



215hi16

विक्रय संवर्धन एवं वैयक्तिक विक्रय

मान लीजिए आप साबुन खरीदने के लिए बाजार गए। दुकानदार ने आपको सुझाव दिया कि “2 खरीदो 3 पाओ” योजना के अंतर्गत यदि आप साबुन की दो टिकिया खरीदेंगे तो आपको एक साबुन टिकिया अतिरिक्त मुफ्त में दी जाएगी। आप उसे खरीदने के लिए तैयार हो जाते हैं, क्योंकि इससे आप साबुन की एक टिकिया का खर्च बचा रहे हैं। साथ ही साबुन ऐसी चीज है जिसकी आवश्यकता प्रतिदिन होती है और आप दो टिकिया बाद में प्रयोग कर सकते हैं यह योजना किसी उत्पाद की बिक्री में वृद्धि करने की एक विधि है और यह उन सबसे बिल्कुल भिन्न है, जिनका अध्ययन आपने इससे पिछले दो पाठों में किया है। आइए, इसके बारे में और अधिक जानकारी इस पाठ में प्राप्त करें।



उद्देश्य

इस पाठ को पढ़ने के बाद आप

- विक्रय संवर्धन का अर्थ स्पष्ट कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन के उद्देश्यों का उल्लेख कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन में प्रयोग की जाने वाली विभिन्न तकनीकों की व्याख्या कर सकेंगे;
- विक्रय संवर्धन में प्रत्येक तकनीक की भूमिका पहचान सकेंगे;
- व्यवसाय में विक्रय संवर्धन का महत्व बता सकेंगे
- वैयक्तिक विक्रय का अर्थ बता सकेंगे;
- वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्वों का वर्णन कर सकेंगे;
- वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कर सकेंगे; और
- एक सफल विक्रेता के गुणों की पहचान कर सकेंगे।

16.1 विक्रय संवर्धन का अर्थ

प्रत्येक व्यवसायी जिन वस्तुओं का व्यापार करता है, वह उनकी बिक्री बढ़ाना चाहता है। इस उद्देश्य की पूर्ति के लिए वह विभिन्न विधियां अपना सकता है। आपने शायद “लखपति बनो”, “सिंगापुर की यात्रा करो”, “एक किलो के पैकेट में 30 प्रतिशत अतिरिक्त पाओ”, “कार्ड खुरचो इनाम जीतो” आदि के बारे में अवश्य सुना होगा। आपको कुछ वस्तुओं के साथ मुफ्त उपहार भी मिले होंगे, जैसे- लंच बॉक्स, पैसिल, पैन, शैम्पू के पाउच आदि।



टिप्पणी

आपने किसी पुरानी वस्तु के बदले में नई वस्तु, जैसे टेलीविजन के वर्तमान मॉडल, घटे हुए मूल्य पर नया मॉडल प्राप्त करने के प्रस्ताव भी देखे होंगे। आपने आस पास के बाजारों में अक्सर 'विंटरसेल', 'समर सेल' 'मेले', '50 प्रतिशत की छूट' और इसी प्रकार की विभिन्न योजनाएं भी देखी होगी जो ग्राहक को कुछ विशेष उत्पाद खरीदने के लिए आकर्षित करती हैं। ये सभी योजनाएं निर्माताओं या मध्यस्थों द्वारा अपनी वस्तुओं की बिक्री में वृद्धि करने के लिए प्रयोग किए जाने वाले अभिप्रेरक हैं। ये अभिप्रेरक मुफ्त नमूनों, उपहार, छूट कूपन, प्रदर्शन, प्रतियोगिताओं आदि के रूप में हो सकते हैं। ये सभी उपाय साधारणतया उपभोक्ता को अधिक क्रय के लिए प्रेरित करते हैं और इस प्रकार से वस्तु की बिक्री में वृद्धि करते हैं। वस्तुएं बेचने की इस विधि को विक्रय संवर्धन के नाम से जाना जाता है।

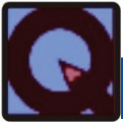


विक्रय संवर्धन का अर्थ

आपने पिछले पाठों में विज्ञापन के बारे में पढ़ा है। विज्ञापन भी वस्तुओं की बिक्री बढ़ाने में सहायता करते हैं। विज्ञापनों का प्रयोग भावी उपभोक्ताओं को विक्रय के लिए प्रयुक्त अभिप्रेरकों के विषय में बताने के लिए सम्प्रेषण माध्यम के रूप में किया जा सकता है।

विक्रय संवर्धन बिक्री में वृद्धि के लिए विभिन्न अल्पकालीन एवं अनावर्ती विधियों को अपनाता है। यह प्रस्ताव उपभोक्ताओं को वर्ष भर उपलब्ध नहीं होते। साधारणतया ये योजनाएं त्यौहारों के दिनों में, एक विशेष मौसम की समाप्ति पर, वर्ष की समाप्ति पर, या कुछ अन्य विशेष अवसरों पर बाजार में उपलब्ध होती हैं।

इस प्रकार विक्रय संवर्धन में विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वे सभी क्रियाएं सम्मिलित हैं, जो एक विशेष वस्तु की बिक्री को बढ़ाने में सहायक होती हैं।



पाठगत प्रश्न 16.1

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर प्रश्न के पश्चात प्रदान किए गए स्थान पर दीजिए :

i. विक्रय संवर्धन का क्या अर्थ है ?

.....

ii. विज्ञापन, विक्रय संवर्धन में किस प्रकार सहायता कर सकते हैं ?

.....



