

Training 3 Day 2 စာကြမ်း

Page 3

ယမန်နေက မိမိတို့သင်တန်းသားများအား ယခုသင်တန်းကို စိတ်ပါဝင်စားမှုရှိလာစေရန် နိုးကြားတက်ကြွမှု စေ့ဆော်ခဲ့သည့်နေ့အဖြစ် သင်တန်းစတင်ခဲ့ပါသည်။ Dutch cases များဖြစ်သော Tony Choclonely နှင့် Coolfinity တို့နှင့် သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအရာများကို သင်တန်းသားများ စိတ်ပါဝင်စားမှု မြင့်တက်လာစေမည့် အကြောင်းအခြင်းအရာ နှစ်ရပ်အဖြစ် တင်သွင်းခဲ့ပါသည်။ ထို့ပြင် “လူမှုစီးပွား စွန့်ဦးဖော်ဆောင်သူများအတွက် အရေးကြီးသော ကုန်အမှတ်တံဆိပ် (brand) ထားရှိခြင်း” အကြောင်းကို ပို့ချရန် Anne Miltenburg ကို ညွှန်ကြားမှုအဖြစ် ဖိတ်ကြားခဲ့ပါသည်။

Page 4

ယနေ့ဒုတိယနေ့၌ စီးပွားရေးပုံစံ (Business Model) ကင်းဗတ်စာမျက်နှာများအား လူမှုစီးပွားရေးလုပ်ငန်း အစပျိုးမှုများ (SE initiatives) အတွက် မည်ကဲ့သို့ အသုံးပြုနိုင်သည်ဆိုသည်ကို ဆက်လက်လေ့လာရပါမည်။ ကင်းဗတ်စာမျက်နှာများ၌ ဖော်ပြပါရှိသည်များကို သင်တန်းအမှတ်စဉ် (၁) နှင့် (၂) တို့တွင် လေ့လာပြီး ဖြစ်သော်လည်း အခြင်းအရာနှစ်ရပ်မှာ ဆက်လက်လုပ်ဆောင်ရန် လိုအပ်နေသေးသည့်အတွက် ထုတ်ဖော် ပြောကြားရခြင်း ဖြစ်ပါသည်။ ယနေ့သင်တန်း၌ စားသုံးသူအမြင် (Customer Perspective) ကင်းဗတ်စာမျက်နှာပေါ်ရှိ “ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း၊ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ် ထားရှိခြင်း၊ ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း၊ ပုံဝတ္ထုများပြောဟောခြင်း” ခေါင်းစဉ်ပါအကြောင်းအရာများအား ထဲထဲဝင်ဝင် ပို့ချဆွေးနွေးကြမည် ဖြစ်ပါသည်။ သင်တန်းအမှတ်စဉ် (၂) မှ Birgit's ၏ ဥပမာအတိုင်း ကျွန်တော်/မတို့အားလုံး ဒီနေ့တစ်နေ့လုံး ဦးထုတ်စိမ်းကို ဆောင်းကြပါမည်။ မနက်ဖြန်၌ လူမှုရေးရာ အကျိုးသက်ရောက်မှု (Social Impact) နှင့် သက်ဆိုင်သည်များကို ဆက်လက်ပါမည်။ ထို့ပြင် နောက်ထပ် အခြင်းအရာတစ်ရပ်ဖြစ်သော ဆန္ဒရှိသော အနာဂတ် အခြေအနေ / ထုတ်လုပ်မှုများ (The desired future state/output) နှင့်သက်ဆိုင်သော အကြောင်းအချက်များကိုလည်း အကျိုးခံစားခွင့်ရှိသူများနှင့်ဆိုင်သော ကင်းဗတ်စာမျက်နှာ (Beneficiary Canvas) ပေါ်၌ တွေ့ရှိနိုင်ပါသည်။

ဈေးကွက်ရှာဖွေရေး (Marketing) နှင့် လူမှုရေးရာသက်ရောက်မှု (Social impact) တို့မှာ နီးကပ်စွာ ဆက်သွယ်နေသည်မှာ ထင်ရှားလှပါသည်။ သို့ရာတွင် ရှင်းလင်းစွာ သိမြင်နားလည်နိုင်ရန်အတွက် အဆိုပါ နှစ်ခုကို သီးခြားထား၍ ပြောကြားသွားပါမည်။

ယနေ့တွင် နည်းလမ်းနှစ်ခုကို လက်ဆင့်ကမ်းပေးသွားမည်ဖြစ်ပြီး လူမှုစီးပွား စွန့်ဦးဖော်ဆောင်သူများ (Social Entrepreneurs) က ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့် ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်းတို့ကို အောင်မြင်စွာ လုပ်ကိုင် နိုင်ရန်အတွက် အသုံးပြုရမည့်နည်းလမ်းများ ဖြစ်ပါသည်။ ကိရိယာ (Tools) များဖြင့် လေ့ကျင့် သွားကြပါမည်။

Page 5

ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်းနှင့် ကူးလူးဆက်သွယ်ခြင်း (Marketing & Communication) ခေါင်းစဉ်ပါ အစိမ်းရောင် အကွက်ထဲ၌ မိမိတို့ဆွေးနွေးလိုသော အဓိကမေးခွန်းများ ပါရှိပါသည်။ အဆိုပါခေါင်းစဉ်အောက်၌ပင်

ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်းနှင့် ပုံဝတ္ထုများပြောဟောခြင်း (Branding & Storytelling) အကြောင်းအရာကို မိမိတို့ထပ်မံ ပေါင်းစပ်ပါမည်။

- သင်မည်သူနည်း။
- သင်ဘာလုပ်သနည်း။
- ဒါဘာကြောင့် အရေးပါတာလဲ။
- သင့်ကုန်အမှတ်တံဆိပ်ရဲ့ အနှစ်သာရက ဘာလဲ။
- ဘယ်သူသိဖို့ လိုအပ်သလဲ။
- သင်နှင့်ပတ်သက်သည့် မည်သည့်အရာကို ထိုသူတို့အား တွေးတော ခံစားမိစေလိုသနည်း။
- ထိုအရာကို သူတို့မည်ကဲ့သို့ တွေ့ရှိနိုင်ပါသနည်း။

(သို့မဟုတ်) တနည်းအားဖြင့် သင့်ဇာတ်လမ်းကဘာလဲ။ ဘယ်လိုပရိသတ်တွေကို သင့်အကြောင်း ပြောပြမလဲ။ ဘယ်လို ဆက်သွယ်မှုလမ်းကြောင်းပုံစံမျိုးက တဆင့်သိစေလိုသလဲ။

ယနေ့ ကျွန်ုပ်တို့မိတ်ဆက်ပေးမည့် ကိရိယာ (tool) မှာ Brand Thinking Canvas 2 ဖြစ်ပြီး အဆိုပါနည်းလမ်းကို ယမန်နေ့က ကျွန်ုပ်တို့၏ဦးပို့ချသူ Anne Miltenburg မှ တီထွင်ခဲ့ပါသည်။ ၎င်းနည်းလမ်းမှာ ယခင်နေ့က သူမရှင်းပြခဲ့သော Brand Thinking Canvas 1 ၏ နောက်ဆက်တွဲဖြစ်ပြီး Tony Chocolonely ကိစ္စရပ်တွင် အသုံးပြုခဲ့သော နည်းလမ်းလည်း ဖြစ်သည်။

ဒုတိယအနေဖြင့် မိတ်ဆက်ပေးလိုသည့်နည်းလမ်းမှာ မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း (Cover Story) ဟုခေါ်သော နည်းလမ်းဖြစ်ပါသည်။ ၎င်းမှာ အဖွဲ့အစည်းတစ်ခု၏ စံပြအနာဂတ်အခြေအနေကို မှန်းဆထားသည့် လေ့ကျင့်ခန်းတစ်ခုဖြစ်ပြီး အသင်းအဖွဲ့ဆိုင်ရာ အကြောင်းအရာဇာတ်လမ်းကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်း သိမြင်နိုင်ရန် အကူအညီပေးနိုင်သည့် နည်းလမ်းဖြစ်သည်။

