



কম্পিউন্সি বেজড লার্নিং ম্যাটেরিয়ালস (সিবিএলএম)

## রিটেইল সেলস অপারেশন্স

লেভেল - ০৩

মডিউল শিরোনামঃ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করা

**Performing Visual Merchandising**

মডিউল কোড: OU-IS- RSO-04-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](mailto:ec@nsda.gov.bd)

ওয়েবসাইট: [www.nstda.gov.bd](http://www.nstda.gov.bd)

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

এই কম্পিটেন্সি 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।

“ভিজুইয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করা” সিবিএলএমটি এনএসডিএ কর্তৃক অনুমোদিত রিটেইল সেলস অপারেশন্স লেভেল-৩ অকুপেশনের কম্পিটেন্সি 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 সেলসের ভিজ্যুইয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করার মৌলিক জ্ঞান অর্জন করতে পারবেন। এছাড়াও এতে ভিজ্যুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারা, প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারা, পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারা এবং পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারার দক্ষতাসমূহ অর্জন করতে পারবে। একজন দক্ষ রিটেইল সেলস এক্সিকিউটিভের জন্য যে প্রয়োজনীয় জ্ঞান ও ইতিবাচক মনোভাব প্রয়োজন তা এই মডিউলে অন্তর্ভুক্ত রয়েছে।

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
<b>শিখনফল (Learning Outcome)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে.....</b>	<b>২</b>
শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে.....	৩
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে.....	৪
সেলফ চেক (Self-Check)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে.....	১৫
উত্তরপত্র (Answer Key)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে.....	১৬
টাস্ক (Task Sheet)-১.১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ তালিকাভুক্ত কর.....	১৮
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-১-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত কর.....	১৯
<b>শিখনফল (Learning Outcome)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে.....</b>	<b>২০</b>
প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে.....	২১
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)- ২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে.....	২২
সেলফ চেক শিট (Self-Check)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে.....	৩৯
উত্তর পত্র (Answer Key)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে.....	৪০
টাস্ক (Task Sheet)-২.১: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর.....	৪২
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.১: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর.....	৪৩
<b>শিখনফল (Learning Outcome)- ৩: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে.....</b>	<b>৪৪</b>
শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে.....	৪৫
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet) ৩: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে.....	৪৬
সেলফ চেক (Self-Check)-৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে.....	৬০
উত্তর পত্র (Answer Key)- ৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে.....	৬১
জব শিট (Job Sheet)-৩.১: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা।.....	৬২
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৩.১: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা।.....	৬৩
<b>শিখনফল (Learning Outcome)-৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে.....</b>	<b>৬৪</b>
শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে.....	৬৬
ইনফরমেশন শিট (Information Sheet) ৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে.....	৬৭
সেলফ চেক (Self-Check)- ৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে.....	৭৮
উত্তর পত্র (Answer Key)- ৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে.....	৭৯
জব শিট (Job Sheet)-৪.১: প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর.....	৮০
স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৪.২: প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর.....	৮১
<b>দক্ষতা পর্যালোচনা (Review of Competency).....</b>	<b>৮২</b>

## মডিউল কন্টেন্ট

ইউ ও সি শিরোনাম	ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করা (Perform Visual Merchandising)
ইউ ও সি কোড	OU-IS- RSO-04-L3-V1
মডিউল শিরোনাম	ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করা
মডিউলের বর্ণনা	ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করার জন্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান, দক্ষতা ও আচরণ (কেএসএ) সম্পর্কিত এন্টিভিটিগুলো এই মডিউল-এ অন্তর্ভুক্ত করতে সক্ষম হয়েছে। এতে ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারা, প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারা, পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারা এবং পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারার দক্ষতাসমূহ অন্তর্ভুক্ত করা হয়েছে।
নমিনাল সময়	৪৫ ঘণ্টা
শিখনফল	এই মডিউলটি সম্পন্ন করার পর প্রশিক্ষার্থীরা নিম্ন বর্ণিত কাজ গুলো করতে পারবেন। ১. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে। ২. প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে। ৩. পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে। ৪. পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে।

### অ্যাসেসমেন্ট ক্রাইটেরিয়া: (Assessment Criteria)

১. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করা হয়েছে।
২. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর গুরুত্ব অনুধাবন করা হয়েছে।
৩. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা হয়েছে।
৪. চোখের লেভেলে পণ্য প্রদর্শন বজায় রাখা হয়েছে।
৫. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করে প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করা হয়েছে
৬. পণ্যদ্রব্য সংগ্রহ, খোলা এবং যাচাই করা হয়েছে
৭. পণ্যের গুণগতমান বজায় রাখা হয়েছে
৮. স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে
৯. পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা হয়েছে
১০. পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত হয়েছে
১১. পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শিত হয়েছে
১২. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা হয়েছে
১৩. প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পণ্য নিয়মিত পরিষ্কার করা হয়েছে
১৪. প্রদর্শিত পণ্য তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা হয়েছে
১৫. গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করা হয়েছে
১৬. প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো হয়েছে
১৭. নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা হয়েছে।

## শিখনফল (Learning Outcome)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করা হয়েছে।</li> <li>২. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর গুরুত্ব অনুধাবন করা হয়েছে।</li> <li>৩. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা হয়েছে।</li> <li>৪. চোখের লেভেলে পন্য প্রদর্শন বজায় রাখা হয়েছে।</li> </ol>
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> <li>• কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ</li> <li>• সিবিএলএম</li> <li>• হ্যান্ডআউটস</li> <li>• ল্যাপটপ</li> <li>• মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর</li> <li>• কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার</li> <li>• ইন্টারনেট সুবিধা</li> <li>• হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার</li> <li>• অডিও ভিডিও ভিভাইস</li> <li>• প্রয়োজনীয় টুলস</li> </ul>
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং</li> <li>২. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর গুরুত্ব</li> <li>৩. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ</li> <li>৪. চোখের লেভেলে পন্য প্রদর্শন</li> </ol>
এক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা।</li> </ol>
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> <li>• আলোচনা (Discussion)</li> <li>• উপস্থাপন (Presentation)</li> <li>• প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>• নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice)</li> <li>• স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice)</li> <li>• প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work)</li> <li>• সমস্যা সমাধান (Problem Solving)</li> <li>• মাথাখাটানো (Brainstorming)</li> </ul>
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test)</li> <li>২. প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)</li> <li>৪. পোর্টফলিও (Portfolio)</li> </ol>

**শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা 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 “ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন।
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ১ : ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে।
৩. সেলফ চেক প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ১ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ১ -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 ১.১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা। স্পেসিফিকেশন শিট- ১.১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা।

## ইনফরমেশন শিট (Information Sheet)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে

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

- ১.১ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে।
- ১.২ প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে।
- ১.৩ পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে।
- ১.৪ পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে।

### ১.১ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং

#### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং হল খুচরা বিক্রয়ে পণ্য প্রদর্শনের একটি শিল্প এবং বিজ্ঞান যা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে এবং তাদের কেনাকাটার ইচ্ছা সৃষ্টি করে কিংবা বৃদ্ধি করে। এটি পণ্যের স্থাপন, সজ্জা, আলো এবং রঙের ব্যবহার করে একটি আকর্ষণীয় এবং কার্যকর শপিং অভিজ্ঞতা তৈরি করে।

#### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের উদ্দেশ্য

##### ক. গ্রাহকদের আকর্ষণ করা

একটি আকর্ষণীয় এবং চোখ ধাঁধানো স্টোর ডিজাইন গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সহায়ক। স্টোরের বাহ্যিক এবং অভ্যন্তরীণ ডিজাইন গ্রাহকদের প্রথম ছাপ তৈরিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে, যা তাদের দোকানে প্রবেশ করতে উদ্বুদ্ধ করে।

##### খ. বিক্রয় বাড়ানো

সঠিকভাবে ডিজাইন করা রিটেইল স্টোর পণ্য প্রদর্শনকে আকর্ষণীয় করে তোলে, যা বিক্রয় বাড়াতে সহায়ক। পণ্যগুলিকে স্ট্র্যাটেজিকভাবে স্থাপন করা এবং সঠিক সাইনেজ ব্যবহার করে গ্রাহকদের ক্রয় করতে উৎসাহিত করা যায়।

##### গ. গ্রাহকদের জন্য সুবিধাজনক অভিজ্ঞতা তৈরি করা

স্টোরের ডিজাইন গ্রাহকদের জন্য সহজ এবং সুবিধাজনক নেভিগেশন নিশ্চিত করে। স্পষ্ট পথ নির্দেশিকা, উপযুক্ত সাইনেজ এবং সহজে প্রবেশগম্য রিটেইল স্টোরের মধ্যে গ্রাহকদের অভিজ্ঞতাকে উন্নত করে।

##### ঘ. ব্র্যান্ড ইমেজ এবং পরিচিতি গড়ে তোলা

একটি সুসংগঠিত স্টোর ডিজাইন ব্র্যান্ডের ইমেজকে শক্তিশালী করে। রঙ, থিম এবং লোগো সহ একসঙ্গে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ ব্র্যান্ড পরিচয় তৈরি করা যায়, যা গ্রাহকদের মনে ব্র্যান্ডের প্রতি আস্থা বৃদ্ধি করে।

##### ঙ. গ্রাহকদের দীর্ঘ সময় ধরে রাখা

আকর্ষণীয় ডিসপ্লে, আরামদায়ক বিশ্রামের স্থান, এবং বাচ্চাদের জন্য বিনোদনের ব্যবস্থা করে গ্রাহকদের স্টোরে দীর্ঘ সময় ধরে রাখা যায়, যা তাদের আরও পণ্য দেখতে এবং কেনার সম্ভাবনা বাড়ায়।

##### চ. প্রোডাক্ট ডিসপ্লে এবং প্রমোশন তুলে ধরা

নতুন পণ্য এবং প্রমোশনাল অফারগুলি স্ট্র্যাটেজিকভাবে প্রদর্শন করা যায়, যা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে এবং বিক্রয় বাড়ায়। উপযুক্ত আলো, সাইনেজ এবং থিম্যাটিক ডিসপ্লে ব্যবহার করে এটি অর্জন করা যায়।

##### ছ. বিক্রয় কর্মীদের কাজ সহজ করা

একটি ভাল ডিজাইন করা স্টোর বিক্রয় কর্মীদের কাজকে সহজ করে। পণ্য পুনরায় স্টক করা, পরিষ্কার রাখা এবং গ্রাহকদের সহায়তা করার জন্য সুবিধাজনক ব্যবস্থা রাখা গেলে কর্মীদের দক্ষতা বৃদ্ধি পায়।

**জ. গ্রাহকদের জন্য একটি স্মরণীয় অভিজ্ঞতা তৈরি করা**

একটি সুন্দর এবং পরিকল্পিত স্টোর গ্রাহকদের জন্য একটি স্মরণীয় অভিজ্ঞতা তৈরি করে। ইন্টারেক্টিভ ডিসপ্লে, চমকপ্রদ থিম এবং আকর্ষণীয় ইভেন্টের মাধ্যমে গ্রাহকদের পুনরায় স্টোরে আসতে উৎসাহিত করা যায়।

**ঝ. নতুন পণ্য চালু এবং ব্যাখ্যা করা**

নতুন পণ্যগুলি চালু এবং তাদের বৈশিষ্ট্যগুলি ব্যাখ্যা করার জন্য উপযুক্ত প্ল্যাটফর্ম প্রদান করা যায়। ডিজাইনটি এমনভাবে হওয়া উচিত যা পণ্যগুলি স্পষ্টভাবে প্রদর্শন করে এবং তাদের সুবিধাগুলি গ্রাহকদের কাছে উপস্থাপন করে।

**ঞ. ব্যবসায়িক প্রবৃদ্ধি এবং প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা অর্জন**

একটি ভাল ডিজাইন করা স্টোর প্রতিযোগিতায় এক ধাপ এগিয়ে থাকার সুযোগ দেয়। গ্রাহকদের জন্য একটি অনন্য এবং সন্তোষজনক অভিজ্ঞতা তৈরি করা একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা হতে পারে।



**১.২ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর গুরুত্ব**

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং যেকোনো খুচরা ব্যবসার সাফল্যের জন্য গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এটি কেবল একটি দোকানকে সুন্দর দেখানোর বিষয়ে নয়; এটি মনোযোগ আকর্ষণ, ব্র্যান্ড ইমেজ উন্নত করা এবং শেষ পর্যন্ত ক্রয় সিদ্ধান্তকে উৎসাহিত করা সহ নির্দিষ্ট লক্ষ্য অর্জনের জন্য দৃশ্যমান উপাদানগুলি কৌশলগতভাবে ব্যবহার করার বিষয়ে। এই তিনটি মূল ক্ষেত্রে ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের গুরুত্ব গুলো হলো

**ক. মনোযোগ আকর্ষণ**

আজকের দ্রুত গতিশীল বিশ্বে, ভোক্তারা বিভিন্ন দৃশ্যমান উদ্দীপনায় আচ্ছন্ন থাকেন। এই গোলমালের মধ্যে দিয়ে ক্রেতাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করা খুচরা বিক্রেতাদের জন্য একটি বড় চ্যালেঞ্জ। কার্যকর ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এই চ্যালেঞ্জ মোকাবেলায় একটি শক্তিশালী হাতিয়ার হিসেবে কাজ করে।

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং হল একটি কৌশল যা ক্রেতাদের আকর্ষণ করার জন্য ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের উপাদানগুলির ব্যবহারকে কাজে লাগায়। এটি একটি সুন্দরভাবে ডিজাইন করা উইন্ডো ডিসপ্লে, চমকপ্রদ পণ্য প্রদর্শন এবং আলোর সৃজনশীল ব্যবহারের মাধ্যমে করা যেতে পারে। ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ক্রেতাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে, তাদের আগ্রহ জাগাতে এবং তাদের দোকানে প্রবেশ করতে এবং অফার করা পণ্যগুলি দেখতে উৎসাহিত করে।

**খ. ব্র্যান্ড ইমেজ উন্নত করা**

একটি ব্র্যান্ডের পরিচয় এবং যোগাযোগের জন্য ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং একটি শক্তিশালী হাতিয়ার। একটি দোকানকে যেভাবে ডিজাইন করা হয়েছে, সেখানে যে পণ্যগুলি প্রদর্শিত হয় এবং এটি যে সামগ্রিক নান্দনিকতা তৈরি করে তা সবই ব্র্যান্ড সম্পর্কে গ্রাহকের ধারণাকে প্রভাবিত করে। দৃশ্যমান উপাদানগুলি সামঞ্জস্যপূর্ণ এবং

কৌশলগতভাবে ব্যবহার করে, খুচরা বিক্রেতারা তাদের লক্ষিত ক্রেতাদের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ একটি শক্তিশালী এবং স্মরণীয় ব্র্যান্ড ইমেজ তৈরি করতে পারে।

#### গ. ক্রয় সিদ্ধান্তকে উৎসাহিত করা

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের লক্ষ্য হল বিক্রয়ে উৎসাহিত করা। পণ্যগুলিকে আকর্ষণীয়ভাবে প্রদর্শন করে, তাদের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধাগুলিকে তুলে ধরে এবং গ্রাহকদের কাছে সহজে প্রবেশগম্য করে তুলে, ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ক্রয় সিদ্ধান্তগুলিকে উল্লেখযোগ্যভাবে প্রভাবিত করতে পারে। একটি ভালভাবে ডিজাইন করা ডিসপ্লে সাধারণত আকাঙ্ক্ষা এবং অনুভূতি তৈরি করতে পারে, গ্রাহকদের একটি কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করে।

#### ঘ. একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করে

শুধুমাত্র বিক্রয় করার বাইরে, ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং গ্রাহকদের জন্য একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সহায়তা করতে পারে। একটি ভালভাবে ডিজাইন করা স্টোর পরিবেশ যা দেখতে আকর্ষণীয়, চিন্তা আকর্ষক এবং এমনকি ইন্টারেক্টিভও হতে পারে। এটি গ্রাহকদের উপর একটি স্থায়ী প্রভাব ফেলতে পারে, ফলে ভবিষ্যতে তাদের ফিরে আসার সম্ভাবনা বেড়ে যায়। গল্প বলার উপাদানগুলিকে অন্তর্ভুক্ত করে, অনন্য এবং থিম্যাটিক ডিসপ্লে তৈরি করে এবং গ্রাহকদের পণ্যগুলির সাথে যোগাযোগ করার সুযোগ প্রদান করে, ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং একটি কেনাকাটার ভ্রমণকে একটি স্মরণীয় অভিজ্ঞতায় রূপান্তর করতে পারে।

#### ঙ. প্রতিযোগীদের থেকে পৃথক করে

একটি প্রতিযোগিতামূলক বাজারে, খুচরা বিক্রেতাদের জন্য প্রতিযোগীদের থেকে আলাদা হওয়া অপরিহার্য। কার্যকর ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং একটি অনন্য এবং পৃথক ব্র্যান্ড পরিচয় তৈরি করে এটি অর্জন করতে সহায়তা করতে পারে। স্বতন্ত্র রঙের স্কিমগুলি ব্যবহার করে, অনন্য ডিজাইন উপাদানগুলি অন্তর্ভুক্ত করে এবং নির্দিষ্ট ক্রেতার জন্য ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংকে উপযোগী করে, খুচরা বিক্রেতারা এমন একটি স্টোর পরিবেশ তৈরি করতে পারে যা তাদের প্রতিযোগীদের থেকে আলাদা করে এবং এমন গ্রাহকদের আকর্ষণ করে যারা আলাদা কিছু খুঁজছে।

#### চ. স্টোর লেআউটকে সুন্দরভাবে সজায়

একটি দোকানের লেআউটকে ব্যবহার করার ক্ষেত্রে ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। পণ্যগুলিকে কৌশলগতভাবে স্থাপন করে, গ্রাহকদের নেভিগেট করার জন্য স্পষ্ট পথ তৈরি করে এবং তাদের গাইড করার জন্য সাইনেজ ব্যবহার করে, ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং দোকানের ভিতরে ক্রেতাদের চলাচলের পথ উন্নত করতে পারে এবং গ্রাহকদের তাদের যা খুঁজছে তা খুঁজে পেতে সহজ করে তুলতে পারে। এটি একটি আরও দক্ষ এবং উপভোগ্য কেনাকাটার অভিজ্ঞতার দিকে নিয়ে যেতে পারে, বিক্রয় বাড়াতে সাহায্য করে।



#### ছ. মৌসুমী এবং থিম ইন্টিগ্রেশন

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং একটি স্টোর পরিবেশে মৌসুমী এবং থিম্যাটিক উপাদানগুলিকে একসাথে করার জন্য একটি শক্তিশালী হাতিয়ার হতে পারে। মৌসুমী রঙ, থিম এবং প্রদর্শনী অন্তর্ভুক্ত করে, খুচরা বিক্রেতারা আসন্ন ছুটি এবং ইভেন্টগুলির প্রত্যাশার একটি অনুভূতি তৈরি করতে পারে। এটি গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে এবং বিক্রয়ে সহায়তা করতে পারে, কারণ তারা যখন দোকানের পরিবেশে আকৃষ্ট এবং অনুপ্রাণিত বোধ করে তখন তারা কেনাকাটা করার সম্ভাবনা বেশি থাকে। উপরন্তু, থিম্যাটিক প্রদর্শনগুলি নির্দিষ্ট পণ্য বিভাগ বা প্রচারকে হাইলাইট করতে ব্যবহার করা যেতে পারে, গ্রাহকের অভিজ্ঞতাকে আরও উন্নত করে।

#### জ. পণ্য বৈশিষ্ট্য প্রদর্শন করে

কার্যকর ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধাগুলি এমনভাবে প্রদর্শন করতে পারে যা তথ্যবহুল এবং আকর্ষণীয়। স্পষ্ট এবং সংক্ষিপ্ত সাইনেজ ব্যবহার করে, মূল বৈশিষ্ট্যগুলিকে হাইলাইট করে এবং আকর্ষণীয় প্রদর্শন তৈরি করে, খুচরা বিক্রেতারা গ্রাহকদের তাদের পণ্যের মূল্য বুঝতে এবং ক্রয় সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করতে পারে। এটি বিক্রয় বৃদ্ধি এবং গ্রাহক সন্তুষ্টি উন্নত করতে পারে।

#### ঝ. ক্রস-সেলিং এবং আপ-সেলিংকে উন্নীত করে

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ক্রস-সেলিং এবং আপ-সেলিং সুযোগগুলিকে উন্নীত করতেও ব্যবহার করা যেতে পারে। পরিপূরক পণ্যগুলিকে একে অপরের কাছে কৌশলগতভাবে স্থাপন করে বা গ্রাহকরা ইতিমধ্যেই বিবেচনা করছেন এমন পণ্যগুলির শেষ সংস্করণ প্রদর্শন করে, খুচরা বিক্রেতারা গ্রাহকদের আরও অর্থ ব্যয় করতে উৎসাহিত করতে পারে। উপরন্তু, বান্ডিল তৈরি করা বা একাধিক আইটেমে ছাড় দেওয়ার মতো সাজেস্টিক সেলিং কৌশলগুলি গড় লেনদেনের মূল্যকে আরও বাড়িয়ে তুলতে পারে।

### ১.৩ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ

#### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং হল একটি খুচরা বিক্রয় কৌশল যা পণ্য উপস্থাপনের মাধ্যমে বিক্রয় বাড়াতে এবং গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে সাহায্য করে। এটি শুধুমাত্র পণ্য প্রদর্শন নয় বরং ক্রেতাদের সাথে একটি আবেগগত সংযোগ তৈরি করে এবং তাদের ক্রয় সিদ্ধান্তকে প্রভাবিত করে। ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর বিভিন্ন উপাদানগুলি ক্রেতার জন্য একটি আনন্দময় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরিতে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

#### ক. রঙ

রঙ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এর একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান কারণ এটি গ্রাহকদের মধ্যে বিভিন্ন ধরনের আবেগ সৃষ্টি করতে পারে এবং একটি নির্দিষ্ট পরিবেশ তৈরি করতে পারে। বিভিন্ন রঙের বিভিন্ন মনস্তাত্ত্বিক প্রভাব রয়েছে, তাই ব্র্যান্ডের পরিচয় এবং লক্ষ্য শ্রোতাদের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ রঙ নির্বাচন করা গুরুত্বপূর্ণ। উদাহরণস্বরূপ, লাল এবং কমলা রঙের মতো উষ্ণ রঙ উত্তেজনা এবং শক্তি উদ্দীপিত করতে পারে, অন্যদিকে নীল এবং সবুজ রঙের মতো শীতল রঙ শান্তি এবং প্রশান্তি প্রচার করতে পারে।

#### রঙের মনোবিজ্ঞান এবং গ্রাহক আবেগ

- **লাল:** উত্তেজনা, আবেগ, শক্তি এবং জরুরীর সাথে সম্পর্কিত। ক্ষুধা উদ্দীপিত করতে পারে এবং তাৎক্ষণিক কেনাকাটায় উৎসাহিত করতে পারে।
- **কমলা:** উৎসাহ, সৃজনশীলতা এবং উষ্ণতার সাথে সম্পর্কিত। মজা এবং খেলাধুলার অনুভূতি তৈরি করতে পারে।
- **হলুদ:** সুখ, আশাবাদ এবং উৎফুল্লতার সাথে সম্পর্কিত। মনোযোগ আকর্ষণ করতে পারে এবং মানসিক স্বচ্ছতা প্রচার করতে পারে।

- **সবুজ:** প্রকৃতি, বৃদ্ধি এবং প্রশান্তির সাথে সম্পর্কিত। শিথিলতা প্রচার করতে পারে এবং ভারসাম্যের অনুভূতি তৈরি করতে পারে।
- **নীল:** বিশ্বাস, শান্তি এবং নিরাপত্তার সাথে সম্পর্কিত। একটি শান্ত এবং পেশাদার পরিবেশ তৈরি করতে পারে।
- **বেগুনি:** বিলাসিতা, রাজকীয়তা এবং সৃজনশীলতার সাথে সম্পর্কিত। পরিশীলন এবং রহস্যের অনুভূতি তৈরি করতে পারে।
- **কালো:** শক্তি, সৌন্দর্য এবং পরিশীলনের সাথে সম্পর্কিত। কর্তৃত্ব এবং বিলাসিতার অনুভূতি তৈরি করতে পারে।
- **সাদা:** বিশুদ্ধতা এবং পরিচ্ছন্নতার সাথে সম্পর্কিত। উন্মুক্ততা এবং প্রশস্ততার অনুভূতি তৈরি করতে পারে।



#### খ. সর্বাধিক প্রদর্শন

সর্বাধিক প্রদর্শন হল ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এর একটি গুরুত্বপূর্ণ কৌশল যা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য ব্যবহৃত হয়। এটি গ্রাহকদের পণ্যকে দৃশ্যমান করে এবং তাদের কেনার সম্ভাবনা বাড়িয়ে, বিক্রয় বাড়াতে সাহায্য করতে পারে। সর্বাধিক প্রদর্শন অর্জন করার জন্য বিভিন্ন কৌশল ব্যবহার করা যেতে পারে, যার মধ্যে রয়েছে

#### পণ্য স্থাপন

গবেষণায় দেখা গেছে যে গ্রাহকরা আই-লেভেলে থাকা পণ্যগুলিতে বেশি মনোযোগ দেয়। তাই, সর্বাধিক দৃশ্যমানতার জন্য সবচেয়ে বিক্রিত বা লাভজনক পণ্যগুলিকে আই-লেভেলে স্থাপন করা। এন্ড-ক্যাপগুলি হল গ্রাহকদের সবচেয়ে বেশি দেখা যায় এমন জায়গা, তাই তাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে বা নতুন পণ্য প্রচার করতে সেগুলিকে ব্যবহার করা। একই বিভাগের পণ্যগুলি বা একে অপরের পরিপূরক পণ্যগুলি একসাথে স্থাপন করা। উদাহরণস্বরূপ, চিপসের পাশে সালসা রাখুন বা কফির পাশে ক্রিমার রাখুন। সিজন বা ছুটির দিনের সাথে সম্পর্কিত পণ্যগুলি একসাথে গ্রুপ করা। এটি গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে এবং তাদের কেনার সম্ভাবনা বাড়াতে সাহায্য করবে।



#### গ. গল্প বলা (Story telling)

স্টোরিটেলিং হল একটি শক্তিশালী হাতিয়ার যা গ্রাহকদের সাথে আবেগের স্তরে সংযোগ স্থাপন করতে এবং একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করতে ব্যবহার করা যেতে পারে। ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ, স্টোরিটেলিং ব্যবহার করা হয়।

#### ■ একটি গল্প তৈরি কর

আপনার পণ্যগুলির চারপাশে একটি আখ্যান তৈরি করে, আপনি গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে পারেন এবং তাদের আপনার ব্র্যান্ড এবং সম্পর্কিত গল্প সম্পর্কে জানতে আরও আগ্রহী করতে পারেন। স্টোরিটেলিং আপনার মূল্যবোধ, বিশ্বাস এবং আপনার পণ্যগুলির অনুপ্রেরণা ক্রেতাদের সাথে শেয়ার করে আপনাকে আপনার গ্রাহকদের সাথে একটি সংযোগ গড়ে তুলতে সহায়তা করে। যখন গ্রাহকরা একটি গল্পের সাথে সংযোগ করতে পারে, তখন তারা পণ্য এবং ব্র্যান্ড মনে রাখার সম্ভাবনা বেশি থাকে।

#### ■ কেনাকাটার অভিজ্ঞতা উন্নত কর

স্টোরিটেলিং গ্রাহকদের জন্য একটি ভালো অভিজ্ঞতা তৈরি করে, তাদের একটি ভিন্ন বিশ্ব বা সময়কালে নিয়ে যায়। কেনাকাটাকে আরও উপভোগ্য করে তুলতে, আপনি গ্রাহকদের আপনার স্টোরে আরও বেশি সময় ব্যয় করতে এবং আপনার পণ্য দেখতে উৎসাহিত করে। স্টোরিটেলিং আপনার পণ্যগুলিকে আরও আকর্ষণীয় এবং স্মরণীয় করে তুলে আপনাকে বিক্রয় বাড়াতে সহায়তা করে।