टिप्पणी

16.2 विक्रय संवर्धन का महत्व

आज का व्यावसायिक जगत प्रतियोगिता का जगत है। यदि किसी व्यवसाय का उत्पाद बाजार में नहीं बिक रहा है तो वह व्यवसाय बाजार में टिका नहीं रह सकता। अतः बिक्री में वृद्धि के लिए ही समस्त विपणन क्रियाएं सम्पन्न की जाती हैं। उत्पादक, विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय पर अत्यधिक खर्च करते हैं। लेकिन फिर भी वस्तुओं की बिक्री नहीं होती। अतः उपभोक्ताओं को विभिन्न प्रकार से प्रोत्साहित करने की आवश्यकता है जिससे आकर्षित होकर उपभोक्ता वस्तु क्रय करें। अतः किसी भी वस्तु की बिक्री में वृद्धि करने के लिए विक्रय संवर्धन अत्यंत महत्वपूर्ण है। आइए, निर्माताओं और उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व की चर्चा करें।

निर्माताओं के दृष्टिकोण से

निर्माताओं के लिए विक्रय संवर्धन महत्वपूर्ण है क्योंकि :

- प्रतियोगिता के बाजार में यह बिक्री बढ़ाने में सहायता करता है जिससे लाभ में वृद्धि होती है;
- यह भावी उपभोक्ताओं का ध्यान आकृष्ट कर बाजार में नए उत्पाद की प्रस्तुति में सहायता करता है;
- जब बाजार में कोई नया उत्पाद प्रस्तुत किया जाए या फैशन में परिवर्तन हो जाए या उपभोक्ताओं की रुचि में परिवर्तन हो जाए तो वर्तमान स्टॉक को शीघ्रता से बेचने में विक्रय संवर्धन सहायता करता है; और
- यह अपने उपभोक्ताओं को अपने साथ रखकर विक्रय की मात्रा में स्थिरता लाता है। प्रतियोगिता के इस युग में यह संभव है कि उपभोक्ता के दिमाग में परिवर्तन आ जाए और वह अन्य ब्रांड की वस्तुओं का भी प्रयोग करना चाहे। विक्रय संवर्धन योजनाओं के अन्तर्गत विभिन्न अभिप्रेरक, उपभोक्ताओं को बनाए रखने में सहायता करते हैं।

उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से

उपभोक्ताओं के लिए विक्रय संवर्धन महत्वपूर्ण है क्योंकि :

- इससे उपभोक्ता को वस्तु कम मूल्य पर मिल जाती है;
- यह विभिन्न पुरस्कार देकर तथा उपभोक्ताओं को भिन्न-भिन्न स्थानों का भ्रमण कराकर उन्हें वित्तीय लाभ भी पहुंचाता है;
- इससे उपभोक्ताओं को विभिन्न वस्तुओं की गुणवत्ता, लक्षण एवं उनके उपयोग आदि के बारे में सभी सूचनाएं मिलती हैं;
- मूल्य वापसी जैसी कुछ योजनाएँ उपभोक्ताओं के मस्तिष्क में वस्तु की गुणवत्ता के प्रति विश्वास जाग्रित करती हैं; और

- v. यह लोगों का जीवन-स्तर ऊंचा उठाने में सहायता करता है। लोग अपनी पुरानी वस्तुओं के बदले में बाजार में उपलब्ध आधुनिक वस्तुओं का उपयोग कर सकते हैं। इस प्रकार की वस्तुओं के उपयोग से समाज में उनकी छवि सुधरती है।



पाठगत प्रश्न 16.2

बताइए कि निम्नलिखित कथन सत्य हैं अथवा असत्य :

- विक्रय संवर्धन, बिक्री बढ़ाने में सहायता नहीं करता।
- विक्रय संवर्धन, बाजार में नए उत्पाद को उतारने में सहायता नहीं करता।
- विक्रय संवर्धन के माध्यम से उपभोक्ता को सस्ते दामों पर उत्पाद मिल जाते हैं।
- विक्रय संवर्धन, ग्राहक को उत्पाद के बारे में जानकारी प्राप्त करने में सहायता नहीं करता।
- विक्रय संवर्धन, उपभोक्ताओं का जीवन स्तर ऊंचा उठाने में सहायता करता है।

16.3 विक्रय संवर्धन की तकनीकें

किसी भी उत्पाद की बिक्री को बढ़ाने के लिए निर्माता या उत्पादक विभिन्न विधियां अपनाते हैं, जैसे : नमूने बांटना, उपहार देना, अतिरिक्त वस्तु देना और बहुत सी अन्य विधियां। इन्हें विक्रय संवर्धन की तकनीकों या विधियों के नाम से जाना जाता है। आइए सामान्यतया प्रयोग की जाने वाली विक्रय संवर्धन तकनीकों के बारे में और अधिक जानकारी प्राप्त करें।

- i) **मुफ्त नमूनों का वितरण** : दुकानों से समान खरीदते समय आपने शैम्पू, कपड़े धोने का साबुन, कॉफी पाउडर आदि वस्तुओं के मुफ्त नमूने अवश्य ही प्राप्त किए होंगे। कभी-कभी यह मुफ्त नमूने उन लोगों को भी वितरित किए जाते हैं जो दुकान से कोई भी वस्तु नहीं खरीद रहे हैं। इन नमूनों का मुफ्त वितरण लोगों को नए उत्पाद के प्रयोग के प्रति आकर्षित करने और फिर उन्हें ग्राहक बनाने के उद्देश्य से किया जाता है। कुछ व्यवसायी उत्पाद को लोकप्रिय बनाने के लिए नमूनों का मुफ्त वितरण करते हैं, उदाहरण के लिए दवाओं का मुफ्त वितरण केवल चिकित्सकों को तथा पाठ्य पुस्तकों की नमूना-प्रतियों का वितरण केवल अध्यापकों के बीच ही किया जाता है।



- ii) **बोनस के रूप में वस्तु देना** : नैस्कैफे के साथ एक मिल्क शेकर, बोर्नवीटा के साथ एक मग, 200 ग्राम टूथपेस्ट के साथ एक टूथब्रश, एक किलो के पैकेट में 30 प्रतिशत अतिरिक्त आदि, एक उत्पाद की खरीद पर पुरस्कार स्वरूप मुफ्त मिलने वाली वस्तुओं के कुछ उदाहरण हैं। ये प्रस्ताव उपभोक्ता को एक विशेष उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करने में प्रभावपूर्ण सिद्ध होते हैं। ये वर्तमान





