एग्री मैगज़ीन
(कृषि लेखों के लिए अंतरराष्ट्रीय ई-पत्रिका)
वर्ष: 02, अंक: 04 (अप्रैल, 2025)
www.agrimagazine.in पर ऑनलाइन उपलब्ध
© एग्री मैगज़ीन, आई. एस. एस. एन.: 3048-8656

कृषि उत्पादों का ब्रांडिंग और पैकेजिंग: किसानों के लिए एक गाइड

डॉ. हरकेश कुमार बलाई[1], *हर्षिता कुमारी[2], नेहा कुमारी[2] एवं शैलेन्द्र प्रताप[2]
[1]सहा. प्रोफेसर, जगन्नाथ विश्वविद्यालय, चाकसू, जयपुर, राजस्थान, भारत
[2]छात्र, बी.एससी. (आनर्स) कृषि, कृषि संकाय, जगन्नाथ विश्वविद्यालय, जयपुर, राजस्थान, भारत
*संवादी लेखक का ईमेल पता: hraj15843@gmail.com

क्या आप अपने कृषि व्यवसाय को अगले स्तर पर ले जाने और राजस्व बढ़ाने में रुचि रखते हैं? यदि आप ऐसा करते हैं, तो आपको एक ब्रांडिंग रणनीति विकसित करने की आवश्यकता है जो प्रासंगिक ग्राहकों को लक्षित करे और उन्हें एक नई पहचान दे। चाहे आप राष्ट्रीय कंपनी बनने का प्रयास कर रहे हों या क्षेत्रीय बने रहना चाहते हों, ब्रांडिंग आपके लक्ष्यों को प्राप्त करने में आपकी मदद कर सकती है। तो हम ऐसा कैसे कर सकते हैं? चलिए आज के ब्लॉग में जानते हैं।

कृषि ब्रांडिंग क्या है?

कृषि उत्पादों की ब्रांडिंग गेहूं के खेत या मकई की कतारों को दर्शाने वाले लोगो या सावधानीपूर्वक चुने गए फ़ॉन्ट के चयन से कहीं आगे जाती है। आपके ब्रांड का प्रतिनिधित्व करने वाली इन वस्तुओं के अलावा, अवधारणा उससे कहीं अधिक गहरी है। ब्रांडिंग प्रक्रिया यह बताती है कि आप कौन हैं और अगर सही तरीके से किया जाए तो यह आपकी छवि को आपके लक्षित दर्शकों तक पहुँचाती है।

1. **अपनी ब्रांड पहचान को परिभाषित करना:** अपने दर्शकों के साथ एक स्थायी संबंध स्थापित करने के लिए, आपको अपने फ़ार्म की ब्रांड पहचान को परिभाषित करना होगा। अनिवार्य रूप से, यह आपके दृष्टिकोण, मूल्यों, अद्वितीय विक्रय प्रस्ताव (यूएसपी) और आपके द्वारा लक्षित बाज़ार की समझ को सारांशित करता है।

2. **एक मजबूत दृश्य पहचान बनाएं:** आपको यह सुनिश्चित करना चाहिए कि आपके खेती के व्यवसाय की एक मजबूत दृश्य पहचान हो। एक ब्रांड स्टाइल गाइड बनाना महत्वपूर्ण है जो यह सुनिश्चित करता है कि सोशल मीडिया, वेबसाइट, मर्चेंडाइज और पैकेजिंग पर दृश्य आपके ब्रांड के व्यक्तित्व को दर्शाते हैं।

- रंग और फ़ॉन्ट: सुनिश्चित करें कि आपके द्वारा चुने गए रंग सही भावनाएं जागृत करें, तथा आपके द्वारा चुना गया फ़ॉन्ट आपके स्वर से मेल खाए।
- इमेजरी: आप एक प्रामाणिक और यादगार छवि बनाने के लिए आइकन, चित्रण और फोटोग्राफी शैली के साथ अपनी पहचान बढ़ा सकते हैं।
- पैकेजिंग: उत्पाद विक्रेताओं को ऐसी पैकेजिंग का उपयोग करना चाहिए जिसमें उनका लोगो प्रमुखता से प्रदर्शित हो, उनके द्वारा चुने गए दृश्यों का अनुपालन हो, तथा उनके द्वारा अपने उत्पादों के निर्माण में अपनाए गए टिकाऊ तरीकों पर प्रकाश डाला जाए|