#### ■ আপনার ব্র্যান্ডকে আলাদা কর

স্টোরিটেলিং আপনাকে প্রতিযোগিতা থেকে আলাদা হয়ে করতে এবং আপনার ব্র্যান্ডকে আরও স্মরণীয় করতে সহায়তা করে। স্টোরিটেলিং আপনার ব্র্যান্ডের মূল্যবোধ এবং আপনার ব্র্যান্ডকে অনন্য করে তোলে এমন বিষয়গুলি নিয়ে ক্রেতাদের সাথে যোগাযোগ করার একটি দুর্দান্ত উপায়। এতে আপনার গ্রাহকদের সাথে একটি শক্তিশালী আবেগের সংযোগ তৈরি করে, ব্র্যান্ডের প্রতি আনুগত্য গড়ে তুলতে পারেন এবং তাদেরকে বারবার কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করতে পারেন।

### ঘ. খালি স্থানসমূহ

ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিং হল পণ্যগুলিকে এমনভাবে উপস্থাপন করার শিল্প যা দৃশ্যত আকর্ষণীয় এবং গ্রাহকদের কেনার জন্য উৎসাহিত করে। খালি জায়গাগুলি কার্যকর ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিং-এ গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।

#### পণ্যগুলিকে হাইলাইট কর

পণ্যগুলিকে কৌশলগতভাবে খালি জায়গায় রেখে, আপনি তাদের দিকে মনোযোগ আকর্ষণ করতে পারেন এবং তাদেরকে আলাদা করে তুলতে পারেন। এটি নতুন বা অনন্য বৈশিষ্ট্যযুক্ত আইটেমগুলির জন্য বিশেষভাবে গুরুত্বপূর্ণ যা আপনি চান গ্রাহকরা লক্ষ্য করুক। পণ্যের চারপাশের খালি জায়গাগুলি তাদেরকে আরও স্পষ্ট এবং দেখতে সহজ করে তুলতে পারে। প্রদর্শনীতে পণ্যের সংখ্যা সীমিত করে, আপনি এক্সক্লুসিভিটি এবং আকাঙ্ক্ষার অনুভূতি তৈরি করতে পারেন। এটি গ্রাহকদের আইটেমগুলি কেনার সম্ভাবনা বাড়াতে পারে, কারণ তারা মনে করতে পারে যে তারা কিছু বিশেষ পাচ্ছে।

#### ভিজুয়াল প্রবাহ উন্নত কর

খালি জায়গাগুলি প্রদর্শনীর মধ্য দিয়ে গ্রাহকের চোখকে টার্গেট করা যায়। একটি স্পষ্ট ভিজুয়াল পথ তৈরি করে, আপনি গ্রাহকদের পুরো প্রদর্শনীটি ঘুরে দেখতে এবং অফার করা সব পণ্য দেখতে উৎসাহিত করতে পারেন। খালি জায়গাগুলি প্রদর্শনীর দৃশ্যের ভারসাম্য বজায় রাখতে ব্যবহার করা যেতে পারে। একটি সুসজ্জত এবং নান্দনিকভাবে আনন্দদায়ক দৃশ্যের অবতারণার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। খালি জায়গাগুলি একটি প্রদর্শনীর

একধেঁয়েমি ভাঙতে এবং আগ্রহ তৈরি করতে ব্যবহার করা যেতে পারে। এটি গ্রাহকদের আগ্রহী রাখতে এবং তাদের বিরক্ত হওয়া থেকে বিরত রাখতে সহায়তা করতে পারে।

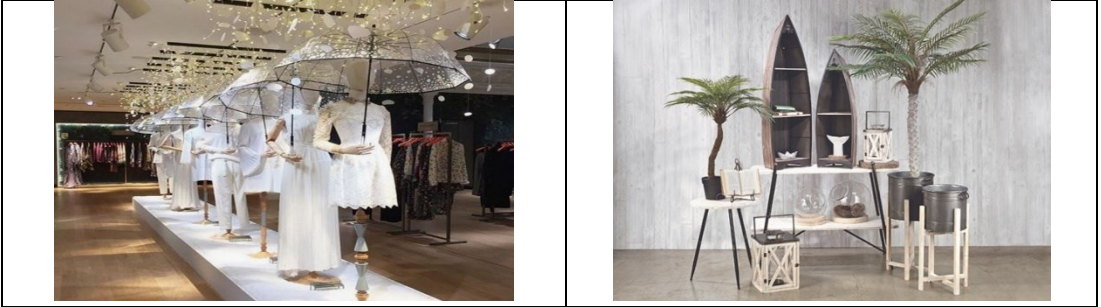


### ঙ. ফোকাসের বিন্দু (Point of Focus)

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ ফোকাসের বিন্দু হল একটি ডিসপ্লে এলাকা যা দর্শকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য ডিজাইন করা হয়েছে। এটি ডিসপ্লে-এর সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উপাদান এবং এটিই দর্শকেরা প্রথমে দেখবে।

#### ফোকাসের বিন্দু তৈরি করার উপায়

উজ্জ্বল বা বিপরীত রঙ একটি নির্দিষ্ট এলাকায় দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সহায়তা করতে পারে। স্পটলাইট বা অন্যান্য ফোকাসড লাইটিং ব্যবহার করে একটি নির্দিষ্ট পণ্য বা এলাকাকে হাইলাইট করা যেতে পারে। প্রোপস ব্যবহার করে একটি ফোকাল পয়েন্ট তৈরি করা যায় বা একটি ডিসপ্লে-এর প্রতি আকর্ষণ বৃদ্ধি করা যায়। একটি নির্দিষ্ট পণ্যের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে বা পণ্য সম্পর্কে তথ্য প্রদান করতে সাইনেজ ব্যবহার করা যেতে পারে। একটি পণ্যকে উঁচু শেলফ বা পেডেস্টালে রাখলে তা আরও স্পষ্ট হতে পারে। একটি পণ্যের চারপাশে কিছু খালি জায়গা ছেড়ে দিন যাতে তা আরও স্পষ্ট হতে পারে।



### চ. ল্যান্ডস্কেপিং (Landscaping)

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ ল্যান্ডস্কেপিং বলতে গাছপালা, ফুল এবং অন্যান্য প্রাকৃতিক উপাদান ব্যবহার করে গ্রাহকদের জন্য আরও আকর্ষণীয় এবং মনোমুগ্ধকর অভিজ্ঞতা তৈরি করাকে বোঝায়। এটি একটি ডিসপ্লে-এ রঙ, টেক্সচার এবং আকর্ষণ যোগ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে এবং এটি একটি স্থান বা মেজাজের অনুভূতি তৈরি করতেও সহায়তা করতে পারে।

#### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ ল্যান্ডস্কেপিং ব্যবহার করার বিভিন্ন উপায়

- একটি ফোকাল পয়েন্ট তৈরি করতে গাছপালা ব্যবহার কর। একটি বৃহৎ গাছ বা গাছের ব্যবস্থা ব্যবহার করে একটি নির্দিষ্ট পণ্য বা এলাকায় দৃষ্টি আকর্ষণ করা যেতে পারে।
- একটি ব্যাকড্রপ তৈরি করতে গাছপালা ব্যবহার কর। গাছপালা ব্যবহার করে একটি ডিসপ্লে-এর জন্য একটি ব্যাকড্রপ তৈরি করা যেতে পারে, যা গভীরতা এবং মাত্রার অনুভূতি তৈরি করতে সহায়তা করে।

- একটি আবদ্ধতার অনুভূতি তৈরি করতে গাছপালা ব্যবহার কর। গাছপালা ব্যবহার করে একটি আবদ্ধতার অনুভূতি তৈরি করা যেতে পারে, যা গ্রাহকদের আরও আরামদায়ক এবং শিথিল বোধ করতে সহায়তা করে।
- একটি মৌসুমী থিম তৈরি করতে গাছপালা ব্যবহার কর। গাছপালা ব্যবহার করে একটি মৌসুমী থিম তৈরি করা যেতে পারে, যেমন শরৎকালে শরৎ পাতা বা শীতকালের ফুল কিংবা এরকম কিছু ব্যবহার করা।
- প্রকৃতির স্পর্শ যোগ করতে গাছপালা ব্যবহার কর। গাছপালা ব্যবহার করে একটি ডিসপ্লে-এ প্রকৃতির স্পর্শ যোগ করা যেতে পারে, যা এটিকে আরও প্রাকৃতিক এবং আকর্ষণীয় করে তোলে।



#### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ ল্যান্ডস্কেপিং ব্যবহার করার সময়

এমন গাছপালা নির্বাচন কর যা জলবায়ু এবং ডিসপ্লে-এর সামগ্রিক থিমের জন্য উপযুক্ত। এমন গাছপালা নির্বাচন কর যা স্থানের জন্য সঠিক আকারের। এমন গাছপালা নির্বাচন কর যা ডিসপ্লে-এর পণ্যগুলির রঙগুলির পরিপূরক। এমন গাছপালা নির্বাচন কর যা ডিসপ্লে-এ দৃশ্যমান আকর্ষণ বৃদ্ধি করে। এমন গাছপালা নির্বাচন কর যা যন্ত্র নেওয়া সহজ এবং যা ডিসপ্লে পরিবেশে ভালোভাবে বেড়ে উঠবে।

#### ছ. আলো বা লাইটিং (Lighting)

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ আলো একটি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। এটি পণ্যগুলিকে হাইলাইট করতে, একটি মেজাজ তৈরি করতে এবং গ্রাহকদের একটি নির্দিষ্ট এলাকায় আকৃষ্ট করতে ব্যবহার করা যেতে পারে। আলোকে কার্যকরভাবে ব্যবহার করলে ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং প্রচেষ্টাকে উন্নত করতে এবং বিক্রয় বাড়াতে সহায়তা করতে পারে। ডিসপ্লে এবং উইন্ডো ডিসপ্লেতে কার্যকর আলোকসজ্জা হল দোকানের ভিতরে গ্রাহকদের আনতে মূল কৌশল। এটি ডিসপ্লে, রঙ এবং থিম প্লেগুলির মতো গ্রাহকদের আকর্ষণ করার একটি উপায়। উইন্ডো ডিসপ্লে এবং খুচরা দোকানের আলো এবং বিন্যাস এবং অন্যান্য মার্চেন্ডাইজিং উপাদান এবং কৌশলগুলি বাজারের লক্ষ্যে পৌঁছানোর জন্য ব্যবসায় প্রধান ভূমিকা পালন করে।

#### আলোকসজ্জার কিছু কৌশল

একটি খোলা পিছনের জানালায়, সামনের দিকে আলো জ্বালানো অবশ্যই যথেষ্ট উজ্জ্বল হতে হবে এবং ক্রেতার দৃষ্টি ডিসপ্লে থেকে দোকানের অভ্যন্তরের দিকে যেতে হবে।

সিলিংয়ে ফোকাসড স্পট এবং ট্র্যাক লাইটের একটি সিরিজ প্রদর্শিত পণ্যগুলিতে একটি উজ্জ্বল আলো দেয়। পিছনের প্যানেলটি চলমান এবং ডিসপ্লে এরিয়াকে স্টোরের বাকি অংশ এবং স্টোরের আলো থেকে আলাদা করে যা ডিসপ্লেতে এর প্রভাবকে কমিয়ে দেয়।



একটি বন্ধ পিছনের উইন্ডোতে, আমরা আলোক প্রভাব এবং রঙিন আলো এবং ফিল্টারগুলির একটি পরিসর ব্যবহার করতে পারি যা আরও নাটকীয় প্রদর্শন তৈরি করতে সাহায্য করবে।

ফোকাসযোগ্য স্পটলাইটগুলি উইন্ডোর উপরে একটি ট্র্যাকে অবস্থিত। স্পটলাইট ম্যানেকুইনগুলির উপর লক্ষ্য করা যেতে পারে। যেহেতু, জানালাগুলি মোটামুটি গভীর, ব্যাকলাইটিং আলোকিত বস্তুর সাথে করা যেতে পারে



উইন্ডো প্রদর্শনের জন্য সবচেয়ে কার্যকর উৎস হল ভাস্কর আলো ব্যবহার করে। ভাস্কর স্পটলাইটগুলি উচ্চ ভোল্টেজের আলো এবং প্যারাবোলিক অ্যালুমিনাইজড রিফ্লেক্টর (PAR) বাব্ব নামে পরিচিত। এগুলি প্রাথমিক উৎস হিসাবে ব্যবহার করা যেতে পারে তবে সাধারণত একটি মাধ্যমিক উৎস হিসাবে ব্যবহৃত হয়। PAR বাব্বের একটি বিকল্প হল একটি স্বচ্ছ কাচের প্রতিফলক বাব্ব, কিন্তু ততক্ষণ জ্বলে না। ফ্লাডলাইটগুলিও ভাস্কর বাব্ব, সেগুলিতে সাধারণত হিমায়িত কাচের খাম বা ঘের থাকে। এগুলি কম ঘনীভূত এবং স্পটলাইটের তুলনায় একটি বিস্তৃত মরীচি তৈরী করে। সেগুলিতে সাধারণত হিমায়িত কাচের খাম বা ঘের থাকে। এগুলি কম ঘনীভূত এবং স্পটলাইটের তুলনায় একটি বিস্তৃত মরীচিকা তৈরী করে।



## জ. টেক্সচার (Texture)

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ টেক্সচার হল একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান যা পণ্যগুলিকে আরও আকর্ষণীয় এবং বাস্তবসম্মত করে তুলতে সহায়তা করে। এটি দর্শকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে, একটি নির্দিষ্ট মেজাজ তৈরি করতে এবং পণ্য সম্পর্কে তথ্য প্রদান করতে ব্যবহার করা হয়।

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং-এ বিভিন্ন ধরনের টেক্সচার ব্যবহার করা যেতে পারে।

- **প্রসেসিং টেক্সচার:** প্রসেসিং টেক্সচার হল কম্পিউটার অ্যালগরিদম ব্যবহার করে তৈরি করা টেক্সচার। এগুলি খুবই বহুমুখী কারণ আপনি বিভিন্ন টেক্সচার তৈরি করতে অ্যালগরিদমের প্যারামিটারগুলি সহজেই পরিবর্তন করতে পারেন।
- **ইমেজ টেক্সচার:** ইমেজ টেক্সচার হল ইমেজ ফাইল থেকে লোড করা টেক্সচার। এটি আপনাকে টেক্সচারের উপস্থিতি নিয়ন্ত্রণ করতে আরও বেশি স্বাধীনতা দেয়, তবে এটি প্রসেসিং টেক্সচারের চেয়ে কম নমনীয় হতে পারে।
- **নরমাল ম্যাপ:** নরমাল ম্যাপ হল এক ধরনের টেক্সচার যা পলিগনের সংখ্যা না বাড়িয়ে একটি পৃষ্ঠে বিশদ যোগ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে। এটি আপনার মডেলের বাস্তবতা উন্নত করার একটি ভাল উপায় হতে পারে।
- **বাম্প ম্যাপ:** বাম্প ম্যাপ নরমাল ম্যাপের মতো, তবে এগুলি কেবল একটি পৃষ্ঠের আলোকে প্রভাবিত করে। এগুলি কোনও পৃষ্ঠের রঙ পরিবর্তন না করে গভীরতা এবং বিশদ যোগ করতে ব্যবহার করা যেতে পারে।
- **বিচ্ছিন্ন ম্যাপ:** বিচ্ছিন্ন ম্যাপগুলি একটি মডেলের পৃষ্ঠটিকে আসলে সরিয়ে দিতে ব্যবহার করা হয়। এটি ভাঁজ বা ভাঁজের মতো জটিল আকার তৈরি করার একটি ভাল উপায় হতে পারে।



## ঝ. সাজসজ্জা (Décor)

সাজসজ্জা হল একটি স্থানের ভিজ্যুয়াল আবেদন এবং কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য ব্যবহৃত সজ্জাগত উপাদান। এটি বিভিন্ন ধরনের বিষয়বস্তুকে অন্তর্ভুক্ত করে, যার মধ্যে রয়েছে আসবাবপত্র, শিল্পকর্ম, টেক্সটাইল, আলো এবং আনুষঙ্গিক। কার্যকর সাজসজ্জা একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ এবং আমন্ত্রণমূলক পরিবেশ তৈরি করতে পারে, যা ক্রেতাদের ব্যক্তিত্ব এবং শৈলীকে প্রতিফলিত করে।

### সাজসজ্জার কিছু মূল দিক

সাজসজ্জা শুধুমাত্র নান্দনিকভাবে আনন্দদায়ক হওয়া উচিত নয়, বরং এটি দিয়ে ব্যবহারিক উদ্দেশ্যও পূরণ করা উচিত। আসবাবপত্র আরামদায়ক এবং কার্যকরী হওয়া উচিত। সাথে আলোকসজ্জা মিলিয়ে ভাল একটি আবহ তৈরী করা যায়। সাজসজ্জার শৈলী স্থানের সামগ্রিক নান্দনিকতা এবং এখানকার অধিবাসীদের পছন্দগুলির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ হওয়া উচিত। জনপ্রিয় শৈলীর মধ্যে রয়েছে আধুনিক, সমসাময়িক, ঐতিহ্যবাহী। রঙ একটি স্থানের মেজাজ এবং পরিবেশ সেট করার ক্ষেত্রে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এমন রঙগুলি বেছে নিন যা একে অপরকে পরিপূরক করে এবং একটি সুরেলা পরিবেশ তৈরি করে। বিভিন্ন টেক্সচার অন্তর্ভুক্ত করা একটি স্থানে ভিজ্যুয়াল আগ্রহ এবং গভীরতা যুক্ত করে। মসৃণ পৃষ্ঠকে রুক্ষ টেক্সচারের সাথে মিশ্রিত কর এবং নরম কাপড়কে শক্ত উপকরণের সাথে মিশ্রিত কর। নিশ্চিত কর যে সাজসজ্জার উপাদানগুলির স্কেল এবং অনুপাত স্থানের আকারের জন্য উপযুক্ত। বড় আসবাবপত্র দিয়ে স্থানটিকে অগোছালো করবেন না বা অতিরিক্ত ছোট বস্তু দিয়ে এটিকে দেখতে দৃষ্টিকটু বানাবেন না। আলো কাঙ্ক্ষিত পরিবেশ তৈরি করার ক্ষেত্রে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। স্থানের বিভিন্ন এলাকাকে কার্যকরভাবে আলোকিত করতে পরিবেষ্টিত, কাজ উপযোগী এবং অ্যাকসেন্ট আলোর সংমিশ্রণ ব্যবহার কর। ব্যক্তিগত স্পর্শ অন্তর্ভুক্ত কর যা অধিবাসীদের আগ্রহ এবং শখকে প্রতিফলিত করে। এতে শিল্পকর্ম, ছবি বা স্মৃতিচিহ্ন প্রদর্শন করা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।



## ১.৪ পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন

### চোখের স্তরের ডিসপ্লে (Eye Level Display)

ভূমিকা: চোখের স্তরের ডিসপ্লে বলতে এমনভাবে পণ্য সাজানো বোঝায় যা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সক্ষম হয়। এই উচ্চতা সাধারণত একজন প্রাপ্তবয়স্কের গড় চোখের স্তরের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ, যা মাটি থেকে প্রায় ৪.৫ থেকে ৫.৫ ফুট। এই কৌশলগত দিক খুচরা বিক্রয়ে ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের জন্য গুরুত্বপূর্ণ, যা পণ্যের দৃশ্যমানতা সর্বাধিক করার এবং বিক্রয় বাড়ানোর জন্য ডিজাইন করা হয়েছে।

#### ক. চোখের স্তরের ডিসপ্লে গুরুত্ব

##### দৃশ্যমানতা সর্বাধিক করা

চোখের স্তরে পণ্যগুলি বেশি দেখা যায়, যা উচ্চ মার্জিন বা উচ্চ চাহিদার আইটেমগুলির জন্য আদর্শ স্থান। গ্রাহকদের পণ্যগুলি খুঁজে পাওয়া এবং পৌঁছানোর জন্য কম প্রচেষ্টা প্রয়োজন, যা কেনাকাটার অভিজ্ঞতা বাড়ায়।

##### কেনাকাটার সিদ্ধান্তে প্রভাব ফেলা

চোখের স্তরে রাখা আইটেমগুলি বেশি কেনা হয়। কারণ গ্রাহকরা প্রায়শই দ্রুত সিদ্ধান্ত নেয় প্রথম দেখা থেকেই। চোখের স্তরে স্থাপন করা নতুন বা প্রচারমূলক পণ্যের জন্য আকস্মিক কেনাকাটা বেড়ে যেতে পারে।

##### ব্র্যান্ড সচেতনতা তৈরি

প্রতিষ্ঠিত ব্র্যান্ডগুলি প্রায়ই তাদের পণ্যগুলি চোখের স্তরে রাখার জন্য প্রিমিয়াম প্রদান করে যাতে তারা দৃশ্যমান থাকে এবং প্রতিযোগিতামূলক হয়। এটি নতুন ব্র্যান্ডগুলির জন্য বিশেষভাবে উপকারী যারা বাজারে প্রবেশ করার চেষ্টা করছে।

#### খ. কার্যকর চোখের স্তরের ডিসপ্লে কৌশল

##### পণ্য নির্বাচন

সর্বাধিক বিক্রি হওয়া, উচ্চ-মার্জিন বা প্রচারমূলক আইটেমগুলি চোখের স্তরে রাখুন। ডিসপ্লে নতুন রাখতে এবং আকর্ষণীয় করতে পণ্যগুলি পর্যায়ক্রমে পরিবর্তন কর।

##### শ্রেণীবিভাজন এবং গোষ্ঠীবদ্ধকরণ

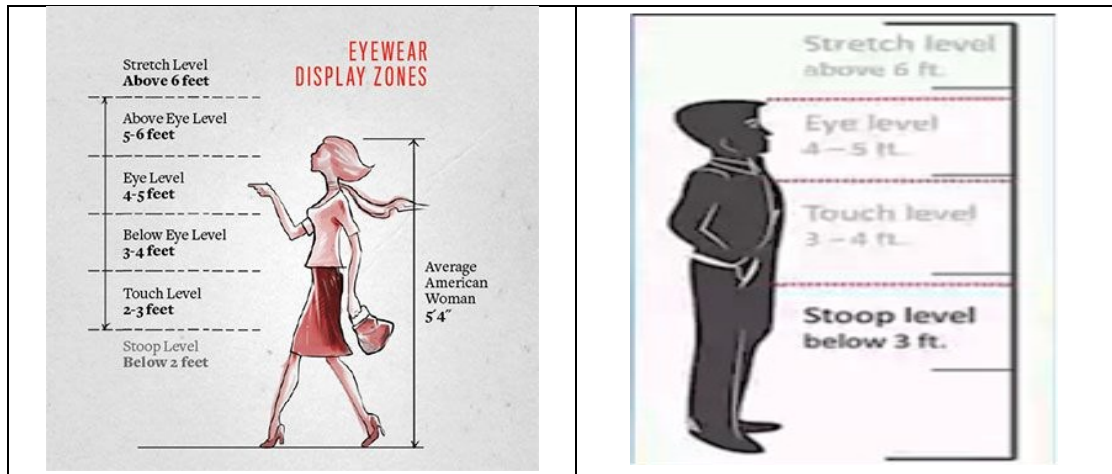
অনুরূপ আইটেমগুলি একসাথে গোষ্ঠীভুক্ত কর যাতে গ্রাহকরা সহজেই তুলনা এবং নির্বাচন করতে পারেন। মূল পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধাগুলি হাইলাইট করতে সাইনেজ এবং লেবেল ব্যবহার কর।

##### থিমিং এবং মৌসুমি ডিসপ্লে

ঋতু, ছুটি বা বিশেষ প্রচারের সাথে সামঞ্জস্য রেখে থিমযুক্ত ডিসপ্লে তৈরি কর। ডিসপ্লে ভিজুয়াল আবেদন এবং প্রাসঙ্গিকতা বাড়াতে প্রপস এবং ডেকর ব্যবহার কর।

##### ক্রস মার্চেন্ডাইজিং

একে অপরের পরিপূরক পণ্যগুলি একসাথে রাখুন যাতে অতিরিক্ত কেনাকাটা উৎসাহিত হয় (যেমন, চিপস এবং ডিপস, শ্যাম্পু এবং কন্ডিশনার)। এই কৌশলটি গড় লেনদেনের মূল্য বাড়ানোর জন্য ব্যবহার কর।



## সেলফ চেক (Self-Check)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে

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

১. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং কি?  
উত্তর:
২. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের মূল কাজগুলি কি কি?  
উত্তর:
৩. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উদ্দেশ্য কি?  
উত্তর:
৪. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর নীতি কি কি?  
উত্তর:
৫. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর গুরুত্ব কি?  
উত্তর:
৬. প্রশ্ন: প্ল্যানোগ্রাম কি?  
উত্তর:
৭. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এ আলো বা লাইটিং এর বিভিন্ন ধরনের কৌশল আলোচনা কর?  
উত্তর:

### সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও

১. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উদ্দেশ্য কী?  
(ক) দৃষ্টি আকর্ষণ করা (খ) ব্র্যান্ড ইমেজ উন্নত করা  
(গ) ক্রয় সিদ্ধান্তকে উৎসাহিত করা (ঘ) একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করা
২. প্রশ্ন: নিম্নলিখিতগুলির মধ্যে কোনটি আই-লেভেল ডিসপ্লে উন্নত করার একটি ভাল উপায় নয়?  
(ক) পণ্যগুলিকে ক্রেতার চোখের স্তরে স্থাপন করা (খ) প্রাচীরের উপরে পণ্য স্থাপন করা  
(গ) পণ্যগুলিকে উল্লম্বভাবে স্তরে সাজানো (ঘ) পণ্যগুলিকে আকর্ষণীয়ভাবে সাজানো
৩. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের কোন উপাদানটি গল্প বলার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ?  
(ক) রঙ (খ) সর্বোচ্চ প্রদর্শন (গ) গল্প বলা (ঘ) খালি জায়গা
৪. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের কোন উপাদানটি একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সাহায্য করে?  
(ক) আলো (খ) ল্যান্ডস্কেপিং (গ) টেক্সচার (ঘ) উপরের সবগুলি
৫. ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের কোন উপাদানটি পণ্যের বৈশিষ্ট্যগুলি প্রদর্শন করতে সাহায্য করে?  
(ক) রঙ (খ) গল্প বলা (গ) ফোকাস পয়েন্ট (ঘ) আলো

## উত্তরপত্র (Answer Key)-১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যাখ্যা করতে পারবে

### ১. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং কি?

উত্তর: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং হল একটি শক্তিশালী হাতিয়ার যা খুচরা বিক্রেতারা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে, তাদের দোকানে ঘুরে দেখার জন্য উৎসাহিত করতে এবং শেষ পর্যন্ত কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করতে ব্যবহার করে। এটি একটি বিক্রয়ের সহায়ক উপাদান, যা ব্র্যান্ডের গল্প প্রচার করে এবং ক্রেতাদের পণ্যের সাথে মিথস্ক্রিয়া করতে আকৃষ্ট করে।

### ২. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের গুরুত্ব কী?

উত্তর: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং বিক্রয় বাড়ানো, ব্র্যান্ড সচেতনতা তৈরি করা এবং একটি ইতিবাচক কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। গবেষণায় দেখা গেছে যে ক্রেতারা একটি দোকানে প্রবেশ করার পরে প্রথম ৩০ সেকেন্ডের মধ্যে একটি ক্রয় সিদ্ধান্ত নেয় এবং এই সিদ্ধান্তগুলি প্রায়শই দৃশ্যমান উপাদানগুলি দ্বারা প্রভাবিত হয়। ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং ব্যবসায়িকভাবে তাদের পণ্যগুলিকে সেরা সম্ভাব্য আলোতে উপস্থাপন করতে এবং ক্রেতাদের কাছে একটি ইতিবাচক প্রভাব তৈরি করতে সহায়তা করতে পারে।

### ৩. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের উপাদানগুলি কী কী?

উত্তর: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের বিভিন্ন উপাদান রয়েছে, যার মধ্যে রয়েছে

- রঙ
- সর্বোচ্চ প্রদর্শন
- গল্প বলা
- খালি জায়গা
- ফোকাস পয়েন্ট
- ল্যান্ডস্কেপিং
- আলো
- টেক্সচার
- সজ্জা

### ৪. প্রশ্ন: আই-লেভেল ডিসপ্লে কীভাবে বজায় রাখা হয়?

উত্তর: ক্রেতার চোখের স্তরে পণ্য স্থাপন করে।

### ৫. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের গুরুত্ব কী?

উত্তর: বিক্রয় বাড়ানো, ব্র্যান্ড সচেতনতা তৈরি করা এবং একটি ইতিবাচক কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করা।

### ৬. প্রশ্ন: প্ল্যানোগ্রাম কি?

উত্তর: প্ল্যানোগ্রাম হল একটি দোকানের পণ্য এবং পরিষেবাগুলির একটি দর্শনীয় উপস্থাপনা। এটি ফিক্সচার এবং পণ্যগুলির একটি চিত্র যা দেখায় কিভাবে এবং কোথায় পণ্যগুলি গ্রাহকের ক্রয় বাড়ানোর জন্য একটি দোকানের শেল্ফে প্রদর্শিত হবে। একে প্ল্যানো-গ্রাম, প্ল্যান-ও-গ্রাম, স্কিম্যাটিং এবং POGs নামেও ডাকা হয়।

সঠিক উত্তরে টিক (✓) চিহ্ন দাও

১. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ উদ্দেশ্য কী?

(ক) দৃষ্টি আকর্ষণ করা

(খ) ব্র্যান্ড ইমেজ উন্নত করা

(গ) ক্রয় সিদ্ধান্তকে উৎসাহিত করা

(ঘ) একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করা

২. প্রশ্ন: নিম্নলিখিতগুলির মধ্যে কোনটি আই-লেভেল ডিসপ্লে উন্নত করার একটি ভাল উপায় নয়?

(ক) পণ্যগুলিকে ক্রেতার চোখের স্তরে স্থাপন করা

(খ) প্রাচীরের উপরে পণ্য স্থাপন করা

(গ) পণ্যগুলিকে উল্লম্বভাবে স্তরে সাজানো

(ঘ) পণ্যগুলিকে আকর্ষণীয়ভাবে সাজানো

৩. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের কোন উপাদানটি গল্প বলার জন্য সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ?

(ক) রঙ

(খ) সর্বোচ্চ প্রদর্শন

(গ) গল্প বলা

(ঘ) খালি জায়গা

৪. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের কোন উপাদানটি একটি স্মরণীয় কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সাহায্য করে?

(ক) আলো

(খ) ল্যান্ডস্কেপিং

(গ) টেক্সচার

(ঘ) উপরের সবগুলি

৫. প্রশ্ন: ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের কোন উপাদানটি পণ্যের বৈশিষ্ট্যগুলি প্রদর্শন করতে সাহায্য করে?

(ক) রঙ

(খ) গল্প বলা

(গ) ফোকাস পয়েন্ট

(ঘ) আলো

## টাস্ক (Task Sheet)-১.১: ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ তালিকাভুক্ত কর

### কাজের ধারাবাহিকতা

১. প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন সেফটি গ্লাভস এবং মাস্ক পরিধান করে নিন।
২. তথ্য সংগ্রহের জন্য প্রয়োজনীয় উপকরণ যেমন নোটবুক, কলম, এবং ক্যামেরা প্রস্তুত কর।
৩. পণ্যের বিন্যাস, প্রদর্শন, সাইনেজ ও গ্রাফিক্স, আলো, রঙ, এবং পণ্য স্থাপন সম্পর্কিত উপাদানসমূহ চিহ্নিত কর।
  - রঙ
  - আলোর ব্যবহার
  - পণ্য প্রদর্শন
  - স্টোর লেআউট
  - টেক্সচার এবং উপকরণ
  - গল্প বলার কৌশল
  - ফোকাল পয়েন্ট
  - খালি স্থান
  - সজ্জা
৪. প্রতিটি উপাদানের বিস্তারিত বর্ণনা এবং উদাহরণ সংগ্রহ কর।
৫. চিহ্নিত উপাদানসমূহের একটি তালিকা তৈরি কর।
৬. প্রতিটি উপাদানের জন্য পৃথক বিভাগ তৈরি কর।
৭. তৈরি করা তালিকাটি পর্যালোচনা কর এবং প্রয়োজনীয় সংশোধন কর।
৮. উপাদানসমূহের সঠিকতা ও সম্পূর্ণতা যাচাই কর।
৯. তালিকাটি সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর।
১০. পরবর্তী ব্যবহারের জন্য তালিকা ও প্রতিবেদন সংরক্ষণ কর।
১১. কাজ শেষে কাজের স্থান পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)১-১: ভিজ্যুয়াল মার্চেন্ডাইজিং এর উপাদানসমূহ  
চিহ্নিত কর**

**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	প্রদর্শনী স্ট্যান্ড	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	২
২	শেলফ	পণ্য সাজানোর জন্য	পিস	৩
৩	লাইটিং	প্রদর্শনী এলাকা আলোকিত করার জন্য	সেট	১
৪	কম্পিউটার	প্রদর্শনীর পরিকল্পনা এবং নথিভুক্তির জন্য	পিস	১

**প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল**

ক্রম	কৌচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	প্রদর্শনী পোস্টার	প্রদর্শনীর জন্য ডিজাইনকৃত	পিস	৫
২	প্রমোশনাল ব্যানার	বিশেষ অফার এবং প্রচারের জন্য	পিস	২
৩	পণ্য প্রদর্শনী সামগ্রী	পণ্যের ধরন অনুযায়ী	সেট	১

**শিখনফল (Learning Outcome)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে**

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করে প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করা হয়েছে</li> <li>২. পণ্যদ্রব্য সংগ্রহ, খোলা এবং যাচাই করা হয়েছে</li> <li>৩. পণ্যের গুণগতমান বজায় রাখা হয়েছে</li> <li>৪. স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে</li> </ol>
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> <li>• কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ</li> <li>• সিবিএলএম</li> <li>• হ্যান্ডআউটস</li> <li>• ল্যাপটপ</li> <li>• মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর</li> <li>• কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার</li> <li>• ইন্টারনেট সুবিধা</li> <li>• হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার</li> <li>• অডিও ভিডিও ভিভাইস</li> <li>• প্রয়োজনীয় টুলস</li> <li>• প্রয়োজনীয় পিপিই</li> </ul>
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. প্রদর্শন সামগ্রী</li> <li>২. পণ্যদ্রব্য</li> <li>৩. পণ্যের গুণগতমান</li> <li>৪. পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা</li> </ol>
অ্যাক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ করা</li> </ol>
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> <li>• আলোচনা (Discussion)</li> <li>• উপস্থাপন (Presentation)</li> <li>• প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>• নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice)</li> <li>• স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice)</li> <li>• প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work)</li> <li>• সমস্যা সমাধান (Problem Solving)</li> <li>• মাথাখাটানো (Brainstorming)</li> </ul>
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test)</li> <li>২. প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)</li> <li>৪. পোর্টফলিও (Portfolio)</li> </ol>

## প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ 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 “প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২ ইনফরমেশন শিট ২ : প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ 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: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর স্পেসিফিকেশন শিট ২.১: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর।

## ইনফরমেশন শীট (Information Sheet)- ২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে

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

- ২.১ প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করা হয়েছে এবং কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করতে পারবে।
- ২.২ পণ্যদ্রব্য সংগ্রহ, খোলা এবং চেক করতে পারবে।
- ২.৩ পণ্যের গুণগতমান বজায় রাখতে পারবে।
- ২.৪ স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করতে পারবে।

### ২.১ প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করা হয়েছে এবং কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করা

ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক হলো প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করা এবং কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করা। এই প্রক্রিয়াটি ক্রেতাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে, পণ্যের বৈশিষ্ট্যগুলি হাইলাইট করতে এবং একটি ইতিবাচক কেনাকাটার অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সহায়তা করে।

#### প্রদর্শন সামগ্রী

##### ক. স্ট্যান্ড

চোখের স্তরের ডিসপ্লেতে স্ট্যান্ড একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এটি এমন একটি ফ্রেমওয়ার্ক বা প্ল্যাটফর্ম যা পণ্যগুলিকে প্রদর্শন করে, যাতে সেগুলি গ্রাহকদের চোখের স্তরে থাকে এবং সহজে নজরে আসে। নিচে স্ট্যান্ডের বিভিন্ন ধরন এবং সেগুলি কীভাবে ব্যবহার করা যেতে পারে তার বিশদ বিবরণ দেওয়া হলো

##### ফ্লোর স্ট্যান্ডস

- **বিন স্ট্যান্ডস:** বিন বা বড় ধারক যুক্ত স্ট্যান্ড, যা সাধারণত ছোট পণ্য বা অফার আইটেম প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা হয়।
- **স্পিনার র‍্যাক:** ঘূর্ণনযোগ্য স্ট্যান্ড, যা ছোট আইটেম যেমন জুয়েলারি, চাবির রিং, বা এক্সেসরিজ প্রদর্শনের জন্য আদর্শ।
- **সেলফ স্ট্যান্ডস:** বিভিন্ন স্তরে তাক বিশিষ্ট স্ট্যান্ড, যা কাপড়, ইলেকট্রনিক্স, বা গৃহস্থালি সামগ্রী প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা যায়।

##### টেবিল টপ স্ট্যান্ডস

- **সাইন হোর্ডারস:** তথ্য বা মূল্য তালিকা প্রদর্শনের জন্য ছোট স্ট্যান্ড।
- **ব্রোশিওর হোর্ডারস:** ব্রোশিওর, ফ্লায়ার বা প্যামফলেট প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা হয়।
- **মিনি র‍্যাক:** ছোট আইটেম যেমন কসমেটিক্স বা গ্যাজেটস প্রদর্শনের জন্য আদর্শ।



টেবিল টপ স্ট্যান্ডস



ফ্লোর স্ট্যান্ডস



#### ওয়াল-মাউন্টেড স্ট্যান্ডস

- শেলফ র্যাক: দেয়ালে লাগানো তাক, যা পণ্যগুলিকে চোখের স্তরে প্রদর্শন করে।
- হুক র্যাক: হুক সংযুক্ত র্যাক, যা জামা-কাপড় বা আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা যায়।
- ফ্রেমড ডিসপ্লে স্ট্যান্ডস: শিল্পকর্ম, ফটো, বা অন্যান্য ভিজুয়াল উপকরণ প্রদর্শনের জন্য।

#### ম্যাগনেটিক স্ট্যান্ডস

- ফ্রিজ ম্যাগনেট ডিসপ্লে: ফ্রিজের উপর ছোট পণ্য বা ম্যাগনেটিক আইটেম প্রদর্শনের জন্য।
- পোর্টেবল ম্যাগনেট বোর্ড: বিভিন্ন ছোট পণ্য সহজে প্রদর্শনের জন্য।

#### খ. ফিক্সচার (Fixture)

ফিক্সচারগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের একটি অপরিহার্য উপাদান, যা পণ্যগুলিকে সংগঠিতভাবে প্রদর্শন করতে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সহায়তা করে। ফিক্সচারগুলি বিভিন্ন আকার এবং ধরনের হতে পারে, এবং প্রতিটি ধরনের ফিক্সচার নির্দিষ্ট ধরনের পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত। নিচে ফিক্সচারগুলির বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো।

#### গন্ডোলা শেলভিং

- বহুমুখী তাক: সুপারমার্কেট এবং বড় রিটেইল স্টোরগুলিতে সাধারণত ব্যবহৃত হয়।
- দুই দিকের ডিসপ্লে: দুটি দিক থেকে পণ্যগুলি প্রদর্শন করা যায়।
- গ্রিডওয়াল এবং পেগবোর্ড
- গ্রিডওয়াল প্যানেল: ইলেকট্রনিক্স, খেলনা বা এক্সেসরিজ প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।
- পেগবোর্ড: হকের সাহায্যে ছোট আইটেম ঝুলানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।

#### গ্লাস শো-কেস

- লকযোগ্য গ্লাস কেস: মূল্যবান পণ্য যেমন গহনা, ঘড়ি বা সংগ্রহযোগ্য আইটেম প্রদর্শনের জন্য।
- ওপেন গ্লাস কেস: কসমেটিক্স, ছোট গ্যাজেট বা গিফট আইটেম প্রদর্শনের জন্য।



	
গ্লাস শো-কেস	গ্রিডওয়াল
	
টেবিল ফিক্সচার	মানেকিন
	
কাউন্টার ফিক্সচার	হ্যাঞ্জার এবং র্যাক

#### মানেকিন

- পূর্ণদেহ মানেকিন: কাপড় এবং আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য।
- টর্সো মানেকিন: শার্ট, টপস, এবং অন্যান্য ছোট আইটেম প্রদর্শনের জন্য।

#### টেবিল ফিক্সচার

- ডিসপ্লে টেবিল: নতুন আগমন বা প্রচারমূলক আইটেমগুলির জন্য।
- নেস্টিং টেবিল: স্থান সংরক্ষণের জন্য ছোট টেবিলগুলি বড় টেবিলের নিচে রাখা যেতে পারে।

#### হ্যাঞ্জার এবং র্যাক

- ফ্লোর স্ট্যান্ডিং র্যাক: জামা-কাপড় ঝুলানোর জন্য।
- ওয়াল-মাউন্টেড র্যাক: আনুষঙ্গিক এবং ছোট আইটেম ঝুলানোর জন্য।

#### কাউন্টার ফিক্সচার

- কাউন্টার ডিসপ্লে: চকলেট, চুইংগাম, বা ছোট গিফট আইটেম প্রদর্শনের জন্য।
- ব্রোশিওর এবং প্যামফলেট হোল্ডার: গ্রাহকদের তথ্য সরবরাহের জন্য।

#### গ. শেল্ভস (Shelves)




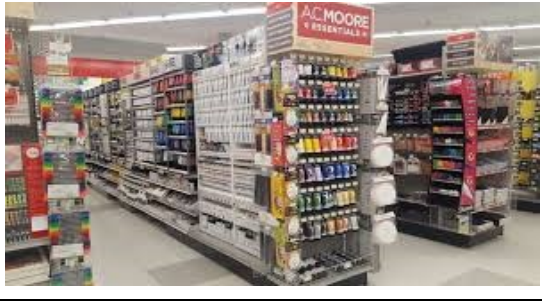


শেল্ভস ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এগুলি পণ্যগুলি সংগঠিতভাবে প্রদর্শন করতে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে ব্যবহৃত হয়। শেল্ভস বিভিন্ন আকার এবং ধরনের হতে পারে, এবং প্রতিটি ধরনের শেল্ফ নির্দিষ্ট ধরনের পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত। নিচে শেল্ভসের বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো।

### ওয়াল-মাউন্টেড শেল্ভস

- দেয়ালে স্থায়ীভাবে লাগানো শেল্ভস, যা বই, ডেকোর আইটেম, এবং অন্যান্য ছোট পণ্য প্রদর্শনের জন্য আদর্শ।
- শেল্ভসের উচ্চতা পরিবর্তন করা যায়, যা বিভিন্ন আকারের পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।

### ফ্রি-স্ট্যান্ডিং শেল্ভস

- বই এবং ম্যাগাজিন প্রদর্শনের জন্য আদর্শ।
- গৃহস্থালী সামগ্রী, ডেকোর আইটেম, এবং অন্যান্য বড় পণ্য প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা হয়।

	
ওয়াল-মাউন্টেড শেল্ভস	ফ্রি-স্ট্যান্ডিং শেল্ভস
	
এন্ড ক্যাপ শেল্ভস	গভোলা শেল্ভস
	
মেটাল শেল্ভস	গ্লাস শেল্ভস

### ঘ. মানেকিনস

মানেকিনগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের অন্যতম কার্যকর উপাদান। এগুলি পণ্যের আকর্ষণীয় প্রদর্শন তৈরি করতে সহায়তা করে এবং গ্রাহকদের জন্য বাস্তব অভিজ্ঞতা প্রদান করে। মানেকিনগুলি প্রধানত পোশাক এবং আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়, তবে অন্যান্য পণ্যগুলির জন্যও ব্যবহার করা যেতে পারে। নিচে মানেকিনের বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো:

#### মানেকিনের ধরণ

#### পূর্ণদেহ মানেকিন

- নারী মানেকিন: মহিলাদের পোশাক, জুতা, এবং আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য।
- পুরুষ মানেকিন: পুরুষদের পোশাক, জুতা, এবং আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য।

- **শিশু মানেকিন:** শিশুদের পোশাক এবং আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য।

#### টর্সো মানেকিন

- **স্ট্যাভিং টর্সো:** শার্ট, টপস, জ্যাকেট, এবং অন্যান্য ছোট আইটেম প্রদর্শনের জন্য।
- **হ্যাঞ্জিং টর্সো:** দোকানের দেয়ালে বা শেল্ভে ঝুলিয়ে রাখা যায়।

#### অ্যাকসেসরি মানেকিন

- **হ্যান্ড এবং আর্ম মানেকিন:** গ্লাভস, ব্রেসলেট, এবং অন্যান্য হাতের আনুষঙ্গিক প্রদর্শনের জন্য।
- **লেগ এবং ফুট মানেকিন:** জুতা, মোজা, এবং লেগিংস প্রদর্শনের জন্য।

	
<b>পূর্ণদেহ মানেকিন</b>	<b>টর্সো মানেকিন</b>
	
<b>অ্যাকসেসরি মানেকিন</b>	<b>ম্যাথড এবং হেডলেস মানেকিন</b>
	
<b>ফ্লেক্সিবল মানেকিন</b>	<b>শিশু মানেকিন</b>

#### ঙ. র্যাক

র্যাক ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে, যা পণ্যগুলিকে সংগঠিতভাবে প্রদর্শন করতে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সহায়তা করে। র্যাক বিভিন্ন আকার এবং ধরনের হতে পারে, এবং প্রতিটি ধরনের র্যাক নির্দিষ্ট ধরনের পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত। নিচে র্যাকসের বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো:

#### ফ্লোর স্ট্যাভিং র্যাক

- **হ্যাংগার র্যাক:** জামাকাপড় ঝুলানোর জন্য আদর্শ।
- **শু র্যাক:** জুতা প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **মাল্টি-লেয়ার র্যাক:** বিভিন্ন আকারের এবং ধরনের পণ্য একসঙ্গে প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।

### ওয়াল-মাউন্টেড র্যাক

- **হুক র্যাক:** ছোট আইটেম যেমন স্কার্ফ, বেল্ট, এবং আনুষঙ্গিক বুলানোর জন্য।
- **শেলফ র্যাক:** বই, ডেকোর আইটেম এবং অন্যান্য ছোট পণ্য প্রদর্শনের জন্য।
- **গ্রিডওয়াল র্যাক:** মডুলার প্যানেল যা বিভিন্ন হুক এবং শেলফ ব্যবহার করে সাজানো যায়।

	
<p>ফ্লোর স্ট্যান্ডিং র্যাক</p>	<p>ওয়াল-মাউন্টেড র্যাক</p>
	
<p>স্পিনার র্যাক</p>	<p>মেটাল এবং ওয়্যার র্যাক</p>
	
<p>স্টেপড র্যাক</p>	<p>টিয়ার্ড র্যাক</p>

### চ. হ্যাঞ্জারস

হ্যাঞ্জারগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের অপরিহার্য উপাদান, যা পোশাক এবং অন্যান্য বুলন্ত আইটেম প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়। হ্যাঞ্জারগুলি বিভিন্ন আকার, ধরণ এবং উপকরণের হতে পারে, এবং প্রতিটি ধরণের হ্যাঞ্জার নির্দিষ্ট ধরনের পোশাক বা আইটেমের জন্য উপযুক্ত। নিচে হ্যাঞ্জারগুলির বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো:

#### স্ট্যান্ডার্ড হ্যাঞ্জারস

- **প্লাস্টিক হ্যাঞ্জারস:** হালকা এবং সস্তা, যা সাধারণত টি-শার্ট, ব্লাউজ, এবং হালকা পোশাক বুলানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **মেটাল হ্যাঞ্জারস:** টেকসই এবং শক্তিশালী, যা হালকা জ্যাকেট এবং কোট বুলানোর জন্য আদর্শ।
- **কাঠের হ্যাঞ্জারস:** স্থায়ী এবং সৌন্দর্যপূর্ণ, যা ভারী পোশাক যেমন কোট, ব্লেজার, এবং স্যুট বুলানোর জন্য উপযুক্ত।

#### স্পেশালিটি হ্যাঞ্জারস

- **প্যাডেড হ্যাঞ্জারস:** কোমল প্যাডিং যুক্ত, যা সূক্ষ্ম কাপড় এবং লিঞ্জারি বুলানোর জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **ফোল্ডিং হ্যাঞ্জারস:** ভ্রমণের জন্য আদর্শ, যা সহজে ভাঁজ করা যায় এবং বহন করা যায়।
- **মাল্টি-টায়ার হ্যাঞ্জারস:** বিভিন্ন স্তরে একাধিক পোশাক বুলানোর জন্য, যা স্থান সংরক্ষণের জন্য উপযুক্ত।

	
স্ট্যান্ডার্ড হ্যাঞ্জারস	ক্লিপ হ্যাঞ্জারস
	
স্পেশাল ডিজাইন হ্যাঞ্জারস	স্পেশালিটি হ্যাঞ্জারস

## ছ. ডিসপ্লে ক্যাবিনেটস (Display cabinet)

ডিসপ্লে ক্যাবিনেটগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে, যা পণ্যগুলি সুরক্ষিত এবং আকর্ষণীয়ভাবে প্রদর্শন করতে সহায়তা করে। এগুলি সাধারণত মূল্যবান, সূক্ষ্ম বা ছোট আইটেম প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয় এবং বিভিন্ন আকার, শৈলী এবং উপকরণের হতে পারে। নিচে ডিসপ্লে ক্যাবিনেটগুলির বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো

### গ্লাস ডিসপ্লে ক্যাবিনেটস

- **টাওয়ার ক্যাবিনেটস:** লম্বা এবং সংকীর্ণ, যা জুয়েলারি, সংগ্রহযোগ্য আইটেম এবং ছোট গিফট আইটেম প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **কাউন্টারটপ ক্যাবিনেটস:** ছোট আকারের, যা কাউন্টার বা ডেস্কের উপরে রাখা যায় এবং ছোট আইটেম প্রদর্শনের জন্য আদর্শ।

### শো-কেস ক্যাবিনেটস

- **ফ্রেমড শো-কেস:** ধাতু বা কাঠের ফ্রেম সহ গ্লাস ক্যাবিনেট, যা ইলেকট্রনিক্স, ট্রফি, এবং অন্যান্য মূল্যবান আইটেম প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।
- **ফ্রেমলেস শো-কেস:** সম্পূর্ণ গ্লাস ডিজাইন, যা আধুনিক এবং নিরবিচ্ছিন্ন প্রদর্শনের জন্য।

	
গ্লাস ডিসপ্লে ক্যাবিনেটস	শো-কেস ক্যাবিনেটস
	
ওয়াল-মাউন্টেড ডিসপ্লে ক্যাবিনেটস	মাল্টি-ফাংশন ডিসপ্লে ক্যাবিনেটস

## জ. বাস্কেটস (Baskets)

বাস্কেটগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিংয়ের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান, যা ছোট, এলোমেলো বা বান্ধ পণ্যগুলি সংগঠিতভাবে এবং আকর্ষণীয়ভাবে প্রদর্শন করতে সহায়তা করে। বাস্কেটগুলি বিভিন্ন আকার, শৈলী এবং উপকরণের হতে পারে এবং বিভিন্ন ধরনের দোকানে ব্যবহৃত হয়। নিচে বাস্কেটগুলির বিভিন্ন ধরণ এবং তাদের ব্যবহারের বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হলো

### ওয়াইয়ার বাস্কেটস

- **স্ট্যাকেবল বাস্কেটস:** একটির উপর একটি স্তুপ করে রাখা যায়, যা স্থান সংরক্ষণের জন্য উপযুক্ত।
- **মোবাইল বাস্কেটস:** চাকায়ুক্ত, যা সহজে স্থানান্তর করা যায় এবং পুনর্বিন্যাস করা যায়।

### উইকার বাস্কেটস (Wicker Basket)

- **ওভাল এবং রাউন্ড বাস্কেটস:** ফলমূল, সবজি এবং অন্যান্য খাদ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য।
- **স্কোয়ার এবং রেক্ট্যাঙ্গুলার বাস্কেটস:** বিভিন্ন আকারের এবং ধরনের পণ্য একসঙ্গে প্রদর্শনের জন্য।

### প্লাস্টিক বাস্কেটস

- **ক্লিপ-অন বাস্কেটস:** শেল্ভের পাশে লাগানো যায়, যা ছোট পণ্য প্রদর্শনের জন্য।
- **হ্যান্ডেল সহ বাস্কেটস:** গ্রাহকদের জন্য সুবিধাজনক, যারা পণ্যগুলি হাতে নিয়ে ঘোরাঘুরি করতে পারেন।

	
ওয়াইয়ার বাস্কেটস	উইকার বাস্কেটস

	
<p>প্লাস্টিক বাস্কেটস</p>	<p>মেটাল বাস্কেটস</p>
	
<p>ফোল্ডেবল বাস্কেটস</p>	<p>কাপড়ের বাস্কেটস</p>

#### মেটাল বাস্কেটস

- ফ্লোর স্ট্যান্ডিং বাস্কেটস: বড় আকারের পণ্য প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়।
- ওয়াল-মাউন্টেড বাস্কেটস: দেয়ালে লাগানো যায় এবং ছোট পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।

#### কাপড়ের বাস্কেটস

- ফোল্ডেবল বাস্কেটস: সহজে ভাঁজ করা যায় এবং সংরক্ষণ করা যায়, যা অস্থায়ী প্রদর্শনের জন্য।
- লিনেন বাস্কেটস: বাচ্চাদের খেলনা এবং নরম গৃহস্থালী আইটেম প্রদর্শনের জন্য।

## ঝ. বিন (Bins)

বিন হল আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং প্রয়োজনীয় আইটেম। এগুলি পণ্যের সংক্ষিপ্ত ও ভারভিউ প্রদান করে এবং পণ্যগুলির ভালোবাসা এবং গ্রাহকদের আগ্রহ বাড়াতে সাহায্য করে। বিনগুলি বিভিন্ন আকার, আকৃতি, এবং উপায়ে প্রযোজ্য হতে পারে এবং সাধারণত প্লাস্টিক, ধাতু, বা কাঠে তৈরি থাকে।

	
ডাম্প বিনস	স্ট্যাকবল বিনস
	
প্লাস্টিক বিনস	রিসাইক্লড বিনস

## ঞ. পেগবোর্ড

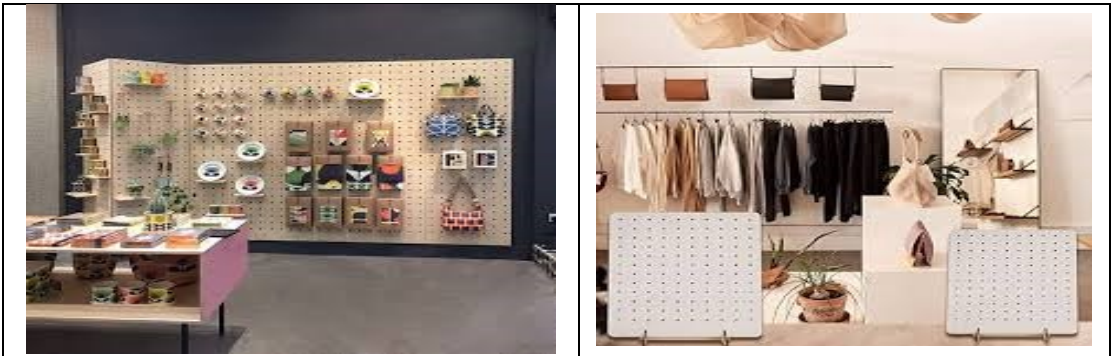
পেগবোর্ড একটি গুরুত্বপূর্ণ ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং উপাদান যা পণ্য প্রদর্শনের জন্য ব্যবহৃত হয়। এটি একটি ফ্লেক্সিবল, সহজে পরিষ্কার এবং পরিচ্ছন্ন করার সুবিধা প্রদান করে। পেগবোর্ড মোটামুটি একটি বোর্ড যেখানে কয়েকটি পেগ বা হুক স্থাপন করা হয়, যার মাধ্যমে পণ্য প্রদর্শিত হয়।

### পেগবোর্ডের প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্য

পেগবোর্ডে প্রযুক্তি ব্যবহার হতে পারে, যা পণ্যের ভ্যারিয়েশন প্রদর্শনে সহায়ক। এটি প্রোডাক্ট মূল্যের প্রদর্শন করার জন্য ব্যবহার হতে পারে, যা গ্রাহকদের ধারণা দেয়। পেগবোর্ড পণ্য প্রদর্শন বা পণ্য বিক্রয় বাড়াতে সাহায্য করতে পারে।

### পেগবোর্ডের প্রয়োজনীয়তা

প্রয়োজনীয় প্রদর্শন ব্যবস্থা ও প্রোডাক্ট ভ্যারিয়েশনের জন্য সঠিক পেগবোর্ড নির্বাচন কর। পেগগুলি পণ্যকে সঠিকভাবে সাজানো এবং বিক্রয় বৃদ্ধির জন্য ভুলভ্রান্তি করা যাবে না।

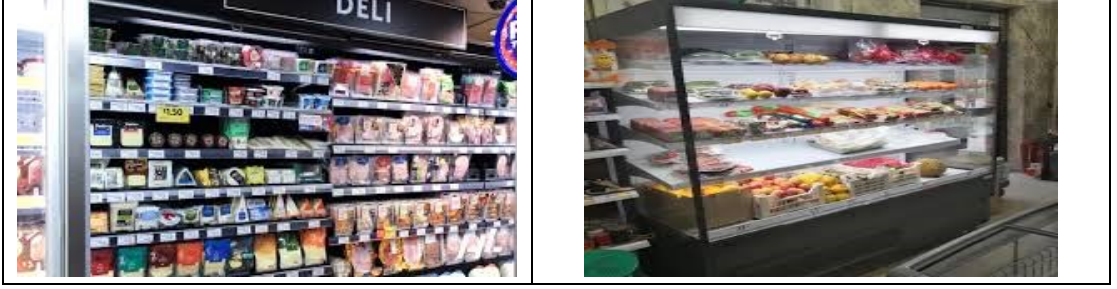


## ট. চিলার (Chillers)

চিলার এমন একটি বিশেষভাবে ডিজাইন করা যন্ত্র যা একটি ঠান্ডা পরিবেশ তৈরি করে এবং পণ্য ও পণ্য গ্রহণকারীদের জন্য ঠান্ডা রাখে। এটি বিভিন্ন ধরনের পণ্যের ঠান্ডা বা বাতাসের প্রয়োজন মেটাতে ব্যবহৃত হয়। বিভিন্ন আকার, ধরণ এবং ক্ষমতার চিলার বিভিন্ন ধরনের প্রয়োজন মেটাতে পারে।

### চিলারের প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্য

চিলার প্রযুক্তিগতভাবে পণ্য ঠান্ডা রাখতে এবং নির্দিষ্ট তাপমাত্রা বজায় রাখতে সক্ষম। ব্যবহারকারী প্রযুক্তিগত যন্ত্রের মাধ্যমে চিলার দুত ঠান্ডা করতে পারে। চিলার প্রযুক্তিগতভাবে নির্ভরযোগ্য এবং স্বচ্ছ ঠান্ডা প্রদান করে।



### চিলারের প্রয়োজনীয়তা

প্রয়োজন অনুযায়ী চিলারের ধরণ এবং ক্ষমতা নির্ধারণ করা। চিলারগুলি বিভিন্ন প্রযুক্তিগত ধরণে উপলব্ধ, যেমন সিস্টেমিক এলুমিনিয়াম, নিকেল এবং প্লাস্টিক চিলার।

## ঠ. আলো বা উজ্জ্বলতা

উজ্জ্বলতা একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান যা ক্রেতাদেরকে প্রদর্শিত পণ্যের প্রতি আকর্ষণ করতে সাহায্য করে। একটি ক্রেতা স্বাভাবিকভাবে সবচেয়ে উজ্জ্বল আইটেম বা অঞ্চলের দিকে আকর্ষিত হয়। উজ্জ্বলতা প্রযুক্তিগতভাবে ব্যবহার করা যেতে পারে, একটি ডিসপ্লে অঞ্চলের নির্দিষ্ট অংশে দৃষ্টি আকর্ষণ করতে, ডিসপ্লে নির্দিষ্ট আইটেমকে হাইলাইট করতে, অথবা পূর্ণ ডিসপ্লে অঞ্চলের অংশগুলি সমন্বয় করার জন্য।

বিভিন্ন ধরনের উজ্জ্বলতা খেলা ডিসপ্লে ব্যবহার করা হয়

- **ট্র্যাক লাইট:** বড় উইন্ডো ডিসপ্লে বা নির্দিষ্ট স্থায়ী কেন্দ্রীয় বিন্যাসে পাওয়া যায়।
- **পেনডেন্ট লাইট:** নির্দিষ্ট অঞ্চলে কেন্দ্রিত আলোর জন্য ব্যবহৃত হয়।
- **লাইট বাল্ব:** প্রতিফলকমূলক ছাদ সহ সাধারণ বাল্ব।
- **মিনি ট্র্যাক:** ধুবক উইন্ডোতে ডিসপ্লে স্থায়ীভাবে সংযোজন এবং প্রত্যাগণ আলো তৈরি করতে ব্যবহৃত হয় এবং কিছুটা পরিবেশ আলোক সহযোগিতার জন্য কখনও ব্যবহৃত হতে পারে।
- **প্রদর্শন আলো:** উচ্চ লুমিনেন্স সহ উচ্চ প্রকাশক বাল্ব।



## ড. সাইনেজ (Signage)

সাইনেজ হল একটি ভিজুয়াল উপস্থাপনা যা গ্রাহকদের কাছে স্টোর, অফিস, বিল্ডিং, রাস্তা, পার্ক ইত্যাদির ঘটনা সম্পর্কে তথ্য সরবরাহ করে। এটি চিহ্ন, মানচিত্র, তীর, রঙ কোডিং সিস্টেম, ছবি এবং বিভিন্ন উপাদান নিয়ে গঠিত দৃশ্যভিত্তিক তথ্য ব্যবস্থা। সাইনেজ সাধারণত মানুষকে গাইড করতে ব্যবহৃত হয়, গ্রাহকদের সহজেই পছন্দসই গন্তব্যে যেতে এবং তারা যে পণ্যটি খুঁজতে ও ক্রয় করতে চায় তা পেতে সহায়তা করে। এটি আইটেম বিক্রিতে গ্রাহকের মনোযোগ আকর্ষণ করে এবং ব্যবসায়ীদেরও সাহায্য করে। চিহ্নগুলিকে "নীরব বিক্রয়কর্মী" বলা হয় কারণ তারা খুচরা বিক্রেতা ও গ্রাহকের মধ্যে যোগাযোগের কার্যকর মাধ্যম। এটি দোকানকে তার অনন্য পরিচয় দেয় এবং এর ব্র্যান্ড ইমেজকে এগিয়ে নিতে সাহায্য করে।



## ঢ. সাইনেজের ধরন

সাইনেজ আমাদের পণ্য বিক্রি করতে, ক্রেতাদের গাইড করতে এবং বিশেষ অফার ও ডিসকাউন্ট প্রচার করতে সাহায্য করে। সাইনবোর্ড দুটি প্রধান বিভাগে বিভক্ত:

**অভ্যন্তরীণ চিহ্ন:** গ্রাহকের কেনাকাটার অভিজ্ঞতাকে গাইড করতে ও উন্নত করতে ব্যবহৃত হয়।

**বহিরঙ্গণ চিহ্ন:** দোকানে গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে ও পণ্য, পরিষেবা বা বিক্রয়ের প্রচার করতে ব্যবহৃত হয়।

### অভ্যন্তরীণ চিহ্ন

- গ্রাহকদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতাকে গাইড করে।
- নির্দিষ্ট পণ্য সম্পর্কে তথ্য প্রদান করে।

### বহিরঙ্গণ চিহ্ন

- দোকানে গ্রাহকদের আকৃষ্ট করে।
- বিশেষ ইভেন্ট, পণ্য, বা বিক্রয়ের প্রচার করে।
- আউটডোর ব্যানার, ফ্রিস্ট্যান্ডিং ফুটপাথের চিহ্ন প্রভৃতি অন্তর্ভুক্ত।



অভ্যন্তরীণ চিহ্ন



বহিরঙ্গন চিহ্ন

#### গ. প্রপস (Props)

প্রপস হলো ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং এ ব্যবহৃত আকর্ষণীয় উপাদান, যা ব্র্যান্ড অথবা পণ্যের প্রচারে সাহায্য করে। এটি সাধারণভাবে প্রদর্শনী, শোরুম, ইভেন্ট বা মুভি সেটিংসে ব্যবহৃত হয় যাতে দর্শকদের মনোনিবেশ বা গমন করতে সাহায্য করে।



#### ২.২ পণ্যদ্রব্য সংগ্রহ, খোলা এবং চেক

মার্চেন্ডাইজিং সংগ্রহ, আনপ্যাকিং এবং চেকিং প্রক্রিয়া যেকোনো সফল খুচরা বা ই-কমার্স অপারেশনের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। একটি গুদামে পণ্য গ্রহণ থেকে শুরু করে ক্রয় আদেশের বিরুদ্ধে বিষয়বস্তু যাচাই করা পর্যন্ত, এই ধাপে ধাপে কর্মপ্রবাহটি নিশ্চিত করে যে ইনভেন্টরি দক্ষতার সাথে এবং সঠিকভাবে পরিচালিত হয়। শক্তিশালী মার্চেন্ডাইজিং ম্যানেজমেন্ট পদ্ধতি প্রয়োগ করে, ব্যবসাগুলি তাদের সাপ্লাই চেইনকে অপ্টিমাইজ করতে, ক্ষতি হ্রাস করতে এবং একটি নিরবচ্ছিন্ন গ্রাহক অভিজ্ঞতা প্রদান করতে পারে। এই নিবন্ধে মার্চেন্ডাইজিং সংগ্রহ, আনপ্যাকিং এবং চেকিং প্রক্রিয়ার মূল পর্যায়গুলি বিশদভাবে আলোচনা করা হবে।

#### ক. পণ্য সংগ্রহ

##### পণ্য নির্বাচন

আপনার পণ্যদ্রব্য সংগ্রহের জন্য একটি স্পষ্ট থিম, উদ্দেশ্য বা প্রচার নির্ধারণ কর। এটি আপনাকে ফোকাসড থাকতে এবং আপনার লক্ষ্য শ্রোতার সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ পণ্যগুলি নির্বাচন করতে সহায়তা করবে। নির্ভরযোগ্য সরবরাহকারীদের সাথে অংশীদারিত্ব গুরুত্বপূর্ণ যারা উচ্চ-মানের পণ্যগুলি সময়মতো সরবরাহ করতে পারে। আপনার সরবরাহকারীদের গবেষণা কর এবং তাদের সুনাম, মূল্য এবং গ্রাহক সেবার উপর ভিত্তি করে তাদের নির্বাচন কর। সঠিক পণ্যগুলির সঠিক পরিমাণ অর্ডার করা গুরুত্বপূর্ণ। আপনার গ্রাহকদের চাহিদা বিবেচনা কর এবং স্টক আউট এড়াতে বা অতিরিক্ত ইনভেন্টরি জমা করতে সাহায্য করার জন্য একটি সুসম পদ্ধতির লক্ষ্য রাখুন।

## পণ্য গ্রহণ

পণ্যগুলি পৌঁছানোর পরে, ডেলিভারি নোটের বিরুদ্ধে তাদের সংখ্যা এবং অবস্থা যাচাই কর। কোনও অসঙ্গতি থাকলে, অবিলম্বে সরবরাহকারীকে রিপোর্ট কর। আপনার ইনভেন্টরি রেকর্ড আপডেট কর যাতে পণ্য গ্রহণ প্রতিফলিত হয়। এটি আপনাকে আপনার ইনভেন্টরি স্তরগুলির উপর সঠিক দৃষ্টিভঙ্গি বজায় রাখতে সহায়তা করবে।

## খ. পণ্য খোলা

### নিরাপত্তা সতর্কতা

পণ্যগুলি খোলার সময় সুরক্ষামূলক সরঞ্জাম, যেমন গ্লাভস এবং চশমা ব্যবহার কর, বিশেষ করে যদি পণ্যগুলি ভারী বা ধারালো হয়। পণ্যগুলি সাবধানতার সাথে হ্যান্ডেল কর যাতে ক্ষতি এড়ানো যায়। ভারী বাক্স সরানোর জন্য যথাযথ সরঞ্জাম ব্যবহার কর এবং পণ্যগুলি টানা বা ফেলা এড়িয়ে চলুন।

### প্যাকেজিং অপসারণ

প্যাকেজিং উপকরণগুলি সাবধানতার সাথে সরান, যাতে এটি পুনর্ব্যবহার বা পুনর্ব্যবহার করা যায়। প্যাকেজিং উপকরণগুলি ছিঁড়ে ফেলবেন না বা ছিঁড়বেন না, কারণ এটি পণ্যগুলি ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে। প্যাকেজিং উপকরণগুলি দায়িত্বশীলভাবে নিষ্পত্তি কর। পুনর্ব্যবহারযোগ্য উপকরণগুলি পুনর্ব্যবহার কর এবং অ-পুনর্ব্যবহারযোগ্য উপকরণগুলি সঠিকভাবে নিষ্পত্তি কর।

## গ. পণ্য চেক করা

### পণ্য পরিদর্শন

প্রতিটি পণ্যটির একটি দৃশ্য পরিদর্শন কর যাতে কোনও দৃশ্যমান ক্ষতি বা ত্রুটি নেই তা নিশ্চিত কর। প্যাকেজিং, লেবেল এবং পণ্য নিজেই পরীক্ষা কর। যদি সম্ভব হয়, তাহলে পণ্যগুলির কার্যকারিতা পরীক্ষা কর যাতে তারা তিকমতো কাজ করছে তা নিশ্চিত কর। এটি বিশেষত গুরুত্বপূর্ণ যদি পণ্যগুলি বৈদ্যুতিক বা যান্ত্রিক হয়।

## ২.৩ পণ্যের গুণগতমান

মার্চেন্ডাইজ সংগ্রহ, আনপ্যাকিং এবং চেকিং প্রক্রিয়া যেকোনো সফল খুচরা বা ই-কমার্স অপারেশনের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান। একটি গুদামে পণ্য গ্রহণ থেকে শুরু করে ক্রয় আদেশের বিরুদ্ধে বিষয়বস্তু যাচাই করা পর্যন্ত, এই ধাপে ধাপে কর্মপ্রবাহটি নিশ্চিত করে যে ইনভেন্টরি দক্ষতার সাথে এবং সঠিকভাবে পরিচালিত হয়। শক্তিশালী মার্চেন্ডাইজ ম্যানেজমেন্ট পদ্ধতি প্রয়োগ করে, ব্যবসায়ীরা তাদের সাপ্লাই চেইনকে অপ্টিমাইজ করতে, ক্ষতি হ্রাস করতে এবং একটি নিরবচ্ছিন্ন গ্রাহক অভিজ্ঞতা প্রদান করতে পারে। এই নিবন্ধে, মার্চেন্ডাইজ সংগ্রহ, আনপ্যাকিং এবং চেকিং প্রক্রিয়ার মূল পর্যায়গুলি বিশদভাবে আলোচনা করা হবে।

### সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনা

সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনা একটি ব্যবসার সাফল্যের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। নিচে কিছু গুরুত্বপূর্ণ ধাপ বর্ণনা করা হলো যা আপনার সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনার প্রক্রিয়াকে সহজতর করবে।

### গুণমানের স্ট্যান্ডার্ড নির্ধারণ

পণ্যের জন্য স্পেসিফিক মানদণ্ড নির্ধারণ করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এতে পণ্যের গুণমান, সহনশীলতা, পারফরম্যান্স এবং অন্যান্য প্রয়োজনীয়তা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। সরবরাহকারীদের সাথে এই মানদণ্ডগুলি শেয়ার করার মাধ্যমে, আপনি নিশ্চিত করতে পারেন যে তারা আপনার প্রত্যাশাগুলি বুঝতে পেরেছে এবং সে অনুযায়ী পণ্য সরবরাহ করতে সক্ষম।

## সরবরাহকারীদের মূল্যায়ন

সরবরাহকারীদের মূল্যায়ন একটি চলমান প্রক্রিয়া হওয়া উচিত। এতে তাদের পূর্বের কাজের রেকর্ড, গুণমান, মূল্য, ডেলিভারি সময়সূচি এবং অন্যান্য প্রাসঙ্গিক বিষয়গুলির মূল্যায়ন অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। সরবরাহকারীদের কার্যকারিতা মূল্যায়নের জন্য একটি সুনির্দিষ্ট মেট্রিক্স তৈরি করা আপনাকে তাদের পারফরম্যান্সের একটি সামগ্রিক দৃষ্টিভঙ্গি প্রদান করবে।



## চুক্তি স্থাপন

সরবরাহকারীদের সাথে একটি বিস্তারিত চুক্তি স্থাপন করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। চুক্তিতে পণ্যের গুণমান, ডেলিভারি সময়সূচি, মূল্য, পেমেন্ট শর্তাবলী এবং অন্যান্য প্রাসঙ্গিক বিষয়গুলি স্পষ্টভাবে উল্লেখ করা উচিত। চুক্তিটি নিয়মিতভাবে পর্যালোচনা করা এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন করা উচিত যাতে এটি আপনার ব্যবসায়ের বর্তমান চাহিদাগুলির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ থাকে।

## নিয়মিত যোগাযোগ

সরবরাহকারীদের সাথে নিয়মিত যোগাযোগ বজায় রাখা গুরুত্বপূর্ণ। এতে ফোন কল, ইমেল বা সরাসরি সাক্ষাতের মাধ্যমে নিয়মিত যোগাযোগ অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। নিয়মিত যোগাযোগের মাধ্যমে, আপনি সমস্যাগুলি দ্রুত চিহ্নিত করতে এবং সমাধান করতে পারেন এবং সরবরাহকারীদের সাথে একটি সুশৃঙ্খল এবং পেশাদার সম্পর্ক বজায় রাখতে পারেন।

## প্রতিক্রিয়া ও উন্নতি

সরবরাহকারীদের থেকে প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ করা এবং সেটিকে উন্নতির জন্য ব্যবহার করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। এতে তাদের পণ্যের গুণমান, ডেলিভারি সময়সূচি এবং সামগ্রিক পারফরম্যান্স সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে। সরবরাহকারীদের প্রশিক্ষণ দিয়ে এবং তাদেরকে উন্নত পদ্ধতি সম্পর্কে ধারণা দিয়ে, আপনি তাদের পারফরম্যান্স উন্নত করতে এবং আপনার ব্যবসায়ের সাথে তাদের সম্পর্ককে আরও শক্তিশালী করতে পারেন।

## ২.৪ স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা

পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা মূলত দৃশ্য ব্যবস্থাপনার একটি গুরুত্বপূর্ণ দিক। এটি পণ্যগুলি আকর্ষণীয় এবং দক্ষতার সাথে প্রদর্শন করার জন্য বিভিন্ন ধাপের মাধ্যমে সঞ্চালিত হয়। এখানে প্রদর্শনের জন্য পণ্য কিভাবে প্রস্তুত করা যায় তা সম্পর্কে একটি বিস্তারিত আলোচনা রয়েছে।

### ক. বিভাগীয়তা এবং শ্রেণীবিভাগ

পণ্যগুলি প্রকার, আকার, রঙ বা থিম ভিত্তিতে বিভাগ করা

পণ্যগুলিকে প্রকার, আকার, রঙ বা থিম অনুযায়ী শ্রেণীবিভাগ করা। অনুরূপ আইটেমগুলি একসঙ্গে গ্রুপ করা হলে একটি সংগঠিত প্রদর্শন তৈরি করা যায় এবং গ্রাহকদের জন্য পণ্য খুঁজে পাওয়া সহজ হয়। উদাহরণস্বরূপ,

কাপড়ের দোকানে টপস, প্যান্ট, এবং জ্যাকেট একসাথে প্রদর্শন কর। আবার রঙ অনুযায়ী লাল, নীল, এবং সবুজ কাপড় আলাদা করে প্রদর্শন কর।

#### **গুরুত্বপূর্ণ পণ্যগুলি হাইলাইট করা**

প্রতিটি বিভাগে গুরুত্বপূর্ণ বা সেরা বিক্রিত পণ্যগুলি প্রদর্শন কর। এটি গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে এবং বিক্রয় বাড়াতে সহায়ক হয়। উদাহরণস্বরূপ, নতুন আসা পণ্য বা ডিসকাউন্টেড আইটেমগুলি প্রদর্শনের সামনের দিকে বা চোখের লেভেলে রাখুন।

#### **খ. ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং পরিকল্পনা**

##### **প্রদর্শনের জন্য ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং পরিকল্পনা তৈরি করা**

প্রদর্শনের লেআউট, থিম, এবং প্রধান বিন্দু সম্পর্কে পরিকল্পনা তৈরি কর। দোকানের লেআউট, যাতায়াতের প্রবাহ, এবং লক্ষ্যগ্রাহী পাবলিকের পছন্দ মাথায় রেখে পরিকল্পনা কর। উদাহরণস্বরূপ, ছুটির মৌসুমে, ক্রিসমাস থিমের প্রদর্শন তৈরি কর যা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে।

##### **মক-আপ প্রদর্শন বা স্কেচ তৈরি করা**

পণ্যগুলি কিভাবে প্রদর্শন করা হবে তা মক-আপ প্রদর্শন বা স্কেচ তৈরি কর। এটি পরিকল্পনার পরিবর্তন বা উন্নতির জন্য সহায়ক হয়। উদাহরণস্বরূপ, একটি ছোট মডেল তৈরি কর যেখানে পণ্যগুলি প্রদর্শনের বিন্যাস দেখা যায়।

#### **গ. ভিজুয়াল আকর্ষণ সংযোজন**

##### **পণ্য পরিষ্কার ও লেবেলিং করা**

প্রদর্শনের আগে নিশ্চিত কর যে পণ্যগুলি পরিষ্কার, অক্ষম নয়, এবং সঠিকভাবে লেবেলযুক্ত হয়েছে। পণ্যের ভিজুয়াল আকর্ষণ বাড়াতে ব্যবহৃত প্যাকেজিং বা ট্যাগ সরান।

##### **প্রপস, সাইনেজ এবং সংযোগকারী উপাদান ব্যবহার করা**

প্রদর্শনের ভিজুয়াল আকর্ষণ বাড়াতে প্রপস, সাইনেজ বা অন্যান্য সংযোগকারী উপাদান ব্যবহার কর। উদাহরণস্বরূপ, ফার্নিচার প্রদর্শনের জন্য একটি সুন্দর ঘর সাজিয়ে তাতে পণ্যগুলি প্রদর্শন কর।

#### **ঘ. প্রদর্শন পদ্ধতি**

##### **ভিজুয়াল আকর্ষণ এবং প্রদর্শন পদ্ধতি উন্নত করা**

পণ্যগুলি প্রদর্শনের ভিজুয়াল আকর্ষণ বাড়াতে প্রদর্শন পদ্ধতি উন্নত কর। এটি পণ্যগুলিকে প্রাকটিকভাবে আকর্ষণীয় এবং গ্রাহকের কাছে সহজে পৌঁছানোর উপায়ে সাজান। মূল্যবান পণ্যগুলি চোখের লেভেলে রাখুন যাতে গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষিত হয় এবং ইন্টারঅ্যাকশন উৎসাহিত হয়।

#### **ঙ. আলোকসজ্জা এবং পরিবেশ**

##### **আলো ব্যবহার করা**

মূল্যবান পণ্যগুলি হাইলাইট করার জন্য আলো ব্যবহার কর। প্রকার অনুযায়ী আলো স্তর বিবেচনা করে পণ্যের বৈশিষ্ট্য প্রকাশ কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি জুয়েলারি স্টোরে হিরে বা সোনার গহনা হাইলাইট করতে উজ্জ্বল আলো ব্যবহার কর।

##### **আম্বিয়েন্ট উপাদান যোগ করা**

মূল্যবান পণ্যের জন্য আম্বিয়েন্ট উপাদান যেমন সংগীত, সুগন্ধি, বা ইন্টারেক্টিভ উপাদান ব্যবহার কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি গার্মেন্ট স্টোরে হালকা ব্যাকগ্রাউন্ড মিউজিক বাজান যাতে গ্রাহকরা আরামদায়ক অনুভব করেন।

## চ. মনিটরিং এবং রক্ষণাবেক্ষণ

### নিয়মিত পরিদর্শন ও রক্ষণাবেক্ষণ

প্রদর্শন পরিদর্শন করে নিশ্চিত কর যে প্রদর্শন পরিষ্কার, পরিচ্ছন্ন, এবং ভিজুয়ালি আকর্ষণীয় রয়েছে। প্রদর্শনের কার্যক্রম অপটিমাইজ করতে প্রয়োজনীয় পরিবর্তন কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি পোশাকের দোকানে, প্রদর্শন মডেলের পোশাক নিয়মিত পরিবর্তন কর যাতে নতুনত্ব বজায় থাকে।

### স্টকিং এবং পুনর্বিন্যাস

মুদ্রণযোগ্য সামগ্রীর পরিমাণ মনিটর কর এবং প্রয়োজনে পুনরায় পূর্ণ কর। প্রদর্শনের সাহায্যে উচ্চ পণ্যের দৃশ্যমানতা, অবকাঠামো, এবং মূল্যবান অভিজ্ঞতা বজায় রাখুন। উদাহরণস্বরূপ, একটি গোসারি স্টোরে, জনপ্রিয় পণ্যের স্টক নিয়মিতভাবে পূর্ণ কর এবং স্টক শেষ হলে দ্রুত পুনর্বিন্যাস কর।

## ছ. মাল্টিমিডিয়া উপকরণ

### ইন্টারেক্টিভ ডিসপ্লে ব্যবহার করা

টাচস্ক্রিন, বারকোড স্ক্যানার বা ডিজিটাল ক্যাটালগ ব্যবহার কর যাতে গ্রাহকরা পণ্য সম্পর্কে আরও তথ্য অর্জন করতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, ইলেকট্রনিক্স স্টোরে টাচস্ক্রিন কিয়স্ক স্থাপন কর যেখানে গ্রাহকরা পণ্যগুলি সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য পেতে পারেন।

## জ. গ্রাহকের পথনির্দেশনা

### সহজ পথনির্দেশনা প্রদান

প্রদর্শন এলাকা এমনভাবে সাজান যাতে গ্রাহকরা সহজে পণ্য খুঁজে পেতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, সুপারমার্কেটে, প্রতিটি বিভাগের জন্য স্পষ্ট নির্দেশনা এবং সাইনেজ ব্যবহার কর।

## সেলফ চেক শিট (Self-Check)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে

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

১. প্রশ্ন: কি কি ধরনের স্ট্যান্ড হয়ে থাকে?

উত্তর:

২. প্রশ্ন: ফিক্সচার (Fixture) কি?

উত্তর:

৩. প্রশ্ন: মানেকিন কি কি ধরণের হয়?

উত্তর:

৪. প্রশ্ন: কি কি পদক্ষেপের মাধ্যমে সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনা গুণমানের নিশ্চিততা বাড়ানোর জন্য গ্রহণ করা হয়?

উত্তর:

৫. প্রশ্ন: কীভাবে গুণমান নিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি কার্যক্রমে গুণমানের নিশ্চিততা বজায় রাখা হয়?

