



Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP



N S D C
National
Skill Development
Corporation

Transforming the skill landscape



RASCI
Retailers Association's
Skill Council of India

प्रतिभागी पुस्तिका

सेक्टर
रिटेल

सब-सेक्टर
एफएमसीजी

व्यवसाय
सेल्स



रेफरेंस आईडी: **RAS/Q0604, Version 1.0**
NSQF: Level 4

डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन

प्रकाशक :

ExcelBooks
PRIVATE LIMITED

एक्सेल बुक्स प्राइवेट लिमिटेड

रजिस्टर्ड ऑफिस : ई-77, साउथ एक्टेशन पार्ट-1, दिल्ली-110049

कॉर्पोरेट ऑफिस : नोएडा: बी-25/5&6 सेक्टर-59 नोएडा-201301

सेल्स ऑफिस : 81, श्यामलाल मार्ग, दरियागंज, दिल्ली-110002

ई-मेल : info@excelbooks.com

वेबसाइट : www.excelbooks.com

सर्वाधिकार सुरक्षित,
प्रथम संस्करण, मार्च 2017

ISBN 978-93-87034-15-0

भारत में मुद्रित
एक्सेल प्रिन्टर्स,
नई दिल्ली-110002

कॉपीराइट © 2017

रिटेल्स असोसिएशन स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया
703-704, सागर टेक प्लाजा-ए, अंधेरी-कुरला रोड,
साकीनाका, अंधेरी (ई), मुंबई-400072

वेबसाइट : www.rasci.in

फोन : +91 22 40058210-5

दावा त्याग

यहां पर दी गई सूचना रिटेल्स एसोसिएशन स्किल काउंसिल ऑफ इंडिया (रासकी) के विश्वसनीय स्रोत से प्राप्त की गई है। रासकी ऐसी सूचना की सटीकता, संपूर्णता या पर्याप्तता की सभी वारंटियों का दावा त्यागता है। रासकी यहां पर दी गई सूचना में त्रुटियां, चूक, या अपर्याप्तता या उसकी व्याख्याओं का कोई दायित्व नहीं लेता है। पुस्तक में शामिल कॉपीराइट सामग्री के स्वामियों को ढूंढने का भरसक प्रयास किया गया है। प्रकाशक, इस पुस्तक के भावी संस्करणों के लिए इस पुस्तक में हुई चूकों को उनकी जानकारी में लाने के लिए आभारी होगा। रासकी की कोई भी इकाई इस सामग्री पर भरोसा करने के कारण किसी भी व्यक्ति को होने वाली हानि, चाहे जो भी हो, उसके लिए उत्तरदायी नहीं होगा। इस प्रकाशन में दी गई सामग्री कॉपीराइट के अधीन है। इस प्रकाशन के किसी भी भाग का, किसी भी रूप में, किसी भी माध्यम से, चाहे कागज पर या इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से पुनरुत्पादन, संग्रहण या वितरण तब तक नहीं किया जा सकता जब तक कि यह रासकी द्वारा अधिकृत नहीं किया जाता है।





श्री नरेन्द्र मोदी
प्रधानमंत्री, भारत

“कौशल से बेहतर भारत का निर्माण होता है।
यदि हमें भारत को विकास की ओर ले जाना है
तो कौशल का विकास हमारा मिशन होना चाहिए।”



Certificate

COMPLIANCE TO QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

RETAILERS ASSOCIATION'S SKILL COUNCIL OF INDIA

for

SKILLING CONTENT : PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of
Job Role/ Qualification Pack: **'Distributor Salesman'** QP No. **'RAS/Q 0604 NSQF Level 4'**

Date of Issuance: **May 9th, 2016**

Valid up to*: **May 10th, 2018**

**Valid up to the next review date of the Qualification Pack or the
'Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)*

Authorised Signatory
(Retailers Association's Skill Council Of India)

आभार

इस सहभागी पुस्तिका की सामग्री की पुष्टि करके, क्वालिफिकेशन पैक (QP) और नेशनल ऑक्यूपेशन स्टैण्डर्ड (NOSs) पर आधारित कौशल को योगदान देने के लिए हम निम्नलिखित संगठनों का धन्यवाद करते हैं।



