ಸಾಮಾಜಿಕ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ..

ಸಾಮಾಜಿಕ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗೆ ಈ ಪವರ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಬಳಕೆಯಾಗುವುದು ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಅಪರೂಪವೆಂದೇ ಹೇಳಬೇಕು. ಹಾಗೆಂದು ಆಗಿಲ್ಲವೆಂದಲ್ಲ. ಪಲ್ಸ್ ಪೋಲಿಯೊ ಅಭಿಯಾನದಲ್ಲಿ ಅಮಿತಾಭ್ ಬಚ್ಚನ್ ಸಹಿತ ಬಾಲಿವುಡ್‌ನ ಹಲವಾರು ನಟ ನಟಿಯರು ಪಾಲ್ಗೊಂಡಿದ್ದನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬಹುದ. ಹಾಗೆಯೇ ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ್ ಅಭಿಯಾನದಲ್ಲಿ ಅಮಿತಾಭ್ ಬಚ್ಚನ್ ಸಹಿತ ಹಲವು ನಟ ನಟಿಯರು ಭಾಗವಹಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಕಾಜೊಲ್ ಸೋಪು ಬಳಸಿ ಸ್ವಚ್ಛತೆಯ ಕಾಪಾಡುವ ಕುರಿತ ಅಭಿಯಾನದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿದ್ದರೆ, ವಿರಾಟ್ ಕೊಹ್ಲಿ ಸಮಾಜದ ತಿರಸ್ಕೃತ ಮಕ್ಕಳ ಏಳಿಗೆಗೆ ಫೌಂಡೇಷನ್ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಶಬನಾ ಆಜ್ಮಿ ಮಿಜ್ವಾನ್ ಎಂಬ ಎನ್‌ಜಿಒ ದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಅಮೀರ್ ಖಾನ್ ಟಿವಿ ಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಿದ 'ಸತ್ಯಮೇವ ಜಯತೆ' ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಹುಟ್ಟು ಹಾಕಿತು. ಸಲ್ಮಾನ್ ಖಾನ್ ಸಹಿತ ಹಲವು ನಟರು ಪ್ರತಿಷ್ಠಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಹಲವಾರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಎಲ್ಲಕ್ಕಿಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ನಮ್ಮ ನಂದಿನಿ ಹಾಲಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಒಂದೇ ಒಂದು ಪೈಸೆ ಪಡೆಯದೆ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡ ಡಾ.ರಾಜ್‌ಕುಮಾರ್ ಅವರನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕು. ಡಾ.ರಾಜ್ ಯಾವ ಕಮರ್ಷಿಯಲ್ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲೂ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡಿಲ್ಲ ಎನ್ನುವುದು ನಿಜಕ್ಕೂ ವಿಶೇಷವೇ.

35 ಸಾವಿರಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಆ ಕಂಪೆನಿಯಲ್ಲಿ ದುಡಿಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಎಷ್ಟೊಂದು ಪ್ರಬಲವಾಗಿದೆಯೆಂದರೆ, ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಇವತ್ತು ಫೋಟೊ ಕಾಪಿಯರ್ ಯಂತ್ರಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವ ಬ್ರದರ್ ಇಂಟರ್‌ನ್ಯಾಷನಲ್, ಕೆನಾನ್, ಈಸ್ಟ್‌ಮನ್ ಕೊಡಾಕ್, ಹ್ಯಾವ್ಲೆಟ್ ಪ್ಯಾಕರ್ಡ್, ರಿಕೋಸ್, ಲೇನಿಯರ್, ತೊಷಿಬಾ ಮುಂತಾದ ಕಂಪೆನಿಗಳಿದ್ದರೂ ಎಲ್ಲ ಕಂಪೆನಿಯ ಮೆಷಿನ್‌ಗಳೂ ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಮಾತ್ರ ಮಾಡುತ್ತವೆ!

ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಕಂಪೆನಿಯ ಫೋಟೋ ಕಾಪಿಯರ್ ಬಿಸಿನೆಸ್‌ಅನ್ನು ಫ್ಯುಜಿ ಕಂಪೆನಿ ಖರೀದಿಸಿದೆ. 50 ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಫ್ಯುಜಿ ಫಿಲ್ಮ್ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಕಂಪೆನಿಯ ಜತೆಗೆ ಜಂಟಿ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿತ್ತು. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಫ್ಯುಜಿ ಫಿಲ್ಮ್ ಎಲ್ಲ ಷೇರುಗಳನ್ನೂ ಖರೀದಿಸಿ ಕಂಪೆನಿಯ ಪೂರ್ಣ ಸ್ವಾಮ್ಯತ್ವ ಹೊಂದಿದೆ. ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಈ ಫೋಟೋ ಕಾಪಿಯರ್ ಯಂತ್ರದ ಹೆಸರು 'ಫ್ಯುಜಿ ಜೆರಾಕ್ಸ್' ಎಂದಾಗಲಿದೆ. ಆದರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಯಾರೂ ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಅಂಗಡಿಗೆ ಹೋಗಿ 'ಒಂದು ಫ್ಯುಜಿ ಕೊಡಿ' ಎಂದು ಕೇಳುವುದಿಲ್ಲ. ಏನಿದ್ದರೂ ಜೆರಾಕ್ಸ್ ಕೊಡಿ ಎಂದೇ ಕೇಳುತ್ತಾರೆ!

'ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಪವರ್' ಬಗ್ಗೆ ಇಂತಹ ನೂರಾರು ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಕೊಡಬಹುದು. ನಮ್ಮಲ್ಲಿ ಕಾಂಡೋಮ್‌ಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಂದಾಗ ಮೊದಲು ಜನಪ್ರಿಯವಾದದ್ದೇ ನಿರೋಧ್ ಎಂಬ ಹೆಸರು. ಈಗಲೂ ಎಷ್ಟೋ ಕಡೆ ಜನರು ಮೆಡಿಕಲ್ ಸ್ಟೋರ್‌ಗೆ ಹೋಗಿ (ಮೆಲುದನಿಯಲ್ಲೇ) 'ನಿರೋಧ್ ಕೊಡಿ' ಎಂದೇ ಕೇಳುತ್ತಾರೆ. ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಕೆಎಸ್, ಮೂಡ್ ಮುಂತಾದ ಕೆಲವು ಹೆಸರುಗಳು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿದ್ದರೂ, ನಿರೋಧ್ ಎನ್ನುವ ಅನ್ವರ್ಥಕ ಶಬ್ದದ ಬಳಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗಿಲ್ಲ. ಆಸ್ಪಿರಿನ್ ಎನ್ನುವುದು ಎಷ್ಟೋ ವರ್ಷಗಳ ಕಾಲ ಬೇಯರ್ ಕಂಪೆನಿಯ ಟ್ರೇಡ್‌ಮಾರ್ಕ್ ಆಗಿತ್ತು ಎನ್ನುವುದು ಬಹುತೇಕರಿಗೆ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ನಮಗೆ ಇವತ್ತಿಗೂ ತಲೆನೋವು ಎಂದರೇ ಆಸ್ಪಿರಿನ್ ಮಾತ್ರೆ!

'ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಆಗಿ ಅತ್ಯಂತ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯಗೊಳ್ಳುವುದು ಹೇಗೆ?' ಎನ್ನುವುದು ಇವತ್ತಿಗೂ ಕಂಪೆನಿಯ ಮಾರಾಟ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಚರ್ಚೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಶ್ನೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧ ಉತ್ತರ ಇದುವರೆಗೆ ಸಿಕ್ಕಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಉತ್ತರ ಹುಡುಕುವ ದಾರಿಯಲ್ಲಿ ಅದೆಷ್ಟೊಂದು ಪವಾಡಗಳು ಸಂಭವಿಸಿವೆ! ದಿನ ಬೆಳಗಾಗುವುದರೊಳಗೆ ಅದೆಷ್ಟೋ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮನೆಮಾತಾಗಿವೆ.

ಮೇಲೆ ಸೂಚಿಸಿದ ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗುವುದರಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಅಂಶವಿದೆ. ಅದೆಂದರೆ ಈ