উত্তর:

৬. প্রশ্ন: স্পেশাল ডিজাইন হ্যাঞ্জারস সম্পর্কে আলোচনা করো?

উত্তর:

৭. প্রশ্ন: ক্যাবিনেট ব্যবহারের কয়েকটি উদাহরণ দাও?

উত্তর:

৮. প্রশ্ন: কীভাবে ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং পরিকল্পনা তৈরি করা হয় এবং এটির কি গুরুত্ব?

উত্তর:

৯. প্রশ্ন: ভিজুয়াল আকর্ষণ বাড়াতে প্রয়োজনীয় পদক্ষেপগুলি কী কি?

উত্তর:

## উত্তর পত্র (Answer Key)-২: প্রদর্শনের জন্য উপকরণ সংগ্রহ করতে পারবে

১. প্রশ্ন ১: কি কি ধরনের স্ট্যান্ড হয়ে থাকে?

উত্তর: নিম্নে বিভিন্ন ধরনের স্ট্যান্ডের নাম দেয়া হলোঃ

- ফ্লোর স্ট্যান্ডস
- টেবিল টপ স্ট্যান্ডস
- ওয়াল-মাউন্টেড স্ট্যান্ডস
- ম্যাগনেটিক স্ট্যান্ডস

২. প্রশ্ন: ফিক্সচার (Fixture) কি?

উত্তর: ফিক্সচারগুলি ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিংয়ের একটি অপরিহার্য উপাদান, যা পণ্যগুলিকে সংগঠিতভাবে প্রদর্শন করতে এবং গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে সহায়তা করে। ফিক্সচারগুলি বিভিন্ন আকার এবং ধরনের হতে পারে, এবং প্রতিটি ধরনের ফিক্সচার নির্দিষ্ট ধরনের পণ্য প্রদর্শনের জন্য উপযুক্ত।

৩. প্রশ্ন: মানেকিন কি কি ধরনের হয়?

উত্তর: নিম্নে বিভিন্ন ধরনের স্ট্যান্ডের নাম দেয়া হলোঃ

- পূর্ণদেহ মানেকিন
- টর্সো মানেকিন
- অ্যাকসেসরি মানেকিন
- ম্যাথেড এবং হেডলেস মানেকিন
- ফ্লেক্সিবল মানেকিন

৪. প্রশ্ন: কি কি পদক্ষেপের মাধ্যমে সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনা গুণমানের নিশ্চিততা বাড়ানোর জন্য গ্রহণ করা হয়?

উত্তর: সরবরাহকারী নির্বাচন এবং ব্যবস্থাপনার জন্য কিছু পদক্ষেপ হলো:

- ক) গুণমানের মাপাপাত নির্ধারণ এবং তা সরবরাহকারীদের সাথে ভাগাভাগি করা।
- খ) সরবরাহকারীদের মূল্যায়ন নিশ্চিতকরণ।
- গ) গুণমান চুক্তি স্থাপন করা।

৫. প্রশ্ন: কীভাবে গুণমান নিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি কার্যক্রমে গুণমানের নিশ্চিততা বজায় রাখা হয়?

উত্তর: গুণমান নিয়ন্ত্রণ পদ্ধতিতে কিছু কার্যক্রম হলো:

- ক) প্রবেশের পরীক্ষা সম্পাদন।
- খ) স্যাম্পলিং পরিকল্পনা তৈরি করা।
- গ) পরীক্ষা এবং বিশ্লেষণ প্রক্রিয়া অনুসরণ করা।

৬. প্রশ্ন: স্পেশাল ডিজাইন হ্যাঞ্জারস সম্পর্কে আলোচনা করো?

উত্তর: নিম্নে কয়েক ধরনের স্পেশাল ডিজাইন হ্যাঞ্জার সম্পর্কে আলোচনা করা হলোঃ

- স্যুট হ্যাঞ্জারস: বিশেষ নকশা সহ, যা স্যুটের জ্যাকেট এবং প্যান্ট একসঙ্গে ঝুলানোর জন্য।
- কোট হ্যাঞ্জারস: প্রশস্ত কাঁধ সহ, যা ভারী কোট এবং জ্যাকেট ঝুলানোর জন্য।

- নন-স্লিপ হ্যাঞ্জারস: রাবার কোটিং বা ভেলভেট ফিনিশ সহ, যা স্লিপপ্রবণ কাপড় ঝুলানোর জন্য আদর্শ।

৭. প্রশ্ন: ক্যাবিনেট ব্যবহারের কয়েকটি উদাহরণ দাও?

**উত্তর:** নিম্নে ক্যাবিনেট ব্যবহারের কয়েকটি উদাহরণ দেয়া হলোঃ

জুয়েলারি শোরুম

- গ্লাস টাওয়ার ক্যাবিনেটে মূল্যবান রত্নপাথর এবং গহনা প্রদর্শন।
- কাউন্টারটপ ক্যাবিনেটে রিং, কানের দুল এবং ব্রেসলেট প্রদর্শন।

মিউজিয়াম এবং গ্যালারি

- গ্যালারি ক্যাবিনেটে শিল্পকর্ম এবং প্রত্নতাত্ত্বিক নিদর্শন প্রদর্শন।
- ড্রয়ার ক্যাবিনেটে পুরাতন মানচিত্র এবং দস্তাবেজ সংরক্ষণ এবং প্রদর্শন।

হাই-এন্ড রিটেল স্টোর

- ফ্রেমড শো-কেসে বিলাসবহুল ঘড়ি এবং ইলেকট্রনিক্স প্রদর্শন।
- ফ্রেমলেস শো-কেসে কসমেটিক্স এবং পারফিউম প্রদর্শন।

৮. প্রশ্ন: কীভাবে ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং পরিকল্পনা তৈরি করা হয় এবং এটির কি গুরুত্ব?

**উত্তর:** ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং পরিকল্পনা তৈরি করার সঠিক পদ্ধতি হলো প্রদর্শনের লেআউট, থিম, এবং প্রধান বিন্দুর সংকেত করা। এটি দোকানের ভাবনা, যাতায়াতের প্রবাহ, এবং লক্ষ্যগ্রাহী পাবলিকের পছন্দের সাথে মিলিত করে প্রদর্শনের পরিকল্পনা তৈরি করে। এটি গ্রাহকদের পণ্যের সঠিক মান এবং বৈশিষ্ট্য জানার সুযোগ দেয় এবং তাদের বিষয়ে আগ্রহ উত্তেজিত করে।

৯. প্রশ্ন: ভিজুয়াল আকর্ষণ বাড়াতে প্রয়োজনীয় পদক্ষেপগুলি কী কি?

**উত্তর:** পণ্য পরিষ্কার করা, প্রোপস এবং সংযোগকারী ব্যবস্থা ব্যবহার, প্রদর্শন পদ্ধতিতে স্তর ও উচ্চতা পরিবর্তন করা, চোখের লেভেলে পণ্য অবস্থান দেওয়া, দক্ষ আলো ব্যবহার করা, এবং আন্সিয়েন্স তৈরি করা অন্তর্ভুক্ত যাতে গ্রাহকদের একটি স্মরণীয় অভিজ্ঞতা সৃষ্টি হয়।

## টাস্ক (Task Sheet)-২.১: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর

### কাজের ধারাবাহিকতা

১. প্রত্যেকে প্র্যাকটিস শীট ও কলম নিন।
২. প্রত্যেকে আলাদাভাবে নিচের প্র্যাকটিস শীট গ্রহণ কর
৩. ডান পাশের টেবিলের সাথে বাম পাশের টেবিল মেলান।
৪. আপনার কার্যসম্পাদন হলে প্রশিক্ষককে বলুন।
৫. আপনার কাজ উপস্থাপন কর।

### প্র্যাকটিস শিট: ডান পাশের টেবিলের সাথে বাম পাশের টেবিল মিলাও

প্রদর্শন সামগ্রীর নাম	স্পেসিফিকেশন
ক. প্রদর্শনী স্ট্যান্ড	১. পণ্যের ধরন অনুযায়ী
খ. শেলফ	২. পণ্য প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার
গ. লাইটিং	৩. পণ্যের তথ্য প্রদানের জন্য
ঘ. প্রদর্শনী পোস্টার	৪. বিশেষ অফার এবং প্রচারের জন্য
ঙ. প্রমোশনাল ব্যানার	৫. পোশাক প্রদর্শনের জন্য
চ. সাইনেজ	৬. প্রদর্শনী এলাকা আলোকিত করার জন্য
ছ. পণ্য প্রদর্শনী সামগ্রী	৭. পণ্য প্রদর্শনের জন্য
জ. ডেমোনস্ট্রেশন টেবিল	৮. পণ্য সাজানোর জন্য
ঝ. ম্যানিকুইন	৯. প্রদর্শনীর জন্য ডিজাইনকৃত

স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-২.১: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং সংগ্রহ কর

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	নোটবুক এবং পেন	সামগ্রী সনাক্ত ও নথিভুক্ত করার জন্য	পিস	১
২	কম্পিউটার	নথিভুক্ত এবং রিপোর্ট তৈরির জন্য	পিস	১
৩	ট্রলি বা হ্যান্ড কার্ট	সামগ্রী বহনের জন্য	পিস	১
৪	মেজারিং টেপ	সঠিক মাপের জন্য	পিস	১
৫	ক্যামেরা	সামগ্রী চিহ্নিতকরণের জন্য ছবি তোলার জন্য	পিস	১

প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল

ক্রম	কৌচামালের নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	প্রদর্শন সামগ্রী তালিকা	প্রদর্শনীর জন্য প্রয়োজনীয় সামগ্রী	পিস	১
২	প্রদর্শনী স্ট্যান্ড	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	২
৩	শেলফ	পণ্য সাজানোর জন্য	পিস	৩
৪	লাইটিং	প্রদর্শনী এলাকা আলোকিত করার জন্য	সেট	১
৫	প্রমোশনাল ব্যানার	বিশেষ অফার এবং প্রচারের জন্য	পিস	২

**শিখনফল (Learning Outcome)- ৩: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে**

অ্যাসেসমেন্ট মানদন্ড	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা হয়েছে</li> <li>২. পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত হয়েছে</li> <li>৩. পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শিত হয়েছে</li> <li>৪. কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা হয়েছে</li> </ol>
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> <li>● কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ</li> <li>● সিবিএলএম</li> <li>● হ্যান্ডআউটস</li> <li>● ল্যাপটপ</li> <li>● মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর</li> <li>● কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার</li> <li>● ইন্টারনেট সুবিধা</li> <li>● হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার</li> <li>● অডিও ভিডিও ভিভাইস</li> <li>● প্রয়োজনীয় টুলস</li> <li>● প্রয়োজনীয় পিপিই</li> </ul>
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান</li> <li>২. পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন</li> <li>৩. পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য বুলানো</li> <li>৪. প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা</li> </ol>
এক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শন করা।</li> <li>২. পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য বুলানো।</li> </ol>
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> <li>● আলোচনা (Discussion)</li> <li>● উপস্থাপন (Presentation)</li> <li>● প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>● নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice)</li> <li>● স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice)</li> <li>● প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work)</li> <li>● সমস্যা সমাধান (Problem Solving)</li> <li>● মাথাখাটানো (Brainstorming)</li> </ul>
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test)</li> <li>২. প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)</li> <li>৪. পোর্টফলিও (Portfolio)</li> </ol>

## শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন 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 “পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেলফ-চেক শিট ৩ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ৩ -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: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা। স্পেসিফিকেশন শিট ৩.১: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা।

## ইনফরমেশন শীট (Information Sheet) ৩: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে

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

- ৩.১ পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা হয়েছে
- ৩.২ পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত হয়েছে
- ৩.৩ পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শিত হয়েছে
- ৩.৪ কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা হয়েছে

### ৩.১ পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান

পণ্য প্রদর্শনী সফলভাবে আয়োজন করতে গিয়ে বিভিন্ন কারণ বিবেচনা করা প্রয়োজন, যার একটি হল প্রদর্শনীর জন্য উপযুক্ত অবস্থান নির্বাচন এবং সেখান নিশ্চিত করা। প্রদর্শনী স্থানের বিকল্প বাছাই করা ইভেন্টের সমগ্র সাফল্যের উপর গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব ফেলতে পারে, কারণ এটি প্রবেশাধিকার, দৃশ্যমানতা এবং দর্শকদের সামগ্রিক অভিজ্ঞতাকে প্রভাবিত করে। পণ্য প্রদর্শনের জন্য সঠিক অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা খুচরা ব্যবসার একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। সঠিক অবস্থানে পণ্য প্রদর্শন করলে তা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করে, বিক্রয় বাড়ায় এবং ব্যবসার সাফল্য নিশ্চিত করে। এই প্রক্রিয়াটি কয়েকটি ধাপে সম্পন্ন হয়, যা নিচে বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করা হলো

**পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করার জন্য বিবেচ্য বিষয়**

#### স্টোরের লেআউট (Store Layout)

স্টোর লেআউট বা দোকানের বিন্যাস একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান যা গ্রাহকদের ক্রয় আচরণ এবং দোকানের কার্যক্ষমতাকে প্রভাবিত করে। একটি সুপরিকল্পিত স্টোর লেআউট গ্রাহকদের জন্য কেনাকাটা সহজ এবং আনন্দদায়ক করে তোলে, যা বিক্রয় বৃদ্ধি করতে সহায়ক হতে পারে। স্টোর লেআউট বিভিন্ন প্রকারের হতে পারে, যেমন গ্রিড লেআউট, রেসট্র্যাক লেআউট, ফ্রি-ফ্লো লেআউট ইত্যাদি। প্রতিটি ধরনের লেআউটের নিজস্ব সুবিধা ও অসুবিধা রয়েছে। স্টোর লেআউটের মাধ্যমে পণ্যের প্রদর্শন, গ্রাহকের চলাচল পথ, এবং বিক্রয় কৌশল প্রভাবিত করা সম্ভব। এভাবে, একটি ভালো স্টোর লেআউট শুধুমাত্র বিক্রয় বাড়ানোর উপায় নয়, বরং এটি ব্র্যান্ড ইমেজ ও গ্রাহক সন্তুষ্টির উপরও গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব ফেলে।

বিক্রয় প্রচার এবং গ্রাহকের সেবা সহজতর করতে এবং উন্নত করতে ফ্লোর স্পেস ব্যবহারের উপায়।

#### ক. ফ্লোর স্পেসের ধরণ

##### বিক্রয় স্থান (Selling Space)

- অভ্যন্তরীণ ডিসপ্লে।
- বিক্রয় প্রদর্শন এলাকা।
- বিক্রয় লেনদেন এলাকা।

**মার্চেন্ডাইজিং স্পেস (Merchandising Space):** ইনভেন্টরিতে থাকা আইটেমগুলির জন্য বরাদ্দ।

- বিক্রয় ফ্লোর।
- স্টক রুম এলাকা।

**কর্মচারী স্থান (Personnel Space):** কর্মচারীদের জন্য স্থান

- ব্রেক রুম।
- লকার।

- বাথরুম।

**গ্রাহক স্থান (Customer Space):** গ্রাহকদের আরাম এবং সুবিধার জন্য

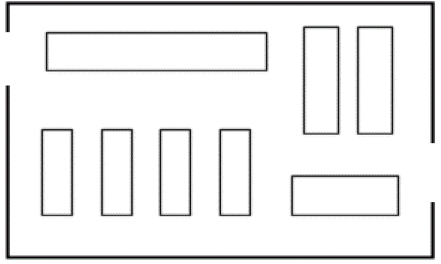
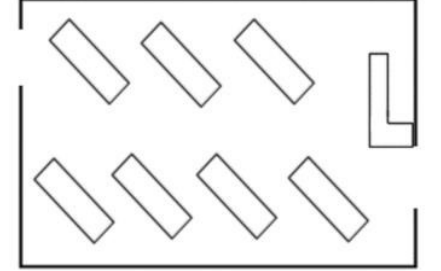
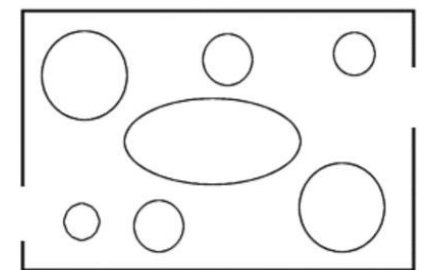
- রেস্টোরী।
- ডেসিং রুম।
- লাউঞ্জ।
- বাথরুম।
- শিশুদের জন্য বিনোদন এলাকা।

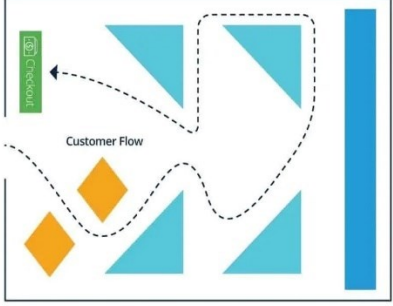
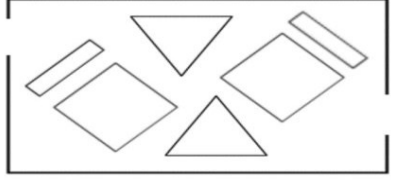
**খ. প্রদর্শনী উপকরণ**

**ভিজুয়াল সিদ্ধান্ত**

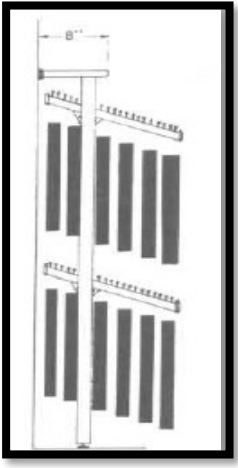
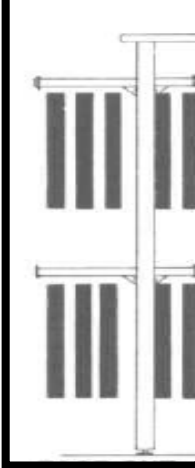
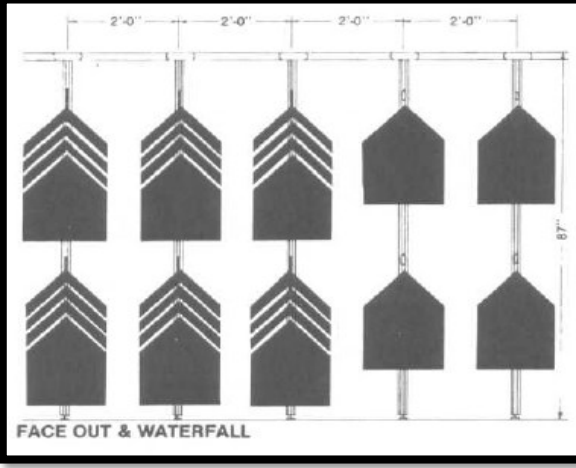
- কোন পণ্য কোথায় যাবে।
- এজেন্সি: কোন পণ্যগুলি একে অপরের পাশে থাকা উচিত।
- ঋতুভিত্তিক পণ্য যেমন কোট, সঁতারের পোশাক এবং ক্রিসমাস আইটেম কোথায় রাখবেন।
- ট্রাফিক প্যাটার্ন।

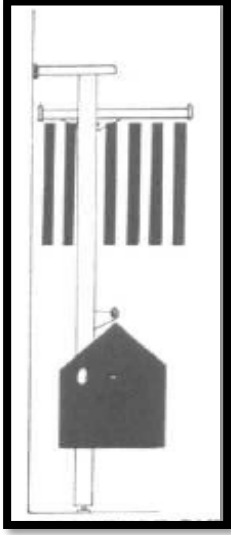
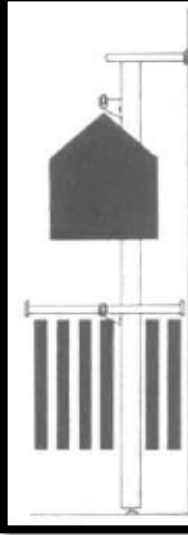
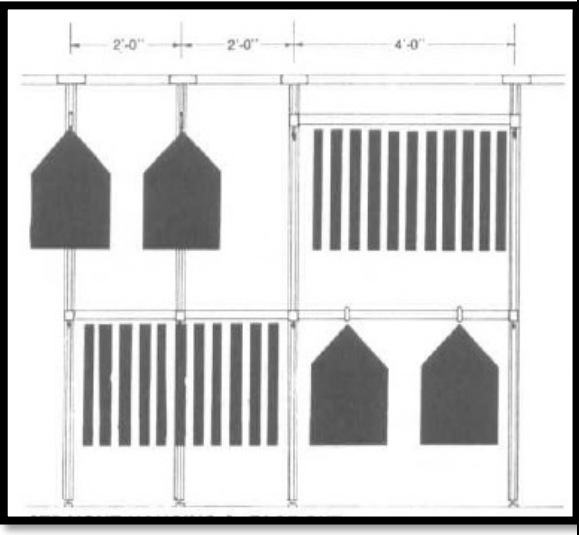
**গ. ফ্লোর লেআউট**

<p>সোজা ফ্লোর লেআউট (Straight Floor Layout): খুচরা পরিবেশে সর্বাধিক ব্যবহৃত যেখানে গ্রাহকরা পুরো দোকানে কেনাকাটা করেন।</p>	
<p>তির্যক ফ্লোর লেআউট (Diagonal Floor Layout): সেলফ-সার্ভিস খুচরা দোকানগুলির জন্য ভালো।</p>	
<p>কোণাকুনি ফ্লোর লেআউট (Angular Floor Layout): উচ্চমানের দোকানগুলির জন্য সেরা।</p>	

<p>জ্যামিতিক ফ্লোর লেআউট (Geometric Floor Layout): পোশাক ও পোশাকের দোকানগুলির জন্য উপযুক্ত।</p>	
<p>মিশ্র ফ্লোর লেআউট (Mixed Floor Layout): সরল, তির্যক এবং কোণাকুনি পরিকল্পনাগুলির সমন্বয়।</p>	

ঘ. ডিসপ্লে এর ধরন:

		
<p>ওয়াটার ফল ওয়াল ডিসপ্লে (Water Fall Wall Display System)</p>	<p>ফেস আউট ওয়াল ডিসপ্লে (Face Out Wall Display System)</p>	<p>ওয়াটার ফল ও ফেস আউট ওয়াল ডিসপ্লে ইলভেশন (Water Fall and Face Out Wall Display Elevation)</p>

		
<p>পোস্ট ফেস আউট (সোজা বুলানো) (Post face Out with Straight Hanging)</p>	<p>ফেস আউট (সোজা ও হ্যান্ডগ্রাইল) (Straight with Hangrail Face Out)</p>	<p>পোস্ট ফেস আউট (সোজা বুলানো) ও ফেস আউট (সোজা ও হ্যান্ডগ্রাইল) ইলেভেশন (Straight Hanging and Face out Wall Display Elevation)</p>

### পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা

পণ্য প্রদর্শনের জন্য সঠিক অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা খুচরা ব্যবসার একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ। সঠিক অবস্থানে পণ্য প্রদর্শন করলে তা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করে, বিক্রয় বাড়ায় এবং ব্যবসার সাফল্য নিশ্চিত করে। এই প্রক্রিয়াটি কয়েকটি ধাপে সম্পন্ন হয়, যা নিচে বিস্তারিতভাবে বর্ণনা করা হলো

### পণ্যের প্রকৃতি বিবেচনা করা

পণ্যের প্রকৃতি বা ধরন বিবেচনা করে প্রদর্শনের স্থান নির্বাচন করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, দৈনন্দিন ব্যবহারের পণ্যগুলি যেমন খাবার ও গৃহস্থালী সামগ্রী সাধারণত বেশি প্রচলিত এবং সহজে দৃশ্যমান স্থানে রাখা উচিত। বিপরীতে, উচ্চমূল্যের বা বিশেষায়িত পণ্যগুলি যেমন গয়না বা ইলেকট্রনিক্স নিরাপত্তা এবং প্রদর্শন উভয়ের জন্য উপযুক্ত স্থানে রাখা উচিত।

### গ্রাহকদের চলাচলের পথ বিশ্লেষণ

গ্রাহকদের চলাচলের পথ বিশ্লেষণ করে পণ্য প্রদর্শনের স্থান নির্ধারণ করা গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকরা সাধারণত প্রবেশ পথ থেকে শুরু করে দোকানের বিভিন্ন অংশে ঘুরে বেড়ায়। পণ্যের প্রদর্শন এমনভাবে করা উচিত যাতে গ্রাহকরা সহজেই তা দেখতে পায় এবং তাদের চলাচলের পথে থাকে।

### ভিজুয়াল মার্চেন্ডাইজিং কৌশল ব্যবহার

ভিজুয়াল মার্কেটআইজিং কৌশল ব্যবহার করে পণ্য প্রদর্শনের স্থান নির্বাচন করা উচিত। পণ্যগুলি সুন্দরভাবে এবং আকর্ষণীয়ভাবে সাজানো থাকলে গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করা সহজ হয়। এজন্য রঙ, আলো, এবং প্রদর্শনের ধরন বিবেচনা করা প্রয়োজন।

#### **বাজার এবং লক্ষ্য গ্রাহক বিশ্লেষণ**

মার্কেট এবং লক্ষ্য গ্রাহকদের বিশ্লেষণ করে পণ্য প্রদর্শনের স্থান নির্ধারণ করা উচিত। লক্ষ্য গ্রাহকদের প্রয়োজন এবং তাদের ক্রয় প্রবণতা বুঝে পণ্য প্রদর্শন করলে তা বিক্রয় বৃদ্ধিতে সহায়ক হয়। উদাহরণস্বরূপ, তরুণ প্রজন্মের জন্য ফ্যাশন পণ্যগুলি স্টোরের সামনের দিকে এবং শিশুদের পণ্যগুলি পরিবারের জন্য নির্ধারিত স্থানে রাখা যেতে পারে।

#### **স্থানীয় প্রতিযোগিতা এবং প্রবণতা বিবেচনা**

স্থানীয় প্রতিযোগিতা এবং বাজারের প্রবণতা বিবেচনা করে পণ্য প্রদর্শনের স্থান নির্ধারণ করা উচিত। প্রতিযোগীদের পণ্য প্রদর্শনের কৌশল বিশ্লেষণ করে এবং বাজারের বর্তমান প্রবণতা বুঝে পণ্য প্রদর্শন করলে তা ব্যবসার জন্য লাভজনক হতে পারে।

#### **ফ্লোর প্ল্যান এবং স্পেস ব্যবহারের দক্ষতা**

স্টোরের ফ্লোর প্ল্যান এবং স্থান ব্যবহারের দক্ষতা বিবেচনা করে পণ্য প্রদর্শনের স্থান নির্ধারণ করা উচিত। প্রতিটি পণ্যের জন্য যথাযথ স্থান নির্ধারণ করতে হবে যাতে গ্রাহকদের চলাচলে অসুবিধা না হয় এবং পণ্যগুলি সহজে

## ৩.২ পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন

ঠিক অবস্থানে পণ্য প্রদর্শন করা মামুলি বিচারে একটি কার্যকর ব্যবস্থা অনেক গুরুত্বপূর্ণ। এখানে আমাদের কিছু বিস্তারিত প্রস্তুতির উপায় দেখানো হল:

### দৃশ্য বিপণন নির্দেশিকা অনুসরণ কর

আপনার কাজস্থলের ভিজুয়াল মার্চান্ডাইজিং নির্দেশিকা সম্পর্কে সাবধানে জানা গুরুত্বপূর্ণ। এই নির্দেশিকাগুলি পণ্যের অবস্থান, বিন্যাস, এবং সাইনেজ সহ সুনির্দিষ্ট নির্দেশনা সম্পর্কে বিস্তারিত হতে পারে। এই নির্দেশিকাগুলির মেধাতালা মেনে চলুন যাতে ডিসপ্লে একটি সজ্জাতিপূর্ণ এবং সংগঠিত দোকানের বিভাগে থাকে।

### স্থির থিম এবং ব্র্যান্ড প্রতিষ্ঠানের প্রতিনিধিত্ব

আপনার পণ্যের ডিসপ্লে যেভাবে তা কাজের স্থানের থিম এবং ব্র্যান্ডিং সাথে মিল খায় তা গুরুত্বপূর্ণ। এই ডিসপ্লে থিমের সাথে ব্র্যান্ডের আইডেন্টিটি মেলানো দরকার যাতে গ্রাহকদের একটি সংগঠিত এবং সামগ্রিক অভিজ্ঞতা হয়।

