक व्यावसायिक पत्र का फ्रॉन्ट एक मानक, आसान-से-पढा जाने वाला फ्रॉन्ट होना चाहिए जैसे कि टाइम्स न्यू रोमन या हेल्वेटिका। आमतौर पर यह आपके वर्ड प्रोसेसिंग एप्लिकेशन पर डिफॉल्ट फॉन्ट होगा।

- डिफॉल्ट मार्जिन भी ठीक होना चाहिए। वे सभी पक्षों पर कम से कम एक इंच होना चाहिए। यदि आपके पास एक छोटा पत्र है जिसे आप पृष्ठ भरना चाहते हैं, तो आप मार्जिन को थोड़ा बढ़ाने पर विचार कर सकते हैं और देखें कि क्या इससे पृष्ठ को संतुलित करने में मदद मिलती है।
- विशेष रूप से छोटे अक्षरों के लिए, आप वर्दाना जैसे थोड़े बड़े, अधिक फैले हुए फ्रॉन्ट को भी आजमा सकते हैं। लेकिन ध्यान रखें कि फ्रॉन्ट बहुत विचलित करने वाला नहीं है। यदि आप संदेह में हैं, तो पत्र को प्रिंट करें और कागज को एक मित्र को सौंप दें। क्या उन्होंने इसे कुछ सेकंड के लिए देखा है, फिर इसे दूर ले जाएं और उनसे इसके बारे में बताने के लिए कहें। यदि फ्रॉन्ट विचलित कर रहा है, तो वे आपको बता पाएंगे।



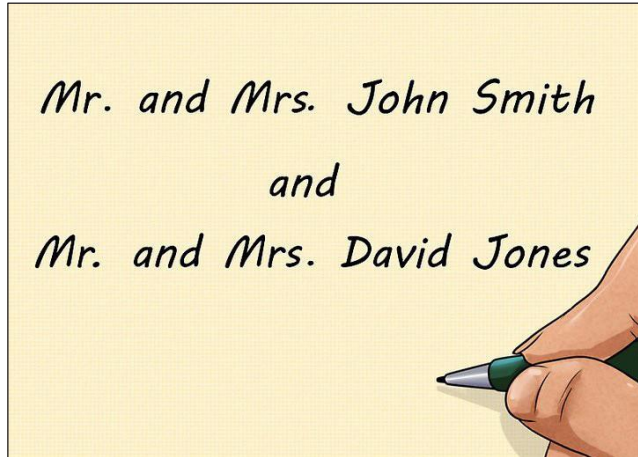
2. अपना पता शामिल करें: जब तक आप लेटरहेड पर नहीं लिख रहे हैं, तब तक आपका पता आमतौर पर औपचारिक व्यवसाय पत्र में पृष्ठ के शीर्ष पर पहली बात होगी। आपको अपना नाम शामिल करने की कोई आवश्यकता नहीं है, क्योंकि आप पत्र पर हस्ताक्षर करेंगे।

- आमतौर पर आपका पता एकल-प्रायोजित और सही-सही होता है। आपके वर्ड प्रोसेसिंग ऐप में एक व्यावसायिक पत्र टेम्पलेट हो सकता है, जिसका उपयोग आप कर सकते हैं ताकि आपको सभी फॉर्मेटिंग मैन को न करना पड़े।
- आपके मेलिंग पते के अलावा, आप अपना फ़ोन नंबर, ईमेल विज्ञापन-पोशाक, या दोनों भी शामिल कर सकते हैं।



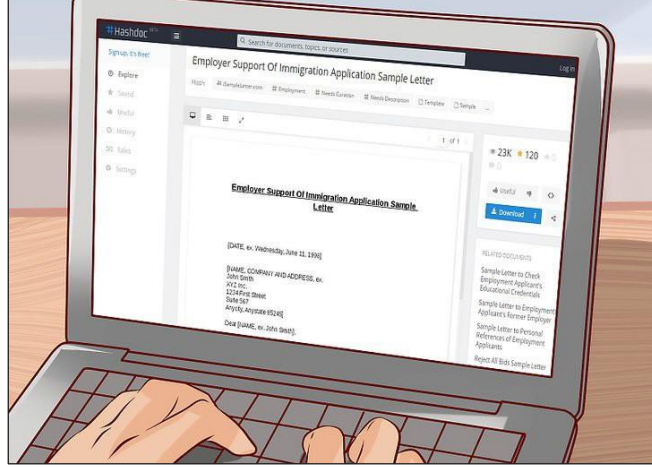
3. जिस तिथि को पत्र पूरा हुआ था, उसे टाइप करें: यदि आप अपने पत्र को मैन्युअल रूप से प्रारूपित कर रहे हैं, तो अपने पते की अंतिम पंक्ति से डबल-स्पेस और बाईं ओर के पाठ को वापस स्विच करें। आपके प्राप्तकर्ता द्वारा उपयोग की जाने वाली शैली में स्वरूपित दिनांक का पूर्ण संस्करण लिखें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप यूरोप में किसी को अपना पत्र लिख रहे हैं, तो आप पहले दिन, फिर महीने, फिर वर्ष: "16 जुलाई 2017." रखना चाहेंगे। यदि आप एक अमेरिकी को अपना पत्र लिख रहे हैं, तो दूसरी ओर, आप "16 जुलाई, 2017" लिखेंगे।
- औपचारिक व्यवसाय पत्र पर आगे की तारीख का अनुमान लगाने की कोशिश न करें। यदि प्राप्तकर्ता को तिथि से पहले आपका पत्र मिलता है, तो यह आपको बुरा लगेगा। पत्र को प्रिंट करने और हस्ताक्षर करने के बाद जल्द से जल्द मेल करने की कोशिश करें।



4. प्राप्तकर्ता की पहचान करें: तिथि से नीचे डबल-स्पेस करें और उस व्यक्ति का नाम लिखें, जिसे आप लिख रहे हैं, साथ ही उनके मेलिंग पते के साथ। लेखन के आपके कारण के आधार पर, आप उनके नौकरी के शीर्षक या कंपनी का नाम भी शामिल कर सकते हैं।

- पते के बाद, एक और दो लाइनें छोड़ें और अपना ग्रीटिंग टाइप करें। "प्रिय" व्यक्ति के शीर्षक और नाम के बाद, उपयुक्त है।
- व्यक्ति के पहले नाम को शामिल करने के लिए अपने विवेक का उपयोग करें। यदि व्यक्ति अधिकार की स्थिति में है, तो आप आमतौर पर "श्री" का उपयोग करना बेहतर समझते हैं। या "सुश्री" उनके अंतिम नाम के बाद।



5. ब्लॉक स्टाइल में बाँड़ी टाइप करें: फॉर्मल बिजनेस लेटर्स के लिए कई पैराग्राफ स्टाइल हैं, लेकिन ब्लॉक स्टाइल सबसे सरल और सबसे ज्यादा इस्तेमाल की जाती है। इस शैली के लिए, आप पैराग्राफ के बीच डबल-स्पेस को छोड़कर अपने टेक्स्ट को सिंगल-स्पेस करेंगे।

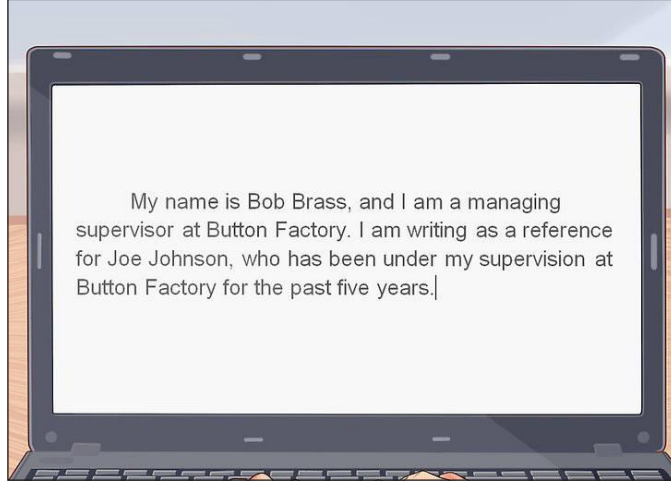
- पैराग्राफ ब्लॉक शैली में इंडेंट नहीं किए जाते हैं। आपका पाठ आम तौर पर वाम-औचित्यपूर्ण होता है, हालाँकि आप "उचित" संरेखण चुन सकते हैं। पाठ को स्थान दिया जाएगा ताकि यह पृष्ठ के दोनों ओर भी हो। कुछ संदर्भों में उचित पाठ पढ़ना अधिक कठिन हो सकता है, लेकिन एक छोटे अक्षर के लिए यह आपके पाठ को साफ-सुथरा बना सकता है। यह ज्यादातर व्यक्तिगत पसंद की बात है।



6. अपने पत्र को छापने के लिए सही कागज का उपयोग करें: एक बार जब आप प्रारूपण और प्रारूप की परेशानी में चले गए हों, तो एक औपचारिक व्यावसायिक पत्र को टिंग करके, आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि आपके द्वारा चुना गया पत्र स्वयं पत्र की गरिमा को दर्शाता है।

- आपके द्वारा चुना गया पेपर यह निर्धारित कर सकता है कि आपका पत्र प्राप्तकर्ता द्वारा गंभीरता से लिया गया है या नहीं। यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण है यदि आप एक औपचारिक व्यावसायिक पत्र लिख रहे हैं क्योंकि आप आवेदन कर रहे हैं - नौकरी के लिए या स्कूल में प्रवेश प्राप्त करने की कोशिश कर रहे हैं।
- आम तौर पर आप कागज चाहते हैं कि थोड़ा भारी स्टॉक हो, और सफेद या बंद-सफेद। रंगीन कागज व्यक्तिगत पत्रों के लिए उपयुक्त हो सकता है, लेकिन व्यावसायिक पत्रों के लिए यह आपको गंभीर से कम दिखाई देगा।

विधि 3: शरीर में बाड़ों की चर्चा करना



1. संकेत मिलता है लेखन के लिए आपका कारण: एक व्यावसायिक पत्र संक्षिप्त और बिंदु पर होना चाहिए। परिचय के बाद- अपने आप को, आप क्यों पत्र लिख रहे हैं और क्या आप के साथ-साथ एक परिणाम के रूप में की उम्मीद के लिए तुरंत जाओ।

- उदाहरण के लिए, यदि आप नौकरी के लिए आवेदन करने के लिए लिख रहे हैं, तो आप लिख सकते हैं "मेरा नाम सैली सन-शाइन है, और मैं कपकेक अकादमी का हालिया स्नातक हूँ। मैंने देखा कि आप एक कप केक बेकर की तलाश कर रहे हैं, और मुझे विश्वास है कि मेरे कौशल आपके लिए एक अच्छा मैच होगा।"



2. संदर्भ में उल्लेख संलग्न करें: आप समापन के बाद एक संकेतन सहित पत्र के शरीर में किसी भी बाड़े का उल्लेख करना चाहते हैं। यह दस्तावेजों के लिए प्राप्तकर्ता को तैयार करता है और वे लेखन के लिए आपके कारण से कैसे संबंधित हैं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं "जैसा कि आप मेरे रिज्यूम (संलग्न) पर देख सकते हैं, मैंने अपनी कक्षा में उच्चतम ग्रेड के साथ कपकेक अकादमी से स्नातक किया है और डीन से प्रशंसा प्राप्त की है।"
- आपके पत्र के शरीर में बाड़ों को नोट करने की यह विधि सबसे उपयुक्त है जब आपके पास बहुत सारे बाड़े नहीं होते हैं।



3. आपके द्वारा बताए गए किसी भी दस्तावेज़ का वर्णन करें: यदि आप कई दस्तावेज़ों को संलग्न कर रहे हैं, तो यह आपके पत्र में उन्हें सूचीबद्ध करने के साथ-साथ उन दस्तावेज़ों का एक संक्षिप्त विवरण के साथ अधिक कुशल हो सकता है।

- उदाहरण के लिए, मान लीजिए कि आप एक दोषपूर्ण उत्पाद के लिए धनवापसी की मांग करने के लिए एक व्यवसाय लिख रहे हैं। आप लिख सकते हैं कि "मैंने दो रसीदों के साथ माल के लिए अपनी रसीद संलग्न की है जो दोष दिखा रहा है जो स्पष्ट था जब मैंने पहली बार इसे बॉक्स से हटा दिया था।"
- In your notation below आपके पत्र के समापन के नीचे आपके अंकन में, इसे या तो "एन्क्लो- sures" या "संलग्नक: रसीद दिनांक 11 जुलाई, 2017" के रूप में व्यक्त किया जाएगा।



4. बताएं कि बाड़े कैसे प्रासंगिक हैं: यदि आपने अपने पत्र के शरीर में अपने बाड़ों को सूचीबद्ध किया है, तो आपको एक वाक्य या दो को शामिल करने की आवश्यकता हो सकती है जो प्राप्तकर्ता को प्रदर्शित करता है कि क्यों और कैसे दस्तावेज़ लेखन के लिए आपके मूल कारण से संबंधित हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप दोषपूर्ण ठेस के लिए धनवापसी की मांग करने के लिए रसीद और फोटो संलग्न कर रहे हैं, तो आप लिख सकते हैं "फोटो इस आइटम के साथ समस्या का संकेत देते हैं। यदि आप रसीद की तारीखों की तस्वीरों की तारीख की तुलना करते हैं तो आप देखेंगे कि उन्हें उस दिन लिया गया था जब मैंने उत्पाद खरीदा था। जब मैंने इसे खरीदा तो यह उत्पाद खराब हो गया था।"

ऑफिस लेटर कैसे लिखें

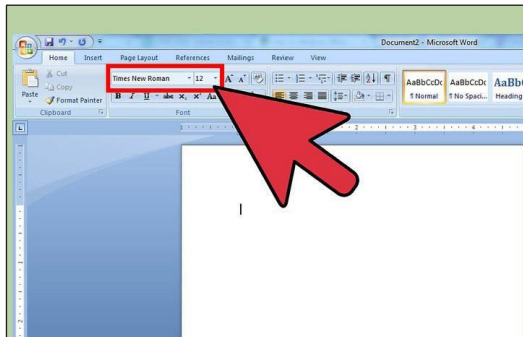
कार्यालय पत्र, जिसे व्यावसायिक पत्र के रूप में भी जाना जाता है, एक लिखित संचार का एक रूप है जिसका उपयोग जानकारी देने के लिए किया जाता है जो प्रकृति में पेशेवर है। क्योंकि कार्यालय के पत्र अनु- थोर और संगठन दोनों का प्रतिबिंब होते हैं, यह महत्वपूर्ण है कि ये पत्र हैं औपचारिक, विनम्र और पेशेवर प्रकृति में।

भाग 1: अपने पत्र का प्रारूपण



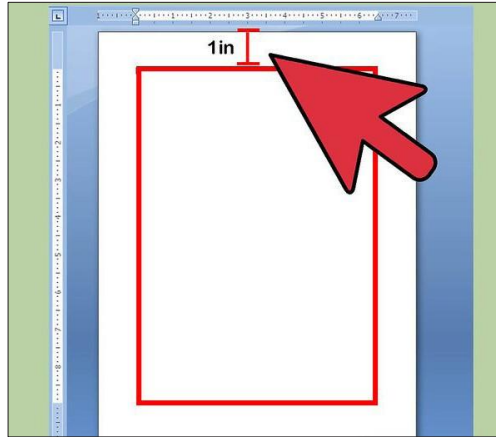
1. यह तय करें कि आप किस प्रारूप का उपयोग कर रहे हैं: उपयोग करने के लिए तीन लोकप्रिय प्रारूप हैं: ब्लॉक, संशोधित ब्लॉक और अर्ध-ब्लॉक। ब्लॉक प्रारूप का मतलब है कि पत्र के सभी तत्व पृष्ठ के बाईं ओर संरेखित हैं, संशोधित ब्लॉक कुछ तत्वों को दाईं ओर स्थानांतरित करने की अनुमति देता है, और अर्ध-ब्लॉक को बाएं से जोड़ा जाता है, लेकिन प्रत्येक पैराग्राफ इंडेंट किया जाता है।

- ब्लॉक प्रारूप सबसे औपचारिक और व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला प्रारूप है। यदि आप इस बारे में अनिश्चित हैं कि किस प्रकार के प्रारूप का उपयोग करना है, तो यह सबसे अच्छा विकल्प है।
- ध्यान रखें कि विभिन्न संगठन विभिन्न स्वरूपण तकनीकों का उपयोग करते हैं, इसलिए यदि आवश्यक हो तो अपने स्वरूपण में लचीला हो।



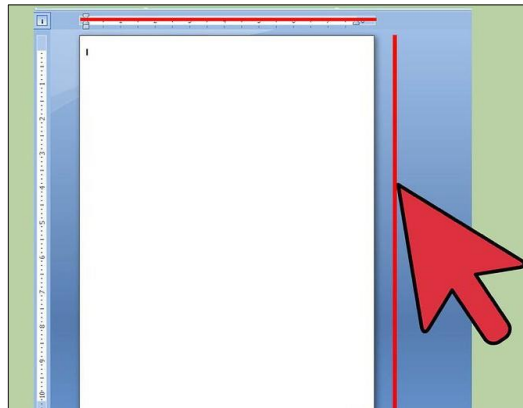
2. एक फ्रॉन्ट चुनें: फ्रॉन्ट चयन के लिए मानक टाइम्स न्यू रोमन, 12 बिंदु है। एरियल भी एक स्वीकार्य फ्रॉन्ट साइड-कोन है। याद रखने वाली महत्वपूर्ण बात केवल पत्र की पठनीयता नहीं है, बल्कि यह भी है कि आपके दर्शक कौन हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप एक रूढ़िवादी संगठन को लिख रहे हैं तो आपको स्टेन-डार्ड टाइम्स न्यू रोमन का चयन करना चाहिए। वैकल्पिक रूप से, यदि आपका संगठन अधिक उदार है, तो आपके पास अलग-अलग फ्रॉन्ट चुनने के लिए अधिक मार्ग हैं।



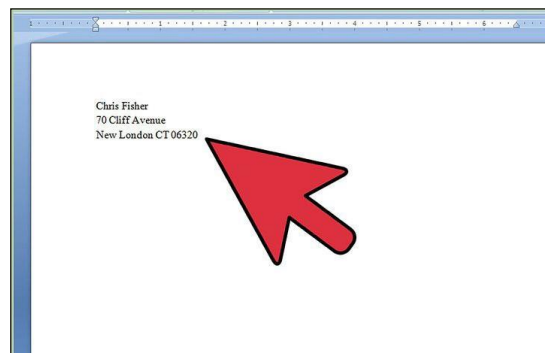
3. अपना मार्जिन सेट करें: मार्जिन लेखन क्षेत्र के किनारे के आसपास सफेद रिक्त स्थान के क्षेत्र हैं। सबसे अधिक शब्द प्रोसेसर स्वचालित रूप से मानक (चारों ओर 1-इंच मार्जिन) पर सेट होते हैं, लेकिन आप हमेशा यह सुनिश्चित करने के लिए दोहरा सकते हैं कि आप स्वरूपण कर रहे हैं। सही ढंग से।

- प्रिंट पूर्वावलोकन का उपयोग करके पत्र के अनुपात की जांच करें।



4. अपने पत्र को टाइप करने के लिए तैयार करें: व्यावसायिक अक्षरों को एक शब्द प्रोसेसर पर टाइप किया जाना चाहिए (एकल-स्थान पर) जो 11 "रिक्त, श्वेत पत्र द्वारा 8" "प्रिंट करने के लिए सेट किया गया है।

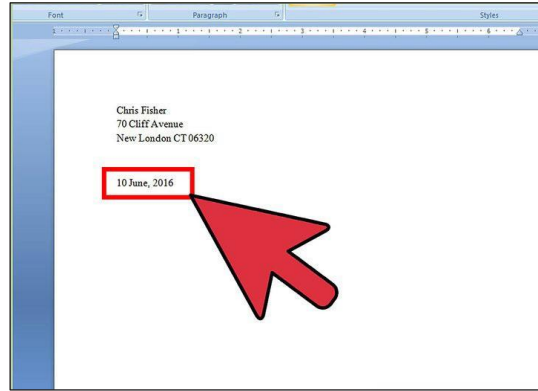
भाग 2: बुनियादी जानकारी प्रदान करना



1. हेडिंग बनाएँ: हेडिंग रिटर्न एंज्रेस (आमतौर पर 2-3 लाइन) होता है और इसमें जानकारी होती है

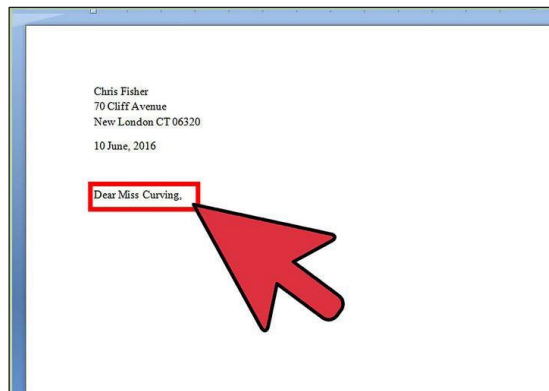
संगठन के बारे में और जहां पाठक किसी भी पत्राचार को वापस कर सकता है। इसमें organiza- tion नाम (पहली पंक्ति), सड़क का पता (दूसरी पंक्ति), और शहर और राज्य (तीसरी पंक्ति) शामिल हैं।

- शीर्षक को पृष्ठ के शीर्ष से दो इंच रखा जाना चाहिए।
- पते की तीसरी पंक्ति के बाद अतिरिक्त संपर्क जानकारी (फोन, ईमेल, फैक्स) को शामिल करना भी स्वीकार्य है।
- संक्षिप्ताक्षर का उपयोग न करने की कोशिश करें (उदाहरण के लिए, सेंट के बजाय वर्तनी सड़क)। यदि राज्य संक्षिप्त कर रहा है, तो सुनिश्चित करें कि आप मानक डाक सेवा संक्षिप्तिकरण का उपयोग करते हैं और दोनों पत्रों को कैपिटलाइज़ करते हैं।
- यदि आपकी कंपनी के पास मानक लेटरहेड है, जो संगठन की पहचान करने वाली सभी सूचनाओं को पहचानता है, तो आपको शीर्षक शामिल करने की आवश्यकता नहीं है।



2. दिनांक शामिल करें: ब्लॉक शैली का उपयोग करते समय, हमेशा एक पंक्ति छोड़ें और फिर वापसी पते के तहत दिनांक शामिल करें। दिनांक के लिए मानक अमेरिकी स्वरूपण है: माह, दिन और वर्ष (दिन के बाद अल्पविराम सहित)। महीने संक्षिप्त न करें, और वर्ष के लिए चार अंकों का उपयोग करें।

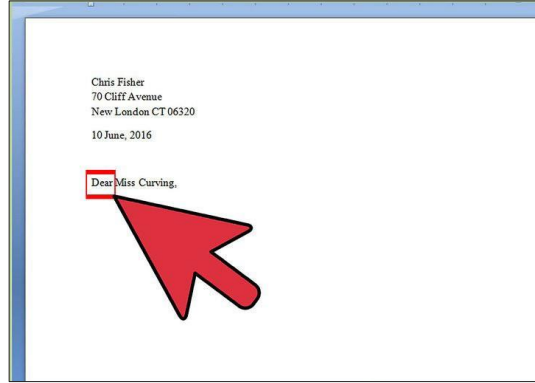
- तिथि के लिए मानक ब्रिटिश प्रारूपण है: दिन, महीना, वर्ष (अल्पविराम के साथ)।
- यदि हेडिंग के बजाय लेटरहेड का उपयोग कर रहे हैं, तो लेटरहेड की अंतिम पंक्ति के नीचे की तारीख तीन पंक्तियों को रखें।



3. अंदर का पता शामिल करें: अंदर का पता प्राप्तकर्ता का शीर्षक, पूरा नाम और पता है। यह प्रेषक के यूएस पोस्टल पते के नीचे एक पंक्ति या तिथि के एक इंच नीचे शामिल होना चाहिए। यह हमेशा बाईं ओर संरेखित होता है।

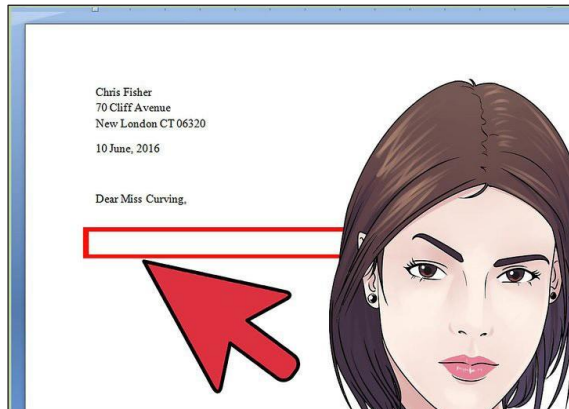
- हमेशा एक संगठन में एक विशिष्ट व्यक्ति को लिखें। यदि आपके पास कोई नाम या शीर्षक नहीं है, तो कुछ शोध करने के लिए कॉल या ऑनलाइन जाएं।
- उच्चतम संभव शीर्षक (डॉ, प्रोफेसर, आदि) शामिल करें। यदि पेशेवर शीर्षक के बिना किसी महिला को संबोधित करते हैं, तो निर्धारित करें कि क्या उसे श्रीमती, सुश्री या मिस के रूप में संबोधित किया जाना चाहिए। जब संदेह में, उपयोग करें
- अंतर्राष्ट्रीय पतों का उपयोग करते समय, अंतिम पंक्ति में देश का नाम (सभी बड़े अक्षरों में) शामिल करें।

भाग 3: आप क्यों लिख रहे हैं, इसकी व्याख्या करना



1. एक अभिवादन या अभिवादन शामिल करें: एक ही नाम / शीर्षक का उपयोग अंदर के पते में करें। ग्रीटिंग का प्रकार प्राप्तकर्ता के साथ आपके रिश्ते पर निर्भर करेगा, लेकिन सबसे आम ग्रीटिंग "प्रिय" है, जिसके बाद प्राप्तकर्ता का नाम और एक कॉलोन है। नमस्कार को बाएं मार्जिन पर रखा जाना चाहिए, अंदर के पते के नीचे दो लाइनें।

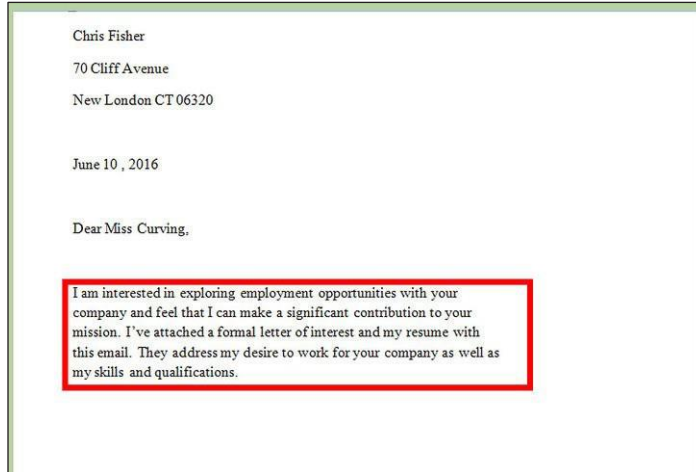
- यदि आप प्राप्तकर्ता का नाम नहीं जानते हैं, तो आप "जैसे कि यह चिंता कर सकते हैं" या "प्रिय महोदय या महोदया" जैसे वाक्यांशों का उपयोग कर सकते हैं।
- ब्रिटिश अंग्रेजी में, आपको प्राप्तकर्ता के नाम के बाद एक कोलन की आवश्यकता नहीं है। इसके बजाय, इसे खाली छोड़ दें या अल्पविराम का उपयोग करें।



2. यदि आप एक विषय पंक्ति को शामिल करना चाहते हैं, तो तय करें: विषय पंक्ति एक वाक्य है जो पाठक को आपके पत्र के उद्देश्य को जल्दी से समझने में मदद करता है। यह पूरी तरह से वैकल्पिक है। यह आमतौर पर पहले होता है

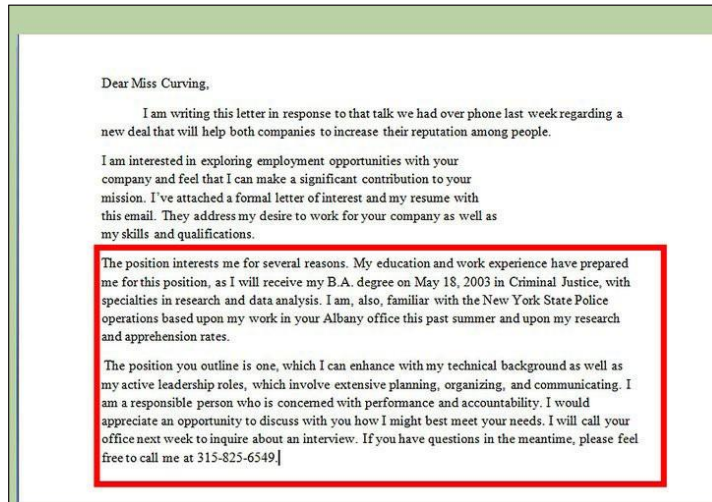
Subject: या Re: शब्द को ग्रीटिंग के नीचे या तो एक पंक्ति में रखा जा सकता है , या सीधे अंदर के पते के बाद।

- विषय पंक्ति को बाहर खड़ा करने के लिए, आप बोल्ट फ्रॉन्ट, सभी कैप का उपयोग कर सकते हैं या पाठ को रेखांकित कर सकते हैं।



3. एक परिचयात्मक निकाय पैराग्राफ शामिल करें: यह वह जगह है जहाँ आप दोनों को परिचय देते हैं कि आप कौन हैं और पत्र लिखने का आपका उद्देश्य क्या है। यह बाईं ओर संरेखित किया जाना चाहिए, नमस्कार के नीचे दो लाइनें (या जो भी अक्षर के शरीर से पहले है)।

- यदि ब्लॉक या संशोधित ब्लॉक प्रारूपों का उपयोग किया जाता है, तो कोई इंडेंटेशन आवश्यक नहीं है। अर्ध-ब्लॉक प्रारूप का उपयोग करने पर केवल इंडेंट।



4. अतिरिक्त बाँड़ी पैराग्राफ शामिल करें: अतिरिक्त पैराग्राफ को अधिक विवरण , अधिक बैकग्राउंड जानकारी प्रदान करनी चाहिए , या किसी भी जानकारी को स्पष्ट करना चाहिए। यह फिर से एलाइन, पाप-जीएल-स्पेस, और केवल इंडेंट-ब्लॉक फॉर्मेट का उपयोग करने पर छोड़ दिया जाना चाहिए। प्रत्येक नए अनुच्छेद के बीच एक रेखा छोड़ें।

- जब भी आप एक नया विचार या नई जानकारी पेश करते हैं, तो एक अतिरिक्त पैराग्राफ जोड़ें।
- याद रखें कि संक्षिप्त होना और व्यावसायिक पत्रों में सीधे मुद्दे पर पहुंचना महत्वपूर्ण है। कोशिश करें कि अपने पैराग्राफ को जरूरत से ज्यादा देर तक खिंचे या न चलने दें।

भाग 4: अपने पत्र का समापन

Dear Miss Curving,

I am writing this letter in response to that talk we had over phone last week regarding a new deal that will help both companies to increase their reputation among people.

I am interested in exploring employment opportunities with your company and feel that I can make a significant contribution to your mission. I've attached a formal letter of interest and my resume with this email. They address my desire to work for your company as well as my skills and qualifications.

The position interests me for several reasons. My education and work experience have prepared me for this position, as I will receive my B.A. degree on May 18, 2003 in Criminal Justice, with specialties in research and data analysis. I am, also, familiar with the New York State Police operations based upon my work in your Albany office this past summer and upon my research and apprehension rates.

The position you outline is one, which I can enhance with my technical background as well as my active leadership roles, which involve extensive planning, organizing, and communicating. I am a responsible person who is concerned with performance and accountability.

I would appreciate an opportunity to discuss with you how I might best meet your needs. I will call your office next week to inquire about an interview. If you have questions in the meantime, please feel free to call me at 315-825-6549.

1. एक समापन निकाय पैराग्राफ शामिल करें: यह आपके पत्र का अंतिम पैराग्राफ है। यह आपके मुख्य बिंदु के पाठक को याद दिलाना चाहिए और पाठक को अनुवर्ती कार्रवाई (यदि आवश्यक हो) के लिए अनुरोध प्रदान करना चाहिए।

this email. They address my desire to work for your company as well as my skills and qualifications.

The position interests me for several reasons. My education and work experience have prepared me for this position, as I will receive my B.A. degree on May 18, 2003 in Criminal Justice, with specialties in research and data analysis. I am, also, familiar with the New York State Police operations based upon my work in your Albany office this past summer and upon my research and apprehension rates.

The position you outline is one, which I can enhance with my technical background as well as my active leadership roles, which involve extensive planning, organizing, and communicating. I am a responsible person who is concerned with performance and accountability.

I would appreciate an opportunity to discuss with you how I might best meet your needs. I will call your office next week to inquire about an interview. If you have questions in the meantime, please feel free to call me at 315-825-6549.

Thank you for your consideration.

2. शामिल एक पूरक समापन: पूरक समापन एक संक्षिप्त, विनम्र वाक्यांश है जो आपके पत्र को समाप्त करता है। यह पत्र के शरीर के अंत के नीचे एक स्थान होना चाहिए। मानक समापन में ईमानदारी से, ईमानदारी से तुम्हारा या तुम्हारा सच जैसे वाक्यांश शामिल हैं।

- एक समापन का पहला शब्द हमेशा पूंजीकृत होता है जबकि दूसरा नहीं होता है।
- ब्लॉक प्रारूप के लिए बाई ओर संरेखित करें। संशोधित ब्लॉक के लिए, केंद्र पर टैब करें और टाइप करना शुरू करें (इसलिए यह सही है)। अर्ध-ब्लॉक के लिए, अपने समापन को पूरी तरह से केंद्र में रखें।
- अन्य विकल्पों में शामिल हैं: सम्मानपूर्वक, बहुत सही मायने में आपका, सादर और सौहार्दपूर्ण रूप से।

and apprehension rates.

The position you outline is one, which I can enhance with my technical background as well as my active leadership roles, which involve extensive planning, organizing, and communicating. I am a responsible person who is concerned with performance and accountability.

I would appreciate an opportunity to discuss with you how I might best meet your needs. I will call your office next week to inquire about an interview. If you have questions in the meantime, please feel free to call me at 315-825-6549.

Thank you for your consideration.

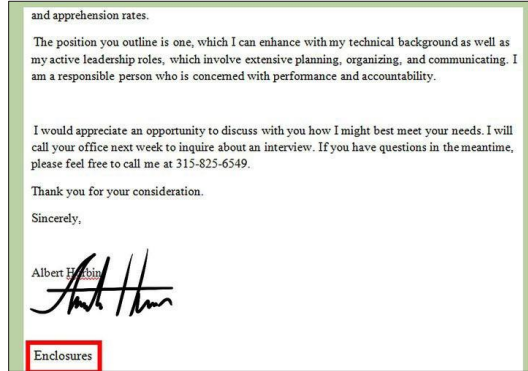
Sincerely,

Albert Hobbs

3. एक हस्ताक्षर और पहचान शामिल करें: आपके समापन के बाद, छोड़ने के लिए चार बार दर्ज करें

हस्ताक्षर के लिए स्थान। उसके बाद, अपना पहला नाम, अंतिम नाम और कोई भी प्रमाण लिखें। आपके शीर्षक को आपके नाम के नीचे शामिल किया जा सकता है।

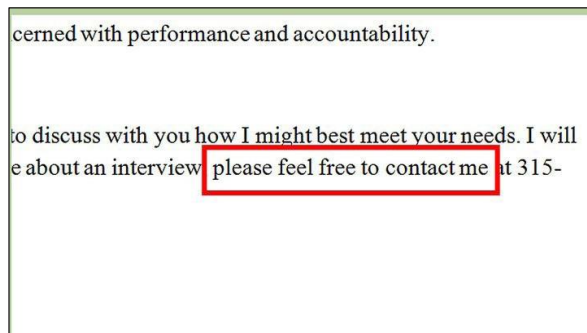
- अपने नाम पर हस्ताक्षर करते समय, नीली या काली स्याही का उपयोग करें।
- आपके हस्ताक्षर आपके टाइप किए गए नाम के पहले अक्षर से शुरू होने चाहिए।



4. आवश्यकता के अनुसार अंतिम सूचनाएँ प्रदान करें: किसी भी अतिरिक्त जानकारी जैसे कि आद्याक्षर या बाड़ों के लिए अंतिम सूचनाओं का उपयोग किया जाता है। जानकारी दो रिक्त स्थान बाईं मार्जिन पर रखा जाना चाहिए, नीचे हस्ताक्षर जानकारी।

- यदि अक्षर के लेखक के अलावा कोई अन्य इसे शामिल करता है, तो प्रारंभिक शामिल हैं। लेखक के नाम के पहले अक्षर पहले आओ (बड़े अक्षरों में), एक पेट या फॉरवर्ड स्लैश, और छोटे अक्षरों में टाइपिस्ट के नाम के पहले अक्षर से पालन करें।
- संलग्नक कोई अन्य आइटम हैं जो पत्र के साथ भेजे जा रहे हैं। यह शब्द "एनक्लोजर" या संक्षिप्त नाम "कुल" द्वारा दर्शाया गया है। या "Encs1" जैसा आवश्यक हो। यदि कई एन-क्लोजर हैं, तो इसे कोष्ठक में संलग्नक की संख्या डालकर इसे इंगित करने के लिए प्रथागत है: एनक्लोजर (3)।

भाग 5: शेष पेशेवर



1. एक उपयुक्त स्वर में लिखें: टोन को लेखक के रवैये या लेखन के प्रति भावना के रूप में जाना जाता है। पूरे पत्र में एक पेशेवर स्वर होना महत्वपूर्ण है क्योंकि यह लेखक और संगठन दोनों को दर्शाता है।

- "धन्यवाद," या "कृपया मुझसे संपर्क करने के लिए स्वतंत्र महसूस करें" जैसे वाक्यांशों का उपयोग करके अपने लेखन में विनम्र और ईमानदार रहें।

- कभी भी कृपालु स्वर का प्रयोग न करें - भले ही जानकारी नकारात्मक हो। उदाहरण के लिए, कहने के बजाय, "आपने निर्देशों को ध्यान से नहीं पढ़ा," इसके बजाय, "निर्देश ठीक से पालन नहीं किए जाने पर सिस्टम बंद हो सकता है।"



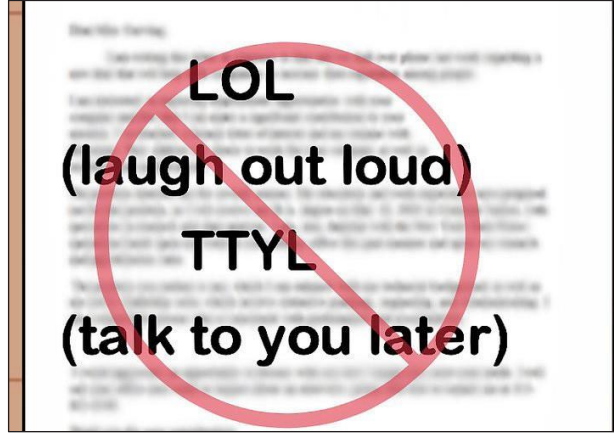
2. गैर-भेदभावपूर्ण भाषा का उपयोग करें: किसी भी प्रकार के सामान्यीकरण या भाषा का उपयोग न करें जो कि others आक्रामक पा सकती हैं। सामान्यीकरण के लिए गैर-लिंग विशिष्ट शीर्षकों का उपयोग करें और रूढ़िवादी कथनों से बचें।

- उदाहरण के लिए, अध्यक्ष के बजाय चेयरपर्सन का उपयोग करें या कहें, "कार्यालय के कर्मचारी" बनाम "कार्यालय में लड़कियों।"



3. उपयुक्त व्याकरण और शब्द विकल्प का उपयोग करें: पूर्ण और जटिल वाक्यों का उपयोग करें और टुकड़े और रन-ऑन से बचें। हमेशा सुनिश्चित करें कि आपके वाक्य सामंजस्यपूर्ण और अच्छी तरह से एक साथ रखे गए हैं।

- स्लैंग शब्द या निचले स्तर के शब्दों का उपयोग न करें, चाहे वे कितने भी लोकप्रिय क्यों न हों। उदाहरण के लिए जैसे शब्दों का उपयोग करने से बचें: सामान, पसंद, या वास्तव में।
- अत्यधिक उपयोग किए जाने वाले शब्दों से बचें जैसे: बहुत, अच्छा या अच्छा।
- रन-ऑन वाक्यों का उपयोग न करें, जिनका कोई अंत नहीं है और विराम चिह्न की आवश्यकता है, लेकिन किसी भी का उपयोग न करें और एक साथ कई विचारों को एक वाक्य में डाल दें जिन्हें कुछ में तोड़ दिया जाना चाहिए। (यह एक रन-ऑन वाक्य का एक उदाहरण है)
- अपने वाक्यों को सुनिश्चित करें। (पूर्ण हैं और इस तरह के टुकड़े नहीं हैं)।



4. उपयुक्त लेखन सम्मेलनों का उपयोग करें: इसमें विराम चिह्न और वर्तनी शामिल है। जब संदेह हो, तो अपने वर्ड प्रोसेसिंग सिस्टम में अपनी वर्तनी और व्याकरण परीक्षक का उपयोग करें।

- LOL (ज़ोर से हँसना) या TTYL (बाद में आपसे बात करें) जैसे शॉर्टहैंड का उपयोग न करें।
- अत्यधिक विराम चिह्नों का उपयोग करने से बचें!

बिजनेस कैसे खत्म करें पत्र

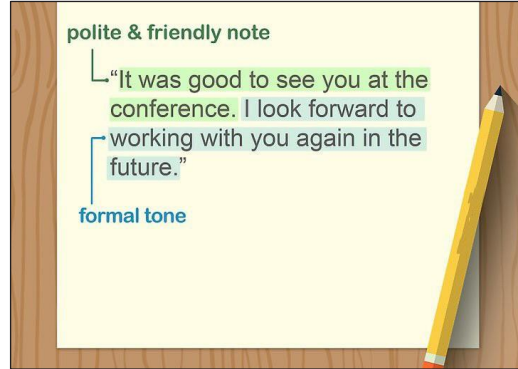
एक व्यावसायिक पत्र को समाप्त करना हमेशा उतना सरल नहीं होता जितना कि लगता है। आप औपचारिकता और मित्रता के बीच सही संतुलन कैसे बनाते हैं? विनम्रता से यह स्पष्ट करने के बारे में कि आप प्राप्तकर्ता को आपके लिए एक विशिष्ट कार्रवाई पूरी करने की उम्मीद करते हैं? सौभाग्य से, किसी भी औपचारिक पत्र को पेशेवर, विनम्र, और ठीक से स्वरूपित करीब से खींचने के लिए बहुत सारे सरल तरीके हैं।

भाग 1: अपना अंतिम अनुच्छेद लिखना



1. समाप्त पत्र में अपने पत्र के उद्देश्य को संक्षिप्त रूप से पुनर्स्थापित करें: अपने पत्र के मुख्य भाग को अपने मुख्य बिंदु के त्वरित सारांश के साथ बंद करें। इसे संक्षिप्त रखें; अंतिम पैराग्राफ केवल 1 से 3 लाइनों के बारे में होना चाहिए। आपको एक लंबा, चरण-दर-चरण निष्कर्ष लिखने की आवश्यकता नहीं है, और आपको किसी भी विषय को नहीं लाना चाहिए, जिसे आपने पत्र में पहले से ही कवर नहीं किया है।

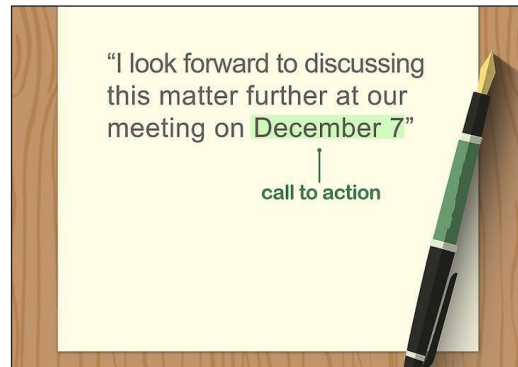
- उदाहरण के लिए, यदि आप एक नौकरी आवेदन के लिए एक कवर पत्र लिख रहे हैं, संक्षेप में अपने अंतर-स्था स्थिति में को फिर से: "मैं अवसर के लिए आभारी होंगे आगे के बारे में बात मेरी रुचियों और योग्यता। आपके समय के लिए धन्यवाद, और मैं आवेदन प्रक्रिया के अगले चरणों के बारे में अधिक जानने की उम्मीद करता हूँ।"



2. विनम्र, मैत्रीपूर्ण नोट पर समाप्त करें, लेकिन अपने लहजे को औपचारिक रखें: जब तक आपका लेखन शिकायत या फटकार नहीं करता, तब तक अंतिम पैराग्राफ का स्वर अनुकूल या प्रशंसात्मक होना चाहिए। यहां तक कि अगर आप एक औपचारिक शिकायत पत्र लिख रहे हैं, तब भी आपको विनम्र और आशावादी होना चाहिए। यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति को लिख रहे हैं जिसे आप जानते हैं, तो आप व्यक्तिगत नोट के साथ समाप्त कर सकते हैं, लेकिन बहुत अधिक अनौपचारिक न हों।

- उदाहरण के लिए, लिखें, "आपको सम्मेलन में देखकर अच्छा लगा। मैं देखने के लिए भविष्य में फिर से आप के साथ काम करने के लिए तत्पर।" यदि आप शिकायत लिख रहे हैं, तो "मुझे उम्मीद है कि हम इस स्थिति को फिर से हल कर सकते हैं और भविष्य में एक साथ व्यापार करना जारी रख सकते हैं।"

युक्ति: अपने स्वर को अपने पूरे अक्षर के अनुरूप रखें। मान लीजिए कि आप मरम्मत के अपने मकान मालिक को सूचित कर रहे हैं जो उन्हें बनाने की आवश्यकता है। आप शरीर को एक चुलबुली सुखदता के साथ समाप्त नहीं करेंगे और न ही "हार्दिक शुभकामनाएँ" या "चीयर्स" जैसे समापन का उपयोग करेंगे।



3. यदि पत्र परिणाम-उन्मुख है, तो कार्रवाई के लिए एक विशिष्ट कॉल शामिल करें: यदि आप एक अनुरोध दर्ज कर रहे हैं, तो शिकायत दर्ज करें, या अन्यथा एक परिणाम प्राप्त करने के लिए लिखें, अपनी इच्छाओं को स्पष्ट करने के लिए एक ही मजबूत वाक्य के साथ बंद करें। एक विनम्र के साथ समाप्त होने पर, कार्रवाई के लिए विशिष्ट कॉल तात्कालिकता या महत्व की भावना को जोड़ सकता है यदि आपको पाठक को आपके लिए कुछ करने की आवश्यकता है। उदाहरणों में शामिल:

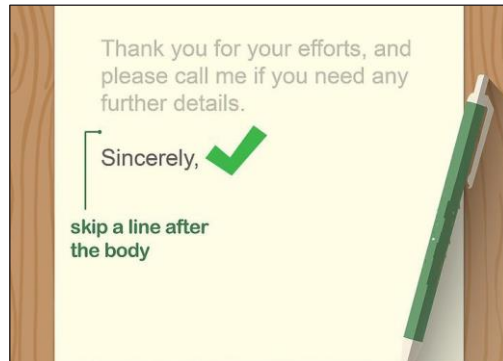
- "मैं देखने के लिए इस मामले पर चर्चा के लिए आगे आगे 7 दिसम्बर पर हमारी बैठक में"
- "सप्ताह के अंत तक मुझे स्थिति पर अद्यतन करें।"
- "आपके प्रयासों के लिए धन्यवाद, और कृपया मुझे फोन करें यदि आपको किसी और विवरण की आवश्यकता है।"

भाग 2: समापन का प्रारूपण और हस्ताक्षर



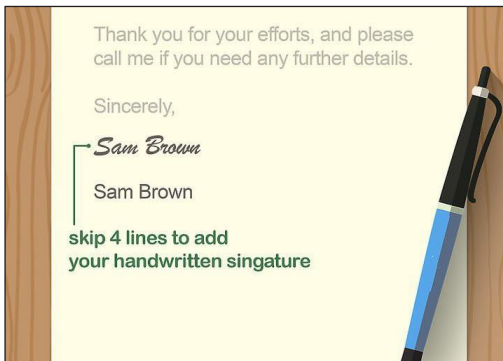
1. अपने बंद के लिए "ईमानदारी से" या "वास्तव में तुम्हारा" का उपयोग करें: "ईमानदारी से" और "तुम्हारा वास्तव में" पेशेवर, आजमाया और सच्चा बंद हैं। कम औपचारिक समापन, जैसे कि "सर्वश्रेष्ठ संबंध" या "गर्म संबंध", यदि आप पत्र के प्राप्तकर्ता के साथ पहले नाम के आधार पर हैं, तो आप सक्षम हैं।

- अनौपचारिक समापन के साथ एक व्यापार पत्र को समाप्त करने से बचें, जैसे कि "शौकीन," "चीयर्स," या "सियाओ।"



2. शरीर के बाद एक रेखा छोड़ें, फिर समापन टाइप करें: समापन को बाईं ओर संरेखित करें और इसके बाद अल्पविराम शामिल करें। यदि समापन 2 शब्द हैं, जैसे "आपका वास्तव में," केवल पहले शब्द को कैपिटलाइज़ करें।

- एक पंक्ति को छोड़ना सुनिश्चित करें ताकि शरीर के अंतिम वाक्य और समापन के बीच एक खाली जगह हो।



3. समापन के नीचे अपने टाइप किए गए हस्ताक्षर 4 लाइनों को जोड़ें : आपका हस्तलिखित या इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर समापन के तहत 4 रिक्त लाइनों में जाएगा। लाइनों को लंघन करने के बाद, अपना नाम अपने हस्तलिखित हस्ताक्षर से मिलान करने के लिए टाइप करें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप इसे अपने हस्तलिखित हस्ताक्षर में उपयोग करते हैं, तो अपने मध्य को शामिल करें।
- यदि आप चाहें, तो डिग्री या पेशेवर रेटिंग शामिल करें, जैसे कि पीएच.डी. या CPA, आपके टाइप किए गए हस्ताक्षर के बाद। अपना नाम इसके बाद अल्पविराम से लिखें, फिर डिग्री या प्रमाणीकरण जोड़ें।



4. अपने हस्ताक्षर के तहत अपना शीर्षक या संपर्क जानकारी टाइप करें, यदि वांछित हो : एक पंक्ति को लंघन के बिना सीधे अपने टाइप किए गए हस्ताक्षर के तहत अपना शीर्षक शामिल करें। यदि आपने किसी फ़ोन कॉल या ईमेल का अनुरोध किया है, तो अपने शीर्षक के नीचे अपनी संपर्क जानकारी टाइप करें, ताकि स्पॉट करना आसान हो।



5. आपके द्वारा संलग्न किसी भी सामग्री पर ध्यान दें : यदि आपने शामिल किया है फिर से शुरू, प्रलेखन, या किसी अन्य मा-टेरियल्स, अपने हस्ताक्षर ब्लॉक के बाद एक रेखा छोड़ें, फिर "संलग्नक" या "संलग्नक" लिखें। यदि आपने कई दस्तावेजों को शामिल किया है, तो इसे कोष्ठक में संख्या लिखना उपयोगी है, जैसे: "संलग्नक (2)।"

- अपने संलग्नक अंकन के बाद किसी भी विराम चिह्न को शामिल न करें।

भाग 3: अपने पत्र को पूरा करना



1. अपने पत्र को सावधानी से प्रूफ करें: किसी भी अजीब आवाज की पहचान करने के लिए ज़ोर से पत्र पढ़ें वाक्या। वर्तनी, व्याकरणिक या स्वरूपण

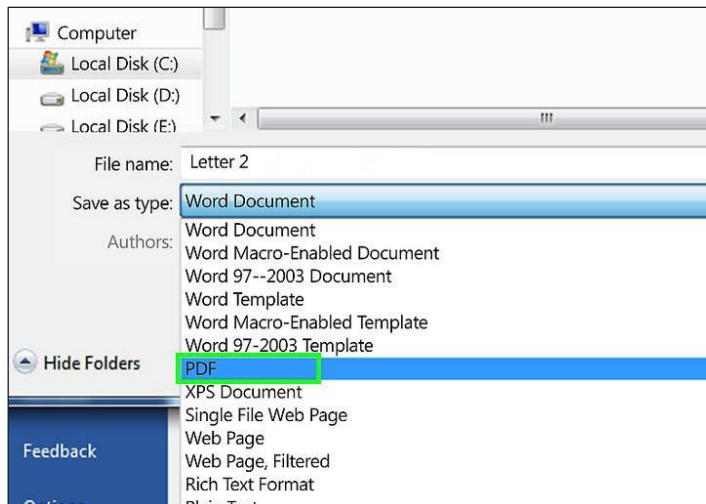
त्रुटियों की जाँच करें और सुनिश्चित करें कि आपका लेखन स्पष्ट और संक्षिप्त है।

- अपने काम को सुनिश्चित करना त्रुटियों से मुक्त है हमेशा महत्वपूर्ण होता है, लेकिन यदि आप एक कवर पत्र लिख रहे हैं तो यह बिल्कुल महत्वपूर्ण है।



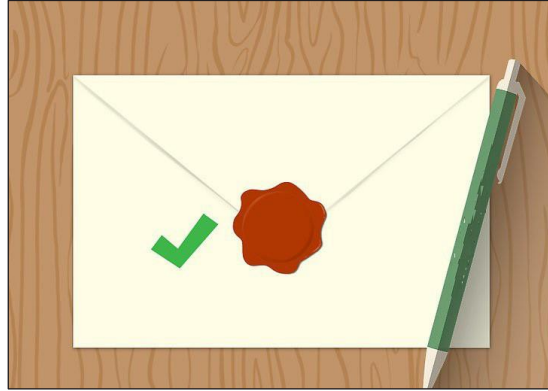
2. यदि आप ऑनलाइन पत्र भेज रहे हैं तो एक इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर जोड़ें: या तो कागज के एक टुकड़े पर हस्ताक्षर करें और इसे अपने कंप्यूटर पर स्कैन करें, अपने वर्ड प्रोसेसिंग प्रोग्राम के ऐड सिग्नेचर फीचर का उपयोग करें, या ग्राफिक्स एडिटिंग प्रोग्राम में एक हस्ताक्षर बनाएं। अपने समापन और टाइप किए गए हस्ताक्षर के बीच रिक्त स्थान में अपने हस्ताक्षर के साथ छवि डालें।

- यदि आवश्यक हो, तो छवि का आकार बदलें और इसे आसपास के पाठ के साथ संरेखित करें।



3. यदि आप इसे डिजिटल रूप से भेज रहे हैं तो पत्र को एक पीडीएफ के रूप में सहेजें: यदि आपको भविष्य के संपादन करने की आवश्यकता है तो अपने पत्र को एक शब्द दस्तावेज़ (जैसे .doc और .docx) के रूप में सहेजें। इसके अतिरिक्त, यदि आप पत्र को ईमेल कर रहे हैं या इसे किसी वेबसाइट पर अपलोड कर रहे हैं, तो अपने वर्ड प्रोसेसिंग प्रोग्राम के "Save as," "Publish," या "Download as" ड्रॉपडाउन मेनू में "Save as PDF" विकल्प ढूँढ़ें।

- एक पीडीएफ एक शब्द दस्तावेज़ की तुलना में अधिक स्थिर है और यह सुनिश्चित करने में मदद कर सकता है कि आपका पाठक एक ठीक से स्वरूपित पत्र प्राप्त करेगा।



4. पत्र प्रिंट करें और इसे एक लिफाफे में सील करें यदि आप इसे मेल कर रहे हैं: पत्र को प्रिंट करने के बाद अपना हस्तलिखित हस्ताक्षर जोड़ें। एक लिफाफे पर रिटर्न और प्राप्तकर्ता के पते टाइप करें या लिखें, फिर अपने देश के डाक मानकों के अनुसार पत्र को मेल करें।

- लिफाफे में किसी भी संलग्न दस्तावेजों को शामिल करना सुनिश्चित करें।

प्रमोशन के लिए लेटर ऑफ इंटरेस्ट कैसे लिखें

एक बार जब आप किसी संगठन में कई महीनों या वर्षों के लिए काम करते हैं, तो आप उच्च पद पर आसीन होने के लिए तैयार हो सकते हैं। शायद एक बेहतर स्थिति खुल गई है, या शायद आप अधिक जिम्मेदारी के लिए तैयार हैं। एक रिक्ति होने पर अपने आप को विचार के लिए पेश करने के लिए व्याज पत्र लिखें। अपने पत्र को संक्षिप्त रखें लेकिन अपनी उपलब्धियों और अद्वितीय कौशल पर ध्यान केंद्रित करें।

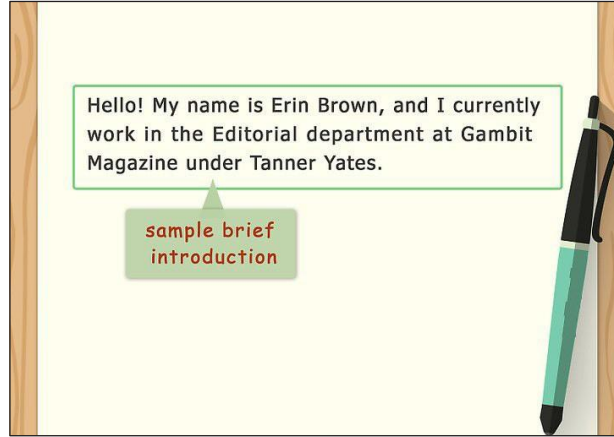
अंश 1: शुरुआत लिखना



1. अपने पत्र को किसी विशिष्ट व्यक्ति को संबोधित करें: क्योंकि आप अपनी कंपनी से परिचित हैं, इसलिए किसी विशेष व्यक्ति को पत्र लिखना अत्यावश्यक है। "मानव संसाधन विभाग" को हितों के पत्रों को संबोधित करने से आपका पत्र खड़ा नहीं होगा या पेशेवर नहीं लगेगा। यदि हाल ही में कोई पद खोला गया है, तो काम पर रखने के आरोप में पत्र लिखें। यदि कोई नहीं है, तो अपने पर्यवेक्षक को पत्र लिखें।

- प्रासंगिक होने पर उनके संक्षिप्त पेशेवर शीर्षक (जैसे "डॉ") को शामिल करें। यदि आपने इस व्यक्ति के साथ लंबे समय तक काम किया है और उन्हें अच्छी तरह से जानते हैं, तो आप उन्हें उनके पहले नाम से संबोधित कर सकते हैं।

- आप उदाहरण के लिए, "प्रिय डॉ. नॉरिस," या "प्रिय लेस्ली" लिख सकते हैं, जो इस व्यक्ति के साथ आपके संबंध पर निर्भर करता है।



2. संक्षेप में अपना परिचय दें: बड़ी कंपनियों में, आपके पत्र को पढ़ने वाले विभाग के प्रमुख आपको व्यक्तिगत रूप से नहीं जानते होंगे। संगठन के भीतर अपना नाम और वर्तमान स्थिति बताएं। शामिल करें कि आपका वर्तमान पर्यवेक्षक कौन है, क्योंकि यह कनेक्शन का बिंदु हो सकता है।

- एक नमूना परिचय की तरह लग सकता है: "नमस्ते! मेरा नाम जॉक्लिन रोजर्स है, और मैं टेनर येट्स के तहत टेनीसन बैंक में आईटी विभाग में वर्तमान में काम करता हूँ।"



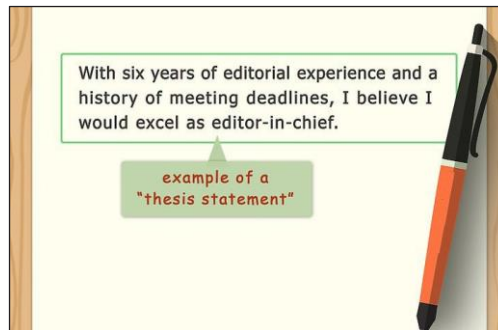
3. स्थिति में अपनी रुचि का वर्णन करें: यदि आप जानते हैं कि आपके कॉम के चारों ओर एक स्थिति खुल गई है, तो अपनी रुचि को सीधे बताएं। इस बारे में एक संक्षिप्त वाक्य लिखें कि यह स्थिति आपको क्यों अपील करती है। यदि ऐसी कोई स्थिति नहीं खोली गई है, तो समझाएं कि आप एक पदोन्नति में रुचि रखते हैं और यह आपके लिए क्यों अपील करता है। अपने लहजे को पेशेवर रखें, लेकिन उत्साह व्यक्त करें।

- आप कह सकते हैं, उदाहरण के लिए, "मैंने देखा कि हमारा विभाग एक नए सहायक प्रबंधक की तलाश कर रहा है। मेरे पेशेवर लक्ष्यों में से एक पर्यवेक्षक की भूमिका प्राप्त करना है, और मैं स्थिति के लिए विचार करना पसंद करूंगा।"
- यदि आप एक सामान्य पदोन्नति के लिए लिख रहे हैं, तो आप कह सकते हैं, "मैं ग्राहक सेवा प्रतिनिधि के रूप में पाँच साल से यहाँ काम कर रहा हूँ। जब मैंने इस स्थिति का आनंद लिया, तो मैं एक नेतृत्व की भूमिका के लिए संक्रमण की उम्मीद कर रहा हूँ।"



4. ढांचा यह कंपनी के सर्वोत्तम हित के आसपास है: जबकि आपको स्थिति में व्यक्तिगत रुचि दिखानी चाहिए, आखिरकार कंपनियां रिक्ति के लिए सबसे अच्छा फिट रखना चाहती हैं। इस बारे में एक वाक्य लिखें कि आप कैसा महसूस करते हैं कि आप उच्च स्थिति में बदलाव कर सकते हैं। बहुत विस्तृत मत हो, क्योंकि आपके पास पत्र के शरीर में इसके लिए जगह होगी।

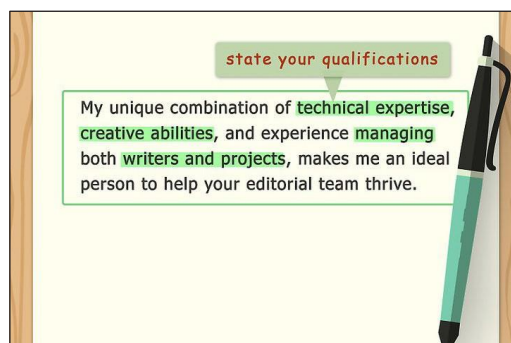
- आपको पदोन्नति की आवश्यकता क्यों है, इसके बारे में लिखने के बजाय, इस बात पर ध्यान दें कि आपके कौशल से विभाग को क्या लाभ होगा।



5. एक "थीसिस स्टेटमेंट" शामिल करें: एक उत्कृष्ट वाक्य जो आपको अगले पैराग्राफ में विस्तारित कर सकता है, उस पर एक-वाक्य वाक्य के साथ परिचय को लपेटें। पढ़ने में अपने नियोजित रुचि जगाने के लिए सबसे अधिक प्रासंगिक योग्यता चुनें।

- "थीसिस स्टेटमेंट" का एक उदाहरण इस तरह दिखता है: "संपादकीय अनुभव के छह साल और समय सीमा को पूरा करने के इतिहास के साथ, मेरा मानना है कि मैं संपादक-प्रमुख के रूप में उत्कृष्टता प्राप्त करूंगा।"

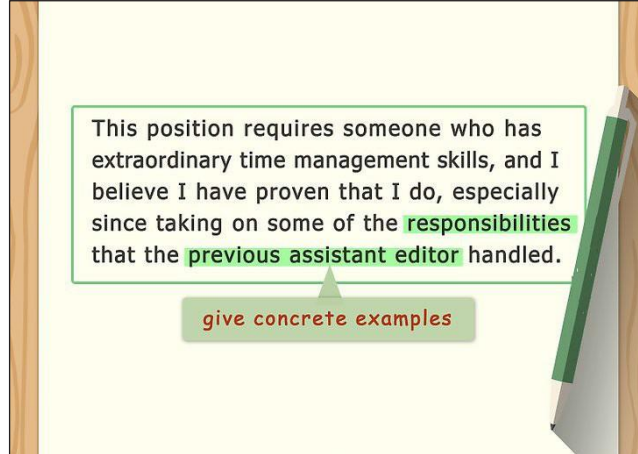
भाग 2: शरीर का क्राफ़िंग



1. अपनी योग्यता बताएं: परिचय के बाद, अपने बारे में एक या दो पैराग्राफ शामिल करें

इस पदोन्नति के लिए प्रासंगिक कौशल। प्रत्येक पैराग्राफ लगभग 4-6 वाक्य लंबा होना चाहिए। ब्याज का एक पत्र विस्तृत लेकिन संक्षिप्त होना चाहिए। किसी भी अधिक की तुलना में दो पैराग्राफ, और आप अपने नियोक्ता का ध्यान खोने का जोखिम।

- मान लीजिए कि आप कंप्यूटर प्रौद्योगिकी क्षेत्र में काम कर रहे हैं। उदाहरण के लिए, आप उन भाषाओं को सूचीबद्ध कर सकते हैं, जिन्हें आप जानते हैं कि आपने किन परियोजनाओं पर काम किया है, या संबंधित क्षेत्रों (जैसे वेब विकास) के साथ आपकी परिचित हैं।



2. कार्रवाई में अपने कौशल के ठोस उदाहरण दें: यह लिखना कि आप स्व-प्रेरित हैं और अनुभव-अनुभव केवल इतनी दूर जाएंगे। उस अनुभव के बारे में संक्षेप में लिखें जहां आपने स्थिति के लिए प्रासंगिक कौशल का प्रदर्शन किया था। यदि आप बिक्री से संबंधित प्रचार के लिए पूछ रहे हैं, उदाहरण के लिए, आप एक टीम परियोजना के बारे में बात कर सकते हैं जिसने आपकी कंपनी के राजस्व को बढ़ाया है।



3. अपने कार्यकाल के दौरान सफलताओं को हाइलाइट करें: यदि आप पदोन्नति के लिए कह रहे हैं तो आपने इस व्यवसाय में समय बिताया है। उदाहरण दें कि आप कंपनी की अब तक की संपत्ति कैसे हैं। कम से कम एक पैराग्राफ में, एक प्रमुख उपलब्धि के बारे में लिखें और इसने आपके कौशल को कैसे पहचाना।

- आप कह सकते हैं, “मुझे पता है कि इस रिक्ति में संघर्ष-संकल्प कौशल शामिल हैं। एक सहकर्मी पुरुषों के रूप में, मैंने कई छात्र- विवादों में मध्यस्थ के रूप में काम किया है। इस नवंबर तक, मैंने इस स्थिति में आठ महीने बिताए हैं। एक सहकर्मी के रूप में काम करना मुझे एक तर्क के दोनों पक्षों को देखने और दूसरों को एक समझौते तक पहुंचने में मदद करने के लिए सिखाया है। ”



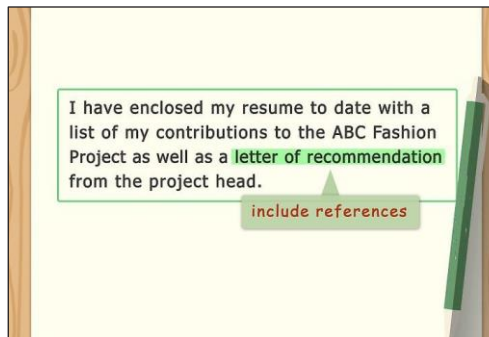
4. बचें अपने सहकर्मियों से अपनी तुलना करना: अन्य सहकर्मी पदोन्नति के लिए भी आवेदन कर सकते हैं, खासकर यदि आप एक बड़े विभाग में काम करते हैं। अपने कौशल को दूसरों से ऊपर रखने के प्रलोभन का विरोध करें या आप को बढ़ावा देने के लायक है क्योंकि एक अन्य कार्यकर्ता को प्राप्त हुआ। आप अपनी ताकत पर जोर देकर एक अधिक सम्मोहक तर्क देंगे।

