



কম্পিউন্সি বেজড লার্নিং ম্যাটেরিয়ালস (সিবিএলএম)

রিটেইল সেলস অপারেশন্স

লেভেল- ৩

মডিউল শিরোনামঃ বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা করা

Module: Carrying Out Sales Operations

মডিউল কোড: CBLM-OU-IS-RSO-05-L3-BN-V1



জাতীয় দক্ষতা উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ
প্রধান উপদেষ্টার কার্যালয়,
গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার

কপিরাইট

জাতীয় দক্ষতা উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ,

প্রধান উপদেষ্টার কার্যালয়।

১১-১২ তলা, বিনিয়োগ ভবন

ই-৬/বি, আগারগাঁও, শের-ই-বাংলা নগর, ঢাকা-১২০৭

ইমেইল: ec@nsda.gov.bd

ওয়েবসাইট: www.nsda.gov.bd

ন্যাশনাল স্কিলস পোর্টাল: <http://skillsportal.gov.bd>

এই কম্পিউটিং বেজড লার্নিং ম্যাটেরিয়ালটির (সিবিএলএম) স্বত্ব জাতীয় দক্ষতা উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ (এনএসডিএ) এর নিকট সংরক্ষিত। এনএসডিএ-এর যথাযথ অনুমোদন ব্যতীত অন্য কেউ বা অন্য কোন পক্ষ এ সিবিএলএমটির কোন রকম পরিবর্তন বা পরিমার্জন করতে পারবে না।

“বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা করা” সিবিএলএমটি এনএসডিএ কর্তৃক অনুমোদিত রিটেইল সেলস অপারেশন্স, লেভেল - ৩ অকুপেশনের কম্পিউটিং স্ট্যান্ডার্ড ও কারিকুলামের ভিত্তিতে প্রণয়ন করা হয়েছে। এতে রিটেইল সেলস অপারেশন্স, লেভেল - ৩ স্ট্যান্ডার্ডটি বাস্তবায়নের জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য সন্নিবেশিত হয়েছে।

এ ডকুমেন্টটি সংশ্লিষ্ট বিশেষজ্ঞ প্রশিক্ষক/পেশাজীবীর দ্বারা এনএসডিএ কর্তৃক প্রণয়ন করা হয়েছে।

এনএসডিএ স্বীকৃত দেশের সকল সরকারি-বেসরকারি-এনজিও প্রশিক্ষণ প্রতিষ্ঠানে রিটেইল সেলস অপারেশন্স, লেভেল - ৩ কোর্সের দক্ষতা ভিত্তিক প্রশিক্ষণ বাস্তবায়নের জন্য এ সিবিএলএমটি ব্যবহার করতে পারবে।

----- তারিখে অনুষ্ঠিত ----- কর্তৃপক্ষ সভায় অনুমোদিত

সক্ষমতাভিত্তিক শিখন উপকরণ ব্যবহার নির্দেশিকা

এই মডিউলে প্রশিক্ষণ উপকরণ ও প্রশিক্ষণ কার্যক্রম সম্পর্কে বলা হয়েছে। এই কার্যক্রমগুলো প্রশিক্ষণার্থীকে সম্পন্ন করতে হবে। এই মডিউল সফলভাবে শেষ করলে আপনি রিটেইল সেলস এ বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা এর জন্য মৌলিক জ্ঞান অর্জন করতে পারবেন। এছাড়াও এতে গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারা, বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারা, বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারা, গ্রাহকের অভিযোগ সামাল দিতে পারা এবং গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারার দক্ষতাসমূহ অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে।

এই মডিউলে বর্ণিত শিখনফল অর্জনের জন্য আপনাকে ধারাবাহিকভাবে শিক্ষা কার্যক্রম সম্পন্ন করতে হবে। এইসব কার্যক্রম একটি নির্দিষ্ট শ্রেণীকক্ষে বা অন্যত্র সম্পন্ন করা যেতে পারে। বর্ণিত শিখনফল তথা জ্ঞান ও দক্ষতা অর্জনের জন্য এসব কার্যক্রমের পাশাপাশি সংশ্লিষ্ট অনুশীলন ও সম্পন্ন করতে হবে।

শিখন কার্যক্রমের ধারা জানার জন্য "শিখন কার্যক্রম" অংশটি অনুসরণ কর। ধারাবাহিকভাবে জানার জন্য সূচিপত্র, তথ্যপত্র, কার্যক্রম পত্র, শিখন কার্যক্রম, শিখনফল এবং উত্তরপত্রে পৃষ্ঠা নম্বর ব্যবহার করা হয়েছে। নির্দিষ্ট পাঠের সাথে সঠিক সহায়ক উপাদান সম্পর্কে জানার জন্যে শিখন কার্যক্রম অংশটি দেখতে হবে। এই শিখন কার্যক্রম অংশ আপনার সক্ষমতা অর্জন অনুশীলনের রোডম্যাপ হিসাবে কাজ করে।

তথ্যপত্রটি পড়ুন। এতে কার্যক্রম সম্পর্কে সঠিক ধারণা এবং সুনির্দিষ্টভাবে কাজ করার ধারণা পাওয়া যাবে। 'তথ্যপত্রটি' পড়া শেষ করে 'সেলফ চেক শীট' এ উল্লিখিত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। শিখন গাইডের তথ্যপত্রটি অনুসরণ করে 'সেলফ চেক শিট' সমাপ্ত কর। 'সেলফ চেক' শীটে দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর সঠিক হয়েছে কি না তা জানার জন্য 'উত্তর পত্র' দেখুন।

জব শীটে নির্দেশিত ধাপ অনুসরণ করে যাবতীয় কার্য সম্পাদন কর। এখানেই আপনি নতুন সক্ষমতা অর্জনের পথে আপনার নতুন জ্ঞান কাজে লাগাতে পারবেন।

এই মডিউল অনুযায়ী কাজ করার সময় নিরাপত্তা বিষয়টি সম্পর্কে সচেতন থাকবেন। কোনো প্রশ্ন থাকলে ফ্যাসিলিটেটরকে প্রশ্ন করতে সংকোচ করবেন না।

এই শিখন গাইডে নির্দেশিত সকল কাজ শেষ করার পর অর্জিত সক্ষমতা মূল্যায়ন করে নিশ্চিত হবেন যে, আপনি পরবর্তী মূল্যায়নের জন্য কতটুকু উপযুক্ত। প্রয়োজনীয় সব সক্ষমতা অর্জন হয়েছে কিনা তা জানার জন্য মডিউলের শেষে সক্ষমতা মান এর একটি চেকলিস্ট দেওয়া হয়েছে। এই তথ্যটি কেবলমাত্র আপনার নিজের জন্য।

সূচিপত্র

কপিরাইট.....	i
সক্ষমতাভিত্তিক শিখন উপকরণ ব্যবহার নির্দেশিকা	v
মডিউল কন্টেন্ট	১
শিখনফল (Learning Outcome)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে.....	৩
শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে.....	৪
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet) ১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে.....	৫
সেলফ চেক (Self-Check)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে.....	১৫
উত্তরপত্র (Answer Key)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করা.....	১৬
টাস্ক শিট (Task Sheet)-১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখুন।.....	১৭
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখুন।.....	১৮
শিখনফল (Learning Outcome)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে	১৯
প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে.....	২১
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে.....	২২
সেলফ চেক (Self-Check)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে.....	৩৫
উত্তর পত্র (Answer Key)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে.....	৩৬
টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর	৩৭
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর	৩৮
টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.২: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন.....	৩৯
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.২: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন.....	৪০
টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.৩: গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর	৪১
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.৩: গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর।.....	৪২
শিখনফল (Learning Outcome)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে.....	৪৩
প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে.....	৪৪
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet):-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে.....	৪৫
সেলফ চেক (Self-Check)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে.....	৫২
উত্তর পত্র (Answer Key)- ৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে	৫৩
টাস্ক শিট (Task Sheet)-৩.১: প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর	৫৪
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৩.১: প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর	৫৫
শিখনফল (Learning Outcome)-৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে.....	৫৬
প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে.....	৫৭
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে.....	৫৮
সেলফ চেক শিট (Self-Check)-৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে.....	৬৮
উত্তর পত্র (Answer Key)-৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে.....	৬৯
টাস্ক শিট (Task Sheet)-৪.১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর।.....	৭০
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৪.১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর।.....	৭১
শিখনফল (Learning Outcome)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে.....	৭২
প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে.....	৭৪
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে.....	৭৫
সেলফ চেক (Self-Check)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে.....	৯৩

উত্তর পত্র (Answer Key)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে.....	৯৪
টাস্ক শিট (Task Sheet)-৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক তালিকাভুক্ত কর	৯৫
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক তালিকাভুক্ত কর	৯৬
দক্ষতা পর্যালোচনা (Review of Competency).....	৯৭

মডিউল কন্টেন্ট

ইউ ও সি শিরোনাম	বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা কর (Carryout Sales Operations)
ইউ ও সি কোড	OU-IS-RSO-05- L3-V1
মডিউল শিরোনাম	বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা করা
মডিউলের বর্ণনা	বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা করার জন্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান, দক্ষতা ও আচরণ (কেএসএ) সম্পর্কিত এক্টিভিটিগুলো এই মডিউল-এ অন্তর্ভুক্ত করতে সক্ষম হয়েছে। এতে গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারা, বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারা, বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারা, গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারা এবং গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারার দক্ষতাসমূহ অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে।
নমিনাল সময়	৮৫ ঘন্টা
শিখনফল	এই মডিউলটি সম্পন্ন করার পর প্রশিক্ষার্থীরা নিম্ন বর্ণিত কাজ গুলো করতে পারবেন। ১. গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে। ২. বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে। ৩. বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে। ৪. গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে। ৫. গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে।

অ্যাসেসমেন্ট ক্রাইটেরিয়া: (Assessment Criteria)

১. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব নিশ্চিত করা হয়েছে।
২. ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানানো হয়েছে।
৩. এস ও পি অনুযায়ী GUEST অ্যাপ্রোচ মেনে নেওয়া হয়েছে।
৪. গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করার জন্য ইতিবাচক মনোভাব প্রদর্শন করা হয়েছে।
৫. পেশাদারী কৌশল অনুযায়ী গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করা হয়েছে।
৬. গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ নির্ণীত হয়েছে।
৭. এস ও পি অনুযায়ী করণীয় এবং বর্জনীয় বজায় রাখা হয়েছে।
৮. পণ্যের বিবরণ গ্রাহকদের নিকট উপস্থাপন করা হয়েছে।
৯. গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী তুলনা এবং বিকল্পগুলি বর্ণনা করা হয়েছে।
১০. বিক্রয় কৌশল প্রয়োগ করা হয়েছে।
১১. গ্রাহকদের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়া হয়েছে।
১২. প্রযোজ্য ক্ষেত্রে পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষি করা হয়েছে।
১৩. প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রাসঙ্গিক সুবিধা প্রদান করা হয়েছে।
১৪. গ্রাহকের দ্বারা ক্রয় নিশ্চিতকরণ করা হয়েছে।
১৫. বিক্রিত পণ্য প্যাকেজ এর জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে।

১৬. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন এবং সংগ্রহ করা হয়েছে।
১৭. বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা হয়েছে।
১৮. বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা হয়েছে।
১৯. গ্রাহকের অভিযোগ চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করা হয়েছে।
২০. স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী অভিযোগ গ্রহণ করা হয়েছে।
২১. রুট গ্রাহকদের কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী সাবধানে মোকাবেলা করা হয়েছে।
২২. LAST পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়েছে।
২৩. অভিযোগসমূহ মোকাবেলা বা সমাধান করে কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করা হয়েছে।
২৪. চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী মোকাবেলা করা হয়েছে।
২৫. অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করা হয়েছে।
২৬. গ্রাহকদের ক্রয় করার জন্য অনুপ্রাণিত করা হয়েছে।
২৭. গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক দেওয়া হয়েছে।
২৮. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়েছে।
২৯. বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ করা হয়েছে।
৩০. বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লভ্যাংশ বৃদ্ধি করা হয়েছে।
৩১. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করা হয়েছে।
৩২. নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে মতামত নেওয়া হয়েছে।

শিখনফল (Learning Outcome)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> ১. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব নিশ্চিত করা হয়েছে। ২. ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানানো হয়েছে। ৩. এস ও পি অনুযায়ী GUEST অ্যাপ্রোচ মেনে নেওয়া হয়েছে। ৪. গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করার জন্য ইতিবাচক পন্থা তৈরি করা হয়েছে।
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> • কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ • সিবিএলএম • হ্যান্ডআউটস • ল্যাপটপ • মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর • কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার • ইন্টারনেট সুবিধা • হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার • অডিও ভিডিও ভিভাইস
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> ১. ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব ২. ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানানো ৩. GUEST অ্যাপ্রোচ ৪. ইতিবাচক পন্থা
জব/টাস্ক/এক্টিভিটি	<ol style="list-style-type: none"> ১. ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখুন।
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> • আলোচনা (Discussion) • উপস্থাপন (Presentation) • প্রদর্শন (Demonstration) • নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice) • স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice) • প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work) • সমস্যা সমাধান (Problem Solving) • মাথাখাটানো (Brainstorming)
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> • লিখিত অভীক্ষা (Written Test) • প্রদর্শন (Demonstration) • মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)

শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে

এই শিখনফল অর্জনের লক্ষ্যে শিখনফলে অন্তর্ভুক্ত বিষয়বস্তু এবং পারফরম্যান্স ক্রাইটেরিয়া অর্জনের জন্য নিম্নলিখিত কার্যক্রমগুলো পর্যায়ক্রমে সম্পাদন কর। কার্যক্রমগুলোর জন্য বর্ণিত রিসোর্সসমূহ ব্যবহার কর।

শিখন কার্যক্রম (Learning Activities)	উপকরণ / বিশেষ নির্দেশনা (Resources / Special instructions)
১. প্রশিক্ষণার্থীগন কোন শিক্ষা উপকরণ ব্যবহার করবে সে সম্পর্কে প্রশিক্ষকের নিকট জানতে চাইবে	১ প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণার্থীদের “গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবে
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২ ইনফরমেশন শিট ১ : গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩ সেলফ-চেক শিট ১ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান করা। উত্তরপত্র ১ -এর সাথে নিজের উত্তর মিলিয়ে নিশ্চিত করা।
৪. জব/টাস্ক শিট ও স্পেসিফিকেশন শিট অনুযায়ী জব সম্পাদন করা।	৪ নিম্নোক্ত জব/টাস্ক শিট অনুযায়ী জব/টাস্ক সম্পাদন করুন টাস্ক শিট ১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখা। স্পেসিফিকেশন শিট- ১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখা।

ইনফরমেশন শিট (Information Sheet) ১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে

শিখন উদ্দেশ্য (Learning Objective): এই ইনফরমেশন শীট পড়ে শিক্ষার্থীগণ-

- ১.১ কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব নিশ্চিত করতে পারবে।
- ১.২ ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানাতে পারবে।
- ১.৩ এস ও পি অনুযায়ী GUEST অ্যাপ্রোচ মেনে নিতে পারবে।
- ১.৪ গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করার জন্য ইতিবাচক পন্থা তৈরি করতে পারবে।

১.১ ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব

কর্মক্ষেত্রে পেশাদারিত্ব বজায় রাখা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এটি আপনার ব্যক্তিগত ব্র্যান্ড তৈরি করতে, আপনার সহকর্মীদের এবং ক্লায়েন্টদের প্রতি শ্রদ্ধা দেখাতে এবং আপনার কর্মক্ষেত্রে সাফল্যের সম্ভাবনা বাড়াতে সহায়তা করে। পেশাদারিত্বের একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক হল আপনার ব্যক্তিগত সাজসজ্জা। আপনি যা পরেন তা আপনার সম্পর্কে একটি বার্তা পাঠায়, তাই এটি নিশ্চিত করা গুরুত্বপূর্ণ যে আপনি আপনার কর্মক্ষেত্রের জন্য উপযুক্ত বার্তা পাঠাচ্ছেন।

উপযুক্ত পোশাকের ধরন

- **ক্যাজুয়াল:** বেশিরভাগ রিটেইল স্টোরের জন্য, ক্যাজুয়াল পোশাক উপযুক্ত। এতে জিন্স, খাকি, টি-শার্ট, পোলো শার্ট এবং সোয়েটার অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। তবে, এটি এখনও নিশ্চিত করা গুরুত্বপূর্ণ যে আপনার ক্যাজুয়াল পোশাক পরিষ্কার, আয়রন করা এবং ভাল অবস্থায় রয়েছে। ছিঁড়ে যাওয়া বা ময়লা পোশাক পরবেন না।
- **ফ্যাশনেবল:** যদি আপনি কোনও রিটেইল স্টোরে কাজ করেন যেখানে পোশাক বিক্রি হয়, তাহলে আপনাকে আরও ফ্যাশনেবল পোশাক পরা উচিত। এতে ট্রেন্ডি পোশাক, স্টাইলিশ আনুষাঙ্গিক এবং উচ্চ-হিল জুতা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।
- **ফর্মাল:** যদি আপনি কোনও রিটেইল স্টোরে কাজ করেন যেখানে উচ্চ-মূল্যের পণ্য বিক্রি হয়, তাহলে আপনাকে আরও ফর্মাল পোশাক পরা উচিত। এতে স্যুট, প্যান্ট বা স্কার্ট এবং বোতাম-ডাউন শার্ট বা ব্লাউজ অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।

পরিষ্কার থাকা ও সুগন্ধিযুক্ত পোশাক পরিধান

- পরিষ্কার, জীবাণুমুক্ত এবং সাংস্কৃতিকভাবে উপযুক্ত পোশাক পরুন।
- মাথা, নখ ও দাঁত পরিষ্কার রাখুন।
- সুগন্ধন যুক্ত সাবান, পারফিউম বা ডিওডোরেন্ট ব্যবহার কর।

উন্নত আচরণ ও ব্যবহার

- গ্রাহকদের সাথে সদয়, স্বৈর্ঘ্যশীল এবং শ্রদ্ধাশীল আচরণ কর।
- যোগাযোগ দক্ষতা উপর দৃষ্টি রাখুন যেমন দৃষ্টিভঙ্গি, সন্মান, ভাষা ব্যবহার।
- গ্রাহকদের প্রয়োজনীয়তার প্রতি দৃষ্টি রাখুন এবং তাদের সাহায্য করতে আগ্রহী হওয়া।



১.২ ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানানো

একটি খুচরা দোকানে ক্রেতাদের স্বাগত জানানোর জন্য নিম্নের ধাপগুলো সম্পন্ন করতে হবে। তবে কোনভাবেই কোন চাপ প্রয়োগ করা যাবে না। সবার ক্ষেত্রে সকল ধাপ প্রযোজ্য নাও হতে পারে। এজন্য গ্রাহকের বিভিন্ন ক্যাটাগরী সম্পর্কে ভালভাবে বুঝে তারপর সে অনুযায়ী সেব প্রদান কর।

ক. স্বাগত জানানো

- **স্বাগত জানানোর জন্য বিভিন্ন উপায় ব্যবহার কর :** আপনি গ্রাহকদের কথা বলার জন্য বিভিন্ন উপায় ব্যবহার করতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, আপনি বলতে পারেন
 - "হ্যালো!"
 - "আপনাকে আমাদের দোকানে স্বাগত জানাই!"
 - "আপনাকে দেখে খুশি হলাম!"
 - "আপনার আসার জন্য ধন্যবাদ!"
- **গ্রাহকের উপর মনোযোগ দিন:** যখন আপনি কোন গ্রাহককে স্বাগত জানাবেন, তখন তাদের উপর মনোযোগ দিন। তাদের সাথে চোখের দিকে তাকিয়ে কথা বলুন এবং একটি হাসি দিন। এটি প্রমাণ করে, আপনি তাদের উপস্থিতি সম্পর্কে সচেতন এবং আপনি তাদের কেনাকাটায় সাহায্য করতে আগ্রহী।

খ. সাহায্য প্রস্তাব করা

- **গ্রাহকদের জিজ্ঞাসা কর যে আপনি তাদের জন্য কিছু করতে পারেন কি না:** গ্রাহকদের সাথে কথা বলার পর, তাদের জিজ্ঞাসা কর যে আপনি তাদের জন্য কিছু করতে পারেন কি না। উদাহরণস্বরূপ, আপনি বলতে পারেন
 - "আজকে আপনার জন্য কিছু করতে পারি?"
 - "আপনি কি কিছু খুঁজছেন?"
 - "আপনার যদি কোন প্রশ্ন থাকে তাহলে আমাকে জানাবেন।"
- **গ্রাহকে জোর করবেন না:** কিছু গ্রাহকরা হয়তো সাহায্য চান না। যদি এমন হয়, তাহলে তাদের জোর করে শায্য করতে যাবেন না। তবে, তাদের জানান যে যদি তাদের কোন সাহায্যের প্রয়োজন হয় তাহলে আপনি সেখানে আছেন।

গ. দোকানের পরিচিতি



- **দোকানের বিষয়ে সংক্ষিপ্ত বিবরণ দিন:** গ্রাহকদের সাথে কথা বলার সময়, আপনি দোকানের বিষয়ে সংক্ষিপ্ত বিবরণ দিতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, আপনি বলতে পারেন:
 - "আমাদের দোকানে বিভিন্ন ধরনের পণ্য পাওয়া যায়।"
 - "আমরা সবচেয়ে ভালো দামে সেরা পণ্য সরবরাহ করি।"
 - "আমাদের দোকানে আপনি সবসময় স্বাগত।"
- **দোকানের বৈশিষ্ট্যগুলো হাইলাইট কর :** দোকানের কিছু বৈশিষ্ট্য হাইলাইট কর যা গ্রাহকদের কেনাকাটায় আগ্রহী করতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, আপনি বলতে পারেন
 - "আমাদের দোকানটি পরিষ্কার এবং আরামদায়ক।"
 - "আমাদের দোকানে এয়ার কন্ডিশন আছে।"
 - "আমাদের দোকানে ওয়াইফাই আছে।"

ক. বিশ্বস্ত গ্রাহক (Loyal Customers)

- একটি খুচরা বিক্রেতার সবচেয়ে মূল্যবান এবং নির্ভরযোগ্য আয়ের উৎস।
- তাদের ক্ষেত্রে গড় অর্ডার মূল্য বেশি এবং ঘন ঘন কেনা কাটা করেন।
- ব্যক্তিগত যোগাযোগ, বিশেষ অফার কর্মসূচি এবং পণ্য সুপারিশ সহজেই গ্রহণ করে থাকেন।
- বিশ্বস্ত গ্রাহককে ধরে রাখা গুরুত্বপূর্ণ, কারণ তারা দাম-সংবেদনশীল নয় এবং ইতিবাচক মনোবাসনা নিয়ে শপে আসেন।

খ. অনুচ্ছেদ ক্রেতাগণ (Impulse Buyers)

- তাদের কেনাকাটার সিদ্ধান্তগুলি আবেগ দ্বারা পরিচালিত হয়।
- নতুন, ট্রেন্ডি বা বিশেষ পণ্যের প্রতি সহজেই আকৃষ্ট হোন।
- প্রচার, ছাড় দ্বারা প্রভাবিত হোন।
- আকর্ষণীয় প্রদর্শন, সীমিত-সময়ের অফার এবং আবেগকে আকর্ষণ করার জন্য আবেগময় ভাষা ব্যবহার করতে পারেন।

	
বিশ্বস্ত গ্রাহক (Loyal Customers)	অনুচ্ছেদ ক্রেতাগণ (Impulse Buyers)

গ. ছাড়-শিকারীগণ (Bargain Hunters)

- কম মূল্যে সেরা পণ্য পেতে চান।
- প্রচার, কুপন এবং ছাড়ের প্রতি সচেতন।
- গুণমানের সাথে আপোস করতে ইচ্ছুক নন, তবে সবচেয়ে কম মূল্যে সেরা মানের পণ্য খুঁজে পেতে চান।
- খুচরা বিক্রেতার প্রতিযোগিতামূলক মূল্য এবং বিশ্বস্ততা প্রোগ্রাম অফার করে তাদের দৃষ্টি আকর্ষণ কর।

ঘ. উইন্ডো শপারগণ (Window Shoppers)

- প্রকৃতপক্ষে এই টাইপের গ্রাহকরা কেনাকাটা করার ইচ্ছা ছাড়াই পণ্য এবং পরিষেবা দেখতে বা উপভোগ করেন।
- প্রায়শই অনিশ্চিত থাকেন বা কেনার সিদ্ধান্ত নিতে সময় নেন।
- তাদের কেনাকাটার সিদ্ধান্ত যুক্তি এবং পরিকল্পনা দ্বারা পরিচালিত হয়, আবেগ দ্বারা পরিচালিত হয় না।
- খুচরা বিক্রেতার আকর্ষণীয় প্রদর্শন, তথ্যবহুল পণ্য বিবরণ এবং সেরা পারফরমার বিক্রয় কর্মীদের মাধ্যমে তাদের লক্ষ্য করতে পারেন।
- ভালো গ্রাহক পরিষেবা এবং শপের পরিবেশ উইন্ডো শপারদের ক্রেতায় রূপান্তরিত করতে পারে।

	
ছাড়-শিকারীগণ (Bargain Hunters)	উইন্ডো শপারগণ (Window Shoppers)

ঙ. গবেষণাধর্মী শপারস্ (Research-Oriented Shoppers)

- কোনো পণ্য কেনার আগে বিস্তৃত গবেষণা করতে পছন্দ করেন।
- বিভিন্ন বিকল্পগুলির সাথে তুলনা করার জন্য সময় নেন এবং সেরা ডিলটি পেতে চান।
- মূল্যের প্রতি সংবেদনশীল হতে পারেন, তবে গুণমান এবং সেবার উপর বেশি মনোযোগ দেন।
- তাদেরকে বিস্তৃত পণ্য জ্ঞান, প্রতিযোগিতামূলক মূল্য এবং তথ্যবহুল পণ্য বিবরণগুলির মাধ্যমে ক্রেতায় পরিণত করতে পারেন।
- গবেষণাধর্মী শপারস্ খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গ্রুপ কারণ তারা প্রায়ই নিয়মিত ক্রেতা হন এবং বারবার কেনাকাটা করেন।

চ. দ্বিধাগ্রস্থ গ্রাহক (Indecisive Customers)

- সাধারণত এদের ক্রয় সিদ্ধান্ত নিতে দ্বিধা কাজ করে।
- সাধারণত ক্রয় সিদ্ধান্ত নিতে অনেক গবেষণা এবং তুলনা করে থাকেন।
- ক্রয় সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য অন্যদের কাছ থেকে সাহায্য চাইতে পারেন।
- তাদের সহায়ক এবং ধৈর্যশীল হয়ে সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করতে ও দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পারেন।
- দ্বিধাগ্রস্থ গ্রাহকরা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি চ্যালেঞ্জিং গ্রুপ হতে পারে, তবে তাদেরকে সঠিক তথ্য, মতামত দিয়ে নিয়মিত ক্রেতায় পরিণত করতে পারেন।

	
গবেষণাধর্মী শপারস্	দ্বিধাগ্রস্থ গ্রাহক

ছ. ব্র্যান্ড-সচেতন ক্রেতারা (Brand-Conscious Shoppers)

- নির্দিষ্ট ব্র্যান্ডের পণ্য কিনতে পছন্দ করেন।
- ব্র্যান্ডের সাথে যুক্ত সামাজিক মর্যাদা বা স্ট্যাটাসের জন্য পণ্য কিনতে চান
- সামাজিক মিডিয়া এবং বিজ্ঞাপনের দ্বারা প্রভাবিত হতে পারেন।
- খুচরা বিক্রেতারা তাদের সাম্প্রতিক ট্রেন্ড এবং জনপ্রিয় ব্র্যান্ডগুলি উপস্থাপন করে, তাদের আকর্ষণ করতে পারেন।

- ব্র্যান্ড-সচেতন ক্রেতারা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গুপ কারণ তারা প্রায়ই কেনাকাটা করেন এবং নিদিষ্ট ব্র্যান্ডের প্রতি অনুগত থাকেন।

জ. সময়-সচেতন ক্রেতারা (Time-Conscious Shoppers)

- কেনাকাটার জন্য সীমিত সময় নিয়ে আসেন।
- দ্রুত এবং সুবিধাজনক কেনাকাটার অভিজ্ঞতা পছন্দ করেন।
- অনলাইন কেনাকাটা আগ্রহী হতে পারেন।
- খুচরা বিক্রেতারা এই ধরনের গ্রাহককে দ্রুত এবং সুবিধাজনক কেনাকাটার অভিজ্ঞতা প্রদান করে, তাদের আকর্ষণ করতে পারেন।
- সময়-সচেতন ক্রেতারা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গুপ কারণ তারা সাধারণত দক্ষ এবং কার্যকর ক্রেতায় পরিণত হয়ে থাকেন।

	
ব্র্যান্ড-সচেতন ক্রেতারা (Brand-Conscious Shoppers)	সময়-সচেতন ক্রেতারা (Time-Conscious Shoppers)

ঝ. রিটার্ন ক্রেতা (Return Shoppers)

- একই খুচরা বিক্রেতার কাছ থেকে বারবার কেনাকাটা করে।
- খুচরা বিক্রেতার সাথে একটি সম্পর্ক গড়ে তুলতে পারেন।
- লয়্যালিটি প্রোগ্রাম এবং প্রচারের প্রতি আকৃষ্ট হতে পারেন।
- খুচরা বিক্রেতারা লয়্যালিটি প্রোগ্রাম এবং ব্যক্তিগতভাবে যোগাযোগ বা প্রচারের মাধ্যমে আকর্ষণ করতে পারেন।
- রিটার্ন ক্রেতা, খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গুপ কারণ তারা ব্যবসায়ের একটি বড় জায়গা দখল করে থাকেন।

ঞ. টেক-সক্ষম ক্রেতা (Tech-Savvy Shoppers)

- প্রযুক্তি ব্যবহার করে কেনাকাটার সিদ্ধান্ত নিতে এবং কেনাকাটা করতে পছন্দ করেন।
- পণ্য গবেষণা এবং মূল্য তুলনা করতে অনলাইন রিসোর্স ব্যবহার করেন।
- সম্পূর্ণ কেনাকাটার প্রক্রিয়া জুড়ে প্রযুক্তি ব্যবহার করেন।
- খুচরা বিক্রেতারা তাদের একটি সুবিধাজনক এবং সহজ কেনাকাটার অভিজ্ঞতা প্রদান করে টেক-সক্ষম ক্রেতাদের লক্ষ্য করতে পারেন।
- টেক-সক্ষম ক্রেতা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গুপ কারণ তাদের পন্য জ্ঞান ভালো এবং কেনাকাটার ক্ষেত্রে দাম-সচেতন ও হয়ে থাকেন।

	
রিটার্ন ক্রেতা	টেক-সক্ষম ক্রেতা

ট. সামাজিক ক্রেতা (Social Shoppers)

- কেনাকাটার সিদ্ধান্ত নিতে এবং কেনাকাটা করতে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করেন।
- সামাজিক মিডিয়াতে পণ্যের গবেষণা করেন এবং অন্যান্য ক্রেতাদের সাথে কথা বলেন।
- সামাজিক মিডিয়া প্রভাবকদের কাছ থেকে কেনাকাটার সুপারিশের দ্বারা প্রভাবিত হতে পারে।
- খুচরা বিক্রেতারা সামাজিক মিডিয়াকে ব্যবহার করে তাদের সাথে যোগাযোগ করে এবং সামাজিক মিডিয়া প্রভাবকদের সাথে অংশীদারিত্ব করে সামাজিক ক্রেতাদের আকর্ষণ করতে পারেন।
- সামাজিক ক্রেতা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গ্রুপ কারণ তারা অন্যদের সাথে তাদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতা শেয়ার করতে পছন্দ করেন।

ঠ. সার্ভিস-সন্ধানী ক্রেতা (Service-Seeking Shoppers)

- কেনাকাটার সময় ভালো সেবা খোঁজেন।
- কেনাকাটার সময় বিক্রয়কর্মীদের দ্বারা প্রভাবিত হতে পারেন।
- খুচরা বিক্রেতারা ভালো গ্রাহক সেবা প্রদান করে এবং ভালো বিক্রয়কর্মীদের নিয়োগ কিংবা প্রশিক্ষণ দিয়ে সার্ভিস-সন্ধানী ক্রেতাদের আকর্ষণ করতে পারেন।
- সার্ভিস-সন্ধানী ক্রেতা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি মূল্যবান গ্রুপ কারণ তারা তাদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতার জন্য বেশি অর্থ প্রদান করতেও ইচ্ছুক।

	
সামাজিক ক্রেতা (Social Shoppers)	সার্ভিস-সন্ধানী ক্রেতা (

১.৩ GUEST অ্যাপ্রোচ

গেস্ট এপ্রোচ হলো একটা কাস্টমার সার্ভিস স্ট্র্যাটেজি যা কাস্টমারদেরকে ভালো একটি সার্ভিস প্রদান করার জন্য তৈরী হওয়া। এই এপ্রোচে নিশ্চিত করা হয় যে কাস্টমাররা যেন সঠিক সেবাটা পান।

ক. প্রতিটি গ্রাহককে স্বাগত জানান

- গ্রাহকের সাথে সরাসরি আই-কন্টাক্ট করে একটি আন্তরিক হাসি দিন।
- একটি বন্ধুত্বপূর্ণ, সহযোগিতামূলক স্বর ব্যবহার করে "স্বাগতম [ব্যবসার নাম]-এ, স্যার/ ম্যাডাম, আপনাকে কিভাবে সাহায্য করতে পারি?" এমন কিছু বলুন।
- যদি গ্রাহক ফোনে থাকেন, তাহলে দ্রুত ও সঠিক উত্তর দিন এবং পেশাদার ভাষা ব্যবহার করতে হবে।
- গ্রাহক আপনার প্রতিষ্ঠানে ঢুকানোর ৩০ সেকেন্ডের মধ্যে তার দৃষ্টি আকর্ষণ করতে হবে।



খ. গ্রাহকের চাহিদা বুঝুন

- গ্রাহকের লক্ষ্য, উদ্বেগ বা সমস্যা সম্পর্কে আরও জানতে প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করতে হবে। এমন প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করতে হবে যা তাদের উত্তর দিতে উৎসাহিত করে এবং কেবল "হ্যাঁ" বা "না" এর উত্তর দেওয়া যায় এমন প্রশ্ন এড়িয়ে চলুন।
- গ্রাহক যা বলছে তা মনোযোগ সহকারে শুনুন। তাদের শারীরিক ভাষায় মনোযোগ দিন এবং তাদের কথা শেষ হওয়ার আগে কথা বলবেন না।
- গ্রাহকের প্রয়োজন আপনি বুঝেছেন তা নিশ্চিত করতে তাদের কথা পুনরায় বলুন। এটি আপনাকে তাদের প্রয়োজন সম্পর্কে আপনার বোধগম্যতা নিশ্চিত করতে এবং যেকোনো ভুল বোঝাবুঝি এড়াতে সহায়তা করে।
- গ্রাহকের প্রয়োজনের একটি সংক্ষিপ্ত সারাংশ প্রদান করে আপনার কথোপকথন শেষ করতে হবে। এটি আপনাকে এবং গ্রাহক উভয়কেই চাহিদা নিরূপনে সহায়তা করবে এবং নিশ্চিত করে যে আপনি তাদের প্রয়োজন পূরণ করার পথে আছেন।

গ. আই-কন্টাক্ট বজায় রাখুন

একটি গুরুত্বপূর্ণ অ-মৌখিক যোগাযোগ দক্ষতা যা আপনাকে গ্রাহকের সাথে একটি সংযোগ স্থাপন করতে এবং তাদের কাছে এটা প্রমাণ করে যে, আপনি তাদের দিকে মনোযোগী আছেন। এখানে আই-কন্টাক্ট বজায় রাখুর জন্য কিছু উপায় দেওয়া হল।

- খুব বেশি বা খুব কম আই-কন্টাক্ট এড়িয়ে চলুন। স্বাভাবিক আই-কন্টাক্ট হলো গ্রাহকের চোখে দৃষ্টি নিবন্ধ করা এবং কয়েক সেকেন্ডের জন্য তাদের চোখে তাকিয়ে থাকা।
- কম্পিউটারের দিকে তাকিয়ে কথা বলেন না, এটি গ্রাহককে উপেক্ষিত করা হচ্ছে এরকম মনে হতে পারে। যদি আপনাকে কিছু নোট নিতে হয় বা কম্পিউটার স্ক্রিনে তাকাতে হয়, তাহলে কাজটি করার সময় নিয়মিতভাবে গ্রাহকের দিকে তাকান।
- যদি গ্রাহক ফোনে থাকেন, তাহলে তাদের সামনে কল্পনা করতে হবে এবং ফোনে পুরো মনোনিবেশ করতে হবে। এটি আপনাকে তাদের সাথে একটি সংযোগ স্থাপন করতে এবং আপনি তাদের কথা গুরুত্ব দিয়ে শুনছেন এটি বুঝতে সাহায্য করবে।

- শারিরিক ভাষা হতে হবে শোভন যা বুঝাবে যে আপনি শুনছেন এবং গ্রাহকের কাজেই জড়িত আছেন। এতে মাথা নাড়া দিয়ে সায়ে দেয়া, আই-কন্টাক্ট বজায় রাখা এবং শোভন মুখের অভিব্যক্তি ব্যবহার অন্তর্ভুক্ত রয়েছে।

	
আই-কন্টাক্ট বজায় রাখুন	দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান কর
	
ধন্যবাদ জানান এবং আবার আসার জন্য আমন্ত্রণ জানান	

ঘ. দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান করতে হবে

গ্রাহকদের সন্তুষ্টির জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এটি গ্রাহকদের মনে একটি ইতিবাচক প্রভাব ফেলে এবং তাদেরকে আবার ফিরে আসতে উৎসাহিত করে। এখানে দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদানের কিছু উপায় রয়েছে।

দ্রুত সেবা দেয়া

- গ্রাহকদের আগমনের আগেই প্রস্তুত থাকুন যাতে আপনি তাদেরকে দ্রুত সেবা প্রদান করতে পারেন। এতে প্রয়োজনীয় সরঞ্জাম এবং তথ্য হাতের কাছে রাখা এবং গ্রাহকদের জন্য অপেক্ষা করার সময় কাজ করা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।
- আপনার কাজ দক্ষতার সাথে করতে হবে এবং অপ্রয়োজনীয় বিলম্ব এড়িয়ে চলুন। এতে গ্রাহকদের কাছে অপ্রয়োজনীয় প্রশ্ন করা, তাদের কাছ থেকে অতিরিক্ত তথ্য চাওয়া বা গ্রাহককে অপেক্ষা করানোর মত সময় অপচয় এড়িয়ে চলুন।
- প্রযুক্তি ব্যবহার করতে হবে যাতে আপনি গ্রাহকদের আরও দ্রুত সেবা প্রদান করতে পারেন। এতে স্বয়ংক্রিয় পেমেন্ট সিস্টেম, অনলাইন অ্যাপয়েন্টমেন্ট এবং চ্যাটবট ব্যবহার করা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।

বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান

- গ্রাহকদের সাথে বন্ধুত্বপূর্ণ এবং সহায়ক হোন। এতে হাসি, নাম সহ স্যার বা ম্যাডাম ধরে ডাকা এবং তাদের সাথে সম্মানের সাথে আচরণ করা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।
- গ্রাহকদের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন এবং তাদের প্রয়োজন বুঝুন। এতে গ্রাহকের কথায় মনোযোগ দেওয়া, প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করা এবং তাদের উদ্বেগগুলি যথেষ্ট গুরুত্ব দেয়া অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।
- গ্রাহকদের তাদের প্রয়োজন অনুসারে সহায়তা করতে হবে। এতে তাদের পণ্য বা পরিষেবা খুঁজে পেতে সহায়তা করা, তাদের প্রশ্নের উত্তর দেওয়া এবং তাদের সমস্যা সমাধান করা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে এই পদ্ধতিগুলি অনুসরণ করে, আপনি আপনার গ্রাহকদের দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান করতে পারেন এবং তাদেরকে একটি ইতিবাচক অভিজ্ঞতা প্রদান করতে পারেন।

৬. ধন্যবাদ জানান এবং আবার আসার জন্য আমন্ত্রণ জানান

- আন্তরিকভাবে কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করতে হবে, যেমন "আজকের কেনাকাটার জন্য আপনাকে অনেক ধন্যবাদ।"
- "আমরা অত্যন্ত আনন্দিত হবো যদি আপনি আবার আসেন" এমন একটি বিদায় মন্তব্য দিতে পারেন।
- যদি উপযুক্ত হয়, তাহলে গ্রাহককে একটি কুপন, অনুগ্রহ কার্ড বা অফারগুলি সম্পর্কে তথ্য দিন যাতে তারা ফিরে আসতে উৎসাহিত হয়।
-

১.৪ ইতিবাচক পন্থা

গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করা ব্যবসার সাফল্যের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। অনুপ্রাণিত গ্রাহকরা বেশি কেনাকাটা করেন, নির্দিষ্ট রিটেইল ব্র্যান্ডের প্রতি বেশি আনুগত্যশীল হন এবং ইতিবাচক শব্দ ছড়িয়ে দেন। এই অধ্যায়ে, গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করার জন্য ইতিবাচক পন্থা তৈরি করার বিভিন্ন উপায় নিয়ে আলোচনা করা হবে।

ক. ব্যক্তিগতকরণ (Personalization)

নির্দিষ্ট অভিজ্ঞতা: কাস্টমারদের পছন্দ, কেনাকাটার ইতিহাস, এবং আচরণ সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ করতে হবে। এটি করতে আপনি সার্ভে, কুিজ, বা কাস্টমারদের সরাসরি জিজ্ঞাসা করতে পারেন। কাস্টমারদের আচরণ এবং পছন্দের ভিত্তিতে বিভিন্ন গ্রুপে ভাগ করতে হবে এবং বিবেচনীয় দিক দিতে হবে। এটি আপনাকে বিভিন্ন **ব্যক্তিগত যোগাযোগ:** ইমেইল, অভ্যর্থনা কাস্টমারের নাম ব্যবহার করতে হবে। এটি কাস্টমারদের নিজেদের মূল্যবান মনে করিয়ে দেবে এবং তাদের সাথে আরও ভালো সম্পর্ক গড়ে তুলতে সাহায্য করবে। জন্মদিন বা বার্ষিকীর মতো বিশেষ উপলক্ষে ব্যক্তিগত ডিসকাউন্ট বা অফার পাঠানো যেতে পারে। এটি কাস্টমারের রিটেইল স্টোরের প্রতি আনুগত্য বাড়াবে।

খ. চমৎকার কাস্টমার সার্ভিস (Exceptional Customer Service)

দ্রুত উত্তর দেয়া: ফোন, ইমেইল, লাইভ চ্যাট, সোশ্যাল মিডিয়া সহ বিভিন্ন চ্যানেলের মাধ্যমে দ্রুত এবং কার্যকর সহায়তা প্রদান করতে হবে। এটি কাস্টমারদের সুবিধা বাড়াবে এবং তাদের সমস্যা দ্রুত সমাধান করতে সাহায্য করবে। SLAs: সার্ভিস লেভেল এগ্রিমেন্ট (SLAs) সেট করতে হবে এবং সময়মত উত্তর এবং সমাধান নিশ্চিত করতে হবে। এটি কাস্টমারদের আপনার প্রতি বিশ্বাস বাড়াবে এবং সার্ভিসের মান সম্পর্কে নিশ্চিত করবে।

গ. যোগাযোগ

স্পষ্ট তথ্য: পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ, FAQs এবং শর্তাবলী স্পষ্টভাবে প্রদান করতে হবে। সকল তথ্য সহজেই অ্যাক্সেসযোগ্য এবং বুঝতে যেন সহজ হয় এটি নিশ্চিত করতে হবে। সহজ ভাষা ব্যবহার করতে হবে এবং জার্গন বা কঠিন শব্দ এড়িয়ে চলতে হবে।

স্বচ্ছ মূল্য: মূল্য সম্পর্কে স্পষ্টভাবে বলতে হবে এবং গ্রাহকদের অতিরিক্ত ফি বা চার্জ সম্পর্কে অবহিত করতে হবে। আপনার ওয়েবসাইটে বা আপনার স্টোরে দাম স্পষ্টভাবে এবং সহজে বোঝার মতো প্রদর্শন করতে হবে। বিভিন্ন বাজেটের কথা বিবেচনা করে বিভিন্ন মূল্যের বিকল্প পণ্য অফার করতে হবে।

ঘ. কাস্টমার ফিডব্যাক এবং অংশগ্রহণ (Customer Feedback and Involvement)

ফিডব্যাক চ্যানেল: কাস্টমার অভিজ্ঞতা সম্পর্কে ফিডব্যাক সংগ্রহের জন্য নিয়মিত সার্ভে পরিচালনা করতে হবে। সার্ভে বিভিন্ন মাধ্যমে পরিচালনা করা যেতে পারে, যেমন ইমেইল, এসএমএস, ওয়েবসাইট পপ-আপ, বা অ্যাপ্লিকেশন ইন-অ্যাপ নোটিফিকেশন। আপনার ওয়েবসাইট এবং অ্যাপের মধ্যে সহজে এক্সেসযোগ্য ফিডব্যাক ফর্ম প্রদান করা যেতে পারে। ফর্মটিতে সংক্ষিপ্ত এবং প্রাসঙ্গিক প্রশ্ন অন্তর্ভুক্ত করা উচিত যাতে কাস্টমারদের জন্য উত্তর দেওয়া সহজ হয়।

ঙ. বিশ্বাস এবং বিশ্বাসযোগ্যতা নির্মাণ (Building Trust and Credibility)

বিশ্বাসযোগ্যতা: প্রতিশ্রুতির সময় অনুযায়ী সরবরাহ নিশ্চিত করতে হবে এবং উন্নত মানের সার্ভিস এবং প্রোডাক্ট গুণাগুণ বজায় রাখতে হবে। নির্ভরযোগ্য হওয়া কাস্টমারদের সাথে বিশ্বাস গড়ে তোলার একটি গুরুত্বপূর্ণ উপায়। এমন একটি নির্ভরযোগ্য কাস্টমার সহায়তা প্রদান করতে হবে যার উপর কাস্টমাররা নির্ভর করতে পারে। দ্রুত, দক্ষ এবং সহায়ক কাস্টমার সহায়তা প্রদান করে, কাস্টমারদের দেখাতে পারেন যে আপনি তাদের সমস্টির জন্য কাজ করছেন।

সেলফ চেক (Self-Check)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করতে পারবে

প্রশিক্ষার্থীদের জন্য নির্দেশনা:- উপরোক্ত ইনফরমেশন শীট পাঠ করে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন-

অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্নঃ

১. প্রশ্ন: আপনার পেশাদার পোশাক কেমন হওয়া উচিত?
উত্তর:
২. প্রশ্ন: কিভাবে নিজের পরিষ্কার পরিচ্ছন্নতা বজায় রাখবেন?
উত্তর:
৩. প্রশ্ন: কিভাবে নিষ্ঠাবান গ্রাহককে স্বাগত জানাবেন?
উত্তর:
৪. প্রশ্ন: আবেগপ্রবণ ক্রেতার সাথে কিভাবে যোগাযোগ করবেন?
উত্তর:
৫. প্রশ্ন: দর কষাকষি করা ক্রেতার সাথে কিভাবে আপস করবেন?
উত্তর:
৬. প্রশ্ন: প্রতিটি গ্রাহককে অভ্যর্থনা জানানোর সঠিক পদ্ধতি কী?
উত্তর:

সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও:

১. প্রশ্ন: কোন সাজসজ্জা পেশাদারিত্বের সাথে সংগতিপূর্ণ নয়?
 - ক. ফর্মাল পোশাক
 - খ. বেশি অলঙ্কার পরা
 - গ. পরিচ্ছন্নতা বজায় রাখা
 - ঘ. নির্ভরযোগ্য জুতা পরা
২. প্রশ্ন: ক্রেতাকে স্বাগত জানানোর সঠিক পদ্ধতি কী?
 - ক. শুধুমাত্র হাসি দেওয়া
 - খ. তাদের দিকে নজর না দেওয়া
 - গ. তাদেরকে সম্মান সহকারে অভ্যর্থনা জানানো
 - ঘ. দূত তাদের পণ্য দেখানো শুরু করা
৩. প্রশ্ন: GUEST অ্যাপ্রোচের কোন ধাপটি প্রথমে পালন করা উচিত?
 - ক. গ্রাহকের চাহিদা বুঝুন
 - খ. প্রতিটি গ্রাহককে অভ্যর্থনা জানান
 - গ. ধন্যবাদ জানান এবং আবার আসার জন্য অনুরোধ কর
 - ঘ. দূত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান কর
৪. প্রশ্ন: আবেগপ্রবণ ক্রেতার সাথে কিভাবে যোগাযোগ করবেন?
 - ক. তাদের কথায় গুরুত্ব দেবেন না
 - খ. তাদের সাথে সহানুভূতিশীল হবেন
 - গ. তাদেরকে উপেক্ষা করবেন
 - ঘ. তাদেরকে দূত পণ্য দেখাবেন

উত্তরপত্র (Answer Key)-১: গ্রাহক সেবা নিশ্চিত করা

১. প্রশ্ন: আপনার পেশাদার পোশাক কেমন হওয়া উচিত?

উত্তর: আপনার পেশাদার পোশাক পরিষ্কার, ভালোভাবে ফিট করা এবং ফর্মাল বা অফিসের ড্রেস কোডের সাথে মিল থাকা উচিত।

২. প্রশ্ন: কিভাবে নিজের পরিচ্ছন্নতা বজায় রাখবেন?

উত্তর: প্রতিদিন গোসল করা, পরিষ্কার পোশাক পরা, চুল সঠিকভাবে আঁচড়ানো এবং ব্যক্তিগত স্বাস্থ্যবিধি মেনে চলা।

৩. প্রশ্ন: কিভাবে নিষ্ঠাবান গ্রাহককে স্বাগত জানাবেন?

উত্তর: নিষ্ঠাবান গ্রাহককে স্বাগত জানানোর সময় সম্মান ও কৃতজ্ঞতা প্রকাশ কর এবং তাদের সাথে আন্তরিকভাবে যোগাযোগ কর।

৪. প্রশ্ন: আবেগপ্রবণ ক্রেতার সাথে কিভাবে যোগাযোগ করবেন?

উত্তর: আবেগপ্রবণ ক্রেতার সাথে সহানুভূতিশীল হোন, তাদের সমস্যা বুঝার চেষ্টা কর এবং সমাধান প্রদান কর।

৫. প্রশ্ন: দর কষাকষি করা ক্রেতার সাথে কিভাবে আপস করবেন?

উত্তর: দর কষাকষি করা ক্রেতার সাথে ধৈর্য সহকারে কথা বলুন এবং একটি মধ্যম পথে পৌঁছানোর চেষ্টা কর যা উভয়ের জন্য উপকারী।

৬. প্রশ্ন: প্রতিটি গ্রাহককে অভ্যর্থনা জানানোর সঠিক পদ্ধতি কী?

উত্তর: প্রতিটি গ্রাহককে হাসি দিয়ে স্বাগত জানান, তাদের চোখের দিকে তাকিয়ে কথা বলুন এবং সম্মান প্রদর্শন কর।

সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও:

১. প্রশ্ন: কোন সাজসজ্জা পেশাদারিত্বের সাথে সংগতিপূর্ণ নয়?

- ক. ফর্মাল পোশাক
- খ. বেশি অলঙ্কার পরা
- গ. পরিচ্ছন্নতা বজায় রাখা
- ঘ. নির্ভরযোগ্য জুতা পরা

২. প্রশ্ন: ক্রেতাকে স্বাগত জানানোর সঠিক পদ্ধতি কী?

- ক. শুধুমাত্র হাসি দেওয়া
- খ. তাদের দিকে নজর না দেওয়া
- গ. তাদেরকে সম্মান সহকারে অভ্যর্থনা জানানো
- ঘ. দ্রুত তাদের পণ্য দেখানো শুরু করা

৩. প্রশ্ন: GUEST অ্যাপ্রোচের কোন ধাপটি প্রথমে পালন করা উচিত?

- ক. গ্রাহকের চাহিদা বুঝুন
- খ. প্রতিটি গ্রাহককে অভ্যর্থনা জানান
- গ. ধন্যবাদ জানান এবং আবার আসার জন্য অনুরোধ কর
- ঘ. দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ সেবা প্রদান কর

৪. প্রশ্ন: আবেগপ্রবণ ক্রেতার সাথে কিভাবে যোগাযোগ করবেন?

- ক. তাদের কথায় গুরুত্ব দেবেন না
- খ. তাদের সাথে সহানুভূতিশীল হবেন
- গ. তাদেরকে উপেক্ষা করবেন
- ঘ. তাদেরকে দ্রুত পণ্য দেখাবেন

টাস্ক শিট (Task Sheet)-১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখা।

Activity (কার্যকলাপ): প্রশিক্ষণার্থী নিম্নের ধাপগুলো দেখবেন এবং অনুশীলন করবেন।

- সকল ক্রেতাকে সম্মান এবং আন্তরিকতার সাথে স্বাগত জানাতে হবে।
- ক্রেতাদের সাথে কথা বলার সময় সদাচরণ বজায় রাখতে হবে।
- গ্রাহকদের কোনোরূপ অসুবিধা না করার জন্য সতর্ক থাকতে হবে।
- ক্রেতাদের ব্যক্তিগত তথ্য গোপন রাখতে হবে।

কাজের ধাপ

ধাপ ১: নিজেকে পরিচ্ছন্ন এবং পরিপাটি রাখুন।

ধাপ ২: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন মাস্ক, গ্লাভস, ইত্যাদি পরিধান করে নিন।

ধাপ ৩: ক্রেতাদের প্রবেশের সময় মনোযোগ দিন এবং তাদের দিকে তাকিয়ে হাসি দিয়ে স্বাগত জানান।

ধাপ ৪: ক্রেতাদেরকে স্বাগত জানানোর জন্য একটি উপযুক্ত বক্তব্য ব্যবহার কর, যেমন "স্বাগতম! কিভাবে আপনাকে সাহায্য করতে পারি?"

ধাপ ৫: ক্রেতার চাহিদা বুঝতে প্রয়োজনীয় প্রশ্ন কর, যেমন "আপনি কি ধরনের পণ্য খুঁজছেন?" বা "আপনার কোন বিশেষ চাহিদা আছে কি?"

ধাপ ৬: ক্রেতার চাহিদা অনুযায়ী সঠিক পণ্য বা বিভাগে নির্দেশনা দিন এবং প্রয়োজন হলে পণ্য সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য দিন।

ধাপ ৭: ক্রেতার প্রশ্নের উত্তর দিন এবং তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী সহায়তা কর।

ধাপ ৮: ক্রেতার প্রয়োজনীয় পণ্য দ্রুত সরবরাহ করার চেষ্টা কর এবং সবসময় বন্ধুত্বপূর্ণ থাকুন।

ধাপ ৯: ক্রেতা কেনাকাটা শেষে ধন্যবাদ জানান এবং পুনরায় আসার জন্য অনুরোধ কর, যেমন "আপনার কেনাকাটার জন্য ধন্যবাদ। আবার আসার অনুরোধ রইল।"

ধাপ ১০: ক্রেতাদের কাছ থেকে তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে জানতে চাওয়া এবং তাদের মন্তব্য ও বিবেচনীয় দিক গ্রহণ কর।

ধাপ ১১: কাজ শেষে দোকানের পরিবেশ পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

ধাপ ১২: প্রতিদিনের ক্রেতা সেবা সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর এবং সেটি সংশ্লিষ্ট ব্যবস্থাপক বা সুপারভাইজারের কাছে জমা দিন।

ধাপ ১৩: কাজ শেষে সকল সরঞ্জাম সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর এবং ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জামগুলি পরিষ্কার করে রাখুন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-১.১: ক্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানান এবং
GUEST অ্যাপ্রোচ বজায় রাখা।**

প্রয়োজনীয় পিপিই সমূহ

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	১

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এবং ইকুইপমেন্টস	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	গ্রাহক সেবা ডেস্ক	গ্রাহক সেবার জন্য বিশেষ ডেস্ক	পিস	১
২	পয়েন্ট অফ সেল (POS) সিস্টেম	বিক্রয় লেনদেন ব্যবস্থাপনা	সেট	১
৩	বারকোড স্ক্যানার	পণ্যের বারকোড স্ক্যানিং	পিস	১
৪	রিসিট প্রিন্টার	বিক্রয়ের রসিদ প্রিন্টিং	পিস	১
৫	পেমেন্ট কার্ড রিডার	ক্রেডিট/ডেবিট কার্ড লেনদেন	পিস	১
৬	কিউ ডিসপ্লে	গ্রাহকের লাইন ব্যবস্থাপনা	পিস	১
৭	ডিজিটাল সাইনেজ	বিজ্ঞাপন এবং তথ্য প্রদর্শন	পিস	১

প্রয়োজনীয় কাটামাল সমূহ

ক্রম	কাটামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	রিসিট পেপার	তাপীয় রিসিট পেপার	রোল	১
২	প্যাকেজিং টেপ	টেকসই এবং শক্তিশালী টেপ	রোল	১
৩	প্যাকেজিং বাক্স	বিভিন্ন আকারের কাগজের বাক্স	পিস	৫
৪	পলিথিন ব্যাগ	বিভিন্ন আকারের পলিথিন ব্যাগ	পিস	১০

শিখনফল (Learning Outcome)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে

<p>অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১ পেশাদারী কৌশল অনুযায়ী গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করা হয়েছে ২ গ্রাহকের ক্রয় আচরণ নির্ণীত হয়েছে ৩ এস ও পি অনুযায়ী করণীয় এবং বর্জনীয় বজায় রাখা হয়েছে ৪ পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ গ্রাহকদের নিকট উপস্থাপন করা হয়েছে ৫ গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী তুলনা এবং বিকল্পগুলি বর্ণনা করা হয়েছে ৬ বিক্রয় কৌশল প্রয়োগ করা হয়েছে ৭ গ্রাহকদের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়া হয়েছে ৮ প্রযোজ্য ক্ষেত্রে পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষি করা হয়েছে ৯ প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রাসঙ্গিক সুবিধা প্রদান করা হয়েছে ১০ গ্রাহকের দ্বারা ক্রয় নিশ্চিতকরণ করা হয়েছে
<p>শর্ত ও রিসোর্স</p>	<ul style="list-style-type: none"> • কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ • সিবিএলএম • হ্যান্ডআউটস • ল্যাপটপ • মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর • কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার • ইন্টারনেট সুবিধা • হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার • অডিও ভিডিও ভিভাইস
<p>বিষয়বস্তু</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকদের চাহিদা ২. গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ ৩. করণীয় এবং বর্জনীয় ৪. পণ্যের বিবরণ ৫. তুলনা এবং বিকল্পসমূহ ৬. বিক্রয় কৌশল ৭. গ্রাহকদের প্রশ্ন ৮. ভদ্রভাবে দর কষাকষি ৯. প্রাসঙ্গিক সুবিধা ১০. বিক্রয় নিশ্চিতকরণ
<p>অ্যাক্টিভিটি/টাস্ক/জব</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর। ২. গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন। ৩. গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি করুন।
<p>প্রশিক্ষণ পদ্ধতি</p>	<ul style="list-style-type: none"> • আলোচনা (Discussion) • উপস্থাপন (Presentation) • প্রদর্শন (Demonstration) • নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice)

	<ul style="list-style-type: none">• স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice)• প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work)• সমস্যা সমাধান (Problem Solving)• মাথাখাটানো (Brainstorming)
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none">• লিখিত অভীক্ষা (Written Test)• প্রদর্শন (Demonstration)• মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)

প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে

এই শিখনফল অর্জনের লক্ষ্যে শিখনফলে অন্তর্ভুক্ত বিষয়বস্তু এবং পারফরম্যান্স ক্রাইটেরিয়া অর্জনের জন্য নিম্নলিখিত কার্যক্রমগুলো পর্যায়ক্রমে সম্পাদন কর। কার্যক্রমগুলোর জন্য বর্ণিত রিসোর্সসমূহ ব্যবহার কর।

শিখন কার্যক্রম (Learning Activities)	উপকরণ / বিশেষ নির্দেশনা (Resources / Special instructions)
১. প্রশিক্ষণার্থীগণ কোন শিক্ষা উপকরণ ব্যবহার করবে সে সম্পর্কে প্রশিক্ষকের নিকট জানতে চাইবে।	১. প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণার্থীদের “বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ২ : বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ২ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ২ -এর সাথে নিজের উত্তর মিলিয়ে নিশ্চিত কর।
৪. জব/টাস্ক শিট ও স্পেসিফিকেশন শিট অনুযায়ী জব সম্পাদন কর।	৪. নিম্নোক্ত জব/টাস্ক শিট অনুযায়ী জব/টাস্ক সম্পাদন কর টাস্ক শিট ২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর। স্পেসিফিকেশন শিট ২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর। টাস্ক শিট ২.২ গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন। স্পেসিফিকেশন শিট ২.২: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন। টাস্ক শিট ২.৩ গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর। স্পেসিফিকেশন শিট ২.৩: গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর।

ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে

শিখন উদ্দেশ্য (Learning Objective): এই ইনফরমেশন শীট পড়ে শিক্ষার্থীগণ-

- ২.১ পেশাদারী কৌশল অনুযায়ী গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করা হয়েছে
- ২.২ গ্রাহকের ক্রয় আচরণ নির্ণীত হয়েছে
- ২.৩ এস ও পি অনুযায়ী করণীয় এবং বর্জনীয় বজায় রাখা হয়েছে
- ২.৪ পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ গ্রাহকদের নিকট উপস্থাপন করা হয়েছে
- ২.৫ গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী তুলনা এবং বিকল্পগুলি বর্ণনা করা হয়েছে
- ২.৬ বিক্রয় কৌশল প্রয়োগ করা হয়েছে
- ২.৭ গ্রাহকদের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়া হয়েছে
- ২.৮ প্রযোজ্য ক্ষেত্রে পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষি করা হয়েছে
- ২.৯ প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রাসঙ্গিক সুবিধা প্রদান করা হয়েছে
- ২.১০ গ্রাহকের দ্বারা ক্রয় নিশ্চিতকরণ করা হয়েছে

২.১ গ্রাহকদের চাহিদা

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, গ্রাহকদের চাহিদা বোঝা এবং সেই চাহিদা পূরণ করা, একটি ব্যবসার সাফল্যের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করার মাধ্যমে, রিটেইল ব্যবসাগুলো তাদের পণ্য এবং সেবাগুলো উন্নত করতে পারে, নতুন পণ্য এবং সেবা উদ্ভাবন করতে পারে এবং গ্রাহকদের সাথে আরও ভাল সম্পর্ক গড়ে তুলতে পারে।

সাক্ষাৎকার

- সাক্ষাৎকার হল গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করার একটি জনপ্রিয় কৌশল।
- সাক্ষাৎকার ব্যক্তিগতভাবে, ফোনে বা ভিডিও কনফারেন্সের মাধ্যমে পরিচালিত হতে পারে।
- সাক্ষাৎকারের সুবিধা হল যে এটি আপনাকে গ্রাহকদের সাথে আরও গভীরভাবে জড়িত হওয়ার এবং তাদের চাহিদা সম্পর্কে আরও বিস্তারিতভাবে জানতে দেয়।
- সাক্ষাৎকারের অসুবিধা হল যে তারা সময়সাপেক্ষ এবং ব্যয়বহুল হতে পারে।



সক্রিয়ভাবে শোনা (Active Listening)

- মনোযোগী হওয়া: কাস্টমারের কথা মনোযোগ দিয়ে শুনুন, তাদের কথা মাঝপথে বাধা না দিয়ে শেষ করতে দিন।
- নন-ভার্বাল সংকেত: শরীরের ভাষা এবং মুখের অভিব্যক্তি দেখে কাস্টমারের অনুভূতি বোঝার চেষ্টা কর।

সঠিক প্রশ্ন করা (Asking the Right Questions)

- খোলা প্রশ্ন (Open-Ended Questions)

- "আপনার কোন ধরনের পণ্য বা সেবা প্রয়োজন?" এরকম খোলা প্রশ্ন করে কাস্টমারকে তাদের প্রয়োজন সম্পর্কে বিস্তারিত বলতে উৎসাহিত কর।
- "আপনার বর্তমান চ্যালেঞ্জগুলো কি?" এরকম প্রশ্ন করে তাদের সমস্যাগুলো জানতে চেষ্টা কর।
- বন্ধ প্রশ্ন (Closed-Ended Questions)
- "আপনার প্রয়োজন কি" কিংবা "আপনার বাজেট কত?" এরকম প্রশ্ন করে নির্দিষ্ট তথ্য সংগ্রহ কর।

২.২ গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ

গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ নির্ধারণ করা একটি ব্যবসার সাফল্যের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ বুঝতে পারলে, রিটেইল ব্যবসাগুলো তাদের পণ্য এবং সেবাগুলো আরও কার্যকরভাবে বিপণন করতে পারে, তাদের বিক্রয় বাড়াতে পারে এবং গ্রাহকদের সাথে আরও ভাল সম্পর্ক গড়ে তুলতে পারে।

- **কাস্টমার ডেটা সংগ্রহ:** কাস্টমারের পূর্বের কেনাকাটার ইতিহাস, প্রোডাক্ট পছন্দ, এবং ফিডব্যাক সংগ্রহ কর। সেলস রিপোর্ট, CRM ডেটা, এবং ওয়েব বিশ্লেষণ ব্যবহার করে কাস্টমারের আচরণ বিশ্লেষণ কর।
- **বাজার গবেষণা:** বাজার গবেষণা পরিচালনা করে কাস্টমারের কেনাকাটার প্রবণতা এবং চাহিদা সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য সংগ্রহ কর। প্রতিযোগীদের ব্যবসায়ীদের কার্যকলাপ এবং ট্রেন্ড বিশ্লেষণ কর।

মনস্তাত্ত্বিক উপাদান (Psychological Factors)

- **প্রেরণা:** কাস্টমারের কেনাকাটার প্রেরণা (যেমন সমস্যার সমাধান, মানসিক সন্তুষ্টি) বোঝার চেষ্টা কর। তাদের প্রয়োজন এবং আকাঙ্ক্ষার মধ্যে সামঞ্জস্য খুঁজে বের কর।
- **অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক প্রভাব:** কাস্টমারের ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা, বিশ্বাস এবং মূল্যবোধ কিভাবে তাদের ক্রয় সিদ্ধান্তকে প্রভাবিত করে তা বিশ্লেষণ কর। সামাজিক প্রভাব, যেমন পরিবার, বন্ধু, এবং সংস্কৃতি, কিভাবে তাদের ক্রয় আচরণ প্রভাবিত করে তা বোঝার চেষ্টা কর।

ক্রয় প্রক্রিয়া পর্যবেক্ষণ (Observing the Buying Process)

- **তথ্য সংগ্রহের পর্যায় :** কাস্টমার কিভাবে প্রোডাক্ট বা সেবা সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ করে তা পর্যবেক্ষণ কর। তাদের প্রাথমিক তথ্যসূত্র (যেমন ওয়েবসাইট, রিভিউ, সোশ্যাল মিডিয়া) চিহ্নিত কর।
- **মূল্যায়ন এবং সিদ্ধান্ত গ্রহণ:** কাস্টমার কিভাবে বিভিন্ন প্রোডাক্ট বা সেবা মূল্যায়ন করে এবং কোন মানদণ্ডের ভিত্তিতে সিদ্ধান্ত গ্রহণ করে তা বোঝার চেষ্টা কর। তাদের ক্রয়ের সময় যে বিকল্পগুলি বিবেচনা করা হয় তা বিশ্লেষণ কর।
- **ক্রয়ের পরের আচরণ:** ক্রয়ের পরে কাস্টমারের সন্তুষ্টি, ফিডব্যাক এবং পুনরায় ক্রয়ের প্রবণতা পর্যবেক্ষণ কর। পণ্য বা সেবার পর্যালোচনা এবং রেফারেল চেক কর।

২.৩ করণীয় এবং বর্জনীয়

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, উচ্চ মানের গ্রাহক সেবা প্রদান করা একটি প্রতিষ্ঠানের সাফল্যের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকদের সন্তুষ্ট রাখতে এবং দীর্ঘমেয়াদী সম্পর্ক বজায় রাখতে কার্যকর গ্রাহক সেবার ভূমিকা অপরিহার্য। সঠিক অভ্যর্থনা, সক্রিয় শোনা, পণ্যের তথ্য প্রদান, সহজাত আচরণ, সুপারিশ প্রদান, এবং সত্য ও স্বচ্ছতা রক্ষা করে গ্রাহকের সন্তুষ্টি অর্জন করা যায়। এছাড়া, পরিষ্কার কর্মস্থল রক্ষণাবেক্ষণ এবং বিক্রয়ের পর গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ বজায় রাখা প্রতিষ্ঠানকে উন্নত মানের গ্রাহক সেবা প্রদান করতে সাহায্য করে। এই নির্দেশনাগুলি অনুসরণ করলে প্রতিষ্ঠান কেবলমাত্র গ্রাহকের আস্থা অর্জন করবে না, বরং একটি শক্তিশালী ব্র্যান্ড পরিচিতিও গড়ে তুলবে।

করণীয়

ক. গ্রাহকদের হাসিমুখে অভ্যর্থনা কর।

- আন্তরিক ও উৎসাহপূর্ণভাবে স্বাগত জানান, যাতে তারা সম্মানিত ও গুরুত্বপূর্ণ বোধ করে।
- সম্ভব হলে, গ্রাহকের নাম ব্যবহার কর ও সাথে স্যার ম্যাডাম যোগ কর । এটি অভিজ্ঞতাকে আরও ব্যক্তিগত করে তোলে।
- চোখের দৃষ্টি গ্রাহকের চোখে রাখুন, সহজাত বন্ধুত্বপূর্ণ ব্যবহার কর এবং উৎসাহপূর্ণ কণ্ঠে কথা বলুন।

খ. সক্রিয়ভাবে শুনুন

- গ্রাহককে কথা বলায় বাধা না দিয়ে তাদের কথা বলার সুযোগ দিন।
- আরও তথ্য জানতে উন্মুক্ত প্রশ্ন জিজ্ঞাসা কর ।
- গ্রাহকের বক্তব্য পুনরুল্লেখ করে নিশ্চিত কর যে আপনি তাদের কথা বুঝেছেন।



গ. পণ্য জ্ঞান প্রদান কর

- পণ্য বা সেবার বৈশিষ্ট্য, সুবিধা এবং ব্যবহারের ক্ষেত্র সম্পর্কে ভালোভাবে জানুন।
- সহজ ভাষায় তথ্য ব্যখ্যা কর যাতে গ্রাহক সহজেই বুঝতে পারেন।
- গ্রাহকের প্রয়োজন অনুযায়ী পণ্য কীভাবে সহায়তা করবে তা তুলে ধরুন।
- এতে গ্রাহকের আস্থা বাড়বে এবং আপনার দক্ষতা বৃদ্ধি পাবে।

ঘ. সহজাত হন

- উষ্ণ ও বন্ধুত্বপূর্ণ শরীরভঙ্গি ব্যবহার কর ।
- শান্ত ও প্রফুল্ল স্বরে কথা বলুন। দ্রুত বা বিভ্রান্তির সাথে কথা বলবেন না।
- এসব কার্যকালাপ গ্রাহকদের নির্ভরতা দেয় এবং তাদের প্রশ্ন করতে বা উদ্বেগ ভাগ করতে উৎসাহিত করে।

সুপারিশ সামঞ্জস্যপূর্ণ কর

- গ্রাহকের প্রয়োজনীয়তা বুঝতে প্রশ্ন কর ।
- তাদের বাজেট এবং ব্যবহারের উদ্দেশ্য অনুযায়ী সুপারিশ দিন।
- আপনার সুপারিশ তাদের নির্দিষ্ট প্রয়োজনকে কীভাবে পূরণ করবে তা ব্যখ্যা কর ।
- এটি সেবা সমাধান খুঁজে বের করতে আপনার প্রতিশ্রুতি প্রমাণ করে।

ঙ. গ্রাহক সেবাকে অগ্রাধিকার দিন

- গ্রাহকের সন্তুষ্টিকে সর্বাধিক অগ্রাধিকার দিন।
- যেকোনো মূল্যে তাদের সন্তুষ্টি অর্জনে চেষ্টা কর , প্রতিষ্ঠানের রীতিনীতি মেনে।
- গ্রাহকের প্রয়োজন অনুমান কর এবং স্বেচ্ছায় সহায়তা প্রদান কর ।
- চ্যালেঞ্জিং পরিস্থিতিতে ধৈর্য ও সততার সাথে কাজ কর ।
- এতে গ্রাহকের কাছে প্রতিষ্ঠানের ইতিবাচক পরিচিতি তৈরি হয়।

চ. আপসেলিং এবং ক্রস-সেলিং অনুশীলন কর

- গ্রাহকের ক্রয়কে উন্নত করে এমন সম্পূরক পণ্য বা সেবা চিহ্নিত কর ।
- অতিরিক্ত ফিচার বা কার্যক্ষমতা প্রদান করতে পারে এমন আপগ্রেড প্রস্তাব কর ।

- জোর না করে বিবেচনীয় দিক দিন, গ্রাহকের প্রয়োজন কীভাবে পূরণ হচ্ছে তা বুঝিয়ে বলুন। কারণ গ্রাহক সেবার লক্ষ্য হচ্ছে গ্রাহকের অভিজ্ঞতার উন্নতি করা, শুধু বিক্রয় করা নয়।

ছ. সত্য এবং স্বচ্ছতা অনুশীলন কর

- সর্বদা পণ্য ও সেবা সম্পর্কে সঠিক তথ্য প্রদান কর।
- কোনো প্রশ্নের উত্তর না জানলে স্বীকার কর এবং পরে জানাবেন বলুন।
- পণ্যের সীমাবদ্ধতা বা ত্রুটি থাকলে স্পষ্টভাবে বলুন। এতে গ্রাহকের কাছে প্রতিষ্ঠানের বিশ্বাসযোগ্যতা বাড়বে, যদিও অল্প মেয়াদে বিক্রয় কমতে পারে। গ্রাহক জানবে যে এই স্টোর নির্ভরযোগ্য, ফলে তারা বারবার ফিরে আসবে এবং অন্যদের আসতে উৎসাহিত করবে

জ. পরিষ্কার এবং সুসংগঠিত কর্মস্থল রক্ষণাবেক্ষণ

- একটি পরিষ্কার কর্মস্থল গ্রাহকের মধ্যে একটি সুন্দর আবহ তৈরি করে।
- এটি গ্রাহকের প্রয়োজনীয় পণ্য বা সেবা পেতে সহজ করে।
- এটি একটি স্বাচ্ছন্দ্যময় পরিবেশ তৈরি করে।
- নিয়মিত পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা একটি গুরুত্বপূর্ণ অভ্যাস হওয়া উচিত।

ঝ. অনুসরণ করা

- বিক্রির পরে গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ কর যে তারা সন্তুষ্ট কিনা।
- যদি কোনো সমস্যা থাকে, তা সমাধান কর বা অতিরিক্ত প্রশ্নের উত্তর দিন।
- এটি দীর্ঘমেয়াদী সন্তুষ্টির প্রতিশ্রুতি প্রদান করে।
- ভবিষ্যতে আরও সহায়তা প্রদান করার জন্য প্রতিশ্রুতি দিন।

বর্জনীয়

ক. গ্রাহককে কেনাকাটায় জোর করা বা আগ্রাসী না হওয়া

- বিক্রয়ের ক্ষেত্রে অত্যধিক জোরাজুরি বা চাপিয়ে দেয়া যাবে না।
- গ্রাহকদের নিজস্ব সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য সুযোগ দিন।
- বিবেচনীয় দিক-প্রদানকারী সঠিক পদ্ধতি ব্যবহার কর, জোর করে সমাধান চাপিয়ে দেবেন না।
- গ্রাহক না বললে বা দ্বিধাবোধ করলে চাপাচাপি করবেন না।

খ. ধারণা না করা

- প্রতিটি গ্রাহকের প্রয়োজন বুঝে নেওয়ার চেষ্টা কর।
- পূর্ব ধারণা করা থেকে বিরত থাকুন।
- সমস্যা সমাধানের আগে সমস্যাটা পুনরায় বুঝার জন্য বা নিশ্চিত হওয়ার জন্য প্রশ্ন কর।

গ. গ্রাহকদের উপেক্ষিত না করা

- গ্রাহককে সম্মানিত বোধ করানো জন্য তাদের অনুরোধগুলির সঠিক সময়ে সমাধান দিন।
- সমাধান দিতে সময় লাগলে নিয়মিত আপডেট দিন।
- পণ্য বা সেবা নেয়ার পর নিশ্চিত কর যে গ্রাহকের প্রয়োজন পূর্ণ হয়েছে।