### উপযুক্ত অবস্থান এবং বিন্যাস

গ্রাহকদের জন্য পণ্য প্রদর্শন করার জন্য পণ্যগুলি উপলব্ধি এবং অভিযোগমূলকভাবে বিচার করে সাজানো গুরুত্বপূর্ণ। পণ্যগুলি একটি প্রাসঙ্গিক পদ্ধতিতে বিন্যাস কর যেমন ধরন, আকার, রং, এবং ঋতুতেতে। গ্রাহকদের জন্য পণ্য আসন্নসম্পর্কে সহজে অনুসন্ধান করা যায় এবং তুলনা করা যায়।

### প্রদর্শনের সামগ্রিক মেরামত

প্রদর্শনের সামগ্রিক মেরামতের জন্য নির্ধারিত সময় পরিচালনা কর যাতে প্রদর্শন সর্বদা আকর্ষণীয় এবং কার্যকর থাকে। নতুন আগতন, ঋতুতেতেবা পণ্য প্রদানের সময়ে প্রদর্শন পরিচালনা কর।

### প্রদর্শনের সামগ্রিক মেরামত

প্রদর্শনের মেরামত প্রায়শই সময়ের পর্যায়ে প্রয়োজন। পণ্য প্রদর্শন স্থানে যে প্রয়োজনীয় মেরামত নিয়ে সাবধানে চিন্তা করা গেছে তা মতামত অধিকারের সূত্রে সামগ্রিক মেরামত প্রদর্শনের জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ কার্যক্রম। এই মেরামত মাধ্যমে প্রদর্শনের কাঠামো ও সম্প্রসারণ প্রতিরূপতা সংরক্ষণ করা হয়। এটা সম্প্রতি প্রদর্শন স্থান মেরামত প্রদর্শনের জন্য পরিকল্পনা করা হয়, ব্যক্তিগত কাস্টমারের পছন্দ, প্রয়োজনীয়তা এবং স্থানের আয়তনের সাথে মিলিত হয়। মেরামত প্রতিরূপতা সংরক্ষণের মাধ্যমে প্রদর্শন পুনরায় পরিকল্পনা করা হয় যাতে গ্রাহকদের অন্যত্রের পণ্য প্রদর্শনে সামগ্রিক প্রভাব প্রাপ্ত করা যায়।

### বিস্তারিত পরিষ্কার এবং আপডেট

প্রদর্শন নিয়মিতভাবে পরিষ্কার করার জন্য নির্ধারিত সময় অনুসন্ধান কর। প্রদর্শন পরিষ্কার করার পরে পণ্য রোট্ট কর যাতে প্রদর্শন সবসময় তাজা থাকে এবং গ্রাহকদেরকে আবিষ্কৃত করে।

### গ্রাহকদের মতামত এবং আপডেট

পণ্যের প্রদর্শনের ক্ষেত্রে সহযোগী, পরিচালক, এবং গ্রাহকদের মতামত নিন। এই মতামত ব্যবহার করে প্রদর্শন পরিচালনা করার জন্য প্রয়োজনীয় পরিবর্তন নিন।

### নিয়মিত মূল্যায়ন এবং আপডেট

প্রদর্শনের প্রদর্শমান কর্মসূচির পরিসংখ্যান, গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া, এবং ব্রাউজিং আচরণের সাথে প্রত্যাখ্যানের উপর ধারণা পেয়ে প্রদর্শন উন্নতি পেতে বিভিন্ন বিস্তারিত মূল্যায়ন কর এবং আপডেট কর।

এই পরিপ্রেক্ষিতে, আপনি প্রদর্শন সর্বদা আকর্ষণীয় এবং পার্থক্যপূর্ণ রাখতে সক্ষম হতে পারেন, যা গ্রাহকদের আকর্ষণ করে এবং বিক্রয় উৎপন্ন করে।

### ৩.৩ পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য বুলানো

পণ্য বিক্রয় এবং ক্রিয়াকলাপ অধিকাংশ খুজেরাবাণিজ্যে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এই প্রক্ষে, আমরা পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য কীভাবে বুলিয়ে রাখা যেতে পারে তা আলোচনা করব। এই তথ্যগুলি গ্রাহকদের জন্য অত্যন্ত সহায়ক হতে পারে যাতে তারা সহজে পণ্য খুঁজে পেতে এবং তার বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে জানতে পারেন। নিম্নে কিছু তথ্য সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ বিষয় আলোচিত হলোঃ

#### ক. পণ্যের নাম/ পরিচিতি

- পণ্যের বিবরণ: এটা পণ্যের সংক্ষিপ্ত বিবরণ বা বর্ণনা যা পণ্যের প্রধান বৈশিষ্ট্য, সুবিধা, বা অনন্য বিক্রয় বৈশিষ্ট্য উল্লেখ করে। এটা গ্রাহকদেরকে বুঝতে সাহায্য করে পণ্যটি কী এবং কী অফার করে।



- ব্র্যান্ড লোগো:** পণ্যের নামের পাশাপাশি ব্র্যান্ডের লোগো প্রদর্শন করা ব্র্যান্ডের সনাক্তকরণ এবং বিশ্বাস উন্নত করে। এটি পণ্যের সাথে যুক্তিযুক্ততা এবং গ্রাহকের বিশ্বাসের নিশানা।
- ভেরিয়েন্ট তথ্য:** যদি পণ্যটি বিভিন্ন ভেরিয়েন্টে (উদাহরণস্বরূপ, আকার, রং, স্বাদ) উপলব্ধ হয়, তার তথ্যগুলি পণ্যের পরিচিতিতে অন্তর্ভুক্ত করা প্রয়োজন। গ্রাহকদের পরিচিতিতের জন্য উপলব্ধ বিকল্পগুলি জানা দরকার।
- বারকোড/ইউপিসি:** পণ্যের পাশাপাশি একটি বারকোড বা ইউনিভার্সাল প্রোডাক্ট কোড (ইউপিসি) যুক্ত করা এই তথ্যগুলি ইনভেন্টরি ব্যবস্থাপনা এবং চেকআউট প্রসেসে সুবিধা প্রদান করে। এটি লেনদেনের সময় পণ্যের স্ক্যানিং সহজ করে এবং বিক্রয়ের ট্র্যাকিং করে।
- নির্দিষ্টতা প্রণালী:** যদি পণ্যটি পুনঃরায় উপলব্ধ হয় (উদাহরণস্বরূপ, "মজুদ আছে," "স্টকে নেই," "প্রি-অর্ডার," "সীমিত সংস্করণ"), গ্রাহকেরা প্রত্যাশা ব্যবস্থা করা এবং ক্রয়ের সময় নিরাপত্তা অনুযায়ী এই তথ্যগুলি ব্যবহার করে মন
- মূল্য স্ট্রীকচার:** একক মূল্যের পাশাপাশি, ডিসকাউন্ট, প্রচারণা, বা বান্ডল অফার সহ যেসব মূল্য গঠন রয়েছে তা উল্লেখ করে গ্রাহকদের মান প্রদানে সাহায্য করে।
- উপলব্ধির অবস্থা:** পণ্যের উপলব্ধির অবস্থা নির্দিষ্ট করা গ্রাহকের প্রত্যাশা ব্যবস্থা করে এবং ক্রয় প্রস্তুতির সময় অসন্তোষ দূর করে।
- গ্রাহকের পর্যালোচনা/রেটিং:** পণ্যের পরিচিতিতে গ্রাহকের পর্যালোচনা বা রেটিং সংযুক্ত করা গ্রাহকের নিশানা প্রদান করে এবং ক্রয় প্রস্তুতি উত্তেজনা দেয়।
- টেম্পারেচারের তথ্য:** আজ পরিবেশবান্ধব গ্রাহক বাজারে, প্রতিষ্ঠানের সাথে টেম্পারেচারের তথ্য যোগ করা যেতে পারে, যেমন পুনঃচক্রবর্তী, প্রাকৃতিক পদ্ধতিতে তৈরি, বা কার্বন ফুটপ্রিন্টের বিবরণ।
- ভাষা পরিবর্তন:** আপনার দোকান বিভিন্ন ভাষায় পণ্যের নাম বা পরিচিতি প্রদান করে প্রস্তুত হয়, যেটা একটি প্রশস্ত গ্রাহক প্রায়শই তা উল্লেখ করা প্রয়োজন।

এই তথ্যগুলি প্রয়োজনের মাধ্যমে গ্রাহকদের অভ্যন্তরীণ তথ্য প্রদান করে, তাদের ক্রয়ের অভিজ্ঞতা সহজ করে, তাদের মান প্রদান করে, এবং প্রস্তুতির প্রস্তুতিতে সাহায্য করে।

#### খ. প্রস্তুতকারীর তথ্য বা উৎপাদকের তথ্য

খোলার বিশ্লেষণ, পণ্যের উৎপাদকের পরিচয় অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। গ্রাহকরা সাধারণভাবে পণ্যের মান, মানসিকতা, এবং নিশ্চিততা উৎপাদকের সাথে সম্পর্কিত করে। তাই, গ্রাহকদের মধ্যে বিশ্বাস এবং বিশ্বস্ততা স্থাপনের জন্য উৎপাদকের বিস্তারিত তথ্য সরবরাহ করা গুরুত্বপূর্ণ।

#### উৎপাদকের বিবরণ

- **কোম্পানির নাম:** এটি পণ্য তৈরি করার জন্য দায়বদ্ধ উৎপাদক কোম্পানির সাধারণ নামের উল্লেখ করে। এটি প্রাথমিক সনাক্তকরণ হিসাবে কাজ করে এবং গ্রাহকদের পণ্যের উৎস সনাক্ত করার সাহায্য করে।
- **কোম্পানির লোগো:** উৎপাদকের লোগো একটি ভিজুয়াল প্রতিনিধিত্ব হিসাবে কাজ করে। এটি মান সনাক্তকরণ অনুমোদন করে এবং উৎপাদকের মান এবং স্থিরতার প্রতিশ্রুতি দেওয়া সঙ্গে এই ব্র্যান্ড পরিচিতির সাথে সম্পর্কিত।
- **যোগাযোগের তথ্য:** ঠিকানা, ফোন নম্বর, ইমেল, এবং ওয়েবসাইট প্রদান করা গ্রাহকদের উৎপাদকের প্রতি যোগাযোগের সুযোগ দেয়। এটি প্রশংসিত এবং অনুপস্থিতিতে বৃদ্ধি দেয়, যা মাধ্যমে গ্রাহক এবং উৎপাদকের মধ্যে একটি ভাল সম্পর্ক গড়ে তোলা যায়।



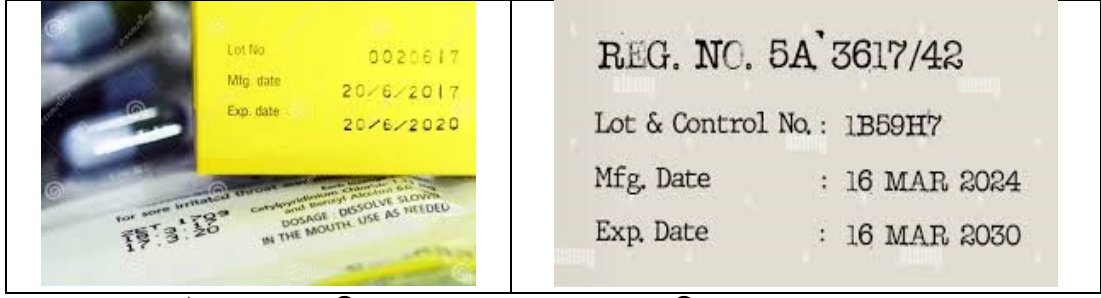
- **সার্টিফিকেশন এবং স্বীকৃতি:** উৎপাদকের অধিগ্রহণে কোনও সার্টিফিকেশন বা স্বীকৃতি, যেমন আইএসও সার্টিফিকেশন বা শিল্পের বিশেষ পুরস্কার, তাদের মান মান ও শ্রেষ্ঠ অনুসরণের অধীনে হিসাবে গড়ে তোলে। এটি গ্রাহকদের পণ্যের অকাঙ্ক্ষিততা এবং শাস্তির সাথে সজ্জিন মিল তৈরি করে।
- **কোম্পানির ইতিহাস এবং লক্ষ্য:** উৎপাদকের ইতিহাস, লক্ষ্য, মূল্য এবং সামাজিক দায়িত্ব বিষয়ক তথ্য ভাগ করা গেলে, ব্র্যান্ড গল্পে গ্রাহকরা অনুভব করতে সাহায্য করে। এটি গ্রাহকদের উপর প্রভাব ফেলে এবং তাদের এথোসে সম্পৃক্ত হওয়ার সাথে একটি গভীর সংযোগ স্থাপন করে।
- **পরিসংখ্যান এবং অনুসন্ধান:** উৎপাদনের নতুন সংস্করণ তৈরি করার জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য সমৃদ্ধ করার সাথে সম্পর্কিত পরিসংখ্যান বা অনুসন্ধান যোগ করা হতে পারে।

সংক্ষেপে, উৎপাদকের সম্পর্কে বিস্তারিত তথ্য সরবরাহ করা গ্রাহকের মধ্যে বিশ্বাস এবং বিশ্বাসযোগ্যতা স্থাপন করে। পণ্যের উৎপাদনকারী সম্পর্কে স্পষ্টতা ও সহজলভ্যতা প্রদান করা গ্রাহকের পণ্যের মান ও গুণগত মান বিচার করতে সাহায্য করে।

#### গ. উৎপাদনের তারিখ

- **সঠিকতা:** উৎপাদনের তারিখ প্রোডাক্ট তৈরি হওয়ার সময়সূচি নির্দেশ করে, দিন, মাস এবং বছরের ভিত্তিতে। এই সঠিকতা প্রয়োজন বা ব্যবহারের সময়ে গ্রাহকদের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ হতে পারে।
- **গুণমান নিশ্চিতকরণ:** উৎপাদনের তারিখ গুণমান নিশ্চিতকরণ প্রক্রিয়ার গুরুত্বপূর্ণ অংশ। এটি তাদেরকে প্রোডাক্ট এর সুরক্ষা এবং কার্যক্ষমতার মান রক্ষা করতে সাহায্য করে।

- **ট্রেসযোগ্যবিলিটি:** পণ্যের প্যাকেজিং বা লেবেলে উৎপাদনের তারিখ অন্তর্ভুক্ত করে, উৎপাদন শৃঙ্খলা থেকে অনুসন্ধানযোগ্যতা সৃষ্টি করে।



- **মেয়াদ সময়:** উৎপাদনের তারিখ গ্রাহকদের পণ্যের বয়সের বাকি মেয়াদের মেয়াদ কেনা যায়।
- **নিয়মবিধি মেনে চলা:** নির্দিষ্ট ইন্ডাস্ট্রিতে, পণ্যের লেবেলে উৎপাদনের তারিখ অন্তর্ভুক্ত করতে নিয়মিতভাবে কাজ করা হয় যাতে নিরাপত্তা এবং গুণমান মেনে চলার জন্য নিয়মগুলি মেনে চালানো যায়।
- **গ্রাহক বিশ্বাস:** স্পষ্ট এবং সঠিক উৎপাদনের তারিখ তথ্য প্রদান করা গ্রাহকের বিশ্বাস এবং সন্তুষ্টিতে অবদান রাখে।
- **সংরক্ষণ এবং ব্যবহার:** উৎপাদনের তারিখ জানলে গ্রাহকরা পণ্যটি সঠিকভাবে সংরক্ষণ এবং ব্যবহার করতে পারে।
- **ব্যাচ শ্রেণীবদ্ধকরণ:** যখন পণ্যের পরিবেশনা সংকট বা গুণগত সমস্যা উঠে, তাদের উৎপাদনের তারিখ সংজ্ঞায়িত করে তারা কোনও স্পষ্ট উৎপাদন ব্যাচ পরিচিতি পাতা যে গ্রাহক উপর ক্রিয়া নেয়।

সংক্ষেপে, উৎপাদনের তারিখ বিষয়ে আরও অনেক তথ্য উল্লেখ করা যেতে পারে, যেমন প্রোডাক্ট সংক্রান্ত সুরক্ষা তথ্য, ব্যবহারের নির্দেশনা, সংরক্ষণের মেয়াদ এবং অন্যান্য মানদণ্ডিত তথ্য। উদাহরণস্বরূপ, খাদ্য পণ্যের মেয়াদ, ওষুধের সেবা ব্যবহার সময়, প্রয়োজনীয় সতর্কতা তথ্য ইত্যাদি। এই তথ্যগুলি গ্রাহকদের সাহায্য করে উৎপাদনের তারিখ বিষয়ে সঠিক ধারণা পেতে এবং পণ্যের সঠিক ব্যবহার নিশ্চিত করতে। উৎপাদকের দিক থেকে, এই তথ্য গুণগত নির্ধারণে, প্রযুক্তিগত নিরাপত্তা এবং ব্যবসায়িক ব্যবস্থাপনার জন্য মৌলিক সাধারণ তথ্য হিসাবে প্রয়োজন। একইভাবে, এই তথ্য গ্রাহকের জন্য উৎপাদনের মৌলিক সুরক্ষা ও মান গ্রহণে সাহায্য করে।

#### ঘ. মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ

যা মেয়াদ উত্তীর্ণ তারিখ বা ব্যবহারের তারিখ হিসাবেও পরিচিত, পণ্যের উপভোগের সময় নির্ধারণ করে। এখানে মেয়াদ উত্তীর্ণ তারিখ সম্পর্কিত কিছু অতিরিক্ত বিবরণ রয়েছে:

- **নিরাপত্তা নিশ্চিতকরণ:** মেয়াদ উত্তীর্ণ তারিখের প্রধান উদ্দেশ্য হলো নির্মাতারা নিরাপত্তা নিশ্চিত করা এবং অতিসময়ে নষ্ট বা ব্যবহারের নির্দেশমূলক পণ্যের জন্য ব্যবহারের নির্দেশনা প্রদান করা। মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখের পার হওয়ার পরিপ্রেক্ষিতে পণ্য খাওয়ানো স্বাস্থ্যের জন্য ঝুঁকিপূর্ণ হতে পারে যেহেতু সম্ভাব্য অবস্থান, অবসাদ বা ক্ষমতা হারানো সম্ভাবনা রয়েছে।
- **পণ্যের প্রতিষ্ঠান:** নির্মাতারা প্রোডাক্টের স্থিতিশীলতা গবেষণা, গুণমান মূল্যায়ন এবং বিধিনিষেধের প্রয়োজনীয়তা উপর ভিত্তি করে মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ নির্ধারণ করেন। এই তারিখগুলি নির্মাতার বিশ্বাসের প্রতিষ্ঠান এবং নির্ধারিত সময়মধ্যে পণ্যের প্রদর্শন করে।
- **আইন মেনে চলা:** অনেক উদ্যোগে, প্রোডাক্টের প্রোডাক্টের উপর মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ প্রোডাক্টের লেবেলে অন্তর্ভুক্ত করা আবশ্যিক হয় যাতে নিরাপত্তা এবং গুণমানের মান মেনে চলার সাথে সাথে সাম্প্রদায়িক প্রয়োজনীয়তার সাথে মেলে।



- **শেঙ্ক লাইফ:** মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ ব্যবহারকারীদের জন্য পণ্যের শেঙ্ক লাইফের অবশ্যইতা বোঝার সাহায্য করে এবং তাদের ব্যবহার অনুযায়ী পরিকল্পনা করা হয়। এটি পণ্যের তাজজন্মার উপর ভিত্তি করে পণ্যের ফ্রেশনেস এবং নিরাপত্তা নির্দেশ করে।
- **সংরক্ষণ এবং ব্যবহার:** সঠিক ভাবে সংরক্ষণ এবং ব্যবহার ব্যবস্থাপনা পণ্যের শেঙ্ক লাইফ বৃদ্ধি এবং তা নিরাপদ রেখে রাখার জন্য গুরুত্বপূর্ণ। মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখের অধীনে পণ্যের গুণমান এবং নিরাপত্তা বেড়ে যায়। গ্রাহকদের পণ্য পুনঃব্যবহারের ক্ষেত্রে সুবিধা এবং মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ একটি মূলপত্র হিসাবে কাজ করে। এটি প্রোডাক্টের তাজজন্মার সময়ে পণ্যের তাজজন্মার নিরাপত্তা এবং মূল্যায়ন করার সাথে সাথে প্রতিষ্ঠানের বিশ্বাস ও প্রদর্শন করে।

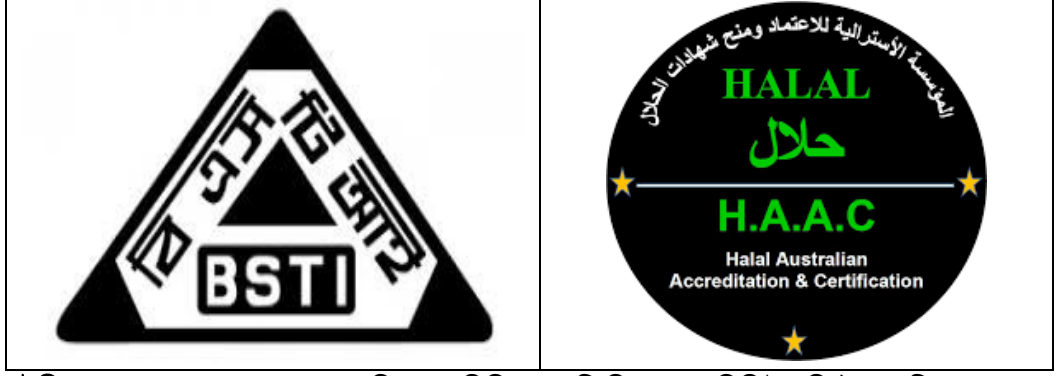
শেষে, মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ ব্যবহার সম্পর্কিত নিরাপত্তা, গুণমান, এবং পণ্য পারফরম্যান্স নিশ্চিত করে গ্রাহকদের উত্তীর্ণের মেয়াদের উপর অধিকারী হওয়া উচিত।

- **মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ:** প্রোডাক্ট প্যাকেজিং উপর উল্লেখিত হতে হবে।
- **উৎপাদক:** প্রোডাক্টের উৎপাদকের নাম ও যোগাযোগ বিবরণ দেওয়া আবশ্যিক।
- **উৎপাদন তারিখ:** প্রোডাক্টের উৎপাদনের তারিখ উল্লেখ করতে হবে।
- **মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ:** প্রোডাক্টের ব্যবহারের নির্দেশনা প্রদান করার জন্য মেয়াদ উত্তীর্ণের তারিখ জরুরি।

### ঙ. রেগুলেটরি বডির সীল বা লোগো

নিয়মগুলির অনুসারে বিভিন্ন পণ্যে রেগুলেটরি বডির সীল বা লোগো ব্যবহার করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ এবং গ্রাহকদের জন্য বিশেষ অর্থপ্রদান করে। এটি প্রস্তুত পণ্যগুলির সুরক্ষা, গুণগত মান এবং উত্তম কার্যক্ষমতা নিশ্চিত করে। নিম্নলিখিত হল রেগুলেটরি বডির সীল বা লোগোর গুরুত্বপূর্ণতা এবং প্রভাবের সংক্ষিপ্ত বিবরণ

- **মান অনুমোদন:** রেগুলেটরি বডির সীলের উপস্থিতি দেখলে গ্রাহকদের বিশ্বাস জনিত হয় যে পণ্যটি প্রযোজ্য আইন, বিধি এবং শিল্পের মান অনুসারে তৈরি হয়েছে। এটি গ্রাহকদের বিশ্বাস দিয়ে থাকে যে পণ্যটি নিরাপদ, গুণগতমানের এবং কার্যক্ষমতার সাথে মেলে।
- **গ্রাহকের বিশ্বাস:** পণ্যের উপর সনাক্ত করা রেগুলেটরি বডির সীল গ্রাহকের বিশ্বাস জনিত করে। এটি প্রামাণিক একটি সংস্থার প্রতি অবগতি দেয় এবং গ্রাহকের জন্য নিশ্চিত করে যে পণ্যটি একটি বিশেষজ্ঞ সংস্থার দ্বারা মান মেটেছে।



- **আইনি মান অনুমোদন:** অনেক দেশে নিয়ম ও বিধি অনুযায়ী কিছু পণ্যে বিশিষ্ট প্রতিষ্ঠানের সীল বা লোগো প্রদর্শন করা আবশ্যিক। এর ব্যতিক্রম করলে আইনানুযায়ী আইনি অবস্থানে আসতে পারে, যেটির ফলে দণ্ড বা পণ্যের পুনরায় চিহ্নিত হতে পারে।
- **স্বাভাবিকতা ও দায়ত্বপ্রাপ্ততা:** রেগুলেটরি বডি'র সীল প্রয়োজনীয় মান অনুসারে প্রস্তুত পণ্যে স্বাভাবিকতা এবং দায়ত্বপ্রাপ্ততা নিশ্চিত করে।
- **বাজার অ্যাক্সেস:** সনাক্তকরণের একটি গুরুত্বপূর্ণ ধারণা বা লোগো ব্যবহার করা পণ্যে বাজারের অধিকার অনুমতি পেতে পারে।
- **কাউন্টারফিটিং প্রতিরোধ:** নিকটবর্তী একটি অনন্য সীল বা লোগোর উপস্থিতি কাউন্টারফিটারদের জন্য পণ্য অনুকরণ করা এবং তা মানের মধ্যে পাঠানোর জন্য কঠিন করে। এটি অবস্থান অবস্থানের প্রামাণিকতার একটি দৃশ্যমান সূচক হিসাবে কাজ করে এবং গ্রাহকদেরকে মানিক এবং কাউন্টারফিট পণ্য পরিচিত করার সাহায্য করে।

#### চ. মূল্য

- পণ্যের মূল্য একটি গুরুত্বপূর্ণ তথ্য যা গ্রাহকদের কেনাকাটার সিদ্ধান্ত নেওয়ার ক্ষেত্রে সহায়তা করে। এটি লেনদেনের স্বচ্ছতা নিশ্চিত করে।
- মূল্যটি পণ্যের কাছে স্পষ্টভাবে প্রদর্শন কর, যা মূল্য টেগ, শেফ লেবেল বা ডিজিটাল প্রদর্শনের মাধ্যমে করা যেতে পারে। গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ কর এবং অস্পষ্ট না হোক।
- প্রযোজ্য কর এবং অন্যান্য ফি সহ মূল্য দেখান যাতে গ্রাহকরা প্রারম্ভিক মূল্য সম্পর্কে অনুমান করতে পারেন।
- যদি পণ্যটি প্রচারণার অংশ হয় বা বিক্রয়ের অধীন থাকে, তাহলে মূল্যের সঙ্গে সংকেত উল্লেখ কর।
- মূল্য পরিবর্তনের সাথে সাথে মূল্য তথ্য হালনাগাদ কর।



- গ্রাহকদের মূল্য সম্পর্কিত প্রশ্নে সহায়তা করার জন্য কর্মচারীদের প্রশিক্ষণ দিন।

- গ্রাহকদের আকর্ষণ করতে এবং বাজারে প্রতিযোগিতামূলক থাকতে মূল্যনির্ধারণ সহায়ক নীতি অনুসরণ কর।
- মূল্য সম্পর্কে স্পষ্ট এবং স্বচ্ছ তথ্য প্রদান করে, খুচরা বিক্রেতারা তাদের পণ্য এর মূল্যবান দিক উপস্থাপন করতে এবং গ্রাহকদের জন্য সন্তোষজনক ক্রয়অভিজ্ঞতা নিশ্চিত করতে পারে।

## ছ. স্পেসিফিকেশন (Specification)

স্পেসিফিকেশন পণ্যের বৈশিষ্ট্য, মাত্রা, পরিমাপ, উপাদান, এবং অন্যান্য সম্পর্কিত বিষয়ে বিস্তারিত তথ্য প্রদান করে। এই তথ্য প্রদান করার মাধ্যমে গ্রাহকরা পণ্যটির উপর সঠিক সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য পেতে পারেন। নিম্নে বিস্তারিত প্রদর্শন করা হয়েছে।

