Shri Gujarati Samaj, Indore

P.M.B. Gujarati Commerce College, Indore

(DAVV, Indore)

Vocational Subject : Salesmanship

Practical File

B.COM I YEAR
Session : 2023-24

Name of the Student	:	....
Section & Scholar No.	:	....
DAVV Roll No./Enrollment No.	:	....
Name of the Organization visited	:	....
Name of the Teachers Guardian	:	....

श्री गुजराती समाज, इंदौर

प.म.ब. गुजराती वाणिज्य महाविद्यालय, इंदौर

व्यावसायिक विषय : विक्रयकला Salesmanship
प्रेक्टिकल फाईल के सम्बन्ध में आवश्यक निर्देश
बी.कॉम प्रथम वर्ष 2023–24

- बी.कॉम. प्रथम वर्ष के चयनित व्यावसायिक पाठयक्रम विक्रयकला पर विद्यार्थियों को एक प्रेक्टिकल फाईल तैयार करना है। विश्वविद्यालय अंकसूची में प्रेक्टिकल फाईल के प्राप्तांक शामिल होंगे। इसके पूर्णांक 100 है। इसमें पृथक से उत्तीर्ण होना आवश्यक है।
- प्रेक्टिकल फाईल A/4 साईज के पेपर पर लगभग 15–20 पृष्ठों की तैयार करनी होगी।

अपनी प्रेक्टिकल फाईल निम्नांकित विवरण के आधार पर तैयार करें।

1. भूमिका निभाने वाले अभ्यास – विद्यार्थियों को विक्रय एवं विपणन के क्षेत्र में विभिन्न प्रकारों के पद बनाकर कार्यक्षेत्र में उन पदों की भूमिका कैसे निभाएँ यह अभ्यास करना है। जैसे–विक्रयकर्ता की भूमिका। विद्यार्थियों को भूमिका निर्माण वाले अभ्यास का वाई–वॉ VIVA-VOCE के समय Presentation देना पड़ सकता है।

2. बिक्री प्रस्तुति योजना तैयार करना– चयनित उत्पाद/सेवा के आधार पर बिक्री प्रस्तुति योजना तैयार करनी है इस तैयारी में निम्नलिखित बिन्दुओं को ध्यान में रखें।
   - ग्राहकों का ध्यान आकर्षित करना (अभिवादन, संबोधन, बॉडी लेग्वेज) के आधार पर
   - संभावित ग्राहक की स्थिति एवं मनोविज्ञान का आकलन – आयु रहन सहन, आर्थिक स्तर व्यवसाय/पेशा आदि के आधार पर अपना प्रस्तुतीकरण देना चाहिये।
   - संभावित ग्राहक की स्थिति के आकलन अनुसार उत्पाद/सेवा की संक्षेप जानकारी एवं अन्य प्रतिस्पर्धी उत्पाद/सेवा के साथ तुलनात्मक जानकारी भी देना है।
   - संभावित ग्राहक की आपत्तियों शंकाओं को ध्यानपूर्वक सुनना और धैर्यपूर्वक उनका समाधान करना।
   - संभावित ग्राहक को उत्पाद खरीदने के लिए तैयार करना।

3. आउटडोर सेल्समेन के पास काम करने या आसपास रहने वाले से साक्षात्कार किया जावें :

Sample Interview Questions

Name of the salesman : --
Name of the Company (he/she is working in) : -----------------------------
Age : ---------
Mobile No. : -------------

प्र.1. उत्पाद / सेवा का नाम क्या है।
What is the name of product/ service.

प्र.2. उत्पाद / सेवा की विशेषताएँ क्या है।
What are the qualities of product/ service.

प्र.3. उत्पाद / सेवा का मूल्य क्या है।
What is the price of product/ service ?

प्र.4. क्या उत्पाद / सेवा का कोई प्रतिस्पर्धी उत्पाद / सेवा बाजार है।
Is there any competitive product/ service in market ?

प्र.5. आपका उत्पाद / सेवा अन्य प्रतिस्पर्धी उत्पादों से किस प्रकार बेहतर है।
Explain how your product/ service is better than other product/service available in market.

प्र.6. कौन से ऑफर उत्पाद / सेवा पर कंपनी द्वारा दिये जाते है।
Which offers are given by company on product/ service .

प्र.7. उत्पाद / सेवा विक्रय के प्रकार कौन–कौन से है।
Which are the type of product/ service selling.