3. **कहानी सुनाने का अपने फायदे के लिए उपयोग करें:** किसानों के मामले में, कहानी सुनाना सबसे प्रभावी तरीकों में से एक है जिसके माध्यम से वे अपने व्यवसाय को बढ़ा सकते हैं और ग्राहकों तक पहुँच सकते हैं। आप जेन जेड और युवा दर्शकों से जुड़ने के लिए सोशल मीडिया अभियानों में कहानी सुनाने का भी लाभ उठा सकते हैं। यहाँ कुछ तरीके दिए गए हैं जिन पर विचार किया जा सकता है। अपनी कृषि पृष्ठभूमि से शुरुआत करें। कृपया अपने खेत का संक्षिप्त इतिहास, आपके सामने आई समस्याएँ और आपने जो उपलब्धियाँ हासिल की हैं, उनके बारे में बताएँ। कहानी सुनाने से लोगों के बीच विश्वसनीयता और तालमेल की भावना बढ़ती है। अपनी मुख्य योग्यताओं पर ज़ोर दें। आपको अपने संभावित ग्राहकों को यह बताना चाहिए कि आप पर्यावरण के अनुकूल हैं, स्थानीय समुदायों का समर्थन करते हैं, या जैविक खेती करते हैं। वफादार ग्राहक आपकी सामग्री का अनुसरण करने की संभावना रखते हैं क्योंकि वे आपके समान मूल्यों को साझा करते हैं।

4. **ऑनलाइन उपस्थिति स्थापित करना:** वर्तमान विश्व में जहां अधिकांश लोग इंटरनेट से जुड़े हुए हैं, किसानों को ग्राहकों और बाजार तक पहुंचने के लिए ऑनलाइन होना आवश्यक है।

- वेब डिज़ाइन के साथ अच्छा UX प्रदान करें: अपनी वेबसाइट को इंटरैक्टिव और नेविगेट करने में आसान बनाने पर ध्यान दें। सुनिश्चित करें कि इसमें आपकी ब्रांड स्टोरी, उत्पाद, मूल्य, प्रशंसापत्र और वह ग्राहक शामिल हो जिसके बारे में आपने ऊपर बात की है। उत्पादों और छवियों का विवरण स्पष्ट होना चाहिए। मोबाइल-रिस्पॉन्सिव वेबसाइट डिज़ाइन आपको ज़्यादा लोगों तक पहुँचने में मदद करेगा क्योंकि यह इस्तेमाल की गई स्क्रीन के आकार के हिसाब से ढल जाता है।
- सोशल मीडिया जुड़ाव: सोशल नेटवर्किंग साइट्स से जुड़ें और फेसबुक, लिंक्डइन और ट्विटर जैसी सबसे ज़्यादा इस्तेमाल की जाने वाली साइट्स पर प्रोफ़ाइल बनाएँ। विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफ़ॉर्म पर फ़ार्म की गतिविधियों पर तस्वीरें, वीडियो और दैनिक या साप्ताहिक पोस्ट पोस्ट करें। अपने फ़ॉलोअर्स को जवाब दें, उनकी टिप्पणियों का जवाब दें और उन्हें आपसे और आपके सोशल मीडिया पेज से जुड़ा हुआ महसूस कराएँ।
- उपयोगी सामग्री बनाएं: ब्लॉगिंग सबसे अच्छे तरीकों में से एक है जिसके माध्यम से आप अपने ज्ञान, विचारों, सलाह और अनुभव को अन्य किसानों तक पहुंचा सकते हैं। आकर्षक और जानकारीपूर्ण सामग्री बनाएँ जैसे कि खेत पर जीवन को दर्शाने वाले वीडियो या किसी खास भोजन को कैसे तैयार किया जाए।
- मोबाइल ऐप डिज़ाइन करें: अपने व्यवसाय के लिए मोबाइल एप्लीकेशन बनाकर अपने बाजार की पहुंच बढ़ाएं। यह ऐप ग्राहक संबंधों को बेहतर बनाने में मदद कर सकता है और लोग वहां से ऑर्डर भी कर सकते हैं और आप उनके सुझाव ले सकते हैं और देख सकते हैं कि क्या वे कोई बदलाव चाहते हैं।
- सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन (एसईओ): सर्च इंजन के नतीजों में अपनी रैंकिंग बढ़ाकर अपनी वेबसाइट को ज़्यादा ध्यान देने योग्य बनाएँ। रैंकिंग सुधारने का सबसे प्रभावी तरीका है कंटेंट में उचित कीवर्ड शामिल करना। अगर आपके पास पैसे हैं और आप अपने लिए काम करने के लिए किसी SEO विशेषज्ञ को नियुक्त कर सकते हैं , तो ऐसा करना उचित है।

