

अध्याय – ५

विक्रय विवरण

विक्रय विवरण

विक्रय विवरण का मूल उद्देश्य विक्रयकर्ता द्वारा किये गये कार्यों और गतिविधियों के बारे में जानकारी प्रदान करना है। यह एक नियंत्रण तंत्र के रूप में कार्य करता है, क्योंकि इससे प्रबंधन को विक्रयकर्ताओं के प्रदर्शन की आवश्यक जानकारी मिलती है। विक्रय विवरण के माध्यम से ही विक्रय निर्धारित लक्ष्यों की तुलना वास्तविक पूर्ण किये गये लक्ष्यों से कर पाना संभव हो पाता है। विक्रय विवरण संस्था के प्रबंधन को विक्रयकर्ताओं के कार्य की सफलता या असफलता निर्धारित करने में सहायक होते हैं।

एक अच्छी विक्रय विवरण प्रणाली न केवल प्रबंधन को संस्था के विक्रय कार्यों में नियंत्रण लाने में सहायता करती है साथ ही यह विक्रयकर्ताओं को भी अपने स्वयं के कार्य की गुणवत्ता सुधारने में मदद करती है। अपने स्वयं के द्वारा बनाये गये विक्रय के लिखित रिकॉर्ड व्यक्तिगत रूप से विक्रयकर्ता को अपने कार्य की जांच करने के लिए मजबूर करते हैं। वे स्वयं अपने आलोचक बन जाते हैं, और स्वयं-आलोचना अक्सर दूसरों की तुलना में अधिक मूल्यवान और प्रभावी होता है। यह विक्रयकर्ता को बेहतर बनने के लिए प्रेरित करता है। विक्रय विवरण की मदद से विक्रय प्रबंधन योजनाओं और प्रबंधन कार्यों के साथ विक्रयकर्ता के प्रयासों का समन्वय अधिक आसानी से बनाया जा सकता है।

विक्रय विवरण के उद्देश्य

विक्रय विवरण का सामान्य उद्देश्य संस्था के समस्त विक्रयकर्ताओं के द्वारा किये गये सम्पूर्ण प्रदर्शन को मापने के लिए जानकारी प्रदान करना है। इसके साथ ही अतिरिक्त उद्देश्य हैं

1. विक्रयकर्ता के प्रदर्शन को मापने के लिए आंकड़े प्रदान करता है जैसे कि पूर्वोक्षण में किये गये संभाव्य ग्राहकों से संपर्क, कोल्ड कॉल किये ग्राहक की संख्या, दिन में कितने घंटे काम किया, कितने जगह पर अपने उत्पाद के विक्रय के लिए सेल्स मीटिंग में गये, विक्रय करने के दौरान कितने रुपय खर्च किए इत्यादि।
2. अपने काम की योजना बनाने में मदद करने के लिए: वर्तमान के विक्रय विवरण के अनुसार एक उस पर विचार करके और पुरानी कमियों को दूर करके, विक्रयकर्ता अपने भविष्य के काम की योजना बना सकता है।
3. ग्राहक के सुझावों और शिकायतों का रिकॉर्ड रखने के लिए: विक्रय विवरण ग्राहक के रिकॉर्ड को दर्ज करने में मदद करती है। यह नए उत्पादों, सेवा नीतियों, नीतियों के लिए सुझाव, शिकायतें और उनकी प्रतिक्रियाएं आदि के बारे में ग्राहक के सुझाव नोट करने के काम आता है।

4. **जानकारी इकट्ठा करना:** विक्रय विवरण के द्वारा विभिन्न प्रकार की गतिविधियों की जानकारी इकट्ठा करने में मदद करती है | प्रतिस्पर्धी संस्थाओं के नए उत्पादों, बाजार परीक्षण, पदोन्नति नीति में बदलाव, उत्पाद नीति, मूल्य नीति आदि।
5. विक्रय विवरण की मदद से स्थानीय व्यापार और आर्थिक स्थितियों में परिवर्तन की जानकारी इकट्ठी कर सकते |
6. विपणन अनुसंधान आंकड़ा द्वारा अनुरोधित जानकारी प्रदान करने के लिए आविष्कारों और प्रतिस्पर्धी उत्पादों
7. प्रचार और कैटलॉग सामग्री के लिए मेलिंग सूची को अद्यतन रखने के लिए भी विक्रय विवरण अत्यंत आवश्यक है |