Pioneer Agencies

Ideal Enterprises

पुस्तिका के बारे में

यह सहभागी पुस्तिका, डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन क्वालिफिकेशन पैक (QP) के प्रशिक्षण की सुविधा के लिए बनाई गई है। यह शिक्षार्थियों को एवं डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की भूमिकाओं और कार्य को प्रभावी तरीके से करने के लिए आवश्यक ज्ञान प्रदान करती है। यह पुस्तिका कम्पनी की उधार नीति, सुरक्षा खतरों से निपटने के लिए कम्पनी की नीतियों और प्रक्रियाओं एवं कम्पनी की स्वास्थ्य और सुरक्षा नीति का संक्षिप्त वर्णन करती है। किस प्रकार ग्राहक की प्रतिक्रियाओं का विवेचन और उनके खरीद निर्णय को स्वीकारना चाहिए, इन सब पर भी यह केन्द्रित है। इनके अतिरिक्त विशेषज्ञ उत्पाद प्रदर्शन और ग्राहक बातचीत के दौरान समय प्रबंधन का भी वर्णन किया गया है।

यह पुस्तिका डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन को सेल्स क्षेत्र में प्रभावी ढंग और कुशलता से कार्य करने के लिए अधिकतम वर्णन देने की ओर लक्षित है।

यह पुस्तिका पांच नेशनल ऑक्यूपेशन स्टैण्डर्ड (NOSs) में विभाजित है। NOSs वह व्यवसाय मानक है, जो विभिन्न भूमिकाओं के लिए उद्योग जगत के विभिन्न प्रतिनिधियों द्वारा समर्थित है तथा उस पर उनकी सहमति होती है। ये व्यवसाय मानक कर्मचारियों के लिए उन प्रदर्शन मानकों का उल्लेख करते हैं, जो उन्हें कार्यस्थल पर ज्ञान और समझ के साथ निरंतर कार्य करते हुए प्राप्त करना चाहिए।

इस पुस्तिका की मुख्य विशेषताएं—

- (क) यह एफएमसीजी क्षेत्र में नीतियों और नियमों के बारे में समझ को बढ़ाती है।
- (ख) यह आवश्यक कार्यों को सुरक्षित रूप से और कुशलतापूर्वक करने के लिए मार्गदर्शन प्रदान करती है।
- (ग) यह शिक्षार्थियों को डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की कार्य भूमिका और जिम्मेदारियों को समझाती है।

प्रयुक्त प्रतीक



प्रमुख शिक्षा परिणाम

प्रमुख शिक्षा परिणाम प्रत्येक मॉड्यूल के आरंभ में सूचीबद्ध होते हैं। इनमें विषय के उन मुख्य बिंदुओं को सम्मिलित किया जाता है, जिन्हें शिक्षार्थी माड्यूल में विस्तार से पढ़ते हैं।



टिप्स

जहाँ भी संभव है प्रत्येक मॉड्यूल में सुझाव शामिल किए गए हैं। वे किसी विशेष विषय पर शामिल नोट्स में शिक्षार्थियों के लिए अतिरिक्त अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं।



चरण

एक विशिष्ट प्रक्रिया के लिए कदम दर कदम निर्देश प्रदान करते हैं।



नोट्स

नोट प्रत्येक मॉड्यूल के अंत में विषय से संबंधित मुख्य बिंदुओं को सूचीबद्ध किया गया है।



गतिविधि

इसे सीखने के लिए उचित वातावरण बनाने के लिए डिजाइन किया गया है।



यूनिट के उद्देश्य

ये प्रत्येक मॉड्यूल के तहत प्रत्येक यूनिट के आरंभ में सूचीबद्ध होते हैं। इनमें उन मुख्य बिंदुओं को शामिल किया जाता है, जिन्हें शिक्षार्थी यूनिट में विस्तार से पढ़ते हैं।

