

မောင်မောင်မြင့်သိန်း

(စက်မှုတက္ကသိုလ်)

တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်း



WORD OF
MOUTH MARKETING
BY ANDY SERNOVITZ



နိဒါန်း

ကျွန်တော်သည် မားကက်တင်း (Marketing)ကို

စိတ်ဝင်တစားလေ့လာနေသော သူတစ်ဦးဖြစ်ပါသည်။

ထို့ကြောင့်ကျွန်တော်လက်လှမ်းမီရာ မားကက်တင်းစာအုပ်များစွာကို ရှာဖွေဖတ်ရှုမိပါသည်။ အချို့မားကက်တင်းစာအုပ်များသည် Academic

ဆန်ဆန်ရေးသားထားသော သီအိုရီအယူအဆဆိုင်ရာစာအုပ်များဖြစ်ပြီး

အချို့စာအုပ်များမှာမူ စာရေးသူ၏ အတွေ့အကြုံကိုအခြေခံပြီး

သီအိုရီနှင့်ပေါင်းဆက်ရေးသားသော စာအုပ်များဖြစ်ပါသည်။ ယင်းစာအုပ်များမှ

မားကက်တင်းကိုစိတ်ဝင်စားသူများ၊ မားကက်တင်းနယ်ပယ်တွင်

အလုပ်လုပ်နေသော မားကက်တင်းဝန်ထမ်းများအတွက် ရည်စူး၍

မားကက်တင်းဆောင်းပါးများစွာကို ကျွန်တော်ရေးသားဖြစ်ခဲ့ပါသည်။

ထို့ပြင် မားကက်တင်းစာအုပ်အချို့ကိုလည်းမြန်မာမှုပြု၍

အသိပညာဗဟုသုတမျှဝေခဲ့ပါသည်။

ကျွန်တော့်အတွေ့အကြုံအရမားကက်တင်းနှင့်ပတ်သက်သော Corporate Training

များကို ကုမ္ပဏီများတွင် ဆွေးနွေးတင်ပြရသောအခါ ပရိသတ်များထံမှ

မားကက်တင်းစာအုပ်များကို ဆက်လက်၍

မြန်မာပြန်မျှဝေပေးရန်တောင်းဆိုမှုများရှိခဲ့ပါသည်။ ယင်းတောင်းဆိုမှုများကို

ဖြည့်ဆည်းသည့်အနေဖြင့် နိုင်ငံတကာတွင် ခေတ်စားလာသော ထာဝရအသုံးချ၍

ရနိုင်သော Marketing Concept အယူအဆတစ်ခုဖြစ်သည့် “Word of Mouth”

(တစ်ဆင့်စကား)ကို ကျွန်တော် Marketing Insights From A to Z by Philips Kotler

စာအုပ်မြန်မာပြန်စဉ်က စွဲလမ်းခဲ့ပါသည်။ ကျွန်တော့်စွဲလမ်းမှုကို

အကောင်အထည်ဖော်ခွင့် ရရှိခဲ့ပါပြီ။

ယခုတော့ Word of Mouth Marketing

ကိုနိုင်ငံတကာတွင်စာအုပ်တစ်အုပ်ဖြင့်ရေးဖွဲ့ထားသည်ကို တွေ့ရလေသောအခါ စာဖတ်ပရိသတ်များအား Knowledge Sharing (အသိပညာမျှဝေခြင်း)ဆိုသော စေတနာရည်ရွယ်ချက်ဖြင့် “တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်း” အမည်ဖြင့် ဆောင်းပါးများရေးသားဖြစ်ပါတော့သည်။

တကယ်တော့ “တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်း”သည် လူ့လောကနယ်ပယ်တွင် မားကက်တင်းနှင့်မကင်းသူတိုင်း သိသင့်သော အယူအဆတစ်ရပ်ဖြစ်ပါသည်။ မားကက်တင်းဂုရုကြီး Philip Kotler က Word of Mouth (တစ်ဆင့်စကား)နှင့်ပတ်သက်၍ ဤသို့ ရေးသားခဲ့ပါသည်။

“ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခု၏ ကောင်းမွန်သော အချက်များနှင့် ပက်သက်၍ မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းများ၊ ဖောက်သည်ဟောင်းများ၊ ကျွမ်းကျင်သူများထံမှကြားရသည့် တစ်ဆင့်စကားလောက်မည်သည့် ကြော်ငြာ သို့မဟုတ် မည်သည့်အရောင်းသမားကမှ လူအများသို့ မဆွဲဆောင်နိုင်ချေ”။ ကုမ္ပဏီများသည်ကုန်ပစ္စည်းအသစ်များကို စတင်ထုတ်လုပ်ရောင်းချချိန်တွင် ထိုကုန်ပစ္စည်းသစ်၏ သတင်းများ တစ်ဆင့်စကားဖြင့် တောမီးပမာပျံ့နှံ့သွားစေရန် အထူးပင်လိုလားကြသည်။ မားကက်တင်းပြုလုပ်သူများသည် သူတို့အသစ်ထုတ်လုပ်သောကုန်ပစ္စည်းများမှ ရရှိနိုင်မည့်အကျိုးကျေးဇူးများကို ကြော်ငြာများတွင် ထည့်သွင်းကြော်ငြာခြင်းမှာ ယင်းအချက်များကို အများက လက်ခံယုံကြည်လာကြပြီး တစ်ဆင့်စကားဖြင့် ပျံ့နှံ့သွားလိမ့်မည်ဟု မျှော်လင့်သောကြောင့်ဖြစ်ပါသည်။ အဆင့်မြင့် နည်းပညာကုမ္ပဏီများသည် ယင်းတို့၏ ကုန်ပစ္စည်းအသစ်များကို အများကလေးစားသော ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်များ၊ ဝေဖန်ရေးဆရာများထံပေးပြီး ဆန်းစစ်အကဲဖြတ်ဝေဖန်စေကာ ဝေဖန်ထောက်ခံမှုမျိုးပေးလာကြစေရန်

မျှော်လင့်လေ့ရှိသည်။ ဟောလီးဝုဒ်သည် ရုပ်ရှင်ဝေဖန်ရေးဆရာ Roger Elbert ၏ ထောက်ခံဝေဖန်ချက်ကို အထူးမျှော်လင့်လေ့ရှိသည်။ ယခုအခါ ကုမ္ပဏီများသည် “တစ်ဆင့်စကား”ဖြင့်ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးဘက်သို့ ဦးတည်လာနေကြသည်။ ယင်းတို့သည် ကုန်ပစ္စည်းအသစ်အဆန်းများကို စောစောစီးစီး လက်ခံသုံးစွဲတတ်ကြပြီး နေရာတကာ နှံ့စပ်ကာ မိတ်ဆွေအသိုင်းအဝိုင်းများ ကျယ်ပြန့်စွာရှိကြသူများကို ယင်းတို့၏ ကုန်ပစ္စည်းများအားသုံးစွဲစေသည်။ ထိုသူများက တစ်ဆင့်စကားဖြင့် အခမဲ့ အရောင်းသမားတစ်ဦးပမာ သတင်းဖြန့်ဝေပေးနိုင်ကြသည်။

စာဖတ်သူများကို ကျွန်တော်ကနဦး တင်ပြချင်သော အချက်မှာ ကျွန်တော်ရေးသားမည့်ဆောင်းပါးများသည် နိုင်ငံတကာတွင် ရေပန်းစားပြီးပေါ်ပြူလာဖြစ်နေသော Andy Sernovitz ရေးသားသည့် Word of Mouth Marketing စာအုပ်ကိုမြန်မာမှုပြုထားခြင်းဖြစ်၍ စာရေးဆရာ Andy Sernovitz ၏ အဘော်အတိုင်း တင်ပြခြင်းသာဖြစ်ကြောင်း သတိမူစေလိုပါသည်။ စာတွေ့လက်တွေ့ပေါင်းစပ်ထားသော စာအုပ်ကောင်းဖြစ်ပြီး ယခုဆောင်းပါးများတွင် ကျွန်တော့် အဘော်လုံးဝမပါရှိကြောင်း သိရှိထားစေလိုပါသည်။

ဤစာအုပ်နှင့်ပတ်သက်၍ ဝေဖန်အကဲဖြတ်သူများ၏ ထောက်ခံများသည် စိတ်ဝင်စားဖွယ်ကောင်းလှပါသည်။ ယင်းတို့အနက် ကျွန်တော်အကြိုက်ဆုံးတစ်ခုကို ကောင်နုတ်ပြလိုပါသည်။

“Great book on worn, Nicdy Written”
Jack Trout, author of Position: The Battle for Your Mind and The 22 Immutable Laws of Marketing
စာအုပ်တစ်အုပ်ကိုဖတ်ရှုလျှင် မူရင်းစာရေးဆရာ(Author)၏

အကြောင်းကို သိရှိရန်လည်း လိုအပ်သည်ဟု ယူဆပါသဖြင့် မူရင်းစာရေးဆရာ Andy Sernovitz နှင့် မိတ်ဆက်ပေးလိုပါသည်။

Andy Sernovitz သည် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်း (Word of Mouth Marketing) ကို ကမ္ဘာကျော်အမှတ်တံဆိပ်ကုမ္ပဏီများ၊ စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်းရှင်ထောင်ပေါင်းများစွာနှင့် အသေးစားလုပ်ငန်းများကို သင်ကြားပေးသည်။ သူသည် ပေါ်ပြူလာဖြစ်သော အဓိက ဟောပြောသူ (Speaker) တစ်ဦးဖြစ်ပြီး Gas Pedal ၏ CEO လည်းဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် သူသည် Word of Mouth Marketing Association ၏ President Emeritus ဖြစ်သည်။ သူသည် Word of Mouth Marketing ကို Northwestern တက္ကသိုလ်တွင်သင်ကြားပေးနေသည်။ အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်သော မားကက်တင်း ဘီဇနက်လုပ်ငန်းတွင် ၁၈နှစ်ကြာ အတွေ့အကြုံရှိသောသူသည် အလွန်ကောင်းမွန်ဆန်းကြယ်သော မားကက်တင်း မည်သို့ ပြုလုပ်ရမည်ကို ကုမ္ပဏီများလေ့လာရန် ကူညီခြင်းဖြင့် အချိန်များစွာ အသုံးပြုခဲ့သည်။ သူသည် Wharton School တွင် စွန့်ဦးတီထွင်လုပ်ငန်း (Entrepreneurship) ကို သင်ကြားပေးခဲ့သည်။

Word of Mouth Marketing သည် မားကက်တင်းဘတ်ဂျက်များစွာ ရှိသော နိုင်ငံစုံကော်ပိုရေးရှင်းသက်သက်အတွက် မဟုတ်ချေ။ တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် ဈေးကွက်ရှာဖွေသူများနှင့် မားကက်တင်းအကြောင်းမဟုတ်ချေ။ ယင်းသည် စစ်မှန်သော ဘဝက လူတွေ အကြောင်းဖြစ်သည်။ ထိုသူများသည် သင်နှင့်သင့်ကုန်စည်များနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်များအကြောင်း ဘာကြောင့် ပြောပြချင်သလဲဆိုသော အကြောင်းဖြစ်သည်။ တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းသည် မည်သည့်ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းအတွက်မဆို အလုပ်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် အကြောင်းရင်းများ၊ အိုင်ဒီယာများ၊ ချို့ငဲ့သူများကို ကူညီသော အဖွဲ့များနှင့် အဖွဲ့အစည်းများအတွက် အလုပ်ဖြစ်သည်။ လူများသည်

အခြားလူများနှင့် နေ့တိုင်း စကားပြောဆိုမှု၌ ပူးပေါင်းမိခြင်းသည် Word of Mouth Marketing ပင်ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းသည် အလွန်လွယ်ကူပြီး သိသာထင်ရှားနိုင်သည်။

လူများသည် စကားပြောရန် နှစ်သက်ကြသည်။ လူများသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ နှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများအကြောင်း ဆွေးနွေးပြောဆိုကြသည်။ လူအများသည် ဆံပင်အရောင်၊ ကားများ၊ ကွန်ပျူတာများ၊ အသားညှပ်ပေါင်မုန့်များ၊ တီဗီရှိုးပွဲများနှင့် ကြမ်းပြင်သန့်ရှင်းကိရိယာ အကြောင်း ပြောဆိုကြသည်။ သူတို့သည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့်ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်း နေ့စဉ်အသုံးပြုကြသည်။

လူများက သင့်အကြောင်းနှင့်သင် ယခု ဘာရောင်းနေသလဲဆိုတာပြောဆိုနေကြသည်။ ယင်းသည် အကြောင်းအကျိုးဖော်ပြချက်ဖြစ်နိုင်သည်။ ယင်းသည် ပက်ပက်စက်စက် ဝေဖန်တိုက်ခိုက်မှုဖြစ်နိုင်သည်။ ယင်းသည် တစ်စုံတစ်ရာ အမှန်တကယ် ကောင်းမွန်မှုဖြစ်နိုင်သည်။ သင်ဘာလုပ်သလဲဆိုတာအပေါ် သူတို့ ဘယ်လောက်များများနှစ်သက်ပါသလဲ။ သင်က အဘယ်ကြောင့် တခြားလူတွေထက် ဘာကြောင့် အတိအကျအားဖြင့် ပိုကောင်းနေပါသလဲ။ သင်နှင့်စီးပွားရေး လုပ်ငန်းပြုလုပ်ဖို့ ဘယ်လောက်အံ့သြဖို့ကောင်းပါသလဲ။

သူတို့သည် ယင်းကောင်းမွန်သော အရာတွေကို သူတို့ အိမ်နီးချင်းတွေကို ပြောပြနိုင်သည်။ Blog တွင်ရေးသားနိုင်သည်။ သို့ မဟုတ် လူသန်း ၂၀ ဖတ်နေသော Amazon တွင်သုံးသပ်ဆန်းစစ်မှု ပြုလုပ်နိုင်သည်။ လူတွေက သင့်ကုန်ပစ္စည်းအကြောင်းဖတ်ပြီးယင်းကို ဝယ်ယူဖို့ဆုံးဖြတ်ကြသည်။ တကယ်တော့ယင်းသည် သင်ဘာဖြစ်ပျက်ချင်သလဲဆိုတာဖြစ်လိမ့်မည်။ ယင်းသည် ပြုလုပ်ရန်အမှန်တကယ် လွယ်ကူသည်။

တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းသည် ယင်းကောင်းမွန်သော စကားပြောဆိုခြင်းကို ရရှိခြင်းအကြောင်းပင်ဖြစ်သည်။ သင့်ထံမှ ဝယ်ယူဖို့ သူတို့မဆုံးဖြတ်ခင်သင့်အကြောင်း တခြားလူတွေကို လူတွေက မေးမြန်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ ဝယ်ယူဖို့၊ တစ်စုံတစ်ရာရှာဖွေဖို့ စတင်သောအခါ ကျွန်တော်တို့ ပထမဆုံးယုံကြည်သော မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းများ၊ မိသားစု၊ လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များနှင့် တခြားလူများဆီသို့ လှည့်ကြသည်။ ကြော်ငြာများဆီသို့ မဟုတ်ချေ။ ကက်တလောက်များဆီသို့ မဟုတ်ချေ။ ဖုန်းစာအုပ်များဆီသို့ မဟုတ်ချေ။