अंश 3: पत्र को बंद करना

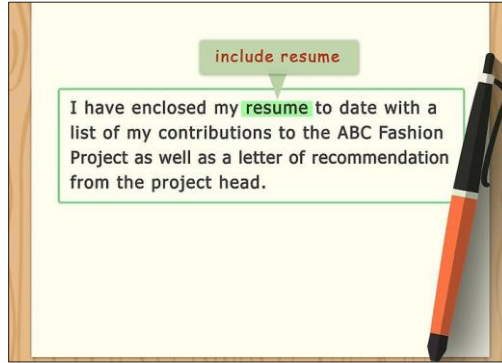


1. आभार व्यक्त करें: अंतिम पैराग्राफ में आभार दिखाना एक साक्षात्कार के बाद कुछ को हिला देने के बराबर है। अपने नियोक्ता को इस पत्र को पढ़ने के लिए उनके विचार और समय के लिए धन्यवाद दें। इस बारे में लिखें कि आपको इस संगठन के लिए काम करने में कितना मज़ा आया है।

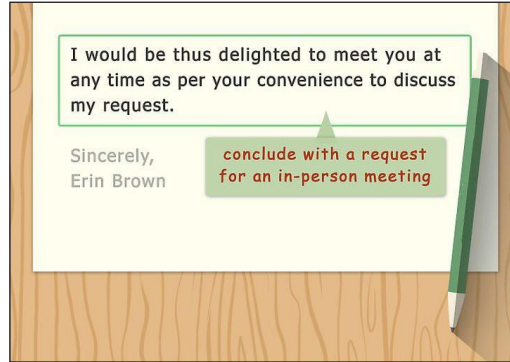
- आप कह सकते हैं, “आपके समय के लिए बहुत बहुत धन्यवाद। मैंने आपके और हमारी टीम के बाकी प्रोजेक्ट्स पर काम करने की बहुत सराहना की है।”



2. पेशेवर संदर्भ शामिल करें: क्या आपके पास फ़ाइल पर अनुशंसा के कोई भी पत्र होने चाहिए, आप उन्हें अपने ईमेल में संलग्न कर सकते हैं और उल्लेख कर सकते हैं कि आपने ऐसा किया है। यदि नहीं, तो आप अपने व्यवसाय पर्यवेक्षक या सहकर्मियों का नाम शामिल कर सकते हैं, जिन्होंने आपके साथ काम किया है। एक विकल्प के रूप में, आप उल्लेख कर सकते हैं कि अनुरोध पर संदर्भ उपलब्ध हैं।

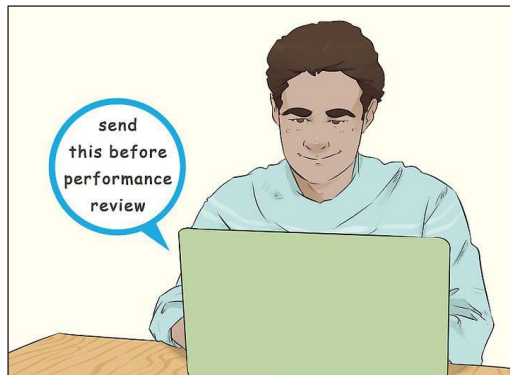


3. अपना रिज्यूम या सीवी अटैच करें: इस कंपनी में काम करते समय अपनी हाई-लाइट्स को शामिल करने के लिए अपने रेज्यूमे या पाठ्यक्रम वीडा (सीवी) को अपडेट करें। उल्लेख करें कि आपने रिज्यूम को अपने समापन पैराग्राफ में एक फाइल के रूप में संलग्न किया है। इस फाइल को पीडीएफ के रूप में सहेजें यह सुनिश्चित करने के लिए कि रिज्यूमे / सीवी सुलभ है।



4. इन-पर्सन मीटिंग के लिए अनुरोध के साथ निष्कर्ष निकालें: अपने नियोक्ता को धन्यवाद देने के बाद, पूछें कि क्या आप इस प्रमोशन पर चर्चा करने के लिए मीटिंग शेड्यूल कर सकते हैं। अपनी संपर्क जानकारी शामिल करें, ताकि वे आसानी से आप को प्राप्त कर सकें, और उन्हें बताएं कि आपके पास पहुंचने का सबसे अच्छा तरीका क्या है।

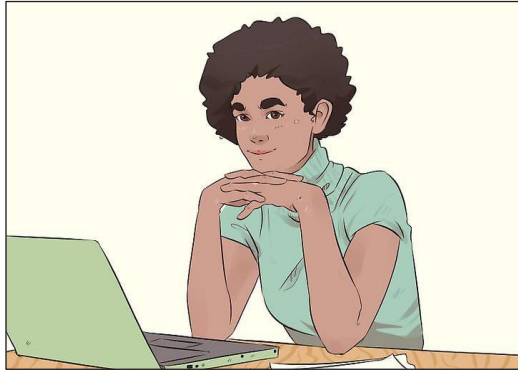
भाग 4: इसे सही समय पर भेजना



1. अपनी निर्धारित प्रदर्शन समीक्षा से पहले अपना पत्र भेजें: वार्षिक (या अर्ध-वार्षिक) समीक्षा यह चर्चा करने का सही समय है कि आपका कैरियर कैसा चल रहा है और आप इसे कहाँ देखना चाहते हैं। अपने पर्यवेक्षक को पत्र कुछ दिन पहले ईमेल करें। समापन पैराग्राफ में पूछें कि क्या आप अपनी समीक्षा के दौरान पत्र पर चर्चा कर सकते हैं।



2. कंपनी की रिक्तियों पर नज़र रखें: यदि वे कोई पद भरना चाहते हैं तो आपके नियोक्ता पदोन्नति के लिए अधिक खुले होंगे। यह सुनने के बाद कि आपका व्यवसाय एक नए कर्मचारी की तलाश में है, उसे एक ब्याज पत्र भेजें। संगठन के भीतर काम पर रखना आपके नियोक्ता के सर्वोत्तम हित में हो सकता है।



3. जब तक आप कंपनी के साथ पर्याप्त समय नहीं बिताते हैं तब तक प्रतीक्षा करें: प्रोमो के लिए पूछने का सही समय सभी के लिए भिन्न होता है। छह महीने एक स्थिति के लिए सही हो सकते हैं, लेकिन छह साल एक और बेहतर हो सकते हैं। एक बार जब आप कई सफल परियोजनाओं को पूरा कर लेते हैं या अपने करियर में सफलता प्राप्त कर लेते हैं, तो यह समझें कि क्या आप उच्च पद के लिए तैयार हैं।



4. पहले अपने सहकर्मियों के साथ सकारात्मक संबंध बनाएं: खुद को प्रमोशन के लिए कहने से पहले कंपनी की आड़ में खुद को स्थापित करें। टीम परियोजनाओं में भाग लें, और अपने सहयोगियों को जानें। साथी कर्मचारियों के साथ अच्छी तरह से काम करना उच्च-अप दिखाता है कि आप इस संगठन के साथ अच्छा काम करते हैं।

- आवेदन करने से पहले कंपनी की सिफारिशों के लिए पूछें। एक प्रमुख सहयोगी की सिफारिश का एक पत्र आपके नियोक्ता के दिमाग को आपके पत्र में खोल सकता है।

पचारिक ईमेल लेखन

एक ईमेल संदेश है एक पाठ जो इंटरनेट पर प्रसारित या प्राप्त होता है। पेशेवर पूर्व ईमेल के परिवर्तन को पचारिक ईमेल कहा जाता है। व्यावसायिक, व्यावसायिक ईमेल लिखना, ईमेल पर प्रश्नों का उत्तर देना, आदि पचारिक ईमेल लेखन के कुछ पहलू हैं। यह अध्याय विषय की व्यापक समझ प्रदान करने के लिए पचारिक ईमेल लेखन के इन पहलुओं की बारीकी से जाँच करता है।

लेखन ईमेल का महत्व

ईमेल संचार महत्वपूर्ण प्रकार का लिखित संचार है। आज, संचार व्यावसायिक फर्मों, संगठनों और कंपनियों के बीच ज्यादातर ईमेल के माध्यम से आयोजित किए जाते हैं। यह संचार का सबसे सस्ता और सबसे विश्वसनीय साधन है। कंपनियां और संगठन ईमेल के माध्यम से व्यावसायिक उद्देश्यों के लिए अन्य कंपनियों और संगठनों के साथ संवाद करते हैं। आदेश ईमेल के माध्यम से रखे जाते हैं; ईमेल के माध्यम से पूछताछ की जाती है; नमूने उत्पादों की तस्वीर संलग्नक के रूप में ईमेल के माध्यम से भेजे जाते हैं। इसके अलावा ईमेल सांप्रदायिकता का सबसे प्रामाणिक और सुरक्षित साधन प्रदान करता है।

यह तथ्य कि आधुनिक व्यावसायिक संचार में ईमेल का बहुत महत्व है, निर्विवाद है। हर दिन, कंपनियों से ग्राहकों और आपूर्तिकर्ताओं को, कर्मचारियों से उनके प्रबंधकों को और एक सहकर्मी से दूसरे को लाखों ईमेल भेजे जाते हैं। संचार के अन्य तरीकों की तुलना में ईमेल के प्रीपेन्डर के कई कारण हैं।

तुरंता

ईमेल लगभग तुरंत भेजा और प्राप्त किया जाता है, चाहे प्राप्तकर्ता कुछ दरवाजे नीचे हो या हजारों मील दूर। इस वजह से, ईमेल सुव्यवस्थित रूप से आंतरिक और बाहरी दोनों प्रकार के संचार का उपयोग करता है, जिससे महत्वपूर्ण जानकारी को प्रसारित करना और प्राप्त करना और लगभग वास्तविक समय स्थिति अपडेट की अनुमति देना तेज और आसान हो जाता है। बदले में, प्रासंगिक जानकारी का निरंतर प्रवाह कर्मचारियों और अधिकारियों को समान रूप से अधिक कुशल और उत्पादक बनाता है, जिससे किसी भी मुद्दे पर त्वरित प्रतिक्रिया हो सकती है।

अभिलेख रखना

ईमेल संदेश उपयोगकर्ता के इनबॉक्स में तब तक बने रहते हैं जब तक कि उसे जानबूझकर हटा नहीं दिया जाता है, और स्टैंड-अलोन ईमेल सॉफ्टवेयर और वेबमेल सेवा दोनों एक खोज फ़ंक्शन और फ़िल्टर प्रदान करते हैं जो ट्रैकिंग को निर्दिष्ट करते हैं- आईसी संदेश केवल कुछ सेकंड का मामला है। यह एक आभासी पेपर ट्रेल बनाता है जो दूर दराज में दर्ज दस्तावेजों की तुलना में अधिक कुशल है, जिससे ईमेल संचार के लिए महत्वपूर्ण जानकारी निकालना बेहद आसान है।

कम लागत

ईमेल सबसे सस्ते तरीकों में से एक है जिसे व्यवसाय संवाद करने के लिए उपयोग कर सकता है, आंतरिक और बाहरी दोनों तरह से। छोटे व्यवसाय जीमेल, याहू या हॉटमेल जैसे प्रदाताओं के साथ मुफ्त ईमेल के लिए साइन अप कर सकते हैं; बड़ी कंपनियों के लिए भी, एक समर्पित ईमेल सर्वर को बनाए रखने की ओवरहेड लागत अपेक्षाकृत कम है। बड़े पैमाने पर संचार पर विचार करते समय लागत अंतर विशेष रूप से हड़ताली है। उदाहरण के लिए, मार्केटिंग फ्लायर या पत्र के एक सेट को प्रिंट करने और वितरित करने की लागत कई बार होती है जो ईमेल के माध्यम से जानकारी भेजने के लिए आवश्यक होती है।

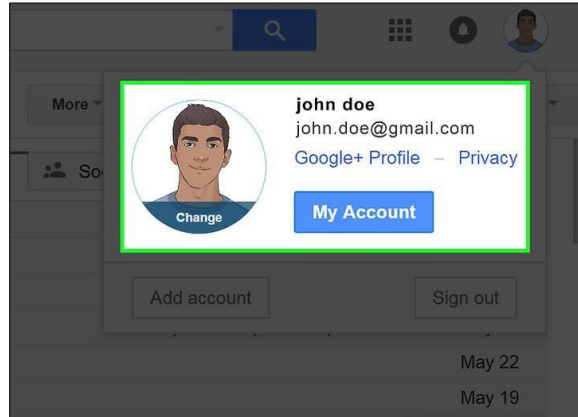
विपणन

ईमेल, मौजूदा ग्राहकों और संभावित लोगों दोनों के लिए कंपनियों को अपने उत्पादों और सेवाओं के बारे में कुशलतापूर्वक और प्रभावी ढंग से जानकारी फैलाने की अनुमति देता है। उदाहरण के लिए, कपड़ों की कंपनी एक ईमेल सूची सेट कर सकती है, जिसमें कोई भी सदस्यता ले सकता है, फिर सूची में नए परिवर्धन को सूचीबद्ध करने के लिए हर किसी को साप्ताहिक ईमेल भेजे। इसी तरह, व्यावसायिक सॉफ्टवेयर में विशेषज्ञता रखने वाली एक कंपनी ईमेल द्वारा सीधे अन्य कंपनियों से संपर्क कर सकती है ताकि यह पता लगाया जा सके कि क्या वे अपनी सेवाओं को उपयोगी पा सकते हैं।

कैसे लिखना है एक औपचारिक ईमेल

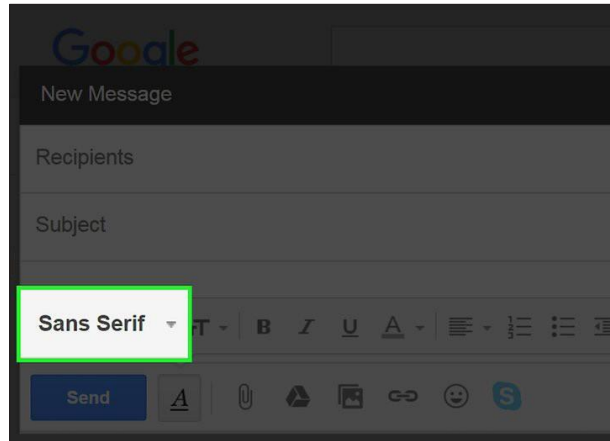
एक औपचारिक ईमेल लिखना एक कठिन काम की तरह लग सकता है क्योंकि ईमेल का उपयोग अक्सर व्यक्तिगत और अनौपचारिक उद्देश्यों के लिए किया जाता है। यदि आपको एक शिक्षक, बॉस, व्यवसाय संपर्क, सरकारी एजेंसी, या अन्य प्राप्तकर्ताओं को एक ईमेल लिखने की आवश्यकता है, जिन्हें औपचारिकता की आवश्यकता है, तो बस कुछ सरल दिशानिर्देशों का पालन करें। अपना संदेश स्पष्ट और बिंदु पर रखें, और शैली, टोन और स्वरूपण के लिए अपेक्षाओं का पालन करें। अंत में भेजने से पहले अपने ईमेल की सामग्री को प्रूफरीड और रिव्यू करें।

विधि 1: अपना ईमेल फॉर्मेट करना



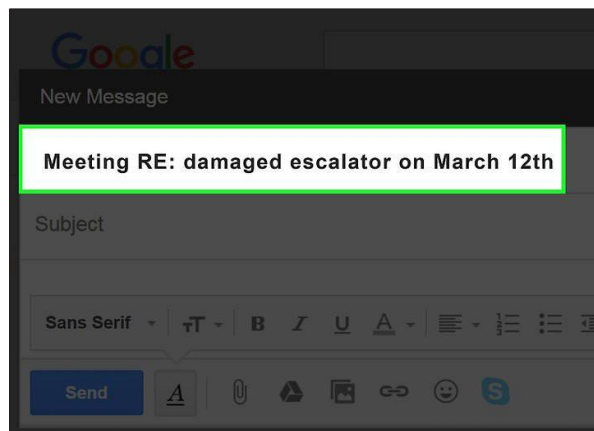
1. एक पेशेवर ईमेल पते का उपयोग करें: आदर्श रूप से, आपका ईमेल पता आपके असली नाम का भिन्न होना चाहिए, उपयोगकर्ता नाम या उपनाम नहीं। यदि आप कर सकते हैं, तो अतिरिक्त संख्याओं या अक्षरों के बिना, एक ई-मेल विज्ञापन-पोशाक को सुरक्षित करने के लिए अवधियों, हाइफ़न या अंडरस्कोर का उपयोग करें।

- उदाहरण के लिए, coolguy007@theemail.com अव्यवसायिक प्रतीत होगा। Meredith.Athena.Cal-houn@theemail.com , हालांकि, उपयुक्त है।



2. एक पेशेवर फ्रॉन्ट से चिपके रहें: अधिकांश ईमेल सेवाएं अब आपको फोंट और पाठ शैलियों के एक संस्करण का उपयोग करके लिखने का विकल्प देती हैं। हालांकि, एक औपचारिक ईमेल के लिए, चीजों को रूढ़िवादी रखें, जैसे टाइम्स न्यू रोमन और एरियल जैसे फोंट। कॉमिक सैंस या पुरानी अंग्रेजी जैसे सजावटी फोंट से बचें। के अतिरिक्त:

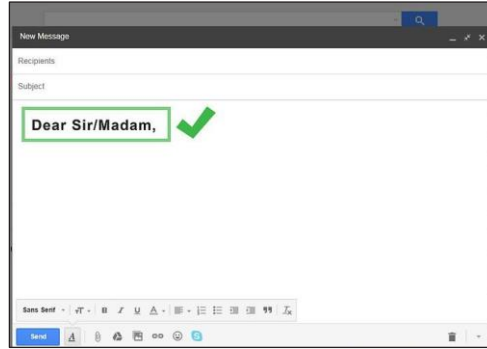
- अपने ईमेल को एक सुव्यवस्थित फ्रॉन्ट आकार में लिखें, जैसे कि 12 बिंदु प्रकार।
- जब तक वे ईमेल के कंटेंट और उद्देश्य से वारंट एड नहीं करते, तब तक इटैलिक, हाइलाइटिंग, या बहुरंगी फोंट जैसी विशेष शैलियों से बचें।
- सभी कैप का उपयोग न करें। यह ऐसा लगता है जैसे आप प्राप्तकर्ता को चिल्ला रहे हैं।



3. एक छोटी और सटीक विषय पंक्ति का उपयोग करें: विषय पंक्ति में उन खोजशब्दों का उपयोग करें जो यह सुझाव देते हैं कि आप जो कुछ लिख रहे हैं, बस कुछ ही शब्दों में। यह सुनिश्चित करने में मदद करता है कि पाठक आपके ईमेल को नजरअंदाज न करें क्योंकि विषय पंक्ति गायब है, बहुत अस्पष्ट है, या सुझाव देता है कि ईमेल महत्वहीन है।

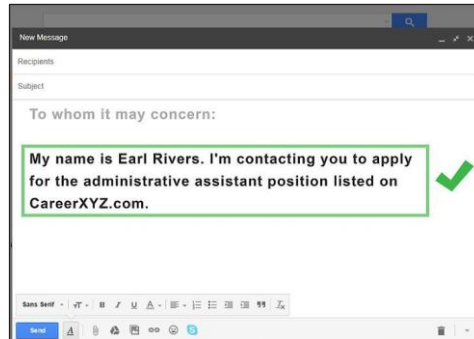
- "त्वरित प्रश्न," "आपसे संपर्क करना," या "किसी महत्वपूर्ण मामले के बारे में ईमेल" जैसे विषय उपयोगी होने के लिए बहुत अस्पष्ट या स्पष्ट हैं।
- "अनुसूची, अतिथि सूची, दोपहर के भोजन के अनुरोध, और 12 मार्च के लिए बैठक का अवलोकन," उथ-हाथ पर, बहुत लंबा है और कई विषयों को शामिल किया गया है।
- "मीटिंग आरई: 12 मार्च को क्षतिग्रस्त एस्केलेटर," हालांकि छोटी और बात है। यह आपके प्राप्तकर्ता को एक एकल प्राथमिक विषय और एक विशिष्ट तिथि के लिए सचेत करता है।

विधि 2: अपना संदेश लिखना



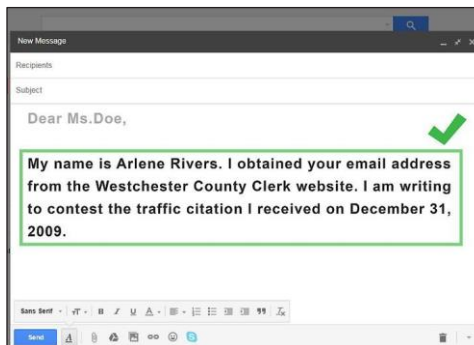
1. उचित अभिवादन का उपयोग करें: हमेशा एक नमस्कार के साथ एक औपचारिक ईमेल खोलें। नाम से प्राप्तकर्ता को संबोधित करना (यदि ज्ञात है) को प्राथमिकता दी जाती है। व्यक्ति का शीर्षक (श्री, श्रीमती, सुश्री, डॉ।, आदि) उनके अंतिम नाम के साथ शामिल करें, उसके बाद अल्पविराम या एक उपनिवेश। आप चाहें तो "डियर ..." के साथ प्रणाम कर सकते हैं।

- यदि आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं जिसे आप लिख रहे हैं, तो "प्रिय महोदय / महोदया," "प्रिय महोदय या महोदया," या "किसके लिए यह चिंता हो सकती है" जैसे अभिवादन का उपयोग करें।
- "हैलो," "हे," "हाय," या अन्य अनौपचारिक सलाम का उपयोग न करें।



2. परिचय करानापहले पैराग्राफ में अपने आप को (यदि आवश्यक हो): यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति को लिख रहे हैं जिसका आपके साथ कोई मौजूदा संबंध नहीं है, जैसे कि एक नया ग्राहक, काम पर रखने वाला प्रबंधक या सरकारी अधिकारी, उन्हें बताएं कि आप कौन हैं और आप क्यों लिख रहे हैं। इसे पहले वाक्य या अपने दो ईमेल में करें।

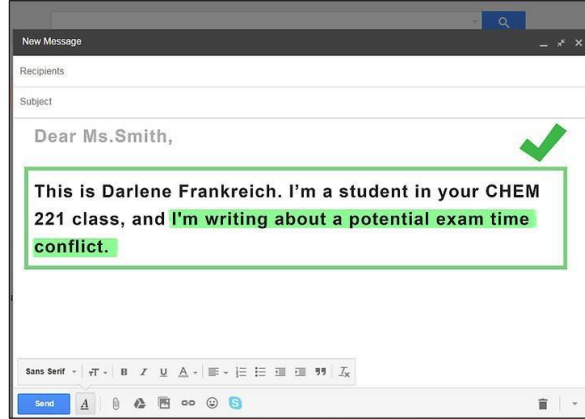
- उदाहरण के लिए, जब लिखने के लिए एक संभावित नियोक्ता, आप कह सकते हैं: "मेरा नाम अर्ल नदियां है। मैं CareerXYZ.com पर सूचीबद्ध प्रशासनिक सहायक पद के लिए आवेदन करने के लिए आपसे संपर्क कर रहा हूँ।"



3. सबसे महत्वपूर्ण जानकारी को प्राथमिकता दें: एक बार आपने अपना और सामान्य का परिचय दे दिया कारण आप लिख रहे हैं, आप अपने ईमेल के

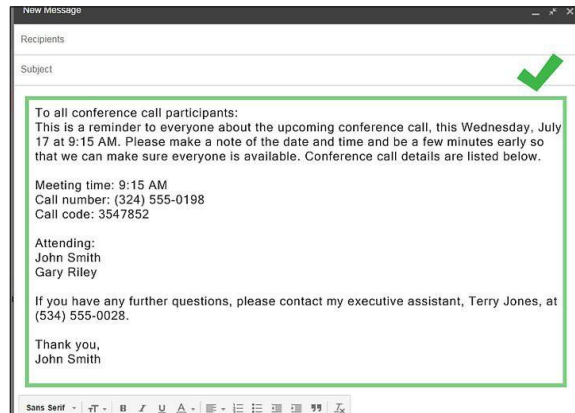
मुख्य भाग का अनुसरण कर सकते हैं। सबसे महत्वपूर्ण कोन-टेंट को शीर्ष के पास रखें। यह आपके प्राप्तकर्ता के समय का सम्मान करता है और आपके ईमेल के उद्देश्य को स्पष्ट करता है।

- उदाहरण के लिए, एक सरकारी अधिकारी को लिखते समय, आप यह कहकर शुरू कर सकते हैं: "मेरा नाम आर्लीन रिवर है। मैंने वेस्टचेस्टर काउंटी क्लर्क वेबसाइट से आपका ईमेल पता प्राप्त किया। मैं 31 दिसंबर, 2009 को प्राप्त ट्रैफिक प्रशस्ति पत्र को लिखने के लिए लिख रहा हूँ।"



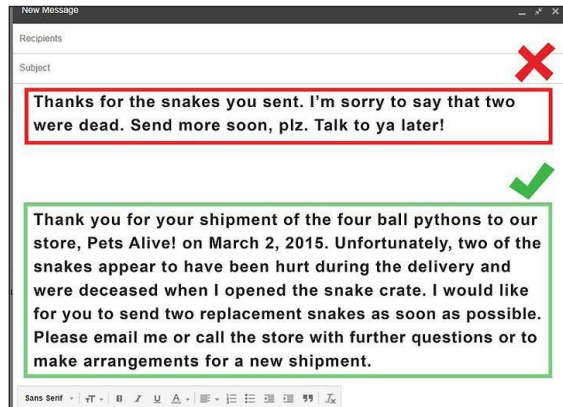
4. इस बिंदु पर जाएं: एक औपचारिक ईमेल के लिए, जब तक आप विनम्र हों, प्रत्यक्ष होना ठीक है। झाड़ी के चारों ओर पिटाई केवल आपके पाठक को खो देगी और यह पता लगाना कठिन बना देगी कि आपको क्या चाहिए या उनसे क्या चाहिए।

- उदाहरण के लिए, जब किसी प्रोफेसर को लिखते हैं, तो अनावश्यक पैडिंग के साथ जगह को बर्बाद न करें: "यह डार्लिन फ्रैंक्रेच है। क्या आप मुझे जानते हैं? CHEM 221 अभी मेरा पसंदीदा वर्ग है। मुझे व्याख्यान के आयोजन का तरीका बहुत पसंद है। मैं हमेशा साथ चल सकता हूँ और जान सकता हूँ कि परीक्षणों पर क्या होगा। परीक्षणों की बात करते हुए, मैं अगली परीक्षा के बारे में सोच रहा था।"
- इसके बजाय, यह कुछ लिखने के लिए बहुत स्पष्ट होगा: "यह डार्लिन फ्रैंक्रेच है। मैं आपके CHEM 221 वर्ग का छात्र हूँ, और मैं संभावित परीक्षा समय संघर्ष के बारे में लिख रहा हूँ।"



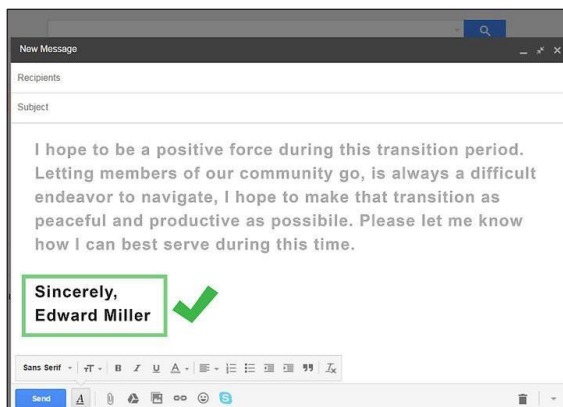
5. इसे संक्षिप्त रखें: कोई ईमेल कितनी लंबी होनी चाहिए, इसकी कोई निर्धारित लंबाई नहीं है। हालाँकि, ईमेल को लगभग एक (लैपटॉप या डेस्कटॉप आकार) स्क्रीन की लंबाई के लिए रखना एक अच्छा विचार है।

- यदि आपका ईमेल अपेक्षाकृत लंबा है, तो इसे छोटे पैराग्राफ में तोड़ दें। इंडेंट करने के बजाय प्रत्येक पैराग्राफ के बीच एक लाइन ब्रेक डालें।



6. औपचारिक भाषा का उपयोग करें: चूंकि पेशेवर संदर्भों के लिए औपचारिक ईमेल लिखे गए हैं, आप एक अच्छा प्रभाव देना चाहते हैं। पूर्ण वाक्यों और विनम्र वाक्यांशों का उपयोग करें। ऐसी चीजों से बचें:

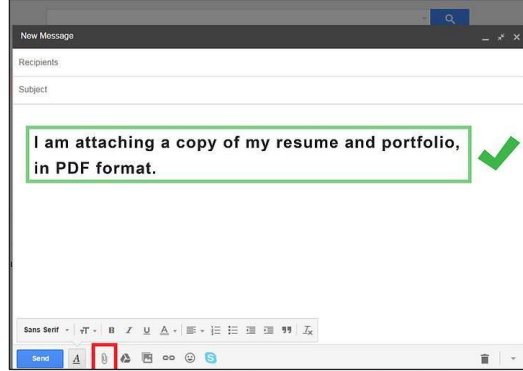
- कठबोली,
- अनावश्यक संकुचन,
- इमोटिकॉन्स और इमोजीस,
- गाली-गलौज,
- मजाका



7. समापन के एक उचित रूप का उपयोग करें: नमस्कार के साथ, विभिन्न प्रकार के समापन होते हैं जो स्वीकार करते हैं- औपचारिक ईमेल में सक्षम होते हैं। अपने पूर्ण नाम और नौकरी के शीर्षक या अन्य हस्ताक्षर (यदि आपके पास है) के साथ पालन करना सुनिश्चित करें। संभावित समापन के उदाहरणों में शामिल हैं:

- "सादर,"
- "आपका सौहार्दपूर्ण रूप से"
- "सम्मान से,"
- "श्रेष्ठ,"
- "आपका छात्र,"

तरीका 3: भेजने की तैयारी

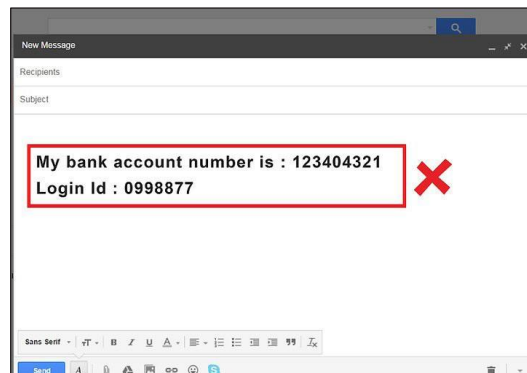


1. किसी भी आवश्यक अटैचमेंट को शामिल करें: यदि आपको किसी भी अटैचमेंट को शामिल करने की आवश्यकता है, तो पुरुषों को यह सुनिश्चित करें कि ईमेल के शरीर में उन्हें मिला दें ताकि प्राप्तकर्ता को पता चल सके कि वे शामिल हैं। अनुलग्नकों की संख्या और उनके फ़ाइल आकार को नीचे रखने की कोशिश करके, और आम या व्यापक रूप से संगत फ़ाइल प्रकारों का उपयोग करके वित्तम्र रहें।

- उदाहरण के लिए, "मैं अपने फिर से शुरू और पोर्टफोलियो की एक प्रति संलग्न कर रहा हूँ, जैसे पीडीएफ प्रारूप में एक नोट शामिल करें।"



2. सामग्री, स्पेलिंग और व्याकरण के लिए अपने संदेश को प्रूफरीड करें: अपने ईमेल सर्-वाइस स्पेलिंग या व्याकरण चेकर पर निर्भर न रहें। अपने ईमेल को जोर से पढ़ना या किसी को प्रूफरीड करने के लिए कहना किसी भी टाइपोस, गलतियों या अस्पष्ट वाक्यांशों को पकड़ने का एक शानदार तरीका है।



3. सुनिश्चित करें कि ईमेल में कोई संवेदनशील जानकारी नहीं है: हमेशा उस ईमेल का ध्यान रखें

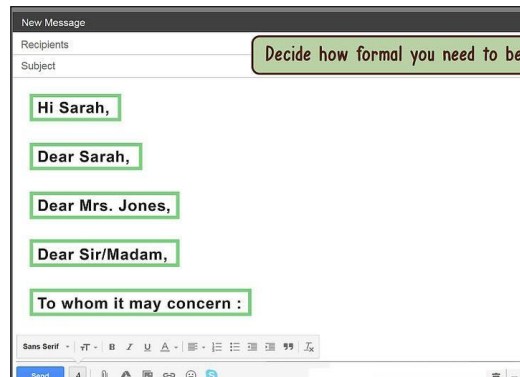
नहीं है एक सुरक्षित संचार प्रणाली। याद रखें कि ईमेल सर्वरों को हैक किया जा सकता है, या यह कि आपका पुनः रोगी जानबूझकर या अनजाने में जानकारी साझा कर सकता है जिसे आप विभाजित नहीं करना चाहते थे।

- ईमेल में पासवर्ड, खाता संख्या और गोपनीय जानकारी जैसी चीजों से बचें।

कैसे एक औपचारिक ईमेल शुरू करें

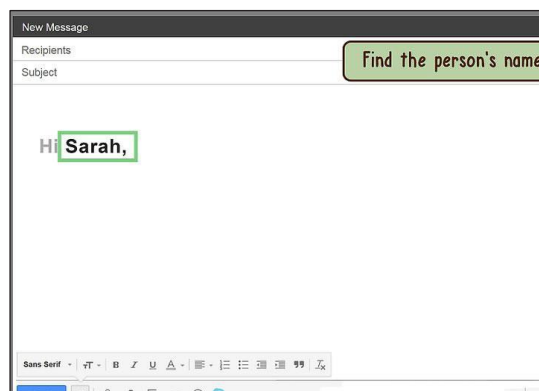
अपनी प्रकृति से, ईमेल पत्र-लेखन की तरह औपचारिक नहीं है। हालाँकि, आपके पास अभी भी समय होगा जब आपको अपने ईमेल लेखन में अधिक औपचारिक होने की आवश्यकता होगी। इस बारे में सोचें कि प्राप्तकर्ता कौन है, और फिर स्थिति के लिए उपयुक्त ग्रीटिंग चुनें। एक बार जब आप यह पता लगा लेते हैं, तो आप ग्रीटिंग को प्रारूपित करने और शुरुआती वाक्यों को लिखने के लिए आगे बढ़ सकते हैं।

अंश 1: प्राप्तकर्ता को ध्यान में रखते हुए



1. यह तय करें कि आपको कितना औपचारिक होना चाहिए: भले ही आप "औपचारिक" ईमेल लिख रहे हों, यह ईमेल कितना औपचारिक है, यह उस व्यक्ति पर निर्भर करता है जो इसे प्राप्त कर रहा है। उदाहरण के लिए, जब आप नौकरी के लिए आवेदन करते हैं तो प्रोफेसर लिखते समय आप औपचारिकता के समान स्तर का उपयोग नहीं करेंगे।

- जब आप पहली बार किसी से संपर्क कर रहे हों, तो बेहतर होना चाहिए कि आप औपचारिक रूप से अधिक सुरक्षित रहें, बस सुरक्षित पक्ष में रहें।



2. व्यक्ति का नाम ढूँढ़ें: यदि आप पहले से ही नहीं जानते हैं तो उस व्यक्ति के नाम को खोजने के लिए कुछ शोध करें। उस व्यक्ति के नाम को जानने

से अभिवादन अधिक प्रभावशाली लगता है, भले ही आप उन्हें अपने ईमेल के लिए औपचारिक तकनीकों का उपयोग कर रहे हों।



3. व्यक्ति के नेतृत्व का पालन करें: यदि व्यक्ति ने आपको पहले ही ईमेल कर दिया है, तो उनकी ग्रीटिंग शैली को कॉपी करना ठीक है। उदाहरण के लिए, यदि वे "हाय" और आपके पहले नाम का उपयोग करते हैं, तो यह उसी शैली में उत्तर देने के लिए स्वीकार्य है, जब आप ईमेल को संबोधित करते हैं तो "हाय" और व्यक्ति का पहला नाम।

भाग 2: चुनना अभिनंदन

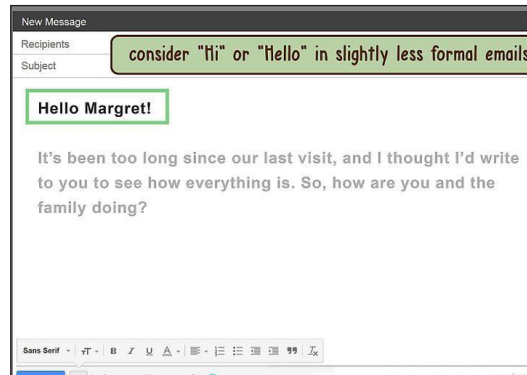


1. "प्रिय" पर वापस गिरो: "प्रिय" (व्यक्ति के नाम के बाद) एक कारण के लिए एक पुराना स्टैंडबाय है। यह बिना सामान के औपचारिक है, और क्योंकि यह इतनी बार उपयोग किया जाता है, यह अक्सर ग्रीटिंग में अदृश्य हो जाता है, जो एक अच्छी बात है। आप अपने ग्रीटिंग को बाहर रहना नहीं चाहते हैं क्योंकि यह अनुचित है।

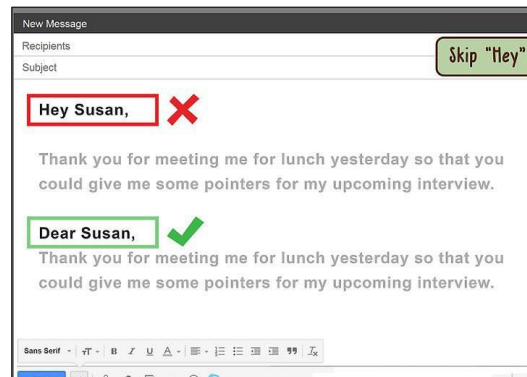


2. "अभिवादन" का प्रयास करें, जब आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं: अभिवादन एक औपचारिक औपचारिक अभिवादन है जिसे आप व्यावसायिक ईमेल में उपयोग कर सकते हैं, खासकर यदि आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं। हालांकि, यदि संभव हो तो व्यक्ति का नाम पता लगाना हमेशा बेहतर होता है।

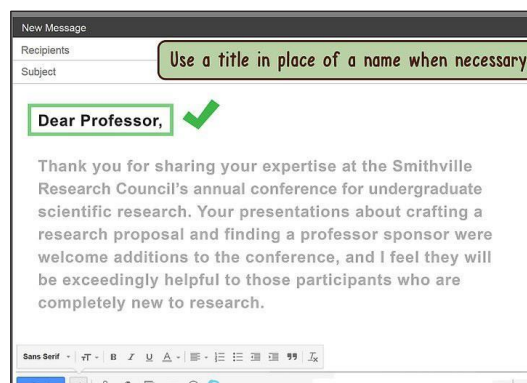
- यदि ईमेल विशेष रूप से औपचारिक है और आप उस व्यक्ति का नाम नहीं जानते हैं, तो आप "किससे यह चिंता कर सकते हैं" का उपयोग कर सकते हैं। हालाँकि, यह अभिवादन कुछ लोगों के लिए आफत बन सकता है।



- थोड़ा कम औपचारिक ईमेल में "हाय" या "हैलो" पर विचार करें: ईमेल सामान्य रूप से अक्षरों की तुलना में कम औपचारिक होते हैं, इसलिए आप कुछ हद तक औपचारिक ईमेल में "हाय" जैसी चीज़ से दूर हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आप अपने प्राध्यापक को ईमेल कर रहे हैं, विशेष रूप से आप वास्तव में "हाय" या "हैलो" के साथ बातचीत करते हैं, तो बस ठीक काम करना चाहिए।

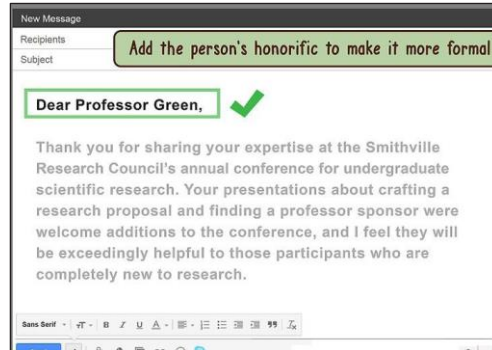


- "हे" को छोड़ दें: जबकि "हाय" एक अर्ध-औपचारिक ईमेल में स्वीकार्य हो सकता है, "हे" शायद नहीं है। यह बहुत ही अनौपचारिक अभिवादन है, यहां तक कि भाषण में भी, इसलिए आपको इसे किसी भी प्रकार के औपचारिक ईमेल से बचना चाहिए। भले ही आप अपने बाँस को अच्छी तरह से जानते हों, उदाहरण के लिए, उन्हें ईमेल करते समय "हे" को छोड़ना शायद सबसे अच्छा है।



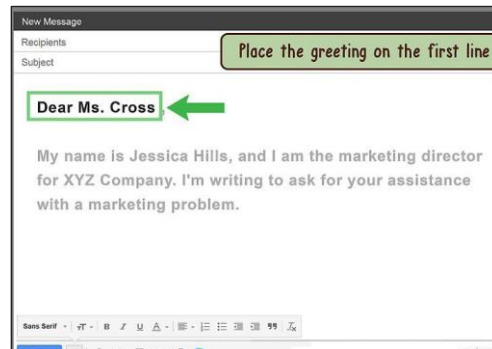
- आवश्यकता पड़ने पर नाम के स्थान पर शीर्षक का उपयोग करें: कभी-कभी, जब आप किसी व्यक्ति को लिख रहे होते हैं, तो आप केवल कंपनी या संगठन के भीतर उनके शीर्षक को जानते हैं। उस मामले में, आप सिर्फ व्यक्ति के हो सकते हैं व्यक्ति के नाम के स्थान पर शीर्षक, जैसे "प्रिय हायरिंग मैनेजर," "प्रिय

हायरिंग कमेटी," या "डियर हायरिंग प्रोफेसर।"

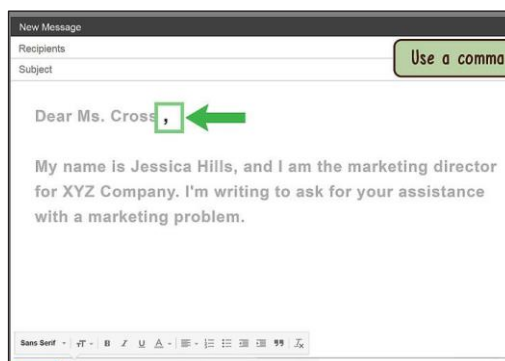


6. इसे और अधिक औपचारिक बनाने के लिए व्यक्ति के सम्मान को जोड़ें: जब संभव हो तो इसे और अधिक औपचारिक बनाने के लिए व्यक्ति के नाम से पहले "श्री," "श्रीमती," "डॉ," या "प्रोफेसर" जोड़ें। इसके अलावा, किसी व्यक्ति के अंतिम नाम या पूर्ण नाम का उपयोग केवल औपचारिक नाम के बजाय अधिक औपचारिक होने के लिए करें।

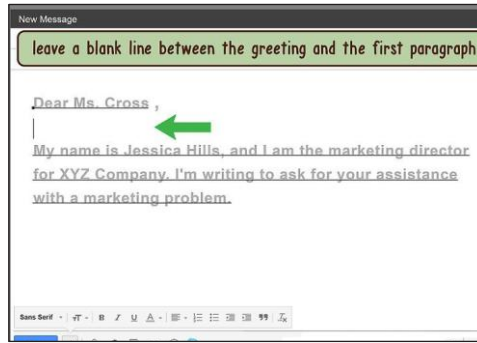
अंश 3: ईमेल का प्रारूपण और शुरुआत



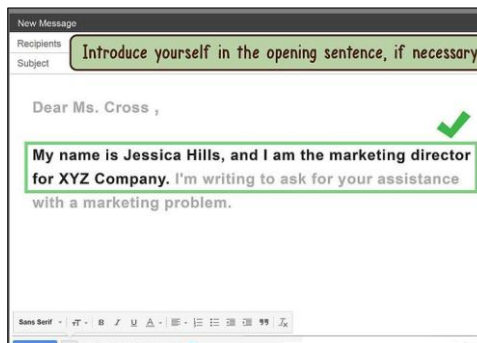
1. ग्रीटिंग को पहली पंक्ति पर रखें: शीर्ष पंक्ति आपके द्वारा चुनी गई ग्रीटिंग होनी चाहिए, जिसके बाद व्यक्ति का नाम होगा। जब संभव हो तो व्यक्ति के लिए एक शीर्षक का उपयोग करें, जैसे कि मिस्टर, मिसेज, या डॉ, उसके बाद उनका पहला और अंतिम नाम।



2. अल्पविराम का उपयोग करें: आम तौर पर, आप अभिवादन के बाद अल्पविराम का उपयोग करेंगे। औपचारिक पत्रों में, आप एक बृहदान्व का उपयोग कर सकते हैं, लेकिन यह आमतौर पर एक ईमेल के लिए बहुत औपचारिक है, यहां तक कि एक औपचारिक भी। एक अल्पविराम सबसे उदाहरणों में पर्याप्त होगा, हालांकि आप एक ईमेल में एक कवर पत्र लिख रहे हैं, तो आप एक बृहदान्व का उपयोग कर सकते हैं।

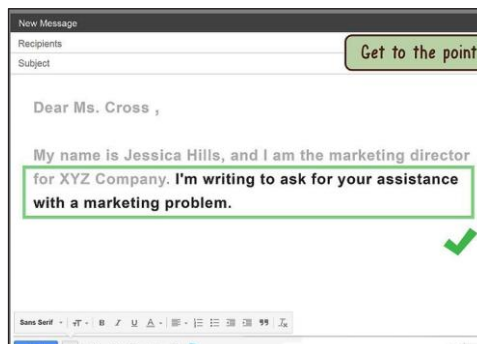


3. अगली पंक्ति पर जाएँ: ग्रीटिंग शीर्ष पर अपनी लाइन पर जाता है, इसलिए एक बार जब आप इसे लिख लेते हैं, तो अगली पंक्ति पर जाने के लिए वापसी कुंजी दबाएं। यदि आप पैराग्राफ बनाने के लिए इंडेंटेशन के बजाय लाइन ब्रेक का उपयोग कर रहे हैं, तो आपको ग्रीटिंग और पहले पैराग्राफ के बीच एक खाली लाइन छोड़ने की आवश्यकता होगी।



4. परिचय कराना अपने आप को शुरुआती वाक्य में, यदि आवश्यक हो: यदि आप पहली बार किसी को लिख रहे हैं, तो आपको एक परिचय प्रदान करना चाहिए, भले ही आप वास्तविक जीवन में व्यक्ति को जानते हों। प्रति-बेटे को एक सुराग देते हुए कि आप उन्हें पढ़ने के लिए प्रोत्साहित करते हैं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "मेरा नाम जेसिका हिल्स है, और मैं XYZ कंपनी के लिए विपणन निदेशक हूँ।" आप यह भी शामिल कर सकते हैं कि आप उस व्यक्ति को कैसे जानते हैं: "मेरा नाम रॉबर्ट स्मिथ है, और मैं आपकी मार्केटिंग क्लास में हूँ (मार्केटिंग 101 जो मंगलवार और गुरुवार को दोपहर में मिलती है)।"
- यदि आप पहले से ही उस व्यक्ति को जानते हैं और उन्हें पहले लिख चुके हैं, तो आप पहले वाक्य को अभिवादन के रूप में उपयोग कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप कह सकते हैं, "मेरे इतनी जल्दी वापस आने के लिए धन्यवाद," या "मुझे आशा है कि आप अच्छा कर रहे हैं।"



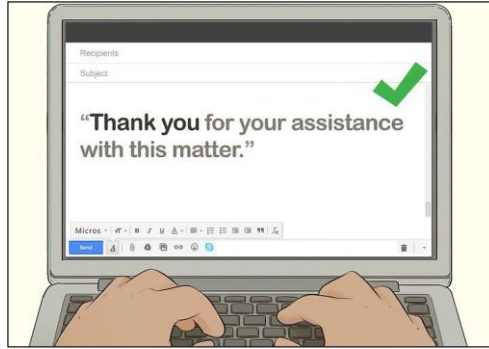
5. बिंदु पर पहुंचें: सबसे औपचारिक ईमेल को बिंदु पर पहुंचने की आवश्यकता है। इसका मतलब है कि आपके पहले या दूसरे वाक्य का कारण यह होना चाहिए कि आप प्राप्तकर्ता को क्यों लिख रहे हैं। अपने उद्देश्य का वर्णन करते समय यथासंभव संक्षिप्त होना याद रखें।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "मैं एक विपणन समस्या के साथ आपकी सहायता के लिए लिखने के लिए लिख रहा हूँ," या "मैं आपको लिख रहा हूँ क्योंकि मुझे कक्षा में परेशानी हो रही है, और मुझे उम्मीद थी कि आपके पास अतिरिक्त के लिए सुझाव होंगे मैं मदद करने के लिए पढ़ सकता था।"

अंत कैसे करें? एक औपचारिक ईमेल

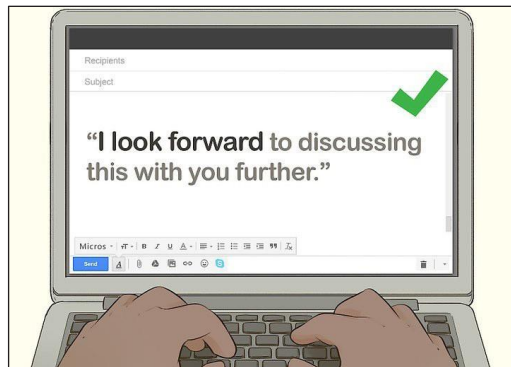
यदि आप एक औपचारिक ईमेल लिख रहे हैं, तो आप अपने संदेश को समाप्त करने के लिए सबसे अच्छे तरीके से संघर्ष कर सकते हैं। सौभाग्य से, आपके अंत में कुछ भी विस्तृत नहीं होना चाहिए। अपने संदेश के मुख्य भाग को संक्षिप्त रूप से समाप्त करें, औपचारिक रूप से लिखित समाप्ति रेखा जो आपके ईमेल के उद्देश्य को पूरा करती है। जब यह हो जाता है, तो आप प्राप्तकर्ता को कितनी अच्छी तरह जानते हैं, इसके आधार पर एक उपयुक्त समापन के साथ ईमेल को लपेटें। अपने नाम और संपर्क जानकारी के साथ साइन अप करना न भूलें।

अंश 1: एक समापन वाक्य रचना



1. "धन्यवाद" के साथ समाप्त करें यदि आपका प्राप्तकर्ता आपकी मदद कर रहा है: जब आप एक औपचारिक ईमेल बंद कर रहे हों, तो संदेश के मुख्य उद्देश्य पर विचार करें। कई मामलों में, ईमेल को समाप्त करने के लिए कृतज्ञता की एक सरल अभिव्यक्ति एक अनुमोदित तरीका है।

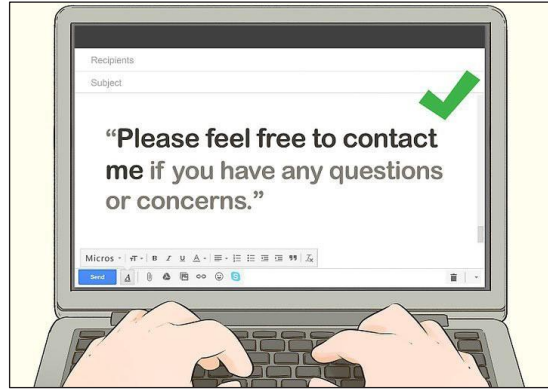
- उदाहरण के लिए, यदि आपके प्राप्तकर्ता ने आपकी मदद की है या किसी चीज़ में आपकी मदद कर रहा है, तो कोशिश करें: "इस मामले में आपकी सहायता के लिए धन्यवाद।"
- आप बस अपना समय और ध्यान देने के लिए अपने प्राप्तकर्ता को धन्यवाद दे सकते हैं। परीक्षा के लिए- ple, "मैं आपके विचार की सराहना करता हूँ," या "इस मुद्दे की समीक्षा करने के लिए समय निकालने के लिए धन्यवाद।"



2. यदि आप प्रतिक्रिया की अपेक्षा कर रहे हैं, तो कॉल को कार्रवाई के साथ बंद करें: कुछ मामलों में, आपको संकेत देने की आवश्यकता हो सकती है

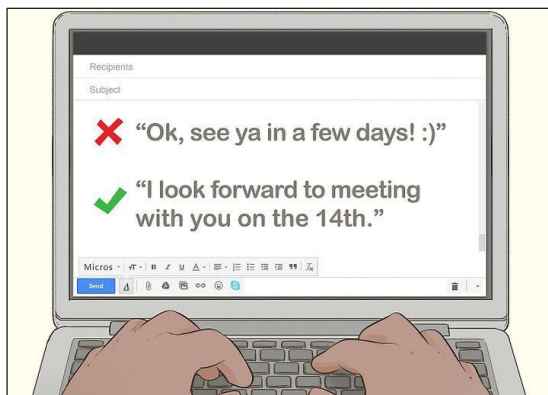
आपका प्राप्तकर्ता आगे की कार्रवाई करने के लिए या किसी तरह से आपको जवाब देने के लिए। आप अपने ईमेल की अंतिम पंक्ति का उपयोग राज्य या उन लोगों से जो आप की जरूरत को दोहरा सकते हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप अपने प्राप्तकर्ता से आपके वापस आने की उम्मीद कर रहे हैं, तो कुछ इस तरह कहें: "मैं आगे आपके साथ इस पर चर्चा करने के लिए उत्सुक हूँ।"
- आप किसी अन्य प्रकार की कार्रवाई का भी अनुरोध कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, "कृपया रिपोर्ट समाप्त करें और मुझे अपनी प्रारंभिक सुविधा पर भेजें।"



3. प्राप्तकर्ता को बताएं कि क्या आप कार्रवाई करने की योजना बना रहे हैं: यदि ईमेल प्राप्त करने वाले को आपसे कुछ चाहिए, तो ईमेल की अंतिम पंक्ति उसे संबोधित करने के लिए एक अच्छी जगह है। उन्हें आश्वासन दें कि आप अनुरोधित कार्रवाई कर रहे हैं या आप ऐसा करने की योजना बना रहे हैं।

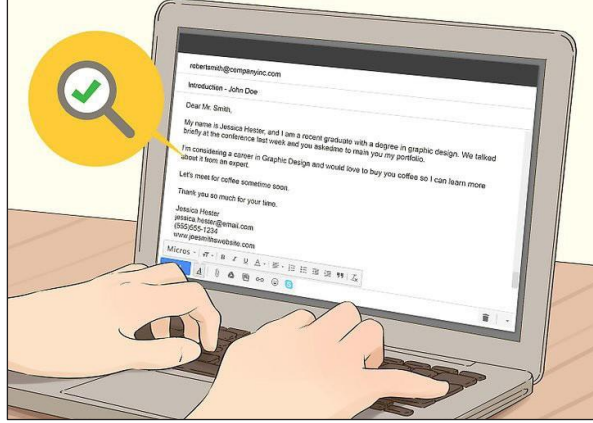
- उदाहरण के लिए, "मैं अगले शुक्रवार तक आपको भरे हुए फॉर्म भेज दूंगा।"
- आप समाप्त रेखा का उपयोग आगे की सहायता या सूचना-तियन प्रदान करने के अवसर के रूप में भी कर सकते हैं। उदाहरण के लिए: "यदि आपके कोई प्रश्न या चिंता हैं, तो कृपया मुझसे संपर्क करने में संकोच न करें।"



4. औपचारिक भाषा का उपयोग करें: अपना ईमेल बंद करते समय, एक उचित औपचारिक लहजे से चिपके रहें। Cor-rect व्याकरण और औपचारिक शब्दावली का उपयोग करें, और स्लैंग या संवादी भाषा से बचें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप एक बैठक की स्थापना कर रहे हैं, तो आप कुछ इस तरह से बंद कर सकते हैं, जैसे "मैं 14 तारीख को आपसे मिलने के लिए उत्सुक हूँ।" चैटिंग समाप्त होने वाली लाइनों से बचें, जैसे कि, "ठीक है, कुछ दिनों में फिर से देखें।"

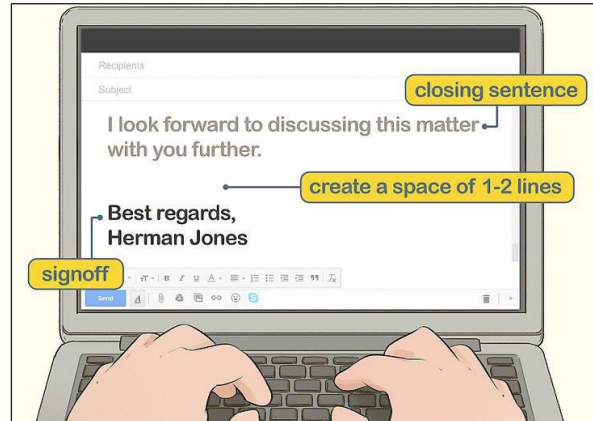
युक्ति: एक औपचारिक ईमेल में, संकुचन (जैसे मैं नहीं, नहीं, नहीं कर सकता) का उपयोग करने से बचें, क्योंकि ये आपके लेखन को ध्वनिमय और अनौपचारिक भी बना सकते हैं।



5. टाइपो और व्याकरण संबंधी त्रुटियों के लिए सावधानीपूर्वक जांच करें: अपना ईमेल भेजने से पहले, इसे वर्तनी की त्रुटियों, टाइपोस, व्याकरण संबंधी गलतियों और गलत विराम चिह्नों जैसी समस्याओं के लिए देखें। यदि पॉसिबल है, तो किसी और को अपने संदेश को देखने के लिए देखें कि क्या वे आपके द्वारा याद किए गए कुछ भी देख सकते हैं।

- हालांकि कई ईमेल कार्यक्रमों में अंतर्निर्मित वर्तनी चेकर्स होते हैं, ध्यान रखें कि ये सभी वर्तनी त्रुटियों को पकड़ नहीं सकते हैं। उदाहरण के लिए, आपका वर्तनी जाँचक उन शब्दों के बीच आम भ्रम को ठीक नहीं कर सकता है जो एक ही ध्वनि करते हैं, लेकिन अलग-अलग तरीके से वर्तनी की जाती है और इसके अलग-अलग अर्थ होते हैं (जैसे "तारीफ" और "पूरक")।

भाग 2: अपने ईमेल पर हस्ताक्षर करना

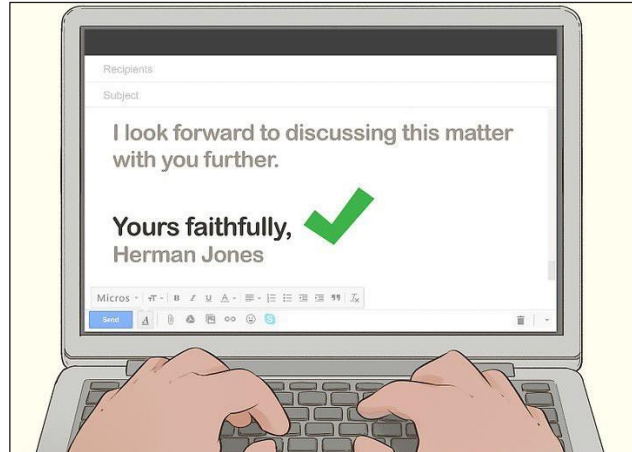


1. अपने समापन वाक्य और साइनऑफ़ के बीच 1-2 पंक्तियाँ डालें: एक बार जब आप ईमेल की बाँडी पूरी कर लेते हैं, तो अंतिम पंक्ति और आपके साइनऑफ़ के बीच एक स्थान बनाने के लिए एक या दो बार "एंटर" कुंजी दबाएं। अधिकांश ईमेल में, साइन-ऑफ़ को उचित (या पृष्ठ के बाएं मार्जिन के खिलाफ) छोड़ दिया जाना चाहिए।

- उदाहरण के लिए:

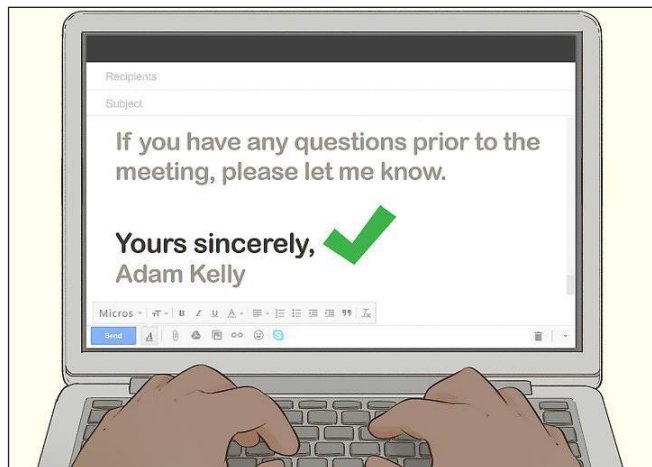
मैं आगे इस विषय पर आपसे चर्चा करने के लिए उत्सुक हूँ। सादर,

हरमन जोन्स



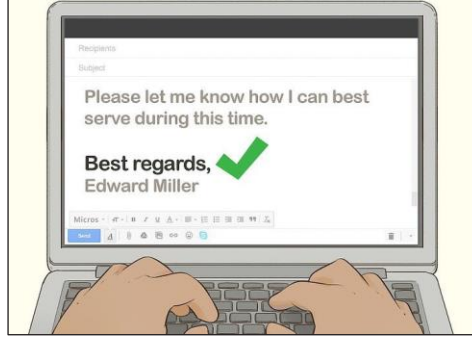
2. यदि आप प्राप्तकर्ता का नाम नहीं जानते हैं तो "आपका विश्वासपूर्वक" या "आपका वास्तव में" के साथ अंत करें। यदि आप एक बहुत ही औपचारिक ईमेल लिख रहे हैं और आप प्राप्तकर्ता का नाम नहीं जानते हैं, तो आप इनमें से एक साइन ऑफ़ का उपयोग कर सकते हैं। ये अच्छे विकल्प हैं यदि आपने "प्रिय महोदय," "प्रिय महोदया," या "किसके लिए मई के अंत में" के साथ अपना ईमेल शुरू किया है।

- जब आप इन विकल्पों में से किसी एक का चयन कर सकते हैं, तो ध्यान रखें कि "आपका विश्वास" ब्रिटिश अंग्रेजी में अधिक सामान्य है, जबकि "तुम्हारा वास्तव में" अमेरिकी अंग्रेजी बोलने वालों में अधिक आम है।
- साइनऑफ़ ("आपका") में केवल पहले शब्द को कैपिटलाइज़ करना सुनिश्चित करें।



3. यदि आप उनका नाम जानते हैं, तो "आपका ईमानदारी से" या "ईमानदारी से तुम्हारा" के साथ बंद करें: जब आप बंद कर रहे हैं, तो "ईमानदारी से तुम्हारा" और इसके प्रकार मजबूत विकल्प हैं एक ज्ञात या फिर से नाम के लिए एक औपचारिक ईमेल recipient। यदि आपने अपना ईमेल "प्रिय सुश्री स्मिथ" या कुछ इसी तरह से शुरू किया है, तो इनमें से किसी एक का उपयोग करें।

- "तुम्हारा ईमानदारी से" ब्रिटिश अंग्रेजी में सबसे विशिष्ट प्रारूप है, जबकि अमेरिकी अंग्रेजी बोलने वाले "ईमानदारी से तुम्हारा" या केवल ईमानदारी से उपयोग कर सकते हैं। "
- चाहे आप "आपकी ईमानदारी से" या "ईमानदारी से आपका" का उपयोग करें, बस पहले शब्द के पहले अक्षर को कैपिटलाइज़ करें।



4. अधिक सामान्य क्लोजर के लिए "सबसे अच्छा संबंध" या "दयालु संबंध" के साथ साइन अप करें: "सबसे अच्छा संबंध" और "दयालु संबंध" "ईमानदारी से तुम्हारा" या "तुम्हारा वास्तव में" जैसे अंत से थोड़ा कम औपचारिक हैं। ये अधिकांश औपचारिक ईमेल के लिए अच्छी तरह से काम करते हैं, लेकिन उन लोगों के लिए संदेश के लिए सबसे अच्छा हो सकता है जिन्हें आप थोड़ा जानते हैं या पहले से मेल खाते हैं।

- युक्ति: जबकि कुछ लेखक "दयालु संबंध" को "सर्वश्रेष्ठ संबंध" की तुलना में अधिक औपचारिक मानते हैं, अन्य लोग उनका उपयोग परस्पर करते हैं। निर्णय लेने के लिए अपने फैसले का उपयोग करें कि कौन सा आपको सबसे अधिक एप-प्रोएक्टिव लगता है।



5. अति-औपचारिक नोट पर प्रहार करने के लिए "सम्मानपूर्वक" का उपयोग करें: अधिकांश ईमेल के लिए, "सम्मानपूर्वक" या "सम्मान-पूरी तरह से" थोड़ा बहुत औपचारिक के रूप में आ सकता है। हालाँकि, कुछ परिस्थितियाँ ऐसी हैं, जो अनुमोदित हैं - पुजारी, लेकिन। उदाहरण के लिए, यदि आप सरकारी अधिकारी या पादरी के सदस्य को लिख रहे हैं, तो आप इनमें से किसी एक को बंद कर सकते हैं।

- इस प्रकार के करीब इंगित करता है कि आप में हैं ईमेल प्राप्त करने वाले के लिए एक सबसर्वेटिव स्थिति। यह विशिष्ट व्यावसायिक ईमेल या सिखाने के लिए संदेशों के लिए "सम्मानपूर्वक" का उपयोग करने के लिए अनावश्यक है - ers, सहकर्मियों, या आपके बाँस (जब तक वे हैं, उदाहरण के लिए, एक राष्ट्रपति या प्रधान मंत्री)।



6. अपने पूरे नाम के साथ समाप्त करें: अपने साइनऑफ़ के बाद एक अल्पविराम रखें, एक नई पंक्ति शुरू करें और साथ समाप्त करें

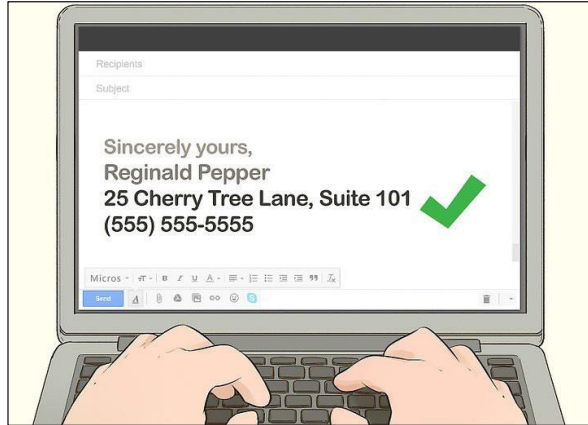
आपका पहला और अंतिम नाम। यदि आप लागू हो, तो आप अपने नौकरी के शीर्षक को भी शामिल करना चाह सकते हैं।

- उदाहरण के लिए, आप के साथ साइन अप कर सकते हैं:

सबसे अच्छा संबंध है,

लिंगा जोन्स

सुपरवाइजिंग एडिटर



7. हस्ताक्षर के बाद अपनी संपर्क जानकारी शामिल करें: आपके पूर्ण नाम के बाद, कोई भी संपर्क जानकारी शामिल करें जो आप अपने प्राप्तकर्ता को चाहते हैं। यह आपका ईमेल पता, फोन नंबर- बेर, मेलिंग पता या उपरोक्त किसी भी संयोजन का हो सकता है। उदाहरण के लिए:

- साभार आपका, रेगिनाल्ड

पेपर

25 चेरी ट्री लेन, सुइट 101

(555) 555-5555

- यदि आपके पास अपने ईमेल प्रोग्राम के साथ एक स्वतः हस्ताक्षर स्थापित है, तो सुनिश्चित करें कि इसमें ऐसा कुछ भी नहीं है जो एक औपचारिक ईमेल (जैसे हास्य उद्धरण या आकर्षक ग्राफिक्स) के लिए अनुपयुक्त हो सकता है। अपने नाम, नौकरी के शीर्षक और संपर्क जानकारी की तरह मूल बातों पर टिके रहें।

प्रोफेशनल ईमेल कैसे लिखें

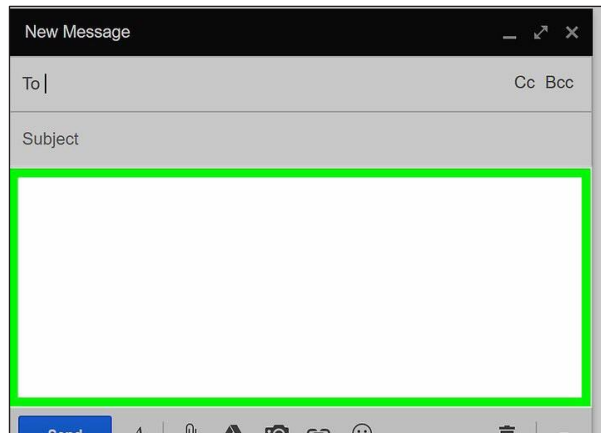
एक प्रभावी संचारक होने के नाते कार्यस्थल में एक संपत्ति है, और कहीं भी यह औपचारिक ईमेल लिखते समय की तुलना में अधिक सच है। जिस तरह से संचार विकसित हो रहा है, हालांकि, यह कभी-कभी इस तरह के अवैयक्तिक प्रारूप में पॉलिश और व्यावहारिकता के बीच उचित संतुलन को चुनौती दे सकता है। काम से संबंधित संदेशों के लिए, चीजों को हमेशा तानकर, विनम्र और टू-पॉइंट रखना सबसे अच्छा है। पत्राचार के किसी भी अन्य रूप की तरह, आप एक अनुकूल ग्रीटिंग के साथ शुरू करना चाहते हैं, फिर अपने संदेश को संक्षिप्त क्रम में रखें और वांछित प्रतिक्रिया को आमंत्रित करें ताकि आपके प्राप्तकर्ता को स्पष्ट रूप से पता चले कि आगे क्या कार्रवाई करनी है।

भाग 1: एक आंख को पकड़ने का परिचय प्रस्तुत करना



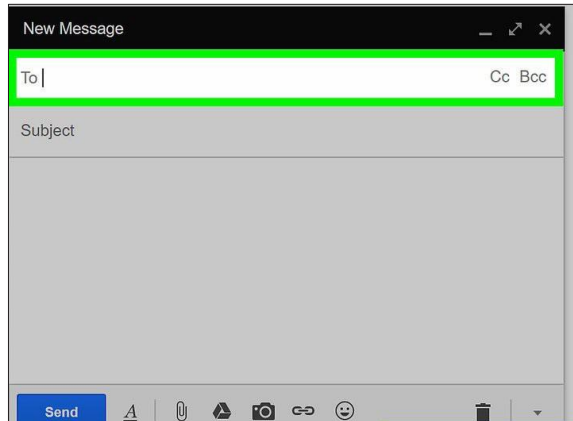
1. विषय पंक्ति का बुद्धिमानी से उपयोग करें: विषय को एक या दो अस्पष्ट शब्दों से भरने के बजाय, प्राप्तकर्ता को सामने वाले को बताएं कि वे आपके ईमेल से क्या उम्मीद कर सकते हैं। अन्यथा, यह उस प्रभाव को बनाने में विफल हो सकता है जो इसे माना जाता है। अत्यधिक कृमि रहित ईमेल के लिए विषय की आपूर्ति करते समय यथासंभव विशिष्ट रहें।

- "आगामी स्वास्थ्य निरीक्षक का दौरा" है सिर्फ "हेल्थ इंस्पेक- टॉर" की तुलना में एक मजबूत विषय शीर्षक।
- जब संदेह हो, तो इस बारे में सोचें कि पहले स्थान पर ईमेल ने क्या संकेत दिया और कुछ शब्दों में स्थिति का वर्णन करें।



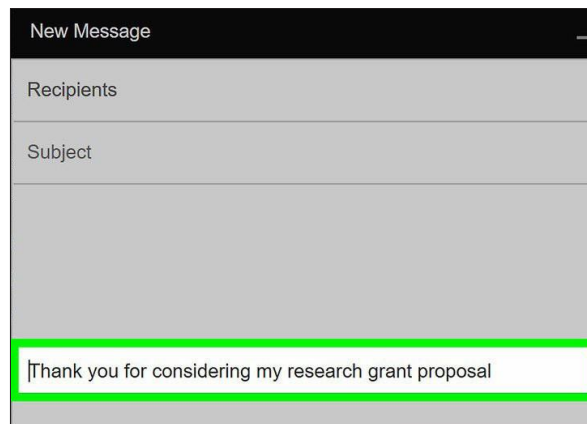
2. अपने आप को तुरंत पहचानें: अपना नाम और औपचारिक शीर्षक या स्थिति बताने से प्राप्तकर्ता को यह बताने में मदद मिलेगी कि संदेश किसके लिए है, बिना अनुमान के। यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण है यदि आप किसी ऐसे व्यक्ति को लिख रहे हैं जो आपसे कभी नहीं मिला है। यहां तक कि अगर आपका नाम आपके काम के ईमेल पते में समाहित है, तो दूसरे व्यक्ति को यह बताना कि आप कौन हैं, एक सामान्य शिष्टाचार है।

- एक सामान्य संबंध या साझा अनुभव ("हम पिछले साल टोरंटो में लीडर कॉन्फ्रेंस के रूप में महिलाओं से मिले थे" पर प्रकाश डालकर अपने प्राप्तकर्ता की रुचि को देखें)।
- यदि आप पहले से ही उस व्यक्ति से परिचित हैं जिसे आप लिख रहे हैं, तो उसे छोड़ना ठीक है।



3. निर्दिष्ट करें कि आप किसको लिख रहे हैं: ईमेल के हेडर में एक संक्षिप्त लेकिन मैत्रीपूर्ण ग्रीटिंग और आपके प्राप्तकर्ता का नाम शामिल होना चाहिए। ज्यादातर मामलों में, यह एक साधारण "प्रिय मैरी" के साथ खोलने के लिए पूरी तरह से ठीक है। यदि आपके पत्राचार की प्रकृति कुछ अधिक औपचारिक रूप से बुलाती है, तो चीजों को छोटा और मीठा रखने के लिए अभिवादन के नाम का अकेले उपयोग करना सबसे सुरक्षित है।

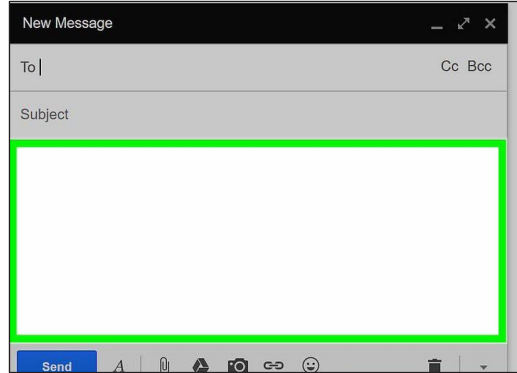
- यदि आप व्यक्ति के साथ पहले नाम के आधार पर नहीं हैं, तो उनके अंतिम नाम के साथ छड़ी करें ताकि पो-टेंटली उन्हें अपमानित कर सके।
- जब आप अपने प्राप्तकर्ता का नाम नहीं जानते हैं, या यह स्पष्ट नहीं है कि कौन ईमेल का जवाब दे सकता है, तो आप या तो "जिनके साथ यह चिंता कर सकते हैं" या बस कंपनी के नाम को स्थानापन्न कर सकते हैं।
- ध्यान रखें कि अधिकांश कार्यस्थल ईमेल सार्वजनिक सर्वरों पर भेजे जाते हैं, और आपके ईमेल में अन्य-इन-डॉजिल्स भी कॉपी किए जा सकते हैं। यदि गोपनीयता एक चिंता का विषय है, तो आप संचार की एक और अधिक विचारशील विधि खोजने की इच्छा कर सकते हैं।



4. प्राप्तकर्ता संक्षेप में: आपका पाठक एक व्यस्त व्यक्ति है, इसलिए आपके ईमेल पढ़ने के लिए समय निकालने के लिए उन्हें स्वीकार करना एक गंभीर इशारा है। इसके अतिरिक्त, यह आपका पहला अवसर होगा कि आप उन्हें लिखने के अपने कारण के बारे में सूचित करें। "मेरे शोध अनुदान प्रस्ताव पर विचार करने के लिए धन्यवाद" प्राप्तकर्ता को यह बताते हुए एक अनुकूल स्वर सेट करता है कि उन्हें क्या जानना चाहिए।

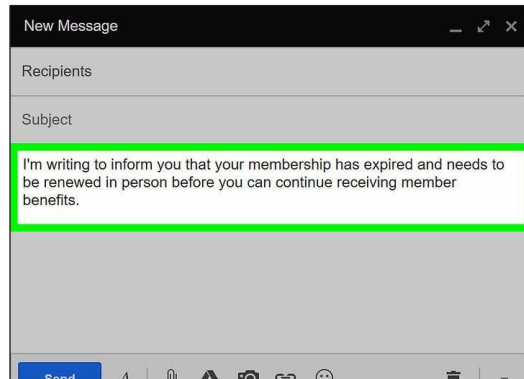
- अपनी प्रशंसा व्यक्त करके एक ईमेल शुरू करना भी सम्मान दर्शाता है, जो संदेश को ठंडे या अवैयक्तिक रूप से आने से रोक सकता है।

भाग 2: अपना संदेश देना



1. एक पेशेवर स्वर बनाए रखें: व्यावसायिक ईमेल भेजते समय, भ्रम की स्थिति या गलत व्याख्या से बचने के लिए आप जिस भाषा में काम करते हैं, उसका विशिष्ट होना आवश्यक है। सामान्य तौर पर, आपको अपने बॉस या सहकर्मियों को ईमेल में कुछ भी नहीं कहना चाहिए कि आप उन्हें प्रति-पुत्र में नहीं कहेंगे। आपके शब्दों को हमेशा शांत, विनम्र और जन्मजात होना चाहिए, यहां तक कि उन स्थितियों में भी जब आप खुद को इस तरह महसूस नहीं करते हैं।

- एक बार जब आप अपना ईमेल लिख लेते हैं, तो यह निर्धारित करने के लिए अपने आप को पढ़ें कि क्या आपने सही टोन को कैप किया है।
- यद्यपि यह बिना कहे जाना चाहिए, किसी भी प्रकार के कठबोली या अपवित्रता का उपयोग करने से बचना चाहिए।
- जबकि हास्य अक्सर कार्यस्थल में एक मूल्यवान गुण है, काम से संबंधित ईमेल आमतौर पर इसके लिए सही वाहन नहीं हैं।



2. सबसे महत्वपूर्ण जानकारी पहले प्रस्तुत करें: जैसा कि पहले उल्लेख किया गया है, आपको यह मान लेना चाहिए कि आपके प्राप्तकर्ता की प्लेट पर बहुत कुछ है और उनके समय का बहुत अधिक हिस्सा न लेने का प्रयास करें। अफ- टेर उन्हें अपने ध्यान के लिए धन्यवाद, सीधे बिंदु पर जाएं। शब्दों को कम मत करो या अत्यधिक विस्तृत परिचय के साथ आने की आवश्यकता महसूस करो। पत्राचार के अधिक आकस्मिक तरीकों के विपरीत, पेशेवर ईमेल को अभी तक प्रत्यक्ष रूप से विनम्र होना चाहिए।

- "मैं आपको सूचित करने के लिए लिख रहा हूँ कि आपकी सदस्यता समाप्त हो गई है और एक सदस्य को नए सिरे से जारी करने की आवश्यकता है, जैसे परिचयात्मक वाक्य की कोशिश करें इससे पहले कि आप सदस्य को बेत-जारी कर सकते हैं।" इसके बाद आप जो भी उचित विवरण प्राप्त कर सकते हैं, प्राप्तकर्ता को कार्रवाई करने की आवश्यकता है।

- अधिकांश लोग प्रत्येक शब्द को पढ़ने के बजाय ईमेल को स्कैन करते हैं। आपका मुख्य उद्देश्य शुरुआत के जितना करीब होगा, आपके प्राप्तकर्ता के उस पर लेने की संभावना उतनी ही अधिक होगी।

Recipients
Subject
I'm writing to inform you that your membership has expired and needs to be renewed in person before you can continue receiving member benefits.

3. शेष संदेश को संक्षिप्त रखें: जब आप अपना उद्देश्य बता चुके होते हैं, तो लक्ष्यहीनता से खेलने का कोई अर्थ नहीं है। आपके द्वारा शेष स्थान के साथ, कोई अन्य विवरण प्रदान करें जो आपको लगता है कि ध्यान देने योग्य है। अपने अर्थ की यथासंभव व्याख्या करने के लिए हमेशा कम, सरल शब्दों और वाक्यांशों का उपयोग करें।

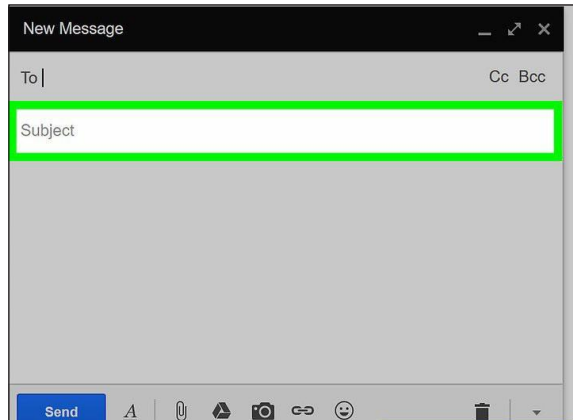
- "पाँच वाक्य नियम" का निरीक्षण करें- पाँच वाक्यों से छोटे छोटे शब्द तेज या असभ्य हो सकते हैं, जबकि पाँच वाक्यों से अधिक समय आपके पाठक का ध्यान खोने के खतरे में डालता है।
- यदि किसी कारण से आपको बड़ी मात्रा में जानकारी शामिल करनी है, तो इसे एक अलग लगाव के रूप में करें।

Subject
....please update your summer availability by the end of the month.

4. एक स्पष्ट विचार या अनुरोध को स्वीकार करें: एक बार जब आप लेखन के लिए अपना कारण बता चुके होते हैं, तो अपने पाठक को स्पष्ट रूप से बताएं कि आप उन्हें कैसे जवाब देना चाहते हैं। अगर कुछ ऐसा है जो उन्हें जानना है, तो उन्हें बताएं; अगर उन्हें कुछ करने की जरूरत है, तो उनसे पूछें। जब तक वे आपके संदेश को पढ़ना समाप्त कर लेते हैं, तब तक आपका प्राप्तकर्ता प्रतिक्रिया तैयार करने के लिए तैयार होना चाहिए।

- अनुभवी संचारक इसे "एक्शन टू कॉल" के रूप में संदर्भित करते हैं और यह सुनिश्चित करने का एक अच्छा तरीका है कि आपका संवाद उद्देश्य की एक विशिष्ट भावना रखता है।
- एक पेशेवर ईमेल में कार्रवाई के लिए एक कॉल ऐसा कुछ कह सकता है "यह महत्वपूर्ण है कि आप इस ईमेल के साथ प्रदान की गई सुरक्षा निकासी

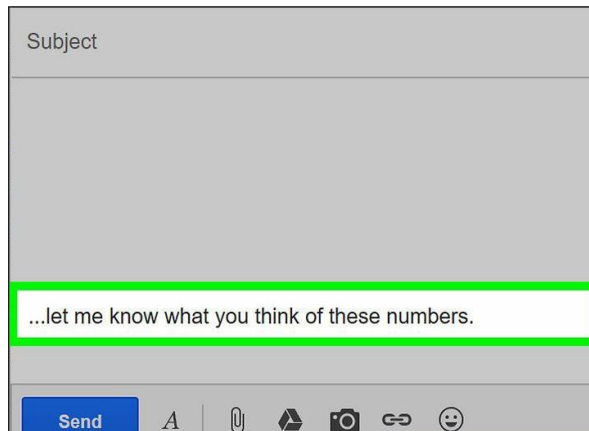
संख्या को याद रखें "या" कृपया माह के अंत तक अपनी ग्रीष्मकालीन उपलब्धता को अपडेट करें। "



5. सीमा एक ही विषय के लिए आपका ईमेल: एक बार में बहुत अधिक जानकारी के साथ अपने प्राप्तकर्ता का सामना करना उन्हें अभिभूत महसूस कर सकता है। एक या दो प्रासंगिक विषयों के लिए अपने ईमेल के दायरे को सीमित करना सबसे अच्छा है। इतना ही नहीं पाठक को यह समझने की अनुमति देगा कि बहुत तेजी से क्या हो रहा है, यह आपके संदेश को संक्षिप्त रखने में भी मदद करेगा।

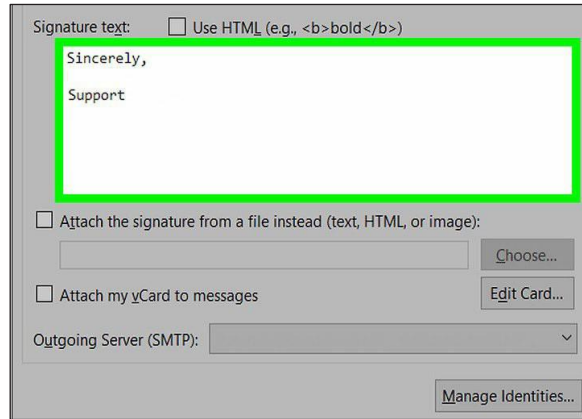
- एकाधिक विषयों या अनुरोधों को कई ईमेल के लिए आरक्षित किया जाना चाहिए।

अंश 3: रैपिंग थिंग्स अप



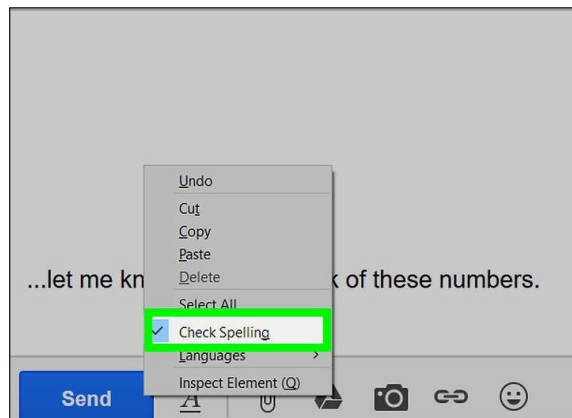
1. प्राप्तकर्ता को बताएं कि आप उनसे कैसे उम्मीद करते हैं: अब जो आपने पेश किया है कॉल टू एक्शन, अपने पाठक को सही दिशा में एक कहानी देना। एक से अधिक देखने का अनुरोधफाई उदाहरण के लिए, रिपोर्ट में इस तरह की धमकी हो सकती है जैसे "मुझे बताएं कि आप इन अंकों के बारे में क्या सोचते हैं।" इस तरह, दूसरी पार्टी यह सोचकर नहीं रह जाएगी कि उन्हें दी गई जानकारी का क्या करना है।

- एक निश्चित समय सीमा प्रदान करना जिसमें आप वापस सुनना चाहेंगे ("यह आदर्श होगा यदि हम गुरुवार को बैठक से पहले इन दस्तावेजों को व्यवस्थित कर सकते हैं") एक ज़ोरदार प्रतिक्रिया सुनिश्चित कर सकते हैं।
- 24 घंटे के भीतर महत्वपूर्ण ईमेल का जवाब देने की कोशिश करें।



2. एक कस्टम हस्ताक्षर के साथ साइन इन करें: ईमेल के नीचे हस्ताक्षर प्राप्तकर्ता को प्राप्तकर्ता की पेशकश करनी चाहिए - उन्हें उन सभी सूचनाओं की आवश्यकता होती है जिनके बारे में आपको पता है कि आपको संदेश के भीतर लंबाई में खुद को पेश करने की कोई आवश्यकता नहीं है। अपना पूरा नाम, अपनी कंपनी का नाम, अपना शीर्षक या स्थिति, अपना पसंदीदा ईमेल पता और एक फ़ोन नंबर शामिल करना सुनिश्चित करें जिस पर आप सीधे पहुँच सकते हैं।

- अपने आप को कुछ परेशानी से बचाने के लिए, जो भी ईमेल प्लेटफ़ॉर्म आप उपयोग करते हैं उसमें अपने कस्टम हस्ताक्षर को सहेजें ताकि यह भविष्य के संदेशों में स्वचालित रूप से प्रदर्शित हो।
- अपने सोशल मीडिया अकाउंट्स के लिंक प्रदान करने से अपरिचित संपर्कों को आपकी पूरी तस्वीर मिल जाएगी।
- अनावश्यक विवरण, उद्धरण या ग्राफिक्स के साथ अपने हस्ताक्षर को कम न करें। सहायक?



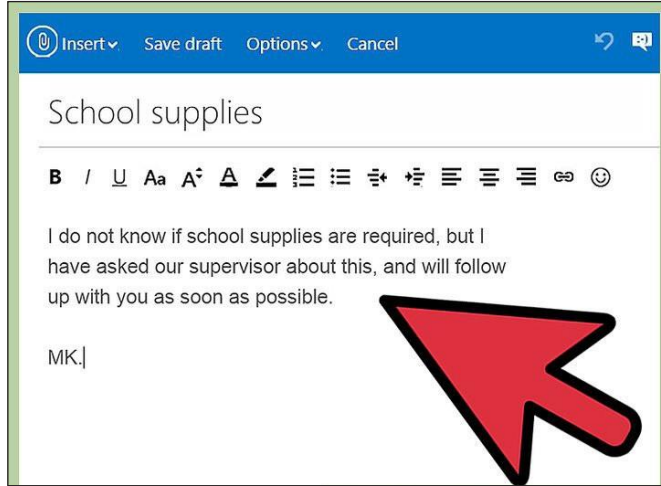
3. इसे भेजने से पहले अपने ईमेल को प्रूफरीड करें: अपने संदेश पर पूरी तरह से जाएं, यह सुनिश्चित करने के लिए कि वह किसी भी टाइपो, मिसाइल या अशुद्ध वाक्यों से मुक्त है। लापरवाह गलतियाँ आपके और आपके द्वारा प्रतिनिधित्व की गई कंपनी पर खराब प्रतिबिंबित कर सकती हैं।

- आकस्मिक ओवरसाइट्स से बचने के लिए अपने ईमेल प्लेटफ़ॉर्म के वर्तनी-जाँचक सुविधा का उपयोग करें।
- आप इस समय को स्वरूपण के किसी अंतिम मिनट में परिवर्तन करने के लिए भी ले सकते हैं, जो आपको लगता है कि आपके ईमेल को पचाने में आसान बना सकता है।

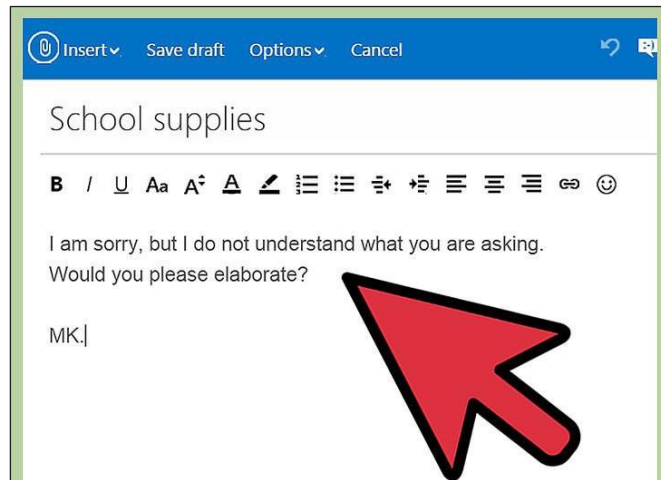
ईमेल पर व्यावसायिक रूप से प्रश्नों के उत्तर कैसे दें

प्रश्नों का उत्तर देते समय व्यावसायिकता आवश्यक है, विशेष रूप से काम के माहौल में। उचित वर्तनी और व्याकरण और बहुत कुछ का उपयोग करते हुए, यह तुरंत वापस ले रहा है।

कदम



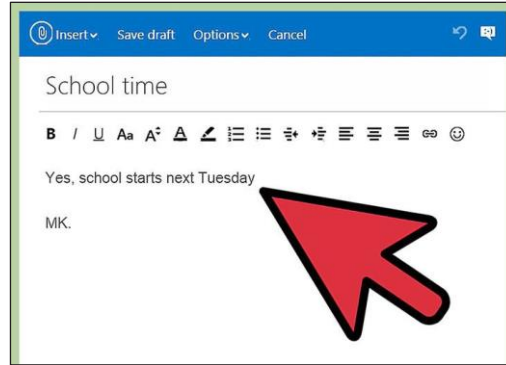
1. ईमेल के लिए तुरंत जवाब दें: जब आप ई-मेल प्राप्त करते हैं, तो इसके लिए दिन या सप्ताह के लिए इंतजार न करें। यह प्रेषक को परेशान कर सकता है, और लाभहीन हो सकता है, विशेष रूप से कार्यस्थल की सेटिंग में। यदि आपको किसी प्रश्न का उत्तर नहीं पता है, तो आप किसी अन्य व्यक्ति से पूछ सकते हैं, जिसे उत्तर पता हो। उदाहरण के लिए, यदि कोई आपसे पूछे कि क्या स्कूल की आपूर्ति की आवश्यकता है या सिर्फ दान के लिए, इस तरह से कुछ लिखें: "मुझे नहीं पता कि स्कूल की आपूर्ति की आवश्यकता है, लेकिन मैंने इस बारे में हमारे पर्यवेक्षक से पूछा है, और आपके साथ पालन करेगा जितनी जल्दी हो सके।"



2. जानिए विनम्रता से कैसे पूछें स्पष्टीकरण: यदि आप यह नहीं समझते हैं कि प्रेषक क्या पूछ रहा है, तो आप उसे स्पष्ट करने के लिए कह सकते हैं। आप इस तरह एक विनम्र और पेशेवर नोट लिखने की कोशिश कर सकते हैं: "मुझे खेद है, लेकिन मुझे समझ नहीं आ रहा है कि आप क्या पूछ रहे हैं। क्या आप कृपया विस्तार से बताएंगे?" प्रेषक को अपने प्रश्न के विस्तार के साथ जवाब देने की संभावना है, ताकि आप इसका उत्तर दे सकें।

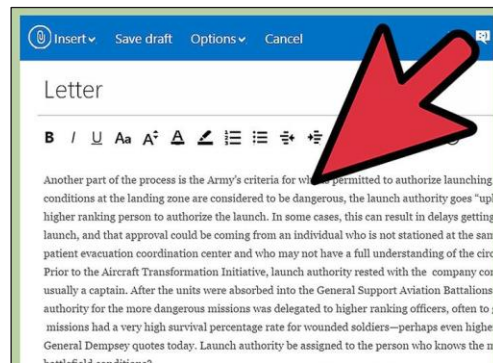


3. उचित वर्तनी और व्याकरण का उपयोग करें: यह बिना कहे चला जाता है। इंटरनेट पर बहुत से लोग अनुचित व्याकरण का उपयोग करते हैं, जो बहुत ही अव्यवसायिक है, विशेष रूप से किसी को ई-मेल में। यदि आप एक अच्छे स्पेलर नहीं हैं, तो ऑनलाइन वर्तनी जाँच संसाधन का उपयोग करने का प्रयास करें ताकि आपकी वर्तनी सही हो। आपको उचित अंग्रेजी विराम चिह्न का उपयोग करने का तरीका भी पढ़ना चाहिए।



4. उस मूल प्रश्न को शामिल करें, जिसे प्रेषक ने पूछा था: इस प्रश्न को एक ई-मेल पर उत्तर देने के बजाय एक उत्तर में बदलने का प्रयास करें। यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण है यदि प्रेषक एक बंद-समाप्त प्रश्न (जैसे कि हाँ / नहीं प्रश्न, या एक बहु-विकल्प प्रश्न पूछ रहा है जिसमें आपको एक निश्चित विकल्प के साथ- swer करने की आवश्यकता होगी) पूछ रहा है। उदाहरण के लिए, यदि प्रेषक ने आपसे "क्या स्कूल अगले मंगलवार से शुरू होता है?" केवल "हां" के साथ उत्तर न दें। "हाँ, स्कूल अगले मंगलवार से शुरू होता है" का जवाब दें।

- आमने-सामने की बातचीत में, लोग आमतौर पर एक शब्द के साथ बंद प्रश्नों का उत्तर देते हैं, लेकिन ई-मेल अलग है। जब आप उत्तर देते हैं तो यह प्रेषक को भ्रमित कर सकता है। एक शब्द के साथ एक बंद-समाप्त प्रश्न, क्योंकि प्रेषक को अपने मूल प्रश्न को खोजने के लिए नीचे स्क्रॉल करना होगा।

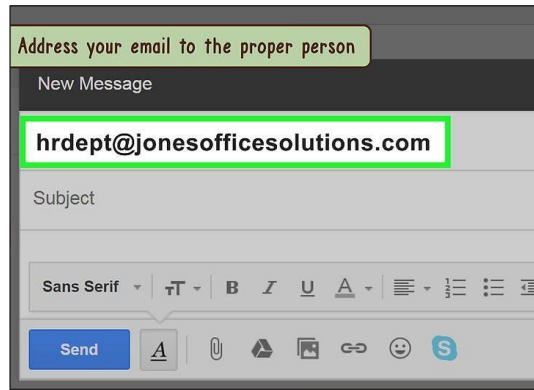


5. इसे भेजने से पहले अपने ईमेल को प्रूफरीड करें: छोटे टाइपो या आकस्मिक व्याकरण / वर्तनी की गलतियों को पकड़ना आसान नहीं होगा। प्रूफरीडिंग के जरिए इन चीजों से बचा जा सकता है।

कैसे लिखना है मानव संसाधन के लिए एक ईमेल

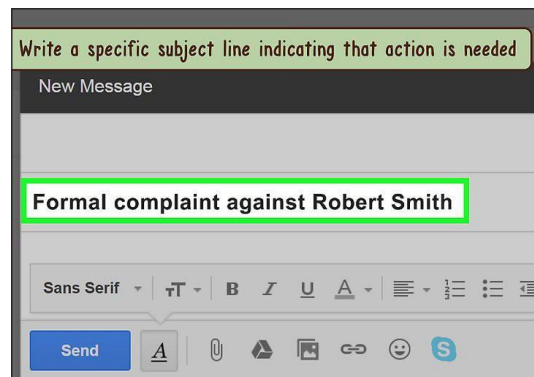
व्यवसाय पेरोल और नीति से सब कुछ संभालने के लिए मानव संसाधन पेशेवरों को नियुक्त करते हैं- कानूनी शिकायतों का मुकदमा करते हैं। यदि आपके पास है एक कानूनी या नीतिगत प्रश्न, या आपके एक सहकर्मी के साथ एक गंभीर समस्या, आपको मानव संसाधन विभाग में एक प्रतिनिधि से संपर्क करना पड़ सकता है। मानव संसाधन भी वह पहला विभाग हो सकता है जिससे आप किसी विशेष कंपनी में संपर्क करते हैं। एक साधारण, औपचारिक ईमेल के साथ इस बातचीत को शुरू करना एक अच्छा विचार है जो व्यक्ति को आपकी विशिष्ट समस्या से परिचित कराता है।

तरीका 1: ईमेल लिखना और भेजना



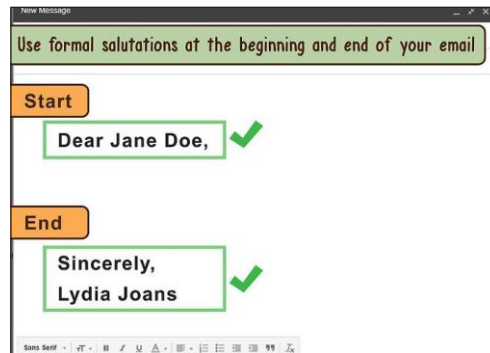
1. अपने ईमेल को उचित व्यक्ति को संबोधित करें: मानव संसाधन निर्देशिका की जाँच करें और देखें कि क्या किसी व्यक्ति को आपके द्वारा संबोधित समस्या के प्रकार को संभालने के लिए असाइन किया गया है। कंपनी में आपके विभाग को सौंपा गया संपर्क बिंदु भी हो सकता है। यदि आप अपने मुद्दे पर गंभीरता से विचार कर रहे हैं, तो आप सीधे मानव संसाधनों के प्रमुख तक भी पहुँच सकते हैं।

- डबल जाँचें कि केवल वही व्यक्ति जिसे आप संपर्क करना चाहते हैं, ईमेल में संबोधित किया गया है। खासकर यदि यह एक निजी या संवेदनशील मुद्दा है, तो आप इसे गलत व्यक्ति को acci- सेंध के द्वारा नहीं भेजना चाहते हैं। किसी भी सूची को हटाने के लिए विशेष रूप से सावधान रहें जो कर्मचारियों के समूह को ईमेल भेजेगा।



2. एक विशिष्ट विषय पंक्ति लिखें जो यह दर्शाता है कि कार्रवाई की आवश्यकता है: एक स्पष्ट विषय पंक्ति संचार- आपकी समस्या और आपके द्वारा इसे बताए जाने वाले तात्कालिकता के स्तर को मानव संसाधन आपकी समस्या को प्राथमिकता देने में मदद करेगा। यदि आप इस लाइन को खाली या अस्पष्ट छोड़ते हैं, तो आपका पत्राचार किसी के इनबॉक्स में दफन हो सकता है।

- लाइनों का उपयोग करें जैसे: "कानूनी समस्या - कार्रवाई की आवश्यकता, "" व्यक्तिगत परिस्थितियों में परिवर्तन - तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है, "" तत्काल नीति प्रश्न, "या" हालिया साक्षात्कार - धन्यवाद। "

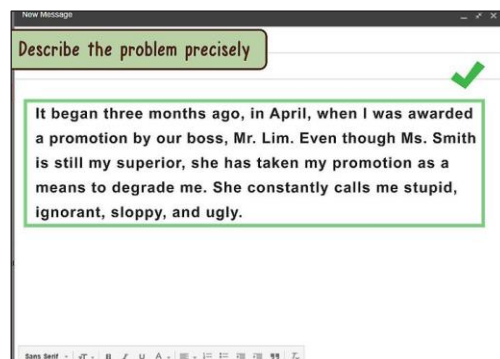


3. अपने ईमेल की शुरुआत और अंत में औपचारिक अभिवादन का उपयोग करें: आप इस वार्तालाप में जल्द ही एक औपचारिक और पेशेवर स्वर सेट करना चाहते हैं। इससे मानव संसाधनों को पता चलेगा कि आप समस्या का गंभीरता से इलाज कर रहे हैं। यहां तक कि अगर आप प्रतिनिधि को व्यक्तिगत रूप से जानते हैं, तो याद रखें कि यह एक पेशेवर है, बजाय एक दोस्ताना, चर्चा के।

- "प्रिय [प्रतिनिधि का पूरा नाम]" के साथ शुरू करें और "ईमानदारी से" या "आपके समय के लिए धन्यवाद, आपका पूरा नाम]"



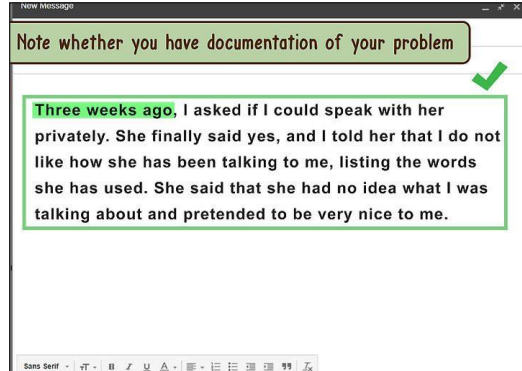
4. लिखो स्पष्ट, प्रत्यक्ष और विशिष्ट सामग्री: अपने वाक्यों को संक्षिप्त और बिंदु तक रखें। के रूप में अधिक जानकारी की आवश्यकता नहीं है समर्थक, के रूप में आप नहीं चाहते कि पाठक ईमेल में फंस गया हो। किसी भी विवरण को शामिल न करें जो आपके मुद्दे के बारे में मानव संसाधनों को भ्रमित कर सकता है। आप व्यक्ति में जटिल विवरणों को संबोधित कर सकते हैं।



5. समस्या का सटीक वर्णन करें: अपनी समस्या की सटीक प्रकृति के बारे में बताएं। की एक समयावधि प्रदान करें जब समस्या शुरू हुई, या शुरू होगी।

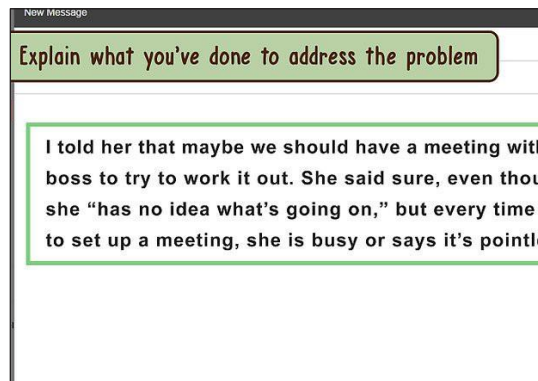
स्पष्ट करें कि क्या आपको लगता है कि यह एक कानूनी समस्या है या एक समस्या है जिसे कंपनी द्वारा ही नियंत्रित किया जा सकता है।

- यदि आप नौकरी के अवसरों के बारे में पूछने के लिए मानव संसाधनों से संपर्क कर रहे हैं, तो आप किसी समस्या का समाधान नहीं करेंगे। बल्कि, अपना परिचय दें, और कॉम के साथ अपने पिछले संपर्क की व्याख्या करें। इस बारे में स्पष्ट रहें कि आप किन कार्यों की अपेक्षा करते हैं या प्रतिनिधि को लेना चाहते हैं।



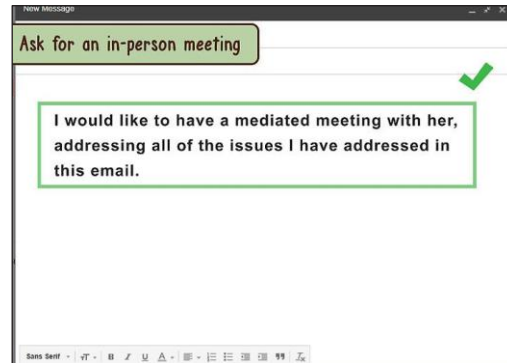
6. ध्यान दें कि क्या आपके पास अपनी समस्या के दस्तावेज़ीकरण हैं: मानव संसाधन कानूनी या नीति समस्याओं का समाधान करना चाहते हैं। आपके दस्तावेज़ उनकी प्रतिक्रिया को प्रभावित कर सकते हैं, क्योंकि यह समस्या की गंभीरता और दोनों को स्पष्ट करने में मदद करेगा और एक विशेष कर्मचारी को कानूनी प्रतिक्षेप का सामना करना पड़ सकता है। अपने प्रतिनिधि को अपने पास मौजूद किसी भी और सभी "प्रमाण" से अवगत कराएं, और इसे एक व्यक्ति की बैठक में लाने की पेशकश करें।

- यदि संभव हो, तो आप मानव संसाधनों को प्रस्तुत करने के लिए किसी भी कानूनी समस्या का सबूत चाहते हैं। अनपेक्षित रूप से, अधिकांश मानव संसाधन विभाग कंपनी की रक्षा करने की कोशिश करेंगे यदि वे कर सकते हैं।
- यदि आप उत्पीड़न या भेदभाव का सामना कर रहे हैं, तो incidents की तारीखों का रिकॉर्ड रखें और किसी भी लिखित पत्राचार को बचाएं जिसमें गुप्त भाषा शामिल है।
- मानव पुनः स्रोतों को प्रदान किए गए किसी भी दस्तावेज़ की इलेक्ट्रॉनिक और पेपर दोनों प्रतियाँ प्राप्त करें। आपको मूल रखना चाहिए, और प्रतियों के साथ मानव संसाधन प्रदान करना चाहिए।

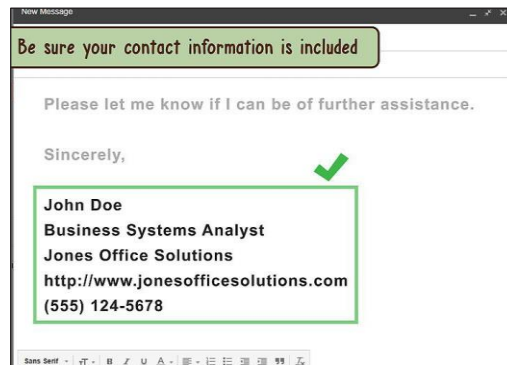


7. बताएं कि आपने समस्या का समाधान करने के लिए क्या किया है: आपने पहले ही मानव संसाधन से संपर्क करने से पहले इस पर मुकदमा करने की कोशिश की होगी। शायद आपके बॉस या सहकर्मी के साथ आपकी बातचीत हुई हो, या उन्हें सूचित भी किया था कि आप मानव संसाधनों से संपर्क करेंगे। प्रतिनिधि इस जानकारी की सराहना करेंगे, क्योंकि इससे उन्हें यह समझने में मदद मिलेगी कि समस्या के बारे में पहले से कौन जानता है।

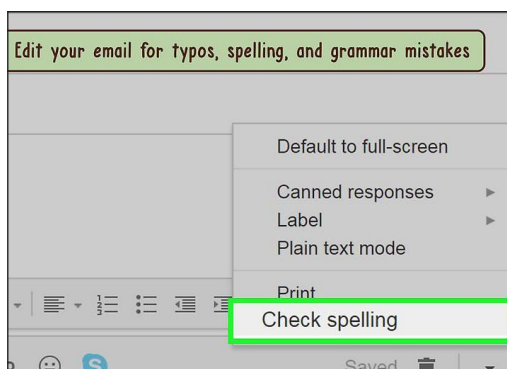
- बदलती व्यक्तिगत परिस्थितियों के मुद्दों के लिए, यह संचार कम औपचारिक लग सकता है। यदि आप प्रसूति या पितृत्व अवकाश पर जा रहे हैं, उदाहरण के लिए, आपने पहले से ही अपनी स्थिति के बारे में अपने बॉस को सूचित कर दिया है और केवल मानव संसाधनों के माध्यम से अनुसरण कर रहे हैं।



8. एक व्यक्ति-बैठक के लिए पूछें: एक बैठक जहां आप अपने प्रतिनिधि के साथ आमने-सामने बैठते हैं, आपको समस्या पर विस्तार से चर्चा करने में मदद करेगा। यह प्रतिनिधि को किसी भी अनुवर्ती या स्पष्टीकरण के सवाल पूछने का अवसर प्रदान करेगा। आपका ईमेल उस महत्वपूर्ण मीटिंग को शेड्यूल करना शुरू करने के लिए सही जगह है। उन्हें अपने शेड्यूल में ब्लॉक की जानकारी दें, और उनके अनुसार योजना बनाने को कहें।



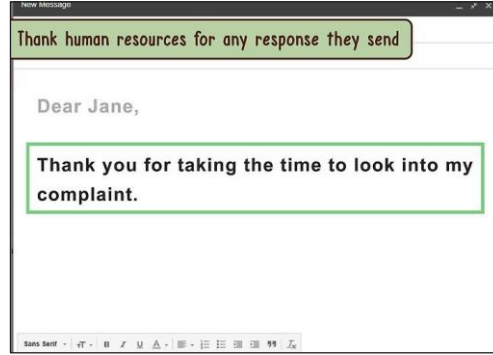
9. सुनिश्चित करें कि आपकी संपर्क जानकारी शामिल है: मानव संसाधन फोन के माध्यम से आपसे संपर्क करना चाहते हैं, इसलिए ईमेल के नीचे संपर्क के कई तरीके शामिल कर सकते हैं। पत्राचार से हस्ताक्षर करने के बाद यह जानकारी सीधे आपके नाम से नीचे जा सकती है। आपके द्वारा प्रदान किए गए फ़ोन नंबरों और ईमेल की सटीकता की जांच करें।



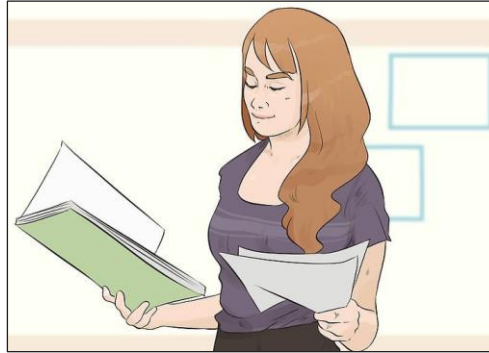
10. टाइपो, वर्तनी और व्याकरण की गलतियों के लिए अपना ईमेल संपादित करें: अधिकांश ईमेल सेवाओं में ए वर्तनी जांच सेवा। इसके बाद, व्याकरण की

गलतियों, लापता शब्दों और स्पष्टता के मुद्दों को पकड़ने के लिए अपने ईमेल के माध्यम से पढ़ें।

विधि 2: निम्नलिखित एक भेजे गए ईमेल पर



1. किसी भी प्रतिक्रिया को भेजने के लिए मानव संसाधन का धन्यवाद करें: सबसे पहले, अपने मामले को देखने के लिए समय निकालने के लिए प्रतिनिधि को धन्यवाद दें, क्योंकि यह तुरंत सेट हो जाएगा आपकी बातचीत में शिष्टाचार का एक स्वर। किसी भी प्रतिक्रिया का जवाब देना सुनिश्चित करें मानव संसाधन जल्दी से भेजता है। यह इंगित करेगा कि आप समस्या के बारे में चिंतित हैं, और इसे बाद में के बजाय जल्द ही इसे संबोधित करने की आपकी इच्छा को भी संवाद करना चाहिए।



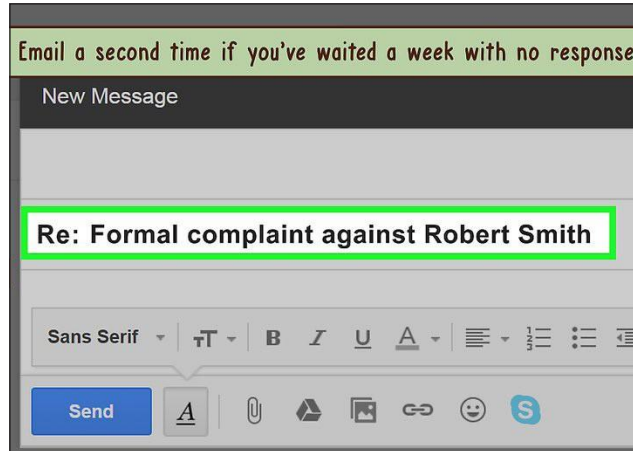
2. अपने इन-पर्सन मीटिंग के लिए किसी भी आवश्यक सामग्री को व्यवस्थित करें: आप जो भी दस्तावेज़ लाने की योजना बनाते हैं, एक विशेष फ़ाइल फ़ोल्डर बनाकर मीटिंग के लिए स्वयं को तैयार करें। यदि आपके पास कोई नीतिगत प्रश्न है, तो बुकमार्क की गई विशिष्ट नीतियों के साथ कर्मचारी पुस्तिका लाएँ। यह आपके आने पर मीटिंग को सुचारू रूप से चलाने में मदद करेगा।



3. यदि आप कानूनी मुद्दों को उठा रहे हैं तो कानूनी सलाह पर ध्यान दें: यदि आप सुरक्षा के बारे में चिंतित हैं किसी भी कार्रवाई से कंपनी आपके खिलाफ

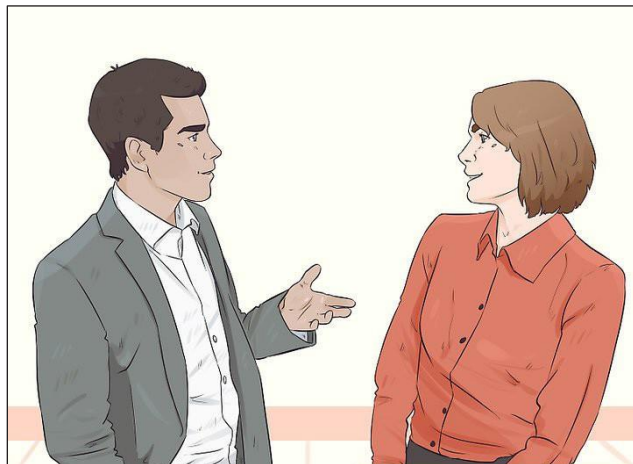
हो सकती है, एक वकील से बात करें। वे आपको आपके अधिकारों के बारे में जानकारी प्रदान कर सकते हैं, और आप उन्हें किसी भी व्यक्ति से मिलने के लिए तय कर सकते हैं। यदि आप इस मार्ग पर जाना चाहते हैं तो आप वकील को नियुक्त करने के लिए अपनी योजनाओं के मानव संसाधन को सूचित कर सकते हैं।

- सुनिश्चित करें कि आप एक वकील को काम पर रखने से जुड़ी लागतों से अवगत हैं। सबसे महंगा होगा, इसलिए आपको कानूनी सुरक्षा की आवश्यकता के साथ इन बजटीय चिंताओं को तौलना होगा।



4. दूसरी बार ईमेल करें यदि आपने बिना किसी प्रतिक्रिया के एक सप्ताह इंतजार किया है: एक सप्ताह आमतौर पर अनुवर्ती ईमेल भेजने से पहले प्रतीक्षा करने के लिए उचित समय माना जाता है। यदि आप एक es- पूरी तरह से जरूरी समस्या से निपट रहे हैं, तो आप 24 घंटे के बाद अनुवर्ती भेज सकते हैं। यह चिंता करने के बजाय कि आप अपने प्रतिनिधि को परेशान कर रहे हैं, याद रखें कि उनकी कई ज़िम्मेदारियाँ हैं। उन्हें एक अनुस्मारक की आवश्यकता हो सकती है कि आप उनमें से एक हैं।

तरीका 3: मानव संसाधन से संपर्क करने का निर्णय लेना



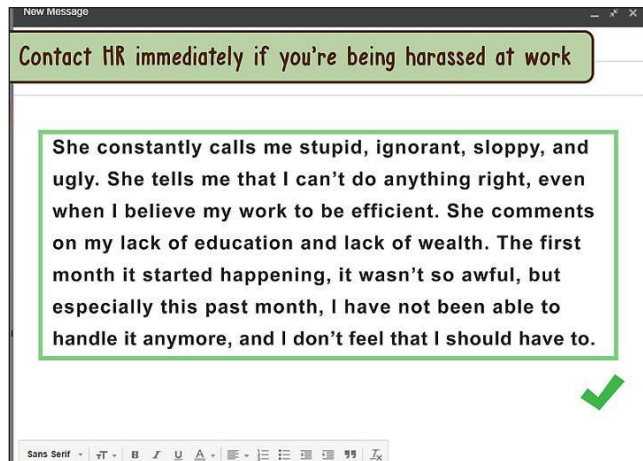
1. यदि आप कर सकते हैं तो समस्या को स्वयं हल करें: यदि आपके पास एक सरल और गैर-कानूनी मुद्दा है जो कंपनी नीति से संबंधित नहीं है, तो आप इसे अपने दम पर संबोधित करने में सक्षम हो सकते हैं। यदि संभव हो, तो समस्या पर चर्चा करें और अपने बॉस या सहकर्मियों के साथ इस समस्या का निवारण करें। मानव संसाधन आपके पास आने से पहले एक समाधान खोजने के लिए आपके द्वारा उठाए गए किसी भी कदम को जानकर क्षमा करेंगे।

- यदि, उदाहरण के लिए, आपको लगता है कि आपका बॉस आपको कई सप्ताहों के लिए शेड्यूल कर रहा है, तो पहले अपने बॉस से बात करें। आप "मैं अपने कार्यालय की जगह पसंद नहीं करता" जैसी गैर-महत्वपूर्ण शिकायत के साथ मानव संसाधन में नहीं जाना चाहता।



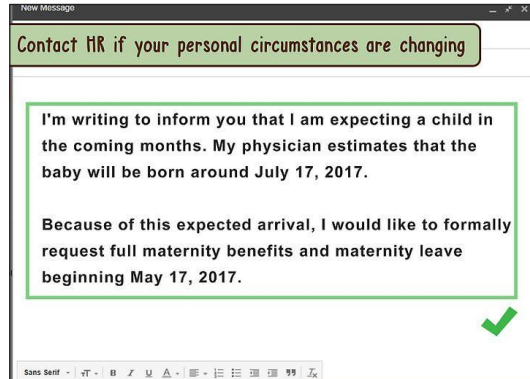
2. अपनी कंपनी की नीतियों पर जाँच करने के लिए अपनी कर्मचारी पुस्तिका की समीक्षा करें: आप महसूस कर सकते हैं कि आप कंपनी की नीति का उल्लंघन कर रहे हैं। इससे पहले कि आप मानव संसाधनों से संपर्क करें, अपनी समस्या के साथ होने वाली specific नीतियों को फिर से पढ़ें। आप उन उदाहरणों का हवाला देना चाहते हैं जो आपके पास मानव संसाधन के साथ होने वाली किसी भी चर्चा में हैं।

- उदाहरण के लिए, यदि आप चिंतित हैं कि आपको काम के घंटों के दौरान पर्याप्त ब्रेक नहीं मिल रहे हैं, तो ब्रेक के समय पर लिखित नियमों की जांच करें। यह संभव है कि आपकी कंपनी में केवल एक informal हो, बजाय कोडित, ब्रेक पॉलिसी के, जिसका अर्थ है कि मानव संसाधन आपको आधिकारिक क्षमता में मदद करने के लिए बहुत कुछ नहीं कर सकते हैं।

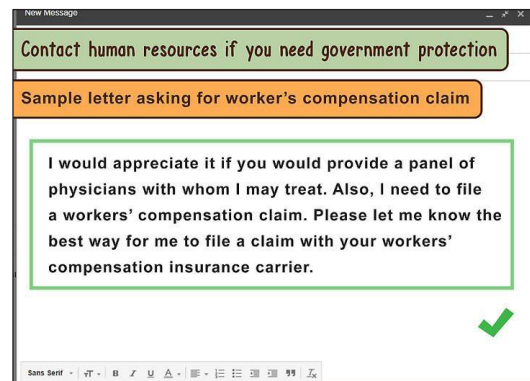


3. यदि आपको काम पर परेशान किया जा रहा है, तो तुरंत मानव संसाधन से संपर्क करें: यदि आप किसी भी तरह के मौखिक, शारीरिक या यौन उत्पीड़न का काम में किसी भी स्त्रोत से सामना कर रहे हैं, तो वहाँ पहुंचने में संकोच न करें। आप इस तरह के व्यवहार से कानूनी रूप से सुरक्षित हैं, और मानव संसाधन आपकी सहायता और सुरक्षा के लिए बाध्य हैं।

- हालांकि, उम्मीद न करें कि मानव संसाधन इन मुद्दों के बारे में ऑफ-द-रिकॉर्ड बातचीत कर सकते हैं, हालांकि। एक बार जब आप इसकी रिपोर्ट करते हैं, तो उन्हें कार्य करना आवश्यक होता है।

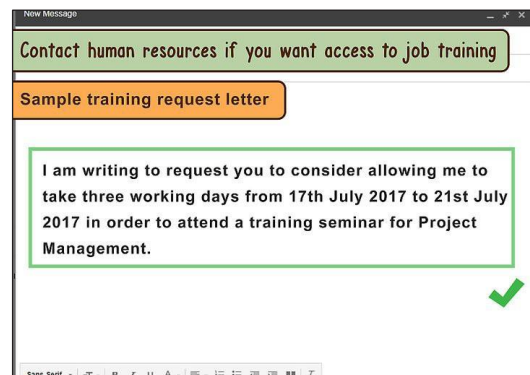


4. यदि आपकी व्यक्तिगत परिस्थितियाँ बदल रही हैं, तो मानव संसाधनों से संपर्क करें: मानव संसाधन आपकी कार्य स्थिति में आने वाले किसी भी परिवर्तन के लिए योजना बनाने में आपकी मदद कर सकते हैं, जैसे कि आप मातृत्व अवकाश लेने के लिए तैयार हो रहे हैं। वे यह सुनिश्चित करने में सक्षम होंगे कि आपको अपने सभी लाभ और कवरेज प्राप्त हों। वे उस कंपनी के लोगों से भी संपर्क कर सकते हैं जिन्हें आपकी बदलती परिस्थितियों से अवगत कराने की आवश्यकता है।



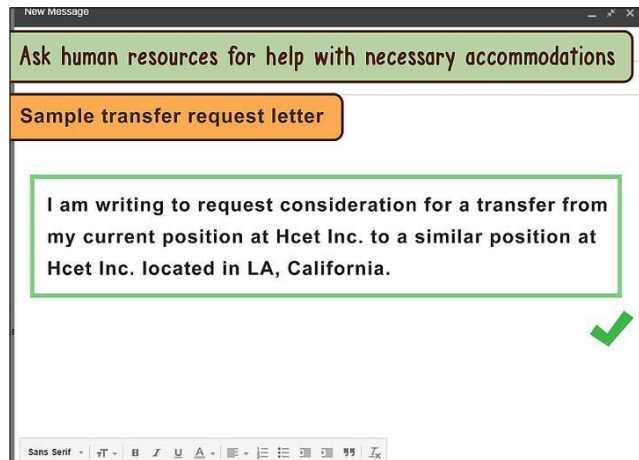
5. यदि आपको सरकारी सुरक्षा की आवश्यकता है, तो मानव संसाधनों से संपर्क करें: सरकार से सुरक्षा या मुआवजे के लिए काम पर कुछ परिस्थितियाँ उत्पन्न हो सकती हैं। यदि, उदाहरण के लिए, आप नौकरी पर घायल हो गए हैं, तो मानव संसाधन आपके चिकित्सा खर्चों के कवरेज का समन्वय करने में आपकी सहायता कर सकते हैं।

- इससे आपको मानव संसाधन के साथ कागजी कार्रवाई को पूरा करने की आवश्यकता होगी, इसलिए इस प्रक्रिया के लिए तैयार रहें।



6. यदि आप प्रशिक्षण प्राप्त करना चाहते हैं तो मानव संसाधन से संपर्क करें: प्रशिक्षण या पुरुष-पूजा हो सकती है उपलब्ध प्रोग्राम जो आपको अपनी कंपनी में आगे बढ़ने की अनुमति देंगे। मानव संसाधन आपको इन विकल्पों के बारे में कोई भी आवश्यक जानकारी प्रदान कर सकता है और संभवतः इन कार्यक्रमों में

आपके प्रवेश को समन्वित कर सकता है। यह हो सकता है अपने कैरियर को अगले स्तर तक ले जाने का एक शानदार अवसर।



7. आवश्यक आवास के लिए मदद के लिए मानव संसाधन से पूछें: मानव संसाधन आपको किसी भी व्यक्तिगत आवश्यकताओं को संबोधित करने में मदद कर सकते हैं जो आपके पास काम पर हो सकती हैं। आपके कार्य वातावरण में ऐसे संसाधन शामिल होने चाहिए जो आपको किसी भी अन्य ई-कर्मचारी के रूप में सफल होने के समान अवसरों का आनंद लेने की अनुमति दें।

- यदि आपको लगता है कि उपयुक्त विकलांग संसाधन नहीं हैं, उदाहरण के लिए, मानव पुनः स्रोत इस समस्या का समाधान करेंगे। नर्सिंग माताओं के लिए निर्दिष्ट स्थान सुनिश्चित करने के लिए विभाग आपके साथ काम कर सकता है।



8. यदि आप नौकरी की तलाश कर रहे हैं तो मानव संसाधन तक पहुंचें: कभी-कभी, किसी विशेष कंपनी में एक मानव पुनः स्रोतों के प्रतिनिधि से संपर्क करने से आप वर्तमान नौकरी के उद्घाटन या अनौपचारिक के अवसरों की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, वर्तमान कर्मचारियों के साथ "सूचनात्मक" साक्षात्कार। हाल ही में आपके द्वारा उनकी कंपनी के साथ किए गए साक्षात्कार के लिए धन्यवाद कहने के लिए आप मानव संसाधन से भी संपर्क कर सकते हैं।

- यदि आपको एक सप्ताह के बाद उत्तर नहीं मिलता है, तो आप एक अनुवर्ती ईमेल भेज सकते हैं। उसके बाद, आपको इस कंपनी को जाने देना पड़ सकता है।

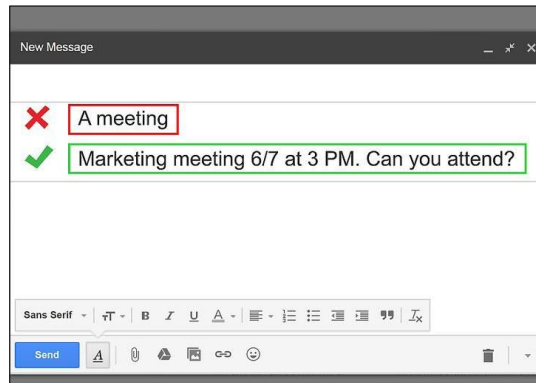


9. व्यक्तिगत शिकायतों के साथ मानव संसाधनों से संपर्क करने से बचें: याद रखें कि मानव संसाधन पहले कंपनी के लिए काम करते हैं, इसलिए वे लोग नहीं हैं यदि आप सिर्फ बेंट करना चाहते हैं। हालांकि आप पूरी तरह से किसी भी स्थिति की रिपोर्टिंग करने से बचना चाहिए जो आपको असहज या विवेकहीन महसूस कराती है, उन मुद्दों के बीच अंतर करने के लिए सावधान रहें जो बस कष्टप्रद या क्षुद्र और अधिक गंभीर, कानूनी समस्याएं हो सकती हैं।

बिजनेस ईमेल कैसे लिखें

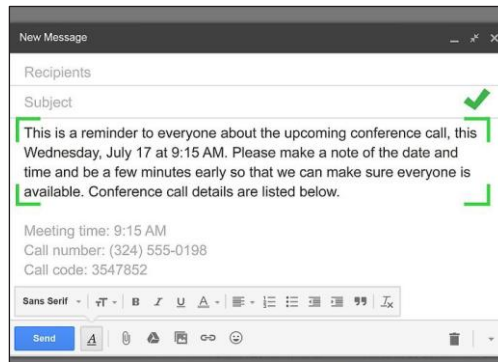
व्यवसाय में कई लोगों को इससे अधिक ईमेल मिलते हैं, जिससे वे निपट सकते हैं। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपके व्यावसायिक ईमेल अच्छी तरह से प्राप्त हुए हैं, आपको उन्हें स्पष्ट, संक्षिप्त और कार्रवाई योग्य बनाने की आवश्यकता है। इसके अलावा, उपयुक्त प्रारूप का उपयोग करना और यह जानना कि किसी व्यावसायिक ईमेल से क्या शामिल करना या बाहर करना आपकी मदद कर सकता है और आपकी कंपनी पेशेवर उपस्थिति का निर्माण और रखरखाव कर सकती है।

अंश 1: एक स्पष्ट, संक्षिप्त और कार्रवाई संदेश बनाना



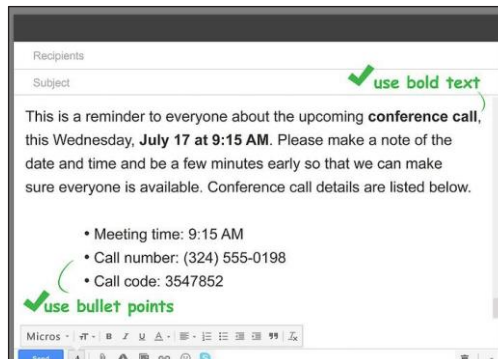
1. ईमेल को 6-8 शब्द के विषय में सारांशित करें: यह सुनिश्चित करना ज़रूरी है कि आप किसी विषय को शामिल करें, क्योंकि किसी ईमेल में ऐसा विषय नहीं है जिसे अनदेखा किया जा सकता है। आपका विषय छोटा होना चाहिए और बिंदु तक होना चाहिए और यह ईमेल के मुख्य संदेश को उजागर करना चाहिए। आदर्श विषय पाठक को उन सभी को देता है जो उन्हें जानना चाहिए या उन्हें सूचित करना चाहिए कि उन्हें निर्णय लेने की आवश्यकता है। जो लोग एक दिन में सैकड़ों ईमेल प्राप्त करते हैं वे केवल विशेष रूप से सम्मोहक विषयों के साथ ईमेल खोल सकते हैं। पहले विषय में सबसे महत्वपूर्ण शब्दों को रखना सुनिश्चित करें क्योंकि संपूर्ण विषय मोबाइल डिवाइस पर दिखाई नहीं दे सकता है। आदर्श विषय 6-8 शब्द हैं और प्राप्तकर्ता को व्यक्तिगत।

- अच्छी ईमेल विषय रेखाओं के उदाहरण:
 - विपणन बैठक 6/7 अपराह्न 3 बजे। क्या आप उपस्थित हो सकते हैं?
 - प्रिंटर टूट गया। क्या मैं \$ 200 की जगह ले सकता हूँ?
 - आपका PetsAlive.org शिपमेंट 9/8 पर आएगा।
- खराब ईमेल विषय रेखाओं के उदाहरण:
 - एक बैठक।
 - एक प्रिंटर।
 - आप के रास्ते पर।



2. ईमेल संक्षिप्त करें: लोग व्यस्त हैं, और वे काम के ईमेल पढ़ने में ज्यादा समय नहीं देना चाहते हैं। अपने ईमेलों को उतना ही छोटा बनाएं जितना कि वे अभी भी आवश्यक सभी विवरण प्रदान करते हैं। आपके वाक्य छोटे और बिंदु तक होने चाहिए।

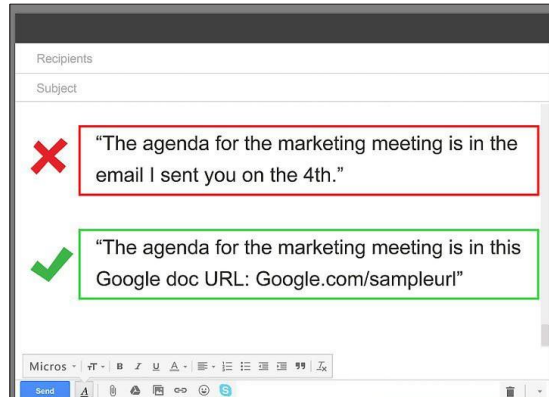
- अपना ईमेल भेजने से पहले, इस पर पढ़ें और किसी भी अप्रासंगिक सूचना को समाप्त करें। सामान्य- गीत, यदि आपने अतिरिक्त या ऑफ-टॉपिक जानकारी दी है, तो उसे हटा दें।
- कुछ लोग ऐसे ईमेल बनाने और भेजने की कोशिश करते हैं जिनमें पाँच वाक्य या उससे कम हों। यदि आप ऐसा कर सकते हैं, तो यह एक ई-मेल संक्षिप्त और बिंदु पर रखने के लिए एक अच्छा दिशानिर्देश है। आप सवालों के जवाब देकर ऐसा कर सकते हैं, "मैं कौन हूँ? मैं क्या चाहता हूँ? मैं इस व्यक्ति से क्यों पूछ रहा हूँ? जो मैं पूछ रहा हूँ, उन्हें वे क्यों करना चाहिए? अगला कदम क्या है जो मुझे / उन्हें / हमें लेने की आवश्यकता होगी?" हालांकि, यह औसत ई-मेल पर लागू होता है, ई-मेल पर नहीं जो बहुत विस्तार की मांग करता है, या आपके सहकर्मी को त्वरित धन्यवाद देता है जिसने आपको वह लिंक भेजा है।