Page 6

နိဒါန်း

အချိန် - နံနက် ၈ နာရီမှ ၈ နာရီ ၁၀ မိနစ်ထိ

ယနေ့ဆောင်ရွက်ရမည့် လှုပ်ရှားဆောင်ရွက်မှုများနှင့် အချိန်ဇယားပါဝင်သော ယနေ့အတွက် တစ်နေ့တာလမ်းညွှန် ဖြစ်ပါသည်။ အနည်းငယ်သော အပြောင်းအလဲများ ရှိနိုင်ပြီး အခြေအနေနှင့် လိုက်လျောညီထွေ ဆောင်ရွက်ပါမည်။ စတင်ချိန်နှင့် ပြီးဆုံးချိန်မှာမူ အပြောင်းအလဲမရှိပါ။

ပဏာမနိဒါန်းအစီအစဉ်ပြီးနောက် စိတ်ခွန်အားထက်သန်စေမည့် အစီအစဉ် စတင်မည် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့နောက် မြန်မာနိုင်ငံရှိ ထန်းပင်ကျေးရွာ တည်ထောင်သူ ဦးကောင်းစံဟိန်းမှ တင်ဆက်ပေးရန် ဖြစ်ပါသည်။ အဆိုပါအစီအစဉ်မှာ ၄၅ မိနစ်ခန့် ကြာမြင့်မည်ဖြစ်ပြီး ဆက်လက်၍ အမေးအဖြေကဏ္ဍ ဖြစ်ပါသည်။

အဆိုပါ အစီအစဉ်ပြီးနောက် ခေတ္တအားလပ်ချိန်ဖြစ်ပါသည်။ အားလပ်ချိန်ပြီးပါက အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ နှစ်ခုရှိပါမည်။ ပထမအလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲမှာ မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း(Cover story) နည်းလမ်းကိုသုံးကာ ထန်းတောကျေးရွာ၏ အနာဂတ်ကိုမှန်းဆမည်ဖြစ်ပြီး ထန်းတောကျေးရွာဇာတ်လမ်းကို တိုက်ရိုက် သိရှိရပါမည်။ ထို့နောက် နံနက် ၁၁ နာရီ ဝန်းကျင်၌ အားလပ်ချိန် ထပ်မံရရှိပါမည်။ အဆိုပါ

အားလပ်ချိန်ပြီးနောက် ဒုတိယအလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲတွင် Brand Thinking Canvas #2 နည်းလမ်းကို ဆက်လက်ဆွေးနွေးပါမည်။

ဤတစ်နေ့တာလမ်းညွှန်ကို ရှင်းလင်းပြီးဖြစ်ပါသဖြင့် အစီအစဉ်စတင်ပါတော့မည်။ မေးမြန်းလိုသည်များ ရှိနေပါက မေးမြန်းနိုင်ပါသည်။ မေးမြန်းရန်မရှိပါက စိတ်ခွန်အားထက်သန်စေမည့် အစီအစဉ်စတင်ပါမည်။

Page 7

စိတ်ခွန်အားထက်သန်စေမည့် အစီအစဉ်

အချိန် - နံနက် ၈ နာရီ ၁၀ မိနစ်မှ ၈ နာရီ ၂၅ မိနစ်ထိ

သင်တန်းဒုတိယနေ့ကို တက်ရောက်လာသူများ၏ စိတ်ခွန်အားထက်သန်စေရန်အတွက် စီစဉ်ထားသည်မှာ ရိုးရှင်းပြီး ပျော်ရွှင်စရာကောင်းသည့် အစီအစဉ် ဖြစ်ပါသည်။ နှစ်ယောက်တစ်တွဲ ဆောင်ရွက်ရပါမည်။

ပထမဦးစွာ သင်ကြိုတွေ့ခဲ့ဖူးသော ကြောင်တောင်တောင်နိုင်လှသည့် အတွေ့အကြုံတစ်ခုကို စဉ်းစားရန် ဖြစ်ပါသည်။ သင့်စိတ်ထဲ မည်သည်က ရုတ်ချည်းပေါ်ပေါက်လာပါသနည်း။ ကောင်းသည်ဖြစ်စေ ဆိုးသည်ဖြစ်စေ ကြောင်တောင်တောင်နိုင်ဖို့သာ လိုအပ်ပါသည်။ သင့်ကိုယ်တွေ့ဖြစ်ရန်လည်း လိုအပ်ပါသည်။

တစ်ဖွဲ့ နှစ်ယောက်စီ သီးသန့်ခွဲခြားဆက်သွယ်ကာ ဇာတ်လမ်းကို အပြန်အလှန်ပြောကြားရန် ဖြစ်ပါသည်။ စုစုပေါင်း ခြောက်မိနစ်ရမည်ဖြစ်ပြီး တစ်ဦးလျှင်ပြောကြားရန် သုံးမိနစ်စီရမည် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့နောက် အားလုံးတက်ရောက်ရမည့် Zoom ပေါ်သို့ ပြန်လည်လာရောက်ချိတ်ဆက်ရန် ဖြစ်ပါသည်။ နှစ်ယောက်တစ်တွဲ ဆွေးနွေးပြီးနောက် Zoom ပေါ်တွင် ပြန်လည်ဆုံတွေ့ကြပါစို့။

ပြန်လည်အနှစ်ချုပ်ခြင်း

နှစ်ယောက်သားစကားတွေပြောကာ ပျော်ရွှင်နေကြပြီး စိတ်ခွန်အားတက်ကြွလာသည်ဟု မျှော်လင့်ပါသည်။ ယခုပေးထားသောလေ့ကျင့်ခန်းအတွက် ယခုအချိန်၌ ထပ်မံ သုံးသပ်ဆွေးနွေးခြင်း မပြုတော့ပါ။ သို့သော် ယနေ့တစ်ချိန်ချိန်တွင် အဆိုပါ အကြောင်းအရာကို ထပ်မံဆွေးနွေးကြပါဦးမည်။ ကျွန်ုပ်မေ့နေပါက အစဖော်ပေးကြပါ။

နံနက် ၈ နာရီ ၂၅ မိနစ်၌ ထန်းပင်ကျေးရွာ ကိစ္စရပ် (case) အား စတင်ပါသည်။

Slide 8

တင်ဆက်မှု - နံနက် ၈ နာရီ ၂၅ မိနစ်မှ ၉ နာရီ ၁၀ မိနစ်အထိ

အမေးအဖြေအစီအစဉ် - ၉ နာရီ ၁၀ မိနစ်မှ ၉ နာရီ ၂၅ မိနစ်အထိ

ယခုအချိန်မှစကာ မြန်မာနိုင်ငံရှိ ထန်းပင်ကျေးရွာ၏ တည်ထောင်သူ ဦးကောင်းစံဟိန်းမှ အခမ်းအနား တင်ဆက်ရန် လွှဲပြောင်းပေးအပ်ပါသည်။ ယခုကဲ့သို့ ကြွရောက်ချီးမြှင့်ပြီး အဖွဲ့အစည်း၌ တင်ဆက်မှု ပြုလုပ်ပေးသည့်အတွက် ကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။ တက်ရောက်လာသူများအားလုံးကို ဦးကောင်းစံဟိန်း၏ ဇာတ်လမ်းအား ဂရုတစိုက်နားထောင်ပေးကြပါရန် မေတ္တာရပ်ခံလိုပါသည်။ အကြောင်းမှာ သူ၏ အကြောင်းအရာသည် ယနေ့ကျွန်ုပ်တို့ တင်ဆက်မည့်အဓိက အကြောင်းအရာ ဖြစ်သောကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။ ထန်းပင်ရွာ အကြောင်းပြီးနောက် နောက်ပိုင်း မိမိတို့တင်ဆက်မည့် ကိရိယာ(Tool) နှစ်ခု မှာ (The cover story) နှင့် (The brand thinking canvast #2) ဖြစ်ပါသည်။

