

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Tuesday, 20 October 2026

आकांक्षा जैन : 'Crocsteel' के जरिए भारतीय स्टेनलेस स्टील उत्पादों को प्रीमियम पहचान दिलाने की पहल

Sanket Morankar

Published on 19 Oct 2026



भारतीय स्टील उद्योग को नया दृष्टिकोण देने की दिशा में आकांक्षा जैन की पहल

आज के प्रतिस्पर्धी व्यावसायिक दौर में उद्यमिता केवल व्यवसाय शुरू करने तक सीमित नहीं रह गई है, बल्कि बाजार में अपनी अलग पहचान बनाने, ग्राहकों को बेहतर अनुभव देने और उत्पादों को नई दृष्टि से प्रस्तुत करने का माध्यम भी बन गई है। इसी सोच के साथ आकांक्षा अंचल कुमार जैन 'Crocsteel' ब्रांड के जरिए भारतीय स्टेनलेस स्टील उत्पादों को प्रीमियम पहचान दिलाने की दिशा में काम कर रही हैं। उनका उद्देश्य दैनिक उपयोग की वस्तुओं में गुणवत्ता, आकर्षक डिजाइन और आधुनिक जीवनशैली का ऐसा मेल प्रस्तुत करना है, जो भारतीय उत्पादों को एक अलग पहचान दे सके।

आकांक्षा का उद्यमशील सफर इस विचार पर आधारित है कि भारतीय विनिर्माण क्षेत्र में बेहतर संभावनाएं मौजूद हैं। यदि उत्पादों की गुणवत्ता, डिजाइन, ब्रांडिंग और ग्राहक अनुभव पर एक साथ ध्यान दिया जाए, तो भारतीय उत्पादों को घरेलू बाजार के साथ-साथ अंतरराष्ट्रीय बाजार में भी अपनी पहचान बनाने का अवसर मिल सकता है। 'Crocsteel' इसी व्यापक सोच को व्यावसायिक रूप देने की एक पहल है।

शिक्षा और कार्य अनुभव से मिली नई दिशा

आकांक्षा जैन ने अंतरराष्ट्रीय व्यवसाय में एमबीए की शिक्षा प्राप्त की है। इसके बाद उन्होंने UNICEF के साथ निधि संकलन से जुड़े कार्यों और महिंद्रा फाइनेंस में काम करने का अनुभव हासिल किया। इन अलग-अलग क्षेत्रों में काम करने के दौरान उन्हें पेशेवर वातावरण, जिम्मेदारियों और कार्यक्षेत्र की चुनौतियों को समझने का अवसर मिला।

हालांकि, उनके मन में अपनी स्वतंत्र पहचान बनाने और स्वयं के विचारों को व्यवसाय के रूप में विकसित करने की इच्छा लगातार बनी रही। इसी इच्छा ने उन्हें पारंपरिक नौकरी के दायरे से आगे बढ़कर उद्यमिता की दिशा में सोचने के लिए प्रेरित किया। अपने

अनुभवों और शिक्षा से मिली समझ को आधार बनाकर उन्होंने एक ऐसे ब्रांड की कल्पना की, जो केवल उत्पाद बेचने के बजाय ग्राहकों के साथ एक अलग तरह का जुड़ाव स्थापित कर सके।

उनका यह निर्णय इस बात को भी रेखांकित करता है कि उद्यमिता की शुरुआत केवल किसी नए विचार से नहीं होती, बल्कि अपने कौशल, अनुभव और बाजार की जरूरतों को पहचानने से भी होती है।

पिता के अनुभव से मिली उद्योग की समझ

आकांक्षा के उद्यमशील सफर में उनके पिता श्री अंचल कुमार प्रेमचंद जैन का महत्वपूर्ण मार्गदर्शन रहा है। उन्हें स्टील उद्योग में लगभग 45 वर्षों का अनुभव है। उनके अनुभव और उद्योग की समझ ने आकांक्षा को इस क्षेत्र की कार्यप्रणाली, उत्पादों की उपयोगिता और व्यावसायिक संभावनाओं को समझने में मदद की।

स्टेनलेस स्टील उद्योग का अध्ययन करते हुए आकांक्षा ने इस बात पर विचार किया कि भारतीय उत्पादों को केवल उनकी उपयोगिता के आधार पर ही क्यों देखा जाए। उन्हें आकर्षक डिजाइन, बेहतर प्रस्तुति और मजबूत ब्रांड पहचान के माध्यम से भी ग्राहकों के सामने प्रस्तुत किया जा सकता है। इसी विचार ने 'Crocsteel' की अवधारणा को आकार देने में अहम भूमिका निभाई।

पारिवारिक अनुभव और अपनी आधुनिक व्यावसायिक सोच के मेल से आकांक्षा इस उद्योग में एक अलग पहचान बनाने की दिशा में आगे बढ़ रही हैं। उनका प्रयास है कि पारंपरिक विनिर्माण क्षेत्र को नए दौर के उपभोक्ताओं की अपेक्षाओं और जीवनशैली से जोड़ा जाए।