သည်လိုဆိုလျှင် တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းဆိုတာဘာလဲ။ “တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းဟူသည် သင့်ကုန်စည် သို့မဟုတ် ဝန်ဆောင်မှုအကြောင်း ဆွေးနွေးပြောဆိုဖို့ အကြောင်းရင်တစ်ခု လူများသို့ ပေးခြင်းနှင့်စကားပြောဆိုခြင်းဖြစ်မြောက်ဖို့အတွက် ပိုမိုလွယ်ကူအောင် ပြုလုပ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။”

အဆုံးမတော့ မားကက်တင်းဟူသည် အလွန်လွယ်ကူသည်။ လူတွေက သင့်ကုန်ပစ္စည်းကို နှစ်သက်လျှင်၊ သူတို့က သင့်ကို ယုံကြည်လျှင် သူတို့ကသူတို့ သူငယ်ချင်းတွေကို သင်နှင့်အတူ စီးပွားရေးပြုလုပ်ဖို့ ပြောကြလိမ့်မယ်။

ဖောက်သည်တွေ အမှန်တကယ် ပျော်ရွှင်မှုရရှိအောင်ပြုလုပ်ဖို့ လေ့လာပါ။ သည်အယူအဆကို နားလည်ပါ။ အဲဒါကို ပြုလုပ်ဖို့ သင့်ကိုယ့်သင် မြှုပ်နှံပါ။ ပြီးတော့ သင်သည် အောင်မြင်သော တစ်ဆင့်စကားဖြင့် ဈေးကွက်ရှာဖွေသူဖြစ်လာလိမ့်မည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် တိကျသော

မားကက်တင်းနည်းလမ်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ ယင်းသည်ဘိဇနက်လုပ်ငန်း၏ ဆန်းသစ်သော အတွေးအခေါ်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် ရိုးသားမှုနှင့် နှစ်သက်သဘောကျခြင်းအကြောင်းလည်းဖြစ်သည်။ ယင်းသည် လူတွေကို ပျော်ရွှင်အောင်ပြုလုပ်ပေးသည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းနှင့်ပတ်သက်၍ ရိုးစင်းသော

အတွေးအခေါ်တစ်ခု၊ ရွှေရောင်စည်းမျဉ်းသစ်ဟု ညွှန်းနိုင်သည်။ ခံစားကြည့်ပါလေ။

သင့်ဖောက်သည်များ၏ လေးစားမှုနှင့်ထောက်ခံမှုကို ရယူပါ။ ကျန်တာသူတို့ ပြုလုပ်ကြလိမ့်မည်။

- ♦ လူတွေကို ကောင်းကောင်းဆက်ဆံပါ။ သူတို့သည် သင့်အတွက် သင့်မားကက်တင်းကို အခဲပြုလုပ်ကြလိမ့်မည်။
- ♦ စိတ်ဝင်စားမှုရှိပါ။

လူတွေက သင့်ကို ယုံကြည်လျှင် သူတို့သည် သင့်အတွက်

သူတို့စကားလုံးများနှင့် သင့်ကို ညွှန်းရန် စိတ်ပါဝင်စားကြလိမ့်မည်။ သူတို့ထံ စိတ်ကူးဉာဏ်ကွန့်မြူးထားပါ။ သူတို့က သူတို့သူငယ်ချင်းတွေကို သင့်ထံခေါ်ဆောင်လာလိမ့်မည်။

သင်၏ တခြားထင်မြင်ချက်တွေက ဘာလဲ။ ကြော်ငြာခြင်းဆိုသည်က

ငြီးငွေ့ခြင်းဖြစ်လာအောင်ပေးရသော ဈေးနှုန်းဖြစ်သည်။ သင့်ဖောက်သည်တွေက သင့်အကြောင်းကို ပြောမပြလျှင် သင့်အတွက် ကြော်ငြာဖို့ သတင်းစာများနှင့် တီဗီကြော်ငြာအတွက် သင်ငွေပေးရလိမ့်မည်။ ကြော်ငြာများကို သင်တွေ့မြင်နေရသော အကြောင်းရင်းပင်ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည်

မားကက်တင်းသက်သက်လုပ်ရုံမျှထပ် ပိုမိုသည်။ သင့်အကြောင်းနှင့် သင့်ကုမ္ပဏီအကြောင်း ဆွေးနွေးပြောဆိုလာအောင် ပြုလုပ်ခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

ကစားကွင်းမှာ ချိန်ညှိပါ

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် မည်သည့်အရွယ်အစားမဆိုရှိသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းတစ်ခုခုအတွက် အလုပ်ဖြစ်သည်။ သင့်တွင် ဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခုရှိရန် မလိုချေ။ ကြီးမားသော လုပ်ငန်းတစ်ခုရှိရန် မလိုချေ။ ဆန်းသစ်ဖန်တီးသော နည်းပညာသစ်ရှိရန် မလိုချေ။ ကော်ပိုရေးရှင်းကြီးတစ်ခုအတွင်းရောက်ရှိနေသော ပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးအဖြစ် သင်ရှိနေလျှင်လည်း သင်အလုပ်ဖြစ်နိုင်သည်။ ကြော်ငြာဘတ်ဂျတ်မရှိသော စတိုးဆိုင်တစ်ခုအတွက်လည်း အလုပ်ဖြစ်အောင် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းကအလုပ်လုပ်ပေးနိုင်သည်။

သင့်အနေဖြင့် လူတွေကို တစ်စုံတစ်ရာပြောဆိုပေးခြင်း ရှိရမည်သာဖြစ်သည်။

ကျွန်တော်သည် ချီကာဂိုမြို့ရှိ မာရီယို၏ ဆံပင်ညှပ်ဆိုင်ကို နှစ်သက်သည်။ ကျွန်တော်၏ ငှန့်သားအရွယ်သားနှင့် ယင်းဆိုင်သို့ ကျွန်တော်သွားသောအခါ သူတို့က ကျွန်တော့်ကို ကော့တေး(

Cock-tail)တိုက်သည်။ ကျွန်တော့်သားကိုတော့ ကားရပ်လေးတစ်ခုပေးသည်။ ယင်းသည် ရယ်စရာကောင်းသောနေရာတစ်ခုဖြစ်သည်။ ဘယ်သူကမှ သူတို့၏ ကော့တေးကိုလက်မခံကြချေ။ သို့ ရာတွင် ယင်းအဖျော်ယမကာသည် စကားပြောဆိုရန် အကြောင်းရင်းတစ်ခုဖြစ်သည်။ ကျွန်တော်က နေ့ကလေးထိန်းကျောင်းတွင် တခြားအဖေတွေကို ပြောပြသည်။ ယင်းသည် ပါတီပွဲများတွင် ပြောစမှတ်ပြုလာသည်။ တစ်ဦးတစ်ယောက်က ဆံပင်ညှပ်ဖို့ပြောလာသောအခါ ယင်းသည်စိတ်ထဲတွင်ဖြစ်ပေါ်လာသော ပထမဆုံးအချက်ပင်ဖြစ်သည်။

ကျွန်တော် လူပျိုဘဝတုန်းက ဝါရှင်တန်ဒီစီရို အော့တီလို(otello)
စားသောက်ဆိုင်လောက် ချိန်း၍ ကောင်းသောဆိုင် မရှိချေ။
ကျွန်တော်အမျိုးသမီးတစ်ဦးနှင့် ချိန်းတွေ့ခဲ့သောအခါ စားကောင်းသောက်ဖွယ်များ
ရောက်မလာခင်ဆိုင်ရှင်က ယခုလိုပြောသည်။

“လူကြီးမင်းနဲ့ အခုလိုတွေ့ရတာ ဝမ်းသာပါတယ်။ သင်ဒီမှာ ရှိနေတာ
ကျွန်တော်တို့ပျော်ပါတယ်”

ညစာစားပြီးနောက် သူကဈေးပေါသော ဝိုင်နှစ်ခွက်တိုက်သည်။

တစ်ဆင့်စကားအကြံပေးချက်တွေ
သူဘယ်လောက်များများရသလဲဆိုတာ သင်တွေ့တောနိုင်သည်။

လူတွေနှင့်စကားပြောဆိုဖို့ ရိုးစင်းသော နည်းလမ်းများ၏
ဥပမာရာပေါင်းများစွာရှိသည်။

Seth Godin က သူ၏ စာအုပ်ဖြစ်သော Purple Cow တွင်
“remarkable”နှင့်ပတ်သက်၍ ရေးသားသည်။

Remarkable သည် အမှတ်ရဖွယ်ကောင်းခြင်းနှင့်
ထိုက်တန်သည်ဟုဆိုသည်။ တစ်စုံတစ်ရာပြောဆိုခြင်းက
အဖိုးထိုက်တန်လှသည်ဟုဆိုသည်။ ယင်းသည် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်း၏
အရင်းအမြစ်ကျသော အယူအဆပင်ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်နှင့်ဘလော့ဂ်များအကြောင်း မဟုတ်ပါ

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းနှင့်ပတ်သက်၍ အကြီးမားဆုံး
လွှဲမှားနေသည့်အယူအဆတစ်ခုမှာ အရာအားလုံး
အွန်လိုင်းပေါ်တွင်ဖြစ်ပျက်နေခြင်းပင်။ ဆက်သွယ်ရန် ယင်းကို လူတွေအသုံးပြုသော

အင်တာနက်နှင့်နည်းလမ်းသစ်များ၏ အခန်းကဏ္ဍသည် တစ်ဆင့်စကား၏ ရုတ်တရက်ကျယ်ပြန့်လာသော၊ အငြင်းပွား၍ မရသော၊ အရေးပါသော အစိတ်အပိုင်းများဖြစ်ကြသည်။ Blogs များသည် ကြီးမားသော ဆက်သွယ်မှုဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် သူတို့သည် အိုင်ဒီယာစိတ်ကူးများကို မျှဝေရန် လူအများအပြားကို ပါဝါခွဲပေးကြသည်။

သို့ရာတွင် ယင်းသည် အစိတ်အပိုင်း တစ်ခုမျှသာဖြစ်သည်။ တစ်ဆင့်စကား၏ ၂၀ရာခိုင်နှုန်းခန့်သာလျှင် အွန်လိုင်းတွင် ဖြစ်ပျက်သည်။ အရေးပါသော အခန်းကဏ္ဍအနေဖြင့် တစ်ဆင့်စကားပြောဆိုမှု၏ ၈၀ ရာခိုင်နှုန်းသည်အမှန်အားဖြင့် မျက်နှာချင်းဆိုင် (Face-to-Face)ပြောဆိုရာမှာ ဖြစ်ပျက်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် အင်တာနက်သက်သက်မဟုတ်ချေ။ အွန်လိုင်းဘီဇက်လုပ်ငန်းသက်သက်မျှ မဟုတ်ချေ။ စစ်မှန်သော တစ်ဆင့်စကားသည် ကွဲပြားခြားနားသော နေရာများတွင် နက်ရှိုင်းသော အဝင်အထွက်ရှိသည်။ သင်သည် စားသောက်ဆိုင်ကောင်းကောင်းတစ်ခုတွင် စားခဲ့ရလျှင် ရုံးရှိလူများကို ညွှန်းမိပေးမည်။ သူတို့ထဲက တစ်ဦးတစ်ယောက်က သူ့ဇနီးထံသို့သင်၏ ထောက်ခံချက်ကို အီးမေးလ်ပို့ကြသည်။ သူမကလည်း သူငယ်ချင်းလေးဦးထံ အီးမေးလ်ပို့ပြီး နေ့လယ်စာ စားကြသည်။ နှစ်ဦးက ပါတီပွဲတစ်ခုတွင် တခြားသူငယ်ချင်းများကို စားသောက်ဆိုင်အကြောင်း ဖော်ပြပြောဆိုကြသည်။ တစ်ဦးက Blog တွင်ဖော်ပြသည်။ တစ်ဦးတစ်ယောက်က blog ကိုဖတ်ပြီးယင်းဆိုင်တွင် သွားစားသည်။ သူတို့သည် ယင်းဆိုင်အကြောင်း အွန်လိုင်းတွင် သုံးသပ်ရေးသားကြသည်။ သင့်အနေဖြင့် တစ်ဆင့်စကား၏ နက်ရှိုင်းမှုကို အိုင်ဒီယာရလောက်သည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းက ကျွန်ုပ်တို့ကို ပိုမိုရိုးသားစေသည်

သင့်တွင် ကောင်းမွန်သော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများရှိလျှင် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းက အလုပ်ဖြစ်စေသည်။ သင့်ကို လူတွေက နှစ်သက်ပြီးယုံကြည်လျှင် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းက အလုပ်ဖြစ်သည်။

အင်တာနက်ပေါ်က တစ်ဆင့်စကား၏ အမြန်နှုန်းသည် အမှန်တရားကို ချက်ချင်းပုံနှိပ်စေသည်။ တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းအလုပ်ဖြစ်သောအခါ၊ ကုမ္ပဏီကောင်းများကို အခမဲ့ကြော်ငြာဖြင့် အာရုံစိုက်စေသောအခါ ယင်းကုမ္ပဏီများငွေတော်တော်များများရကြသည်။

တစ်ဆင့်စကားက ပိုမိုကောင်းမွန်စွာ အလုပ်ဖြစ်သောအခါ ညံ့ဖျင်းသောထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့်ကုမ္ပဏီများသည် ဖောက်သည်များဆုံးရှုံးသွားကြသည်။ ဤသည်က သင်နှင့်သင့်မိသားစုအတွက် ဘာကိုဆိုလိုကြောင်း စဉ်းစားကြည့်ပါ။ ကျွန်တော်တို့တွင် လူမှုအင်အားစု အသစ်ရှိသည်။ ကုမ္ပဏီများက သူတို့ကို ကောင်းမွန်စွာဆက်ဆံကြပြီး ကောင်းမွန်သော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများထုတ်လုပ်သောအခါ ယင်းလူမှုအင်အားစုအသစ်က ကုမ္ပဏီများကို အခမဲ့မားကက်တင်းအရောင်းနှင့်အမြတ်အစွန်းတို့နှင့်အတူ ကုမ္ပဏီများကို အားပေးချီးမြှင့်ကြလိမ့်မည်။ အလားတူစွာ ညံ့ဖျင်းသော ကုမ္ပဏီများနှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများအတွက်လည်း ဆိုးဆိုးဝါးဝါး ဆက်ဆံကြပြီး ယင်းကုမ္ပဏီများ၏ အရောင်းများကျဆင်းသွားအောင် ပြုလုပ်နိုင်ကြသည်။

ခေတ်မီသော ဘီဇနက်လုပ်ငန်းသမိုင်းတွင် ပထမဆုံးအကြိမ်အတွက် ကျွန်တော်တို့တွင် “ကောင်းမွန်ခြင်းအတွက် စွမ်းအားတစ်ခု”ရှိသည်။ ယင်းကို “အားလုံးပါဝါကောင်းမွန်သော အမြတ်အစွန်းလှုပ်ရှားမှု”ဖြင့် ဆောင်ရွက်သည်။ နှစ်များစွာကြာသောအခါ အစိုးရစည်းမျဉ်းထုတ်သူများနှင့် ဖောက်သည်များ၏ ရှေ့နေများသည် ကုမ္ပဏီများကို လူများအား ကောင်းကောင်းပြုမှုဆက်ဆံရန်

