

## UNIT I

### वैयक्तित विक्रय

वैयक्तित विक्रय विपणन कार्यक्रमों को लागू करने का एक साधन है। इसका संबंध 'प्रेरक संचार' से है। वैयक्तित विक्रय में एक विक्रयकर्ता संभाव्य ग्राहक (prospect) को मनाने की कोशिश करता है ताकि वह उत्पाद खरीदने का निर्णय ले सके। यह विक्रय बढ़ाने का एक प्रमुख कारक है। यह एक विक्रयकर्ता (Salesman) द्वारा भावी ग्राहक के लिए एक उत्पाद की प्रत्यक्ष प्रस्तुति है। इसे आमने-सामने या टेलीफोन के माध्यम से संपन्न किया जा सकता है। यह एक बिचौलिया या अंतिम उपभोक्ता को निर्देशित किया जा सकता है। वैयक्तित विक्रय खरीदार के मन में उत्पाद खरीदने के लिए इच्छाशक्ति, दृढ़ विश्वास और अंतिम निर्णय लेने के लिए राजी करने का एक उपकरण है।

### परिभाषा

1. **विलियम स्टैंटन और वाकर के अनुसार**, "वैयक्तित विक्रय किसी को कुछ खरीदने के लिए राजी करने के लिए सूचना का वैयक्तित संचार है।"
2. **महोनी और स्लोन के अनुसार**, "वैयक्तित विक्रय एक विक्रयकर्ता और संभाव्य ग्राहक या ग्राहकों के समूह के बीच वैयक्तित संचार है।"

### वैयक्तित विक्रय की प्रकृति/उद्देश्य/कार्य

(हालांकि प्रकृति, उद्देश्य, कार्य अलग-अलग चीजें हैं, नीचे दिए बिंदुओं को तीनों के संबंध में समझाया जा सकता है। छात्रों को चाहिए कि इन बिन्दुओं को समझाने के लिए अपनी बुद्धि (अगर है तो) का उपयोग)

1. **यह प्रमोशन मिक्स का एक हिस्सा है:** वैयक्तित विक्रय संवर्धनात्मक मिश्रण (प्रमोशन मिक्स) और कंपनी के विपणन कार्यक्रम में संचार मिश्रण (कम्युनिकेशन मिक्स) का हिस्सा है। अन्य तत्वों विक्रय संवर्धन, विज्ञापन, जनसंपर्क आदि की तरह ही यह कंपनी की उत्पाद के संवर्धन में मदद करती है।
2. **यह द्विपक्षीय संचार है:** यह द्विपक्षीय संचार (टू-वे कम्युनिकेशन) के लिए सबसे अच्छा साधन है। सेल्समैन ग्राहक को कंपनी के उत्पाद के बारे में आवश्यक जानकारी प्रदान कर सकता है, और ग्राहक से जानकारी भी एकत्र कर सकता है। इसका अंतिम उद्देश्य ग्राहक को उत्पाद खरीदने के लिए राजी करना है।

3. **इसमें प्रस्तुति और अनुनय शामिल है:** विक्रयकर्ता अपने उत्पाद को संभाव्य खरीदार को पेश करता है और विभिन्न कौशल और तकनीकों की मदद से भावी खरीदार को मनाने की कोशिश करता है।
4. **यह एक लचीला उपकरण है:** वैयक्तित विक्रय अन्य प्रचार उपकरणों की तुलना में अधिक लचीला है। विक्रयकर्ता अपने ग्राहकों की प्रतिक्रिया को किसी विशेष विक्रय दृष्टिकोण के अनुसार देखते हैं और स्थिति के अनुसार अपने बिक्री प्रयासों में फेरबदल करते हैं।
5. **यह एक रचनात्मक उपकरण है:** वैयक्तित विक्रय रचनात्मक प्रकृति की होती है। विक्रयकर्ता संभाव्य के लिए किसी वस्तु को खरीदने की ज़रूरत महसूस कराने की कोशिश करता है। वह ग्राहक को उन ज़रूरतों से अवगत करता है और उत्पाद खरीदने के लिए उसे मनाने की कोशिश करता है। सेल्समैन बेचता नहीं है लेकिन वह संभाव्य ग्राहक के अंदर उत्पाद खरीदने की ललक पैदा करता है।
6. **दीर्घकालिक संबंध:** वैयक्तित विक्रय से व्यक्ति और संभाव्य खरीदार के बीच वैयक्तित संबंधों का विकास होता है। इस तरह के संबंधों का दीर्घकालिक अवधि में कंपनी के विक्रय बढ़ोतरी के लिए एक महत्वपूर्ण स्थान है।
7. **अतिरिक्त जानकारी प्राप्त करना:** आम तौर पर अपने उत्पाद को पेश करने से पहले एक कंपनी संभाव्य खरीदारों की प्राथमिकताओं से अवगत होती है। फिर भी वैयक्तित विक्रय के दौरान जब विक्रय व्यक्ति खरीदारों के साथ सीधे संपर्क में होता है, तो वह उनके पसंद और नापसंद की चीज़ों के बारे में अतिरिक्त जानकारी इकट्ठा करता है।
8. **समस्याओं और जिज्ञासाओं का त्वरित समाधान:** संभाव्य खरीदार उत्पाद के बारे में पूछताछ कर सकता है। सेल्समैन इन प्रश्नों का उत्तर जल्दी देता है और खरीदार के मन में आ रही किसी भी संदेह को दूर करता है।
9. **ग्राहक का विश्वास जीतना:** व्यवस्थित वाकपट्टा और प्रस्तुति से एक सक्षम विक्रयकर्ता सभी संदेह, आपत्तियों और गलतफहमी को दूर कर सकता है और ग्राहक का विश्वास जीत सकता है। यह कंपनी और उसके ऑफ़र में ग्राहकों का विश्वास बढ़ाता है।
10. **कंपनी की ख्याति / छवि में सुधार करता है:** ध्यान दें कि सेल्समैनशिप कंपनी की उपलब्धियों और प्रस्तावों को उजागर करके खराब छवि या गलतफहमी को दूर कर सकती है। कंपनी और उसके उत्पादों के बारे में विस्तृत विवरण सभी संदेहों और गलतफहमियों को दूर करता है। यह कंपनी की छवि और बाजार में प्रतिष्ठा को बहाल करने में मदद करता है।