उपयोगिता के साथ डिजाइन और अनुभव पर जोर

'Crocsteel' के पीछे आकांक्षा का दृष्टिकोण केवल स्टेनलेस स्टील की वस्तुओं की बिक्री तक सीमित नहीं है। उनका मानना है कि रोजमर्रा के जीवन में इस्तेमाल होने वाले उत्पाद भी व्यक्ति की पसंद, घर की सजावट और जीवनशैली का हिस्सा होते हैं। विशेष रूप से रसोई में उपयोग होने वाली वस्तुओं में मजबूती और उपयोगिता के साथ-साथ डिजाइन और प्रस्तुति भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं।

आज ग्राहक उत्पाद खरीदते समय उसकी उपयोगिता के अतिरिक्त उसकी बनावट, गुणवत्ता, टिकाऊपन और समग्र अनुभव पर भी ध्यान देते हैं। ऐसे में किसी ब्रांड के लिए उत्पाद की विशेषताओं को प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करना और ग्राहकों के मन में भरोसा पैदा करना महत्वपूर्ण हो जाता है।

आकांक्षा इसी दृष्टिकोण को अपने ब्रांड की पहचान का हिस्सा बनाने की दिशा में प्रयासरत हैं। उनके लिए ब्रांड निर्माण का अर्थ केवल एक नाम या लोगो तैयार करना नहीं, बल्कि उत्पादों के माध्यम से एक विशिष्ट विचार और अनुभव को ग्राहकों तक पहुंचाना है।

'CrocTales' के माध्यम से ब्रांड को मिलेगी रचनात्मक पहचान

'Crocsteel' की इसी रचनात्मक सोच के तहत आकांक्षा जैन ने दसहरे के अवसर पर 21 अक्टूबर को 'CrocTales' नामक विशेष उत्पाद श्रृंखला प्रस्तुत करने की योजना बनाई है। इस पहल के माध्यम से ब्रांड की अवधारणा और उत्पादों को एक अलग अंदाज में सामने लाने का प्रयास किया जा रहा है।

इसके साथ ही कॉमिक मैगजीन के माध्यम से ब्रांड के कल्पनात्मक संसार को ग्राहकों तक पहुंचाने की योजना भी उनकी रणनीति का हिस्सा है। यह दृष्टिकोण पारंपरिक उत्पाद प्रचार से अलग है, क्योंकि इसमें कहानी और रचनात्मक प्रस्तुति के जरिए ब्रांड के साथ जुड़ाव बनाने पर ध्यान दिया जा रहा है।

हालांकि, इस उत्पाद श्रृंखला के विस्तृत उत्पाद विवरण, कीमतों और बाजार में उपलब्धता से संबंधित जानकारी अभी साझा नहीं की गई है। इसलिए 'CrocTales' की वास्तविक बाजार प्रतिक्रिया और व्यावसायिक प्रभाव का आकलन इसके आधिकारिक लॉन्च और आगे की जानकारी के बाद ही किया जा सकेगा।

नई पीढ़ी के उद्यमियों के लिए प्रेरणादायी सफर

आकांक्षा जैन की यात्रा यह दर्शाती है कि किसी स्थापित उद्योग में भी नए विचारों के लिए जगह बनाई जा सकती है। इसके लिए बाजार की जरूरतों को समझना, उत्पादों के प्रति ग्राहकों की बदलती अपेक्षाओं का अध्ययन करना और अपनी अलग पहचान विकसित करना आवश्यक है।

उनकी शैक्षणिक पृष्ठभूमि, पेशेवर अनुभव और परिवार से प्राप्त उद्योग संबंधी मार्गदर्शन ने उनके उद्यमशील दृष्टिकोण को दिशा दी है। अब 'Crocsteel' के माध्यम से वह इस सोच को व्यावसायिक पहचान में बदलने की दिशा में आगे बढ़ रही हैं।

भारतीय विनिर्माण क्षेत्र में ब्रांडिंग, डिजाइन और ग्राहक अनुभव की भूमिका लगातार महत्वपूर्ण होती जा रही है। ऐसे माहौल में 'Crocsteel' जैसी पहल के सामने अपनी विशिष्ट पहचान स्थापित करने का अवसर है। इसकी सफलता उत्पादों की गुणवत्ता, ग्राहकों के भरोसे, बाजार की मांग और दीर्घकालिक व्यावसायिक रणनीति पर निर्भर करेगी।

आकांक्षा जैन का सफर उन युवाओं और विशेष रूप से महिला उद्यमियों के लिए प्रेरणा का उदाहरण है, जो अपने विचारों को व्यवसाय में बदलना चाहते हैं। उनका प्रयास भारतीय स्टेनलेस स्टील उत्पादों को एक नई प्रस्तुति और पहचान देने का है। आने वाले समय में 'Crocsteel' अपनी इस सोच को किस तरह बाजार में स्थापित करता है, यह देखना महत्वपूर्ण होगा।

संपर्क विवरण

संस्थापक: आकांक्षा अंचल कुमार जैन

ब्रांड: Crocsteel

फोन: 8929460709

ई-मेल: export@crocsteel.com

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Sanket Morankar, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsoever.