



## 16

### بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

فرض کیجیے آپ صابن خریدنے بازار جاتے ہیں۔ دوکاندار آپ کو بتاتا ہے کہ آگر آپ دو صابن کی ٹیکے ایک ساتھ خریدیں گے تو ان کے ساتھ آپ کو (خرید و دوپاؤ تین کی) اسکیم کے تحت ایک مفت دی جائے گی۔ یہ پیشکش آپ کو خریدنے کا اشتیاق دلاتی ہے کیوں کہ ایسا کرنے سے آپ کو ایک صابن کی ٹکیہ کے پیسے بچتے ہیں۔ مزید برآں صابن وہ چیز ہے جس کا استعمال مستقل طور پر ہوتا ہے اس لئے آپ فالتو دو ٹکیہ بعد کے استعمال کے لئے رکھ سکتے ہیں۔ کسی بھی چیز کی بکری بڑھانے کا یہ ایک طریقہ ہے اور یہ ان طریقوں سے بالکل مختلف ہے جو آپ پچھلے دو اسباق میں پڑھ چکے ہیں۔ آئیے اس سبق میں اس طریقے کے بارے میں مزید مطالعہ کریں۔

#### مقاصد



اس سبق کو پڑھنے کے بعد آپ:

- بکری کے فروغ کا مطلب بتا سکیں گے؛
- بکری کے فروغ کے مقاصد کو بیان کر سکیں گے؛
- بکری کے فروغ میں استعمال کی جانے والی متعدد دو حکمت عملیاں بیان کر سکیں گے؛
- بکری کے فروغ میں ہر تکنیک کے کردار کو بخوبی پہچان سکیں گے؛
- کاروبار میں بکری فروغ کی اہمیت بیان کر سکیں گے؛
- ذاتی فروختگی کے معنی بیان کر سکیں گے؛
- ذاتی فروختگی کے لازمی عناصر کی وضاحت کر سکیں گے؛ اور
- ایک کامیاب فروشنده کی خوبیوں کی شناخت کر سکیں گے۔



## 16.1 بکری فروغ کا مطلب



### بکری فروغ کا مطلب

ہر ایک تاجر اشیاء کی بکری کو بڑھانا چاہتا ہے جن میں وہ لین دین کرتا ہے۔ اس مقصد کے حصول کے لئے وہ بہت سے طریقے اختیار کر سکتا ہے۔ آپ نے لکھتی بنو "سنگا پور گھومنے" ایک کلو کے پیک پر 30% زیادہ کارڈ رکھ کر جو انعام جیتو وغیرہ اسکیموں کے بارے میں ضرور سنا ہوگا۔ آپ نے لنچ بکس، پنسل بکس، قلم شیمپو پاؤنج وغیرہ جیسے تحفے بھی دیکھے ہوں گے، جو کچھ چیزوں کے ساتھ مفت دیئے جاتے ہیں۔

ان کے علاوہ متبادل پیشکش بھی کی جاتی ہیں مثلاً ٹی وی کے موجودہ ماڈل کے بدلے آپ رعایتی قیمت پر ایک نیا ماڈل لے سکتے ہیں۔ آپ نے اپنے قریبی بازار میں ایسے نوٹس بھی پڑھے ہوں گے جن پر لکھا ہوتا ہے۔ "موسم سرما کی فروخت"، گرما کی فروخت، تجارتی میلہ۔ 50 فیصد تک چھوٹ وغیرہ ان کے علاوہ دیگر بہت سی اسکیمیں جن سے گاہکوں کو متاثر کیا جاسکتا ہے تاکہ وہ مختلف اشیاء کی خریداری کریں۔ یہ تمام ترغیب دینے والی تحریکیں ہیں جو صنعت کار یا تاجروں کے ذریعے اپنی چیزوں کی بکری کو بڑھانے کے لئے عمل میں لائی جاتی ہیں۔ یہ ترغیب فری سیمپل، تحفے، رعایتی کوپن، نمائش اور مقابلوں کی شکل میں ہو سکتی ہے۔ یہ تمام اقدام دراصل گاہکوں میں اشتیاق پیدا کرنے کی غرض سے کئے جاتے ہیں تاکہ وہ خریداری زیادہ کریں اور اس طرح مصنوعات کی بکری میں اضافہ ہو جائے۔ اشیاء کی بکری کے اس طریقے کو بکری فروغ کے نام سے موسوم کیا جاتا ہے۔

آپ پچھلے اسباق میں تشہیر کاری سے متعلق پڑھ چکے ہیں۔ اشتہار سے اشیاء کی بکری کے اضافے میں مدد ملتی ہے۔ اس طرح تشہیر کاری کو معلومات کی ترسیل کے ذرائع کی حیثیت سے استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جو متوقع گاہکوں کو پیش کی جانے والی ترغیبات کی اطلاع دیتا ہے تاکہ بکری کو بڑھاوا ملے۔ بکری فروغ میں قلیل مدتی اور بار بار واقع نہ ہونے والے طریقوں کو استعمال کیا جاتا ہے تاکہ مختلف پہلوؤں سے فروخت کو بڑھاوا دیا جاسکے۔ یہ پیشکش گاہکوں کے لئے پورے سال دستیاب نہیں ہوتیں۔ یہ اسکیمیں عام طور پر تہواروں کے دوران، موسموں کے اختتام پر اور کچھ دیگر موقعوں پر بازار میں پائی جاتی ہے۔



نوٹ

اس طرح بکری کے فروغ میں وہ تمام سرگرمیاں موجود ہوتی ہیں جو کسی خاص استعمال کی چیز کی فروخت بڑھانے میں مددگار ثابت ہوتی ہیں۔

### متن پر مبنی سوالات 16.1



مندرجہ ذیل کے جوابات دی گئی خالی جگہ میں لکھیے۔

(a) بکری فروغ سے کیا مراد ہے؟

.....

.....

.....

(b) تشہیر کاری بکری فروغ میں کس طرح مدد کر سکتی ہے؟

.....