विषय सूची

क्रमांक	मोड्यूल्स और यूनिट्स	पृष्ठ संख्या
1.	वितरक बिक्री प्रबंधक का परिचय	1
	यूनिट 1.1: भारत के FMCG उद्योग का अवलोकन	3
	यूनिट 1.2: डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन का अवलोकन	5
	यूनिट 1.3: डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की व्यवसायिक प्रगति	8
	यूनिट 1.4: वितरण संबंधी रणनीतिक योजना बनाना और निर्णय लेना	9
2.	उत्पादों और व्यापार की जानकारी (RAS/N0601)	13
	यूनिट 2.1: उत्पाद का विवरण और उसका पोर्टफोलियो	15
	यूनिट 2.2: विभिन्न वर्गों के साथ योजना की जानकारी	20
	यूनिट 2.3: उत्पाद विवरणों के महत्व को समझना	28
	यूनिट 2.4: व्यापार को समझना, पॉइंट ऑफ परचेज (POP) सामग्री के उपयोग और उत्पादों के सैंपल	30
	यूनिट 2.5: ब्रांड उपलब्धता के मानदंड	38
	यूनिट 2.6: प्रतियोगिता के मानदण्ड	42
	यूनिट 2.7: नई/ध्यान देने योग्य स्टॉक कीपिंग यूनिट (SKU)	46
3.	व्यापार और उत्पादन लक्ष्य (RAS/N0602)	51
	यूनिट 3.1: बिक्री के उद्देश्य और लक्ष्य	53
	यूनिट 3.2: श्रेणी और आउटलेट के अनुसार बिलिंग लक्ष्य	59
	यूनिट 3.3: नए उत्पादों की उपलब्धता	63
	यूनिट 3.4: ऑर्डर का पूर्वानुमान और कार्य-योजना तैयार करना	66
	यूनिट 3.5: वितरण केन्द्रों पर उत्पाद की उपलब्धता की जाँच	70
4.	प्रभावशाली विक्रय व्यवहार (RAS/N0603)	73
	यूनिट 4.1: बिक्री का सही अनुमानित विश्लेषण करें ताकि भण्डार समाप्ति या अति संचयन की स्थिति से बचा जा सके	75
	यूनिट 4.2: योजना संचार और शृंखला-विक्रय	81
	यूनिट 4.3: पामटॉप/हस्तचालित उपकरणों की कार्यप्रणाली और इनकी विशेषताएं	85
	यूनिट 4.4: स्टॉक की वापसी, फर्स्ट मैनुफेक्चर्ड फर्स्ट आउट (FMFO) और स्टॉक रोटेशन	88
	यूनिट 4.5: रिटेलर की व्यावहारिक सेवा के संबंध में दिशा-निर्देश	92
5.	रिटेल आउटलेट में क्रेडिट प्रबंधन (RAS/N0604)	101
	यूनिट 5.1: लंबित बिलों की जानकारी इकट्ठा करना	103
	यूनिट 5.2: रिटेल बिलों की क्रेडिट एजिंग संबंधी जानकारी इकट्ठा करना	108
	यूनिट 5.3: लंबित भुगतानों की स्थिति पता करना	112
	यूनिट 5.4: लंबित सुपुर्दगी की स्थिति पता करना और इससे जुड़ी समस्याओं को सुलझाना	116
	यूनिट 5.5: दुकानों के साथ लेन-देन में सामंजस्य स्थापित करना	117





1. वितरक बिक्री प्रबंधक का परिचय

यूनिट 1.1: भारत के FMCG उद्योग का अवलोकन

यूनिट 1.2: डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन का अवलोकन

यूनिट 1.3: डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की व्यावसायिक प्रगति

यूनिट 1.4: वितरण संबंधी रणनीतिक योजना बनाना और निर्णय लेना



मुख्य शिक्षा परिणाम

इस यूनिट के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन का परिचय देने में
2. भारतीय सन्दर्भ में डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की भूमिका और उत्तरदायित्वों को समझाने में
3. डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन के कार्यों का वर्णन करने में
4. रणनीतिक योजना की अवधारणा पर चर्चा करने में
5. रणनीतिक योजना की जरूरत का विश्लेषण करने में
6. रणनीतिक योजना के विभिन्न चरणों की जांच करने में
7. डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन के लिए आवश्यक कौशल का वर्णन करने में