विक्रय विवरण के प्रकार

1. **प्रगति या कॉल विवरण:** अधिकांश कंपनियों में प्रगति या कॉल विवरण प्रणाली होती है। इसके अंतर्गत प्रत्येक विक्रयकर्ता अपने द्वारा किये गये सभी दैनिक या साप्ताहिक कॉल के लिए व्यक्तिगत रूप से विवरण तैयार करता है | प्रगति विवरण विक्रयकर्ता की गतिविधियों के बारे में प्रबंधन को सूचित रखता है। आमतौर पर कॉल विवरण में अधिक विस्तृत जानकारी शामिल होती है जैसे कि ग्राहक की आय, ग्राहक की श्रेणी, ग्राहक के पसंदीदा ब्रांड आदि |
2. **व्यय विवरण:** अधिकांश कंपनियां प्रतिपूर्ति और आयकर के रिकॉर्ड के लिए व्यय विवरण तैयार करती हैं | कंपनी प्रबंधन के दृष्टिकोण से व्यय विवरण तैयार करने से वे विक्रयकर्ता द्वारा किए गए खर्च की मात्रा को नियंत्रित कर सकते हैं |
3. **विक्रय कार्य योजना:** विक्रय कार्य योजना विक्रयकर्ता द्वारा कंपनी प्रबंधन को दिया जाने वाला एक कार्य योजना है, जिसमें वह निकटतम भविष्य में जिन संभाव्य ग्राहकों से संपर्क करेगा, किस उत्पाद के बारे में उनसे चर्चा करेगा और किस शहर या गाँव में फील्ड विजिट पर जायेगा इत्यादि बातों का विवरण देता है |
4. **संभावित नए व्यवसाय विवरण:** यह विवरण उन संभाव्य ग्राहकों के बारे में बताती है जो निकटतम भविष्य में कंपनी के ग्राहक बन सकते हैं और नए व्यवसाय के स्रोत हो सकते हैं | यह विक्रयकर्ता के काम की प्रभावशीलता का मूल्यांकन करने के लिए ज़रूरी आंकड़ा प्रदान करता है |
5. **खोई विक्रय विवरण:** यह विक्रयकर्ता के द्वारा नए ग्राहकों को बनाने में छोटे अवसरों और पुराने ग्राहकों को बनाए रखने अक्षमता के बारे में जानकारी प्रदान करता है।
6. **शिकायत या समायोजन की विवरण :** यह विवरण विश्लेषण एक विक्रयकर्ता के काम से उत्पन्न होने वाली शिकायतों के बारे में जानकारी प्रदान करती हैं | यह उत्पाद में सुधार के लिए आवश्यक जानकारी प्रदान करती है |

विक्रय नियमावली

उत्पाद की विक्रय बढ़ाने के सबसे तेज़ तरीकों में से प्रमुख है उत्पाद के अनूठे फायदे, उत्पाद के लाभ, उत्पाद को कैसे बेचना चाहिए, प्रतियोगिता कंपनियों के उत्पाद इत्यादि के बारे में विक्रय टीम को अच्छे से शिक्षित करना। कंपनी का प्रदर्शन उसकी विक्रय टीम के प्रदर्शन और क्षमताओं पर निर्भर करता है। इसीलिए समझदार कंपनियां अपनी विक्रय टीम को आवश्यक, प्रासंगिक और सभी सहायक चीजों के बारे में सीमित अंतराल में अवगत कराती रहती है और उन्हें स्मार्ट और प्रभावी बनने के लिए जोर देती है। वे हर उस संसाधन की आपूर्ति करते हैं जो विक्रय टीम को असाधारण, प्रशिक्षित और काबिल बनाने में मदद करती है।

विक्रय नियमावली एक दस्तावेज है जिसमें कम्पनी की नीतियां, प्रक्रियाएँ, नियम, कार्य-विधि आदि की व्याख्या होती है और यह विक्रय बल के लिए मार्गदर्शक का काम करते हैं।

यह विक्रय बल को प्रदर्शन के मानक भी प्रदान करता है। जिसके अनुसार विक्रय बल काम करती है। विक्रय नियमावली का संक्षिप्त और अच्छी तरह यवस्थित होना बहुत महत्वपूर्ण है। विक्रयकर्ताओं के पास एक-एक जानकारी को पढ़ने के लिए अधिक समय नहीं होता है और उन्हें उन जानकारियों की ज़रूरत तत्काल ही होती है ऐसे में यह आवश्यक है की विक्रय नियमावली संक्षिप्त हो।

विक्रय नियमावली की कुछ विशेषताएं इस प्रकार हैं

1. सटीक और अद्यतित हो।
2. प्रासंगिक हो।
3. आसानी से उपलब्ध हो।
4. सुरक्षित हो।
5. आसानी से समझ आ जाये।
6. पढ़ने में आसान और सुव्यवस्थित हो।

एक विक्रय नियमावली की रूपरेखा

1. **संपर्क जानकारी:** विक्रय नियमावली में कम्पनी प्रबंधन से जुड़े सभी लोगों के ईमेल पते और फोन नंबर शामिल होने चाहिए ताकि विक्रयकर्ता उत्पाद के बारे में अतिरिक्त जानकारी इकठा करने के लिए उनकी में मदद ले सके।
2. **विक्रय रणनीति:** इसके अंदर लक्षित बाजार, बाजार का आकार, विक्रय चक्र, आदर्श ग्राहकों के प्रोफाइल, वर्तमान ग्राहकों की सूची, संदर्भ, प्रेस उल्लेख और सफलता की कहानियां इत्यादि शामिल होती हैं।
3. **उत्पाद और प्रदर्शन:** इसमें उत्पाद की स्थिति, उत्पाद की प्रमुख विशेषताओं-लाभों की सूची, उत्पाद के उपयोग-प्रदर्शन इत्यादि पर प्रकाश डाला जाता है। अगर विक्रय नियमावली एक पेज में बनाया जाये तो उत्पाद के तीन चार प्रमुख विशेषताओं को ही दर्शाना चाहिए।
4. **प्रतियोगिता:** विक्रय नियमावली के अंदर प्रतिद्वंदी कंपनियों के बारे में भी जानकारियां देनी चाहिए। इसमें प्रतिद्वंदी कंपनी के ताकत, कमजोरी, और उनकी रणनीति का अवलोकन किया जाता है।
5. **मूल्य निर्धारण:** इसके अंतर्गत विक्रय नियमावली में सभी मूल्य निर्धारण, आदेश और कॉन्फिगरेशन जानकारी शामिल होती है।
6. **संपार्श्विक दस्तावेज:** विक्रय नियमावली में सभी संबद्ध संपार्श्विक दस्तावेज जैसे आंकड़ा शीट और ब्रोशर शामिल होने चाहिए।
7. **विक्रय प्रस्तुति:** विक्रयकर्ताओं को यह बताना महत्वपूर्ण है कि उत्पाद को कैसे प्रस्तुत किया जाए। सफलता की कहानियों और विशेषताओं का विवरण देने वाली एक ऑनलाइन प्रस्तुति अच्छी प्रस्तुति बन सकती है। प्रस्तुति का एक वीडियो भी एक उपयोगी हो सकता है।
8. **शब्दावली:** एक विक्रयकर्ता को कभी भी उत्पाद से जुड़े कठिन शब्दों और समस्त शब्दावली की आवश्यकता हो सकती है। इसलिए विक्रय नियमावली में शब्दावली का शामिल किया जाना बहुत महत्वपूर्ण है।
9. **सूची :** यदि 50 से अधिक पृष्ठों की विक्रय पुस्तिका है तो एक सूची शामिल करना जरूरी हो जाता है।
10. **संदर्भ सामग्री:** विक्रय नियमावली में उन संदर्भों को शामिल किया जाना चाहिए जहां से विक्रयकर्ता अधिक जानकारी पा सकते हैं। जैसे कि कंपनी की वार्षिक विवरण, मासिक पुस्तिकाएं, परिपत्र आदि में कंपनी की बहुतायत जानकारी होती हैं, इन्हें विक्रय नियमावली में जरूर शामिल किया जाना चाहिए।