.....

.....

### 16.2 بکری فروغ کی اہمیت

آج کل کاروباری دنیا مسابقت کی دنیا ہے۔ کوئی کاروبار اس وقت تک باقی نہیں رہ سکتا جب تک اس کی مصنوعات بازار میں فروخت نہ ہوں۔ اس طرح تمام مارکیٹنگ سرگرمیاں فروخت کو بڑھانے کے لئے انجام دی جاتی ہیں۔ پروڈیوسر اشتہار اور ذاتی فروخت کاری پر بہت زیادہ خرچ کر سکتے ہیں۔ اس طرح اشیاء کو خریدنے کے لئے گاہکوں کو متوجہ کئے جانے کی ضرورت ہوتی ہے۔ کسی پروڈکٹ (مصنوع) کی فروخت کو بڑھانے کے لئے بکری فروغ اہم ہے۔ آئیے ہم مینوفیکچرر اور صارفین کے نقطہ نگاہ سے بکری فروغ کی اہمیت پر غور کریں۔

مینوفیکچرر کے نقطہ نگاہ سے درج ذیل اسباب کی بنا پر مینوفیکچرر کے لئے بکری فروغ اہم ہے۔

- (i) ایک مسابقتی بازار میں فروخت بڑھانے میں مدد کرتی ہے اور اس طرح منافع میں اضافہ ہوتا ہے۔
- (ii) بازار میں نئی مصنوعات کو امکانی گاہکوں کی توجہ مبذول کر کے متعارف کرانے میں مدد کرتی ہے۔



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

(iii) جب کسی نئے پروڈکٹ کو متعارف کیا جاتا ہے فیشن یا صارفین کے ذوق میں تبدیلی پیدا ہوتی ہے تو موجودہ اشیاء کو تیزی سے نکالا جاسکتا ہے۔

(iv) یہ اپنے گاہکوں کو اپنے ساتھ بنائے رکھ کر فروخت کے حجم میں استحکام پیدا کرتی ہے مسابقت کے دور میں اس کا کافی امکان ہے کہ گاہک اپنا ذہن مبذول کر سکتا ہے اور دیگر برانڈوں کے لئے کوشش کر سکتا ہے بکری فروغ کی اسکیموں کے تحت مختلف ترغیبات دیئے جانے سے گاہکوں کو بنائے رکھنے میں مدد ملتی ہے۔

### صارفین کے نقطہ گاہ سے

درج ذیل اسباب کی بنا پر بکری فروغ صارفین کے لئے اہم ہے

- (i) صارفین کو اشیاء کی سستی قیمت پر حاصل ہو جاتی ہیں۔
- (ii) انعامات فراہم کرنے اور مختلف مقامات پر سیر کرانے کے طریقوں کے ذریعہ انہیں مالی فائدہ حاصل ہوتا ہے۔
- (iii) صارفین کو مختلف اشیاء کی کوالٹی خصوصیات اور استعمال کے بارے میں ساری معلومات حاصل ہوتی ہیں۔
- (iv) بعض اسکیمیں جیسے رقم واپس کی اسکیم کے ذریعہ صارفین کے ذہن میں اشیاء کی کوالٹی کے بارے میں اعتماد پیدا ہوتا ہے۔
- (v) اس سے لوگوں کو معیار زندگی بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔ پرانی اشیاء کو بدلنے کے ذریعہ صارفین بازار میں دستیاب جدید ترین اشیاء کا استعمال کر سکتے ہیں۔ ایسی اشیاء کا استعمال سماج میں ان کی شبیہ کو بہتر بناتا ہے۔

### متن پر مبنی سوالات 16.2



بتائیے درج ذیل بیانات صحیح ہیں یا غلط؟

- (a) بکری فروغ سے فروخت بڑھانے میں مدد نہیں ملتی۔
- (b) بکری فروغ سے بازار میں نئی اشیاء کو متعارف کرنے میں مدد نہیں ملتی۔
- (c) بکری فروغ کے ذریعہ صارفین سستی قیمت پر اشیاء حاصل کرتے ہیں۔
- (d) بکری فروغ سے اشیاء کے بارے میں معلومات حاصل کرنے میں گاہک کو مدد نہیں ملتی۔
- (e) بکری فروغ سے صارفین کا معیار زندگی بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔

### بکری فروغ کے حربے 16.3

کسی بھی مال کی بکری کو بڑھانے کے لئے بنانے والا مختلف حربے اختیار کرتا ہے جیسے مفت نمونے تقسیم کرنا، تخفیف دینا، بونس اور دیگر بہت سی چیزیں دینا انہیں بکری فروغ کے حربے یا تکنیکوں کے نام سے جانا جاتا ہے۔ آئیے بکری فروغ کے لئے عام



نوٹ

طور پر استعمال کئے جانے والے حربوں کے بارے میں مزید تفصیل جانیں۔



(i) **مفت نمونے:** دکانوں سے سامان خریدتے وقت آپ نے شیپو، کپڑے دھونے کا صابن، کافی پاؤڈر وغیرہ کے مفت نمونے ضرور حاصل کئے ہوں گے۔ کبھی کبھی یہ مفت نمونے لوگوں کو بھی دیئے جاتے ہیں جو دکان سے کوئی بھی چیز خریدتے۔ ان نمونوں کی تقسیم کا مقصد نئی چیزوں کے استعمال کے لئے لوگوں کو اپنی طرف متوجہ کرنا اور پھر انہیں اپنا گاہک بنانا ہے۔ کچھ کاروباری اپنے مال کو لوگوں میں مقبول کرنے کے لئے نمونوں کی مفت تقسیم

کرتے ہیں۔ مثال کے طور پر دواؤں کے معاملے میں مفت نمونوں کی تقسیم صرف ڈاکٹروں کو اور نصابی کتابوں کے نمونوں کی مفت تقسیم صرف مدرسین کے درمیان ہی کی جاتی ہے۔



(ii) **پریمیم یا بونس کی شکل میں چیز دینا:** نیسکینے کے ساتھ ایک ملک شیکر، بورن ویٹا کے ساتھ ایک مگ 200 گرام ٹوتھ پیسٹ کے ساتھ ایک ٹوتھ برش، ایک کلو کے پیسٹ میں 30o/o فالتو وغیرہ کسی شے کی خرید پر پریمیم یا بونس میں مفت ملنے والی چیزیں اس کی کچھ مثالیں ہیں۔ یہ چیزیں گاہکوں کو ایک خاص مال

خریدنے کے لئے اکسانے میں کافی مددگار ثابت ہوتی ہیں۔ یہ موجودہ گاہکوں کو انعام دینے اور انہیں وہی خاص مال خریدتے رہنے کے لئے ترغیب بھی دلاتی ہیں۔



(iii) **تبادلہ اسکیم:** اس منصوبے میں پرانی چیز دے کر نئی چیز کو حقیقی قیمت سے کم پر حاصل کرنا شامل ہے، گاہکوں کا دھیان چیز کی نئی شکل کی طرف کھینچنے کے لئے بھی یہ پلاننگ بہت سود مند ہے۔ اپنا پرانا مکسر اور جوسر لائیے اور صرف 500 روپے کی ادائیگی پر نیا مکسر جوسر حاصل کیجئے، اپنے بلیک اینڈ وہائٹ ٹی وی کے بدلے رنگین ٹی وی لے جائیے وغیرہ تبادلہ اسکیم کی کچھ خاص مثالیں ہیں۔



(iv) **قیمت میں کمی:** اس پیشکش کے تحت مال کو اس کی حقیقی قیمت سے کم پر بیچا جاتا ہے۔ ایک لائف بوئے کی ٹکیا خریدنے پر دو روپے کی کمی، تاج محل چائے کے 250 گرام کے پیسٹ پر 15 روپے کی کمی، کولرس پر 1000 روپے کی کمی وغیرہ کچھ عام اسکیمیں ہیں۔ آف سیزن کے وقت اور کبھی کبھی نئی اشیاء کو بازار میں پیش کرتے وقت بکری کو بڑھانے کے لئے ایسی اسکیمیں لاگو کی جاتی ہیں۔



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی



(v) کوپن بائٹا: کبھی کبھی کسی چیز کے مینوفیکچر کے ذریعے چیز کے بیکٹ پر یا اخبار یا میگزین میں چھپے اشتہار کے وسیلے سے یا ڈاک کے ذریعے صارفین میں کوپن تقسیم کیے جاتے ہیں۔ چیز خریدتے وقت گاہک ان کوپنوں کو خوردہ فروش کو دیدیتا ہے اور پھر اسے وہ چیز ڈسکاؤنٹ پر مل جاتی ہے۔ مثال کے لئے، آپ نے اس قسم کے کوپن ضرور دیکھے ہوں گے جن کے بارے میں لکھا ہوتا ہے کوپن دکھائیے اور 5 کلوان پورنا آنا خریدنے پر 15 روپیہ کی چھوٹ حاصل کیجئے وغیرہ اس اسکیم کے تحت گھٹی ہوئی قیمت ممکنہ گاہکوں کو نئی اور بہتر اشیاء کی طرف متوجہ کرتی ہے۔



(vi) میلے اور نمائشیں: نئی مصنوعات کو پیش کرنے، مال کا مظاہرہ کرنے اور مال کی خصوصیات شکل و شبیہ اور افادیت کو سمجھانے کے لئے مقامی، علاقائی، ملکی اور بین الاقوامی پیمانے پر میلے اور نمائشوں کا اہتمام کیا جاتا ہے۔ چیزوں کو اچھی طرح سجا بنا کر نمائش کے لئے رکھا جاتا ہے اور مناسب رعایتی دامنوں پر ان کی

بکری بھی کی جاتی ہے۔ نئی دہلی کے پرگتی میدان میں ہر سال 14 نومبر سے 27 نومبر تک منعقد ہونے والا 'عالمی تجارتی میلہ' بکری فروغ کی شکل میں میلے اور نمائش کی ایک معروف و مقبول مثال ہے۔

(vii) تجارتی ٹکٹیں: کچھ چیزوں کے خریدنے پر گاہکوں کو خریدے گئے مال قیمتوں کی بنیاد پر کاروباری ٹکٹیں دی جاتی ہیں، جو خریدار ایک مقررہ قیمت کی ٹکٹیں ایک مقررہ مدت کے دوران اکٹھا کر لیتے ہیں وہ کچھ اعلان شدہ فائدوں کو حاصل کرنے کے حقدار بن جاتے ہیں۔ یہ ٹکنیک گاہکوں کو ایک طے شدہ ٹکٹیں اکٹھا کرنے کے لئے مصنوعات کو بار بار خریدنے کے لئے اکساتی ہے۔



(viii) کھرچے اور جیتے: صارفین ایک خاص چیز کو ہی خریدیں اس کے لئے کھرچے اور جیتے کی اسکیم بھی پیش کی جاتی ہے۔ اس اسکیم کے تحت گاہک چیز کے بیکٹ پر بنائے گئے ایک نشان زدہ مقام کو کھرچنے پر لکھی پائی گئی اطلاع کے مطابق فائدہ حاصل کرتا ہے۔ اس طرح گاہک لکھی گئی معلومات کے مطابق کوئی چیز مفت حاصل کر سکتے ہیں۔ یا کبھی کبھی صنعت کاروں کے ذریعے منعقد کی جانے والی سیاحتوں کے ذریعے کچھ مخصوص جگہوں کا سفر کر سکتے ہیں۔



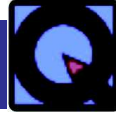


نوٹ



(ix) قیمت کی واپسی کی اسکیم: اس اسکیم کے تحت گاہکوں کو یہ وعدہ دیا جاتا ہے کہ اگر چیز کا استعمال کرنے کے بعد وہ مطمئن نہیں ہوئے تو انہیں چیز کی پوری قیمت واپس کر دی جائیگی۔ اس کے گاہکوں میں اس مخصوص شے کی افادیت اور بہتری کے سلسلے میں بھروسہ پیدا ہوتا ہے۔ نئے مال کو بازار میں پیش کرتے وقت یہ حکمت عملی خاص طور سے سود مند ثابت ہوتی ہے۔

### متن پر مبنی سوالات 16.3



حربوں / تکنیکوں کا ان کے مقاصد کے ساتھ جوڑ بٹھائیے۔

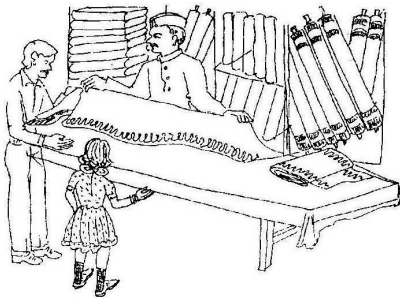
#### مقاصد

#### حربہ تکنیک

- |   |                         |
|---|-------------------------|
| (a) گاہک کو اس امر پر اکسانا کہ وہ                  | 1 مفت نمونے             |
| (b) اشیاء میں سدھار کی جانب متوجہ کرنے کے لئے مفید۔ | 2 تبادلہ اسکیم          |
| (c) جب کسی نئی چیز کا تعارف کرایا گیا ہو۔           | 3 قیمت میں کمی کی پیشکش |
| (d) آف سیزن میں فروخت کو بڑھانا                     | 4 تجارتی ٹکٹیں          |

### 16.4 ذاتی فروختگی

اگر آپ کچھ خریدنا چاہتے ہیں تو متعلقہ دکان پر جاتے ہیں اور اپنی ضرورت کی چیز خرید لاتے ہیں۔ لیکن کئی بار ایسا بھی ہوتا ہے



کہ کچھ لوگ آپ کی ضرورت کی چیزیں آپ کے پاس لاتے ہیں اور آپ دکان پر جانے کے بجائے ان سے ہی وہ چیزیں خرید لیتے ہیں۔ مثلاً سبزی والا، ریڑھی پر سبزیاں بھر کر گھر گھر جا کر سبزی بیچتا ہے۔ کبھی کبھی کچھ ساڑھیاں، قالین، بجلی کے سامان وغیرہ بیچنے والے بھی اسی طرح گھر گھر جا کر اپنے سامان کو بیچتے ہیں۔ ریل یا مقامی بسوں

میں سفر کرتے وقت آپ نے دیکھا ہوگا کہ کچھ لوگ قلم، کھلونے، کتابیں، کنگھیاں وغیرہ بس یا ٹرین کے اندر بیچتے ہیں شہروں میں بھی اس طرح گھر گھر جا کر پانی اور ہوا صاف کرنے والے، کپڑے دھونے کا پاؤڈر، مچھر مارنے کی دوائیں وغیرہ کی فروخت عام بات ہے۔ کیا آپ کو نہیں لگتا کہ ایک دکان پر اشیاء کو سجا کر بیچنے سے گھر گھر جا کر چیزوں کے بیچنے کا یہ طریقہ اپنے آپ میں کچھ الگ ہے؟ آئیے اس سبق میں اس قسم کی فروخت کاری کے بارے میں کچھ مزید جانیں۔



ماڈیول—IV  
خریداری، فروخت اور تقسیم

نوٹ

## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

### 16.5 ذاتی فروخت کاری کا مطلب

ایک ایسے شخص کے بارے میں سوچئے جو آپ کے پاس آکر اشیاء کی فروخت کرتا ہے وہ کیا کرتا ہے؟ پہلے وہ آپ کو وہ چیزیں دکھاتا ہے پھر ان عملی صلاحیت کا مظاہرہ بھی کرتا ہے، ساتھ ہی وہ آپ کو ان کی قیمت اور ان سے متعلق رعایتی چھوٹ وغیرہ کی معلومات دے کر ان چیزوں کو خریدنے کی رغبت دلاتا ہے۔ کبھی کبھی وہ مستقبل میں آپ کی ضرورت کی دیگر چیزوں کی مانگ کو پورا کرنے کا وعدہ بھی کرتا ہے۔ دوسری طرف اس قسم کی خرید سے آپ کو مال کے بارے میں زیادہ جانکاری ملتی ہے آپ اس کو اچھی طرح دیکھ کر چھو کر ذاتی طور پر جانچ کر فیصلہ لیتے ہیں۔

اس طریقے سے آپ کو چیزیں بیچنے والا سیلز مین کہلاتا ہے اور فروخت کی اس تکنیک کو ذاتی فروخت کاری کہا جاتا ہے۔ اسے سیلز مین شپ بھی کہا جاتا ہے اس طرح ذاتی فروخت کاری اشیاء کا خریدار کے سامنے پیش کرنا اور اس کو خریدنے کی رغبت دلانا ہے۔ اس میں آمنے سامنے بات چیت اور خریدی جانے والی اشیاء کو ان کی اصلی شکل میں پیش کرنا بھی شامل ہے اس کے پیچھے صرف یہی مقصد نہیں ہوتا کہ کسی شخص کو اشیاء بیچ دی جائیں بلکہ یہ غرض بھی ہوتی ہے کہ اسے مستقل گاہک بھی بنا لیا جائے۔

