


ব্যবসায়িক বার্তার মৌলিক প্যাটার্ন

Basic Pattern of Business Messages



ব্যবসায়িক কাজ পরিচালনা করার সময় বিভিন্ন উদ্দেশ্যে বার্তা প্রস্তুত করা হয়। কখনো সাধারণ কোনো বার্তা বা তথ্য আদান-প্রদান করা হয়। আবার কখনো প্রাপকের জন্যে ভালো বা খারাপ সংবাদ বা বার্তা আদান-প্রদান করা হয়। উদ্দেশ্যের বিভিন্নতার কারণে ব্যবসায়িক বার্তা প্রস্তুতের সময় অভিন্ন কোনো নিয়ম পালন না করে বিভিন্ন নিয়ম বা গঠন অনুসরণ করা হয়। এতে প্রেরক ও প্রাপক উভয়ই বার্তা আদান-প্রদানে উপকৃত হয়। ইউনিট ৫ এ বিভিন্ন ধরনের ব্যবসায়িক বার্তা লিখনের পদ্ধতি আলোচনা করা হয়েছে। প্রথম পাঠে ব্যবসায়িক বার্তা লিখার সাধারণ পদ্ধতি বর্ণনা করা হয়েছে। দ্বিতীয় পাঠে ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখন পদ্ধতি, তৃতীয় পাঠে নেতিবাচক বার্তা লিখন পদ্ধতি ও সর্বশেষে চতুর্থ পাঠে প্ররোচনা ও বিক্রয় বার্তা আলোচনা করা হয়েছে।

	ইউনিট সমাপ্তির সময়	ইউনিট সমাপ্তির সর্বোচ্চ সময় ২ সপ্তাহ
এই ইউনিটের পাঠসমূহ		
পাঠ - ১ : ব্যবসায়িক বার্তা লিখন পদ্ধতি		
পাঠ - ২ : ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখন		
পাঠ - ৩ : নেতিবাচক বার্তা লিখন		
পাঠ - ৪ : প্রণোদনা ও বিক্রয় বাতা		

পাঠ-৫.১

ব্যবসায়িক বার্তা লিখন পদ্ধতি

Business Message Writing Process



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ব্যবসায়িক বার্তা কাঠামো বিন্যাস কি তা জানতে পাবেন; এবং
- ব্যবসায়িক বার্তা রচনার জন্য নির্দেশিকাগুলো ব্যাখ্যা করতে পাবেন।

ব্যবসায়িক বার্তা কাঠামো বিন্যাস

Format of Business Message

ব্যবসায়িক বার্তা নির্দিষ্ট কাঠামোর অধীনে তৈরি করতে হয়। কাঠামো বিন্যাস বলতে কাঠামোর বিভিন্ন অংশসমূহকে সুন্দর ও সুশৃঙ্খলভাবে সাজানো বা বিন্যস্ত করাকে বুঝায়। আর এভাবে সুষ্ঠু বিন্যস্ত করার উপর বার্তার অবয়ব, সৌন্দর্য, বিষয়বস্তুর সঠিক ও কার্যকর উপস্থাপন এবং পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ নির্ভর করে।

ব্যবসায়িক বার্তার নির্দিষ্ট কাঠামো বিন্যাসের কারণে একটি বার্তা অন্য বার্তা হতে পৃথক অস্তিত্ব প্রদান করে। ব্যক্তিগত বার্তা বিন্যাসের ক্ষেত্রে ধরাবাঁধা কোন নিয়ম অনুসরণ করা হয় না। আবার বার্তার ধরণ অনুযায়ী ব্যবসায়িক বার্তাগুলো নির্দিষ্ট কাঠামোতে বিন্যস্ত করে অত্যন্ত আকর্ষণীয় ও সুন্দরভাবে উপস্থাপন করা হয়।

সুতরাং, ব্যবসায়িক বার্তার কাঠামো বিন্যাস হলো, বার্তাকে সুন্দর ও আকর্ষণীয়ভাবে পূর্ব নির্ধারিত রীতি-পদ্ধতি অনুযায়ী সাজাবার কৌশল-যার মাধ্যমে বার্তার সকল অংশকে যথাযথভাবে বিন্যস্ত করে পাঠকের নিকট এর বিষয়বস্তুকে কার্যকরভাবে উপস্থাপন করা যায়।