टिप्पणी

उपभोक्ताओं को पुरस्कृत करने एवं उन्हें वही उत्पाद खरीदते रहने के लिए प्रेरित करने में भी उपयोगी सिद्ध होते हैं।

- iii) **वस्तु विनिमय योजना** : इसका अभिप्राय पुरानी वस्तु देकर नई वस्तु को वास्तविक मूल्य से कम मूल्य पर प्राप्त करने की योजना से है। ग्राहकों का ध्यान वस्तु के नये स्वरूप की ओर आकर्षित करने के लिए भी यह योजना बहुत उपयोगी है। अपना पुराना मिक्सर-सह-जूसर लाइए और केवल ₹ 500 के भुगतान पर नया मिक्सर-सह-जूसर प्राप्त कीजिए। अपने ब्लैक एण्ड व्हाइट टेलीविजन के बदले रंगीन टेलीविजन ले जाइए आदि इस योजना के कुछ लोकप्रिय उदाहरण हैं।



- iv) **मूल्यों में कमी** : इस प्रस्ताव के अन्तर्गत उत्पाद को उसके वास्तविक मूल्य से कम मूल्य पर बेचा जाता है। एक लाइफबॉय की टिकिया खरीदने पर ₹ 2 की छूट, ताजमहल चाय के 250 ग्राम पैकेट पर ₹ 15 की छूट, कूलरों पर ₹ 1000 की छूट आदि कुछ सामान्य योजनाएं हैं। मन्दी के समय और कभी-कभी नए उत्पाद को बाजार में प्रस्तुत करते समय बिक्री को बढ़ाने के लिए ऐसी योजनाएं लागू की जाती हैं।



- v) **कूपन बांटना** : कभी-कभी किसी वस्तु के निर्माता द्वारा उत्पाद के पैकेट में या सामाचार पत्र अथवा पत्रिका में छपे विज्ञापन के माध्यम से अथवा डाक द्वारा उपभोक्ताओं में कूपन वितरित किए जाते हैं। वस्तु खरीदते समय इन कूपनों को उपभोक्ता, फुटकर विक्रेता को दे देता है। उपभोक्ता को वह वस्तु कुछ छूट पर प्राप्त होती है। उदाहरण के लिए आपने इस प्रकार के कूपन अवश्य देखे होंगे जिनके सम्बन्ध में लिखा होता है। इस कूपन को दिखाइए और 5 किलो अन्नपूर्णा आटा क्रय करने पर ₹ 15 की छूट प्राप्त कीजिए आदि। इस योजना के अन्तर्गत घटा हुआ मूल्य भावी उपभोक्ताओं को नई और संशोधित वस्तु की ओर आकर्षित करता है।



- vi) **मेले एवं प्रदर्शनियां** : नए उत्पाद को प्रस्तुत करने, उत्पाद का प्रदर्शन करने तथा उत्पाद के विशिष्ट लक्षणों और उपयोगिता को समझाने के लिए स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय एवं अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर मेले एवं प्रदर्शनियों का आयोजन किया जाता है। वस्तुओं की सजावट की जाती है तथा उनका प्रदर्शन किया जाता है और उचित छूट पर उनकी बिक्री भी की जाती





टिप्पणी

है। नई दिल्ली के प्रगति मैदान में प्रतिवर्ष 14 नवम्बर से 27 नवम्बर तक आयोजित होने वाला “अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार मेला” विक्रय संवर्धन की तकनीक के रूप में मेले एवं प्रदर्शनियों का एक सुप्रसिद्ध उदाहरण है।

vii) व्यापारिक टिकटें : कुछ वस्तुओं के क्रय करने पर ग्राहकों को क्रय किए गये माल के मूल्य के आधार पर व्यापारिक टिकटें वितरित की जाती हैं। जो क्रेता एक निश्चित मूल्य की टिकटें एक निश्चित अवधि के दौरान एकत्रित कर लेते हैं, वह कुछ घोषित लाभों को प्राप्त करने के अधिकारी बन जाते हैं। यह तकनीक उपभोक्ता को एक निश्चित मूल्य की टिकटें एकत्रित करने के लिए उत्पादों को बार-बार खरीदने के लिए प्रेरित करती है।

viii) खुरचिए एवं जीतिए : ग्राहक एक विशेष उत्पाद को ही खरीदे इसके लिए “खुरचिए एवं जीतिए” योजना भी प्रस्तुत की जाती है। इस योजना के अन्तर्गत ग्राहक, उत्पाद के पैकेट पर बनाए गए एक चिन्हित क्षेत्र को खुरचने पर लिखित पाई गई सूचना के अनुसार लाभ प्राप्त करते हैं। इस प्रकार उपभोक्ता चिन्हित क्षेत्र में लिखी सूचना के अनुसार कोई मुफ्त वस्तु प्राप्त कर सकते हैं या कभी-कभी निर्माताओं द्वारा आयोजित यात्राओं के द्वारा कुछ विशेष क्षेत्रों का भ्रमण कर सकते हैं।



ix) मूल्य वापसी योजना : इस योजना के अन्तर्गत उपभोक्ताओं को यह आश्वासन दिया जाता है कि यदि वस्तु का उपयोग करने के बाद वे संतुष्ट नहीं हुए तो उन्हें उत्पाद का पूरा मूल्य वापिस कर दिया जाएगा। इससे उपभोक्ताओं में उस वस्तु की गुणवत्ता के प्रति विश्वास जाग्रत होता है। नई वस्तु को बाजार में प्रस्तुत करते समय यह तकनीक विशेष रूप से उपयोगी होती है।