11. सर्विस एलीमेंट : पर्सनल सेलिंग का मतलब किसी वस्तु को बेचकर छुटकारा पाना नहीं होता या ग्राहकों को लिए धोखा नहीं होता। बल्कि यह ग्राहकों को समझदारी से खरीदने के लिए सहायता करने का एक तरीका है।

## वैयक्तित विक्रय का महत्व / लाभ

### 1. व्यवसायी / कंपनी के लिए महत्व :

- (ए) प्रभावी प्रचार उपकरण: विक्रय बढ़ाने के लिए व्यवसायी के हाथों में वैयक्तित विक्रय एक प्रभावी प्रचार उपकरण है। सेल्समैन अपने उत्पाद की विभिन्न विशेषताओं और लाभों के साथ-साथ बाजार की नवीतम जानकारियां प्रदान करता है।
- (बी) लचीला उपकरण: वैयक्तित विक्रय प्रचार का सबसे लचीला उपकरण है। विक्रय प्रस्तुति ग्राहक की आवश्यकताओं के अनुसार समायोजित की जाती है।
- (ग) प्रयास की बर्बादी: वैयक्तित विक्रय संवर्धन के अन्य उपकरणों की तुलना में न्यूनतम संसाधन लेता है और कम से कम संसाधनों के द्वारा बेहतर तरीके से किया जा सकता है। हम कह सकते हैं की यह प्रयासों और संसाधनों की बर्बादी रोकता है।
- (द) ग्राहक का ध्यान: वैयक्तित विक्रय के तहत ग्राहक के ध्यान और रुचि के स्तर का आसानी से मूल्यांकन किया जा सकता है। इसके बाद विक्रयकर्ता द्वारा प्रस्तुति करने के तरीके को उचित रूप से संशोधित किया जा सकता है।
- (ई) स्थायी संबंध: वैयक्तित विक्रय का उद्देश्य विक्रयकर्ता और ग्राहक के बीच अच्छे और लंबे समय तक चलने वाले संबंधों को विकसित करना है, जो कि विन-विन दर्शन के अनुरूप विक्रय को बढ़ाता है।
- (च) वैयक्तित संबंध: एक व्यावसायिक संगठन की प्रतिस्पर्धात्मक शक्ति उसके विक्रयकर्ता और भविष्य के ग्राहकों के बीच वैयक्तित तालमेल का विकास करती है।
- (छ) प्रस्तुतीकरण अवस्था में भूमिका: किसी उत्पाद की खूबियों का वर्णन करने और ग्राहक को इसे खरीदने के लिए राजी करने से, विक्रयकर्ता बाजार में एक नए उत्पाद को पेश करने में मदद करता है।

### 2. ग्राहकों के लिए महत्व:

- (ए) आवश्यकताओं की पहचान करने में मदद करता है: यह ग्राहकों की जरूरतों को पहचानने में मदद करता है, ताकि वे सर्वश्रेष्ठ उत्पाद प्राप्त करके संतुष्ट हो सकें।

- (बी) बाजार की नवीनतम जानकारी: वैयक्तित विक्रय के तहत ग्राहकों को वर्तमान उत्पाद की उपलब्धता या कमी, नए उत्पाद की उपलब्धता आदि के बारे में नवीनतम जानकारी प्रदान की जाती है।
- (c) विस्तृत प्रदर्शन: वैयक्तित विक्रय एकमात्र तकनीक है जिसके माध्यम से उत्पाद का विस्तारित प्रदर्शन होता है, जो विक्रय करने में अत्यंत सहायक होता है।
- (d) विशेषज्ञ सलाह: विभिन्न वस्तुओं और सेवाओं को खरीदते समय ग्राहकों को विशेषज्ञ सलाह और मार्गदर्शन प्रदान किया जा सकता है।
- (e) ग्राहकों को प्रेरित करता है: वैयक्तित विक्रय ग्राहकों को नए उत्पादों को खरीदने के लिए प्रेरित करती है ताकि उनकी जरूरतों को बेहतर तरीके से पूरा किया जा सके।

### 3. सामाजिक महत्व:

- (ए) अज्ञानता दूर करता है: वैयक्तित विक्रय से एक विक्रयकर्ता अपने विक्रय कौशल द्वारा लोगों की अज्ञानता दूर करता है और विभिन्न प्रकार के उत्पादों और उनकी उपयोगिताओं के बारे में लोगों को शिक्षित को करता है।
- (b) समाज की सहायता करता है: यह देश में उत्पादन और विक्रय बढ़ाने में मदद करता है | वे मांग और आपूर्ति के बीच संतुलन बनाए रखने में सहायक होते हैं |
- (ग) रोजगार के अवसर: यह बेरोजगार लोगों को आय अर्जित करने के लिए विक्रयकर्ता के रूप में काम करने का अवसर प्रदान करता है।
- (d) यात्रा और पर्यटन: देश में विक्रयकर्ताओं की एक स्थान से दूसरे स्थान में गतिशीलता से यात्रा और पर्यटन को बढ़ावा मिलता है।