ব্যবসায়িক বার্তা রচনার জন্য নির্দেশকসমূহ

Guidelines for Preparing Business Message

ব্যবসায়িক বার্তার উদ্দেশ্য অর্জন অনেক ক্ষেত্রেই যথাযথভাবে বার্তা রচনার উপর নির্ভর করে। বর্তমানে ব্যবসা-বাণিজ্যের ক্ষেত্রে অধিকাংশ যোগাযোগ যেহেতু ব্যবসায় বার্তার মাধ্যমে সমাধা করা হয় সে কারণে প্রত্যেক প্রতিষ্ঠানেই এরূপ বার্তা রচনা অন্যান্য কাজের মধ্যে একটি গুরুত্বপূর্ণ কাজ। তাই কিভাবে বার্তা রচনা করলে এ দ্বারা কার্যকর ফল লাভ সম্ভব তা যথাযথভাবে বার্তা লেখকের জন্য জানা প্রয়োজন। উত্তম ব্যবসায়িক বার্তা রচনার ক্ষেত্রে যে সকল নির্দেশিকা ও উপদেশসমূহ বার্তা লেখককে জানতে হয় তা নিম্নে উল্লেখ করা হলো-

ক) বার্তা লেখা শুরু করার পূর্বে অনুসরণযোগ্য নির্দেশিকাসমূহ:

১. বার্তা কাকে লেখা হচ্ছে এবং কোন উদ্দেশ্যে লেখা হচ্ছে লেখককে তা প্রথমেই ভালভাবে বুঝে নিতে হয়। এ ক্ষেত্রে অস্পষ্টতা থাকলে ভাল বার্তা রচনা করা যায় না;
২. বার্তা লেখা শুরু করার পূর্বেই বার্তার কাঠামো কি হবে, বক্তব্যের বিষয়বস্তু ও বিন্যাস পদ্ধতি কেমন হবে এ সম্পর্কে একটি সুষ্ঠু চিন্তা ধারা বা পরিকল্পনা নিতে হয়;
৩. পরিকল্পনার আলোকে তথ্য সংগ্রহ ও তথ্য বিশ্লেষণের প্রয়োজন পড়লে বার্তা লেখার পূর্বে তাও করে নেয়া উচিত; এবং
৪. বার্তা লেখার জন্য প্রয়োজনীয় কাগজ, কলম ইত্যাদি উপকরণসমূহ জোগাড় করে নিতে হয়।

খ) বার্তা লেখার সময় অনুসরণীয় নির্দেশিকাসমূহ:

১. বার্তা রচনার শুরুতেই পরিকল্পনার আলোকে খসড়া প্রণয়ন করে নিতে হয়। এরপর বার বার তা পড়ে প্রয়োজনে পরিবর্তন, পরিবর্ধন ও পরিমার্জন সাপেক্ষে চূড়ান্তভাবে লেখার জন্য বা মুদ্রণের জন্য তাকে প্রস্তুত করতে হয়;
২. বার্তা লিখনে অবশ্যই সহজ, সরল ও সাবলীল ভাষার ব্যবহার করে একে পাঠকের নিকট শ্রুতিমধুর ও উদ্দেশ্যার্জনের উপযোগী করতে হয়;
৩. বার্তার কাঠামো যথাযথভাবে মেনে চলে এর বিষয়বস্তুকে সুন্দরভাবে বিন্যস্ত করতে হয় যাতে বক্তব্যের উপস্থাপনা এলোমেলো ও দুর্বোধ্য হয়ে না পড়ে;
৪. বানান, ভাষা ও ব্যাকরণে যাতে ভুল না হয় সেদিকে গুরুত্ব সহকারে নজর দেয়া প্রয়োজন। কারণ যেকোনো ভুল বার্তার গুরুত্বকে হ্রাস করে;
৫. বার্তায় অবশ্যই মার্জিত ভাষার ব্যবহার ও সৌজন্যের প্রকাশ থাকা আবশ্যিক;
৬. অপ্রাসঙ্গিক, বাগাড়ম্বরপূর্ণ কোন বক্তব্য বার্তায় যাতে না আসে সেদিকে বার্তা লেখককে সবসময় নজর রাখতে হয়;
৭. ব্যবসায়িক বার্তাকে অবশ্যই পূর্ণাঙ্গভাবে তৈরি করতে হবে যাতে তা উদ্দেশ্যানুযায়ী সকল বিষয় সুন্দরভাবে তুলে ধরতে পারে;
৮. এ ধরনের বার্তা যেন কখনই বড় হয়ে না যায় এবং পাঠকের মনে বিরক্তির উদ্বেক না করে, সেদিকে খেয়াল রেখে সংক্ষিপ্তভাবে রচনা করতে হয়;
৯. বার্তায় সঠিক তথ্য তুলে ধরা উচিত কারণ চাতুর্য বা কুটিলতাপূর্ণ কোন বক্তব্য পাঠকের আস্থা বিনষ্ট করে;
১০. ব্যবসায়িক বার্তার মধ্যে লেখকের একটি আস্থার ভাব থাকা উচিত এবং পাঠকের প্রতি যথাযথ সম্মান প্রদর্শন করা আবশ্যিক;
১১. বার্তা রচনায় কথোপকথন রীতি ব্যবহার করা উচিত। বার্তা তৈরি করার সময় মনে করা দরকার পাঠক একই টেবিলে অবস্থান করছে। এরূপ ভাবনা পত্রকে সহজ, সুন্দর ও শ্রুতিমধুর করতে সহায়তা করে; এবং
১২. হাতে লিখলে সুন্দর হস্তাক্ষরে এবং মুদ্রণ করা হলে ভাল মেশিনে দক্ষ লোক দিয়ে তা টাইপ করানো উচিত।



সারসংক্ষেপ:

কাঠামো বিন্যাস বলতে কাঠামোর বিভিন্ন অংশসমূহকে সুন্দর ও সুশৃংখলভাবে সাজানো বা বিন্যস্ত করাকে বুঝায়। আর এভাবে সুষ্ঠু বিন্যস্ত করার উপর বার্তার অবয়ব, সৌন্দর্য, বিষয়বস্তুর সঠিক ও কার্যকর উপস্থাপন এবং পাঠকের মনোযোগ আকর্ষণ নির্ভর করে। উত্তম ব্যবসায় বার্তা রচনার ক্ষেত্রে যে সকল নির্দেশিকা ও উপদেশসমূহ বার্তা লেখককে জানতে হয় তার মধ্যে উল্লেখযোগ্য হলো- বার্তা লেখা শুরুর পূর্বে অনুসরণযোগ্য নির্দেশিকাসমূহ; যেমন- বার্তা কাকে লেখা হচ্ছে এবং কোন উদ্দেশ্যে লেখা হচ্ছে, লেখককে তা প্রথমেই ভালভাবে বুঝে নিতে হয়। এ ক্ষেত্রে অস্পষ্টতা থাকলে ভাল বার্তা রচনা করা যায় না। আবার, বার্তা লেখার সময় অনুসরণীয় নির্দেশিকাসমূহ হলো বার্তা রচনার শুরুতেই পরিকল্পনার আলোকে খসড়া প্রণয়ন করে নিতে হয়। এরপর বার বার তা পড়ে প্রয়োজনে পরিবর্তন, পরিবর্ধন ও পরিমার্জন সাপেক্ষে চূড়ান্তভাবে লেখার জন্য বা মুদ্রণে জন্য তাকে প্রস্তুত করতে হয়।

পাঠ-৫.২

ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখন

Positive and Neutral Message Writing



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখনের নির্দেশিকাসমূহ ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখনের নির্দেশিকাসমূহ

Guidelines for Writing Positive and Neutral Message

ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তার মাধ্যমে প্রেরক ভালো ও অভিন্ন সংবাদ প্রাপকের নিকট সরবরাহ করে থাকে। নিম্নে ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখনের নির্দেশিকা দেওয়া হলো-