ဥပဒေအကြောင်းအရ အသုံးပြုရန် ကြိုးစားခဲ့ကြသည်။

ဤသည်မှာ တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် အဘယ်ကြောင့် စိတ်လှုပ်ရှားဖွယ်ကောင်းရသနည်းဟူသော အချက်ပင်ဖြစ်သည်။ လူတိုင်းက ယင်းကိုပြုလုပ်နိုင်သည်။ ယင်းသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများနှင့် ဝန်ဆောင်မှုလုပ်ငန်းများကို ပိုမိုစိတ်လှုပ်ရှားအောင် ပြုလုပ်ပေးသည်။ ယင်းသည် ဘီဇက်လုပ်ငန်းကို ပိုမိုရိုးသားမှုရှိစေပြီး ကျင့်ဝတ်နှင့်အညီဖြစ်စေသည်။

ယင်းသည် ကျွန်တော်တို့အားလုံးအတွက် ပိုမိုကောင်းမွန်သည်။

လူတိုင်းက သင့်အကြောင်းကို ပြောနေကြပြီ

သင့်အကြိုက်နှင့် မကြိုက်ကို သင် ပြောဆိုနေသည်။ စကားပြောဆိုမှုက စတင်ခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် သင်ပါဝင်ပတ်သက်နိုင်သည်။

ပြောဆိုမှုများစွာသည် အွန်လိုင်းတွင်ဖြစ်ပျက်နေသည်။ လူသန်းပေါင်းများစွာက Blogကြည့်ကြသည်။ လူသန်းပေါင်းများစွာက အွန်လိုင်းပေါ်တွင် သုံးသပ်မှုတွေ ပေးပို့နေကြသည်။ လူတိုင်း Google ကိုအသုံးပြုကြသည်။

သို့သော် အွန်လိုင်းတွင် မဖြစ်ပျက်သော အရာများစွာရှိသည်။ ကျွန်တော်တို့သည် တစ်စုံတစ်ရာ မဝယ်ယူခင် ကျွန်တော်တို့တစ်ဦးစီက မိသားစုအဖွဲ့ဝင်များ သို့မဟုတ် မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းတွေကို ပြောဆိုဆွေးနွေးကြသည်။ ကျွန်တော်တို့သည် စတိုးဆိုင် သို့မဟုတ် စားသောက်ဆိုင်သို့ မသွားခင် ကျွန်တော့်သူငယ်ချင်းများ၏ စကားကိုနားထောင်ကြသည်။ ကျွန်တော်တို့အကြံဉာဏ်မတောင်းကြချေ။ ကျွန်တော်တို့အကြိုက်နှင့်မကြိုက်သောအရာများနှင့် ပတ်သက်၍ ထောက်ခံမှုများပေးကြသည်။

အနုတ်လက္ခဏာဆောင်မှုက ဘယ်လိုရှိပါသလဲ။ လူတွေက သင့်နှင့် ပတ်သက်၍ ဆိုးသော အရာတွေပြောလျှင် ဘာဖြစ်မလဲ။ သင့်ကုမ္ပဏီကပြည့်စုံသော ကုမ္ပဏီမဖြစ်ခဲ့လျှင် သည်သဘောတွေဖြစ်ပျက်နိုင်သည်။ ဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သည်။

သည်လိုဆိုလျှင် သင့်တွင် ရွေးချယ်စရာနှစ်ခုရှိသည်။ လူတွေကို သင့်အကြောင်းပြောပါစေ။ ကောလဟလတွေ ပျံ့နှံ့သွားရင် အမှားဖြစ်သွားနိုင်သည်။ သို့မဟုတ် လူတွေနှင့်ပူးပေါင်းပါ။ ပါဝင်ဆောင်ရွက်ပါ။ သင့်အတွက် အလုပ်ဖြစ်လိမ့်မည်။

ပထမဆုံးအကြိမ် သင့်ကုန်ပစ္စည်း အမည်အတွက် blogs များကို သင်ရှာဖွေသောအခါ ယင်းသည် အမှန်တကယ် အံ့ဩဖွယ်ရာဖြစ်သည်။

သို့သော်ယင်းသည် ကွဲပြားခြားနားသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် လူတိုင်းသည် စကားပြောဆိုခြင်းကို ဆက်သွယ်ရန် သင့်ကို စောင့်ဆိုင်းနေသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ တံခါးကဖွင့်ထားသည်။ လူတိုင်းက နားထောင်နေသည်။ သူတို့ကသင့်ကို ယင်း၏ အစိတ်အပိုင်းဖြစ်သေချင်သည်။ ထို့ကြောင့်ခုန်ဝင်လိုက်ပါ။

အကောင်းဆုံးကတော့ သင်ပိုမိုပါဝင်ဆောင်ရွက်ရလေလေ စကားပြောခန်းက ပိုမိုတိုးတက်လာလေလေဖြစ်သည်။ သင့်အကြောင်းက ပိုမိုများပြားလေလေဖြစ်သည်။ စကားပြောဖို့က သွက်လက်ထက်မြက်ပြီး အပြုသဘောဆောင်လေလေဖြစ်သည်။ ပါဝင်ဆွေးနွေးဖို့မှန်ကန်သောနည်းလမ်းကို လေ့လာပါ။ ပိုမိုအံ့ဩဖွယ်ကောင်းသော အခွင့်အလမ်းကို ဖန်တီးပေးလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

အပိုင်း(၁)မရှိမဖြစ်လိုအပ်သော အယူအဆများ

(The Essential Concepts)

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းဟူသည်မှာ

လူတွေစကားပြောဆိုကြပါစေ

တစ်ဆင့်စား မားကက်တင်း၏ အဓိပ္ပာယ်မှာ ဤသို့ ဖြစ်သည်။

(၁) သင့်အကြောင်းကို ဆွေးနွေးပြောဆိုရန် အကြောင်းရင်းတစ်ခုအား လူများကို ပေးခြင်းဖြစ်သည်။

(၂) အဆိုပါစကားပြောဆိုခြင်း ဆောင်ရွက်ရန်အတွက် ပိုမိုလွယ်ကူအောင်ပြုလုပ်ပေးခြင်းဖြစ်သည်။

ပိုမိုရှင်းလင်းသော အချက်မှာ လူတွေ စကားပြောဆိုဖို့ သင်ပြုလုပ်နိုင်သော အရာရာတိုင်းပင်ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကား မားကက်တင်းကို အတိုကောင်ဆိုရလျှင် “C to C” မားကက်တင်းဖြစ်သည်။ ယခင်က လူသိများသော မားကက်တင်းမှာ business-to-business (B to B)(လုပ်ငန်းမှလုပ်ငန်းသို့)ဖြစ်သည်။ ထို့ပြင် business-to-consumer (B to C)(လုပ်ငန်းမှစားသုံးသူသို့)မားကက်တင်းလည်းရှိသေးသည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် တကယ့်လက်တွေ့နယ်ပယ်မှ စစ်မှန်သော

လူတွေက တစ်ဦးကိုတစ်ဦးပြောဆိုခြင်းဖြစ်သည်။ ဈေးကွက်ရှာဖွေသူများက

ပြောဆိုခြင်းပြုလုပ်မည့်အစား စားသုံးသူမှ စားသုံးသူသို့(Consumer to Consumer)

(C to C)ဖြစ်သည်။

အမှန်အားဖြင့် ယင်းသည် B to C to C ဖြစ်သည်။

ဈေးကွက်ရှာဖွေသူတစ်ဦးအနေဖြင့် သင့်အလုပ်သည် ဆွေးနွေးပြောဆိုခြင်းဖြင့် ထိုက်တန်သော အိုင်ဒီယာတစ်ခုကို ရှာဖွေတွေ့ရှိရန်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် မားကက်တင်းပင်ဖြစ်သည်။ စစ်မှန်သော လူပုဂ္ဂိုလ်တစ်ဦးက ယင်းကို ထပ်ခါထပ်ခါ ပြောဆိုသောအခါ ယင်းသည် တစ်ဆင့်စကား(Word of Mouth)ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် Second M အကြောင်းဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် ကျွန်တော်တို့အတူရှိနေသည်။
သစ်ဆန်းသောအရာမှာ Second Mဟုခေါ်သော
မားကက်တင်း(Marketing)ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် တည်ရှိလို့နေသည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် မားကက်တင်းရည်မှန်းချက်ကို ရှေးရှုပြီး အလုပ်လုပ်နေသည်။ တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် မားကက်တင်း၏ အခြားပုံစံတစ်ခုခုကဲ့သို့ ဆောင်ရွက်နိုင်သော၊ ခြေရာခံနိုင်သော စီမံချက်ချနိုင်သော အထူးစပယ်ရှယ်အသစ်အဆန်းတစ်ခုဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် စစ်မှန်သော

လူတွေအကြားသဘာဝကျသောစကားပြောခန်းဖြစ်သည်။
တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် ယင်းပြောဆိုမှုအတွင်း အလုပ်ဖြစ်နေသည်။
ထို့ကြောင့် လူများက သင့်အကြောင်းပြောပြနေသည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် စစ်မှန်သော

စားသုံးသူပြောဆိုမှုအကြောင်းပင်ဖြစ်သည်။ တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် စကားပြောဆိုခြင်းနှင့်ပါဝင်ဆောင်ရွက်ခြင်းကိုဆက်စပ်နေသည်။

အကယ်၍ တစ်ဆင့်စကားသည် ကျွန်တော်တို့ ဝန်းကျင်တွင်
အမြဲတမ်းရှိနေလျှင် ဈေးကွက်ရှာဖွေသူများသည် တစ်ဆင့်စကားအကြောင်း
အဘယ်ကြောင့် ရုတ်တရက်စတင်ဆွေးနွေးရသလဲဆိုသော
အကြောင်းရင်းတစ်ချို့ရှိရမည်ဖြစ်သည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် ပုံတိုပတ်စဖြစ်ရပ်မှ
လက်တွေ့ဆောင်ရွက်သောဖြစ်ရပ်ဆီသို့ ဆင့်ကဲတိုးတက်ဖြစ်ပေါ်လာသည်။ လ
ုပ်တပြတ်ဖြစ်ပျက်သောတစ်စုံတစ်ရာမှ သင်လွှမ်းမိုးနိုင်သော တစ်စုံတစ်ရာသို့
တစ်ဆင့်ပြီးတစ်ဆင့်တိုးတက်ဖြစ်ပေါ်လာသည်။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းသည် မားကက်တင်း၏
အလျင်အမြန်ဆုံးတိုးတက်မှုပုံစံဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် ယင်းနှင့်
အလုပ်လုပ်ရန် ကိရိယာများနှင့်အသိပညာ ဗဟုသုတတို့ ကျွန်တော်တို့တွင်
ယခုရှိလာသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ မျက်မှောက်ကာလတွင် ကျွန်တော်တို့နှင့်
စကားပြောဆို ဆွေးနွေးချင်သော လူများနှင့် ကျွန်တော်တို့ အလုပ်လုပ်နိုင်သည်။
ပရိသတ်အသစ်ဆီသို့ရောက်ရှိအောင် သူတို့ အိုင်ဒီယာတွေကို ကူညီနိုင်သည်။
ကျွန်တော်တို့က ပလက်ဖောင်းတစ်ခုကို ပံ့ပိုးနိုင်သောကြောင့်
လူတော်တော်များများက ကျွန်တော်တို့ ဝါသနာအိုးတွေ ဘာပြောဆိုနေသလဲဆိုတာ
ကြားသိနိုင်သည်။ အစဉ်အမြဲ ဖြစ်ပျက်နေသော စကားပြောဆိုမှုတစ်ခုဆီသို့
ပိုမိုသိသာထင်ရှားမှုကို ပေးစွမ်းရန် အင်တာနက်ကို ကျွန်တော်တို့
အသုံးပြုနိုင်သည်။

စကားပြောဆိုမှုကိုအခြေခံပြီးတိုင်းတာနိုင်သော
စွမ်းရည်ကိုလည်းကျွန်တော်တို့ရရှိခဲ့ပြီးဖြစ်သည်။ Blogs နှင့် Webs များ၏
ကျေးဇူးကြောင့် ကျွန်တော်တို့အကြောင်း ဘယ်သူပြောဆိုနေသလဲဆိုတာ
ကျွန်တော်တို့ သိနိုင်သည်။ ကျွန်တော်တို့သည် စကားပြောဆိုမှုကို
နားထောင်နိုင်ပြီး နားလည်နိုင်ပြီးဖြစ်သည်။ ဘယ်သူပြောဆိုနေသလဲဖြစ်တာ

ရှာဖွေနိုင်ပြီး ဘာကြောင့် သူတို့ပြောဆိုနေသလဲဆိုတာ အဖြေထုတ်နိုင်သည်။
ယင်းသည် အံ့သြဖွယ်ရာမျိုးတော့ မဟုတ်ချေ။

တစ်ဆင့်စကားသည် မားကက်တင်းထက်ပိုမိုနိုင်သည်။

ကိစ္စရပ်များစွာကို လေ့လာကြည့်လျှင် တစ်ဆင့်စကား
မားကက်တင်းသည် အမှန်တကယ်တော့ မားကက်တင်းသက်သက်တော့
မဟုတ်ချေ။ လူတွေက သင့်အကြောင်းကို သူတို့မိတ်ဆွေများကို ပြောပြချင်သော
ကြီးမားသော ဖောက်သည် ဝန်ဆောင်မှု(customer service)သာဖြစ်သည်။
လူတိုင်းကို လူတွေက ချခံပြသနိုင်စွမ်းမရှိသော အံ့သြဖွယ်ရာ
ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ အကြောင်းသာဖြစ်သည်။

ယင်းကို အော်ဂဲနစ်တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းဟုခေါ်ဆိုသည်။
ဆိုရသော် သင်းကုမ္ပဏီ အပြုသဘောဆန်သော အရည်အသွေးများမှ သဘာဝကျကျ
ချန်ထွက်လာခဲ့သော တစ်ဆင့်စကားဖြစ်သည်။

ယင်းသည် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်း၏ သဘာဝကျသော ပုံစံမ
သာဖြစ်သည်ဟု ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်အများစုက ငြင်းခုံဆွေးနွေးကြသည်။ ယင်း၏
ဆန့်ကျင်ဘက်အယူအဆမှာ ချဲ့ထွင်လာသော တစ်ဆင့်စကားဖြစ်သည်။ ယင်းသည်
လူအများပြောဆိုလာအောင် ရည်ရွယ်ထားသော လှုပ်ရှားမှုတစ်ခုဖြင့်
စတင်လာသော တစ်ဆင့်စကား(organic word of mouth) နှင့်
ချဲ့ထွင်တစ်ဆင့်စကား (amplified world of mouth) နှစ်မျိုးစလုံးကို
လေ့လာရမည်ဖြစ်သည်။

ကြီးမားသော တစ်ဆင့်စကားနှင့် သူတို့၏ လေးစားမှုကို
ရရှိကြသောစားသုံးသူများကို ဆုချီးမြှင့်သည့် ကုမ္ပဏီများရှိကြသည်။ TIVO ကုမ္ပဏီ
တွင်ဂန္ဓဝင် ဥပမာတစ်ခုရှိသည်။ သူတို့သည် သူတို့ ကြော်ငြာကို မသိကြချေ။
တကယ်တော့ TIVO သည် လုံးဝကြော်ငြာခဲ့သည်။ သို့ရာတွင် လူတိုင်းက TIVO