पाठगत प्रश्न 16.3

विक्रय संवर्धन की विभिन्न तकनीकों का उनके उद्देश्यों के साथ मिलान कीजिए।

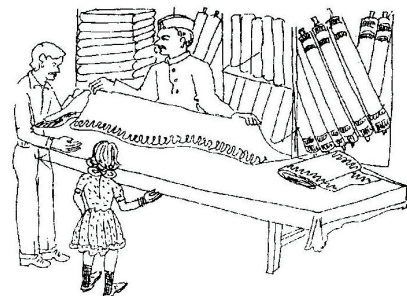
	तकनीक	उद्देश्य
i.	मुफ्त नमूने बांटना	क) उपभोक्ताओं को बार-बार वस्तु खरीदने के लिए प्रेरित करना।
ii.	वस्तु विनिमय योजना	ख) संशोधित उत्पाद के प्रति ध्यान आकर्षित करने में उपयोगी
iii.	मूल्य में कमी	ग) जब कोई नई वस्तु बाजार में प्रस्तुत की जाए
iv.	व्यापारिक टिकटें	घ) मन्दी के समय बिक्री में वृद्धि करना।



टिप्पणी

16.4 वैयक्तिक विक्रय

यदि आप कुछ खरीदना चाहते हैं तो संबंधित दुकान पर जाते हैं और अपनी आवश्यकता की वस्तु खरीद लाते हैं। परन्तु कई बार ऐसा भी होता है कि कुछ व्यक्ति आपकी आवश्यकता की वस्तुएँ आपके पास लाते हैं और आप दुकान पर जाने की बजाएँ उनसे ही वह वस्तुएँ खरीद लेते हैं। उदाहरण स्वरूप सब्जी वाला रेहड़ी पर सब्जियाँ भरकर घर-घर जाकर सब्जी बेचता है। कभी-कभी कुछ चावल, मसाले, कालीन, बिजली के उपकरण आदि बेचने वाले भी इसी प्रकार घर-घर जाकर अपने सामान को बेचते हैं। रेल अथवा स्थानीय बसों में यात्रा करते समय आपने अक्सर देखा होगा कि कुछ लोग पैन, खिलौने, किताबें, कंधियाँ इत्यादि बेचते हैं। शहरों में भी इस प्रकार घर-घर जाकर जल अथवा वायु शोधक, कपड़े धोने के पाउडर, मच्छर मारने के उपकरण व दवाओं आदि का विक्रय आम बात है। क्या आपको नहीं लगता कि एक दुकान पर वस्तुओं को सजा कर बेचने की तुलना में घर-घर उपभोक्ताओं तक जाकर वस्तुओं को बेचने का यह तरीका अपने आप में कुछ अलग है? आइए, वस्तु विक्रय की इस प्रक्रिया के बारे में हम और अधिक जानें।



16.5 वैयक्तिक विक्रय का अर्थ

एक ऐसे व्यक्ति के बारे में सोचिए जो आपके पास आकर आपको विभिन्न प्रकार की वस्तुएँ दिखाता है, जिन्हें वह बेचना चाहता है। वह आपको उन सब उत्पादों के गुणों के बारे में बताता है, और यदि आवश्यक हो तो उनकी कार्यप्रणाली का भी प्रदर्शन करता है। साथ ही वह आपको उनके मूल्य व उनकी खरीद के साथ जुड़ी हुई छूट इत्यादि की सूचनाएँ देकर, उन वस्तुओं को खरीदने के लिए प्रेरित करता है। कभी-कभी वह भविष्य में आपकी आवश्यकता की अन्य वस्तुओं की आपूर्ति का भी वचन देता है। दूसरी ओर इस प्रकार की खरीद से आपको उत्पाद के विषय में अधिक जानकारी मिलती है और वास्तविक क्रय से पहले ही उसका प्रयोग कर जांच का अवसर भी मिल जाता है, जो आपको वस्तु खरीदने या न खरीदने का निर्णय लेने में सहायता प्रदान करता है।

वह व्यक्ति जो वस्तुओं का इस प्रकार विक्रय करता है उसे विक्रय कर्ता तथा विक्रय की इस तकनीक को “वैयक्तिक विक्रय” या “विक्रय कला” कहते हैं। अर्थात् वैयक्तिक विक्रय से तात्पर्य संभावित क्रेता के समक्ष वस्तुओं को ऐसे ढंग से प्रस्तुत करने से है कि वह उन्हें क्रय करने के लिए तैयार किया जा सके। वैयक्तिक विक्रय के लिए आवश्यक है कि विक्रय योग्य वस्तु का वास्तविक प्रस्तुतीकरण हो तथा क्रेता व विक्रेता में पारस्परिक वार्तालाप हो। यहां उद्देश्य, केवल व्यक्ति विशेष को वस्तु का विक्रय ही नहीं बल्कि उसे अपना स्थायी ग्राहक बनाना भी है।

आपने वैयक्तिक विक्रय की तकनीक को कुछ दुकानों में देखा होगा, जहाँ इस तकनीक



टिप्पणी

का उपयोग करने हेतु दुकानदार विक्रयकर्ता (सेल्समैन) नियुक्त किए जाते हैं। उदाहरणार्थ- आभूषण, उपभोक्ता वस्तुएं, साड़ी आदि की दुकानों पर यह देखा जा सकता है। कुछ सेवाओं के मामले में भी हम दुकानों में वैयक्तिक विक्रय के उपयोग को देख सकते हैं। उदाहरणार्थ, हम यह देखते हैं कि लोग नाई की दुकान पर एक व्यक्ति विशेष से ही बाल कटवाना तथा मालिश करवाना पसंद करते हैं। यह इस बात की पुष्टि करता है कि वैयक्तिक विक्रय में विक्रेता को ग्राहक की पसंद, रूचि इत्यदि का ध्यान भी रखना होता है। इस ज्ञान का उपयोग विक्रेता अपनी वस्तुओं एवं सेवाओं का विक्रय करने के लिए क्रेता को आकर्षित करने में करता है। वैयक्तिक विक्रय का अभिप्राय ग्राहकों के समक्ष वस्तुओं तथा सेवाओं को प्रस्तुत करने तथा उन्हें उत्पादों अथवा सेवाओं को क्रय करने के लिए तैयार करने से है। वैयक्तिक विक्रय के विषय में इतना जानने के बाद आइए अब देखें कि इनके आवश्यक तत्व क्या हैं।