- সাধারণত ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা প্রদান করার জন্য সরাসরি বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়।
- ছোট বার্তার ক্ষেত্রে খুব কম কথায় সরাসরি বক্তব্য পেশ করা হয়। অন্যদিকে বড় ও লম্বা বার্তার ক্ষেত্রে সরাসরি বা পরোক্ষ যেকোনো উপায়ে তথ্যকে সরবরাহ করা যেতে পারে।
- এই ধরনের বার্তা প্রস্তুত করার সময় প্রাপকের প্রতিক্রিয়া সম্পর্কে পূর্বানুমান করা হয়। এক্ষেত্রে প্রতিক্রিয়া ইতিবাচক হলে বার্তা সরাসরি এবং প্রতিক্রিয়া নেতিবাচক হলে বার্তা পরোক্ষভাবে উল্লেখ করা হয়।
- সরাসরি বার্তা উপস্থাপন করার জন্য প্রথমেই উদ্দেশ্য ঠিক করতে হয়। কোন উদ্দেশ্যে বক্তব্যটি প্রস্তুত করা হচ্ছে এবং কেন এর প্রয়োজনীয়তা রয়েছে ইত্যাদি বিষয়াদি আগে থেকে বিবেচনা করে বার্তা প্রস্তুত করতে হয়।
- সরাসরি উপস্থাপনের মাধ্যমে বার্তা প্রস্তুত ও সরবরাহ করা হলে প্রেরক ও প্রাপক উভয় পক্ষের সময় ও শ্রম কম দিতে হয়।
- অনেক সময় সরাসরি তথ্য উপস্থাপন করা হলেও মূল বক্তব্যের ব্যাখ্যা প্রয়োজন হয়।
- যে উদ্দেশ্যে বার্তাটি উপস্থাপন ও সরবরাহ করা হচ্ছে তা ক্রমানুসারে নির্দিষ্ট নিয়ম অনুসরণ করে ধাপে ধাপে উপস্থাপন করা হলে বার্তাটি কার্যকর হয়।
- এ ধরনের বার্তার শেষার্ধ খুব গুরুত্বপূর্ণ। সাধারণত ভালো ভাবমূর্তি তৈরির জন্য সুন্দর তথ্য ও বক্তব্য উপস্থাপন করে বার্তা শেষ করা হয়।
- বার্তাটি প্রাপকের প্রয়োজন ও অবস্থা বিবেচনা করে অভিযোজনের প্রয়োজন হয়।
- বক্তব্যটি সঠিক আছে কিনা ও সুস্পষ্টভাবে উপস্থাপন করা হয়েছে কিনা ইত্যাদি নিশ্চিত হওয়ার জন্য বার্তা প্রস্তুত করার পরও পুনরায় পড়ে অনুধাবন করা প্রয়োজন।
- প্রয়োজনানুসারে সংশোধন ও সংযোজন করে বার্তা প্রস্তুত করে সরবরাহ করা প্রয়োজন।

ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তার উদাহরণ হলো- নৈমিত্তিক পত্র, সাধারণ ইতিবাচক পত্র, অনুদানপত্র, স্বীকার পত্র, দাবি মীমাংসা পত্র, প্রচার পত্র, ব্যবসায়িক পত্র, ব্যক্তিগত যোগ্যতা অনুসন্ধান পত্র, তথ্যানুসন্ধান পত্র, ফরমায়েশ পত্র ইত্যাদি। ইউনিট ৬ এই বার্তাগুলো নিয়ে বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।



সারসংক্ষেপ:

ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তার মাধ্যমে প্রেরক ভালো ও অভিন্ন সংবাদ প্রাপকের নিকট সরবরাহ করে থাকে। ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখনের সময় বেশ কিছু বিষয় গুরুত্ব দেওয়া প্রয়োজন; তার মধ্যে রয়েছে- ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা সাধারণত সরাসরি বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়। ছোটো বার্তার ক্ষেত্রে খুব কম কথায় সরাসরি বক্তব্য পেশ করা হয়। অন্যদিকে বড় ও লম্বা বার্তার ক্ষেত্রে সরাসরি বা পরোক্ষ যেকোনো উপায়ে তথ্যকে সরবরাহ করা যেতে পারে।

পাঠ-৫.৩

নেতিবাচক বার্তা লিখন

Negative Message Writing



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- নেতিবাচক বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা জানতে পারবেন।