विक्रय नियमावली की आवश्यक बातें

एक पूरी तरह से और अच्छी तरह से डिजाइन की गई विक्रय नियमावली एक महत्वपूर्ण संसाधन है जो विक्रय टीम की सफलता सुनिश्चित करता है। विक्रय नियमावली के माध्यम से ही विक्रय टीम को उनके प्रशिक्षण का एक बड़ा हिस्सा मिलता है | विक्रय नियमावली की कुछ आवश्यक बातें इस प्रकार हैं

1. **आई कैचिंग फॉर्मेट:** अक्सर कोई भी विक्रयकर्ता पूरी नियमावली नहीं पढ़ता है, इसलिए यह महत्वपूर्ण हो जाता है की आवश्यक जानकारियाँ इस तरह से प्रस्तुत की गई हों की एक नज़र में ही आँखों को पकड़ में आ जाये | साड़ी जानकारियां संक्षिप्त तरके से आरेखों, तालिकाओं और चित्रों के उपयोग से लिखी जानी चाहिए |
1. **संक्षिप्त लंबाई :** विक्रय नियमावली की लंबाई संक्षिप्त होनी चाहिए | अलग अलग उत्पादों के लिए अलग अलग नियमावली बनार्यी जा सकती हैं |
2. **उच्चारण:** एक नया विक्रयकर्ता विशिष्ट शब्दों से अपरिचित हो सकता है| इसलिए जहां भी आवश्यक हो कठिन शब्दों का उच्चारण शब्दावली सहित दिया जाना चाहिए |
3. **अच्छी तरह से चिह्नित ग्राहक अनुभाग:** विक्रयकर्ता अक्सर विक्रय नियमावली के कुछ हिस्सों की नकल बनाकर उसे ग्राहकों को सौंप देते हैं | इसलिय अनुभागों को स्पष्ट रूप से चिन्हित किया जाना चाहिए |
4. **लगातार अपडेट किया जाना चाहिए :** एक अंतराल के बाद विक्रय नियमावली पुरानी और बेकार हो जाती है। इसका लगातार जानकारियों के साथ अद्यतन किया जाना चाहिए और नयी घोषणाओं तथा अन्य जानकारियों को शामिल किया जाना चाहिए |

यात्रा डायरी

यात्रा डायरी एक वाणिज्यिक दस्तावेज है जो विक्रयकर्ता द्वारा विक्रय के कार्य के लिए को विभिन्न स्थानों पर किये गये विजिट का ब्यौरा देता है। प्रत्येक विक्रयकर्ता को अपनी यात्राओं का विस्तृत विवरण कंपनी को देना होता है। यात्रा डायरी में विजिट की गई जगह के नाम, यात्रा का उद्देश्य, संपर्क करने वाले व्यक्ति का नाम, जाने की तारीख और समय, परिवहन का तरीका आदि की जानकारी संलग्न की जाती है। एक यात्रा डायरी एक कंपनी को विक्रयकर्ता की आवाजाही, नियमितता और काम के प्रति उनके समर्पण को भी दर्शाता है। एक विक्रयकर्ता योग्यता संभाव्य ग्राहक के बारे में पता करने, उनकी की जानकारी इकट्ठा करने, प्रस्तुतियां देने आदि कारणों से लगातार विभिन्न स्थानों का दौरा करता रहता है। अतः हम कह सकते हैं की यात्रा डायरी विक्रयकर्ता के प्रयासों और प्रदर्शनों को मापने में अत्यंत सहायक है।

Commercestudyguide.com

PROFORMA OF A TOUR DIARY

TOUR DIARY IN RESPECT OF MR. HAPPU SINGH

Designation Salesperson

Office Address: Civil Lines, Sagar (M.P.)