4. सरकार के लिए महत्व: सरकार भी विक्रय कौशल से अधिकतम उपयोगिता प्राप्त करती है। सेल्समैनशिप उत्पादकों को वस्तुओं और सेवाओं के अधिक उत्पादन और विक्रय में मदद करती है। जैसे ही देश में उत्पादन और विक्रय बढ़ती है, सरकार कर, आयकर, उत्पाद शुल्क, माल ढुलाई और परिवहन शुल्क जैसे विभिन्न करों के माध्यम से अधिक राजस्व प्राप्त करने में सक्षम होती है। यह देश की जीडीपी वृद्धि में योगदान देता है।

## एक अच्छे विक्रयकर्ता की विशेषताएं/गुण

एक विक्रयकर्ता में निम्नलिखित गुण होने चाहिए

### 1. भौतिक गुण:

- (ए) अच्छा स्वास्थ्य: सामान्य मनुष्य की तरह एक विक्रयकर्ता को भी स्वस्थ होना चाहिए। एक विक्रयकर्ता मानसिक और शारीरिक रूप से तभी अच्छा काम कर पायेगा जब उसका स्वास्थ्य अच्छा होगा। अच्छे स्वास्थ्य के लिए, एक विक्रयकर्ता को अच्छी तरह से खाना चाहिए, अच्छी नींद लेनी चाहिए और नियमित रूप से व्यायाम करना चाहिए।
- (b) अच्छा रूप: अच्छा दिखना हमेशा लोगों को आकर्षित करता है। एक विक्रयकर्ता बहुत मोटा या पतला नहीं होना चाहिए। उसे अपने शरीर को अच्छी तरह से रखना चाहिए।
- (c) हंसमुख: एक विद्वान ने ठीक ही कहा है कि मुस्कुराहट 'प्लेग की तरह है'। अगर विक्रयकर्ता हंसमुख और खुश है तो वह अपने ग्राहक को खुश कर सकता है, जो सीधे बातचीत करने में मदद करता है और विक्रय बढ़ने की संभावना बढ़ जाती है।
- (d) फुर्तीला: एक अच्छा विक्रयकर्ता हमेशा चुस्त होना चाहिए। एक आलसी और बोरियत सेल्समैन कभी भी ग्राहकों को आकर्षित नहीं कर सकता है।
- (e) हाव-भाव: ग्राहकों को प्रभावित करने में एक सेल्समैन के इशारे और मुद्राएं भी महत्वपूर्ण हैं। अनावश्यक हाथ-आँख मूवमेंट, शोल्डर मूवमेंट आदि संभाव्य खरीदारों के मन में गलत धारणा पैदा करते हैं और विक्रयकर्ता के व्यक्तित्व पर गलत प्रभाव पड़ता है।
- (च) स्वच्छता: स्वच्छता का भी विक्रयकर्ता के लिए विशेष महत्व है। कोई भी व्यक्ति किसी गंदे व्यक्ति को सुनना पसंद नहीं करता है। एक अच्छे सेल्समैन को स्वच्छता का पूर्ण ध्यान रखना चाहिए।
- (छ) वस्त्र: एक अच्छी तरह से तैयार विक्रयकर्ता अक्सर ग्राहकों को बहुत आसानी से आकर्षित करता है। उसे टाई के साथ सूट पहनना चाहिए। एक विक्रयकर्ता का पहनावा उसका आत्मविश्वास बढ़ता है।

### 2. बातचीत के गुण

- (ए) स्पष्ट उच्चारण: एक विक्रयकर्ता के पास स्पष्ट उच्चारण होना चाहिए अस्पष्ट उच्चारण से अर्थ का अनर्थ हो जाता है। एक विक्रयकर्ता को शब्दों का उपयोग करने से पूर्व सही उच्चारण करना सीखना चाहिए। हकलाने वाला व्यक्ति तो कभी अच्छा विक्रयकर्ता तो बन ही नहीं सकता।

- (b) **उचित शब्दावली:** प्रस्तुतियाँ देते समय शब्द का उचित चुनाव बहुत महत्वपूर्ण है। एक विक्रयकर्ता के पास शब्दों के साथ स्थायी प्रभाव बनाने के लिए एक अच्छी शब्दावली होनी चाहिए। एक विक्रयकर्ता को उन शब्दों का उपयोग करना चाहिए जो समझने में आसान हैं और उच्चारण करने में आसान हैं। तकनीकी शब्दों से बचना चाहिए।
- (ग) **प्रभावी प्रस्तुतीकरण:** कई बार, 'हम कैसे बात' से ज्यादा महत्वपूर्ण है 'हम क्या बोलते हैं'। यदि शैली अच्छी नहीं है, तो एक विक्रयकर्ता ग्राहक को अच्छे उच्चारण और शब्दावली के साथ मनाने में सक्षम नहीं हो सकता है।

