Changing Lives

TRAINING MODULE

IMPROVING LIVELIHOOD OF RURAL PUNJABI WOMEN THROUGH DEVELOPMENT OF TRADITIONAL PHULKARI CRAFT WITH DESIGN AND DIGITAL TECHNOLOGY IN FATEHGARH SAHIB

#CFLI-2023-DELHI-0002

Improving Livelihood of Rural Punjabi Women through Development of Traditional Phulkari Craft with Design and Digital Technology in Fatehgarh Sahib #CFLI-2023-DELHI-0002

Project Supported by :

MEHAR BABA CHARITABLE TRUST

CFLI/FCIL
Canada Fund for Local Initiatives
Fonds canadien d'initiatives locales

ਮੇਹਰ ਬਾਬਾ ਚੈਰੀਟੇਬਲ ਟਰੱਸਟ

ਮੇਹਰ ਬਾਬਾ ਚੈਰੀਟੇਬਲ ਟਰੱਸਟ (ਐਮ.ਬੀ.ਸੀ.ਟੀ.) ਇੱਕ ਰਜਿਸਟਰਡ ਗੈਰ-ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਸੰਸਥਾ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਪਿੰਡ ਦੇ ਜੀਵਨ ਨੂੰ ਬਦਲਣਾ ਹੈ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਔਰਤਾਂ ਅਤੇ ਪਿੰਡ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਸਨਮਾਨ ਨਾਲ ਜਿਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਣਾ ਹੈ। MBCT ਦਿਹਾਤੀ ਪੰਜਾਬ ਦੇ ਜ਼ਿਲ੍ਹਾ ਫਤਿਹਗੜ੍ਹ ਸਾਹਿਬ ਵਿੱਚ 187 ਪਿੰਡਾਂ ਵਿੱਚ ਰਹਿੰਦੇ ਲਗਭਗ 2, 69,964 ਲੋਕਾਂ ਦੀ ਆਬਾਦੀ ਨੂੰ ਸਿਹਤ, ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅੱਜ ਤੱਕ, ਪਿੰਡ ਦੇ ਸਿਹਤ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਤੋਂ 48,144 ਪਿੰਡਾਂ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਨੇ ਲਾਭ ਉਠਾਇਆ ਹੈ; ਕਿੱਤਾ ਮੁਖੀ ਸਿਖਲਾਈ ਕੇਂਦਰ ਵਿੱਚ 3,388 ਔਰਤਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸ਼ਿਲਪਕਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸਿਖਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ ਅਤੇ 4,952 ਤੋਂ ਵੱਧ ਨੌਜਵਾਨਾਂ ਨੂੰ ਕੰਪਿਊਟਰ,ਸੂਚਨਾ ਤਕਨਾਲੋਜੀ, ਲੇਖਾਕਾਰੀ ਸਿਖਲਾਈ ਅਤੇ ਹਾਕੀ ਦੀ ਸਿਖਲਾਈ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ 100 ਖਿਡਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਿਖਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, 106 ਖਿਡਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਦੇਸ਼ ਦੇ ਅਲੱਗ-ਅਲੱਗ ਅਕੈਡਮੀਆਂ (SAI) ਵਿੱਚ ਕੋਚਿੰਗ ਲਈ ਚੁਣਿਆ ਗਿਆ ਹੈ

MBCT - CFLI ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ: ਪੰਜਾਬ ਦੀਆਂ ਪੇਂਡੂ ਔਰਤਾਂ ਦਾ ਡਿਜੀਟਲ ਸਸ਼ਕਤੀਕਰਨ

ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਡਿਜੀਟਲਾਈਜ਼ੇਸ਼ਨ ਰਾਹੀਂ ਆਰਥਿਕ ਸਸ਼ਕਤੀਕਰਨ ਅਤੇ ਹੁਨਰ ਸਿਖਲਾਈ ਦੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਰਾਹੀਂ ਪੇਂਡੂ ਪੰਜਾਬ, ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਔਰਤਾਂ ਦੀ ਸਮਾਜਿਕ ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਔਰਤਾਂ ਨੂੰ ਨਵੀਂ ਡਿਜੀਟਲਾਈਜ਼ਡ ਦੁਨੀਆਂ ਦੀ ਸਿਖਲਾਈ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨਾ। ਇਸ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦਾ ਟੀਚਾ ਫਤਹਿਗੜ੍ਹ ਸਾਹਿਬ ਜ਼ਿਲ੍ਹੇ ਦੇ 100 ਪਿੰਡਾਂ ਦੀਆਂ 1000 ਤੋਂ ਵੱਧ ਔਰਤਾਂ/ਨੌਜਵਾਨਾਂ ਨੂੰ **ਡਿਜੀਟਲ** ਹੁਨਰ ਸਿਖਲਾਈ ਦੇਣਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ ਅਨੁਸੂਚੀ

ਦਿਨ 1

- MBCT ਦੁਆਰਾ ਸੁਆਗਤ ਹੈ
- ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵਰਕਸ਼ਾਪ ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਉਦੇਸ਼. ਆਈਸਬ੍ਰੇਕਿੰਗ ਅਤੇ ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਦੀ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ
- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ: ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ: ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ 'ਤੇ ਇੱਕ ਸੈਸ਼ਨ

ਦਿਨ 2

- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ: ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ: ਤੁਹਾਡੇ ਵਪਾਰਕ ਬ੍ਰਾਂਡ ਪਛਾਣ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ 'ਤੇ ਇੱਕ ਸੈਸ਼ਨ
- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਮੋਡ: ਸਮੂਹ ਗਤੀਵਿਧੀ/ਪ੍ਰਸਤੁਤੀ

ਦਿਨ 3

- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ: ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ: ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਟੂਲਸ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫੇਸਬੁੱਕ ਪੇਜ, ਇੰਸਟਾਗ੍ਰਾਮ, ਵਟਸਐਪ ਬਿਜ਼ਨਸ ਬਾਰੇ ਚਰਚਾ ਅਤੇ ਹੈਂਡ-ਆਨ ਟਰੇਨਿੰਗ।
- ਈ.ਗਵਰਨੈਂਸ

ਦਿਨ 4

- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ: ਉਤਪਾਦ ਫੋਟੋਗ੍ਰਾਫੀ - ਕੀ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਨਾ ਕਰਨਾ
- ਸੈਸ਼ਨ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ: ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਅਤੇ ਡਿਲੀਵਰੀ, ਔਨਲਾਈਨ ਭੁਗਤਾਨ ਸਾਧਨ, ਪੈਕੇਜਿੰਗ, ਈ-ਕਾਮਰਸ ਪਲੇਟਫਾਰਮ

ਦਿਨ 5

- ਸਮਾਪਤੀ ਟਿੱਪਣੀਆਂ ਅਤੇ ਫੀਡਬੈਕ
- ਵਰਕਸ਼ਾਪ ਦਾ ਸਮਾਪਨ। ਮੁੱਖ ਮਹਿਮਾਨ ਵੱਲੋਂ ਭਾਗ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਸਿਖਲਾਈ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ ਵੰਡੇ ਜਾਣਗੇ। ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਤੋਂ ਫੀਡਬੈਕ।

ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਕਿਸੇ ਵੀ ਉਤਪਾਦਾ ਜਾ ਸੇਵਾਵਾ ਨੂੰ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਦਿਖਾਉਣ ਅਤੇ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰ ਦੇਣ ਦੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਨੂੰ ਮਾਰਕਿਟਿੰਗ ਕਿਹਾ ਜਾਦਾ ਹੈ ।

ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਤਰ੍ਹਾ ਦੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ।

- ਨੈੱਟਵਰਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ
- ਡਿਜ਼ੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਨੈੱਟਵਰਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

ਜਦੋ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਏ ਗਏ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮਸ਼ਹੂਰੀ ਲੋਕਾਂ ਤੋਂ ਲੋਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਦੀ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਨੈੱਟਵਰਕ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕਿਹਾ ਜਾਦਾ ਹੈ ।

ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ

- ਜਦੋ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਏ ਗਏ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਮਸ਼ਹੂਰੀ ਸ਼ੋਸ਼ਲ ਮੀਡਿਆ (ਫੇਸਬੁੱਕ,ਇੰਸਟਾਗ੍ਰਾਮ) ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਦੀ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਡਿਜੀਟਲ ਮਾਰੀਟਿੰਗ ਕਿਹਾ ਹੈ ।

ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ 4P

- Product (ਉਤਪਾਦ)
  Price (ਕੀਮਤ)
- Place (ਸਥਾਨ)
- Promotion (ਮਸ਼ਹੂਰੀ)

ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ ਕੀ **ਹੈ?**

ਇੱਕ ਬ੍ਰਾਂਡ ਇੱਕ ਨਾਮ, ਸ਼ਬਦ, ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਪ੍ਰਤੀਕ, ਜਾਂ ਹੋਰ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਵਿਕਰੇਤਾ ਦੀ ਚੰਗਿਆਈ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਦੂਜੇ ਵਿਕਰੇਤਾਵਾਂ ਤੋਂ ਵੱਖਰਾ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। "

ਇੱਕ product ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਦੂਜੇ ਖਿਡਾਰੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਦੁਹਰਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਇੱਕ ਬ੍ਰਾਂਡ ਹਮੇਸ਼ਾ ਵਿਲੱਖਣ ਹੋਵੇਗਾ।
ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਪੈਪਸੀ ਅਤੇ ਕੋਕਾ-ਕੋਲਾ ਦਾ ਸਵਾਦ ਬਹੁਤ ਸਮਾਨ ਹੈ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਕਿਸੇ ਕਾਰਨ ਕਰਕੇ, ਕੁਝ ਲੋਕ ਕੋਕਾ-ਕੋਲਾ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਜੁੜੇ ਹੋਏ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਦੂਸਰੇ ਪੈਪਸੀ ਨਾਲ।

ਉਤਪਾਦ (Product) ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ

"ਮੋਟੇ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਅਜਿਹੀ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਲੋੜ ਜਾਂ ਲੋੜ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਮਾਰਕੀਟ ਨੂੰ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਵਸਤੂਆਂ, ਸੇਵਾਵਾਂ, ਅਨੁਭਵ, ਘਟਨਾਵਾਂ, ਵਿਅਕਤੀਆਂ, ਸਥਾਨਾਂ, ਸੰਪਤੀਆਂ, ਸੰਸਥਾਵਾਂ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। (ਕੋਟਲਰ ਅਤੇ ਕੈਲਰ, 2015)).