16.6 वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्व

वैयक्तिक विक्रय में निम्नलिखित तत्व होने चाहिए :

- i) **परस्पर क्रिया** : वैयक्तिक विक्रय में विक्रय कर्ता व भावी क्रेता के बीच आमने-सामने बात होनी आवश्यक है।
- ii) **प्रेरित करना** : वैयक्तिक विक्रय में वस्तु को बेचने के लिए विक्रेता को भावी क्रेता को प्रेरित करना पड़ता है। इसलिए विक्रय कर्ता को इतना सक्षम होना चाहिए कि वह ग्राहक में अपनी वस्तु को पसंद करने की इच्छा जाग्रत कर सके। साथ ही वह ग्राहक को उस वस्तु के प्रयोग के लिए प्रोत्साहित कर सके।
- iii) **लचीलापन** : वैयक्तिक विक्रय में लचीलापन होता है। विक्रयकर्ता, क्रेता की पसंद, आवश्यकता व इच्छा के अनुसार अपनी विक्रय तकनीक व विधि को समायोजित कर लेता है। जैसे कभी उनके प्रश्नों के उत्तर देकर, उत्पाद के विषय में सूचना देकर तो कभी कार्य विधि का प्रदर्शन कर तो कभी अन्य कोई तरीका अपना कर। इसलिए परिस्थिति और ग्राहक की रूचि के अनुसार वैयक्तिक विक्रय की विभिन्न तकनीकों के प्रयोग का निर्णय तत्काल किया जाता है।
- iv) **विक्रय संवर्धन** : वैयक्तिक विक्रय का अन्तिम लक्ष्य अपनी बिक्री बढ़ाना है तथा अधिक से अधिक ग्राहकों को अपने उत्पाद के प्रयोग के लिए प्रोत्साहित करना है।
- v) **सूचना प्रदान करना** : वैयक्तिक विक्रय ग्राहकों को उत्पाद के विषय में विस्तृत सूचना उपलब्ध करवाता है, जैसे- यह कहां उपलब्ध है, इसके विशिष्ट गुण क्या हैं तथा विभिन्न उपयोग क्या हैं व अन्य। इस प्रकार यह उपभोक्ताओं को शिक्षित करता है और यह एक शैक्षिक प्रक्रिया बन गई है।
- vi) **पारस्परिक लाभ** : यह एक द्विमुखी प्रक्रिया है। इससे क्रेता तथा विक्रेता दोनों को लाभ होता है। एक ओर जहाँ ग्राहक को संतुष्टि प्राप्त होती है, वहीं दूसरी ओर विक्रेता भी लाभ कमाता है।



टिप्पणी



पाठगत प्रश्न 16.4

निम्न रिक्त स्थानों में उचित शब्द भरिए :

- वैयक्तिक विक्रय में _____ को वस्तु खरीदने के लिए सहमत करना पड़ता है।
- वैयक्तिक विक्रय का अन्तिम उद्देश्य _____ है।
- _____ वैयक्तिक विक्रय का सबसे महत्वपूर्ण तत्व है।
- उपभोक्ता को सूचना प्रदान करने के कारण वैयक्तिक विक्रय एक _____ प्रक्रिया बन गई है।

16.7 वैयक्तिक विक्रय का महत्व

वैयक्तिक विक्रय बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह विक्रय वृद्धि में सहायता करता है। केवल यही नहीं कुछ अन्य लक्षण भी हैं जो विक्रय की इस तकनीक को महत्वपूर्ण बनाते हैं। आइए, उत्पादकों व उपभोक्ताओं की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व को जानें :

उत्पादकों के दृष्टिकोण से

- यह नए और प्रचलित दोनों प्रकार के उत्पादों की मांग पैदा करता है।
- यह नए उपभोक्ता बनाकर बाजार का विस्तार करता है।
- यह उत्पाद सुधारने में भी सहायक है। वैयक्तिक रूप से बेचने से विक्रेता को उत्पाद के विषय में जो भी जानकारी मिलती है वह उसे उत्पादक तक पहुंचाता है, जिसका उपयोग उत्पादक, उत्पाद की गुणवत्ता व अन्य सुधारों के लिए प्रयोग करता है।

उपभोक्ता के दृष्टिकोण से

- वैयक्तिक विक्रय बाजार में आने वाले नए-नए उत्पादों के बारे में उपभोक्ता को जानकारी प्राप्त करने का अवसर प्रदान करता है। इस प्रकार यह उपभोक्ताओं को नए उत्पादों के बारे में सूचना प्रदान करता है साथ ही शिक्षित भी करता है।
- वैयक्तिक विक्रय के कारण ही उपभोक्ताओं को बाजार में आने वाले नए उत्पादों के उपयोग की विधि का ज्ञान हो पाता है। विक्रयकर्ता भावी क्रेताओं के समक्ष न केवल उत्पाद की कार्यविधि का प्रदर्शन करता है बल्कि उसके प्रयोग और लाभों का भी वर्णन करता है।
- वैयक्तिक विक्रय में आमने-सामने बातचीत होने के कारण यह विधि उपभोक्ता को अपनी आवश्यकतानुसार उत्पाद खरीदने की एक निर्देशिका के रूप में कार्य करती है।
- वैयक्तिक विक्रय उपभोक्ता को उत्पाद विशेष के प्रयोग में आने वाली परेशानियों की सूचना और शिकायत करने की सुविधा भी देती है। तथा उन परेशानियों का हल भी साथ ही निकल आता है।