ဘာလဲဆိုတာသိကြသည်။ TIVO ပိုင်ရှင်များသည် သူတို့၏ TIVO အကြောင်းပြောဆိုမှုကို ဘယ်တော့မှ မရပ်ချေ။ သူတို့သည် သူတို့ ကျန်ပစ္စည်းအကြောင်းပြောဆိုရန် စိတ်ဇောသန်သော တစ်ဆင့်စကားပရိုမိုးရှင်း ပြုလုပ်သူများဖြစ်သည်။

သင့်ကို အလွန်နှစ်သက်ရန် သင့်ဖောက်သည်များရရှိသော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း များဖြင့် အော်ဂဲနစ်တစ်ဆင့်စကားကို ဖန်တီးကြသည်။ ထို့ကြောင့် သင့်ဖောက်သည်များ ပါးစပ်မပိတ်ကြတော့ချေ။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် အကောင်းဆုံးတစ်ဆင့်စကားသည် ခြွင်းချက်ရှိသော ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှုဖြစ်သည်။

လူတိုင်းရောင်းသော တူညီသည့် ကို သင်ရောင်းချသောအခါ ကြော်ငြာခြင်းသည် ဈေးကြီးပြီး ထိရောက်မှုမရှိချေ။ သည်လိုဆိုရင် သူတို့ဘာလုပ်ကြပါသလဲ။

သူတို့သည် ကြော်ငြာခြင်းကို ရပ်ပစ်လိုက်သည်။ သူတို့သည် အရာရာတိုင်းကို ဖောက်သည်ဝန်ဆောင်မှုဆီသို့ ထည့်သွင်းလိုက်ကြသည်။ အဆိုပါ ပုဂ္ဂိုလ်များသည် သင့်အတွက် တစ်စုံတစ်ရာပြုလုပ်ကြလိမ့်မည်။ သူတို့က ဘာပဲလုပ်လုပ် သူတို့ဖောက်သည်တွေကို ဂရုစိုက်ကြသည်။ သူတို့ဘာရောင်းရောင်း စိတ်ဝင်စားဖွယ်မကောင်းသော သဘာဝရှိသော်လည်း သူတို့နှင့်အတူအလုပ်လုပ်ရန် အံ့ဩဖွယ်ကောင်းလောက်အောင် စိတ်ချမ်းမြေ့မှုရှိကြသည်။ စိတ်ဝင်စားမှုရှိကြသည်။

သင်တွေ့မြင်ထားသကဲ့သို့ သူတို့ရရှိသော တစ်ဆင့်စကားသည် အံ့ဩဖွယ်ရာကောင်းလှသည်။ သမားရိုးကျ မားကက်တင်းသည် သွားရန်ဘေးကင်းသော လမ်းအဖြစ် ရေရှည်မရှိနိုင်ချေ။ သို့သော်ယင်းသည် ပိုမိုများပြားလာသော ကုမ္ပဏီများအတွက် ပိုမို ထိရောက်မှုနည်းပါးလာမှု တဖြည်းဖြည်းဖြစ်လာသည်။ သင့်အကြောင်း သူတို့အားပြောပြခြင်းနှင့် သူတို့၏

ယုံကြည်မှုနှင့်လေ့လာမှုရရှိခြင်းဖြင့် ဖောက်သည်များပျော်ရွှင်ရေး
အာရုံစိုက်မှုပြုလုပ်ဖို့ အချိန်တန်ပြီဖြစ်ပါသည်။

*

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်း၏ စည်းမျဉ်း(၄)သွယ်

စည်းမျဉ်း(၁) စိတ်ဝင်စားမှုရှိပါစေ။

မည်သူတစ်ဦးတစ်ယောက်ကမျှပြီးငွေဖွယ်ကောင်းသော ကုမ္ပဏီများ၊

ပြီးငွေဖွယ်ကောင်းသော ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ သို့မဟုတ် ပြီးငွေဖွယ်ကောင်းသော

ကြော်ငြာများအကြောင်း မပြောကြချေ။ အကယ်၍

သင့်အနေဖြင့်သင့်အကြောင်းကိုလူတွေက ပြောဆိုစေလိုလျှင်

သင်တစ်စုံတစ်ရာထူးထူးခြားခြား လုပ်ရပေမည်။

သင်ကြော်ငြာတစ်ခုကို မဆောင်ရွက်ခင်၊ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ

တစ်ခုကိုဈေးကွက်မထိုးဖောက်ခင်၊ စားဖွယ်စားရင်ပေါ်တွင်

အသစ်တစ်စုံတစ်ရာမထားခင် ဆွဲဆောင်မှုရှိသော ထူးထူးခြားခြား

မေးခွန်းကိုမေးပါ။

“ဒါနဲ့ပတ်သက်လို့တစ်ဦးတစ်ယောက်က

သူငယ်ချင်းတစ်ဦးကိုပြောပြပါသလား”

နယူးယောက်မြို့ကြီးတွင် ဖိနပ်တိုက်သော ဆိုင်နေရာ

ရာပေါင်းများစွာရှိကောင်းရှိနိုင်သည်။ သို့ရာတွင် လူတိုင်းက Grand Central

Station ရှိအက်ဒီ၏ ဆိုင်သို့ သွားကြသည်။ သူတို့သည် သူတို့ သူငယ်ချင်းများကို

အဆိုပါနေရာသို့ အထူးခရီးစဉ်အဖြစ် သွားရန်ပြောကြသည်။

အဘယ်ကြောင့်ပါနည်း။

အက်ဒီဆိုင်တွင် ကြီးမားသော၊ ဖိမ့်ရှိသော၊ ရှေးကျသောပုံစံရှိသော၊

အနီရောင်သားရေနှင့်လွယ်လွယ်ကူကူထိုင်နိုင်သော ကုလားထိုင်များရှိသည်။

သင်ထိုင်လိုက်သည်နှင့် ဘုရားတစ်ပါးကဲ့သို့ ခံစားရသည်။ ပြီးတော့ ယင်းနေ့တွင် ယင်းကျလားထိုင်များတွင် မိနစ်အနည်းငယ်ခန့် ငြိမ်းငြိမ်းချမ်းချမ်းနှင့် ပျော်ရွှင်ကြည်နူးနိုင်သည်။

သင့်အကြောင်းပြောဆို ဆွေးနွေးဖို့ အကြောင်းရင်းတစ်ခု လူတွေကိုမေးပါ။

ကြော်ငြာတစ်ခုသည် စစ်စစ်မှန်မှန် တန်ဖိုးရှိသည်ဟု လူတွေဆွေးနွေးပြောဆိုမှု မရှိမချင်း နောက်ထပ်ကြော်ငြာတစ်ခုကို မဆောင်ရွက်ပါနှင့်။

စည်းမျဉ်း(၂)လွယ်ကူအောင်ပြုလုပ်ပါ။

တစ်ဆင့်စကားသည် ပျင်းရိဖွယ်ကောင်းသည်။

သင့်တွင်လုပ်စရာနှစ်ခုရှိသည်။ စူပါဖြစ်ပြီး ရိုးစင်းသော message ကိုရှာဖွေပြီး လူတွေယင်းကိုမျှဝေခံစားနိုင်အောင်ကူညီပါ။

တစ်ဦးတစ်ယောက် သတိရနိုင်သော အကြောင်းအရာတစ်ခုနှင့် စတင်ပါ။

“စားပွဲတစ်ခုတွင် သင်စောင့်ဆိုင်းနေစဉ် အမောပြေအစားအစာတစ်ခုခုသုတို့ကပေးသည်။”

Steve Jobs ကိုအကြီးမြတ်ဆုံး

ကွန်ပျူတာဈေးကွက်ရှာဖွေထိုးဖောက်သူအနေဖြင့်

ကျွန်တော်တို့အားလုံးအတွေးထင် ယူဆထားကြသည်။

ခလုတ်တံသင်းတွေနေရသော ကုမ္ပဏီတစ်ခုကို ပြန်လည်ရှင်သန်မှု၏

မစ်ရှင်(Mission)နှင့်အတူ ၁၉ ၉ ဖြစ်သော Apple ကုမ္ပဏီကြီးသို့

သူပြန်လည်ရောက်ရှိလာသောအခါ သူ ဘာလုပ်ခဲ့ပါသလဲ။

သူသည် အကြီးမြတ်ဆုံးဆော့ဖ်ဝဲအကြောင်း ပြောဆိုခဲ့ပါသလား။
တည်ငြိမ်သော ဆော်ပရေးတင်းစနစ်တွေအကြောင်းရော ပြောခဲ့ပါသလား။

မပြောခဲ့ပါ။

Jobs ၏ အကြီးမြတ်ဆုံး မားကက်တင်း ထိုးထွင်းအမြင်ကတော့
ပန်းရောင်နှင့် ခရမ်းရောင်ကွန်ပျူတာများပင်။ သည်အချက်က လူတိုင်းကို
စကားပြောနေစေသည်။

ယင်းသည် ကုမ္ပဏီ နှင့်ပတ်သက် အပြုသဘောဆန်သော
တစ်ဆင့်စကား (positive word of mouth) နှင့်စတင်ခဲ့သည်။ လူတိုင်းက
မိတ်ဆွေတစ်ဦးကိုပြောပြခဲ့သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် မ
ဝေခံစားရန်စိတ်ဝင်စားသော၊ ရိုးစင်းသော ပြောဆိုဆွေးနွေးစရာ အကြောင်းတစ်ခု
သူတို့တွင်ရှိသောကြောင့်ပင်။ ပြီးသော လူတွေက ချစ်စရာကောင်းသော
ကွန်ပျူတာများအကြောင်း ကြားသိသောအခါ သူတို့သည် ပိုမိုအရေးကြီးသော
အသွင်အပြင် လက္ခဏာများတွင် နောက်ထပ်ကြည့်ရန် အဆင်သင့်ဖြစ်လာကြသည်။

သင့်အနေဖြင့် ပိုမိုကြီးမားသော တစ်ဆင့်စကား အိုင်ဒီယာကို
ရရှိသည်နှင့် တစ်ပြိုင်နက် ယင်းကိုပိုမိုလွယ်လွယ်ကူကူ ပျံ့နှံ့အောင်ပြုလုပ်ဖို့
နည်းလမ်းအသွယ်သွယ်ကိုရှာဖွေပါ။

သင့်အိုင်ဒီယာတွေ ပိုမိုပေါ့ပါးလာအောင်ပြုလုပ်ဖို့
မရေတွက်နိုင်သော လွယ်ကူသည့်နည်းလမ်းတွေရှိသည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်တစ်ခု
သို့မဟုတ် ကတ်တလောက်တစ်ခုတွင် အထူးကြော်ငြာမှုက
နေရာယူလာခဲ့ပြီဖြစ်သည်။ လှုပ်ရှားမှုအနေဖြင့် email တွင်လည်း ယင်းကို
ထည့်သွင်းလာကြသည်။

စည်းမျဉ်း(၃) လူတွေကိုပျော်ရွှင်ချမ်းမြေ့ပါစေ။

ပျော်ရွှင်သော ဖောက်သည်တွေက သင်၏

အကြီးမြတ်ဆုံးကြော်ငြာပေးသူများဖြစ်ကြသည်။

သူတို့ကို စိတ်လှုပ်ရှားရင်ဖို့ပါစေ။ အံ့ဩဖွယ်ကောင်းသော

ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတွေကို ဖန်တီးပါ။ အထူးကောင်းမွန်သော ဝန်ဆောင်မှုကို ပံ့ပိုးပါ။ အပိုနောက်ထပ်မိုင်းသို့ ခရီးနှင်ပါ။

အတွေ့အကြုံကိုအမှတ်ရဖွယ်ကောင်းအောင်ပြုလုပ်ပါ။ ပြဿနာတွေ ဖြေရှင်းပေးပါ။ သင်ပြုလုပ်သော အလုပ်က

လူတွေကိုစွမ်းအားရှိလာအောင်ပြုလုပ်ဖို့သေချာပါစေ။ စိတ်လှုပ်ရှားမှုရှိအောင် ပြုလုပ်ပါ။ မိတ်ဆွေတစ်ဦးကို ပြောပြဖို့ စိတ်အားထက်သန်မှုရှိပါ။

လူတွေက သင့်ကိုနှစ်သက်သောအခါ သူတို့က သူတို့မိတ်ဆွေ

သူငယ်ချင်းတွေနှင့်အတူ မျှဝေခံစားကြသည်။ သူတို့သည် သင့်ကို ကူညီချင်ကြသည်။ သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းကို အထောက်အကူပြုလိုကြသည်။ သင်ပေးစွမ်းတာကို သူတို့မိတ်ဆွေတွေ ပျော်ရွှင်မှုရရှိဖို့ သူတို့အလိုရှိကြသည်။ ဖြစ်နိုင်လျှင် သင်လုပ်နိုင်သော တစ်စုံတစ်ရာထက် လူတွေပျော်ရွှင်အောင် ပြုလုပ်ခြင်းမှ တစ်ဆင့်စကားကို သင်ပို့မိုရရှိလိမ့်မည်။

ခေတ်မီသောကာလတွင် နောက်ထပ်ကြီးမြောက်သော

အံ့ဩဖွယ်ရာကိုကြည့်ကြပါစို့။

လူတွေက Target ကိုအဘယ်ကြောင့် အလွန်နှစ်သက်နေကြပါသနည်း။

အားလပ်သော ကာလတွင် Target သို့သွားရောက်လည်ပတ်ကြည့်ပါ။

အိမ်တွင် ကျွန်တော်တို့ရှိသော အရာတစ်ခုနှင့် အတိအကျ ဆင်တူသည်။

သို့ရာတွင်Target တွင် စတိုက်ကျနသော ပစ္စည်းအချို့သည် သင့်တင့်ပြီး

လက်ခံနိုင်သော ဈေးနှုန်းရှိသည်။ သန့်ရှင်းသော စတိုးဆိုင်များရှိသည်။

ပျော်ရွှင်ချမ်းမြေ့ဖွယ်ရာအမြင်ကို ဖန်တီးပေးသည်။

Target သည် နည်းလမ်းဖြင့်ကျွန်တော့်ဇနီးကို

ပျော်ရွှင်ချမ်းမြေ့စေခဲ့သည်။ ပြီးတော့ သူမက Target အကြောင်း လူတိုင်းကို ပြောပြသည်။

စည်းမျဉ်း(၄) ယုံကြည်စိတ်ချရမှုနှင့်လေးစားမှုကို ရယူပါ။

သင့်တွင် လေးစားမှုမရှိလျှင် ကောင်းမွန်သော တစ်ဆင့်စကား သင်မရရှိချေ။

သူတို့ယုံကြည်စိတ်ချရသလား သို့မဟုတ်

နှစ်သက်သလားဆိုတာနှင့်ပတ်သက် ကုမ္ပဏီနှင့်စပ်လျဉ်းပြီး ဘယ်သူမှ အပြုသဘောဆန်ဆန် မပြောကြချေ။ သူတို့ သူငယ်ချင်း၊ မိတ်ဆွေများရှေ့တွင် သူတို့အား ကသိကအောက် ဖြစ်စေမည့် ကုမ္ပဏီတစ်ခုအတွက် သူတို့အမည်ကို မတားကြချေ။