ਸਰੀਰਕ Physical

ਟਿਕਾਊ ਸਮਾਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਾਰਾਂ, ਫਰਨੀਚਰ,ਅਤੇ ਕੰਪਿਊਟਰ ਇਹ, ਟਿਕਾਊ ਵਸਤੂਆਂ (ਭੋਜਨ ਅਤੇ ਪੀਣ ਵਾਲੇ ਪਦਾਰਥ)

ਵਰਚੁਅਲ

ਸੇਵਾਵਾਂ ਜਾਂ ਅਨੁਭਵ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਿੱਖਿਆ, ਟਰੈਵਲ ਏਜੰਸੀ, ਬਿਊਟੀ ਸੈਲੂਨ)

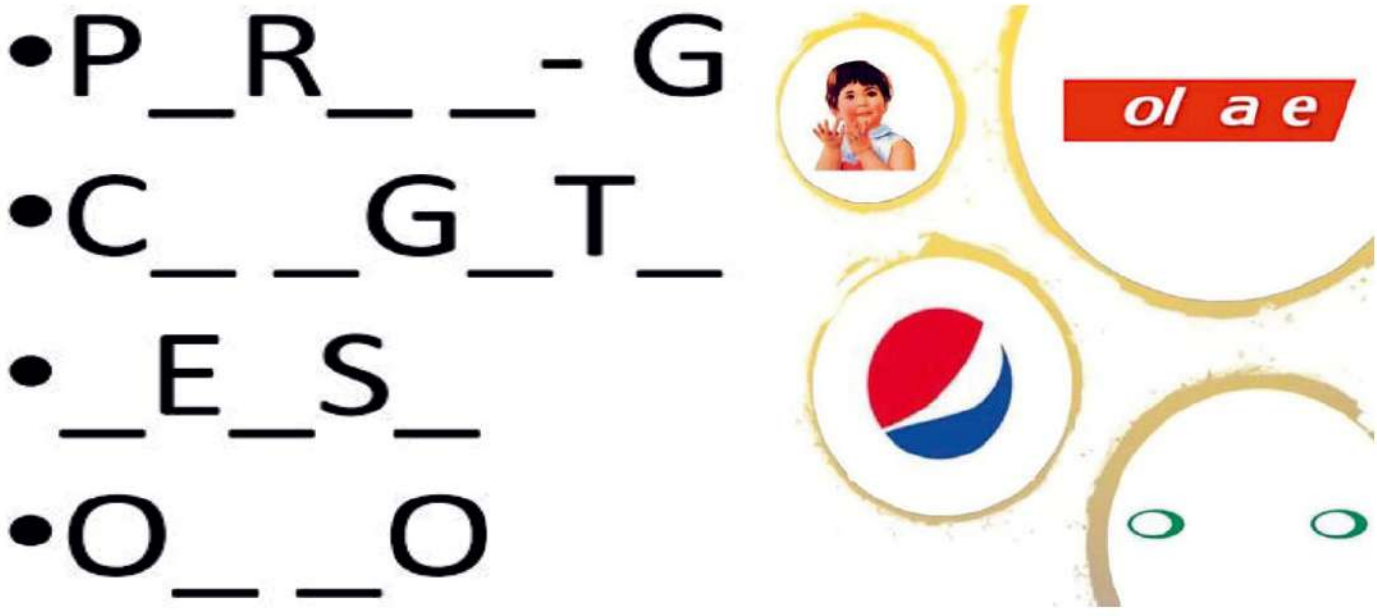
ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ

ਇਸ ਵਿੱਚ ਭੌਤਿਕ ਅਤੇ ਵਰਚੁਅਲ ਦੋਵੇਂ ਤੱਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ (ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਸਾਫਟਵੇਅਰ: ਫੋਟੋਸ਼ਾਪ, ਐਪ)

ਇਹ ਬ੍ਰਾਂਡ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ?

- ਬ੍ਰਾਂਡ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ: ਉਦੇਸ਼, ਮੁੱਲ, ਵਾਅਦਾ
- ਬ੍ਰਾਂਡ ਪਛਾਣ: ਨਾਮ, ਆਵਾਜ਼ ਦੀ ਟੋਨ,
- Logo - ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਪਛਾਣ ਡਿਜ਼ਾਈਨ (ਲੋਗੋ ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਰੰਗ ਪੈਲਅਟ, ਟਾਈਪੋਗ੍ਰਾਫੀਆਂ ਸਮੇਤ ...)
- ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ: ਟੀਵੀ, ਰੇਡੀਓ, ਰਸਾਲੇ, ਬਾਹਰੀ ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਬਾਜ਼ੀ, ਵੈੱਬਸਾਈਟਾਂ, ਮੋਬਾਈਲ ਐਪਸ
- ਸਪਾਂਸਰਸ਼ਿਪ ਅਤੇ ਭਾਈਵਾਲੀ
- ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਡਿਜ਼ਾਈਨ
- ਇਨ-ਸਟੋਰ ਅਨੁਭਵ
- ਵਰਕਸਪੇਸ ਅਨੁਭਵ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸ਼ੈਲੀ
- ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ
- ਕੀਮਤ ਰਣਨੀਤੀ

ਲੋਗੋ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ



ਸਧਾਰਨ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਵੇਚਦੇ ਹੋ, ਇੱਕ ਬ੍ਰਾਂਡ ਉਸ ਉਤਪਾਦ ਦਾ ਸਮਝਿਆ ਚਿੱਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਵੇਚ ਰਹੇ ਹੋ, ਅਤੇ ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ ਉਸ ਚਿੱਤਰ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਹੈ।

ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਵਿਚਾਰ ਲਈ ਇੱਕ ਬ੍ਰਾਂਡਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ

Story ਕਹਾਣੀ		Visual symbol ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਪ੍ਰਤੀਕ		Strategy ਰਣਨੀਤੀ	
Name ਨਾਮ		Logo ਚਿੰਨ੍ਹ	Awareness ਜਾਗਰੂਕਤਾ		
Statement ਬਿਆਨ		Color palette ਰੰਗ ਪੈਲੇਅਟ		Sales ਵਿਕਰੀ	Distribution ਵੰਡ
Promise ਵਾਅਦਾ					
Person ਵਿਅਕਤੀ				Feedback ਸੁਝਾਅ	

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ – Social Media

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਇੱਕ ਕੰਪਿਊਟਰ-ਆਧਾਰਿਤ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਹੈ ਜੋ ਵਰਚੁਅਲ ਨੈੱਟਵਰਕਾਂ ਅਤੇ ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਦੁਆਰਾ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਦੋਸਤਾਂ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨ ਦੇ ਇੱਕ ਤਰੀਕੇ ਵਜੋਂ ਹੋਈ ਸੀ ਪਰ ਅੱਜ-ਕੱਲ ਇਸ ਦਾ ਪ੍ਰਯੋਗ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲੋਕਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਲਈ ਡਿਜੀਟਲ ਸਾਧਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

- ਦੁਨੀਆ ਭਰ ਵਿੱਚ 3.8 ਬਿਲੀਅਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਉਪਭੋਗਤਾ ਹਨ।
- ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਨੈੱਟਵਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਫੇਸਬੁੱਕ, ਇੰਸਟਾਗ੍ਰਾਮ, ਟਵਿੱਟਰ, ਯੂਟਿਊਬ ਅਤੇ ਟਿੱਕਟੋਕ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।
- ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਸਮੱਗਰੀ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲਾਂ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।

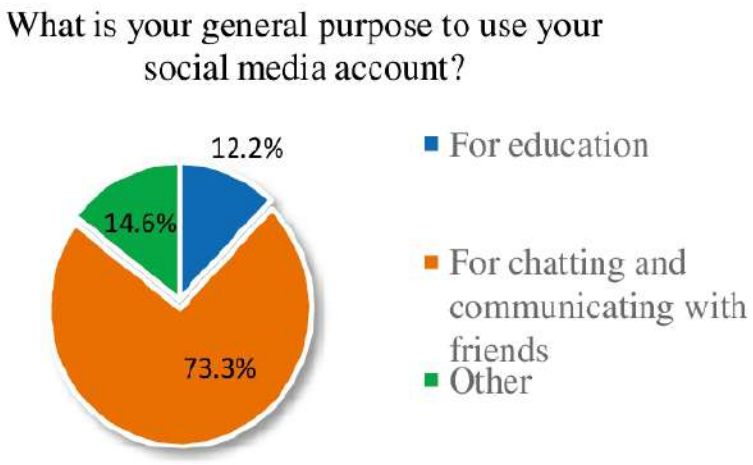
ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਸ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ?

ਲੋਕ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਲਈ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੇ ਚਾਰ ਮੁੱਖ ਉਪਯੋਗ SLIM ਦਾ ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ:

- Sharing - ਸਾਂਝਾ ਕਰਨਾ
- Learning- ਸਿੱਖਣਾ,
- Interacting - ਇੰਟਰੈਕਟ ਕਰਨਾ
- Marketing - ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ।

ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕ ਫੀਡਬੈਕ ਲਈ

- ਉਤਪਾਦਾਂ ਬਾਰੇ ਹੋਰ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲਈ, ਕੂਪਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ,
- ਸਕਾਰਾਤਮਕ/ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਫੀਡਬੈਕ , ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸੰਪਰਕ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ'



ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੀ ਵਰਤੋਂ / ਕਿਸਮਾਂ

ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਕਰਨ ਯੋਗ

- **ਉਦਾਹਰਨਾਂ**: Facebook, Instagram ,TikTok, Pinterest ਉਤਪਾਦ ਪਿੰਨ
- **ਵਰਤੋਂ ਖੋਜ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮਾਂ ਰਾਹੀਂ ਸਿੱਧੇ ਬ੍ਰਾਂਡਾਂ ਤੋਂ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦਣਾ।**

ਵੀਡੀਓ Video

- **ਉਦਾਹਰਨਾਂ**: YouTube, TikTok, Instagram ਕਹਾਣੀਆਂ ਅਤੇ ਰੀਲਾਂ, Facebook ਵਾਚ
- **ਵਰਤੋਂ ਛੋਟੇ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਫਾਰਮੈਟ ਵਿੱਚ ਵੀਡਿਓ ਦੇਖਣਾ**