5. **स्थिरता और जिम्मेदारी का अभ्यास करें:** आज की कृषि को भावी पीढ़ियों के लिए प्राकृतिक संसाधनों और खाद्य आपूर्ति को बनाए रखने के साथ-साथ कृषि व्यवसायों की दीर्घायु के लिए टिकाऊ और कुशल होना चाहिए। किसान पर्यावरण पर अपने प्रभाव को कम करने और कई प्रथाओं का उपयोग करके नैतिक प्रबंधन के स्तर को बढ़ाने के लिए ऐसे सिद्धांतों को लागू कर सकते हैं। कुछ तरीके जिनके माध्यम से मृदा स्वास्थ्य को संरक्षित किया जा सकता है, उनमें फसल चक्र और कवर फसलें, जल प्रबंधन, जैव विविधता को प्रोत्साहित करना और सिंथेटिक रसायनों में कमी जैसे तरीके शामिल हैं। पुनर्योजी कृषि, जिसमें बिना जुताई वाली खेती और कार्बन खेती शामिल है, कार्बन डाइऑक्साइड उत्सर्जन को कम करने और स्वस्थ वातावरण बनाने में मदद करती है।

6. **समुदाय के साथ जुड़ें:** किसान-समुदाय संबंध एक ऐसा मंच प्रदान करते हैं, जिससे सहजीवी संबंध बनते हैं, जो बाज़ार के दायरे से परे होता है। समुदाय के साथ बातचीत करने से खेत की प्रतिष्ठा बनाने में भी मदद मिलती है और खेत की दीर्घकालिक स्थिरता में भी मदद मिलती है।

- कार्यशालाएं और फार्म टूर: अपने खेत पर भ्रमण और कार्यशालाओं का आयोजन करने से समुदाय के सदस्यों को खेती का प्रत्यक्ष अनुभव प्राप्त करने में मदद मिलती है। इस तरह के आयोजनों का एक क्रम आपके खेती के तरीकों को प्रदर्शित करने, स्थिरता के बारे में जागरूकता बढ़ाने और सवालों के जवाब देने का अवसर प्रदान करता है।
- स्थानीय कार्यक्रम और किसान बाज़ार: किसान क्षेत्रीय किसान बाज़ारों और सामुदायिक कार्यक्रमों के ज़रिए अपने ग्राहकों से सीधे जुड़ पाते हैं। अपने खेत की उपज की बिक्री के अलावा, ये कार्यक्रम बातचीत करने और दोस्ती बनाने के भी अवसर प्रदान करते हैं

पैकेजिंग

पैकेजिंग का मतलब है कृषि उपज को उपयुक्त सामग्री में लपेटना या बंद करना, जो उन्हें खेत से बाजार तक ले जाने और दुकानों में लोगों के खरीदने के लिए प्रदर्शित करने के समय सुरक्षित रखेगा।

पैकेजिंग न केवल आपकी फसलों की सुरक्षा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, बल्कि आपके ब्रांड के मूल्यों को संप्रेषित करने और आपके ग्राहकों को आकर्षित करने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। चाहे आप किराने की दुकानों, रेस्तरां या सीधे उपभोक्ताओं को बेच रहे हों, सही पैकेजिंग बहुत फर्क ला सकती है।

1. **पैकेजिंग को ब्रांड मूल्यों के अनुरूप बनाएं-**आपके द्वारा चुनी गई पैकेजिंग आपके खेत के लोकाचार को दर्शानी चाहिए। आज ग्राहक स्थिरता और उनके द्वारा खरीदे जाने वाले उत्पादों के प्रभाव के बारे में अधिक जागरूक हैं। यदि आप पर्यावरण के

अनुकूल खेती के तरीकों को प्राथमिकता देते हैं, तो खाद या बायोडिग्रेडेबल सामग्रियों का उपयोग करके आप अपनी पैकेजिंग को अपने मूल्यों के अनुरूप बना सकते हैं।

2. अपने मूल्य प्रस्तावों को उजागर करें: आप जानते हैं कि आपकी फसलें उच्च गुणवत्ता वाली हैं, लेकिन क्या आपकी पैकेजिंग यह दर्शाती है? जब ग्राहक शेल्फ़ पर या अपने डिलीवरी बॉक्स में आपका उत्पाद देखते हैं, तो उन्हें तुरंत समझ जाना चाहिए कि आपकी उपज क्यों खास है। चाहे वह कीटनाशक-मुक्त हो, हाइपर-लोकल हो, या अत्याधुनिक वर्टिकल फ़ार्म में उगाई गई हो, सुनिश्चित करें कि आपकी पैकेजिंग इन विक्रय बिंदुओं को संप्रेषित करती हो।