တင်ဆက်မှုပြီးနောက် ပြောကြားရန် -

ဦးကောင်းစံဟိန်း၏ စိတ်ဝင်စားဖွယ်ရာ အကြောင်းအရာဇာတ်လမ်းကို မျှဝေပြောကြားပေးသည့်အတွက် အထူးကျေးဇူးတင်ရှိပါသည်။ တက်ရောက်လာသူများအတွက် အမှန်တကယ် စိတ်အားထက်သန်မှု ဖြစ်စေပါသည်။ ဤသင်တန်း/တင်ဆက်မှု၌ ဆက်လက်ရှိနေပေးပါရန် မေတ္တာရပ်ခံအပ်ပါသည်။ အကြောင်းမှာ ထန်းပင်ရွာနှင့်သက်ဆိုင်သည့် အကြောင်းအခြင်းအရာများအား ယနေ့တစ်နေ့လုံး ဆက်လက်ဆောင်ရွက်သွားမည်ဖြစ်ပါသဖြင့် အကယ်၍ သင်တန်းသားတို့၏ ဆောင်ရွက်မှုရလဒ်များအပေါ် တုံ့ပြန်မှုပေးနိုင်ပါက ပိုမိုကောင်းမွန်မည်ဖြစ်သောကြောင့် ဖြစ်ပါသည်။ (ဆက်လက်ရှိနေရန် အဆင်မပြေ ပါကလည်း အဖွဲ့ခွဲများ၏ ရလဒ်များကို သင့်ထံသို့ ပို့ဆောင်ပေးပါမည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းဖြင့် အကြံဉာဏ်ကောင်းများအားလုံးကို သိရှိအသုံးပြုနိုင်ပြီး အကျိုးရှိစေမည် ဖြစ်ပါသည်။)

Slide 9

ပထမအားလပ်ချိန် ၉.၂၅ - ၉.၄၀

အားလပ်ချိန် ၁၅ မိနစ်ပြီးနောက် ၉.၄၀ တွင် သင်တန်း ပြန်လည်စတင်မည် ဖြစ်ပါသည်။

Slide 10

ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုများပြောခြင်းမိတ်ဆက် နှင့် မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း

အချိန် - နံနက် ၉ နာရီ ၄၀ မိနစ်မှ ၉ နာရီ ၅၅ မိနစ်

အားလပ်ချိန်ပြီးနောက် သင်တန်းမှ ပြန်လည်ကြိုဆိုပါ၏။

ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့် စပ်လျဉ်းသည့်မေးခွန်းများမစတင်မီ ပြန်လည်၍ မသိမဖြစ်/အရေးကြီးသော

မေးခွန်းများကို ပြန်လည်ဖြေဆိုကြည့်ရန် ဖြစ်ပါသည်။

- သင်မည်သူနည်း
- သင်ဘာလုပ်သလဲ။
- ဒါဟာ ဘာကြောင့် အရေးပါသလဲ။

(သို့မဟုတ်) တနည်းအားဖြင့် - သင့်ရဲ့ဇာတ်လမ်းကဘာလဲ။

.....

Slide 11

ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုများ ပြောဆိုခြင်းအား ဈေးကွက်ရှာဖွေခြင်း၊ ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်းနှင့် မိမိကုန်အမှတ်တံဆိပ် ဈေးကွက်ထိုးဖောက်ရေး နည်းဗျူဟာများ၌ အဖွဲ့အစည်းများက တစ်ဖွဲ့ပြီးတစ်ဖွဲ့ အတိအလင်း အသုံးပြုလာကြသည်။

အဘယ်ကြောင့်နည်း။ အကြောင်းမှာ ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုများသည် ကျွန်ုပ်တို့၏ စိတ်ခံစားချက်အား ပိုမိုဆွဲဆောင်နိုင်သောကြောင့်ပင်၊ အခြေအနေတစ်ခုအား ကျွန်ုပ်တို့မြင်သော အမြင်ကို ကိုယ်တိုင် အမှန်တကယ် မြင်တွေ့ခံစားနေရသကဲ့သို့ ခံစားမြင်တွေ့စေပြီး ကျွန်ုပ်တို့အား ဆွဲဆောင်နိုင်ကာ ကျွန်ုပ်တို့၏ အပြုအမူများအပေါ်အထိ လွှမ်းမိုးမှု ရှိကြသည်။

လူသားများသည် ပုံဝတ္ထုများကို ချစ်ခင်မြတ်နိုးကြပြီး ဇာတ်လမ်းဝတ္ထုပြောသောသူများအဖြစ် မွေးဖွား လာကြသည်။ ဖေ့ဘွတ်(Facebook) နှင့် အင်စတာဂရမ် (Instagram) များ၌ ၎င်းအပလီကေးရှင်းများကို အသုံးပြုသူများက တင်သည့်ပိုစ်များကို နမူနာအနေဖြင့် ကြည့်နိုင်ပေသည်။ သတင်းအချက်အလက်ကို

ဆက်သွယ် သိရှိရန်အတွက် ပုံဝတ္ထုများသည် လွယ်ကူသော နည်းလမ်းများဖြစ်သည်။ အကြောင်းမှာ သတင်းအချက်အလက်ချည်းသက်သက်နှင့် နှိုင်းယှဉ်ပါက နားလည်ရန်နှင့် မှတ်မိရန် ပိုမိုလွယ်ကူသောကြောင့်၊ ကျွန်ုပ်တို့၏ နှလုံးသားကို ပိုမိုဆုပ်ကိုင်နိုင်သောကြောင့်နှင့် လူသားဟူသည် အခြားသူများ၏ အတွေ့အကြုံများကို ပိုမိုနားဆင်လိုကြသောကြောင့် ဖြစ်သည်။

ယနေ့ ကျွန်ုပ်တို့စတင်ခဲ့သော စိတ်အားတက်ကြွဖွယ် အစီအစဉ်အား ပြန်လည်စဉ်းစားကြည့်ကြပါစို့။ မိမိနှင့် လက်တွဲဆောင်ရွက်ခဲ့ရသူ၏ အတွေ့အကြုံကို ကြားသိရခြင်းက သင်တို့အား စိတ်ခံစားမှုတစ်ခု ပေးခဲ့သည် မဟုတ်ပါလော။ မိမိနှင့် လက်တွဲဆောင်ရွက်ခဲ့ရသူအား ပိုမိုရင်းနှီးမှုကို ခံစားခဲ့ရသည် မဟုတ်ပါလော။

ထိုသူပြောပြခဲ့သည့် ပုံဝတ္ထုကို သင်မှတ်မိနေသေးသည် မဟုတ်ပါလော။ ယခုမေးခွန်းများအားလုံးကို “ဟုတ်မှန်ပါသည်” ဟု သင်ဖြေဆိုကောင်း ဖြေဆိုပါလိမ့်မည်။

(သတင်းရင်းမြစ်: Jose Sanders, prof. Narrative Communication, Radboud တက္ကသိုလ် ၏ အဖွင့်မိန့်ခွန်းမှ ၂၀၂၁ခုနှစ် ဇန်နဝါရီလ)

Slide 12

လူမှုစီးပွားစွန့်ဦးဖော်ဆောင်သူများအတွက် ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုပြောခြင်းသည် ပို၍ပင် အရေးကြီးပါသည်။ အကြောင်းမှာ စားသုံးသူဖောက်သည်များနှင့် ဆက်သွယ်ရန် ထိုသူတို့၌ စားသုံးသူများနှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော / အစွမ်းထက်သော / အဖိုးထိုက်တန်သော / စိတ်ခွန်အားဖြစ်စေသော ပုံဝတ္ထုများ ရှိနေသောကြောင့် ဖြစ်သည်။ သင်၏ လူမှုလုပ်ငန်းတာဝန် (Social Mission)သည် ပြိုင်ဆိုင်မှုများဆောင်ရွက်ရာ၌ အားသာချက်ရင်းမြစ် တစ်ခု ဖြစ်လာနိုင်ပေသည်။ (သင်တန်းအမှတ်စဉ်(၁)၌ ကျွန်ုပ်တို့၏ ပိုလန်လူမျိုးမိတ်ဖက်များကလည်း အဆိုပါအချက်ကို ထောက်ပြခဲ့ပြီးဖြစ်) အကယ်၍ သင်သည် သင်၏ လူမှုရေးရာလုပ်ငန်းတာဝန်အား ဆွဲဆောင်မှုနည်းလမ်း အသုံးပြုကာ စားသုံးသူများနှင့် ချိတ်ဆက်ထားနိုင်ခဲ့ပါလျှင် ၎င်းနည်းလမ်းသည် သင့်ပုံဝတ္ထုများ ပြောကြားရန် အစွမ်းထက်သော နည်းလမ်း ဖြစ်နိုင်ပါသည်။ ရှေ့၌ နမူနာကောင်းများကိုလည်း မိမိတို့ တွေ့မြင်ကြပြီးဖြစ်သည်။ သင်တန်းအမှတ်စဉ် (၁) ၌ တင်ပြခဲ့သော မသန်စွမ်းသူများကို အလုပ်ခန့်ထားသည့် ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးအေဂျင်စီ၏ အိပ်ရာပေါ်မှ အလုပ်လုပ်ခြင်း (Work from Bed) ကို ပြန်လည် စဉ်းစားကြည့်ကြပါစို့။ ရာသီချိန်ရောက်တိုင်း အဆိုပါရာသီကို ဖော်ညွှန်းထားသည့်စာတန်း ရေးသားထားသည့် ဓာတ်ပုံအသစ်ကို ရိုက်ယူထားကြသည်။ ထိုသို့ဆောင်ရွက်ခြင်းအားဖြင့် ပြိုင်ဘက်များနှင့် တမူကွဲထွက်စေပြီး ၎င်းတို့၏ လူမှုလုပ်ငန်းတာဝန်ကို အောင်မြင်စွာ လုပ်ဆောင်နိုင်ခဲ့ကာ အကျိုးသက်ရောက်မှုမှာ ထင်သာမြင်သာ ဖြစ်စေခဲ့သည်။ ထို့ပြင် သင်တန်းအမှတ်စဉ် (၂) ၌လည်း Tony Chocolonely၊ Bliss Clean & care၊ Genius ကော်ဖီ နှင့် Compuritas တို့၏ ဥပမာများကို တွေ့ရှိခဲ့ကြပြီး ဖြစ်သည်။