Music ਸੰਗੀਤ

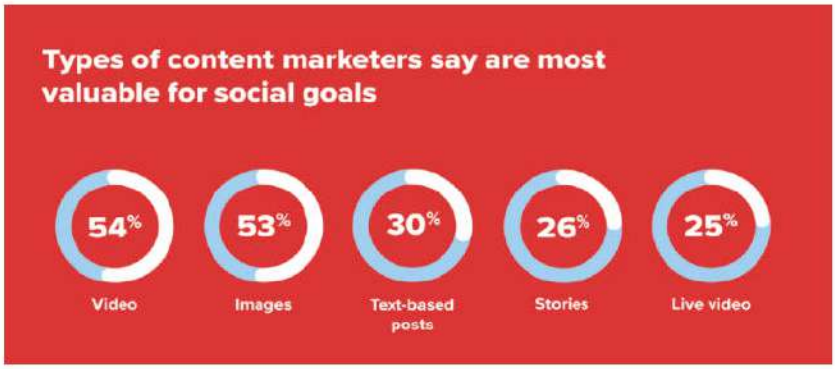
- **ਉਦਾਹਰਨਾਂ**: ਕਲੱਬਹਾਊਸ, ਟਵਿੱਟਰ ਸਪੇਸ, ਸਪੋਟੀਫਾਈ
- **ਵਰਤੋਂ** : ਸੰਗੀਤ / ਸੰਗੀਤ ਵੀਡੀਓ ਸੁਣਨ ਅਤੇ ਦੇਖਣ ਲਈ

ਚਰਚਾ ਫੋਰਮ Dicussion

- **ਉਦਾਹਰਨਾਂ**: Reddit, Quora
- **ਵਰਤੋਂ : ਪੁੱਛਣਾ ਅਤੇ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾਸਵਾਲ, ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ, ਆਲੇ-ਦੁਆਲੇ ਦੇ ਭਾਈਚਾਰੇ ਬਣਾਉਣਾਸਥਾਨ-ਅਤੇ ਦਿਲਚਸਪੀ-ਅਧਾਰਿਤਵਿਸ਼ੇ**

ਲਾਈਵ ਸਟ੍ਰੀਮਾਂ Live stream

- **ਉਦਾਹਰਨਾਂ**: YouTube, Instagram ਲਾਈਵਕਮਰੇ, ਫੇਸਬੁੱਕ ਲਾਈਵ, ਟਿੱਕਟੋਕ
- **ਵਰਤੋਂ : ਲਾਈਵ ਵੀਡੀਓ ਨੂੰ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕਰਨਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਦਰਸ਼ਕ. ਲਾਈਵ ਵੀਡੀਓ ਸਟ੍ਰੀਮਜ਼ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਇੱਕ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਪੀਕਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਪੈਨਲਾਂ ਤੱਕ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।**



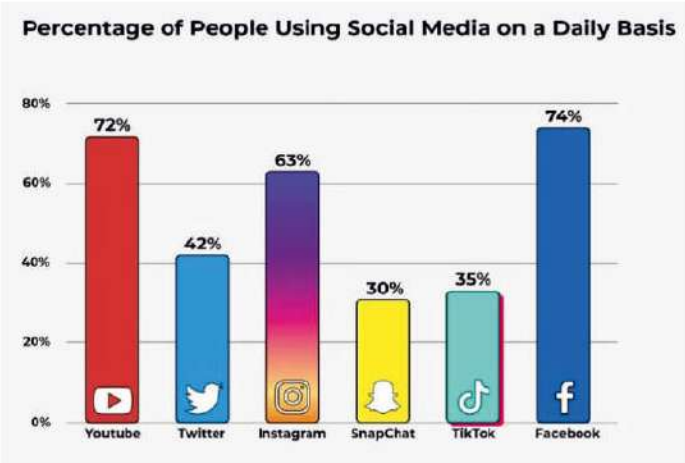
ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ ਸਹੀ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੀ ਚੋਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰੀਏ?

- ਆਪਣੇ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣੋ
- ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦੇ ਅੰਕੜਿਆਂ ਨਾਲ ਅੱਪ ਟੂ ਡੇਟ ਰਹੋ
- ਆਪਣੇ ਮੁੱਖ ਵਪਾਰਕ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਾਰ ਕਰੋ।

ਸੋਸ਼ਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਮੀਡਿਆ ਕਰਨ ਲਈ ਨਾ ਕਰੋ, ਇਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਲੋਕਾਂ ਤੇ

Facebook - ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ:

- ਨਿਊਜ਼ ਫੀਡ
- ਦੋਸਤ
- ਪਸੰਦ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆਵਾਂ
- ਟਿੱਪਣੀਆਂ, ਸੂਚਨਾਵਾਂ
- ਸੁਨੇਹਾ ਅਤੇ ਇਨਬਾਕਸ



ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ ਫੇਸਬੁੱਕ ਦੇ ਲਾਭ

- Facebook ਇੱਕ ਘੱਟ ਕੀਮਤ ਵਾਲੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਹੈ।
- ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਬਾਰੇ ਮੁੱਢਲੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਾਂਝੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ
- ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਤੋਂ ਤਸਵੀਰਾਂ ਅਤੇ ਵੀਡੀਓ ਸਾਂਝੇ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ
- ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ
- ਗਾਹਕ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ
- ਬ੍ਰਾਂਡ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਵਧਾਓ ਅਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਸ਼ਬਦ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ
- ਫੇਸਬੁੱਕ ਸਥਾਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਸੌਦੇ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ

Instagram - ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ:

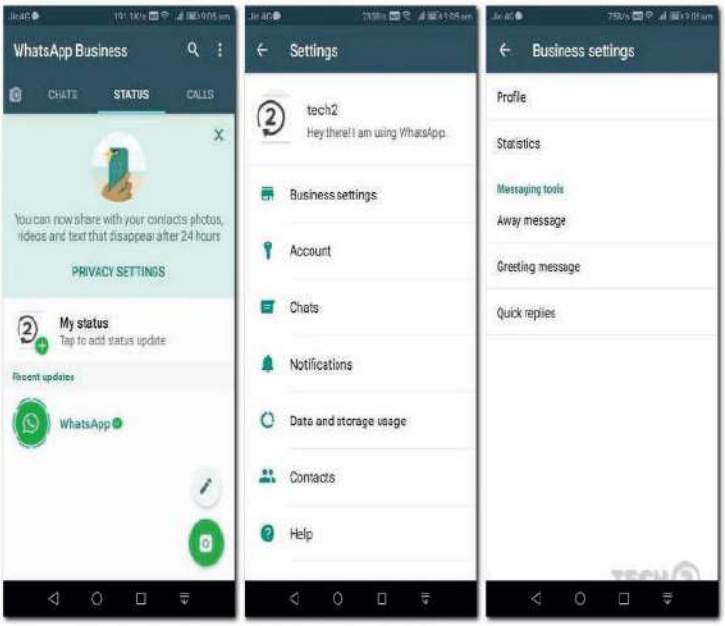
- ਹੈਸ਼ਟੈਗ ਵੀਡੀਓ ਪੋਸਟਾਂ
- ਇੰਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਸਟੋਰੀਜ਼, ਸਟੋਰੀਜ਼ ਹਾਈਲਾਈਟਸ
- Short ਵੀਡੀਓ
- ਇੰਸਟਾਗ੍ਰਾਮ ਲਾਈਵ
- ਸਟਿੱਕਰ ਅਤੇ ਕਵਿਜ਼

ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ Instagram ਦੇ ਫਾਇਦੇ:

- ਜ਼ਿਆਦਾ ਲੋਕ Instagram ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ
- ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਿੱਧੇ Instagram ਤੋਂ ਪੈਸੇ ਕਮਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- ਕਹਾਣੀਆਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਸੰਬੰਧਿਤ ਬਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਸਾਂਝੇਦਾਰੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
- ਹੈਸ਼ਟੈਗ ਤੁਹਾਡੀ post ਦਿੱਖ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- Instagram ਇਸ਼ਤਿਹਾਰਾਂ ਰਾਹੀਂ ਨਵੇਂ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚੋ।
- ਆਪਣੀ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਨਿਖਾਰਨ ਲਈ Instagram ਇਨਸਾਈਟਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।

Whatsapp business - ਮੁੱਖ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ:

- ਵਪਾਰਕ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ।
- ਤਤਕਾਲ ਜਵਾਬ।
- ਆਟੋਮੈਟਿਕ ਗ੍ਰੀਟਿੰਗ ਸੁਨੇਹਾ, ਆਟੋਮੈਟਿਕ ਦੂਰ ਸੁਨੇਹਾ.
- ਸੰਪਰਕ ਲੇਬਲ। ਸੁਨੇਹਾ ਅੰਕੜੇ।
- ਕੈਟਾਲਾਗ।
- ਇੰਟਰਐਕਟਿਵ ਵਪਾਰਕ ਸੁਨੇਹਾ।



Whatsapp ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਲਾਭ:

- ਸੁਵਿਧਾਜਨਕ ਦੋ-ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਸੁਧਾਰ
- ਗਾਹਕ ਦੇਖਭਾਲ, ਗਾਹਕ ਮੈਸੇਜਿੰਗ
- ਬ੍ਰਾਂਡ-ਪ੍ਰਮਾਣਿਤ ਗੱਲਬਾਤ
- ਗਲੋਬਲ ਪਹੁੰਚ
- ਐਪਟ-ਇਨ ਨਾਲ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤੀ ਗਈ
- ਸੁਨੇਹਾ ਟੈਂਪਲੇਟਸ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ
- ਤਤਕਾਲ ਜਵਾਬਾਂ ਨਾਲ ਸਮਾਂ ਬਚ ਸਕਦਾ ਹੈ।

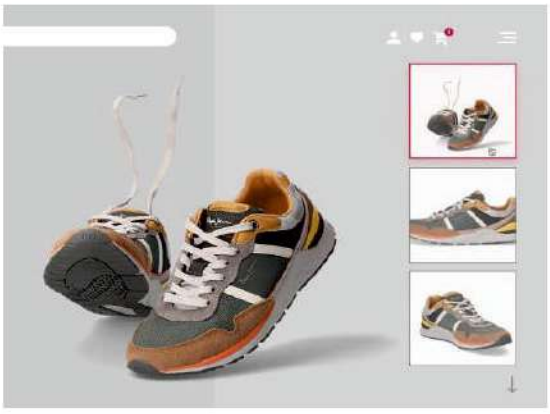
ਉਤਪਾਦ ਫੋਟੋਗ੍ਰਾਫੀ

ਕੀ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਕੀ ਨਹੀ ਕਰਨਾ ?