	
গ্রাহকদের উপেক্ষিত না করা	গ্রাহককে কেনাকাটায় জোর করা বা আগ্রাসী না হওয়া

ঘ. গ্রাহকদের বাধা না দেওয়া

- গ্রাহকদের নিজেদের মনোভাব প্রকাশ করতে সুযোগ দিন।
- সক্রিয় ভাবে শুনুন।
- প্রতিক্রিয়া প্রদানের আগে গ্রাহকের চিন্তাধারার প্রকাশের সুযোগ দিন।
- সমস্যাটি সঠিকভাবে বুঝার আগে সমাধান প্রস্তাব করবেন না।

ঙ. প্রশিক্ষণ উপেক্ষা না করা

- গ্রাহক সেবা স্টাফদের জন্য নিয়মিত প্রশিক্ষণ প্রদান কর।
- প্রোডাক্ট জ্ঞান, যোগাযোগ দক্ষতা এবং সমস্যা সমাধান ক্ষমতা অর্জনে সহায়তা কর।
- অন্যদের পর্যবেক্ষণ এবং নিয়মিত শিক্ষার সুযোগ প্রদান কর।
- স্টাফদের বিভিন্ন গ্রাহক পরিস্থিতি সামলাতে সক্ষমতা অর্জনে সহায়তা কর।

চ. নেগেটিভ আচরণ করবেন না

- অভিযোগ, সমালোচনা বা বিষণ্ণতা পরিহার কর।
- সহানুভূতিশীল প্রতিক্রিয়া এবং বিস্তারিতভাবে পরবর্তী পদক্ষেপ উপস্থাপন কর।
- সার্বিক, ক্রুদ্ধ আচরণ এবং শত্রুতাপূর্ণ ভাষা এড়িয়ে চলুন।

ছ. শারীরিক ভাষা উপেক্ষা করবেন না

- শরীরের ভঙ্গি, চোখের দিকে তাকানো এবং মুখভাবের মতো সংকেতগুলিতে মনোযোগ দিন।
- ইতিবাচক শারীরিক ভাষার প্রতিচ্ছবি তৈরি কর।

জ. মিথ্যা প্রতিশ্রুতি দিবেন না

- যা বাস্তবায়ন করতে পারেন তা সঠিকভাবে সামনে আনুন।
- ক্ষুদ্র, অর্জনযোগ্য লক্ষ্য নির্ধারণ কর।
- আপনার রিটেইল স্টোরের কিংবা পণ্যের সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে স্পষ্টভাবে বলুন।

২.৪ পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ

পণ্যের বিবরণ কাস্টমারের কাছে সঠিকভাবে ব্যাখ্যা করতে বিভিন্ন কৌশল ব্যবহার করা যেতে পারে। এতে কাস্টমার পণ্য সম্পর্কে পরিষ্কার ধারণা পান এবং কেনার আগে তার সব প্রশ্নের উত্তর পেতে পারেন। বিস্তারিত বিবরণের জন্য নিম্নলিখিত পদ্ধতিগুলি অনুসরণ করা যেতে পারে।

ফিচার ব্যাখ্যা (Explaining Features)

পণ্যের প্রযুক্তিগত দিক যেমন স্পেসিফিকেশন, উপকরণ, এবং নির্মাণ পদ্ধতি সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য দিন। উদাহরণস্বরূপ, একটি স্মার্টফোনের প্রসেসর, র‍্যাম, স্টোরেজ, এবং ক্যামেরা স্পেসিফিকেশন ব্যাখ্যা করা। পণ্যের কার্যকরী ফিচারগুলো ব্যাখ্যা কর, যেমন কিভাবে পণ্যটি কাজ করে এবং এর বিশেষ ফাংশনগুলি কি।



সুবিধা ব্যাখ্যা (Explaining Benefits)

পণ্যটি কিভাবে কাস্টমারের সমস্যার সমাধান করে তা ব্যাখ্যা কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি ওয়াটার পিউরিফায়ার কীভাবে পানি বিশুদ্ধ করে এবং স্বাস্থ্য সুরক্ষা প্রদান করে। পণ্যটি কিভাবে কাস্টমারের জীবন বা কাজকে উন্নত করতে পারে তা পরিষ্কারভাবে তুলে ধরুন।

ব্যবহার পদ্ধতি (Usage Instructions)

পণ্যটি কিভাবে ব্যবহার করতে হবে তা ধাপে ধাপে বুঝিয়ে দিন। উদাহরণস্বরূপ, একটি কফি মেকার ব্যবহার করার পদ্ধতি ধাপে ধাপে দেখানো। প্রয়োজন হলে পণ্যের ডেমো প্রদর্শন কর যাতে কাস্টমার ব্যবহার পদ্ধতি সম্পর্কে সরাসরি ধারণা পেতে পারে।

প্রমাণ এবং উদাহরণ (Proof and Examples)

অন্যান্য কাস্টমারদের রিভিউ এবং টেস্টিমোনিয়াল শেয়ার কর যাতে নতুন কাস্টমাররা পণ্য সম্পর্কে ইতিবাচক ধারণা পায়। সফল কেস স্টাডি শেয়ার কর যেখানে পণ্যটি কিভাবে কাস্টমারের সমস্যা সমাধান করেছে তা দেখানো হয়েছে।

ভিজুয়াল উপকরণ (Visual Aids)

পণ্যের ইমেজ এবং ভিডিও ব্যবহার করে পণ্যটির বিভিন্ন ফিচার এবং ব্যবহার পদ্ধতি প্রদর্শন কর। পণ্যের মূল ফিচার এবং সুবিধাগুলি সহজে বোঝানোর জন্য ইনফোগ্রাফিক্স ব্যবহার কর।

২.৫ তুলনা এবং বিকল্পসমূহ

কাস্টমারের প্রয়োজন অনুযায়ী বিভিন্ন পণ্যের তুলনা এবং বিকল্প সমাধান প্রস্তাব করা গুরুত্বপূর্ণ। এটি কাস্টমারকে সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করে এবং তাদের সন্তুষ্টি বাড়ায়।

তুলনা (Comparison)

বিভিন্ন পণ্যের ফিচার এবং সুবিধার তুলনা কর। উদাহরণস্বরূপ, যদি দুটি মোবাইল ফোনের মধ্যে তুলনা করতে হয়, তাহলে তাদের ক্যামেরা, ব্যাটারি লাইফ, প্রসেসর ইত্যাদি ফিচারের তুলনা কর। একটি তুলনা টেবিল তৈরি কর যেখানে বিভিন্ন পণ্যের মূল ফিচার এবং সুবিধাগুলি এক নজরে দেখা যাবে।



বিভিন্ন পণ্যের মূল্য এবং মানের তুলনা করে কাস্টমারকে সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা কর। উদাহরণস্বরূপ, দুটি ল্যাপটপের মধ্যে তুলনা করতে হলে তাদের মূল্য, পারফরম্যান্স, এবং ওয়ারেন্টির তুলনা কর।

বিকল্প সমাধান (Alternative Solutions)

কাস্টমারের প্রয়োজন অনুযায়ী উপযুক্ত বিকল্প পণ্য বা সেবা প্রস্তাব কর। উদাহরণস্বরূপ, যদি কাস্টমার একটি নির্দিষ্ট ব্র্যান্ডের প্রোডাক্ট না পান, তবে সমমানের অন্য একটি ব্র্যান্ডের প্রোডাক্ট প্রস্তাব কর।

প্রতিটি বিকল্পের সুবিধা এবং অসুবিধা সম্পর্কে কাস্টমারকে জানিয়ে দিন যাতে তারা সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, দুটি সফটওয়্যারের মধ্যে তুলনা করতে হলে তাদের সুবিধা এবং সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে বিস্তারিতভাবে আলোচনা কর।

২.৬ বিক্রয় কৌশল প্রয়োগ করা

বিক্রয় কৌশল হলো এমন একটি পদ্ধতি যা বিক্রয় প্রক্রিয়াকে সহজতর করতে এবং বিক্রয়ের পরিমাণ বাড়াতে সহায়তা করে। বিক্রয় কৌশল প্রয়োগের মাধ্যমে, বিক্রেতারা গ্রাহকদের চাহিদা বুঝতে পারেন, তাদের পণ্য বা সেবার বৈশিষ্ট্য তুলে ধরতে পারেন এবং গ্রাহকদের কাছে তাদের পণ্য বা সেবা বিক্রি করতে পারেন।

প্রভাবশালী বিক্রয় কৌশলগুলি গ্রাহকদের সাথে সংযোগ স্থাপন, তাদের চাহিদা পূরণ এবং বিক্রয় লক্ষ্যে পৌঁছানোর জন্য অপরিহার্য। এখানে বিভিন্ন বিক্রয় কৌশলের বিশদ ব্যাখ্যা দেওয়া হল:

ক. অ্যাড-অন বিক্রয় (Add-On Sale)

অ্যাড-অন বিক্রয় হল একটি সাধারণ বিক্রয় কৌশল যা অতিরিক্ত বিক্রয়ের মাধ্যমে গ্রাহক-প্রতি আয় এবং মুনাফা বাড়াতে ব্যবহৃত হয়। মূল ধারণা হল একজন গ্রাহকের কাছে সম্পূর্ণ বা আনুষঙ্গিক পণ্য/পরিষেবা বিক্রি করা যিনি ইতিমধ্যেই একটি প্রাথমিক পণ্য বা পরিষেবা ক্রয় করেছেন।

অ্যাড-অন বিক্রয়ের উদাহরণ

- ইলেকট্রনিক্স, যন্ত্রপাতি এবং অন্যান্য টেকসই পণ্যের জন্য বর্ধিত ওয়ারেন্টি বা সুরক্ষা পরিকল্পনা প্রস্তাব।
- একটি মূল গাড়ি ক্রয়ের সময় আনুষঙ্গিক বা আপগ্রেড (যেমন বড় স্টোরেজ, প্রিমিয়াম বৈশিষ্ট্য, ইত্যাদি) প্রস্তাব।
- একটি প্রধান খাবারের সাথে অতিরিক্ত সাইড ডিশ বা ডেজার্ট প্রস্তাব।
- একটি পোশাক ক্রয়ের সাথে মিলিয়ে আনুষঙ্গিক জিনিসপত্র যেমন বেল্ট, স্কার্ফ বা গহনা প্রস্তাব।



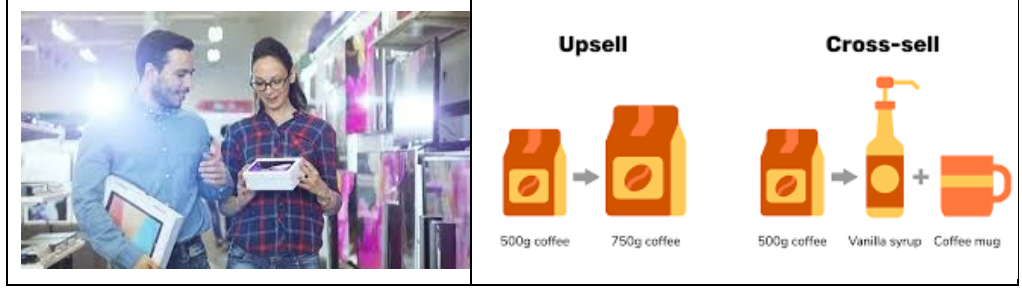
খ. উন্নয়ন বিক্রি (Upselling)

উন্নয়ন বিক্রি হল বিক্রয় কৌশলের একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ যেখানে গ্রাহককে একটি প্রাথমিক ক্রয়ের তুলনায় আরও ব্যয়বহুল বা উচ্চতর মানের পণ্য বা পরিষেবা কেনার জন্য প্ররোচিত করা হয়। এই কৌশলটির উদ্দেশ্য হল গড় ক্রয় মূল্য বৃদ্ধি করা।

উন্নয়ন বিক্রয়ের উদাহরণ

- একটি গ্রাহক যদি একটি বেসিক ল্যাপটপ কিনতে চান, তবে বিক্রেতা তাকে উচ্চতর বৈশিষ্ট্যযুক্ত এবং ব্যয়বহুল ল্যাপটপের প্রস্তাব দিতে পারেন।
- যখন গ্রাহক একটি সাধারণ মেনু আইটেম অর্ডার করেন, তখন ওয়েটার বা ওয়েট্রেস তাকে প্রিমিয়াম ডিশ বা অতিরিক্ত টপিংসের প্রস্তাব দিতে পারেন।

- যখন গ্রাহক একটি বেস মডেলের গাড়ি কিনতে চান, তখন বিক্রেতা তাকে প্রিমিয়াম প্যাকেজ, যেমন উন্নত নিরাপত্তা বৈশিষ্ট্য বা বিলাসবহুল অভ্যন্তর, প্রস্তাব দিতে পারেন।



গ. চক্রাকার বিক্রয় (Cross-Selling)

চক্রাকার বিক্রয় হল একটি বিক্রয় কৌশল যাতে গ্রাহকরা প্রাথমিক পণ্য বা পরিষেবা কেনার পাশাপাশি সম্পর্কিত বা পরিপূরক পণ্যও কেনেন। এই কৌশলটির লক্ষ্য হল বিক্রয় বৃদ্ধি করা এবং গ্রাহকের চাহিদা পূরণ করা, যা গ্রাহক সন্তুষ্টি এবং আনুগত্য বাড়াতে সাহায্য করে।

সাধারণ চক্রাকার বিক্রয়ের উদাহরণ

- একটি ল্যাপটপ কিনলে একটি মাউস, কীবোর্ড, বা ল্যাপটপ ব্যাগ প্রস্তাব করা।
- একটি ক্যামেরা কিনলে অতিরিক্ত লেন্স, মেমরি কার্ড বা ক্যামেরা ব্যাগ প্রস্তাব করা।
- একটি ওয়াশিং মেশিন কিনলে ডিটারজেন্ট বা ওয়াশিং মেশিন স্ট্যান্ড প্রস্তাব করা।
- একটি শ্যাম্পু কিনলে কন্ডিশনার বা হেয়ার সিরাম প্রস্তাব করা।
- একটি মেকআপ সেট কিনলে মেকআপ রিমুভার বা ব্রাশ সেট প্রস্তাব করা।



ঘ. ঝাঙ্কা বিক্রি (Push Selling)

ঝাঙ্কা বিক্রি একটি বিক্রয় কৌশল যেখানে বিক্রেতা সক্রিয়ভাবে এবং প্রায়শই আক্রমণাত্মকভাবে গ্রাহকদের একটি পণ্য বা পরিষেবা কেনার জন্য চাপ প্রয়োগ করেন। এই কৌশলের মূল লক্ষ্য হল দ্রুত বিক্রয় সম্পন্ন করা এবং বিক্রির সংখ্যা বাড়ানো, সাধারণত গ্রাহকদের দ্রুত সিদ্ধান্ত নিতে উৎসাহিত করা হয়।

সাধারণ ঝাঙ্কা বিক্রয়ের উদাহরণ

- ফোন কলের মাধ্যমে গ্রাহকদের কাছে পণ্য বা পরিষেবা বিক্রি করা, যেখানে বিক্রেতা গ্রাহককে তাৎক্ষণিক সিদ্ধান্ত নিতে চাপ দেয়।
- বিক্রয়কর্মীরা গ্রাহকদের নির্দিষ্ট পণ্য কেনার জন্য প্রচন্ডভাবে চাপ দেয়, বিশেষ করে ডিসকাউন্ট বা সীমিত সময়ের অফার দিয়ে।
- পপ-আপ বিজ্ঞাপন বা অবিরাম ইমেল প্রচারাভিযান যেখানে গ্রাহককে অবিলম্বে একটি ক্রয় সিদ্ধান্ত গ্রহণ করতে উৎসাহিত করা হয়, যেমন "এখনই কিনুন" বা "মজুদ সীমিত, তাড়াতাড়ি কর"।

ঙ. টেনে আনা বিক্রি (Pull Selling)

টেনে আনা বিক্রি এমন একটি বিক্রয় কৌশল যেখানে বিক্রেতা গ্রাহকদের চাহিদা এবং আকাঙ্ক্ষাকে কেন্দ্র করে কাজ করে। এই কৌশলের লক্ষ্য হল গ্রাহকদের কাছে পণ্য বা পরিষেবা সম্পর্কে সচেতনতা এবং আগ্রহ তৈরি করা, যাতে তারা নিজেরাই সেই পণ্য বা পরিষেবা কেনার সিদ্ধান্ত নেয়।

টেনে আনা বিক্রয়ের উদাহরণ

- বিজ্ঞাপন, সোশ্যাল মিডিয়া প্রচারাভিযান এবং কন্টেন্ট মার্কেটিং এর মাধ্যমে ব্র্যান্ড সচেতনতা বৃদ্ধি করা।
- প্রভাবশালী ব্যক্তিদের মাধ্যমে পণ্য বা পরিষেবার প্রচার করা, যারা তাদের অনুসারীদের মধ্যে বিশ্বাসযোগ্যতা এবং আগ্রহ তৈরি করে।
- সন্তুষ্ট গ্রাহকদের রিভিউ এবং টেস্টিমোনিয়াল ব্যবহার করে নতুন গ্রাহকদের আগ্রহী করা।

২.৭ গ্রাহকদের প্রশ্নের

গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়া হলো রিটেইল সেলস সার্ভিসের একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক। গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতারা গ্রাহকদের সন্তুষ্ট করতে পারেন, তাদের পণ্য বা সেবা সম্পর্কে তথ্য প্রদান করতে পারেন এবং বিক্রয়ের সম্ভাবনা বাড়াতে পারেন।

গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার উপকারিতা

গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার বিভিন্ন উপকারিতা রয়েছে, যেমন:

- গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতারা গ্রাহকদের সন্তুষ্ট করতে পারেন। যখন গ্রাহকেরা তাদের প্রশ্নের সঠিক উত্তর পান, তখন তারা বিক্রেতার সাথে এবং দোকানের প্রতি সন্তুষ্ট হন।
- গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতারা গ্রাহকদের পণ্য বা সেবা সম্পর্কে তথ্য প্রদান করতে পারেন। যখন গ্রাহকেরা পণ্য বা সেবা সম্পর্কে প্রশ্ন করেন, তখন বিক্রেতারা তাদের প্রশ্নের উত্তর দিতে পারেন এবং তাদের পণ্য বা সেবা সম্পর্কে তথ্য প্রদান করতে পারেন।
- গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতারা বিক্রয়ের সম্ভাবনা বাড়াতে পারেন। যখন গ্রাহকেরা তাদের প্রশ্নের সঠিক উত্তর পান এবং পণ্য বা সেবা সম্পর্কে তথ্য পান, তখন তারা পণ্য বা সেবা কেনার সম্ভাবনা বেশি থাকে।
- গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতারা গ্রাহকদের সাথে সম্পর্ক উন্নত করতে পারেন। যখন গ্রাহকেরা তাদের প্রশ্নের সঠিক উত্তর পান এবং বিক্রেতার সাথে ভালো অভিজ্ঞতা লাভ করেন, তখন তারা ভবিষ্যতে আবার দোকানে আসার সম্ভাবনা বেশি থাকে।
- গ্রাহকের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়ার মাধ্যমে, বিক্রেতাদের আত্মবিশ্বাস বাড়াতে পারেন। যখন বিক্রেতারা গ্রাহকের প্রশ্নের সঠিক উত্তর দিতে পারেন, তখন তারা তাদের পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জ্ঞানী হন এবং তাদের আত্মবিশ্বাস বাড়ে।



২.৮ প্রয়োজ্য ক্ষেত্রে পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষি

দর কষাকষি হল এমন একটি প্রক্রিয়া যেখানে দুই বা ততোধিক পক্ষ তাদের মধ্যে বিদ্যমান মতবিরোধ সমাধানের জন্য আলোচনা করে। দর কষাকষি হতে পারে আনুষ্ঠানিক বা অনানুষ্ঠানিক, এবং এটি ব্যক্তিগতভাবে, ফোনে বা অনলাইনে হতে পারে।

ভদ্রভাবে দর কষাকষি হল আলোচনার একটি ধরন যেখানে জড়িত পক্ষগুলি একে অপরের প্রতি সম্মান এবং বোঝাপড়া দেখায়। সৌজন্যমূলক আলোচনার লক্ষ্য হল এমন একটি সমাধানে পৌঁছানো যা জড়িত সকল পক্ষের জন্য গ্রহণযোগ্য।

পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষির নীতিগুলি

- পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষি, জড়িত সকল পক্ষের প্রতি সম্মান দেখানো গুরুত্বপূর্ণ। এর মানে হল তাদের মতামত শোনা, তাদের সাথে একমত না হলেও তাদের সাথে বন্ধুত্বপূর্ণ এবং পেশাদার আচরণ করা।
- পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষিতে, জড়িত সকল পক্ষের দৃষ্টিভঙ্গি বোঝার চেষ্টা করা গুরুত্বপূর্ণ। এর মানে হল তাদের মতামত শোনা, তাদের প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করা এবং তাদের দৃষ্টিভঙ্গি দেখার চেষ্টা করা।
- পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষিতে, জড়িত সকল পক্ষের সহযোগিতা করা গুরুত্বপূর্ণ। এর মানে হল এমন একটি সমাধানে পৌঁছানোর জন্য একসাথে কাজ করা যা সকলের জন্য গ্রহণযোগ্য।
- পেশাদারিত্বের সাথে দর কষাকষিতে, সমঝোতা করতে ইচ্ছুক হওয়া গুরুত্বপূর্ণ। এর মানে হল আপনি যা চান তা না পেলেও এমন একটি সমাধানে পৌঁছানোর জন্য প্রস্তুত থাকা যা আপনার এবং অন্য পক্ষের জন্য গ্রহণযোগ্য।



২.৯ প্রাসঙ্গিক সুবিধা

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, ব্যবসায়গুলির জন্য গ্রাহকদের আকৃষ্ট করা এবং তাদের আনুগত্য বজায় রাখা অপরিহার্য। এটি অর্জনের জন্য বিভিন্ন বিপণন কৌশল রয়েছে, যার মধ্যে গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রাম, ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফার, মৌসুমী অফার এবং স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল অন্তর্ভুক্ত রয়েছে। এই কৌশলগুলি ব্যবসায়গুলিকে গ্রাহকদের সাথে ইতিবাচক সম্পর্ক গড়ে তুলতে, তাদের বিক্রয় বাড়াতে এবং তাদের সামগ্রিক সাফল্য অর্জন করতে সহায়তা করতে পারে।

ক. গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রাম

গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রামগুলির বিভিন্ন সুবিধা রয়েছে, যার মধ্যে রয়েছে

- গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রামগুলি গ্রাহকদের একজন খুচরা বিক্রেতার কাছে ফিরে আসতে উৎসাহিত করে, তাদের পয়েন্ট, রিওয়ার্ড এবং অন্যান্য সুবিধা প্রদান করে যা তাদের ক্রয়ের উপর ভিত্তি করে গ্রাহকরা উপার্জন করে থাকে। এটি গ্রাহকদের সাথে দীর্ঘমেয়াদী সম্পর্ক গড়ে তুলতে এবং তাদের একটি নির্দিষ্ট খুচরা বিক্রেতার কাছে ফিরে আসতে উৎসাহিত করতে সহায়তা করে।

- গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রামগুলি গ্রাহকদের আরও বেশি ব্যয় করতে উৎসাহিত করতে পারে, কারণ তারা প্রদত্ত পুরস্কার এবং সুবিধাগুলি অর্জন করতে চায়। এটি ব্যবসায়ের জন্য বিক্রয় বৃদ্ধিতে এবং লাভজনকতা বৃদ্ধিতে সহায়তা করতে পারে।
- গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রামগুলি ব্যবসায়গুলিকে তাদের গ্রাহকদের ক্রয় অভ্যাস এবং পছন্দ সম্পর্কে মূল্যবান অন্তর্দৃষ্টি সংগ্রহ করতে দেয়। এই তথ্য ব্যবসায়গুলিকে তাদের মার্কেটিং প্রচারাভিযানগুলিকে কাস্টমাইজ করতে এবং গ্রাহকদের চাহিদা পূরণ করে এমন পণ্য এবং পরিষেবা বিকাশ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।
- গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রামগুলি গ্রাহকদের নিজেদের মূল্যবান বোধ করতে এবং প্রশংসিত বোধ করতে সহায়তা করে, যা তাদের সামগ্রিক সন্তুষ্টি বাড়াতে পারে। এটি গ্রাহক ধারণের হার বৃদ্ধিতে এবং ইতিবাচক মুখের শব্দ প্রচারে সহায়তা করতে পারে।



খ. ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফার

ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফারগুলির বিভিন্ন সুবিধা রয়েছে, যার মধ্যে রয়েছে

- ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফারগুলি গ্রাহকদের কাছে পণ্য বা পরিষেবা ক্রয় করতে উৎসাহিত করে, তাদের কম দামে পণ্য বা পরিষেবা অর্জনের সুযোগ প্রদান করে। এটি ব্যবসায়ের জন্য বিক্রয় এবং আয় বৃদ্ধিতে সহায়তা করতে পারে।
- ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফার ব্যবসায়ের জন্য নতুন গ্রাহক আকৃষ্ট করতে পারে, তাদের পণ্য বা পরিষেবাগুলি ক্রয় করার জন্য একটি আকর্ষণীয় অফার প্রদান করে। এটি ব্যবসায়ের নতুন বাজারে প্রবেশ করতে এবং তাদের গ্রাহক ভিত্তি প্রসারিত করতে সহায়তা করতে পারে।
- ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফার রিটেইল ব্যবসায়গুলিকে তাদের গুদাম থেকে অতিরিক্ত বা পুরানো স্টক পরিষ্কার করতে সহায়তা করতে পারে। এটি ব্যবসায়গুলিকে তাদের নগদ প্রবাহ বাড়ায় এবং নতুন স্টকের জন্য জায়গা তৈরি করতে সহায়তা করতে পারে।
- ডিসকাউন্ট এবং প্রচারমূলক অফার ব্যবসায়গুলিকে প্রতিযোগিতার সাথে প্রতিদ্বন্দ্বিতা করতে সহায়তা করতে পারে, গ্রাহকদের তাদের পণ্য বা পরিষেবাগুলি বেছে নেওয়ার জন্য একটি প্রতিযোগিতামূলক মূল্য প্রদান করে। এটি ব্যবসায়ের বাজারে তাদের অবস্থান বজায় ধরে রাখতে সহায়তা করতে পারে।



গ. ঋতুভিত্তিক অফার

ঋতুভিত্তিক অফারগুলির বিভিন্ন সুবিধা রয়েছে, যার মধ্যে রয়েছে:

- ঋতুভিত্তিক অফার গ্রাহকদের একটি নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে পণ্য বা পরিষেবা ক্রয় করতে উৎসাহিত করে। এটি ব্যবসায়ের জন্য তাদের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে এবং ব্যস্ত এবং ধীর সময়ের মধ্যে ভারসাম্য বজায় রাখতে সহায়তা করতে পারে।

- ঋতুভিত্তিক অফার ব্যবসায়গুলিকে একটি নির্দিষ্ট ঋতুর শেষে অতিরিক্ত বা পুরানো স্টক পরিষ্কার করতে সহায়তা করতে পারে। এটি ব্যবসায়গুলিকে তাদের নগদ প্রবাহ উন্নত করতে এবং নতুন ঋতুর পণ্যের জন্য জায়গা তৈরি করতে সহায়তা করতে পারে।
- ঋতুভিত্তিক অফার ব্যবসায়ের জন্য নতুন পণ্য বা পরিষেবা প্রচার করতে পারে, গ্রাহকদের একটি আকর্ষণীয় মূল্যে তাদের পণ্য বা পরিষেবা ক্রয় করার সুযোগ প্রদান করে। এটি ব্যবসায়ের গ্রাহকদের কাছে নতুন পণ্য বা পরিষেবা পরিচিত করতে এবং তাদের বিক্রয় বৃদ্ধিতে সহায়তা করতে পারে।
- ঋতুভিত্তিক অফার বছরের বিভিন্ন সময়ে বিভিন্ন মূল্যে পণ্য বা পরিষেবা বিক্রি করে। এটি ব্যবসায়গুলিকে তাদের লাভ সর্বাধিক করতে এবং গ্রাহক চাহিদার সাথে তাদের মূল্য নির্ধারণ সামঞ্জস্য করতে সহায়তা করতে পারে।



ঘ. স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল

স্টক ক্লিয়ারেন্স সেলগুলির বিভিন্ন সুবিধা রয়েছে, যার মধ্যে রয়েছে

- স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল রিটেইল ব্যবসায়গুলিকে তাদের গুদাম থেকে অতিরিক্ত বা পুরানো স্টক পরিষ্কার করতে সহায়তা করে। এটি রিটেইল ব্যবসায়গুলিকে তাদের নগদ প্রবাহ উন্নত করতে এবং নতুন স্টকের জন্য জায়গা তৈরি করতে সহায়তা করতে পারে।
- স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল ব্যবসায়গুলিকে নতুন স্টকের জন্য জায়গা তৈরি করতে সহায়তা করে। এটি রিটেইল ব্যবসায়গুলিকে সাম্প্রতিক ট্রেন্ড এবং গ্রাহক চাহিদার সাথে তাল মিলিয়ে তাদের পণ্য নির্বাচন আপডেট করতে সহায়তা করতে পারে।
- স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল ব্যবসায়ের জন্য নতুন গ্রাহক আকর্ষণ করতে পারে, তাদের কম দামে পণ্য বা পরিষেবা অর্জনের সুযোগ প্রদান করে। এটি ব্যবসায়ের নতুন বাজারে প্রবেশ করতে এবং তাদের গ্রাহক ভিত্তি প্রসারিত করতে সহায়তা করতে পারে।
- স্টক ক্লিয়ারেন্স সেল ব্যবসায়ের জন্য ব্র্যান্ড সচেতনতা বাড়াতে পারে, বিশেষ করে যদি সেল ভালভাবে প্রচার করা হয়। এটি ব্যবসায়ের আরও ব্যাপকভাবে শ্রোতাদের কাছে পৌঁছাতে এবং তাদের ব্র্যান্ডকে উন্নত করতে সহায়তা করতে পারে।



২.১০ গ্রাহকদের দ্বারা বিক্রয় নিশ্চিতকরণ করা

খুচরা বিক্রয়ে গ্রাহকদের দ্বারা বিক্রয় নিশ্চিতকরণের বিস্তারিত বিবরণ

গ্রাহকের অর্ডার নিশ্চিতকরণ

- খুচরা বিক্রয়ে, গ্রাহকের অর্ডার নিশ্চিতকরণ হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রাহকরা নিশ্চিত করে যে তারা একটি নির্দিষ্ট পণ্য ক্রয় করতে চান।
- এই নিশ্চিতকরণটি সাধারণত একটি ক্যাশ রেজিস্টার, স্ব-চেকআউট কিয়স্ক বা অনলাইন শপিং কার্টের মাধ্যমে দেওয়া হয়।
- গ্রাহকের অর্ডার নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারে যে গ্রাহকরা তাদের ক্রয় সম্পর্কে সচেতন এবং তারা সঠিক পণ্য অর্ডার করছেন।

পেমেন্ট নিশ্চিতকরণ

- খুচরা বিক্রয়ে, পেমেন্ট নিশ্চিতকরণ হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রাহকরা নিশ্চিত করে যে তারা তাদের অর্ডারের জন্য পেমেন্ট করেছেন।
- এই নিশ্চিতকরণটি সাধারণত নগদ, ক্রেডিট কার্ড, ডেবিট কার্ড বা অন্যান্য ইলেকট্রনিক পেমেন্ট পদ্ধতির মাধ্যমে দেওয়া হয়।
- পেমেন্ট নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারে যে গ্রাহকরা তাদের অর্ডারের জন্য পেমেন্ট করেছেন এবং তাদের অর্ডার প্রক্রিয়া করা যেতে পারে।

পণ্য গ্রহণ নিশ্চিতকরণ

- খুচরা বিক্রয়ে, পণ্য গ্রহণ নিশ্চিতকরণ হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রাহকরা নিশ্চিত করে যে তারা তাদের অর্ডারকৃত পণ্যগুলি পেয়েছেন।
- এই নিশ্চিতকরণটি সাধারণত গ্রাহককে পণ্যগুলি হস্তান্তর করার মাধ্যমে দেওয়া হয়।
- পণ্য গ্রহণ নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারে যে গ্রাহকরা তাদের অর্ডারকৃত পণ্যগুলি পেয়েছেন এবং তারা সন্তুষ্ট।

রিটার্ন এবং এক্সচেঞ্জ নিশ্চিতকরণ

- খুচরা বিক্রয়ে, রিটার্ন এবং এক্সচেঞ্জ নিশ্চিতকরণ হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রাহকরা নিশ্চিত করে যে তারা তাদের অর্ডারকৃত পণ্যগুলি ফেরত দিয়েছেন বা এক্সচেঞ্জ করেছেন।
- এই নিশ্চিতকরণটি সাধারণত গ্রাহককে একটি রিটার্ন রশিদ বা এক্সচেঞ্জ রশিদ প্রদানের মাধ্যমে দেওয়া হয়।
- রিটার্ন এবং এক্সচেঞ্জ নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারে যে গ্রাহকরা তাদের রিটার্ন বা এক্সচেঞ্জ প্রক্রিয়া সম্পর্কে সন্তুষ্ট।

কাস্টমার সার্ভিস নিশ্চিতকরণ

- খুচরা বিক্রয়ে, কাস্টমার সার্ভিস নিশ্চিতকরণ হল একটি প্রক্রিয়া যার মাধ্যমে গ্রাহকরা নিশ্চিত করে যে তারা তাদের ক্রয় এবং কেনাকাটার অভিজ্ঞতা সম্পর্কে সন্তুষ্ট।
- এই নিশ্চিতকরণটি সাধারণত গ্রাহকদের সাথে একটি সার্ভে, ফোন কল বা ইমেলের মাধ্যমে দেওয়া হয়।
- কাস্টমার সার্ভিস নিশ্চিতকরণের মাধ্যমে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারে যে গ্রাহকরা তাদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতা সম্পর্কে সন্তুষ্ট এবং তারা তাদের ব্যবসায়ের সাথে ফিরে আসবেন।

সেলফ চেক (Self-Check)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে

প্রশিক্ষার্থীদের জন্য নির্দেশনা: উপরোক্ত ইনফরমেশন শীট পাঠ করে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন-

অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন:

১. প্রশ্ন: গ্রাহকের চাহিদা জিজ্ঞাসা করার সময় কোন পেশাদার কৌশলগুলি ব্যবহার করা হয়?

উত্তর:

২. প্রশ্ন: গ্রাহকের ক্রয় আচরণ কীভাবে নির্ধারণ করা হয়?

উত্তর:

৩. প্রশ্ন: এসওপি অনুসারে করণীয় এবং বর্জনীয়গুলি কী কী?

উত্তর:

৪. প্রশ্ন: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিশদ বিবরণ কীভাবে ব্যাখ্যা করা হয়?

উত্তর:

৫. প্রশ্ন: গ্রাহকের চাহিদা অনুসারে তুলনা এবং বিকল্পগুলি কীভাবে সংক্ষেপে বলা হয়?

উত্তর:

৬. প্রশ্ন: বিক্রয় কৌশলগুলি কীভাবে প্রয়োগ করা হয়?

উত্তর:

৭. প্রশ্ন: গ্রাহকের প্রশ্নগুলি কীভাবে সঠিকভাবে উত্তর দেওয়া হয়?

উত্তর:

৮. প্রশ্ন: প্রযোজ্য হলে কীভাবে ভদ্র আলোচনা করা হয়?

উত্তর:

উত্তর পত্র (Answer Key)-২: বিক্রয় কার্যক্রম সম্পন্ন করতে পারবে

প্রশিক্ষার্থীদের জন্য নির্দেশনা: উপরোক্ত ইনফরমেশন শীট পাঠ করে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন-

অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন:

১. প্রশ্ন: গ্রাহকের চাহিদা জিজ্ঞাসা করার সময় কোন পেশাদার কৌশলগুলি ব্যবহার করা হয়?

উত্তর: গ্রাহকের চাহিদা জিজ্ঞাসা করার সময়, সক্রিয় শ্রবণ, খোলা প্রশ্ন এবং স্পষ্টকরণের মতো পেশাদার কৌশলগুলি ব্যবহার করা হয়।

২. প্রশ্ন: গ্রাহকের ক্রয় আচরণ কীভাবে নির্ধারণ করা হয়?

উত্তর: গ্রাহকের ক্রয় আচরণ তাদের জীবনধারা, মনোভাব, মূল্যবোধ এবং সামাজিক প্রভাবের মতো বিভিন্ন কারণ বিবেচনা করে নির্ধারণ করা হয়।

৩. প্রশ্ন: এসওপি অনুসারে করণীয় এবং বর্জনীয়গুলি কী কী?

উত্তর: এসওপি অনুসারে করণীয়গুলির মধ্যে রয়েছে গ্রাহকদের সাথে শ্রদ্ধার সাথে আচরণ করা, পণ্য সম্পর্কে সঠিক তথ্য প্রদান করা এবং বিক্রয় প্রক্রিয়া জুড়ে স্বচ্ছতা বজায় রাখা। এসওপি অনুসারে বর্জনীয়গুলির মধ্যে রয়েছে গ্রাহকদের উপর চাপ প্রয়োগ করা, মিথ্যা তথ্য প্রদান করা এবং অসম্মানজনক আচরণ করা।

৪. প্রশ্ন: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিশদ বিবরণ কীভাবে ব্যাখ্যা করা হয়?

উত্তর: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিশদ বিবরণ ব্যাখ্যা করার সময়, পণ্যের বৈশিষ্ট্য, সুবিধা এবং সুবিধাগুলির উপর ফোকাস করা হয়। এছাড়াও, গ্রাহকের চাহিদা এবং প্রয়োজনীয়তার সাথে পণ্যটি কীভাবে সামঞ্জস্যপূর্ণ তা তুলে ধরা হয়।

৫. প্রশ্ন: গ্রাহকের চাহিদা অনুসারে তুলনা এবং বিকল্পগুলি কীভাবে সংক্ষেপে বলা হয়?

উত্তর: গ্রাহকের চাহিদা অনুসারে তুলনা এবং বিকল্পগুলি সংক্ষেপে বলার সময়, বিভিন্ন পণ্যের মূল বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধাগুলির উপর ফোকাস করা হয়। এছাড়াও, গ্রাহকের প্রয়োজনীয়তার সাথে প্রতিটি পণ্য কীভাবে সামঞ্জস্যপূর্ণ তা তুলে ধরা হয়।

৬. প্রশ্ন: বিক্রয় কৌশলগুলি কীভাবে প্রয়োগ করা হয়?