ဥပမာပေးထားသော လုပ်ငန်းအားလုံး၏ တူညီသည့်အချက်မှာ ပေးလိုသော သတင်းစကားကို ၎င်းတို့အား အားပေးသောပရိတ်သတ်အား သိရှိအောင် လုပ်ဆောင်နိုင်ကြခြင်း ဖြစ်သည်။ မိမိတို့ မည်သည့်အရာကို လုပ်ဆောင်နေကြသည်ကိုလည်းကောင်း၊ အဘယ်ကြောင့် ထိုကဲ့သို့ လုပ်ဆောင်နေကြသည်ကိုလည်းကောင်း အောင်မြင်စွာ အသိပေးနိုင်ခြင်းဖြစ်သည်။ ဤနည်းအားဖြင့် ပြိုင်ဘက်များနှင့် တမူကွဲထွက်အောင် လုပ်ဆောင်နိုင်ကြသဖြင့် အားပေးသူပရိတ်သတ်၊ အလုပ်သမားများ၊ စေတနာရှင်ဝန်ထမ်းများနှင့် စီးပွားဖက်များအား ဆွဲဆောင်နိုင်ကြလေသည်။

Slide 13

သင့်ကုမ္ပဏီ (သို့) အဖွဲ့အစည်းများအကြောင်းကို ပုံဝတ္ထုကောင်းဖြစ်အောင် သင်မည်ကဲ့သို့ ပြောကြားပါမည်နည်း။ နယ်သာလန်နိုင်ငံမှ Narrative Communication ဌာနပါမောက္ခဖြစ်သူ Jose Sanders မှ အချက်ငါးချက်ကို အကြံပြုထားပါသည်။

(က) သင့်ဇာတ်လမ်းကိုနားထောင်သူများ ယုံကြည်စိတ်ချရအောင် ပြုလုပ်ပါ။

ဇာတ်လမ်းသည် မှန်ကန်ရပါမည်။ သင်မည်သူဖြစ်သည်ဆိုသည့်အချက်နှင့် မည်သည်အတွက် သင်ရပ်တည်နေသည်ဆိုသည့် အချက်တို့သည် သင့်ဇာတ်လမ်းနှင့် အံဝင်ဝင်ကျ ဖြစ်နေရပါမည်။ သင်တစ်စုံတစ်ခုကို လုပ်ကြံပြောဆိုလိုက်ပါက ပြည်သူများက သတိပြုမိပါလိမ့်မည်။ ထိုအရာမှာ ကောင်းကျိုးထက် ဆိုးကျိုးကိုသာ ပိုမိုဖြစ်ပေါ်စေပါမည်။

(ခ) ဇာတ်လမ်းကို သင့်ကိုယ်ပိုင်ဇာတ်လမ်းဖြစ်အောင်လုပ်ပါ။

သင့်ဇာတ်လမ်းကို ပြောပါ။ ယခင်ဖော်ပြထားပြီးသည့်အတိုင်း လူမှုစီးပွားစွန့်ဦးဖော်ဆောင်သူများ၌ အားပေးသူပရိသတ်နှင့် ကိုက်ညီမှုရှိသော ပုံဝတ္ထုများ ရှိပါသည်။ ထို့ကြောင့် သင့်ဇာတ်လမ်းကို ပြင်ပမှ ကြားသိအောင်လုပ်ပါ။ အကြောင်းမှာ သင့်လုပ်ငန်းမှ လူမှုရေးရာသက်ရောက်မှုသည် သင့်အား အခြားသော ပြိုင်ဘက်များမှ ခွဲခြားပေးမည့်အရာ ဖြစ်သောကြောင့်ပင်။ သင့်ဖောက်သည်များမှာ သင်ဝန်ဆောင်မှုပေးနေသည့် အကြောင်းအရင်းနှင့် ဆက်စပ်နေသောကြောင့် သင့်ထံမှ ထုတ်ကုန်ပစ္စည်း (သို့) ဝန်ဆောင်မှုကို ဝယ်ယူလိုကြခြင်း ဖြစ်နိုင်သည်။

(ဂ) ဇာတ်လမ်းပုံဝတ္ထုပြောခြင်းသည် သင့်ဇာတ်လမ်းနှင့် သင့်ကို အားပေးသူတို့၏ ဇာတ်လမ်းများကို ပေါင်းစပ်ရက်လုပ်ထားသော ပူးပေါင်းဖန်တီးမှုပင်ဖြစ်သည်။

ဇာတ်လမ်းဝတ္ထုသည် အမြဲပင် အပြန်အလှန်သဘောရှိသည့်အတွက် ဇာတ်လမ်းတစ်ပုဒ်ကို သင်ပြောလိုက်သောအခါ တန်ပြန်ဇာတ်လမ်းများကို နီးဆွဲပေးပါလိမ့်မည်။ ပုံဝတ္ထုပြောခြင်းသည် အနှစ်သာရအနေဖြင့် နားထောင်ခြင်းမှ စတင်ပါမည်။ လူမှုစီးပွားဖော်ဆောင်သူအနေဖြင့် အကျိုးခံစားခွင့်ရှိသူများနှင့် နီးစပ်နေပါမည်။ ၎င်းတို့အကြောင်း ကောင်းစွာသိရှိပြီး ၎င်းတို့၏ လိုအပ်ချက်ကို သတိပြုမိပါလိမ့်မည်။ သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ ဇာတ်လမ်းနှင့် သင့်အကျိုးခံစားခွင့်ရှိသူများ၏ ဇာတ်လမ်းကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရောယှက်ဖန်တီးပါမည်နည်း။

(ဃ) ဇာတ်အိမ်ကို လှည့်ကွက်များနှင့် ဖန်တီးပါ။

ဇာတ်လမ်းကောင်းဟူသည် မထင်မှတ်ထားသော အလှည့်အပြောင်းများနှင့် စိတ်ခံစားမှုကို နီးဆွဲပေးလေ့ရှိသည်။ တနည်းဆိုရသော် ကိစ္စတစ်မျိုးမျိုး ပေါ်ပေါက်လာရသည်။ သင့်ကို အားပေးသူများ အနေဖြင့် သင့်အား သင့်ဇာတ်လမ်းအရ အများနှင့်ခွဲခြားသိရှိစေလိုပြီး သင်ပေးလိုသောသတင်းစကား / သင့်ရည်မှန်းချက်တာဝန်များနှင့် ချိတ်ဆက်ခံစားစေလိုသည်။ ဥပမာအားဖြင့် - သင်၏လုပ်ငန်းသည် သင့်အကျိုးခံစားခွင့်ရှိသူများအား မည်သို့ပြောင်းလဲပေးလိုက်သည်ဆိုသည် -

(င) ဇာတ်လမ်းများ ပြောကြားရာ၌ ရှေးရိုးပုံစံ / အခြေခံပုံစံကို သင့်ဇာတ်လမ်း၏ ဇာတ်လမ်းကျောရိုးအဖြစ် ယူပါ။

ဇာတ်လမ်းအများစုသည် အခက်အခဲများနှင့် ရင်ဆိုင်ကြရသော၊ အနှောင့်အယှက်များ/ ပြဿနာများ ကို ကြုံတွေ့ကြရသော အဓိကဇာတ်ဆောင် အကြောင်းသာ ဖြစ်ကြသည်။ ပြဿနာဖြေရှင်းရန် နည်းလမ်းများ ရှာတွေ့သွားကြပြီး (သို့) ပန်းတိုင်သို့ ရောက်ရှိသွားကြပြီးနောက် အဓိကဇာတ်ဆောင်မှ သင်ခန်းစာများ ရရှိသွားကာ / ပြောင်းလဲသွားကာ လေ့လာရရှိခဲ့သမျှကို အခြားသူများသို့ လက်ဆင့်ကမ်းလိုကြသည့် ဇာတ်လမ်းများ ဖြစ်ကြသည်။ ခေတ်တိုင်း ယဉ်ကျေးမှုတိုင်း၌ ဇာတ်လမ်း ဇာတ်ကွက်များ၏ ပြောင်းလဲမှု အနေဖြင့် အခက်အခဲများကျော်လွှားခြင်း၊ ပိုမိုရင့်ကျက်လာခြင်း၊ နောက်ဆုံး ရရှိခဲ့သည့် အတွေ့အကြုံများနှင့် ယှဉ်၍ အခြားသူများကို အကူအညီပေးခြင်းစသည့် ပုံစံတစ်မျိုးတည်းပင် ဖြစ်သည်။

.....