- ਆਈਟਮ ਦੇ ਸਿਰਫ਼ 1 ਚਿੱਤਰ ਨਾਲ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਨਾ ਹੋਵੋ। 2-5 ਸ਼ਾਟ ਲਈ ਸ਼ੂਟ ਕਰੋ. (ਮਲਟੀਪਲ ਐਂਗਲ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ)

- ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਐਕਸਪੋਜਰ ਉਤਪਾਦ ਵਿਜ਼ੂਅਲ ਅਪੀਲ ਨੂੰ ਬਰਬਾਦ ਕਰ ਦੇਵੇਗਾ।

- ਉਤਪਾਦ 'ਤੇ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਪੈਣ ਤੋਂ ਬਚੋ। ਰੋਸ਼ਨੀ ਦੀ ਸਾਵਧਾਨੀ ਨਾਲ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।



- ਸਾਫ਼ ਸਫ਼ੈਦ ਪਿਛੋਕੜ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵੱਖਰਾ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਰੀਟਚਿੰਗ ਨੂੰ ਆਸਾਨ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

- ਗਲਤ ਕ੍ਰੌਪਿੰਗ ਉਤਪਾਦ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਨੂੰ ਵਿਗਾੜ ਸਕਦੀ ਹੈ।

- ਕਈ ਉਤਪਾਦਾਂ ਲਈ ਇਕਸਾਰ ਪਿਛੋਕੜ ਰੱਖੋ।

- ਉਤਪਾਦ ਪਲੇਸਮੈਂਟ ਅਤੇ ਕੋਣਾਂ ਦੀ ਇਕਸਾਰਤਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਇੱਕ ਟ੍ਰਾਈਪੌਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ.

ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਅਤੇ ਡਿਲੀਵਰੀ

ਸ਼ਿਪਿੰਗ - ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਕਹਿੰਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵਸਤੂ ਨੂੰ 'ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ' ਹੈ, ਤਾਂ ਸਾਡਾ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਹ ਮਤਲਬ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਸਤੂ ਸਪਲਾਇਰ ਦੇ ਗੋਦਾਮ ਤੋਂ ਚਲੀ ਗਈ ਹੈ।

ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ **ਡਿਲੀਵਰੀ**, ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਡਿਲੀਵਰੀ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਅਸੀਂ ਉਸ ਤਾਰੀਖ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੇ ਹਾਂ ਜਦੋਂ ਪੈਕੇਜ ਅੰਤਮ ਗਾਹਕ ਦੇ ਦਰਵਾਜ਼ੇ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚੇਗੀ।

ਡਿਲੀਵਰੀ

- ਪ੍ਰੀਪੇਡ ਡਿਲੀਵਰੀ
- COD ਡਿਲਿਵਰੀ (ਸਾਮਾਨ ਮਿਲਣ ਸਮੇ ਭੁਗਤਾਨ)
- ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਅਤੇ ਮੋਬਾਈਲ ਐਪਸ ਨਾਲ ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਏਕੀਕਰਣ

ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਕੋਰੀਅਰ ਕੰਪਨੀ

ਔਨਲਾਈਨ ਭੁਗਤਾਨ / ਈ-ਕਾਮਰਸ - E-Commerce

ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਰਾਹੀਂ ਪੈਸੇ ਇਕੱਠੇ ਕਰਨ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਆਨਲਾਈਨ ਭੁਗਤਾਨ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ। ਆਨਲਾਈਨ ਭੁਗਤਾਨ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਆਮ ਫਾਰਮ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਅਤੇ ਡੈਬਿਟ ਕਾਰਡ ਹਨ ਇਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਈ-ਵਾਲਿਟ, ਬੈਂਕ ਟ੍ਰਾਂਸਫਰ, ਬਿਟਕੋਇਨ ਵਾਲਿਟ ਅਤੇ ਸਮਾਰਟ ਕਾਰਡ|

ਈ ਕਾਮਰਸ ਕੀ ਹੈ?

ਈ-ਕਾਮਰਸ, ਜਿਸਨੂੰ ਈ-ਬਿਜ਼ਨਸ, ਜਾਂ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵੀ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਸਿਰਫ਼ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਵਰਗੇ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਮਾਧਿਅਮ 'ਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਅਤੇ ਚੀਜ਼ਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਖਰੀਦ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਪਾਰਟੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਡੇਟਾ ਅਤੇ ਫੰਡ ਟ੍ਰਾਂਸਫਰ ਕਰਨਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਸਧਾਰਨ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਔਨਲਾਈਨ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਹੈ।

ਈ-ਕਾਮਰਸ ਲਈ ਭੁਗਤਾਨ ਵਿਧੀਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

- ਕ੍ਰੈਡਿਟ/ਡੈਬਿਟ ਕਾਰਡ ਭੁਗਤਾਨ: ਕਾਰਡਾਂ ਰਾਹੀਂ ਭੁਗਤਾਨ ਨਾ ਸਿਰਫ਼ ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਸਗੋਂ ਅੰਤਰਰਾਸ਼ਟਰੀ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਢੰਗਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ।
- ਪ੍ਰੀਪੇਡ ਕਾਰਡ ਭੁਗਤਾਨ:
- ਬੈਂਕ ਟ੍ਰਾਂਸਫਰ:
- ਈ-ਵਾਲਿਟ:
- ਨਕਦ:
- ਮੋਬਾਈਲ ਭੁਗਤਾਨ:
- ਕ੍ਰਿਪਟੋਕਰੰਸੀ:

- ਈ-ਕਾਮਰਸ ਭੁਗਤਾਨ ਗੇਟਵੇ:

ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਗਵਰਨੈਂਸ E- Governance

ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਗਵਰਨੈਂਸ ਜਾਂ ਈ-ਗਵਰਨੈਂਸ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ICT (ਸੂਚਨਾ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਤਕਨਾਲੋਜੀ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾਲ ਸਰਕਾਰੀ ਕੰਮਕਾਜ ਕਰਨਾ। ਇਸ ਲਈ ਈ-ਗਵਰਨੈਂਸ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਸਮਾਰਟ ਗਵਰਨੈਂਸ ਵੱਲ ਇੱਕ ਕਦਮ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ: ਸਧਾਰਨ, ਨੈਤਿਕ, ਜਵਾਬਦੇਹ, ਜਵਾਬਦੇਹ ਅਤੇ ਪਾਰਦਰਸ਼ੀ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨ।

ਈ-ਗਵਰਨੈਂਸ ਦੇ ਦੋ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਹਨ:

- ਵੱਖ-ਵੱਖ ਔਨਲਾਈਨ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਪਸੀ ਤਾਲਮੇਲ ਨੂੰ ਸਰਲ ਬਣਾ ਕੇ ਜਨਤਾ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਤਸੱਲੀਬਖਸ਼ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ।
- ਸਰਕਾਰੀ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨ ਦੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਤੇਜ਼, ਪਾਰਦਰਸ਼ੀ, ਜਵਾਬਦੇਹ, ਕੁਸ਼ਲ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਲਈ।

ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਰਤੋਂ ਦੀ ਈ ਗਵਰਨੈਂਸ ਵੈੱਬਸਾਈਟ

- **Parivahan Sewa** – ਡਰਾਈਵਿੰਗ ਲਾਇਸੈਂਸ/ਵਾਹਨ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸੇਵਾਵਾਂ

mParivahan ਐਪ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਡਰਾਈਵਿੰਗ ਲਾਇਸੈਂਸ, ਵਾਹਨ ਰਜਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟ, ਬੀਮਾ ਵੈਧਤਾ ਸਮੇਤ ਹੋਰ ਚੀਜ਼ਾਂ ਤੱਕ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਹੁੰਚ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਐਪ ਵਿੱਚ ਵਰਚੁਅਲ ਆਰਸੀ ਅਤੇ ਡੀਐਲ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਵੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕ ਸਬੂਤ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

Link – https://parivahan.gov.in/parivahan//en/content/mparivahan

- **AAdhar card -**

ਯੂਨੀਕ ਆਈਡੈਂਟੀਫਿਕੇਸ਼ਨ ਅਥਾਰਟੀ ਆਫ ਇੰਡੀਆ (UIDAI), ਆਧਾਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਸੰਸਥਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਦੇਖਣ ਦਾ ਵਿਕਲਪ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਆਧਾਰ ਕਿੱਥੇ ਅਤੇ ਕਦੋਂ ਵਰਤਿਆ ਗਿਆ ਸੀ।

Link - https://uidai.gov.in/my-aadhaar/get-aadhaar.html

- **PAN Card**

ਪੈਨ ਕਾਰਡ ਟੈਕਸ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨ, ਟੈਕਸ ਰਿਫੰਡ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ, ਬੈਂਕ ਖਾਤੇ ਖੋਲ੍ਹਣ ਆਦਿ ਲਈ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪ੍ਰਮਾਣੀਕਰਣ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਪੈਨ ਕਾਰਡ ਨੂੰ ਜਾਇਜ਼ ਪਛਾਣ ਸਬੂਤ ਵਜੋਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ 18 ਸਾਲ ਤੋਂ ਵੱਧ ਉਮਰ ਦੇ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕ ਨਿਯਮਤ ਬਾਲਗ ਵਜੋਂ ਇੱਕ ਪੈਨ ਕਾਰਡ ਲਈ ਅਰਜ਼ੀ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹਨ।

Link - https://www.pan.utiitsl.com/

- **Voter Card**

ਭਾਰਤੀ ਵੋਟਰ ਆਈਡੀ ਕਾਰਡ ਭਾਰਤ ਦੇ ਚੋਣ ਕਮਿਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਭਾਰਤ ਦੇ ਬਾਲਗ ਨਿਵਾਸੀਆਂ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਇੱਕ ਪਛਾਣ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ 18 ਸਾਲ ਦੀ ਉਮਰ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਚੁੱਕੇ ਹਨ, ਜੋ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੇਸ਼ ਦੇ ਮਿਉਂਸਪਲ, ਰਾਜ, ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਚੋਣਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਵੋਟ ਪਾਉਣ ਵੇਲੇ ਭਾਰਤੀ ਨਾਗਰਿਕਾਂ ਲਈ ਪਛਾਣ ਦੇ ਸਬੂਤ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।