উত্তর: বিক্রয় কৌশলগুলি প্রয়োগ করার সময়, গ্রাহকের চাহিদা এবং প্রয়োজনীয়তার উপর ফোকাস করা হয়। এছাড়াও, গ্রাহকের সাথে বিশ্বাস এবং সম্পর্ক গড়ে তোলার উপর গুরুত্ব দেওয়া হয়।

৭. প্রশ্ন: গ্রাহকের প্রশ্নগুলি কীভাবে সঠিকভাবে উত্তর দেওয়া হয়?

উত্তর: গ্রাহকের প্রশ্নগুলি সঠিকভাবে উত্তর দেওয়ার সময়, স্পষ্ট, সংক্ষিপ্ত এবং সহজ ভাষা ব্যবহার করা হয়। এছাড়াও, গ্রাহকের প্রশ্নগুলি পুরোপুরি বোঝার জন্য সক্রিয় শ্রবণের কৌশলগুলি ব্যবহার করা হয়।

৮. প্রশ্ন: প্রযোজ্য হলে কীভাবে ভদ্র আলোচনা করা হয়?

উত্তর: প্রযোজ্য হলে, ভদ্র আলোচনা করার সময়, গ্রাহকের দৃষ্টিভঙ্গিকে সম্মান করা হয় এবং একটি সমাধান খোঁজার চেষ্টা করা হয় যা উভয় পক্ষের জন্য উপকারী।

টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ ব্যাখ্যা কর

উদ্দেশ্য

- গ্রাহকদের পণ্য সম্পর্কে সঠিক এবং বিস্তারিত তথ্য প্রদান করা।
- গ্রাহকদের পণ্যের সুবিধা এবং বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে সচেতন করা।
- গ্রাহকদের পণ্য কেনার সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করা।

Activity (কার্যকলাপ): প্রশিক্ষণার্থী নিম্নের ধাপগুলো দেখবেন এবং অনুশীলন করবেন।

সতর্কতা

- গ্রাহকদের সাথে সবসময় বিনয়ী এবং সহায়ক আচরণ করা।
- গ্রাহকদের প্রশ্নের সঠিক এবং বিস্তারিত উত্তর দেওয়া।
- গ্রাহকদের সাথে বিতর্ক না করা।
- গ্রাহকদের পণ্য কেনার জন্য চাপ না দেওয়া।

কাজের ধাপ

- ধাপ ১: গ্রাহককে অভিবাদন কর এবং নিজের পরিচয় দিন।
- ধাপ ২: গ্রাহকের সাথে সৌজন্যমূলক আলাপচারিতা কর।
- ধাপ ৩: গ্রাহকের প্রয়োজন সম্পর্কে জানতে চান।
- ধাপ ৪: পণ্যের নাম, বৈশিষ্ট্য, সুবিধা এবং দাম সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য দিন।
- ধাপ ৫: পণ্যের ছবি বা ভিডিও দেখান।
- ধাপ ৬: গ্রাহকের প্রশ্নের উত্তর দিন।
- ধাপ ৭: পণ্যের সুবিধা এবং বৈশিষ্ট্যগুলি হাইলাইট কর।
- ধাপ ৮: পণ্যের ব্যবহার সম্পর্কে ব্যাখ্যা কর।
- ধাপ ৯: পণ্যের সাথে অন্যান্য পণ্যের তুলনা কর।
- ধাপ ১০: গ্রাহককে পণ্য কেনার সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা কর।
- ধাপ ১১: গ্রাহকের প্রয়োজন অনুযায়ী পণ্য সাজেস্ট কর।
- ধাপ ১২: গ্রাহকের সিদ্ধান্তের প্রতি সম্মান প্রদর্শন কর।
- ধাপ ১৩: গ্রাহককে বিদায় জানান এবং ধন্যবাদ দিন।
- ধাপ ১৪: গ্রাহকের সাথে ভবিষ্যতে যোগাযোগের জন্য তথ্য নিন।
- ধাপ ১৫: সমস্ত টুলস এবং সরঞ্জামগুলি সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর।
- ধাপ ১৬: কাজের পরিবেশ পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।
- ধাপ ১৭: জব শীট সংশ্লিষ্ট ব্যবস্থাপক বা সুপারভাইজারের কাছে জমা দিন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.১: গ্রাহকদের কাছে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ
ব্যাখ্যা কর**

প্রয়োজনীয় পিপিই সমূহ

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	৫

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এবং ইকুইপমেন্টস	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	পয়েন্ট অফ সেল (POS) সিস্টেম	বিক্রয় লেনদেন ব্যবস্থাপনা	সেট	১
২	বারকোড স্ক্যানার	পণ্যের বারকোড স্ক্যানিং	পিস	১
৩	রিসিট প্রিন্টার	বিক্রয়ের রসিদ প্রিন্টিং	পিস	১
৪	পেমেন্ট কার্ড রিডার	ক্রেডিট/ডেবিট কার্ড লেনদেন	পিস	১
৫	কিউ ডিসপ্লে	গ্রাহকের লাইন ব্যবস্থাপনা	পিস	১
৬	ডিজিটাল সাইনেজ	বিজ্ঞাপন এবং তথ্য প্রদর্শন	পিস	১
৭	প্রোডাক্ট ক্যাটালগ	পণ্যের বিস্তারিত তথ্য	পিস	১
৮	কম্পিউটার	তথ্য সংরক্ষণ ও ব্যবস্থাপনা	পিস	১

প্রয়োজনীয় কাটামাল সমূহ

ক্রম	কাটামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	রিসিট পেপার	ভাপীয় রিসিট পেপার	রোল	১
২	প্যাকেজিং টেপ	টেকসই এবং শক্তিশালী টেপ	রোল	১
৩	প্যাকেজিং বাক্স	বিভিন্ন আকারের কাগজের বাক্স	পিস	৫
৪	পলিথিন ব্যাগ	বিভিন্ন আকারের পলিথিন ব্যাগ	পিস	১০

টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.২: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন

উদ্দেশ্য: গ্রাহকদের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর প্রদান করে তাদের সমস্যার সমাধান করা এবং সন্তুষ্টি বৃদ্ধি করা।

সতর্কতা: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দেওয়ার সময় নিম্নলিখিত সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে

- প্রশ্নের উত্তর স্পষ্ট এবং সহজ ভাষায় প্রদান করতে হবে।
- সঠিক এবং নির্ভুল তথ্য প্রদান করতে হবে।
- কোনো অতিরিক্ত বা ভুল তথ্য প্রদান করা থেকে বিরত থাকতে হবে।
- গ্রাহকের ব্যক্তিগত তথ্য গোপন রাখতে হবে।

কাজের ধাপ:

ধাপ ১: নিজেকে পরিচ্ছন্ন এবং পরিপাটি রাখুন।

ধাপ ২: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন মাস্ক, গ্লাভস, ইত্যাদি পরিধান করে নিন।

ধাপ ৩: পণ্য এবং সেবার সম্পর্কে প্রয়োজনীয় তথ্য জেনে নিন।

ধাপ ৪ প্রতিটি গ্রাহককে আন্তরিকভাবে স্বাগত জানান, যেমন "স্বাগতম! কিভাবে আপনাকে সাহায্য করতে পারি?"

ধাপ ৫: গ্রাহকের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন।

ধাপ ৬: তাদের প্রশ্ন এবং সমস্যার যথাযথভাবে নোট নিন।

ধাপ ৭: গ্রাহকের প্রশ্নের উত্তর দ্রুত এবং পরিষ্কারভাবে দিন।

ধাপ ৮: প্রয়োজনীয় তথ্য এবং বিবরণ সঠিকভাবে প্রদান কর।

ধাপ ৯: গ্রাহকের কোনো অতিরিক্ত প্রশ্ন থাকলে সেগুলোর উত্তর দিন।

ধাপ ১০: প্রয়োজনীয় হলে অন্যান্য সহায়তা বা নির্দেশনা প্রদান কর।

ধাপ ১১: ধাপ ৬: গ্রাহকের সন্তুষ্টি যাচাই কর

ধাপ ১২: গ্রাহক সন্তুষ্ট কিনা তা নিশ্চিত কর।

ধাপ ১৩: তাদের কোনো অসন্তুষ্টি বা সমস্যা থাকলে তা সমাধানের চেষ্টা কর।

ধাপ ১৪: প্রতিদিনের গ্রাহক সেবা সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর।

ধাপ ১৫: গ্রাহকদের সাথে আলোচনা সংক্রান্ত নোট সংরক্ষণ কর।

ধাপ ১৬: কাজ শেষে দোকানের পরিবেশ পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

ধাপ ১৭: সমস্ত টুলস এবং সরঞ্জামগুলি সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর।

ধাপ ১৮: কাজের পরিবেশ পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

ধাপ ১৯: প্রতিবেদনটি সংশ্লিষ্ট ব্যবস্থাপক বা সুপারভাইজারের কাছে জমা দিন।

স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.২: গ্রাহকদের প্রশ্নের উত্তর দিন

প্রয়োজনীয় পিপিই

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	১

প্রয়োজনীয় টুলস ও ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	পয়েন্ট অফ সেল (POS) সিস্টেম	বিক্রয় লেনদেন ব্যবস্থাপনা	সেট	১
২	কম্পিউটার	তথ্য সংরক্ষণ ও ব্যবস্থাপনা	পিস	১
৩	ফোন	গ্রাহকের সাথে যোগাযোগের জন্য	পিস	১
৪	প্রোডাক্ট ক্যাটালগ	পণ্যের বিস্তারিত তথ্য	পিস	১
৫	নোটবুক এবং পেন	গ্রাহকের প্রশ্ন এবং তথ্য নোট করার জন্য	পিস	১

প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল

ক্রম	কাঁচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	রিসিট পেপার	রিসিট পেপার	রোল	১
২	নোটপ্যাড	তথ্য নোট করার জন্য	পিস	১
৩	পেন	লেখার জন্য	পিস	২

টাস্ক শিট (Task Sheet)-২.৩: গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর

উদ্দেশ্য: গ্রাহকদের সঠিক ও প্রয়োজনীয় পণ্য বিক্রির মাধ্যমে তাদের চাহিদা পূরণ করা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করা।

সতর্কতা: পণ্য বিক্রির সময় নিম্নলিখিত সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে

- সঠিক এবং নির্ভুল তথ্য প্রদান করতে হবে।
- অতিরিক্ত বা ভুল তথ্য প্রদান করা থেকে বিরত থাকতে হবে।
- পণ্য বিক্রির সময় গ্রাহকের চাহিদা এবং পছন্দের উপর গুরুত্ব দিতে হবে।
- গ্রাহকের ব্যক্তিগত তথ্য গোপন রাখতে হবে।

কাজের ধাপ

ধাপ ১: নিজেকে পরিচ্ছন্ন এবং পরিপাটি রাখুন।

ধাপ ২: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন মাস্ক, গ্লাভস, ইত্যাদি পরিধান করে নিন।

ধাপ ৩: পণ্য সম্পর্কে প্রয়োজনীয় তথ্য এবং বৈশিষ্ট্য জানুন।

ধাপ ৪ প্রতিটি গ্রাহককে আন্তরিকভাবে স্বাগত জানান, যেমন "স্বাগতম! কিভাবে আপনাকে সাহায্য করতে পারি?"

ধাপ ৫: গ্রাহকের চাহিদা সম্পর্কে জিজ্ঞাসা কর , যেমন "আপনি কি ধরনের পণ্য খুঁজছেন?" বা "আপনার কোন বিশেষ চাহিদা আছে?"

ধাপ ৬: গ্রাহকের চাহিদার উপর ভিত্তি করে পণ্যের বিস্তারিত বিবরণ প্রদান কর । এতে অন্তর্ভুক্ত থাকবে: (পণ্যের নাম, ব্র্যান্ড, মডেল, বৈশিষ্ট্য, দাম, উপলব্ধতা, পণ্যের উপযুক্ত ব্যবহারের নির্দেশনা, কোনো বিশেষ অফার বা ডিসকাউন্টের তথ্য)

ধাপ ৭: গ্রাহক পণ্যটি কিনতে ইচ্ছুক হলে বিক্রয় প্রক্রিয়া সম্পন্ন কর ।

ধাপ ৮: POS (পয়েন্ট অফ সেল) সিস্টেম ব্যবহার করে বিক্রয় রেকর্ড কর ।

ধাপ ৯: গ্রাহককে রসিদ প্রদান কর ।

ধাপ ১০: গ্রাহকের কোনো প্রশ্ন থাকলে তা দ্রুত এবং স্পষ্টভাবে উত্তর দিন।

ধাপ ১১: প্রয়োজনীয় তথ্য এবং নির্দেশনা প্রদান কর ।

ধাপ ১২: বিক্রয় পরবর্তী গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ বজায় রাখুন।

ধাপ ১৩: তাদের সন্তুষ্টি এবং মতামত সংগ্রহ কর ।

ধাপ ১৪: প্রতিদিনের বিক্রয় সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর ।

ধাপ ১৫: বিক্রয়ের সাথে সম্পর্কিত তথ্য এবং নোট সংরক্ষণ কর ।

ধাপ ১৬: কাজ শেষে দোকানের পরিবেশ পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

ধাপ ১৭: পণ্যগুলি সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর ।

স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.৩ গ্রাহকদের নিকট পণ্য বিক্রি কর।

প্রয়োজনীয় পিপিই

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	মাস্ক		সংখ্যা	১

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	পয়েন্ট অফ সেল (POS) সিস্টেম	বিক্রয় লেনদেন ব্যবস্থাপনা	সেট	১
২	বারকোড স্ক্যানার	পণ্যের বারকোড স্ক্যানিং	পিস	১
৩	রিসিট প্রিন্টার	বিক্রয়ের রসিদ প্রিন্টিং	পিস	১
৪	পেমেন্ট কার্ড রিডার	ক্রেডিট/ডেবিট কার্ড লেনদেন	পিস	১
৫	কম্পিউটার	তথ্য সংরক্ষণ ও ব্যবস্থাপনা	পিস	১

প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল

ক্রম	সফটওয়্যার এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	রিসিট পেপার	তাপীয় রিসিট পেপার	রোল	১
২	প্যাকেজিং টেপ	টেকসই এবং শক্তিশালী টেপ	রোল	১
৩	প্যাকেজিং বাক্স	বিভিন্ন আকারের কাগজের বাক্স	পিস	৫
৪	পলিথিন ব্যাগ	বিভিন্ন আকারের পলিথিন ব্যাগ	পিস	১০

শিখনফল (Learning Outcome)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> ১ বিক্রিত পণ্য প্যাকেজ এর জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে ২ কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন এবং সংগ্রহ করা হয়েছে ৩ বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা হয়েছে ৪ বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা হয়েছে
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> • কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ • সিবিএলএম • হ্যান্ডআউটস • ল্যাপটপ • মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর • কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার • ইন্টারনেট সুবিধা • হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার • অডিও ভিডিও ভিভাইস • প্রয়োজনীয় টুলস • প্রয়োজনীয় পিপিই
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> ১. বিক্রিত পণ্য ২. প্যাকেজিং উপকরণ ৩. বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা
অ্যাক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> ১. প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> • আলোচনা (Discussion) • উপস্থাপন (Presentation) • প্রদর্শন (Demonstration) • নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice) • স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice) • প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work) • সমস্যা সমাধান (Problem Solving) • মাথাখাটানো (Brainstorming)
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> ১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test) ২. প্রদর্শন (Demonstration) ৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning) ৪. পোর্টফলিও (Portfolio)

প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে

এই শিখনফল অর্জনের লক্ষ্যে শিখনফলে অন্তর্ভুক্ত বিষয়বস্তু এবং পারফরম্যান্স ক্রাইটেরিয়া অর্জনের জন্য নিম্নলিখিত কার্যক্রমগুলো পর্যায়ক্রমে সম্পাদন কর। কার্যক্রমগুলোর জন্য বর্ণিত রিসোর্সসমূহ ব্যবহার কর।

শিখন কার্যক্রম (Learning Activities)	উপকরণ / বিশেষ নির্দেশনা (Resources / Special instructions)
১. প্রশিক্ষণার্থীগণ কোন শিক্ষা উপকরণ ব্যবহার করবে সে সম্পর্কে প্রশিক্ষকের নিকট জানতে চাইবে।	১. প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণার্থীদের “বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ২ : বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ২ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ২ -এর সাথে নিজের উত্তর মিলিয়ে নিশ্চিত কর।
৪. জব/টাস্ক শিট ও স্পেসিফিকেশন শিট অনুযায়ী জব সম্পাদন কর।	৪. নিম্নোক্ত জব/টাস্ক শিট অনুযায়ী জব/টাস্ক সম্পাদন কর। টাস্ক শিট ৩.১: প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর স্পেসিফিকেশন শিট ৩.১ প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর

ইনফরমেশন শিট (Information Sheet):-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে

শিখন উদ্দেশ্য (Learning Objective): এই ইনফরমেশন শিট পড়ে শিক্ষার্থীগণ-

- ৩.১ বিক্রিত পণ্য প্যাকেজ এর জন্য প্রস্তুত করতে পারবে।
- ৩.২ কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন এবং সংগ্রহ করতে পারবে।
- ৩.৩ বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করতে পারবে।
- ৩.৪ বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করতে পারবে।

৩.১ বিক্রিত পণ্য প্যাকেজ এর জন্য প্রস্তুত করতে পারবে

বিক্রিত পণ্যগুলিকে প্যাকেজিং করার প্রথম ধাপ হল সেগুলি পরীক্ষা করা এবং যাচাই করা। এটি গুরুত্বপূর্ণ কারণ এটি নিশ্চিত করে যে গ্রাহক সঠিক এবং অক্ষত পণ্য পাচ্ছেন। এখানে জড়িত প্রধান কাজগুলির একটি বিস্তারিত বিশ্লেষণ দেওয়া হল

ক. চোখ দিয়ে পরিদর্শন

দৃশ্যমান ত্রুটি বা ক্ষতি পরীক্ষা: সমস্ত দিক থেকে বিক্রিত পণ্যগুলি পুঙ্খানুপুঙ্খভাবে পরীক্ষা কর যাতে কোনো দৃশ্যমান ত্রুটি বা ক্ষতি না থাকে। স্ক্র্যাচ, ডেন্ট, ফাটল, চিপ, দাগ বা অন্য কোনো ত্রুটি সন্ধান কর যা পণ্যের কার্যকারিতা বা চেহারাকে প্রভাবিত করতে পারে।

- **স্পেসিফিকেশন অনুযায়ী মিলানো:** মূল প্রস্তুতকারকের স্পেসিফিকেশন বা সরবরাহকৃত পণ্যের ছবিগুলির সাথে পণ্যটির তুলনা কর যাতে এটি প্রত্যাশিত মান এবং বৈশিষ্ট্যগুলির সাথে মেলে।
- **ভঙ্গুর বা সূক্ষ্ম উপাদানের পরীক্ষা:** কোনো ভঙ্গুর বা সূক্ষ্ম উপাদানের দিকে বিশেষ মনোযোগ দিন যা পরিচালনা বা পরিবহনের সময় ক্ষতিগ্রস্ত হতে পারে।

অর্ডার যাচাইকরণ

- **অর্ডারের বিশদ তুলনা:** অর্ডারের বিশদগুলির সাথে বিক্রিত পণ্যগুলি সাবধানে তুলনা কর যাতে এগুলি পরিমাণ, রঙ, আকার, মডেল এবং অন্য কোনো নির্দিষ্ট বিকল্পের ক্ষেত্রে মেলে।
- **অনুপস্থিত অংশ বা আনুষঙ্গিক পরীক্ষা:** অর্ডারের তথ্যের উপর ভিত্তি করে পণ্যটির সাথে অন্তর্ভুক্ত থাকা উচিত এমন কোনো অনুপস্থিত অংশ বা আনুষঙ্গিক পরীক্ষা কর।
- **প্যাকেজিং পরীক্ষা:** যাচাই কর যে পণ্যের প্যাকেজিং অক্ষত এবং অক্ষত, কোনো ছিঁড়াফাড়া বা পূর্ববর্তী খোলার চিহ্ন নেই।

খ. প্যাকেজিং এবং লেবেলিং

বিক্রিত পণ্যগুলি পরিষ্কার এবং প্রস্তুত হয়ে গেলে, পরবর্তী পদক্ষেপ হল সেগুলি নিরাপদে প্যাকেজ করা এবং শিপিংয়ের জন্য সঠিকভাবে লেবেল করা। এতে উপযুক্ত প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন করা, প্যাকেজিংয়ের মধ্যে পণ্যগুলিকে সুরক্ষিত করা এবং প্রয়োজনীয় লেবেল এবং ডকুমেন্টেশন সংযুক্ত করা জড়িত। এখানে জড়িত প্রধান কাজগুলির একটি বিস্তারিত বিশ্লেষণ দেওয়া হল:

প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন

বিক্রিত পণ্যগুলির আকার, ওজন এবং ভঙ্গুরতার জন্য উপযুক্ত প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন কর। নিম্নলিখিত কারণগুলি বিবেচনা কর

- **উপাদান:** পণ্যের উপর নির্ভর করে কার্ডবোর্ড বাস্ক, বুদ্ধবুদ্ধ মোড়ক, ফেনা প্যাডিং, প্লাস্টিকের ব্যাগ বা বিশেষ ধারক উপযুক্ত হতে পারে।

- **আকার:** প্যাকেজিংটি সুরক্ষার জন্য কিছু প্যাডিং সহ পণ্যটিকে আরামদায়কভাবে সামঞ্জস্য করার জন্য যথেষ্ট বড় হওয়া উচিত।
- **ওজন:** প্যাকেজিং উপকরণগুলি ছিঁড়ে বা ভেঙে না গিয়ে পণ্যের ওজনকে সমর্থন করার জন্য যথেষ্ট শক্তিশালী হওয়া উচিত।
- **ভঙ্গুরতা:** ভঙ্গুর আইটেমের জন্য, পরিবহনের সময় ক্ষতি প্রতিরোধ করতে অতিরিক্ত প্যাডিং এবং কুশনিং উপকরণ ব্যবহার কর।

পণ্য সুরক্ষিত করা

- **পণ্য সুরক্ষিত প্যাকিং:** শিপিংয়ের সময় আন্দোলন এবং ক্ষতি প্রতিরোধ করতে বেছে নেওয়া প্যাকেজিংয়ের মধ্যে বিক্রিত পণ্যগুলি নিরাপদে প্যাক কর। যেকোনো খালি জায়গা পূরণ করতে এবং কুশনিং প্রদান করতে বুদবুদ মোড়ক, ফেনা মাটির বাদাম বা বায়ু বালিশের মতো উপযুক্ত প্যাকিং উপকরণ ব্যবহার কর।
- **বিশেষ প্যাকেজিং উপকরণ:** ভঙ্গুর আইটেমের জন্য, অতিরিক্ত সুরক্ষার জন্য কাস্টম-ঢালা ফেনা সন্নিবেশ বা ডাবল-ওয়ালড বাক্সের মতো বিশেষ প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার বিবেচনা কর।
- **সুরক্ষার পদ্ধতি:** পরিবহনের সময় স্থানান্তরিত হওয়া থেকে রোধ করার জন্য টেপ, স্ট্র্যাপ বা অন্যান্য উপযুক্ত পদ্ধতি ব্যবহার করে প্যাকেজিংয়ের মধ্যে পণ্যগুলিকে সুরক্ষিত কর।

লেবেলিং এবং ডকুমেন্টেশন

- **শিপিং লেবেল সংযুক্তি:** প্রাপকের ঠিকানা, প্রেরকের ঠিকানা, ট্র্যাকিং নম্বর (যদি প্রযোজ্য হয়) এবং যেকোনো বিশেষ পরিচালনা নির্দেশাবলী সহ প্রয়োজনীয় শিপিং লেবেলগুলি প্যাকেজের বাইরে সংযুক্ত কর।
- **লেবেলের দৃশ্যমানতা:** লেবেলগুলি নিরাপদে সংযুক্ত এবং স্পষ্টভাবে দৃশ্যমান তা নিশ্চিত কর।
- **প্রয়োজনীয় ডকুমেন্টেশন অন্তর্ভুক্তি:** ইনভয়েস, প্যাকিং স্লিপ বা ওয়ারেন্ট তথ্যের মতো যেকোনো প্রয়োজনীয় ডকুমেন্টেশন প্যাকেজের ভিতরে অন্তর্ভুক্ত কর।
- **বিশেষ পরিচালনা নির্দেশাবলী:** যদি পণ্যটির বিশেষ পরিচালনা বা যত্নের প্রয়োজন হয়, তাহলে প্রাপকের জন্য স্পষ্ট নির্দেশাবলী সহ একটি নোট অন্তর্ভুক্ত কর।

৩.২ প্যাকেজিং উপকরণ

প্যাকেজিং হল পণ্যগুলিকে সুরক্ষা, সংরক্ষণ এবং পরিবহনের জন্য ব্যবহৃত একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রক্রিয়া। প্যাকেজিং উপকরণের নির্বাচন পণ্যের ধরণ, পরিবহনের পদ্ধতি এবং গন্তব্যের উপর নির্ভর করে। কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন এবং সংগ্রহ করা পণ্যের গুণমান এবং নিরাপত্তা নিশ্চিত করার জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ।

প্যাকেজিং উপকরণ

পণ্য পরিবহন ও সুরক্ষার জন্য বিভিন্ন ধরনের প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা হয়। নিচে কিছু সাধারণ প্যাকেজিং উপকরণ ও তাদের বিস্তারিত বিবরণ দেয়া হল:

বোনা / নন-বোনা ব্যাগ

- বোনা ব্যাগ: পলিপ্রোপিলিন বা পলিথিন দিয়ে তৈরি, যা অত্যন্ত টেকসই এবং পুনঃব্যবহারযোগ্য।
- নন-বোনা ব্যাগ: পলিপ্রোপিলিন থেকে তৈরি, যা হালকা ও পরিবেশ-বান্ধব।

বৈশিষ্ট্য

- টেকসই ও পুনঃব্যবহারযোগ্য: বারবার ব্যবহার করা যায়।
 - পরিবেশ-বান্ধব: নন-বোনা ব্যাগগুলি সহজে পুনঃপ্রক্রিয়াজাত করা যায়।
 - বহন করার জন্য উপযুক্ত: বিভিন্ন আকার ও ডিজাইনে পাওয়া যায়।
- উদাহরণ: মুদি বা শপিং ব্যাগ হিসেবে ব্যবহৃত হয়।



কাগজের ব্যাগ

- বিভিন্ন আকার এবং আকারের কাগজ দিয়ে তৈরি ব্যাগ।
- পুনঃব্যবহারযোগ্য এবং সহজে পুনর্ব্যবহৃত করা যায়।

বৈশিষ্ট্য

- পরিবেশ-বান্ধব: সহজে পুনর্ব্যবহারযোগ্য।
 - হালকা এবং বহন সহজ: দৈনন্দিন ব্যবহারের জন্য উপযুক্ত।
- উদাহরণ: শপিং ব্যাগ, উপহারের ব্যাগ ইত্যাদি।



বাক্স প্যাকেজ

- কার্ডবোর্ড বা অন্যান্য কঠিন উপকরণ দিয়ে তৈরি বাক্স।
- বিভিন্ন আকার ও ডিজাইনে পাওয়া যায়।

বৈশিষ্ট্য

- টেকসই এবং নিরাপদ: ভারী পণ্য পরিবহনের জন্য আদর্শ।
 - কাস্টমাইজেশন: বিভিন্ন ডিজাইন ও আকারে তৈরি করা যায়।
- উদাহরণ: ই-কমার্স পণ্য পরিবহনের জন্য ব্যবহৃত হয়।



কর্ক শিট

- কর্ক গাছের বাকল দিয়ে তৈরি।
- প্রাকৃতিক এবং পুনর্ব্যবহারযোগ্য।

বৈশিষ্ট্য

- উচ্চতর শক শোষণ ক্ষমতা: পণ্য সুরক্ষার জন্য কার্যকর।
 - পরিবেশ-বান্ধব: প্রাকৃতিক উপকরণ দিয়ে তৈরি।
- উদাহরণ: স্পর্শকাতর পণ্য প্যাকেজিংয়ে ব্যবহৃত হয়।



সকার প্যাড

- ফেনা বা রাবার দিয়ে তৈরি প্যাড।
- বিভিন্ন আকারে পাওয়া যায়।

বৈশিষ্ট্য

- শক শোষণ ক্ষমতা: পণ্য সুরক্ষার জন্য কার্যকরী।
 - হালকা ও টেকসই: পরিবহন সহজ।
- উদাহরণ: বৈদ্যুতিক যন্ত্রপাতি প্যাকেজিংয়ে ব্যবহৃত হয়।



বাবল র‍্যাপ

- প্লাস্টিক শীটে বুদবুদ দিয়ে তৈরি।
- শক শোষণ ও পণ্য সুরক্ষা প্রদান করে।

বৈশিষ্ট্য

- হালকা ও শক প্রতিরোধক: ভঙ্গুর পণ্য সুরক্ষিত রাখে।
- পুনঃব্যবহারযোগ্য: একাধিকবার ব্যবহার করা যায়।

উদাহরণ: ভঙ্গুর বা সংবেদনশীল পণ্য প্যাকেজিংয়ে ব্যবহৃত হয়।



কাঠের বাস্ক

- কাঠ দিয়ে তৈরি শক্তিশালী বাস্ক।
- ভারী ও বড় পণ্য পরিবহনে ব্যবহৃত হয়।

বৈশিষ্ট্য

- অত্যন্ত টেকসই: ভারী পণ্য পরিবহনের জন্য উপযুক্ত।
- পুনঃব্যবহারযোগ্য: দীর্ঘ সময় ধরে ব্যবহার করা যায়।

উদাহরণ: বড় মেশিনারি বা যন্ত্রপাতি পরিবহনে ব্যবহৃত হয়।



কার্টন

- কার্ডবোর্ড দিয়ে তৈরি প্যাকেজিং বাস্ক।
- হালকা ও পরিবহন সহজ।

বৈশিষ্ট্য

- হালকা ও শক্তিশালী: দৈনন্দিন ব্যবহারের জন্য উপযুক্ত।
- পুনঃব্যবহারযোগ্য ও পুনঃচক্রযোগ্য: পরিবেশ-বান্ধব।

উদাহরণ: খাবার, পানীয় ও দৈনন্দিন ব্যবহার্য সামগ্রী প্যাকেজিংয়ে ব্যবহৃত হয়।



র‍্যাপিং পেপার

- বিভিন্ন ডিজাইন ও রঙের কাগজ।
- সাধারণত উপহার মোড়ানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।

বৈশিষ্ট্য

- সহজে কাস্টমাইজ করা যায়: বিভিন্ন আকার ও ডিজাইনে পাওয়া যায়।
- পরিবেশ-বান্ধব: সহজে পুনর্ব্যবহারযোগ্য।

উদাহরণ: উপহার মোড়ানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।



স্কচ টেপ

- চিপকানোর জন্য ব্যবহৃত টেপ।
- সাধারণত পলিথিন বা সেলুলোজ দিয়ে তৈরি।

বৈশিষ্ট্য

- সহজে ব্যবহারযোগ্য: দ্রুত ও সহজে ব্যবহার করা যায়।
- বিভিন্ন আকার ও প্রস্থে পাওয়া যায়: বিভিন্ন প্যাকেজিংয়ের জন্য উপযুক্ত।



উদাহরণ: প্যাকেজিং, কাগজ মোড়ানো ইত্যাদিতে ব্যবহৃত হয়।

উপহার ঝুড়ি

- উপহার সামগ্রী রাখার জন্য ডিজাইন করা ঝুড়ি।
- বিভিন্ন উপকরণে তৈরি হয়।

বৈশিষ্ট্য

- আকর্ষণীয় এবং কাস্টমাইজযোগ্য: বিভিন্ন আকার ও ডিজাইনে পাওয়া যায়।
- বিশেষ উপহার পরিবেশনে ব্যবহৃত হয়: উৎসব বা বিশেষ অনুষ্ঠানের জন্য উপযুক্ত।



উদাহরণ: উৎসব বা বিশেষ অনুষ্ঠানে উপহার দেওয়ার জন্য ব্যবহৃত হয়।

৩.৩ বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং

বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ পণ্যকে সুরক্ষা, সংরক্ষণ এবং পরিবহনের জন্য ব্যবহৃত হয়। এটি পণ্যের গুণমান এবং নিরাপত্তা নিশ্চিত করার জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন করার সময় বিভিন্ন বিষয় বিবেচনা করতে হবে,

- বিভিন্ন পণ্যের জন্য বিভিন্ন ধরনের প্যাকেজিং উপকরণ প্রয়োজন হয়। যেমন, ভজুর পণ্যের জন্য সুরক্ষামূলক প্যাকেজিং উপকরণ প্রয়োজন হয়, যেমন বাবল র্যাপ বা ফোম।
- পণ্য কিভাবে পরিবহন করা হবে তার উপরও প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন নির্ভর করে। যেমন, বিমানে পরিবহন করা পণ্যের জন্য হালকা ও টেকসই প্যাকেজিং উপকরণ প্রয়োজন হয়।
- পণ্য কোথায় যাবে তার উপরও প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন নির্ভর করে। যেমন, দূরের গন্তব্যে যাওয়া পণ্যের জন্য আরও সুরক্ষামূলক প্যাকেজিং উপকরণ প্রয়োজন হয়।



- প্যাকেজিং উপকরণের খরচও বিবেচনা করতে হবে। প্যাকেজিং উপকরণের খরচ পণ্যের মূল্যের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হওয়া উচিত।

ক. প্যাকেজিং উপকরণের ধরণ

- কাগজ এবং কাগজের পণ্য হল সবচেয়ে সাধারণ প্যাকেজিং উপকরণ। এগুলি সাধারণত হালকা, সস্তা এবং পুনর্ব্যবহারযোগ্য হয়। কাগজ এবং কাগজের পণ্যগুলি বিভিন্ন ধরনের পণ্যের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন বাক্স, ব্যাগ এবং মোড়ক কাগজ।
- প্লাস্টিক হল আরেকটি সাধারণ প্যাকেজিং উপকরণ। এটি টেকসই, জলরোধক এবং সস্তা। প্লাস্টিক বিভিন্ন ধরনের পণ্যের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন বোতল, জার, ব্যাগ এবং মোড়ক।
- কাঁচ হল একটি অন্যান্য সাধারণ প্যাকেজিং উপকরণ। এটি স্বচ্ছ, অ-প্রতিক্রিয়াশীল এবং পুনর্ব্যবহারযোগ্য। কাঁচ বিভিন্ন ধরনের পণ্যের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন বোতল, জার এবং পাত্র।
- ধাতু হল একটি টেকসই এবং সুরক্ষামূলক প্যাকেজিং উপকরণ। এটি বিভিন্ন ধরনের পণ্যের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন ক্যান, বাক্স এবং ড্রাম।
- কাঠ হল একটি টেকসই এবং আকর্ষণীয় প্যাকেজিং উপকরণ। এটি বিভিন্ন ধরনের পণ্যের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে, যেমন বাক্স, ক্রেট এবং প্যালেট।

খ. প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন করার সময় বিবেচনা করার অন্যান্য বিষয়

- পরিবেশগত প্রভাব: প্যাকেজিং উপকরণের পরিবেশগত প্রভাব বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ। কিছু প্যাকেজিং উপকরণ, যেমন প্লাস্টিক, পুনর্ব্যবহারযোগ্য নয় এবং পরিবেশের ক্ষতি করতে পারে।
- নিরাপত্তা: প্যাকেজিং উপকরণের নিরাপত্তা বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ। কিছু প্যাকেজিং উপকরণ, যেমন কাচ, ভেঙে যেতে পারে এবং আঘাতের কারণ হতে পারে।
- সুবিধা: প্যাকেজিং উপকরণের সুবিধা বিবেচনা করা গুরুত্বপূর্ণ। কিছু প্যাকেজিং উপকরণ, যেমন বাক্স, জড়ো করা এবং ব্যবহার করা সহজ।

গ. প্যাকেজিং ডিজাইন

প্যাকেজিং ডিজাইন পণ্যের সফলতার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। ভাল প্যাকেজিং ডিজাইন পণ্যকে আকর্ষণীয় করে তুলতে পারে, গ্রাহকদের তথ্য প্রদান করতে পারে এবং পণ্যকে সুরক্ষা করতে পারে।

প্যাকেজিং ট্রেন্ড

প্যাকেজিং শিল্পে ক্রমাগত নতুন ট্রেন্ড আসছে। কিছু জনপ্রিয় প্যাকেজিং ট্রেন্ডের মধ্যে রয়েছে:

- গ্রাহকরা এখন টেকসই প্যাকেজিংয়ের প্রতি আরও সচেতন হয়ে উঠছে। ফলস্বরূপ, অনেক সংস্থা পুনর্ব্যবহারযোগ্য, কম্পোস্টেবল এবং পুনর্ব্যবহৃত উপকরণ দিয়ে তৈরি প্যাকেজিং ব্যবহার করছে।
- ব্যক্তিগতকৃত প্যাকেজিং গ্রাহকদের সাথে সংযোগ স্থাপনের এবং ব্র্যান্ড লয়ালটি তৈরি করার একটি দুর্দান্ত উপায়। অনেক সংস্থা এখন গ্রাহকদের নাম, ছবি বা অন্যান্য ব্যক্তিগতকৃত বার্তা দিয়ে প্যাকেজিং ব্যবহার করছে।
- ইন্টারেক্টিভ প্যাকেজিং গ্রাহকদের সাথে জড়িত হওয়ার এবং পণ্য সম্পর্কে আরও জানার একটি দুর্দান্ত উপায়। অনেক সংস্থা এখন QR কোড, বর্ধিত বাস্তবতা (AR) এবং অন্যান্য ইন্টারেক্টিভ বৈশিষ্ট্য দিয়ে প্যাকেজিং ব্যবহার করছে।

৩.৪ বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা

বিক্রিত প্যাকেজগুলিকে বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা একটি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ যা নিশ্চিত করে যে গ্রাহকরা তাদের পণ্যগুলি সময়মতো এবং সঠিকভাবে পান। এই অধ্যায়ে, বিক্রিত প্যাকেজগুলিকে বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করার প্রক্রিয়া নিয়ে আলোচনা করা হবে।

ক. প্যাকেজ প্রস্তুতি

স্টোরের কর্মীরা প্যাকেজটি স্থানান্তরের আগে কিছু প্রস্তুতিমূলক কাজ করেন

প্যাকেজ মোড়ানো

- পণ্যটি সুরক্ষিত রাখার জন্য এটি সঠিকভাবে মোড়ানো হয়। মোড়ানো প্রক্রিয়ায় বিশেষ যত্ন নেওয়া হয় যাতে পণ্যটি স্থানান্তরের সময় কোনো ক্ষতির সম্মুখীন না হয়।
- মোড়ানোর জন্য ব্যবহৃত উপকরণগুলি পণ্যের ধরন এবং সংবেদনশীলতার উপর নির্ভর করে নির্বাচন করা হয়। সাধারণত ব্যবহৃত মোড়ানোর উপকরণগুলি হল:
- ভস্মুর বা সংবেদনশীল পণ্যগুলির জন্য বুদবুদ র্যাপ ব্যবহার করা হয় যাতে পণ্যটি আঘাতপ্রাপ্ত না হয়।
- বিভিন্ন আকারের কার্ডবোর্ড বাক্স ব্যবহৃত হয় যাতে পণ্যটি ভালোভাবে প্যাক করা যায়।

- মোড়ানো শেষ করার পর, টেপ ব্যবহার করে প্যাকেজটি সিল করা হয় যাতে এটি স্থানান্তরের সময় খোলা না হয়।

খ. স্থানান্তর প্রক্রিয়া

স্টোরের কর্মীরা প্যাকেজটি বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করার জন্য বিভিন্ন পদ্ধতি অনুসরণ করেন হাতে করে স্থানান্তর

- ছোট ও হালকা ওজনের প্যাকেজ: ছোট ও হালকা ওজনের প্যাকেজগুলি সাধারণত হাতে করে স্থানান্তর করা হয়। এটি দ্রুত এবং সহজ পদ্ধতি।



- স্থানান্তরের সময় সতর্কতা: স্টোরের কর্মীরা প্যাকেজটি হাতে তুলে নিয়ে সতর্কভাবে বিলিং কাউন্টারে পৌঁছে দেন। স্থানান্তরের সময় তারা ধীরে ধীরে এবং সাবধানে কাজ করেন যাতে প্যাকেজটি ক্ষতিগ্রস্ত না হয়।

ট্রলি বা কার্ট ব্যবহার

- বড়, ভারী বা একাধিক প্যাকেজ স্থানান্তরের জন্য ট্রলি বা কার্ট ব্যবহার করা হয়। এটি স্থানান্তর প্রক্রিয়াটি সহজ ও নিরাপদ করে তোলে।
- ট্রলি বা কার্টে প্যাকেজগুলি সাজিয়ে নিয়ে যাওয়া হয় যাতে স্থানান্তর প্রক্রিয়া সুষ্ঠুভাবে সম্পন্ন হয়।

বিলিং কাউন্টারে পৌঁছানো

- প্যাকেজগুলি বিলিং কাউন্টারে পৌঁছানোর পর, কর্মীরা প্যাকেজগুলি নির্দিষ্ট স্থানে রাখেন যাতে সেগুলি সহজেই অ্যাক্সেস করা যায়।
- প্যাকেজগুলি বিলিং কাউন্টারের স্ক্যানিং এবং প্রসেসিং এর জন্য প্রস্তুত থাকে। বিলিং কাউন্টারের কর্মীরা প্যাকেজগুলি গ্রহণ করে এবং প্রয়োজনীয় প্রসেসিং শুরু করেন।

গ. স্থানান্তরের নজরদারি

- স্টোর ম্যানেজার বা সুপারভাইজার স্থানান্তর প্রক্রিয়াটি পর্যবেক্ষণ করেন যাতে প্যাকেজগুলি সঠিকভাবে এবং সময়মতো বিলিং কাউন্টারে পৌঁছে যায়।
- কোন সমস্যা হলে, তা দ্রুত সমাধান করার ব্যবস্থা নেওয়া হয়। স্থানান্তর প্রক্রিয়ার সময় কোন জটিলতা বা বিলম্ব হলে তা দ্রুত সমাধান করা হয় যাতে ক্রেতার সন্তুষ্টি নিশ্চিত করা যায়।

ঘ. স্থানান্তর প্রক্রিয়ার সমাপ্তি

- স্থানান্তর প্রক্রিয়া সম্পন্ন হলে, কর্মীরা প্যাকেজগুলি বিলিং কাউন্টারের কর্মীদের হাতে তুলে দেন। তারা নিশ্চিত হন যে প্যাকেজগুলি সঠিকভাবে পৌঁছেছে।
- বিলিং কাউন্টারের কর্মীরা প্যাকেজগুলি পরীক্ষা করে নিশ্চিত হন যে সবকিছু ঠিকঠাক আছে। প্যাকেজগুলি বিলিং ও প্রসেসিং এর জন্য প্রস্তুত থাকে।

সেলফ চেক (Self-Check)-৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে

প্রশিক্ষার্থীদের জন্য নির্দেশনা: উপরোক্ত ইনফরমেশন শীট পাঠ করে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন-

অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন:

১. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোন বিষয়গুলো বিবেচনা করা উচিত?