Residential Address: Maharshi Dayanand Ward, Katra, Sagar (M.P.)

DETAILS OF TOURS

S.No.	Date	From	To	Time of Travel	Mode of Transport	purpose of visit
1.	11 th March 2019	Sagar	Devri	8 AM to 9 AM (1 Hour)	Bus	For giving a presentation to Vibhuti Narayan Mishra (Nalle Sahab)
2.						
3.						
4.						

कैश मेमो

कैश मेमो एक वाणिज्यिक दस्तावेज है जो जब कोई वस्तु बेचने पर विक्रयकर्ता को क्रेता द्वारा कैश भुगतान के रूप में प्राप्त होता है तब विक्रयकर्ता द्वारा क्रेता को भुगतान की रसीद के रूप में जारी किया जाता है। जब कोई व्यापारी नकदी में सामान बेचता है, तो वह कैश मेमो देता है और जब वह नकदी के लिए सामान खरीदता है, तो वह कैश मेमो प्राप्त करता है। कैश मेमो में वस्तु की जानकारी, मात्रा, दर और मूल्य आदि का विवरण उल्लिखित होता है। यह कैश भुगतान के प्रमाण के रूप में काम करता है। सरल शब्दों में, हम कह सकते हैं कि एक कैश मेमो एक दस्तावेज है, जो बेचे गए सामान के लिए प्राप्त नकदी को बताता है। यह कैश बिक्री के लिए एक भुगतान बिल है।

कैश मेमो में रहने वाली आवश्यक जानकारियां

1. तारीख
2. क्रमांक
3. आपूर्तिकर्ता का नाम और पता
4. खरीदार का नाम और पता
5. माल की इकाई मूल्य
6. मात्रा
7. डिस्काउंट (यदि कोई है, तो व्यापार और कैश छूट दोनों के लिए)
8. कर (जीएसटी या अन्य)
9. कुल प्राप्त हुई

Imran Store				
Voucher No.....	63, London, England			
Date.....	Cash Memo			
Buyer's Name: Lion & Bros.				
Address: 32 London, England.				
S/No.	Description Of Goods	Rate (Taka)	Qty.	Amount (\$)
1	Gel Pen	5.00	1000 pcs.	5,000
				<u>\$5,000</u>
<i>Amount(words):Five Thousand Dollar</i>				
Buyer's Signature			Seller's Signature	
N.B.: Sold goods can't be returned				

माँग पुस्तिका (आर्डर बुक)

माँग पुस्तिका वह पुस्तिका होती है जिसमे कंपनी को आये हुए ऑर्डर्स की जानकारी होती है और जिन्हें अभी पूरा नहीं किया गया है। इसे विक्रय आर्डर बुक भी कहा जाता है। इसमें आर्डर नंबर, आर्डर का रिफरेन्स नंबर, आर्डर का अमाउंट इत्यादि होता है।

माँग पुस्तिका का नमूना

123456

CUSTOMER'S ORDER NO.		DEPARTMENT			DATE		
NAME							
ADDRESS							
CITY, STATE, ZIP							
SOLD BY		CASH	C.O.D.	CHARGE	ON. ACCT.	MDSE. RETD.	PAID OUT
QUANTITY	DESCRIPTION			PRICE	AMOUNT		
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
RECEIVED BY							