آپ کچھ دکانوں میں بھی اس قسم کی ذاتی فروخت کاری دیکھیں گے جہاں دکاندار کے ذریعے اس فن کو استعمال کرنے کے لئے سیلز مین ملازم رکھ لیے جاتے ہیں۔ مثلاً آپ کو اس قسم کے سیلز مین زیورات کی دکانوں، اشیاء صارفین کے اسٹور اور ساڑھی وغیرہ کی دکانوں پر نظر آئیں گے اس کے علاوہ آپ نے یہ بھی دیکھا ہوگا کہ لوگ نائی کی دکان پر ایک خاص شخص سے ہی بال کٹوانا ماش کروانا پسند کرتے ہیں یہ اس بات کا ثبوت ہے کہ ذاتی فروختگی کے معاملے میں بیچنے والے کو گاہک کی پسند اور دلچسپی وغیرہ کا دھیان بھی رکھنا ہوتا ہے۔ ان معلومات کا استعمال بیچنے والا اپنی چیزوں اور خدمات کو بیچنے کے لئے خریدار کو متوجہ کرنے میں کرتا ہے۔ ذاتی فروخت کاری کے بارے میں کچھ اندازہ حاصل کرنے کے بعد آئیے فروختگی یا فروخت کاری کے لازمی عناصر کے بارے میں معلومات حاصل کریں۔

### 16.6 ذاتی فروختگی کے ضروری اجزا

ذاتی فروخت میں مندرجہ ذیل اجزا ہونے چاہئیں۔

- (i) آمنے سامنے گفتگو: ذاتی فروختگی میں بیچنے والے اور خریدار بننے والے کے بیچ آمنے سامنے بات چیت ہونی ضروری ہے۔
- (ii) ترغیب ذاتی: فروختگی اشیاء کو بیچنے کے لئے فروخت کار کو متوقع کو خریدار قائل کرنا پڑتا ہے تاکہ وہ مال خریدے۔ اس لئے ایک سیلز مین میں لیاقت ہونی ضروری ہے کہ خریدار کے ذہن میں اپنے مال کے سلسلے میں دلچسپی پیدا کر دے کہ وہ یعنی گاہک اس کا مال استعمال کرے۔

(iii) چکیلا پن: ذاتی فروخت کاری کی پہنچ ہمیشہ چکدار ہوتی ہے۔ کبھی کبھی سیلز مین اپنی اشیاء کی خوبیوں اور فائدوں کو بیان کرتا





نوٹ

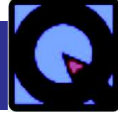
ہے اور کبھی اشیاء کے استعمال کا مظاہرہ کر کے بتاتا ہے اور گاہکوں کی پوچھتاچھتا تسلی بخش جواب بھی دیتا ہے۔ گاہکوں کی دلچسپی اور صورتحال کو مد نظر رکھتے ہوئے سیلز مین ان کو لبھانے کے لئے فوری فیصلے کرتا ہے اور ان پر عمل کرتا ہے۔

(iv) **بکری کو فروغ:** ذاتی فروخت کا آخری مقصد گاہکوں کو اپنی چیز کے استعمال کے لئے زیادہ سے زیادہ قائل کر کے بکری کو فروغ دینا ہے۔

(v) **معلومات کی فراہمی:** ذاتی فروخت میں یہ بھی داخل ہے کہ گاہکوں کو چیزوں کی دستیابی، ان کی خوبیوں، استعمال اور فوائد کے بارے میں معلومات فراہم کی جائیں۔ کہا جاسکتا ہے کہ یہ ایک تدریسی عمل ہے۔

(vi) **ایک دوسرے کا فائدہ:** یہ ایک دو شاخی عمل ہے جس میں بیچنے اور خریدنے والے دونوں فریق فائدہ اٹھاتے ہیں۔ گاہک چیزوں سے مطمئن ہوتا ہے تو بیچنے والا نفع کماتا ہے۔

### متن پر مبنی سوالات 16.4



ذیل کی خالی جگہوں کو موزوں الفاظ سے بھریئے۔

- ذاتی فروخت کاری میں \_\_\_\_\_ کو چیز خریدنے کے لئے راضی کرنا پڑتا ہے۔
- ذاتی فروختگی کا آخری مقصد \_\_\_\_\_ ہے۔
- ذاتی فروختگی کا سب سے اہم جز ہے \_\_\_\_\_۔
- صارف کو معلومات فراہم کرنے کی وجہ سے ذاتی فروختگی ایک \_\_\_\_\_ عمل بن گئی ہے۔

### 16.7 ذاتی فروخت کی اہمیت

ذاتی فروخت ایک اہم تکنیک ہے۔ صرف اتنا ہی نہیں بلکہ کچھ دیگر خوبیاں بھی ہیں جو فروخت کی اس تکنیک کو مزید اہمیت بخشتی ہیں۔ آئیے صنعت کاروں اور صارفین کے نقطہ نظر سے ذاتی یا شخصی فروخت کی اہمیت کو جانیں۔

#### مال بنانے والوں کے نقطہ نظر سے

- یہ نئے اور موجودہ دونوں قسم کی اشیاء کی مانگ پیدا کرتی ہے۔
- یہ نئے گاہک بنا کر اشیاء کے لئے بازار کو وسعت دیتی ہے۔
- یہ اشیاء کی بہتری میں بھی مددگار ہے۔ ذاتی طور پر بیچنے سے بیچنے والے کو مال کے بارے میں جو بھی جانکاری ملتی ہے وہ اسے مال بنانے والے تک پہنچاتا ہے جس سے صنعت کار اپنے مال کو بہتر سے بہتر بنانے کی کوشش کرتا ہے۔



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

### گاہک کے نقطہ نگاہ سے

- (i) ذاتی فروختگی گاہکوں کیلئے بازار میں متعارف ہونے والی نئی مصنوعات کے بارے میں معلومات کا موقع فراہم کرتی ہے۔ اس طرح یہ صارفین کو نئے مال سے متعلق معلومات کی تعلیم دیتی ہے۔
- (ii) یہ ذاتی فروخت کاری کی وجہ سے ہی ہوتا ہے کہ گاہک بازار میں آنے والی نئی اشیاء کے استعمال سے واقف ہوتے ہیں۔ بیچنے والے متوقع خریداروں کے روبرو اشیاء کی کارکردگی، استعمال اور فوائد کا مظاہرہ کرتے ہیں اور ان کے بارے میں تفصیل سے بتاتے ہیں۔
- (iii) ذاتی فروختگی گاہکوں کو ان کی ضرورت اور مزاج کے مطابق بہترین اشیاء کے انتخاب اور ذوق میں بھی رہنمائی کرتی ہے اور اس میں آنے والے سامنے بات چیت اور ترسیل بھی شامل ہے۔
- (iv) ذاتی بکری گاہکوں کو چیزوں کے استعمال کے سلسلے میں شکایات اور پریشانیوں کو پیش کرنے اور ان کا حل پانے کے لئے موقع فراہم کرتی ہے۔