यूनिट 1.1: भारत के FMCG उद्योग का अवलोकन

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. आज के परिप्रेक्ष्य में FMCG उद्योग को समझा सकने में
2. रिटेल उद्योग में उत्पन्न होने वाले आधुनिक विपणन की अवधारणाओं और तकनीक को समझा सकने में

1.1.1 FMCG उद्योग

फास्ट मूविंग चैन कंज्यूमर गुड्स (FMCG) उद्योग तेजी से बढ़ने वाले उद्योगों में से एक है, जिसमें मूल्य शृंखला के प्रत्येक बिंदु पर उपभोक्ता हैं। बढ़ती जागरूकता, ढूंढने में आसानी, और बदलती जीवनशैली की इस क्षेत्र के विकास में मुख्य भूमिका रही है।

FMCG उत्पादों को कंज्यूमर पैकेज्ड प्रोडक्ट्स भी कहते हैं। इस श्रेणी में मौजूद उत्पादों में सभी दैनिक उपयोग के समान हैं, (किराने के सामान के अलावा अन्य/दाल) जिन्हें लोग नियमित तौर पर खरीदते हैं। इस सूची में सबसे लोकप्रिय उत्पाद हैं साबुन, डिटर्जेंट, शैम्पू, दंतमंजन, दाढ़ी बनाने के उत्पाद, जूते पॉलिश, डिब्बा बंद खाद्य पदार्थ, घरेलू और अन्य। ये सामान रोजाना उपयोग किए जाते हैं और इस कारण इनसे ज्यादा लाभ होता है।

FMCG क्षेत्र में 3 मुख्य बिंदु हैं— विपणन, बिक्री एवं अनुसन्धान और विकास:

- ❑ **विपणन:** इस उद्योग में विपणन तेजी से बढ़ता है, इसलिए इसमें तुरंत अनुकूलन की आवश्यकता होती है। उपभोक्ता को जो आज चाहिए शायद कल उन्हें कुछ अलग चाहिए होता है, इसलिए यह आवश्यक है कि विक्रेता उपभोक्ता की पसंद और बदलाव से अवगत रहें। FMCG विक्रेताओं को ज्यादातर उत्पादों के पूर्ण जीवनचक्र, अनुसन्धान और विकास से लेकर उत्पाद प्रचार तक चल रहे विपणन प्रयासों का प्रबंधन करना होता है।
- ❑ **बिक्री:** FMCG में बिक्री अन्य उद्योगों से ज्यादा तेज होती है। ज्यादातर उपभोक्ता उत्पाद कुछ लोगों को ही लक्ष्य नहीं करते और इसलिए परिणाम के तौर पर आपको अनेक उपभोक्ताओं में जो अलग संस्कृति और अलग उम्र के हों उन्हें उत्पाद खरीदने के लिए समझाना होता है। FMCG क्षेत्र में बिक्रीकर्ता की भूमिका निभाने के लिए बेहतरीन संवाद, अंतर्व्यक्तिक कौशल और अनेक लोग/ग्राहकों से जुड़े रहने की दक्षता होनी चाहिए।
- ❑ **अनुसंधान और विकास:** FMCG क्षेत्र में अनुसंधान उत्पाद को छोटा दिखाना, उत्पाद में सुधार और अन्य संस्करण में बदलना (उदाहरण के लिए चाय का नया स्वाद) आदि पर काम करना होता है।

बाजार में वृद्धि की अधिक संभावनाएँ हैं, और FMCG उद्योग में काम करने से आपको नए उत्पादों के अत्याधुनिकरण और अभिनव विपणन योजनाओं का अवसर प्राप्त होगा।

यूनिट 1.2: डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन का अवलोकन

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में, आप सक्षम हो जाएंगे:

1. डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन का परिचय देने में
2. भारतीय सन्दर्भ में डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की भूमिका और उत्तरदायित्वों को समझाने में
3. डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन के कार्यों का वर्णन करने में