A-5905
T-46320/46350

KEEP THIS SLIP FOR REFERENCE

01-11

व्यक्तिगत विक्रय के नैतिक पहलू

नैतिकता नैतिक सिद्धांतों के एक समूह को संदर्भित करती है जो यह बताता है कि क्या सही है और क्या गलत है। ये सिद्धांत व्यक्तियों और संगठनों के अधिकांश कार्यों को नियंत्रित करते हैं। व्यवसायों में नैतिकता बहुत महत्वपूर्ण है। व्यक्तिगत बिक्री के संदर्भ में जहां एक-एक करके उपभोक्ताओं से बातचीत और संबंध बनाना आवश्यक है, वहां पर नैतिकता ऐसे रिश्ते को बनाए रखने में एक प्रमुख भूमिका निभाती है। निर्णय लेने, सौदे करने और ग्राहकों को संतुष्ट करने की स्वायत्तता के कारण कई लोग विक्रयकर्ता के रूप में काम करने का आनंद लेते हैं। हालांकि, स्वतंत्रता के साथ नैतिक तरीके से कार्य करने की जिम्मेदारी भी होती है। वैयक्तिक विक्रय में अधिकांशतः कर्मचारियों पर कोई भी चौबीस घंटे नजर नहीं रख रहा होता है चाहे वे नैतिक रूप से काम कर रहे हों या नहीं। इस दौरान विक्रयकर्ता को नैतिक दुविधाओं का सामना करना पड़ता है। ऐसे में कई विक्रयकर्ता अपनी बिक्री बढ़ाने के लिए अनैतिक तरीकों का उपयोग करना शुरू कर देते हैं।

कुछ नैतिक गतिविधियाँ कंपनी के संबंध में हो सकती हैं और कुछ ग्राहकों के संबंध में हो सकती हैं। विक्रयकर्ता काम के घंटे, बिक्री के आंकड़ों को बढ़ाकर और किए गए कॉल की संख्या को गलत तरीके रिपोर्ट करते हैं। इसके अलावा वे जल्दी से बिक्री करने के लिए ग्राहक को गलत जानकारी भी प्रदान करते हैं।

कंपनी के परिप्रेक्ष्य से नैतिक मुद्दे

1. **कंपनियों को क्रेडिट कार्ड और व्यय खाते का दुरुपयोग करना** : एक विक्रयकर्ता को कंपनी के क्रेडिट कार्ड का उपयोग केवल बिक्री के उद्देश्य से करना चाहिए न कि व्यक्तिगत उद्देश्यों के लिए। कई विक्रयकर्ता कंपनियों को क्रेडिट कार्ड और व्यय खाते का उपयोग अपने रात के खाने के लिए करते हैं, शो देखते हैं या एक होटल में रहते हैं, बिना अनुमति के व्यापार यात्रा पर पति या पत्नी को लाते हैं। इससे कंपनी का खर्चा बढ़ जाता है।
2. **काम के घंटों की गलत रिपोर्टिंग** : विक्रयकर्ता को अपने काम में स्वतंत्रता मिलती है क्योंकि उनके क्षेत्र के काम में उनकी देखरेख करने वाला कोई करीबी व्यक्ति नहीं होता है। इसलिए, विक्रयकर्ता काम किए गए वास्तविक घंटे नहीं बताते हैं और काम के घंटों को बढ़ा कर बताने की कोशिश करते हैं।
3. **संपर्क कॉल की संख्या को गलत प्रदर्शित करना** : विक्रयकर्ता अपने द्वारा किए गए कॉल की संख्या को बढ़ाकर इसलिए भी बताते हैं ताकि वह अन्य विक्रयकर्ता की तुलना में ज्यादा व्यस्त दिखाई दे।
4. **गोपनीय जानकारी का दुरुपयोग करना** : विक्रयकर्ता के पास आमतौर पर कंपनी की नीतियों, उत्पादों और सेवाओं के बारे में महत्वपूर्ण और गोपनीय जानकारियां होती हैं। कई विक्रयकर्ता इन जानकारियों का अपने फायदे के लिए गलत तरीके से उपयोग करते हैं।