- **প্রোডাক্ট বৈশিষ্ট্য:** পণ্যের প্রধান বৈশিষ্ট্য এবং কার্যকারিতা বর্ণনা কর। এর মধ্যে কার্যক্ষমতা, বিশেষ ফাংশন বা আকর্ষণীয় বিক্রয়বিন্যাস অন্তর্ভুক্ত হতে পারে।
- **মাত্রা এবং আয়তন:** দৈর্ঘ্য, প্রস্থ, উচ্চতা এবং ওজন সহ পণ্যের আকার এবং অনুপাত সম্পর্কে স্পষ্ট ধারণা দিতে মাপ সরবরাহ কর।
- **উপকরণ:** পণ্য নির্মাণে ব্যবহৃত উপকরণ সম্পর্কে তথ্য দিন। এর মধ্যে প্রধান উপকরণ এবং অতিরিক্ত উপাদান বা মসৃণকরণ সম্পর্কে তথ্য অন্তর্ভুক্ত হতে পারে।



- **রং এবং মসৃণকরণ:** পণ্যের উপলভ্য রং সম্পর্কে বর্ণনা কর এবং এর চেহারা বা স্থিতিশীলতাকে প্রভাবিত করতে পারে এমন কোনও বিশেষ মসৃণকরণ সম্পর্কে তথ্য দিন।
- **প্রযুক্তিগত বিনির্দেশাবলি:** প্রযুক্তিগত পণ্যের ক্ষেত্রে, শক্তি মাপ, ভোল্টেজ চাহিদা, কার্যক্ষম তাপমাত্রা এবং অন্যান্য ডিভাইস বা সিস্টেমের সাথে সামঞ্জস্য সম্পর্কে বিস্তারিত বিনির্দেশাবলি অন্তর্ভুক্ত কর।
- **প্রমাণীকরণ এবং অনুপালন:** পণ্যটি যে কোনও প্রমাণীকরণ, মান বা স্বীকৃতি অনুপালন করে সে সম্পর্কে দক্ষতা এবং নিরাপত্তা নিশ্চিত কর।
- **ওয়ারেন্টি এবং গ্যারান্টি:** পণ্যের সাথে প্রদত্ত ওয়ারেন্টি শর্তাবলি এবং যে কোনও গ্যারান্টি সম্পর্কে স্পষ্ট কর। এর মধ্যে ওয়ারেন্টি সময়কাল, কভারেজ এবং কোনও শর্ত বা সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে তথ্য অন্তর্ভুক্ত হতে পারে।
- **সংযোজন এবং স্থাপনা:** প্রয়োজ্য ক্ষেত্রে, পণ্য সংযোজন, স্থাপন বা ব্যবহার সম্পর্কে নির্দেশ বা পরামর্শ প্রদান কর। এটি পণ্য কিভাবে সেট আপ বা পরিচালনা করতে হবে সে বিষয়ে গ্রাহকদের বোঝার সহায়তা করে।
- **যত্ন এবং রক্ষণাবেক্ষণ:** পণ্যের আয়ুস বৃদ্ধি এবং সর্বোত্তম কার্যকারিতা নিশ্চিত করতে গ্রাহকদের জন্য যত্ন এবং রক্ষণাবেক্ষণ সম্পর্কে সুপারিশ কর।

- **অতিরিক্ত তথ্য:** গ্রাহকদের জন্য প্রয়োজনীয় অন্যান্য তথ্য অন্তর্ভুক্ত কর, যেমন সরংক্ষণ সামগ্রিক নীতি, পণ্যের অতিরিক্ত বৈশিষ্ট্য বা সহযোগিতা প্রস্তাবনা।

স্পেসিফিকেশন স্পষ্ট এবং সংগঠিত একটি উপাদান যা গ্রাহকদেরকে তাদের প্রয়োজন অনুযায়ী পণ্যের সম্পর্কে বোঝার সুযোগ দেয় এবং তাদের সাহায্য করে প্রয়োজনীয় সিদ্ধান্ত নিতে। এই উপায়ে স্পেসিফিকেশন সরঞ্জাম বিক্রেতাদের প্রতিষ্ঠানের পণ্য বিষয়ে মন্তব্য করা ও তাদের সাথে কাজ করা যায় বৃদ্ধি করে।

#### জ. ছাড়

- পণ্যের সাথে জড়িত কোনো চলমান প্রচার, ছাড় বা বিশেষ অফার গুলি প্রদর্শন কর। এর মধ্যে সীমিত সময়ের ডিল, বাব্দল অফার, ক্রয়-একটি-পাও-একটি (BOGO) ডিল বা ভিআইপি সদস্যতার পুরস্কার অন্তর্ভুক্ত হতে পারে।
- অফারের শর্ত ও নিয়মাবলী স্পষ্টভাবে বর্ণনা কর, যাতে প্রচারের সময়কাল, যোগ্যতা মানদণ্ড এবং কোনো সীমাবদ্ধতা বা বাধ্যবাধকতা অন্তর্ভুক্ত থাকে।
- ক্রেতাদের মনোযোগ আকর্ষণ করতে এবং সঞ্চয় সুযোগটি কাজে লাগানোর জন্য প্রত্যক্ষ দৃষ্টিনন্দন চিহ্ন বা লেবেল ব্যবহার কর।



- কর্মী সদস্যদের অফার সম্পর্কে প্রভাবশালীভাবে যোগাযোগ ও প্রচার করতে প্রশিক্ষণ দিন, যাতে তারা প্রচারকালীন পণ্য কেনার সময় ক্রেতাদের সুযোগ সম্পর্কে সচেতন থাকতে পারেন।
- অফারের কার্যকারিতা মূল্যায়ন করতে এবং বিক্রয় ও ক্রেতা সংযুক্তি চালিয়ে নেওয়ার ক্ষমতা মূল্যায়ন করতে অফারের কর্মক্ষমতা নিরীক্ষণ কর।
- ক্রেতাদের জন্য প্রাসঙ্গিক ও আকর্ষণীয় রাখতে অফারগুলি নিয়মিত আপডেট ও নবায়ন কর, মৌসুমি ধারণা, উৎসব বা অন্যান্য বিপণন সুযোগগুলি কাজে লাগিয়ে নতুন প্রচারাভিযান তৈরি কর।
- অফারগুলিকে সমগ্র বিপণন রণনীতির সাথে সংলগ্ন করে একটি সমন্বিত ও আকর্ষণীয় ক্রয় অভিজ্ঞতা তৈরি কর।

#### ৩.৪ প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা

একটি কার্যকরী এবং নিরাপদ কর্মস্থল বিক্রয় এবং বাণিজ্য শিল্পের অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ দিক। এই প্রশ্নে, আমরা পণ্যের প্রদর্শনের সুরক্ষা বিষয়ে কর্মস্থলের নিয়ম ও মান কীভাবে নিশ্চিত করা যেতে পারে তা আলোচনা করব। এসব বিষয় গ্রাহকদের জন্য প্রধান গুরুত্ব রাখে, যাতে তারা নিরাপদ ভাবে পণ্য কিনতে এবং ব্যবহার করতে পারেন। প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা উচিত যাতে গ্রাহক সন্তুষ্ট হতে পারেন এবং প্রযুক্তিগত সাংবিধানিক মান অনুসারে চলাচল করে। এখানে পণ্যের নিরাপত্তা উন্নত করার বিভিন্ন ব্যবস্থা উল্লেখ করা হল

- **নিরাপত্তামূলক স্থানান্তর ব্যবস্থা:** প্রদর্শনী উপকরণগুলি বালবদ্ধ এবং সুরক্ষিতভাবে অঙ্কিত কর যাতে পিপটে বা পড়া না যায়। এটা বিশেষভাবে ভারী বা অস্থির পণ্য প্রদর্শন করার জন্য গুরুত্বপূর্ণ।
- **ওজন বিতরণ:** প্রদর্শিত পণ্যের ওজন সঠিকভাবে দৈর্ঘ্যমান বা উপকরণগুলির ওপর সমানভাবে পরিবেশন কর যাতে ওজন অতিরিক্ত হয় না এবং পড়ার ঝুলনা নির্মূল করতে সাহায্য করে।
- **যথাযথ লেবেলিং:** পণ্যের সাথে নিরাপত্তা সম্পর্কিত সঠিক তথ্য যথাযথভাবে অংশীদার কর, যেমন সতর্কতা, ব্যবহারের নির্দেশাবলী, এবং সতর্কতা। এটা গ্রাহকদের বোঝাতে সাহায্য করে কিভাবে পণ্যটি নিরাপত্তার সাথে ব্যবহার করতে হয় তা।
- **শিশু নিরাপত্তা ব্যবস্থা:** শিশু নিরাপত্তা ব্যবস্থা কার্যকরীভাবে বাস্তবায়ন কর, যেমন শিশু-বঁধা লক বা বিক্ষোভজনক পণ্যগুলির পরিবেশে প্রতিষ্ঠান অথবা শিশুদের হাত থেকে সুরক্ষিত পণ্য স্থানান্তর কর যাতে অপঘাত এবং আঘাত ঘটনা না ঘটে।
- **অগ্নি নিরাপত্তা:** প্রদর্শিত পণ্যের জন্য অগ্নি নিরাপত্তা ব্যবস্থা অনুসরণ কর এবং অগ্নি নিরাপত্তা মান ও মাপানের মান মেনে চলুন। তাপস্তর বা বৈদ্যুতিক আউটলেটের কাছাকাছি জ্বলন্ত বা প্রদাহেয় পণ্য রেখে না রাখার চেষ্টা কর।
- **পিছনে পড়া ও পড়া নিরাময়:** প্রদর্শন এলাকার সাফ এবং জলাভূমি বা অসম্পর্কের মধ্যে ব্যক্তিদের পিছনে পড়া, ট্রিপ এবং পড়ার ঝুঁকি কমাতে বিপণিতে সহজলভ্য কর। সম্ভবতঃ কোনও সাইবার দাম্পত্যকে নিম্নলিখিত জন্য অস্বচ্ছ পদার্থ বা অবাঞ্ছিত কাগজপত্র বিষয়গুলির জন্য ব্যবহার কর না।
- **অবসর্পণীয়তা:** নিয়মিত ব্যবস্থা কর
- **জরুরি প্রস্তুতি:** দুর্ঘটনা বা জরুরী অবস্থার ঘটনায় দ্রুত এবং কার্যকর ক্রিয়াকলাপ গ্রহণ করার জন্য পরিকল্পনা থাকতে হবে, যেমন পুনঃনির্দেশ পরিকল্পনা এবং প্রাথমিক স্থানীয় স্থানীয় কিট।
- **নিয়মিত পরিদর্শন:** প্রদর্শন এলাকার নিয়মিত পরিদর্শন কর যাতে যে কোনও সম্ভাব্য সুরক্ষা ঝুঁকি চিহ্ন ও ঠিকানা করা যেতে পারে। কর্মীদের সতর্ক হওয়ার জন্য তাদের প্রশিক্ষণ দিন এবং যেকোনো সুরক্ষা সমস্যা প্রত্যাখ্যান করতে বলুন।
- **পণ্য প্রত্যাহার:** পণ্য প্রত্যাহারের বিষয়ে অবগত থাকুন এবং প্রত্যাহৃত পণ্যগুলিকে প্রদর্শন থেকে অবিলম্বে অপসারণ কর। গ্রাহকদের প্রত্যাহার তথ্য জানান এবং প্রয়োজনীয় ক্ষেত্রে ফেরত বা বিনিময় সহায়তা কর।
- **কর্মীদের প্রশিক্ষণ:** পণ্য সুরক্ষা প্রোটোকল, জরুরি পদ্ধতি এবং গ্রাহক সহায়তা সম্পর্কে কর্মীদের বিস্তারিত প্রশিক্ষণ প্রদান কর। তাদের সুরক্ষা উদ্বেগ সমাধান এবং গ্রাহকদের পরিচালনা করার ক্ষমতা দিন।

প্রদর্শন ক্ষেত্রে পণ্য সুরক্ষাকে অগ্রাধিকার দিয়ে, খুচরো বিক্রেতার নিরাপদ ক্রয়-বিক্রয় পরিবেশ তৈরি করতে, দায়িত্বহীনতার ঝুঁকি কমাতে এবং গ্রাহকদের মধ্যে আস্থা ও আত্মবিশ্বাস গড়ে তুলতে পারে।

কর্মস্থলের মান এবং নিয়ম মেনে পণ্যের প্রদর্শন ও নিরাপত্তা নিশ্চিত করার এই পদ্ধতিগুলি গ্রাহকদের জন্য একটি সুরক্ষিত এবং আস্থাজনক ক্রয় অভিজ্ঞতা তৈরি করবে। এগুলি গ্রাহকদের নিশ্চিত করবে যে তারা যে পণ্য কিনছেন তা সম্পূর্ণ নিরাপদ এবং ব্যবহারযোগ্য। স্টোর ম্যানেজারদের অবশ্যই এই নিরাপত্তা মাপকাঠি গুলি কঠোরভাবে মেনে চলতে হবে।

## সেলফ চেক (Self-Check)-৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে

১ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন কেন গুরুত্বপূর্ণ?

উত্তর:

২ প্রশ্ন: পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শনের উদ্দেশ্য কী?

উত্তর:

৩ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের সময় পণ্যের শ্রেণীবিন্যাসের প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শন করার কারণ কী?

উত্তর:

৪ প্রশ্ন: কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করার প্রয়োজনীয়তা কেন?

উত্তর:

৫ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের জন্য সঠিক অবস্থান নির্বাচনের প্রক্রিয়া কীভাবে করা হয়?

উত্তর:

৬ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের মান কিভাবে নিশ্চিত করা হয়?

উত্তর:

৭ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের নিরাপত্তা নিশ্চিত করার কিছু কার্যকর পদ্ধতি কী কী?

উত্তর:

## উত্তর পত্র (Answer Key)- ৩ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করতে পারবে

১ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন কেন গুরুত্বপূর্ণ?

উত্তর: পণ্য প্রদর্শনের অবস্থান সঠিকভাবে নির্বাচন করলে গ্রাহকের নজর দ্রুত আকর্ষণ করা যায়, যা বিক্রয় বৃদ্ধিতে সহায়ক হয়।

২ প্রশ্ন: পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শনের উদ্দেশ্য কী?

উত্তর: কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী পণ্য প্রদর্শন করলে সেগুলি সহজে সনাক্ত করা যায় এবং গ্রাহকের বিশ্বাস স্থাপন হয়।

৩ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের সময় পণ্যের শ্রেণীবিন্যাসের প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শন করার কারণ কী?

উত্তর: পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী তথ্য প্রদর্শন করলে গ্রাহক সহজে পণ্য সম্পর্কে সঠিক তথ্য পায় এবং ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিতে সুবিধা হয়।

৪ প্রশ্ন: কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করার প্রয়োজনীয়তা কেন?

উত্তর: পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করলে কর্মী এবং গ্রাহক উভয়ের নিরাপত্তা রক্ষা করা যায় এবং দুর্ঘটনার ঝুঁকি কমানো যায়।

৫ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের জন্য সঠিক অবস্থান নির্বাচনের প্রক্রিয়া কীভাবে করা হয়?

উত্তর: সঠিক অবস্থান নির্বাচন করার জন্য গ্রাহকের চলাচল, পণ্যের ধরন এবং প্রদর্শনের উদ্দেশ্য বিবেচনা করা হয়।

৬ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের মান কিভাবে নিশ্চিত করা হয়?

উত্তর: পণ্য প্রদর্শনের মান নিশ্চিত করতে নিয়মিত পরিদর্শন, সঠিক আলোকসজ্জা এবং পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা বজায় রাখা হয়।

৭ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের নিরাপত্তা নিশ্চিত করার কিছু কার্যকর পদ্ধতি কী কী?

উত্তর: পণ্য প্রদর্শনের নিরাপত্তা নিশ্চিত করতে সঠিক স্ট্যান্ড বা শেলফ ব্যবহার, পণ্যের ওজন অনুযায়ী যথাযথ ব্যবস্থা গ্রহণ এবং প্রয়োজনীয় নির্দেশিকা ব্যবহার করা হয়।

## জব শিট (Job Sheet)-৩.১: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা।

### কাজের ধারাবাহিকতা

- ধাপ ১: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন সেফটি গ্লাভস এবং মাস্ক পরিধান করে নিন।
- ধাপ ২: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুতি নিন। প্রয়োজনীয় উপকরণ যেমন শেলফ, প্রদর্শনী স্ট্যান্ড, এবং আলোকসজ্জা প্রস্তুত কর।
- ধাপ ৩: প্রদর্শনী পরিকল্পনা পর্যালোচনা কর এবং কোন কোন পণ্য প্রদর্শন করা হবে তা চিহ্নিত কর।
- ধাপ ৪: প্রদর্শনী এলাকা পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন। প্রদর্শনী এলাকা পরিষ্কার করে প্রস্তুত কর।
- ধাপ ৫: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য নির্বাচন কর। পণ্যের ধরন, আকার, ওজন, এবং প্রদর্শনীর থিম অনুযায়ী উপযুক্ত পণ্য নির্বাচন কর।
- ধাপ ৬: পণ্যদ্রব্যকে সঠিকভাবে শেলফ বা প্রদর্শনী স্ট্যান্ডে স্থাপন কর। পণ্যের প্রধান বৈশিষ্ট্যগুলি গ্রাহকের দৃষ্টিগোচর করতে হবে।
- ধাপ ৭: প্রদর্শনী এলাকা পর্যবেক্ষণ কর এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন ও উন্নতি কর। গ্রাহকের দৃষ্টি আকর্ষণের জন্য আলোকসজ্জা এবং রঙের ব্যবহারে মনোযোগ দিন।
- ধাপ ৮: প্রদর্শন সামগ্রী সনাক্ত এবং চেক সম্পর্কিত একটি প্রতিবেদন তৈরি কর। কোন কোন পণ্য প্রদর্শিত হয়েছে এবং কিভাবে প্রদর্শনী সাজানো হয়েছে তা উল্লেখ কর।
- ধাপ ৯: প্রদর্শন সামগ্রী সঠিকভাবে সংরক্ষণ কর। পরবর্তী প্রদর্শনীর জন্য সামগ্রী সঠিক স্থানে সংরক্ষণ কর।
- ধাপ ১০: কাজ শেষে কাজের স্থান পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।
- ধাপ ১১: পণ্যের পজিশনিং নিশ্চিত কর যেন সেটি চোখের লেভেলে এবং গ্রাহকের দৃষ্টিগোচর হয়। পণ্য প্রদর্শনের উচ্চতা, কোণ এবং অবস্থান পরীক্ষা কর।
- ধাপ ১২: প্রদর্শন এলাকা পর্যবেক্ষণ করতে থাকবে এবং প্রয়োজন অনুসারে পণ্য পুনরায় সাজান।
- ধাপ ১৩: গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ কর এবং প্রদর্শনের কার্যকারিতা মূল্যায়ন কর। প্রদর্শনের ফলাফল অনুযায়ী পরিবর্তন আনুন।
- ধাপ ১৪: নিয়মিত ভিত্তিতে প্রদর্শনী এলাকা পরিদর্শন কর এবং পরিষ্কার রাখুন।
- ধাপ ১৫: প্রদর্শন সামগ্রী এবং পণ্য নিরাপত্তা নিশ্চিত কর। নিরাপত্তা লক এবং মনিটরিং সিস্টেম ব্যবহার কর।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-৩.১: প্রয়োজনীয় তথ্য সহকারে পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন করা।**

**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	শেলফ	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	৩
২	প্রদর্শনী স্ট্যান্ড	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	২
৩	লাইটিং	প্রদর্শনী এলাকা আলোকিত করার জন্য	সেট	১
৪	মেজারিং টেপ	উচ্চতা নির্ধারণের জন্য	পিস	১
৫	কম্পিউটার	প্রদর্শনীর পরিকল্পনা এবং নথিভুক্তির জন্য	পিস	১
৬	ক্যামেরা	প্রদর্শনী পর্যবেক্ষণের জন্য ছবি তোলার জন্য	পিস	১

**প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল**

ক্রম	ইকুইপমেন্টস এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	প্রদর্শন সামগ্রী তালিকা	প্রদর্শনীর জন্য প্রয়োজনীয় সামগ্রী	পিস	১
২	প্রদর্শনী পোস্টার	প্রদর্শনীর জন্য ডিজাইনকৃত	পিস	৫
৩	প্রমোশনাল ব্যানার	বিশেষ অফার এবং প্রচারের জন্য	পিস	২
৪	পণ্য প্রদর্শনী সামগ্রী	পণ্যের ধরন অনুযায়ী	সেট	১
৫	পণ্যের লেবেল	পণ্যের সনাক্তকরণের জন্য	পিস	৫

## শিখনফল (Learning Outcome)-8: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে

অ্যাসেসমেন্ট মানদণ্ড	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পন্য নিয়মিত পরিষ্কার করা হয়েছে।</li> <li>২. প্রদর্শিত পণ্য তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা হয়েছে।</li> <li>৩. গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করা হয়েছে।</li> <li>৪. প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো হয়েছে।</li> <li>৫. নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা হয়েছে।</li> </ol>
শর্ত ও রিসোর্স	<ul style="list-style-type: none"> <li>• কর্মক্ষেত্র অথবা প্রশিক্ষণ পরিবেশ</li> <li>• সিবিএলএম</li> <li>• হ্যান্ডআউটস</li> <li>• ল্যাপটপ</li> <li>• মাল্টিমিডিয়া প্রজেক্টর</li> <li>• কাগজ, কলম, পেন্সিল ও ইরেজার</li> <li>• ইন্টারনেট সুবিধা</li> <li>• হোয়াইট বোর্ড ও মার্কার</li> <li>• অডিও ভিডিও ভিভাইস</li> <li>• প্রয়োজনীয় টুলস</li> </ul>
বিষয়বস্তু	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পন্য নিয়মিত পরিষ্কার করা</li> <li>২. প্রদর্শিত পণ্য এবং তথ্যে গ্রাহকদের দৃশ্যমানতা বজায় রাখা</li> <li>৩. প্রচারমূলক ট্যাগ</li> <li>৪. ডিসপ্লে পুনরুদ্ধার এবং পুনরায় সাজানো</li> <li>৫. নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা</li> </ol>
এক্টিভিটি/টাস্ক/জব	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস করা।</li> </ol>
প্রশিক্ষণ পদ্ধতি	<ul style="list-style-type: none"> <li>• আলোচনা (Discussion)</li> <li>• উপস্থাপন (Presentation)</li> <li>• প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>• নির্দেশিত অনুশীলন (Guided Practice)</li> <li>• স্বতন্ত্র অনুশীলন (Individual Practice)</li> <li>• প্রজেক্ট ওয়ার্ক (Project Work)</li> <li>• সমস্যা সমাধান (Problem Solving)</li> <li>• মাথাখাটানো (Brainstorming)</li> </ul>
অ্যাসেসমেন্ট পদ্ধতি	<ol style="list-style-type: none"> <li>১. লিখিত অভীক্ষা (Written Test)</li> <li>২. প্রদর্শন (Demonstration)</li> <li>৩. মৌখিক প্রশ্ন (Oral Questioning)</li> <li>৪. পোর্টফোলিও (Portfolio)</li> </ol>



## শিক্ষণ/প্রশিক্ষণ কার্যক্রম (Learning Activities)-8: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে 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 “পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে” শেখার উপকরণ প্রদান করবেন
২. ইনফরমেশন শিট পড়তে হবে।	২. ইনফরমেশন শিট ৪ : পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে।
৩. সেলফ চেকে প্রদত্ত প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর এবং উত্তরপত্রের সাথে মিলিয়ে নিশ্চিত হতে হবে।	৩. সেল্ফ-চেক শিট ৪ -এ দেয়া প্রশ্নগুলোর উত্তর প্রদান কর। উত্তরপত্র ৩ -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 ৪.১: প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর। স্পেসিফিকেশন শিট ৪.১ প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর।

## ইনফরমেশন শিট (Information Sheet) 8: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে

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

- 8.1 প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পণ্য নিয়মিত পরিষ্কার করা হয়েছে
- 8.2 প্রদর্শিত পণ্য তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা হয়েছে
- 8.3 গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করা হয়েছে
- 8.4 প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো হয়েছে
- 8.5 নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা হয়েছে

### 8.1 প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পণ্য নিয়মিত পরিষ্কার করা

একটি প্রভাবী এবং কার্যকরী প্রদর্শন পরিচালনার জন্য নিয়মিত পরিষ্কার অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। পণ্যের পরিষ্কার রাখা অনেকটাই গ্রাহকদের আকর্ষণ করে এবং তাদের পণ্য সম্পর্কে আত্মবিশ্বাস জন্মায়। এটি প্রদর্শনীর কার্যক্ষমতা ও প্রভাবশালিতা বাড়াতে সাহায্য করে এবং প্রতিষ্ঠানের প্রয়াস গ্রাহকের সঙ্গে সংস্পর্শ বাড়ায়।

#### ক. পরিষ্কার, পরিচ্ছন্নতার প্রয়োজনীয়তা

প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়াতে এবং কর্মক্ষেত্রের সৌন্দর্য্য বৃদ্ধি করতে নিয়মিত পরিষ্কার করা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। পরিষ্কার-পরিচ্ছন্ন প্রদর্শন ক্রেতাদের প্রতি ইতিবাচক প্রভাব ফেলে, পণ্যের বিক্রয় বাড়ায় এবং কর্মক্ষেত্রের সামগ্রিক সৌন্দর্য্য বৃদ্ধি করে। এখানে প্রদর্শন সামগ্রী, প্রদর্শন উপকরণ এবং কর্মক্ষেত্র পরিষ্কার করার বিস্তারিত বিবরণ ও পদ্ধতি দেয়া হলো

#### ক্রেতাদের প্রতি ইতিবাচক প্রভাব

পরিচ্ছন্ন প্রদর্শন ক্রেতাদের আস্থা বাড়ায় এবং তারা পণ্যগুলি কিনতে আগ্রহী হয়। এটি দেখায় যে কর্মক্ষেত্রটি সঠিকভাবে পরিচালিত হচ্ছে এবং পণ্যগুলি উচ্চমানের।

#### পণ্যের বিক্রয় বাড়ানো



পরিষ্কার-পরিচ্ছন্ন প্রদর্শন পণ্যগুলিকে আরও আকর্ষণীয় করে তোলে, যা ক্রেতাদের কেনার সম্ভাবনা বৃদ্ধি করে।

#### কর্মক্ষেত্রের সামগ্রিক সৌন্দর্য্য বৃদ্ধি

পরিষ্কার-পরিচ্ছন্ন কর্মক্ষেত্র ক্রেতাদের জন্য আরও স্বাগত এবং আকর্ষণীয় হয়। এটি কর্মীদের জন্যও একটি সুখময় ও স্বাস্থ্যকর পরিবেশ তৈরি করে।

#### খ. পরিষ্কারের ধাপ

##### ধুলো এবং ময়লা পরিষ্কার করা

উপকরণ: শুকনো নরম কাপড়, মাইক্রোফাইবার কাপড়, ধুলো ঝাড়ন, ভ্যাকুয়াম ক্লিনার।

- পদ্ধতি: প্রদর্শন সামগ্রী ও কর্মক্ষেত্র থেকে ধুলো ও ময়লা নিয়মিত পরিষ্কার করা। নরম কাপড় বা ধুলো ঝাড়ন ব্যবহার করতে পারেন।

### দাগ মুছে ফেলা

- উপকরণ: নির্দিষ্ট ক্লিনার, নরম ব্রাশ।
- পদ্ধতি: কোনো দাগ থাকলে দ্রুত তা মুছে ফেলুন। উপযুক্ত ক্লিনার ব্যবহার কর যাতে দাগ সহজে চলে যায় এবং পৃষ্ঠতল ক্ষতিগ্রস্ত না হয়।