1.2.1 डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन

डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन वे लोग हैं, जो व्यापारियों/रिटलरों से बातचीत कर उनकी जरूरत को समझते हैं और उन्हें उनकी आवश्यकता के अनुसार उत्पाद प्रदान करते हैं। ये उत्पादों को बेचते हैं और इस कारण कंपनी के फ्रंट-एंड स्टाफ हैं। ये टीम के साथ मिलकर काम करते हैं। ये बिक्री सम्बंधित कार्य भी करते हैं; जैसे उत्पादों और व्यापार को प्रदर्शित करना और मांग के अनुसार बिक्री केन्द्र बनाना।

बिक्री और वितरण प्रक्रिया को नीचे दर्शाया गया है:

- बिक्री, ग्राहक सेवा और प्राप्तियां
- ऑर्डर प्रबंधन और तैयारियाँ
- ऑर्डर प्रोसेसिंग और बिल तैयार करना
- डिस्पैचिंग, परिवहन और सुपुर्दगी
- स्टॉक की जाँच, इन्वेंटरी और क्रेडिट नियंत्रण
- बिक्री प्रबंधन (रिटेल कॉल कार्ड्स/प्रतियोगिता/मोलभाव)
- बिक्री के बाद की सेवा (संवाद, व्यापार और मूल्यांकन)



चित्र 1.2 डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन

रिटेल दुकानों के प्रकार

आधुनिक रिटेल उद्योग को विभिन्न रिटेल दुकानों के निम्नलिखित प्रकारों द्वारा विशेषीकृत किया गया है, जैसे:

- विशेषज्ञ दुकानें
- डिपार्टमेंटल दुकानें
- फुल-लाइन डिस्काउंट दुकानें

- ब्रांडेड दुकानें
- कंपनी फ्रेंचाइजी/दुकानें
- सुविधा दुकानें और अन्य

डिपार्टमेंटल दुकान एक रिटेल उपक्रम है, जो विभिन्न श्रेणियों के उत्पादों को विस्तृत शृंखला प्रदान करती है, इसलिए इन्हें "डिपार्टमेंट" कहते हैं। उदाहरण के लिए बिग बाजार, वी मार्ट, विशाल मेगा मार्ट, रिलायंस मार्ट। ये अनेक उत्पादों जैसे रसोई के बर्तन, बाथरूम उत्पाद, खिलौना, घरेलू सामान, किराना और कपड़े (पुरुष, महिला, बच्चे) प्रदान करते हैं। ये अनेक प्रकार की छूट प्रदान करते हैं ताकि ग्राहकों को दुकान की ओर आकर्षित कर सकें।



चित्र 1.3 डिपार्टमेंटल दुकान

1.2.2 डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की भूमिका और उत्तरदायित्व

डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन कंपनी के प्रतिनिधि हैं जो सीधे ग्राहक के साथ बातचीत कर उन्हें सही मात्रा में, सही स्थान पर, सही मूल्य में और सही समय में कंपनी के उत्पाद बेचते हैं। इस तरह ये ग्राहक को संतुष्ट रखते हैं।

डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन की भूमिका एवं उत्तरदायित्व को नीचे दर्शाया गया है:

- क्षेत्रीय और मौलिक योजना तैयार करना
- संभावित ग्राहकों द्वारा दुकानों को पहचानना, उनका वर्गीकरण करना और सेवा की आवृत्ति के साथ योजना बनाना
- रोजाना कॉल्स कार्ड/रिटेल कार्ड का बिक्री पूर्व मूल्यांकन
- डीलर को कॉल करना और उसकी दुकान में स्टॉक की जांच करना
- दुकान में बिक्री करना (संवाद शैलियां/कीमत/उत्पाद यूनिट सेलिंग प्रोपोजिशन (USP) और बिक्री संबंधी नीतियां)
- नकदी उगाही/प्राप्तियां
- डीलर की मदद करना और क्रेडिट की जानकारी प्रदान करना
- ग्राहक के साथ अच्छा रिश्ता विकसित करना
- क्षेत्र में प्रतियोगी गतिविधियों पर बराबर नजर रखना
- उत्पाद की जानकारी को विकसित करना
- डीलर को प्रशासकीय कॉल्स (कॉल कार्ड, कॉल मूल्यांकन, मोलभाव) करना
- आउटलेट में प्रदर्शन/व्यापार
- कंपनी के व्यवसाय से सम्बंधित बिक्री और विपणन सभाओं में भाग लेना