### 3. **मानसिक गुण :**

- (ए) **युक्तिसम्पन्नता:** युक्तिसम्पन्न व्यक्ति वह होता है जिसमें नवीन परिस्थितियों एवं घटनाओं को समझने तथा उसके अनुरूप व्यवहार करने की क्षमता रखता है | एक विक्रयकर्ता को परिवर्तनशील परिस्थितियों के अंतर्गत नित नए प्रकार के ग्राहकों से व्यवहार करना पड़ता है | युक्तिसम्पन्नता के गुण से ही ग्राहक को उचित सुझाव दे सकेगा और उन्हें सतुष्ट करके माल बेच सकेगा |
- (b) **प्रखर बुद्धि:** एक विक्रयकर्ता को प्रखर बुद्धि का धनी होना चाहिए। प्रखर बुद्धि से वो ग्राहकों की बात को अच्छे से समझ सकता है और उसकी जिज्ञासा को समझ सकता है | उनके द्वारा पूछे गये प्रश्नों एवं प्रस्तुत किये गए समस्याओं एवं शंकाओं का भी तत्काल समाधान कर सकेगा |
- (c) **तीव्र स्मरण-शक्ति:** सफल होने के लिए, एक विक्रयकर्ता के पास तीव्र स्मरण-शक्ति होनी चाहिए। उसमें अपने माल ग्राहकों, ग्राहकों से हुई भेंटो, प्रतिस्पर्धाओं आदि के बारे में महत्वपूर्ण बातों को याद करने की क्षमता होनी चाहिए |
- (डी) **परिपक्वता:** एक विक्रयकर्ता को अपने कर्तव्यों और दायित्वों को समझने के लिए पर्याप्त परिपक्व होना चाहिए। उसे इस बात का बोध होना चाहिए कि वह किस बारे में बात कर रहा है और यह कंपनी की विक्रय को कैसे प्रभावित करेगा।
- (()) **आत्मविश्वास:** आत्मविश्वास एक ऐसी चीज है जो किसी भी तरह की स्थिति से निपटने में व्यक्ति की मदद कर सकता है। एक अच्छे विक्रयकर्ता को अपने चुनौतीपूर्ण कार्य में आपत्तियों से निपटने के लिए आत्मविश्वास होना चाहिए।
- (च) **निरीक्षण और न्याय करने की क्षमता:** एक विक्रयकर्ता की सफलता उसके आस-पास की स्थितियों का निरीक्षण करने और शीघ्र निर्णय लेने की क्षमता पर निर्भर करती है।

#### 4. सामाजिक गुणवत्ता:

- (ए) मिलनसार: एक अच्छा विक्रयकर्ता को मिलनसार होना चाहिए। उसे सभी के साथ समान व्यवहार करना चाहिए और उनसे यथोचित संपर्क रहना चाहिए। उसे छोटे-बड़े गरीब निर्धन सबसे संपर्क रखना चाहिए ।
- (b) विनम्रता: यह कहा जाता है कि 'विनम्रता की कोई लागत नहीं होती किन्तु उसका प्रभाव बहुत अधिक होता है।' अतः विक्रयकर्ता को सभी के प्रति विनम्रता रखनी चाहिए इससे वह अन्य लोगों से सम्मान और सहयोग अच्छे से प्राप्त कर सकेगा ।
- (c) सहयोगी: एक विक्रयकर्ता अनेक लोगों के बीच कार्य करता है । उसे अपने कार्य में भी सफलता प्राप्त करने के लिए अनेक लोगों की सहयोग की आवश्यकता पडती है । अतः उसे दूसरों के साथ सहयोगपूर्ण व्यवहार करना चाहिए ।
- (d) वाक्पटु: सेल्समैन एक वाक्पटु होना चाहिए। उसके पास जटिल चीजों को स्पष्ट और संक्षिप्त तरीके से बोलने की क्षमता होनी चाहिए। वह अपने संचार कौशल के साथ अन्य को प्रभावित करने में सक्षम होना चाहिए।
- (e) धैर्य: एक विक्रयकर्ता को विभिन्न प्रकार के लोगों के साथ मिलना होता है। कुछ लोग जानबूझकर विक्रयकर्ता को नाराज करने की कोशिश करते हैं। कई बार विक्रय प्रस्तुतीकरण प्रभावी नहीं होता है और विक्रयकर्ता वस्तु को बेच नहीं पता है, ऐसी स्थिति में एक सेल्समैन को धीरज रखना चाहिए और अपनी शांति नहीं खोनी चाहिए ।

#### 5. चारित्रिक या नैतिक गुण

- (ए) ईमानदारी: यह कहा जाता है कि "ईमानदारी सर्वोत्तम नीति है"। एक विक्रयकर्ता को अपने ग्राहकों से झूठ नहीं बोलना चाहिए और अपने वादों के अनुसार विक्रय करना चाहिए। एक बेईमान विक्रयकर्ता लंबे समय में कभी सफल नहीं हो सकता।
- (बी) वफादारी: सफल होने के लिए, एक विक्रयकर्ता को अपनी कंपनी, विक्रय प्रबंधक, साथी विक्रयकर्ता और ग्राहकों के प्रति वफादार होना चाहिए।

#### 6. व्यावसायिक गुण:

- (ए) शिक्षित और प्रशिक्षित: अच्छी तरह से शिक्षित और प्रशिक्षित सेल्समैन ग्राहकों के साथ जुड़ने की अपनी क्षमता से कंपनी का विक्रय कारोबार बढ़ा सकता है। प्रशिक्षण से विक्रयकर्ता उचित ज्ञान के साथ विभिन्न स्थितियों से निपट सकता है।
- (b) संस्था के बारे में ज्ञान: एक सेल्समैन को उस कंपनी के बारे में प्रत्येक जानकारी होनी चाहिए जिसके लिए वह काम कर रहा है। कंपनी की पिछले और वर्तमान प्रदर्शन, उत्पाद के प्रकार, कंपनी की क्रेडिट नीतियों इत्यादि के बारे में उसे पूर्ण जानकारी होनी चाहिए ।