पाठगत प्रश्न 16.5

निम्नलिखित में से सत्य व असत्य कथन छांटिए :

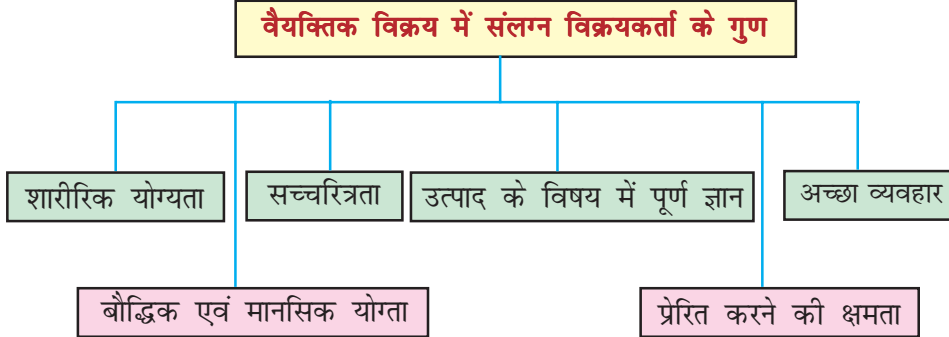
- वैयक्तिक विक्रय, उत्पादकों को, उपभोक्ताओं के सुझावों के आधार पर अपने उत्पादों को सुधारने का अवसर प्रदान करता है।
- उपभोक्ताओं को विक्रयकर्ता से अपनी परेशानियों का हल तुरंत नहीं मिलता।
- वैयक्तिक विक्रय केवल वर्तमान उत्पादों के लिए ही नए उपभोक्ता बनाता है।
- उत्पाद का बेहतर प्रयोग वैयक्तिक विक्रय का परिणाम है।
- उपभोक्ता, विक्रयकर्ता को उत्पाद संबंधी शिकायत नहीं कर सकते।

टिप्पणी



16.8 वैयक्तिक विक्रय में संलग्न विक्रयकर्ता के गुण

वैयक्तिक विक्रय में लगे विक्रयकर्ता की योग्यताओं की सूची बनाना एक कठिन कार्य है, क्योंकि यह योग्ताएं समय और परिस्थिति के अनुसार बदल जाती है। यह उपभोक्ताओं की मांग व उत्पाद पर भी निर्भर करती है। ऐसा भी हो सकता है कि जो विक्रयकर्ता एक परिस्थिति में प्रभावी था, दूसरी में अप्रभावी रहे। इसलिए वास्तविक जीवन में एक श्रेणी के उत्पाद के विक्रय के लिए जिन योग्यताओं को आवश्यक माना जाता हो वह दूसरे उत्पाद के लिए पूर्ण रूप से अनावश्यक भी हो सकते हैं। लेकिन फिर भी कुछ ऐसी सामान्य योग्ताएं हैं जिनके होने पर एक विक्रयकर्ता अपने कार्य में सफल हो सकता है। इन योग्यताओं की सूची नीचे दी जा रही है :



आइए, अब इन योग्यताओं का विस्तार से अध्ययन करें :

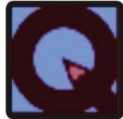
- शारीरिक योग्यता :** एक विक्रयकर्ता को सुन्दर व प्रभावी व्यक्तित्व का होना चाहिए। उसे स्वस्थ भी होना चाहिए।
- बौद्धिक एवं मानसिक योग्यता :** एक अच्छे विक्रयकर्ता के पास विशिष्ट बौद्धिक योग्यताएं भी होनी चाहिए जैसे कल्पनाशीलता, पहल करने की क्षमता, आत्मविश्वास, तीव्र स्मरण-शक्ति व सतर्कता इत्यादि। विक्रयकर्ता में उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं और अभिरूचियों को समझने की क्षमता भी होनी चाहिए।
- सच्चरित्रता :** एक अच्छे विक्रयकर्ता में ईमानदारी व सच्चरित्रता के गुण होने चाहिए क्योंकि उन्हें उपभोक्ता का विश्वास जीतना है। उसे उपभोक्ता की आवश्यकताएं



टिप्पणी

समझकर उन्हें उनकी पूर्ति के लिए निर्देशित करना है। नियोक्ता का भी विक्रयकर्ता में पूर्ण विश्वास होना चाहिए। एक विक्रयकर्ता को अपने नियोक्ता व उपभोक्ता दोनों के प्रति निष्ठावान होना चाहिए।

- iv) **उत्पाद तथा कंपनी की जानकारी :** विक्रयकर्ता को उत्पाद व उस कम्पनी के बारे में पूरा ज्ञान होना चाहिए जिसका वह प्रतिनिधित्व कर रहा है। उसे उत्पाद के हर पहलु, जैसे- गुण, प्रयोग विधि, प्रयोग में सावधानियां इत्यादि को समझाने में सक्षम होना चाहिए। उसे कम्पनी विशेष के व्यावसायिक व सेवा विवरण के विषय में जानकारी उपलब्ध कराने में भी सक्षम होना चाहिए। साथ ही उसे अपनी कम्पनी की अन्य प्रतियोगी कम्पनियों के उत्पादों के विषय में पूर्ण जानकारी होनी चाहिए ताकि वह अपने उत्पाद की उत्तमता सिद्ध कर सके।
- v) **अच्छा व्यवहार :** एक विक्रयकर्ता का व्यवहार शिष्टाचार व सहयोगपूर्ण होना चाहिए। क्योंकि अच्छे व्यवहार से ही उपभोक्ताओं का विश्वास जीता जा सकता है। उसे क्रेता द्वारा बहुत से प्रश्न पूछने या अप्रासंगिक प्रश्न पूछने पर अपना संयम नहीं खोना चाहिए। यह भी आवश्यक नहीं है कि प्रत्येक व्यक्ति, जिन्हें वह अपना उत्पाद बेचने का प्रयास करेगा, वह उसका उत्पाद खरीद ही ले। यह संभव है कि कुछ लोग बात ही न सुनें या सुनकर उत्पाद खरीदने से मना कर दें। ऐसे में विक्रयकर्ता को शिष्ट ही रहना चाहिए।
- vi) **प्रेरित करने की क्षमता :** एक अच्छे विक्रयकर्ता को वार्तालाप करने में निपुण होना चाहिए ताकि वह सामने वाले व्यक्ति को वार्तालाप में संलिप्त कर सके। उसमें यह क्षमता होनी चाहिए कि वह दूसरे व्यक्ति के मन में अपने उत्पाद के प्रयोग व स्वामित्व की इच्छा जाग्रत कर सके।