### متن پر مبنی سوالات 16.5



نیچے کے جملوں میں کون سے صحیح اور کون سے غلط ہیں؟

- i - ذاتی فروختگی مال بنانے والوں کو فروخت کاروں کے مشورے کی بنیاد پر اپنے مال کو بہتر بنانے کا موقع فراہم کرتی ہے۔
- ii - گاہکوں کو سبزی پرسن سے اپنی پریشانیوں کا حل فوراً نہیں ملتا۔
- iii - ذاتی فروختگی صرف موجودہ مال کے لئے ہی نئے گاہک بناتی ہے۔
- iv - اشیاء کا بہتر استعمال ذاتی فروختگی کا نتیجہ نہیں ہے۔
- v - گاہک بیچنے والوں (salesperson) کو چیزوں سے متعلق شکایت نہیں کر سکتے۔

### 16.8 ذاتی فروختگی میں مصروف فروخت کاروں کی صفات

ذاتی فروختگی میں لگے بیچنے والے افراد کی قابلیت اور خوبیوں کی فہرست بنانا ایک مشکل کام ہے۔ کیونکہ یہ خوبیاں وقت اور حالات کے مطابق بدل جاتی ہیں۔ یہ گاہکوں کی مانگ اور مال کی نوعیت پر بھی منحصر کرتی ہیں۔ ایسا بھی ہو سکتا ہے کہ جو بیچنے والا فرد ایک صورت حال میں موثر تھا وہ دوسرے حالات میں غیر موثر ثابت ہو۔ اس لئے حقیقی زندگی میں ایک درجے کے مال کی بکری کے لئے جن خوبیوں کو ضروری مانا جاتا ہو وہ دوسری اشیاء کے لئے پوری طرح سے غیر ضروری بھی ہو سکتی ہیں۔ لیکن

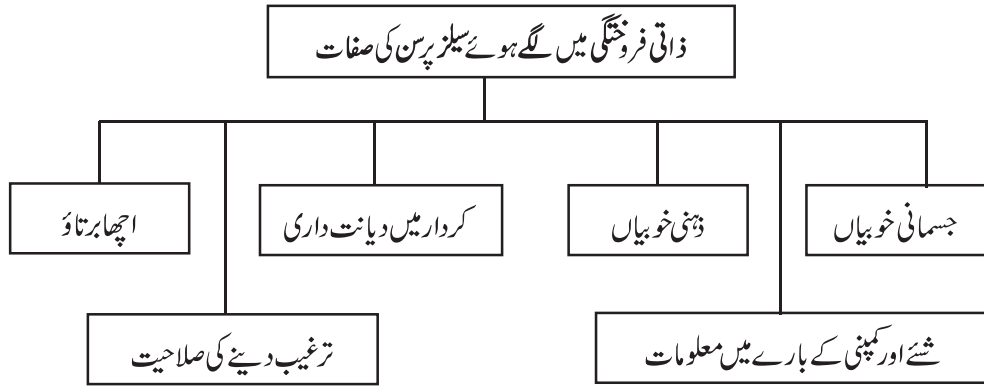


نوٹ

پھر بھی عموماً کچھ ایسی خوبیاں ہوتی ہیں جن کی بنیاد پر ایک سیلز مین اپنے کام میں کسی بھی صورتحال میں کامیاب ہو سکتا ہے۔ ان صفات کی فہرست نیچے دی جا رہی ہے۔

(i) جسمانی خوبی: ایک سیلز مین کو اچھی شکل و صورت اور پرکشش شخصیت کا مالک ہونا چاہیے۔ اسے صحت مند بھی ہونا چاہیے۔

(ii) ذہنی خوبی: ایک اچھے سیلز مین کے پاس کچھ ذہنی خوبیاں بھی ہونی چاہئیں۔ جیسے فکری قوت، پہل کرنے کی صلاحیت، خود اعتمادی، تیز حافظہ، ہوشیاری وغیرہ۔ اسے گاہکوں کی ضروریات اور ترجیحات کو سمجھنے والا بھی ہونا چاہیے۔



(iii) کردار میں دیانت داری: ایک اچھے سیلز مین میں ایمانداری اور راست بازی کی خوبیاں بھی ہونی چاہئیں۔ اسے گاہکوں کا اعتماد حاصل کرنا ہوتا ہے اس لئے اسے ان کی ضروریات کو سمجھنے والا اور ان کی تکمیل کے لئے رہنمائی کرنے والا ہونا چاہیے۔ اس کے مالک کو بھی اس پر پورا بھروسہ ہونا چاہیے۔ ایک سیلز مین کو اپنے مالک اور گاہک دونوں کا وفادار ہونا چاہیے۔

(iv) مال اور کمپنی کے بارے میں معلومات: ایک سیلز مین کو ان اشیاء اور کمپنی کو پوری معلومات ہونی چاہئیں جن کی نمائندگی وہ کر رہا ہے۔ اس کو اس لائق ہونا چاہیے کہ وہ مال کے ہر پہلو اور خوبی کی بہتر طریقے سے وضاحت کر سکے جیسے اس کی خوبیاں، طریقہ استعمال، احتیاطی اقدامات وغیرہ۔ اسے کاروبار اور کمپنی کی خدمات کے رکارڈ کا شارح بھی ہونا چاہیے۔ اسے اپنی حریف کمپنی کے مال و مصنوعات کا بھی پورا علم ہونا چاہیے۔ تاکہ وہ اپنی اشیاء کی برتری کو دوسروں کے مقابلہ میں ثابت کر سکے۔