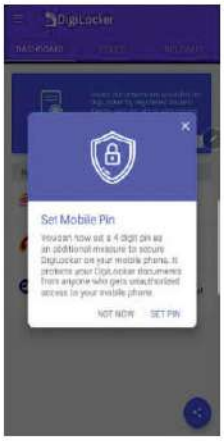
Link - https://www.nvsp.in/

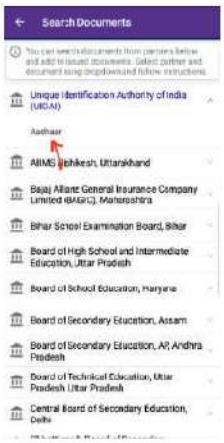
- **Digilocker APP/Digilocker**

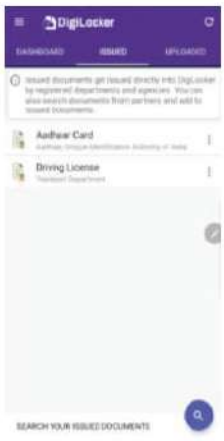
ਡਿਜੀਲੌਕਰ ਇੱਕ ਅਜਿਹਾ ਸਾਧਨ ਹੈ ਹਰੇਕ ਆਧਾਰ ਧਾਰਕ ਆਪਣੇ ਸਰਟੀਫਿਕੇਟਾਂ ਅਤੇ ਦਸਤਾਵੇਜਾ ਨੂੰ ਡਿਜੀਟਲ ਫਾਰਮੈਟ ਵਿੱਚ ਰੱਖ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਡਰਾਈਵਿੰਗ ਲਾਇਸੰਸ, ਵਾਹਨ ਰਜਿਸਟ੍ਰੇਸ਼ਨ, ਅਕਾਦਮਿਕ ਮਾਰਕ ਸ਼ੀਟ ਆਦਿ

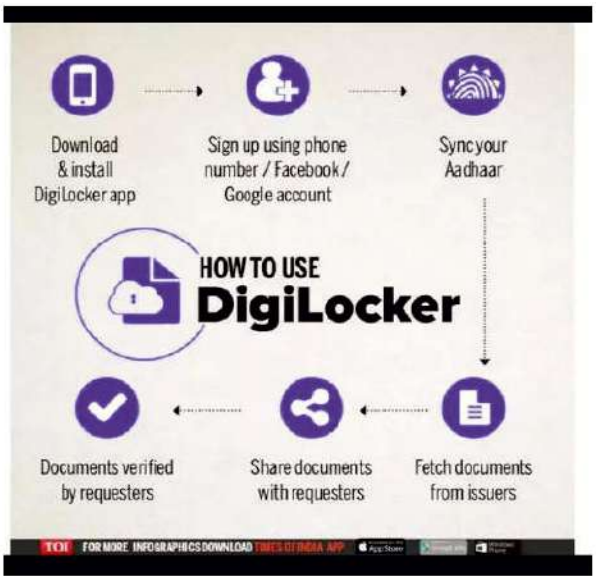
ਡਿਜੀਲੌਕਰ ਐਪ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਇੰਸਟਾਲ ਅਤੇ ਸੈੱਟਅੱਪ ਕਰਨਾ ਹੈ?

1. DigiLocker ਐਪ ਨੂੰ ਡਾਊਨਲੋਡ ਕਰਨ ਲਈ ਪਲੇ ਸਟੋਰ 'ਤੇ ਜਾਓ।
2. ਐਪ ਨੂੰ ਇੰਸਟਾਲ ਕਰਨ ਲਈ ਇੰਸਟਾਲ ਵਿਕਲਪ 'ਤੇ ਕਲਿੱਕ ਕਰੋ।
3. ਐਪ ਨੂੰ ਲੋੜੀਂਦੀਆਂ ਇਜਾਜ਼ਤਾਂ ਦਿਓ।
4. ਹੁਣ ਇਸਨੂੰ ਸੈੱਟ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਸਮਾਰਟਫੋਨ 'ਚ ਐਪ ਖੋਲ੍ਹੋ।
5. ਤੁਸੀਂ ਸਾਈਨ ਅੱਪ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।









EMPOWERING RURAL WOMEN THROUGH DIGITAL MARKETING SKILLS

1. ਸਸ਼ਕਤੀਕਰਨ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ?

ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਕੋਈ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਸ਼ਕਤੀ ਜਾਂ ਅਧਿਕਾਰ ਦੇਣ ਨੂੰ ਸਸ਼ਕਤੀਕਰਣ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

2. ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ 'ਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰਹਿਣ ਲਈ ਕਿਹੜੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ?

1. ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਪਾਸਵਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਇਹ ਜਿੰਨਾ ਲੰਬਾ ਹੋਵੇਗਾ, ਇਹ ਓਨਾ ਹੀ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਹੋਵੇਗਾ।
2. ਆਪਣੇ ਹਰੇਕ ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਖਾਤਿਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਵੱਖਰਾ ਪਾਸਵਰਡ ਵਰਤੋ।
3. ਕੋਈ OTP ਸਾਂਝਾ ਨਾ ਕਰੋ।

3. ਔਨਲਾਈਨ ਭੁਗਤਾਨ ਮੋਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਕਿਹੜੀਆਂ ਗੱਲਾਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ?

1. ਕਾਰਡ ਵੇਰਵਿਆਂ ਨੂੰ SAVE ਨਾ ਕਰੋ।
2. ਕਦੇ ਵੀ ਆਪਣਾ ਪਾਸਵਰਡ ਅਤੇ ਪਿੰਨ ਸਾਂਝਾ ਨਾ ਕਰੋ।

4. ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਖੇਪ ਸ਼ਬਦਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ

1. **PP- PRICE PLEASE** (ਕੀਮਤ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ)
2. **DM- DIRECT MESSAGE** (ਸਿੱਧਾ ਸੁਨੇਹਾ)
3. **ASAP- AS SOON AS POSSIBLE** (ਜਿੰਨੀ ਜਲਦੀ ਹੋ ਸਕੇ)
4. **CC- CARBON COPY** (ਕਾਰਬਨ ਕਾਪੀ)
5. **BCC- BLIND CARBON COPY** (ਬਲਾਈਂਡ ਕਾਰਬਨ ਕਾਪੀ)
6. **FB- FACEBOOK** (ਫੇਸਬੁੱਕ)
7. **FAQ- FREQUENTLY ASKED QUESTIONS** (ਅਕਸਰ ਪੁੱਛੇ ਜਾਂਦੇ ਸਵਾਲ)
8. **MSG - MESSAGE** (ਸੁਨੇਹਾ)
9. **N/A- NOT AVAILABLE** ਉਪਲਬਧ ਨਹੀਂ
10. **W8- WAIT** (ਉਡੀਕ ਕਰੋ)
11. **YW- YOU'R WELCOME** ਤੁਹਾਡਾ ਸੁਆਗਤ ਹੈ
12. **FOC- FREE OF CHARGE** (ਮੁਫ਼ਤ)
13. **SCHED. – SCHEDULE** (ਸਮਾਸੂਚੀ, ਕਾਰਜ -ਕ੍ਰਮ)
14. **TM- TRADE MARK** (ਟ੍ਰੇਡ ਮਾਰਕ)
15. **R - REGISTERED** (ਰਜਿਸਟਰਡ)

5. ਈ-ਕਾਮਰਸ ਸਾਈਟਾਂ ਤੋਂ ਉਤਪਾਦ ਖਰੀਦਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਕਿਹੜੀਆਂ ਗੱਲਾਂ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ?

1. **PAYMENT SYSTEM** (ਭੁਗਤਾਨ ਪ੍ਰਣਾਲੀ)
2. **PRODUCT INFORMATION** (ਉਤਪਾਦ ਜਾਣਕਾਰੀ)
3. **SHIPPING CHARGES** (ਸ਼ਿਪਿੰਗ ਖਰਚੇ)
4. **CHECKED REVIEWS** (ਸਮੀਖਿਆ ਕੀਤੀ)
5. **RETURN AND REFUND POLICY** (ਵਾਪਸੀ ਅਤੇ ਰਿਫੰਡ ਨੀਤੀ)
6. **ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ fraud ਕੀ ਹੈ?**

ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਧੋਖਾਧੜੀ ਤੁਹਾਡੇ ਖਾਤੇ ਤੋਂ ਵਿੱਤੀ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਲਈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਨੰਬਰਾਂ ਅਤੇ ਪਿੰਨ ਜਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਚੋਰੀ ਹੋਏ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਇੱਕ ਘੁਟਾਲੇ ਕਰਨ credit card fraud ਕਿਹਾ ਜਾਦਾ ਹੈ

ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਵੇਂ ਚੋਰੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ?

- ਸਕਿਮਿੰਗ: - ਸਕੈਮਰ ਇੱਕ ਕਾਰਡ ਸਕਿਮਰ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਇੱਕ ਉਪਕਰਣ ਹੈ ਜੋ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਸਵਾਈਪਿੰਗ ਮਸ਼ੀਨ 'ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਡਿਵਾਈਸ ਤੁਹਾਡੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈ ਲਵੇਗੀ ਜਦੋਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰਡ ਨੂੰ ਅਸਲ ਖਰੀਦਦਾਰੀ ਲਈ ਸਵਾਈਪ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
- ਡੰਪਸਟਰ ਡਾਈਵਿੰਗ: - ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਬਿਲਾਂ ਜਾਂ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਪੂਰੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਨੰਬਰ ਦੇ ਨਾਲ ਰੱਦ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਚੋਰ ਇਹਨਾਂ ਵੇਰਵਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਧੋਖਾਧੜੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।
- ਹੈਕਿੰਗ:-ਚੋਰ ਉਹਨਾਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਹੈਕ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਹੈਕ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਪ੍ਰੋਸੈਸਿੰਗ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।
- ਫਿਸ਼ਿੰਗ: - ਫਿਸ਼ਿੰਗ ਵਿੱਚ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਘੁਟਾਲੇਬਾਜ਼ਾਂ ਦੁਆਰਾ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਧੋਖਾ ਦੇ ਕੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲ ਡਾਟਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ।

ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਧੋਖਾਧੜੀ ਨੂੰ ਰੋਕਣ ਦੇ ਕੁਝ ਤਰੀਕੇ ਕੀ ਹਨ?

- ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਾਲ ਜਾਂ ਈਮੇਲ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਆਪਣੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਾ ਦਿਓ।
- ਆਪਣੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਪਣੇ ਕੋਲ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖੋ।
- ਕਿਸੇ ਵੀ ਬਿਲ ਜਾਂ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਨੂੰ ਰੱਦ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹੈ, ਉਸ ਨੂੰ ਨਸ਼ਟ ਕਰ ਦਿਓ।
- ਔਨਲਾਈਨ ਲੈਣ-ਦੇਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਕਾਰਡ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਸਾਵਧਾਨ ਰਹੋ।
- ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰਡ ਚੋਰੀ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਗੁੰਮ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਰੰਤ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰੋ

7. ਸਭ ਤੋਂ ਆਮ ਔਨਲਾਈਨ ਧੋਖਾਧੜੀ

- ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਜਾਂ ਲੋਨ ਲਈ ਯਕੀਨੀ ਮਨਜ਼ੂਰੀ: -ਈਮੇਲ ਘੁਟਾਲੇ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇੱਕ ਅਗਾਊਂ ਫੀਸ ਅਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਹਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਲੋਨ ਜਾਂ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਦੇਣ ਦਾ ਭਰੋਸਾ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।
- ਰੋਜ਼ਗਾਰ ਦੇ ਮੌਕੇ: - ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਫੀਸ ਅਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਹਿਮਤ ਹੋ ਤਾਂ ਉਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇੱਕ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਪੱਤਰ ਦੇਣ ਦਾ ਵਾਅਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।
- ਲਾਟਰੀ ਘੁਟਾਲੇ: - ਈਮੇਲ ਦੱਸੇਗੀ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਲਾਟਰੀ ਜਿੱਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਭੁਗਤਾਨ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ

- ਫਿਸ਼ਿੰਗ:- ਫਿਸ਼ਿੰਗ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਈਮੇਲਾਂ, ਐਸਐਮਐਸ ਅਤੇ ਕਾਲਾਂ ਰਾਹੀਂ ਤੁਹਾਡੇ ਗੁਪਤ ਵੇਰਵਿਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜਨਮ ਮਿਤੀ, ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਕਾਰਡ ਨੰਬਰ, ਪਾਸਵਰਡ ਆਦਿ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ।

ਆਨਲਾਈਨ ਧੋਖਾਧੜੀ ਤੋਂ ਬਚਣ ਦੇ ਕੁਝ ਤਰੀਕੇ

- ਆਨਲਾਈਨ ਧੋਖਾਧੜੀ ਦੀਆਂ ਕਈ ਕਿਸਮਾਂ ਤੋਂ ਸੁਚੇਤ ਰਹੋ ।
- ਸਮੇਂ-ਸਮੇਂ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਪਾਸਵਰਡ ਬਦਲਦੇ ਰਹੋ।
- ਅਣਜਾਣ ਵੈੱਬਸਾਈਟਾਂ ਤੋਂ ਫਾਈਲਾਂ ਡਾਊਨਲੋਡ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਰਹੇਜ਼ ਕਰੋ।

Inventory -

Inventory refers to all the items, goods and materials held by a business for selling in the market to earn a profit.

In a business, inventory is not only the final product manufactured and ready to sell, but also the raw materials used in production and the semi-finished goods in the warehouse or Stores.

Example: For a Phulkari manufacturer/artisan, inventory will not only include Finished Dupatta which is ready to sell but also the raw material of Dupattas i.e Fabric, threads, needle, sequence etc.

ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ (Inventory)

ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰ ਲਈ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣ ਲਈ ਬਾਜਾਰ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਲਈ ਰੱਖੀਆਂ ਗਈਆ ਵਸਤੂਆਂ, ਚੀਜਾਂ ਅਤੇ ਸਮੱਗਰੀ ਆਦਿ।

ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ, ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਸਿਰਫ ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਲਈ ਹੀ ਨਹੀ ਹੁੰਦੀ, ਸਗੋਂ ਉਤਪਾਦਨ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕੱਚੇ ਮਾਲ ਅਤੇ ਵੇਅਰ-ਹਾਊਸ ਜਾਂ ਸਟੋਰਾਂ ਵਿੱਚ ਅੱਧੇ ਤਿਆਰ ਮਾਲ ਵੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਉਦਾਹਰਣ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਫੁਲਕਾਰੀ ਕਾਰੀਗਰ ਲਈ ਵਸਤੂ-ਸੂਚੀ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ ਤਿਆਰ ਦੁਪੱਟੇ ਹੀ ਸ਼ਾਮਿਲ ਨਹੀ ਹੋਣਗੇ, ਸਗੋਂ ਦੁਪੱਟੇ ਦਾ ਕੱਚਾ ਮਾਲ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਫੈਬਰਿਕ, ਧਾਗੇ, ਸੂਈ, ਸਤਾਰੇ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੋਣਗੇ।

Inventory Management

Inventory management refers to the process of ordering, storing, using, and selling a company's inventory. This includes the management of raw materials, components, and finished products, as well as warehousing and processing of such items.

Inventory Management

ਵਸਤੂ ਪ੍ਰਬੰਧ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵਸਤੂ ਸੂਚੀ ਨੂੰ ਆਰਡਰ ਕਰਨ, ਸਟੋਰ ਕਰਨ, ਵਰਤਣ ਅਤੇ ਵੇਚਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਦਾ ਹੈ।ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੱਚੇ ਮਾਲ, ਕੰਪੋਨੈਟਸ ਅਤੇ ਤਿਆਰ ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਵੇਅਰ ਹਾਊਸਿਗ ਅਤੇ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।

Inventory Control

the process of ensuring that appropriate amounts of stock are maintained by a business, so as to be able to meet customer demand without delay while keeping the costs associated with holding stock to a minimum.

Inventory control objectives
Ensure stock availability,
Prevent wastage,
Maximize profitability,
Save storage space

- Influence – for example, negotiating with a shopkeeper to reduce the price.
- Express feelings – for example, to say or show that you are excited about your success or about a given task.

Communication Skill

Communication Skill ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ

ਕਿਸੇ ਵੀ ਅਰਥਾਂ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਮਝਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਨੂੰ Communication Skill

ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਜਿਵੇਂ Communication ਮਨੁੱਖ ਦੇ ਲਈ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ, ਉਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੰਗਠਨ ਲਈ ਵੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।ਇਹ ਵਿਚਾਰਾਂ, ਜਾਣਕਾਰੀ, ਵਿਚਾਰ, ਤੱਥ, ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਅਤਕੀ, ਸਥਾਨ ਅਤੇ ਗਰੁੱਪ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਵਿਅਕਤੀ, ਸਥਾਨ ਅਤੇ ਗਰੁੱਪ ਨਾਲ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ।ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਤੁਸੀ ਦੇਖਦੇ ਹੋ ਕਿ Communication ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਦੋ-ਪੱਖੀ ਵਟਾਦਰਾਂ ਹੈ—ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨੀ। ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਬੋਲਣਾ ਅਤੇ ਲਿਖਣਾ **ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇਣ** ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਹਨ।ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਸੁਣਨਾ ਅਤੇ ਪੜਣਾ **ਜਾਣਕਾਰੀ ਲੈਣ** ਦੀ ਉਦਾਹਰਣ ਹਨ।

Communication Skill ਨੂੰ ਲੋੜ ਹੈ:--

- ਸੂਚਿਤ ਕਰਨਾ (Inform)— ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਕਿਸੇ ਮੀਟਿੰਗ ਦਾ ਸਮਾਂ ਦੱਸਣਾ।
- ਪ੍ਰਭਾਵ (Influence)------- ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਕਿਸੇ ਦੁਕਾਨਦਾਰ ਨਾਲ ਕੀਮਤ ਘਟਾਉਣ ਲਈ ਗੱਲ-ਬਾਤ ਕਰਨੀ
- ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਹਰ ਕਰਨਾ(Express feelings)---ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ ਇਹ ਕਹਿਣਾ ਜਾਂ ਦਿਖਾਉਣਾ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਸਫਲਤਾ ਜਾਂ ਦਿੱਤੇ ਗਏ ਕੰਮ ਬਾਰੇ ਕਿੰਨੇ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਹੋ।

Communication ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ:-

Verbal (ਜ਼ੁਬਾਨੀ) Communication ਅਤੇ Non Verbal (ਗੈਰ-ਜ਼ੁਬਾਨੀ) Communication

Types of Communication
Verbal Communication and Non-CommunicationVerbal communication:

Verbal communication is the sharing of information using words. It is what most people use as a method of communication. Verbal communication is important because if you do not use the right words, you will cause confusion and you will not be able to communicate what you want.
Type of Verbal Communication:
Oral or Spoken Communication: Communication which involves talking.

1. Face-to-face conversation: When you can see the listener. For example, group discussion, talking to family members at home, public speeches, etc.
2. Talking on a phone: This is for personal and official communication. Phone conversations should begin with a greeting (Hello), talking and listening to each other. The conversation can end with a 'Thank you' and 'Bye'.
3. Classroom teaching, business meeting and public speeches are other examples of oral communication, where one person talks to many others at once.

Written Communication: Communication which involves written or typed words.

ਇਹ ਸੁਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਵਪਾਰ ਦੁਆਰਾ ਸਟਾਕ ਦੀ ਢੁਕਵੀ ਮਾਤਰਾ ਬਣਾ ਕੇ ਰੱਖੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੋ ਸਟਾਕ ਰੱਖਣ ਲਈ ਲਾਗਤਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਰੱਖਣ ਨਾਲ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਕਿਸੇ ਦੇਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕੇ॥