Slide 14
“COVER STORY” အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲစတင်ခြင်း

အချိန် - နံနက် ၉ နာရီ ၅၅ မိနစ်မှ ၁၀ နာရီ ၃၀ မိနစ်

ကျွန်ုပ်တို့သည် ပုံပြောကောင်းသူများ ဟုတ်မဟုတ် သိနိုင်ရန် စတင်လုပ်ဆောင်ကြပါမည်။ ထို့အတွက် မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း (Cover Story) နည်းလမ်းကို ရွေးချယ်ထားပါသည်။ မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်းသည် သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ စံပြအနာဂတ်အခြေအနေကို စိတ်ကူးပုံဖော်ရမည့် နည်းလမ်း ဖြစ်ပြီး သင့် (အသင်းအဖွဲ့) ဇာတ်လမ်းကို ထင်ထင်ရှားရှား ရရှိလာနိုင်ရန် ပံ့ပိုးပေးနိုင်ပါသည်။ စာတမ်းကို ဂိမ်းကစားစရာအနေဖြင့် တွေးကြည့်ပါ။ ယခုအချိန်မှ စတင်၍ ဆယ်နှစ်အကြာ (၂၀၃၁) ၌ ဖြစ်နေမည့် သင့်အဖွဲ့အစည်း (ယခု ထန်းပင်ရွာကိစ္စရပ်) ကို မြင်ယောင်ကြည့်ပါ။ သူတို့/မိမိတို့ အလွန်ကောင်းမွန်စွာ လုပ်ဆောင်ခဲ့ပြီး ထန်းပင်ရွာဇာတ်လမ်းသည်လည်း နာမည်ကျော် မဂ္ဂဇင်း၏ မျက်နှာဖုံးစာမျက်နှာ၌ ပေါ်ထွက်လာပါလိမ့်မည်။ အဆိုပါအနာဂတ်အခြေအနေသည် ယခုဖြစ်နေဟန် စိတ်ကူးကြည့်ကြပါ။ တနည်းအားဖြင့် - ထန်းပင်ရွာ၏ အကောင်းဆုံးမြင်ကွင်းကို စဉ်းစားကြည့်ပြီး နောက်ထပ်ခြေတစ်လှမ်း ထပ်တိုးကြည့်ပါ။ သင့်စိတ်ကူးဉာဏ်ကို အသုံးပြုပြီး ကြီးကြီးမားမား တွေးတောခံစားပါ။ ထိုအရာမှာ ထန်းပင်ကျေးရွာနှင့် ပတ်သက်သည့် အိပ်မက်ဆန်းဆန်း အကြောင်းပင်။ ထိုအိပ်မက်သည် အမှန်တကယ် ပေါ်ပေါက်ပြီးဖြစ်နေခဲ့ကာ ယခုသင်က အနောက်သို့ ပြန်လည်လှည့်ကြည့်နေခြင်းပင်တည်း။ သင်အလွန်ဂုဏ်ယူခဲ့ရသော အတိတ်မှ အောင်မြင်မှုများသည် မည်သည်တို့နည်း။

အဆုံးသတ်အဖြေပေးမထားသော (open-ended) ၊ ကိုယ်ပိုင်ဖန်တီးကြံစည်တွေးတောရမည့် (creative-thinking) သင်ခန်းစာမျိုးဖြစ်ပြီး ခွဲခြမ်းစိတ်ဖြာရမည့် (analysis) သို့မဟုတ် ယုတ္တိဗေဒဆန်ဆန် တွေးခေါ်ရမည့် (logic) သင်ခန်းစာမျိုး မဟုတ်ပါ။ ကျေးဇူးပြု၍ အခြားသူများမှ မည်သည့် ‘စစ်မှန်မှု စစ်ဆေးခြင်း’ မျိုးပင်ဖြစ်စေ သတိပြုပါ။

မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း (Cover Story) ကင်းဗတ်စာမျက်နှာကို Mural ၌ ရရှိနိုင်အောင် ကျွန်ုပ်တို့ ဆောင်ရွက်ထားပါသည်။

သင့်တက္ကသိုလ်အဖွဲ့အတွင်းရှိ ကင်းဗတ်စာမျက်နှာပေါ်၌လည်း ဆောင်ရွက်နိုင်ပါသည်။ ထို့အတူ ထန်းပင်ကျေးရွာအတွက် ကင်းဗတ်စာမျက်နှာပေါ်၌လည်း သင်ဖြည့်သွင်းပါလိမ့်မည်။ အဖွဲ့ခွဲများ၌ စတင်လုပ်ဆောင်ခြင်းမပြုမီ template ထဲရှိ ကဏ္ဍများ (categories) အားလုံးအတွက် အတိုချုံ့

ရှင်းလင်းချက်များကို ကျွန်ုပ်ပေးပါမည်။ (သို့မဟုတ် ဝေငှထားသော လက်ကမ်းစာစောင်ထဲရှိ စာသားများကို ကြည့်ပါ)

- “မျက်နှာဖုံး” သည် ၎င်းတို့အောင်မြင်မှု၏ ကြီးမားသောဇာတ်လမ်းကို ပြောပြပါသည်။
- “ဦးနှောက်အလုပ်ပေးခြင်း” သည် မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်းအတွက် ကနဦးအတွေးများကို မှတ်တမ်းတင်ထားရန် ဖြစ်သည်။
- “ခေါင်းစီးစာတမ်းကြီးများ” သည် မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်း၏ အကြောင်းအရာကို ဖော်ပြသည်။
- “ကိုးကားချက်များ” သည် ဇာတ်လမ်းနှင့် ပတ်သက်သော မည်သူ့ထံမှမဆို ဖြစ်နိုင်သည်။
- “ရုပ်ပုံများ” သည် အကြောင်းအရာကို သရုပ်ဖော်ပုံများဖြင့် ပံ့ပိုးပေးခြင်း ဖြစ်သည်။
- “ကော်လံ” သည် ဆောင်းပါးရှင်၏ သဘောထားကို ဖော်ပြသည်။

ထပ်မံ၍ ထန်းပင်ရွာအတွက် အကောင်းဆုံး case ဖြစ်သည့် မြင်ကွင်းကို စဉ်းစားကြည့်ပြီး ၎င်းမြင်ကွင်းအား နောက်ထပ်ခြေတစ်လှမ်း ထပ်တိုးကြည့်ပါ။ အဖွဲ့များအတွင်း သင်စတင်ပြောကြားခြင်း မပြုမီ အကြံပြုလိုသည်မှာ အကြောင်းအရာတစ်ခုအား သဘောတူရန်အတွက် ၎င်းတို့နှင့် ပူးပေါင်းလုပ်ဆောင်ခြင်း မပြုမီ အဖွဲ့ဝင်များ ၎င်းတို့၏ ကိုယ်ပိုင်ဇာတ်လမ်းကို စဉ်းစားနိုင်ရန် ပထမငါးမိနစ် ငြိမ်နေပါ။ စာတမ်းအတွက် ၃၅ မိနစ် အချိန်ရပါသည်။ (သီးခြားအခန်းများ၌)။

ထို့နောက် အထွေထွေ တွေ့ဆုံမှုပြုလုပ်ကြမည်ဖြစ်ကာ မိမိဆန္ဒဖြင့် အကူအညီပေးလိုသူအချို့ (အရေအတွက် အကန့်အသတ်ရှိ) အား ၎င်းတို့၏ ဇာတ်လမ်းများကို (...) မိနစ်ကြာ မေးမြန်းပါမည်။

NB: နည်းလမ်း(သို့) mentimeter အသုံးပြုမှုအပေါ် တွင်လည်း သုံးသပ်ရန် ...?