3. ईमेल लिखें ताकि इसे स्क्रीन किया जा सके और इस पर कार्य किया जा सके: फॉर्मेटिंग का उपयोग करें जो आपकी मदद करेगा पाठक को उनकी

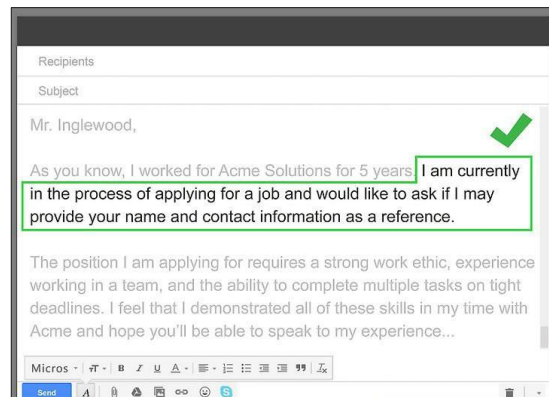
जरूरत की जानकारी जल्दी मिल जाती है। एक लंबे ईमेल में सबसे महत्वपूर्ण वाक्यों या अवधारणाओं को बोल्ड करें।

- बुलेट बिंदुओं और बोल्ड टेक्स्ट का उपयोग करें ताकि ईमेल को स्किम और कार्य करने में आसान बनाया जा सके।



4. शामिल URL या अटैचमेंट यदि वह पाठक को ईमेल भेजने में तेज़ी से मदद करेगा: कभी भी URL के लिए शिकार करने या दूसरे ईमेल में अटैचमेंट के लिए बाध्य न करें।

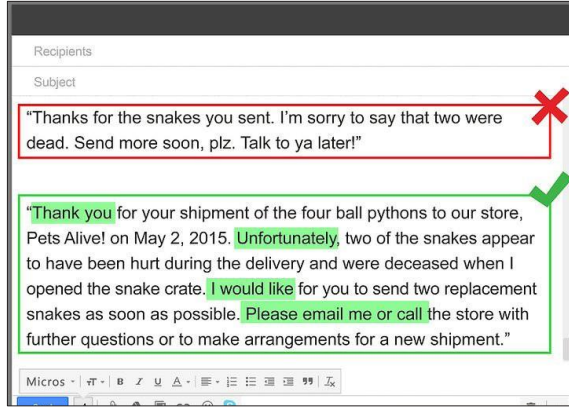
- अच्छे URL कार्यान्वयन का उदाहरण:
 - "मार्केटिंग मीटिंग का एजेंडा इस Google डॉक्टर URL: Google.com/sample में है"।
- खराब URL कार्यान्वयन का उदाहरण:
 - "विपणन बैठक के लिए एजेंडा ईमेल में है जो मैंने आपको 4 तारीख को भेजा था"।



5. Askस्पष्ट रूप से उस कार्रवाई के लिए पूछें जो आप पाठक को लेना चाहते हैं: पाठक को यह अनुमान न लगायें कि आप निर्णय लेने के लिए कह रहे हैं, या सलाह, एक रेफरल, या एक खरीद। सीधे और असमान रूप से पूछें कि यह क्या है जो आप चाहते हैं, आवश्यकता या अपेक्षा करते हैं।

- यदि आप कई लोगों को भेज रहे हैं तो स्पष्ट रूप से पूछना विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। और, निर्णय लेने के लिए आपको जिस विशिष्ट व्यक्ति की आवश्यकता है, उसका नाम बताना सुनिश्चित करें। उदाहरण के लिए: "एलिजाबेथ: क्या आप पसंद करेंगे कि मैं नीचे रास्ता A या पथ B यहां जाऊं?"
- वैकल्पिक रूप से, यदि आपका ईमेल किसी कार्रवाई के लिए पूछने के बजाय केवल किसी को सूचित कर रहा है, तो स्पष्ट रूप से विषय में या पहले वाक्य में "FYI" के रूप में ईमेल को लेबल करें।

भाग 2: औपचारिकता और व्यावसायिक छवि को बनाए रखना



1. एक औपचारिक स्वर का उपयोग करें: आपके ईमेल का स्वर पेशेवर और सीधा रहना चाहिए। एक भरोसेमंद और विनम्र स्वर के लिए प्रयास करें। भावनात्मक या अनौपचारिक भाषा को ईमेल से पूरी तरह से छोड़ने की कोशिश करें। जब भी संभव हो संकुचन और संक्षिप्तताओं से बचें। याद रखें, पूर्ण लंबाई वाले वाक्यांश अक्सर अधिक औपचारिक लगते हैं।

- उदाहरण के लिए, निम्न ईमेल व्यवसाय के लिए बहुत अनौपचारिक है: आपके द्वारा भेजे गए सांपों के लिए धन्यवाद। मुझे यह कहते हुए खेद है कि दो मृत थे। जल्द ही भेजें, plz बाद में बात करते हैं!
- पिछले ईमेल का एक और अधिक औपचारिक संस्करण: हमारे स्टोर पेट्स अलाइव के लिए चार बॉल अजगर के अपने शिपमेंट के लिए धन्यवाद! 2 मार्च, 2015 को, दुर्भाग्य से, दो सांपों को प्रसव के दौरान चोट लगी थी और जब मैंने सांप के टोकरे को खोला तो वे मृत थे। मैं चाहूंगा कि आप जल्द से जल्द दो रिप्लेसमेंट स्नेक भेजें। कृपया मुझे ईमेल करें या स्टोर को आगे के प्रश्नों के साथ कॉल करें या एक नए शिपमेंट के लिए व्यवस्था करें।
- कभी-कभी एक औपचारिक अनौपचारिक ई-मेल उचित है "घर में" सह-कर्मियों के साथ जिन्हें आप अच्छी तरह से जानते हैं और यदि यह "कार्य संस्कृति" के अनुरूप है। हालांकि, पाठ संक्षिप्तताओं का उपयोग न करें, पूर्ण वाक्यों का उपयोग करें, और ऐसा कुछ भी न लिखें जो आप नहीं चाहेंगे कि आपका बॉस पढ़े।

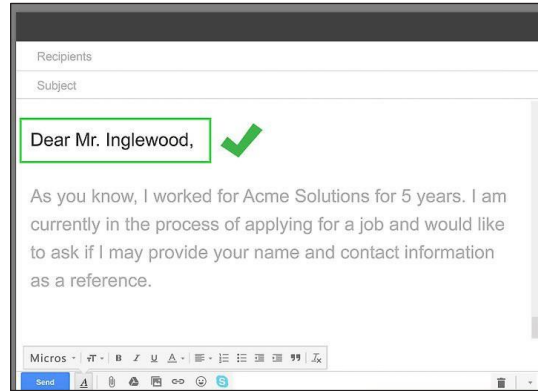


2. अपने ईमेल को प्रूफरीड करें: यह सुनिश्चित करने के लिए अपना सर्वश्रेष्ठ प्रयास करें कि आपके ईमेल में व्याकरण या वर्तनी शामिल नहीं है - गलतियाँ और मानक विराम चिह्नों का उपयोग करता है - उदाहरण के लिए कोई भी CAPS नहीं। किसी भी ईमेल प्रोग्राम में वर्तनी जाँच विकल्प शामिल है; यदि आपके ईमेल में एक है, तो इसका उपयोग करें! व्याकरण व्याकरण लगभग निश्चित रूप से संयुक्त राष्ट्र को संदेश भेजेगा जो आप भेज रहे हैं, इसलिए, यदि संभव हो तो एक व्याकरण परीक्षक का उपयोग करें।

- यदि आप बड़ी संख्या में लोगों को एक ईमेल भेज रहे हैं या यदि ईमेल विशेष रूप से important है, तो आप किसी व्यक्ति (या कई व्यक्तियों) को भेजने से पहले इसे प्रमाणित कर सकते हैं।

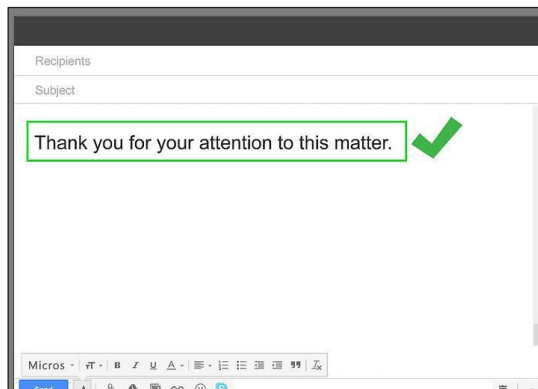
भाग 3: औपचारिक अभिवादन और निकटता के लिए सर्वोत्तम अभ्यास

प्राप्तकर्ता के साथ अपने संबंधों के आधार पर, आप औपचारिक उद्धाटन और समापन का उपयोग कर सकते हैं। निम्नलिखित कुछ दिशा और विकल्पों की एक सरणी प्रदान करते हैं।



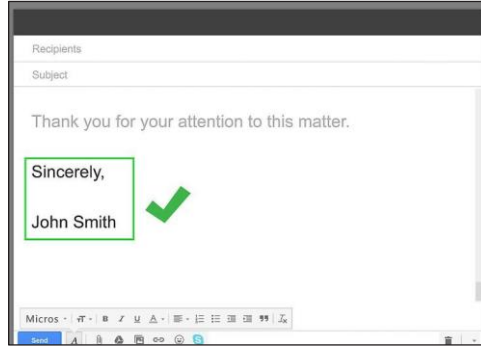
1. अभिवादन के साथ अपना ईमेल शुरू करें: अभिवादन संक्षिप्त और औपचारिक होना चाहिए। आप संदेश के संदर्भ के आधार पर किसी व्यक्ति को विशेष रूप से नाम से संबोधित करना चुन सकते हैं या नहीं भी कर सकते हैं। किसी अन्य व्यवसाय या किसी अनिर्दिष्ट व्यक्ति को संदेश देने के लिए नाम की आवश्यकता नहीं होती है।

- अभिवादन के कुछ उदाहरण हैं:
 - नमस्कार,
 - अभिवादन,
 - प्रिय डॉ। स्मिथ,
 - श्रीमती कैम्पबेल,



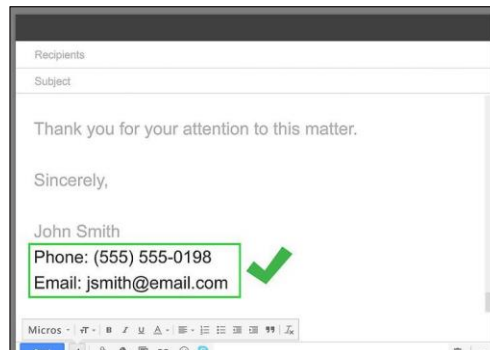
2. एक समापन के साथ ईमेल को समाप्त करें: एक उपयुक्त समापन विनम्र है और संकेत देता है कि ईमेल समाप्त हो गया है। जबकि ईमेल का समापन "शुभकामनाएं" या "ईमानदारी से" जैसे एक आम पत्र समापन को सहन नहीं कर सकता है, यह आपके ईमेल को समापन प्रदान करने के लिए एक "सर्वोत्तम अभ्यास" माना जाता है।

- कुछ संभावित समापन:
 - I look मुझे आपकी प्रतिक्रिया का इंतज़ार रहेगा,
 - मुझे आशा है कि आप शीघ्र समाचार सूचना देंगे,
 - अपना समय देने के लिए धन्यवाद,
- आप अपने पालतू जानवर को समाप्त कर सकते हैं! सॉफ़्ट वितरक को यह कहते हुए ईमेल करें, "इस मामले पर ध्यान देने के लिए आपका धन्यवाद।"



3. अपने नाम पर हस्ताक्षर करें: एक ईमेल के अंत में अपना नाम लिखना उचित है। कोई भी ईमेल समर्थक ग्राम आपको एक स्वचालित हस्ताक्षर प्रदान करने की अनुमति देता है जो आपकी पसंद के अनुसार अनुकूलित हो। सुनिश्चित करें कि आपकी प्रतिक्रिया की औपचारिकता ईमेल के विवरण से मेल खाती है। आप अपना पूरा नाम और शीर्षक किसी अन्य व्यवसाय या किसी ऐसे व्यक्ति को ईमेल में प्रदान कर सकते हैं, जो आपको नहीं मिला है, जबकि आपका पहला नाम अकेले एक सहकर्मी को ईमेल में उपयुक्त हो सकता है जिसे आप प्रतिदिन देखते हैं।

- कुछ हस्ताक्षर विकल्प हैं:
 - डॉ। जेन स्मिथ (सबसे औपचारिक)।
 - डॉ। स्मिथ (थोड़ा कम औपचारिक)।
 - जेन स्मिथ (कुछ अनौपचारिक)।
 - जेन (अनौपचारिक)।

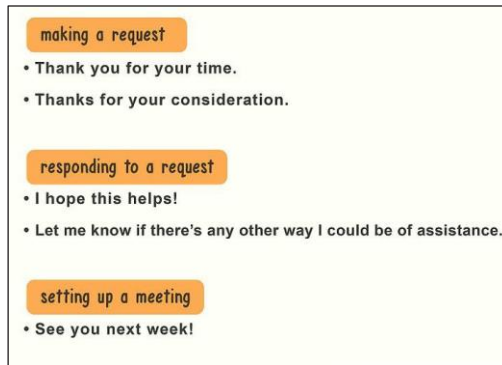


4. अपने हस्ताक्षर के नीचे संपर्क जानकारी प्रदान करने पर विचार करें: ईमेल के विवरण के आधार पर, आप अपने फोन नंबर, फ़ैक्स नंबर, पते, या वेबसाइट जैसी संपर्क जानकारी प्रदान करना चाह सकते हैं। यदि यह वह जानकारी है जिसे आप सबसे अधिक या सभी में शामिल करना चाहते हैं आपके ईमेल के द्वारा, इसे आपके अनुकूलित ईमेल हस्ताक्षर में बनाया जा सकता है।

कैसे बंद करें एक व्यवसाय ईमेल

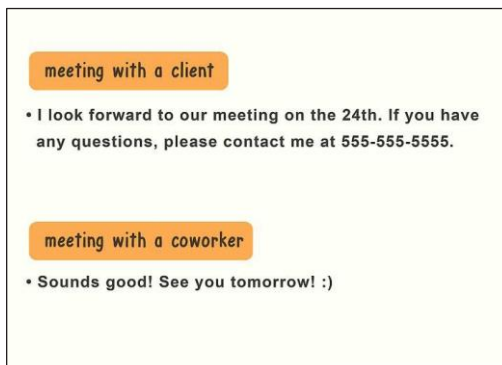
एक महत्वपूर्ण व्यावसायिक ईमेल को बंद करना कठिन लग सकता है। अपने संदेश को पूरा करने के लिए बहुत सारे तरीके हैं! अंततः, हालाँकि, आपके ईमेल को बंद करने का तरीका कुछ अलग कारकों पर निर्भर करेगा। इनमें ऐसी चीजें शामिल हो सकती हैं जैसे आप उस व्यक्ति को जानते हैं जिसे आप लिख रहे हैं, ईमेल का उद्देश्य, और क्या आपका ईमेल एक श्रृंखला का हिस्सा है। इन कारकों को ध्यान में रखते हुए, एक उपयुक्त शिल्प तैयार करें- अंतिम वाक्य खाएं। फिर सही साइन-ऑफ चुनें, और तय करें कि आपके हस्ताक्षर में क्या रखा जाए।

भाग 1: अपने समापन टिप्पणियां लिखना

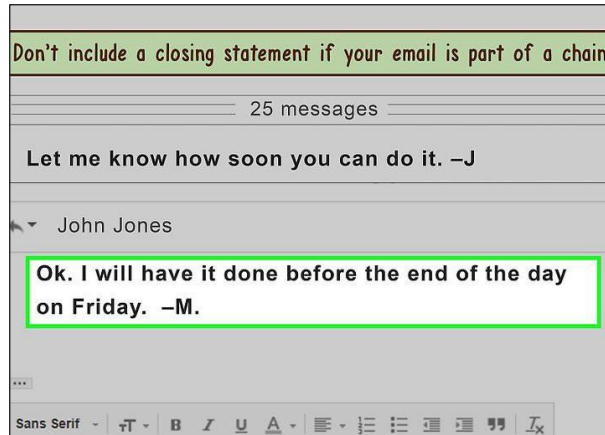


1. अपने ईमेल के उद्देश्य को प्राप्त करने वाले को याद दिलाएं: व्यापार सेटिंग में ईमेल लिखने के कई कारण हैं। ईमेल के प्राथमिक उद्देश्य को इंगित करने से आपको इसे लपेटने का सबसे अच्छा तरीका निर्धारित करने में मदद मिलेगी।

- उदाहरण के लिए, यदि आप एक अनुरोध कर रहे हैं, तो कुछ इस तरह से समाप्त करें, जैसे "आपके समय के लिए धन्यवाद," या "आपके विचार के लिए धन्यवाद।"
- यदि आप सूचना या सहायता के अनुरोध का जवाब दे रहे हैं, तो आप "मुझे आशा है कि यह मदद करता है!" या "मुझे बताएं कि क्या कोई अन्य तरीका है जिससे मैं सहायता कर सकता हूं।"
- यदि आप आमने-सामने की बैठक की स्थापना कर रहे हैं, तो आप कुछ इस तरह से समाप्त हो सकते हैं, जैसे "अगले सप्ताह मिलते हैं!"



- उदाहरण के लिए, यदि आप एक ग्राहक के साथ एक बैठक की स्थापना कर रहे हैं, तो एक अच्छा समापन कथन कुछ इस तरह हो सकता है, "मैं 24 वीं बैठक के लिए तत्पर हूँ। यदि आपके कोई प्रश्न हैं, तो कृपया मुझसे 555-555-5555 पर संपर्क करें।"
- दूसरी ओर, यदि आप एक सहकर्मी के साथ एक दोस्ताना बैठक की व्यवस्था कर रहे हैं जिसे आप अच्छी तरह से जानते हैं, तो यह पूरी तरह से ठीक हो सकता है जैसे कि, "अच्छा लगता है!" कल मिलते हैं! :) "



3. यदि आपका ईमेल एक श्रृंखला का हिस्सा है, तो एक समापन कथन शामिल न करें: यदि यह आपके विषय का पहला ईमेल है, या यदि यह विशेष रूप से महत्वपूर्ण ईमेल है, तो संभवतः समापन समापन या धन्यवाद शामिल करना एक अच्छा विचार है कार्यवाही के लिए बुलावा।" हालांकि, व्यापारिक ईमेल में संक्षिप्तता महत्वपूर्ण है। यदि आपका ईमेल एक लंबी श्रृंखला का हिस्सा है, तो आपको इन-गठन में सबसे आवश्यक से परे कुछ भी शामिल करने की आवश्यकता नहीं हो सकती है।

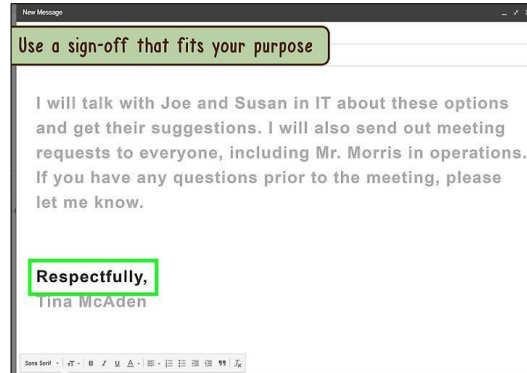
- उदाहरण के लिए, यदि आप असाइनमेंट के बारे में अपने बॉस के साथ ईमेल पर लंबी बातचीत कर रहे हैं, तो आपको "ओके" से ज्यादा कुछ कहने की जरूरत नहीं होगी। मैंने इसे शुक्रवार को दिन के अंत से पहले किया होगा। -मा"

भाग 2: साइन-ऑफ चुनना

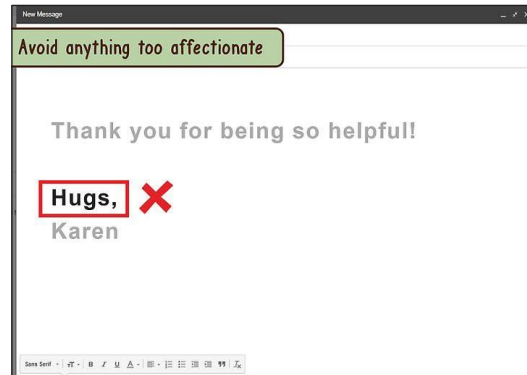


1. एक साइन-ऑफ चुनें जो आपके ईमेल के टोन से मेल खाता हो। यदि आपका ईमेल औपचारिक है, तो "सर्वश्रेष्ठ संबंध" या (और भी औपचारिक स्पर्श के लिए) "ईमानदारी से" जैसी कुछ चीजों पर हस्ताक्षर करें। कम औपचारिक ईमेल के लिए, आप "देखभाल करें" या "चीयर्स" जैसी किसी चीज़ का उपयोग करके ठीक हो सकते हैं।

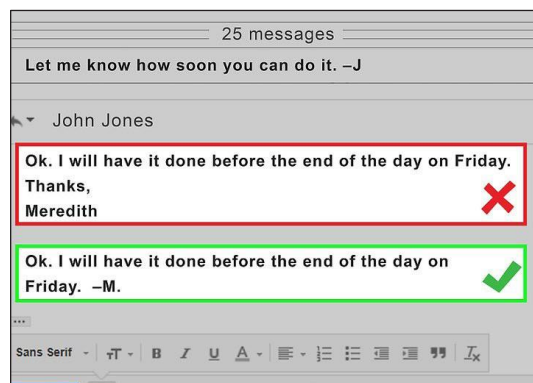
- यदि आपके पास उस व्यक्ति से पिछले ईमेल हैं, जिसे आप लिख रहे हैं, तो आप उनके साइन-अप को देख सकते हैं और अपने स्वर को उनके मेल कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि वे "गर्म संबंध" जैसी किसी चीज के साथ हस्ताक्षर करते हैं, तो आपको समान स्तर की औपचारिकता के साथ हस्ताक्षर करना चाहिए।



2. एक साइन-ऑफ का उपयोग करें जो आपके उद्देश्य को फिट करता है: समापन वाक्य की तरह, एक साइन-ऑफ भी आपके ईमेल के उद्देश्य को दर्शा सकता है। उदाहरण के लिए, यदि आप एक साधारण अनुरोध कर रहे हैं या किसी चीज के लिए संक्षेप में व्यक्त कर रहे हैं, तो आप अपने हस्ताक्षर के बाद "बहुत धन्यवाद," या "बहुत बहुत धन्यवाद" जैसे साइन-ऑफ का उपयोग कर सकते हैं।



3. बहुत अधिक स्नेह से बचें: जब तक आप उस व्यक्ति को नहीं जानते जो आप बहुत अच्छी तरह से लिख रहे हैं, तब तक कुछ भी गलत, अनौपचारिक या स्नेही से बचें। सामान्य तौर पर, व्यापार ईमेल में "लव," "एक्सओएक्सओ" या "हग्स" जैसी चीजों का उपयोग नहीं किया जाना चाहिए।

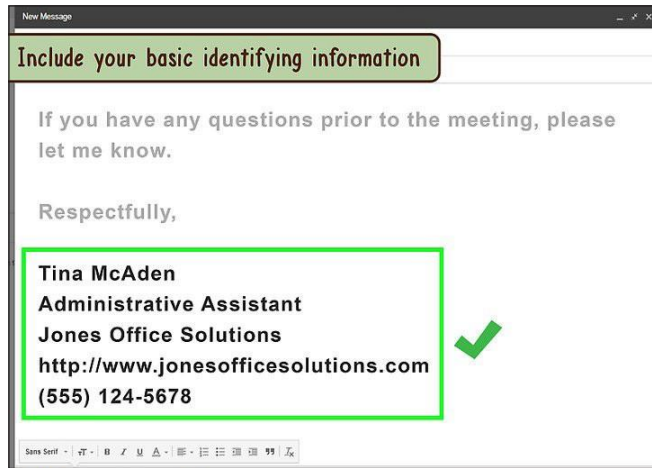


4. संक्षिप्त या चैन ईमेल में साइन-ऑफ छोड़ दें: यदि आपका ईमेल लंबी श्रृंखला का हिस्सा है, या यदि आप प्रयास कर रहे हैं

किसी सहकर्मी को बहुत संक्षेप में और जल्दी से कुछ संवाद करने के लिए, यह जरूरी नहीं है कि साइन-ऑफ बंद करें।

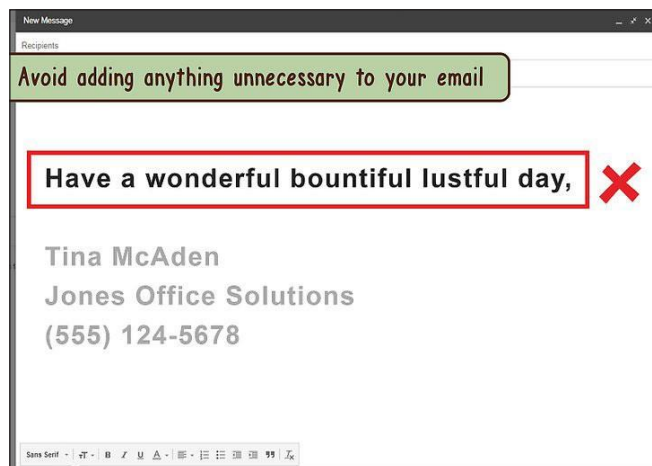
- यदि आप साइन-ऑफ को पूरी तरह से छोड़ना आसान नहीं समझते हैं, तो एक साधारण साइन-ऑफ जैसे- अच्छा या -बी। बस संक्षिप्त, अनौपचारिक ईमेल के लिए ठीक होना चाहिए।

भाग 3: अपने ईमेल पर हस्ताक्षर करना

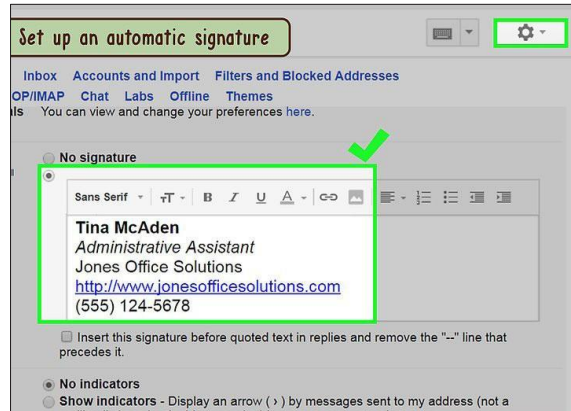


1. अपनी मूल पहचान की जानकारी शामिल करें: आप अपने साइन-ऑफ में कितनी जानकारी शामिल करते हैं, यह इस बात पर निर्भर करेगा कि आप अपने संवाददाता को कितनी अच्छी तरह से जानते हैं, और उनके साथ कितनी बार आपने संचार किया है।

- पहली बार के ईमेल में कम से कम आपका पूरा नाम, नौकरी का शीर्षक, कार्य का स्थान और फ़ोन नंबर शामिल होना चाहिए।
- सह-कार्यकर्ता या किसी ऐसे व्यक्ति के साथ संवाद करते समय, जिसे आप अक्सर ईमेल करते हैं, यह संभवतः आपके पहले नाम या प्रारंभिक नाम के साथ हस्ताक्षर करने के लिए पर्याप्त है।



2. अपने हस्ताक्षर संक्षिप्त रखें: सामान्य तौर पर, बहुत सारे अतिरिक्त पाठ और चित्रों के साथ व्यावसायिक ईमेल को अव्यवस्थित नहीं करना सबसे अच्छा है। अपने ईमेल हस्ताक्षर में कुछ भी अनावश्यक जोड़ने से बचें, जैसे उद्धरण, आकर्षक ग्राफिक्स, या बहुत सारे लिंका।



3. एक स्वतः हस्ताक्षर सेट करें: यदि आपको ऐसा लगता है कि आप अपनी नौकरी का शीर्षक नहीं लिख रहे हैं और किसी महत्वपूर्ण ईमेल को भेजने के दौरान हर बार संपर्क करें, तो आप एक हस्ताक्षर बनाने की इच्छा कर सकते हैं जो आपका ईमेल क्लाइंट आपके संदेशों में स्वचालित रूप से जोड़ सकता है।

- आउटलुक जैसे कुछ कार्यक्रम, आपको कई हस्ताक्षर बनाने की अनुमति देते हैं, इसलिए आप उस ईमेल का चयन कर सकते हैं जो किसी भी ईमेल के लिए सबसे उपयुक्त है।

लेखन व्यवसाय प्रस्ताव

एक व्यवसाय प्रस्ताव को एक पत्र के रूप में संदर्भित किया जाता है जो विक्रेता से भावी खरीदार के लिए एक लिखित प्रस्ताव है। वे एक जटिल विक्री प्रक्रिया में प्रमुख गुण हैं। यह अध्याय इस प्रस्ताव की व्यापक समझ प्रदान करने के लिए विभिन्न प्रकार के व्यावसायिक प्रस्तावों जैसे औपचारिक प्रस्ताव, मुआवजा प्रस्ताव, निपटान प्रस्ताव, अधिग्रहण प्रस्ताव आदि को लिखने में देरी करता है।

व्यावसायिक प्रस्ताव

व्यापार प्रस्ताव का एक शब्द एक विक्रेता से भावी खरीदार के लिए एक लिखित प्रस्ताव है। व्यावसायिक प्रस्ताव- एएलएस अक्सर जटिल विक्री प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण कदम होते हैं- यानी, जब भी कोई खरीदार किसी खरीद में मूल्य से अधिक मानता है।

एक प्रस्ताव खरीदार की आवश्यकताओं को एक संदर्भ में रखता है जो विक्रेता के उत्पादों और सेवाओं के पक्ष में है, और खरीदार को उनकी आवश्यकताओं को पूरा करने में विक्रेता की क्षमताओं के बारे में शिक्षित करता है।

प्रस्तावों के प्रकार

व्यापार प्रस्तावों की तीन अलग-अलग श्रेणियां हैं:

- औपचारिक रूप से,
- अनौपचारिक रूप से,
- अनचाही।

प्रकाशित प्रस्तावों को प्रकाशित आवश्यकताओं के जवाब में लिखा जाता है, जिसमें प्रस्ताव के लिए अनुरोध (आरएफपी), उद्धरण के लिए अनुरोध (आरएफक्यू), बोली के लिए निमंत्रण (आईएफबी), या सूचना के लिए अनुरोध (आरएफआई) शामिल हैं।

प्रस्ताव के लिए अनुरोध (आरएफपी)

आरएफपीs ग्राहक को क्या खरीदना चाहते हैं, इसके विस्तृत विवरण प्रदान करते हैं और कभी-कभी प्रस्ताव तैयार करने के लिए दिशा-निर्देश भी शामिल करते हैं, साथ ही मूल्यांकन मानदंड जो ग्राहक ऑफ़र का मूल्यांकन करने के लिए उपयोग करेगा। ग्राहक आरएफपी जारी करते हैं जब उनकी जरूरतों को आम तौर पर उपलब्ध उत्पादों या सेवाओं से पूरा नहीं किया जा सकता। RFI को उन विक्रेताओं को अर्हता प्राप्त करने के लिए जारी किया जाता है जो विशेष आवश्यकताओं के लिए सेर / वाइस / उत्पाद प्रदान करने में रुचि रखते हैं। RFI की प्रतिक्रिया के आधार पर, विस्तृत आरएफपी उन क्वालीफाई विक्रेताओं को जारी किया जाता है, जो मानते हैं कि संगठन वांछित सेवाएं प्रदान कर सकता है। आरएफपीs के जवाब में प्रस्ताव शायद ही कभी 10 पृष्ठों से कम होते हैं और कभी-कभी रात डेटा के बिना 1,000 पृष्ठों तक पहुंच जाते हैं।

उद्धरण के लिए अनुरोध (आरएफक्यू)

ग्राहक आरएफक्यू जारी करते हैं जब वे एक बड़ी मात्रा में वस्तु खरीदना चाहते हैं और कीमत एकमात्र मुद्दा नहीं है - उदाहरण के लिए, जब उपलब्धता या डिलीवरी या सेवा विचार है। आरएफक्यू बहुत विस्तृत हो सकते हैं, इसलिए आरएफक्यू को लिखे गए प्रस्ताव लंबे हो सकते हैं, लेकिन आम तौर पर आरएफपी-प्रस्ताव की तुलना में बहुत कम होते हैं। RQ के प्रस्ताव में मुख्य रूप से लागत डेटा होता है, जिसमें ग्राहक के मुद्दों जैसे कि गुणवत्ता नियंत्रण जैसे संक्षिप्त विवरण शामिल होते हैं।

बोली (आईएफबी) के लिए निमंत्रण

ग्राहक आईएफबीS जारी करते हैं जब वे कुछ सेवा खरीद रहे हैं, जैसे कि निर्माण। आवश्यकताएँ विस्तृत हैं, लेकिन प्राथमिक विचार कीमत है। उदाहरण के लिए, एक ग्राहक ठेकेदारों को बोली लगाने के लिए वास्तु-ब्लू ब्लूप्रिंट प्रदान करता है। ये प्रस्ताव लम्बे हो सकते हैं लेकिन अधिकांश की लंबाई लागत के आकलन के आंकड़ों और विस्तृत कार्यक्रमों से होती है।

रिक्वेस्ट फॉर इंफॉर्मेशन (आरएफआई)

कभी-कभी ग्राहक आरएफपी या आरएफक्यू या आईएफबी जारी करने से पहले ग्राहक को अनुरोध के लिए सूचना (आरएफआई) जारी करेगा। RFI का उद्देश्य "मार्केटिंग इंटेलिजेंस" हासिल करना है, जो कि ठेस, सेवाओं, और विक्रेताओं के लिए उपलब्ध हैं। RFI का उपयोग अंतिम आरएफपी, आरएफक्यू और आईएफबीS को आकार देने के लिए किया जाता है, इसलिए संभावित विक्रेता अपने उत्पादों या सेवाओं के लिए अंतिम औपचारिक आग्रह को आकार देने की उम्मीद करते हुए, इन अनुरोधों के जवाब में बहुत सावधानी बरतते हैं।

अनौपचारिक रूप से प्रस्तावित प्रस्ताव

अनौपचारिक रूप से अनुरोधित प्रस्ताव आमतौर पर विक्रेता और भावी ग्राहक के बीच हुई बातचीत का परिणाम होते हैं। ग्राहक को किसी उत्पाद या सेवा में इतनी दिलचस्पी होती है कि वह प्रो-पॉज़ल मांग सके। आमतौर पर, ग्राहक अन्य विक्रेताओं से प्रतिस्पर्धी प्रस्तावों के लिए नहीं कहता है। इस प्रकार के प्रस्ताव को एकमात्र स्रोत प्रस्ताव के रूप में जाना जाता है। जवाब देने के लिए कोई औपचारिक आवश्यकताएं नहीं हैं। लेकिन वे उत्पाद की अच्छी गुणवत्ता का चयन करते हैं।

अनचाही प्रस्ताव

अनचाही प्रस्ताव ब्रोशर विपणन कर रहे हैं। वे हमेशा सामान्य होते हैं, ग्राहक की जरूरतों या निर्दिष्ट आवश्यकताओं के बीच कोई सीधा संबंध नहीं है। एक भावी ग्राहक के लिए उत्पाद या सेवा शुरू करने के लिए विक्रेता उनका उपयोग करते हैं। वे अक्सर ग्राहकों के साथ या व्यापार शो या अन्य सार्वजनिक बैठकों में "गिव-एवेज़" के साथ प्रारंभिक बैठकों के अंत में "छुट्टी-बेहिंदों" के रूप में उपयोग किए जाते हैं। वे एक विक्री को बंद करने के लिए डिज़ाइन नहीं किए गए हैं, बस विक्री की संभावना का परिचय देते हैं।

अवयव

औपचारिक रूप से प्रस्तावित प्रस्ताव

- आवश्यकताएँ मैट्रिक्स, जो उन आवश्यकताओं के पैराग्राफ और पेज नंबर के साथ ग्राहकों की आवश्यकताओं से मेल खाती है जहां प्रस्ताव में उन आवश्यकताओं को संबोधित किया गया है।
- कार्यकारी सारांश, जो ग्राहकों की आवश्यकताओं के लिए विक्रेताओं के समाधान के प्राथमिक लाभों को रेखांकित करता है।

- तकनीकी वॉल्यूम, जो दर्शाता है कि प्रत्येक आवश्यकता को कैसे पूरा किया जाएगा।
- प्रबंधन वॉल्यूम, जो बताता है कि कार्यक्रम का प्रबंधन कैसे किया जाएगा।
- लागत की मात्रा, जो सभी लागत डेटा प्रदान करती है, साथ ही कार्यान्वयन योजनाएं और अनुसूची-ules।

अनौपचारिक रूप से व्यापार प्रस्ताव का आग्रह किया

- विक्रेता की क्षमताओं या उत्पादों का विवरण।
- प्रमुख मुद्दों की एक चर्चा।
- खरीदार के विनिर्देशों का विवरण और वे कैसे मिलेंगे।
- भेंट की लागत।
- उत्पादों या सेवाओं के वितरण के लिए एक कार्यक्रम।
- पूर्व के अनुभवों का प्रमाण अर्थात् पिछले ग्राहकों के प्रशंसापत्र, पूर्वज परियोजनाओं के विवरण।

व्यवसाय प्रस्तावों का प्रबंधन

प्रस्तावों का प्रबंधन बिक्री और विपणन टीमों के लिए एक बड़ी चुनौती प्रस्तुत करता है। प्रस्ताव के उत्पादन और वितरण से जुड़े व्यापक मुद्दों से निपटने के लिए कई एस-टैज प्रबंधन तरीकायां बीमार हैं। इन मामलों में, संगठन अक्सर अपने प्रस्ताव विकास की जरूरतों का समर्थन करने के लिए एक प्रस्ताव प्रबंधक की पहचान करके आउटसोर्सिंग पर भरोसा करते हैं।

प्रस्ताव प्रबंधन की प्रक्रिया

प्रस्ताव प्रबंधन एक स्वाभाविक सहयोगी प्रक्रिया है। इसमें अक्सर निम्नलिखित बा-भूमिकाएं और जिम्मेदारियां शामिल होती हैं:

- निर्माता: सामग्री बनाने और संपादित करने के लिए जिम्मेदार।
- संपादक: सामग्री संदेश और वितरण की शैली, अनुवाद और स्थानीयकरण सहित, के लिए जिम्मेदार है।
- प्रकाशक: उपयोग के लिए सामग्री जारी करने के लिए जिम्मेदार।
- व्यवस्थापक: दस्तावेजों और फ़ाइलों तक पहुंच अनुमतियों के प्रबंधन के लिए जिम्मेदार, उपयोगकर्ता समूहों या भूमिकाओं के लिए पहुँच अधिकार प्रदान करके usu- सहयोगी पूरा किया गया।
- उपभोक्ता या दर्शक: वह व्यक्ति जो पब में पढ़ने के बाद या अन्यथा सामग्री में ले जाता है, वह पंक्तिबद्ध या साझा होता है।

तेजी से, प्रस्ताव प्रस्ताव प्रबंधन शब्द का उपयोग यह सुझाव देने के लिए किया जा रहा है कि प्रस्ताव प्रक्रिया के साथ जुड़ाव सिर्फ बिक्री टीम से अधिक महत्वपूर्ण है, और उन कामों को भी प्रभावित करना चाहिए जो विपणन, कानूनी और बिक्री में शामिल हैं।

प्रस्ताव प्रबंधन सॉफ्टवेयर का उपयोग करने की दिशा में एक प्रवृत्ति भी है जो उपयोगकर्ताओं को जल्दी और आसानी से प्रस्ताव बनाने, टीम के सदस्यों के साथ सहयोग करने, ग्राहक सगाई को ट्रैक और विश्लेषण करने की अनुमति देती है।

प्रस्ताव लेखन

एक सफल प्रस्ताव लिखना एक प्रस्ताव चेकलिस्ट के विकास के माध्यम से आसान बनाया जा सकता है जिसमें आवश्यक मानकीकृत जानकारी होती है जो आमतौर पर आपके सभी बिक्री प्रस्तावों के 80% में निहित होती है। यह प्रस्ताव लेखक के लिए एक शेल बनाने और फिर लगभग 20% गायब होने के बारे में शोध करना बहुत आसान बनाता है। उदाहरण के लिए, कंपनी का नाम, मिशन वक्तव्य, इतिहास, योग्यता मूल्य निर्धारण अनुभाग को छोड़कर ज्यादातर प्रस्तावों के लिए एक ही रहना चाहिए और ग्राहक के लिए विशिष्ट उत्पाद और सेवा विकल्प जो वर्तमान लक्ष्य customer के लिए अनुकूलित किया जाना चाहिए। कई बार, प्रक्रिया थकाऊ हो सकती है, लेकिन कदम बहुत बुनियादी हैं। सॉल्यूटेड और अनचाहे प्रस्तावों के अलावा, जो अन्य मौजूद हैं उनमें आंतरिक प्रस्ताव और एकमात्र-स्रोत अनुबंध शामिल हैं।

आंतरिक प्रस्ताव

आंतरिक प्रस्ताव विचार या परियोजनाएं हैं जिन्हें किसी कंपनी में शीर्ष प्रबंधन की स्थिति के लिए प्रस्तुत किया जाता है। इस प्रकार के प्रस्तावों को किसी विशेष व्यक्ति, समूह, विभाग या किसी विशेष कंपनी के विभाजन द्वारा लिखा जा सकता है। इसका एक उदाहरण है जब एक उत्पाद लाइन के प्रबंधक एक प्रस्ताव लिखते हैं जो सुझाव देता है कि कंपनी को उत्पादन प्रक्रिया का रोबोट बनाना चाहिए। इसके कुछ फायदों में आसान संचार, ग्राहक की जरूरतों को जानना और तेजी से निर्णय लेना शामिल है। इसके कुछ फायदों में अन्य कंपनियों से प्रतिस्पर्धा और प्रबंधन चैंपियन का नुकसान शामिल हो सकता है।

एकमात्र स्रोत अनुबंध

इस प्रकार के प्रस्ताव तब किए जाते हैं जब एक निजी फर्म, सरकारी एजेंसी, या एसोसिएशन नेगो- किसी एकल कंपनी को सेवा या उत्पाद की आपूर्ति करने का प्रयास करती है और जब किसी कंपनी के पास उत्कृष्ट विश्वसनीयता और उपलब्धियों का ट्रैक रिकॉर्ड होता है। इस प्रकार के प्रस्ताव के मानक प्रारूप में एक विशिष्ट उत्पाद के बारे में जानकारी होती है, जिसमें मूल्य और वितरण कार्यक्रम शामिल होते हैं। इसके कुछ फायदों में एक अनुबंध को जीतने के लिए संसाधन नहीं होना और फर्म या ग्राहक को पता है कि किस समय काम आ रहा है।

स्वरूप

प्रस्ताव अनुसंधान पर आधारित होते हैं, जो प्रस्ताव के शोधकर्ता के लिए उनके ग्राहक के बारे में जानना महत्वपूर्ण बनाते हैं। शोधकर्ता को उस विचार की पृष्ठभूमि को जानना चाहिए जो प्रस्तुत किया जा रहा है और यह दर्शाता है कि उसके ग्राहक के पास एक समस्या या स्थिति से निपटने के लिए अच्छी तरह से तैयार है। एक कंपनी, संस्थान, फर्म, आदि के लिए अनुसंधान अग्रिम में किया जाता है, जिससे एक अच्छी तरह से किए गए प्रस्ताव की संभावना बढ़ जाती है और प्रस्ताव के पाठक को फिर से खोज के परिणाम का एक अच्छा विचार होगा जो किया गया है। प्रस्तावों के लिए एक सामान्य प्रारूप में शीर्षक पृष्ठ, सार, विद्वान-समस्या का विवरण और इसे हल करने की तरीका, बजट और जीवनी संबंधी जानकारी शामिल है।

शीर्षक

जैसा कि छोटा लग सकता है, यह महत्वपूर्ण है कि शीर्षक पृष्ठ कट और निश्चित हो। जब तक यह एक प्रासंगिक पैटर्न में लिखा जाता है, तब तक अनुक्रमण के उद्देश्य से महत्वपूर्ण शब्दों का उपयोग करना एक अच्छा विचार होगा।

सार

प्रस्ताव के इस भाग में स्थिति, तरीका, लक्ष्य, कार्यक्षेत्र, और अपेक्षित आउट- आना चाहिए। इसमें आमतौर पर 200 शब्द होते हैं। स्पैल रिसर्च, ग्रांट्स एंड रिसर्च कॉन्ट्रैक्ट्स, ऑफिस स्पेस साइंस और नासा के प्रमुख कार्ल बी। पामर का कहना है कि सार का सारांश "छोटा, दुबला और सभी मांसपेशियों का होना" है। वह यह भी बताते हैं कि प्रबंधक आमतौर पर अमूर्त पर एक छोटी नज़र रखते हैं और केवल प्रस्ताव पर ही ध्यान केंद्रित करेंगे यदि कोई संदेश आता है।

कथन और तरीका

प्रस्तुत किए जा रहे मुख्य विचार को उजागर करना महत्वपूर्ण है। पहले प्रस्ताव के लेखक को यह बताना चाहिए कि विचार क्या है और इसे विशिष्ट बनाने के लिए कुछ करना चाहिए। इसके बाद, लेखक को यह समझाना चाहिए कि विचार के साथ क्या करना है। वाक्यांशों से बचने के लिए सुनिश्चित करें जैसे: "किसी ने भी ऐसा करने के बारे में नहीं सोचा है" या "यह पूरी तरह से मूल है।" ऐसा करने से, लेखक सुस्त और असावधान लगने लगेगा।

बजट

प्रस्ताव के लेखक में अनुदान और धन की कुल मात्रा शामिल है जो इसके द्वारा भुगतान करने जा रहा है। यह जोर दिया जाता है कि वेतनमान कंपनी के पैमाने के अनुकूल होना चाहिए। शोधकर्ताओं का पैसा एकल व्यक्ति की कंपनी के वेतन का हिस्सा है और इस वजह से, एक शोधकर्ता के कुछ कर्तव्यों को हटाने के लिए एक व्यवसाय की आवश्यकता होती है। लेखक में डिस्पोज़-सक्षम सामग्री, उपकरण और आपूर्ति की अनुमानित लागत शामिल है। प्रस्ताव के इस हिस्से में यात्रा, प्रकाशन लागत और प्रत्यक्ष लागतें भी शामिल होंगी।

जीवन संबन्धित जानकारी

प्रस्ताव का यह हिस्सा मूल रूप से क्लाइंट को साबित करने से संबंधित है कि प्रस्ताव लिखने और सबमिट करने वाला व्यक्ति काम करने में सक्षम है। प्रस्ताव को बनाने में योगदान करने वाले सभी लोगों को उनकी उपलब्धियों सहित उल्लेख किया गया है। आमतौर पर, एक प्रस्ताव अपने विचार को खरीदने के लिए दर्शकों को प्राप्त करने के लिए अनुनय का उपयोग करता है। एक उदाहरण है जब एक प्रस्ताव एक या एक से अधिक प्रायोजकों को एक परियोजना में निवेश करने के लिए राजी करने की कोशिश करता है। एक ग्राहक को राजी करने के लिए एक प्रस्ताव का उपयोग करने का एक और उदाहरण है जब कंपनी प्रस्ताव लिख रही है एक अनुदान के लिए पूछ रही है। जिन श्रेणियों में अनुदान शामिल हो सकते हैं उनमें सामाजिक सेवाएं, स्वास्थ्य देखभाल, धर्म, परोपकार, आर्थिक विकास, सरकार और शिक्षा शामिल हैं। केवल तब काम करें जब ये घटक शामिल हों; प्रायोजक मूल्य, आवेदक विश्वसनीयता, प्रस्ताव लॉजिक्स, और प्रस्ताव मनोविज्ञान।

प्रायोजक मान

प्रायोजक या अनुदान बनाने वाले मुख्य फोकस में कोई विशिष्ट दुविधा, असमानताएं या अन्याय शामिल हैं। उनका मिशन "क्या है" और "क्या होना चाहिए" की श्रेणियों के बीच की जगह को भरना है। वन पूर्व पर्याप्त एक संगठन है जो बाल शोषण को रोकने की कोशिश कर रहा है जिसे प्रिवेंट एड्युज फाउंडेशन कहा जाता है। उनकी गतितीकायों में परिवारों और बच्चों को सहायता देना और दुर्व्यवहार के बारे में सिखाना और इसे खत्म करना शामिल है। इसके अलावा, फाउंडेशन घास की जड़ों, तकनीकी और व्यावसायिक सहायता के साथ समुदाय-आधारित समूह, सर्वोत्तम कार्यक्रम प्रथाओं और मूल्यांकन तकनीक को साझा करता है।

आवेदक की विश्वसनीयता

एक आवेदक का काम संगठनात्मक, व्यक्तिगत और परियोजना की विश्वसनीयता को अधिकृत करना है। जब एक-organization एक परियोजना निदेशक द्वारा प्रस्तुत किए जाने के लिए एक विचार का प्रस्ताव कर रहा है, तो उनके लिए विश्वसनीयता होना जरूरी है। प्रेरक होना भी सफलता की कुंजी है। एक संगठन अपने लक्ष्य को यह साबित करने की कोशिश करेगा कि वह किसी अन्य कंपनी से कितना अलग और अनूठा है। एक उदाहरण एक विश्वविद्यालय में एक जीवविज्ञान विभाग है जो आनुवांशिकी में अनुसंधान करने के लिए पैसे मांगता है। विभाग यह कह सकता है कि जीव विज्ञान में इसके 30 साल के चिकित्सा अध्ययन हैं और उनके शोध से हार्मोन और आनुवांशिक दोनों तत्वों का निरीक्षण होता है जो जीन विनियमन का कारण बनता है।

प्रस्ताव लॉजिक्स

यह मूल रूप से प्रस्ताव तत्वों के निर्माण से संबंधित है जो एक पहचान की गई खाई, एक बेहतर स्थिति और परिणामी आवादी को लाभ प्रदान करता है। लाभ उन अच्छी चीजों के रूप में सेवा करते हैं जो प्रस्तुत किए गए उद्देश्यों को पूरा करने से होंगी। घटकों को प्रायोजक मूल्यों और प्रस्तावित होने वाले प्रोजेक्ट के बीच एक संबंध को प्रतिबिंबित करना चाहिए। संगठन के उद्देश्य, धन और आपत्तियों को कैसे पूरा किया जाए, इसके साथ समस्या या आवश्यकता का सटीक विवरण आवश्यक है। इसमें एक समयरेखा और इरादा-दर्शकों का सारांश भी शामिल है।

कैसे लिखना है एक प्रस्ताव

एक अच्छा प्रस्ताव लिखना कई व्यवसायों में एक महत्वपूर्ण कौशल है, स्कूल से लेकर व्यवसाय प्रबंधन- भूविज्ञान तक। एक प्रस्ताव का लक्ष्य उचित योजना के बारे में लोगों को बताकर आपकी योजना के लिए समर्थन प्राप्त करना है। यदि आप उन्हें एक स्पष्ट, संक्षिप्त, आकर्षक तरीके से संवाद कर सकते हैं, तो आपके विचारों या सुझावों को अनुमोदित किए जाने की अधिक संभावना है। यह जानना कि कैसे एक प्रेरक लिखना है, कई क्षेत्रों में सफलता के लिए लुभावना प्रस्ताव आवश्यक है। कई प्रकार के प्रस्ताव हैं, जैसे कि विज्ञान के प्रस्ताव और पुस्तक के प्रस्ताव, लेकिन प्रत्येक एक ही मूल दिशानिर्देशों का पालन करते हैं।

भाग 1: अपने प्रस्ताव की योजना बनाना



1. अपने दर्शकों को परिभाषित करें: आपको यह सुनिश्चित करने की जरूरत है कि आप अपने दर्शकों और उनके बारे में क्या सोचते हैं

लिखने से पहले अपने विषय के बारे में पहले से ही जान सकते हैं या नहीं भी जान सकते हैं। यह आपको अपने विचारों को केंद्रित करने और उन्हें सबसे प्रभावी तरीके से प्रस्तुत करने में मदद करेगा। यह एक अच्छा विचार है कि आपके पाठक व्यस्त होंगे, पढ़ने में (या यहां तक कि स्किमिंग में), और अपने विचारों को किसी भी विशेष विचार को देने के लिए पूर्व निर्धारित नहीं। दक्षता और दृढ़ता प्रमुख होगी।

- आपका प्रस्ताव कौन पढ़ रहा होगा? आपके विषय के साथ उनका परिचय किस स्तर का होगा? आपको पृष्ठभूमि के बारे में अतिरिक्त जानकारी देने या परिभाषित करने की क्या आवश्यकता हो सकती है?
- आप अपने दर्शकों को अपने प्रस्ताव से क्या चाहते हैं? आपको अपने पाठकों को क्या देने की आवश्यकता है ताकि वे निर्णय ले सकें जो आप उन्हें बनाना चाहते हैं?
- अपने स्वर को अपने दर्शकों की अपेक्षाओं और इच्छाओं को पूरा करने के लिए परिष्कृत करें। वे क्या सुनना चाहते हैं? उनके माध्यम से प्राप्त करने का सबसे प्रभावी तरीका क्या होगा? आप उन्हें यह समझने में कैसे मदद कर सकते हैं कि आप क्या कहना चाह रहे हैं?



2. अपने मुद्दे को परिभाषित करें: यह आपके लिए स्पष्ट है कि मुद्दा क्या है, लेकिन क्या यह आपके पाठक के लिए भी स्पष्ट है? क्या आपका पाठक मानता है कि आप वास्तव में जानते हैं कि आप किस बारे में बात कर रहे हैं? आप अपने दावे का समर्थन करने के लिए प्रस्ताव में सबूत और स्पष्टीकरण का उपयोग करके अपने लोकाचार, या व्यक्तित्व लेखन का समर्थन कर सकते हैं। अपने मुद्दे को ठीक से सेट करके, आप पाठक को यह समझाने लगते हैं कि आप उसकी देखभाल करने के लिए सही व्यक्ति हैं। इस भाग की योजना बनाते समय निम्नलिखित के बारे में सोचें:

- यह समस्या किस स्थिति पर लागू होती है?
- इसके पीछे क्या कारण हैं?
- क्या हमें यकीन है कि वे, और अन्य नहीं, वास्तविक कारण हैं? हम इसे कैसे सुनिश्चित कर रहे हैं?
- क्या पहले कभी किसी ने इस मुद्दे से निपटने की कोशिश की है?
- यदि हाँ: क्या यह काम किया है? क्यों?
- यदि नहीं: क्यों नहीं?

युक्ति: अपने सारांश का उपयोग यह दिखाने के लिए करें कि आपने मूल्यांकन करने के लिए गहन अनुसंधान किया है और समस्या को कम किया है। केवल वही जानकारी शामिल करें जो आपके विषय के लिए सबसे अधिक प्रासंगिक है, और एक सारांश लिखने से बचें जो क्षेत्र में किसी के लिए स्पष्ट हो।



3. अपने समाधान को परिभाषित करें: यह सीधा और समझने में आसान होना चाहिए। एक बार जब आप समस्या का समाधान कर लेते हैं, तो आप इसे कैसे हल करना चाहेंगे? इसे यथासंभव संकीर्ण (और करने योग्य) प्राप्त करें।

- आपके प्रस्ताव को एक समस्या को परिभाषित करने और एक समाधान की पेशकश करने की आवश्यकता है जो इसे निर्बाध रूप से एड, संशयवादी पाठकों को समर्थन देगा। आपके दर्शकों को जीतने के लिए सबसे आसान भीड़ नहीं हो सकती है। क्या समाधान आप तार्किक और संभव प्रदान कर रहे हैं? आपके इम्प्लिमेंट्स के लिए टाइमलाइन क्या है?
- उद्देश्यों के संदर्भ में अपने समाधान के बारे में सोचें। आपका प्राथमिक उद्देश्य वह लक्ष्य है जिसे आपको अपने प्रोजेक्ट के साथ पूरा करना होगा। माध्यमिक उद्देश्य अन्य लक्ष्य हैं जो आपको उम्मीद है कि आपकी परियोजना को प्राप्त होता है।
- आपके समाधान के बारे में सोचने का एक और उपयोगी तरीका "परिणामों" और "डी-लिवरबेल्स" के संदर्भ में है। परिणाम आपके उद्देश्यों की मात्रात्मक परिणाम हैं। उदाहरण के लिए, यदि आपका प्रस्ताव किसी व्यावसायिक परियोजना के लिए है और आपका उद्देश्य "लाभ में वृद्धि करना" है, तो एक परिणाम "\$ 100,000 से लाभ में वृद्धि" हो सकता है। डिलीवरेबल वे उत्पाद या सेवाएँ हैं जिन्हें आप अपने प्रोजेक्ट के साथ वितरित करेंगे। उदाहरण के लिए, एक विज्ञान परियोजना के लिए एक प्रस्ताव एक वैक्सीन या एक नई दवा "वितरित" कर सकता है। प्रस्तावों के पाठक परिणामों और वितरणों की तलाश करते हैं, क्योंकि वे यह निर्धारित करने के आसान तरीके हैं कि परियोजना का "मूल्य" क्या होगा।



4. शैली के तत्वों को ध्यान में रखें: आपके प्रस्ताव पर निर्भर करता है और जो इसे पढ़ रहा होगा, आपको एक निश्चित शैली को फिट करने के लिए अपने पेपर को पूरा करना होगा। वे क्या उम्मीद करते हैं? क्या वे आपकी समस्या में रुचि रखते हैं?

- आप कैसे प्रेरक बनेंगे? सहमत प्रस्तावों का उपयोग भावनात्मक अपील कर सकता है, लेकिन हमेशा तथ्यों पर तर्क के आधार के रूप में भरोसा करना चाहिए। उदाहरण के लिए, पांडा संरक्षण कार्यक्रम शुरू करने का प्रस्ताव यह उल्लेख कर सकता है कि भविष्य की पीढ़ियों के बच्चों के लिए यह दुखद नहीं होगा कि वे फिर कभी पांडा को न देख सकें, लेकिन यह वहाँ नहीं रुकना चाहिए। प्रस्ताव को मूर्तरूप देने के लिए तथ्यों और समाधानों पर अपने तर्क को आधार बनाना होगा।



5. एक रूपरेखा बनाएं: यह अंतिम प्रस्ताव का हिस्सा नहीं होगा, लेकिन यह आपको अपने विचारों को व्यवस्थित करने में मदद करेगा। सुनिश्चित करें कि आप शुरू करने से पहले सभी प्रासंगिक विवरणों को जानते हैं।

- आपकी रूपरेखा में आपकी समस्या, आपका समाधान, आप इसे कैसे हल करेंगे, क्यों आपका समाधान सबसे अच्छा है, और एक निष्कर्ष शामिल होना चाहिए। यदि आप एक कार्यकारी प्रस्ताव लिख रहे हैं, तो आपको बजट विश्लेषण और संगठनात्मक विवरण जैसी चीजों को शामिल करना होगा।

भाग 2: अपना खुद का प्रस्ताव लिखना



1. के साथ शुरू एक फर्म परिचय: यह एक हुक के साथ शुरू होना चाहिए। आदर्श रूप में, आप चाहते हैं कि आपका पढ़ा-लिखा बिंदु एक से बढ़ा हो। अपने प्रस्ताव को यथासंभव उद्देश्यपूर्ण और उपयोगी बनाएं। जोन में अपने पाठकों को प्राप्त करने के लिए कुछ पृष्ठभूमि जानकारी का उपयोग करें। फिर अपने प्रस्ताव के उद्देश्य को बताएं।

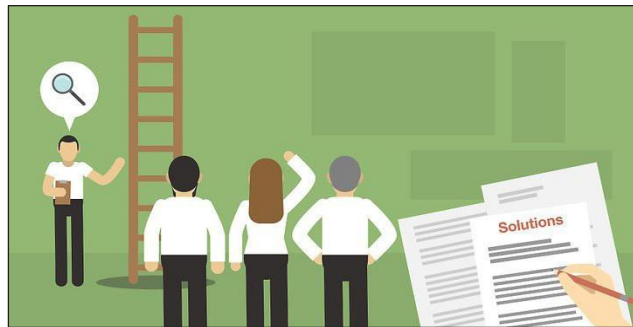
- यदि आपके पास कोई स्टार्क तथ्य है जो इस बात पर कुछ प्रकाश डालता है कि मुद्दे को तुरंत संबोधित करने की आवश्यकता क्यों है, तो यह एक सुरक्षित शर्त है जो आप के साथ शुरू कर सकते हैं। जो कुछ भी है, सुनिश्चित करें कि आप जो शुरू करते हैं वह एक तथ्य है और एक राय नहीं है।



2. समस्या का वर्णन करें: परिचय के बाद, आप शरीर में, अपने काम का मांस प्राप्त करेंगे। यहां आपको अपनी समस्या के बारे में बताना चाहिए। यदि आपके पाठकों को परिस्थिति के बारे में अधिक जानकारी नहीं है, तो उन्हें भरें। अपने प्रस्ताव के "मामलों की स्थिति" अनुभाग के रूप में सोचें। समस्या क्या है? क्या समस्या पैदा कर रहा है? इस समस्या का क्या प्रभाव पड़ता है?

