



# ઘી સઘર્ન ગુજરાત યેમ્બર ઓફ કોમર્સ એન્ડ ઈન્ડસ્ટ્રી

(આઈ. એસ. ઓ. ૯૦૦૧:૨૦૧૫ પ્રમાણિત સંસ્થા),

"સમૃદ્ધિ", ૪થો માળ, મક્કાઈ પુલ, નાનપુરા, સુરત – ૩૯૫ ૦૦૧

ફોન નં. ૨૨૯૧૧૧૧

ફેક્સ નં. ૦૨૬૧-૨૪૭૨૩૪૦

E-mail : [info@sgcci.in](mailto:info@sgcci.in)

Website : [www.sgcci.in](http://www.sgcci.in)

રેફ નં.

તા: ૨૨/૨/૨૦૨૦

તંત્રીશ્રી, \_\_\_\_\_, સુરત.

મે. સાહેબશ્રી,

જત નીચેની પ્રેસ નોટ આપના ટૈનિકમાં પ્રસિદ્ધ કરી આભારી કરશોજ.

લિ.

આપનો વિશ્વાસુ,

(ખાતાકીય વડા)

## યેમ્બર અને ઓરો યુનિવર્સિટીના સંયુક્ત ઉપક્રમે 'નેશનલ બ્રાન્ડ કોન્કલેવ- ૨૦૨૦' યોજાઈ

સુરત : ઘી સઘર્ન ગુજરાત યેમ્બર ઓફ કોમર્સ એન્ડ ઈન્ડસ્ટ્રી અને ઓરો યુનિવર્સિટીના સંયુક્ત ઉપક્રમે શનિવારે, ૨૨મી ફેબ્રુઆરી ૨૦૨૦ના રોજ સવારે ૧૦:૩૦થી સાંજે ૫:૦૦ કલાક સુધી હજીરા રોડ સ્થિત ઓરો યુનિવર્સિટી ખાતે 'નેશનલ બ્રાન્ડ કોન્કલેવ- ૨૦૨૦'નું આયોજન કરવામાં આવ્યું હતું. જેમાં નિષ્ણાંત વક્તા તરીકે ફ્યુચર બ્રાન્ડ્સના એમડી એન્ડ સીઈઓ શ્રી સંતોષ દેસાઈ 'માર્કેટીંગ મીનીંગ વેલ્યુઅબલી - ઘી પાવર ઓફ બ્રાન્ડ્સ' વિષય ઉપર, ડીએસપી મ્યુચ્યુઅલ ફંડના ડિસ્ટ્રીબ્યુશન માર્કેટીંગના હેડ શ્રી સુદીપ મંડલ 'પ્રોડક્ટ બ્રાન્ડ વર્સિસ સર્વિસ બ્રાન્ડ, ઓવરકમીંગ ચેલેન્જીસ ફોર અપકમીંગ નેશનલ બ્રાન્ડ' વિષય ઉપર, સ્કેરફો એમ એન્ડ સી સાતથીના ફાઉન્ડર ડાયરેક્ટર શ્રી મનીષ ભટ્ટ 'ડિઝાઇન એન્ડ બ્રાન્ડીંગ' વિષય ઉપર અને ભુ એન્ટરટેનમેન્ટના ફાઉન્ડર શ્રી ભરત રંગાએ 'બ્રાન્ડ એઝ અ કેરેક્ટર' વિષય ઉપર વક્તવ્ય રજૂ કરી પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડ વેલ્યુ ક્રિએટ કરવા માટે ઉદ્યોગપતિ અને ઉદ્યોગ સાહસિકોને મહત્વનું માર્ગદર્શન આપ્યું હતું.

યેમ્બરના પ્રમુખ શ્રી કેતન દેસાઈએ કોન્કલેવમાં સર્વેને આવકાર્યા હતા અને પ્રારંભિક ઉદ્બોધનમાં જણાવ્યું હતું કે, સુરતમાં ઘણી ઈન્ડસ્ટ્રી દ્વારા પ્રોડક્ટ મેન્યુફેક્ચર કરવામાં આવે છે પણ આ પ્રોડક્ટને બ્રાન્ડ સુધી કઈ રીતે લઈ જઈ શકીએ તે માટે વિચારવું પડશે. એના માટે ઉદ્યોગ સાહસિકોને એજ્યુકેટ કરી તેમને સુવિધા પુરી પાડવી પડશે. વિશ્વના માર્કેટમાં પહોંચવા માટે સુરતની પ્રોડક્ટની વેલ્યુ ક્રિએટ કરી મજબુતી સાથે બ્રાન્ડીંગ કરવું પડશે.