উত্তর:

২. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন ধরনের উপকরণ ব্যবহার করা হয়?

উত্তর:

৩. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোন বিষয়গুলো এড়িয়ে চলা উচিত?

উত্তর:

৪. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন নিয়মাবলী অনুসরণ করা উচিত?

উত্তর:

৫. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার পরে কোথায় স্থানান্তর করা হয়?

উত্তর:

সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও:

১. প্রশ্ন ১: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোনটি বিবেচনা করা উচিত নয়?

ক. পণ্যের ধরণ

খ. পণ্যের আকার

গ. পণ্যের ওজন

ঘ. পণ্যের রং

২. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোনটি ব্যবহার করা উচিত নয়?

ক. কাগজের ব্যাগ

খ. প্লাস্টিকের ব্যাগ

গ. বক্স

ঘ. উপহারের সুড়ি

৩. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোনটি এড়িয়ে চলা উচিত?

ক. অতিরিক্ত প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা

খ. প্যাকেজিং উপকরণের অপচয় করা

গ. প্যাকেজিং উপকরণের দাম কম হওয়া

ঘ. প্যাকেজিং উপকরণের সহজলভ্যতা

৪. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন নিয়মাবলী অনুসরণ করা উচিত?

ক. কর্মক্ষেত্রের মান

খ. সরকারি নিয়মাবলী

গ. আন্তর্জাতিক মান

ঘ. উপরের সবগুলো

৫. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার পরে কোথায় স্থানান্তর করা হয়?

ক. বিলিং কাউন্টার

খ. গুদাম

গ. ডেলিভারি ভ্যান

ঘ. উপরের কোনোটিই না

উত্তর পত্র (Answer Key)- ৩: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজ প্রস্তুত করতে পারবে

১. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোন বিষয়গুলো বিবেচনা করা উচিত?

উত্তর: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় পণ্যের ধরণ, আকার, ওজন, ভঙ্গুরতা, পরিবহন পদ্ধতি এবং গন্তব্যস্থলের আবহাওয়া বিবেচনা করা উচিত।

২. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন ধরণের উপকরণ ব্যবহার করা হয়?

উত্তর: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য বিভিন্ন ধরণের উপকরণ ব্যবহার করা হয়, যেমন কাগজের ব্যাগ, বক্স, কাগজ, স্কচ টেপ, উপহারের বুড়ি, কার্ড শীট, সকার প্যাড, বাবল র্যাপ, কাঠের বাক্স এবং কার্টন।

৩. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোন বিষয়গুলো এড়িয়ে চলা উচিত?

উত্তর: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় অতিরিক্ত প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা, প্যাকেজিং উপকরণের অপচয় করা এবং প্যাকেজিং উপকরণের দাম বেশি হওয়া এড়িয়ে চলা উচিত।

৪. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন নিয়মাবলী অনুসরণ করা উচিত?

উত্তর: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী নিয়মাবলী অনুসরণ করা উচিত।

৫. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার পরে কোথায় স্থানান্তর করা হয়?

উত্তর: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার পরে বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা হয়।

সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও:

১. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোনটি বিবেচনা করা উচিত নয়?

- ক. পণ্যের ধরণ
- খ. পণ্যের আকার
- গ. পণ্যের ওজন
- ঘ. পণ্যের রং

২. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোনটি ব্যবহার করা উচিত নয়?

- ক. কাগজের ব্যাগ
- খ. প্লাস্টিকের ব্যাগ
- গ. বক্স
- ঘ. উপহারের বুড়ি

৩. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার সময় কোনটি এড়িয়ে চলা উচিত?

- ক. অতিরিক্ত প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা
- খ. প্যাকেজিং উপকরণের অপচয় করা
- গ. প্যাকেজিং উপকরণের দাম কম হওয়া
- ঘ. প্যাকেজিং উপকরণের সহজলভ্যতা

৪. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার জন্য কোন নিয়মাবলী অনুসরণ করা উচিত?

- ক. কর্মক্ষেত্রের মান
- খ. সরকারি নিয়মাবলী
- গ. আন্তর্জাতিক মান
- ঘ. উপরের সবগুলো

৫. প্রশ্ন: বিক্রিত পণ্যের প্যাকেজিং করার পরে কোথায় স্থানান্তর করা হয়?

- ক. বিলিং কাউন্টার
- খ. গুদাম
- গ. ডেলিভারি ভ্যান
- ঘ. উপরের কোনোটিই না

টাস্ক শিট (Task Sheet)-৩.১: প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর

কাজের ধাপ

- ধাপ ১: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন সেফটি গ্লাভস এবং মাস্ক পরিধান করে নিন।
- ধাপ ২: প্যাকেজিং উপকরণ এবং সরঞ্জাম সম্পর্কিত তথ্য সংগ্রহ কর।
- ধাপ ৩: প্রত্যেক উপকরণের গুণমান পরীক্ষা কর। খেয়াল কর যে উপকরণগুলি ভালো মানের এবং টেকসই কিনা।
- ধাপ ৪: তালিকা অনুযায়ী প্রয়োজনীয় উপকরণগুলি সংগ্রহ কর।
- ধাপ ৫: প্রতিটি উপকরণের যথাযথ পরিমাণ সংগ্রহ কর এবং স্টক কর।
- ধাপ ৬: সংগ্রহকৃত প্যাকেজিং উপকরণগুলি সঠিকভাবে এবং নিরাপদে সংরক্ষণ কর।
- ধাপ ৭: উপকরণগুলি সংরক্ষণের সময় তাদের ব্যবহারের সুবিধার দিকে খেয়াল রাখুন।
- ধাপ ৮: প্রতিদিনের প্যাকেজিং উপকরণ সংগ্রহ সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর।
- ধাপ ৯: উপকরণের সাথে সম্পর্কিত সমস্ত নোট এবং তথ্য সংরক্ষণ কর।
- ধাপ ১০: কাজ শেষে প্যাকেজিং উপকরণগুলি সঠিকভাবে তাদের নির্দিষ্ট স্থানে রাখুন।
- ধাপ ১১: পণ্য এবং প্যাকেজিং উপকরণ সম্পর্কে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ কর।
- ধাপ ১২: বিক্রিত পণ্যটি নির্বাচন কর এবং তার সঠিকতা যাচাই কর।
- ধাপ ১৩: পণ্যটি প্যাকেজিংয়ের জন্য প্রস্তুত কর।
- ধাপ ১৪: পণ্যের আকার ও ওজন অনুযায়ী উপযুক্ত প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন কর।
- ধাপ ১৫: প্যাকেজিং উপকরণগুলি যেমন প্যাকেজিং বাক্স, প্যাকেজিং টেপ, বুদ্ধবুদ্ধ প্যাক, পলিথিন ব্যাগ, ইত্যাদি সংগ্রহ কর।
- ধাপ ১৬: পণ্যটি বুদ্ধবুদ্ধ প্যাক দিয়ে মোড়িয়ে নিন যাতে এটি পরিবহনকালে সুরক্ষিত থাকে।
- ধাপ ১৭: পণ্যটি প্যাকেজিং বাক্সে রাখুন।
- ধাপ ১৮: প্যাকেজিং বাক্সটি প্যাকেজিং টেপ দিয়ে সিল কর।
- ধাপ ১৯: প্যাকেজিং বাক্সের উপরে প্রয়োজনীয় লেবেল লাগান।
- ধাপ ২০: লেবেলে গ্রাহকের ঠিকানা এবং প্রেরকের তথ্য স্পষ্টভাবে উল্লেখ কর।
- ধাপ ২১: প্যাকেজিং সঠিকভাবে হয়েছে কিনা তা যাচাই কর।
- ধাপ ২২: প্যাকেজিংয়ের সময় কোনো ত্রুটি থাকলে তা সংশোধন কর।
- ধাপ ২৩: প্যাকেজিংয়ের সাথে সম্পর্কিত সমস্ত নোট এবং তথ্য সংরক্ষণ কর।
- ধাপ ২৪: কাজ শেষে প্যাকেজিং উপকরণগুলি সঠিকভাবে তাদের নির্দিষ্ট স্থানে রাখুন।
- ধাপ ২৫: কাজের স্থান পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৩.১: প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন ও সংগ্রহ কর
এবং প্যাকেজ প্রস্তুত কর**

প্রয়োজনীয় পিপিই সমূহ

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	১

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এবং ইকুইপমেন্টস	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	স্ক্যানার	পণ্যের বারকোড স্ক্যানিং	পিস	১
২	স্টোরেজ র্যাক	প্যাকেজিং উপকরণ সংরক্ষণ	পিস	১
৩	নোটবুক এবং পেন	উপকরণের তালিকা এবং নোট নেওয়ার জন্য	পিস	১
৪	প্রোডাক্ট ক্যাটালগ	পণ্যের বিস্তারিত তথ্য	পিস	১

প্রয়োজনীয় কাচামাল সমূহ

ক্রম	কাচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	প্যাকেজিং টেপ	টেকসই এবং শক্তিশালী টেপ	রোল	১
২	প্যাকেজিং বাক্স	বিভিন্ন আকারের কাগজের বাক্স	পিস	১
৩	পলিথিন ব্যাগ	বিভিন্ন আকারের পলিথিন ব্যাগ	পিস	১
৪	বুদবুদ প্যাক	পণ্য সুরক্ষার জন্য	রোল	১
৫	স্টিকার	লেবেল এবং ঠিকানা প্রদর্শনের জন্য	পিস	১

শিখনফল (Learning Outcome)-8: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকের অভিযোগ চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করা হয়েছে। ২. স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী অভিযোগ গ্রহণ করা হয়েছে। ৩. রুচ গ্রাহকদের কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী সাবধানে মোকাবেলা করা হয়েছে। ৪. LAST পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়েছে। ৫. অভিযোগসমূহ মোকাবেলা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করা হয়েছে। ৬. চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী মোকাবেলা করা হয়েছে।
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> • কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ • সিবিএলএম • হ্যান্ডআউটস • ল্যাপটপ • মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর • কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার • ইন্টারনেট সুবিধা • হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার • অডিও ভিডিও ভিভাইস • প্রয়োজনীয় টুলস
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকের অভিযোগ ২. রুচ গ্রাহকদের মোকাবেলা করা ৩. LAST পদ্ধতি ৪. অভিযোগসমূহ মোকাবেলা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করা ৫. চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা বোনা/অবোনা ব্যাগ
অ্যাক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর।
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> • আলোচনা (Discussion) • উপস্থাপন (Presentation) • প্রদর্শন (Demonstration) • নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice) • স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice) • প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work) • সমস্যা সমাধান (Problem Solving) • মাথাখাটানো (Brainstorming)
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> ১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test) ২. প্রদর্শন (Demonstration) ৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning) ৪. পোর্টফলিও (Portfolio)

প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-8: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে

এই শিখনফল অর্জনের লক্ষ্যে শিখনফলে অন্তর্ভুক্ত বিষয়বস্তু এবং পারফরম্যান্স ক্রাইটেরিয়া অর্জনের জন্য নিম্নলিখিত কার্যক্রমগুলো পর্যায়ক্রমে সম্পাদন কর। কার্যক্রমগুলোর জন্য বর্ণিত রিসোর্সসমূহ ব্যবহার কর।

শিখন কার্যক্রম (Learning Activities)	উপকরণ / বিশেষ নির্দেশনা (Resources / Special instructions)
১. প্রশিক্ষণার্থীগণ কোন শিক্ষা উপকরণ ব্যবহার করবে সে সম্পর্কে প্রশিক্ষকের নিকট জানতে চাইবে।	১. প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণার্থীদের “গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ৪: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ৪ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ৪ -এর সাথে নিজের উত্তর মিলিয়ে নিশ্চিত কর।
৪. জব/টাস্ক শিট ও স্পেসিফিকেশন শিট অনুযায়ী জব সম্পাদন কর।	৪. নিম্নোক্ত জব/টাস্ক শিট অনুযায়ী জব/টাস্ক সম্পাদন করা। টাস্ক শিট ৪.১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর। স্পেসিফিকেশন শিট ৪.১ গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর।

ইনফরমেশন শীট (Information Sheet)-8: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে

শিখন উদ্দেশ্য (Learning Objective): এই ইনফরমেশন শীট পড়ে শিক্ষার্থীগণ-

- 8.1 গ্রাহকের অভিযোগ চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করতে পারবে।
- 8.2 স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী অভিযোগ গ্রহণ করতে পারবে।
- 8.3 রুচু গ্রাহকদের কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী সাবধানে হ্যান্ডল করতে পারবে।
- 8.4 LAST পদ্ধতি প্রয়োগ করতে পারবে।
- 8.5 অভিযোগসমূহ মোকাবেলা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করতে পারবে।
- 8.6 চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী হ্যান্ডল করতে পারবে।

8.1 গ্রাহকের অভিযোগ চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করা

একটি গ্রাহক-কেন্দ্রিক ব্যবসায়ের জন্য গ্রাহক অভিযোগগুলিকে চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহক অভিযোগগুলি বিশ্লেষণ করে, রিটেইল ব্যবসা পণ্য এবং সেবার উন্নতি করার জন্য মূল্যবান অন্তর্দৃষ্টি অর্জন করতে পারে, গ্রাহক সন্তুষ্টি বাড়াতে পারে এবং সম্ভাব্য সমস্যাগুলির সমাধান করতে পারে।

ক. অভিযোগ চিহ্নিত করার ধাপ

মনোযোগ সহকারে শুনুন

গ্রাহকের কথা মনোযোগ দিয়ে শুনুন এবং মাঝপথে বাধা দেবেন না।

উদাহরণ: গ্রাহক যদি বলেন, "আমার ফোনটি চার্জ ধরে রাখতে পারছে না," তখন তাকে পুরোপুরি বলতে দিন।

আগ্রহ দেখান

আপনার শারীরিক ভাষা এবং চোখের যোগাযোগের মাধ্যমে গ্রাহকের প্রতি আগ্রহ প্রদর্শন কর।

অভিযোগ লিখে রাখুন

গ্রাহকের অভিযোগের প্রতিটি পয়েন্ট লিখে রাখুন।

উদাহরণ: "ফোনটি চার্জ ধরে না," "চার্জারটি ঠিকমতো কাজ করছে না," "ফোনটি দ্রুত গরম হয়ে যায়।"

প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ কর :

গ্রাহকের নাম, যোগাযোগের নম্বর, অভিযোগের তারিখ ও সময় ইত্যাদি তথ্য সংগ্রহ কর।

উদাহরণ: "গ্রাহকের নাম: জন Doe, ফোন নম্বর: 0123456789, অভিযোগের তারিখ: ২৫ জুলাই ২০২৪।"

বিশদ জানতে প্রশ্ন কর

সমস্যা বুঝতে এবং বিশ্লেষণ করতে প্রয়োজনীয় প্রশ্ন কর।

উদাহরণ: "আপনার ফোনটি কখন থেকে এই সমস্যা করছে?" "আপনি কি অন্য চার্জার ব্যবহার করে দেখেছেন?"

বিভিন্ন দিক থেকে প্রশ্ন কর

একই সমস্যার বিভিন্ন দিক থেকে প্রশ্ন করে ব্যাপক ধারণা নিন।

উদাহরণ: "ফোনটি চার্জ না ধরে বলার অর্থ কি চার্জার যুক্ত করার পর ব্যাটারি চার্জ হয় না, নাকি চার্জ হলেও দ্রুত শেষ হয়ে যায়?"

খ. অভিযোগ ব্যাখ্যা করার ধাপ

সমস্যার বিশ্লেষণ

তথ্য বিশ্লেষণ কর

গ্রাহকের অভিযোগের প্রতিটি দিক বিশ্লেষণ করে দেখুন। সমস্যার মূল বিষয়গুলো চিহ্নিত কর।

উদাহরণ: ফোনের ব্যাটারির স্বাস্থ্য পরীক্ষা কর, চার্জারের পিন সঠিকভাবে কাজ করছে কিনা তা দেখুন।

অন্যান্য মতামত নিন

সহকর্মী বা উর্ধ্বতন কর্মকর্তার মতামত নিন যদি সমস্যা সমাধান করতে আপনাকে সাহায্য করে।

উদাহরণ: ব্যাটারি বিশেষজ্ঞের মতামত নিন, প্রয়োজনে টেকনিক্যাল সাপোর্ট টিমের সাথে আলোচনা কর।

কারণ চিহ্নিত কর

মূল কারণ নির্ধারণ কর

সমস্যা সৃষ্টির মূল কারণগুলো চিহ্নিত কর।

উদাহরণ: দেখা গেলো যে ফোনের ব্যাটারি ত্রুটিযুক্ত বা চার্জারটি ক্ষতিগ্রস্ত।

কারণ বিশ্লেষণ কর

অভ্যন্তরীণ এবং বাহ্যিক উভয় কারণ বিশ্লেষণ কর।

উদাহরণ: ফোনটি বেশিদিন ব্যবহার করা হয়েছে কি না, পানি বা অন্য কোনো তরল পদার্থ ঢুকে গেছে কি না।

সমাধান প্রস্তাব কর

সম্ভাব্য সমাধান নির্ধারণ কর

সমস্যার সম্ভাব্য সমাধানগুলো নির্ধারণ কর। যেমন, পণ্য পরিবর্তন, মেরামত বা ফেরত দেওয়া।

উদাহরণ: নতুন ব্যাটারি প্রতিস্থাপন, চার্জার পরিবর্তন, বা সম্পূর্ণ ফোনটি পরিবর্তন করা।

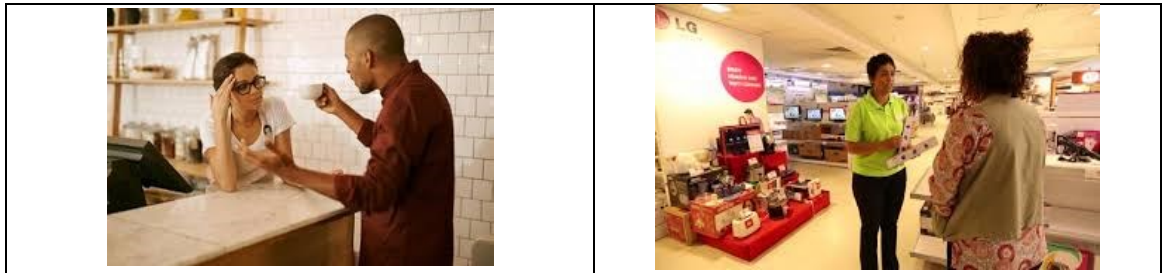
সমাধান আলোচনা কর

গ্রাহকের সাথে সমাধানের বিষয়টি আলোচনা কর এবং তার মতামত নিন।

উদাহরণ: "আমরা আপনার ফোনের ব্যাটারি প্রতিস্থাপন করতে পারি অথবা আপনার জন্য একটি নতুন ফোন প্রদান করতে পারি। আপনার কোনটি পছন্দ?"

৪.২ স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী অভিযোগ গ্রহণ করা

খুচরা ব্যবসায় গ্রাহকদের অভিযোগ গ্রহণ করা একটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ দায়িত্ব। এটি শুধু গ্রাহকদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত করে না, বরং সংস্থার সেবার মান উন্নত করার একটি মূল্যবান সুযোগও প্রদান করে। অভিযোগ গ্রহণের প্রক্রিয়া কার্যকরভাবে পরিচালিত হলে এটি সংস্থার প্রতি গ্রাহকদের আস্থা বৃদ্ধি করে। এই নথিতে খুচরা ব্যবসায় গ্রাহকদের অভিযোগ গ্রহণের প্রক্রিয়া, এর প্রভাব, এবং এর ব্যবস্থাপনা সম্পর্কে বিস্তারিতভাবে আলোচনা করা হবে।



ক. অভিযোগ গ্রহণ প্রক্রিয়া

সংগ্রহ চ্যানেলের স্থাপন

- একটি নির্দিষ্ট ইমেইল ঠিকানা যেখানে গ্রাহকরা তাদের অভিযোগ পাঠাতে পারেন। এটি ২৪/৭ উপলব্ধ থাকে এবং সহজেই অ্যাক্সেসযোগ্য।
- খুচরা ব্যবসার ওয়েবসাইটে ওয়েব-ভিত্তিক ফর্ম যেখানে গ্রাহকেরা সহজেই তাদের অভিযোগের বিবরণ দিতে পারেন। এই ফর্মগুলিতে সমস্যা বর্ণনা, ক্রয়ের তথ্য এবং যোগাযোগের তথ্য সংগ্রহ করা হয়।
- একটি ফোন নম্বর যেখানে গ্রাহকরা ফোন করে তাদের অভিযোগ জানাতে পারেন। এটি বিশেষত জরুরি অভিযোগের জন্য কার্যকর।
- দোকানে একটি নির্দিষ্ট কাউন্টার বা গ্রাহক সেবা ডেস্ক যেখানে গ্রাহকরা তাদের অভিযোগ সরাসরি জানাতে পারেন। এটি মুখোমুখি যোগাযোগের সুবিধা প্রদান করে।
- ফেসবুক, টুইটার এবং অন্যান্য সামাজিক মাধ্যমের পেজ বা প্রোফাইল যেখানে গ্রাহকরা তাদের অভিযোগ জানাতে পারেন।

ফিডব্যাক বিশ্লেষণ

- গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রাপ্ত প্রতিক্রিয়াগুলি বিশ্লেষণ করে সমস্যা সমাধানের উপায় খুঁজে বের করা।
- ফিডব্যাকের ভিত্তিতে সেবার মান উন্নয়নের পদক্ষেপ গ্রহণ করা।

৪.৩ রুচ গ্রাহকদের কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী সাবধানে মোকাবেলা করা

রিটেইলে প্রতিষ্ঠানে রুচ গ্রাহকদের ব্যবহারের কিছু প্রধান বৈশিষ্ট্য চিহ্নিত করা হয়েছে, যা কর্মচারীদের জন্য চ্যালেঞ্জিং হতে পারে। এই বৈশিষ্ট্যগুলো নিচে আলোচনা করা হলো:

ক্ষুধতা ও শত্রুতামূলক ব্যবহার

- কঠিন গ্রাহকরা প্রায়ই ক্ষুধা থাকেন এবং শত্রুতামূলক ব্যবহার করেন।
- তারা উচ্চস্বর ব্যবহার, মৌখিক অপব্যবহার বা আক্রমণাত্মক ভাবমূর্তি প্রদর্শন করতে পারেন।
- তারা হয়তো অশান্ত প্রকাশ করেন, হমকি দেন বা সহযোগিতা করতে অনিচ্ছুক হতে পারেন।

অযুক্তিসঙ্গত দাবি

- কিছু গ্রাহকরা সাধারণ নীতি বা প্রক্রিয়ার বাইরে অযুক্তিসঙ্গত অনুরোধ করেন।
- তারা ফেরত, প্রতিস্থাপন বা অন্য যেকোনো যুক্তিসঙ্গত নয় এমন সুবিধার দাবি করতে পারেন।

সহানুভূতির অভাব

- কঠিন গ্রাহকরা প্রায়ই কর্মচারীদের দৃষ্টিভঙ্গি বুঝতে ব্যর্থ হন।
- তারা কর্মচারীদের সীমাবদ্ধতা, নীতি বা চ্যালেঞ্জ বুঝতে অস্বীকার করতে পারেন।

অবিরাম সংঘাত

- কিছু গ্রাহক যেকোনো প্রস্তাবিত সমাধানকে অগ্রাহ্য করে এবং আরও তর্ক ও অভিযোগ করতে থাকেন।
- তারা বারবার সমস্যাটি উত্থাপন করতে বা উচ্চপর্যায়ের ব্যবস্থাপকের সাথে কথা বলতে চান।

আবেগময় অস্থিরতা

- কঠিন গ্রাহকরা তাদের আবেগ-উদ্দীপনার অবস্থা দ্রুত পরিবর্তন করতে পারেন, যা ক্রোধ থেকে কান্না পর্যন্ত হতে পারে।
- এই অনিয়মিত ব্যবহার কর্মচারীদের জন্য সমস্যা সৃষ্টি করতে পারে।



রুচ গ্রাহকদের সাথে সফলভাবে যোগাযোগ

রুচ গ্রাহকদের সাথে সফলভাবে যোগাযোগ করতে এবং সমস্যার সমাধান করতে কর্মচারীদের জন্য কয়েকটি কার্যকর কৌশল রয়েছে। নিচে এই কৌশলগুলো বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করা হলো

শান্ত থাকা

- ধৈর্য ধারণ: কর্মচারীদের জন্য রুচ গ্রাহকদের সাথে শান্ত এবং ধৈর্যশীল থাকা জরুরি। কঠিন পরিস্থিতিতে কর্মচারীদের নিজেদের আবেগ নিয়ন্ত্রণে রাখা এবং গ্রাহকদের ক্রোধ বা হতাশার প্রতিক্রিয়া স্বাভাবিকভাবে নেওয়া গুরুত্বপূর্ণ।
- গভীর নিঃশ্বাস: এমন পরিস্থিতিতে গভীর নিঃশ্বাস নিয়ে মানসিক চাপ কমানোর চেষ্টা করতে পারেন।

সহানুভূতিশীল শোনা

- মনোযোগী শোনা: গ্রাহকদের সমস্যাগুলো মনোযোগ দিয়ে শোনা এবং তাদের কথা বোঝার চেষ্টা করা উচিত।
- সহানুভূতিশীল প্রতিক্রিয়া: গ্রাহকদের অনুভূতিগুলোকে সম্মান দেখিয়ে কথা বলা এবং তাদের সমস্যা সমাধানের আগ্রহ প্রকাশ করা।

দ্রুত সমাধান

- কার্যকর সমাধান: দ্রুত এবং কার্যকর সমাধান প্রদান করা, যাতে গ্রাহকরা সন্তুষ্ট হন।
- নীতি অনুযায়ী সমস্যা সমাধান: সমস্যার সমাধানে প্রতিষ্ঠানের নীতি অনুসরণ করা উচিত, যাতে কোনও অসুবিধা বা জটিলতা তৈরি না হয়।

8.8 LAST পদ্ধতি প্রয়োগ করা

রিটেইল খাতে গ্রাহক সেবা এবং অভিযোগ ব্যবস্থাপনার ক্ষেত্রে "LAST" পদ্ধতি একটি জনপ্রিয় এবং কার্যকর কৌশল হিসেবে ব্যবহৃত হয়। "LAST" শব্দটি চারটি গুরুত্বপূর্ণ ধাপের সংক্ষিপ্ত রূপ, যা গ্রাহকদের অভিযোগ দ্রুত এবং কার্যকরভাবে সমাধান করতে সাহায্য করে। এই পদ্ধতি গ্রাহকদের সন্তুষ্টি বৃদ্ধিতে এবং প্রতিষ্ঠানের সুনাম বজায় রাখতে সহায়ক।

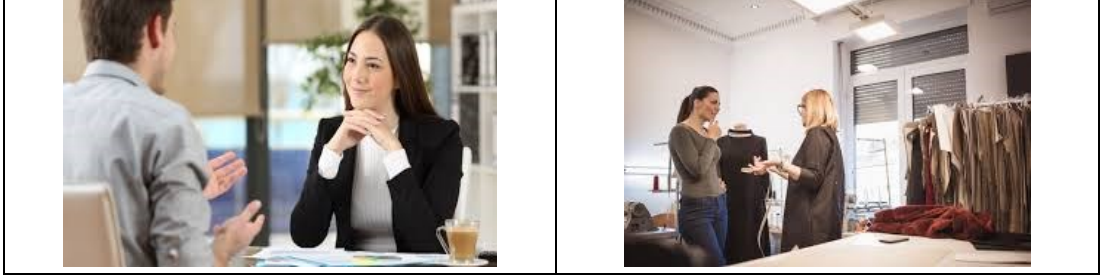
- Listen (শোনা)
- Apologize (ক্ষমা চাওয়া)
- Solve (সমাধান করা)
- Thank (ধন্যবাদ জানানো) ।

এই পদ্ধতি গ্রাহকদের অভিযোগের ক্ষেত্রে সংস্থার প্রতিক্রিয়া প্রদানের প্রক্রিয়াকে সংগঠিত করে এবং গ্রাহক সন্তুষ্টি বাড়াতে সাহায্য করে। এই নথিতে "LAST" পদ্ধতির আরও বিস্তারিত বিবরণ এবং প্রতিটি ধাপের কার্যকর ব্যবস্থাপনা সম্পর্কে আলোচনা করা হবে।

ক. Listen (শোনা)

মনোযোগ সহকারে শোনা

- গ্রাহকের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন।
- তাদের কথা বলার সময় বাধা দেবেন না এবং পুরোপুরি মনোযোগ দিন।
- মাথা নেড়ে বা চোখের যোগাযোগ করে বুঝিয়ে দিন যে আপনি মনোযোগ দিচ্ছেন।



খ. Apologize (ক্ষমা চাওয়া)

নম্রভাবে ক্ষমা চাওয়া

- গ্রাহকের সমস্যার জন্য আন্তরিকভাবে ক্ষমা চান।
- ক্ষমা চাওয়া দোষ স্বীকার করা নয়, বরং এটি গ্রাহকের প্রতি সহানুভূতির প্রদর্শন।

দায়িত্ব গ্রহণ

- সংস্থার পক্ষে ভুল বা সমস্যা স্বীকার করে দায়িত্ব গ্রহণ কর।
- উদাহরণস্বরূপ, "আমরা অত্যন্ত দুঃখিত যে আপনি এই সমস্যার সম্মুখীন হয়েছেন, এটি আমাদের দায়িত্ব"।

গ. Solve (সমাধান করা)

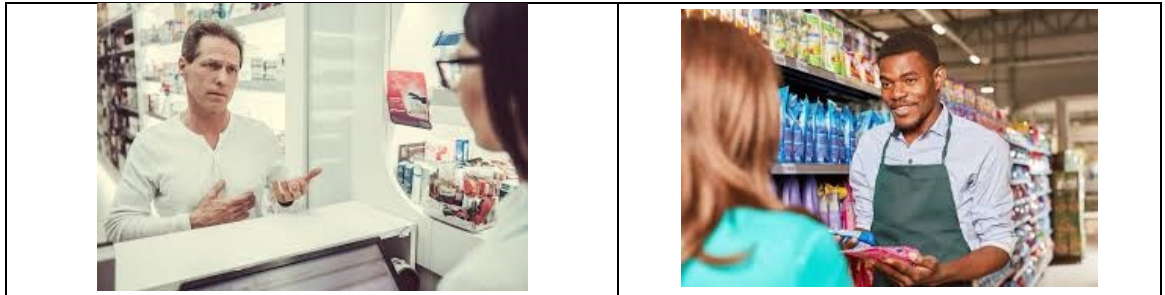
সমস্যার সমাধান

- গ্রাহকের সমস্যার সমাধান করার জন্য দ্রুত এবং কার্যকর পদক্ষেপ নিন।
- সমস্যা সমাধানের জন্য উপলব্ধ সমস্ত সম্পদ এবং প্রক্রিয়া ব্যবহার কর।

বিকল্প সমাধান প্রস্তাব করা

- যদি প্রাথমিক সমাধান সম্ভব না হয়, তবে বিকল্প সমাধান প্রস্তাব কর যা গ্রাহকের জন্য গ্রহণযোগ্য হতে পারে।
- উদাহরণস্বরূপ, পণ্য প্রতিস্থাপন, রিফান্ড, বা অতিরিক্ত সেবা প্রদান করা।

গ্রাহকের সাথে আলোচনা

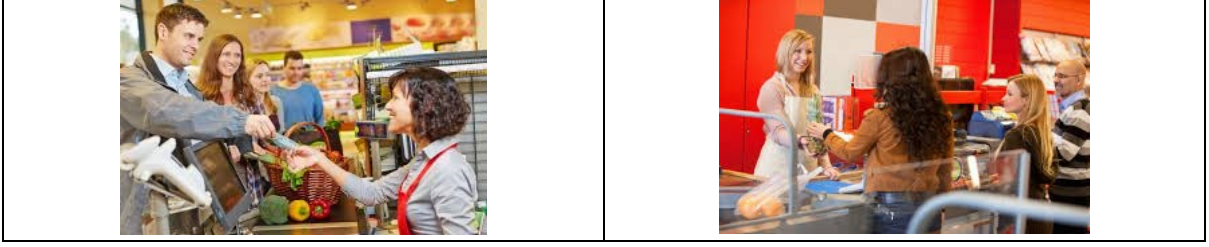


- সমাধান সম্পর্কে গ্রাহকের সাথে আলোচনা কর এবং তাদের মতামত নিন।
- নিশ্চিত কর যে গ্রাহক সমাধানে সন্তুষ্ট।

ঘ. Thank (ধন্যবাদ জানানো)

ধন্যবাদ জানানো

- গ্রাহকের অভিযোগ জানানো এবং সমস্যা সমাধানের সুযোগ দেওয়ার জন্য ধন্যবাদ জানান।
- এটি তাদের মূল্যবোধের প্রমাণ দেয়।



আলোচনা বন্ধ করা

- ধন্যবাদ জানানোর মাধ্যমে আলোচনাটি বন্ধ কর এবং নিশ্চিত কর যে গ্রাহক সম্পূর্ণরূপে সন্তুষ্ট।
- উদাহরণস্বরূপ, "আপনার মতামতের জন্য ধন্যবাদ, এটি আমাদের সেবা উন্নত করতে সহায়ক হবে।"

ঙ. "LAST" পদ্ধতির প্রভাব

গ্রাহকের সন্তুষ্টি বৃদ্ধি

বিশ্বাস পুনঃস্থাপন

- গ্রাহকরা তাদের সমস্যা সমাধানের জন্য সংস্থার প্রতি বিশ্বাস স্থাপন করে।
- সংস্থার প্রতিশ্রুতি এবং দক্ষতার প্রমাণ হিসাবে গ্রাহকের সন্তুষ্টি বৃদ্ধি পায়।

প্রতিশ্রুতি প্রদর্শন

- এই পদ্ধতি সংস্থার প্রতি গ্রাহকদের দেখায় যে সংস্থা তাদের উদ্বেগের গুরুত্ব দেয় এবং সমাধানে প্রতিশ্রুতিবদ্ধ।
- গ্রাহকদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত করার জন্য সংস্থার প্রচেষ্টা প্রমাণিত হয়।