5. **अनधिकृत छूट** : यह देखा गया है कि कई अवसरों पर, अपने लक्ष्यों को पूरा करने और बिक्री बढ़ाने के लिए, विक्रयकर्ता ग्राहकों को अनधिकृत छूट प्रदान करते हैं। इस तरह के अभ्यास से अनावश्यक मूल्य में कटौती होती है और कंपनी को नुकसान उठाना पड़ता है।
6. **अनैतिक रूप से उचित सूचना के बिना नौकरी छोड़ना** : एक कंपनी बहुत समय, पैसा और प्रयासों के बाद विक्रयकर्ता की भर्ती करती है और उन्हें प्रशिक्षित करने में भी पैसे खर्च करती है। इस तरह के प्रशिक्षित विक्रयकर्ता आमतौर पर भारी मांग में होते हैं और प्रतिस्पर्धी कंपनियों वेतन की उच्च राशि देकर उन्हें आकर्षित कर सकती हैं। यह अनैतिक है यदि कोई विक्रयकर्ता इस तरह का प्रस्ताव प्राप्त करके नौकरी छोड़ देता है और अन्य कंपनी से जुड़ जाता है।
7. **अन्य प्रतियोगी विक्रयकर्ता के ग्राहकों को चोरी करना** : दुसरे प्रतियोगी विक्रयकर्ता के ग्राहकों को चोरी करना व्यावसायिक दृष्टिकोण से अनैतिक और अव्यवसायिक हैं।

ग्राहकों के परिप्रेक्ष्य से नैतिक मुद्दे

1. **झूठी अतिरंजित दावे करना**: एक विक्रयकर्ता को झूठे और अविश्वसनीय दावे नहीं करने चाहिए। अगर विक्रयकर्ता को ग्राहक द्वारा पूछे गये किसी सवाल का जवाब नहीं पता हो तो झूठ बोलने और गलत जानकारी देने के बजाय वह ग्राहक से अनुरोध करे की थोड़े समय बाद वह जानकारी इकट्ठा करके बता देगा।
2. **ग्राहकों की शिकायतों का ठीक से निराकरण नहीं करना** : ग्राहकों की शिकायतों को संभालना और उनका निराकरण करना आसान काम नहीं है। कई बार विक्रयकर्ता ग्राहकों के सवालों और शिकायतों का पूरे दिल से जवाब नहीं देते हैं। ग्राहक संतुष्ट नहीं हो तो वह कंपनी के उत्पाद खरीदना बंद कर सकता है और इसके परिणामस्वरूप कंपनी को मूल्यवान ग्राहक का नुकसान हो सकता है।
3. **ग्राहकों के बीच विशेष व्यवहार या भेदभाव**: सभी ग्राहकों के साथ समान व्यवहार किया जाना चाहिए और उन्हें समान छूट की पेशकश की जानी चाहिए। लेकिन व्यावहारिक रूप में विक्रयकर्ता कुछ ग्राहक को उन्हें अतिरिक्त छूट देते हैं। यह एक अनुचित अभ्यास है और विक्रयकर्ताओं की ऐसी प्रथाओं से बचना चाहिए।
4. **ग्राहकों से आवश्यक जानकारी छिपाना** : विक्रयकर्ता कई दफे उत्पाद की नकारात्मक पहलू के बारे में आवश्यक जानकारी छिपाते हैं। उत्पाद में अगर कोई भी खराबी हो तो इस बात को उत्पाद की विशेषताओं के साथ साथ ही ग्राहक को समझा देना चाहिए पर विक्रयकर्ता अक्सर ऐसा नहीं करते हैं।
5. **सशक्त बिक्री या दबाव की रणनीति** : कुछ विक्रयकर्ता ग्राहक को उत्पाद खरीदने के लिए मजबूर करने जैसा रवैया अपनाते हैं। वो अन्य उत्पादों की कमी बताकर अथवा अन्य किन्ही तरीकों से अपने ही उत्पाद को जल्द से जल्द खरीदी करवाने के लिए ग्राहकों पर बेवजह का दबाव बनाते हैं।

6. **भ्रामक मूल्य निर्धारण या नकली छूट** : यदि उत्पाद की कीमत पैक पर स्पष्ट रूप से उल्लिखित नहीं है, तो विक्रयकर्ताओं में विभिन्न ग्राहकों से अलग-अलग मूल्य वसूलने की प्रवृत्ति होती है। वे कीमत बढ़ा भी सकते हैं या ग्राहकों को नकली छूट दे सकते हैं जो कि नैतिकता के हिसाब से बिलकुल भी सही नहीं है।
7. **बिक्री के बाद अप्रभावी सेवा**: ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध बनाने के लिए बिक्री के बाद की सेवाओं का प्रभावी होना आवश्यक है ताकि ग्राहक संतुष्ट और कंपनी के प्रति वफादार रहें। यह देखा गया है कि विभिन्न स्थितियों में, उत्पाद को बेचने से पहले विक्रयकर्ता विभिन्न लाभों और सेवा का वादा करता है, लेकिन एक बार उत्पाद बेचने के बाद वे ग्राहकों के प्रति अपनी प्रतिबद्धता को पूरा नहीं करते हैं।