- इस बात पर जोर दें कि आपकी समस्या को हल करने की आवश्यकता क्यों है और अब इसे हल करने की आवश्यकता है। अकेले रहने पर आपके दर्शकों पर इसका क्या असर पड़ेगा? सभी सवालों के जवाब सुनिश्चित करें और उन्हें अनुसंधान और तथ्यों के साथ कवर करें। विश्वसनीय रूप से विश्वसनीय स्रोतों का उपयोग करें।

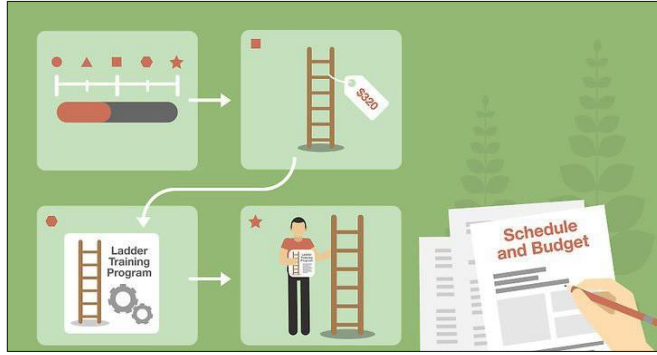
युक्ति: इस मुद्दे को दर्शकों के लिए उतना ही प्रासंगिक बनाएं जितना आप कर सकते हैं। इसे उनकी रुचि या लक्ष्य से सीधे बाँधें जितना आप कर सकते हैं। इसे उनके लिए विशिष्ट बनाएं, और भावनाओं या मूल्यों के लिए सामान्य अपील पर पूरी तरह भरोसा करने से बचें।



3. समाधान का प्रस्ताव: यह यकीनन आपके प्रस्ताव का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा है। समाधान अनुभाग वह जगह है जहां आप इस बात पर ध्यान देते हैं कि आप समस्या का समाधान कैसे करेंगे, आप इसे इस तरह से क्यों करेंगे, और परिणाम क्या होंगे। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपको एक प्रेरक प्रस्ताव मिला है, निम्नलिखित के बारे में सोचें:

- अपने विचारों के बड़े प्रभाव पर चर्चा करें। सीमित प्रयोज्यता वाले विचार पाठकों में उत्साह बढ़ाने की संभावना नहीं रखते हैं क्योंकि ऐसे विचार व्यापक प्रभाव डाल सकते हैं। उदाहरण: "दूना व्यवहार का अधिक ज्ञान हमें एक अधिक व्यापक मानव-आयु रणनीति बनाने और अन्य पीढ़ियों के लिए डिब्बाबंद दूना सुनिश्चित करने की अनुमति दे सकता है।"
- यह जानना कि आप कुछ क्यों करेंगे, यह बताना उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि आप क्या करेंगे। पूर्व-संक्षेप में कहें कि आपके पाठक संदेहवादी हैं और आपके विचारों को अंकित मूल्य पर स्वीकार नहीं करेंगे। यदि आप 2,000 जंगली दूना का कैच-एंड-रिलीज़ अध्ययन करने का प्रस्ताव कर रहे हैं, तो क्यों? क्यों कुछ और से बेहतर है? यदि यह किसी अन्य विकल्प से अधिक महंगा है, तो आप सस्ते विकल्प का उपयोग क्यों नहीं कर सकते? इन प्रश्नों को पहचानना और संबोधित करना यह दिखाएगा कि आपने सभी कोणों से अपने विचार पर विचार किया है।

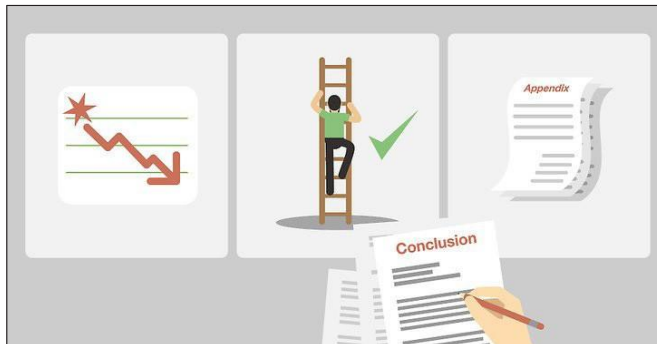
- आपके पाठकों को यह सुनिश्चित करने के लिए कि आप समस्या को प्रभावी ढंग से हल कर सकते हैं शाब्दिक रूप से आप जो कुछ भी लिखते हैं, उसे या तो समस्या का समाधान करना चाहिए या उसे हल करना चाहिए।
- अपने प्रस्ताव पर विस्तृत शोध करें। जितने अधिक उदाहरण और तथ्य आप अपने ऑड-ईवन को दे सकते हैं, उतना ही बेहतर होगा - यह बहुत अधिक ठोस होगा। अपनी राय से बचें और दूसरों के कठिन शोध पर भरोसा करें।
- यदि आपका प्रस्ताव यह साबित नहीं करता है कि आपका समाधान काम करता है, तो यह पर्याप्त समाधान नहीं है। यदि आपका समाधान संभव नहीं है, तो इसे निक्स करें। अपने समाधान के परिणामों के बारे में भी सोचें। यदि संभव हो तो इसे पूर्व परीक्षण करें और यदि आवश्यक हो तो अपने समाधान को संशोधित करें।



4. शेड्यूल और बजट शामिल करें: आपका प्रस्ताव एक निवेश का प्रतिनिधित्व करता है। अपने पाठकों को यह समझाने के लिए कि आप एक अच्छा निवेश हैं, अपने समय और बजट के बारे में अधिक से अधिक विस्तृत, ठोस जानकारी प्रदान करें।

- आप परियोजना शुरू करने की कल्पना कब करते हैं? किस गति से प्रगति होगी? प्रत्येक चरण दूसरे पर कैसे बनता है? क्या कुछ चीजें एक साथ की जा सकती हैं? जितना संभव हो उतना सावधानीपूर्वक आपके पाठकों को विश्वास दिलाएगा कि आपने अपना होमवर्क किया है और अपने पैसे बर्बाद नहीं करेंगे।
- सुनिश्चित करें कि आपका प्रस्ताव वित्तीय रूप से समझ में आता है। यदि आप किसी कंपनी या किसी व्यक्ति को एक विचार दे रहे हैं, तो उनके बजट पर विचार करें। यदि वे आपका प्रस्ताव नहीं उठा सकते, तो यह पर्याप्त नहीं है। यदि यह उनके बजट में फिट बैठता है, तो शामिल करना सुनिश्चित करें कि यह उनके समय और धन के लायक क्यों है।

युक्ति: अस्पष्ट या असंबंधित उद्देश्यों से दूर रहें! विभागों और व्यक्तिगत कर्मचारियों के लिए विशिष्ट विवरण, जिम्मेदारियों और समय प्रतिबद्धताओं को शामिल करें।



5. लपेटें एक निष्कर्ष के साथ: यह आपके परिचय को दर्शाता है, सफलतापूर्वक आपके सामान्य संदेश को लपेटता है। यदि आपके प्रस्ताव के परिणाम नहीं हो रहे हैं, तो उन्हें संबोधित करें।

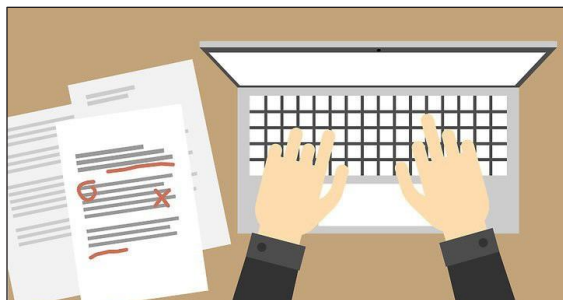
अपने प्रस्ताव के लाभों को सारांशित करें और घर चलाएं कि लाभ लागतों से आगे निकल जाएं। अपने दर्शकों को छोड़ आगे की सोच। और, हमेशा की तरह, उनके विचार और समय के लिए धन्यवाद।

- यदि आपके पास अतिरिक्त सामग्री है जो आपके प्रस्ताव में बिल्कुल फिट नहीं है, तो आप एक परिशिष्ट जोड़ना चाह सकते हैं। लेकिन यह जान लें कि यदि आपका पेपर बहुत अधिक भारी है, तो यह लोगों को डरा सकता है। यदि आप संदेह में हैं, तो इसे छोड़ दें।
- यदि आपके पास दो या अधिक परिशिष्ट आपके प्रस्ताव से जुड़े हैं, तो उन्हें A, B, आदि अक्षर दें। यदि आप डेटा शीट, लेखों के पुनः चिह्न, या समर्थन के पत्र और इस तरह का उपयोग कर सकते हैं।



6. अपना काम संपादित करें: प्रस्ताव लिखने, संपादन और डिजाइन करने में सावधानी बरतें। इसे स्पष्ट और संक्षिप्त बनाने के लिए nools- सररी के रूप में संशोधित करें, दूसरों को समालोचना करने और इसे संपादित करने के लिए कहें, और सुनिश्चित करें कि प्रस्तुति आकर्षक और आकर्षक होने के साथ-साथ संगठित और सहायक भी हो।

- अपने काम के दौरान आँखों का एक और सेट (या दो) पहें। वे उन मुद्दों को उजागर करने में सक्षम होंगे जिनके बारे में आपका दिमाग अंधा हो गया है। ऐसे मुद्दे हो सकते हैं जिन्हें आपने पूरी तरह से संबोधित नहीं किया है या जिन प्रश्नों को आपने ओपन-एंड छोड़ा है।
- शब्दजाल और cliches को खत्म! ये आपको आलसी दिखते हैं और आपके खड़े होने के तरीके से पता चल सकता है। जब एक छोटा शब्द भी अच्छा करेगा तब एक लंबे शब्द का उपयोग न करें।
- जब भी संभव हो पैसिव वॉइस से बचें। निष्क्रिय आवाज़ क्रियाओं के "होने" के रूपों का उपयोग करती है और आपके अर्थ को अस्पष्ट बना सकती है। इन दो वाक्यों की तुलना करें: "खिड़की को ज़ोंबी से तोड़ दिया गया था" और "ज़ोंबी ने खिड़की को तोड़ दिया।" पहले में, आप नहीं जानते कि किसने खिड़की तोड़ी: क्या यह ज़ोंबी था? या ज़ोंबी द्वारा खिड़की थी और बस भी टूट गया? दूसरे में, आप वास्तव में जानते हैं कि किसने ब्रेकिंग किया और यह महत्वपूर्ण क्यों है।
- मजबूत, प्रत्यक्ष भाषा का उपयोग करें और अपने प्रस्ताव को क्वालीफायर और अतिरिक्त फेटासिंग से बचाने से बचें। उदाहरण के लिए, "मेरा मानना है कि ...," या "यह समाधान सहायता कर सकता है ..." जैसे वाक्यांशों का उपयोग करने के बजाय, "प्रस्तावित योजना गरीबी दर को काफी कम कर देगी।"



7. अपना काम प्रूफरीड करें: एडिटिंग कंटेंट को जितना हो सके उतना स्पष्ट और संक्षिप्त करने पर केंद्रित है

इसे बनाओ। प्रूफरीडिंग यह सुनिश्चित करती है कि आपकी सामग्री गलतियों से मुक्त हो। किसी भी वर्तनी, व्याकरण, या विराम चिह्नों को पकड़ने के लिए अपने प्रस्ताव को ध्यान से देखें।

- आपके अंत में कोई भी गलती आपको कम शिक्षित और कम विश्वसनीय दिखेगी, जिससे आपकी स्वीकृति की संभावना कम हो जाएगी।
- यह सुनिश्चित करें कि आपके प्रारूपण में दिशानिर्देशों की जो भी आवश्यकता है, उसके अनुरूप है।

कैसे लिखना है एक व्यावसायिक प्रस्ताव

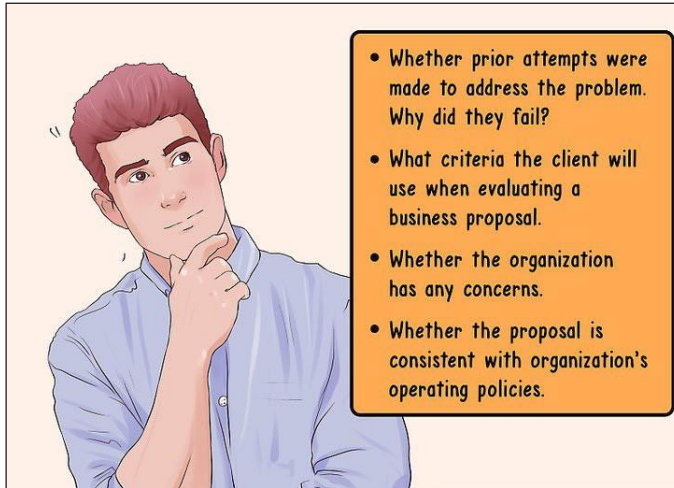
जब आप उत्पादों या सेवाओं को किसी अन्य व्यवसाय की पेशकश करते हैं तो आपको एक व्यवसाय प्रस्ताव का मसौदा तैयार करना होगा। आप रिक्वेस्ट फॉर प्रोजेक्ट (आरएफपी) के जवाब में एक व्यावसायिक प्रस्ताव का मसौदा तैयार कर सकते हैं, जो कि व्यापार- es या सरकारी एजेंसियां भेजती हैं, जब उन्हें कोई विशेष समस्या होती है जिसके लिए उन्हें मदद की आवश्यकता होती है। एक व्यावसायिक प्रस्ताव को समस्या की पहचान करनी चाहिए, एक समाधान का प्रस्ताव करना चाहिए और यह बताना चाहिए कि आप समस्या को हल करने के लिए सबसे अच्छे व्यक्ति क्यों हैं। एक व्यवसाय प्रस्ताव एक व्यवसाय योजना नहीं है, जो एक अलग दस्तावेज है।

भाग 1: बिजनेस प्रोजेक्ट की शुरुआत



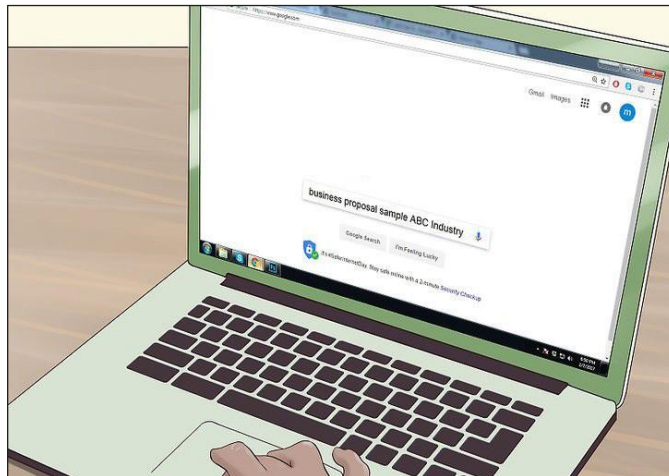
1. प्रस्ताव के लिए अनुरोध को ध्यान से पढ़ें: आरएफपी प्राप्त करने के जवाब में आप एक व्यवसाय प्रस्ताव प्रस्तुत कर सकते हैं। बड़े व्यवसायों और सरकारी एजेंसियों को माल या सेवाओं की आवश्यकता होने पर आरएफपी भेजते हैं। उदाहरण के लिए, जिस व्यवसाय पर मुकदमा चल रहा है, वह विभिन्न कानून फर्मों को आरएफपी भेज सकता है, उन्हें एक व्यवसाय प्रस्ताव प्रस्तुत करने के लिए कह सकता है। वैकल्पिक रूप से, सरकार एक आरएफपी भेज सकती है जब उन्हें किसी उत्पाद की आपूर्ति खरीदने की आवश्यकता होती है। आरएफपी में कुछ निश्चित जानकारी होनी चाहिए जिसे आपको अपने व्यवसाय के प्रस्ताव को तैयार करने से पहले पूरी तरह से समझ लेना चाहिए।

- सुनिश्चित करें कि आप आरएफपी में वर्तनी के अनुसार ग्राहक की आवश्यकताओं को पूरा कर सकते हैं। परीक्षा के लिए, कृपया, यदि आप बजट के अंतर्गत नहीं आ सकते हैं या ग्राहक की समय-सीमा को पूरा नहीं कर सकते हैं, तो आपको एक प्रस्ताव प्रस्तुत नहीं करना चाहिए।
- आरएफपी के जवाब में आपको व्यवसाय प्रस्ताव प्रस्तुत करने की आवश्यकता नहीं है। इसके बजाय, आप अपने व्यवसाय के लिए अपनी सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं।



2. प्रश्न पूछें: आप चाहते हैं कि आपका व्यवसाय प्रस्ताव ग्राहक की वास्तविक जरूरतों का जवाब दे। इसका मतलब क्लाइंट को पूरी तरह से समझना और आरएफपी में किसी भी भ्रम को दूर करना है। आपको हमेशा क्लाइंट के जूते में कदम रखना चाहिए और उनके दृष्टिकोण से समस्या को देखने की कोशिश करनी चाहिए। इस समर्थक उपकरण में मदद करने के लिए, आपको कॉल करना चाहिए और निम्नलिखित के उत्तर प्राप्त करने चाहिए:

- क्या समस्या के समाधान के लिए पहले प्रयास किए गए थे। वे असफल क्यों हुए?
- व्यावसायिक प्रस्ताव का मूल्यांकन करते समय ग्राहक किन मानदंडों का उपयोग करेगा।
- क्या संगठन की कोई चिंता है।
- संगठन की संचालन नीतियां। आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि आपका प्रस्ताव इन नीतियों के अनुरूप है।



3. अपने दस्तावेज़ को प्रारूपित करें: आप चाहते हैं कि आपका व्यवसाय प्रस्ताव पठनीय हो। इसका मतलब है कि फ्रॉन्ट एक आकार और शैली में होना चाहिए जो पाठक के साथ सहज हो। आम तौर पर, आप टाइम्स न्यू रोमन 12 बिंदु का उपयोग कर सकते हैं।

- आप अपने उद्योग में उपयोग किए गए नमूना प्रस्तावों को भी देख सकते हैं। अपने पसंदीदा खोज इंजन में "व्यापार प्रस्ताव नमूना" और फिर "आपका उद्योग" टाइप करें।

- ऑनलाइन व्यापार प्रस्ताव टेम्पलेट भी हैं। एक का उपयोग करने से आपके व्यवसाय को पेशेवर रूप मिल सकता है।

The image shows a business proposal form template with the following fields and values:

- Add a title page** (Header)
- your name**: Jane Doe
- your company's name**: ABC Industry
- person you are submitting to**: Submitted to: John Smith
- date submitted**: 17-1-2017

4. एक शीर्षक पृष्ठ जोड़ें: आपके पास अपने व्यवसाय प्रस्ताव के कवर के रूप में एक शीर्षक पृष्ठ होना चाहिए। शीर्षक पृष्ठ में निम्नलिखित जानकारी शामिल होनी चाहिए:

- आपका नाम।
- आपकी कंपनी का नाम।
- उस व्यक्ति का नाम जिसे आप प्रस्ताव प्रस्तुत कर रहे हैं।
- जिस तिथि को आपने प्रस्ताव प्रस्तुत किया था।

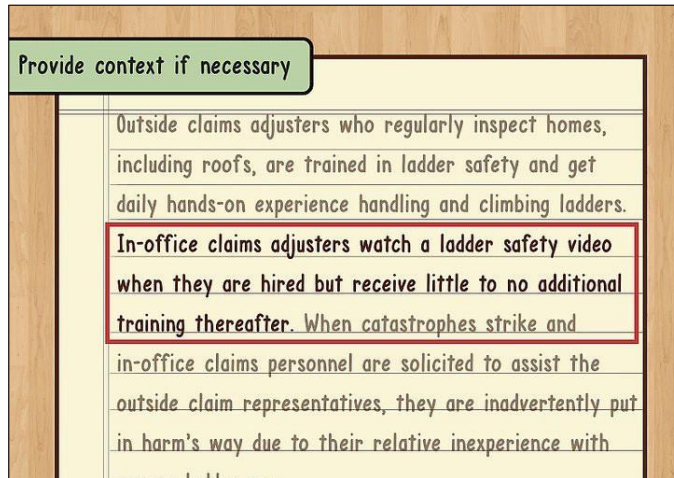
The image shows a business proposal form template with the following text:

Introduce the problem

Outside claims adjusters who regularly inspect homes, including roofs, are trained in ladder safety and get daily hands-on experience handling and climbing ladders. In-office claims adjusters watch a ladder safety video when they are hired but receive little to no additional training thereafter. When catastrophes strike and in-office claims personnel are solicited to assist the outside claim representatives, they are inadvertently put in harm's way due to their relative inexperience with proper ladder use.

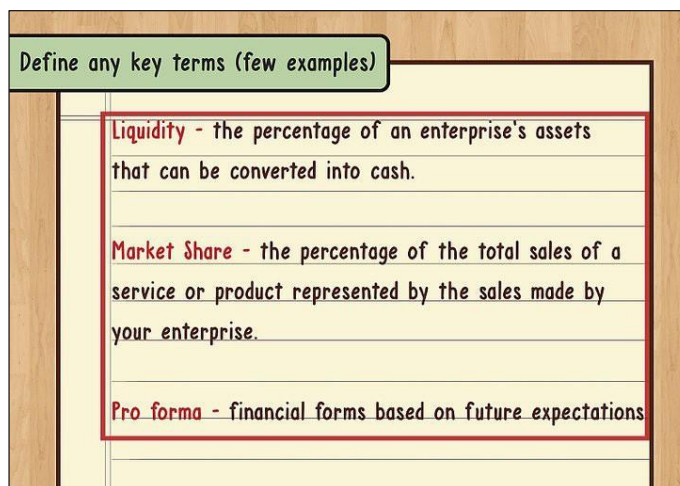
5. परिचय कराना समस्या या व्यवसाय की आवश्यकता: एक व्यावसायिक प्रस्ताव एक समस्या की पहचान करता है और एक समाधान का प्रस्ताव करता है। तदनुसार, आपको क्लाइंट की समस्या को सरल और स्पष्ट भाषा में पहचानकर शुरू करना चाहिए। मौजूदा स्थिति में क्लाइंट के लिए समस्या क्यों है।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "मैथिस जिम को लेखांकन और पेरोल सेवाओं की आवश्यकता है क्योंकि व्यवसाय बढ़ता है और अधिक कर्मचारियों को काम पर रखता है। वर्तमान में, सभी लेखांकन प्रबंधन द्वारा किया जाता है, जिसे लेखांकन में समय की बढ़ती मात्रा को समर्पित करना चाहिए। इस कार्य को आउटसोर्स करने से, प्रबंधन अन्य व्यावसायिक प्राथमिकताओं पर ध्यान केंद्रित कर सकता है, जैसे बाजार-आईएनजी और नए बाजार में प्रवेश करना।"



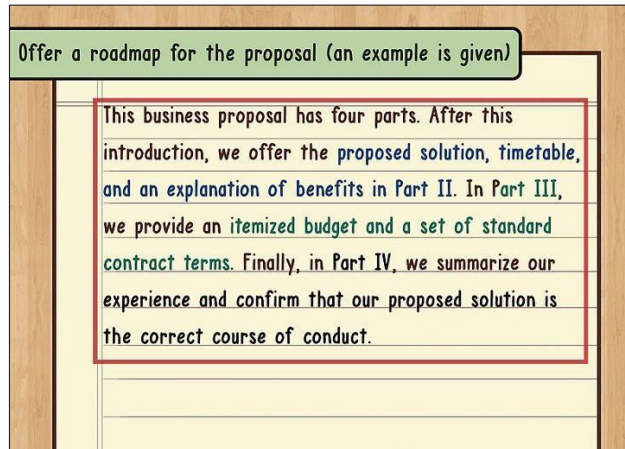
6. यदि आवश्यक हो तो संदर्भ प्रदान करें: आपको संदर्भ समझाने की आवश्यकता हो सकती है ताकि पाठक प्रस्ताव को समझ सकें। उदाहरण के लिए, आपको पाठक के लिए निम्नलिखित की पहचान करने की आवश्यकता हो सकती है:

- यदि किसी पिछले समाधान का प्रयास और असफल रहा है।
- क्या किसी ने आपको व्यावसायिक प्रस्ताव लिखने के लिए कहा है।
- आप प्रोजेक्ट में कैसे शामिल हुए या समस्या से अवगत हुए।



7. किसी भी महत्वपूर्ण शब्द को परिभाषित करें: हालाँकि आपका व्यवसाय प्रस्ताव सरल और स्पष्ट भाषा में लिखा जाना चाहिए, लेकिन ऐसी शर्तें भी हो सकती हैं जिन्हें आपको पाठक के लिए परिभाषित करने की आवश्यकता है। याद रखें कि आप अपना व्यवसाय प्रस्ताव प्रस्तुत कर सकते हैं। एक क्रय विभाग जो उद्योग के शब्दजाल को समझता है। हालाँकि, अंतिम निर्णय लेने वाला व्यक्ति उद्योग की शर्तों से परिचित नहीं हो सकता है।

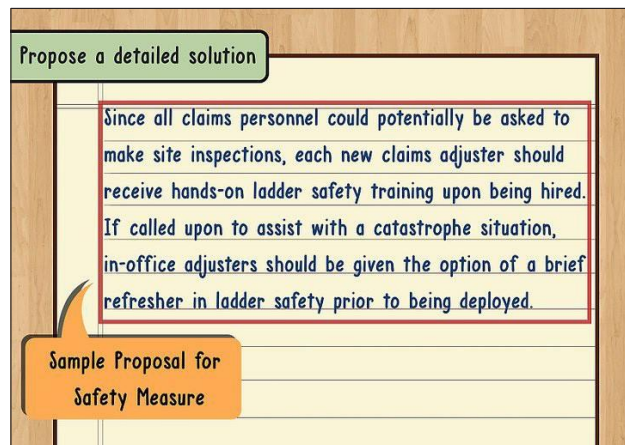
- आप पहले व्यापार प्रस्ताव का मसौदा तैयार कर सकते हैं और फिर किसी भी ऐसे शब्द की पहचान कर सकते हैं जो पाठक के लिए अस्पष्ट हो सकता है।
- यदि आप उन्हें अनूठे तरीके से उपयोग कर रहे हैं, तो शब्दों को भी परिभाषित करें। उदाहरण के लिए, "वित्तीय वर्ष" शब्द को व्यवसाय के आधार पर कई तरीकों से परिभाषित किया जा सकता है।



8. प्रस्ताव के लिए एक रोडमैप पेश करें: यदि आपके पास एक लंबा व्यवसाय प्रस्ताव है, तो आप प्रस्ताव का पालन करने के लिए एक अवलोकन प्रदान करना चाह सकते हैं। आप उन हिस्सों का सारांश प्रस्तुत कर सकते हैं जो अनुसरण करते हैं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "इस व्यवसाय प्रस्ताव के चार भाग हैं। इस परिचय के बाद, हम प्रस्तावित समाधान, समय सारिणी और भाग II में लाभों की व्याख्या प्रदान करते हैं। भाग III में, हम एक आइटम बजट और मानक अनुबंध शर्तों का एक सेट प्रदान करते हैं। अंत में, भाग IV में, हम अपने अनुभव को संक्षेप में प्रस्तुत करते हैं और पुष्टि करते हैं कि हमारा प्रस्तावित समाधान कोर-रेक्ट ऑफ कंडक्ट है।"

भाग 2: अपना प्रस्ताव बनाना



1. विस्तृत समाधान प्रस्तावित करें: किसी समस्या की पहचान करने के बाद, आपको पाठक को बताना होगा कि आप समस्या को हल करने का इरादा कैसे रखते हैं। जितना संभव हो उतना विस्तृत होने की कोशिश करें। वास्तव में, आपका समाधान संभावित ग्राहक को अपने सामान या सेवाओं की पेशकश करना होगा।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं: "एकमे अकाउंटिंग छोटे और मध्यम आकार के व्यवसायों को बढ़ाने के लिए लेखांकन और पेरोल सेर-वाइस में माहिर है। हम निम्नलिखित क्षेत्रों में पूर्ण सेवा प्रदान कर सकते हैं: खाता रखरखाव, इन्वेंट्री अकाउंट बैलेंसिंग, वर्ष के अंत में कर विवरण और सारांश, और मानक वेतन अवधि चेक उत्पत्ति।"
- बुलेट पॉइंट का उपयोग करना बेहतर हो सकता है ताकि यह जानकारी पढ़ने में आसान हो।

Explain the benefits

justify your expected benefits with evidence

- The new process would decrease the likelihood of a claims adjuster being involved in a serious accident, eliminating potential worker's compensation claims, health insurance premiums, poor employee morale, and employees' time off work.
- The new training options would increase the likelihood of in-office adjusters being willing to volunteer their time when a catastrophe strikes by boosting their confidence in their ability to do so safely.

2. अपने समाधान के लाभ बताएं: किसी समस्या को हल करने के अलग-अलग तरीके हो सकते हैं, इसलिए आप यह बताना चाहते हैं कि आपका कारण सबसे अच्छा क्यों है। आप लाभ को सूचीबद्ध करने के लिए बुलेट पॉइंट का उपयोग कर सकते हैं। सामान्य लाभों में व्यवसाय के लिए लागत बचत, गोपनीयता और पेशेवर पूर्व अनुभव शामिल हैं।

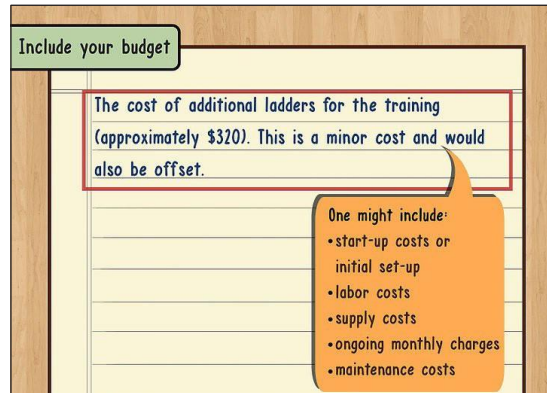
- साक्ष्य के साथ अपने अपेक्षित लाभों को सही ठहराना याद रखें। उदाहरण के लिए, आप उन अध्ययनों पर भरोसा कर सकते हैं जो आपके प्रस्तावित समाधान का पालन करने के लाभ दिखाते हैं।
- यदि कोई अध्ययन उपलब्ध नहीं है, तो आप क्षेत्र के प्रमुख लोगों की टिप्पणी पर भरोसा कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, एक पूर्व ग्राहक इस बात की गवाही दे सकता है कि आपने उनके व्यवसाय के पैसे बचाए हैं।

Lay out your task schedule

The time associated with designing and conducting the initial and subsequent courses (estimated 120 hours for the first year of implementation and 36 hours in subsequent years). The safety of our employees is of utmost important, so even the prevention of one injury is a priceless investment to the company. Additionally, the elimination of potential worker's compensation and health insurance costs, as well as employee time off, would offset the time lost by the training.

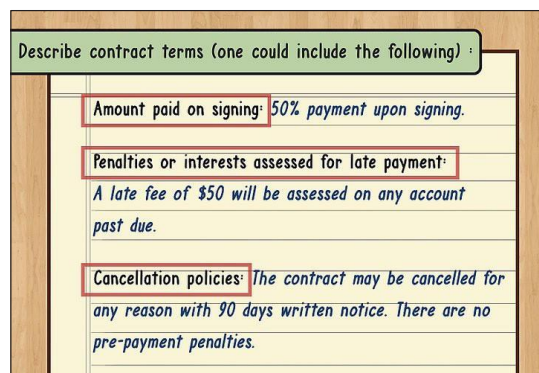
3. अपने कार्य का समय निर्धारित करें: आपको कार्यों को पूरा करने के लिए समयरेखा की व्याख्या करने की आवश्यकता है। यह प्रारंभिक-प्रारंभिक जानकारी है जो भविष्य में बदल सकती है, लेकिन पाठक को यह विचार देना महत्वपूर्ण है कि आप अपने प्रस्ताव को निष्पादित करने के बारे में कैसे जाएंगे।

- आप कुछ मील के पत्थर बिछा सकते हैं। उदाहरण के लिए, यदि आप किसी स्टोर को फिर से तैयार करने का प्रस्ताव रखते हैं, तो आपको उस तारीख को शामिल करना चाहिए जो आप शुरू करेंगे और जब स्टोर फिर से खोलने के लिए तैयार होगा।
- हमेशा समझाएं कि आपकी समयरेखा एक अनुमान है और अन्य कारकों पर आकस्मिक है। निर्माण उदाहरण में, आपको स्थानीय सरकार से आवश्यक प्रति-प्राप्त करने के लिए या एक उपठेकेदार पर भरोसा करके धीमा किया जा सकता है।



4. अपना बजट शामिल करें: बजट व्यावसायिक प्रस्ताव का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा हो सकता है। पाठक को यह जानना होगा कि क्या वे आपकी सेवाओं का खर्च उठा सकते हैं, इसलिए आपको मूल्य निर्धारण के बारे में जानकारी शामिल करनी चाहिए। रूढ़िवादी बनो। उदाहरण के लिए, आप अनुमानित बजट को जोड़ना चाहते हैं और फिर किसी भी अप्रत्याशित परिस्थितियों के लिए 1.5 से गुणा कर सकते हैं। यह उल्लेख करना सुनिश्चित करें कि संख्या केवल अनुमान हैं। प्रस्ताव के आधार पर, आपको निम्नलिखित पर जानकारी शामिल करने की आवश्यकता हो सकती है:

- स्टार्ट-अप की लागत या प्रारंभिक सेट-अप।
- श्रम लागत।
- आपूर्ति की लागत।
- मासिक शुल्क पर।
- रखरखाव की लागत।



5. अनुबंध की शर्तों का वर्णन करें: आपको मुख्य अनुबंध की शर्तों को भी शामिल करना चाहिए ताकि पाठक जिस समझौते को दर्ज कर रहे हैं, उसके बारे में अधिक जानकारी प्राप्त न हो। उदाहरण के लिए, आप निम्न जैसे जानकारी शामिल कर सकते हैं:

- हस्ताक्षर करने पर कितना भुगतान किया जाता है: "हस्ताक्षर करने पर 50% भुगतान।"
- देर से भुगतान के लिए दंड या हितों का मूल्यांकन: "\$ 50 की एक देर की फीस का निर्धारण किसी भी खाते में पिछले देय समय पर किया जाएगा।"
- आपकी रद्द करने की नीतियाँ: "अनुबंध 90 दिनों के लिखित नोटिस के साथ किसी भी कारण से रद्द किया जा सकता है। कोई प्री-पेमेंट पेनल्टी नहीं है।"

भाग 3: व्यापार प्रस्ताव को छोड़कर

Identify your relevant experience

Successfully provided Accounting and Payroll Services to 20 mid-sized businesses (25-100 employees) for the past five years.

1. अपने प्रासंगिक अनुभव को पहचानें: आप चाहते हैं कि पाठक को यह विश्वास हो कि आप व्यवसाय योजना के माध्यम से पालन कर सकते हैं और लागू कर सकते हैं। आपको एक या अधिक समान परियोजनाओं की पहचान करनी चाहिए और आपको प्राप्त सफलता की व्याख्या करनी चाहिए।

- आप ग्राहक गोपनीयता समझौतों द्वारा जो कुछ भी साझा कर सकते हैं उसमें सीमित हो सकते हैं। Neverthe- कम, आप सामान्य शब्दों में पूर्व अनुभव के बारे में बात कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "पिछले पांच वर्षों के लिए 20 मध्यम आकार के व्यवसायों (25- 100 कर्मचारियों) को सफलतापूर्वक लेखांकन और पेरोल सेवाएँ प्रदान की गई हैं।"

Describe who you will bring onto the project

Jane has been professional administrative assistant for the past 15 years. She can help ABC Company meet its goal of providing only the most accurate and timely information to its clients. Please find enclosed her resume.

2. वर्णन करें कि आप परियोजना में किसे लाएंगे: आप सब कुछ करने में सक्षम नहीं हो सकते हैं। इस स्थिति में, आपको यह समझाने की आवश्यकता है कि आप किसकी सहायता करेंगे और कैसे करेंगे। यह भी बताएं कि आप कैसे गारंटी देंगे कि वे सक्षम हैं।

- यदि आप जानते हैं कि आप किसे नियुक्त करेंगे, तो आपको बस-नेस प्रस्ताव के साथ उनके रिज्यूमे को शामिल करना चाहिए।

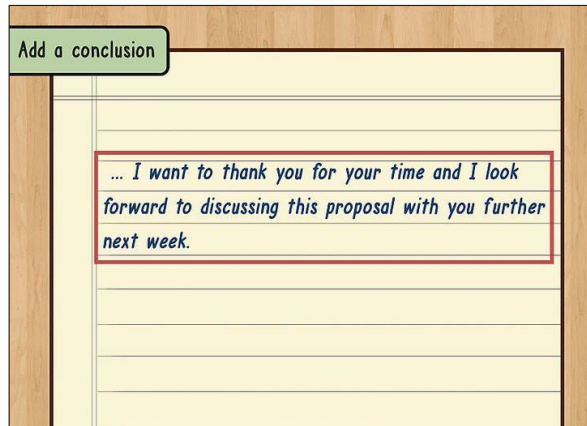
Discuss any anticipated opposition

The resistance of employees to change and follow the new procedures. While there will always be those resistant to change initially, this is not a difficult adjustment to make. However, management may need to visit the issue with employees who are regularly found not adhering to the new policy.

3. किसी प्रत्याशित विरोध पर चर्चा करें: कुछ व्यावसायिक प्रस्तावों को विरोध का सामना करना पड़ सकता है। के लिये उदाहरण के लिए, यदि आपका

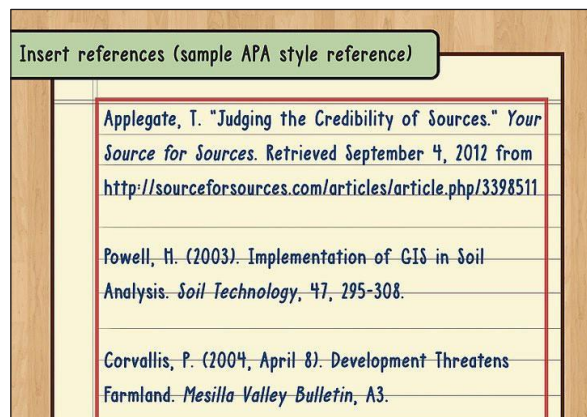
व्यावसायिक प्रस्ताव किसी व्यवसाय की पहचान करने में मदद करता है कि वे किस कर्मचारी को गोली मार सकते हैं, तो आप विरोध पैदा कर सकते हैं। इसके अलावा, यदि आप कंपनी को रिब्रांड करने में मदद करने का प्रस्ताव करते हैं, तो कंपनी के अन्य लोगों को आपत्ति हो सकती है। आपको किसी प्रत्याशित विरोध की पहचान करने और फिर उसका सामना करने की आवश्यकता है:

- प्रत्याशित विरोध को संक्षिप्त करें।
- विपक्ष के उत्पन्न होने की संभावना पर चर्चा करें।
- प्रतिवाद उठाएँ।



4. एक निष्कर्ष जोड़ें: निष्कर्ष में, आपको अपने प्रस्ताव के लाभों को पुनर्स्थापित करना चाहिए। आप संभावित ग्राहक को जवाब देने और नियुक्त करने के लिए एक समय सीमा भी शामिल करना चाह सकते हैं। फिर भी, कुछ व्यवसाय समय सीमा से दूर चले गए हैं, इसलिए आपको अपने उद्योग में उपयोग किए जाने वाले अन्य व्यावसायिक प्रस्तावों को देखना चाहिए जो मानक हैं।

- यह भी याद रखें कि क्लाइंट को आपको सवालों के साथ संपर्क करने और अपनी वेब-साइट पर जाने के लिए प्रोत्साहित करें, यदि वे आपके व्यवसाय के बारे में अधिक जानकारी देखना चाहते हैं।



5. सम्मिलित करें संदर्भ: यदि आप अपने व्यवसाय प्रस्ताव में अध्ययन या अन्य स्रोतों का उल्लेख करते हैं, तो आपको उन्हें अंत में उद्धृत करना होगा। आपको उन्हें अच्छी तरह से ज्ञात शैली का उपयोग करके प्रारूपित करना चाहिए, जैसे कि एपीए शैली।

- स्रोतों की एक सूची को शामिल करने से ग्राहक को आसानी से यह पता चल जाता है कि आप क्या कर रहे हैं और यह सुनिश्चित करें कि जानकारी सही है।



6. अपने व्यावसायिक प्रस्ताव को संशोधित करें: अपने मसौदे को एक या दो दिन के लिए अलग रखें और फिर उसकी समीक्षा करें। टाइपो और गिरा हुआ शब्दों के लिए देखो। टाइपो और लापता शब्दों को पकड़ने के लिए, आप दस्तावेज़ को अंत में पढ़ सकते हैं। अंतिम वाक्य पढ़ें और उसके पहले वाक्य पढ़ें। शुरुआत की ओर अपना काम करें।

- अपनी संख्याओं पर भी पूरा ध्यान दें और सुनिश्चित करें कि वे सटीक हैं।
- आपको आरएफपी और किसी अन्य पत्राचार की भी समीक्षा करनी चाहिए। सुनिश्चित करें कि आपके व्यवसाय का प्रस्ताव ग्राहक द्वारा अनुरोधित कुछ भी याद नहीं कर रहा है।
- यदि आवश्यक हो, तो प्रस्ताव को छोटा करें। आदर्श रूप से, किसी को आठ मिनट में आपके व्यवसाय के प्रस्ताव को पढ़ने में सक्षम होना चाहिए। यदि इससे अधिक समय लगता है, तो अधिक से अधिक सामग्री को परिशिष्ट में स्थानांतरित करने का प्रयास करें।

कैसे लिखना है एक औपचारिक प्रस्ताव

एक "औपचारिक प्रस्ताव" एक वाक्यांश है जिसके दो अलग-अलग अर्थ हैं। व्यवसाय में, उत्पाद या सेवाएं प्रदान करने के लिए एक औपचारिक प्रस्ताव एक प्रकार का प्रस्ताव है। अकादमिक दुनिया में, एक औपचारिक प्रस्ताव किसी प्रकार का अनुसंधान करने के लिए एक पुनरावृत्ति है।

तरीका 1: व्यावसायिक प्रस्ताव लिखना



1. प्रोजेक्ट फॉर प्रोजेक्ट (आरएफपी) का ध्यानपूर्वक अध्ययन करें: कई व्यवसायों या सरकारी एजेंसियों को माल या सेवाओं की आवश्यकता होने पर आरएफपी भेजेंगे। उदाहरण के लिए, जिस कंपनी पर मुकदमा चल रहा है, वह विशिष्ट कानून फर्मों को आरएफपी भेज सकती है, उन्हें एक व्यवसाय प्रस्ताव प्रस्तुत करने के लिए कह सकती है। वैकल्पिक रूप से, ए सरकारी एजेंसी कुछ उत्पाद या सामग्री खरीदने के लिए आरएफपी भेज सकती है। आरएफपी में आम तौर पर ऐसे विवरण होंगे जो

आपको अपने व्यवसाय प्रस्ताव को प्रारूपित करने से पहले पूरी तरह से समझने होंगे।

- सुनिश्चित करें कि आप आरएफपी में उल्लिखित ग्राहक की जरूरतों को प्रदान कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आपको प्रस्तावित बजट, समय की आवश्यकताएं, और ग्राहक द्वारा पहचाने जाने वाले किसी भी अन्य विवरणों को पूरा करने में सक्षम होने की आवश्यकता है।
- आप आरएफपी की प्रतीक्षा किए बिना एक औपचारिक प्रस्ताव प्रस्तुत करना चुन सकते हैं। यदि आप मानते हैं कि कुछ व्यवसाय आपकी सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं, तो आप अपने दम पर उनके पास पहुँच सकते हैं और अपना औपचारिक प्रस्ताव प्रस्तुत कर सकते हैं।



2. ध्यान - बिन करना ग्राहक की जरूरतें: आपके प्रस्ताव को ग्राहक की वास्तविक जरूरतों को पूरा करना चाहिए। एक मजबूत प्रस्ताव लिखने के लिए जो क्लाइंट के लिए उपयोगी होगा और जो आपको असाइनमेंट कमाने में मदद करेगा, आपको क्लाइंट के काम और उस आवश्यकता को समझना चाहिए जिसे आप संबोधित कर रहे हैं। यदि संभव हो, तो आपको जानकारी प्राप्त करने के लिए कंपनी में किसी से संपर्क करना चाहिए। यदि आरएफपी प्रतिस्पर्धी है, तो वे इस बात में सीमित हो सकते हैं कि वे कितनी जानकारी प्रदान कर सकते हैं। फिर भी, आपको प्रयास करना चाहिए और निम्नलिखित कुछ प्रश्नों के उत्तर प्राप्त करने का प्रयास करना चाहिए:

- पता लगाएँ कि क्या समस्या को हल करने के लिए पहले प्रयास किए गए थे। यदि हाँ, तो वे प्रयास विफल क्यों हुए?
- पूछें कि व्यावसायिक प्रस्ताव का मूल्यांकन करते समय ग्राहक किन मानदंडों का उपयोग करेगा।
- पता करें कि क्या कंपनी के पास कोई विशेष चिंता है जिसे आपको संबोधित करना चाहिए।
- कंपनी की परिचालन नीतियों के बारे में पूछें। आपका प्रस्ताव इन नीतियों के अनुरूप होना चाहिए।

MR.J.SMITH	YOUR NAME
	YOUR COMPANY'S NAME
GROUP OF COMPANIES	THE NAME OF THE PERSON YOU ARE SUBMITTING THE PROPOSAL TO
01-01-2017	THE DATE YOU SUBMITTED THE PROPOSAL

3. एक औपचारिक शीर्षक पृष्ठ का उपयोग करें: आपके प्रस्ताव में कवर के रूप में एक शीर्षक पृष्ठ होना चाहिए। शीर्षक पृष्ठ में निम्नलिखित जानकारी शामिल होनी चाहिए:

- आपका नाम।

- आपकी कंपनी का नाम।
- उस व्यक्ति का नाम जिसे आप प्रस्ताव प्रस्तुत कर रहे हैं।
- जिस तिथि को आपने प्रस्ताव प्रस्तुत किया था।



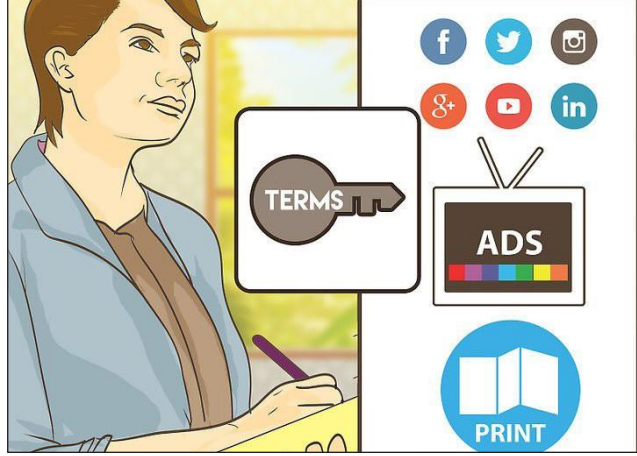
4. उस समस्या का परिचय दें जिसे आप संबोधित कर रहे हैं: औपचारिक प्रस्ताव जिसे आप प्रस्तुत कर रहे हैं, एक समस्या की पहचान करनी चाहिए और एक समाधान का प्रस्ताव करना चाहिए। सरल और स्पष्ट भाषा में ग्राहक की समस्या की पहचान करके शुरू करें। बताएं कि क्लाइंट को यह क्यों देखना चाहिए कि कर्व-रेंट स्थिति की आपकी समझ एक समस्या पेश करती है।

- उदाहरण के लिए, कानूनी सेवाएं प्रदान करने का प्रस्ताव निम्नलिखित प्रस्तावना के साथ शुरू हो सकता है: "हमें लंबित मुकदमेबाजी के बारे में पता है जो आपके कॉम्प-XYZ कॉर्प के अधिग्रहण के संबंध में धमकी दी गई है। हम आपको कानूनी सेवाएं प्रदान करने के लिए यह प्रस्ताव देते हैं।" जरूरत।"



5. अपना प्रस्ताव संदर्भ में रखें: जब तक आप आरएफपी का जवाब नहीं दे रहे हैं, आपको अपने प्रस्ताव का कारण बताने के लिए कुछ पृष्ठभूमि प्रदान करने की आवश्यकता हो सकती है। उदाहरण के लिए, आपको निम्नलिखित की पहचान करने की आवश्यकता हो सकती है:

- पहले के प्रयास जो विफल रहे हैं।
- क्या किसी ने आपको व्यावसायिक प्रस्ताव लिखने के लिए कहा है।
- आप प्रोजेक्ट में कैसे शामिल हुए या समस्या से अवगत हुए।



6. शामिल प्रमुख शब्दों के लिए परिभाषा: कोई विशेष उद्योग शब्दावली या कला की अन्य शर्तें जो आप प्रस्ताव में उपयोग करते हैं, उन्हें स्पष्ट रूप से परिभाषित किया जाना चाहिए। जितना संभव हो, आपको स्पष्ट, सरल भाषा में लिखना चाहिए, लेकिन कुछ तकनीकी शब्दावली आवश्यक हो सकती है। आप अपना प्रस्ताव प्रस्तुत कर सकते हैं, उदाहरण के लिए, क्रय विभाग में कोई व्यक्ति जो उद्योग शब्दजाल को समझता है, लेकिन अंतिम निर्णय से हो सकता है प्रशासन में कोई व्यक्ति जो उद्योग की शर्तों से परिचित नहीं है।

- आप पहले व्यापार प्रस्ताव का मसौदा तैयार कर सकते हैं और फिर किसी भी ऐसे शब्द की पहचान कर सकते हैं जो पाठक के लिए अस्पष्ट हो सकता है।
- यदि आप उन्हें अन्ूठे तरीके से उपयोग कर रहे हैं, तो शब्दों को भी परिभाषित करें। उदाहरण के लिए, "वित्तीय वर्ष" शब्द को व्यवसाय के आधार पर कई तरीकों से परिभाषित किया जा सकता है।



7. विस्तृत समाधान का प्रस्ताव करें: समस्या की पहचान करने के बाद, आप पाठक को बताएं कि आप उस समस्या को कैसे हल करेंगे। जितना हो सके उतना विस्तार प्रदान करें। स्वाभाविक रूप से, आप जो प्रस्ताव पेश करेंगे, वह कंपनी के लिए होगा कि वह आपको या आपकी कंपनी को काम पर रखे या आपके उत्पाद को खरीदे।

- उदाहरण के लिए, आप पेशकश कर सकते हैं: "एकमे अकाउंटिंग छोटे और मध्यम आकार के व्यवसायों को बढ़ाने के लिए लेखांकन और पेरोल सेर-वाइस में माहिर है। हम निम्नलिखित क्षेत्रों में पूर्ण सेवा प्रदान कर सकते हैं: खाता रखरखाव, इन्वेंट्री अकाउंट बैलेंसिंग, वर्ष के अंत में कर विवरण और सारांश, और मानक वेतन अवधि चेक उत्पत्ति। "



8. समझाएं कि आपका समाधान सबसे अच्छा क्यों है: आप या तो कुछ ऐसा सुझा रहे हैं, जिसे ग्राहक ने अभी तक नहीं माना है, यदि आप एक प्रस्ताव पेश कर रहे हैं, जो अनुरोध नहीं किया गया है, या आप अन्य कंपनियों के साथ कॉम-याचिका में हैं, यदि आप एक का जवाब दे रहे हैं आरएफपी। किसी भी स्थिति में, आपको यह बताना चाहिए कि आपके प्रस्ताव में मौजूद समाधान क्लाइंट के लिए सबसे अच्छा विकल्प क्यों है। आप प्रमुख लाभों को उजागर करने के लिए बुलेट पॉइंट का उपयोग करना चाह सकते हैं। सामान्य लाभों में व्यवसाय की लागत बचत, गोपनीयता और पेशेवर विशेषज्ञता शामिल है।

- अपने अपेक्षित लाभों को सही ठहराने के लिए सबूत प्रदान करें। उदाहरण के लिए, यदि आपके पास पढ़ाई या डेटा है जो आपके प्रस्ताव का समर्थन करते हैं, तो आपको उन्हें शामिल करना चाहिए।



9. अपने प्रस्तावित कार्य कार्यक्रम को प्रस्तुत करें: उन कार्यों को पूरा करने के लिए एक समयरेखा शामिल करें जो आपके प्रस्ताव के लिए महत्वपूर्ण हैं। प्रस्ताव के चरण में, यह समझा जाता है कि विवरण भविष्य में बदल सकता है, लेकिन पाठक को कुछ विचार देना जरूरी है कि आप कैसे हैं अपने प्रस्ताव को निष्पादित करने के बारे में जाएगा।

- कुछ मील के पत्थर को हाइलाइट करें। उदाहरण के लिए, यदि आप किसी स्टोर को फिर से तैयार करने का प्रस्ताव रखते हैं, तो आपको अपनी शुरुआत की तारीख और परिष्करण की तारीख को शामिल करना चाहिए, इसलिए ग्राहक को पता चल जाएगा कि स्टोर कब फिर से खुल सकता है।
- एक चेतावनी शामिल करें कि आपका समयरेखा एक अनुमान है और अन्य कारकों पर निर्भर हो सकता है जो आपके नियंत्रण से बाहर हो सकते हैं। उदाहरण के लिए, एक निर्माण कार्य का प्रस्ताव हो सकता है स्थानीय सरकार से आवश्यक परमिट प्राप्त करने के लिए या एक उपठेकेदार पर निर्भर होने से देरी हुई।



10. एक बजट प्रदान करें: ग्राहक को यह जानना होगा कि क्या वे आपकी सेवाओं का खर्च उठा सकते हैं, इसलिए कली- प्राप्त करना आपके प्रस्ताव का सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा हो सकता है। आप समान नौकरी पाने की कोशिश कर रही अन्य कंपनियों के खिलाफ भी प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं। आपको मूल्य निर्धारण के बारे में जानकारी शामिल करनी चाहिए। शंकुधारी बनो। उदाहरण के लिए, आप अनुमानित बजट को जोड़ना चाहते हैं और फिर किसी भी अप्रत्याशित परिस्थितियों के लिए खाते को 1.5 से गुणा कर सकते हैं। एक डिस्क्लेमर बताएं कि संख्या केवल अनुमान है। कुछ विवरण जिन्हें आप शामिल करना चुन सकते हैं वे हैं:

- स्टार्ट-अप की लागत या प्रारंभिक सेट-अप।
- श्रम लागत।
- आपूर्ति की लागत।
- मासिक शुल्क पर।
- रखरखाव की लागत।



11. मुख्य अनुबंध की शर्तें शामिल करें: यदि आपका प्रस्ताव आपके और ग्राहक के बीच अनुबंध अनुबंध का आधार बनाना है, तो आपको मुख्य अनुबंध शर्तें शामिल करनी चाहिए। उदाहरण के लिए, आप निम्न जैसे जानकारी शामिल कर सकते हैं:

- हस्ताक्षर करने पर कितना भुगतान किया जाता है: "हस्ताक्षर करने पर 50% भुगतान।"

- देर से भुगतान के लिए दंड या हितों का मूल्यांकन: "\$ 50 की एक देर की फीस का निर्धारण किसी भी खाते में पिछले देय समय पर किया जाएगा।"
- आपकी रद्द करने की नीतियाँ: "अनुबंध 90 दिनों के लिखित नोटिस के साथ किसी भी कारण से रद्द किया जा सकता है। कोई प्री-पेमेंट पेनल्टी नहीं है।"



12. अपने प्रासंगिक अनुभव को रेखांकित करें: question में सेवा या उत्पाद प्रदान करने के लिए चुने जाने के लिए, ग्राहक को यह विश्वास होना चाहिए कि आप व्यवसाय योजना के माध्यम से अनुसरण कर सकते हैं और कार्यान्वित कर सकते हैं। एक या अधिक समान परियोजनाओं का वर्णन करें, जिन पर आपने काम किया है और सफलता की व्याख्या करें। आपने हासिल किया।

- किसी भी ग्राहक गोपनीयता समझौतों से अधिक सावधान न रहें जो आपके पास अन्य clients के साथ हो सकते हैं। फिर भी, आप सामान्य शब्दों में अपने पूर्व अनुभव का वर्णन कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "पिछले पांच वर्षों के लिए 20 मध्यम आकार के व्यवसायों (25-100 कर्मचारियों) को सफलतापूर्वक लेखांकन और पेरोल सेवाएँ प्रदान की गई हैं।"



13. प्रोजेक्ट पर काम करने वाले अन्य लोगों को पहचानें: आप या आपकी कंपनी क्लाइंट की जरूरतों को पूरा करने के लिए सब कुछ करने में सक्षम नहीं हो सकती है। इस स्थिति में, आपको यह बताना चाहिए कि आपको अन्य स्रोतों से आवश्यक समर्थन कैसे मिलेगा। इसके अतिरिक्त, यह बताएं कि आप कैसे गारंटी देंगे कि कोई भी अन्य श्रमिक अपने निर्धारित कार्यों को पूरा करने के लिए सक्षम हैं।

- यदि उपलब्ध हो, तो आपको व्यापार प्रस्ताव के साथ रिज्यूमे भी शामिल करना चाहिए।



14. संदर्भ प्रदान करें: यदि आपका प्रस्ताव अध्ययन, लिखित रिपोर्ट, डेटा संकलन- या अन्य स्रोतों का संदर्भ बनाता है, तो आपको उन्हें अंत में देना चाहिए। एक प्रसिद्ध शैली का उपयोग करके उन्हें प्रारूपित करें, जैसे कि APA शैली।

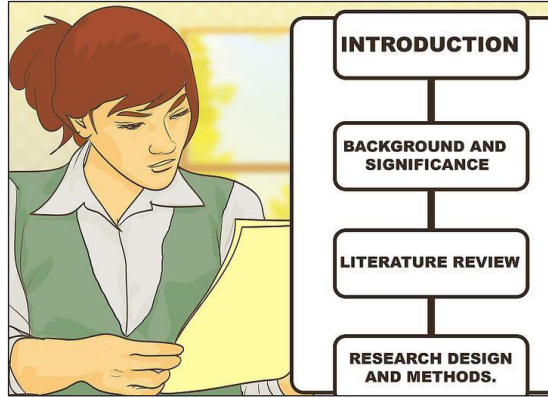
- स्रोतों की एक सूची सहित ग्राहक को आपकी जानकारी को आसानी से सत्यापित करने की अनुमति देता है।
- ग्राहक को प्रश्नों के साथ संपर्क करने के लिए प्रोत्साहित करें। अपनी वेबसाइट प्रदान करें, यदि ग्राहक आपके व्यवसाय के बारे में अधिक जानकारी देखना चाहते हैं।

तरीका 2: लेखन एक शैक्षणिक प्रस्ताव



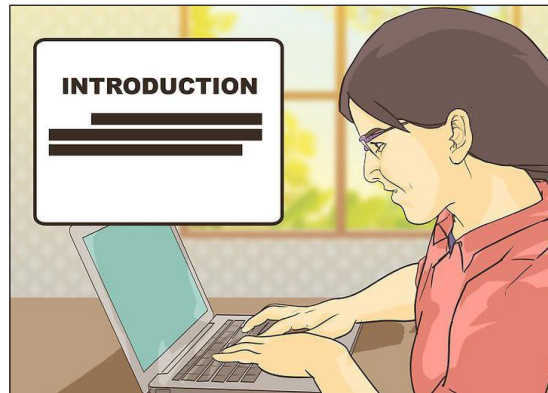
1. अपने शोध के लिए विषय का चयन करके शुरुआत करें: जब तक आप एक ऐसे वर्ग में हों, जहाँ कोई विषय निर्दिष्ट हो - आपको प्रदान की गई एक रैली, आपको अपने शोध के लिए विषय का चयन करना होगा। यह न केवल आपके स्वयं के हितों और विशेषज्ञता पर आधारित होना चाहिए, बल्कि कुछ विशेष प्रश्न का उत्तर देने के लिए शैक्षणिक आवश्यकता पर भी होना चाहिए। अपने विषय का चयन करने में निम्नलिखित प्रश्नों के बारे में सोचें:

- शोध और लेखन के बारे में आपको किन विषयों में रुचि है?
- क्या विषय काफी महत्वपूर्ण है, और क्यों?
- आपके शोध के सवालों के जवाब या अकादमिक सवाल क्या होंगे?
- आपका प्रस्ताव अनुसंधान पर कैसे बनता है जो पहले ही हो चुका है?
- क्या आप आवंटित समय में शोध पूरा कर सकते हैं?



2. अपने प्रस्ताव की संरचना की रूपरेखा तैयार करें: इससे पहले कि आप लिखना भी शुरू करें, आपको अपनी परियोजना और लिखित प्रस्ताव की योजना बनाने की आवश्यकता है। एक रूपरेखा तैयार करके, आप अपने शोध को एक दिशा और उद्देश्य देंगे। सामान्य तौर पर, अधिकांश शैक्षणिक प्रस्तावों में निम्नलिखित खंड शामिल होने चाहिए:

- परिचय,
- पृष्ठभूमि और महत्व,
- साहित्य की समीक्षा,
- अनुसंधान डिजाइन और तरीके,
- निष्कर्ष,
- उद्धरण।



3. एक परिचय के साथ शुरू करें: यह वह खंड होगा जो मूल प्रस्ताव प्रदान करता है और उस विषय की व्याख्या करता है जिसे आप शोध करना चाहते हैं। आप विषय और उन शोध तरीकाओं को पेश करेंगे जिनका आप उपयोग करने की योजना बना रहे हैं। आपको यह भी संक्षेप में बताना चाहिए कि यह विषय विचार करने के लिए पर्याप्त क्यों है। परिचय में, निम्नलिखित प्रश्नों पर विचार करें:

- आपके शोध का मुख्य क्षेत्र क्या है?
- उस समस्या से संबंधित अध्ययन का विशिष्ट विषय क्या है?
- अनुसंधान समस्या का विश्लेषण करने के लिए आप किन तरीकों का उपयोग करेंगे?

- यह शोध क्यों सार्थक है? इसका महत्व क्या है?
- आपके प्रस्ताव की समीक्षा करने वाला कोई व्यक्ति आपके शोध के परिणामों में दिलचस्पी क्यों लेगा?



4. अपनी परियोजना की पृष्ठभूमि और महत्व को स्पष्ट करें: यह आपके प्रस्ताव का वह भाग है जो आपकी परियोजना के कारण को संबोधित करेगा। अपने प्रस्तावित अनुसंधान के लिए अकादमिक संदर्भ स्पष्ट करें। काम के कुछ आधार प्रदान करें जो आपके विशेष विषय पर पहले ही हो चुके हैं, और जहाँ यह छूट गया है। चर्चा करें कि आप वहाँ से कैसे आगे बढ़ेंगे, और आपका प्रस्तावित विषय उस काम के लायक क्यों है, जिसे आप इसमें डालेंगे। इस खंड में, आपको यह दिखाया जाएगा:

- प्राथमिक अनुसंधान समस्या। अपने अध्ययन के उद्देश्य को उस संक्षिप्त परिचय से परे बताएं, जिसकी आपने शुरुआत की थी।
- आपके प्रस्तावित अध्ययन का औचित्य। बताएं कि यह परियोजना क्यों करने योग्य है। किसी को अपने शोध के परिणाम के बारे में परवाह करने के बारे में बताएं और समझाएं।
- आपके शोध द्वारा संबोधित किए जाने वाले प्रमुख मुद्दे या समस्याएं। उन तरीकों को संबोधित करें जिनमें आपका प्रस्ताव विषय के बारे में पिछली मान्यताओं और मान्यताओं पर विस्तार करता है।
- बताएं कि आप अपने शोध के संचालन की योजना कैसे बनाते हैं। आपके द्वारा उपयोग किए जाने वाले प्राथमिक स्रोतों और उनके विश्लेषण में उनके योगदान को परिभाषित करें।
- अपने शोध पर ध्यान दें। अपने विशेष प्रोजेक्ट के लिए सीमाएँ प्रदान करें। यदि संबंधित मुद्दे हैं जिन्हें आप विशेष रूप से संबोधित नहीं कर रहे हैं, तो बताएं कि वे क्या हैं।



5. समीक्षा शैक्षणिक साहित्य के मुख्य स्रोत: चाहे आपके प्रस्ताव में वैज्ञानिक पुनः खोज हों, प्रयोगशाला में खोज, मनोवैज्ञानिक शोध जिसमें मानव विषय या विश्लेषण शामिल हैं

एक आधार। आपके प्रस्ताव का यह खंड है कि अकादमिक साहित्य और आपके प्रोजेक्ट पर इसका प्रभाव। आपको अपने शोध को अधिक संदर्भ में रखने और यह दिखाने की आवश्यकता है कि आप पहले से कैसे काम करते हैं या विरोधाभास करते हैं।



6. अपनी शोध तरीकाओं का वर्णन करें: इस खंड में, आपको बहुत अच्छी तरह से समझाना होगा कि आप क्या करने का इरादा रखते हैं, और आपका प्रस्ताव क्यों करने योग्य है। यह प्राथमिक खंड है जो आपके पाठक को समझाएगा कि आपका प्रस्ताव न केवल लाभदायक है बल्कि अच्छी तरह से योजनाबद्ध और आगे बढ़ने के लायक है। आपको यह दिखाने की आवश्यकता है कि आप जानते हैं कि आप क्या कर रहे हैं और यह कि आपका प्रस्ताव उन सबालों का सबसे अच्छा तरीका है- जो आपने पूर्व खंडों में उठाए हैं। निम्नलिखित विवरण शामिल करें:

- आपके द्वारा किए गए विशिष्ट कार्य और चरण। प्रत्येक चरण के साथ, इसके कारण का विवरण शामिल करें, और उस चरण को समग्र रूप से अनुसंधान परियोजना में कैसे जोड़ा जाएगा।
- अन्य पूर्व अनुसंधान की तुलना। यदि आपकी अकादमिक समीक्षा में अन्य, समान परियोजनाओं या शोध को पाया गया है, तो आपको चर्चा करनी चाहिए कि आपके तरीके कैसे भिन्न होंगे। समझाएं कि अंतर क्यों महत्वपूर्ण है, और आप अपनी पद्धति का उपयोग करके क्या दिखाना चाहते हैं।

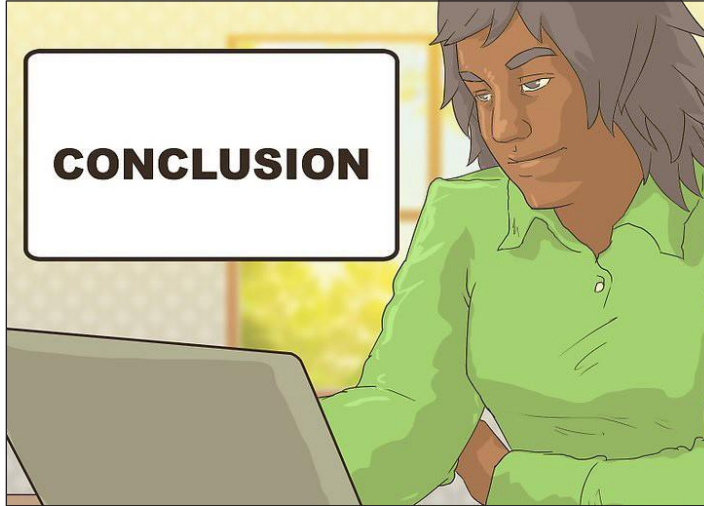


7. अपने प्रस्ताव की सीमाओं को पहचानें: एक औपचारिक प्रस्ताव बनाने की जिम्मेदारी के हिस्से में उन सीमाओं या समस्याओं को पहचानना शामिल है जिनका आप सामना कर सकते हैं। निश्चित रूप से, आप चाहते हैं कि आपका प्रस्ताव स्वीकार कर लिया जाए। हालाँकि, आप स्वीकार नहीं करना चाहते हैं और तब समस्याएं उत्पन्न होती हैं जो आपके पर्यवेक्षकों या समर्थकों को आश्चर्यचकित कर सकती हैं। इस अनुभाग में, आपको निम्नलिखित का उल्लेख करना चाहिए:

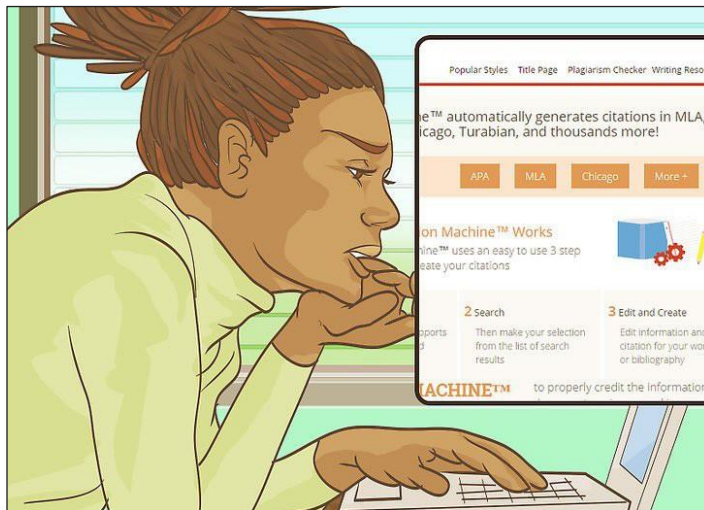
- सामग्री और बजट। यदि आपको अपने शोध के लिए वित्तीय सहायता की आवश्यकता है, तो यह अनुभाग है

एक बजट शामिल करें। आपके द्वारा उपयोग की जा रही सामग्रियों की एक सूची प्रदान करें, और बताएं कि वे आपके काम के लिए महत्वपूर्ण क्यों हैं। यदि अन्य, सस्ती आपूर्ति उपलब्ध हैं, तो बताएं कि आप जो करते हैं उसका उपयोग करने का प्रस्ताव क्यों देते हैं। किसी भी प्रस्ताव पर रखी गई किसी भी सीमा से अवगत रहें।

- संभावित समस्याओं को स्वीकार करें जिनका आप अनुमान लगाते हैं। शुरुआत में, आपको अंतर-विचार करना चाहिए जो उत्पन्न हो सकता है। उन्हें यहां संबोधित करें, और आपको विश्वास है कि आप उन्हें कैसे संबोधित करेंगे।
- एक समयरेखा प्रदान करें।

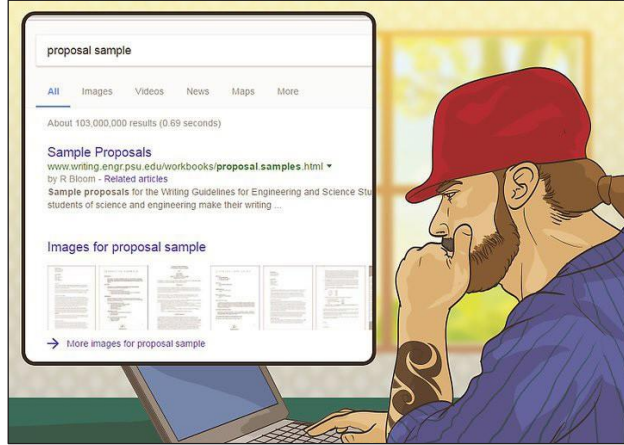


8. लपेटें एक निष्कर्ष के साथ: इस शोध के संचालन के लिए, आवश्यकता को दोहराएं। Sum- अपने उद्देश्य और अपने प्रोजेक्ट डिजाइन के प्रमुख बिंदुओं को बखूबी समझते हैं। पाठक को प्रभावित करें कि आपका प्रस्ताव कुछ महत्वपूर्ण शैक्षणिक प्रश्न को आगे बढ़ाएगा, और समझाएगा कि क्यों। आप चाहते हैं कि पाठक उसी विषय के बारे में समझ, विश्वास और जुनून लेकर आए जो आपके पास है।



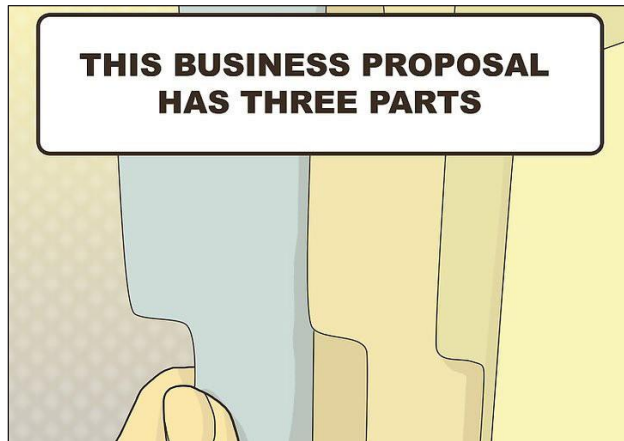
9. अपने उद्धरण प्रदान करें: आपको जो भी प्रारूप सौंपा गया है या जो आपके संस्थान में प्रथागत है, उसका पालन करें। आप संदर्भों की एक सूची या स्रोतों की पूरी ग्रंथ सूची शामिल कर सकते हैं। या तो मामले में, उद्देश्य आपके प्रस्ताव को सही ठहराना है और पाठक को आवश्यक रूप से आपके प्रस्ताव के कुछ हिस्सों की समीक्षा और जांच करने की अनुमति देना है।

तरीका 3: किसी औपचारिक प्रस्ताव के लिए युक्तियाँ याद रखना



1. अपने प्रस्ताव को एक पेशेवर प्रारूप में प्रस्तुत करें: आपका प्रस्ताव पठनीय होना चाहिए और एक मजबूत उपस्थिति प्रस्तुत करना चाहिए। जब तक आरएफपी या आपके निर्देश कुछ अलग नहीं बताते हैं, आपको एक स्पष्ट, पठनीय फ्रॉन्ट का उपयोग करना चाहिए, एक आकार और शैली में जो पाठक के लिए आरामदायक होगा। आम तौर पर, टाइम्स न्यू रोमन 12 बिंदु फ्रॉन्ट एक मजबूत, पेशेवर उपस्थिति प्रस्तुत करता है।

- आप अपने उद्योग में उपयोग किए गए नमूना प्रस्तावों की भी समीक्षा कर सकते हैं। "प्रस्ताव नमूना" के लिए इंटरनेट पर खोजें और अपने विशेष व्यावसायिक क्षेत्र के बारे में कुछ विवरण।
- आपको व्यवसाय प्रस्ताव टेम्पलेट ऑनलाइन भी मिल सकते हैं। इनमें से किसी एक टेम्पलेट का उपयोग करने से आपका प्रस्ताव पेशेवर हो सकता है।



2. प्रदान करें प्रस्ताव के लिए एक रोड मैप: यदि आपका प्रस्ताव लंबा या जटिल है, तो आपको प्रस्ताव का पालन करने का एक अवलोकन देना चाहिए। आप उन हिस्सों को संक्षेप में प्रस्तुत कर सकते हैं जो परिचय का पालन करते हैं।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "इस व्यवसाय प्रस्ताव के चार भाग हैं। इस परिचय के बाद, हम प्रस्तावित समाधान, समय सारिणी और भाग II में लाभों की व्याख्या प्रदान करते हैं। भाग III में, हम एक आइटम बजट और मानक अनुबंध शर्तों का एक सेट प्रदान करते हैं। अंत में, भाग IV में, हम अपने अनुभव को संक्षेप में प्रस्तुत करते हैं और पुष्टि करते हैं कि हमारा प्रस्तावित समाधान कोर-रेक्ट ऑफ कंडक्ट है।"



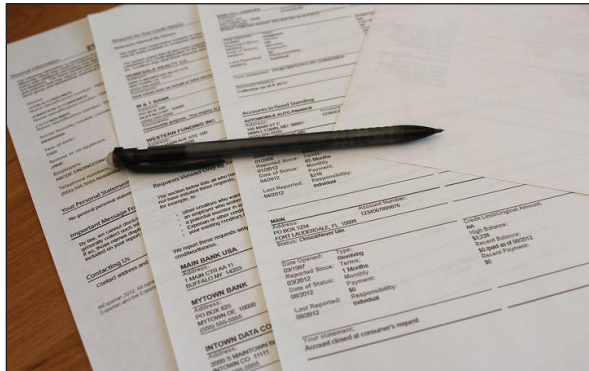
3. इसे सबमिट करने से पहले अपने प्रस्ताव को प्रूफ करें और संपादित करें: जब तक समय महत्वपूर्ण न हो, अपने मसौदे को एक या दो दिन के लिए अलग रखें और फिर उसकी समीक्षा करें। टाइपिंग त्रुटियों और गिरा शब्दों के लिए देखो। अपनी संख्या पर भी ध्यान दें और सुनिश्चित करें कि वे सटीक हैं।

- आपको किसी भी प्रासंगिक पत्राचार के साथ-साथ आरएफपी की फिर से समीक्षा करनी चाहिए। सुनिश्चित करें कि आपके प्रस्ताव में वह सब कुछ है जो ग्राहक ने आपसे अनुरोध किया है कि आप उसे संबोधित करें।
- यदि आवश्यक हो, तो प्रस्ताव को छोटा करें। आदर्श रूप से, किसी को आठ मिनट में आपके प्रस्ताव को पढ़ने में सक्षम होना चाहिए। यदि इससे अधिक समय लगता है, तो इस तरह की सामग्री को परिशिष्ट में स्थानांतरित करने का प्रयास करें।

कैसे लिखना है एक निपटान प्रस्ताव

एक निपटान प्रस्ताव सबसे आम तौर पर ऋण में एक व्यक्ति द्वारा ऋण को कम करने या समाप्त करने के प्रयास को संदर्भित करता है - लेनदार को पूर्ण ऋण का भुगतान करने के लिए एक विकल्प का प्रस्ताव करके उनके ऋण को कम करता है। एक निपटान का प्रस्ताव किसी ऐसे व्यक्ति के लिए एक अच्छा विचार है जो दिवालियापन पर विचार कर रहा है या जो ऐसा महसूस करता है कि वे कुछ का भुगतान कर सकते हैं, लेकिन सभी नहीं, एक ऋण का। लेनदार अक्सर प्रस्तावों को निपटाने के लिए खुले होते हैं क्योंकि वे एक ऐसे ऋण का निपटान करने के लिए एक मूल निवासी की पेशकश करते हैं जो अन्यथा अवैतनिक हो सकता है। नीचे दिए गए चरण आपको एक निपटान प्रस्ताव लिखने और आंशिक या पूर्ण ऋण कटौती के लिए अच्छे शब्दों की तलाश करने के बारे में मार्गदर्शन करेंगे।

कदम



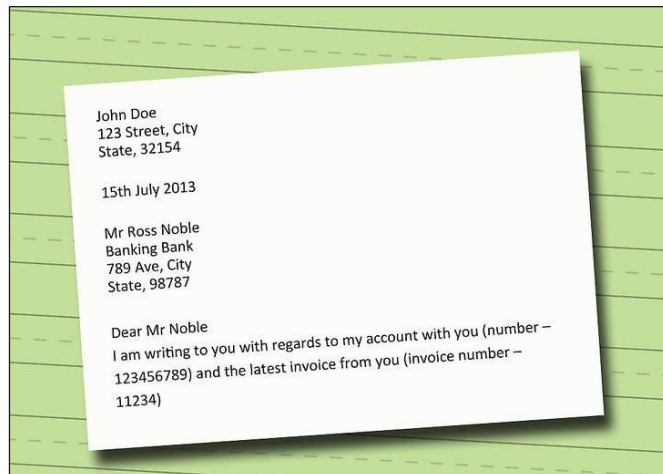
1. अपने ऋणों पर सभी जानकारी एकत्र करें और इसे तिथि के अनुसार क्रमबद्ध करें।



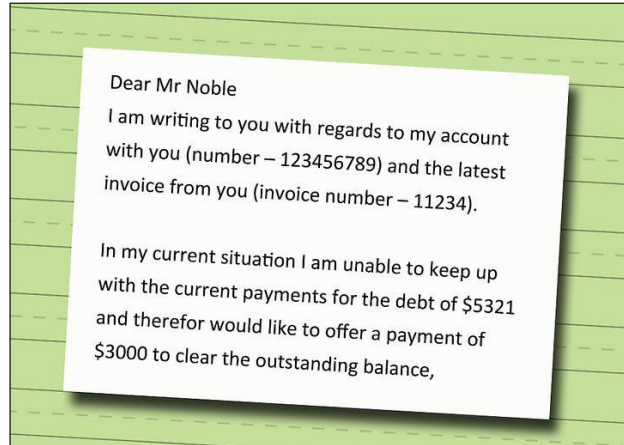
2. तय करें कि आप किस कर्ज का निपटान करना चाहते हैं और कितनी राशि का भुगतान कर सकते हैं। आपको एक ऐसा ऋण चुनना चाहिए जो लंबे समय से अतिदेय हो और जिसे लेनदार यथोचित उम्मीद कर सकता है उसे वापस भुगतान नहीं किया जाएगा।



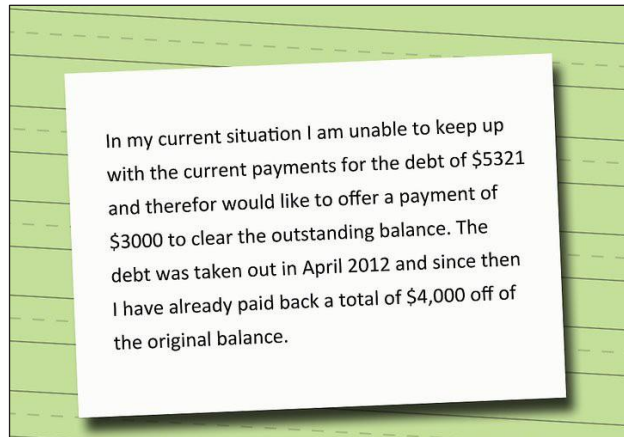
3. अपने निपटान के लिए एक आंकड़ा तय करें: सामान्य तौर पर, एक ऋण निपटान कुल बकाया राशि का लगभग आधा होना चाहिए।



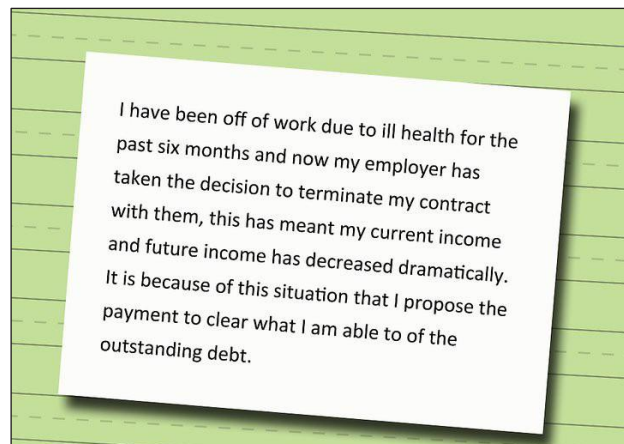
4. लेनदार को अपने पत्र को संबोधित करके और अपने खाते और / या खाता और चालान संख्या सहित नाम से अपना प्रस्ताव शुरू करें।



5. संकेत मिलता है आपके प्रस्ताव का उद्देश्य, जिसमें आप ऋण का भुगतान करना चाहते हैं और वह राशि जिसे आप भुगतान करने के लिए तैयार हैं।



6. ऋण का विवरण, उस तारीख को निकाल दें, जिसमें आपके द्वारा किया गया कोई भुगतान, ब्याज अर्जित, और अन्य विवरण शामिल हैं।



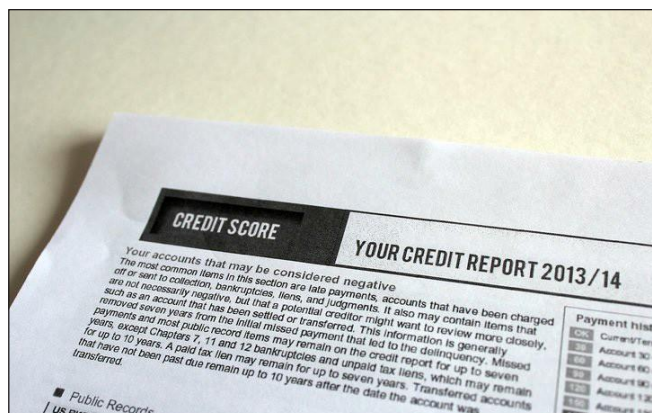
7. उन कारणों के बारे में बताएं, जिनके कारण आप ऋण का भुगतान नहीं कर सकते हैं और आप अन्य ऋणों के बारे में विवरणों का निपटान क्यों कर रहे हैं।

With my income now reduced the amount I spend on repayment of my debt has increased to 40% of my weekly finances.