पाठगत प्रश्न 16.6

- I. **निम्नलिखित कथनों के सामने 'सत्य' व 'असत्य' लिखिए :**
- एक अच्छे विक्रयकर्ता के लिए उत्पाद की जानकारी आवश्यक नहीं है।
 - एक अच्छे विक्रयकर्ता के पास कल्पनाशीलता, पहल की क्षमता व सतर्कता होनी चाहिए।
 - एक अच्छे विक्रयकर्ता के लिए समाज द्वारा स्वीकृत होना आवश्यक नहीं है।
 - एक अच्छे विक्रयकर्ता को उपभोक्ता के प्रति निष्ठावान होना चाहिए न कि अपने नियोक्ता के प्रति।
 - प्रभावी आवाज, अच्छा व्यक्तित्व व सुदौल शरीर जैसी योग्यताओं का अच्छे विक्रयकर्ता की योग्यताओं में कोई स्थान नहीं है।
- II. **बहुविकल्पीय प्रश्न**
- विक्रय संवर्धन निर्माताओं के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है क्योंकि :
क) लाभ में वृद्धि करता है।



टिप्पणी

- ख) उत्पाद सस्ते दाम पर उपलब्ध कराता है।
ग) गुणवत्ता और विशेषताओं के बारे में बताता है।
घ) लोगों का जीवन स्तर ऊँचा उठाता है।
- ii. विक्रय संवर्धन, उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण है क्योंकि :
क) यह विक्रय को बढ़ाने में सहायता करता है।
ख) यह विक्रय को स्थायी बनाता है।
ग) लोगों का जीवन स्तर ऊँचा उठाने में सहायता करता है।
घ) लाभों में वृद्धि करता है।
- iii. निम्न में से कौन सी विक्रय संवर्धन की विधि है?
क) मुफ्त नमूने
ख) विज्ञापन
ग) प्रचार
घ) वैयक्तिक विक्रय
- iv. वैयक्तिक विक्रय का अंतिम उद्देश्य है :
क) लोगों के जीवन स्तर को ऊँचा उठाना
ख) गुणवत्ता की वस्तुएँ उपलब्ध कराना
ग) उपभोक्ताओं की अधिक संतुष्टि
घ) उत्पादों के विक्रय को बढ़ाना
- v. वैयक्तिक विक्रय का मुख्य तत्व है :
क) सस्ता उत्पाद
ख) परस्पर वार्तालाप
ग) विक्रेता का अच्छा व्यवहार
घ) विक्रयकर्ता की शारीरिक दक्षता



आपने क्या सीखा

- विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वस्तु की बिक्री में वृद्धि करने वाली समस्त संवर्धन क्रियाएँ, विक्रय संवर्धन के अंतर्गत आती हैं।
- विक्रय संवर्धन के उद्देश्य : नए उत्पाद को प्रस्तुत करना, नए उपभोक्ताओं को आकर्षित करना और वर्तमान उपभोक्ताओं को बनाए रखना, मौसमी उत्पाद की बिक्री को बनाए रखना, प्रतियोगिता की चुनौतियों का सामना करना।
- विक्रय संवर्धन में प्रयुक्त तकनीकें : मुफ्त नमूनों का वितरण, बोनस के रूप में वस्तु देना, वस्तु-विनिमय योजना, मूल्यों में कमी, कूपन बांटना, मेले एवं प्रदर्शनियाँ, व्यापारिक टिकटें, 'खुरचिए एवं जीतिये' योजना, 'मूल्य वापसी' योजना।
- **विक्रय संवर्धन का महत्व :**
निर्माताओं के लिए : बिक्री की मात्रा में वृद्धि, नए उत्पाद को बाजार में प्रस्तुत करने में सहायक, वर्तमान स्टॉक की शीघ्र बिक्री, बिक्री की मात्रा में स्थिरता लाना।
उपभोक्ताओं के लिए : कम मूल्य पर वस्तुएं उपलब्ध होना, उपभोक्ताओं को वित्तीय लाभ, नए ब्रांड से अवगत कराना, उपभोक्ताओं के मन में वस्तु की गुणवत्ता के लिए विश्वास जाग्रत करना तथा उपभोक्ताओं के जीवन स्तर को ऊँचा उठाना।



टिप्पणी

- वैयक्तिक विक्रय से तात्पर्य ग्राहकों के समक्ष वस्तुओं और सेवाओं की ऐसी प्रस्तुति करने से है जो उन्हें उन वस्तुओं और सेवाओं को क्रय करने के लिए विश्वस्त व सहमत कर सकें।
- वैयक्तिक विक्रय के आवश्यक तत्व हैं : परस्पर वार्तालाप, प्रेरित करना, लचीलापन, विक्रय संवर्धन, सूचना प्रदान करना, परस्पर लाभ।
- वैयक्तिक विक्रय उत्पादक व उपभोक्ता दोनों ही के लिए महत्वपूर्ण है।
- ऐसी बहुत सी योग्यताएं हैं जो विक्रयकर्ता के लिए प्रभावी हो सकती हैं। शारीरिक व बौद्धिक योग्यताएं, सच्चरित्र, उत्पाद एवं कम्पनी के विषय में ज्ञान, अच्छा व्यवहार व उपभोक्ताओं को प्रेरित करने की क्षमता इनमें मुख्य हैं।