ઓરો યુનિવર્સિટીના ડીન ડો. રોહિત સિંઘે જણાવ્યું હતું કે ઉદ્યોગ સાહસિકોએ ભવિષ્યમાં પોતાના પ્રોડક્ટની ઈમેજ, રેપ્યુટેશન અને ફ્યુચર આ ત્રણેય બાબતોને ધ્યાનમાં રાખીને પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડીંગ કરવી પડશે.

ચેમ્બરના ઉપપ્રમુખ શ્રી દિનેશ નાવડીયાએ જણાવ્યું હતું કે, સુરતમાં ઘણી પ્રોડક્ટ બને છે પણ તેની બ્રાન્ડ વેલ્યુ ક્રિએટ નહીં થવાને કારણે વિશ્વના માર્કેટો સુધી પહોંચાડી શકાતી નથી. પણ આજની કોન્કલેવમાં ઉદ્યોગ સાહસિકોને પોતાની પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડ વેલ્યુ ઉભી કરવા માટે જે માહિતી મળી છે તે ખૂબ જ કામ લાગશે.

આજના કી-નોટ સ્પીકર શ્રી સુનીલ દેસાઈએ પોતાના વક્તવ્યમાં જણાવ્યું હતું કે, તમારી પ્રોડક્ટને તમે કઈ રીતે પ્રમોટ કરો છો એ બ્રાન્ડીંગ માટે ખૂબ જ મહત્વનું હોય છે. બ્રાન્ડ પણ એક ક્રિએટીવ આઈડીયા છે અને તે જ પૈસા બનાવે છે. બ્રાન્ડ એક પ્રકારનું એક્ટ ઓફ ક્રિએશન છે. પોતાની ઓળખ તેના માટે પ્રથમ બાબત છે. બ્રાન્ડ ક્રિએટ કરવા માટે તમારી પ્રોડક્ટમાં એક પ્રકારની ફિલીંગ ઉભી કરવી પડે છે. અંદરથી જ એક પ્રકારની શક્તિ પેદા કરવાની હોય છે જે ગ્રાહકને તમારા પ્રોડક્ટ સાથે જોડી રાખે છે. એના માટે પોતાના પ્રોડક્ટની અન્ય પ્રોડક્ટની તુલનામાં જુદી જ વેલ્યુ ઉભી કરવાની હોય છે.

તેમણે વધુમાં કહ્યું હતું કે, ઘણી પ્રોડક્ટની કિંમત એક્સરખી હોય છે પણ ગ્રાહકની માનસિકતા પર તમારી પ્રોડક્ટની જાહેરાત શું અસર કરે છે એના પર તમારા પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડીંગ ઉભી થાય છે. કેટલીક બ્રાન્ડ એ લીડર્સનું વિઝન હોય છે, આથી એ બ્રાન્ડ ખૂબ જ દૂર સુધી જાય છે. તમારા પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડીંગ ઉભી કરતા પહેલા તમારી ખૂબ સામાન્ય અને સાધારણ પ્રોડક્ટને સુંદર બને તેવા પ્રયાસ કરો. આપણા પોતાનામાં જ ઘણું બધું છે તો આપણે બીજે શું કામ શોધવું જોઈએ એ પ્રોડક્ટની ફિલોસોફી છે. સુરતમાં ફિઝીકલ બ્રાન્ડ અને ઓનલાઇન બ્રાન્ડમાં ઘણી બધી શક્યતા રહેલી છે. હવે તો ઇકો સિસ્ટમ બ્રાન્ડ ડેવલપ થઈ રહી છે. બ્રાન્ડ ઇન્ડીવિઝ્યુલ વ્યક્તિના આઈડીયાથી પાવરફુલ બને છે.