(v) اچھا برتاؤ: ایک سیلز مین کو تعاون کرنے والا اور مہذب ہونا چاہیے۔ کیونکہ اچھے برتاؤ کے ذریعے ہی گاہکوں کا بھروسہ اور اعتماد جیتا جاسکتا ہے۔ اگر گاہک اس سے بہت سے سوالات کرتا ہے تو اسے الجھنا نہیں چاہیے۔ چاہے وہ سوال غیر ضروری ہی کیوں نہ ہوں کیونکہ یہ ضروری نہیں ہوتا کہ جس شخص کو وہ اپنے مال کی جانب مائل کرنے کی کوشش کر رہا ہے



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

وہ اس کا خریدار بن ہی جائے۔ غرض یہ کہ سیلز مین کو ہر حال میں متواضع اور خلیق رہنا ہی چاہیے۔

(vi) **ترغیب کی لیاقت:** ایک اچھے سیلز مین گفتار میں اچھا ہونا چاہیے تاکہ وہ اپنے مقابل کو گفتگو میں شامل کر سکے۔ اس میں یہ لیاقت ہونی چاہیے کہ وہ سامنے والے (گاہک وغیرہ) کو قائل کر سکے اور اس کے دل میں مصنوعات کو حاصل کرنے کا شوق پیدا کر سکے۔

### متن پر مبنی سوالات 16.6



- I
- نیچے دیئے گئے جملوں میں صحیح و غلط کی نشاندہی کیجیے۔
- ایک اچھے فروخت کار کے لئے مال کی جانکاری ضروری نہیں ہے۔
  - ایک اچھے سیلز مین کے پاس لکڑی کی قوت، پہل کرنے کی صلاحیت اور ہوشیاری ہونی چاہیے۔
  - ایک اچھے سیلز مین کے لئے یہ ضروری نہیں ہے کہ سماج میں اسے مقبولیت حاصل ہو۔
  - ایک اچھے سیلز مین کو صارف کا وفادار ہونا ضروری ہے نہ کہ مالک کا۔
  - ایک اچھے فروخت کار کی صفات میں متاثر کن آواز پرکشش شخصیت اور اچھی صحت کی کوئی حیثیت نہیں ہے۔

### -II کثیر انتخابی سوالات

- بکری فروغ مینوفیکچر کے نقطہ نگاہ سے اہم ہے کیونکہ اس سے
  - منافع بڑھتا ہے
  - سستی قیمت پر اشیاء حاصل ہوتی ہیں۔
  - کوالٹی اور خصوصیات کے بارے میں معلومات حاصل ہوتی ہے۔
  - لوگوں کا معیار زندگی بڑھتا ہے۔
- بکری فروغ صارفین کے نقطہ نگاہ سے اہم ہے کیونکہ اس سے
  - فروخت بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔
  - فروخت میں استحکام پیدا ہوتا ہے۔
  - معیار زندگی بڑھانے میں مدد ملتی ہے۔
  - منافع بڑھتا ہے۔



نوٹ

(iii) ان میں سے کون سا بکری فروغ کا ذریعہ ہے؟

(a) مفت نمونے

(b) اشتہار

(c) تشہیر

(d) ذاتی فروختگی

(iv) ذاتی فروختگی کا آخری مقصد ہے

(a) معیار زندگی بلند کرنا

(b) بہتر کوالٹی کی اشیاء فراہم کرنا

(c) صارفین کو زیادہ تسکین

(d) اشیاء کی فروخت بڑھانا۔

آپ نے کیا سیکھا



- چیزوں کی بکری بڑھانے کے سلسلے میں تشہیر کاری اور ذاتی فروخت کاری کے علاوہ تمام پرموشنل سرگرمیاں شامل ہوتی ہیں۔
- بکری فروغ کے مقاصد ہیں: نئی اشیاء کو متعارف کرانا، نئے گاہکوں کو متوجہ کرنا اور موجودہ کو بنائے رکھنا، موسمی اشیاء کی بکری کو بنائے رکھا، مقابلے کے چیلنجوں کا سامنا کرنا۔
- حرے بریکنگ جو بکری فروغ میں استعمال کی جاتی ہیں: مفت نمونے پر بیم یا بونس کی پیشکش، تبادلہ اسکیم، قیمت میں چھوٹ کی پیشکش، کوپن، میلے اور نمائشیں، تجارتی ٹکٹیں، کھرچو اور حدیث پیش کش، قیمت واپس پیشکش۔
- بکری فروغ کی اہمیت۔
- **مینیو فچرس کے لئے:** فروخت کا حجم بڑھاتی ہے، شے میں بہتری پیدا کرتی ہے، نئے پروڈکٹ کا تعارف کرانے میں مدد کرتی ہے، موجودہ اسٹاک کو تیزی سے نمٹانے کی اہلیت اور فروخت کے حجم میں استحکام پیدا کرتی ہے۔
- **صارفین کے لئے:** نئے گاہک بنانا، اشیاء سستی شرح پر دستیاب ہوتی ہیں، بازار میں گاہکوں کو مالی فوائد، نئی اشیاء کے بارے میں آگہی پیدا کرنا، شے کو بہتر بنانے میں مدد، نئی اشیاء کو متعارف کرانے میں مدد، صارفین کے ذہن میں کوالٹی کے بارے میں اعتماد پیدا کرنا۔
- ذاتی فروختگی سے مراد اشیاء اور خدمات کی پیشکش اور اشیاء یا خدمات خریدنے کے لئے متوقع گاہکوں کو قائل کرنا اور انہیں ترغیب دینا ہے۔
- **ذاتی فروختگی کے لئے لازمی عناصر ہیں:** آمنے سامنے بات چیت، ترغیب لچک، فروخت کو فروغ، معلومات فراہمی اور باہمی فوائد۔