- आदि को विक्रयकर्ता को पता होना चाहिए।
- (c) **उत्पाद का ज्ञान:** अर्नेस्ट और डावल ने सही कहा है कि ' एक विक्रयकर्ता के लिए अपने उत्पाद में जानने के अलावा और कुछ भी महत्वपूर्ण नहीं है' कि वह अपने उत्पाद को जाने से सेल्समैन को उस उत्पाद की सभी विशेषताओं और अवयवों को जानना चाहिए जो वह पेश कर रहा है। उसे एक ही उत्पाद की विभिन्न किस्मों के बारे में भी पता होना चाहिए।
- (d) **सम्प्रेषण दक्षता:** यह कहा जाता है कि वैयक्तित विक्रय में सेल्समैन और ग्राहक के बीच द्विपक्षीय संवाद होना चाहिए | यह विक्रयकर्ता का संचार कौशल है जो ग्राहक को उत्पाद खरीदने के लिए राजी करने में मदद करता है। अच्छा संचार कौशल एक विक्रयकर्ता को वरिष्ठ, साथियों और ग्राहकों से साथ अच्छी तरह से संवाद करने में सक्षम बनाता है।
- (e) **ग्राहकों का ज्ञान:** एक अच्छे सेल्समैन के पास ग्राहकों की मंशा, पसंद, नापसंद आदि के बारे में जानकारी होनी चाहिए।

## वैयक्तित विक्रय, विक्रयकला और विक्रय प्रबंधन में अंतर

**वैयक्तित विक्रय:** वैयक्तित विक्रय संवर्धनात्मक मिश्रण का एक महत्वपूर्ण घटक है। यह विपणन योजनाओं को साकार करने का एक माध्यम है | यह इपमेन्ट मार्केटिंग प्रोग्राम के लिए एक साधन है। पर्सनल सेलिंग एक सेल्समैन और एक खरीदार को विचारों के आदान प्रदान की सुविधा प्रदान करता है ताकि खरीदार की आवश्यकता को अच्छी तरह से समझा जा सके और विक्रयकर्ता आवश्यकता के अनुसार खरीदार की सेवा कर सके। हम कह सकते हैं कि वैयक्तित विक्रय विक्रय कौशल की तुलना में एक व्यापक अवधारणा है।

**विक्रयकला:** दूसरी तरफ विक्रयकला, सिर्फ सामान बेचने की एक कला है। यह उन उत्पादों को बेचने के लिए सफलतापूर्वक संभावनाओं या ग्राहकों को मनाने की एक कला है जिनसे कंपनी उपयुक्त लाभ प्राप्त कर सकते हैं। विक्रयकला में इस बात पर जोर दिया जाता है कि कोई विक्रयकर्ता कितना कुशल है और वह किस हद तक संभाव्य की ज़रूरतों को समझकर उनका समाधान कर सकता है |

**विक्रय प्रबंधन:** इसका सम्बन्ध विक्रय से संबंधित सभी गतिविधियों के प्रबंधन के बारे में है | इसमें विपणन, विज्ञापन, मूल्य निर्धारण आदि शामिल हैं। विक्रय प्रबंधन के माध्यम से एक कंपनी लक्षित विक्रय और वास्तविक विक्रय का रिकॉर्ड रखती है। इसमें विक्रय संचालन, विक्रय रणनीति और विक्रय विश्लेषण तैयार करना शामिल है। विक्रय विभाग में विक्रय प्रबंधक विक्रय प्रबंधन के



लिए जिम्मेदार अधिकारी हैं। विक्रय प्रबंधक को मार्केटिंग रणनीतियों की देखभाल करनी होती है, उन्हें सेल्सफोर्स का प्रबंधन करना होता है और वैयक्तित विक्रय प्रयासों को व्यवस्थित करना होता है। इस प्रकार, विक्रय प्रबंधन अंततः वैयक्तित विक्रय बल की भर्ती, चयन, प्रशिक्षण, पर्यवेक्षण और प्रेरणा के लिए वैयक्तित विक्रय प्रयासों की योजना, आयोजन, निर्देशन और नियंत्रण के लिए जिम्मेदार है।

