



ٹیل اتھارٹی آف انڈیا لمیٹڈ (ایس اے آئی ایل) کی خوردہ فروخت میں اضافہ گاؤں کی جانب م م میں کامیابی

Posted On: 14 SEP 2017 1:28PM by PIB Delhi

نئی دہلی۔ 14 ستمبر: اسٹیل اتھارٹی آف انڈیا لمیٹڈ (ایس اے آئی ایل) ایک ملک گیر م م “سیل اسٹیل- گاؤں کی اور”، چلائی ہے، جس کا مقصد ملک میں فولاد کی کھپت کو بڑھانا دینا ہے۔ اس بات کا اظہار مثبت طور پر کاروباریوں کے ذریعے کی جانے والی فروخت کے اضافے سے ہونے لگا ہے، جس میں ماہ اگست 2017ء دوران سی پی ایل وائی فروخت یعنی 91 - زار ٹن فولاد کی فروخت کے ساتھ 8 فیصد کا اضافہ درج کیا گیا ہے۔ اسٹیل اتھارٹی آف انڈیا لمیٹڈ کا نشانہ ہے کہ اس مالی سال کے دوران اپنے ڈیلر نیٹ ورک کے ذریعے دس لاکھ ٹن فولاد فروخت کرے اور آئندہ تین برسوں میں اس فروخت کو مقدار کے لحاظ سے دوگنا کر دے۔ تمام تر امور وزیر فولاد جناب ویرندر سنگھ کی جانب سے اسمارٹ مارکیٹنگ کے سلسلے میں دی جانے والی دایات کے مطابق انجام دئے جانے ہیں۔

سیل نے فولاد کی کھپت بڑھانے کے لیے، جوفی الحال دس کلوگرام فی کس سالانہ ہے، دی۔ ی منڈیوں کے مضمرات کی شناخت کی تھی۔ واضح رہے کہ شری بھارت میں فولاد کی فی کس کھپت 150 کلوگرام کے بقدر ہے۔

گاؤں کی اور م م، اس انداز میں وضع کی گئی ہے کہ بنیادی سطح پر فولاد کے استعمال کنندگان، خصوصاً دیہی علاقوں میں فولاد استعمال کرنے والوں کو سیل کی فولاد کے جدید ترین استعمال اور تعمیرات وغیرہ کے کام میں اس کی افادیت اور استعمال، گھریلو سازو سامان، زراعت وغیرہ میں اس کے استعمال کی زیادہ سے زیادہ جانکاری فراہم کی جائے۔ ناظرین کو متوجہ کرنے کے لیے مختلف سرگرمیاں اپنائی جاتی ہیں اور ان میں سے بتایا جاتا ہے کہ کس طرح سے ایس اے آئی ایل فولاد کا استعمال کر کے، کسی بھی تعمیر یا مصنوع کی پائیداری، اس کی مدت افادیت، سلامتی میں اضافہ کیا جاسکتا ہے۔

سیل کی پروڈکٹ باسکٹ میں متعدد برانڈڈ پروڈکٹ یا مصنوعات مثلاً ایس اے آئی ایل ٹی ایم ٹی، ایس اے آئی ایل جیوٹی جی پی/ جی سی شیش، سالم اسٹینلس برتن وغیرہ شامل ہیں، جو دیہی آبادی کی ضروریات کے تقاضوں پر پورے اترتے ہیں اور ان میں مقبولیت بھی حاصل ہے۔

نلیاڑی، آسام میں، شروع کی گئی اپنی ملک گیر م م کے ذریعے، سیل کا مقصد اس سال کے اواخر تک، 100 مقامات پر احاطہ کرنے کا ہے۔ م م کے آغاز کے چند مہینوں کے اندر ہی تقریباً 25 گھنٹہ پ لے لے۔ ی مختلف ریاستوں میں منعقد کرائی جاچکی ہیں۔ نئے عہد کی مارکیٹنگ م م کلیدی طور پر براہ راست رابطے کے ذریعے صارفین سے ایک مضبوط رابطہ قائم کرنا چاہتی ہے۔ م م کی تمام تر ورکشاپ، اس انداز سے وضع کی گئی ہیں کہ مندوبین کو سیل کے پیداواری عمل، پروڈکٹ رینج یعنی مصنوعات کی اقسام، استعمال اور اس کی افادیت سے واقف کرایا جاسکے اور صارفین اور سامعین سے براہ راست مخاطب ہونے کی غرض سے مقامی زبانوں میں انٹرایکٹیو سیشن یعنی ہا می گفت و شنید کے اجلاس کا اتمام کیا جاتا ہے۔ سیل کے ذریعے تیار کردہ مانیع زلزلہ ٹی ایم ٹی ریباروں کو خصوصی توجہ حاصل ہو رہی ہے۔ ناظرین ای کیو آر کی لچک کے بارے میں جاننے میں دلچسپی رکھتے ہیں اور یہ بھی جانتا چاہتے ہیں کہ زلزلے کی صورت میں فولاد کی یہ سلاخیں کس حد تک دھچکوں اور جھٹکوں کو برداشت کرسکتی ہیں۔

مہینی نے حال ہی میں منڈی، ماچل پردیش میں بڑی کامیابی سے م م چلائی تھی اور مقامی آبادی اور ان کے کنبوں نے بڑی تعداد میں اس م م میں شرکت کی تھی۔ اسی سلسلے کو آگے بڑھاتے ہوئے سیل نے آج پالم پور میں دوسرے راؤنڈ کا اتمام کیا اور “ڈسٹی نیشن - ماچل” نام کی اپنی جاری نمائش کو ان بھی لگایا اور اس موقع پر موجود ناظرین کے مجمع کو فولاد کی کھپت اور اس کے گوناگوں استعمال کی جانکاری فراہم کی۔

(م م ن - ن ر - 15.09.2017)

U - 4574

(Release ID: 1502961) Visitor Counter : 2