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

- ذاتی فروختگی گاہکوں اور مینوفیکچررز دونوں کے نقطہ نگاہ سے اہم ہے۔
- سیلز پرسن میں کئی خوبیاں ہو سکتی ہیں جو اسے زیادہ موثر بناتی ہیں ان میں جسمانی اور ذہنی خوبیاں، دیانت داری، شے اور کمپنی کے بارے میں علم، اچھا برتاؤ اور گاہکوں کو رجھانے کی اہلیت کا ہونا شامل ہے۔

### اختتامی مشق



- 1- بکری فروغ کی تعریف کیجیے۔
- 2- مال بنانے والوں کے نقطہ نگاہ سے بکری فروغ کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- 3- صارفین کے نقطہ نگاہ سے بکری فروغ کی اہمیت کو بیان کیجیے۔
- 4- بکری فروغ میں استعمال ہونے والے کوئی چھ حربے لکھیے۔
- 5- بکری فروغ کے معنی واضح کیجیے۔ بکری فروغ کیوں ضروری ہے؟
- 6- بکری فروغ کی کوئی دو تکنیکوں کی مثالوں کے ساتھ وضاحت کیجیے۔
- 7- قیمت میں کمی اور مفت نمونوں کو بطور بکری فروغ کی تکنیکوں کی وضاحت کیجیے۔
- 8- وضاحت کیجیے۔ کہ کس طرح بکری فروغ تکنیک فروخت کو فروغ دینے میں مدد کرتی ہیں۔
- 9- ایک ٹوتھ پست کمپنی 500 گرام کے ٹوتھ پیسٹ پیک کے ساتھ 250 گرام ٹوتھ پیسٹ مفت دے رہی ہے (سیل پرموشن) کی اس تکنیک کا نام بتائیے۔ اس اسکیم کا خاص مقصد کیا ہے؟ اس کے علاوہ بکری فروغ (سیل پرموشن) سے متعلق دو مزید اسکیموں کی تشریح کیجیے۔
- 10- بکری فروغ کی تعریف کیجیے۔ بکری فروغ کے کیا مقاصد ہیں؟
- 11- اصطلاح بکری فروغ کی وضاحت کیجیے۔ بکری فروغ کی کوئی چار تکنیکیں بیان کیجیے۔
- 12- مینوفیکچرر اور صارفین دونوں کے لئے بکری فروغ کی کیا اہمیت ہے؟ واضح کیجیے۔
- 13- ذاتی فروختگی کا کیا مطلب ہے؟
- 14- ذاتی فروختگی کے ضرورت عناصر بیان کیجیے۔
- 15- گاہکوں کے نقطہ نگاہ سے ذاتی فروختگی کی اہمیت بیان کیجیے۔
- 16- مینوفیکچرر کے نظریہ ذاتی فروختگی کی اہمیت واضح کیجیے۔





نوٹ

- 17- ذاتی فروختگی میں شامل سیلز مین کی جسمانی اور ذہنی خوبیاں بیان کیجیے۔
- 18- ذاتی فروختگی میں شامل سیلز پرسن کی سماجی خوبیاں بیان کیجیے۔
- 19- ذاتی فروختگی میں شامل سیلز پرسن کی پیشہ ورانہ خوبیاں کیا ہیں؟
- 20- ذاتی فروختگی کی تعریف کیجیے گا ہوں اور مینوفلچر کے نقطہ نگاہ سے ذاتی فروختگی کی اہمیت واضح کیجیے۔
- 21- ذاتی فروختگی سے کیا مراد ہے؟ ذاتی فروختگی کے ضروری عناصر واضح کیجیے۔
- 22- کیا آپ کے خیال میں کامیاب سیلز پرسن بننے کے لئے صرف ذاتی اور ذہنی خوبیاں ہی کافی ہیں؟ اپنے جواب کی تائید کے لئے وجہ بھی بتائیے۔
- 23- ذاتی فروختگی میں شامل سیلز پرسن کی مختلف خوبیاں بیان کیجیے۔
- 24- اگر تیار شدہ عمدہ ہے تو سیلز پرسن میں کوئی خوبی ہونی ضروری نہیں ہے۔ کیا آپ اس بیان سے متفق ہیں، وجہ بتائیے۔

متن پر مبنی سوالات کے جوابات



- 16.1 (i) اشتہار اور ذاتی بکری کے علاوہ وہ تمام سرگرمیاں جو ایک خاص چیز کی بکری کو بڑھانے میں مدد کرتی ہیں بکری فروغ کہلاتی ہیں۔
- (ii) امکانی صارفین رگا ہوں کو بکری فروغ کے لئے پیش کی جانے والی ترغیبات کے بارے میں اطلاع دینے کے لئے تشہیر کاری کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔

- 16.2 (i) غلط (ii) غلط (iii) صحیح (iv) غلط (v) صحیح
- 16.3 (i) اور c (ii) اور b (iii) اور a (iv) اور d
- 16.4 (i) گاہک (ii) ایشیا کی فروخت کو فروغ دینا
- (iii) آمنے سامنے (iv) علمی
- 16.5 (i) صحیح (ii) غلط (iii) غلط (iv) غلط
- 16.6 (i) غلط (ii) صحیح (iii) غلط (iv) غلط (v) غلط
- a (i)–II (ii) c (iii) a (iv) d (v) a



## بکری فروغ اور ذاتی فروختگی

### آپ کے لئے سرگرمی

- اپنے آس پاس کے بازار میں خردہ فروش سے پوچھتا چھ کیجیے۔ کہ وہ کس وقت اسٹاک کلیئرنس سیل لگاتے ہیں۔ اور کیوں؟
- اخباروں اور میگزین کے اشتہارات میں سے مال بنانے والوں کے ذریعے پیش کی جانے والی بکری فروغ اسکیموں کی معلومات اکٹھا کیجیے۔
- اشیا اور خدمات کی خریداری کے وقت سیلز پرسن کے برتاؤ پر محتاط طور پر غور کیجیے۔ اور اس کی مختلف خوبیوں کو تحریر کیجیے۔