Slide 15

Pitches ကို နံနက် ၁၀ နာရီ ၃၀ မိနစ်၌ စတင်ပါမည်။

ပြန်လည်ရှင်းလင်းခြင်း

အားလုံး အမြင်ချင်းတူသည့် အကြောင်းအရာများ နှင့် သဘောတူညီကြသည့် ဧရိယာအဝန်းအဝိုင်းများကို မှတ်သားထားပါ။ အနာဂတ်အခြေအနေနှင့် စပ်လျဉ်းသော လေ့လာသုံးသပ်ချက်များ၊ ထိုးထွင်းသိမြင်ခြင်း များနှင့် စိုးရိမ်နေရသည့်အချက်များကို တောင်းခံပါ။ “tool” ကို အသုံးပြုမှုအပေါ် သုံးသပ်ချက်အမြင် ကိုလည်း တောင်းခံပါ။

(သို့မဟုတ်) ပုံဝတ္ထုပြောကြားခြင်းအပေါ် အာရုံစိုက်ပါ။ ဇာတ်လမ်းနားထောင်ရသည့်ပရိသတ်အား — ဇာတ်လမ်းက ထိထိမိမိ ရှိပါသလား။ နားလည်သဘောပေါက် လွယ်ပါသလား။ စိတ်ခံစားချက်ကို ကိုင်လှုပ်နိုင်ပါသလား။ ပရိသတ်နှင့် ဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်မှုတစ်ခုကို ပြုလုပ်ပြီးဖြစ်ပြီး ၎င်းတို့အနေဖြင့် မှတ်သားစရာ တစ်စုံတစ်ခု ကျန်ရစ်ပါသလား။ — မေးမြန်းပါ။

NB: အကယ်၍ ထန်းပင်ကျေးရွာ၏ ပိုင်ရှင်သည် သင်တန်း၌ ဆက်လက်ရှိနေပါက - သူ့အား အမှတ်တရ ဖြစ်စေခဲ့သော အရာများ (pitches) အား မေးမြန်းပါ။ (သူရရှိခဲ့သော အဓိက သင်ခန်းစာများ (take aways)၊ အသိအမြင်သစ်များ၊ သူ့အား တွေးတောစေခဲ့သောအရာ၊ သူနှင့်အတူ တစ်ပါတည်း လက်မလွှတ်တမ်း ယူဆောင်သွားမည့် အရာ၊ စသည်...)

ပြန်လည်ရှင်းလင်းခြင်း

အားလုံး အမြင်ချင်းတူသည့် အကြောင်းအရာများ နှင့် သဘောတူညီကြသည့် ဧရိယာအဝန်းအဝိုင်းများကို မှတ်သားထားပါ။ အနာဂတ်အခြေအနေနှင့် စပ်လျဉ်းသော လေ့လာသုံးသပ်ချက်များ၊ ထိုးထွင်းသိမြင်ခြင်း များနှင့် စိုးရိမ်နေရသည့်အချက်များကို တောင်းခံပါ။ “tool” ကို အသုံးပြုမှုအပေါ် သုံးသပ်ချက်အမြင် ကိုလည်း တောင်းခံပါ။

(သို့မဟုတ်) ပုံဝတ္ထုပြောကြားခြင်းအပေါ် အာရုံစိုက်ပါ။ ဇာတ်လမ်းနားထောင်ရသည့်ပရိသတ်အား — ဇာတ်လမ်းက ထိထိမိမိ ရှိပါသလား။ နားလည်သဘောပေါက် လွယ်ပါသလား။ စိတ်ခံစားချက်ကို ကိုင်လှုပ်နိုင်ပါသလား။ ပရိသတ်နှင့် ဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်မှုတစ်ခုကို ပြုလုပ်ပြီးဖြစ်ပြီး ၎င်းတို့အနေဖြင့် မှတ်သားစရာ တစ်စုံတစ်ခု ကျန်ရစ်ပါသလား။ — မေးမြန်းပါ။

Source: <https://gamestorming.com/cover-story/>
နံနက် ၁၁ နာရီ ၌ အားလပ်ချိန်စတင်ပါမည်။

Slide 16

အားလပ်ချိန်

အချိန် - နံနက် ၁၁ နာရီမှ ၁၁ နာရီ ၁၅ မိနစ်

ယခုအချိန်သည် ကျွန်ုပ်တို့နှင့် ကောင်းစွာထိုက်တန်သော ဒုတိယ အားလပ်ချိန် ဖြစ်ပါသည်။

အားလပ်ချိန်ပြီးနောက် Monique က အိမ်ရှင်အဖြစ် လွှဲပြောင်းယူပါမည်။

Slide 17

အလုပ်ရုံဆွေးနွေးပွဲ နိဒါန်း

အချိန် - နံနက် ၁၁ နာရီ ၁၅ မိနစ်မှ ၁၁ နာရီ ၃၀ အထိ

အားလပ်ချိန်ပြီးနောက် ပြန်လည်ကြိုဆိုပါ၏။ လာမည့်အချိန်နာရီများအတွက် ကျွန်ုပ်တို့ အိမ်ရှင်အဖြစ် ဆောင်ရွက်ပါမည်။ မျက်နှာဖုံးဇာတ်လမ်းနှင့် စပ်လျဉ်း၍ သင်တို့ဆောင်ရွက်ရသည်များကို ပျော်ရွှင်ကြမည်ဟု မျှော်လင့်ပါသည်။ သင်တို့အားလုံးသည် ပုံပြောကောင်းသူများ ဖြစ်သည်ကို သိရှိရပါပြီ။ ပုံဝတ္ထုများ ဟောပြောခြင်းအပြင် ယနေ့အစီအစဉ်၌ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်း (Branding) နှင့် ဆက်သွယ်ဆောင်ရွက်ခြင်း (communication) တို့လည်း ပါရှိပါသည်။ ယခုအဆိုပါ အခြင်းအရာနှစ်ခု အပေါ် ဆက်လက်လုပ်ဆောင်ကြပါမည်။ ကျန်ရှိသည့် အချိန်နှစ်နာရီအတွင်း၌ အောက်ပါ ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးနှင့် ဆက်စပ်နေသည့် မေးခွန်းများနှင့် စပ်လျဉ်းဆောင်ရွက်ကြပါမည်။

သင့်အဖွဲ့အစည်း၏ ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရမှာ အဘယ်နည်း။

သင့်အား အားပေးနေကြသည့် ပရိသတ်များမှာ မည်သူတို့နည်း။

သင့်ကို အားပေးနေသူတို့အား သင်နှင့်ပတ်သက်၍ မည်သို့ တွေးတောခံစားမိစေလိုပါသနည်း။

ထိုအရာကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်ပါသနည်း?