নেতিবাচক বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকাসমূহ

Guidelines for Writing Negative Message

নেতিবাচক বার্তা হলো এমন বার্তা যার মাধ্যমে প্রেরক প্রাপকের জন্য নেতিবাচক বার্তা প্রস্তুত ও সরবরাহ করে। ব্যবসায় পরিচালনার ক্ষেত্রে অনেক সময়ই বিভিন্ন মন্দ বা নেতিবাচক তথ্য প্রদানের প্রয়োজন হয় যা প্রাপকের জন্য নেতিবাচক প্রতিক্রিয়া তৈরি করতে পারে। এ সব ক্ষেত্রে পরোক্ষভাবে বক্তব্য উপস্থাপন করে কৌশলে বার্তা দেওয়া হয় যেন প্রাপক সরাসরি আঘাতপ্রাপ্ত না হয়। অনেক সময় দেখা যায়, নৈমিত্তিকভাবে বা স্বাভাবিকভাবে নেতিবাচক বার্তা প্রদান করতে হয়। সেক্ষেত্রে সরাসরি বার্তাটি পেশ করা হয়। আবার কোনো কোনো সময় প্রাপক নিজেই আশা করে যে, পরোক্ষভাবে বা এলোমেলোভাবে না বলে সরাসরি তাকে নেতিবাচক সংবাদ দেওয়া হোক যেন তার সময় বাঁচে। নিম্নে নেতিবাচক বার্তা তৈরির প্রয়োজনীয় কৌশল দেওয়া হলো-

- নেতিবাচক বার্তা লিখনের ক্ষেত্রে প্রথমেই এমনভাবে কৌশলে তথ্য উপস্থাপন করা হয় যেন নেতিবাচক বার্তার আঘাত বা খারাপ প্রতিক্রিয়া কিছুটা কম হয়।
- নেতিবাচক বার্তা উপস্থাপনের ক্ষেত্রে কৌশল এমনভাবে নেওয়া হয় যেন প্রাপককে কেন নেতিবাচক উত্তর দেওয়া হচ্ছে সেটা বুঝতে পারে। যথাযথ যুক্তি ও ব্যাখ্যা প্রদান করে এ ধরনের বার্তা প্রস্তুত করা হয়।
- এ ধরনের বার্তা প্রস্তুতের সময় খেয়াল রাখতে হয় যেন ইতিবাচকভাবে তথ্যটি উপস্থাপন করা হয়। এর ফলে প্রাপক খুব বেশি আশাহত হবে না ও সুসম্পর্ক বজায় থাকবে।
- বক্তব্যের শেষে, সমাপ্তিতে ভালোভাবে ইতিবাচক কথা লেখা প্রয়োজন যেন প্রেরকের প্রতি খারাপ ভাবমূর্তি তৈরি না হয়।
- এ বার্তার ক্ষেত্রেও প্রথমেই পরিকল্পনা প্রণয়ন করতে হয়, এরপর তথ্যের উপস্থাপন করে, ব্যাখ্যা প্রদান করে সমাপ্তি টানা হয়।

নেতিবাচক বার্তার উদাহরণ হতে পারে- বিভিন্ন ধরনের প্রত্যাখ্যান পত্র, পাওনা আদায় পত্র, তাগাদা পত্র ইত্যাদি। ইউনিট ৬ এই বার্তাগুলো নিয়ে বিস্তারিত আলোচনা করা হয়েছে।



সারসংক্ষেপ:

নেতিবাচক বার্তা হলো এমন বার্তা যার মাধ্যমে প্রেরক প্রাপকের জন্য নেতিবাচক বার্তা প্রস্তুত ও সরবরাহ করে। ব্যবসায় পরিচালনার ক্ষেত্রে অনেক সময়ই বিভিন্ন মন্দ বা নেতিবাচক তথ্য প্রদানের প্রয়োজন হয় যা প্রাপকের জন্য নেতিবাচক প্রতিক্রিয়া তৈরি করতে পারে। নেতিবাচক বার্তা লিখনের ক্ষেত্রে প্রথমেই এমনভাবে কৌশলে তথ্য উপস্থাপন করা হয় যেন নেতিবাচক বার্তার আঘাত বা খারাপ প্রতিক্রিয়া কিছুটা কম হয়।