3. **आकर्षक मार्केटिंग और डिज़ाइन में निवेश करें:** पैकेजिंग आपकी मार्केटिंग रणनीति का एक विस्तार है। एक आकर्षक, अच्छी तरह से डिज़ाइन किया गया लेबल आपके उत्पाद को प्रतिस्पर्धियों से अलग करने में मदद कर सकता है। जब दृश्य अपील की बात आती है, तो उन रंगों, फ़ॉन्ट और इमेजरी के बारे में सोचें जो आपकी ब्रांड पहचान के साथ संरेखित हों। एक न्यूनतम डिज़ाइन एक ऐसे खेत के लिए उपयुक्त हो सकता है जो स्वच्छ, जैविक जीवन पर ध्यान केंद्रित करता है, जबकि एक उज्ज्वल और बोल्ड डिज़ाइन युवा उपभोक्ताओं या अधिक तकनीक-अग्रणी दर्शकों के साथ प्रतिध्वनित हो सकता है। आप जो भी डिज़ाइन चुनते हैं, आपकी पैकेजिंग को आपके उत्पाद को तुरंत पहचानने योग्य और यादगार बनाना चाहिए।

4. **सब्जी संरक्षण को प्राथमिकता दें:** जबकि मार्केटिंग महत्वपूर्ण है, आपकी पैकेजिंग का प्राथमिक कार्य आपकी फसलों की ताज़गी और गुणवत्ता को बनाए रखना है। आपके द्वारा चुनी जाने वाली पैकेजिंग का प्रकार उस विशिष्ट फसल पर निर्भर होना चाहिए जिसे आप बेच रहे हैं। उदाहरण के लिए, पत्तेदार सागों को अक्सर नमी बनाए रखने की आवश्यकता होती है, जबकि जड़ी-बूटियों को मुरझाने से बचाने के लिए हवा के प्रवाह से लाभ हो सकता है।

5. **अपने ग्राहक वर्ग पर विचार करें:** अलग-अलग ग्राहकों की अलग-अलग ज़रूरतें होती हैं और आपकी पैकेजिंग को इन ज़रूरतों को पूरा करना चाहिए। क्या आप मुख्य रूप से किराना स्टोर, रेस्तराँ या सीधे उपभोक्ताओं को बेच रहे हैं? प्रत्येक बाज़ार की अपनी प्राथमिकताएँ होती हैं। उदाहरण के लिए, किराना स्टोर आमतौर पर स्पष्ट, टिकाऊ पैकेजिंग पसंद करते हैं जो उत्पाद को प्रदर्शित करना आसान बनाता है और खरीदारों को आकर्षक दिखता है। दूसरी ओर, रेस्तरां अपशिष्ट को कम करने और तैयारी के दौरान समय बचाने के लिए थोक पैकेजिंग पसंद कर सकते हैं। सीएसए या किसानों के बाजारों के लिए, आप अधिक पर्यावरण-अनुकूल पैकेजिंग विकल्पों की तलाश कर सकते हैं, जैसे कि पुन: प्रयोज्य कंटेनर या सरल, बायोडिग्रेडेबल बैग। अपने लक्षित बाजार के बारे में सोचें और उन्हें सबसे अधिक क्या पसंद आएगा।

6. **समय की प्रतिबद्धता और दक्षता में संतुलन बनाए रखें:** समय ही पैसा है, और आप अपनी फसलों को कैसे पैक करते हैं, इससे या तो आपके श्रम के घंटे बच सकते हैं या आपको अतिरिक्त समय खर्च करना पड़ सकता है। यदि आपका व्यवसाय मॉडल थोक विक्रेताओं या किराने की दुकानों को उच्च मात्रा में बिक्री पर केंद्रित है, तो आपको गति और दक्षता को प्राथमिकता देने की आवश्यकता हो सकती है। थोक पैकेजिंग समय बचा सकती है, लेकिन यह सभी ग्राहकों के लिए गुणवत्ता मानकों को पूरा नहीं कर सकती है।

प्रो टिप: विभिन्न उत्पादों को पैक करने में कितना समय लगता है, इसका ध्यान रखें और श्रम लागत और ग्राहक की प्राथमिकताओं के आधार पर अपनी पैकेजिंग प्रक्रिया को समायोजित करें।

मुख्य बात यह है कि प्रयोग करें और रचनात्मक बनें!

पैकेजिंग का मतलब सिर्फ़ अपनी फ़सलों की सुरक्षा करना नहीं है; यह आपके खेत की कहानी बताने, अपने मूल्यों को दिखाने और अपने ग्राहकों को गुणवत्तापूर्ण उत्पाद देने का अवसर है। अपने पैकेजिंग को अपने ब्रांड के साथ जोड़कर, सोच-समझकर डिज़ाइन में निवेश करके और उत्पाद की सुरक्षा सुनिश्चित करके, आप अपनी फ़सलों को अलग पहचान देंगे और एक वफ़ादार ग्राहक आधार बनाएंगे।।