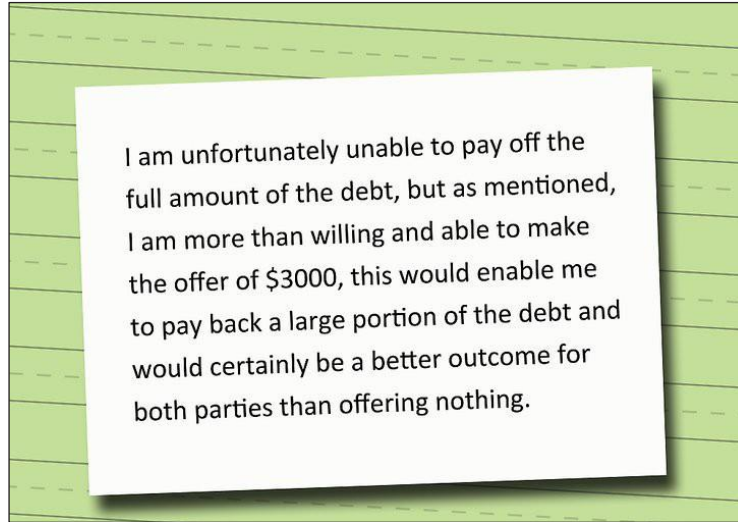
8. संकेत दें कि यह विशिष्ट ऋण लेनदार को समझाने के लिए आपकी समग्र वित्तीय तस्वीर में कैसे फिट बैठता है जिसे आप भुगतान करने का सर्वोत्तम प्रयास कर रहे हैं। यदि आप दिवालियापन पर विचार कर रहे हैं, तो यहां इंगित करें।

With my income now reduced the amount I spend on repayment of my debt has increased to 40% of my weekly finances. I am seeking with this payment of \$3000 that the debt itself be written off.

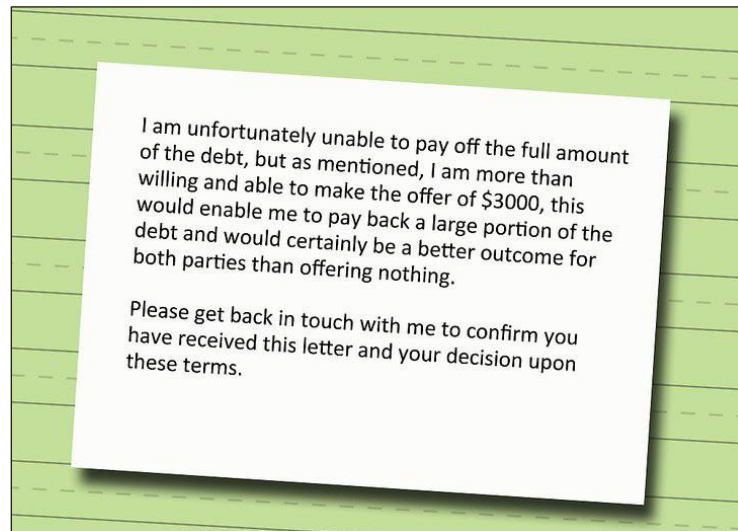
9. भुगतान की शर्तों का प्रस्ताव करें, जिसमें आप ऋण को रद्द करने या केवल ऋण में कमी की मांग कर रहे हैं या भुगतान अनुसूची की पेशकश करते हैं।



10. एक ऋण निपटान के बदले में अनुरोध करें कि लेनदार आपकी क्रेडिट रिपोर्ट में ऋण का उल्लेख हटा दें और आपकी क्रेडिट रेटिंग में सुधार करने का अच्छा प्रयास करें।



11. पत्र को यह दोहराकर बंद करें कि आप ऋण का भुगतान करने में सक्षम नहीं हैं, और यह निपटान प्रस्ताव क्रेडिट कार्ड को कुछ देने के आपके सर्वोत्तम प्रयास का प्रतिनिधित्व करता है।



12. अनुरोध करें कि लेनदार आपके प्रस्ताव को लिखित रूप में प्रतिक्रिया दें, उनकी स्वीकृति, पुनः फ्यूज़ल या नए शब्दों के लिए अनुरोध का संकेत।

बिजनेस के लिए ब्लॉग लिखना

एक बिजनेस ब्लॉग एक स्टैंडअलोन वेबसाइट है जो किसी कंपनी के क्षेत्रों और उसके उप-क्षेत्रों से संबंधित विषय वस्तु के बारे में लिखने के लिए समर्पित है। वे सफल वेब मार्केटिंग के लिए एक मूलभूत और आवश्यक घटक हैं। इस अध्याय में वर्णित विषय व्यवसाय के लिए ब्लॉग लिखने के बारे में बेहतर परिप्रेक्ष्य प्राप्त करने में मदद करेंगे।

बिजनेस ब्लॉग और इसका महत्व

एक बिजनेस ब्लॉग एक स्टैंडअलोन वेबसाइट, या मौजूदा व्यवसाय के डोमेन का अनुभाग है, जो उनकी कंपनी के उद्योग और उसके उप-क्षेत्रों से संबंधित विषय वस्तु के बारे में लिखने के लिए समर्पित है। व्यावसायिक ब्लॉग सफल वेब मार्केटिंग का एक मूलभूत घटक बन गए हैं और अधिकांश ऑनलाइन व्यवसायों द्वारा इसका उपयोग किया जाता है।

ब्लॉग ऑनलाइन व्यवसायों को अधिक ग्राहकों को जोड़ने और एसईओ के लिए सामयिक प्राधिकरण बनाने में मदद करते हैं। कंपनी ब्लॉग की उपयोगिता को अधिकतम करने का प्रयास करते समय निम्नलिखित विचार लागू होते हैं:

- सामग्री के अनूठे टुकड़ों में अत्यधिक प्रासंगिक कीवर्ड वाले ब्लॉग खोज इंजन परिणामों पर उच्च रैंकिंग के साथ इनाम-एड होंगे। कंपनी का खोज इंजन परिणाम जितना अधिक होगा, उतने अधिक संभावित ग्राहक आकर्षित होंगे।
- यदि कोई कंपनी सम्मोहक ब्लॉग सामग्री प्रदान कर सकती है जो महत्वपूर्ण ग्राहक को उत्पन्न करती है, तो यह संभवतः एक वैध ग्राहक भर्ती उपकरण साबित होगा।
- आज के ब्लॉग, मीडिया को एकीकृत करने में आसानी और एक अनोखी आवाज़ के साथ शिक्षित लेखकों की संख्या के लिए धन्यवाद की तुलना में अधिक आकर्षक हैं। वीडियो, चित्र और अन्य मीडिया के लिंक को एक ब्लॉग में एम्बेड किया जा सकता है ताकि यह वास्तव में उपयोगी और अच्छी तरह से गोल हो सके। मोबाइल-फ्रेंडली ब्लॉग किसी भी प्रकार के वेब-फ्रेंडली डिवाइस पर उपयोगकर्ताओं को आसानी से अपनी सामग्री उपलब्ध कराकर उनकी पहुँच को और बढ़ा देते हैं।

हर बिजनेस को एक ब्लॉग क्यों बनाए रखना चाहिए

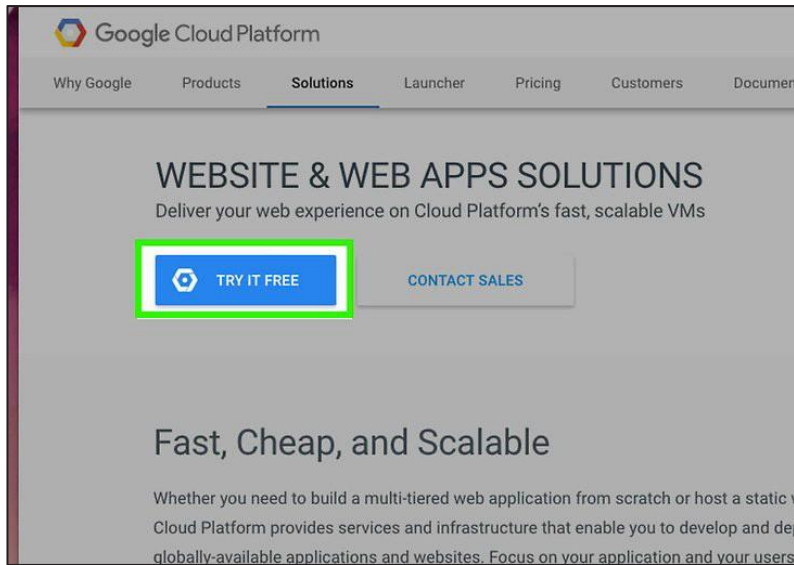
जहां कोई बिजनेस होता है, वहां ऐसे लोग हैं जो इसके बारे में सीखना चाहते हैं। कोई उद्योग कुछ लोगों को कितना ही सांसारिक प्रतीत हो, लेकिन कुछ ऐसे भी हैं जो इस विषय पर सम्मोहक सामग्री पढ़ने के लिए उत्सुक हैं। और उद्योगों में उनके विषय पर ब्लॉगों की बहुतायत के बिना, एक व्यवसाय जल्दी से एक विश्वसनीय स्रोत बन सकता है।

एक ब्लॉग एक वेबसाइट के ऑनलाइन "पदचिह्न" को बढ़ाता है, साथ ही साथ कंपनी को क्षेत्र में एक प्रतिष्ठित स्रोत के रूप में स्थापित करता है। इस तरह की प्रतिष्ठा ऑनलाइन प्रकाशनों और सोशल मीडिया से ध्यान आकर्षित करती है, भविष्य के ग्राहकों और व्यापार भागीदारों के लिए एक व्यवसाय को उजागर करती है।

एक बिजनेस ब्लॉग कैसे बनाएं

अपनी कंपनी के लिए ब्लॉग बनाना और उसका रखरखाव करना एक चुनौतीपूर्ण कार्य हो सकता है। आपको इसे हर दिन अपडेट करना होगा और लेआउट को अपनी वेबसाइटों की तरह दर्शाना होगा।

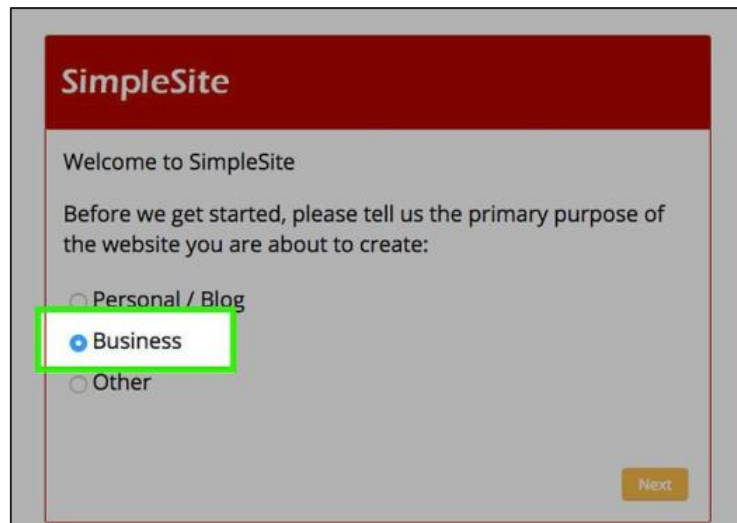
कदम



1. यदि आपके पास पहले से कंपनी की वेबसाइट (ब्लॉग) नहीं है, तो होस्टिंग और एक डोमेन खरीदें।



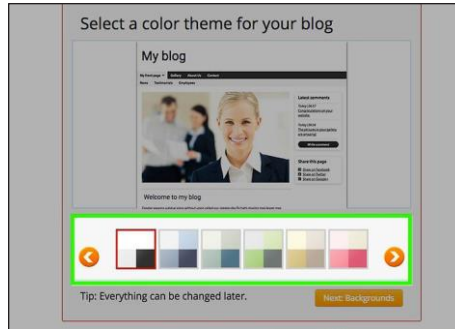
2. आवश्यक ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म चुनें - सबसे अच्छा और सबसे व्यापक रूप से उपयोग किया जाने वाला वर्डप्रेस होता है। टाइपपैड, ब्लॉगर, जंगम प्रकार, और कई अन्य सभी के रूप में अच्छी तरह से उपलब्ध हैं, इसलिए चारों ओर खरीदारी करें और उस चीज़ की तलाश करें जो आपकी आवश्यकताओं के लिए सबसे उपयुक्त हो।



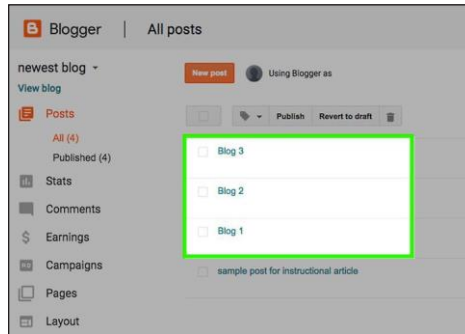
3. अपने व्यवसाय के विपणन उद्देश्यों को विकसित करें: अपने ब्लॉग के लिए एक लेखन शैली और लक्ष्य विकसित करें।

एक व्यवसाय के रूप में आपके ब्लॉग का सबसे महत्वपूर्ण पहलू यह है कि यह एक विलक्षण आवाज/व्यक्तित्व के साथ बोलता है। आपकी लेखन शैली की पसंद यह दर्शाएगी कि पाठक आपकी सामग्री को कैसे देखते हैं और उस पर प्रतिक्रिया करते हैं और (यदि सही तरीके से किया जाता है) तो आपके ग्राहकों के साथ एक गहरा संबंध स्थापित होगा।

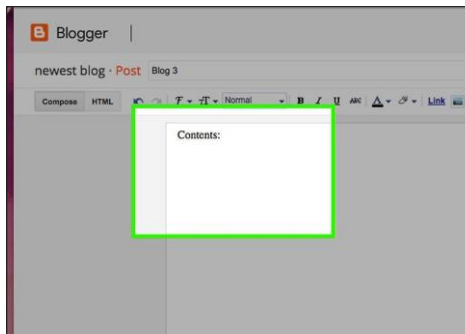
- यह व्यक्तित्व कई रूप ले सकता है और अधिकांश व्यवसायों के लिए उनके मूल मूल्यों से उत्पन्न होता है। यदि आपकी कंपनी मज्जदार और बाहर जाने वाली है, तो आप उनके द्वारा व्यक्त की जाने वाली ऊर्जा या उत्साह पर जोर देने के लिए सभी बड़े अक्षरों में प्रमुख वाक्यांश लिखना चुन सकते हैं। आप सभी छोटे अक्षरों में लिख सकते हैं ताकि पाठ संदेश के साथ बड़े हुए युवा दर्शकों की पहचान हो सके। और इसी तरह।



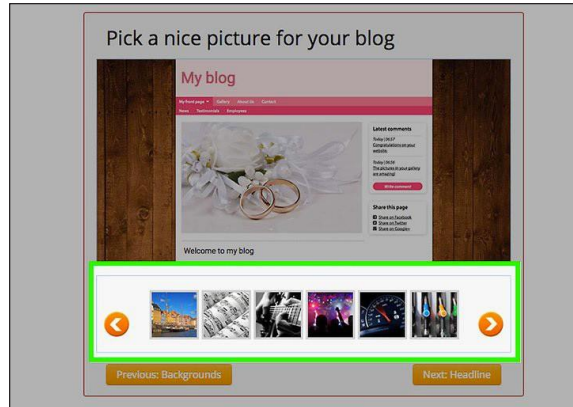
4. ब्लॉग के विषय पर निर्णय लें और एक टेम्पलेट खोजें (या एक वेब डिज़ाइन कंपनी बनाने के लिए किराए पर लें) जो आपकी आवश्यकताओं के लिए सबसे उपयुक्त हो।



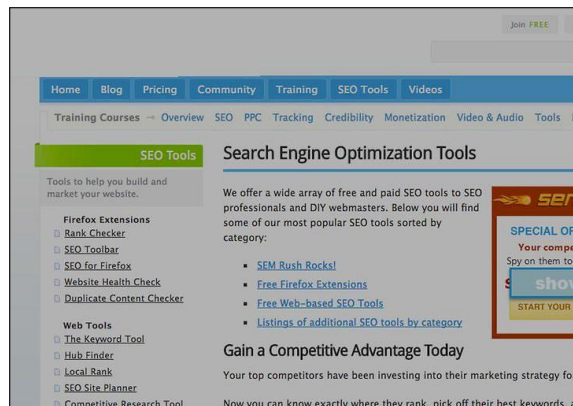
5. निर्धारित करें कि आपकी कंपनी को कितने ब्लॉग की आवश्यकता होगी। यह लगभग 90% मामलों में 1 से अधिक है। आपका व्यवसाय कितना भी छोटा क्यों न हो।



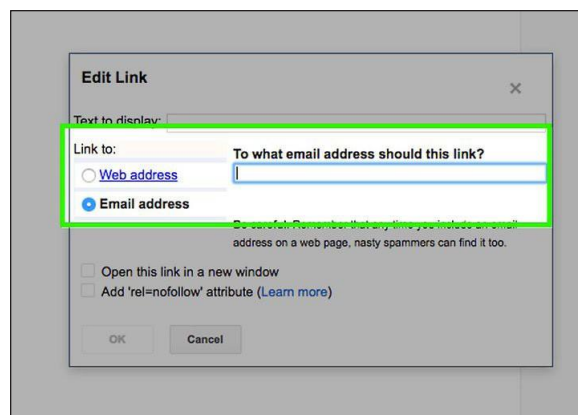
6. तय करें कि कौन ब्लॉगिंग करेगा और सामग्री लिख रहा होगा। यथार्थवादी लक्ष्य निर्धारित करें कि आपकी टीम कितनी बार पोस्ट कर पाएगी। यदि आपके पास समय की कमी है तो दिन में एक बार लिखने के लिए प्रतिबद्ध न हों। इसके बजाय हर दो दिन या सप्ताह में एक बार लिखें।



7. चित्र और वीडियो जोड़ें: लोग आपके व्यवसाय ब्लॉग से जल्दी ऊब जाएंगे यदि यह केवल टेक्स्ट के बड़े ब्लॉक हैं। चित्र और वीडियो जोड़ें ताकि प्रत्येक पोस्ट पर कुछ ऐसा हो जो आंख को पकड़ ले।



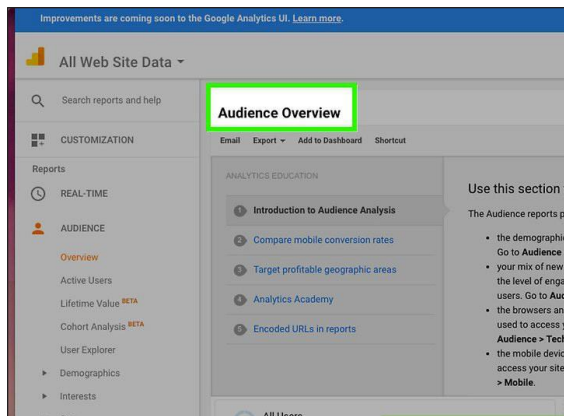
8. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (एसईओ) का उपयोग करें और एक ब्लॉग प्रचार योजना बनाएं। एसईओ का उपयोग करें ताकि गूगल या याहू में विशिष्ट कीवर्ड खोजने वाले उपयोगकर्ताओं को आपका ब्लॉग आसानी से मिल जाए।



9. सदस्यता विकल्प शामिल करें: सुनिश्चित करें कि आप आरएसएस छवि आइकन और लिंक पोस्ट करते हैं जहां आपके ग्राहक इसे देख सकते हैं ताकि वे अपने फ्रीड रीडर में सदस्यता ले सकें। ईमेल के लिए एक विकल्प भी शामिल करें, ताकि ग्राहकों को ईमेल के माध्यम से सतर्क किया जा सके कि कोई नई पोस्ट है। आप एक फेसबुक पेज भी बना सकते हैं, जहां वे अपडेट के लिए आपका अनुसरण कर सकते हैं।



10. एक अनुभाग बनाएं: अधिकांश लोग, जब पहली बार किसी ब्लॉग पर जाते हैं, तो इस बारे में जानना चाहते हैं कि कौन क्या लिख रहा है, वे क्या पढ़ रहे हैं। एक ऐसा पेज बनाएँ जो आपके और आपके व्यवसाय दोनों के बारे में बात करे। अपने मिशन के बयान और कंपनी के इतिहास को शामिल करें।



11. धैर्य रखें: हम में से अधिकांश एक रात भर ब्लॉगिंग सनसनी नहीं होगी। यातायात की एक सुसंगत धारा का निर्माण करने में समय और प्रतिबद्धता लगती है, लेकिन एक बार इसके स्थापित होने के बाद आपके आगंतुक एक आत्म-स्थायी नेटवर्क होंगे, जो 'एक मित्र का मित्र' होगा। एक बार जब आप शुरू करते हैं तो आप पाएंगे कि विषय वस्तु धीरे-धीरे आसान हो जाएगी।

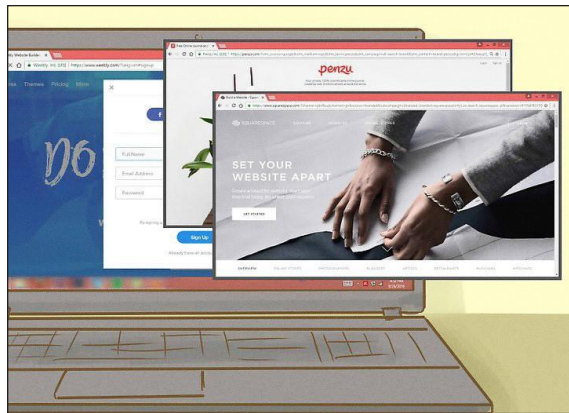


12. एक सलाहकार चुनें जो आपको अधिकतम परिणाम प्राप्त करने में मदद करेगा। विशिष्टताओं, केस स्टडी और संदर्भों के लिए पूछें।

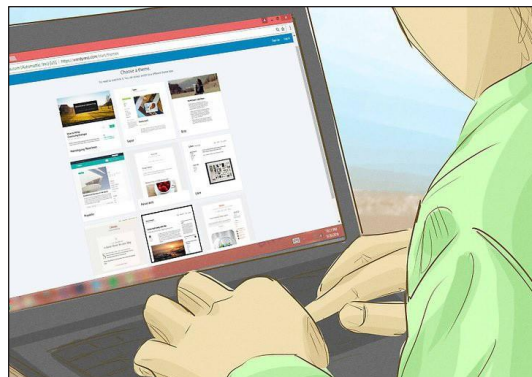
बिजनेस के लिए ब्लॉग का उपयोग कैसे करें

इंटरनेट के माध्यम से अपने व्यवसाय को बढ़ावा देने के लिए ब्लॉग का होना अपेक्षाकृत सस्ता और दर्द रहित तरीका हो सकता है। हालाँकि, इन दिनों सिर्फ एक ब्लॉग होना ही काफी नहीं है। सामग्री मजबूत होनी चाहिए, मार्केटिंग ने इशारा किया, और यदि आप इसे सफल बनाना चाहते हैं तो ब्लॉग को कुछ देखभाल और ध्यान देने की आवश्यकता होगी। सौभाग्य से सीखने की अवस्था बहुत अधिक नहीं है और थोड़ी सी मदद से आपका ब्लॉग आपके व्यवसाय के लिए बेहद फायदेमंद हो सकता है। शोध के अनुसार, ब्लॉग वाली 60% कंपनियों ने नए ग्राहकों को प्राप्त करने के लिए अपने टूल का उपयोग किया है। एक नहीं होने का कोई कारण नहीं है।

तरीका 1: अपना ब्लॉग बनाना



1. एक अच्छा ब्लॉग या वेबसाइट निर्माण साइट खोजें। आप कुछ ऐसा चुनना चाहते हैं जिसके साथ आप सहज महसूस करते हैं, इसलिए यदि आपके पास वर्डप्रेस जैसी किसी चीज़ का अनुभव है, तो शायद आपको उसी के साथ रहना चाहिए। वेब्ली, पेन्ज़ू, और स्क्वेयरस्पेस अन्य सभी उपयोग में आसान मुफ्त ब्लॉग विकल्प हैं। कुछ शोध करें और देखें कि आपको कौन सा सबसे अच्छा लगता है।



2. लक्षित विषय बनाएं जो अलग हो: आपको एक पैलेट प्राप्त करना चाहिए जो वास्तव में आपके ब्लॉग को खड़ा करने में मदद करता है और आगंतुकों को आपकी साइट पर आकर्षित करता है। ऐसा एक चुनने की कोशिश करें जो वास्तव में आपके ब्रांड को फिट करे। अपने लाभ के लिए अपने ब्लॉग का उपयोग करने वाली कंपनियों ने एक विषय चुना है जो उनके ब्रांड के लिए सही रहता है और बहुत लक्षित होता है।

- उदाहरण के लिए यदि आपकी कंपनी परिवारों के लिए स्वास्थ्य भोजन करने में माहिर है, तो सुनिश्चित करें कि विषय का स्वर उस संदेश के अनुरूप हो। आप एक जेट ब्लैक हैलोवीन थीम्ड वेबसाइट नहीं चाहेंगे।



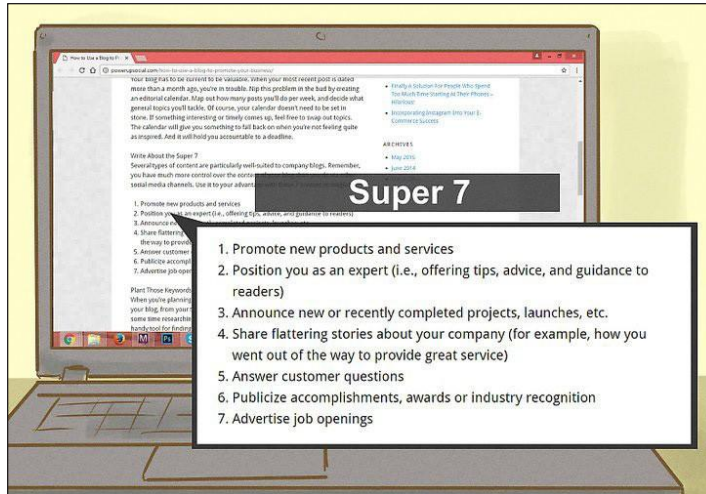
3. अपने लेआउट की योजना बनाएं: आपका लेआउट आंखों पर आसान होना चाहिए लेकिन अधिक महत्वपूर्ण रूप से समझने में आसान होना चाहिए। यदि आपका पाठक उस सामग्री को खोजने की कोशिश में खो जाता है जिसे वे एक्सप्लोर करना चाहते हैं, तो यह एक बहुत बड़ा मोड़ होगा। यदि आप विज्ञापनों का उपयोग करने का निर्णय लेते हैं, तो सुनिश्चित करें कि उन्हें ब्लॉग पर कलात्मक तरीके से रखा गया है। यदि आपके पास विज्ञापन और सामग्री समान स्थान साझा कर रहे हैं जो लोगों को आपकी साइट से दूर कर सकते हैं। आप एक स्कॉल डाउन लुक चुन सकते हैं जहां आपकी सभी सामग्री एक ही पृष्ठ पर दिखाई दे या आप विभिन्न श्रेणियों में फिट होने वाले टैब बनाना चुन सकते हैं। यह आप पर निर्भर करता है, और आप जिस भी ब्लॉग वेबसाइट का उपयोग करना चुनते हैं, वह आपको आसानी से मार्गदर्शन करेगी।

तरीका 2: सामग्री बनाना



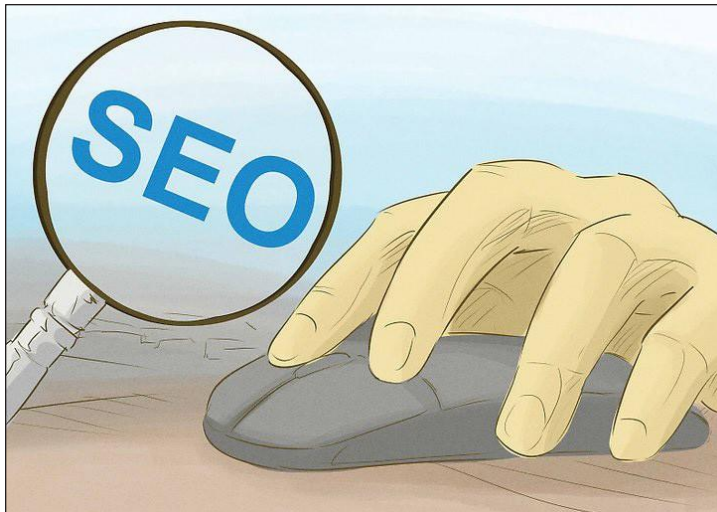
1. यह तय करें कि आप किस प्रकार की सामग्री बनाना चाहते हैं: आपकी सामग्री को एक विशिष्ट दर्शक की ओर लक्षित करने की आवश्यकता है, एक विशिष्ट लक्ष्य को ध्यान में रखते हुए। अन्यथा यह इच्छा-क्षय और सभी जगह समाप्त हो जाएगा। यदि आप यह भी सुनिश्चित नहीं कर रहे हैं कि आप अपने ब्लॉग पर क्या लिख रहे हैं, तो आप आगंतुकों को कैसे आकर्षित करने जा रहे हैं? इस चरण की योजना बनाने के लिए कुछ समय लें।

- उदाहरण के लिए, यदि आप परिवारों के लिए स्वास्थ्य भोजन के बारे में ब्लॉग लिख रहे हैं, तो आप यह सुनिश्चित करना चाहेंगे कि आपकी सामग्री लक्षित रहे। प्रो-राइटर्स के लिए स्वास्थ्य भोजन के बारे में लिखना शुरू न करें - उन लोगों से चिपके रहें जिन्हें आप अपने ब्लॉग की मार्केटिंग करने की योजना बनाते हैं।
- इस बारे में सोचें कि आप प्रति सप्ताह ब्लॉग पर कितनी सामग्री चाहते हैं, यदि आप अलग-अलग प्रकार की सामग्री चाहते हैं, और यह सब कैसे उत्पन्न होगा। ब्लॉग होना अब बहुत अच्छा नहीं है; सामग्री को श्रेष्ठ होने की भी आवश्यकता है।
- अपने ब्लॉग पर सामान्य प्रश्नों के उत्तर देने का प्रयास करें या अपने पाठकों को कुछ सिखाएं। इन सबसे ऊपर, अपने आप के बजाय अपने ग्राहकों के लिए लिखें।



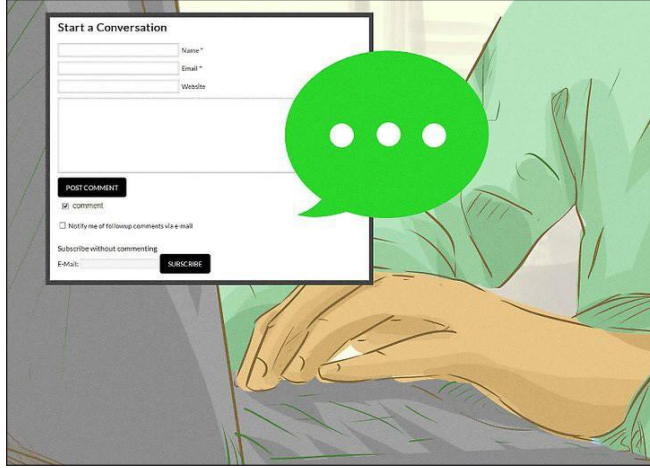
2. 'सुपर 7' की सलाह का पालन करें: यह शुरू करने का एक अच्छा तरीका हो सकता है यदि आप सुनिश्चित नहीं हैं कि आपके ब्लॉग में क्या लिखना है। मूल रूप से 'सुपर 7' आपके ब्लॉग का उपयोग करने के सात तरीकों की एक सूची है जो आपके व्यवसाय की मदद करने के लिए अच्छी तरह से अनुकूल होंगे। आप एक विशेषज्ञ के रूप में लिखना चाहते हैं, सवालों के जवाब दे सकते हैं, पो-ट्रूलेंट नौकरी के उद्घाटन के बारे में बात कर सकते हैं, नई परियोजनाओं और किसी भी कहानी को साझा कर सकते हैं जो आपकी कंपनी को अच्छी रोशनी में रखती है, और निश्चित रूप से आपके उत्पादों को बढ़ावा देती है।

- यदि आप यह सुनिश्चित करते हैं कि आप अपने ब्लॉग पर इन या अधिकांश चीजों को करते हैं, तो यह मुश्किल है।



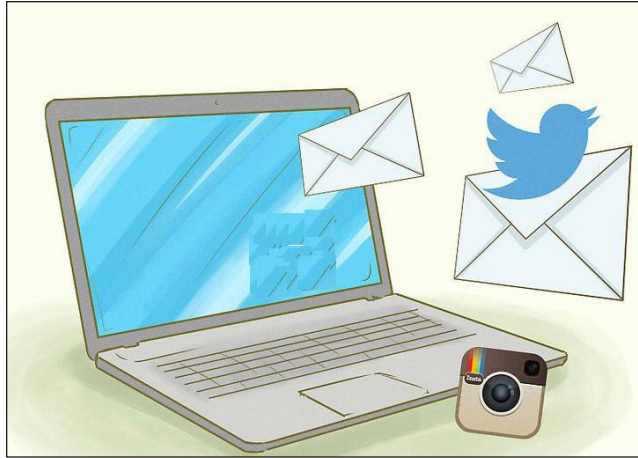
3. सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन को बूस्ट करें (एसईओ): एसईओ एक ऐसी प्रणाली है जिसमें सर्च इंजन उन वेबसाइट को व्यवस्थित करते हैं जो विशेष खोजों में दिखाई देती हैं। आप चाहते हैं कि आपका नाम सूची में सबसे ऊपर हो, और ऐसा करने के लिए आपको खोज इंजन अनुकूलन में संलग्न होना पड़ेगा। इसका मतलब है कि अपने ब्लॉग पोस्ट में मजबूत कीवर्ड जोड़ना सर्च इंजन के लिए अधिक प्रासंगिक है।

- आप जिस भी उद्योग में मदद करने के लिए हैं, उसमें लोकप्रिय खोजशब्दों पर शोध करें। अगर आप खोया हुआ महसूस कर रहे हैं तो गूगल इन्साइट्स एक अच्छा संसाधन है। आपको अपने ब्लॉग को लोकप्रिय सर्च इंजनों के सर्च कंसोल पर जाकर सबमिट करना चाहिए। गूगल, याहू, और बिंग जैसी लोकप्रिय इंटरनेट खोज साइटों पर सबमिट करें।



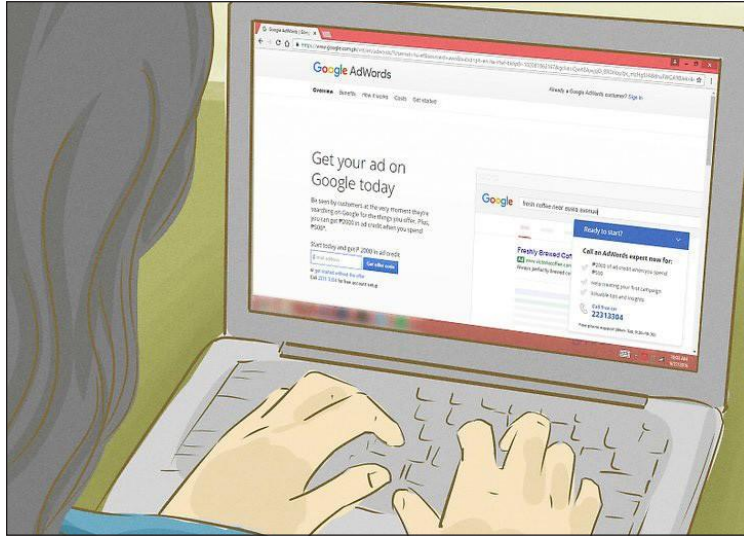
4. दो तरफा बातचीत का तरीका अपनाएं: अपनी कंपनी और ग्राहकों के बीच बातचीत और प्रतिक्रिया को प्रोत्साहित करें। साथियों, संभावित ग्राहकों, या वास्तव में कोई भी व्यक्ति जिसे आप अपने ब्लॉग के साथ बातचीत करने के लिए प्राप्त कर सकते हैं, के साथ भी ऐसा करने का प्रयास करें। यह जितना लोकप्रिय हो जाएगा और साइट के माध्यम से जितना अधिक प्रवचन होगा, उतना ही अधिक सफलता आपके ब्लॉग को मिलेगी। यह सब यातायात के बारे में है!

तरीका 3: ट्रैफ़िक को बढ़ावा देना



1. ईमेल ब्लास्ट करना, फेसबुक पर अपने ब्लॉग और सोशल मीडिया के अन्य रूपों को साझा करना शुरू करें, और अपने दोस्तों को भी ऐसा करने के लिए कहें। आप अपने पाठक वर्ग को बढ़ावा देना चाहते हैं, जिस भी तरीके से आप कर सकते हैं- और ऐसा करने का पहला और सबसे आसान तरीका है कि आप अपने ब्लॉग को उन लोगों को दिखाएं जो आप जानते हैं। यदि आपके मित्र अपने फेसबुक पेज पर ब्लॉग को साझा करने के इच्छुक हैं, तो यह और भी अच्छा है। अपने ब्लॉग को देखने के लिए लोगों को जो भी रास्ता मिल सकता है, उसका टेंशन लें।

- जितने अधिक लोग आपकी वेबसाइट पर आते हैं, वह उतना अधिक जुड़ने लगता है, जो आपके बस-नेस को उस साइट से जोड़ देता है। आप दोस्तों को कॉल कर सकते हैं, उन्हें ईमेल कर सकते हैं, उनके फेसबुक पर साझा कर सकते हैं, जो भी उनके संपर्क में आता है।
- उन लोगों के साथ शुरू करें जिन्हें आप जानते हैं और फिर वहां से अपना नेटवर्क बढ़ाएं। यदि आप अपने ब्लॉग को पचास लोगों को भेजते हैं और पांच लोग इसे अपने सभी दोस्तों के साथ साझा करते हैं, तो अचानक आप पाएंगे कि आपको कई और विचार मिलेंगे।



2. गूगल या याहू द्वारा अनुक्रमणित करने का प्रयास करें: खोज परिणामों में प्रकट होने से आपकी साइट पर ट्रैफिक लाने के लिए बड़े पैमाने पर महत्व है। अपने ब्लॉग को लोकप्रिय खोज इंजन में जमा करना ऐसा करने का एक तरीका है, जैसा कि एसईओ को बढ़ावा देना है जिसमें रणनीतिक कीवर्ड का उपयोग शामिल है। आप गूगल विज्ञापन शब्दों के लिए भी भुगतान कर सकते हैं, जो आपके ब्लॉग को खोज पृष्ठ पर एक निश्चित स्थान पर प्रदर्शित होने में मदद करेगा यदि आप पैसे खर्च करने के इच्छुक हैं। यदि आप गूगल विज्ञापन शब्दों के लिए साइन अप करते हैं, तो आपको अपने ब्लॉग को बाजार में लाने के लिए 90 दिनों के लिए एक मुफ्त अभियान प्रबंधक भी मिलेगा।



3. अपने ब्लॉग को सोशल मीडिया के साथ एकीकृत करें: इसका अर्थ है बनाना आपके ब्लॉग के लिए एक ट्विटर और फेसबुक अकाउंट। आप अपने सभी पोस्ट इन खातों में भेज सकते हैं और अपने पेज पर संबंधित विषयों से अन्य रोचक पोस्ट भी साझा कर सकते हैं। यह एक सकारात्मक चक्र शुरू कर सकता है जहां आप कुछ साझा करते हैं- जो किसी और ने लिखा है, और फिर वे कुछ ऐसा साझा करते हैं जो आपने लिखा है और इसी तरह।

- स्वास्थ्य खाद्य उदाहरण का उपयोग करते हुए, आप नए स्वास्थ्य खाद्य अनुसंधान, या संभावित किराने की खरीदारी सूची, या आपके विचार से किसी अन्य चीज़ के बारे में दिलचस्प लेख पोस्ट कर सकते हैं।

तरीका 4: अपने ब्लॉग का मुद्रीकरण करें



1. एक विज्ञापन होस्टर खोजने की कोशिश करें: अपनी साइट के लिए विज्ञापन बनाएँ। एक विज्ञापन आपके पक्ष में सबसे ऊपर या किनारे पर एक बैनर होता है जो एक विशिष्ट उत्पाद का विपणन करता है। यदि आप ऐसे विज्ञापन पा सकते हैं जो आपके व्यवसाय के लिए प्रासंगिक हैं जो पाठकों के लिए इन विज्ञापनों को देखना बहुत कम चौंकाने वाला होगा। आम तौर पर आपको विज्ञापन कंपनियों को खोजने से पहले ट्रैफिक की एक अच्छी मात्रा विकसित करनी होगी जो आपके ब्लॉग पर अपने विज्ञापनों को पेश करने के लिए भुगतान करने को तैयार हैं।

- एक बार जब आप एक ठोस अनुयायी बना लेते हैं, तो आप विज्ञापन एजेंसियों को सीधे अपने पेज पर अपने उत्पाद को बढ़ावा देने के लिए उन्हें समझाने की कोशिश कर सकते हैं। आप गूगल एडसेन्स का भी उपयोग कर सकते हैं, जो गूगल द्वारा खोज इतिहास के आधार पर लक्षित विज्ञापनों को स्थान देता है। इसके लिए आपको पैसे भी मिलेंगे। जब भी कोई आपकी साइट पर विज्ञापन लिंक पर क्लिक करेगा तो आप हर बार पैसा कमाएंगे।



2. कॉल टू एक्शन बनाएं: कॉल टू एक्शन के साथ अपने ग्राहक को कुछ करने के लिए मनाने के लिए अपने ब्लॉग का उपयोग करें। हो सकता है कि वह आपके ब्लॉग को साझा कर रहा हो, या पंजीकरण करने के लिए, या कुछ खरीदने के लिए, या प्रीमियम सदस्यता के लिए साइन अप कर रहा हो। आपकी कॉल-टू-एक्शन कुछ भी हो, सुनिश्चित करें कि आप उन्हें इसके लायक महसूस कराने के लिए पर्याप्त सामग्री प्रदान कर रहे हैं। बदले में कुछ भी मांगने से पहले आपको पाठकों को बहुत कुछ देना होगा।



3. सशुल्क सदस्यता कार्यक्रमों की पेशकश करें: एक बार जब आपका ब्लॉग लोकप्रियता में बढ़ गया है, तो आप प्रीमियम सामग्री या विशेष भत्तों के लिए सशुल्क सदस्यता कार्यक्रमों की पेशकश शुरू कर सकते हैं। सदस्यता कार्यक्रम जोड़कर लोगों को बंद न करने के लिए सावधान रहें।

- इसका सबसे अच्छा तरीका यह है कि आप अपने पास मौजूद सभी मौजूदा सामग्री को मुफ्त में रखें, और फिर जब आप सदस्यता योजना का खुलासा करते हैं तो आप केवल सदस्यों के लिए उपलब्ध एक टन रोमांचक नई सामग्री को रोल आउट कर सकते हैं। इस तरह से आप निष्ठावान पाठकों के नीचे से गलीचा को बाहर निकालने का जोखिम नहीं उठाते हैं, जो पैसे का भुगतान नहीं करना चाहते हैं, जबकि एक ही समय में अपने पाठकों को सभी नई सामग्री को देखने के लिए एक छोटी सी फीस का भुगतान करने के लिए लुभाते हैं।



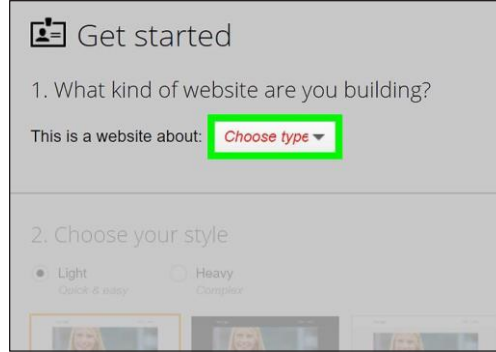
4. संभावित साझेदारियों के लिए खोजें: साझेदारी आपके ब्लॉग की लोकप्रियता को बढ़ाने में मदद कर सकती है, हालांकि आप बिलकुल इसे बंद नहीं करेंगे।

- उदाहरण के लिए, यदि आपका ब्लॉग परिवारों के लिए स्वास्थ्य भोजन के बारे में है, तो आप स्वास्थ्य खाद्य भंडार के साथ भागीदार हो सकते हैं। आप उनकी सेवाओं को बढ़ावा देने में मदद कर सकते हैं और वे आपको बढ़ावा देने में मदद कर सकते हैं। उन उत्पादों को देना जो स्टोर आपको मुफ्त में देता है, ऐसा करने का एक तरीका है।

अपने बिज़नेस ब्लॉग के लिए सही विषय का चयन कैसे करें

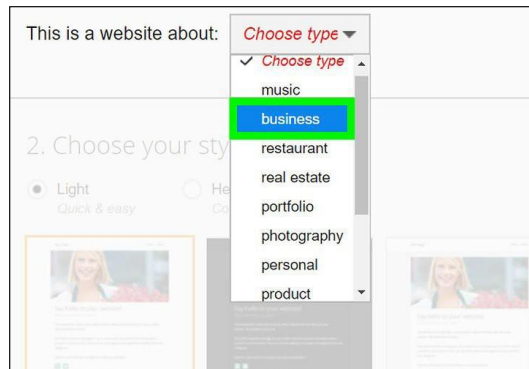
ऑनलाइन उपस्थिति बनाने और अपने लक्षित बाजार तक पहुंचने के लिए सभी व्यवसाय स्पष्ट प्रचार के साथ सहज नहीं हैं। यदि आपकी कंपनी आपके ग्राहकों के साथ जुड़ने का अधिक सूक्ष्म तरीका पसंद करती है, तो ब्लॉगिंग आपकी कंपनी को ऑनलाइन बढ़ावा देने का एक बहुत अच्छा तरीका है। हालांकि, इस तरह के ब्लॉग को चलाने का सबसे कठिन और सबसे महत्वपूर्ण हिस्सा पोस्ट करने के लिए उपयुक्त विषयों के साथ आ रहा है। ऐसी विषय वस्तु का चयन सावधानीपूर्वक करने की आवश्यकता है जो आपके दर्शकों के लिए अनुकूल हो और जो आपकी कंपनी से खरीदारी को प्रोत्साहित करने की संभावना हो।

कदम



1. अपनी कंपनी के ब्लॉग के लक्ष्यों को लिखें: अपने उद्देश्यों को निर्धारित करना आपकी पोस्ट की दिशा जानने का पहला कदम है। यह आपके सामान्य विचारों को कम करने और सबसे अधिक प्रासंगिक चुनने में आपकी मदद कर सकता है। अपने ब्लॉग की प्रासंगिकता और दीर्घायु सुनिश्चित करने के लिए अपने लक्ष्यों के साथ अपने हितों का मिलान करना महत्वपूर्ण है।

- ब्लॉग के उपयोग के माध्यम से आपको व्यवसाय के लिए क्या उम्मीद है?
- आप नियमित रूप से किस तरह की कहानियों और पोस्ट को साझा करेंगे? क्या आप इस बारे में किस्से मिलाएंगे कि आपकी कंपनी आपके उत्पादों या सेर-वाइस का उपयोग करने के लिए निर्देशात्मक सामग्री के साथ कैसे आगे बढ़ रही है? क्या आप किस्सा या मानव हित की कहानियां साझा करेंगे? क्या आप पाठकों की व्यक्तिगत चिंताओं के बारे में लिखेंगे और सलाह देंगे?
- क्या सामुदायिक सेवा होने जा रही है आपके ब्रांड का एक हिस्सा? क्या आप दान, स्वेच्छाचारिता, विदेशों में सहायता या देखभाल पैकेज भेजने, और इसके बारे में अपडेट प्रदान करना चाहते हैं?
- ब्लॉग का चेहरा कौन होगा? मुख्य कार्यकारी अधिकारी, विपणन, स्टाफ लेखक या यहां तक कि ग्राहक?
- क्या आप ब्लॉग के हिस्से के रूप में प्रतियोगिताओं, क्विज़ और पाठक कहानियों को चलाएंगे?



2. अपने दर्शकों को पहचानें: वे जो पढ़ना चाहते हैं, उसके बारे में शोध करने और लिखने के लिए अपने आला बाजार को जानना महत्वपूर्ण है। इसका अर्थ है उनकी आयु सीमा और वित्तीय क्षमताओं से परे जानकारी प्राप्त करना। उनके उपभोक्ता व्यवहार और विभिन्न प्राथमिकताओं की पहचान करें जो उनसे जुड़ने के लिए लिखने के लिए सही ब्लॉगिंग विषयों को निर्धारित करने में आपकी सहायता कर सकते हैं। यह उन्हें उपभोक्ताओं के रूप में देखना बंद करने और उन्हें आप जैसे लोगों, चाहतों, आशाओं, इच्छाओं, सपनों और जरूरतों वाले लोगों के रूप में सोचने में भी मदद करता है। आपकी कंपनी किस तरह से ऐसी जरूरतों या चाहतों के एक छोटे से हिस्से को पूरा कर सकती है?

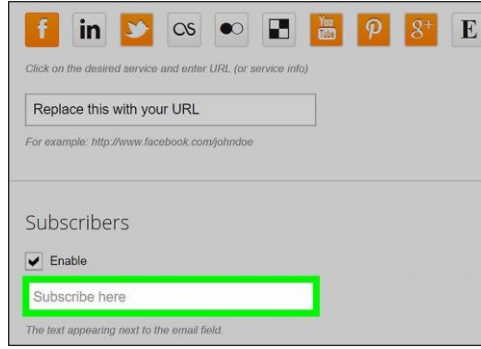
The screenshot shows a website builder interface. At the top, there are two radio buttons for theme selection: 'Light' (Quick & easy) and 'Heavy' (Complex). The 'Heavy' option is selected. Below the radio buttons are three preview images of website themes. The first theme is highlighted with a green border. Below the previews, there is a text box that says 'You can change it later.' Below this, there is a section titled '3. Choose your domain name'. It features a text input field and a dropdown menu showing '.snack.ws'. Below the dropdown, there is a text box that says 'You can change it and use your own custom domain when you edit your website.'

3. अपने पाठकों की चिंताओं को ट्रैक करें और अपनी कंपनी के उत्पादों या सेवाओं का उपयोग करके संभावित समाधानों के साथ इनका मिलान करें। ब्लॉग होने का मुख्य उद्देश्य आपके व्यवसाय को अपने लक्षित बाजार में बढ़ावा देना है। तो, आपको पता होना चाहिए कि वे इंटरनेट पर सबसे अधिक संभावना क्या खोजेंगे जो पाठकों को आपकी वेबसाइट पर भेजने की संभावना है। आपके ब्लॉग को आपके लक्षित पाठकों को मूल्य प्रदान करना चाहिए, जैसे कि ऐसे लेख पोस्ट करना जो दिलचस्प हैं, जानकारीपूर्ण हैं और उनके मुख्य चिंताओं को सीधे और बिना किसी बकवास या कश के संबोधित करते हैं।

The screenshot shows a 'Testimonials' section on a website. It contains three testimonial cards. Each card has a small image of a person on the left and a text box on the right. The first testimonial is from Vincent Nord, who says 'I love ChocoJoy chocolates. They have unique flavors and fillings that have an intensity very hard to find elsewhere.' The text box is highlighted with a green border. The second testimonial is from Julie, who says 'I contacted ChocoJoy for my daughter's birthday party. All the kids were so excited to see the cute little chocolate animals and even more excited to eat them! And they tasted so good, it was hard for me to stop eating!'. The third testimonial is from an unnamed person who says 'I'm a chocoholic and ChocoJoy is my addiction! Tasting their chocolate gives me pure joy, just like their name says. Go get some and you'll see for yourself what I'm talking about.'