	आधार	वैयक्तित बेच	विक्रयकला	विक्रय प्रबंधन
1	अर्थ	वैयक्तित विक्रय का अर्थ ग्राहकों में उत्पाद के प्रति इच्छा जागृत करना एवं उन्हें वास्तव में उत्पाद क्रय करने से है।	यह विक्रयकर्ता के रूप में नियोजित होने का एक कार्य है। विक्रय कौशल एक कला है और विक्रय प्रयासों को शुरू करने का कौशल है।	विक्रय प्रबंधन, विक्रय प्रक्रिया की योजना, नियंत्रण, निर्देशन और समन्वय का कार्य है।
2	लचीलापन	यह सबसे अधिक लचीला है क्योंकि संदेशों को ग्राहक की जरूरतों के अनुसार बदला जा सकता है।	यह वैयक्तित विक्रय की तुलना में अपेक्षाकृत कम लचीला है।	यह कम से कम लचीला है क्योंकि नियमों और नीतियों का गठन और कड़ाई से पालन किया जाता है।
3	पहुंच	एक समय में केवल एक या दो ग्राहकों से संवाद किया जा सकता है।	केवल सीमित लोगों से ही संपर्क किया जा सकता है।	इसमें विज्ञापन और अन्य विपणन संचार के माध्यम से ज्यादा संख्या में लोगों तक पहुंचता है।
4	प्रति व्यक्ति लागत	इसमें प्रति व्यक्ति लागत अधिक है क्योंकि एक निश्चित में सीमित व्यक्तियों तक ही पहुंचा जा सकता है।	इसमें वैयक्तित विक्रय की तुलना में लागत तुलनात्मक रूप से कम है।	प्रति व्यक्ति लागत बहुत कम है।
5	कवरेज	बाजार को कवर करने में लंबा समय लगता है।	बाजार को कवर करने के लिए तुलनात्मक रूप से कम समय लगता है।	बाजार को कवर करने के लिए मध्यम समय लगता है।
6	मीडिया	इसमें मास मीडिया का उपयोग नहीं होता है।	जनसंचार माध्यमों का तुलनात्मक रूप से कम उपयोग होता है।	मास मीडिया का उपयोग करता है।
7	प्रतिपुष्टि	ग्राहकों से सीधी प्रतिक्रिया ली जा सकती है।	अप्रत्यक्ष प्रतिक्रिया एकत्र की जा सकती है।	ग्राहकों के शामिल नहीं होने के कारण प्रतिक्रिया संभव ही नहीं है।
8	के लिए उपयोगी	औद्योगिक और अनुकूलित उत्पाद (कस्टमाइज्ड प्रोडक्ट) के लिए अधिक उपयोगी है।	तकनीकी उत्पाद के लिए अधिक उपयोगी है।	सभी प्रकार के उत्पाद के लिए उपयोगी है।

9	क्षेत्र	वैयक्तिक विक्रय विक्रय प्रबंधन का एक हिस्सा है और वैयक्तिक विक्रय का दायरा विक्रय प्रबंधन की तुलना में संकीर्ण है।	विक्रय कौशल वैयक्तिक विक्रय के अंतर्गत आता है। इसका दायरा वैयक्तिक विक्रय से संकीर्ण है।	विक्रय प्रबंधन का व्यापक दायरा है क्योंकि यह वैयक्तिक विक्रय और विक्रय कौशल प्रयासों को निर्देशित करता है।
---	---------	--	--	--

## विक्रय परिस्थितियों के प्रकार

1. **सेवा विक्रय स्थिति:** इस स्थिति में विक्रेता को वर्तमान ग्राहक के पसंद-नापसंद और क्रय पैटर्न्स से भली-भान्ति परिचित होता है और वह उन्हीं ग्राहकों को विक्रय करने की कोशिश करता है | इस प्रकार के ग्राहकों को संतुष्ट करने के लिए तुलनात्मक रूप से कम प्रयास की आवश्यकता होती है क्योंकि उन्हें राजी करना आसान होता है | अंदर के ऑर्डर लेने वाले, डिलीवरी सेलर, मर्चेन्डाइजर्स, टेक्निकल सेलर आदि सेवा विक्रय स्थिति स्थिति में मदद करते हैं।
2. **विकासात्मक विक्रय स्थिति:** इस प्रकार की स्थिति में एक विक्रयकर्ता सम्भाव्यों को ग्राहकों में बदलने की कोशिश करता है | यह इसके लिए यह जरूरी है कि विक्रयकर्ता रचनात्मकता दिखाए और ज्यादा से ज्यादा नए ग्राहक बनाये |
3. **खुदरा विक्रय की स्थिति:** यह एक पूरी तरह से अलग परिदृश्य है जब माल खुदरा विक्रयकर्ताओं के माध्यम से बेचा जाता है | एक रिटेलर वितरण चैनल में अंतिम व्यक्ति होता है जो खरीदार के लिए उत्पाद उपलब्ध कराता है। विज्ञापन और प्रचार सिर्फ लोगों को आकर्षित करते हैं लेकिन अंतिम विक्रय काउंटर पर सेल्समैन पर निर्भर करती है | रिटेल स्टोर के अंदर सेल्समैन रिटेल सेलिंग स्थिति में महत्वपूर्ण व्यक्ति है। वे ग्राहक को मनाने की कोशिश नहीं करते हैं, वे केवल विक्रय करते हैं।
4. **थोक विक्रय की स्थिति:** थोक विक्रयकर्ता के सेल्समैन से थोक व्यापारी की ओर से खुदरा विक्रयकर्ताओं, डीलरों को नियमित अंतराल पर कॉल करते हैं और उन्हें वस्तुओं और सेवाओं के चयन में मदद करते हैं और उन्हें विभिन्न मामलों पर सलाह देते हैं। ये सेल्समैन कई रिटेलर्स और डीलर्स के साथ दिन-प्रतिदिन के कारोबार से निपटने में एक थोक व्यापारी की मदद करते हैं जो अकेले थोक व्यापारी के लिए बहुत मुश्किल काम होता |
5. **उत्पाद उन्मुख विक्रय स्थिति:** उत्पाद की प्रकृति के साथ विक्रय कि स्थिति भी बदलती है। विभिन्न तकनीकी प्रकृति के उत्पादों को उत्पाद जीवन चक्र के विभिन्न चरणों में अनुकूलित प्रयासों की आवश्यकता होती है। एक सेल्समैन उत्पाद की स्थिति के अनुसार विक्रय रणनीति को बदलता है |
6. **कॉम्पिटिशन ओरिएंटेड सेलिंग की स्थिति:** बाजार में एक गला काट प्रतियोगिता है। हर कंपनी ज्यादा से ज्यादा मार्केट शेयर हथियाना चाहती है। इसके अलावा कंपनी के सेल्सफोर्स