পাঠ-৫.৪

প্ররোচনা ও বিক্রয় বার্তা

Persuasion and Sales Messages



উদ্দেশ্য

এ পাঠ শেষে আপনি

- প্ররোচনা বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা বর্ণনা করতে পারবেন; এবং
- বিক্রয় বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা ব্যাখ্যা করতে পারবেন।

প্রণোদনা বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা

Guidelines for Writing Persuasive Message

সাধারণত কোন অনুদান বা কাজ করার অনুমতি পাবার জন্য প্রণোদনামূলক বার্তা প্রস্তুত করা হ **প্রণোদনা বার্তা** য। এক্ষেত্রে পরোক্ষভাবে বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়। নিম্নে এ সম্পর্কিত প্রয়োজনীয় নির্দেশনা দেওয়া হলো-

১. প্রণোদনামূলক বার্তা প্রস্তুত করার পূর্বেই জেনে নেওয়া প্রয়োজন কেন এই বার্তা তৈরি ও আদান-প্রদান করা হচ্ছে।
২. বার্তার উদ্দেশ্য জানার পর পরিকল্পনা করতে হয় যে কিভাবে তথ্য উপস্থাপন করা হবে।
৩. এই ধরনের বার্তার প্রথমেই দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য এমনভাবে তথ্য লেখা হয় যেন প্রাপক আগ্রহ বোধ করে।
৪. এরপর ধীরে ধীরে মূল বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়।
৫. প্রণোদনা বার্তায় যে অনুরোধ করা প্রয়োজন তা সুস্পষ্টভাবে ও ইতিবাচকভাবে উপস্থাপন করা হয়।
৬. প্রেরক দক্ষতার সাথে পরোক্ষভাবে মূল বক্তব্য পেশ করে প্রয়োজনীয় উপসংহার টেনে বার্তা লিখন শেষ করতে পারে।

বিক্রয় বার্তা লিখনের নির্দেশনা:

- পণ্য ক্রয়ে আগ্রহী কিনা তা বার্তা শুরু আগে জেনে নেওয়া;
- বার্তার কাঠামোর পরিকল্পনা নেওয়া;
- পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানা;
- আকর্ষণীয় অ্যাপীল বা আবেদন ব্যবহার করা;
- দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য চেষ্টা করা ও তা দিয়ে বার্তা শুরু করা;
- বিক্রয় তথ্য উপস্থাপন করার সময় সঠিক তথ্য সতর্কতার সাথে ব্যবহার করা;
- পুনরায় বার্তা পড়ে সঠিকতা যাচাই করা;
- প্রয়োজনীয় সকল তথ্য বিস্তারিত উপস্থাপন করা;
- ক্রয় করার জন্য আগ্রহী করে তোলা;
- প্রয়োজনে উদাহরণ দিয়ে ও যুক্তি দিয়ে তলনা করে পণ্যের প্রয়োজনীয়তা ব্যক্ত

বিক্রয় বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা

Guidelines for Writing Sales Message

বিক্রয় বার্তা সাধারণত লেখা বা প্রস্তুত করা হয় প্রাপককে পণ্য ক্রয়ের অনুরোধ জানিয়ে। এ ধরনের বার্তা লেখার ক্ষেত্রে নিম্নোক্ত প্রক্রিয়া অনুসরণ করা যেতে পারে-

১. বিক্রয় বার্তা শুরুর সময়ই প্রশ্ন করা হয় পণ্য ক্রয় করতে প্রাপক বা ক্রেতা আগ্রহী কিনা।
২. বিক্রয় বার্তার কাঠামো প্রস্তুত করা হয় নির্দিষ্ট পরিকল্পনার মাধ্যমে।
৩. বার্তার প্রেরককে অবশ্যই পণ্যের বিক্রয় বার্তা দেবার আগে পণ্য বা সেবা সম্পর্কে সম্যক জ্ঞান অর্জন করতে হবে।
৪. পণ্যের বিক্রয় বার্তা উপস্থাপনের সময় কোন ধরনের অ্যাপীল বা আবেদন করা হবে তা নির্ধারণ করে নিতে হয়।

৫. বার্তার প্রথম থেকে শেষ পর্যন্ত আকর্ষণীয়ভাবে তথ্য উপস্থাপন করা হয় যেন ক্রেতার আগ্রহ সৃষ্টি হয় এবং তা ধরে রাখা সম্ভব হয়।
৬. পণ্য বা পণ্য সম্পর্কিত সকল তথ্য উপস্থাপন করা হয় যেন প্রেরক বার্তা পড়ে বুঝতে পারে কেন পণ্যটি তার কেনা প্রয়োজন এবং পণ্যটি ক্রয় করলে কোন কোন সুবিধা সে অর্জন করতে পারবে।
৭. সঠিক ও সুস্পষ্ট তথ্য উপস্থাপন করার জন্য কার্যকর শব্দ ও বাক্য ব্যবহার করা প্রয়োজন।
৮. এ বার্তার সাথে প্রাপক বা ক্রেতার প্রেক্ষিতকে জোড় দিয়ে তার ভিত্তিতে বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়।
৯. এরপর বিভিন্ন আবেদনমূলক বাক্য ব্যবহার করে পণ্য ক্রয়ের জন্য উৎসাহ প্রদান করা হয়। এই সময়ে কিভাবে পণ্যটি ক্রয় করা যাবে, কোথায় পাওয়া যাবে ইত্যাদি বিষয় উল্লেখ করতে হয়।
১০. সর্বশেষে, ক্রয় সিদ্ধান্ত নিতে ক্রেতাকে উৎসাহ ও প্ররোচনা দিয়ে বক্তব্য শেষ করা হয়।



সারসংক্ষেপ:

সাধারণত কোন অনুদান বা কাজ করার অনুমতি পাবার জন্য প্রণোদনামূলক বার্তা প্রস্তুত করা হয়। এক্ষেত্রে পরোক্ষভাবে বক্তব্য উপস্থাপন করা হয়। প্ররোচনামূলক বার্তা প্রস্তুত করার পূর্বেই জেনে নেওয়া প্রয়োজন কেন এই বার্তা তৈরি ও আদান-প্রদান করা হচ্ছে। বার্তার উদ্দেশ্য জানার পর পরিকল্পনা করতে হয় কিভাবে তথ্য উপস্থাপন করা হবে। বিক্রয় বার্তা সাধারণত লেখা বা প্রস্তুত করা হয় প্রাপককে পণ্য ক্রয়ের অনুরোধ জানিয়ে। এই ধরণের বার্তা লেখার ক্ষেত্রে প্রথমেই প্রশ্ন করা হয় পণ্য ক্রয় করতে প্রাপক বা ক্রেতা আগ্রহী কিনা। এরপর বিক্রয় বার্তার কাঠামো প্রস্তুত করা হয় নির্দিষ্ট পরিকল্পনার মাধ্যমে।



ইউনিট উত্তর মূল্যায়ন

১. ব্যবসায় বার্তা কাঠামো বিন্যাস কী ব্যাখ্যা করুন।
২. ব্যবসায় বার্তার রচনার জন্য নির্দেশিকাসমূহ বর্ণনা করুন।
৩. বার্তা লেখা শুরু করার পূর্বে অনুসরণযোগ্য নির্দেশিকাসমূহ আলোচনা করুন।
৪. ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা বলতে কী বুঝায়?
৫. ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা লিখার নির্দেশিকাসমূহ আলোচনা করুন।
৬. নেতিবাচক বার্তা বলতে কী বুঝায়?
৭. নেতিবাচক বার্তা লিখার নির্দেশিকা আলোচনা করুন।
৮. প্ররোচনা বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা বর্ণনা করুন।
৯. বিক্রয় বার্তা লিখনের জন্য নির্দেশিকা ব্যাখ্যা করুন।
১০. ইতিবাচক ও নিরপেক্ষ বার্তা প্রদান করার জন্য সরাসরি বক্তব্যে উপস্থাপন করা হয়- ব্যাখ্যা করুন।

রেফারেন্স বইসমূহ

- Zahed Mannan, Business Communication, University Grants Commission of Bangladesh.
- Raymon V. Lesikar, John D. Pettit, Jr., Marie E. Flatley, Lesikar's, Basic Business Communication (Iwin & McGraw-Hill).
- Rajendra Pal & J.S. Korlahalli, Essentials of Business Communication, Sultan Chand Sons.