সমস্যার সমাধানের কার্যকারিতা বৃদ্ধি

স্পষ্ট প্রক্রিয়া

- স্পষ্ট প্রক্রিয়ার মাধ্যমে সমস্যাগুলি দ্রুত এবং কার্যকরভাবে সমাধান করা যায়।
- কার্যকর সমাধানের মাধ্যমে গ্রাহকদের সমস্যার দ্রুত নিষ্পত্তি সম্ভব হয়।

গ্রাহকের মতামত

- গ্রাহকের মতামত গ্রহণ করার মাধ্যমে সমাধানটি আরও কার্যকর এবং সন্তোষজনক হয়।
- গ্রাহকদের প্রয়োজন এবং প্রত্যাশা পূরণ করা সহজ হয়।

৪.৫ অভিযোগসমূহ মোকাবেলা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করা।

কোনো প্রতিষ্ঠানের সফলতার জন্য গ্রাহক সন্তুষ্টি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত করার জন্য অভিযোগগুলি যত্ন সহকারে পরিচালনা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা অপরিহার্য। এই প্রক্রিয়াটি গ্রাহকদের সাথে একটি ইতিবাচক সম্পর্ক গড়ে তুলতে, সমস্যাগুলি চিহ্নিত করতে এবং সেগুলির সমাধান করতে এবং প্রতিষ্ঠানের সামগ্রিক কর্মক্ষমতা উন্নত করতে সহায়তা করে।

ক. অভিযোগগুলি পরিচালনা করা

অভিযোগগুলি পরিচালনা করার সময় নিম্নলিখিত পদক্ষেপগুলি অনুসরণ করা উচিত

সক্রিয়ভাবে শুনুন

- গ্রাহকের অভিযোগ মনোযোগ সহকারে শুনুন এবং তাদের দৃষ্টিভঙ্গি বুঝতে চেষ্টা কর।
- তাদের কথা বাধা দেবেন না বা তাদের অভিজ্ঞতা নিয়ে বিচার করবেন না।
- গুরুত্বপূর্ণ তথ্যগুলির জন্য প্রশ্ন জিজ্ঞাসা কর, যেমন কখন, কোথায় এবং কীভাবে ঘটেছে।

সহানুভূতি প্রকাশ কর

- গ্রাহকের অভিজ্ঞতার জন্য সহানুভূতি প্রকাশ কর এবং তাদের সমস্যা সমাধানের জন্য আপনার প্রতিশ্রুতি জানান।
- তাদের জানান যে আপনি তাদের সমস্যাটি বুঝতে পেরেছেন এবং তা সমাধান করতে সহায়তা করতে চান।
- তাদের ধৈর্য এবং সহযোগিতার জন্য ধন্যবাদ জানান।

তথ্য সংগ্রহ কর

- অভিযোগটি সম্পর্কে সমস্ত প্রাসঙ্গিক তথ্য সংগ্রহ কর, যেমন:
- গ্রাহকের নাম, যোগাযোগের তথ্য এবং অ্যাকাউন্ট নম্বর।
- অভিযোগের বিষয়বস্তু।
- অভিযোগটি কখন, কোথায় এবং কীভাবে ঘটেছে।
- গ্রাহক কীভাবে অভিযোগটি সমাধান করতে চায়।
- অভিযোগ সম্পর্কিত অন্যান্য প্রাসঙ্গিক তথ্য।

অভিযোগটি তদন্ত কর

- অভিযোগটি সম্পর্কে আরও তথ্য সংগ্রহ করতে সাক্ষীদের সাক্ষাৎকার নিন এবং প্রাসঙ্গিক প্রমাণ পর্যালোচনা কর।
- তদন্তের সময় নিরপেক্ষ এবং পেশাদার থাকুন।
- তদন্তের ফলাফলগুলি নথিভুক্ত কর।

সিদ্ধান্ত নিন

- সংগৃহীত তথ্যের উপর ভিত্তি করে সিদ্ধান্ত নিন যে অভিযোগটি বৈধ কিনা এবং যদি তা হয়, তাহলে কী ব্যবস্থা নেওয়া উচিত।
- গ্রাহককে সিদ্ধান্তের বিষয়ে অবহিত কর এবং কেন এই সিদ্ধান্ত নেওয়া হয়েছে তা ব্যাখ্যা কর।
- যদি অভিযোগটি বৈধ হয়, তাহলে গ্রাহকের সাথে একটি সমাধান নিয়ে আলোচনা কর।

খ. অভিযোগগুলি সমাধান করা

অভিযোগগুলি সমাধান করার সময় নিম্নলিখিত পদক্ষেপগুলি অনুসরণ করা উচিত

গ্রাহকের সাথে কাজ কর

- গ্রাহকের সাথে সহানুভূতিশীল এবং সম্মানজনক আচরণ কর।
- তাদের অভিজ্ঞতা শুনুন এবং তাদের দৃষ্টিভঙ্গি বুঝতে চেষ্টা কর।
- তাদের প্রশ্নের উত্তর দিন এবং তাদের উদ্বেগগুলির সমাধান কর।
- তাদের সাথে একটি সমাধান নিয়ে আলোচনা করার জন্য একসাথে কাজ কর।

একটি সমাধান প্রস্তাব কর

- একটি সমাধান প্রস্তাব কর যা গ্রাহকের জন্য ন্যায্য এবং যুক্তিসঙ্গত।
- সমাধানটি সমস্যার সমাধান করা উচিত এবং গ্রাহকের অভিজ্ঞতার জন্য ক্ষতিপূরণ করা উচিত।
- গ্রাহকের সাথে সমাধান নিয়ে আলোচনা কর এবং তাদের প্রতিক্রিয়া নিন।
- একটি সমাধানে পৌঁছানোর জন্য তাদের সাথে কাজ করতে ইচ্ছুক হন যা উভয় পক্ষের জন্য গ্রহণযোগ্য।

সমাধানটি বাস্তবায়ন কর

- সমাধানটি যত তাড়াতাড়ি সম্ভব বাস্তবায়ন কর।
- গ্রাহককে সমাধানটি বাস্তবায়ন করার সময়রেখা সম্পর্কে অবহিত কর।

- সমাধানটি বাস্তবায়ন করার সময় গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ কর।
- নিশ্চিত কর যে সমাধানটি সঠিকভাবে বাস্তবায়ন করা হয়েছে।

ফলো-আপ কর

- অভিযোগটি সমাধান হয়েছে তা নিশ্চিত করার জন্য গ্রাহকের সাথে ফলো-আপ কর।
- তাদের জিজ্ঞাসা কর যে তারা সমাধানটি নিয়ে সন্তুষ্ট কিনা।
- যদি তাদের কোনো অতিরিক্ত উদ্বেগ থাকে তবে সেগুলি সমাধান কর।
- তাদের সাথে আপনার ব্যবসায়ের সাথে তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া জানাতে বলুন।

গ. অভিযোগগুলি কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা

বিশেষ কিছু ক্ষেত্রে, অভিযোগগুলি কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা প্রয়োজন হতে পারে। এটি নিম্নলিখিত ক্ষেত্রে হতে পারে:

▪ অভিযোগটি গুরুতর হলে

যদি অভিযোগটি গুরুতর হয়, যেমন শারীরিক নির্যাতন, যৌন হয়রানি, বৈষম্য বা অর্থনৈতিক প্রতারণা, তাহলে তা কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা উচিত। এই ক্ষেত্রে, কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করার পাশাপাশি, প্রয়োজনীয় হলে আইনি পদক্ষেপ নেওয়াও বিবেচনা করা উচিত।

▪ অভিযোগটি সমাধান করা না গেলে

যদি অভিযোগটি প্রতিষ্ঠানের দ্বারা সমাধান করা না যায়, তাহলে তা কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা উচিত। এটি বিশেষত সত্য যদি প্রতিষ্ঠানটি অভিযোগটি সমাধান করার জন্য কিছু করতে অস্বীকার করে বা যদি আপনি বিশ্বাস করেন যে প্রতিষ্ঠানটি অভিযোগটি সঠিকভাবে পরিচালনা করছে না।

▪ কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করার জন্য আইনত বাধ্যবাধকতা

কিছু ক্ষেত্রে, অভিযোগগুলি কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করার জন্য আইনত বাধ্যতামূলক হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, যদি আপনি শিশু নির্যাতন বা অবহেলার অভিযোগ সম্পর্কে জানেন, তাহলে আপনার অবশ্যই তা কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করতে হবে।

অভিযোগগুলি কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করার সময়, নিম্নলিখিত বিষয়গুলি মনে রাখা গুরুত্বপূর্ণ

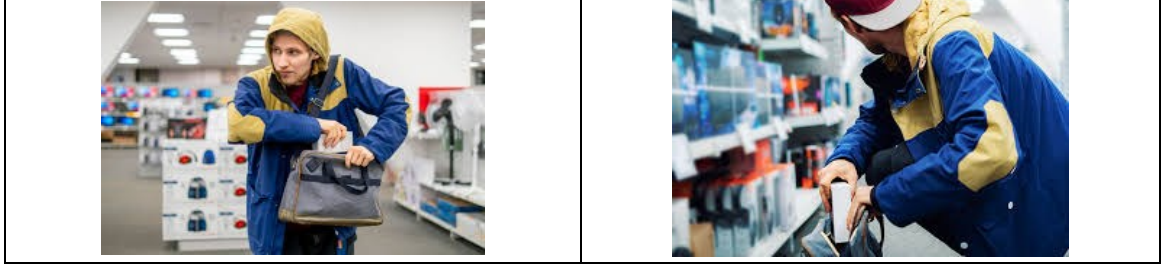
- অভিযোগের ধরনের উপর নির্ভর করে, আপনাকে বিভিন্ন কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করতে হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, যদি অভিযোগটি পুলিশের সাথে সম্পর্কিত হয়, তাহলে আপনাকে পুলিশের কাছে রিপোর্ট করতে হবে। যদি অভিযোগটি একটি ব্যবসার সাথে সম্পর্কিত হয়, তাহলে আপনাকে ভোক্তা সুরক্ষা সংস্থার কাছে রিপোর্ট করতে হবে।
- যখন আপনি অভিযোগটি রিপোর্ট করেন, তখন যতটা সম্ভব বিস্তারিত তথ্য প্রদান করা গুরুত্বপূর্ণ। এতে অভিযোগের তারিখ এবং সময়, জড়িত ব্যক্তিদের নাম, ঘটনার বিবরণ এবং আপনার কাছে থাকা কোনো প্রমাণ অন্তর্ভুক্ত থাকবে।
- অভিযোগটি রিপোর্ট করার সময়, আপনি কাকে রিপোর্ট করেছেন, কখন রিপোর্ট করেছেন এবং তারা কী বলেছেন তার একটি লিখিত রেকর্ড রাখা গুরুত্বপূর্ণ।
- কর্তৃপক্ষের কাছে অভিযোগগুলি তদন্ত করতে সময় লাগতে পারে। ধৈর্যশীল হওয়া এবং তদন্তের সময় তাদের সাথে সহযোগিতা করা গুরুত্বপূর্ণ।

অভিযোগ কর্তৃপক্ষের কাছে রিপোর্ট করা গুরুত্বপূর্ণ

- অভিযোগটি রিপোর্ট করার মাধ্যমে, আপনি অন্যদের একই অভিজ্ঞতা থেকে রক্ষা করতে সহায়তা করতে পারেন।
- অভিযোগটি রিপোর্ট করার মাধ্যমে, আপনি ন্যায়বিচার পেতে এবং দায়ী ব্যক্তিকে জবাবদিহি করতে সহায়তা করতে পারেন।

৪.৬ চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী মোকাবেলা করা

দোকানে চুরি একটি ব্যাপক সমস্যা যা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য উল্লেখযোগ্য আর্থিক ক্ষতি এবং গ্রাহকদের জন্য নিরাপত্তা ঝুঁকি তৈরি করে। এটি বিভিন্ন কারণ দ্বারা চালিত হতে পারে, যার মধ্যে রয়েছে অর্থনৈতিক চাপ, সামাজিক চাপ এবং মানসিক স্বাস্থ্যের সমস্যা। দোকানে চুরির সাথে জড়িত বিভিন্ন ধরনের আচরণ রয়েছে, যেমন পণ্য চুরি করা, স্ক-চেকআউট কাউন্টারে আইটেম স্ক্যান না করা এবং রিটার্নের জন্য আইটেম ফেরত দেওয়া। দোকানে চুরি প্রতিরোধে খুচরা বিক্রেতারা বিভিন্ন কৌশল ব্যবহার করতে পারে, যেমন নিরাপত্তা ক্যামেরা, নিরাপত্তা রক্ষী এবং ইলেকট্রনিক আর্টিকেল সার্ভিলেন্স (EAS) ট্যাগ। আইন প্রয়োগকারী সংস্থাগুলি দোকানে চুরি প্রতিরোধে এবং অপরাধীদের বিচারের জন্য খুচরা বিক্রেতাদের সাথেও সহযোগিতা করে। দোকানে চুরি একটি গুরুতর অপরাধ যার গুরুতর পরিণতি হতে পারে, তাই এটি গুরুত্বপূর্ণ যে ব্যক্তিরা এই অপরাধের সম্ভাব্য ঝুঁকি এবং ফলাফলগুলি সম্পর্কে সচেতন।



ক. চুরির ধরন

- **পকেটে রাখা:** এটি সবচেয়ে সাধারণ ধরনের চুরি, যেখানে চোর চুরি করতে চাওয়া জিনিসটি সহজেই পকেটে রাখে।
- **গোপন করা:** এতে একটি ব্যাগ, পোশাক বা অন্য কোনো বস্তুতে জিনিসটি লুকানো জড়িত থাকে।
- **মূল্যের ট্যাগ পরিবর্তন করা:** এতে একটি দামি জিনিসের মূল্যের ট্যাগ একটি সস্তা জিনিসের মূল্যের ট্যাগ দিয়ে প্রতিস্থাপন করা জড়িত থাকে।
- **বুন্টার ব্যাগ ব্যবহার করা:** এটি একটি বিশেষভাবে ডিজাইন করা ব্যাগ যার একটি আন্তর রয়েছে যা চেকআউট কাউন্টারে সেন্সরগুলিকে ব্লক করে।
- **রিফান্ড প্রতারণা:** এতে এমন একটি আইটেম ফেরত দেওয়া জড়িত থাকে যা কখনও কেনা হয়নি বা চুরি করা আইটেমটি রিফান্ডের জন্য ফেরত দেওয়া হয়।

খ. চুরিতে অবদানকারী কারণসমূহ

- **সুযোগ:** চোররা যখন মনে করে যে তারা চুরি করে সহজেই পার পাবে তখন তারা চুরি করার সম্ভাবনা বেশি থাকে। এজন্যই খুচরা বিক্রেতাদের জন্য ভালো নিরাপত্তা ব্যবস্থা থাকা গুরুত্বপূর্ণ।
- **প্রেরণা:** চোররা বিভিন্ন কারণে চুরি করতে পারে, যার মধ্যে রয়েছে আর্থিক প্রয়োজন, রোমাঞ্চের খোঁজ বা আসক্তি।
- **মনোভাব:** চোরদের খুচরা বিক্রেতাদের প্রতি নেতিবাচক মনোভাব থাকতে পারে বা তারা বিশ্বাস করতে পারে যে চুরি করা তাদের পক্ষে ন্যায্য।

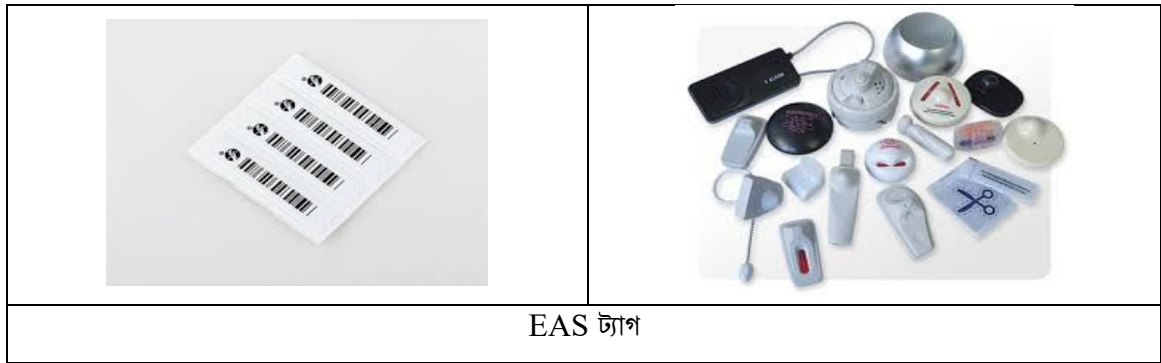
গ. চুরির পরিণতি

- **ফৌজদারি অভিযোগ:** চুরি করা একটি অপরাধ, এবং যাদের ধরা পড়ে তাদের বিরুদ্ধে অপরাধের মাত্রা এবং চুরি করা আইটেমের মূল্যের উপর নির্ভর করে অপরাধমূলক অভিযোগ বা গুরুতর অপরাধের অভিযোগ আনা হতে পারে।
- **জরিমানা এবং কারাদণ্ড:** চুরির জন্য শাস্তি এখতিয়ারভেদে পরিবর্তিত হতে পারে, তবে এতে জরিমানা, কারাদণ্ড বা উভয়ই অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।

- **সিভিল দায়:** ফৌজদারি অভিযোগ ছাড়াও, চোররা চুরি করা আইটেমের মূল্যের পাশাপাশি খুচরা বিক্রেতার যেকোনো অতিরিক্ত ক্ষতির জন্যও দায়ী থাকতে পারে।
- **চাকরি হারানো:** অনেক নিয়োগকর্তার চুরির জন্য শূন্য-সহনশীলতা নীতি রয়েছে, এবং চুরি করতে ধরা পড়া কর্মচারীদের চাকরিচ্যুত করা হতে পারে।
- **সুনামের ক্ষতি:** চুরি করলে ব্যক্তির সুনাম ক্ষতিগ্রস্ত হতে পারে এবং ভবিষ্যতে চাকরি বা আবাসন খুঁজে পাওয়া কঠিন হয়ে পড়তে পারে।

ঘ. চুরি প্রতিরোধ

- **নিরাপত্তা ক্যামেরা ইনস্টল করা:** নিরাপত্তা ক্যামেরা চোরদের নিরুৎসাহিত করতে পারে এবং চুরি করা ব্যক্তিদের চিহ্নিত করতে সহায়তা করতে পারে।
- **ইলেকট্রনিক আর্টিকেল সার্ভিলেন্স (EAS) ট্যাগ ব্যবহার করা:** EAS ট্যাগ পণ্যের সাথে সংযুক্ত থাকে এবং চেকআউট কাউন্টারে নিষ্ক্রিয় না করা হলে একটি অ্যালার্ম বাজায়।



- **নিরাপত্তা রক্ষী নিয়োগ করা:** নিরাপত্তা রক্ষীরা দোকানে টহল দিতে পারে এবং চোরদের নিরুৎসাহিত করতে পারে।
- **কর্মচারীদের চোর চেনার জন্য প্রশিক্ষণ দেওয়া:** কর্মচারীদের সন্দেহজনক আচরণ, যেমন দোকানে ঘোরাঘুরি করা লোকজন বা বড় ব্যাগ বহনকারী লোকজন চিহ্নিত করার জন্য প্রশিক্ষিত করা যেতে পারে।
- **দোকানটি ভালোভাবে আলোকিত এবং সংগঠিত রাখা:** একটি ভালোভাবে আলোকিত এবং সংগঠিত দোকান চোরদের কাছে কম আকর্ষণীয়।



- **চুরির বিষয়ে সতর্ককারী চিহ্ন পোস্ট করা:** চুরির বিষয়ে সতর্ককারী চিহ্ন কিছু লোককে চুরি করতে নিরুৎসাহিত করতে পারে।

সেলফ চেক শিট (Self-Check)-8: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে

১. প্রশ্ন: কোন বিষয়ে গ্রাহকরা সবচেয়ে বেশি অভিযোগ করেন?

উত্তর:

২. প্রশ্ন: গ্রাহকরা সাধারণত কোন ধরনের পরিষেবা সমস্যার জন্য অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর:

৩. প্রশ্ন: ইনভেন্টরি এবং উপলব্ধতা সম্পর্কিত সমস্যা কোন কারণে হয়?

উত্তর:

৪. প্রশ্ন: মূল্য নির্ধারণ এবং বিলিং নিয়ে গ্রাহকরা কোন সমস্যা নিয়ে অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর:

৫. প্রশ্ন: দোকানের পরিচ্ছন্নতা এবং সজ্জা নিয়ে গ্রাহকরা কেন অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর:

৬. প্রশ্ন: নীতি সংক্রান্ত কোন সমস্যা গ্রাহক অভিযোগের কারণ হতে পারে?

উত্তর:

৭. প্রশ্ন ৫: গ্রাহকরা কোন কারণে অপেক্ষার সময় নিয়ে অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর:

উত্তর পত্র (Answer Key)-8: গ্রাহকের অভিযোগ মোকাবেলা করতে পারবে

১. প্রশ্ন: কোন বিষয়ে গ্রাহকরা সবচেয়ে বেশি অভিযোগ করেন?

উত্তর: পণ্যের গুণমান বা কার্যকারিতা নিয়ে।

২. প্রশ্ন: গ্রাহকরা সাধারণত কোন ধরনের পরিষেবা সমস্যার জন্য অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর: ধীর পরিষেবা বা অসভ্য কর্মচারী।

৩. প্রশ্ন: ইনভেন্টরি এবং উপলব্ধতা সম্পর্কিত সমস্যা কোন কারণে হয়?

উত্তর: পর্যাপ্ত পণ্য না থাকা বা স্টক শেষ হয়ে যাওয়া।

৪. প্রশ্ন: মূল্য নির্ধারণ এবং বিলিং নিয়ে গ্রাহকরা কোন সমস্যা নিয়ে অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর: অতিরিক্ত মূল্য বা ভুল বিলিং।

৫. প্রশ্ন: দোকানের পরিচ্ছন্নতা এবং সজ্জা নিয়ে গ্রাহকরা কেন অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর: অপরিষ্কার বা অগোছালো দোকান।

৬. প্রশ্ন: নীতি সংক্রান্ত কোন সমস্যা গ্রাহক অভিযোগের কারণ হতে পারে?

উত্তর: অপরিষ্কার বা অগোছালো দোকান।

৭. প্রশ্ন: গ্রাহকরা কোন কারণে অপেক্ষার সময় নিয়ে অভিযোগ করতে পারেন?

উত্তর: দীর্ঘ অপেক্ষার সময় বা সেবা পেতে বিলম্ব।

টাস্ক শিট (Task Sheet)-8.১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন গ্রাহকদের মোকাবেলা কর

।

Job Name (জবের নাম): গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ করা।

উদ্দেশ্য: গ্রাহকের অভিযোগ মনোযোগ সহকারে শোনা, তাদের সমস্যা বোঝা এবং তাদের অভিযোগ সমাধানের জন্য পদক্ষেপ নেওয়া।

সতর্কতা: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ এবং সমাধান করার সময় নিম্নলিখিত সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে:

- গ্রাহকের কথা মনোযোগ সহকারে শুনতে হবে।
- শিষ্টাচার বজায় রেখে ধৈর্য সহকারে কথা বলতে হবে।
- ব্যক্তিগত তথ্য গোপন রাখতে হবে।
- অভিযোগ সমাধানের সময় পেশাদারিত্ব বজায় রাখতে হবে।

কাজের ধাপ

ধাপ ১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণের জন্য প্রস্তুতি নিন। প্রয়োজনীয় উপকরণ যেমন নোটবুক, কলম বা কম্পিউটার প্রস্তুত কর।

ধাপ ২: অভিযোগ গ্রহণ করার সময় গ্রাহকের সাথে শিষ্টাচার বজায় রেখে কথা বলুন। তাদের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন।

ধাপ ৩: গ্রাহকের অভিযোগের সমস্ত বিবরণ নথিভুক্ত কর। গ্রাহকের নাম, যোগাযোগের তথ্য, এবং অভিযোগের বিবরণ সঠিকভাবে লিখুন।

ধাপ ৪: অভিযোগের জন্য আন্তরিকভাবে দুঃখ প্রকাশ কর এবং গ্রাহকের অসুবিধার প্রতি সহানুভূতিশীল হন।

ধাপ ৫: অভিযোগের সম্ভাব্য সমাধান খুঁজে বের কর। প্রয়োজনে উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের সাথে বিবেচনীয় দিক কর।

ধাপ ৬: গ্রাহককে সমাধানের বিষয়ে অবহিত কর এবং তাদের সমস্যা সমাধানের প্রতিশ্রুতি দিন।

ধাপ ৭: অভিযোগের সমাধান প্রক্রিয়া সম্পন্ন হলে গ্রাহককে ধন্যবাদ জানান এবং তাদের মূল্যায়ন ও বিবেচনীয় দিক গ্রহণ কর।

ধাপ ৮: প্রতিদিনের অভিযোগ গ্রহণ এবং সমাধান সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর।

ধাপ ৯: অভিযোগের সাথে সম্পর্কিত সমস্ত নোট এবং তথ্য সংরক্ষণ কর।

ধাপ ১০: গ্রাহককে সমস্যার সমাধান সম্পর্কে অবহিত কর এবং তাদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত কর।

ধাপ ১১: প্রতিদিনের রুচ গ্রাহকদের হ্যান্ডলিং সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর।

ধাপ ১২: কাজ শেষে কাজের স্থান পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-8.১: গ্রাহকের অভিযোগ গ্রহণ কর এবং কঠিন
গ্রাহকদের মোকাবেলা কর ।**

প্রয়োজনীয় পিপিই সমূহ

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	১

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এবং ইকুইপমেন্টস	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	নোটবুক এবং পেন	অভিযোগ নথিভুক্ত করার জন্য	পিস	১
২	কম্পিউটার	অভিযোগ নথিভুক্ত এবং সমাধানের জন্য	পিস	১
৩	ফোন	গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ রাখার জন্য	পিস	১

প্রয়োজনীয় কাচামাল সমূহ

ক্রম	কাচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	অভিযোগ ফর্ম	অভিযোগের তথ্য নথিভুক্ত করার জন্য	পিস	১
২	গ্রাহকের তথ্য তালিকা	গ্রাহকের যোগাযোগের তথ্য	পিস	১
৩	রিপোর্ট ফর্ম	প্রতিদিনের অভিযোগের প্রতিবেদন	পিস	১

শিখনফল (Learning Outcome)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে

<p>অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করা হয়েছে। ২. গ্রাহকদের ক্রয় করার জন্য অনুপ্রাণিত করা হয়েছে। ৩. গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক দেওয়া হয়েছে। ৪. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়েছে। ৫. বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ করা হয়েছে। ৬. বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লভ্যাংশ বৃদ্ধি করা হয়েছে। ৭. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করা হয়েছে। ৮. নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া হয়েছে।
<p>শর্ত ও রিসোর্স</p>	<ul style="list-style-type: none"> • কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ • সিবিএলএম • হ্যান্ডআউটস • ল্যাপটপ • মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর • কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার • ইন্টারনেট সুবিধা • হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার • অডিও ভিডিও ভিভাইস • প্রয়োজনীয় টুলস • প্রয়োজনীয় পিপিই
<p>বিষয়বস্তু</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. অধিক বিক্রয় ২. গ্রাহকদের ক্রয় করার জন্য অনুপ্রাণিত করা ৩. পরিপূরক পণ্য ৪. প্রচারমূলক অফারসমূহ ৫. গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ ৬. বিক্রয় বৃদ্ধি ৭. বিক্রয়োত্তর সেবা ৮. প্রতিক্রিয়া
<p>অ্যাক্টিভিটি/টাস্ক/জব</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার জন্য উপযুক্ত পরামর্শ প্রদান কর। ২. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দিন। ৩. কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত কর। ৪. নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ কর।

<p>প্রশিক্ষণ পদ্ধতি</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. আলোচনা (Discussion) ২. উপস্থাপন (Presentation) ৩. প্রদর্শন (Demonstration) ৪. নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice) ৫. স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice) ৬. প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work) ৭. সমস্যা সমাধান (Problem Solving) ৮. মাথাখাটানো (Brainstorming)
<p>অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি</p>	<ol style="list-style-type: none"> ১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test) ২. প্রদর্শন (Demonstration) ৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning) ৪. পোর্টফলিও (Portfolio)

প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে

এই শিখনফল অর্জনের লক্ষ্যে শিখনফলে অন্তর্ভুক্ত বিষয়বস্তু এবং পারফরম্যান্স ক্রাইটেরিয়া অর্জনের জন্য নিম্নলিখিত কার্যক্রমগুলো পর্যায়ক্রমে সম্পাদন কর। কার্যক্রমগুলোর জন্য বর্ণিত রিসোর্সসমূহ ব্যবহার কর।

শিখন কার্যক্রম (Learning Activities)	উপকরণ / বিশেষ নির্দেশনা (Resources / Special instructions)
১. প্রশিক্ষণার্থীগণ কোন শিক্ষা উপকরণ ব্যবহার করবে সে সম্পর্কে প্রশিক্ষকের নিকট জানতে চাইবে।	১. প্রশিক্ষক প্রশিক্ষণার্থীদের “গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ৪: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে।
৩. সেলফ চেক প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ৪ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ৪ -এর সাথে নিজের উত্তর মিলিয়ে নিশ্চিত কর।
৪. জব/টাস্ক শিট ও স্পেসিফিকেশন শিট অনুযায়ী জব সম্পাদন কর।	৪. নিম্নোক্ত জব/টাস্ক শিট অনুযায়ী জব/টাস্ক সম্পাদন কর টাস্ক শিট ৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার জন্য উপযুক্ত পরামর্শ প্রদান কর। স্পেসিফিকেশন শিট ৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার জন্য উপযুক্ত পরামর্শ প্রদান কর।

ইনফরমেশন শীট (Information Sheet)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে

শিখন উদ্দেশ্য (Learning Objective): এই ইনফরমেশন শীট পড়ে শিক্ষার্থীগণ-

- ৫.১ অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করতে পারবে।
- ৫.২ গ্রাহকদের ক্রয় করার জন্য সন্তুষ্ট করতে পারবে।
- ৫.৩ গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক দিতে পারবে।
- ৫.৪ কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দিতে পারবে।
- ৫.৫ বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ করতে পারবে।
- ৫.৬ বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লভ্যাংশ বৃদ্ধি করতে পারবে।
- ৫.৭ কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করতে পারবে।
- ৫.৮ নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নিতে পারবে।

৫.১ অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করা

অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্তকরণ একটি গুরুত্বপূর্ণ দক্ষতা যা বিক্রয় কর্মীদের বিক্রয় বৃদ্ধি করতে সহায়তা করে। এটি গ্রাহকদের প্রয়োজন এবং চাহিদাগুলি বোঝা এবং সেই অনুযায়ী প্রাসঙ্গিক পণ্য বা পরিষেবা সুপারিশ করার মাধ্যমে সম্পন্ন হয়।

ক. অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করার পদক্ষেপ

অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করার জন্য কিছু নির্দিষ্ট পদক্ষেপ

- **গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ কর :** গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ করা অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্ত করার প্রথম পদক্ষেপ। তাদের কথা শুনুন, তাদের প্রয়োজন এবং চাহিদা সম্পর্কে জানুন এবং তাদের কেনাকাটার অভ্যাস সম্পর্কে প্রশ্ন জিজ্ঞাসা কর ।
- **গ্রাহকের প্রয়োজন এবং চাহিদাগুলি বোঝা:** গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ করার সময়, তাদের প্রয়োজন এবং চাহিদাগুলি বোঝার চেষ্টা কর । তারা কী পণ্য বা সেবা করতে চান? তারা কোন সমস্যার সমাধান করার চেষ্টা করছেন? তাদের কী ধরনের পণ্য বা পরিষেবা সাহায্য করতে পারে?
- **প্রাসঙ্গিক পণ্য বা পরিষেবা সুপারিশ কর :** একবার আপনি গ্রাহকের প্রয়োজন এবং চাহিদাগুলি বুঝতে পারলে, আপনি তাদের প্রাসঙ্গিক পণ্য বা পরিষেবা সুপারিশ করতে পারেন। এটি তাদের প্রাথমিক ক্রয়ের সাথে সম্পর্কিত হতে পারে বা এটি সম্পূর্ণ আলাদা কিছু হতে পারে যা তাদের অন্যান্য প্রয়োজন পূরণ করতে পারে।
- **উপকারিতা এবং বৈশিষ্ট্যগুলি হাইলাইট কর :** আপনি গ্রাহককে পণ্য বা পরিষেবা সুপারিশ করার সময়, তাদের উপকারিতা এবং বৈশিষ্ট্যগুলি হাইলাইট কর । এটি গ্রাহককে বুঝতে সহায়তা করবে যে পণ্য বা পরিষেবা তাদের জন্য কীভাবে মূল্যবান হতে পারে এবং কেন এটি তাদের প্রয়োজন।
- **আপত্তিগুলি পরিচালনা কর :** গ্রাহকের আপত্তিগুলি পরিচালনা করতে প্রস্তুত থাকুন। তারা কেন পণ্য বা পরিষেবা কিনতে চাইছেন না তার কারণগুলি সম্পর্কে তাদের প্রশ্ন জিজ্ঞাসা কর এবং তাদের উদ্বেগগুলির সমাধান কর ।
- **বিক্রয় বন্ধ কর :** গ্রাহক কোন পণ্য বা পরিষেবায় আগ্রহী হলে, নতুন পণ্য বিক্রয় বন্ধ কর । তাদের ক্রয় করতে উৎসাহিত কর এবং তাদের ক্রয়ের সাথে এগিয়ে যেতে সহায়তা কর ।

অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্ত করার জন্য এগুলি কয়েকটি নির্দিষ্ট পদক্ষেপ। গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ করে, তাদের প্রয়োজন এবং চাহিদাগুলি বোঝা এবং প্রাসঙ্গিক পণ্য বা পরিষেবা সুপারিশ করে, বিক্রয় কর্মীরা তাদের গ্রাহকদের সাথে আরও মূল্য তৈরি করতে এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারেন।

খ. অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরিতে বিক্রয় কর্মীদের বিভিন্ন কৌশল

অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্তকরণে সফল হতে, বিক্রয় কর্মীদের বিভিন্ন কৌশল এবং কৌশলগুলি বুঝতে হবে। এখানে কিছু অতিরিক্ত বিস্তারিত তথ্য রয়েছে যা আপনাকে অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্ত করতে সহায়তা করতে পারে:

- **বান্ডেল এবং প্রচার অফার কর :** বান্ডেল এবং প্রচার অফার করার মাধ্যমে, আপনি গ্রাহকদের একাধিক পণ্য বা পরিষেবা একসাথে কিনতে উৎসাহিত করতে পারেন। এটি আপনাকে আপনার বিক্রয় বৃদ্ধি করতে এবং গ্রাহক সন্তুষ্টি বাড়াতে সহায়তা করতে পারে।

	
ক্রস-সেলিং এবং আপ-সেলিং	বান্ডেল এবং প্রচার অফার
	
গ্রাহকদের প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ	লয়াল্টি প্রোগ্রাম

- **গ্রাহকদের অনুসরণ কর :** গ্রাহকের অনুসরণ করার মাধ্যমে, আপনি তাদের ক্রয়ের সাথে তাদের সন্তুষ্টি সম্পর্কে জিজ্ঞাসা করতে পারেন এবং অধিক বিক্রয় করার সুযোগ সনাক্ত করতে পারেন। আপনি তাদের পণ্য বা পরিষেবা সম্পর্কে কোনো প্রশ্নের উত্তর দিতে এবং তাদের প্রয়োজন হতে পারে এমন কোনো সমর্থন প্রদান করতে পারেন।

৫.২ গ্রাহকদের ক্রয় করতে প্ররোচিত করা

আজকের প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, গ্রাহকদের ক্রয় করতে প্ররোচিত করা একটি বড় চ্যালেঞ্জ। গ্রাহকদের মনোযোগ আকর্ষণ করা, তাদের আগ্রহ তৈরি করা এবং অবশেষে ক্রয় করতে রাজি করানোর জন্য বিভিন্ন কৌশল প্রয়োজন। এই নিবন্ধে, আমরা গ্রাহকদের ক্রয় করতে প্ররোচিত করার বিভিন্ন কৌশল নিয়ে আলোচনা করব।

গ্রাহকদের ক্রয় করতে প্ররোচিত করার পদ্ধতি

গ্রাহকদের ক্রয়ের জন্য প্ররোচিত করা একটি গুরুত্বপূর্ণ লক্ষ্য, যা সঠিক কৌশল এবং পদ্ধতির মাধ্যমে অর্জন করা সম্ভব।

▪ পণ্যের মান উন্নয়ন

পণ্যের গুণমান উন্নত করে গ্রাহকদের আস্থা অর্জন কর এবং নিয়মিত বাজার গবেষণা করে পণ্যের কার্যকারিতা এবং মান যাচাই কর ।

পণ্যগুলিতে নতুনত্ব আনুন এবং বাজারের অন্যান্য প্রতিযোগীদের থেকে আলাদা কর । নতুন বৈশিষ্ট্য এবং কার্যকারিতা যোগ করে পণ্য উন্নত কর ।