प्र.8. संभावित क्रेता / ग्राहक को वास्तविक क्रेता / ग्राहक में परिवर्तित करने के लिए आप किन कठिनाईयों का अनुभव करते है तथा उन्हें कैसे हल करते है।
What difficulties you feel to convert your prospected customer/Purchaser in to real customer/Purchaser & how will you solved these difficulties.

प्र.9. बाह्य विक्रय प्रतिनिधि के क्या दायित्व है।
What are the duties of Outdoor salesman.

नोट–उपरोक्त प्रश्न नमूने के रूप में दिये गये है। विद्यार्थी अपने उत्पाद / सेवा Product/Service के अनुसार उपरोक्त साक्षात्कार प्रश्नों में परिवर्तन कर सकते है। तथा नवीन प्रश्नों को शामिल कर सकते है।

- विक्रय प्रतिनिधि के साथ साक्षात्कार के साक्ष्य (Proof) के लिये विद्यार्थी का विक्रयकर्ता के साथ फोटो एवं बिजनेस विक्रयकर्ता के बिजनेस कार्ड की फोटोकॉपी लगानी है।

4. बिक्री बजट कोटा एवं क्षेत्र

- बिक्री बजट :– Sales Budget

पिछले वर्षो की विक्रय मात्रा–इकाईयाँ एवं राशि के आधार पर आगामी वर्ष के लिए बिक्री बजट तैयार किया जाता है। अतः चयनित उत्पाद की विक्रय बजट की जानकारी–मासिक, त्रैमासिक, अर्धवार्षिक एवं वार्षिक के आधार पर जानकारी दी जानी चाहिये।

- विक्रय कोटा :–Sales Quota

विक्रय कोटा की जानकारी में बजट अवधि का Turnover (Total Sales) की जानकारी राशि के रूप में दी जानी चाहिये।

- बिक्री क्षेत्रः–Sales Territory

विक्रय क्षेत्र की जानकारी में उत्पाद/सेवा के विक्रय स्थानों–शहर, तहसील, संभाग एवं प्रदेश की जानकारी एवं इन क्षेत्रों में कार्यरत् उत्पाद/सेवा विक्रयकर्ता की संख्या की जानकारी दी जानी चाहिए।

5. विज्ञापन, व्यक्तिगत बिक्री और बिक्री प्रचार के बीच अंतर

- विज्ञापन–(Advertisement)

जब निर्माता अपनी वस्तु, सेवा या संस्था के बारे में विभिन्न साधनों के द्वारा उपभोक्ता को जानकारी प्रदान करता है तो इसे विज्ञापन कहा जाता है विज्ञापन के प्रमुख माध्यम– समाचार पत्र, पत्रिका, दीवार विज्ञापन, पोस्टर्स, होर्डिग्स, बैनर्स, परिवहन विज्ञापन, मनोरंजन एवं अन्य विज्ञापन के माध्यम रेडियों, टेलीविजन, सिनेमा, मेल प्रदर्शनी आदि।

- व्यक्तिगत विक्रय –(Personal Sales)

व्यक्तिगत विक्रय में विक्रेता एवं ग्राहक के मध्य प्रत्यक्ष सम्पर्क एवं व्यवहार होता है इसका प्रमुख उददेश्य ग्राहकों की क्रय समस्याओं को हल करते हुए विक्रय करना है। इसका उपयोग ग्राहक संतुष्टि के साथ विक्रय वृद्धि के लिये किया जाता है।

- बिक्री प्रचार –(Sales Promotion)

किसी वस्तु या सेवा की बिक्री में वृद्धि करने के लिए ऐसे प्रयासों को इसमें शामिल किया जाता है जो प्रायः नियमित प्रकृति के नहीं होते हैं। इसके प्रमुख माध्यम है – सेम्पल वितरण, मेले एवं प्रदर्शनियाँ, मुफ्त परीक्षण, छूट या रिबेट आदि।

विद्यार्थियों को उनके चयनित उत्पाद/सेवा के संबध में विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय एवं विक्रय संवर्धन की जानकारी दी जानी चाहिए।

अथवा /or

केस स्टडी CASE STUDY

सेल्समेनशिप की अवधारणा व महत्व बताते हुए किसी कम्पनी की केस स्टडी (सेल्समेनशिप रणनीति) विस्तार से बताइये।