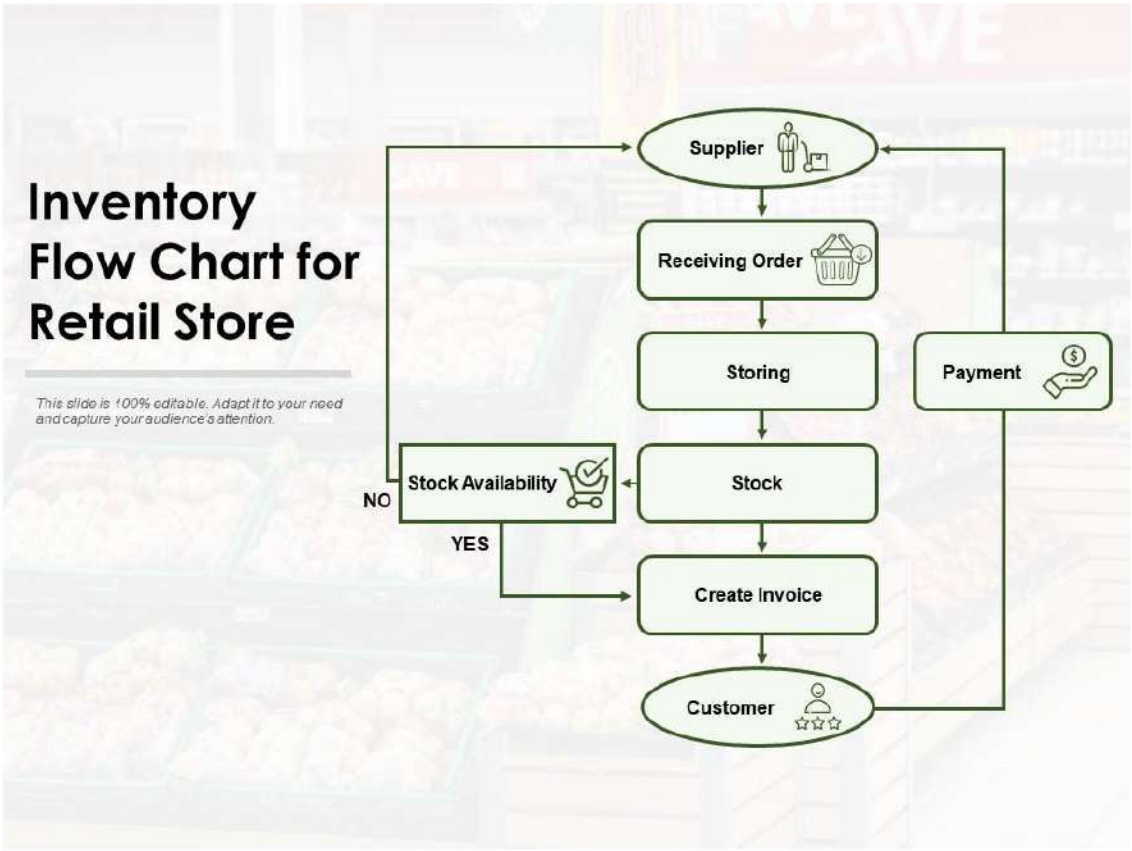
ਵਸਤੂ ਕੰਟਰੋਲ ਕਰਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼:--

ਸਟਾਕ ਦੀ ਉਪਲਬਧਤਾ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਾ

ਬਰਬਾਦੀ ਨੂੰ ਰੋਕਣਾ

ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫਾ

ਸਟੋਰ ਦੀ ਥਾਂ ਨੂੰ ਬਚਾਉਣਾ



Communication Skills

Definition of Communication:

Communication is defined as the process of understanding and sharing meaning
Communication is fundamental to the existence and survival of humans as well as to an organization. It is a process of creating and sharing ideas, information, views, facts, feelings from one place, person or group to another.
As you can see, communication is a two-way exchange of information, i.e., giving and receiving. Speaking and writing to someone are examples of giving information. Reading and listening to someone are examples of receiving information.
Communication skills are needed to

- Inform – for example, communicating the time of a meeting.

1. Writing on paper: letters, notes, etc.
2. SMS (Short Message Service): These can be sent through a phone to a person or a group.
3. Using email to share news, thoughts, documents and files (including photos, videos, music, etc.). e-mail can be used to send messages to a person or to a group.
4. Printed books and newspapers

Advantages of Verbal Communication

- It is easy and quick.
- You can say what you want and get a quick response.
- It is an easier form of communication when you have to exchange ideas.

Disadvantages of Verbal Communication

- Since verbal communication depends on words, sometimes the meanings become confusing and difficult to understand if the right words are not used.

Verbal (ਜੁਬਾਨੀ) Communication

Verbal (ਜੁਬਾਨੀ) Communication ਸ਼ਬਦਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨੀ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਢੰਗ ਹੈ ਜੋ ਲੋਕ ਜਿਆਦਾਤਰ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਇਹ Communication ਮਹੱਤਵ-ਪੂਰਨ ਹੈ, ਕਿਉਕਿ ਜੇਕਰ ਆਪ ਸ਼ਬਦਾ ਦੀ ਸਹੀ ਵਰਤੋਂ ਨਹੀ ਕਰੋਗੇ ਤਾਂ ਆਪ ਉਲਝਣਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰੋਗੇ ਅਤੇ ਜੋ ਤੁਸੀ Communicate ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ,ਨਹੀ ਕਰ ਪਾਉਗੇ।

Verbal Communication ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ:--

ਮੌਖਿਕ ਜਾਂ ਬੋਲਿਆ ਹੋਇਆਂ Communication : Communication ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਗੱਲ-ਬਾਤ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

1. ਆਹਮਣੇ-ਸਾਹਮਣੇ Communication :-- ਜਦੋਂ ਤੁਸੀ ਸੁਣਨ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਦੇਖ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ:-- ਗਰੁੱਪ ਵਿੱਚ ਗੱਲ-ਬਾਤ, ਘਰ ਵਿੱਚ ਪਰਿਵਾਰ ਦੇ ਮੈਬਰਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ,ਜਨਤਕ ਭਾਸਣ ਆਦਿ।

2. ਫੋਨ ਤੇ ਗੱਲ-ਬਾਤ:-- ਇਹ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਅਤੇ ਦਫਤਰੀ Communication ਹੈ। ਫੋਨ ਤੇ ਗੱਲ-ਬਾਤ ਨਮਸਕਾਰ (Hello) ਨਾਲ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਗਲ-ਬਾਤ ਅਤੇ ਸੁਣਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਗੱਲ-ਬਾਤ ਦੀ ਸਮਾਪਤੀ ਧੰਨਵਾਦ ਜਾਂ ਬਾਏ ਨਾਲ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ।
3. ਕਲਾਸ ਵਿੱਚ ਪੜਾਉਣਾ, ਵਪਾਰਕ ਮੀਟਿੰਗਾ,ਜਨਤਕ ਭਾਸ਼ਣ ਆਦਿ Verbal Communication ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਹਨ, ਜਿੱਥੇ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕ ਵਾਰ ਵਿੱਚ ਕਈਆਂ ਨਾਲ ਗੱਲ-ਬਾਤ ਕਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।

   ਲਿਖਿਤ Communication : Communication ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਲਿਖਤ ਜਾਂ ਟਾਈਪ ਕੀਤੇ ਸ਼ਬਦ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

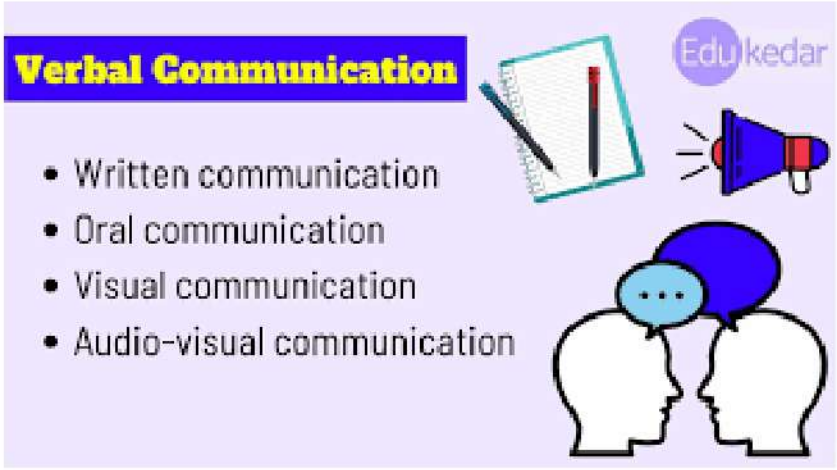
   1. ਪੇਪਰ ਤੇ ਲਿਖਣਾ: ਚਿੱਠੀਆਂ,ਨੋਟਸ ਆਦਿ।
   2. SMS (Short Message Service) : ਇਹ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਸਮੂਹ ਨੂੰ ਫੋਨ ਰਾਂਹੀ ਭੇਜੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।
   3. ਖਬਰਾਂ, ਵਿਚਾਰ, ਦਸਤਾਵੇਜ ਅਤੇ ਫਾਈਲਾਂ (ਫੋਟੋਆਂ,ਵੀਡਿਉ,ਸ਼ੰਗੀਤ) ਆਦਿ ਨੂੰ ਸਾਝਾ ਕਰਨ ਲਈ ਈ-ਮੇਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ। ਈ ਮੇਲ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਸਮੂਹ ਨੂੰ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

4. ਛਪੀਆਂ ਕਿਤਾਬਾਂ ਅਤੇ ਅਖਬਾਰ।

Verbal Communication ਦੇ ਫਾਈਦੇ :--

1. ਇਹ ਆਸਾਨ ਅਤੇ ਤੇਜ ਹੈ।
2. ਤੁਸੀ ਉਹ ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਤੁਸੀ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਤਰੁੰਤ ਜਵਾਬ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।
3. ਇਹ ਆਸਾਨ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਦੋ ਆਪ ਨੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਾਝਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।

Verbal Communication ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ:--
ਕਿਉਕਿ ਇਹ Communication ਸ਼ਬਦਾ ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ,ਕਈ ਵਾਰ ਅਰਥ ਉਲਝਣ ਵਾਲੇ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸ਼ਬਦਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਨਾ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਤੇ ਸਮਝਣਾ ਮੁਸ਼ਕਿਲ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।



Non-verbal communication

Non-verbal communication is the message we send to others without using any words. We send signals and messages to others through expressions, gestures and body postures.These non-vocal cues can provide insights, supplementary information, and significance in addition to spoken communication.

Non-Verbal Communication: Exchanging Information without Words

1. Hand movements (gestures) and body language
   • Raising a hand to greet
   • Pointing your finger in anger
2. Expressions
   • Smiling to show happiness
   • Making a sad face when you are upset

Non-verbal communication makes our message stronger.

- Using the right gestures and postures helps us to be professional at work.
- Using the right gestures while speaking makes our message more effective.
- Knowing non-verbal communication helps us understand our audience's reaction and adjust our behavior or communication accordingly.

- If verbal messages are blocked by noise or distance, etc., we can use hand movements to exchange our message. Placing a finger on the lips to indicate need for silence and nodding the head up and saying 'yes'.