वैयक्तिक विक्रय में नैतिकता को प्रभावित करने वाले कारक

व्यक्तिगत कारक:

1. **आयु:** चूंकि उम्र किसी व्यक्ति के कैरियर की अवधि से जुड़ी है, इसलिए अनुभवी विक्रयकर्ताओं को अपनी जिम्मेदारियों का सावधानीपूर्वक निर्वहन करना अच्छे से आता है और वे अनैतिक विक्रय गतिविधियों में कम शामिल होते हैं। कम उम्र के विक्रयकर्ता अक्सर जल्द से जल्द काम पूरा करने और जल्दी से ज्यादा पैसा कमाने के लालच में अनैतिक गतिविधियों में ज्यादा लीन होते हैं।
2. **लिंग:** कई शोध से पता चलता है महिला विक्रयकर्ता ज्यादा नैतिक तरीके से कार्य करती हैं। पुरुष विक्रयकर्ता की तुलना में ग्राहक के प्रति उनका व्यवहार भी अच्छा होता है।
3. **व्यक्तिगत मूल्य:** किसी व्यक्ति के व्यक्तिगत मूल्य बड़े पैमाने पर विक्रयकर्ता के रूप में उनके व्यवहार की नैतिकता को प्रभावित करते हैं। कई बार विक्रयकर्ता द्वारा बचपन में माता पिता से सीखे गये मूल्यों की वजह से विक्रयकर्ता अधिक सफल होते हैं।

संगठनात्मक कारक

1. **कंपनी की चयन और प्रशिक्षण पोलिसी** : यदि कंपनी व्यक्तियों की भर्ती और प्रशिक्षण के दौरान सावधानी बरतती है, तो अनैतिक व्यवहार के मुद्दे कम होंगे।
2. **कंपनी की आचार संहिता:** एक संगठन में नैतिकता के नियम बड़े पैमाने पर विक्रयकर्ता के व्यवहार को प्रभावित करता है। यदि कंपनी में नैतिकता का एक मजबूत नियम है, तो विक्रयकर्ताओं के व्यवहार में नैतिक संघर्ष की संभावना कम होगी।

3. **पर्यवेक्षण और अनुशासन:** नैतिकता का प्रबंधन करते समय पर्यवेक्षकों को विक्रयकर्ता के व्यवहार पर गहरी नजर रखनी चाहिए। पर्यवेक्षक / बिक्री प्रबंधक स्वयं अपने कार्यों में अनुशासन का पालन करते हैं क्योंकि उनके कार्य सीधे विक्रयकर्ता के कार्यों को प्रभावित करते हैं।
4. **इनाम और सजा नीतियां:** इनाम और सजा की नीतियां भी विक्रयकर्ता के नैतिक व्यवहार को प्रभावित करती हैं। यदि सजा नीति कठोर है, तो भविष्य में विक्रयकर्ता अनैतिक व्यवहार को नहीं दोहराएंगे।

दुआ में याद रखना |

तोरन लाल वर्मा

डिपार्टमेंट ऑफ़ कॉमर्स

डॉ हरिसिंह गौर विश्वविद्यालय सागर, मध्य प्रदेश

अधिक के लिए इस लिंक पर जाएँ: Commercestudyguide.com

संदर्भ:

1. <https://www.qsstudy.com/accounting/definition-cash-memo-recording-transactions>
2. <https://barbaratallent.com/how-to/writing-a-salesguide.html>
3. <https://www.probizwriters.com/PBW-blog/index.php/what-is-a-sales-manual-how-to-write-sales-manual/>
4. Personal Selling and Salesmanship from Neeru Kapoor.