ထို့ပြင် ဈေးကွက်ရှာဖွေရေးဆိုင်ရာ အသိပညာများ၊ ထိုးထွင်းအမြင်များနှင့် ကင်းဗတ်စာမျက်နှာအသစ်တို့ကို သင်တို့၏ တက္ကသိုလ်များသို့ ပေးအပ်ပါမည်။

Slide 18

ယမန်နေက Anne Miltenburg က ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်းအကြောင်း စိတ်ဝင်စားဖွယ်
ဟောပြောမှု ပြုလုပ်ခဲ့ပါသည်။

သူမက ကိုယ်ပိုင်လုပ်ငန်းအမှတ်တံဆိပ် နည်းဗျူဟာမှူး (brand strategist) တစ်ဦးအနေဖြင့် တွေးတောရမည့်
စည်းမျဉ်း (၇) ခုကို ပေးအပ်ခဲ့ပါသည်။

ပထမစည်းမျဉ်းမှာ “မိမိကို အားပေးသူပရိသတ်အား ပထမနေရာ၌ ထားပါ။”

ဒုတိယစည်းမျဉ်းမှာ “သင်နှင့်ပတ်သက်၍ အခြားသူများက မည်သို့ထင်မြင်ခံစားရသည်နှင့် စပ်လျဉ်း၍
နှောင့်နှေးမနေဘဲ တုံ့ပြန်မှုတစ်ခုခု ပြုပါ။”

ဤနှစ်ချက်သည် အလွန်အရေးကြီးသည်မှာ ထင်သာမြင်သာပါသည်။

ယမန်နေက Tony Chocolonely ၏ case မှလည်း မိမိတို့ လေ့လာသင်ယူခဲ့ရသည့်အရာမှာ -

Ynzo မှ Tony ၌ ရှိသော ပရိသတ်များကို ထင်ရှားစွာ အမျိုးမျိုး ခွဲခြားပြသသွားသည် -

(၁) ပထမအမျိုးအစားအားဖြင့် Tony ၌ အုပ်စုအဖွဲ့တစ်ခုရှိသဖြင့် ထိုအဖွဲ့မှ အားပေးသူများသည် သူ၏
ပရိသတ်

(၂) ဒုတိယအမျိုးအစား ပရိသတ်မှာ ကိုကိုး (coco beans) စိုက်ပျိုးသမားများ

(၃) တတိယနေရာ၌ ရှိသူများမှာ (ကျွန်ုပ်အထင် စိတ်ဝင်စားဖွယ်ကောင်းသည်) စားသုံးသူဖောက်သည်များ

(*ဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်ပြီး သူတို့ကို ပထမနေရာ၌ မထားရန်ဖြစ်ပါသည်) - (* ဘာသာပြန်သူမှတ်ချက်။ ။

သင်တန်းသားများကို ဟာသအနေဖြင့် တမင်ထည့်သွင်းပြောသည့်ပုံစံမျိုး ဖြစ်ပါသည်။)

(၄) စတုတ္ထအနေဖြင့် လက်လီဝယ်ယူစားသုံးသူများနှင့် နောက်ဆုံးနေရာ၌ ရှိမည့်သူများမှာ ကုန်ပစ္စည်း
ပေးသွင်းသူများ

Anne က brand အမှတ်တံဆိပ်ကို လူသားများနှင့် တင်စားခိုင်းနှိုင်းထားပြီး brandအမှတ်တံဆိပ်၏
အနှစ်သာရကို လူတစ်ဦး၏ စာရိတ္တ၊ ယုံကြည်ရမှု၊ ကိုယ်ရည်ကိုယ်သွေးတို့နှင့်လည်းကောင်း၊ ကုန်အမှတ်
တံဆိပ်၏ ကိုယ်ပိုင်သီးသန့်ဖြစ်တည်မှု (identity)ကို လူတစ်ဦး၏ ကိုယ်ပိုင်အမြင်၊ ကိုယ်ပိုင် နှုတ်အမူအရာ
တို့နှင့်လည်းကောင်း၊ Brand အမှတ်တံဆိပ် အပြန်အလှန်ဆက်သွယ်မှုများ (interactions) ကို ကျွန်ုပ်တို့
လူသားများက မိတ်ဆွေသူငယ်ချင်းများ၊ မိသားစုများနှင့် အပြန်အလှန် တွေ့ဆုံကြပုံဖြင့်လည်းကောင်း
နှိုင်းယှဉ်ပြထားသည်။ ထို့ကြောင့် ကျွန်ုပ်တို့အနေဖြင့် မည်သည့်နေရာ၊ မည်ကဲ့သို့ ပရိသတ်နှင့် တွေ့ဆုံကြ
ပါသနည်း။

သို့ဖြစ်ရာ အားပေးသူပရိသတ်များသည် Brand အမှတ်တံဆိပ်ထားရှိခြင်း၏ အရေးကြီးသောအပိုင်းပင်
ဖြစ်သည်။ ထို့ကြောင့် လူမှုစီးပွားပုံစံ (Social Business Model) ကင်းဗတ်စာမျက်နှာများနှင့် လုံးဝ
လိုက်ဖက်ညီသည့် အခြားကင်းဗတ်စာမျက်နှာများနှင့် မိတ်ဆက်ပေးလိုပါသည်။ အဆိုပါကင်းဗတ်
စာမျက်နှာများသည် အမျိုးမျိုးသော ပရိသတ်များ (သို့) ချိန်ရွယ်လိုသည့် အဖွဲ့များအကြောင်း အတွင်းကျကျ
သိမြင်နိုင်ရန် အကူအညီပေးပါသည်။

ဆက်လက်၍ “ဘယ်အရာနဲ့ ချိတ်ဆက်ဆက်သွယ်မလဲ”၊ “မည်သူ့ကို မည်သည့်နည်းလမ်းဖြင့် ဆက်သွယ်
မလဲ”၊ “မိမိတို့သည် လူသိများပြီး ချစ်ခင်နှစ်သက်ခြင်းကို ခံယူလိုကြသဖြင့် ထိုသို့ဖြစ်ရန် ဘယ်အရာက

အရေးကြီးပါသလဲ” စသည့် မေးခွန်းများကို ဖြေဆိုနိုင်ရန်အတွက် ဤကင်းဗတ်စာမျက်နှာက အကူအညီပေးပါလိမ့်မည်။

Slide 19

သင်တန်း၏ ယခုအပိုင်း၌ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်တွေးခေါ်ခြင်း (brand thinking) ကင်းဗတ်နံပါတ်(၂) နှင့် မိတ်ဆက်ပေးလိုပါသည်။ ကင်းဗတ်၏ရည်ရွယ်ချက်မှာ မိမိပရိသတ်ဖြစ်လာမည်ဟု ချိန်ရွယ်သတ်မှတ်ထားသည့် မတူညီသောအဖွဲ့များကို စနစ်တကျ ရေးသားမှတ်သားထားရန် (to map) ဖြစ်သည်။ ချိန်ရွယ်ထားသည့်အဖွဲ့များထံသို့ တစ်စိတ်တစ်ပိုင်းအားဖြင့် မတူညီသော သတင်းစကားများပေးပို့ပြီး ဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်မည်လော၊ ဤကဲ့သို့ ပေးပို့ခြင်းကို မည်သို့အကောင်းဆုံးဖြစ်အောင် လုပ်ဆောင်မည် စသည်တို့ကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်းသိထားရန်မှာ ပိုမိုအရေးကြီး၏။

အဆင့်လေးဆင့်ဖြင့် ပုံစံကို ဖြည့်ပါ။

ပထမအဆင့်အနေဖြင့် သင့်စမှတ်သည် ထင်ရှားရှင်းလင်းရမည်။ လူမှုစီးပွားရေး ကင်းဗတ်စာမျက်နှာအရ ဖော်ပြရပါက “သင်၏ တည်ရှိခွင့်၊ သင်၏ အဓိက၊ သင်၏တန်ဖိုး အဆိုပြုချက်” (သို့) ယမန်နေက Anne Miltenburg သုံးနှုန်းခဲ့သော အသုံးအနှုန်းဖြင့် ဖော်ပြရပါက “သင့်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရ” ဖြစ်ကာ ၎င်းစမှတ်သည် ထင်ရှားရှင်းလင်းနေရမည်ဟု ဆိုလိုခြင်းဖြစ်သည်။

သင်ဘာအတွက် ရပ်တည်နေသလဲဆိုသည့်ကို ရှင်းရှင်းလင်းလင်းသိပါက သင့်တွေးခေါ်မှုများ (သို့) အမြင်တို့ သည် ရှေ့သို့ မျှော်မြင်တွေးခေါ်နေပေလိမ့်မည်။ ထို့အတွက် သင်ချိန်ရွယ်မည်ဟု သတ်မှတ်ထားသော စားသုံးသူ အုပ်စုထက်သာမက နောက်ထပ်နောက်ထပ်သောအုပ်စုအဖွဲ့များထံမှ ပံ့ပိုးမှုကို သင်လိုအပ်ပေ လိမ့်မည်။ ထို့ကြောင့် ဒုတိယအဆင့်မှာ မည်သူတို့သည် သင့်ကို အားပေးသူများဖြစ်မည်ကို ရှာဖွေပါ။ ထိုသို့ ရှာဖွေထုတ်ဖော်ခြင်းသည် ပြောင်းလဲမှုဆီသို့လှမ်းနေသည့်သင့်ခရီး၌ ထိုသူတို့အား သင်ဘယ်ကဲ့သို့ ထည့်သွင်းထားသည်ကို သိရှိရန် ကူညီပေးပါမည်။