पाठांत प्रश्न

1. विक्रय संवर्धन को परिभाषित कीजिए।
2. निर्माताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व का उल्लेख कीजिए।
3. उपभोक्ताओं के दृष्टिकोण से विक्रय संवर्धन के महत्व का उल्लेख कीजिए।
4. विक्रय संवर्धन की किन्हीं छः तकनीकों की सूची बनाइए।
5. विक्रय संवर्धन का अर्थ स्पष्ट कीजिए। विक्रय संवर्धन क्यों आवश्यक है ?
6. विक्रय संवर्धन की किन्हीं दो तकनीकों को उदाहरण की सहायता से स्पष्ट कीजिए।
7. विक्रय संवर्धन की “मूल्य में कमी” तथा “मुफ्त नमूनों का वितरण” तकनीकों की व्याख्या कीजिए।
8. स्पष्ट कीजिए कि विक्रय संवर्धन तकनीकें किस प्रकार विक्रय के संवर्धन में सहायता करती हैं।
9. एक टूथपेस्ट कम्पनी 500 ग्राम टूथपेस्ट के साथ 250 ग्राम टूथपेस्ट मुफ्त दे रही है। विक्रय संवर्धन की इस तकनीक का नाम बताइए। इस तकनीक का विशिष्ट उद्देश्य क्या है ? इसके अतिरिक्त विक्रय संवर्धन की किन्हीं दो तकनीकों की व्याख्या कीजिए।
10. विक्रय संवर्धन को परिभाषित कीजिए। विक्रय संवर्धन के क्या उद्देश्य हैं ?
11. विक्रय संवर्धन शब्द को स्पष्ट कीजिए। विक्रय संवर्धन के किन्हीं चार उद्देश्यों को बताइए।
12. विक्रय संवर्धन, विक्रय कर्ता तथा उपभोक्ता दोनों के लिए महत्वपूर्ण है। स्पष्ट कीजिए कैसे?
13. वैयक्तिक विक्रय का अर्थ स्पष्ट कीजिए।
14. वैयक्तिक विक्रय के मुख्य तत्व बताइए।
15. उपभोक्ता की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कीजिए।
16. उत्पादकों की दृष्टि से वैयक्तिक विक्रय के महत्व का वर्णन कीजिए।
17. वैयक्तिक विक्रय में लगे हुए एक विक्रयकर्ता की शारीरिक व बौद्धिक योग्यताएं बताइए।



टिप्पणी

18. वैयक्तिक विक्रय में लगे विक्रयकर्ता की सामाजिक योग्यताएं बताइये।
19. वैयक्तिक विक्रय में संलग्न एक विक्रयकर्ता की क्या व्यावसायिक योग्यताएं होनी चाहिए? स्पष्ट कीजिए।
20. वैयक्तिक विक्रय की परिभाषा दीजिए। उत्पादकों व उपभोक्ताओं की दृष्टि से इसके महत्व का वर्णन कीजिए।
21. वैयक्तिक विक्रय क्या है ? इसके आवश्यक तत्वों का वर्णन कीजिए।
22. “एक सफल विक्रयकर्ता में केवल शारीरिक व बौद्धिक योग्यताओं का होना ही काफी है” क्या आप इस कथन से सहमत हैं? अपने उत्तर के समर्थन में कारण भी दीजिए।
23. वैयक्तिक विक्रय में लगे हुए विक्रयकर्ता की विभिन्न योग्यताओं का वर्णन कीजिए।
24. “यदि उत्पाद उत्तम है तो विक्रयकर्ता को किसी योग्यता की आवश्यकता नहीं” क्या आप इस कथन से सहमत हैं। अपने उत्तर के पक्ष में कारण दीजिए।



पाठगत प्रश्नों के उत्तर

- 16.1** (i) विक्रय संवर्धन में विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के अतिरिक्त वे सभी क्रियाएं सम्मिलित हैं, जो एक विशेष वस्तु की बिक्री को बढ़ाने में सहायता करती हैं।
(ii) विज्ञापनों का प्रयोग, भावी उपभोक्ताओं को विक्रय के लिए प्रयुक्त अभिप्रेरकों के विषय में बताने के लिए सम्प्रेषण के माध्यम के रूप में किया जा सकता है।
- 16.2** (i) असत्य (ii) असत्य (iii) सत्य (iv) असत्य (v) सत्य
- 16.3** (i) ग (ii) ख (iii) घ (iv) क
- 16.4** (i) ग्राहकों (ii) उत्पाद का विक्रय संवर्धन (iii) आमने-सामने (iv) शिक्षात्मक
- 16.5** (i) सत्य (ii) असत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) असत्य
- 16.6** I. (i) असत्य (ii) सत्य (iii) असत्य (iv) असत्य (v) असत्य
II. (i) क (ii) ग (iii) क (iv) घ (v) ख

आपके लिए क्रियाकलाप

- अपने आस-पास के बाजार के फुटकर विक्रेताओं से पूछताछ कीजिए कि वे किस समय स्टॉक क्लीअरन्स सेल लगाते हैं।
- समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं के विज्ञापनों के माध्यम से निर्माताओं द्वारा प्रस्तुत की जाने वाली विक्रय संवर्धन योजनाओं की सूचना एकत्रित कीजिए।
- जब भी आप कोई वस्तु अथवा सेवा को क्रय करें, तो विक्रयकर्ता के व्यवहार पर ध्यान दें तथा उसके विशिष्ट गुणों की सूची बनाएं।