के भीतर विक्रयकर्ता के बीच भी प्रतिस्पर्धा होती है। विक्रयकर्ता अन्य विक्रयकर्ता से आगे रहने के लिए किसी भी कीमत पर ज्यादा से ज्यादा ग्राहक बनाने की कोशिश करते हैं ।

7. **उपभोक्ता व्यवहार उन्मुख विक्रय स्थिति :** खरीदार के प्रकार के अनुसार भी विक्रय स्थिति बदलती है। विभिन्न खरीदारों के अलग-अलग आय स्तर, सामाजिक स्थिति, व्यवसाय, व्यक्तित्व, धारणा, विश्वास, ब्रांड विकल्प, भुगतान विकल्प आदि होते हैं। ये सभी कारक किसी व्यक्ति के खरीद व्यवहार को प्रभावित करते हैं। एक विक्रयकर्ता को व्यक्ति के खरीद व्यवहार को समझना चाहिए और व्यक्ति के खरीद व्यवहार के अनुसार उत्पादों की पेशकश करनी चाहिए।

## **विक्रयकर्ता के प्रकार**

### **1. ऑर्डर लेने वाले**

ऑर्डर लेने वालों के पास उत्पादों को बेचने और विक्रय बढ़ाने के लिए ग्राहकों को मनाने की जिम्मेदारी नहीं होती है। बल्कि, उन्हें केवल ग्राहकों के ऑर्डर बुक करने और वितरण व्यवस्था के लिए कंपनी को जानकारी देने की होती है। ऑर्डर लेने वाले को ग्राहक के ऑर्डर की बुकिंग और डिलीवरी की तारीख के बारे में सटीक जानकारी प्रदान करनी चाहिए।

A. **आंतरिक ऑर्डर लेने वाले:** ये खुदरा विक्रय में सहायता करते हैं (जैसे विशाल मेगामार्ट में विक्रय सहायक)। उन दुकानों पर जहाँ ग्राहक को विक्रयकर्ता की उपस्थिति के बिना उत्पादों का चयन करने की पूर्ण स्वतंत्रता होती है वहां पर इन विक्रय सहायकों का कार्य विशुद्ध रूप से लेन-देन - भुगतान प्राप्त करना और माल ग्राहक को सामान देना होता है। इनका एक अन्य रूप टेलीमार्केटिंग सेल्स टीम है जो टेलीफोन पर ग्राहकों के ऑर्डर लेकर फील्ड पर काम करने वाले विक्रयकर्ताओं का समर्थन करता है।

B. **बाहरी ऑर्डर लेने वाले:** वे ग्राहकों तक स्वयं पहुँचते हैं। माल और ऑर्डर आदि की ट्रैकिंग के लिए लैपटॉप कंप्यूटरों का उपयोग करते हैं। ये सेल्सपर्स ग्राहकों से मिलते हैं, लेकिन उनका प्राथमिक कार्य ग्राहकों के अनुरोधों का जवाब देना है ना कि उन्हें सामान खरीदने के लिए मनाना।

C. **वितरण विक्रयकर्ता:** वितरण विक्रयकर्ताओं का कार्य मुख्य रूप से उत्पाद का विक्रय करना होता है। भारत में, दूध, समाचार पत्र और पत्रिकाओं को दरवाजे तक पहुंचाया जाता है। दूध के ऑर्डर को बढ़ाने के लिए घरवालों को मनाने की बहुत कम कोशिश की जाती है या अखबारों की संख्या बढ़ाई जाती है: ऑर्डर साइज में बदलाव ग्राहक-चालित होते हैं। आदेश जीतना और हारना डिलीवरी की विश्वसनीयता और विक्रयकर्ता के व्यक्तित्व पर निर्भर करती है।

## 2. ऑर्डर-क्रिएटर / मिशनरी सैलस्पेशियन

ऑर्डर निर्माता ऐसे विक्रयकर्ता हैं जो ग्राहक को उत्पाद की ओर खींचने में मदद करते हैं। मिशनरी सेल्सपर्स सबसे अच्छा ऑर्डर क्रिएटर के उदाहरण हैं | मिशनरी सेल्सपर्स खरीद ऑर्डर नहीं लेते हैं बल्कि वे उत्पाद और कंपनी का म्प्रचार प्रसार करते हैं | वे कंपनी की ख्याति बढ़ाने में मदद करते हैं और ग्राहकों को उत्पाद के बारे में शिक्षित करते हैं। वे सीधे ग्राहक तक नहीं पहुँचते बल्कि उन लोगों से संपर्क साधते हैं जो उत्पाद खरीदने के लिए ग्राहकों को निर्देशित करते हैं | उदाहरण के लिए, एक पुस्तक प्रकाशक का विक्रयकर्ता प्रोफेसर तक किताबें पहुँचता जबकि वास्तविक खरीददार छात्र होते हैं किताबों का उपयोग करते हैं | ठीक इसी तरह दावा कंपनी के प्रतिनिधि विक्रयकर्ता डॉक्टरों के पास जाते हैं, डॉक्टर दवाओं का उपयोग नहीं करते हैं लेकिन मरीजों को दवाएं खरीदने की सलाह देते हैं।