တတိယအဆင့်မှာ သင့်ကို မည်ကဲ့သို့မှတ်မိနေစေလိုသည်ဆိုသည့်အချက်ကို သတ်မှတ်ရန် ဖြစ်သည်။ စတုတ္ထနောက်ဆုံးအဆင့်အနေဖြင့် ထိုအချက်ကို သင်မည်ကဲ့သို့ ရရှိနိုင်မည်ဆိုသည်ကို ဆုံးဖြတ်ရန် ဖြစ်သည်။ ထိုနောက်ဆုံးအချက်ကပင် သင်၏ ဈေးကွက်ရှာဖွေရန်လုပ်ဆောင်မှုများနှင့် ဆက်သွယ်ချိတ်ဆက်မှုတို့ အောင်မြင်ရန်အတွက် ဗျူဟာကျသော လမ်းပြမြေပုံကို နောက်ဆုံး၌ ရေးဆွဲပေးပေလိမ့်မည်။

Slide 20

လုံလောက်သော ပြောဆိုဆွေးနွေးမှုကို ပြုလုပ်ပြီးဖြစ်သဖြင့် သင်တို့၏ တက္ကသိုလ်အသီးသီးအတွက် ဤပုံစံကို ဖြည့်သွင်းကြပါစို့။ ယမန်နေ့၌ Liliya က သင်တို့တက္ကသိုလ်၏ Brand အမှတ်တံဆိပ် ထားရှိခြင်းနှင့် စပ်လျဉ်းပြောကြားပြီး ဖြစ်ပါသည်။ ယနေ့တွင် ထိုအကြောင်းအရာအပေါ် ဆက်လက်ဆွေးနွေး သွားကြပါမည်။

ဖော်ပြထားသည့်အတိုင်း - ပထမအဆင့်မှာ Brand ကိုယ်ပိုင်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရကို ဆုံးဖြတ်ရန် ဖြစ်ပါသည်။ ထို့ကြောင့် ပထမဆောင်ရွက်ရန်မှာ - Brand ကိုယ်ပိုင်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရနှင့်

စပ်လျဉ်း၍ တက္ကသိုလ်တစ်ခုချင်းစီအလိုက် တန်းခွဲများ (Break-out rooms) သို့သွားရောက်ကာ ဆွေးနွေးရပါမည်။

ပွဲဦးထွက်စမှတ်အဖြစ် သင့်တက္ကသိုလ်၏ တန်ဖိုးများ၊ လုပ်ငန်းတာဝန်နှင့် မျှော်မှန်းချက်တို့ကို စတင်ထည့်သွင်း ဆွေးနွေးပါ။ Brand ကိုယ်ပိုင်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရကို စာကြောင်းတစ်ကြောင်း ရေးကာ အဓိပ္ပါယ်ဖွင့်ဆိုပါ။ (ယမန်နေက Tony Chocolonely အပေါ်ကျွန်ုပ်တို့ ဆောင်ရွက်ခဲ့သည့်အတိုင်းပင်) ပြီးစီးပါက သင်ဦးတည်ချိန်ရှယ်လိုသည့် အုပ်စုအဖွဲ့အမျိုးမျိုးအား စဉ်းစားပါ။ ဥပမာ - သင့်လုပ်ဖော်ကိုင်ဖက်များ၊ ကျောင်းသားများ၊ တိုက်တစ်လုံးတည်း ခြိမ်းတစ်ခုတည်းအတွင်း နေထိုင်သူများ၊ အစိုးရ (သို့) စာနယ်ဇင်းမှ ပုဂ္ဂိုလ်များ

Slide 21

နောက်တစ်ဆင့်မှာ - သင်ဦးတည်ချိန်ရှယ်ထားသည့် အုပ်စုအဖွဲ့အမျိုးမျိုးအား သင့်တက္ကသိုလ်အကြောင်း ဘာကို သင်ပြောပြပါမည်နည်း။ သင်နှင့် ပတ်သက်၍ ၎င်းတို့အား မည်ကဲ့သို့ ထင်မြင်ခံစားစေလိုပါသနည်း။ ထို့ကြောင့် ယခုကိစ္စတွင်လည်း သင့်တက္ကသိုလ်အနေဖြင့် တက္ကသိုလ်ကိုအားပေးနေသူပရိသတ်များအား တက္ကသိုလ်အပေါ် မည်ကဲ့သို့ ထင်မြင်ခံစားစေလိုပါသနည်း။ ဤပုံစံကိုနမူနာယူကာ ပုံစံတူကူးယူဖန်တီး၍ တစ်ဦးချင်းစီမှ စာကြောင်းတစ်ကြောင်းစီ မွေးထုတ်ကြပါ။

သင်မည်သည်ကို ပြောလို (သို့) ဖော်ပြလိုသည်ကို သင်သိပါက ထိုသို့ပြုလုပ်ရန် အကောင်းဆုံးနည်းလမ်းကို သင်စဉ်းစားရပေမည်။ မည်သည့် လမ်းကြောင်းအမျိုးအစားကို သင်အသုံးပြုပါမည်နည်း။ “မည်သို့...” ဆိုသည့်အရာနှင့် စပ်လျဉ်း၍ သင်စဉ်းစားနေခြင်းအား ပထမတွေ့ရသော မေးခွန်းအချို့က အကူအညီ ပေးပါလိမ့်မည်။ “မည်သည့်ဆက်သွယ်ရေးလမ်းကြောင်း”ကို သင်စဉ်းစားနေခြင်းအတွက် ဖြစ်နိုင်သည့် လမ်းကြောင်းများအား နောက်ဆလိုက် (SLIDE) တစ်ချပ်၌ နမူနာပေးထားပါသည်။

Slide 22

NIL

Slide 23

တန်းခွဲများ (Break-out rooms) သို့ သွားရောက်ရန်။

အချိန် - နေ့လည် ၁၁ နာရီ ၃၀ မိနစ်မှ မွန်းလွဲ ၁၂ နာရီ ၁၀ မိနစ်အထိ

“Mural” သို့ သွားရောက်ရန် ဖိတ်ခေါ်ပါသည်။ တက္ကသိုလ်တစ်ခုချင်းစီအတွက် “Mural” တစ်ခုချင်းစီကို ဖန်တီးပြုလုပ် ပေးထားပါသည်။

ကင်းဗတ်စာမျက်နှာပေါ်ရှိ အကြောင်းအရာများကို ဖြည့်သွင်းရန် နေ့လည် ၁၂ နာရီ ၁၀ မိနစ်အထိ အချိန်ရပါသည်။ ကံကောင်းပါစေ။ Good luck!

Slide 24

တင်ပြမှု

အချိန် - နေ့လည် ၁၂ နာရီ ၁၀ မိနစ်မှ ၁၂ နာရီ ၄၅ မိနစ်အထိ

တက္ကသိုလ်တိုင်းမှ ပရိသတ်တစ်ဦးစီ၏ အမည်ကို သက်ဆိုင်ရာ “ဘာ....” နှင့် “ဘယ်လို..” ဖြင့် စသည့်
မေးခွန်းနှင့်အတူ ပေးစေလိုပါသည်။
(ဖြစ်ကောင်းဖြစ်နိုင်သည်မှာ တက္ကသိုလ်တစ်ခုခုမှ ကုန်အမှတ်တံဆိပ်၏ အနှစ်သာရ (brand essence) နှင့်
စပ်လျဉ်း၍ ရှင်းလင်းပြောကြား)

၁။ Payap University:

သင့်ပရိသတ်များအထဲမှ တစ်ဦးအမည်ကို ပြောကြားပြီး “ဘာ...” နှင့် “ဘယ်လို..” ဖြင့် စသည့်
မေးခွန်းတစ်ကြောင်း ဖော်ပြစေလိုပါသည်။

၂။ Burapha University:

အခြားပရိသတ်တစ်ဦး၏ အမည်ကို ကျွန်တော်တို့အားလုံးအတွက် ဖော်ပြပေးနိုင်ပါသလား။

၃။ Prince of Songkla University

၄။ Mahasarakham University

၅။ Mandalay University

၆။ National Management Degree College

တင်ပြချိန်သည် ၃၅ မိနစ်ခန့် ကြာမြင့်နိုင်ပါသည်။

Slide 25

Mentimeter & နိဂုံးချုပ်

အချိန် - မွန်းလွဲ ၁၂ နာရီ ၄၅ မိနစ်မှ မွန်းလွဲ ၁ နာရီအထိ

.....