4. एक देखभाल और समझदार संदेश देने पर ध्यान दें: एक केंद्रीय विषय बनाने से आपके दर्शकों को अपने ब्रांड के साथ घनिष्ठ स्तर पर जुड़ने में मदद मिल सकती है। एक सुसंगत विषय वाला ब्लॉग रखने से आपके पाठकों को आपके ब्रांड के बारे में सोचने में मदद मिलती है, जब वे उन विषयों पर आते हैं जिनके बारे में उन्हें सीखने की आवश्यकता होती है, जिससे वे आपके ब्लॉग पर आने के लिए प्रेरित होते हैं। अपने ब्रांड और उसके संदेश को एक दूसरे के पूरक बनाने के लिए अपनी पोस्ट को लगातार बनाए रखें।

- उदाहरण के लिए, यदि आपका कॉल सेंटर व्यवसाय था, तो आप ग्राहक सेवा को अपने आवर्ती विषय के रूप में उपयोग कर सकते हैं। यदि आपका जूस का व्यवसाय है, तो आप व्यंजनों को अपने आवर्ती विषय, या स्वास्थ्य युक्तियों के रूप में उपयोग कर सकते हैं। यदि आपका खेत ट्रैक्टर व्यवसाय है, तो आप आवर्ती विषयों के रूप में ट्रैक्टर की मरम्मत और रखरखाव का उपयोग कर सकते हैं।



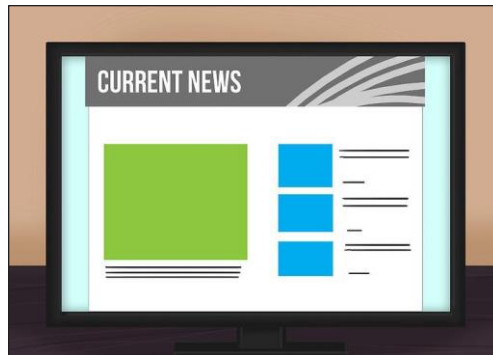
5. अपने अनुयायियों के साथ बातचीत करें: यह केवल आपकी कंपनी के ज्ञान, जानकारी और सुझावों को सौंपने के लिए पर्याप्त नहीं है। ब्लॉग पढ़ने वालों के साथ बातचीत करना भी महत्वपूर्ण है, उन्हें मान के रूप में यह संदेश फैलाने के सक्षम स्रोत हैं कि आपकी कंपनी लोगों के रूप में अपने ग्राहकों में रुचि रखती है। उन लोगों से बात करें जो टिप्पणियां छोड़ते हैं और उन्हें अपने विचारों, सुझावों और प्रतिक्रिया के लिए धन्यवाद देते हैं। यहां तक कि नकारात्मक टिप्पणियां एक मंच प्रदान करती हैं, जहां से उन्हें प्रतिक्रिया के लिए धन्यवाद और यह दिखाने के लिए कि आप एक कंपनी के रूप में शिकायतों को कितनी अच्छी तरह से संभालते हैं।

- उन सभी को प्रशिक्षित करना सुनिश्चित करें जो ब्लॉग को टिप्पणियों और शिकायतों के उचित संचालन के साथ चलाते हैं।
- पाठकों को इसमें शामिल होने के लिए प्रतियोगिताओं को चलाएं। आपके उत्पाद या सेवाएं पाठकों के लिए अद्भुत पुरस्कार प्रदान करती हैं और सोशल मीडिया के माध्यम से आपकी कंपनी के कार्यों के बारे में शब्द का प्रसार करने के लिए पाठकों के लिए एक महान प्रोत्साहन बनाती हैं। लिंक को कहीं और साझा करने के लिए कुछ प्रतियोगिताओं को पुरस्कार के साथ जोड़ने की कोशिश करें।

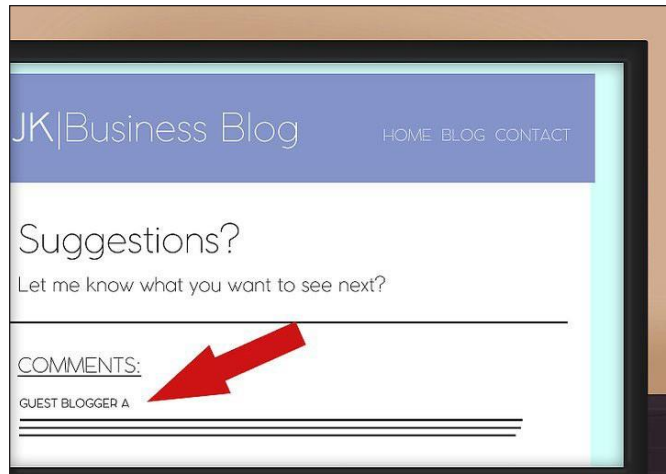
अपने बिजनेस ब्लॉग पर ताज़ा सामग्री कैसे रखें

एक ब्लॉग लॉन्च करना किसी एक को बनाए रखने की तुलना में बहुत आसान है। अक्सर विचार अपनी शुरुआत में प्रवाहित होते हैं, लेकिन यदि आप अपनी साइट पर ट्रैफिक बढ़ाना चाहते हैं, तो आपको नियमित रूप से सामग्री को अपडेट करने की आवश्यकता है, जिसका अर्थ है कि बहुत सारी नई सामग्री के साथ आना। यदि आपको अपने व्यावसायिक ब्लॉग पर ताज़ा सामग्री रखने में कठिनाई हो रही है, तो आपको विभिन्न स्रोतों से कुछ बाहरी सहायता की आवश्यकता हो सकती है।

कदम



1. अपने ब्लॉग की विषय वस्तु से संबंधित नवीनतम समाचारों से अवगत रहें। आप अपने ब्लॉग में समाचार प्रसारित कर सकते हैं और इसके बारे में अपनी राय दे सकते हैं। यह ताज़ा खबरों पर ताज़ा सामग्री है और यह ताज़ा पाठकों को ला सकता है।



2. नई व्यावसायिक ब्लॉग प्रविष्टियाँ प्रदान करने में सहायता के लिए अतिथि ब्लॉगर्स प्राप्त करें। यदि आप स्वयं पर्याप्त सामग्री के साथ नहीं आ सकते हैं, तो दूसरों को अपने लिए कुछ लिखने के लिए आमंत्रित करें। अतिथि को आपके ब्लॉग की विषय वस्तु से संबंधित कुछ के बारे में लिखना चाहिए। अतिथि सामग्री को शामिल करना आपकी साइट में थोड़ी विविधता जोड़ता है और यदि अतिथि किसी प्रकार का पेशेवर है, तो आप मूल्यवान जानकारी के साथ आधिकारिक प्रविष्टियां प्रदान कर सकते हैं जो केवल यह अतिथि ही प्रदान कर सकता है। सुनिश्चित करें कि आप मेहमानों को पहले से ही आमंत्रित करते हैं ताकि आप सामग्री की प्रतीक्षा न कर रहे हों। आप उन मित्रों और परिवार के सदस्यों को आमंत्रित कर सकते हैं जिनकी आपके ब्लॉग की विषय-वस्तु में रुचि है या जो कुछ मूल्यवान जानकारी साझा कर सकते हैं। एक अन्य विकल्प अन्य ब्लॉगर्स को अपनी साइट के लिए कुछ लिखने के लिए आमंत्रित करना है। आपको पारस्परिकता के लिए कहा जा सकता है। यदि आप अधिक ताज़ा सामग्री के लिए बेताब हैं, तो आप योगदान देने वाले लेखकों या भूत लेखकों को भी नियुक्त कर सकते हैं।



3. लेखक की अनुमति से किसी अन्य साइट की सामग्री का उपयोग करें। यदि आप किसी अन्य साइट पर कुछ देखते हैं जो आपको पसंद है, तो लेखक से संपर्क करें और पूछें कि क्या आप इसे कॉपी कर सकते हैं, उन्हें क्रेडिट कर सकते हैं, और उनकी साइट पर वापस लिंक कर सकते हैं। आप बस एक छोटा सा हिस्सा कॉपी कर सकते हैं और पाठक को मूल स्रोत पर वापस भेज सकते हैं। एक अन्य विकल्प सामग्री का उल्लेख करना, कुछ प्रतिक्रिया देना और फिर साइट पर वापस लिंक करना होगा।



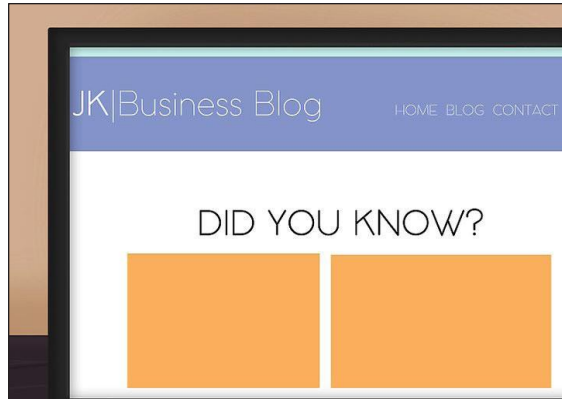
4. प्रश्न और उत्तर प्रारूप में नई ब्लॉग सामग्री प्रदान करके अपने पाठकों को आपका मार्गदर्शन करने दें। यदि आपको अपने टिप्पणी अनुभाग में विषय से संबंधित प्रश्न मिल रहे हैं, या आपको प्रश्न ईमेल से प्राप्त हो रहे हैं, तो उन प्रश्नों और अपनी प्रतिक्रिया को एक ब्लॉग प्रविष्टि बनाएं। यह इंटरैक्शन आपके पाठकों के साथ संबंध बनाने के लिए बहुत अच्छा है।



5. प्रदान करें विशेषज्ञों के साथ साक्षात्कार: आपको पता होना चाहिए कि ये लोग कौन हैं यदि आप अन्य ब्लॉगों को उसी विषय के साथ पढ़ते हैं जो आपके समान है। उनसे साक्षात्कार करने के अनुरोध के साथ व्यक्ति से संपर्क करें। यदि वे सहमत हों, तो उन्हें अपने प्रश्न भेजें। आपके प्रश्न, उनके उत्तर और एक छोटा सा परिचय आपकी ताज़ा सामग्री है। बस यह सुनिश्चित करें कि आप इस साक्षात्कार को पहले से ही अनुरोध करते हैं और उसी दिन प्रतिक्रिया की उम्मीद नहीं करते हैं।



6. अपने पाठकों को अपने ब्लॉग की विषय वस्तु पर पुस्तक या उत्पाद समीक्षा प्रदान करें, या शीर्ष दस पुस्तकों या उत्पादों का सुझाव दें। आप उन्हें अपनी वेबसाइट की विषय-वस्तु से संबंधित विषय पर शीर्ष 10 वेबसाइटों पर भी भेज सकते हैं।



7. व्यावसायिक ब्लॉग सामग्री के रूप में "क्या आप जानते हैं" विषयों को शामिल करें, यह सुनिश्चित करें कि यह आपके ब्लॉग विषय से संबंधित है। यह हल्की सामग्री के साथ औपचारिक व्यावसायिक प्रविष्टियों को तोड़ने का एक शानदार तरीका है।

अपने क्रिएटिव बिजनेस के लिए ब्लॉग कैसे चलाएं

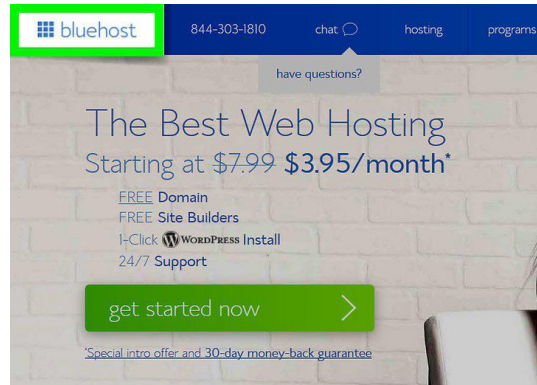
कोई फर्क नहीं पड़ता कि आपका रचनात्मक व्यवसाय क्या है, इसके लिए एक ब्लॉग बनाने से मदद मिल सकती है। यह अतिरिक्त काम की तरह लग सकता है, लेकिन एक अच्छा ब्लॉग आपके व्यवसाय की पहुंच का विस्तार करता है, जिससे आप अपनी पसंद के बारे में बात कर सकते हैं और व्यक्तिगत स्तर पर संभावित ग्राहकों से जुड़ सकते हैं। एक सफल ब्लॉग चलाने के लिए, अपने ब्लॉग को ऑनलाइन होस्ट करें, एक ग्राफिकल थीम बनाएं, गुणवत्तापूर्ण सामग्री लिखना शुरू करें, फिर अपने पाठकों के संपर्क में रहें।

भाग 1: अपना ब्लॉग ऑनलाइन प्राप्त करना

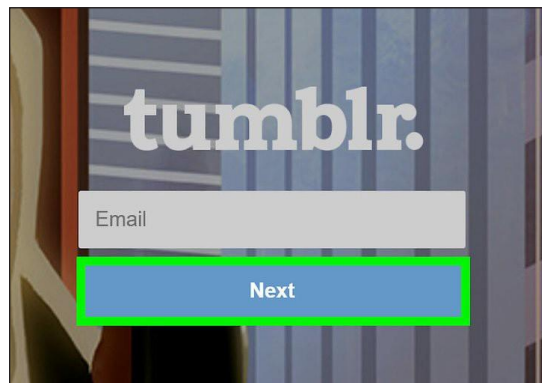
Title	<input type="text"/>
URL	<input type="text"/>
Privacy	<input type="checkbox"/> Password protect this blog This blog can only be viewed by people who enter this
	<input type="text"/>

1. एक डोमेन नाम तय करें: डोमेन ब्लॉग यूआरएल का हिस्सा है जो डब्ल्यूडब्ल्यूडब्ल्यू के बाद आता है। यह वर्णन करता है कि आपका ब्लॉग किस प्रकार की सामग्री प्रदान करता है और इसे याद रखना आसान होना चाहिए। नाम छोटा रखें और एक कीवर्ड चुनने का प्रयास करें। उदाहरण के लिए, यदि आपका व्यवसाय सिलाई का है।

- ध्यान रखें कि आप चाहते हैं कि यह डोमेन स्थायी हो। जब आप एक नए डोमेन के साथ शुरू करते हैं, तो आपको खोज इंजन में रैंकिंग नहीं के साथ शुरू करना होगा।
- उपलब्ध डोमेन नाम खोजने के लिए लीन डोमेन सर्च जैसी खोज वेबसाइट का उपयोग करें।

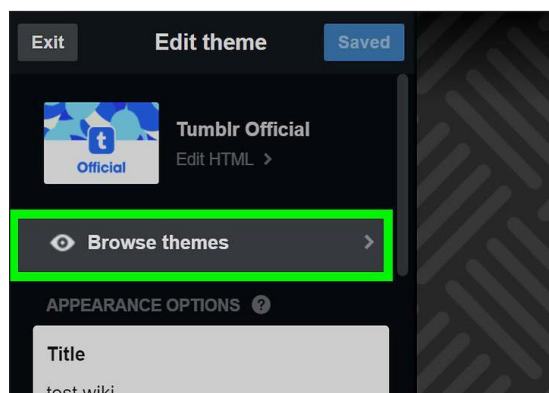


2. एक होस्टिंग साइट खोजें: आपके व्यवसाय ब्लॉग को छवियों और ब्लॉग पोस्ट सहित आपके सभी अपलोड को संग्रहीत करने के लिए एक स्थान की आवश्यकता होती है। कुछ सेवाएं और ब्लॉग होस्ट, जैसे कि वर्डप्रेस, सीमित स्थान निःशुल्क प्रदान करते हैं। जैसे-जैसे आपका ब्लॉग बढ़ता है, आपको अधिक संग्रहण स्थान की आवश्यकता होगी। ब्लूहोस्ट एक ऐसी साइट है जो सस्ते में होस्टिंग सेवाएं प्रदान करती है और आपके खाते को आपके वास्तविक ब्लॉग से आसानी से जोड़ने में आपकी मदद कर सकती है।



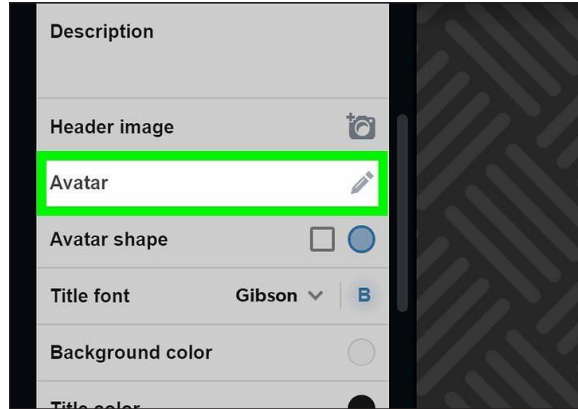
3. ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म चुनें: अब आपको अपने ब्लॉग पोस्ट प्रदर्शित करने के लिए कहीं और की आवश्यकता होगी। वर्डप्रेस, ब्लॉगर और टंबलर जैसी साइटों की अलग-अलग विशेषताएं और लागतें हैं। उदाहरण के लिए, वर्डप्रेस अत्यधिक लोकप्रिय है, सबसे अधिक अनुकूलन विकल्प प्रदान करता है, और इसे स्थापित करने के लिए स्वतंत्र है, जिससे यह छोटे ब्लॉगों के लिए अच्छा है।

भाग 2: सामग्री की स्थापना करना



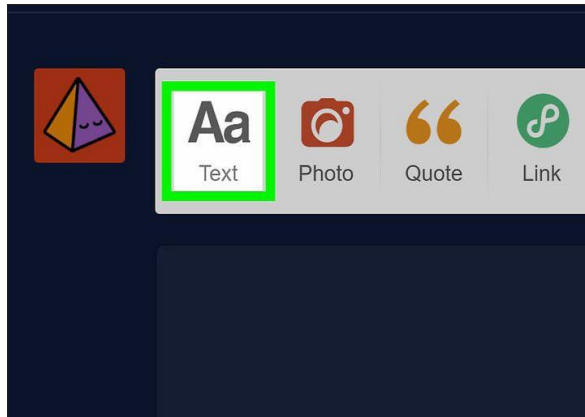
4. अपने ब्लॉग की थीम डिज़ाइन करें: एक अच्छा ब्लॉग पाठकों को आकर्षक लगाना चाहिए। अगर आपको या आपके किसी जानने वाले के पास ग्राफिकल और कोडिंग विशेषज्ञता है, तो आप खुद डिज़ाइन बना सकते हैं। अन्यथा, क्रिएटिव मार्केट जैसी साइट से कस्टम डिज़ाइन खरीदने या ब्लॉगिंग प्लेटफॉर्म से प्रीमियर डिज़ाइन का उपयोग करने पर विचार करें। इसे अपनी पसंद के अनुसार अनुकूलित करें।

- डिजाइन आंखों पर आसान होना चाहिए और सभी छवियों और पाठ को पढ़ने में आसान होना चाहिए।



1. अपना लोगो जोड़ें। आपका व्यवसाय जितना बड़ा होगा, आप उतना ही अधिक लोगो रखना चाहेंगे। इसे आपके पृष्ठ के शीर्ष पर प्रमुखता से प्रदर्शित किया जाना चाहिए। इस लोगो को आसानी से पहचानने योग्य होना चाहिए ताकि दर्शकों को पता चले कि आप कौन हैं और आपके ब्रांड की पहचान कर सकते हैं। किसी एक पर समझौता करने से पहले कागज पर डिजाइनों को स्केच करें। आप अपने ब्लॉग पाठकों से उनकी राय भी पूछ सकते हैं।

- उदाहरण के लिए, एक केक डिजाइनर चाहता है कि लोगो एक केक या उसमें शामिल फ्रॉस्टिंग के साथ रंगीन दिखे। सफेद पृष्ठभूमि पर इटैलिक, काले अक्षर परिष्कृत और कलात्मक दिखाई दे सकते हैं।
- कई डिजाइनर अपने आद्याक्षर से लोगो बनाते हैं।



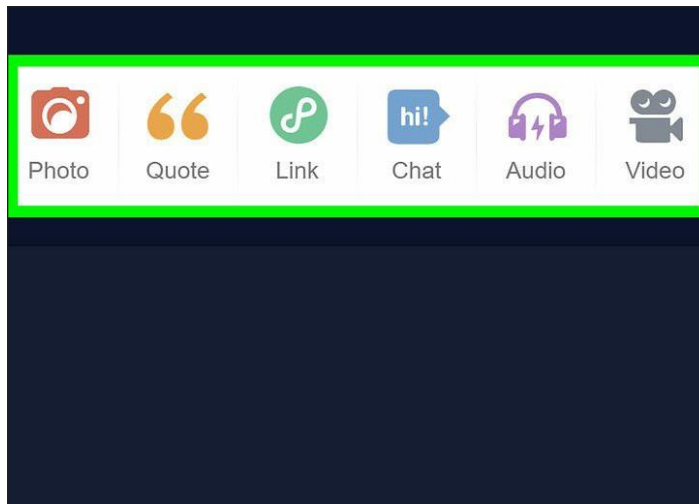
2. अबाउट पेज बनाएं: अबाउट पेज आपके पाठकों को आपके बारे में बताएगा। आपका व्यवसाय किस बारे में है? आपने यह व्यवसाय क्यों शुरू किया? आपको अपने उद्योग में क्या अनुभव है? तुम क्या प्रस्ताव दे रहे हो? अपने व्यावसायिक ब्लॉग को एक व्यक्तिगत स्पर्श देने के लिए व्यक्तिगत फोटो और संपर्क जानकारी जोड़ना एक अच्छा विचार है। इस जानकारी को ब्लॉग के शीर्षक के तहत पहले पन्ने पर भी शामिल किया जा सकता है।

- व्यक्तिगत फोटो का उपयोग लोगो के स्थान पर ब्लॉग के शीर्षलेख में किया जा सकता है।



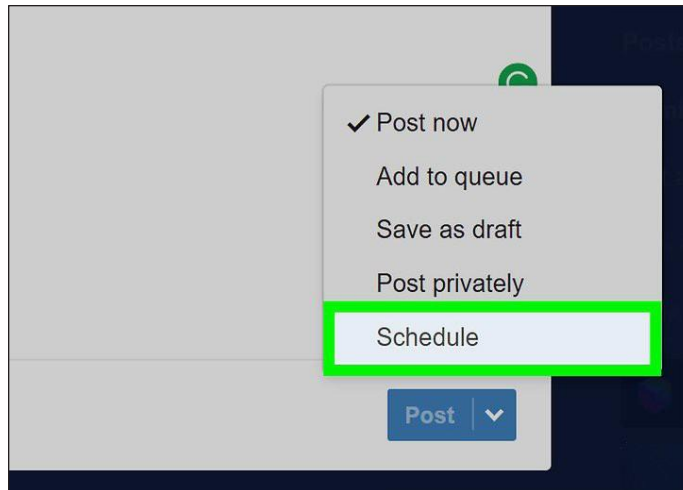
3. एक सम्मोहक पोस्ट लिखें: एक बार ब्लॉग सेट हो जाने के बाद, इसे शुरू करने का समय आ गया है। आपके द्वारा की जाने वाली पहली पोस्ट एक टेस्ट रन हो सकती है, बस अपना और अपने ब्रांड का परिचय दें, लेकिन ध्यान रखें कि आप इस ब्लॉग को क्या चाहते हैं। अपने व्यवसाय को सफल बनाने के लिए और अपने पाठकों को वापस आने के लिए अपनी पोस्ट में बात करने की आवश्यकता के बारे में सोचना शुरू करें।

- व्याकरणिक और वर्तनी की गलतियों के लिए हमेशा अपनी पोस्ट देखना याद रखें।
- आपके ब्लॉग की सामग्री में ऐसी कहानियां शामिल हो सकती हैं जो आपके चुने हुए क्षेत्र के लिए आपके जुनून, आपके व्यवसाय के बारे में समाचार और आपके उत्पादों की छवियों को दर्शाती हैं।



4. अधिक सामग्री जोड़ें: अपना ब्लॉग शुरू करने के बाद, इसे नई पोस्ट के साथ अपडेट करते रहें। अपनी व्यक्तिगत कहानियों के बारे में बात करें, जैसे कि अपना शिल्प सीखना, व्यवसाय खोलने के आपके अनुभव, या आपने उस शिल्प के लिए अपने जुनून को कैसे विकसित किया। अपने उत्पादों की तस्वीरें दिखाएं और इस बारे में बात करें कि आपने उन्हें कैसे बनाया। अपने उद्योग में अपने मूल्यों या रुझानों के बारे में बात करें। व्यावसायिक अपडेट, प्रचार, नए उत्पादों की खबरें और सस्ता माल के बारे में लिखें।

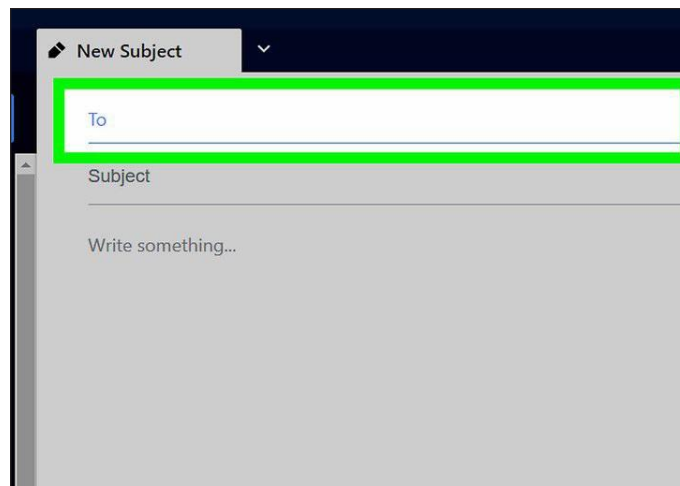
- यह आप पर निर्भर है कि आप ब्लॉग को कैसे अपडेट करते हैं, लेकिन याद रखें कि अंतिम लक्ष्य आपके व्यवसाय को बढ़ावा देना है।



5. कंटेंट शेड्यूल सेट करें: अपने ब्लॉग को ताज़ा और खोज इंजन के शीर्ष पर रखने के लिए, आपको लगातार सामग्री लिखने की आवश्यकता है। सप्ताह में कम से कम एक बार अपने ब्लॉग को अपडेट रखना एक अच्छा विचार है। हमेशा उन विषयों को पेश करने का प्रयास करें जिन पर आप चर्चा करना चाहते हैं और अपने और अपने उत्पादों को साझा करके अपने ब्रांड को बढ़ावा देना न भूलें।

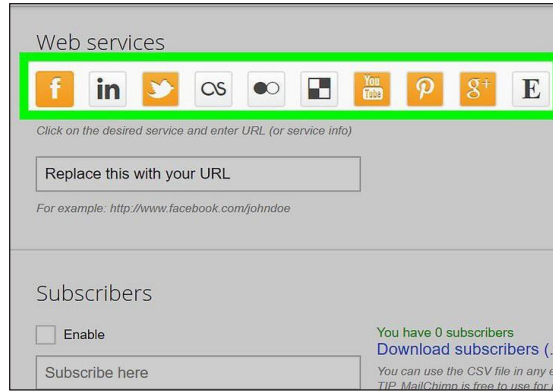
- सामग्री शेड्यूल बनाना आपको ट्रैक पर रखने में मदद कर सकता है।
- संगति पाठकों के निर्माण की कुंजी है, इसलिए लिखने में तब तक देरी न करें जब तक आप सुनिश्चित न हों कि आपको सही विषय मिल गया है।

भाग 3: पाठकों के साथ जुड़ें



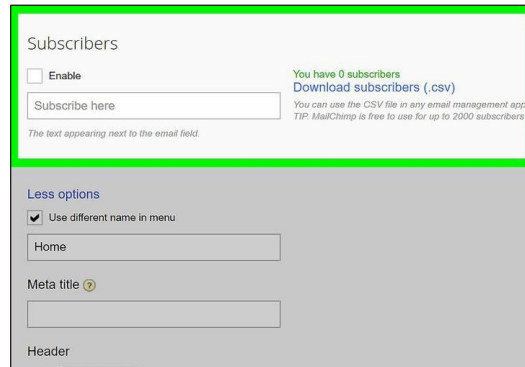
1. ईमेल सूची प्रारंभ करें: ईमेल सूचियां बार-बार आने वाले विज़िटर प्राप्त करने का सबसे आसान तरीका है। ऐसा करने के तरीकों के लिए अपनी ब्लॉग सेवा देखें। वर्डप्रेस पर, आप एक प्लगइन स्थापित कर सकते हैं या मेलचिप जैसी सेवा के लिए साइन अप कर सकते हैं। आपके ब्लॉग में एक बॉक्स होना चाहिए जिसका उपयोग आपके पाठक अपना ईमेल पता दर्ज करने के लिए करते हैं। एक बार पते एकत्र हो जाने के बाद, आप आसानी से अपने पाठकों को अपडेट भेज सकते हैं।

- यह अनुशंसा की जाती है कि आप किसी सेवा या आधिकारिक ईमेल पते का उपयोग करके अपने ईमेल भेजें। आपके ब्लॉग के माध्यम से भेजे गए मेल आपके पाठकों के इनबॉक्स के स्पैम फ़ोल्डर में समाप्त हो सकते हैं।



2. सोशल मीडिया पर प्रचार करें: जबकि ईमेल सूचियाँ वर्तमान पाठकों के लिए खुले अनुस्मारक के रूप में काम करती हैं, विज्ञापन नए पाठकों को आकर्षित करते हैं। फेसबुक और ट्विटर सहित सोशल मीडिया साइटों पर एक खाता स्थापित करें। पिंटरेस्ट महत्वपूर्ण है क्योंकि यह रचनात्मक उत्पादों को साझा करने वाली साइट है।

- सोशल मीडिया उन लोगों से जुड़ने का अवसर प्रदान करता है जो आपके व्यवसाय में रुचि रखते हैं।
- जब आप अपने ब्लॉग को अपडेट करते हैं तो एक लिंक के साथ अपने ब्लॉग पोस्ट के समाचार प्रकाशित करना याद रखें।



3. अपने पाठकों के साथ बातचीत करें: आपके पाठक आपके ब्लॉग पर टिप्पणियाँ छोड़ेंगे। उन्हें सकारात्मक तरीके से जवाब देने के लिए समय निकालें। ऐसा करने से, आप सवालों के जवाब दे सकते हैं और अपने पाठकों के साथ अधिक व्यक्तिगत संबंध प्रदान कर सकते हैं। वे आपको आपके ब्लॉग के लिए उपयोगी प्रतिक्रिया या नए विचार भी दे सकते हैं।

- यह आपको एक ग्राहक आधार बनाने और ऐसे लोगों के साथ संबंध विकसित करने का अवसर देता है जो अन्य ब्लॉगर्स सहित आपके व्यवसाय में मदद कर सकते हैं।

मैनुअल लेखन

टेक्स्ट का एक टुकड़ा या निर्देश या जानकारी देने वाली पुस्तक को एक मैनुअल के रूप में परिभाषित किया गया है। ऑफिस मैनुअल लिखना, ट्रेनिंग मैनुअल, ह्यूमन रिसोर्स मैनुअल, सेफ्टी मैनुअल आदि कुछ ऐसे प्रकार हैं जो इसके अंतर्गत आते हैं। विभिन्न प्रकार के हस्तलिखित लेखन की आसान समझ प्रदान करने के लिए इस अध्याय को सावधानीपूर्वक लिखा गया है।

ऑफिस मैनुअल कैसे लिखें

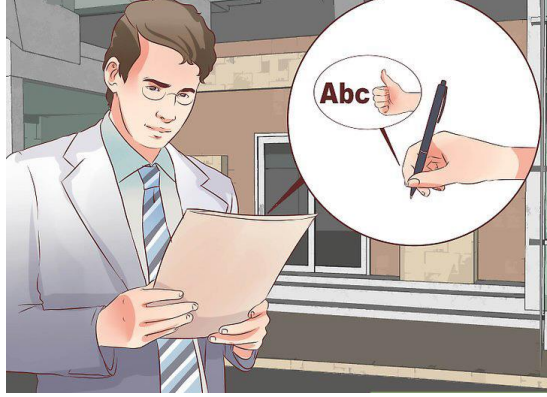
कार्यालय मैनुअल किसी भी व्यावसायिक संगठन का एक अभिन्न अंग होता है क्योंकि वे कंपनी की नीतियों को संप्रेषित करते हैं, जिनका पालन किया जाना चाहिए। अधिकांश कार्यालय मैनुअल दो श्रेणियों में से एक में आती है: नीतियां और प्रक्रिया मैनुअल या कर्मचारी पुस्तिकाएं। कोई फर्क नहीं पड़ता कि आप किस प्रकार का मैनुअल लिख रहे हैं, सामग्री को तार्किक तरीके से व्यवस्थित करना आपकी सफलता के लिए महत्वपूर्ण है।

भाग 1: उचित तरीके से काम शुरू करें



1. एक प्रोजेक्ट मैनेजर को असाइन करें: ऑफिस मैनुअल लिखना एक बहुत बड़ा काम है, इसलिए आपको इसकी जिम्मेदारी लेने के लिए किसी की जरूरत है। आपके संगठन के आकार के आधार पर, आप परियोजना के लिए किसी व्यक्ति या टीम को असाइन कर सकते हैं।

- एचआर आमतौर पर एक कर्मचारी पुस्तिका लिखने के लिए जिम्मेदार होता है, लेकिन विभाग के प्रबंधक शायद नीतियों और प्रक्रियाओं के मैनुअल के लिए बेहतर विकल्प होंगे। यदि आप एक छोटी सी कंपनी के मालिक हैं, तो आप उस कार्य को स्वयं कर सकते हैं, जब तक आपके पास इसे करने के लिए कुछ समय हो।
- सुनिश्चित करें कि मैनुअल लिखने के प्रभारी व्यक्ति के पास मजबूत लेखन कौशल है। यह बहुत महत्वपूर्ण है कि मैनुअल स्पष्ट और पढ़ने में आसान हो।



2. उपयुक्त भाषा का प्रयोग करें: आपके मैनुअल को आपके सभी कर्मचारियों के लिए नीतियों को यथासंभव कुशलता से संप्रेषित करने की आवश्यकता है, इसलिए यह सीधा और पढ़ने में आसान होना चाहिए।

- बहुत अधिक उद्योग शब्दजाल का उपयोग करने के बारे में सतर्क रहें, खासकर यदि आपके पास कुछ कर्मचारी हैं जो शायद इससे परिचित नहीं हैं।
- उपयोग किए जाने वाले योगों को संयमपूर्वक उपयोग करें और जो भी आप उपयोग करते हैं उसे स्पष्ट करें।
- सुनिश्चित करें कि आपके मैनुअल की भाषा आपकी कंपनी की संस्कृति के साथ फिट बैठती है।
- स्वरूपण भी महत्वपूर्ण है। सुनिश्चित करें कि आपकी हेडिंग बोल्ट है, आपके पास सामग्री की एक स्पष्ट तालिका है, और पर्याप्त सफेद स्थान है ताकि कर्मचारी आसानी से जानकारी खोजने के लिए दस्तावेज़ को स्किम कर सकें स्वरूपण भी महत्वपूर्ण है। सुनिश्चित करें कि आपके शीर्षक बोल्ट हैं, आपके पास सामग्री की एक स्पष्ट तालिका है, और पर्याप्त सफेद स्थान है ताकि कर्मचारी आसानी से दस्तावेज़ को स्किम कर सकें, ताकि उन्हें आवश्यक जानकारी मिल सके।



3. कर्मचारी इनपुट को प्रोत्साहित करें: आपके पास किस प्रकार का व्यवसाय है और किस प्रकार का मैनुअल आप एक साथ रख रहे हैं, इस पर निर्भर करता है कि आप वास्तव में अपनी पूरी टीम के सहयोग से लाभान्वित हो सकते हैं। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आप सभी से अधिक से अधिक प्राप्त करें, अपने सभी कर्मचारियों को मैनुअल के उद्देश्य और उनके इनपुट के महत्व के बारे में बताना सुनिश्चित करें।

- उन लाभों पर जोर देने का प्रयास करें जो मैनुअल आपके कर्मचारियों को लाएगा, जैसे कि क्लारी- भ्रामक प्रक्रियाएं करना या समय की मात्रा कम करने से नए कर्मचारियों को व्यवस्थित होने में समय लगेगा। अन्यथा वे सिर्फ देख सकते हैं उन लाभों पर जोर देने की कोशिश करें जो मैनुअल आपके कर्मचारियों को लाएगा, जैसे कि क्लारी-भ्रामक प्रक्रियाएं या समय की मात्रा कम होने से नए कर्मचारियों को व्यवस्थित होने में समय लगेगा। अन्यथा वे सिर्फ एक अनुशासनात्मक दस्तावेज़ के रूप में मैनुअल देख सकते हैं।



4. समीक्षा प्रक्रिया को जानें: इससे पहले कि आप अपनी परियोजना शुरू करें समीक्षा प्रक्रिया को जानें: इससे पहले कि आप अपनी परियोजना शुरू करें, आपके पास एक स्पष्ट अंडर-स्टैंड होना चाहिए जो इस पर काम करेगा और किस क्षमता में होगा। यह तय करना विशेष रूप से महत्वपूर्ण है कि मैनुअल वितरित होने से पहले अंतिम समीक्षा के लिए कौन जिम्मेदार होगा।



5. इसे अक्सर अपडेट करने की योजना बनाएं: आपका कार्यालय मैनुअल एक हमेशा बदलता दस्तावेज होगा, इसलिए आपको इसे बार-बार अपडेट करने की योजना बनाने की आवश्यकता है। आपको शुरुआत से यह तय करने की आवश्यकता है कि मैनुअल को अपडेट करने के लिए कौन जिम्मेदार होगा और कितनी बार संशोधन किया जाएगा।

- आप कर्मचारियों को प्रोत्साहित कर सकते हैं कि वे किसी बिंदु व्यक्ति को सूचित करें जब भी वे एक बदलाव को देखते हैं जिसे मैनुअल करने की आवश्यकता होती है।
- आपके संगठन के आधार पर, आप अपने मैनुअल की हार्ड कॉपी प्रिंट करना चुन सकते हैं, या आप इलेक्ट्रॉनिक मैनुअल का विकल्प चुन सकते हैं, जिसे बार-बार अपडेट करना बहुत आसान होगा।

भाग 2: नीतियां और प्रक्रिया मैनुअल लिखना



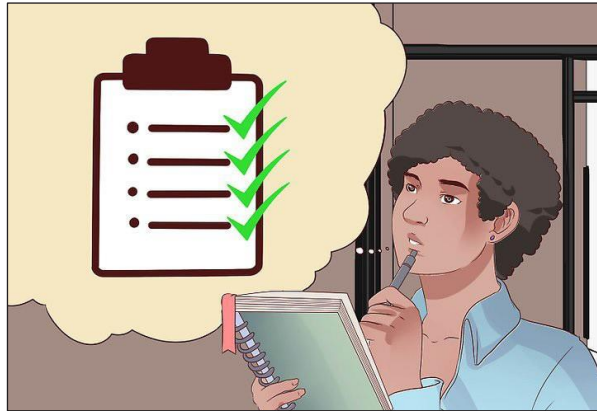
1. विभाग द्वारा विभाजित करें: उन कार्यों की एक सूची के साथ शुरू करें जिन्हें पूरा करने के लिए आपके संगठन का प्रत्येक विभाग जिम्मेदार है।

- आप इस कार्य को एक व्यक्ति या प्रत्येक विभाग में एक व्यक्ति को सौंप सकते हैं। यदि यह किसी एक व्यक्ति पर पड़ता है, तो सुनिश्चित करें कि उसे विभाग प्रमुखों का समर्थन प्राप्त है।



2. नौकरी का विवरण लिखें: एक बार जब आप जानते हैं कि प्रत्येक विभाग किसके लिए जिम्मेदार है, तो पूर्व निर्धारित करें कि प्रत्येक कर्मचारी प्रत्येक विभाग के भीतर क्या कार्य करता है। यह आपको कार्यभार को समान रूप से वितरित करने में मदद करेगा और समय आने पर नए कर्मचारियों को नियुक्त करने के लिए बेहतर तैयार करेगा।

- यह एक संगठनात्मक चार्ट बनाने में मददगार हो सकता है जो प्रत्येक कर्मचारी को रिपोर्ट करना चाहिए, खासकर अगर यह आपके संगठन में वर्तमान में अस्पष्ट है।



3. प्रक्रियाओं की रूपरेखा: एक बार जब आपके पास उन कार्यों की सूची हो जाती है जिनके लिए प्रत्येक कर्मचारी जिम्मेदार होता है, तो समय आ गया है कि प्रत्येक कार्य को गहराई से देखें और उन्हें पूरा करने के लिए चरण-दर-चरण निर्देश लिखें। इसका उद्देश्य नए कर्मचारियों के प्रशिक्षण में मदद करना और मौजूदा कर्मचारियों के लिए अनुपस्थिति के दौरान एक दूसरे के काम को कवर करना आसान बनाना है।

- विवरण को रेखांकित करना सुनिश्चित करें। ऐसे विवरणों को रेखांकित करना सुनिश्चित करें, जहां दस्तावेज़ सहेजे जाते हैं, जहां कुछ आपूर्ति रखी जाती है, और विक्रेताओं और ग्राहकों से कैसे संपर्क किया जाता है।
- आईटी इस एक अच्छा विचार है कि कोई व्यक्ति प्रत्येक कार्य की समीक्षा करके उसे ठीक करने का प्रयास करके निर्देश को कम कर दे। सुनिश्चित करें कि समीक्षक वही व्यक्ति नहीं है जो आमतौर पर कार्य पूरा करता है। अगर लापता कदम या अक्षमताएं हैं तो यह जल्दी से स्पष्ट हो जाएगा।



4. मासिक और वार्षिक कार्यों पर विचार करें: दैनिक कार्यों के लिए प्रक्रियाओं को रेखांकित करने के अलावा, जो आपके कर्मचारी पूरा करते हैं, बड़ी परियोजनाओं के लिए सुनिश्चित करें मासिक और वार्षिक कार्यों पर विचार करें: दैनिक कार्यों के लिए प्रक्रियाओं की रूपरेखा तैयार करने के अलावा, जो आपके कर्मचारी पूरा करते हैं, बड़ी परियोजनाओं के लिए खाने में जाना सुनिश्चित करें जो कि आमतौर पर होती हैं, जैसे कि त्रैमासिक समीक्षा या वार्षिक प्रस्तुतियाँ।

- इनमें से प्रत्येक कार्य के लिए एक शेड्यूल स्थापित करने का प्रयास करें ताकि नए कर्मचारी समझ सकें कि उनकी तैयारी कब शुरू करनी है।



5. नए कर्मचारियों के लिए उपयोगी जानकारी प्रदान करें: नौकरी के लिए आवश्यक कार्यों को कैसे पूरा किया जाए, इसके बारे में विवरण प्रदान करने के अलावा, आप अपने नए कर्मचारियों को कार्यालय से परिचित कराने में मदद करने के लिए कुछ अतिरिक्त टिप्स प्रदान करना चाह सकते हैं। यह अन्य कर्मचारियों पर उनकी निर्भरता को कम करेगा, और उम्मीद है कि उन्हें और अधिक तेज़ी से सहज महसूस होगा। आप इस तरह की चीजों पर जानकारी शामिल करना चाह सकते हैं:

- बाथरूम, ब्रेक रूम और मेल रूम का स्थान।
- फोन, प्रिंटर, कंप्यूटर और अन्य उपकरणों का उपयोग कैसे करें।
- कहां पार्क करें?
- आपूर्तियों का ऑर्डर कैसे दें।

भाग 3: कर्मचारी पुस्तिका लिखना



1. कानूनी आवश्यकताओं को जानें: संभवतः बहुत सी चीजें हैं जिन्हें आप अपनी कर्मचारी पुस्तिका में शामिल करना चाहते हैं, लेकिन आप यह नहीं जानते होंगे कि ऐसी चीजें भी हैं जिन्हें आपको कानूनी रूप से शामिल करना आवश्यक है। आपको समान रोजगार के अवसरों, उत्पीड़न, पारिवारिक चिकित्सा अवकाश, विकलांग लोगों के आवास, कार्यकर्ता का मुआवजा, सैन्य अवकाश, स्तनपान कराने की जगह और अपराध के शिकार लोगों के लिए छुट्टी के बारे में जानकारी शामिल करना सुनिश्चित करने की आवश्यकता है।

- यदि लागू हो, तो कंपनी के गैर-प्रकटीकरण समझौतों और / या ब्याज बयानों के संघर्ष के बारे में जानकारी शामिल करें।
- यदि काम का माहौल किसी भी तरह से खतरनाक है, तो कर्मचारी सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए आपके द्वारा उठाए जाने वाले कदमों के बारे में जानकारी शामिल करें, साथ ही साथ वे क्या करने की उम्मीद करते हैं।
- यद्यपि कानूनी रूप से आवश्यक नहीं है, लेकिन यह भी एक अच्छा विचार है कि कंपनियों के कर्मचारियों के संबंध में क्लॉस को शामिल करने का अधिकार है और वे कर्मचारियों के अधिकार को समाप्त कर सकते हैं और मैनुअल में बदलाव कर सकते हैं। यदि पूर्व कर्मचारी मुकदमा दायर करता है, तो यह कंपनी को बचाने में मदद करेगा।
- हर राज्य में रोजगार कानून अलग हैं। अपने कर्मचारी हैंडबुक को प्रकाशित करने से पहले एक वकील से परामर्श करना एक अच्छा विचार है, बस यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपने किसी भी चीज को शामिल नहीं किया है या छोड़ दिया है जो नुकसानदायक हो सकती है।



2. घंटे और उपस्थिति के बारे में जानकारी शामिल करें: आपकी कर्मचारी पुस्तिका को कर्मचारियों से स्पष्ट रूप से संवाद करना चाहिए कि उनके कार्यालय में कब रहने की उम्मीद है और उनसे प्रत्येक सप्ताह कितने घंटे काम करने की उम्मीद है।

- ओवरटाइम वेतन के बारे में जानकारी भी शामिल करें, यह स्पष्ट रूप से बताएं कि कौन ओवरटाइम के लिए योग्य है और कौन नहीं।

- सुनिश्चित करें कि कर्मचारी अनुपस्थिति की रिपोर्ट करना जानते हैं।
- यदि आप लचीले घंटे की पेशकश करते हैं, तो इस लाभ का लाभ उठाने के लिए प्रक्रिया को रेखांकित करें।
- कर्मचारियों को बताएं कि उन्हें उनकी तनखाह कब और कैसे देंगे।



3. लाभों के बारे में बात करें: अपने मैनुअल के एक भाग को लाभों के लिए समर्पित करना सुनिश्चित करें, जिसमें पेड टाइम ऑफ, चिकित्सा बीमा, जीवन बीमा, कंपनी की 401k योजना, और आपके द्वारा प्रदान की जाने वाली कोई भी चीज़ शामिल है। इन लाभों के बारे में अपने स्पष्टीकरण में पूरी तरह से सावधानी बरतें ताकि अधिकांश प्रश्नों का उत्तर केवल मैनुअल से परामर्श करके दिया जा सके।

- यदि आपका लाभ किसी बाहरी प्रदाता द्वारा प्रदान किया जाता है, तो कर्मचारियों को बताएं कि अधिक जानकारी कहां से प्राप्त करें यदि आपका लाभ किसी बाहरी प्रदाता द्वारा प्रदान किया जाता है, तो कर्मचारियों को बताएं कि कार्यक्रम के बारे में अधिक जानकारी कहां से प्राप्त करें।
- यदि आपके पास प्रति घंटा और वेतनभोगी कर्मचारियों या भागकालिक और पूर्णकालिक कर्मचारियों का एक संयोजन है, तो स्पष्ट रूप से रेखांकित करें कि कौन किस श्रेणी में आता है यदि आपके पास प्रति घंटा और वेतनभोगी कर्मचारियों या भागकालिक और पूर्णकालिक कर्मचारियों का संयोजन है, तो स्पष्ट रूप से रेखांकित करें कि कौन किस श्रेणी में आता है और किसको क्या लाभ मिलता है।



4. एक आचार संहिता तैयार करें: कर्मचारी पुस्तिका भी उन नियमों को स्थापित करने का स्थान है जिनके द्वारा आपके कर्मचारियों को पालन करना चाहिए। आप एक अनुशासनात्मक प्रक्रिया भी स्थापित कर सकते हैं, लेकिन सुनिश्चित करें कि यह इतना विशिष्ट नहीं है कि यह कुछ परिस्थितियों में उपयुक्त न हो। आचार संहिता में शामिल सामान्य विषयों में शामिल हैं:

- अप्रत्याशित अनुपस्थिति और देर से आगमन।
- ड्रेस कोड।
- ड्रग / शराब नीति।

- ग्राहकों और सहकर्मियों के साथ कैसे बातचीत करें।
- सोशल मीडिया नीति।



5. समीक्षा प्रक्रिया का वर्णन करें: आपके कर्मचारियों को यह उपयोगी लगेगा यदि वे जानते हैं कि उनके प्रदर्शन की समीक्षा कैसे की जाएगी और उनसे कब अपेक्षा की जाएगी। प्रक्रियाओं और अपेक्षाओं को रेखांकित करते हुए यथासंभव विशिष्ट बनें।



6. प्रक्रियाओं को शामिल करें: आपके कार्यालय में आपके द्वारा की गई कल्पना की तुलना में संभवतः बहुत अधिक प्रक्रियाएं हैं, इसलिए आपको अपने मैनुअल में जो कुछ भी पता करने की आवश्यकता है, उसके बारे में सोचने में कुछ समय लग सकता है। सभी प्रश्नों के बारे में सोचने की कोशिश करें प्रक्रियाओं को शामिल करें: आपके कार्यालय में आपके द्वारा की गई कल्पना की तुलना में संभवतः बहुत अधिक प्रक्रियाएं हैं, इसलिए आपको अपने मैनुअल में जो कुछ भी पता करने की आवश्यकता है, उसके बारे में सोचने में कुछ समय लग सकता है। एक नए कर्मचारी के बारे में सभी सवालों के बारे में सोचने की कोशिश करें कि आपका कार्यालय कैसे काम करता है, जैसे कि:

- अंदर और बाहर कैसे घूमा जाए।
- लंच और ब्रेक की नीतियां।
- दूरसंचार नीतियां।
- समय का अनुरोध कैसे करें।
- सहकर्मी के खिलाफ शिकायत कैसे दर्ज करें।
- मौसम संबंधी नीतियां।

प्रशिक्षण मैनुअल कैसे लिखें

प्रशिक्षण मैनुअल नए कर्मचारियों को किसी कंपनी के बारे में, या पुराने कर्मचारियों को नई प्रणालियों या कार्यक्रमों के बारे में सिखाने का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। प्रशिक्षण मैनुअल लिखने की सटीक प्रक्रिया उस उद्योग द्वारा निर्धारित की जा सकती है जिसके लिए यह है, लेकिन कुछ सामान्य चीजें हैं जो आप अपने कर्मचारियों को मैनुअल का अधिकतम लाभ उठाने में मदद करने के लिए कर सकते हैं। शुरू करने से पहले आपको दोबारा जांच करनी चाहिए कि आपके पास वह सारी जानकारी है जो आपको चाहिए, अपने दर्शकों को ध्यान में रखकर लिखें और उनके लिए इसे सीखना आसान बनाने का प्रयास करें, और जानकारी को आसान बनाने के लिए कुछ अतिरिक्त सामग्री शामिल करें। यदि आप छवियों और ग्राफिक्स, नोट्स के लिए रिक्त स्थान, लोगों द्वारा सीखी गई बातों की समीक्षा करने के लिए क्रिज़ और महत्वपूर्ण कार्यों की जांच सूची शामिल करते हैं, तो आपके मैनुअल को लाभ होगा।

तरीका 1: सूचना को असेंबल करना



1. मैनुअल को कवर करने के लिए आवश्यक जानकारी की समीक्षा और संकलन करें। स्मृति से प्रशिक्षण मैनुअल कभी न लिखें। विभिन्न प्रक्रियाओं और ज्ञान बिंदुओं से गुजरें जिन्हें आपका मैनुअल कवर करने जा रहा है और सुनिश्चित करें कि आप हर चीज पर स्पष्ट हैं। सभी महत्वपूर्ण सूचनाओं की एक सूची बनाएं और इस सूची को देखें क्योंकि आप मैनुअल लिखते हैं, इसे सभी को शामिल करने के लिए दोबारा जांच करते हैं।

- यहां तक कि एक छोटा कदम छोड़ना भी आपके उपयोगकर्ताओं को भ्रमित कर सकता है, इसलिए ध्यान दें। उदाहरण के लिए, आप किसी को स्प्रेडशीट में डेटा दर्ज करने का तरीका बता रहे होंगे, लेकिन आप आसानी से "नई स्प्रेडशीट खोलने के लिए फ़ाइल पर क्लिक करें" का उल्लेख करना भूल सकते हैं। या मशीनरी के एक टुकड़े का उपयोग करने का वर्णन करते समय, आप एक निश्चित स्विच को फ़्लिप करने का उल्लेख करना भूल सकते हैं जो बेहद महत्वपूर्ण है।
- यदि आप सब कुछ की समीक्षा नहीं करते हैं और आप कुछ भूल जाते हैं, तो उपयोगकर्ताओं के व्यथित होने की संभावना है क्योंकि कुछ ठीक से काम नहीं कर रहा है। यह वह परिणाम नहीं है जिसका परिणाम प्रशिक्षण कभी नहीं होना चाहिए।



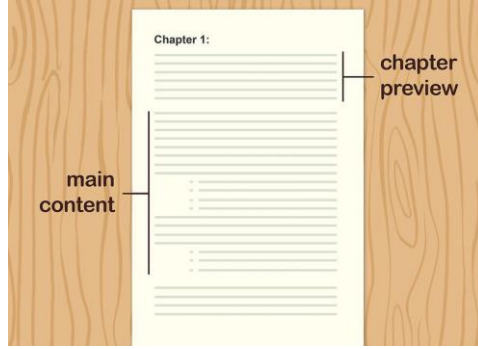
2. प्रशिक्षण मैनुअल के प्रवाह की रूपरेखा तैयार करें: आपके द्वारा बनाई गई सूची का उपयोग करें और जानकारी को अध्यायों, अनुभागों या भागों के तार्किक अनुक्रम में व्यवस्थित करना शुरू करें। सबसे अधिक संभावना है कि आप मूल बातें से शुरू करेंगे और अधिक गहन अवधारणाओं तक काम करेंगे।

- किसी भी सामग्री को लिखने से पहले, सुनिश्चित करें कि आपको इस बात का अच्छा अंदाजा है कि मैनुअल के सभी पहलू एक साथ कहाँ फिट होंगे। यदि मैनुअल ने अभी तक उस जानकारी को कवर नहीं किया है, तो आप जो सोचते हैं वह पिछले अनुभाग में से कुछ का उल्लेख नहीं करना चाहते हैं।
- यदि आप स्व-निहित अनुभाग लिख सकते हैं जो एक-दूसरे पर निर्मित नहीं होते हैं, तो कुछ स्थितियों में यह सही तरीका हो सकता है।

Table of Contents	
Purpose and Objectives:.....	1
What is Service?.....	1
Preparation.....	2
Uniform.....	2
Serving a Table.....	3
Drink Service and Food Order.....	3
Appetizer and Entrée Service.....	3
After-Dinner Service.....	4
Presentation of the Bill.....	5
Steps of Service Summary.....	6

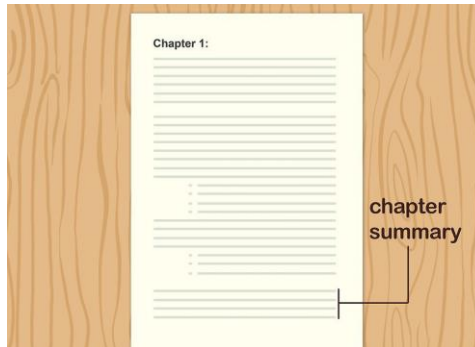
3. सामग्री की एक तालिका और एक सूचकांक शामिल करें: भले ही मैनुअल को शुरू से अंत तक सीधे पढ़ने के लिए बनाया गया हो, ये नेविगेशनल सेक्शन लोगों की मदद करेंगे, जब उन्हें अपनी याददाश्त को ताज़ा करने और जो उन्होंने सीखा है उसका अध्ययन करने के लिए वापस जाने की आवश्यकता होगी। विषय-सूची में सभी अध्यायों के शीर्षक होने चाहिए और किसी भी अनुभाग शीर्षक को शामिल करना समझ में आता है। पूरे मैनुअल में लोगों को खोजने के लिए बहुत सी चीजें देते हुए, इंडेक्स को यथासंभव संपूर्ण बनाएं।

- वर्ड प्रोसेसिंग प्रोग्राम में अक्सर इस प्रकार के दस्तावेज़ों के लिए टेम्पलेट होते हैं। इन तत्वों की संरचना कैसे करें, इसके लिए आप ऑनलाइन सहायक संसाधन भी पा सकते हैं।



4. सूचनात्मक अध्याय पूर्ववलोकन लिखें: प्रत्येक अध्याय या खंड की शुरुआत में, 2-3 पैराग्राफ लिखें जो यह रेखांकित करते हैं कि मैनुअल के उस हिस्से में क्या शामिल किया जाएगा। आप अनुभाग के लिए उद्देश्यों की एक सूची, उन खोजशब्दों को शामिल कर सकते हैं जिन पर ध्यान केंद्रित करना अच्छा है, और उन प्रश्नोत्तरी या गतिविधियों का उल्लेख करें जिन्हें शामिल किया जाएगा।

- अध्याय के शीर्षक से लोगों को यह जानने में मदद मिलनी चाहिए कि उन्हें क्या मिलेगा, लेकिन उन्हें पूर्ववलोकन को स्किम करने और यह सुनिश्चित करने में सक्षम होना चाहिए कि अध्याय में वह है जो उन्हें जानने की आवश्यकता है।



5. प्रत्येक अध्याय को एक सारांश के साथ समाप्त करें: एक अध्याय में जो कुछ भी शामिल किया गया है, उसकी समीक्षा करना और समीक्षा करना हमेशा मददगार होता है। यह एक सारांश है, इसलिए आप सब कुछ का उल्लेख नहीं कर सकते। लोगों को अध्याय से दूर ले जाने वाली सबसे महत्वपूर्ण जानकारी के रूप में आप जो देखते हैं उसे हाइलाइट करने का प्रयास करें।

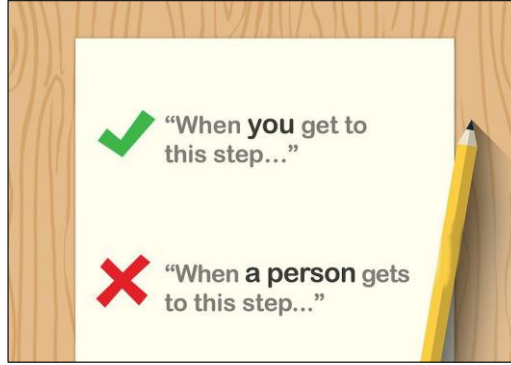
- आप लोगों को इस बात का जायजा लेने का मौका देने के लिए फिर से उद्देश्यों का उल्लेख कर सकते हैं कि उन्होंने सीखा कि उन्हें क्या करना चाहिए था या नहीं।



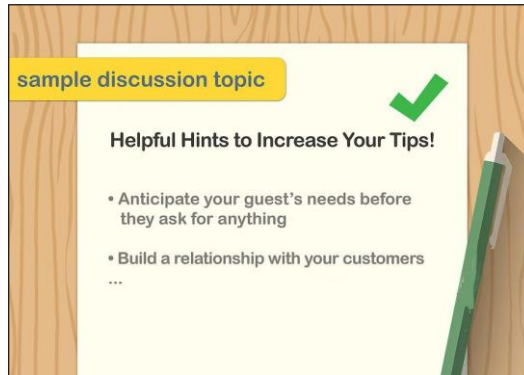
6. मैनुअल लिखने में आपकी सहायता के लिए एक समूह या टास्क फोर्स बनाएं: यदि आपके पास इसे करने में आपकी सहायता करने के लिए लोग हैं तो आप प्रशिक्षण मैनुअल लिखने में अधिक आसानी से सफल होंगे। आप चाहते हैं कि लोग जाते-जाते त्रुटियों की जांच करें, सुनिश्चित करें कि सामग्री समझने योग्य है, और आप जिस चीज के लिए प्रशिक्षण ले रहे हैं, उसके सभी पहलुओं पर विचार करने में आपकी सहायता करें। इसके अलावा आप कुछ काम सौंप सकते हैं और इसे समान रूप से वितरित कर सकते हैं।

- यदि आपके पास पूरी प्रक्रिया में मदद करने के लिए एक समूह नहीं हो सकता है, तो कम से कम लोगों से अलग-अलग बिंदुओं पर कुछ चीजें पूछने पर विचार करें क्योंकि आप दूसरी राय प्राप्त करने के लिए जाते हैं।

तरीका 2: अपने उपयोगकर्ताओं को समायोजित करना



1. अपने दर्शकों के लिए और उनके लिए लिखें: सुनिश्चित करें कि आप स्पष्ट हैं कि दर्शक कौन हैं। विचार करें कि क्या उनके पास ज्ञान का आधार है या पूरी तरह से नए सिरे से शुरुआत कर रहे हैं। इससे आपको अंदाजा हो जाएगा कि आपको पूरे मैन्युअल में कितना व्यापक या विशिष्ट होना चाहिए। जब यह समझ में आता है, तो सीधे दर्शकों को यह कहते हुए लिखें, "जब आप इस कदम पर पहुँचते हैं ..." इसके बजाय "जब कोई व्यक्ति इस कदम पर पहुँचता है।"
 - यदि आप कर्मचारियों को एक नए सॉफ्टवेयर पर प्रशिक्षण दे रहे हैं जिसे किसी ने नहीं देखा है, तो यह मान लेना सुरक्षित है कि उन्हें कुछ भी नहीं पता होगा। यदि आप कपड़ों की दुकान पर बिक्री तकनीकों के लिए प्रशिक्षण ले रहे हैं, तो आपको यह समझाने की ज़रूरत नहीं है कि पैट और शर्ट क्या हैं।
 - सरल अवधारणाओं को समझाकर लोगों का संरक्षण न करें, लेकिन यह भी न मानें कि वे कुछ ऐसा जानते हैं, जो वे नहीं जानते होंगे।



2. समस्या-समाधान परिदृश्य और चर्चा विषय शामिल करें। पाठ के 20 पृष्ठों को पढ़कर हर कोई नहीं सीख सकता है, इसलिए उपयोगकर्ताओं के लिए उनके द्वारा पढ़ी गई बातों को लागू करने और व्यावहारिक अनुभव प्राप्त करने के तरीके शामिल करें। एक परिदृश्य दें और पाठक से किसी प्रकार की समस्या को हल करने के लिए कहें। प्रशिक्षुओं के बीच चर्चा और सहयोग की अनुमति दें। आप विभिन्न सीखने की शैलियों को पूरा करना चाहते हैं ताकि मैन्युअल अधिक से अधिक लोगों के लिए उपयोगी हो।

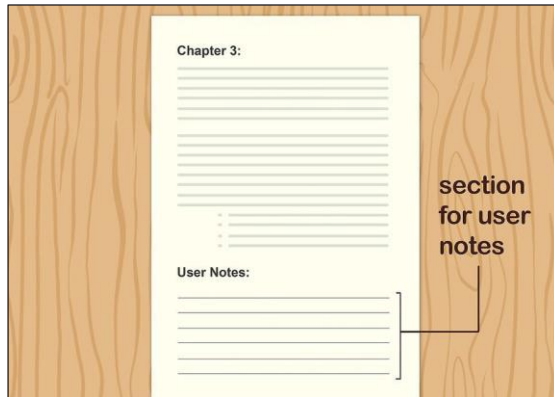
- आप प्रत्येक कर्मचारी के लिए पूरी तरह से फिट नहीं हो सकते हैं, लेकिन यदि आप केवल एक दृष्टिकोण का उपयोग करते हैं तो आप बहुत से लोगों तक पहुंचने की संभावना नहीं रखते हैं। प्रशिक्षण मैनुअल का लक्ष्य कर्मचारियों को यह जानने में मदद करना है कि उन्हें क्या जानने की जरूरत है, इसलिए अधिक से अधिक लोगों के लिए इसे आसान बनाने का लक्ष्य रखें।



3. वीडियो या ऑडियो रिकॉर्डिंग के साथ मैनुअल को बेहतर बनाएं: यदि आप एक मुद्रित मैनुअल लिख रहे हैं, तो विचार करें कि आप प्रशिक्षुओं को वीडियो या ऑडियो रिकॉर्डिंग जैसी अतिरिक्त सामग्री तक पहुंच प्रदान कर सकते हैं या नहीं। उन शिक्षार्थियों के लिए जो एक संपूर्ण मैनुअल को पढ़ने के लिए संघर्ष करेंगे, आप यह सुनिश्चित करने के लिए काम कर सकते हैं कि वे अभी भी वही सीखें जो उन्हें चाहिए। कई बार लिखित मैनुअल प्राथमिक प्रशिक्षण उपकरण होगा, लेकिन कुछ अतिरिक्त चीजें एक बड़ा बदलाव ला सकती हैं।

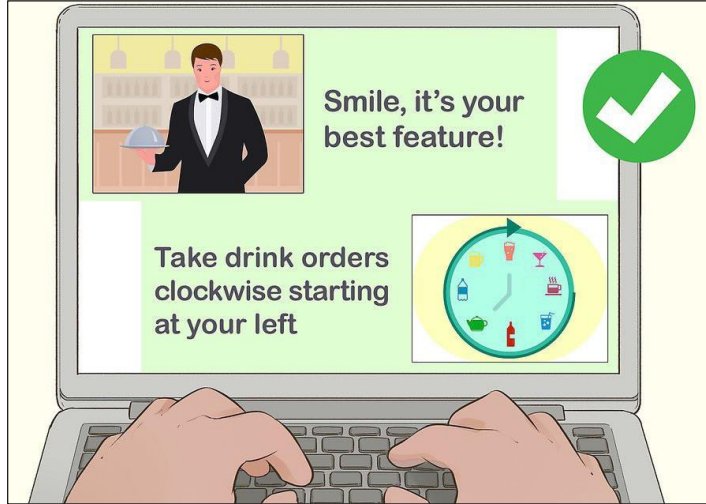
- यह आपके मैनुअल में शामिल सामग्री के प्रकार से प्रभावित हो सकता है और सभी मामलों में लागू नहीं भी हो सकता है। अपने मैनुअल की बारीकियों का जायजा लें और निर्णय लें कि अतिरिक्त सामग्री बनाई जा सकती है या नहीं।

तरीका 3: उपयोगकर्ता की समझ को परखना



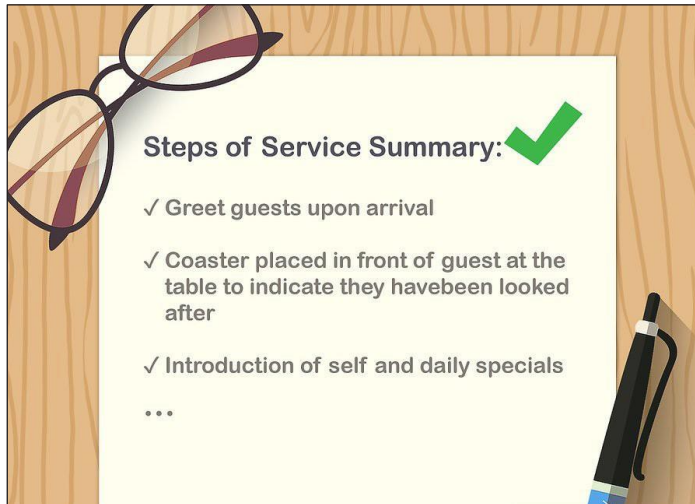
1. उपयोगकर्ता नोट्स के लिए एक अनुभाग शामिल करें: जैसा कि आप मैनुअल के प्रत्येक अनुभाग को लिख रहे हैं, मैनुअल का उपयोग करने वाले लोग बहुत सारी जानकारी लेने की कोशिश कर रहे होंगे। जब आप उद्देश्यपूर्ण ढंग से नोट्स लिखने के लिए रिक्त स्थान शामिल करते हैं, तो आप उपयोगकर्ताओं को जो सीख रहे हैं उसे संक्षेप में लिखने के लिए प्रोत्साहित करते हैं। इससे उनके पास रखी गई जानकारी की मात्रा बढ़ जाएगी।

- टेक्स्ट के अधिकांश अनुभागों के साथ नोट्स अनुभाग अच्छे होंगे, लेकिन आप अध्यायों के अंत में और पूरे मैनुअल के अंत में एक अलग नोट्स अनुभाग भी बना सकते हैं। इससे लोगों को अलग-अलग नोटबुक रखने से बचने में मदद मिलती है जिससे वे ट्रैक खो सकते हैं।



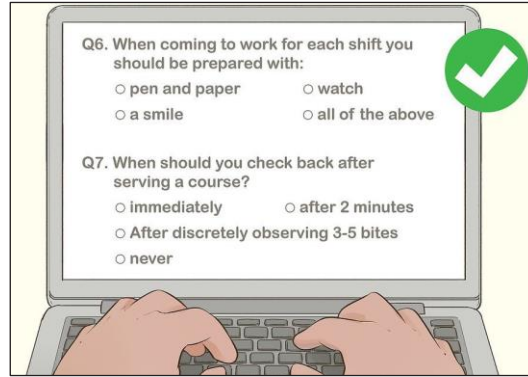
2. छवियों और ग्राफिक्स का उपयोग करें: जब भी आप पाठक को कुछ दृश्य दिखा सकते हैं, तो इसका प्रभाव इस बात पर पड़ सकता है कि वे कितना समझते हैं। आप अपने मैन्युअल को बहुत अधिक अव्यवस्थित नहीं करना चाहते हैं, लेकिन यदि आप कर सकते हैं तो दृश्यों का उपयोग करें। आपके पास कंप्यूटर के काम के चरणों के स्क्रीनशॉट हो सकते हैं। आप महत्वपूर्ण डेटा के चार्ट शामिल कर सकते हैं। व्यक्ति द्वारा उपयोग किए जाने वाले औजारों या मशीनरी के चित्र भी अच्छे होते हैं।

- वास्तव में आप किस प्रकार के दृश्य एड्स शामिल कर सकते हैं इसकी कोई सीमा नहीं है, इसलिए इस बारे में सोचें कि आप किसके लिए प्रशिक्षण ले रहे हैं और उपयोगकर्ता के लिए सबसे अधिक उपयोगी क्या होगा।



3. महत्वपूर्ण चरणों की चेकलिस्ट शामिल करें: कई मैन्युअल के लिए, आप विभिन्न प्रक्रियाओं के चरणों का विवरण देंगे, और चेकलिस्ट चीजों को समेटने का एक शानदार तरीका है। जब किसी उपयोगकर्ता को किसी ऐसे अनुभाग को वापस संदर्भित करने की आवश्यकता होती है जिसमें विशिष्ट चरण शामिल होते हैं, तो चेकलिस्ट उनकी स्मृति को ताज़ा कर देगी और पाठ के कई अनुच्छेदों की तुलना में अधिक तेज़ी से जांच की जा सकती है।

- इन पृष्ठों को फाइना आसान बनाना भी उपयोगी हो सकता है ताकि उपयोगकर्ता चेकलिस्ट को बाद के समय में संभाल कर रख सकें जब वे कार्यों पर काम कर रहे हों।
- चेकलिस्ट में आवश्यक सामग्री, किसी कार्य को पूरा करने से पहले, उसके दौरान और बाद के अनुभाग, या कार्य पूरा होने के बाद उसका मूल्यांकन कैसे किया जा सकता है, शामिल हो सकते हैं।



4. गतिविधियों और प्रश्नोत्तरी शामिल करें जो सीखने को मापते हैं: आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि आपके मैन्युअल के उपयोगकर्ता सीख रहे हैं, इसलिए उनके ज्ञान के छोटे परीक्षण लिखें। उत्तरों को एक अलग स्थान पर शामिल करें ताकि वे जांच सकें कि उन्होंने कैसे किया। आपके पास बहुविकल्पीय प्रश्न हो सकते हैं, रिक्त स्थान और मिलान, या समस्या समाधान के लिए परिदृश्य भरें।

- ये किसी भी आधिकारिक परीक्षण से अलग होंगे जो आप कर्मचारियों द्वारा प्रशिक्षण पूरा होने के बाद लेंगे। इसका उद्देश्य यह होगा कि रास्ते में उन्हें यह पता लगाने में मदद मिलेगी कि वे कितना सीख रहे हैं।

एक मानव संसाधन मैन्युअल कैसे लिखें

एक मानव संसाधन मैन्युअल एक दस्तावेज है जो कर्मचारी प्रबंधन और प्रबंधकों और कर्मचारियों के बीच संबंधों के संबंध में संगठन की नीतियों का विवरण देता है। एक कर्मचारी पुस्तिका या प्रबंधन द्वारा उपयोग किए जाने वाले आंतरिक दस्तावेज़ का रूप लेते हुए, इसका उद्देश्य कार्यस्थल प्रथाओं, भर्ती और समाप्ति प्रक्रियाओं और अन्य प्रासंगिक जानकारी का वर्णन करना है। क्योंकि ये मार्गदर्शिकाएँ किसी संगठन की कार्यस्थल नीति को संप्रेषित करने के लिए आवश्यक हैं और क्योंकि उन्हें अक्सर कानूनी कार्यवाही में संदर्भित किया जाता है, इसलिए उन्हें संपूर्ण और सटीक होना चाहिए। ये चरण आपको जानकारीपूर्ण और व्यापक मानव संसाधन मैन्युअल लिखने की मूल बातें सिखाएंगे।

कदम

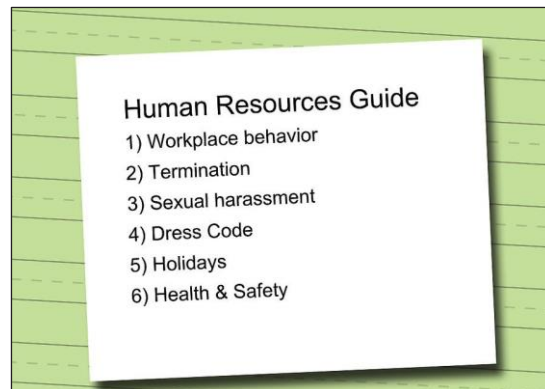


1. अपने मैन्युअल के दर्शकों को निर्धारित करें।

- यदि आप एक कर्मचारी पुस्तिका लिख रहे हैं, तो दिन-प्रतिदिन के कार्यस्थल संचालन और सामान्य कर्मचारी नीतियों पर अधिक ध्यान दें। यदि आप प्रबंधन या सामान्य नीति विवरण के लिए एक दस्तावेज़ लिख रहे हैं, तो लक्ष्य सहायक से अधिक विस्तृत और सटीक होना चाहिए।



2. सभी संगठनात्मक नीतियों की समीक्षा करें: इसमें भर्ती, समाप्ति, com- पेनसेशन, पदोन्नति, ड्रेस कोड, शिकायत प्रक्रिया, बीमार दिन, छुट्टियां आदि के बारे में नीतियां शामिल हैं।



3. दस्तावेज़ को कई नीति श्रेणियों में विभाजित करके अपनी मार्गदर्शिका शुरू करें, उदाहरण के लिए "कार्यस्थल व्यवहार," "समाप्ति," "यौन उत्पीड़न," आदि।



4. प्रत्येक श्रेणी के लिए एक संगठनात्मक नीति लिखें: दिए गए विषय के संबंध में अपने संगठन की स्थिति, प्रबंधन और कर्मचारियों को प्रत्येक स्थिति में लेने के लिए उचित प्रक्रिया और इसके कारण बताएं।

Complaints & Grievances

Any complaint or grievance should at first be brought to the attention of your immediate line manager, should your complaint be about this person then their line manager should be your first point of contact. This should be done in writing and allowing 7 working days for a response.