Non-Verbal (ਗੈਰ-ਜ਼ੁਬਾਨੀ) Communication: ਸ਼ਬਦਾ ਤੋਂ ਬਿਨ੍ਹਾਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਆਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ

1. ਹੱਥਾਂ ਨਾਲ ਇਸ਼ਾਰਾ ਅਤੇ ਸਰੀਰ ਦੀ ਭਾਸ਼ਾ:
    - ਨਮਸਕਾਰ ਲਈ ਹੱਥ ਉਠਾਉਣਾ
    - ਗੁੱਸੇ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਉਗਲੀ ਨਾਲ ਇਸ਼ਾਰਾ ਕਰਨਾ
2. ਹਾਵ-ਭਾਵ:
    - ਖੁਸ਼ੀ ਦਿਖਾਉਣ ਲਈ ਮੁਸਕਰਾਉਣਾ
    - ਜਦੋਂ ਤੁਸੀ ਪ੍ਰੇਸ਼ਾਨ ਹੁੰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਉਦਾਸੀ ਵਾਲਾ ਚਿਹਰਾ ਬਣਾਉਣਾ

Non-Verbal Communication ਸਾਡੇ ਸੰਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਮਜਬੂਤ ਬਣਾਉਦਾ ਹੈ:

- ਸਹੀ ਹਾਵ-ਭਾਵ ਅਤੇ ਸਰੀਰਿਕ ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਨਾਲ ਸਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਤੇ ਪੇਸੇਵਰ ਬਣਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।
- ਬੋਲਦੇ ਸਮੇਂ ਸਹੀ ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ ਸਾਡੇ ਸੰਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਮਜਬੂਤ ਬਣਾਉਦਾ ਹੈ।
- Non-Verbal Communication ਇਹ ਸਾਡੇ ਦਰਸ਼ਕਾ ਦੀ ਪ੍ਰਤੀਕ੍ਰਿਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਸ ਅਨੁਸਾਰ ਸਾਡੇ ਵਿਵਹਾਰ ਅਤੇ Communication ਨੂੰ Adjust ਕਰਨਾ।
- ਜੇਕਰ Verbal ਸੰਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਰੌਲੇ ਦੁਆਰਾ,ਦੂਰੀ ਦੁਆਰਾ ਬੰਦ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਅਸੀ ਆਪਣੇ ਸੰਦੇਸ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਲਈ ਹੱਥਾਂ ਦੇ ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਚੁੱਪ ਰਹਿਣ ਲਈ ਬੁੱਲਾਂ ਤੇ ਉਗਲੀ ਰੱਖਣਾ ਅਤੇ ਸਿਰ ਨੂੰ ਹਿਲਾ ਕੇ ਹਾਂ ਕਹਿਣ ਲਈ।

Process of Communication

Communications is a continuous process that mainly involves three elements viz. sender, message, and receiver. The elements involved in the communication process are explained below in detail:

1. Sender

The sender or the communicator generates the message and conveys it to the receiver. He is the source and the one who starts the communication

2. Message
It is the idea, information, view, fact, feeling, etc. that is generated by the sender and is then intended to be communicated further.
3. Encoding
The message generated by the sender is encoded symbolically such as in the form of words, pictures, gestures, etc. before it is being conveyed.
4. Media
It is the manner in which the encoded message is transmitted. The message may be transmitted orally or in writing. The medium of communication includes telephone, internet, post, fax, e-mail, etc. The choice of medium is decided by the sender.
5. Decoding
It is the process of converting the symbols encoded by the sender. After decoding the message is received by the receiver.
6. Receiver
He is the person who is last in the chain and for whom the message was sent by the sender. Once the receiver receives the message and understands it in proper perspective and acts according to the message, only then the purpose of communication is successful.
7. Feedback
Once the receiver confirms to the sender that he has received the message and understood it, the process of communication is complete.
8. Noise
It refers to any obstruction that is caused by the sender, message or receiver during the process of communication. For example, bad telephone connection, faulty encoding, faulty decoding, inattentive receiver, poor understanding of messages due to prejudice or inappropriate gestures, etc.
Communication plays a very important role in the management of any organization.
Communication is important to express oneself. It also satisfies one's needs.It is important to be friendly with others. Good communication builds strong friendships. It will give confidence. In this way, communication skills enhance the ability to understand and share the feelings of each other. It is important for making friendly relationships.

Process of Communication

Communication ਇੱਕ ਲਗਾਤਾਰ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਦੇ ਮੁੱਖ ਤਿੰਨ ਤੱਤ ਹਨ: ਭੇਜਣ ਵਾਲਾ, ਸੁਨੇਹਾ, ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ

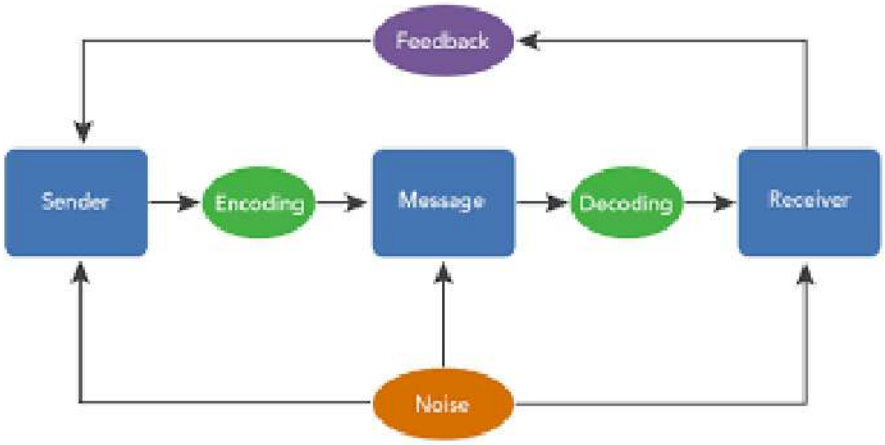
Communication ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਿਲ ਤੱਤ ਹੇਠਾਂ ਵਿਸਥਾਰ ਵਿੱਚ ਦੱਸੇ ਗਏ ਹਨ:--

1. ਭੇਜਣ ਵਾਲਾ :--ਭੇਜਣ ਵਾਲਾ ਸੁਨੇਹਾ ਤਿਆਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ।ਇਹ ਉਹ ਸ੍ਰੋਤ ਹੈ ਜੋ Communication ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦਾ ਹੈ।
2. ਸੁਨੇਹਾ:-- ਇਹ ਇਕ ਵਿਚਾਰ, ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ, ਤੱਥ, ਭਾਵਨਾ, ਆਦਿ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅੱਗੇ Communication ਕਰਨ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।
3. Encoding (ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਬਦਾਂ ਜਾਂ ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ):--ਸੁਨੇਹਾ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਤਿਆਰ ਕੀਤੇ ਸੰਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਸ਼ਬਦਾ, ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਅਤੇ ਤਸਵੀਰਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ Encode ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
4. ਮੀਡੀਆ:-- ਇਹ ਉਹ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ Encode ਕੀਤਾ ਸੰਦੇਸ਼ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।ਸੰਦੇਸ਼ ਜੁਬਾਨੀ ਜਾਂ ਲਿਖਤੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਸਾਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।Communication ਦੇ ਮਾਧਿਅਮ ਵਿੱਚ ਟੈਲੀਫੋਨ, ਇੰਟਰਨੈਟ, ਡਾਕ, ਫੈਕਸ, ਈ-ਮੇਲ ਆਦਿ ਸ਼ਾਮਿਲ ਹਨ।ਮਾਧਿਅਮ ਦੀ ਚੋਣ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

5. Decoding :-- ਇਹ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਇਨਕੋਡ ਕੀਤੇ ਪ੍ਰਤੀਕਾਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਹੈ।ਡੀਕੋਡ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਦੁਆਰਾ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।
6. ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ:-- ਇਹ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੈ, ਜੋ ਇਸ ਲੜੀ ਵਿੱਚ ਆਖਰੀ ਹੈ ਅਤੇ ਜਿਸ ਲਈ ਸੁਨੇਹਾ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਭੇਜਿਆ ਗਿਆ ਸੀ।ਇਕ ਵਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਸਹੀ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸਮਝਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸੰਦੇਸ਼ ਅਨੁਸਾਰ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਹੀ Communication ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਸਫਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
7. ਫੀਡਬੈਕ:-- ਜਦੋਂ ਇਕ ਵਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਤਾ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਨੂੰ ਪੁਸ਼ਟੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸ ਨੇ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਲਿਆ ਹੈ ਸਮਝ ਲਿਆ ਹੈ, Communication ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਪੂਰੀ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।
8. ਰੌਲਾ :-- ਇਹ ਕਿਸੇ ਵੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰੁਕਾਵਟ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਦਾਂ ਹੈ ਜੋ ਕਿ Communication ਦੀ ਪ੍ਰੀਕ੍ਰਿਆ ਦੌਰਾਨ ਸੁਨੇਹਾ ਭੇਜਣ ਵਾਲੇ ਜਾਂ ਸੁਨੇਹਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।ਉਦਾਹਰਨ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਖਰਾਬ ਟੈਲੀਫੋਨ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨ, ਨੁਕਸਾਨਦੇਹ ਇਨਕੋਡਿਗ, ਡੀਕੋਡਿਗ, ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਦੁਆਰਾ ਅਣਗਹਿਲੀ, ਪੱਖਪਾਤ, ਜਾਂ ਅਣ-ਉਚਿਤ ਇਸ਼ਾਰਿਆਂ ਕਾਰਨ ਸੁਨੇਹਿਆਂ ਦੀ ਮਾੜੀ ਸਮਝ।

Communication ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰੋਲ ਅਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਆਪਣੇ-ਆਪ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਲਈ Communication ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।ਇਹ ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਦੋਸਤਾਨਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।ਚੰਗਾ Communication ਮਜਬੂਤ ਦੋਸਤੀ ਬਣਾਉਦਾ ਹੈ।ਇਹ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੇਵੇਗਾ।ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ Communication ਹੁਨਰ ਇਕ ਦੂਜੇ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮੱਰਥਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਦਾ ਹੈ।ਦੋਸਤੀ ਦੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇਹ ਜਰੂਰੀ ਹੈ



NOTE

"SOCIAL MEDIA IS CHANGING THE WORLD, AND WE'RE ALL HERE WITNESSING IT."

IAN SOMERHALDER

Mehar Baba Charitable Trust

Mata Harnam Kaur Community Development Centre,
Bassi Pathana, Fatehgarh Sahib, Punjab, India

T: +91 1763 251000
E: mbct2005@yahoo.com
http://www.mbtrust.org

MeharBabaCharitableTrust @MeharBabaCT mbct.bassipathana

Improving Livelihood of Rural Punjabi Women through Development of Traditional Phulkari Craft with Design and Digital Technology in Fatehgarh Sahib #CFLI-2023-DELHI-0002

Project Supported by :

CFLI/FCIL
Canada Fund for Local Initiatives
Fonds canadien d'initiatives locales