- **কার্যকর বিপণন কৌশল**
নির্দিষ্ট গ্রাহকদের নির্ধারণ করে তাদের প্রয়োজনীয়তা এবং আগ্রহের উপর ভিত্তি করে বিপণন প্রচারণা পরিচালনা কর। সেগমেন্টেশন টুল ব্যবহার করে গ্রাহকদের বিভক্ত কর এবং তাদের নির্দিষ্ট বার্তা পাঠান। গ্রাহকদের পর্যালোচনা এবং প্রশংসাপত্র ব্যবহার করে পণ্যের বিশ্বাসযোগ্যতা বাড়ান। সোশ্যাল মিডিয়াতে প্রভাবশালী ব্যক্তিদের দ্বারা পণ্যের প্রচারণা চালান।
- **আকর্ষণীয় প্রস্তাবনা এবং প্রণোদনা**
সীমিত সময়ের ছাড় এবং বিশেষ অফার দিন। বাল্ক ক্রয়ের জন্য ডিসকাউন্ট অফার কর। নিয়মিত ক্রয়কারী গ্রাহকদের জন্য পয়েন্ট ভিত্তিক লয়াল্টি প্রোগ্রাম চালু কর এবং পুরস্কার এবং বোনাস পয়েন্ট দিয়ে গ্রাহকদের উদ্দীপিত কর।
- **ক্রয় প্রক্রিয়া সরলীকরণ**
ওয়েবসাইট বা দোকানের নেভিগেশন সহজ কর যাতে গ্রাহকরা সহজেই প্রয়োজনীয় পণ্য খুঁজে পায়। পরিষ্কার এবং সুনির্দিষ্ট পণ্যের বিবরণ এবং মূল্য তালিকা প্রদান কর।
চেকআউট প্রক্রিয়া সরল এবং দ্রুত কর। বিভিন্ন পেমেন্ট অপশন এবং দ্রুত ডেলিভারি সার্ভিস প্রদান কর।
- **ব্যক্তিগতকৃত অভিজ্ঞতা**
গ্রাহকদের পূর্বের ক্রয়ের উপর ভিত্তি করে পণ্যের সুপারিশ দিন। ব্যক্তিগতকৃত ইমেল এবং বিজ্ঞাপন প্রচারণার মাধ্যমে তাদের মনোযোগ আকর্ষণ কর। গ্রাহকদের সাথে ব্যক্তিগত সম্পর্ক গড়ে তুলুন এবং তাদের নাম ধরে সাথে স্যার বা ম্যাডাম সম্বোধন কর। তাদের পছন্দ এবং প্রয়োজনের প্রতি মনোযোগ দিন।
- **সতর্কতার সাথে ক্রেতার আপত্তি পরিচালনা**
গ্রাহকদের প্রশ্ন এবং আপত্তি সঠিকভাবে এবং দ্রুত সমাধান কর। পণ্যের সুবিধা এবং কার্যকারিতা নিয়ে সুনির্দিষ্ট তথ্য প্রদান কর। গ্রাহকরা কোনো একটি পণ্য নিয়ে সংশয় প্রকাশ করলে, তাদের জন্য বিকল্প প্রস্তাবনা দিন। তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী সেরা পণ্যটি নির্বাচন করতে সাহায্য কর।
- **পরিষেবা এবং সহায়তা**
গ্রাহকদের দ্রুত এবং বন্ধুত্বপূর্ণ পরিষেবা প্রদান কর। প্রতিক্রিয়াশীল গ্রাহক সেবা টিম গড়ে তুলুন। বিক্রয়ের পরে গ্রাহকদের সহায়তা প্রদান কর। সমস্যা সমাধান এবং প্রতিস্থাপন সেবা প্রদান কর।
- **বিশ্বাসযোগ্যতা এবং বিশ্বাস গঠন**
পণ্যের গুণমান নিশ্চিত করার জন্য গ্যারান্টি এবং ওয়ারেন্টি প্রদান কর। আপনার ব্যবসার প্রক্রিয়া এবং পণ্যের সম্পর্কে স্বচ্ছ তথ্য প্রদান কর।

৫.৩ গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক দেওয়া

গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করতে বিবেচনীয় দিক দেওয়া একটি কার্যকর কৌশল, যা তাদের সন্তুষ্টি বৃদ্ধি করে এবং একই সাথে বিক্রয় বৃদ্ধি করতে সহায়ক হয়। এটি করতে হলে কিছু নির্দিষ্ট পদক্ষেপ এবং কৌশল অনুসরণ করতে হয়।

ক. ক্রস-সেলিং কৌশল

ক্রস-সেলিং কৌশলের মাধ্যমে মূল পণ্যের সাথে সম্পর্কিত বা পরিপূরক পণ্যগুলির প্রস্তাব করা হয়।

▪ ক্রস-সেলিং প্রস্তাবনা

আপনার ই-কমার্স ওয়েবসাইটে এবং ফিজিক্যাল স্টোরে ক্রস-সেলিং প্রস্তাবনা দেখান। উদাহরণস্বরূপ, একটি গ্রাহক যদি একটি স্মার্টফোন কেনেন, তাহলে একটি কেস বা স্ক্রিন প্রোটেক্টরের প্রস্তাব দিন। চেকআউটের সময় পপ-আপ বা প্রমোশনাল বার ব্যবহার করে ক্রস-সেলিং প্রস্তাবনা দেখান।

■ কাস্টমাইজড প্রস্তাবনা

গ্রাহকের ক্রয়ের ইতিহাস এবং পছন্দের উপর ভিত্তি করে কাস্টমাইজড প্রস্তাবনা তৈরি কর। উদাহরণস্বরূপ, যদি কোনও গ্রাহক ক্যামেরা কিনে থাকে, তাহলে তাকে লেন্স বা মেমরি কার্ডের প্রস্তাব দিন। মেশিন লার্নিং অ্যালগরিদম ব্যবহার করে গ্রাহকের কেনাকাটার আচরণ বিশ্লেষণ কর এবং সেই অনুযায়ী পরিপূরক পণ্যগুলির প্রস্তাবনা দিন।

খ. বান্ডল অফার

বিভিন্ন পণ্য একত্রিত করে একটি বান্ডল তৈরি করা এবং তা কম দামে বিক্রি করা ক্রেতাদের জন্য আকর্ষণীয় হতে পারে।

■ বান্ডল ডিসকাউন্ট

সম্পর্কিত পণ্যগুলির বান্ডল তৈরি কর এবং তা ডিসকাউন্ট মূল্যে বিক্রি কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি ল্যাপটপের সাথে একটি মাউস এবং কীবোর্ডের বান্ডল অফার কর। বিশেষ প্রচারাভিযানের সময় বান্ডল অফার প্রচার কর। উদাহরণস্বরূপ, ছুটির মৌসুমে বা নতুন বছরের প্রাক্কালে।

■ পণ্য সহযোগিতা

অন্যান্য ব্যবসার সাথে অংশীদারিত্ব কর এবং তাদের পণ্যগুলির সাথে আপনার পণ্যগুলি বান্ডল কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি ফিটনেস ট্র্যাকার ব্র্যান্ড ফিটনেস পোশাকের সাথে বান্ডল অফার করতে পারে। গ্রাহকদের তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী বান্ডল তৈরি করতে দিন। উদাহরণস্বরূপ, গ্রাহকরা তাদের পছন্দের জিনিসগুলি নির্বাচন করতে পারেন এবং একটি কাস্টম বান্ডল তৈরি করতে পারেন।

গ. গ্রাহক শিক্ষামূলক প্রোগ্রাম

গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্যগুলির সুবিধা এবং ব্যবহার সম্পর্কে শিক্ষিত করা তাদের ক্রয়ের সম্ভাবনা বৃদ্ধি করে।

■ টিউটোরিয়াল এবং ওয়ার্কশপ

আপনার ওয়েবসাইট বা ইউটিউব চ্যানেলে টিউটোরিয়াল ভিডিও পোস্ট কর, যেখানে দেখানো হবে কিভাবে একটি পণ্য ব্যবহার করতে হবে এবং সেই পণ্যের সাথে সম্পর্কিত পরিপূরক পণ্যগুলি কীভাবে কার্যকর হতে পারে। দোকানে বা অনলাইনে লাইভ ওয়ার্কশপের আয়োজন কর যেখানে গ্রাহকরা পণ্যগুলি ব্যবহার করে দেখতে পারবেন এবং পরিপূরক পণ্যগুলির প্রয়োজনীয়তা বুঝতে পারবেন।

■ ব্লগ এবং আর্টিকেল

আপনার ব্লগে পণ্যের রিভিউ এবং পরিপূরক পণ্যগুলির সম্পর্কে পোস্ট লিখুন। উদাহরণস্বরূপ, "শ্রেষ্ঠ ক্যামেরা অ্যাক্সেসরিজ যা আপনার ফটোগ্রাফি উন্নত করবে"। গ্রাহকদের জন্য বিস্তারিত গাইড এবং ই-বুক তৈরি কর যেখানে পরিপূরক পণ্যগুলির ব্যবহার এবং সুবিধা সম্পর্কে আলোচনা করা হয়েছে।

৫.৪ কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া

প্রচারমূলক অফার (Promotional offers)

আজকের প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, ব্যবসায়ীদের জন্য গ্রাহকদের আকর্ষণ ধরে রাখার জন্য নতুন এবং উদ্ভাবনী উপায় খুঁজে বের করা গুরুত্বপূর্ণ। একটি উপায় হল প্রচারমূলক অফার ব্যবহার করা।

ছাড় (Discounts)

ছাড়ের ধরন

- শতাংশ ছাড়: কোনো পণ্য বা সেবার নিয়মিত মূল্যের উপর একটি নির্দিষ্ট শতাংশ ছাড় দেয়।
- নির্দিষ্ট পরিমাণ ছাড়: কোনো পণ্য বা সেবার নিয়মিত মূল্যের উপর একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ ছাড় দেয়।
- কিনুন-একটি-পান-একটি-মুক্ত (BOGO) অফার: অন্য একটি পণ্যের সাথে একটি বিনামূল্যে পণ্য অফার করে।

- স্তরভিত্তিক ছাড়: ব্যয়ের পরিমাণের উপর ভিত্তি করে ক্রমবর্ধমান ছাড় দেয়।
- ঋতুভিত্তিক ছাড়: নির্দিষ্ট ঋতু বা ছুটির দিনে ছাড় দেয়।

BOGO (BOGO (Buy One, Get One))

BOGO অফারের ধরন

- BOGO ফ্রি: একটি পণ্য কিনুন এবং অন্য একটি একই পণ্য বিনামূল্যে পান।
- BOGO ৫০ ভাগ ছাড়: একটি পণ্য কিনুন এবং অন্য একটি পণ্যে ৫০ ভাগ ছাড় পান।
- BOGO মিক্স অ্যান্ড ম্যাচ: একটি নির্দিষ্ট বিভাগ থেকে একটি পণ্য কিনুন এবং একই বিভাগ থেকে অন্য একটি পণ্য বিনামূল্যে পান।

BOGO অফারের সুবিধা

- গ্রাহকদের আরও কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করে।
- গড় অর্ডারের মূল্য বাড়ে।
- অতিরিক্ত স্টক পরিষ্কার করে।
- তাৎক্ষণিকতার অনুভূতি তৈরি করে।

BOGO অফারের অসুবিধা

- অন্যান্য ধরনের ছাড়ের তুলনায় বেশি ব্যবহুল হতে পারে।
- গ্রাহকদের এমন পণ্য কিনতে প্ররোচিত করতে পারে যা তাদের প্রয়োজন নেই।



ছাড় (Discounts)



BOGO (Buy One, Get One)

ফ্ল্যাশ সেল (Flash Sales)

ফ্ল্যাশ সেলের ধরন

- সীমিত সময়ের ছাড়: সীমিত সংখ্যক পণ্যের উপর সীমিত সময়ের জন্য গভীর ছাড় দেয়।
- সীমিত পরিমাণ ছাড়: সীমিত সংখ্যক পণ্য বিক্রি না হওয়া পর্যন্ত একটি গভীর ছাড় দেয়।
- মিশন ফ্ল্যাশ সেল: সীমিত সময়ের জন্য একটি র্যান্ডম আইটেম বা বিভাগে একটি বিস্ময়কর ছাড় দেয়।

ফ্ল্যাশ সেলের সুবিধা

- তাৎক্ষণিকতার অনুভূতি তৈরি করে।
- ওয়েবসাইট ট্রাফিক এবং বিক্রয় বাড়ে।
- অতিরিক্ত স্টক পরিষ্কার করে।

ফ্ল্যাশ সেলের অসুবিধা

- পরিচালনা করা কঠিন হতে পারে।
- বিক্রয় দ্রুত শেষ হয়ে গেলে গ্রাহকদের হতাশা হতে পারে।

লয়্যালটি প্রোগ্রাম (Loyalty Programs)

লয়্যালটি প্রোগ্রামের ধরন

- পয়েন্ট-ভিত্তিক প্রোগ্রাম: গ্রাহকরা কেনাকাটার জন্য পয়েন্ট উপার্জন করেন, যা পুরস্কারের জন্য রিডীম করা যায়।
- স্তরভিত্তিক প্রোগ্রাম: গ্রাহকরা তাদের ব্যয়ের পরিমাণের উপর ভিত্তি করে বিভিন্ন স্তরের সুবিধা উপার্জন করেন।
- ক্যাশব্যাক প্রোগ্রাম: গ্রাহকরা তাদের ক্রয়ের পরিমাণের একটি শতাংশ নগদে ফেরত পান।



ফ্ল্যাশ সেল (Flash Sales)



লয়্যালটি প্রোগ্রাম (Loyalty Programs)

কুপন কোড (Coupon Codes)

কুপন কোডের ধরন

- শতাংশ ছাড় কোড: পণ্যের নিয়মিত মূল্যের উপর একটি নির্দিষ্ট শতাংশ ছাড় দেয়।
- নির্দিষ্ট পরিমাণ ছাড় কোড: পণ্যের নিয়মিত মূল্যের উপর একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ ছাড় দেয়।
- বিনামূল্যে শিপিং কোড: গ্রাহকদের বিনামূল্যে শিপিং অফার করে।
- বান্ডেল কোড: একসাথে কেনা হলে একাধিক পণ্যে ছাড় দেয়।

ক্লিয়ারেন্স সেল (Clearance Sales)

ক্লিয়ারেন্স সেলের ধরন

- সীমিত সময়ের ক্লিয়ারেন্স সেল: সীমিত সময়ের জন্য পণ্যে গভীর ছাড় দেয়।
- সবকিছু-কম-ছাড় ক্লিয়ারেন্স সেল: স্টোরে থাকা সমস্ত পণ্যে ছাড় দেয়।
- বিভাগ-ভিত্তিক ক্লিয়ারেন্স সেল: একটি নির্দিষ্ট বিভাগের পণ্যে ছাড় দেয়।



কুপন কোড (Coupon Codes)



ক্লিয়ারেন্স সেল (Clearance Sales)

বান্ডেল অফার (Bundle Offers)

বান্ডেল অফারের ধরন

- পণ্য বান্ডেল: একসাথে কেনা হলে একাধিক পণ্যে ছাড় দেয়।
- সেবা বান্ডেল: একসাথে কেনা হলে একাধিক সেবায় ছাড় দেয়।
- মিস্ক-এবং-ম্যাচ বান্ডেল: বিভিন্ন বিভাগের পণ্যের একটি নির্দিষ্ট সংখ্যক কেনার উপর ছাড় দেয়।

সীমিত সময়ের অফার (Limited-Time Offers)

সীমিত সময়ের অফারের ধরন

- ফ্ল্যাশ সেল: সীমিত সময়ের জন্য কোনো পণ্যে একটি বড় ছাড় অফার করে।
- আগাম পাখির ছাড়: একটি নির্দিষ্ট তারিখের আগে কোনো পণ্য বা সেবা কেনার জন্য গ্রাহকদের একটি ছাড় অফার করে।
- মৌসুমী প্রচার: কোনো নির্দিষ্ট মৌসুমের সাথে সম্পর্কিত পণ্য বা সেবায় ছাড় অফার করে।



বান্ডেল অফার (Bundle Offers)

সীমিত সময়ের অফার (Limited-Time Offers)

প্রতিযোগিতা এবং উপহার (Contests and Giveaways)

প্রতিযোগিতা এবং উপহারের ধরন

- ছবির প্রতিযোগিতা: গ্রাহকদের পুরস্কার জেতার সুযোগের জন্য ছবি জমা দিতে বলুন।
- সুইপস্টেক: প্রবেশকারীদের একটি পুল থেকে রেন্ডমভাবে একজন বিজয়ী নির্বাচন করে।
- সামাজিক মিডিয়া প্রতিযোগিতা: গ্রাহকদের পুরস্কার জেতার সুযোগের জন্য একটি পোস্ট শেয়ার করতে বা একটি পৃষ্ঠা অনুসরণ করতে বলুন।

কর্মচারীদের জন্য ছাড় (Employee Discounts)

কর্মচারী ছাড়ের সুবিধা

- কর্মচারীদের মনোবল বাড়ে।
- কর্মচারীদের আনুগত্য বাড়ে।
- শীর্ষ প্রতিভাকে আকর্ষণ এবং ধরে রাখুন।





প্রতিযোগিতা এবং উপহার (Contests and Giveaways)

কর্মচারীদের জন্য ছাড় (Employee Discounts)

প্রাক-বিক্রয় ছাড় (Pre-Sale Discounts)

প্রাক-বিক্রয় ছাড়ের সুবিধা

- একটি নতুন পণ্য বা পরিষেবার জন্য উত্তেজনা তৈরি করে।
- পণ্য চালু হওয়ার প্রাথমিক পর্যায়ে বিক্রয় বাড়ে।

গ্রাহক বার্ষিকী/জন্মদেয় ছাড় (Customer Anniversary/Birthday Discounts)	
<p>গ্রাহক বার্ষিকী/জন্মদেয় ছাড়ের সুবিধা</p> <ul style="list-style-type: none"> বিশ্বস্ত গ্রাহকদের প্রতি কৃতজ্ঞতা দেখানো। পুনরাবৃত্তি ব্যবসায়িকে উৎসাহিত করে। গ্রাহকের আজীবন মূল্য বাড়ে। 	
	
প্রাক-বিক্রয় ছাড় (Pre-Sale Discounts)	গ্রাহক বার্ষিকী/জন্মদেয় ছাড় (Customer Anniversary/Birthday Discounts)

৫.৫ বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ করা

গ্রাহকদের সন্তুষ্টি এবং আনুগত্য অর্জনের জন্য তাদের সাথে উষ্ণ ও বন্ধুত্বপূর্ণ আচরণ করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায়, গ্রাহকদের উষ্ণভাবে অভ্যর্থনা জানানো এবং তাদের সেবা প্রদান করাই সেরা পন্থা। এখানে কিছু কার্যকর কৌশল এবং পদক্ষেপ উল্লেখ করা হলো যা গ্রাহকদের উষ্ণভাবে আচরণ করতে সহায়ক হবে।

ক. প্রথম ইমপ্রেশন

গ্রাহকদের প্রথম ইমপ্রেশনটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি তাদের পরবর্তী অভিজ্ঞতা এবং আচরণের উপর প্রভাব ফেলে। এর জন্য, আতিথেয়তার মাধ্যমে উষ্ণ অভ্যর্থনা জানানো এবং পেশাদারিত্বের মাধ্যমে সুবিন্যস্ত উপস্থাপনা করা গুরুত্বপূর্ণ।

আতিথেয়তা

গ্রাহকদের দোকানে প্রবেশ করার সঙ্গে সঙ্গে "স্বাগতম" বা "আপনাকে স্বাগতম" বলে উষ্ণ অভ্যর্থনা জানান এবং সাহায্য করার জন্য প্রস্তুত থাকুন। কর্মীদের হাসিমুখে এবং সদয়ভাবে গ্রাহকদের প্রতি আচরণ করতে প্রশিক্ষণ দিন। এটি গ্রাহকদের প্রতি সম্মান ও শ্রদ্ধা প্রদর্শন করে।

পেশাদারিত্ব

কর্মীদের পরিচ্ছন্ন এবং পেশাদার পোষাক পরিধান করতে উৎসাহিত কর। এটি গ্রাহকদের আস্থা বৃদ্ধি করে। দোকানের পরিবেশ সৌন্দর্যপূর্ণ এবং আকর্ষণীয় রাখুন। পরিষ্কার এবং সুবিন্যস্ত প্রদর্শনী তৈরি কর। এসব কৌশল ও পদক্ষেপ গ্রাহকদের উষ্ণভাবে আচরণ করতে সহায়তা করবে এবং তাদের সন্তুষ্টি ও আনুগত্য অর্জনে সাহায্য করবে।

খ. কার্যকর যোগাযোগ

গ্রাহকদের সাথে কার্যকর যোগাযোগ স্থাপন করে তাদের প্রয়োজন এবং সমস্যা সমাধানে সহায়তা কর।

সক্রিয় শ্রবণ

গ্রাহকদের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন এবং তাদের প্রশ্নের সঠিক উত্তর দিন। তাদের কথা বলার সুযোগ দিন এবং তাদের মতামতকে গুরুত্ব দিন। গ্রাহকদের প্রতিক্রিয়ার ভিত্তিতে সাড়া দিন এবং তাদের সমস্যার সমাধান করতে সচেষ্ট থাকুন।

স্পষ্ট এবং সুনির্দিষ্ট তথ্য

গ্রাহকদের সঠিক এবং বিস্তারিত পণ্যের বিবরণ দিন। এটি তাদের ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করবে। পণ্যের মূল্য, ডিসকাউন্ট, এবং অফার সম্পর্কে স্পষ্টভাবে জানিয়ে দিন। সঠিক তথ্য প্রদান করতে ভুলবেন না যাতে গ্রাহকরা পরবর্তীতে কোনো অসুবিধার সম্মুখীন না হয়।

গ. ব্যক্তিগতকৃত সেবা

প্রতিটি গ্রাহককে ব্যক্তিগতভাবে আচরণ করা এবং তাদের প্রয়োজনের প্রতি মনোযোগ দেওয়া গুরুত্বপূর্ণ।

ব্যক্তিগতকৃত অভিজ্ঞতা

যদি সম্ভব হয়, গ্রাহকের নাম ব্যবহার করে তাদের সম্বোধন কর। এটি তাদের বিশেষ এবং মূল্যবান অনুভূতি দেয়। গ্রাহকদের বিশেষ অনুরোধ বা পছন্দের প্রতি মনোযোগ দিন এবং সেগুলি পূরণ করতে চেষ্টা কর।

সাবধানতা এবং সহানুভূতি

গ্রাহকদের সমস্যার প্রতি সহানুভূতি দেখান এবং তাদের সমস্যা সমাধানে সহযোগিতা কর। উদার এবং বন্ধুত্বপূর্ণ আচরণ কর যা গ্রাহকদের আস্থা বৃদ্ধি করবে। উদার মনোভাব দেখিয়ে গ্রাহকদের সাথে সম্পর্ক গড়ে তুলুন।

৫.৬ বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লভ্যাংশ বৃদ্ধি করা

বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লাভজনকতা উন্নত করা প্রতিটি ব্যবসার প্রধান লক্ষ্য। এর জন্য কিছু নির্দিষ্ট কৌশল এবং পদক্ষেপ অনুসরণ করতে হয় যা বাজারে প্রতিযোগিতায় এগিয়ে থাকতে এবং দীর্ঘমেয়াদী সাফল্য অর্জন করতে সহায়ক। এখানে কিছু গুরুত্বপূর্ণ কৌশল এবং পদক্ষেপ তুলে ধরা হলো যা বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লাভজনকতা উন্নত করতে সাহায্য করবে।

ক. বিপণন কৌশল উন্নয়ন

কার্যকর বিপণন কৌশল গ্রহণ করা বিক্রয় বৃদ্ধির প্রথম ধাপ।

ডিজিটাল মার্কেটিং

ফেসবুক, ইনস্টাগ্রাম, টুইটার এবং লিঙ্কডইন এর মত সোশ্যাল মিডিয়া প্ল্যাটফর্মে সক্রিয় উপস্থিতি বজায় রাখুন। বিজ্ঞাপন প্রচারণা চালান এবং গ্রাহকদের সাথে নিয়মিত যোগাযোগ রাখুন। ইমেইল নিউজলেটার এবং প্রচারণার মাধ্যমে নিয়মিত গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ রাখুন। নতুন পণ্য, ডিসকাউন্ট এবং বিশেষ অফারের তথ্য পাঠান।

সার্চ ইঞ্জিন অপটিমাইজেশন (SEO)

সম্ভাব্য গ্রাহকদের আকৃষ্ট করার জন্য সঠিক কীওয়ার্ড নির্বাচন কর এবং তা আপনার ওয়েবসাইটের কন্টেন্টে অন্তর্ভুক্ত কর। ব্লগ পোস্ট, আর্টিকেল, এবং অন্যান্য উচ্চমানের কন্টেন্ট তৈরি কর যা গ্রাহকদের প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদান করে এবং সার্চ ইঞ্জিনে আপনার র‍্যাঙ্কিং উন্নত করে।

পণ্য প্রচার এবং ডিসকাউন্ট

নিয়মিত বিশেষ অফার এবং ডিসকাউন্ট প্রদান কর যা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে সহায়ক হবে। গ্রাহকদের জন্য লয়্যালটি প্রোগ্রাম চালু কর, যেখানে তারা ক্রয়কৃত পণ্যের জন্য পয়েন্ট অর্জন করতে পারে এবং তা ভবিষ্যতে ডিসকাউন্ট বা বিনামূল্যে পণ্যের জন্য ব্যবহার করতে পারে।

৫.৭ কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করা

বিক্রয়োত্তর সেবা হল একটি গুরুত্বপূর্ণ ব্যবসায়িক কৌশল যা গ্রাহক সন্তুষ্টি, আনুগত্য এবং পুনরাবৃত্তি ক্রয়কে বাড়াতে সহায়তা করে। কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করা গ্রাহকদের সাথে একটি দৃঢ় সম্পর্ক তৈরি করতে এবং একটি ইতিবাচক ব্র্যান্ড অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সহায়তা করে।

ক. পণ্য ওয়ারেন্টি এবং গ্যারান্টি

একটি পণ্য ওয়ারেন্টি হলো নির্মাতা বা বিক্রেতার একটি প্রতিশ্রুতি যা তারা নির্দিষ্ট সময়ের মধ্যে পণ্যটি নষ্ট হয়ে গেলে তা মেরামত বা প্রতিস্থাপন করবে। একটি পণ্য গ্যারান্টি ওয়ারেন্টির মতোই, তবে এটি সাধারণত নির্মাতা নয় বরং খুচরা বিক্রেতা দ্বারা প্রদান করা হয়।

ওয়ারেন্টি এবং গ্যারান্টি কয়েকটি কারণে গুরুত্বপূর্ণ

- এগুলি ভোক্তাদের ত্রুটিপূর্ণ পণ্য থেকে রক্ষা করে।
- এগুলি ভোক্তাদের মনে শান্তি এনে দেয়।
- এগুলি ভোক্তা এবং ব্যবসার মধ্যে বিশ্বাস গড়ে তুলতে সাহায্য করে।

খ. পণ্য মেরামত এবং রক্ষণাবেক্ষণ

ওয়ারেন্টি এবং গ্যারান্টি ছাড়াও, অনেক কোম্পানি পণ্য মেরামত এবং রক্ষণাবেক্ষণ পরিষেবাও প্রদান করে। এই পরিষেবাগুলি আপনার পণ্য ওয়ারেন্টির মেয়াদ শেষ হওয়ার পরে নষ্ট হয়ে গেলে সহায়ক হতে পারে। পণ্য মেরামত পরিষেবা সাধারণত নির্মাতা বা অনুমোদিত মেরামত কেন্দ্র দ্বারা প্রদান করা হয়। এই কেন্দ্রগুলিতে প্রশিক্ষিত প্রযুক্তিবিদ রয়েছে যারা পণ্য সম্পর্কে জানেন এবং এটিকে দ্রুত এবং দক্ষতার সাথে মেরামত করতে পারেন।

পণ্য রক্ষণাবেক্ষণ পরিষেবা আপনার পণ্যকে প্রথম স্থানে ভেঙে যাওয়া থেকে রক্ষা করতে সাহায্য করতে পারে। এই পরিষেবাগুলিতে নিয়মিত পরিদর্শন, পরিষ্কার এবং তৈলাক্তকরণ অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। আপনার পণ্যকে ভালভাবে রক্ষণাবেক্ষণ করে, আপনি এর আয়ু বাড়াতে পারেন এবং ব্যয়বহুল মেরামত এড়াতে পারেন।



পণ্য ওয়ারেন্টি এবং গ্যারান্টি

পণ্য মেরামত এবং রক্ষণাবেক্ষণ

গ. গ্রাহক হেল্পলাইন/হটলাইন

একটি গ্রাহক হেল্পলাইন বা হটলাইন হল একটি টেলিফোন নম্বর যেখানে গ্রাহকরা তাদের পণ্য বা পরিষেবা সম্পর্কে সহায়তা পেতে কল করতে পারেন। হেল্পলাইনগুলিতে সাধারণত প্রশিক্ষিত গ্রাহক সেবা প্রতিনিধিরা কর্মরত থাকেন যারা প্রশ্নের উত্তর দিতে পারেন, সমস্যার সমাধান করতে পারেন এবং অন্যান্য ধরনের সহায়তা প্রদান করতে পারেন।

গ্রাহক হেল্পলাইন গ্রাহকদের জন্য একটি মূল্যবান সম্পদ হতে পারে, কারণ এগুলি তাদের পণ্য বা পরিষেবা সম্পর্কে সহায়তা পেতে একটি দ্রুত এবং সহজ উপায় প্রদান করতে পারে। হেল্পলাইনগুলি সংস্থাগুলির জন্যও সহায়ক হতে পারে, কারণ এগুলি গ্রাহকের সমস্যা দ্রুত এবং দক্ষতার সাথে সমাধান করতে সহায়তা করতে পারে।

	
<p>গ্রাহক হেল্পলাইন/হটলাইন</p>	<p>রিটার্ন, এক্সচেঞ্জ এবং প্রতিস্থাপন নীতি</p>

ঘ. ইনস্টলেশন সেবা

ইনস্টলেশন সেবা হল সেবার একটি সেট যা গ্রাহককে কোনো পণ্য ইনস্টল করতে সহায়তা করার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে। এই সেবা বিভিন্ন ধরণের পণ্যের জন্য উপলব্ধ হতে পারে, যেমন যন্ত্রপাতি, সফটওয়্যার এবং আসবাবপত্র।

ইনস্টলেশন সেবা প্রায়ই পণ্যের খুচরা বিক্রেতা বা নির্মাতার দ্বারা দেওয়া হয়। তবে, কিছু তৃতীয় পক্ষের সংস্থাগুলিও ইনস্টলেশন সেবা প্রদান করে।

ইনস্টলেশন সেবার ব্যয় পণ্য এবং সেবা প্রদানকারীর উপর নির্ভর করে পরিবর্তিত হতে পারে।

ইনস্টলেশন সেবার সুবিধা

- **সুবিধা:** ইনস্টলেশন সেবা পণ্য ইনস্টল করার ঝামেলা থেকে আপনাকে মুক্তি দেয়।
- **দক্ষতা:** ইনস্টলেশন সেবা প্রদানকারীরা পণ্য ইনস্টল করার জন্য প্রশিক্ষিত এবং অভিজ্ঞ, তাই আপনি নিশ্চিত হতে পারেন যে এটি সঠিকভাবে করা হয়েছে।
- **সুরক্ষা:** কিছু পণ্য ইনস্টল করার জন্য বিশেষ সরঞ্জাম বা দক্ষতার প্রয়োজন হয়, ইনস্টলেশন সেবা নিশ্চিত করে যে পণ্যটি সুরক্ষিতভাবে ইনস্টল করা হয়েছে।
- **যন্ত্রপাতি ইনস্টলেশন:** এই সেবা গ্রাহকদের তাদের যন্ত্রপাতি ইনস্টল করতে সহায়তা করার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে, যেমন ওয়াশিং মেশিন, ডায়ার এবং ডিশওয়াশার।
- **সফটওয়্যার ইনস্টলেশন:** এই সেবা গ্রাহকদের তাদের সফটওয়্যার ইনস্টল করতে সহায়তা করার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে, যেমন কম্পিউটার অপারেটিং সিস্টেম এবং অ্যাপ্লিকেশন।
- **আসবাবপত্র ইনস্টলেশন:** এই সেবা গ্রাহকদের তাদের আসবাবপত্র ইনস্টল করতে সহায়তা করার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে, যেমন বিছানা, টেবিল এবং চেয়ার।

ঙ. পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষা

পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষা হল একটি প্রক্রিয়া যা গ্রাহকদের কোনো পণ্য কীভাবে ব্যবহার করতে হয় তা শেখায়। এই প্রশিক্ষণটি ব্যক্তিগতভাবে, অনলাইনে বা মুদ্রিত উপকরণের মাধ্যমে দেওয়া যেতে পারে।

পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষার লক্ষ্য হল গ্রাহকদের পণ্যটি কীভাবে ব্যবহার করতে হয় তা বোঝার জন্য সক্ষম করা, যাতে তারা এটি থেকে সর্বাধিক সুবিধা পেতে পারে। প্রশিক্ষণটি পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধা, পণ্যটি কীভাবে ব্যবহার করতে হয় এবং পণ্যটির সমস্যা সমাধান করার বিষয়েও নির্দেশনা দিতে পারে।

পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষা গ্রাহকদের সন্তুষ্টির জন্য গুরুত্বপূর্ণ। যখন গ্রাহকরা পণ্যটি কীভাবে ব্যবহার করতে জানে, তখন তারা এটি নিয়ে আরও সন্তুষ্ট হওয়ার সম্ভাবনা বেশি থাকে এবং এটি ব্যবহার করতে থাকে।

পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষা গ্রাহকদের সমর্থন খরচও কমাতে পারে, কারণ গ্রাহকদের পণ্যটি সম্পর্কে প্রশ্ন থাকলে তারা গ্রাহক পরিষেবা প্রতিনিধির সাথে যোগাযোগ করার সম্ভাবনা কম থাকে।

পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষার সাধারণ পদ্ধতি:

- **ব্যক্তিগত প্রশিক্ষণ:** ব্যক্তিগত প্রশিক্ষণ হল একজন প্রশিক্ষকের সাথে একজনের সাথে একজন প্রশিক্ষণের একটি রূপ। এই ধরনের প্রশিক্ষণ গ্রাহকদের প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করার এবং তাদের নিজস্ব গতিতে শেখার সুযোগ প্রদান করে। ব্যক্তিগত প্রশিক্ষণ ব্যয়বহল হতে পারে, তবে এটি পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষার জন্য সবচেয়ে কার্যকর পদ্ধতিগুলির মধ্যে একটিও।
- **অনলাইন প্রশিক্ষণ:** অনলাইন প্রশিক্ষণ হল প্রশিক্ষণের একটি রূপ যা অনলাইনে দেওয়া হয়। এই ধরনের প্রশিক্ষণ গ্রাহকদের জন্য সুবিধাজনক, কারণ তারা এটি তাদের নিজস্ব গতিতে এবং তাদের নিজস্ব সময়ে নিতে পারে। অনলাইন প্রশিক্ষণ ভিডিও, ওয়েবিনার এবং অনলাইন মডিউলের আকারে থাকতে পারে। অনলাইন প্রশিক্ষণ ব্যক্তিগত প্রশিক্ষণের চেয়ে কম ব্যয়বহল হতে পারে, এবং এটি পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষার জন্য একটি কার্যকর পদ্ধতিও হতে পারে।
- **উপকরণ:** উপকরণ হল প্রশিক্ষণের একটি সহায়িকা, যেমন ব্যবহারকারীর ম্যানুয়াল এবং কুইক স্টার্ট গাইডের আকারে দেওয়া হয়। এই ধরনের প্রশিক্ষণ গ্রাহকদের জন্য একটি রেফারেন্স হিসাবে সুবিধাজনক, কারণ তারা প্রয়োজনে এটি উল্লেখ করতে পারে। মুদ্রিত উপকরণ অনলাইন প্রশিক্ষণের চেয়ে কম ব্যয়বহল হতে পারে, তবে এটি পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষার জন্য একটি কার্যকর পদ্ধতিও হতে পারে।



ইনস্টলেশন সেবা



পণ্য প্রশিক্ষণ এবং শিক্ষা

চ. গ্রাহক জরিপ এবং প্রতিক্রিয়া

গ্রাহক জরিপ এবং প্রতিক্রিয়া হল গ্রাহকদের অভিজ্ঞতা, প্রত্যাশা এবং পছন্দ সম্পর্কে তথ্য সংগ্রহ করার একটি গুরুত্বপূর্ণ উপায়। এই তথ্য কোম্পানিগুলিকে তাদের পণ্য এবং পরিষেবা উন্নত করতে, গ্রাহক সন্তুষ্টি বাড়াতে এবং তাদের সামগ্রিক ব্যবসায়িক কৌশলগুলিকে জানাতে সহায়তা করতে পারে।

গ্রাহক জরিপের ধরন

- **ইমেল জরিপ:** ইমেলের মাধ্যমে জরিপ গ্রাহকদের জরিপ পরিচালনার একটি সাধারণ এবং ব্যয়বহল উপায়। এগুলি বৃহৎ সংখ্যক লোকের কাছে দ্রুত এবং সহজেই পাঠানো যেতে পারে এবং বিভিন্ন ধরনের প্রশ্ন অন্তর্ভুক্ত করতে পারে। যাইহোক, ইমেল জরিপগুলির সাড়ার হার কম থাকতে পারে এবং এগুলি এমন লোকদের দ্বারা পক্ষপাতদুষ্ট হতে পারে যাদের ইন্টারনেট অ্যাক্সেস নেই।
- **ওয়েব জরিপ:** ওয়েব জরিপগুলি অনলাইনে হোস্ট করা হয় এবং গ্রাহকরা তাদের ওয়েব ব্রাউজার ব্যবহার করে এগুলি অ্যাক্সেস করতে পারে। ইমেল জরিপগুলির মতো, ওয়েব জরিপগুলি বৃহৎ সংখ্যক লোকের কাছে দ্রুত এবং সহজেই পাঠানো যেতে পারে এবং বিভিন্ন ধরনের প্রশ্ন অন্তর্ভুক্ত করতে পারে। ওয়েব জরিপগুলির সাড়ার হার সাধারণত ইমেল জরিপগুলির চেয়ে বেশি হয় এবং এগুলি আরও ইন্টারেক্টিভ হতে পারে, যার মধ্যে রয়েছে ভিডিও এবং অ্যানিমেশন।
- **ফোন জরিপ:** ফোন জরিপগুলি একজন সাক্ষাৎকারকারী দ্বারা পরিচালিত হয় যিনি গ্রাহকদের ফোনে প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করেন। ফোন জরিপগুলি গ্রাহকদের সাথে আরও ব্যক্তিগত স্তরে যোগাযোগ

করার অনুমতি দেয় এবং জটিল বা উন্মুক্ত প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করার অনুমতি দেয়। ফোন জরিপগুলি ইমেল বা ওয়েব জরিপগুলির চেয়ে বেশি ব্যয়বহুল এবং সময়সাপেক্ষ হতে পারে।

- **ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকার:** ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারগুলি একজন সাক্ষাৎকারকারী দ্বারা পরিচালিত হয় যিনি গ্রাহকদের সাথে মুখোমুখি প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করেন। ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারগুলি গ্রাহকদের সাথে আরও বিস্তারিত তথ্য সংগ্রহ করার অনুমতি দেয় এবং তাদের দেহের ভাষা এবং অন্যান্য অ-মৌখিক সংকেতগুলি পর্যবেক্ষণ করার অনুমতি দেয়। যাইহোক, ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারগুলি ফোন জরিপগুলির চেয়ে বেশি ব্যয়বহুল এবং সময়সাপেক্ষ হতে পারে।
- **ফোকাস গ্রুপ:** ফোকাস গ্রুপগুলি একজন মধ্যস্থতাকারী দ্বারা পরিচালিত হয় যিনি একটি নির্দিষ্ট বিষয়ে আলোচনা করার জন্য একসাথে একদল লোককে একত্রিত করেন। ফোকাস গ্রুপগুলি গ্রাহকদের মধ্যে গভীর অন্তর্দৃষ্টি সংগ্রহ করার অনুমতি দেয় এবং তাদের গ্রুপ সেটিংয়ে পণ্য এবং পরিষেবাগুলি সম্পর্কে কীভাবে মিথস্ক্রিয়া করে তা দেখার অনুমতি দেয়। যাইহোক, ফোকাস গ্রুপগুলি সংগঠিত করতে ব্যয়বহুল এবং সময়সাপেক্ষ হতে পারে।