5. महत्वपूर्ण प्रक्रियाओं का विवरण देने वाला एक अनुभाग शामिल करें: इसमें शिकायतों या शिकायतों से निपटने के लिए प्रक्रियाएं शामिल हैं, विशिष्ट तरीकों की रूपरेखा कर्मचारियों को कार्यस्थल या प्रबंधन के साथ समस्याओं को व्यक्त करने के लिए उपयोग करना चाहिए, आदि।

Work place emergencies should be reported to your immediate line manager, supervisor or depending upon its nature your health and safety representative (who in many cases will be your Line Manager too)

6. असाधारण परिस्थितियों के लिए नीतियों का विवरण देने वाला एक अनुभाग शामिल करें। उदाहरणों में कार्यस्थल की आपात स्थिति, पारिवारिक मृत्यु आदि शामिल हैं।

Introduction

We have developed this hand book to help cover the many aspects which can sometimes arise within the operation of a large organisation such as ours. It is our belief that having a guide which is accessible to all of our group we can work in an environment which is productive, safe and respects the rights of the individual as well as the company.

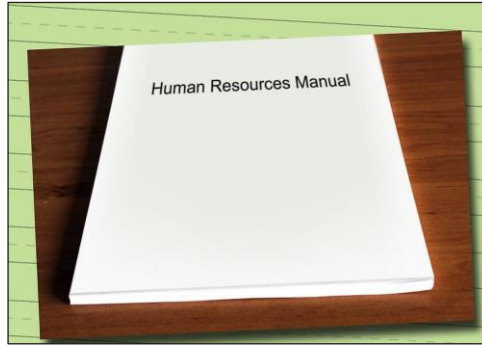
7. अपनी सभी नीतियों को पहले ही निर्धारित कर लेने के बाद अपने मैनुअल में एक परिचय जोड़ें। सामान्य रूप से मानव संसाधनों के प्रति अपने संगठन के दृष्टिकोण का वर्णन करें और मैनुअल के भीतर की नीतियां इस दर्शन का पालन कैसे करती हैं।



8. संगठन में किसी भी कानूनी सलाहकार और हितधारकों को अपने मैनुअल का एक मसौदा दिखाएं। सलाह सलाह, सुधार, और परिवर्धन।



9. अपना ड्राफ्ट संपादित करें, एक समाप्त, दिनांकित संस्करण प्रकाशित करें और वितरित करें।



10. नई परिस्थितियों के उत्पन्न होते ही अपने मैनुअल में बदलाव करना जारी रखें और आप नई समस्याओं का सामना कर रहे हैं।

सुरक्षा मैनुअल कैसे लिखें

एक सुरक्षा मैनुअल सूचना, निर्देशों, नीतियों और प्रक्रियाओं का एक संग्रह है जिसका उद्देश्य किसी उपकरण के सुरक्षित संचालन और कार्यस्थल में सुरक्षित आचरण को सुनिश्चित करना है। एक अच्छा सुरक्षा मैनुअल अच्छे सुरक्षा प्रबंधन के लिए मूलभूत है, क्योंकि यह सुनिश्चित करने के लिए कर्मचारी परामर्श करेंगे कि वे नियमों और कंपनी की नीति का अनुपालन कर रहे हैं। निम्नलिखित चरण कवर करते हैं कि सुरक्षा मैनुअल का शोध और लेखन कैसे करें।

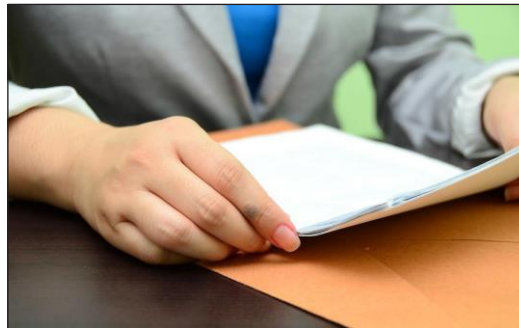
तरीका 1: सुरक्षा मैनुअल पर शोध करना



1. उन सभी ज्ञात खतरों की पहचान करें जिनके लिए दस्तावेज़ीकरण की आवश्यकता है। यह आपके सुरक्षा मैनुअल के दायरे को स्थापित करेगा। आपके व्यवसाय की प्रकृति के आधार पर, आपको मैनुअल की एक शृंखला तैयार करने की आवश्यकता हो सकती है, जिनमें से प्रत्येक एक विशेष क्षेत्र पर ध्यान केंद्रित करता है, जिसमें एक मास्टर मैनुअल अलग-अलग मैनुअल से बना होता है।



2. उपयुक्त उद्योग मानकों को इकट्ठा करें। अंतर्राष्ट्रीय मानकीकरण संगठन (आईएसओ) जैसे संगठन जोखिम प्रबंधन और खाने सुरक्षा प्रबंधन जैसे क्षेत्रों के लिए मानक तैयार करते हैं। ये मानक इन क्षेत्रों में कंपनी सुरक्षा मैनुअल के लिए एक प्रारंभिक स्थान प्रदान करते हैं।



3. सुरक्षा मैनुअल सामग्री के लिए किसी भी सरकारी नियमों का पालन करें। व्यावसायिक सुरक्षा और स्वास्थ्य प्रशासन जैसे सरकारी संगठनों को कुछ प्रथाओं और प्रक्रियाओं के लिए सुरक्षा मैनुअल की आवश्यकता हो सकती है और यह भी निर्धारित कर सकते हैं कि कम से कम, मैनुअल में क्या शामिल होना चाहिए। इन विनियमों का पालन करने में विफलता, जहां एक की आवश्यकता होती है वहां मैनुअल न होने पर, कंपनियों को मुकदमों और कुछ मामलों में आपराधिक आरोपों के लिए उजागर किया जा सकता है।



4. मैनुअल तैयार करने में प्रबंधन और कर्मचारियों को शामिल करें। जबकि वास्तविक लेखन सुरक्षा मैनुअल लिखने में अनुभवी तकनीकी लेखक को अनुबंधित किया जा सकता है, अगर प्रबंधन और कर्मचारी इसे अपनाने में शामिल हैं तो कंपनी के भीतर इसे और अधिक स्वीकार किया जाएगा। ऊपरी प्रबंधन को कर्मचारियों को मैनुअल की आवश्यकता के बारे में सूचित करना चाहिए, और कर्मचारी स्वयं मैनुअल के लिए सामग्री की पहचान करने में सहायता कर सकते हैं।

तरीका 2: सुरक्षा मैनुअल लिखना



1. उन लोगों के लिए लिखें जो नियमित रूप से सुरक्षा मैनुअल पढ़ेंगे। जबकि बाहरी नियामक यह सुनिश्चित करने के लिए मैनुअल की जांच कर सकते हैं कि सभी उपयुक्त विनियमों को कवर किया गया है, वे इसे दिन-प्रतिदिन नहीं पढ़ेंगे, जैसा कि कर्मचारियों को इसमें शामिल प्रथाओं का पालन करना होगा। मैनुअल को लिखा जाना चाहिए ताकि वे आसानी से समझ सकें और उसका पालन कर सकें।

- सरल शब्दों के साथ छोटे वाक्यों और छोटे पैराग्राफ का उपयोग करें।
- सक्रिय आवाज में लिखें।
- शब्दजाल से बचें। किसी भी आवश्यक तकनीकी शब्दों का सही ढंग से उपयोग करें, जहां संभव हो उन्हें संदर्भ में परिभाषित करें, और अन्यथा सरल, स्पष्ट परिभाषाओं के साथ।
- समास बताइए। आप या तो एक परिचयात्मक खंड हो सकता है समास बताइए। आप या तो एक परिचयात्मक खंड को सभी परिभाषाओं को उनकी परिभाषाओं के साथ सूचीबद्ध कर सकते हैं, या पाठ में उन्हें पूर्णवस्था के साथ प्रस्तुत कर सकते हैं, इसके बाद कोष्ठक में इसके संक्षिप्त और उसके बाद के संक्षिप्त विवरण का उपयोग कर सकते हैं।
- प्रतीकों की व्याख्या करें। के रूप में परिवर्णी शब्द के साथ, आप एक परिचयात्मक अनुभाग हो सकता है प्रतीकों की व्याख्या करें। के रूप में परिवर्णी शब्द के साथ, आप एक परिचयात्मक अनुभाग हो सकता है या प्रतीकों के रूप में वे पूरे मैनुअल में दिखाई दे सकते हैं।

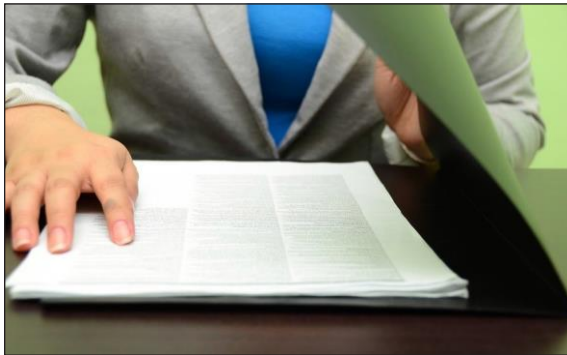


2. उन मुद्दों को प्राथमिकता दें जिन्हें मैनुअल को कवर करना चाहिए: सबसे महत्वपूर्ण सुरक्षा मुद्दों को मैनुअल के फोकस के रूप में काम करना चाहिए। प्रारंभिक मुद्दों को शामिल किया जाना चाहिए, मुख्य मुद्दों से पहले प्रस्तुत किया जाना चाहिए, जबकि संबंधित मुद्दे जो पूर्वापेक्षाएँ नहीं हैं उन्हें मुख्य मुद्दों के बाद कवर किया जाना चाहिए।



3. प्रस्तुत जानकारी के प्रकार के अनुसार पाठ को प्रारूपित करें।

- सामान्य जानकारी और स्पष्टीकरण प्रस्तुत करने के लिए टेक्स्ट के ब्लॉक का उपयोग करें।
- उन सूचनाओं को प्रस्तुत करने के लिए बुलेटेड सूचियों का उपयोग करें जिन्हें अलग-अलग बिंदुओं में तोड़ा जा सकता है।
- चरण-दर-चरण प्रक्रियाओं के लिए क्रमांकित सूचियों का उपयोग करें, जिस क्रम में उनका पालन किया जाना चाहिए।



4. आसानी से पढ़ने और समझने के लिए मैनुअल तैयार करें: लेआउट को पाठक को सबसे महत्वपूर्ण अवधारणाओं पर ध्यान केंद्रित करने में मदद करनी चाहिए और पूरे मैनुअल में सुसंगत होना चाहिए।

- टेक्स्ट ब्लॉकों के बीच पर्याप्त मार्जिन और सफेद स्थान प्रदान करें।
- टॉपिक्स और सबहेडिंग का उपयोग विषयों को पेश करने के लिए, सबटॉपिक्स और समूह टेक्स्ट ब्लॉक की पहचान करें।
- सामग्री और सूचकांक की एक तालिका शामिल करें।
- चित्र और पाठ को उसी पृष्ठ पर उनके साथ रखें चित्र और पाठ जो संभव हो, उसी पृष्ठ पर उनसे संबंधित रखें।

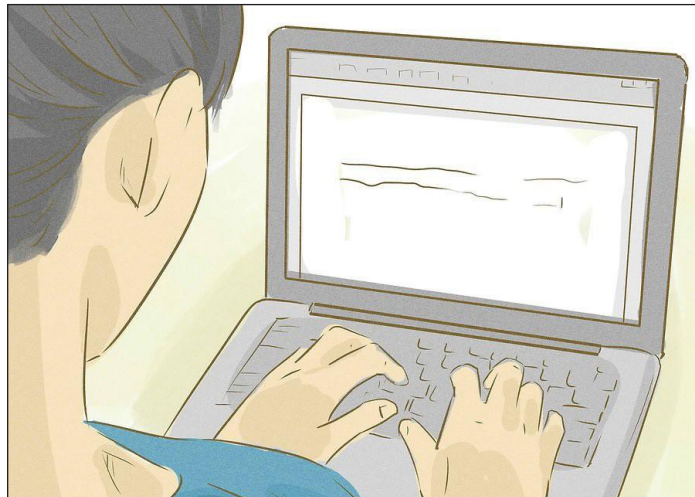
- एक पठनीय फ्रॉन्ट शैली और बिंदु आकार का उपयोग करें। मुद्रित शरीर पाठ के लिए, शीर्षकों के लिए कुछ हद तक बड़े आकार के साथ 10- से 12- बिंदु आकार सबसे अच्छा है। सबहाइडिंग शरीर के पाठ के समान बिंदु आकार हो सकता है, लेकिन बोल्डफेस, इटैलिक या दोनों में सेट किया जा सकता है।
- श्वेत पत्र पर काले पाठ का प्रयोग करें। पाठ और पृष्ठभूमि के बीच सबसे अच्छा विपरीत के लिए एक सफेद कागज पर काले पाठ का उपयोग करें। छायांकित टेक्स्ट बॉक्स कॉलआउट और साइडबार के लिए उपयुक्त हो सकते हैं जब तक कि पाठ और पृष्ठभूमि के बीच अभी भी पर्याप्त विपरीत हो।

ओएसएचए वर्क प्लेस सेफ्टी मैनुअल कैसे लिखें

कदम



1. यह निर्धारित करें कि आपके कार्यस्थल की पहचान किस प्रकार की नौकरी या उद्योग से है। उदाहरण के लिए, निर्माण, औद्योगिक, खनन, परिवहन, जहाज निर्माण, लॉन्गशोरमैन, आदि।
 - यह महत्वपूर्ण है क्योंकि अमेरिकी श्रम विभाग अपने प्रभाग, ओएसएचए (ऑक्युपेशनल सेफ्टी और हेल्थ एडमिनिस्ट्रेशन) के माध्यम से विशिष्ट या अद्वितीय मानक रखता है जो एक या अधिक एजेंसी द्वारा विनियमित होते हैं। ओएसएचए ने अपने मानकों को कोड ऑफ फ़ेडरल रेगुलेशन (सीएफआर) में प्रकाशित किया है। यह जानकारी टाइटल द्वारा समूहीकृत और पहचानी जाती है।
 - उदाहरण के लिए, निर्माण उद्योग शीर्षक 29 - सीएफआर1926 है, विनिर्माण शीर्षक 29 - सीएफआर1910 है। जैसा कि पहले उल्लेख किया गया सामान्य प्रावधान शीर्षक 29 - सीएफआर 1910 हैं। ओएसएचए वेब साइट में कई उपकरण और एक बहुत अच्छा खोज इंजन है जो आपकी सहायता करेगा। इसके अलावा आप मानकों को हाइलाइट और कॉपी कर सकते हैं।

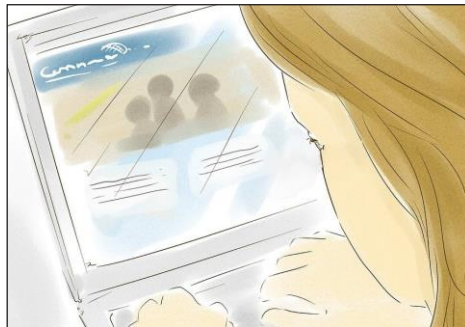


2. विभिन्न नियमों को जानें जो किसी भी व्यवसाय या कार्यस्थल के लिए सामान्य हैं जैसे कि ब्यूरो ऑफ़ वर्कर्स कम्पेन्सेशन। इसके अतिरिक्त "कर्मचारी अधिकार" या "न्यूनतम वेतन" जैसे कुछ विनियमों को पोस्ट करना आवश्यक है।

- आप एक ओएसएचए पोस्टर प्राप्त कर सकते हैं।
- ओएसएचए की सुरक्षा प्रशिक्षण, दुर्घटनाओं और कार्य विशिष्ट उपकरणों के परीक्षण के रिकॉर्ड स्थापित करने और बनाए रखने के लिए एक विशिष्ट आवश्यकता है।
- आमतौर पर यह जानकारी ओएसएचए फॉर्म को सालाना पूरा करने के लिए आवश्यक है; ओएसएचए फॉर्म 301 और ओएसएचए फॉर्म 300A।
- ओएसएचए रिकॉर्ड कीपिंग को बनाए रखने में विफलता महंगी हो सकती है।
- कर्मचारी सुरक्षा मैनुअल बनाते समय आपको यह महसूस करना चाहिए कि मानकों और विनियमों के बारे में बहुत सारी जानकारी ओएसएचए से उपलब्ध है।
- आपको इसे संपादित करना होगा और इसे पूर्ण रहने देना होगा, लेकिन केवल उसी तरह जैसे यह आपकी परिस्थिति पर लागू होगा।
- एक उदाहरण के रूप में, ओएसएचए को पीपीई (पर्सनल प्रोटेक्टिव इक्विपमेंट) के उपयोग की आवश्यकता होती है। जहां जरूरत हो वहां श्रवण, आंख, जूते, निष्क्रिय श्वसन या अन्य वस्तुओं की आवश्यकता होती है।
- पीपीई की आवश्यकता वाले प्रत्येक कार्यस्थल स्थान को परिभाषित करने के बजाय, कंपनी की संपत्ति पर स्थित होने पर विचार करें। पीपीई पहनना चाहिए।



3. अपनी कंपनी में आवश्यक सभी मशीनरी, उपकरण और कार्य कार्यों की एक सूची बनाएं। इसके अतिरिक्त आपको उपकरण या मशीनरी के किसी भी परीक्षण की एक सूची बनानी चाहिए जिसे किया जाना चाहिए। ओएसएचए साइट को खोजते समय यह सूची आपके लिए मूल्यवान होगी।



4. ओएसएचए वेब साइट पर जाएं और इसकी सावधानीपूर्वक समीक्षा करें। हालांकि इसकी आवश्यकता नहीं है, आप कुछ विशेषाधिकार प्राप्त करने के लिए एक उपयोगकर्ता नाम और पासवर्ड बना सकते हैं। आप कई उत्पाद लेखन, प्रशिक्षण गाइड भी निःशुल्क ऑर्डर कर सकते हैं। यह वेब साइट वास्तव में आपकी सुरक्षा मैनुअल बनाने में आपकी सबसे अच्छी मित्र होगी।



5. व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण - 1926.28 वास्तविक प्रति जैसे सीएफआर संख्या के साथ एक सरल शीर्षक विवरण का उपयोग करें। नियोक्ता सभी कार्यों में उपयुक्त व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण पहनने की आवश्यकता के लिए जिम्मेदार है जहां खतरनाक परिस्थितियों का जोखिम होता है या जहां यह हिस्सा कर्मचारियों के खतरों को कम करने के लिए ऐसे उपकरणों का उपयोग करने की आवश्यकता को इंगित करता है। अपनी कंपनी के लिए इसे बेझिझक संशोधित करें, लेकिन सुनिश्चित करें कि संदर्भ में बदलाव न करें। एबीसी कंस्ट्रक्शन कंपनी को सभी परिचालनों में उपयुक्त व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण पहनने की आवश्यकता होती है जहां खतरनाक परिस्थितियों का जोखिम होता है या जहां यह हिस्सा उपयोग करने की आवश्यकता को इंगित करता है। कर्मचारियों के लिए खतरों को कम करने के लिए ऐसे उपकरण। प्रत्येक चरण मूल रूप से यहां दिए गए उदाहरण के समान सरल है।



6. जान लें कि आपकी परिस्थिति में स्थानीय या राज्य के नियमों की आवश्यकता हो सकती है जो आवश्यक भी हैं। अपने स्थानीय अधिकारियों से उनके नियमों या मानकों के लिए संपर्क करें।



7. यदि आपको अभी भी परेशानी है, तो आप बिना किसी डर के आपकी मदद करने के लिए उनसे मिलने का अनुरोध कर सकते हैं।

संचार रणनीति की योजना

संचार रणनीति एक योजना है जिसे संचार लक्ष्य प्राप्त करने के लिए लागू किया जाता है। इसे आंतरिक संचार, विपणन संचार और जनसंपर्क पर लागू किया जा सकता है। यह किसी संगठन के दीर्घकालिक लक्ष्यों को पूरा करने में मदद करता है। यह अध्याय विषय की व्यापक समझ प्रदान करने के लिए संचार रणनीतियों की बारीकी से जांच करता है।

संचार रणनीति कैसे लिखें

एक संचार रणनीति, या योजना, एक दस्तावेज है जो किसी संगठन की आउटरीच गतिविधियों के लक्ष्यों और विधियों को व्यक्त करता है, जिसमें यह भी शामिल है कि एक संगठन जनता के साथ क्या साझा करना चाहता है और संगठन किस तक पहुंचने का प्रयास कर रहा है। आम तौर पर एक आंतरिक दस्तावेज के रूप में प्रस्तुत किया जाता है, एक संचार रणनीति को किसी भी मीडिया और जनसंपर्क गतिविधियों के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में काम करना चाहिए जिसमें संगठन शामिल है।

भाग 1: अपने उद्देश्यों की स्थापना करना



1. अपने संगठन के दीर्घकालिक और अल्पकालिक लक्ष्यों पर विचार करें: आप जो कुछ भी करते हैं वह इन लक्ष्यों के समर्थन में होना चाहिए, इसलिए उनके लिए स्पष्ट होना महत्वपूर्ण है।

- यह बताएं कि आपका संगठन संचार के मोर्चे पर क्या हासिल करना चाहता है, जैसे कि मीडिया प्रमुखता, क्षति नियंत्रण, ब्रांडिंग आदि।
- उदाहरण के लिए, विकास आपकी कंपनी का दीर्घकालिक लक्ष्य हो सकता है, जबकि स्थानीय स्तर पर अधिक ब्रांड पहचान बनाना आपका अल्पकालिक लक्ष्य है।



2. अपनी कंपनी के लक्ष्यों का समर्थन करने वाले उद्देश्यों को परिभाषित करें: अपने उद्देश्यों को स्पष्ट रूप से अधिग्रहित करें। बताएं कि प्रत्येक उद्देश्य प्रासंगिक क्यों है। आपके लक्ष्य इतने विशिष्ट होने चाहिए कि उनकी सफलता या विफलता को लागू होने के बाद स्थापित करना आसान हो। संभावित परिवर्तनों के मामले में समायोजित होने के लिए उन्हें भी फ्लेक्सि होना चाहिए।

- यदि आपकी कंपनी अधिक से अधिक ब्रांड पहचान लो-सेली स्थापित करने के माध्यम से विकसित करने का लक्ष्य बना रही है, तो आपकी संचार रणनीति "उन स्थानीय कॉम-मुनियों में ब्रांड पहचान बनाएं, जो हमारे उत्पाद से कम परिचित हैं, ताकि उन पड़ोस में अधिक विक्रेताओं को आकर्षित किया जा सके।"



3. अपने संचार के श्रोताओं को पहचानें: उन आवादी और व्यक्तियों का नाम बताइए जिन्हें आप पहुँचाने का प्रयास कर रहे हैं, जैसे कि आम जनता, एक मीडिया आउटलेट, निवेशित व्यक्ति या अन्य। अपने संगठन के सभी हितधारकों पर विचार करने के लिए रीम- बेर। अपने दर्शकों की सूची बनाएं।

- सूचीबद्ध लोगों में से, कौन सबसे महत्वपूर्ण है? अपनी सूची को रैंक करें। उदाहरण के लिए, जबकि आमतौर पर यह अधिक मीडिया एक्सपोजर पाने के लिए समझ में आता है, ऐसे समय होते हैं जब यह मुख्य हितधारकों के साथ संवाद करने के लिए और भी अधिक इम-पोर्टेंट होता है।
- उदाहरण के लिए, आप अपने सबसे महत्वपूर्ण दर्शकों को समुदाय के सदस्यों के रूप में परिभाषित कर सकते हैं- कुछ पड़ोस में जिनमें आपकी कंपनी के लिए ब्रांड की मान्यता विशेष रूप से कम है।
- जब आपने अपना ड्राफ्ट पूरा कर लिया है, तो वापस जाएं और सुनिश्चित करें कि आपके पास आपके द्वारा सूचीबद्ध सभी हितधारकों तक पहुंचने की योजना है।

Translate your communications objectives into actions (example)

- ✓ **Take out ads in local papers.**
- ✓ **Sponsor community soccer leagues.**

4. अपने संचार उद्देश्यों को वास्तव में अनुप्रयोग में लाएं: उन गतिविधियों का वर्णन करें जिन्हें आप अपने उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए करेंगे। यह अकेले लक्ष्यों को पेश करने में मददगार नहीं है: उन्हें हासिल करने के लिए आप जो काम करेंगे, उसे पूरा करेंगे। बताएं कि आप मीडिया आउटरीच, पब्लिक रिलेशन और कस्टमर केयर के लिए क्या करेंगे।

- यदि आप अपने ब्रांड की स्थानीय मान्यता को बढ़ाने की कोशिश कर रहे हैं, उदाहरण के लिए, आपके कार्य कुछ ऐसे हो सकते हैं जैसे "स्थानीय कागजात में विज्ञापन निकालें," या "प्रायोजक समुदाय फुटबॉल लीग।"

भाग 2: अपना संदेश देना

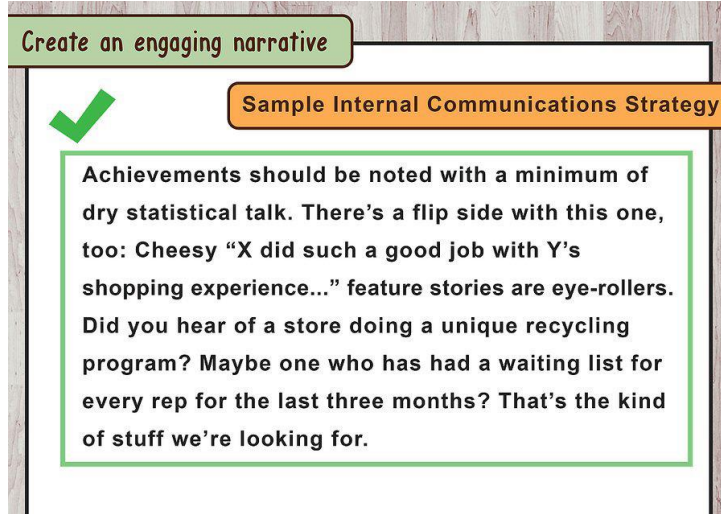
Consolidate your message into three main points

Sample Internal Communications Strategy

- **Communications should not take a lecturing or criticising tone when they are mailed to groups.**
- **We should try to avoid sounding too fake or corporate.**
- **Copy for achievements should focus more on the company's achievements rather than individual achievements.**

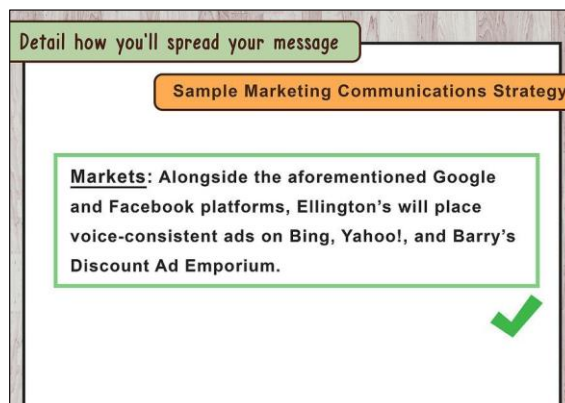
1. अपने संदेश को तीन मुख्य बिंदुओं में समेकित करें: आपके बिंदु संक्षिप्त होने चाहिए ताकि आप कई बार उनके पास लौट सकें। सबसे महत्वपूर्ण बिंदु पहले रखें। बताएं कि प्रत्येक बिंदु को प्रत्येक लक्षित दर्शकों तक कैसे पहुंचाया जाएगा।

- उदाहरण के लिए, आपका संदेश यह हो सकता है कि आपका उत्पाद आसानी से उपलब्ध हो, क्योंकि यह अन्य विकल्पों की तुलना में अधिक विश्वसनीय है, और यह बच्चों और बयस्कों द्वारा समान रूप से सराहना की जाती है।



2. एक आकर्षक कथा बनाएँ: संचार कहानी सुनाने के बारे में है, और कोई कारण नहीं है कि रणनीति कथा के अंत में किसी भी अधिक सूखी होनी चाहिए जो अंततः उत्पन्न होगी। अपनी प्रस्तुति के साथ एक कहानी चाप तैयार करें। मानव हित के उपाख्यानो, विशद आख्यान और गूढ़ चित्रों को शामिल करें।

- एक कथा को परिभाषित करने के लिए, अपनी कंपनी या अपनी टीम को एक नायक के रूप में एक मिस-सियार के रूप में स्थिति दें। नायक की यात्रा के संदर्भ में उद्देश्यों, जोखिमों और लाभों को परिभाषित करें, जिसका सुखद अंत होगा।
- उदाहरण के लिए, आप कह सकते हैं, "ओहियो के डेटन के चुनिंदा बाजारों में सफल होने के बाद, हमारा कॉम-पैनी एक पठार पर पहुंच गया है। हमने विश्वविद्यालय-संबद्ध पड़ोस के सभी विक्रेताओं को सुरक्षित कर दिया है, और हमारे ग्राहक अधिक खुश नहीं हो सकते। निश्चित रूप से, हमारे पास एक वफादार ग्राहक आधार है, लेकिन हमारे कई ग्राहक कुछ वर्षों के बाद आगे बढ़ेंगे। हम डेटन के स्थायी निवासियों के भीतर अधिक से अधिक ब्रांड पहचान कैसे बना सकते हैं, पर्याप्त है कि हम सिनसिनाटी के लिए अपने कार्यों का विस्तार कर सकते हैं? कोलंबस को?"
- अपनी योजना को पूरा करके इस सेटअप का पालन करें, और आपके द्वारा किए गए सकारात्मक परिणाम का विवरण दें।



3. विस्तार से बताएंगे कि आप अपने संदेश को कैसे फैलाएंगे: उन रूपों का वर्णन करें जो आपके संदेश लेंगे और उन्हें कैसे प्रसारित किया जाएगा, जिसमें मेलिंग, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, मीडिया डेस्टिनेशन आदि के बारे में विवरण शामिल हैं।

- किसी भी मीडिया संपर्क, जनसंपर्क व्यवस्था, सोशल मीडिया सेवाओं आदि को सूचीबद्ध करें, यदि आपका लक्ष्य आपके संगठन के कवरेज या जांच को कम करना है, तो ध्यान आकर्षित करने के लिए विशिष्ट तरीकों की पहचान करें।

List your resources

Sample Marketing Communications Strategy

Online communication is an increasingly important part of our revenue plans. Though targeted marketing efforts on various men's lifestyle sites have been met with relative success, our new campaign will use the variety of ad technologies available to get exactly those customers within our profile, which we hope will convert them into lifelong customers of our great company.

4. अपने संसाधनों की सूची बनाएं: उन संसाधनों या बजट का वर्णन करें जिनका उपयोग आप अपनी कम्प्यू-नेशन की रणनीति का समर्थन करने के लिए करेंगे। इसमें आपकी कंपनी में प्रौद्योगिकी, टीम या व्यक्ति शामिल हो सकते हैं, कुछ भी जो आपको अपनी कंपनी के पास पहले से ही खरीदने और संसाधनों की आवश्यकता होगी। भविष्य की लागतों के अनुमानों को शामिल करें।

- आपकी कंपनी के बजट के प्रभारी के साथ योजना के किसी भी हिस्से की पुष्टि करें।

Provide a timeline (example)

The roll-out of the new communication strategy will start from the 1st April 2017, this is for the initial advertising (online). It will run for a six month period with a review in June.

The second step is printed adverts which will go live on the 1st June 2017.

5. एक समयरेखा प्रदान करें: अपने कम्प्यू-नेशन स्ट्रेटेजी के प्रस्तावित कार्यान्वयन का विवरण देने वाला एक कैलेंडर तैयार करें। प्रगति के बैरोमीटर के रूप में निश्चित बेंचमार्क सेट करें। प्रक्रिया के प्रत्येक भाग के लिए पर्याप्त समय छोड़ना सुनिश्चित करें।

- पूछें, क्या इससे हमें उस परियोजना को देखने के लिए पर्याप्त समय मिल सकता है जिसे हर किसी को देखना है?

भाग 3: अतिरिक्त रणनीतियां जोड़ें

Propose methods for evaluating the success of your strategy

Sample Marketing Communications Strategy

Projected Success : High. Our smaller ventures into online advertising were all targeted as well—though less so—and all internal data indicates those ads have done well. By further localizing our plan of attack, we should be able to further expand our online footprint without much trouble.

1. अपनी रणनीति की सफलता के मूल्यांकन के तरीकों का प्रस्ताव करें। आप जिन भी सर्वेक्षणों का संचालन करने की आशा करते हैं, उनके बारे में जानकारी शामिल करें, जिसके परिणाम आप निश्चित तारीखों पर देख सकते हैं, प्रतिक्रियाएं जिन्हें आप

व्यक्तियों या मीडिया संगठनों, आदि से प्राप्त करना चाहते हैं, सुनिश्चित करें कि यह तय करने का एक निश्चित तरीका है कि आपकी रणनीति विफल हुई है या सफल हुई है।

- उन तरीकों को पहचानें जिनमें आपकी रणनीति को बदलती परिस्थितियों के अनुकूल बनाया जा सकता है और आप संगठन के भीतर और बाहर से प्रतिक्रिया का जवाब कैसे देंगे।



2. संकट के लिए तैयार करें: अपनी संचार योजना के भीतर एक संकट संचार योजना शामिल करें। पूर्व-सादा यदि आप इस रणनीति को गलत मानते हैं तो आप क्या करेंगे। संभावित कमजोरियों को सूचीबद्ध करें जिन्हें आप संबोधित करने के लिए तैयार रहेंगे। अपने लाभार्थियों को सुरक्षित रखने के लिए एक योजना शामिल करना सुनिश्चित करें।



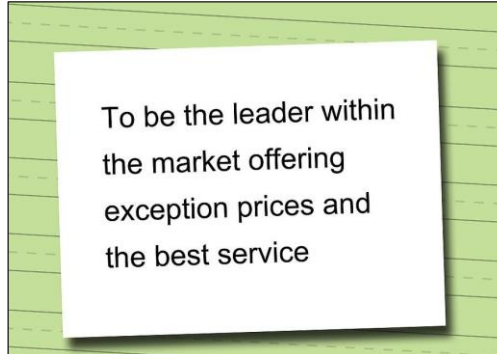
3. अपनी डिजिटल रणनीति निर्दिष्ट करें: जब आप संभवतः अपनी प्रारंभिक योजना में कई डिजिटल प्लेटफॉर्म को कवर करते हैं, तो आप अपनी डिजिटल उपस्थिति बढ़ाने के लिए एक विशिष्ट रणनीति तैयार कर सकते हैं। उन क्षेत्रों की पहचान करें जहां आपको कंपनी विकसित करने की आवश्यकता है: क्या वेबसाइट प्रभावी है? क्या सोशल मीडिया का प्रभावी उपयोग हो रहा है? प्लेटफॉर्म पर आपके संचार पर प्रतिक्रिया देना ग्राहकों के लिए कितना आसान होगा?

- अपनी कंपनी की संचार रणनीति के साथ इसे प्रस्तुत करें।

एक रणनीतिक संचार योजना कैसे लिखनी है

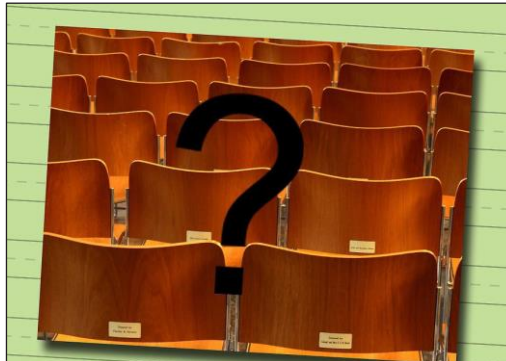
सामरिक संचार एक संगठन को उस संगठन से जुड़े सभी लोगों के साथ स्पष्ट रूप से परिभाषित संदेश साझा करने में मदद करता है - आंतरिक और बाह्य रूप से। यह एक जानबूझकर की गई प्रक्रिया है जो यह देखती है कि समूह के प्रत्येक दर्शक को आपसे क्या सुनना है।

कदम



1. अपने संदेश को परिभाषित करें: एक स्पष्ट रूप से परिभाषित संदेश होना चाहिए जिसे आप अपने रणनीतिक संचार अभियान के दौरान भेजना चाहते हैं। वह संदेश जो भी हो, सरल रखें। इसे एक छोटे वाक्यांश या वाक्य में संक्षिप्त करने का प्रयास करें। यह वह बड़ा विचार होगा जिस पर आप वापस आते रहेंगे। ऐसी कई स्थितियाँ हैं जिनके लिए आपको एक रणनीतिक संचार योजना के माध्यम से एक संदेश को परिभाषित करने की आवश्यकता होती है।

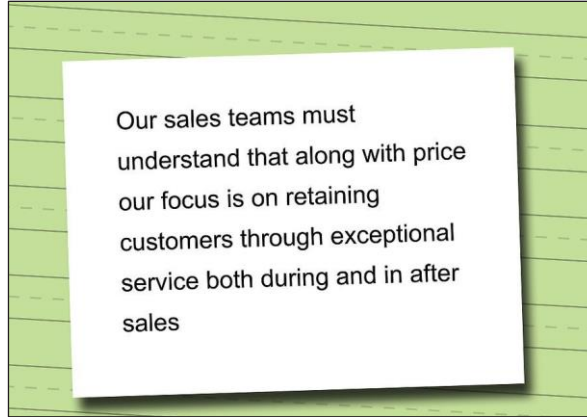
- एक वर्तमान विचार को सुदृढ़ करें। अपने संगठन के विज्ञान और मिशन स्टेटमेंट के साथ जुड़ने में स्टाफ सदस्यों की मदद करें।
- एक संगठनात्मक परिवर्तन का परिचय दें। समस्या या चुनौती और उसके नियोजित समाधान के बारे में बताएं।
- कंपनी में नए नेताओं की घोषणा करके उन्हें एकीकृत करें और कर्मचारियों और ग्राहकों के लिए आमने-सामने या विभागीय बैठकों के माध्यम से उनसे सुनने के लिए कई अवसर पैदा करें।
- अपने संगठन को फिर से ब्रांड करें। ग्राहकों को इस बात का एक नया आभास दें कि आपकी कंपनी का क्या उद्देश्य है।



2. अपने लक्षित दर्शकों का विश्लेषण करें: स्पष्ट और प्रभावी ढंग से संवाद करने के लिए संचार को प्रत्येक दर्शकों को आकार देने की आवश्यकता होती है। जब आप प्रत्येक समूह की पहचान करते हैं, तो यह निर्धारित करने के लिए कि उन्हें किस जानकारी की आवश्यकता है, एक दर्शक विश्लेषण करें। मूल जनसांख्यिकीय जानकारी, साथ ही व्यक्तित्व, उनके साथ आपके संबंध, और आपके संदेश उन्हें कैसे प्रभावित करते हैं, इसे देखें।

- आपके आंतरिक दर्शकों में आपके स्टाफ सदस्य शामिल हैं। हालांकि, आपको कर्मचारियों के विभिन्न स्तरों के लिए संदेशों को और भी विशेष रूप से परिभाषित करने की आवश्यकता हो सकती है: नेता, मध्य प्रबंधन और मानक स्तर के कर्मचारी।

- बाहरी दर्शकों में आपके ग्राहक, व्यावसायिक भागीदार और आम जनता शामिल हैं। हालांकि जानकारी ओवरलैप हो सकती है, प्रत्येक दर्शकों को एक अच्छी तरह से परिभाषित संदेश की आवश्यकता होगी।

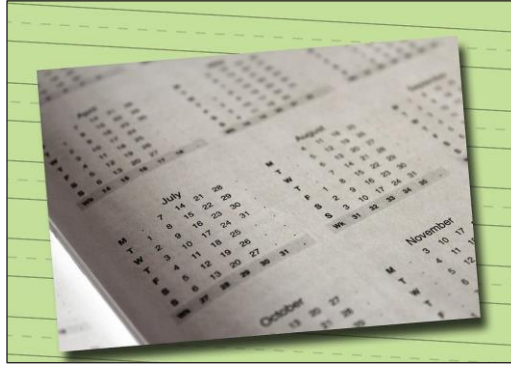


3. अपने लक्ष्य को परिभाषित करें: संचार को प्रत्येक समूह के अनुरूप बनाना होगा। पहचानें कि आप अपने संदेश के जवाब में प्रत्येक दर्शक को क्या करना चाहेंगे। कुछ रणनीतिक संचार योजनाएं जागरूकता बढ़ाने का लक्ष्य रखती हैं, जबकि अन्य लोगों को विचार या व्यवहार में बदलाव लाने के लिए संरचित किया जाता है।



4. संचार आउटलेट का अन्वेषण करें: संगठनों के लिए कई विकल्प उपलब्ध हैं। जैसा कि आप अलग-अलग आउटलेट्स का चुनाव करते हैं, ऐसी कई चीजें हैं जिन्हें आप ध्यान में रखना चाहेंगे।

- संचार माध्यम चुनें जिससे आपके दर्शक जुड़ेंगे। इसमें सोशल मीडिया या एक ऑनलाइन वीडियो शामिल हो सकता है, दोनों युवा पीढ़ी के साथ लोकप्रिय हैं। इसमें आमने-सामने संचार भी शामिल हो सकता है, जो पुरानी भीड़ के साथ अधिक लोकप्रिय है।
- किसी भी मौजूदा संचार आउटलेट की पहचान करें। ये सांप्रदायिक-महत्वपूर्ण जानकारी के लिए एक प्राकृतिक आउटलेट प्रदान करते हैं।
- अपने बजट को देखो। यदि आपके पास अपनी संचार योजना के लिए एक छोटा बजट है, तो ईमेल और सोशल मीडिया जैसे लागत प्रभावी माध्यमों का उपयोग करने पर विचार करें। यदि आपके पास बड़ा बजट है, तो आपके पास अन्य विकल्पों का उपयोग करने के अधिक अवसर हैं, जैसे रेडियो और टेलीविजन विज्ञापन, एक सीधा मेल अभियान, या पोस्टर।
- प्रत्येक दर्शक के लिए कई आउटलेट का उपयोग करने पर विचार करें। यदि लोग इसे विभिन्न रूपों में प्राप्त करते हैं, तो लोग जानकारी को बेहतर ढंग से याद करते हैं।



5. एक समय सीमा बनाएं: यह तय करें कि आप इस संदेश को पहली बार कब साझा करेंगे और सप्ताह या महीनों के दौरान आप इसे कैसे साझा करते रहेंगे। जानबूझकर हो। यह समझें कि यह समय सीमा दसवीं है और आपको अपनी रणनीतिक संचार योजना को लागू करने के लिए संशोधित करने की आवश्यकता हो सकती है।

- इस बात पर विचार करें कि आप कितनी बार अपने दर्शकों को यह संदेश सुनना चाहते हैं। दोहराव उन्हें संदेश को समझने और उसे अपने रूप में अपनाने में मदद करता है।
- पहचानो कि परिवर्तन है एक धीमी प्रक्रिया। लोगों के विश्वास और कार्य रात-दिन नहीं बदलेंगे। अपने समय सीमा में यथार्थवादी बनें और लोगों को अपने संदेश को समायोजित करने के लिए पर्याप्त समय दें।



6. फीडबैक प्राप्त करने के तरीकों को पहचानें: संपूर्ण रणनीतिक कम्युनिकेशन प्रक्रिया के दौरान फीडबैक महत्वपूर्ण है। आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि आपका संदेश स्पष्ट रूप से प्राप्त हो रहा है और कोई गलतफहमी नहीं है। आप यह भी देखना चाहते हैं कि आपका संदेश प्रभावी है या नहीं।



7. स्वीकृति प्राप्त करें: अपने सभी शोधों के आधार पर अपनी रणनीतिक संचार योजना का मसौदा तैयार करने के बाद और आपके द्वारा तैयार की गई जरूरतों को पूरा करने के बाद, इसे किसी ऐसे व्यक्ति द्वारा चलाएं जिसे इसे अनुमोदित करने की आवश्यकता हो, जैसे ऊपरी नेतृत्व या बोर्ड के सदस्य। प्रतिक्रिया और सुझावों को स्वीकार करें, और तब तक फिर से लिखना जारी रखें जब तक आपको कोई ऐसी रणनीति न मिल जाए जिसके साथ हर कोई सहज हो।



8. रणनीतिक संचार योजना को लागू करें: कर्मचारियों पर विभिन्न लोगों को जिम्मेदारियां सौंपें। इस बात का ध्यान रखें कि आपका संदेश कैसे प्राप्त किया जा रहा है। यह सुनिश्चित करने के लिए अपनी योजना को समायोजित करें कि यह प्रभावी है।

एक संकट संचार योजना को कैसे लिखें

जब आपके संगठन पर कोई संकट आता है, तो आप जानना चाहेंगे कि जनता के साथ कैसे संवाद किया जाए और कौन सी जानकारी साझा की जाए। गलत जानकारी की रिपोर्ट करना विश्वसनीयता और स्थिरता के लिए आपकी प्रतिष्ठा को नकारात्मक रूप से प्रभावित कर सकता है। झूठी अफवाहों को पनपने देने से भी नकारात्मक प्रभाव पड़ता है। तदनुसार, एक संकट संचार योजना महत्वपूर्ण है। इस योजना में, आप यह निर्दिष्ट कर सकते हैं कि संगठन की ओर से मीडिया को कौन बोलेगा। आप अपने प्रमुख निर्वाचन क्षेत्रों की भी पहचान करते हैं जिनसे आपको सीधे संपर्क करने की आवश्यकता होगी। किसी आपात स्थिति में आपकी सहायता करने के लिए, सामान्य प्रश्नों के उत्तर पूर्व-स्क्रिप्ट करें। एक संकट संचार योजना तभी सहायक होती है जब जानकारी सटीक हो, इसलिए इसे नियमित रूप से अपडेट करें।

भाग 1: अपनी जानकारी का आयोजन करें



1. योजना का मसौदा तैयार करने के लिए एक टीम इकट्ठा करें: आपको उन लोगों की पहचान करने के लिए मंथन करना चाहिए जो आपकी संकट संचार टीम में होने चाहिए। एक बार जब आप उनकी पहचान कर लें, तो उन्हें अपनी संकट संचार योजना का मसौदा तैयार करने में शामिल होने के लिए कहें। निम्न पर विचार करें:

- क्या किसी को संकट प्रबंधन का पूर्व अनुभव है? यदि ऐसा है, तो आप शायद चाहते हैं कि वह व्यक्ति भाग ले।

- क्या आपके संगठन में कोई पहले से ही समुदाय में जाना जाता है? क्या यह व्यक्ति सुव्यवस्थित है? यदि हां, तो उन्हें आपकी संकट टीम में होना चाहिए।



2. योजना के उद्देश्य को स्पष्ट करें: आम तौर पर, आपका उद्देश्य आपके संगठन में उत्पन्न होने वाले किसी भी संकट या घटना की प्रतिक्रिया के समन्वय के लिए दिशा निर्देश देना होगा। दस्तावेज़ की शुरुआत में एक उद्देश्य को शामिल करके, आप योजना के ड्राइविंग उद्देश्य की पुष्टि करते हैं।

- नमूना भाषा पढ़ सकता है, "यह योजना कंपनी के भीतर संचार के लिए दिशानिर्देश बनाती है, और कंपनी से जनता और समाचार मीडिया के लिए, संकट की स्थिति में, या आपात स्थिति में, जब सही जानकारी प्रदान करना तुरंत महत्वपूर्ण है।"



3. अपनी संकट संचार टीम की पहचान करें: आपको घटना के दौरान संकट संचार के सभी को संभालने के लिए कई अलग-अलग लोगों की आवश्यकता होगी। एक बार जब आप भूमिकाओं को पहचान लेते हैं, तो आपको उनकी जिम्मेदारियों को परिभाषित करना चाहिए। सुनिश्चित करें कि जितना संभव हो उतना कम ओवरलैप है। आपको संभवतः निम्नलिखित भूमिकाओं को भरने के लिए लोगों की आवश्यकता होगी:

- प्रवक्ता। यह व्यक्ति केवल वही होना चाहिए जो मीडिया से बात करता है।
- प्रवक्ता के सहायक।
- कमांड सेंटर समन्वयक। यह व्यक्ति संकट की सभी प्रतिक्रियाओं का समन्वय करता है। एक छोटे से संकट में, यह प्रवक्ता हो सकता है। हालांकि, बड़े संकटों में किसी को समन्वयक के रूप में पूरी तरह से कार्य करने की आवश्यकता होगी।
- आपके प्रत्येक दर्शक के लिए संपर्क। लोगों से संपर्क करने के लिए इस व्यक्ति के नाम को सौंप दें।
- फोन बैंक कर्मी। वे कॉल का जवाब दे सकते हैं और दर्शकों को स्क्रिप्टेड जानकारी प्रदान कर सकते हैं।
- मीडिया कवरेज कलेक्टर। यह व्यक्ति टेलीविजन पर, अखबार में और वेब पर घटना के सभी कवरेज को इकट्ठा कर सकता है।

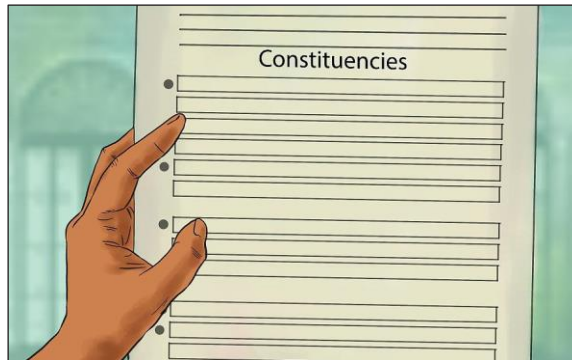
- प्रेस विज्ञप्ति और भाषण लेखक।
- परिदृश्य योजनाकार।



4. वर्णन करें कि आप एक प्रवक्ता का नाम कैसे देंगे: प्रवक्ता सबसे महत्वपूर्ण व्यक्ति है। उन्हें घटनाओं का प्रत्यक्ष ज्ञान होना चाहिए और समाचार मीडिया के साथ सीधे संवाद करना चाहिए। संकट के आधार पर प्रवक्ता बदल सकता है।

- वैकल्पिक रूप से, आप संकट संचार योजना में एक प्रवक्ता की पहचान कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप मीडिया संबंधों के प्रमुख का नाम दे सकते हैं। हालांकि, आपको यह महसूस करना चाहिए कि इस व्यक्ति को संकट के दौरान सबसे अच्छी जानकारी नहीं हो सकती है।
- आप अपने मीडिया संबंधों के प्रमुख को उस व्यक्ति को चुन सकते हैं जो प्रवक्ता के रूप में कार्य करेगा।

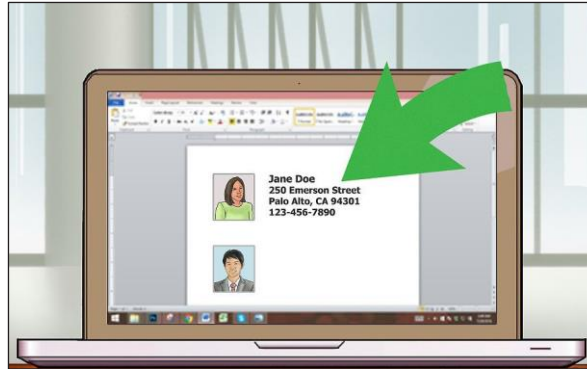
भाग 2: निर्णय लेना कि आप कैसे संवाद करेंगे



1. सूचित करने के लिए निर्वाचन क्षेत्रों की सूची बनाएं: प्रत्येक संगठन के पास कुछ निश्चित श्रोता होते हैं जिनके साथ संवाद करने की आवश्यकता होती है। ऑडियंस आपके संगठन के आधार पर भिन्न होगी। आम तौर पर, प्रत्येक संगठन में तीन से आठ पब्लिक होते हैं, जिन्हें संकट के दौरान संवाद करना चाहिए, हालांकि सटीक संख्या आपके व्यवसाय पर निर्भर करेगी। निम्नलिखित नमूना निर्वाचन क्षेत्रों पर विचार करें:

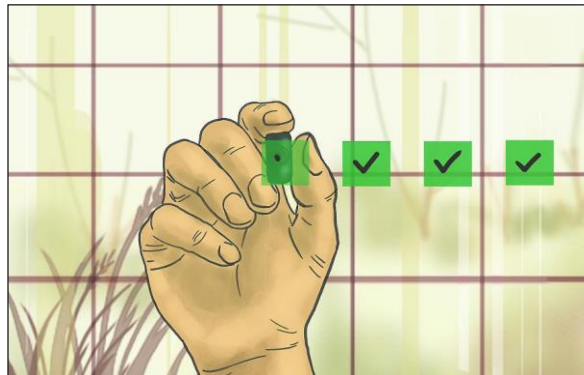
- कर्मचारियों। आप कर्मचारियों को विभिन्न समूहों में उप-विभाजित भी कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, पूर्णकालिक कर्मचारियों को फ्रीलांसरों से अलग इकाई होने की आवश्यकता हो सकती है।
- समाचार मीडिया। चूंकि समाचार मीडिया व्यापक दर्शकों तक पहुंचता है, इसलिए आप उन्हें एक निर्वाचन क्षेत्र के रूप में शामिल करना चाहेंगे।

- ग्राहक, या कोई भी जो आपके उत्पादों या सेवाओं का उपयोग करता है। यदि आप एक विश्वविद्यालय हैं, तो यह आपके छात्र होंगे।
- संकट स्थल के पास स्थित लोग।
- सरकारी अधिकारी या नियामक।
- मालिक या अन्य शेयरधारक (यदि आप एक व्यवसाय हैं)।



2. निर्वाचन क्षेत्रों के लिए संपर्क जानकारी संकलित करें: आप आपातकाल के दौरान संपर्क के गठन के लिए खोज नहीं करना चाहते हैं, इसलिए अब इसे संकलित करें। अधिक से अधिक संपर्क जानकारी प्राप्त करें, जिसमें निम्न शामिल हैं:

- संस्था का नाम।
- संगठन में संपर्क करने के लिए एक व्यक्ति का नाम।
- व्यवसाय का टेलीफोन नंबर।
- मोबाइल नंबर।
- ईमेल पता।
- फैक्स नंबर।



3. प्रबंधन को सूचित करने के लिए एक चेकलिस्ट बनाएं: एक बार जब आप संगठन में किसी घटना से अवगत हो जाते हैं, तो आपको प्रबंधन को सूचित करने की आवश्यकता होती है। संकट संचार टीम संगठन की ओर से निर्णय नहीं लेगी। इसके बजाय, प्रबंधन को वे निर्णय लेने की आवश्यकता होगी, इसलिए उन्हें जल्द से जल्द अधिसूचित करने की आवश्यकता है। आपको पहले कुछ घंटों में किए जाने वाले कामों की एक चेकलिस्ट तैयार करनी चाहिए, जिसमें निम्नलिखित शामिल हैं:

- सीईओ या अध्यक्ष को सूचित करें।
- घटना के बारे में विषय या संचार के प्रमुख को सूचित करें।
- घटना के बारे में विवरण की पुष्टि करें।
- किसी अन्य कार्यकारी बोर्ड के सदस्यों को सूचित करें।
- संकट संचार समिति को बुलाना।
- टीम के अन्य सदस्यों को सचेत करें।



4. एक संकट कमान केंद्र चुनें: एक आपात स्थिति में, आप अपनी टीम को एक साइट पर इकट्ठा करना चाहेंगे, ताकि आप एक दूसरे से विचारों को उद्घाल सकें। यह साइट वह होगी जहां आप मीडिया के अनुरोधों और टेलीफोन कॉल के लिए अपनी प्रतिक्रिया का समन्वय करते हैं। यदि आवश्यक हो तो आप एक प्रेस कॉन्फ्रेंस आयोजित करने के लिए भी इस स्थान का उपयोग कर सकते हैं। कमांड सेंटर चुनते समय निम्नलिखित को देखें:

- इसमें पहले से ही टेलीफोन लाइनें, इंटरनेट कनेक्शन और अन्य तकनीक (जैसे कंप्यूटर, कॉपियर और एक फैक्स मशीन) होनी चाहिए।
- अपने केंद्र को उन सामग्रियों के साथ स्टॉक करें जिनकी आपको आवश्यकता होगी, जैसे कि आरेख, कलम, कागज, क्लिपबोर्ड और सफेद बोर्ड बनाना।
- स्थान कम सूचना पर उपलब्ध होना चाहिए।
- कमांड सेंटर आदर्श रूप से केंद्र में होना चाहिए।
- यदि कोई उपलब्ध नहीं है, तो आपको कम से कम दो संभावित साइटों का चयन करना चाहिए।



5. एक फैक्ट शीट बनाने के लिए एक नीति बनाएं: आपकी संकट संचार टीम तथ्य पत्रक बनाना और उन्हें वितरित करना चाहेगी। आप उन्हें अपनी वेबसाइट पर भी पोस्ट कर सकते हैं। तथ्य पत्रक गलत सूचना को फैलने से रोकने में मदद करते हैं। तथ्य पत्रक बनाने और वितरण से पहले सटीकता के लिए इसकी जाँच करने के लिए अपनी संचार योजना में एक प्रावधान शामिल करें।

- उदाहरण के लिए, एक नमूना प्रावधान पढ़ सकता है: “घटना के तुरंत बाद एक तथ्य पत्र तैयार किया जाएगा। इसका उद्देश्य हमारे प्रमुख निर्वाचन क्षेत्रों और समाचार मीडिया के साथ संचार को पूरक करना है। कमांड सेंटर समन्वयक तथ्य पत्रक को अनुमोदित करेगा और इसे उन लोगों के साथ सटीकता के लिए जांच करेगा, जिन्हें घटना का प्रत्यक्ष ज्ञान है। फैक्ट शीट को डाक टिकट के साथ पोस्ट या वितरित किया जाएगा, और जानकारी उपलब्ध होते ही अपडेट किया जाएगा।”



6. समझाएं कि आप मीडिया को कैसे सूचित करेंगे: यह सोचने में अतिरिक्त समय व्यतीत करें कि आप मीडिया को नए विकास से कैसे अवगत कराएंगे। आपके अन्य दर्शकों के विपरीत, समाचार मीडिया घटना के कवरेज के माध्यम से जनता को बड़े पैमाने पर प्रभावित कर सकता है। निम्न पर विचार करें:

- विस्तारित संकटों पर मीडिया को ब्रीफ करने के लिए कौन जिम्मेदार होगा? उदाहरण के लिए, यदि आपके पास कोई जांच चल रही है, तो किसी को दैनिक मीडिया से बात करने की आवश्यकता हो सकती है।
- क्या आप एक समाचार मीडिया ब्रीफिंग सेंटर बनाएंगे? समाचार मीडिया में अक्सर सैटेलाइट ट्रक होते हैं, इसलिए आपको एक ऐसे क्षेत्र की आवश्यकता होगी जो उन्हें समायोजित कर सके।
- क्या आप अपने संगठन में पत्रकारों को अनुमति देंगे, और कौन तय करेगा कि किसे स्वीकार करना है? आदर्श रूप से, आप कुछ एक्सेस की अनुमति देना चाहेंगे, क्योंकि मीडिया को पूरी तरह से बंद करने से नकारात्मक कवरेज हो सकता है।
- आप आधिकारिक प्रवक्ता के अलावा अन्य लोगों से बात करने के लिए समाचार मीडिया के अनुरोधों को कैसे संभालेंगे? आप कैसे आश्वस्त करेंगे कि केवल तथ्यात्मक जानकारी दी गई है?

भाग 3: संकट के लिए स्क्रिप्टिंग प्रतिक्रियाएं



1. आम संकट परिदृश्यों की पहचान करें: एक वास्तविक घटना के दौरान, आप शायद अभिभूत महसूस करेंगे।

कॉल आने लगेगी और समाचार मीडिया आपसे कोई भी जानकारी मांगेगा जिसे आप साझा कर सकते हैं। तदनुसार, आपको समय से पहले सोचना चाहिए कि आप सामान्य संकटों से कैसे निपटेंगे। आपके संगठन में होने वाली किसी भी घटना की पहचान करके शुरुआत करें:

- आपकी सुविधा पर संपत्ति की क्षति।
- दुर्घटनाएं या घटनाएं जो कर्मचारियों और अन्य लोगों को घायल करती हैं।
- उत्पादों या सेवाओं की गुणवत्ता के साथ मुद्दों सहित उत्पादन या सेवा रुकावट।
- प्राकृतिक आपदा।
- आपराधिक जांच या अन्य कानूनी कार्रवाइयां जैसे कंपनी के खिलाफ मुकदमे।



2. सामान्य प्रश्नों पर विचार करें: प्रत्येक श्रोता के पास इस आधार पर अलग-अलग प्रश्न होंगे कि घटना उन्हें कैसे प्रभावित कर सकती है। इन सवालों के बारे में सोचने से आपको संकट के दौरान उपयोग करने के लिए टेम्पलेट उत्तरों का मसौदा तैयार करने में मदद मिलेगी। उदाहरण के लिए, निम्नलिखित प्रश्नों पर विचार करें:

- कर्मचारियों। "क्या मुझे काम करने के लिए रिपोर्ट करना चाहिए? कब?" "क्या काम पर लौटना सुरक्षित है?" "क्या मुझे बंद के दौरान भुगतान किया जाएगा?" "मेरे सहकर्मी को क्या हुआ?"
- समाचार मीडिया। "क्या हुआ?" "क्या आप जानते हैं कि घटना किसके कारण हुई?" "वहाँ चोट या घातक थे?" "इसके लिए कौन जिम्मेदार है?" "इस घटना को फिर से होने से रोकने के लिए आपकी क्या योजना है?"
- ग्राहकों। "मेरा उत्पाद कब आएगा?" "क्या आप मुझे अनिर्वचनीयता के लिए क्षतिपूर्ति करेंगे?"
- सरकारी अधिकारियों और नियामक। "क्या हुआ और कब हुआ?" "समुदाय कैसे प्रभावित होता है?" "आप सेवा में कब वापस आएंगे?" "कितने कर्मचारी इससे प्रभावित हैं?"



3. उत्तर के रूप में स्क्रिप्टेड टेम्पलेट ड्राफ्ट करें: आपको उत्तर लिखने चाहिए और जानकारी के लिए रिक्त पंक्तियों को शामिल करना चाहिए जो बदल जाएंगी (जैसे, नाम)। ये टेम्पलेट संकट के समय आपकी मदद करेंगे, जब आप स्पष्ट रूप से सोचने में सक्षम नहीं होंगे।

- उत्तर के रूप में "कोई टिप्पणी नहीं" से बचें। इसके बजाय, फोन करने वाले को बताएं कि आप जांच करेंगे और उन्हें वापस प्राप्त करेंगे।
- कुछ मुद्दों पर चर्चा नहीं की जानी चाहिए, जैसे कार्मिक मामले या ऐसे मुद्दे जो चल रहे कानूनी मामलों से संबंधित हैं। उन स्थितियों में, समझाएं कि आप जानकारी क्यों नहीं दे सकते।



4. गलती स्वीकार करना याद रखें: यदि संगठन की गलती है, तो आपको जिम्मेदारी स्वीकार करनी चाहिए। जनता माफ कर रही है। आपकी विश्वसनीयता भी बढ़ेगी।

- अंततः, हालांकि, यह प्रबंधन पर निर्भर करता है कि वह कब गलतियों को स्वीकार करे, इसलिए अपने संकट समन्वयक को प्रबंधन के संपर्क में रखें।

भाग 4: योजना को पूरा करना

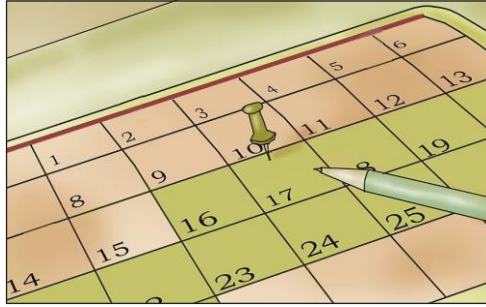


1. आफ्टर एक्शन रिपोर्ट (एएआर) प्रदान करें: अपनी संकट संचार योजना को लगातार सुधारने के हिस्से के रूप में, आपको एक घटना के बाद अपनी संकट संचार टीम की बैठकें बुलानी चाहिए। एएआर बनाने का प्रावधान शामिल करें।

- उदाहरण के लिए, आप लिख सकते हैं, "संकट या घटना के 10 दिनों के भीतर, टीम सीखे गए किसी भी सबक की समीक्षा करने के लिए बुलाएगी। इन पाठों को एक एएआर में शामिल किया जाएगा, जो तब प्रबंधन के साथ साझा किए जाने वाले अधिक व्यापक एएआर का आधार बन सकता है।"



2. अपनी योजना का परीक्षण करें: आपको यह आकलन करना चाहिए कि आपकी कंपनी पर कौन से संकट के हालात हैं। एक अभ्यास ड्रिल करें और पुष्टि करने के लिए योजना के माध्यम से चलाएं कि आपने किसी भी चुनौती या अवसर को नजरअंदाज नहीं किया है। जब आप परीक्षण पूरा कर लेते हैं, तो किसी भी कमजोर व्यक्ति की पहचान करने के लिए संचार टीम को बुलाएं। वितरण से पहले योजना को संशोधित करें।



3. बताएं कि योजना को कब अद्यतन किया जाना चाहिए: योजनाएं कभी-कभी पुरानी हो जाती हैं। विशेष रूप से, आप टीम के सदस्यों के लिए अपनी संपर्क जानकारी को लगातार अपडेट करना चाहेंगे।

- यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपके निर्वाचन क्षेत्रों के लिए संपर्क जानकारी अप-टू-डेट है, त्रैमासिक रूप से दोबारा जांचें।
- योजना को अद्यतन करने के लिए एक व्यक्ति को जिम्मेदारी सौंपें।



4. योजना की प्रतियां वितरित करें: मुख्य कर्मियों को संकट की योजना की एक प्रति प्राप्त होनी चाहिए जैसे ही वह पूरी हो जाती है। इसे मुद्रित रूप में और इलेक्ट्रॉनिक प्रारूप में उपलब्ध कराएं।

- आप संचार योजना को एक सुरक्षित सर्वर पर भी पोस्ट कर सकते हैं। केवल इसे देखने के लिए अधिकृत लोगों तक पहुंच सीमित करें।
- लोगों को याद दिलाएं कि अनधिकृत कर्मियों को संचार योजना वितरित नहीं की जानी चाहिए। आप योजना पर "केवल आधिकारिक उपयोग के लिए" लेबल शामिल कर सकते हैं।