ဂျုဏ်ယူဖွယ်ကောင်းသော ကုမ္ပဏီတစ်ခု အစဉ်ဖြစ်ပါစေ။

သင်ပြုလုပ်သော အရာရာတိုင်း၏ အစိတ်အပိုင်းပင်ဖြစ်ပါစေ။ ကျင့်ဝတ်နှင့်အညီ ပြုလုပ်ပါ။ သင့်ဖောက်သည်တွေအပေါ် ကောင်းမွန်စွာ ဆက်ဆံပါ။ သူတို့ကို ပြောဆိုဆွေးနွေးပြီး သူတို့ လိုအပ်တွေကို ဖြည့်ဆည်းပေးပါ။

သင်သိသော လူတိုင်းကို သင့်ဇာတ်လမ်းကို လူတွေကို ဂျုဏ်ယူပြီး ပြောပြနိုင်အောင်ပြုလုပ်ပါ။

Southwest Airlines သည် ကမ္ဘာ ပေါ်တွင် ယုံကြည်စိတ်ချမှုအခံရဆုံး လေကြောင်းလိုင်းတစ်ခုဖြစ်သည်။

ယင်းလေကြောင်းလိုင်းသည် ယင်း၏ ဖောက်သည်များကို ကောင်းစွာပြုမူဆက်ဆံသည်။ ယင်းတွင် ကြီးမြတ်သော သဘောထားအမြင်ရှိသည်။ ယင်းလေကြောင်းလိုင်းသည် တည်ငြိမ်သောအလုပ်များ၊ အလုပ်မဖြုတ်သော

ပေါ်လစီနှင့် သင့်တင့်လျောက်ပတ်သော လစာများနှင့်အတူ ယင်း၏ ဝန်ထမ်းများကို ကောင်းစွာပြုမူဆက်ဆံသည်။

လူတွေက Southwest Airline ကိုနှစ်သက်ကြသည်။ လူတွေက ယင်း ကုမ္ပဏီကိုနှစ်သက်လွန်းသဖြင့် 9/11 တိုက်ခိုက်ခံရမှုအပြီးတွင် လေကြောင်းလိုင်းကို ငွေကြေးများပေးပို့ကြသည်။

လူတော်တော်များများက နှင့်ပတ်သက်၍ ကြီးမြတ်သော တစ်ဆင့်စကားကို ပျံ့နှံ့အောင် ပြုလုပ်နေကြသည်။ အခြားလေကြောင်းလိုင်းအများစုအကြောင်း ပြောဆိုရန် တစ်စုံတစ်ရာ ကောင်းမွန်သောအချက် တစ်ဦးတစ်ယောက်တွင် ရှိပါသလား။

ကုမ္ပဏီတိုင်းသည် ပိုမိုကောင်းမွန်နိုင်သည်။ ဝန်ထမ်းတိုင်းသည် သူ၏ ကုမ္ပဏီကိုယင်း၏ ဖောက်သည်များကို အနည်းငယ်ပိုကောင်းအောင်ပြုလုပ်နိုင်သည်။

ကျွန်တော့်ဘဏ်ဖြစ်သော Washinton Mutual သည် တစ်ခြားဘဏ်များ ကဲ့သို့တူညီသော ဝန်ဆောင်မှုတွေကို ပိုမိုပေးစွမ်းသည်။ သို့ရာတွင် ယင်းတို့သည် အမှန်တကယ်ကောင်းမွန်ပါသည်။ တကယ့်ကို ကောင်းမွန်ပါသည်။ Tom and Abbyသည် ကျွန်တော့်အမည်နှင့် ကျွန်တော်ဇနီးအမည်ကို သတိရသည်။ သူတို့သည် ကျွန်တော့်ကလေးအမည်ကိုပင် သတိရမှတ်မိကြသည်။

ကျွန်တော်သည် ထိပ်တန်းဘဏ်သုံးဘဏ်အနက် တစ်ခုတွင် ဘဏ်စာရင်းဖွင့်ထားသည်မှာ (၁၀)နှစ်ကြာပြီဖြစ်သည်။ တစ်ကြိမ်လျှင် ကျွန်တော့် ကုမ္ပဏီတွင် ဒေါ်လာတစ်သန်းကျော်Deposit ထားသည်။ ယင်းဘဏ်သည် လူများအပေါ်တွင် ဆက်ဆံရေးပိုမိုကောင်းမွန်သည်။ ယုံကြည်စိတ်ချရမှု၊ လေးစားမှုနှင့် ကောင်းမွန်မှုတို့သည် ကော်ပိုရိတ်ဗျူရိုကရေစီကို ပါဝါပိုမြင့်စေသည်။

သင့်အကြောင်းလူတွေပြောသော အကြောင်းရင်းသုံးချက်

လူတွေဆွေးနွေးပြောဆိုနေသော အကြောင်းအရာနှင့်ပတ်သက်၍
ဘယ်အချက်က စိတ်ဓာတ်မြင့်တင်ပေးသလဲဆိုတာ သင်အမှန်တကယ်
နားလည်သည့်တိုင်အောင် တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းအကြောင်း
သင်ကောင်းကောင်းသိဦးမည် မဟုတ်ချေ။

လူတွေက ထင်မြင်ချက်တွေကို ပြောပြပြီး မျှဝေချင်ကြသည်။
လူတွေနှင့် အိုင်ဒီယာတွေအကြောင်း သူတို့ပြောပြရန် နှစ်သက်ကြသည်။ ဝယ်ယူရန်
ပစ္စည်းတွေအကြောင်း သူတို့ ပြောပြချင်ကြသည်။

အခြေခံစိတ်ဓာတ်မြင့်တင်ခြင်း အချက်သုံးချက်က
တစ်ဆင့်စကားပြောဆိုဆွေးနွေးမှုကို တွန်းအားပေးသည်။

အကြောင်းရင်း(၁) သင် (You)

သူတို့သည် သင်နှင့်သင့်ပစ္စည်းအကြောင်း နှစ်သက်ကြသည်။

လူတွေက စကားပြောကြသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် သူတို့
ဆွေးနွေးပြောဆိုချင်သော တစ်စုံတစ်ရာကို သင်က ပြုလုပ်နေသည် သို့မဟုတ်
ရောင်းချနေသည်။ သူတို့သည် သင့်ကုန်ပစ္စည်းတွေကို နှစ်သက်ကြသည်။
သင်သူတို့ကို မည်သို့ပြုမူဆက်ဆံသည်ကို သူတို့ နှစ်သက်ကြသည်။ သင်သည်
စိတ်ဝင်စားဖွယ်တစ်စုံတစ်ရာကို ပြုလုပ်ခဲ့ပြီး ဖြစ်သည်။

ယင်းသည် သင့်အကြောင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးရန်အကြောင်းရင်း
တစ်ခုကိုသူတို့အား ပေးခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ သင်ပိုမို စိတ်ဝင်စားလေလေ

ပြောဆိုသူတွေက ပိုမိုစိတ်ဓာတ်မြင့်တင်လာပြီး ပြောချင်စိတ် ပိုမိုရှိလာလေလေဖြစ်သည်။ အကြောင်းပြချက် မရှိမှုအတွက် သင့်ဖောက်သည်တွေက သင့်ကို နှစ်သက်ကြသည်။

အခြေခံအချက်

သင့်ကို ထောက်ခံမှုတွေ မရရှိခင် စိတ်ဇောဟုန်နိုးထဖို့ သင်ပြုလုပ်ရမှာ ဖြစ်နေသည်။ သည်အချက်က သင့်ကုမ္ပဏီအကြောင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးမှုစတင်လိမ့်မည်ဖြစ်သည်။ အကယ်၍ သင်သည် နှစ်သက်မြတ်နိုးရန် တစ်စုံတစ်ရာကို သူတို့အားပေးခဲ့လျှင် သင်သည် ထိုအချက်ပေါ်တွင် တည်ဆောက်နိုင်သည်။

သင့်ကုန်ပစ္စည်းထိုက်တန်မှုအကြောင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးကြသော အခါ သင်သည် တစ်ဆင့်စကားကို ပိုမိုကြားရလိမ့်မည်။ သင့်ကုန်ပစ္စည်းကို လူအများပြောဆိုအောင် သင်ပြုလုပ်လေလေ ယင်းအချက်က ဆွေးနွေးပြောဆိုမှုဆီသို့ ပိုမိုတွန်းပို့ပေးလေလေဖြစ်သည်။ ထူးကဲသော တစ်စုံတစ်ရာကြောင့် လူတွေရရှိသော အထူးနှစ်သက်ကျေနပ်မှုက နှေးကွေးသော ထောက်ခံသူမှ တက်ကြွသော ထောက်ခံမှုထံသို့ ရွှေ့ပြောင်းပေးမည်ဖြစ်သည်။

လူတွေကို တစ်စုံတစ်ရာပြောဆို ဆွေးနွေးခွင့်ပေးခြင်းသည် သင့်ကုန်ပစ္စည်းများ၊ ဝန်ဆောင်မှုများနှင့် ကုမ္ပဏီကို သင်ဘယ်လောက် ကိုယ်စားပြုခြင်းနှင့်အတူ ဖန်တီးနိုင်သည်။ သင့်လုပ်ငန်းတွင် နိစ္စရူဝရှိနေခြင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးရန် အကြောင်းရင်းတစ်ခုကို မပံ့ပိုးနိုင်ချေ။ သင့်အနေဖြင့်အကြောင်း အရာသစ်တွေ ထည့်သွင်း ထိန်းသိမ်းထားရမည်ဖြစ်သည်။

သင့်စီးပွားရေးလုပ်ငန်းမှာ ထူးထူးခြားခြား တစ်စုံတစ်ရာ ဖြစ်ပျက်ခြင်း မရှိလျှင် သင့်အကြောင်း ပြောဆိုရန် တစ်ဦးတစ်ယောက်အတွက် အကြောင်းရင် မရှိချေ။ တစ်စုံတစ်ရာကို ရှာဖွေပါ။ ပရိုမိုးရှင်းပြုလုပ်ပါ။ အစီရင်ခံစာ

ထုတ်ပြန်ပါ။ ရောင်းချမှုပြုလုပ်ပါ။ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအသစ်
တစ်စုံတစ်ရာထားရှိပါ။

သင်၏ ကုန်ပစ္စည်းက ပြောဆိုဆွေးနွေးဖို့ မည်သည့်အချက်နှင့်
ထိုက်တန်ပါသနည်း။

အကြောင်းရင်း(၂) ကျွန်ုပ်ကို (me)

ကျွန်ုပ်အကြောင်း ကောင်းကောင်း ပြောဆိုကြသည်။

တစ်ဆင့်စကားသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ သို့မဟုတ်
ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းအသွင်အပြင် လက္ခဏာများထက်စာလျှင် စိတ်ခံစားမှုဆီသို့
မကြာခဏ ရောက်ရှိလာသည်။

စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဆောင်ရွက်နေသောအကြောင်းထက်စာလျှင်
တစ်ဦးချင်းအနေဖြင့် ကျွန်ုပ်တို့အကြောင်း ပိုမိုခံစားခြင်းဖြင့် မျှဝေရန်
ကျွန်ုပ်တို့လိုလားကြသည်။

ပြောဆိုဆွေးနွေးရန် ကျွန်ုပ်တို့အား မောင်းနှင်ပေးသော
စိတ်ခံစားမှုများသည် ရှုပ်ထွေးမှုမရှိချေ။

ကျွန်ုပ်တို့သည် စမတ်ဖြစ်သည်ကို ကြည့်ချင်ကြသည်။

လူအတော်များများသည် သူတို့ နှစ်သက်ရာ အကြောင်းအရာပေါ်တွင်
ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်ကြသည်။ ဘာဝယ်ရမလဲဟု လူတွေကို
ကျွန်တော်တို့ပြောပြသောအခါ ကျွန်တော်တို့သည် ကျွန်တော်တို့ သိသည်ကို
ပြသခြင်းဖြစ်သည်။ လူတစ်ချို့က ဤအချက်ကို
အမှန်တကယ်ကောင်းကောင်းပြုလုပ်ကြသည်။ ထို့ပြင် လူတိုင်းသည်
အကြံဉာဏ်အတွက် သူတို့ထဲသွားကြသည်။ ကျွန်တော်တို့သည်

ဝယ်ယူမှုပြုလုပ်သောအခါ ယင်းပုဂ္ဂိုလ်များကို ကျွန်တော်က ပြောပြချင်သည်။ သူတို့က သူတို့ ဘာထင်မြင်သလဲဆိုတာ ကျွန်တော်တို့အား ပြောပြချင်ကြသည်။

Blogs နှင့် Online အဖွဲ့အစည်းများနှင့် အဆင့်အတန်းအသစ်တစ်ခုဆီသို့ သွားပါ။ သူတို့ဖော်ပြပြီး မ ဝေနိုင်သောနေရာတွင် Web Pages များကိုလူတွေက တင်ပြကြသည်။ ယင်းသည် ချစ်ခင်နှစ်သက်မှု၏ လုပ်အားဖြစ်လာသည်။ Messenger Boards များပေါ်တွင် အဆိုပါပုဂ္ဂိုလ်များကို သင်တွေ့မြင်နိုင်သည်။ ပြောင်းလဲမှုကို ပြင်းပြင်းထန်ထန်ဆန့်ကျင်သော လုပ်အားပေးပုဂ္ဂိုလ်များသည် လူတိုင်း၏ မေးခွန်းများကို ဖြေဆိုကြသည်။ သူတို့သည် လူတိုင်းအတွက် ကျွမ်းကျင်သူအနေဖြင့် ရှိနေသည်။

အဆိုပါ ပုဂ္ဂိုလ်တွေ ပိုမိုစမတ်ဖြစ်လာအောင် ကူညီပေးပါ။ သူတို့ကို သတင်းလွှာများ၊ ကုမ္ပဏီအတွင်းရှိ သတင်းအချက်အလက်များ၊ နည်းပညာဆိုင်ရာ အသေးစိတ်အချက်များပေးပါ။ ပိုများများပေးလေ ပိုကောင်းလေဖြစ်သည်။ သူတို့သည် ယင်းအတွက် သင့်ကို နှစ်သက်လာလိမ့်မည်။

တခြားလူတွေကို ကျွန်တော်တို့ ကူညီချင်ကြသည်။

စမတ်ကျလိုသော လိုအင်ဆန္ဒသည် ပိုမိုမြင့်မားသော အဆင့်ရှိသည့်လုပ်ချင်ကိုင်ချင်စိတ်ရှိသော စိတ်ဓာတ်မြှင့်တင်ခြင်းနှင့် တွဲပါလေ့ရှိသည်။ ဤသည်မှာ တခြားလူတွေကို ကူညီရန်ဖြစ်သည်။ တစ်ချို့လူတွေက သူတို့သိသောအရာနှင့်ပတ်သက်၍ စိတ်ဇောအာရုံပြင်းထန်ကြသည်။ သူတို့ပျော်ရွှင်သလို တစ်ခြားသူတွေကို ပျော်ရွှင်စေချင်ကြသည်။

Macintosh အုပ်စုနှင့်တွေ့ဖူးပါသလား။ Mac အသုံးပြုသူတစ်ဦးဦး သည်အမှတ်တံဆိပ်နှင့်စိတ်ခံစားမှုပြင်းပြစွာနှင့် ချိတ်ဆက်ပေးသည်။ လူတိုင်းကို