- ❑ कंपनी के लक्ष्य और उद्देश्यों को प्राप्त करना



चित्र 1.4 ग्राहक के साथ संवाद करते हुए बिक्रीकर्ता

1.2.3 डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन के कार्य

डिस्ट्रीब्यूटर सेल्समैन के कार्य हैं:

- ❑ कॉल कर स्टॉक और इन्वेंटरी की जाँच करना
- ❑ डीलर की दुकान में उत्पादों की बिक्री करना
- ❑ बकाया राशि को लेना और क्रेडिट की जानकारी को प्राप्त करना
- ❑ बिक्री क्षेत्र को बनाए रखना और उसे बढ़ाने का प्रयास करना
- ❑ प्रोडक्ट लाइन और मिक्स को बढ़ाना
- ❑ बाजार और उत्पाद रुझान पर नजर रखना
- ❑ डीलर की मदद करना
- ❑ डीलर के प्रतिष्ठान में व्यापार/प्रदर्शन करना
- ❑ वितरक/कंपनी को प्रतिक्रिया देना



चित्र 1.5 डिपार्टमेंटल दुकान

टिप्स

प्रत्येक विक्रेता का यह कर्तव्य होता है, कि वह संभावित और वर्तमान ग्राहकों को कॉल कर उन्हें कंपनी के उत्पाद को रिटेल दुकान में सही मात्रा में सही समय पर बेचें। विक्रेता को ग्राहक के साथ रिश्ते को बनाए रखने हैं और उनका एक ही लक्ष्य होना चाहिए कि वर्तमान ग्राहक बने रहें और साथ ही उनकी संख्या भी बढ़ती रहे।

यूनिट 1.4: वितरण संबंधी रणनीतिक योजना बनाना और निर्णय लेना

यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के अंत में आप सक्षम हो जाएँगे:

1. रणनीतिक योजना बनाने के सिद्धांत की चर्चा करने में
2. रणनीतिक योजना बनाने में शामिल चरणों को समझाने में
3. वितरण बिक्री प्रबंधक के लिए आवश्यक कौशल का वर्णन करने में

1.4.1 रणनीतिक योजना

अगर हम योजना बनाने में असफल हो जाते हैं तो हम असफल होने की योजना बनाते हैं।

अगर लाभ प्राप्त करना है तो प्रत्येक व्यवसाय में यह जानकारी होनी चाहिए कि क्या करना चाहिए और कैसे करना चाहिए। योजना निर्माण वह है, जिसमें हम भूतकाल का अध्ययन करते हैं ताकि वर्तमान में तय कर सकें कि भविष्य में क्या करना है और कब और कैसे हम इसे कर सकते हैं और कौन इसे कर सकता है। योजना निर्माण द्वारा हम अल्पकाल या दीर्घकाल को प्रभावित कर सकते हैं।

रणनीतिक योजना की प्रक्रिया की स्थिति को नीचे दर्शाया गया है:

- दृष्टि, मिशन, उद्देश्य और लक्ष्य को निर्धारित करना
- संगठन और वातावरण का मूल्यांकन करना
- सही रणनीतियों/संचार के साधनों का चुनाव करना
- बिक्री योजना तैयार करना
- कार्यान्वयन
- मूल्यांकन



चित्र 1.6 रणनीतिक आवश्यकताएँ

व्यापारिक चुनौतियों के कारण आधुनिक रिटेलर व्यापार का अच्छा प्रबंधन करने लगे हैं। सूचना प्रौद्योगिकी के उपयोग से अनेक अवसर प्राप्त होते हैं, जिससे रिटेलर की दुकान और प्रतियोगी के बिक्री आकड़े को जाँचा जा सकता है। अगर रिटेलर को प्रतियोगी से आगे बढ़ना है तो बिक्री आकड़े के सहयोग से उसे अपने व्यापार के लिए उचित निर्णय लेने चाहिए।