## 3. ऑर्डर-गेटर्स / फ्रंट-लाइन विक्रयकर्ता

ऑर्डर-गेटर्स वह विक्रयकर्ता होते हैं जिनका प्रमुख उद्देश्य ग्राहकों को सीधे खरीदारी करने के लिए राजी करना होता है। उन्हें सम्भाव्यों से मिलना, बातचीत करना और कंपनी के लिए नए ग्राहक बनाने आवश्यकता होती है। ये कंपनी के लिए अग्रिम पंक्ति के विक्रयकर्ता हैं और इनमें नई संभावनाओं को पहचानने, समझाने और बातचीत करने और अंततः नए और लाभदायक व्यवसाय बनाने की क्षमता जैसे कई कौशल होने चाहिए। वे ग्राहकों को जानकारी प्रदान करते हैं, ग्राहकों को राजी करते हैं और विक्रय करते हैं। ऑर्डर गेटर्स का काम किसी भी अन्य प्रकार के विक्रयकर्ता की तुलना में सबसे चुनौतीपूर्ण है।

## 4. सहायक विक्रयकर्ता

A. तकनीकी समर्थन करने वाले: इस प्रकार के विक्रयकर्ता फ्रंट-लाइन विक्रयकर्ताओं को विक्रय में समर्थन प्रदान करते हैं। जब कोई उत्पाद अत्यधिक तकनीकी होता है और संभाव्य को समझाना जटिल होती है, तो एक विक्रयकर्ता को उत्पाद और वित्तीय विशेषज्ञों द्वारा समर्थित किया जा सकता है जो ग्राहकों के लिए आवश्यक विस्तृत तकनीकी जानकारी प्रदान कर सकते हैं।

B. मर्चेन्डाइज़र: ये लोग खुदरा और थोक विक्रय स्थितियों में विक्रय सहायता प्रदान करते हैं। आदेशों को मुख्य कार्यालय में राष्ट्रीय स्तर पर बातचीत की जा सकती है, लेकिन वैयक्तित आउटलेट्स को विक्रय का समर्थन व्यापारियों द्वारा किया जाता है जो प्रदर्शन पर सलाह देते हैं, विक्रय के प्रचार को लागू करते हैं, स्टॉक के स्तर की जांच करते हैं और स्टोर प्रबंधकों के साथ संपर्क बनाए रखते हैं।

C. व्यापार करने वाले लोग : ग्राहकों की मदद करने में ज्यादा समय बिताएं, खासकर खुदरा दुकानों में, अलमारियों को पुनर्स्थापित करें, डिस्प्ले सेट करें।

D. सेवा विक्रयकर्ता: विक्रय पूर्ण होने के बाद ग्राहकों के साथ बातचीत करता है।

### वैयक्तित्व सेलिंग की सीमाएं

1. जानकार और कुशल सेल्समैन की कमी: आवश्यक प्रशिक्षण और योग्यता रखने वाले सेल्समैन दुर्लभ हैं। सेल्समैन जिनके पास पर्याप्त ज्ञान और आवश्यक कौशल है, वे अपने काम के लिए पूर्ण न्याय करने में असमर्थ हैं।
2. खराब नियोक्ता: विक्रय कर्मचारियों को रोजगार देने वाले ज्यादातर नियोक्ता बेईमान हैं। वे कानूनों का उल्लंघन करते हैं और अपने सेल्समैन का शोषण करने की कोशिश करते हैं। अच्छे काम की सराहना नहीं की जाती है और भुगतान बहुत कम होता है जिसकी वजह से कई बुद्धिमान और उद्यमी सेल्समैन हतोत्साहित और निराश महसूस करते हैं। और जब उनका लगातार शोषण होता है तो वो वे ईमानदारी और कुशलता से काम करने में रुचि खो देते हैं।
3. थोड़ा सम्मान: एक व्यवसाय के रूप में विक्रयकला को भारत सहित कई देशों में बहुत कम सम्मान मिलता है इसके अलावा, सेल्समैन की भर्ती या तो परीक्षा परिणाम के आधार पर या किसी सख्त नियम के अनुसार नहीं की जाती है। जैसे-जैसे पेशे में प्रवेश आसान होता है, बहुत से अक्षम लोग केवल नाममात्र के सेल्समैन बन जाते हैं।
4. धोखाधड़ी: धोखाधड़ी और बेईमानी का व्यवहार विक्रयकला का एक और दोष है। विभिन्न प्रकार की गलतियाँ और गलत बयानी विक्रय के प्रोफेशन को बदनाम करती हैं।
5. मुश्किल काम: सेल्समैनशिप उन लोगों के लिए आसान काम नहीं है, जो अंतर्मुखी होते हैं, जो दूसरों के साथ घुल-मिल नहीं पाते। सेल्समैनशिप के लिए बार-बार यात्रा करनी पड़ती है यह सेल्समैन के परिवार के लिए असुविधाजनक होने के साथ साथ सेल्समैन के स्वास्थ्य के लिए हानिकारक साबित हो सकता है। ग्राहकों या खुदरा विक्रयकर्ताओं के असभ्य और असभ्य व्यवहार, और नियोक्ताओं द्वारा दिए गए सौतेले व्यवहार से सेल्समैनशिप घृणित और दयनीय कार्य बन जाता है

**संकलनकर्ता**

**तोरण लाल वर्मा**

**अधिक के लिए लिंक पर जाएँ: [Commercestudyguide.com](http://Commercestudyguide.com)**

संदर्भ:

<http://www.preservearticles.com/201103144508/7-major-advantages-of-salesmanship.html>

<http://www.businessmanagementideas.com/sales/personal-selling-features-merits-role-and-importance/2290>

<http://www.preservearticles.com/201103144511/5-major-disadvantages-of-salesmanship.html>

<http://www.yourarticlelibrary.com/salesmanship/importance-of-personal-selling-10-benefits/48675>

<http://salesroadie.com/types-of-selling-styles/>

<https://www.managementstudyhq.com/types-of-salespersons.html>