ယင်းအမှတ်တံဆိပ် အသုံးပြုစေချင်ကြသည်။ လူတိုင်း၏ ဘဝကို ပိုမိုလွယ်ကူအောင် Mac က ပြုလုပ်ပေးလိမ့်မည်ဟု သူတို့ ယုံကြည်ထားကြသည်။ ကမ္ဘာပေါ်မှာ ငြိမ်းချမ်းမှုကိုရရှိစေကောင်း ရရှိစေမည်ဟုလည်း ယုံကြည်ထားကြသည်။

သူတို့ကို နမူနာတွေ မျှဝေပေးလိုက်ပါ။ လက်ကမ်းစာစောင်တွေ ဖြန့်ဝေပေးလိုက်ပါ။ Messages တွေဆက်လက်ပေးလိုက်ပါ။ ဤသည်မှာ တခြား လူတွေကို ကူညီခြင်းပင် ဖြစ်တော့သည်။

အရေးပါသည်ဟု ကျွန်တော်တို့ ခံစားချင်ကြသည်။

သူတို့သည် အမေးခံချင်သောကြောင့် တချို့လူတွေက ပြောဆိုကြသည်။ သူတို့သည် ကျွမ်းကျင်ပညာရှင်ဖြစ်ချင်ကြသည်။ လူတွေက သူတို့၏ အကြံဉာဏ်အတွက် ပိုမေးလေလေ သူတို့က ပိုမိုအရေးပါသည်ဟု ခံစားမိလေလေဖြစ်သည်။ ယင်းသည် သြဇာအာဏာအထင်ကရပျံ့နှံ့လ်ဖြစ်ဖို့ ကောင်းသည်ဟု ခံစားမိစေသည်။

ယင်းဖောက်သည်များကို မှတ်မိအောင် နည်းလမ်းတွေရှာဖွေပြီး သူတို့ကို အသိအမှတ်ပြုခြင်းဖြင့် ပိုမိုမြင့်မားသော အဆင့်အတန်းကို သူတို့ကို ရိုးရှင်းစွာပေးပါ။ သူတို့နှင့်ခင်မင်စွာ ဆက်သွယ်ပြီး သူတို့၏ သွင်းအားစုတွေကို မေးမြန်းပါ။

ယင်းဖောက်သည်များက သင်နှင့်သင့်ကျန်ပစ္စည်းများအကြောင်း ဆွေးနွေးပြောဆိုကြမည်ဖြစ်သည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် သူတို့၏ အရေးပါမှုနှင့် ကျွမ်းကျင်မှုကို ပြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။ သူတို့သည် အတွင်းစက်ဝိုင်းတွင် ရှိသကဲ့သို့ ခံစားမိကြသောကြောင့်ဖြစ်သည်။

သူတို့အား အရေးပါသည်ဟု ခံစားမိစေသော အရာများကိုပေးပါ။

ယင်းတို့မှာ အထူးအဆင့်အတန်း၊ ကိုယ်ပိုင်ဈေးဝယ်ထွက်သော အချိန်နာရီများ သို့မဟုတ် အဆင့်မြင့်သတင်းများဖြစ်သည်။

အကြောင်းရင်း(၃) ကျွန်ုပ်တို့ကို

US အုပ်စုနှင့်ဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်ထားသည်ဟု ကျွန်တော်တို့ ခံစားမိကြသည်။

အုပ်စုတစ်စု၏ အဖွဲ့ဝင်တစ်ဦးဖြစ်ရန်ဆန္ဒသည် ပါဝါအရှိဆုံး လူသား စိတ်ခံစားမှုတစ်ခုဖြစ်သည်။

ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများအကြောင်း ပြောဆိုဆွေးနွေးခြင်းသည် ယင်း ဆက်နွယ်မှုကို ကျွန်တော်တို့ ရရှိသောနည်းလမ်း တစ်ခုဖြစ်သည်။ ကျွန်တော် တို့၏ ဂျင်းဘောင်းဘီများ၊ ကျွန်တော်တို့၏ ကားများ၊ ကျွန်တော်တို့ ဈေးဝယ် ထွက်ရာနေရာများနှင့် ကျွန်တော်တို့သောက်သော ဘီယာတို့သည် ကျွန်တော်တို့ ဘယ်သူလဲဆိုတာ ပြသသော နည်းလမ်းများဖြစ်သည်။

ဘုံသဘော စိတ်ဝင်စားမှုရှိသည့် အုပ်စုတစ်စုနှင့် စိတ်လှုပ်ရှားမှုကို ကျွန်တော်တို့မျှဝေခံစားသောအခါ ကျွန်တော်တို့သည် စိတ်ခံစားမှုအားဖြင့် ချီးမြှင့်ခြင်းခံရသည်။ ကျွန်တော်တို့ နှစ်သက်သော တူညီသည့် အသင်းအဖွဲ့များ သို့မဟုတ် တေးဂီတအဖွဲ့များကို နှစ်သက်သော လူများနှင့် နှင်ကြိုးဖွဲ့ခြင်းကို ကျွန်တော်တို့ မျှဝေလိုကြသည်။ တူညီသော ကားများနှင့် အဝတ်အထည်များကို နှစ်သက်သော လူများနှင့်တူညီသော ဆက်သွယ်မှုကို ကျွန်တော်တို့ ခံစား မိကြသည်။ စိတ်အားထက်သန်သူများရှိရာ အုပ်စုတစ်စုတွင် ဖြစ်ပေါ်လာသော စိတ်ဇောသည် တစ်ဆင့်စကားအဖြစ်သို့ လွယ်လင့်တကူ အသွင်ပြောင်းသွား သည်။

တိကျသော အမှတ်တံဆိပ်များအပေါ်တွင် တညီတညွတ်တည်းတည် ရှိသော အုပ်စုများ၏ အဖွဲ့ဝင်များ (ဥပမာ Harley-Davidson စီးသူများ၊ Macintosh

အသုံးပြုသူများနှင့် Nikon ပိုင်ရှင်များ)သည် ကုမ္ပဏီများ၏ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများကို အများဆုံး ပြောချင်ကြသည်။

ယင်းပြောချင်စိတ်ရှိသော စိတ်ဓာတ်မြှင့်တင်ပေးခြင်းနှင့် အလုပ်လုပ်ခြင်း သည် အုပ်စုကို အသိအမှတ်ပြု မှတ်မိခြင်းပင်ဖြစ်သည်။ တီရှပ်တွေ၊ စတစ်ကာ တွေ သို့မဟုတ် ယာယီတက်တူးထိုးခြင်းများ အကျုံးဝင်သည်။ ယင်းသည် လူတွေကို အတူတကွ ခေါ်ဆောင်နိုင်သည်။ အခမ်းအနားများ ကျင်းပနိုင်သည်။

သင့်အနေဖြင့် ယင်းပုဂ္ဂိုလ်များကို မိသားစုအဖွဲ့ဝင်ကဲ့သို့ အထူးခံစားမိ လာအောင် ပြုလုပ်ပေးရမည်ဖြစ်သည်။

သင့်အကြောင်းလူတွေက ပြောသောအကြောင်းရင်းသုံးချက်		
You (သင်)	Me (ကျွန်ုပ်ကို)	US (ကျွန်ုပ်တို့အား)
ယင်းသည်ပစ္စည်းအကြောင်းဖြစ်သည်။ ဈေးကွက်ရှာဖွေသူနှင့် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများ	ယင်းသည် ပြောဆိုသူအကြောင်းဖြစ်သည်။ သူတို့ကို ကောင်းကောင်းခံစားအောင်ပြုလုပ် ပေးသည်။	ယင်းသည် အုပ်စုအကြောင်းဖြစ်သည်။ ခံစားချက်ဆက်စပ်ခဲ့မှုဖြစ်သည်။
• သူတို့က သင့်ကို နှစ်သက်သည်။ (သင့်ပစ္စည်းကိုလည်း နှစ်သက်သည်။) • သူတို့က သင့်ကိုမုန်းသည်။ • ဆွေးနွေးပြောဆိုစရာ တစ်စုံတစ်ရာကို သင်ကသူတို့အားပေးပီးဖြစ်သည်။ • သင့်အကြောင်း ပြောဆိုရန်သူတို့အတွက် လွယ်ကူအောင်သင်ပြ၊ လုပ်ထားပြီးဖြစ်သည်။	• သူတို့က စမတ်ဖြစ်သည်ဟု ခံစားကြသည်။ • သူတို့က အရေးကြီးသည်ဟု ခံစားကြသည်။ • သူတို့က လူတွေကို ကူညီချင်ကြသည်။ • သူတို့ကိုယ်တိုင် ဖော်ပြ ပြောဆိုချင်ကြသည်။	• သူတို့သည် အမှတ်တံဆိပ်မီသားစု၏ အစိတ်အပိုင်းဖြစ်သည်။ • သူတို့သည် လူအဖွဲ့အစည်း တစ်ခုတွင် ပါဝင်ကြသည်။ • သူတို့သည် အသင်းအဖွဲ့ဝင်များဖြစ်ကြသည်။ • သူတို့သည် အတွင်းမှ ပုဂ္ဂိုလ်များဖြစ်ကြသည်။

ဆုလာဘ်များ

ချစ်ခြင်းမေတ္တာနှင့်ငွေကြေးကို ပေါင်းစပ်ခြင်းသည် များသောအားဖြင့် ညံ့ဖျင်းသော အိုင်ဒီယာတစ်ခုဖြစ်သည်။

သင့်အကြောင်း စကားပြန်ရန် ဖောက်သည်များအား မက်လုံးပေးမှုများ ပေးစွမ်းခြင်းသည် မကြာခဏဆိုသလို မှားတတ်သည်။ အချို့အရာများသည် ရောင်းချသင့်သော အရာများမဟုတ်ချေ။ ယင်းတို့သည်ကား မိတ်ဆွေဖြစ်မှု၊ ဦးစားပေးအရာများနှင့် သင့်ထောက်ခံချက်များ။

လူတွေက တစ်ဆင့်စကားနှင့် ဆက်သွယ်နေကြသည်။ အကြောင်းမူကား သူတို့က သင့်ကိုနှစ်သက်သည် သို့မဟုတ် တစ်ဆင့်စကားက သူတို့အား အကောင်းဟု ခံစားမိစေသည်။

ရှင်းရှင်းလင်းလင်းဆိုရသော် မက်လုံးများနှင့် ဆုချီးမြှင့်ခြင်းများသည် ကျင့်ဝတ်နှင့်မဆိုင်ဟု ကျွန်တော်က ပြောနေသည် မဟုတ်ချေ။ ကျွန်တော် ဆိုလိုသည်က ယင်းတို့သည် များသောအားဖြင့် ညံ့ဖျင်းသော အိုင်ဒီယာတစ်ခု ဖြစ်သည်။ ယင်းသည် သင်၏ တစ်ဆင့်စကားကို အမှန်တကယ် လျှော့ချ နိုင်သည်။

ပါဝါရှိသော စိတ်ခံစားမှုတွေက တစ်ဆင့်စကားကို ဖန်တီးပေးသည့် အိုင်ဒီယာတွေကို သင်စဉ်းစားတွေးတောသောအခါ ယင်းအိုင်ဒီယာများသည် မြားမြောင်ပြီးထူးခြားလှသည်။ တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းတွင်းရှိသော အရာရာ တိုင်းသည် ယင်းသို့ပင်ဖြစ်သည်။

သို့ရာတွင် ယင်းထူးခြားသော အိုင်ဒီယာများသည် သမားရိုးကျမားကက် တင်းက ကျွန်တော်တို့အား သင်ကြားထားသောအရာများနှင့် ဆန့်ကျင်ဘက်ဆီသို့

လှည့်သွားကြသည်။ မိတ်ဆွေမှ မိတ်ဆွေသို့ ဆက်ဆံရေးသည် အရောင်းသမားမှ အလားအလာရှိသော ဖောက်သည်ဆီသို့ အပေးအယူလုပ်ခြင်းသို့ လှည့်သွားသည်။ ဆုလာဘ်များအတွက် အလုပ်လုပ်ကြသောအခါ မိတ်ဆွေ ကောင်းများနှင့် မိသားစုအဖွဲ့ဝင်များသည် ယုံကြည်မှု ပိုနည်းလာကြသည်။

မူလအစ MCI မိတ်ဆွေများနှင့် မိသားစုပရိမိုးရှင်းကို သင်သတိရ ပါသလား။ ယင်းသည် နှစ်ဦးနှစ်ဖက်အပြန်အလှန် အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုပင် ဖြစ်သည်။ သင်က သင့်သူငယ်ချင်းကို ယင်းပရိဂရမ်အကြောင်းပြောပြမည်။ သင်တို့နှစ်ဦးစလုံး အညီအမျှ အကျိုးဖြစ်ထွန်းမှုရရှိကြသည်။ လူတိုင်းက ယင်းပရိဂရမ်ကို ကောင်းသည်ဟု ခံစားကြသည်။ ယင်းသည် တစ်ဦးတစ်ယောက်က ငွေရှာခြင်းမဟုတ်ဘဲ စုဆောင်းထားမှုများကို မျှဝေခြင်းသာဖြစ်သည်။ ယင်းသည် သမိုင်းတွင်တစ်ဆင့်စကား အများဆုံးပြောဆိုခြင်းခံရသည့် ပရိဂရမ်တစ်ခု ဖြစ်နေဆဲပင်။

ထိတွေ့မှုလွန်ကဲခြင်း

သင့်အနေဖြင့် ဘာကြောင့် လူတွေစကားပြောဆိုနေကြသည်ကို နားလည် သောအခါ ထပ်မံရရှိသော သင်ခန်းစာမှာ ရှင်းရှင်းလေးပင်ဖြစ်သည်။ ယင်းသည်ကား ထိတွေ့မှုလွန်ကဲခြင်းသည် တစ်ဆင့်စကားကို သတ်ပစ်ခြင်း ပင်ဖြစ်သည်။

လူတိုင်းက တစ်စုံတစ်ရာကို သိသောအခါ ဘယ်သူမှ ယင်းအကြောင်းကို ပြောပြရန်မလိုချေ။ Sony Walkmans ပစ္စည်းအသစ်အဆန်းအနေဖြင့် ဈေးကွက်ထဲ စတင်ရောက်ရှိစဉ်က လူတိုင်းနှုတ်ဖျားတွင် ယင်းနာမည်ကို ပြောဆိုနေကြသည်။ နှစ် (၂၀)ကြာပြီးသောအခါ ယင်းအကြောင်းကို အမှတ် မရကြတော့ချေ။

လူတွေသင့်အကြောင်းဘာကြောင့်ပြောသလဲဆိုတာမေ့သွားခြင်း

Krispy Kreme အကြောင်းကို တစ်ဆင့်စကားဖြင့် ပြောဆိုနေကြသည် သည့်နောက် ထိတွေ့မှုလွန်ကဲခြင်းနှင့်အတူ လူတွေ သူ့အကြောင်းပြောဆိုခြင်း ရပ်သွားတော့သည်။ သင်သည် Krispy Kreme ရှိသည့်မြို့တွင် နေထိုင်ခဲ့လျှင် ယင်းသည် အဖြစ်အပျက်တစ်ခု၊ တိုးရစ်တွေလာကြည့်သည့်နေရာပင်ဖြစ်သွား နိုင်သည်။ ဓာတ်ငွေ့ထည့်သည့်ဆိုင်တွင် ဝယ်နိုင်သည့် အစားအစာနှင့် ပတ်သက်၍ ဘယ်သူမှ သူတို့သူငယ်ချင်းများကို မပြောပြကြချေ။

တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်း၏ Five Ts (T ငါးလုံး)

တစ်ခါတစ်ရံတွင် ကြီးကျယ်သော တစ်ဆင့်စကားသည် မတော်တဆဖြစ် သွားတတ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် ယင်းသည် ကောင်းစွာအစီအစဉ်ဆွဲထားသော လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုဖြစ်သည်။ ရူးသွပ်ခြင်း စကားလုံးကဲ့သို့ ပျံ့နှံ့သွားရန်၊ တစ်ဆင့်စကားအတွက် နေရာယူရန် လိုအပ်သော အခြေခံအချက် ငါးချက် ရှိသည်။

ယင်းအခြေခံအချက် ငါးချက်ကို T ငါးလုံး (5 Ts) ဟုခေါ်သည်။ ယင်းတို့မှာ Talkers (ပြောသူများ)၊ Topics (အကြောင်းအရာများ)၊ Tools (ကိရိယာများ)၊ Taking Part (ပါဝင်ဆင်နွှဲခြင်း) နှင့် Tracking (ခြေရာခံခြင်း) တို့ဖြစ်သည်။

(၁) Talkers (ပြောသူများ)။

သင့်အကြောင်း သူတို့မိတ်ဆွေတွေကို ဘယ်သူပြောမလဲ။

(၂) Topics (အကြောင်းအရာများ)

သူတို့ဘာအကြောင်း ဆွေးနွေးပြောဆိုမလဲ။

(၃) Tools (ကိရိယာများ)

Message တွေ ပို့ဆောင်ဖို့ သင်ဘယ်လိုကူညီနိုင်သလဲ။

(၄) Taking Part (ပါဝင်ဆင်နွှဲခြင်း)

စကားပြောခြင်းမှာ သင်ဘယ်လို ပါဝင်သင့်သလဲ။

(၅) Tracking (ခြေရာခံခြင်း)

သင့်အကြောင်းလူတွေ ဘာပြောဆိုနေသလဲ။

ကြီးကျယ်သော တစ်ဆင့်စကား အောင်မြင်မှုပေါင်းများစွာကို ကျွန်တော်လေ့လာခဲ့သည်။ တစ်ဆင့်စကားတစ်ခုစီမှာ 5 Ts ရှိသည်။ ကြီးမားသော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဖြစ်စေ၊ သေးငယ်သော စီးပွားရေးလုပ်ငန်းဖြစ်စေ၊ Silicon valley ၏ အံ့ဩဖွယ်ပင်ဖြစ်စေ လုပ်ငန်းမှ လုပ်ငန်းသို့ ထုတ်လုပ်သူဖြစ်စေ၊ တစ်နိုင်ငံလုံး ချိတ်ဆက်မှုများပင်ဖြစ်စေ သို့မဟုတ် တစ်ခုတည်းသော စားသောက်ဆိုင်ပင်ဖြစ်စေ တစ်ဆင့်စကားတစ်ခုစီရှိသည်။

တစ်ဆင့်စကားလှုပ်ရှားမှုကို သင်စတင်သည့် တစ်ကြိမ်စီတွင် ယင်းအဆင့်ငါးဆင့်မှ တစ်ဆင့်သွားရန် မိနစ်အနည်းငယ်ကြာသည်။ သင်ရောင်းချနေသည်နှင့် သူတို့ဘယ်လို လိုက်ဖက်သလဲဆိုတာ တွက်ချက်တတ်ဖို့လိုသည်။ လုပ်ငန်းစဉ်သည် သင်တွေ့ထင်ထားတာထက် ပိုမိုရိုးစင်းသည်။ ထို့ပြင် ယင်းသည် ထိရောက်အကျိုးရှိသော တစ်ဆင့်စကားမားကက်တင်းကို သင်ဖန်တီးမည်ကို အာမခံလိမ့်မည်ဖြစ်သည်။

(၁) Talkers (သင့်အကြောင်းပြောမည့် လူတွေကိုရှာဖွေပါ။)

သင့် Message ကိုလက်ဆင့်ကမ်းရန် ဆက်သွယ်မှုပြုခြင်းနှင့်စိတ်အားထက်သန်မှု ရှိသော လုပ်အုပ်စုတစ်ခုသည် ပြောဆိုသူများ (Talkers) ပင်ဖြစ်သည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် သူတို့သည် လွှမ်းမိုးသြဇာရှိသူများ (Influencers) သို့မဟုတ်

ဟောချင်ပြောချင်လွန်းသူများဖြစ်ကြသည်။

Talkers များသည် ပုံမှန်ပုဂ္ဂိုလ်များဖြစ်ကြသည်။ သူတို့သည် သင့်ဖောက်သည်များ၊ သင့်ဆရာဝန်၊ သင့်အိမ်နီးနားချင်းများနှင့်သင့်မိတ်ဆွေများဖြစ်ကြသည်။

တစ်ခါတစ်ရံတွင် သူတို့သည် စိတ်အားထက်သန်မှုနှင့် ပြည့်လျှံသောဖောက်သည် အသစ်များဖြစ်ကြသည်။ တစ်ခါတစ်ရံတွင် သူတို့သည် သင့် message ကိုပျံ့နှံ့သွားရန် လုပ်အားပေးသောတစ်ဖက်စွန်းရောက်သည့် ဝါသနာအိုးများဖြစ်ကြသည်။ သူတို့သည်ပုံစံတကျရှိသော တစ်ဆင့်စကားပရိဂရမ်၏ အစိတ်အပိုင်းဖြစ်နိုင်သည် သို့မဟုတ် သူတို့သည် သင့်အကြောင်း အရာကို ဖုံးအုပ်ရန်ဖြစ်ပျက်သော bloggers ဖြစ်နိုင်သည်။

ကျွန်တော်တို့အားလုံးသည် အချို့ Talkers ကို သိရှိကြသည်။ ခရီးသွားဖို့ လူတိုင်းကအကြံပေးရသော အိမ်နီးနားချင်းရှိသည်။ ဤမြို့တွင် ဆရာဝန်တိုင်းကိုသိသော မိတ်ဆွေရှိသည်။ အကောင်းဆုံး ပျော်ရွှင်ရမည့် အချိန်ကာလို့ အစဉ်အမြဲသိသော လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်ရှိသည်။ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတိုင်းတွင် Talker အချို့ရှိသည်။ ပြီးတော့ သင်သည် တစ်စုံတစ်ရာအတွက် ပြောဆိုသူ (Talker) ဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သည်။ (လူတွေက သင့်ကို ဘာအကြောင်း မေးမြန်းပါသလဲ)

Talkers တွေက ပြောဆိုကြသည်။ အဘယ်ကြောင့်ဆိုသော် သူတို့သည် ကြီးမားသော အိုင်ဒီယာတွေကို ကူညီချင်ကြသည်။ ပြီးတော့ သူတို့မိတ်ဆွေတွေကို ကူညီချင်ကြသည်။ သူတို့ကိုပြောခွင့် တစ်စုံတစ်ရာပေးလျှင် သူတို့က သင့်ကိုနှစ်သက်လျှင် သူတို့သင့်အကြောင်းပြောဆိုကြလိမ့်မည်။

Talkers များကို လမ်းကြောင်းသတ်မှတ်ဖော်ဆောင်သူများ၊ ထင်ရှားကျော်ကြားသူများ သို့မဟုတ် ဂျနယ်လစ်များနှင့် မရောထွေးပါနှင့်။

သင့်အကြောင်း ပြောမည့် လူများသည် သင်တွေးထင်ထားတာထက်ပို၍ နီးနီးကပ်ကပ်ရှိသည်။ သင်၏ အကောင်းဆုံး Talker များသည် သင်နေ့တိုင်း အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်သော ဖောက်သည်များဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သည်။

ရော့ခ်တေးဂီတအဖွဲ့ဝါသနာအိုးတွေအကြောင်း စဉ်းစားတွေးတောကြည့်ပါ။ သူတို့သည် သူတို့နှစ်သက်သော တေးဂီတအဖွဲ့ကို မြှင့်တင်ပေးရန်နှင့် အထောက်အကူပြုရန် ဒေါ်လာရာပေါင်းများစွာသုံးစွဲကြသည်။ သူတို့သည် သူတို့ မိတ်ဆွေများကိုလည်း သူတို့ကဲ့သို့ပြုမူရန် တိုက်တွန်းကြသည်။ သူတို့သည် စကားလုံးကို ပျံ့နှံ့စေချင်ကြသည်။ ယင်းကိုပြုလုပ်ရန် (တေးဂီတအခွေဝယ်ယူမှုများ၊ ကဇာတ်ရုံလက်မှတ်ဝယ်ယူသူများ၊ တီရှပ်များနှင့်ပိုစတာများ) မှတစ်ဆင့်ငွေပေးချင် ကြသည်။

Talkers များ၏ မှန်ကန်သော အုပ်စုကို သင်သတ်မှတ်လိုက်သည်နှင့် သင်၏ နောက်ထပ် စိန်ခေါ်မှုသည် သူတို့ ပါဝင်စိတ်ဝင်စားစွာပြောဆိုလိုသော အကြောင်းအရာတစ်ခုကို သူတို့အားပေးရန်ဖြစ်သည်။

(၂) Topics (အကြောင်းအရာများ)
(ပြောဆိုလိုသောအကြောင်းအရင်းတစ်ခုကို လူတွေအားပေးပါ)

တစ်ဆင့်စကားအားလုံးသည် ပျံ့နှံ့မည့် message တစ်ခုဖန်တီးခြင်းနှင့် အတူ စတင်သည်။ ထူးခြားဆန်းကြယ်ရန် မလိုအပ်ချေ။ အထူးရောင်းချမှု၊ အမှတ်ရဖွယ်ကောင်းသော ကောင်းမွန်သည့်ဝန်ဆောင်မှု၊ ပြိုင်ဘက်ကင်းသော အနံ့အရသာ၊ ပျော်ရွှင်ဝမ်းမြောက်ဖွယ်အမည် သို့မဟုတ် ကောင်းမွန်သော အထုပ်တစ်ထုပ်သည် ယင်းကရယူသော အရာအားလုံးဖြစ်နိုင်သည်။ message ၏ တိကျမှုများက အကြောင်းမဟုတ်ချေ။

ကောင်းမွန်သော အကြောင်းအရာများသည် တစ်ဦးတစ်ယောက်က ထပ်ခါထပ်ခါ အောင်မြင်စွာပြောဆိုနိုင်သော ပေါ့ပါးပြီး ရှင်းလင်းသော

အိုင်ဒီယာများဖြစ်ကြသည်။

Commerce Bank သည်အလွန် နှစ်သက်ဖွယ်ကောင်းပြီး အကူအညီပေးသော ဘဏ်ဖြစ်သည်။ ယင်းဘဏ်၏ ဆောင်ပုဒ်မှာ “အမေရိကန်၏ အဆင်အပြေဆုံးဘဏ်” ဖြစ်သည်။ ယင်းဘဏ်နှင့် ပတ်သက်၍ လူပြောသူပြောအများဆုံး အကြောင်းအရာ ဖြစ်သည့် တစ်ဆင့်စကားကတော့ Free Chnge Counting Machine အား Lobby တွင်ထားရှိခြင်း ဖြစ်ပြီး ယင်းစက်ကို Penny Arcade ဟုအမည်ပေးထားသည်။ လူတိုင်းက ယင်း ဘဏ်အကြောင်းကိုပြောဆိုနေကြသည်။ ယင်းဘဏ်၏ Customer မဟုတ်သူများ ပင်လျှင် Bill များကို Change ကြသည်။

လူတွေက ရိုးစင်းသောအရာကို အံ့သြဖွယ်ရာမျှဝေကြသည်။ သင့်မိတ်ဆွေတွေက သင့်ထံ ဘာပို့သလဲ။ ရယ်မောစရာဟာသတွေ၊ ဗီဒီယိုတွေ ကူပွန်တွေပို့ကြသည်။

သင်ပြောဆိုရမည့်လူတွေကို စိတ်ဓာတ်မြှင့်တင်ဖို့ စိတ်ဝင်စားဖွယ်ရာ အကြောင်းအရာကို တွေ့ရှိသည်နှင့် သင်၏ နောက်ထပ်စိန်ခေါ်မှုမှာ သူတို့အား စကားပြောဆိုရာတွင် အားပေးကူညီသမှု ကိရိယာများ ပေးရန်ပင်ဖြစ်သည်။

(၃) ကိရိယာများ (Tools) (သတင်းစကားကိုပို၍ မြန်ဆန်စွာနှင့်ဝေးရာသို့ပျံ့နှံ့ရေး အကူအညီပေးပါ)

အကောင်းဆုံးအကြောင်းအရာများပင်လျှင် ပျံ့နှံ့ရန် အနည်းငယ်သော အကူအညီလိုအပ်သည်။ သတင်းစကားတွေ ရောက်ရှိသွားဖို့ ကူညီရန် အခြေခံအဆောက် အအုံများကို တစ်ဆင့်စကားဖြင့် မားကက်တင်းပြုလုပ်သူများက ပံ့ပိုးကူညီသောအခါ သူတို့သည် သူတို့၏ အကြီးမားဆုံးအရာထင်မှုကို ပြုလုပ်ကြသည်။ မားကက်တင်းနည်းလမ်းတစ်ခုအနေဖြင့် တစ်ဆင့်စကား၏ မကြာသေးမီက တိုးတက်မှုသည် စကားပြောဆိုမှုများကို အထောက်အကူပြုသော

ကျွန်တော်တို့တွင်ရှိသော ကိရိယာများ၏ တိုးတက်မှုအရ ဖြစ်လာခြင်းပင်ဖြစ်သည်။

သင့်သတင်းစကားတွေ (message) ပိုမိုလျှင်မြန်စွာနှင့်ဝေးဝေးသို့ ရောက်ရှိရေး ကူညီသော ကိရိယာများကို ပံ့ပိုးပေးပါ။ Easy-to-forward email နှင့် tell-a-friend button တို့သည် သင့်ဝက်ဘ်ဆိုက်ပေါ်ရှိ order page တွင် ရှိရာ ယင်းတို့သည် မယုံကြည်နိုင်လောက်အောင် ရိုးစင်းပြီး ပါဝါရှိသော အွန်လိုင်း (on line) ဥပမာနှစ်ခု ဖြစ်သည်။

Kiehl's အလှကုန်စတိုးဆိုင်များသည် ယင်းတို့၏ အခမဲ့နမူနာများ (Free Samples) အတွက် ထင်ရှားလှသည်။ သူတို့သည် သင့်ကိုတစ်ခုထက်ပို၍ အစဉ်အမြဲ ပေးလေ့ရှိသည်။ သည့်အတွက်ကြောင့် သင့်အနေဖြင့် သင့်သူငယ်ချင်းတစ်ဦးကို တစ်စုံတစ်ရာမျှဝေပေးနိုင်သည်။