आधुनिक रिटेल बिक्री के सहयोग से बिक्रीकर्ता की नौकरी अब अधिक जटिल और उद्देश्यपूर्ण बन गयी है, ताकि उन्हें सही निर्णय लेने के लिए प्रेरणा मिले। इसी कारण रणनीतिक योजना की आवश्यकता पड़ती है।



चित्र 1.7 प्राथमिकता के आधार पर गतिविधियों को क्रमबद्ध करना

रणनीतिक योजना बनाना एक अच्छी गतिविधि है, जो प्राथमिकता निर्धारित करती है, उर्जा केन्द्रित करती है और संसाधनों का अच्छा प्रबंधन करती है ताकि काम करने का तरीका मजबूत बन सके। इसका लक्ष्य है कि वांछित लक्ष्य, उद्देश्य और परिणाम प्राप्त हो सके।



चित्र 1.8 लक्ष्य केन्द्रित योजना बनाता हुआ बिक्रीकर्ता

रणनीतिक योजना बनाने में शामिल चरण

रणनीतिक योजना बनाने में शामिल चरणों को नीचे दर्शाया गया है:



चित्र 1.9 रणनीतिक योजना बनाना

1.4.2 वितरक बिक्री प्रबंधक की योग्यताएं

विक्रेता के लिए अनिवार्य है कि वह अपनी रणनीति बनाए और अपनी गतिविधियों को निर्धारित योजनानुसार ही रखें। कार्य का निरीक्षण करना और योजना से भटकाव की स्थिति में जरूरी संशोधन करना और भी जरूरी है। यह आमतौर पर बिक्री प्रबंधकों द्वारा किया जाता है।



चित्र 1.10 बिक्री गतिविधियों की प्रगति

वितरण बिक्री प्रबंधक द्वारा पालन किए जाने वाले दिशा-निर्देश निम्नलिखित हैं:

- योग्य कर्मचारियों को चुनना और रखना
- असरदार बिक्री योजनाएं बनाना
- बिक्री कर्मचारियों के लिए अविरल प्रशिक्षण और नई-नई जानकारियां देने की व्यवस्था करना
- बिक्री कर्मचारियों के प्रदर्शन की जाँच करने के लिए नियमित सभाएं करना
- उत्पादों के बड़े और थोक ऑर्डरों पर ध्यान केन्द्रित करना
- खरीद-फरोख्त और विपणन की रूपरेखा बनाना
- विभागीय बिक्री का पूर्वानुमान लगाने के लिए संपूर्ण योजना बनाना
- एक अच्छा वातावरण बनाने के लिए पूरी टीम को एक साथ काम करने के लिए प्रेरित करना
- नेतृत्व के गुणों का विकास करना

टिप्स

ग्राहकों के मन में सकारात्मक छवि और साख बनाने में प्रत्येक संस्था का महत्वपूर्ण योगदान रहता है। ग्राहकों को सबसे अच्छी सुविधा प्रदान करके एक कम्पनी को बाजार में अपनी छवि एक अच्छे उत्पाद ब्रांड के रूप में बरकरार रखनी चाहिए।

अभ्यास

रिक्त स्थान भरें:

1. वितरक बिक्रीकर्मी _____ से उनकी जरूरत को समझने और सम्बंधित उत्पादों से उनकी सेवा करने के लिए बातचीत करता है।
2. _____ दुकान में बिक्री करना वितरक बिक्रीकर्मी का काम है।
3. _____ सुपरमार्केट दुकानदारी का अनुभव प्रदान करता है, जिसमें ग्राहकों को सामान खरीदने में सहायता करने के लिए आसपास बिक्री कर्मचारी मौजूद रहते हैं।
4. _____ योजना बनाना रणनीति तैयार करने में एक महत्वपूर्ण गतिविधि है।