શ્રી સુદીપ મંડલે પોતાના વક્તવ્યમાં જણાવ્યું હતું કે, તમારી પ્રોડક્ટનો લોગો બ્રાન્ડ નથી પણ સિમ્બોલ છે. તમારા પ્રોડક્ટ માટે ગ્રાહકની લાગણી જ બ્રાન્ડ છે. કોઈપણ ગ્રાહક તમારી પ્રોડક્ટ અને સર્વિસ વિશે શું વિચારે છે તે મહત્વનું છે. ગ્રાહકોની લાગણી જ તમારા પ્રોડક્ટને બ્રાન્ડ બનાવી તેની યુનિક વેલ્યુ ક્રિએટ કરે છે. ક્યારેક એવું પણ બને છે કે ઘણી પ્રોડક્ટની કવોલિટી એક્સરખી હોય છે ત્યારે પ્રમોશન પ્રોડક્ટને બ્રાન્ડ બનાવે છે. તમારા પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડ વેલ્યુ ક્રિએટ કરવા માટે ધીરજ રાખવાની જરૂર છે.

શ્રી મનિષ ભટ્ટે પોતાના વક્તવ્યમાં પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડ ક્રિએટ કરવા માટે જે બધા જ કરતા હોય છે એના કરતા સાવ અલગ જ પ્રોડક્ટ ડિઝાઇન કરવી તેના પર ભાર મુક્યો હતો. પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડીંગ માટે લોજીકલ અને મેજીકલ એમ બંને બાબતો વિશે તેમણે સમજણ આપી હતી. તેમણે કહ્યું હતું કે, દરેક પ્રોડક્ટ માટે ક્રિએટીવિટી મહત્વની છે. તમારા પ્રોડક્ટને લોકોના મગજ સુધી પહોંચાડવા માટે લોજીક સાથે ક્યારેક મેજીકલી નિર્ણયો પણ લેવા પડતા હોય છે.

શ્રી ભરત રંગાએ જણાવ્યું હતું કે, બ્રાન્ડ એટલે કેરેક્ટર. તમારા પ્રોડક્ટની બ્રાન્ડ એ પ્રોડક્ટની આત્મા છે. પ્રોડક્ટની ડિઝાઇન, એની ઇન્ટેજીબલ વેલ્યુજ, લોકો સુધી તેને પહોંચાડવાનો પરપ્ત એ બધી બાબતો બ્રાન્ડ ક્રિએટ કરવા માટે મહત્વની બની રહે છે. માર્કેટમાં પ્રોડક્ટ આવે અને જાય છે પણ બ્રાન્ડ લાંબા સુધી ટકી રહે છે.

કોન્કલેવ દરમિયાન ‘ઓવરકમીંગ ચેલેન્જીસ ફોર અપકમીંગ નેશનલ બ્રાન્ડ’ વિશે પેનલ ડિસ્કશન યોજાઈ હતી. જેમાં હારમોની મલ્ટીમિડીયાના પ્રા.લિ.ના સીએમડી શ્રી રાજેશ દેસાઈ, ડીએસપી મ્યુચ્યુઅલ ફંડના શ્રી સુદીપ મંડલ અને એન.જે. ઇન્ડીયા ઇન્વેસ્ટ પ્રા.લિ.ના કો-ફાઉન્ડર શ્રી જિગ્નેશ દેસાઈ જોડાયા હતા અને બ્રાન્ડ વિશે

મહત્વનું ડિસ્ક્શન કર્યું હતું. એવી જ રીતે 'લોકલ બ્રાન્ડ્સ અને નેશનલ એમ્બીશન' વિશે યોજાયેલા પેનલ ડિસ્ક્શનમાં સિન્કોરો વેન્યુર્સ પ્રા.લિ.ના ફાઉન્ડર એન્ડ ડાયરેક્ટર શ્રી કશ્યપ પંડયા, યુરો ઇન્ડીયા ફ્રેશ ફૂડ્સ લિમિટેડના સીએમડી મનહર સાસપરા અને જમ્બો વેલ્થના સીએમડી શ્રી મિથુન દેસાઈએ બ્રાન્ડ વિશે મહત્વની ચર્ચા કરી હતી.

આ કોન્લકેવમાં ચેમ્બરના ઇવેન્ટ્સ એન્ડ પ્રોગ્રામ્સ સેલના હેડ શ્રી મૃણાલ શુક્લએ આખા કાર્યક્રમનું સંચાલન કર્યું હતું. અંતે ઇવેન્ટ્સ એન્ડ પ્રોગ્રામ્સ સેલના કન્વીનર શ્રી સંજય ગજીવાલાએ વક્તાશ્રીઓ તેમજ ઉદ્યોગ સાહસિકોનો આભાર માન્યો હતો અને ત્યારબાદ કોન્લકેવનું સમાપન થયું હતું.