အထူးအရောင်း သို့မဟုတ် ပြိုင်ဘက်ကင်းသော အနှိုင်းမဲ့ ကုန်ပစ္စည်းသည် ပြောဆိုရန်ထိုက်တန်သည်။ သင့်အနေဖြင့် ယင်းကို easy-to-forward email (ကိရိယာ) တွင် ပေါင်းစပ်လိုက်သောအခါ ယင်းတွင် ကျွမ်းကျင်ပိုင်နိုင်သော မားကက်တင်း ပါဝါရှိလာသည်။ Blog တစ်ခုသည် ကုမ္ပဏီတစ်ခုအတွက် မျှဝေခံစားရန် ဇာတ်လမ်းတိုက်ရိုက်ပေးနိုင်၊ ပြောဆိုနိုင်အောင် စွမ်းဆောင်ပေးသည်။ အွန်လိုင်းအသိုက်အမြိုသည် နေအိမ်တစ်ခုနှင့်အာရုံစိုက်စရာတစ်ခုကို ဖန်တီးပေးသည်။ ပုံစံတကျဟောချင်း၊ ပြောချင်သော ပရိဂရမ်များသည် အပျော်အတမ်းဝါသနာအိုးများ ပြောဆိုခြင်းကို အထောက်အကူပြုပြီး အားပေးသည်။

သင့်အနေဖြင့် တစ်ဆင့်စကားကို အရှိန်ရရန် ကိရိယာများ သင်ဖန်တီးလိုက်သည်နှင့် သင်၏ နောက်ထပ်စိန်ခေါ်မှုသည် ယင်းစကားပြောဆိုမှုတွင် လျင်လျင်မြန်မြန် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုကို ထိန်းသိမ်းပေးရန်ဖြစ်သည်။

(၄) ပါဝင်ဆင်နွှဲခြင်း (Taking Part) (စကားပြောခန်းတွင် ပါဝင်ပါ)

တစ်ဆင့်စကားပြောဆိုခြင်းများဆီသို့ သင်တံခါးဖွင့်လိုက်နှင့်
ယင်းကိုထပ်မံ၍ ပိတ်ရန်နည်းလမ်းမရှိချေ။ သင့်အနေဖြင့် စစ်မှန်သော
ပုဂ္ဂိုလ်များထံရောက်ရှိပြီး သင့်အမှတ်တံဆိပ်(brand) အကြောင်း ပြောဆိုခြင်း
စတင်ဖို့သူတို့ကို အားပေးလိုက်သောအခါ သူတို့က သင့်ကို ပါဝင်ဆင်နွှဲဖို့
မျှော်လင့်ထားကြသည်။

လူတွေက သင့်အကြောင်းပြောဆိုသောအခါ သူတို့ကို အဖြေပေးပါ။
email messages များဖြင့်အကြောင်းပြန်ပါ။ သင့် Blog ပေါ်တွင် ထင်မြင်ချက်တွေကို
လက်ခံပါ။ Discussion board တွင် ပါဝင်ဆင်နွှဲပါ။ ဖုန်းဖြေဆိုပါ။
သင့်အကြောင်းရေးသော blogger များကို ကျေးဇူးစကားဆိုပါ။ အကယ်၍
မကျေနပ်ချက်များ အမှတ်မထင် တွေ့ကြုံရလျှင် ယင်းစကားပြောဆိုမှုသည်
အဘယ်ကြောင့် အနုတ်လက္ခဏာဆောင်ရသည်ကို စုံစမ်းပြီး ယင်းကို ဖြေရှင်းပါ။
အမှန်တရားကို ဖော်ထုတ်ပါ။ ကျေးဇူးတင်စကားပြောပါ။
ယခုကဲ့သို့မကျေနပ်ချက်ပြောဆိုခြင်းသည် ကောင်းမွန်ပါကြောင်း ပြောပါ။

သင့်အနေဖြင့် သင့်ဝန်ထမ်းတွေကို customer များ၏ ပြောဆိုမှုကို
နားထောင်ပြီး လေ့လာရန်တာဝန်ပေးဖို့လိုအပ်သည်။ သို့ရာတွင် တစ်ချိန်တည်းမှာ
သင်သည် သင့်ဖောက်သည်များ (customers)၏ လေးစားမှုနှင့် ထောက်ခံမှုကို
ရရှိလိမ့်မည်ဖြစ်ပြီး ပါဝါရှိသော ရေရှည်ဆက်ဆံရေးများကို တည်ဆောက်ခြင်း
ပြုနိုင်လိမ့်မည်။

သင့်အနေဖြင့် Dialog ၏ အစိတ်အပိုင်းတစ်ခုမှာ ပါဝင်နေလျှင် သင်၏
နောက်ထပ်စိန်ခေါ်မှုသည် စကားပြောဆိုမှုကို ခြေရာခံပြီး လူတွေပြောဆို
ဆွေးနွေးနေသောအကြောင်းအရာကို လေ့လာရန် ဖြစ်သည်။

(၅) ခြေရာခံခြင်း(Tracking) (လူတွေ

ဘာပြောဆိုနေသလဲဆိုတာတိုင်းတာကြည့်ပြီး နားလည်ပါ)

တစ်ဆင့်စကား ပြောဆိုခြင်းဆိုသည် ဘယ်လိုခရီးရောက်ပြီး စားသုံးသူတွေက ကျွန်တော်တို့အကြောင်း ဘာပြောဆိုနေသလဲဆိုတာ လိုက်ပါခြေရာခံဖို့ အံ့အားသင့်ဖွယ်ကောင်းသော ကိရိယာတွေက နားလည်မှုရှိရန် ကျွန်တော်တို့အား စွမ်းဆောင်ပေးသည်။

Blogs များနှင့်အွန်လိုင်းအသိုက်အမြိုများ၏ ပေါ်ပြူလာဖြစ်မှုကြောင့် လူများသည် အတွေးအခေါ်တွေကို ယခုရေးသားနေကြပြီး ယင်းတို့ကို အွန်လိုင်းပေါ်တွင် ထုတ်ဝေနေသည်။ (ဥပမာ - ကျွန်တော် အသားညှပ်ပေါင်မုန့်ကို စားခဲ့သည်။ အဲဒါက အရသာရှိလှသည်။ သင်ကော အသားညှပ်ပေါင်မုန့်တွေ ကြိုက်ပါသလား။ ကျွန်တော့် blog ပေါ်တွင် ထင်မြင်ချက်ပေးပါ)

သူတို့က ချရေးနေသောကြောင့် ယင်းစားသုံးသူမှ စားသုံးသူသို့ (consumer-to-consumer) ပြောဆိုမှုများသည် ရှာဖွေရန်နှင့်တိုင်းတာရန် လွယ်ကူလှသည်။ မားကက်တင်းဆောင်ရွက်နေသူများအတွက် အဓိကကျသော အသိပညာ ဗဟုသုတဆိုင်ရာ ကောင်းကျိုးပြုသည့်အရာဖြစ်သည်။ အွန်လိုင်းဆက်သွယ်မှုများကို စောင့်ကြည့်ခြင်းသည် သင့်အမှတ်တံဆိပ်၊ သင့်မားကက်တင်းနှင့် သင့်ကုန်စည်များအပေါ် စားသုံးသူတွေက အမှန်တကယ် ထင်မြင်ယူဆချက်ကို သင်နားလည်လာစေသည်။ ယင်းသည်စစ်မှန်သော နားလည်မှုအဆင့်ကို ပံ့ပိုးပေးသည်။ ယင်းသည် အစဉ်အလာသမားရိုးကျ သုတေသနနည်းလမ်းများမှ အချက်အလက်များထက် ပိုမိုစစ်မှန်ပြီး တိုက်ရိုက်ကျသည်။

သင်နှင့်သင့်ကုမ္ပဏီအကြောင်း ပြောဆိုသော အကြောင်းအရာကို ခြေရာခံခြင်းသည် ယခုအခါ အလွန်လွယ်ကူလာသည်။ သူတို့ရေးသားပြီး ကာလအတွင်း သင့်အနေဖြင့် blogတိုင်းနှင့် message board တွင် သင့်အကြောင်းထင်မြင်ချက်တိုင်းကို ရှာဖွေနိုင်သည်။ သင့်အကြောင်း ပျံ့နှံ့စေသော

တစ်ဆင့်စကားကို နက်ရှိုင်းသော နားလည်မှုက ယခုအခါ သင့်လက်ဖျားသို့ လွတ်လွတ်လပ်လပ်ရောက်ရှိနေပြီဖြစ်သည်။

သင်၏ နောက်ထပ်စိန်ခေါ်မှုမှာ ယင်းအစိမ်းသက်သက်ဖြစ်သော စားသုံးသူ (ဖောက်သည်) တုံ့ပြန်မှုကို တန်ဖိုးထားရန်နှင့် ယင်းကို ပိုမိုစမတ်ကျသော မားကတ်တင်းစီမံချက်နှင့် ပိုမိုကောင်းမွန်သော ကုမ္ပဏီတစ်ခုတည်ဆောက်ရန် အသုံးပြုရမည်ဖြစ်သည်။

Case Study: Intuit-Using the Five Ts

ကြီးမြတ်သော တစ်ဆင့်စကားနှင့်အတူ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းတစ်ခုကိုကြည့်ကြပါစို့။ QuickBooks-Software သည် အသေးစားလုပ်ငန်း book keeping အတွက်ဖြစ်ပြီး ပျော်ရွှင်ဖွယ်ရာ ဘယ်တော့မှ မရှိခဲ့ချေ။ သို့ရာတွင် Intuit က တစ်ဆင့်စကားပြောဆိုမှုကို ဆက်လက်ထိန်းသိမ်းရန် The Five Ts ကို ပိုင်နိုင်ကျွမ်းကျင်စွာ အသုံးပြုလိုက်သည်။

စာရင်းကိုင်များသည် များသောအားဖြင့် ဖောက်သည်များထံသို့ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းစာရင်းပြုစုခြင်းကို ပထမဦးဆုံး အကြံပြုထောက်ခံကြသည်။ သို့ရာတွင် Intuit က သိရှိသဘောပေါက်ထားသောအချက်မှာ သူတို့တွင်ပြောဆိုသူများ Talkers ဟုခေါ်သော နောက်ထပ်ကြီးမားသောအုပ်စုရှိကြသည်။ Talkers ဆို သူများမှာ စာရင်းထိန်းသိမ်းခြင်း (book keeping) နှင့် ပတ်သက်၍ တခြားသူများ၏ မေးခွန်တစ်ခုစီကို ဖြေဆိုသော အသေးစားလုပ်ငန်းပိုင်ရှင်များဖြစ်ကြသည်။ ပိုက်ပြင်ဆရာများ၊ ဂရပ်ဖစ်ဒီဇိုင်းဆရာများ၊ ဆံပင်ပုံစံဖန်တီးပေးသူများသည် ထုတ်ကုန်ပစ္စည်းများအကြောင်း ပြောဆိုခြင်းဖြင့် အသေးစား လုပ်ငန်းတစ်ခုဆောင်ရွက် ခြင်း၏ နိစ္စရူပစိန်ခေါ်ခြင်းများနှင့်အတူ သူတို့မိတ်ဆွေများကို ကူညီနေကြသည်။ သူတို့သည် တစ်ဆင့်စကားပုံမှန်

ပြောဆိုသူများဖြစ်ကြသည်။

အကြောင်းအရာ (Topic) သည် Talkers ၏ ရွေးချယ်မှုမှ တိုက်ရိုက်အားဖြင့် ဆင့်ကဲဖြစ်ပေါ်တိုးတက်လာသည်။ လူတွေက သူတို့မိတ်ဆွေတွေကိုပြောပြနေသည်။ “သင်က တစ်ဦးတည်းနေလို့ မရဘူး။ သင့်ရဲ့စာရင်းထိန်းသိမ်းခြင်း မေးခွန်းတွေနဲ့ သင့်ကိုကူညီမယ့် အသုံးပြုသူ အသိုက်အမြှိုတစ်ခုရှိတယ်”

Thef Tool (ကိရိယာ) Intuit သည် Community (www.quickbooksgroup.com) အမည်ရှိ website တစ်ခုကို အသုံးပြုသည်။ ယင်းသည် users များရှိရာနေရာ တစ်ခုဖြစ်သည်။ ပြီးတော့ အနာဂတ်ဖောက်သည်များက သူတို့ကဲ့သို့သော လူများကို ရှာဖွေနိုင်ပြီး book keeping အကြောင်းဆွေးနွေးနိုင်သည်။ သူ့ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းရှိသော ပိုက်ပြင်ဆရာသည် ဝက်ဘ်ဆိုက်သို့သွားပြီး သူ့လိုလူတွေနှင့် စကားပြောဆိုခြင်းဖြင့် ဆက်သွယ်နိုင်သည်။ ဝက်ဘ်ဆိုက်သည် သာမန်ပုဂ္ဂိုလ်များအကြား စကားပြောဆိုခြင်းကို လွယ်ကူချောမောစေသည်။ ထုတ်ကုန် ပစ္စည်းနှင့်ပတ်သက်၍ သတင်းအချက်အလက်ကို အကူအညီပေး၍ လက်ဆင့်ကမ်းသည်။ ယင်းသို့ တစ်ဆင့်စကားပြောဆိုမှုသည် အလားအလာရှိသော ဖောက်သည် သန်းပေါင်းများစွာကို မျှဝေပေးနိုင်သည်။

Intuit သည် စကားပြောဆိုခြင်းတွင် ဆက်သွယ်ခြင်းဖြင့် ပါဝင်ဆင်နွှဲ (Takes Part) သည်။ Intuit ဝန်ထမ်းမျိုးစုံကို မေးခွန်းများဖြေဆိုရန်၊ အိုင်ဒီယာတွေ မျှဝေရန်၊ ပြဿနာတွေဖြေရှင်းရန်နှင့် လူ့အသိုက်အမြှိုတွင် ပါဝင်ရန်အားပေးသည်။ ဖုန်းဖြေဆိုရန် ဝန်လေးသော ဆော့ဖ်ဝဲကုမ္ပဏီများစွာရှိရာ ဤကမ္ဘာတွင် ယင်းသို့ ပါဝင်ဆင်နွှဲခြင်းသည် မယုံကြည်နိုင်လောက်အောင် လေးစားမှုကို ရရှိစေပြီး တစ်ဆင့်စကားကို ပိုမိုပွားများ ပျံ့နှံ့လာစေသည်။

နောက်ဆုံးတွင် Intuit သည် အသေးစိတ်ကျသော

စာရင်းထိန်းသိမ်းခြင်းနှင့် ရှေ့ဆက်ဆောင်ရွက်မည့် စူးစမ်းလေ့လာမှုများပါရှိသည့်
တစ်ဆင့်စကားကို ခြေရာခံ (Track) သည်။ သူတို့သည် ဘာအလုပ်ဖြစ်သလဲ၊
ဘယ်နေရာမှာ ပြဿနာတွေရှိသလဲ၊ ဆော့ဖ်ဝဲကို
ဘယ်လိုတိုးတက်အောင်လုပ်မလဲနှင့် ဖောက်သည်တွေ ပျော်ရွှင်အောင်
ဘယ်လိုထိန်းသိမ်းမလဲဆိုသော တစ်ဆင့်စကားဆွေးနွေးမှုကို အသုံးပြုကြသည်။

*