ডেটা বিশ্লেষণের জন্য বিবেচনীয় দিক

- আপনার ডেটা সংগঠিত করা হয়েছে তা নিশ্চিত কর যাতে এটি বিশ্লেষণ করা সহজ হয়। আপনি এটি একটি স্প্রেডশীট বা ডাটাবেসে করে করতে পারেন।
- একবার আপনার ডেটা সংগঠিত হয়ে গেলে, কোনও নিদর্শন বা প্রবণতা সন্ধান করার চেষ্টা কর। উদাহরণস্বরূপ, আপনি দেখতে পাবেন যে আপনার গ্রাহকদের একটি নির্দিষ্ট গ্রুপ আপনার পণ্য বা পরিষেবার সাথে অন্য গ্রুপের চেয়ে বেশি সন্তুষ্ট।
- একবার আপনি ডেটাতে কোনও নিদর্শন খুঁজে পেলে, পরবর্তী ধাপটি হল এটি ব্যাখ্যা করা। নিদর্শনগুলির অর্থ কী এবং আপনার ব্যবসায়ের জন্য এগুলির অর্থ কী তা ভাবুন।
- আপনার গ্রাহকদের কাছ থেকে আপনি যা শিখেছেন তা ব্যবহার কর আপনার ব্যবসায়ের জন্য কার্যকরী পরিকল্পনা তৈরি করতে। উদাহরণস্বরূপ, আপনি যদি দেখতে পান যে আপনার গ্রাহকদের একটি নির্দিষ্ট গ্রুপ আপনার পণ্য বা পরিষেবার সাথে অন্য গ্রুপের চেয়ে বেশি সন্তুষ্ট, তাহলে আপনি সেই গ্রুপের চাহিদা মেটাতে আপনার পণ্য বা পরিষেবা উন্নত করতে পারেন।

গ্রাহক জরিপ এবং প্রতিক্রিয়া সঙ্কলন

কয়েকটি গ্রাহক জরিপ এবং প্রতিক্রিয়া সঙ্কলনের উপলব্ধ রয়েছে যা আপনাকে আপনার জরিপ তৈরি করতে, ডেটা সংগ্রহ করতে এবং ফলাফল বিশ্লেষণ করতে সহায়তা করতে পারে। এই সঙ্কলনগুলির মধ্যে কিছু হল:

- SurveyMonkey
- Qualtrics
- Type form
- Google Forms
- Zhou Survey

ছ. এক্সটেন্ডেড সার্ভিস প্ল্যান

এক্সটেন্ডেড সার্ভিস প্ল্যান (ইএসপি), যা সার্ভিস কন্ট্রাক্ট বা এক্সটেন্ডেড ওয়ারেন্টি নামেও পরিচিত, হল এক ধরনের বীমা যা প্রস্তুতকারকের ওয়ারেন্টি মেয়াদ শেষ হওয়ার পর আপনার পণ্য মেরামতের খরচ কভার করে। ইএসপি সাধারণত পণ্যের প্রস্তুতকারক বা খুচরা বিক্রেতা কর্তৃক প্রদান করা হয় এবং এটি ক্রয়ের সময় বা পরবর্তীতে ক্রয় করা যেতে পারে।

ইএসপি কিনবেন কিনা তা সিদ্ধান্ত নেওয়ার সময় কয়েকটি বিষয় বিবেচনা করতে হবে

- ইএসপি ব্যববহল হতে পারে, তাই ইএসপির মূল্য এবং সম্ভাব্য মেরামতের খরচের মধ্যে তুলনা করা গুরুত্বপূর্ণ।
- আপনি যদি এমন কোনো পণ্য কিনছেন যা নির্ভরযোগ্য হিসাবে পরিচিত, তাহলে আপনার ইএসপির প্রয়োজন নাও হতে পারে। তবে, আপনি যদি এমন কোনো পণ্য কিনছেন যা সমস্যাযুক্ত হিসাবে পরিচিত, তাহলে ইএসপি একটি ভালো বিনিয়োগ হতে পারে।
- ইএসপি কেনার আগে এর শর্তাবলী ভালোভাবে পড়ুন। নিশ্চিত কর যে আপনি বুঝতে পেরেছেন কী কভার করা হয়েছে এবং কী কভার করা হয়নি।

ইএসপি কেনার কিছু সুবিধা হল

- জেনে রাখা যে আপনার মেরামতের জন্য কভার করা হয়েছে তা আপনাকে মনের শান্তি দিতে পারে।
- ইএসপি আপনাকে মেরামতের সাথে সম্পর্কিত অপ্রত্যাশিত খরচ থেকে রক্ষা করতে পারে।
- ইএসপি আপনার পণ্য মেরামত করা সহজ করতে পারে। আপনি সাধারণত মেরামতের জন্য আপনার পণ্য একটি অনুমোদিত সার্ভিস সেন্টারে নিয়ে যেতে পারেন।



গ্রাহক জরিপ এবং প্রতিক্রিয়া



এক্সটেন্ডেড সার্ভিস প্ল্যান

জ. গ্রাহক প্রশংসা কর্মসূচি

একটি গ্রাহক প্রশংসা কর্মসূচি হল একটি বিপণন কৌশল যা বিদ্যমান গ্রাহকদের সাথে সম্পর্ক গড়ে তোলা এবং তাদেরকে পুরস্কৃত করার উপর দৃষ্টি নিবদ্ধ করে। এটি গ্রাহকের আনুগত্যকে উন্নীত করতে, পুনঃক্রয়কে উৎসাহিত করতে এবং মৌখিক বিপণনের প্রচার করতে সহায়তা করতে পারে।

বেশ কয়েকটি বিভিন্ন ধরনের গ্রাহক প্রশংসা কর্মসূচি রয়েছে, তবে এখানে কয়েকটি সবচেয়ে সাধারণ:

- **লয়ালটি প্রোগ্রাম:** লয়ালটি প্রোগ্রামগুলি গ্রাহকদের পয়েন্ট, মাইল বা অন্যান্য পুরস্কার অর্জন করতে দেয় যা তারা পণ্য বা পরিষেবা কেনার জন্য ব্যবহার করতে পারে। এই পুরস্কারগুলি বিনামূল্যে পণ্য, ডিসকাউন্ট বা অন্যান্য বিশেষ সুবিধাগুলির মতো হতে পারে।
- **রেফারেল প্রোগ্রাম:** রেফারেল প্রোগ্রামগুলি গ্রাহকদের নতুন গ্রাহকদের রেফার করার জন্য পুরস্কৃত করে। এটি নতুন গ্রাহকদের অর্জনের একটি দুর্দান্ত উপায় হতে পারে, কারণ বিদ্যমান গ্রাহকরা সাধারণত নতুন গ্রাহকদের রেফার করার জন্য সবচেয়ে ভালো উৎস।
- **VIP প্রোগ্রাম:** VIP প্রোগ্রামগুলি সেরা গ্রাহকদের জন্য একচেটিয়া সুবিধা এবং পুরস্কার অফার করে। এটিতে বিশেষ ইভেন্টগুলিতে অ্যাক্সেস, ডেডিকেটেড কাস্টমার সার্ভিস বা ব্যক্তিগতকৃত পণ্য সুপারিশ অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।
- **সামাজিক মিডিয়া প্রতিযোগিতা:** সামাজিক মিডিয়া প্রতিযোগিতাগুলি গ্রাহকদের সাথে যুক্ত হওয়ার এবং তাদেরকে আপনার ব্র্যান্ডের সাথে জড়িত করার একটি দুর্দান্ত উপায় হতে পারে। আপনি গিফট

কার্ড, পণ্য বা অন্যান্য পুরস্কারগুলি দিয়ে সামাজিক মিডিয়া প্রতিযোগিতার বিজয়ীদের পুরস্কৃত করতে পারেন।

- **গ্রাহক প্রশংসা ইভেন্ট:** গ্রাহক প্রশংসা ইভেন্টগুলি আপনার গ্রাহকদের ধন্যবাদ জানানোর এবং তাদের সাথে মূল্যবান সম্পর্ক গড়ে তোলার একটি দুর্দান্ত উপায়। এই ইভেন্টগুলি খাবার, পানীয় এবং বিনোদনের মতো জিনিসগুলি অন্তর্ভুক্ত করতে পারে

ঝ. রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স

রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স হল একটি প্রযুক্তি যা একজন টেকনিক্যাল সাপোর্ট প্রতিনিধিকে অন্য কম্পিউটারে দূর থেকে অ্যাক্সেস এবং নিয়ন্ত্রণ করতে দেয়। এটি সমস্যা সমাধান, সফটওয়্যার ইনস্টল করা বা অন্য কোনো কাজ করার জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে যা সাধারণত ব্যক্তিগতভাবে করা প্রয়োজন হবে।

সুবিধা

- রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স ব্যবহার করে, টেকনিক্যাল সাপোর্ট প্রতিনিধিদের গ্রাহকের লোকেশনে যাওয়ার প্রয়োজন ছাড়াই সহায়তা প্রদান করতে পারেন। এটি গ্রাহকদের এবং টেকনিক্যাল সাপোর্ট প্রতিনিধি উভয়েরই সময় এবং অর্থ সাশ্রয় করতে পারে।
- রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স ব্যবহার করে, টেকনিক্যাল সাপোর্ট প্রতিনিধিরা সাধারণত ব্যক্তিগতভাবে করা প্রয়োজন হবে এমন সমস্যাগুলি দ্রুত সমাধান করতে পারেন। এটি গ্রাহকদের তাদের কাজে দ্রুত ফিরে আসতে সহায়তা করতে পারে।
- রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স ব্যবহার করে, টেকনিক্যাল সাপোর্ট প্রতিনিধিরা বিশ্বের যেকোনো জায়গা থেকে গ্রাহকদের সহায়তা করতে পারেন। এটি বিশেষত সেই গ্রাহকদের জন্য সুবিধাজনক যারা দূরবর্তী অঞ্চলে বাস করেন বা যাদের কাছে স্থানীয় টেকনিক্যাল সাপোর্ট রিসোর্স নেই।



গ্রাহক প্রশংসা কর্মসূচি



রিমোট অ্যাসিস্ট্যান্স

ঞ. খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতা

খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতা সরঞ্জাম রক্ষণাবেক্ষণ ও মেরামতের একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক। যখন কোনো সরঞ্জাম নষ্ট হয়ে যায়, তখন সহজলভ্য খুচরা যন্ত্রাংশ থাকলে তা ডাউনটাইম কমাতে এবং দ্রুত পুনরায় চালু করতে সহায়তা করতে পারে।

যে বিষয়গুলো খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতাকে প্রভাবিত করে

- **চাহিদা:** খুচরা যন্ত্রাংশের চাহিদা সরাসরি সরঞ্জামের ব্যবহারের সংখ্যার সাথে সম্পর্কিত। ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত সরঞ্জামের জন্য উচ্চ চাহিদার যন্ত্রাংশ সাধারণত কম ব্যবহৃত সরঞ্জামের যন্ত্রাংশের চেয়ে সহজলভ্য।




- **মজুদ ব্যবস্থাপনা:** কার্যকর মজুদ ব্যবস্থাপনা অনুশীলন খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতা নিশ্চিত করার জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এতে পর্যাপ্ত স্টক স্তর বজায় রাখা, ভবিষ্যতের চাহিদা পূর্বাভাস করা এবং কার্যকর অর্ডারিং এবং পুনঃস্থাপন প্রক্রিয়া বাস্তবায়ন অন্তর্ভুক্ত রয়েছে।
- **সরবরাহ শৃঙ্খলা:** খুচরা যন্ত্রাংশ প্রয়োজনীয় স্থানে পৌঁছে দেওয়ার জন্য একটি নির্ভরযোগ্য এবং কার্যকর সরবরাহ শৃঙ্খলা অপরিহার্য। এতে সরবরাহকারীদের সাথে দৃঢ় সম্পর্ক, কার্যকর পরিবহন নেটওয়ার্ক এবং কার্যকর কাস্টমস ক্লিয়ারেন্স পদ্ধতি অন্তর্ভুক্ত রয়েছে।
- **পণ্যের জীবনচক্র:** সরঞ্জামের বয়স বাড়ার সাথে সাথে খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতা হ্রাস পেতে পারে। নির্মাতারা পুরানো মডেলের যন্ত্রাংশের উৎপাদন বন্ধ করতে পারে, যা সেগুলোর উৎস খুঁজে পাওয়া আরও কঠিন করে তোলে।
- **প্রযুক্তিগত অগ্রগতি:** দ্রুত প্রযুক্তিগত অগ্রগতি পুরানো সরঞ্জাম এবং যন্ত্রাংশকে অপ্রচলিত করে তুলতে পারে। এটি পুরানো মডেলের জন্য সামঞ্জস্যপূর্ণ খুচরা যন্ত্রাংশ খুঁজে পাওয়া কঠিন করে তুলতে পারে।
- **খরচ:** খুচরা যন্ত্রাংশের খরচ উপাদান, জটিলতা এবং প্রাপ্যতা সহ বিভিন্ন বিষয়ের উপর নির্ভর করে উল্লেখযোগ্যভাবে পরিবর্তিত হতে পারে। উচ্চ-খরচের যন্ত্রাংশের জন্য আরও সতর্ক মজুদ ব্যবস্থাপনা এবং ক্রয় কৌশল প্রয়োজন হতে পারে।

ট. নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সেবা

সরঞ্জামের সর্বোত্তম কার্যকারিতা, নির্ভরযোগ্যতা এবং দীর্ঘায়ু নিশ্চিত করার জন্য নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সেবা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। সম্ভাব্য সমস্যাগুলিকে সক্রিয়ভাবে সমাধান করে এবং ব্রেকডাউন প্রতিরোধ করে, নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ ডাউনটাইম হ্রাস করতে পারে, মেরামতের খরচ কমাতে পারে এবং আপনার সরঞ্জামের আয়ু বাড়াতে পারে।

মূল সুবিধা

- **উন্নত কার্যকারিতা:** নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সরঞ্জামকে সর্বোচ্চ দক্ষতায় পরিচালনা করতে সহায়তা করে, এটি নিশ্চিত করে যে এটি উদ্দেশ্য অনুসারে কাজ করে এবং সর্বোত্তম ফলাফল প্রদান করে। এটি উৎপাদনশীলতা বৃদ্ধি, শক্তির ব্যবহার কমিয়ে আনতে পারে এবং পণ্যের গুণমান উন্নত করতে পারে।
- **হ্রাসকৃত ডাউনটাইম:** সম্ভাব্য সমস্যাগুলি প্রাথমিকভাবে চিহ্নিত করে এবং সমাধান করে, নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ অপ্রত্যাশিত ব্রেকডাউন প্রতিরোধ করতে পারে এবং ডাউনটাইম হ্রাস করতে পারে। এটি সময় এবং অর্থ সাশ্রয় করতে পারে, পাশাপাশি উৎপাদন বিলম্ব বা পরিষেবা ব্যাঘাতের ঝুঁকি কমাতে পারে।
- **কম মেরামতের খরচ:** নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ ছোট সমস্যাগুলিকে বড় সমস্যা হয়ে উঠার আগেই চিহ্নিত করতে এবং সমাধান করতে সহায়তা করতে পারে। এটি ব্যয়বহুল মেরামত এবং প্রতিস্থাপন প্রতিরোধ করতে পারে, দীর্ঘমেয়াদে আপনার অর্থ সাশ্রয় করতে পারে।
- **বর্ধিত আয়ু:** নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সরঞ্জামে অতিরিক্ত পরিধান এবং ক্ষয় কমাতে সহায়তা করে, এর আয়ু বাড়ায় এবং এর বিনিয়োগের উপর রিটার্ন সর্বাধিক করে।
- **উন্নত সুরক্ষা:** নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সম্ভাব্য সুরক্ষা ঝুঁকি চিহ্নিত করতে এবং দুর্ঘটনা বা আঘাতের কারণ হওয়ার আগেই সেগুলি সমাধান করতে পারে। এটি কর্মচারী এবং দর্শনার্থীদের জন্য একটি নিরাপদ কাজের পরিবেশ তৈরি করতে পারে।
- **নিয়ন্ত্রক সন্মতি:** কিছু শিল্পে, নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ আইন বা বিধি দ্বারা প্রয়োজনীয়। একটি নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সময়সূচী অনুসরণ করা এই প্রয়োজনীয়তাগুলির সাথে সন্মতি নিশ্চিত করতে সহায়তা করতে পারে।

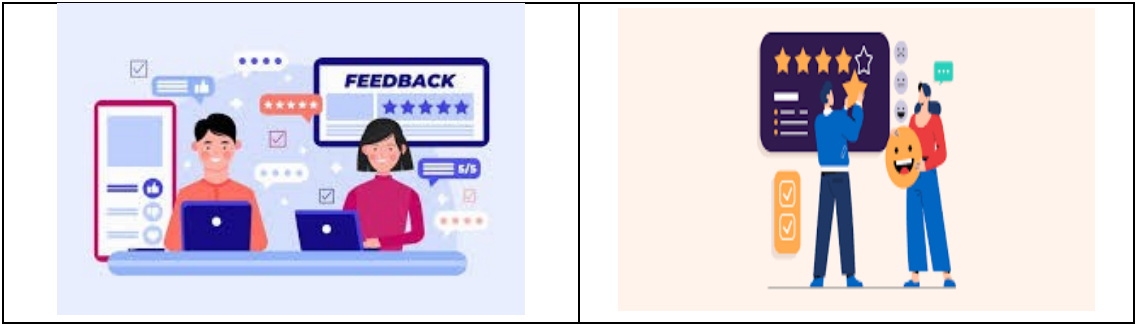
	
<p>খুচরা যন্ত্রাংশের প্রাপ্যতা</p>	<p>নিয়মিত রক্ষণাবেক্ষণ সেবা</p>
<p>ঠ. ক্রয়-পরবর্তী যোগাযোগ</p> <p>কোনো পণ্য বা সেবা কেনার পরে গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ বজায় রাখা একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয়। এটি গ্রাহককে মূল্যবান বোধ করতে সাহায্য করে, তাদের সাথে সম্পর্ক তৈরি করে এবং তাদেরকে ব্র্যান্ডের প্রতি আনুগত্যশীল হতে উৎসাহিত করে।</p> <p>ক্রয়-পরবর্তী যোগাযোগের উপায়</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ধন্যবাদ ইমেল: পণ্য বা সেবা কেনার জন্য গ্রাহককে ধন্যবাদ জানানোর জন্য একটি ইমেল পাঠান। আপনি তাদের কেনাকাটার জন্য কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করতে পারেন এবং তাদেরকে ভবিষ্যতে কোনো প্রশ্ন থাকলে আপনার সাথে যোগাযোগ করার জন্য উৎসাহিত করতে পারেন। ▪ স্বাগত বোনাস: নতুন গ্রাহকদের স্বাগত জানাতে একটি ছোট উপহার বা ছাড় দিন। এটি একটি কুপন কোড, একটি বিনামূল্যে ইবুক বা একটি এক্সক্লুসিভ ডিসকাউন্ট হতে পারে। ▪ অনবোর্ডিং ইমেল সিরিজ: নতুন গ্রাহকদের আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে জানতে সাহায্য করার জন্য একটি অনবোর্ডিং ইমেল সিরিজ পাঠান। এই ইমেলগুলিতে পণ্য বা সেবার বৈশিষ্ট্য, সুবিধা এবং ব্যবহারের নির্দেশাবলী অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। ▪ প্রতিক্রিয়া অনুরোধ: গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া চাওয়ার জন্য একটি সার্ভে বা ইমেল পাঠান। এটি আপনাকে আপনার পণ্য বা সেবা উন্নত করতে এবং গ্রাহকের অভিজ্ঞতা উন্নত করতে সহায়তা করবে। ▪ বিশেষ অফার এবং প্রচার: বিশেষ অফার এবং প্রচারের বিষয়ে গ্রাহকদের আপডেট রাখার জন্য একটি নিউজলেটার পাঠান। আপনি তাদেরকে নতুন পণ্য, বিক্রয় এবং ইভেন্ট সম্পর্কে জানাতে পারেন। ▪ সামাজিক মিডিয়া যোগাযোগ: সামাজিক মিডিয়াতে গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ কর। তাদের পোস্টে মন্তব্য কর, তাদের প্রশ্নের উত্তর দিন এবং তাদের সাথে মূল্যবান বিষয়বস্তু শেয়ার কর। 	
	
<p>ক্রয়-পরবর্তী যোগাযোগ</p>	

৫.৮ নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া

পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকরা আপনার ব্যবসার জন্য অত্যন্ত মূল্যবান। তারা আপনার পণ্য বা সেবা পছন্দ করেন এবং আপনার সাথে ইতিমধ্যেই একটি সম্পর্ক তৈরি করেছেন। তাদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া আপনাকে আপনার পণ্য বা সেবা উন্নত করতে এবং গ্রাহকের অভিজ্ঞতা উন্নত করতে সহায়তা করবে।

এখানে পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়ার কয়েকটি উপায় রয়েছে

- **ইমেল সার্ভে:** পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের একটি ছোট ইমেল সার্ভে পাঠান। সার্ভেটি সংক্ষিপ্ত এবং সহজ হওয়া উচিত, এবং এতে আপনার পণ্য বা সেবা সম্পর্কে তাদের অভিজ্ঞতা, তারা আপনার ব্র্যান্ডের সাথে কেন কেনাকাটা করতে পছন্দ করেন এবং আপনি কিভাবে উন্নত করতে পারেন সে সম্পর্কে প্রশ্ন থাকতে পারে।
- **ফোন সাক্ষাৎকার:** পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের সাথে ফোনে সাক্ষাৎকার কর। এটি আপনাকে তাদের সাথে আরও বিস্তারিতভাবে কথা বলার এবং তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে আরও গভীরভাবে বোঝার সুযোগ দেবে।
- **ফোকাস গ্রুপ:** পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের একটি ফোকাস গ্রুপে অংশ নিতে আমন্ত্রণ জানান। এটি আপনাকে একই সাথে একাধিক গ্রাহকের সাথে কথা বলার এবং তাদের অভিজ্ঞতা সম্পর্কে তাদের একে অপরের সাথে আলোচনা করার সুযোগ দেবে।



- **নেট প্রমোটর স্কোর (নেট প্রমোটর স্কোর):** পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের আপনার ব্র্যান্ডকে কতটা সম্ভবত একটি স্কেলে ০ থেকে ১০ পর্যন্ত সুপারিশ করবে তা জিজ্ঞাসা কর। আপনি তাদেরকে তাদের রেটিং ব্যাখ্যা করতেও জিজ্ঞাসা করতে পারেন।
- **সামাজিক মিডিয়া:** সামাজিক মিডিয়াতে পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া চান। আপনি তাদের পোস্টে মন্তব্য করতে পারেন, তাদের প্রশ্নের উত্তর দিতে পারেন এবং তাদের সাথে মূল্যবান বিষয়বস্তু শেয়ার করতে পারেন।
- **লাইভ চ্যাট:** আপনার ওয়েবসাইটে লাইভ চ্যাট সহায়তা অফার কর। যাতে গ্রাহকরা তাদের কেনাকাটার সময় তাস্কগিক সহায়তা পেতে পারে। আপনি লাইভ চ্যাটের মাধ্যমে গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়াও সংগ্রহ করতে পারেন।
- **লয়াল্টি প্রোগ্রাম:** পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের জন্য একটি লয়াল্টি প্রোগ্রাম তৈরি কর। এটি আপনাকে তাদের সাথে আরও জড়িত থাকতে এবং তাদের প্রতিক্রিয়া নিতে সহায়তা করবে।
- **পণ্য পর্যালোচনা:** আপনার পণ্য বা সেবার পর্যালোচনা পড়ুন। গ্রাহকরা আপনার পণ্য বা সেবার সম্পর্কে কী বলছে তা জানার এটি একটি দুর্দান্ত উপায়।

পুনঃক্রয়কারী গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়ার জন্য এই বিবেচনীয় দিকগুলি অনুসরণ করে, আপনি গ্রাহকের অভিজ্ঞতা উন্নত করতে এবং আপনার ব্যবসার বৃদ্ধি করতে পারেন।

সেলফ চেক (Self-Check)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে

প্রশিক্ষণার্থীদের জন্য নির্দেশনা: উপরোক্ত ইনফরমেশন শীট পাঠ করে নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর লিখুন-

অতি সংক্ষিপ্ত প্রশ্ন:

১. প্রশ্ন: অধিক বিক্রয় করার সুযোগ কীভাবে তৈরি করা হয়?

উত্তর:

২. প্রশ্ন: গ্রাহকদের কেনাকাটার জন্য কীভাবে সন্তুষ্ট করা হয়?

উত্তর:

৩. প্রশ্ন: পরিপূরক পণ্য ক্রয়ের বিবেচনীয় দিক কীভাবে দেওয়া হয়?

উত্তর:

৪. প্রশ্ন: কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফার কীভাবে গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়?

উত্তর:

৫. প্রশ্ন: বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের শোভন আচরণ কেন জরুরি?

উত্তর:

৬. প্রশ্ন: বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লাভ কীভাবে বাড়ানো যায়?

উত্তর:

৭. প্রশ্ন: বিক্রয়োত্তর সেবা কীভাবে নিশ্চিত করা হয়?

উত্তর:

৮. প্রশ্ন: নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া কেন জরুরি?

উত্তর:

৯. প্রশ্ন: ডিসকাউন্ট কী?

উত্তর:

১০. প্রশ্ন: লয়াল্টি প্রোগ্রাম কীভাবে গ্রাহকদের আকৃষ্ট করে?

উত্তর:

উত্তর পত্র (Answer Key)-৫: গ্রাহকের অভিজ্ঞতা এবং বিক্রয় বৃদ্ধি করতে পারবে

১. প্রশ্ন: অধিক বিক্রয় করার সুযোগ কীভাবে তৈরি করা হয়?

উত্তর: গ্রাহকদের বিভিন্ন প্রয়োজন ও চাহিদা বিশ্লেষণ করে।

২. প্রশ্ন: গ্রাহকদের কেনাকাটার জন্য কীভাবে সন্তুষ্ট করা হয়?

উত্তর: পণ্যের মান এবং মূল্য সম্পর্কে সঠিক তথ্য প্রদান করে।

৩. প্রশ্ন: পরিপূরক পণ্য ক্রয়ের বিবেচনীয় দিক কীভাবে দেওয়া হয়?

উত্তর: গ্রাহকদের প্রয়োজন অনুযায়ী উপযুক্ত পণ্যের প্রস্তাবনা দিয়ে।

৪. প্রশ্ন: কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফার কীভাবে গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়?

উত্তর: বিজ্ঞাপন, ইমেইল এবং সরাসরি যোগাযোগের মাধ্যমে।

৫. প্রশ্ন: বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের শোভন আচরণ কেন জরুরি?

উত্তর: গ্রাহকদের সন্তুষ্টি ও আনুগত্য নিশ্চিত করতে।

৬. প্রশ্ন: বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লাভ কীভাবে বাড়ানো যায়?

উত্তর: নতুন গ্রাহক আনা এবং বর্তমান গ্রাহকদের আরো কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করে।

৭. প্রশ্ন: বিক্রয়োত্তর সেবা কীভাবে নিশ্চিত করা হয়?

উত্তর: পণ্য মেরামত, রিটার্ন পলিসি এবং হেল্পলাইন সেবা প্রদান করে।

৮. প্রশ্ন: নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া কেন জরুরি?

উত্তর: সেবার মান উন্নত করতে এবং গ্রাহকের চাহিদা বুঝতে।

৯. প্রশ্ন: ডিসকাউন্ট কী?

উত্তর: মূল মূল্যের উপর নির্দিষ্ট পরিমাণের ছাড়।

১০. প্রশ্ন: লয়াল্টি প্রোগ্রাম কীভাবে গ্রাহকদের আকৃষ্ট করে?

উত্তর: নিয়মিত ক্রেতাদের বিশেষ সুবিধা প্রদান করে।

টাস্ক শিট (Task Sheet)-৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক তালিকাভুক্ত কর

উদ্দেশ্য: গ্রাহকদের প্রয়োজন এবং আগ্রহ অনুযায়ী পরিপূরক পণ্য ক্রয়ের বিবেচনীয় দিক প্রদান করা, যা তাদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতা উন্নত করে এবং কোম্পানির বিক্রয় বৃদ্ধি করে।

সতর্কতা: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয়ের বিবেচনীয় দিক দেওয়ার সময় নিম্নলিখিত সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে:

- গ্রাহকের কথা মনোযোগ সহকারে শুনতে হবে।
- গ্রাহকের প্রয়োজন এবং পছন্দের প্রতি সংবেদনশীল হতে হবে।
- গ্রাহককে ভুল তথ্য দেওয়া থেকে বিরত থাকতে হবে।
- পেশাদারিত্ব এবং শিষ্টাচার বজায় রাখতে হবে।
- গ্রাহকের ব্যক্তিগত তথ্য গোপন রাখতে হবে।

কাজের ধাপ

ধাপ ১: গ্রাহকের সাথে যোগাযোগের জন্য প্রস্তুতি নিন। প্রয়োজনীয় উপকরণ যেমন নোটবুক, কলম, বা কম্পিউটার প্রস্তুত কর।

ধাপ ২: গ্রাহককে অভিবাদন কর এবং তাদের সাথে সৌজন্যপূর্ণ আচরণ কর।

ধাপ ৩: গ্রাহকের প্রয়োজন এবং পছন্দ সম্পর্কে জিজ্ঞাসা কর।

ধাপ ৪: গ্রাহকের কথা মনোযোগ সহকারে শুনুন এবং তাদের প্রশ্নের উত্তর দিন।

ধাপ ৫: গ্রাহকের বর্তমান পণ্য সম্পর্কে জানুন।

ধাপ ৬: গ্রাহকের বর্তমান পণ্যের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ পরিপূরক পণ্যের প্রস্তাব দিন।

ধাপ ৭: পরিপূরক পণ্যের সুবিধা এবং প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে গ্রাহককে জানান।

ধাপ ৮: পরিপূরক পণ্যের সুবিধা এবং প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা কর।

ধাপ ৯: গ্রাহকের প্রশ্নের উত্তর দিন এবং তাদের উদ্বেগ দূর কর।

ধাপ ১০: গ্রাহককে পরিপূরক পণ্য কেনার জন্য উৎসাহিত কর।

ধাপ ১১: প্রয়োজনে গ্রাহককে পণ্য দেখানোর জন্য শোরুমের সংশ্লিষ্ট স্থানে নিয়ে যান।

ধাপ ১২: পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধা সম্পর্কে ব্যাখ্যা কর।

ধাপ ১৩: গ্রাহকের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নিন।

ধাপ ১৪: যদি কোন প্রশ্ন বা উদ্বেগ থাকে তা সমাধান কর।

ধাপ ১৫: প্রতিদিনের বিবেচনীয় দিক কার্যক্রম সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর।

ধাপ ১৬: প্রতিবেদনে পরামর্শের সংখ্যা, পরামর্শের ফলাফল এবং গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া অন্তর্ভুক্ত কর।

ধাপ ১৭: গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ রাখুন এবং তাদের সন্তুষ্টি নিশ্চিত কর।

ধাপ ১৮: কাজ শেষে কাজের স্থান পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৫.১: গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার
বিবেচনীয় দিক তালিকাভুক্ত কর**

প্রয়োজনীয় পিপিই সমূহ

ক্রম	পিপিই এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	সেফটি গ্লাভস	উচ্চ মানের রাবার গ্লাভস	জোড়া	১
২	সেফটি মাস্ক	এন৯৫ মাস্ক	পিস	১

প্রয়োজনীয় টুলস এবং ইকুইপমেন্টস

ক্রম	টুলস এবং ইকুইপমেন্টস	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	নোটবুক এবং পেন	অভিযোগ নথিভুক্ত করার জন্য	পিস	১
২	কম্পিউটার	অভিযোগ নথিভুক্ত এবং সমাধানের জন্য	পিস	১
৩	ফোন	গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ রাখার জন্য	পিস	১

প্রয়োজনীয় কাচামাল সমূহ

ক্রম	কাচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	বিবেচনীয় দিক ফর্ম	পরামর্শের তথ্য নথিভুক্ত করার জন্য	পিস	১
২	গ্রাহকের তথ্য তালিকা	গ্রাহকের যোগাযোগের তথ্য	পিস	১
৩	রিপোর্ট ফর্ম	প্রতিদিনের অভিযোগের প্রতিবেদন	পিস	১

দক্ষতা পর্যালোচনা (Review of Competency)

প্রশিক্ষণার্থীর জন্য নির্দেশনা: প্রশিক্ষণার্থী নিম্নোক্ত দক্ষতা প্রমাণ করতে সক্ষম হলে নিজেই কর্মদক্ষতা মূল্যায়ন করবে এবং সক্ষম হলে “হ্যাঁ” এবং সক্ষমতা অর্জিত না হলে “না” বোধক ঘরে টিকচিহ্ন দিন।		
কর্মদক্ষতা মূল্যায়নের মানদণ্ড	হ্যাঁ	না
কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী ব্যক্তিগত সাজসজ্জা এবং পেশাদারিত্ব নিশ্চিত করা হয়েছে।		
ফ্রেতাদের খুচরা দোকানে স্বাগত জানানো হয়েছে।		
এস ও পি অনুযায়ী GUEST অ্যাপ্রোচ মেনে নেওয়া হয়েছে।		
গ্রাহকদের অনুপ্রাণিত করার জন্য ইতিবাচক পন্থা তৈরি করা হয়েছে।		
পেশাদারী কৌশল অনুযায়ী গ্রাহকদের চাহিদা জিজ্ঞাসা করা হয়েছে।		
গ্রাহকের ক্রয় সংক্রান্ত আচরণ নির্ধারিত হয়েছে।		
এস ও পি অনুযায়ী করণীয় এবং বর্জনীয় বজায় রাখা হয়েছে।		
পণ্যের বিবরণ গ্রাহকদের নিকট ব্যাখ্যা করা হয়েছে।		
গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী তুলনা এবং বিকল্পগুলি বর্ণনা করা হয়েছে।		
বিক্রয় কৌশল প্রয়োগ করা হয়েছে।		
গ্রাহকদের প্রশ্নের যথাযথ উত্তর দেওয়া হয়েছে।		
প্রযোজ্য ক্ষেত্রে ভদ্রভাবে দর কষাকষি করা হয়েছে।		
প্রযোজ্য ক্ষেত্রে প্রাসঙ্গিক সুবিধা প্রদান করা হয়েছে।		
গ্রাহকদের দ্বারা বিক্রয় নিশ্চিতকরণ করা হয়েছে।		
বিক্রিত পণ্য প্যাকেজ এর জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে		
কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্যাকেজিং উপকরণ নির্বাচন এবং সংগ্রহ করা হয়েছে		
বিক্রিত পণ্যের জন্য প্যাকেজিং উপকরণ ব্যবহার করা হয়েছে		
বিক্রিত প্যাকেজ বিলিং কাউন্টারে স্থানান্তর করা হয়েছে		
গ্রাহকের অভিযোগ চিহ্নিত করা এবং ব্যাখ্যা করা হয়েছে		
স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী অভিযোগ গ্রহণ করা হয়েছে		
রুঢ় গ্রাহকদের কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী সাবধানে মোকাবেলা করা হয়েছে		
LAST পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়েছে		

অভিযোগসমূহ মোকাবেলা করা, সমাধান করা এবং কর্তৃপক্ষকে রিপোর্ট করা হয়েছে		
চুরি এবং এ সম্পর্কিত ঘটনা কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী মোকাবেলা করা হয়েছে		
অধিক বিক্রয় করার সুযোগ তৈরি করা হয়েছে।		
গ্রাহকদের ক্রয় করার জন্য অনুপ্রাণিত করা হয়েছে।		
গ্রাহকদের পরিপূরক পণ্য ক্রয় করার বিবেচনীয় দিক দেওয়া হয়েছে।		
কোম্পানির নীতি অনুযায়ী প্রচারমূলক অফারসমূহ গ্রাহকদের কাছে পৌঁছে দেওয়া হয়েছে।		
বিক্রয়ের পুরো প্রক্রিয়ায় গ্রাহকদের সাথে শোভন আচরণ করা হয়েছে।		
বিক্রয় বৃদ্ধি এবং কোম্পানির লভ্যাংশ বৃদ্ধি করা হয়েছে।		
কোম্পানির নীতি অনুযায়ী বিক্রয়োত্তর সেবা নিশ্চিত করা হয়েছে।		
নিয়মিত গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া নেওয়া হয়েছে।		

আমি (প্রশিক্ষার্থী) এখন আমার আনুষ্ঠানিক যোগ্যতা মূল্যায়ন করতে নিজেকে প্রস্তুত বোধ করছি।

স্বাক্ষর ও তারিখ:

প্রশিক্ষকের স্বাক্ষর ও তারিখ:

সিবিএলএম প্রণয়ন (Development of CBLM)

‘বিক্রয় কার্যক্রম পরিচালনা করা’ (অকুপেশন: রিটেইল সেলস অপারেশন্স লেভেল- ০৩) শীর্ষক কম্পিউটারি বেজড লার্নিং ম্যাটেরিয়াল (সিবিএলএম)-টি জাতীয় দক্ষতা সনদায়নের নিমিত্ত জাতীয় দক্ষতা উন্নয়ন কর্তৃপক্ষ কর্তৃক সিমেক সিস্টেম, ইসিএফ কনসালটেন্সি এবং সিমেক ইনস্টিটিউট অফ টেকনোলজি (যৌথ উদ্যোগ প্রতিষ্ঠান) এর সহায়তায় প্যাকেজ SD-9B (তারিখ: ১৫ জানুয়ারী ২০২৪) প্রকল্পের অধীনে ২০২৪ সনের অক্টোবর মাসে প্রণয়ন করা হয়েছে।

ক্রমিক নং	নাম ও ঠিকানা	পদবী	মোবাইল নং ও ইমেইল
০১	মোঃ সোহেল মিয়া	লেখক	০১৭১৮-৬৫৯৪৪৮
০২	মাহফুজুর রহমান	সম্পাদক	০১৭৪১-০৯২০৮৭
০৩	ইঞ্জি: মো: জুয়েল পারভেজ	কো-অর্ডিনেটর	০১৭৩৭-২৭৮৯০৬
০৪	মো: আব্দুর রাজ্জাক	রিভিউয়ার	০১৭৪২-৭৩৪৩১৩