### পৃষ্ঠতল পরিষ্কার করা

- উপকরণ: ভেজা কাপড়, ডিসইনফেক্ট্যান্ট ওয়াইপ।
- পদ্ধতি: নিয়মিত পৃষ্ঠতল পরিষ্কার করা। ভেজা কাপড় বা ডিসইনফেক্ট্যান্ট ওয়াইপ দিয়ে মুছে নিন।

### গ. প্রদর্শন উপকরণ পরিষ্কার করা

প্রদর্শন উপকরণ যেমন ম্যানেকিন, শেল্ভিং, সাইনেজ ইত্যাদি পরিষ্কার করা গুরুত্বপূর্ণ।

#### ম্যানেকিন পরিষ্কার করা

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, পানি, মাইক্রোফাইবার কাপড়।

পদ্ধতি

- ম্যানেকিনের পৃষ্ঠতল পরিষ্কার করতে মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে মাইক্রোফাইবার কাপড় ভিজিয়ে মুছে ফেলুন।
- শুকনো কাপড় দিয়ে পুনরায় মুছে নিন।

#### শেল্ভিং পরিষ্কার করা

উপকরণ: ভ্যাকুয়াম ক্লিনার, মাইক্রোফাইবার কাপড়।

পদ্ধতি

- শেল্ভিং এর খুলো পরিষ্কার করতে ভ্যাকুয়াম ক্লিনার ব্যবহার করা।
- মাইক্রোফাইবার কাপড় দিয়ে মুছে নিন।



### সাইনেজ পরিষ্কার করা

উপকরণ: গ্লাস ক্লিনার, নরম কাপড়।

পদ্ধতি

- গ্লাস ক্লিনার স্প্রে করে নরম কাপড় দিয়ে সাইনেজ মুছে নিন।

**কাউন্টার এবং কেসিং পরিষ্কার করা**

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, পানি, মাইক্রোফাইবার কাপড়।

পদ্ধতি

- মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে মাইক্রোফাইবার কাপড় ভিজিয়ে কাউন্টার এবং কেসিং মুছে নিন।
- শুকনো কাপড় দিয়ে পুনরায় মুছে দিন।



সাইনেজ পরিষ্কার করা



কাউন্টার এবং কেসিং পরিষ্কার করা

ঘ. বিভিন্ন ধরনের পণ্য পরিষ্কার করার পদ্ধতি

**ইলেকট্রনিক্স (যেমন: টিভি, কম্পিউটার মনিটর)**

উপকরণ: মাইক্রোফাইবার কাপড়, মৃদু ডিটারজেন্ট।

পদ্ধতি

- পণ্যটি বন্ধ করে বৈদ্যুতিক সংযোগ বিচ্ছিন্ন কর।
- মাইক্রোফাইবার কাপড় সামান্য পানিতে ভিজিয়ে ধীরে ধীরে মুছে ফেলুন।
- প্রয়োজনে মৃদু ডিটারজেন্ট ব্যবহার কর।



ইলেকট্রনিক্স পণ্য পরিষ্কার



কাপড়চোপড় ও টেক্সটাইল পণ্য পরিষ্কার

**কাপড়চোপড় ও টেক্সটাইল**

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, নরম ব্রাশ।

পদ্ধতি

- পানিতে মৃদু ডিটারজেন্ট দিয়ে কাপড়গুলি ধুয়ে ফেলুন।
- প্রয়োজনে নরম ব্রাশ দিয়ে ময়লা জায়গাগুলো ঘষে পরিষ্কার কর।

**গ্লাস বা মিরর**

উপকরণ: গ্লাস ক্লিনার, নরম কাপড়।

পদ্ধতি

- গ্লাস ক্লিনার স্প্রে কর এবং নরম কাপড় দিয়ে মুছে ফেলুন।

**ফার্নিচার**

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, নরম কাপড়।

পদ্ধতি

- ধুলো পরিষ্কার করে মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে কাপড় ভিজিয়ে মুছে ফেলুন।
- শুকনো কাপড় দিয়ে আবার মুছে দিন।



গ্লাস বা মিরর



ফার্মিচার

**খাদ্যপণ্য**

ফলমূল ও সবজি:

উপকরণ: পানি, ভিনেগার।

পদ্ধতি

- ঠান্ডা পানিতে ধুয়ে নিন এবং ভিনেগার পানিতে মিশিয়ে কিছুক্ষণ ভিজিয়ে পুনরায় ধুয়ে ফেলুন।

**প্যাকেজ করা খাবার**

উপকরণ: নরম কাপড়, মৃদু ডিটারজেন্ট।

পদ্ধতি

- প্যাকেজের বাইরে নরম কাপড় দিয়ে মুছে ফেলুন।



খাদ্যপণ্য



প্যাকেজ করা খাবার

**ধাতব পণ্য**

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, ভিনেগার।

পদ্ধতি

- মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে কাপড় ভিজিয়ে মুছে ফেলুন।
- প্রয়োজনে ভিনেগার ব্যবহার কর।

**কার্পেট**

উপকরণ: ভ্যাকুয়াম ক্লিনার, মৃদু ডিটারজেন্ট।

পদ্ধতি

- ভ্যাকুয়াম ক্লিনার দিয়ে ধুলো টেনে নিন।
- মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে নরম ব্রাশ দিয়ে মুছে ফেলুন।



### প্লাস্টিক পণ্য

উপকরণ: মৃদু ডিটারজেন্ট, নরম কাপড়।

পদ্ধতি

- মৃদু ডিটারজেন্ট মিশ্রিত পানিতে নরম কাপড় দিয়ে মুছে ফেলুন। সাপ্তাহিক ও মাসিক পরিষ্কার

## ৬. সাপ্তাহিক ও মাসিক পরিষ্কার

### সাপ্তাহিক

- প্রদর্শন সামগ্রী ও কর্মক্ষেত্রের ধুলো ও ময়লা পরিষ্কার করা।
- পণ্যের বিন্যাস চেক করে প্রয়োজন অনুযায়ী সাজানো।

### মাসিক

- প্রদর্শন সামগ্রী ও কর্মক্ষেত্রের গভীর পরিষ্কার।
- পণ্য ও ফার্নিচারের অবস্থা চেক করা ও প্রয়োজনীয় রক্ষণাবেক্ষণ করা।

### সাধারণ সতর্কতা

- বিদ্যুৎ সংযোগ বিচ্ছিন্ন করে ইলেকট্রনিক পণ্য পরিষ্কার কর।
- ক্লিনার সরাসরি পণ্যে স্প্রে না করে কাপড়ে স্প্রে কর।
- পরিষ্কারের পর পণ্য ভালোভাবে শুকিয়ে নিন।

প্রদর্শন সামগ্রী এবং কর্মক্ষেত্র নিয়মিত পরিষ্কার রাখলে প্রদর্শনের কার্যকারিতা বৃদ্ধি পাবে এবং ক্রেতাদের জন্য একটি ইতিবাচক অভিজ্ঞতা নিশ্চিত করা যাবে। নিয়মিত পরিষ্কার এবং স্যানিটাইজ করতে হবে। এখানে কিছু প্রয়োজনীয়।

## ৪.২ প্রদর্শিত পণ্য তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা

বিজ্ঞাপন করা পণ্যের প্রভাবশালীতা বৃদ্ধি করতে নিয়মিত পরিষ্কার প্রয়োজন। ভিজ্যুয়াল মার্চান্ডাইজিং এ নির্দিষ্ট দিশানির্দেশ এবং পদ্ধতিতে পরিষ্কার করার গুরুত্বপূর্ণ সম্পর্কে নিম্নলিখিত বিশদ ব্যাখ্যা দেওয়া হয়েছে:

- **ব্র্যান্ড ছবি বজায় রাখা:** একটি নির্দিষ্টভাবে পরিষ্কার প্রদর্শনের এলাকা ব্র্যান্ড ছবিতে পক্ষান্তরের ছবির উপর সুযোগ দেয়। এটি পেশাদারতা, বিস্তারিত যত্ন ও গ্রাহকের অভিজ্ঞতা জানায়। এটি ব্র্যান্ড প্রতি আত্মবিশ্বাস এবং বিশ্বাস গড়ে তোলে যা গ্রাহকের বিশ্বাস ও বিশ্বাসের নির্মাণে গুরুত্বপূর্ণ।
- **গ্রাহক সম্মুখে পণ্য দেখানো:** পরিষ্কার প্রদর্শন এলাকা সহজে পরিষ্কার ও প্রাক্তন কোষবিস্তার নিশ্চিত করে যে গ্রাহকরা পণ্য এবং তথ্যের সাথে যোগাযোগ করতে পারেন। পরিষ্কার আকারভর্তি, খুসর, বা ফুসফুসের যে কোনও রং গ্রাহকের চেহারাটি প্রভাবিত না করে বা গ্রাহকের মনোনিবেশ না করে।
- **পণ্যের সুরক্ষা:** নিয়মিত পরিষ্কার প্রয়োজন প্রদর্শিত পণ্যের পরিষ্কার করা পণ্যদের নষ্ট বা পরিণাম থেকে সুরক্ষা করে। ধুলার সংকুচিত, দাগ বা ছলা সত্ত্বেও প্যাকেজিং, বৈশিষ্ট্য, বা পণ্যের গুণগততা ক্ষতিগ্রস্ত হতে পারে।

- **স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা:** পরিষ্কারের নির্দিষ্ট নিয়মগুলি রক্ষার জন্য গুরুত্বপূর্ণ হলেও এটি একটি নিরাপত্তা ও স্বাস্থ্যবিষয়ক দিকে অভিজ্ঞতা বজায় রাখে। প্রায় পরিষ্কারে পানিশয়, ফুটপাথের এলাকা সারিশয় এবং এই জন্য সূচনা সরঞ্জাম নয়।



- **দেখার সুবিধা:** পরিষ্কার প্রদর্শনে পণ্য দেখার সুবিধার নিশ্চিত করা অবশ্যই। প্রস্তুত প্রদর্শন এলাকা নিশ্চিত করে যে পণ্যগুলি তাদের সেরা আলোকে উপস্থিত হয়েছে এবং এর সাথে সহজে পরিষ্কার করা হয়েছে।
- **একটি ভাল অভিজ্ঞতা তৈরি করা:** একটি পরিষ্কার ও ভাল অভিজ্ঞতা সৃষ্টি করে যা গ্রাহকের বিশ্বাস ও আনন্দ বাড়ায়। এটি তাদের ব্র্যান্ডের সাথে বেশি সময় ব্যয় করতে উত্তেজনা দেয় এবং তাদের পরিষ্কারের অভিজ্ঞতা আরও উন্নত করতে সাহায্য করে।
- **স্ট্যান্ডার্ডের সাথে সম্মতি:** নিয়মিত পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা রেগুলেটরি কর্তৃপক্ষ কর্তৃক নির্ধারিত স্বাস্থ্য ও স্যানিটেশন মান পূরণের জন্য অত্যাবশ্যিক। পরিচ্ছন্নতার নিয়ম-কানুনের সাথে সম্মতি শুধু আইনি প্রয়োজন নয় বরং খুচরা বিক্রেতার শিল্পের সেরা অনুশীলনগুলিকে বজায় রাখার প্রতিশ্রুতির প্রমাণ।

প্রদর্শনীর রক্ষণাবেক্ষণের জন্য নিয়মিত পরিষ্কারের প্রোটোকলগুলি বাস্তবায়ন করার সময় খুচরা বিক্রেতাদের নিম্নলিখিত অতিরিক্ত বিবরণগুলি বিবেচনা করা উচিত:

- **সম্পূর্ণতা:** সমস্ত পৃষ্ঠ, শেফ, প্রদর্শনী কেস, সাইনেজ এবং ফিক্সচারগুলি নিয়মিতভাবে সম্পূর্ণভাবে পরিষ্কার এবং জীবাণুমুক্ত করা নিশ্চিত কর।
- **ফ্রিকোয়েন্সি:** দোকানের পায়ের ট্রাফিক এবং অপারেশনাল সময়ের সাথে মিল রেখে একটি পরিষ্কারের সময়সূচী প্রতিষ্ঠা কর। উচ্চ-ট্রাফিক এলাকা এবং ঘন ঘন স্পর্শ করা পৃষ্ঠগুলি পরিষ্কার মান বজায় রাখতে আরও ঘন ঘন পরিষ্কার করার প্রয়োজন হতে পারে।
- **পরিষ্কার পণ্যের ব্যবহার:** পরিষ্কার পণ্য এবং সরঞ্জামগুলি নির্বাচন কর যা পরিষ্কার করা পৃষ্ঠের উপাদান এবং প্রকৃতির জন্য উপযুক্ত। এমন কোনো ক্ষারক বা কঠোর রাসায়নিক ব্যবহার করবেন না যা ফিনিসের ক্ষতি করতে পারে বা অবশিষ্টাংশ রেখে যেতে পারে।
- **বিস্তারিত মনোযোগ:** ছোট বিবরণগুলিতে মনোযোগ দিন, যেমন কোণ, প্রান্ত এবং কঠিনভাবে পৌঁছানো এলাকার পরিষ্কার করা, যাতে প্রদর্শনী এলাকার জুড়ে ধারাবাহিকভাবে পরিষ্কার এবং পালিশকৃত চেহারা বজায় থাকে।
- **স্টাফ প্রশিক্ষণ:** কর্মচারীদের সঠিক পরিষ্কার কৌশল, নিরাপত্তা প্রোটোকল এবং প্রদর্শনীর পরিষ্কার রক্ষণাবেক্ষণের গুরুত্ব সম্পর্কে ব্যাপক প্রশিক্ষণ প্রদান কর। কর্মীদের প্রদর্শনীর রক্ষণাবেক্ষণের মালিকানা নিতে এবং পরিষ্কার সম্পর্কিত বিষয়গুলি দ্রুত সমাধান করতে সক্ষম কর।

### ৪.৩ গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করা

প্রচারমূলক ট্যাগগুলি এমনভাবে স্থাপন করা উচিত যাতে তারা গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পারে এবং ক্রয় করতে উৎসাহিত করতে পারে। নিম্নলিখিত বিষয়গুলো খেয়াল রাখা উচিত।

#### স্পষ্টতা এবং পাঠযোগ্যতা

প্রচারমূলক ট্যাগগুলি বড় এবং স্পষ্ট ফন্টে লেখা হওয়া উচিত যাতে সেগুলি সহজেই পড়া যায়। পাঠযোগ্য ফন্ট এবং উপযুক্ত রং ব্যবহার কর যাতে গ্রাহকরা দূর থেকে সহজেই দেখতে পারেন।

#### রঙের ব্যবহার

উজ্জ্বল এবং আকর্ষণীয় রং ব্যবহার কর যা দোকানের সাধারণ রঙের সাথে কন্ট্রাস্ট তৈরি করে। লাল, হলুদ, এবং নীল রংগুলি সাধারণত প্রচারমূলক ট্যাগের জন্য বেশি কার্যকরী কারণ তারা দৃষ্টি আকর্ষণ করে।

#### স্ট্র্যাটেজিক অবস্থান

প্রচারমূলক ট্যাগগুলি পণ্যের কাছাকাছি এবং চোখের লেভেলে স্থাপন কর যাতে গ্রাহকরা সহজেই দেখতে পান। উচ্চতর ড্র্যাফটিক এরিয়াগুলিতে প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন কর যেখানে গ্রাহকরা বেশি সময় ব্যয় করেন বা থামেন।

#### পরিস্কার এবং সুনির্দিষ্ট তথ্য

প্রচারমূলক ট্যাগে পরিষ্কার এবং সুনির্দিষ্ট তথ্য প্রদান কর যেমন দাম, ছাড়ের পরিমাণ, এবং অফারের মেয়াদ। কোন অতিরিক্ত তথ্য বা জটিল ভাষা ব্যবহার এড়িয়ে চলুন যা গ্রাহকদের বিভ্রান্ত করতে পারে।



#### ক্রিয়েটিভ ডিজাইন

প্রচারমূলক ট্যাগের ডিজাইন আকর্ষণীয় এবং সৃজনশীল কর। ভিন্ন ভিন্ন আকার এবং ডিজাইন ব্যবহার কর যা গ্রাহকদের নজর কাড়ে। সিজনাল থিম বা স্পেশাল ইভেন্টের সাথে মিল রেখে প্রচারমূলক ট্যাগ ডিজাইন কর।

## বারবার আপডেট

প্রচারমূলক ট্যাগগুলি নিয়মিত আপডেট কর যাতে তারা সর্বদা প্রাসঙ্গিক এবং আকর্ষণীয় থাকে। পুরানো বা মেয়াদোত্তীর্ণ ট্যাগগুলি সরিয়ে ফেলুন এবং নতুন অফারগুলি প্রচারের জন্য নতুন ট্যাগ ব্যবহার কর।

## বিপণন বার্তা

সংক্ষিপ্ত এবং প্রভাবশালী বিপণন বার্তা ব্যবহার কর যা গ্রাহকদের মনোযোগ আকর্ষণ করে এবং ক্রয় করতে উৎসাহিত করে। উদাহরণস্বরূপ: “৫০% ডিসকাউন্ট,” “স্পেশাল অফার,” বা “আজই কিনুন”।

## প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপনের গুরুত্ব

এভাবে প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করে, খুচরা বিক্রেতারা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে এবং তাদের কেনাকাটার অভিজ্ঞতা উন্নত করতে পারে, যা বিক্রয় বাড়ানোর জন্য কার্যকরী হতে পারে।

প্রচারমূলক ট্যাগগুলি গ্রাহকদের আকৃষ্ট করার জন্য একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। তথ্য রয়েছে যা প্রচারমূলক ট্যাগগুলির কার্যকারিতা বাড়াতে সাহায্য করতে পারে

- প্রচারমূলক ট্যাগগুলি গ্রাহকদের চোখের লেভেলে স্থাপন কর যাতে তারা সহজেই দেখতে পান এবং তাদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে।
- গ্রাহকদের জন্য কাস্টমাইজড বার্তা ব্যবহার কর, যা তাদের প্রয়োজন এবং পছন্দ অনুযায়ী তৈরি করা হয়েছে। উদাহরণস্বরূপ, বাচ্চাদের পণ্যের জন্য "শিশুদের জন্য নিরাপদ" বা স্বাস্থ্য পণ্যের জন্য "স্বাস্থ্যকর বিকল্প"।
- অ্যানিমেটেড বা ইন্টারেক্টিভ প্রচারমূলক ট্যাগ ব্যবহার কর যা গ্রাহকদের আরও আকৃষ্ট করে। যেমন, LED স্ক্রিন বা ডিজিটাল ট্যাগ যা বারবার পরিবর্তিত হয় এবং গ্রাহকদের নজর ধরে রাখে।
- প্রচারমূলক ট্যাগগুলিতে আপনার ব্র্যান্ডের লোগো এবং আকর্ষণীয় গ্রাফিক্স অন্তর্ভুক্ত কর। এটি শুধুমাত্র ট্যাগগুলিকে আরও আকর্ষণীয় করে তোলে না, বরং ব্র্যান্ডের স্বীকৃতিও বাড়ায়।
- সীমিত সময়ের অফারগুলি হাইলাইট কর যেমন "শুধু আজকের জন্য" বা "মেয়াদ শেষের আগে কিনুন"। এটি গ্রাহকদের তাৎক্ষণিক ক্রয় করতে উৎসাহিত করতে পারে।
- প্রচারমূলক ট্যাগগুলিতে গ্রাহকের রিভিউ বা টেস্টিমোনিয়াল যোগ কর যা পণ্যের গুণমান এবং কার্যকারিতা প্রমাণ করে। এটি নতুন গ্রাহকদের জন্য বিশ্বাসযোগ্যতা তৈরি করে।
- প্রচারমূলক ট্যাগগুলিতে প্রতিযোগিতা বা পুরস্কারের কথা উল্লেখ কর। উদাহরণস্বরূপ, "এই পণ্য কিনুন এবং একটি লাকি ড্রয়ে অংশ নিন" বা "পুরস্কার জেতার সুযোগ"।
- প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থানীয় ভাষায় এবং সংস্কৃতির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ কর। এটি গ্রাহকদের সাথে আরও ভালোভাবে যোগাযোগ করতে সাহায্য করবে এবং তাদের আরও আকৃষ্ট করবে।
- প্রচারমূলক ট্যাগগুলিতে QR কোড যোগ কর যা স্ক্যান করার মাধ্যমে গ্রাহকদের বিশেষ অফার, ভিডিও, বা অতিরিক্ত তথ্যের দিকে নিয়ে যায়। এটি ট্যাগগুলির কার্যকারিতা বৃদ্ধি করতে পারে।
- মজাদার এবং স্মার্ট স্লোগান ব্যবহার কর যা গ্রাহকদের মজায় মেতে ওঠার পাশাপাশি পণ্য সম্পর্কে স্মরণ করিয়ে দেয়। উদাহরণস্বরূপ, "এটা না কিনলে মিস করবেন" বা "আজই কিনুন, কাল নয়"।

এই অতিরিক্ত বিস্তারিত নির্দেশনাগুলি প্রচারমূলক ট্যাগগুলির কার্যকারিতা বাড়াতে এবং গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে সাহায্য করবে, যা শেষ পর্যন্ত বিক্রয় বাড়াতে সহায়ক হবে।

## 8.8 প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো

পণ্য প্রদর্শন এবং বিক্রয় প্রক্রিয়ায় একটি গুরুত্বপূর্ণ অংশ হল প্রতিটি বিক্রয়ের পর স্টোরে প্রদর্শিত পণ্যগুলির পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাস করা। এই কাজগুলি না করলে গ্রাহকদের জন্য একটি একনিষ্ঠ ও একঘেয়ে অভিজ্ঞতা হয়ে ওঠে, যা দীর্ঘমেয়াদে স্টোরের বিক্রয় এবং গ্রাহক আকর্ষণের ক্ষমতাকে ক্ষতিগ্রস্ত করতে পারে। এই পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাসকরণ প্রক্রিয়াগুলি এই ক্ষতি প্রতিরোধ করে এবং স্টোরের সাফল্য এবং গ্রাহক সন্তুষ্টি দুটোই বৃদ্ধি করতে সহায়তা করে।

### নিয়মিত পর্যবেক্ষণ

প্রদর্শনের রক্ষণাবেক্ষণের দায়িত্বের জন্য নির্দিষ্ট কর্মচারী নিয়োগ করা। প্রতিটি প্রদর্শন যাতে সবসময় পূর্ণ এবং সঠিকভাবে সাজানো থাকে তা নিশ্চিত করতে পর্যায়ক্রমে তাদের পর্যবেক্ষণ করার জন্য দায়িত্ব দিন। প্রতিদিনের পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাস কাজের জন্য একটি চেকলিস্ট তৈরি কর যাতে কোন কিছু বাদ না যায়। উদাহরণস্বরূপ, পণ্যগুলির সংখ্যা, সাইনেজের অবস্থান এবং প্রদর্শনের পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা অন্তর্ভুক্ত করা।

### দ্রুত পুনঃসরবরাহ

অতিরিক্ত স্টক রাখার জন্য প্রদর্শনের কাছাকাছি একটি স্থান নির্ধারণ করা। এতে পণ্যগুলির দ্রুত পুনঃসরবরাহ সম্ভব হবে এবং গ্রাহকদের জন্য প্রদর্শন সর্বদা পূর্ণ থাকবে। "ফাস্ট ইন, ফাস্ট আউট" (FIFO) পদ্ধতি ব্যবহার করে পণ্যগুলি পুনঃসরবরাহ করা। এটি পুরনো পণ্যগুলির আগে বিক্রি নিশ্চিত করবে এবং পণ্যের তাজা থাকা বজায় রাখবে।



### পুনর্বিন্যাস

প্রতিটি বিক্রয়ের পরে পণ্যের বিন্যাস পরিবর্তন করা যাতে প্রদর্শনটি সবসময় নতুন এবং আকর্ষণীয় থাকে। নতুন পণ্যগুলির সাথে প্রদর্শন আপডেট করা বা পণ্যগুলির ভিন্ন বিন্যাস তৈরি করা। প্রমোশনাল ট্যাগ এবং সাইনেজ নিয়মিত আপডেট করা। উদাহরণস্বরূপ, বিশেষ অফার বা ডিসকাউন্ট হাইলাইট করতে নতুন ট্যাগ ব্যবহার করা।

### স্বচ্ছতা

পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাসের পরে সমস্ত পণ্য স্পষ্ট এবং সহজে দৃশ্যমান রাখুন। এটি নিশ্চিত করে যে গ্রাহকরা সহজেই পণ্যগুলি দেখতে এবং পছন্দ করতে পারেন। পুনঃসরবরাহের পরে প্রদর্শন এলাকাটি পরিষ্কার এবং ধুলো-মুক্ত রাখুন। এটি গ্রাহকদের জন্য একটি সুখকর শপিং অভিজ্ঞতা প্রদান করে।

### গ্রাহক প্রতিক্রিয়া

গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রদর্শনের বিন্যাস এবং উপলব্ধ পণ্য সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ করা। তাদের মতামত অনুসারে পরিবর্তন আনুন যাতে প্রদর্শন আরও কার্যকর হয়। বিক্রয়ের ডেটা পর্যবেক্ষণ করা এবং কোন পণ্যগুলি দ্রুত বিক্রি হচ্ছে তা নির্ধারণ করা। এই পণ্যগুলির পুনঃসরবরাহে অগ্রাধিকার দিন।

## কর্মী প্রশিক্ষণ

কর্মীদের প্রশিক্ষণ দিন যাতে তারা জানে কীভাবে সঠিকভাবে পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাস করতে হবে। প্রশিক্ষণের সময় পণ্যের নিরাপত্তা, পরিষ্কার-পরিচ্ছন্নতা এবং প্রমোশনাল ট্যাগ ব্যবহারের উপর জোর দিন। নতুন পণ্য এবং প্রদর্শন পদ্ধতি সম্পর্কে কর্মীদের নিয়মিত আপডেট প্রদান কর। এতে তারা সর্বদা প্রদর্শনগুলির সাথে আপ টু ডেট থাকবে।

## প্রযুক্তির ব্যবহার

স্টক ম্যানেজমেন্ট সফটওয়্যার ব্যবহার কর যা স্বয়ংক্রিয়ভাবে পুনঃসরবরাহ প্রয়োজন হলে সতর্কতা প্রদান করে। এতে প্রদর্শনের স্টক সর্বদা পূর্ণ থাকে। ডিজিটাল ডিসপ্লে ব্যবহার কর যা দ্রুত এবং সহজে আপডেট করা যায়। এতে প্রদর্শনগুলির প্রমোশনাল মেসেজগুলি আরও কার্যকর হয়।

এই পদক্ষেপগুলি নিশ্চিত করবে যে প্রদর্শন সর্বদা পুনঃসরবরাহ এবং পুনর্বিন্যাস করা হয় প্রতিটি বিক্রয়ের পরে, যা গ্রাহকদের জন্য একটি সুখকর এবং আকর্ষণীয় শপিং অভিজ্ঞতা তৈরি করতে সহায়তা করবে।

## ৪.৫ নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা

প্রদর্শনগুলোর নান্দনিকতা বজায় রাখার জন্য এবং গ্রাহকদের আকর্ষণ করার জন্য বেশ কিছু গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ নেওয়া যায়। নীচে এর বিস্তারিত বিবরণ দেওয়া হল:

### রঙ এবং থিম

প্রদর্শনের রঙের প্যালেট নির্বাচন কর যা পণ্যগুলির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ এবং দর্শনীয়। প্রধান রঙগুলির সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ শেডগুলি ব্যবহার করে প্রদর্শনের সামগ্রিক লুক উন্নত কর। উদাহরণস্বরূপ, একটি গ্রীষ্মকালীন প্রদর্শনের জন্য উজ্জ্বল এবং ফ্রেশ রঙ ব্যবহার করতে পারেন। ঋতুভিত্তিক বা উৎসবকেন্দ্রিক থিম ব্যবহার কর। উদাহরণস্বরূপ, শীতকালীন থিমের জন্য সাদা এবং নীল শেড, বসন্তের জন্য সবুজ এবং হলুদ শেড ব্যবহার কর। এছাড়া, নির্দিষ্ট উৎসব বা অনুষ্ঠান উপলক্ষে প্রদর্শন সাজানোর জন্য থিমেটিক ডেকোরেশন ব্যবহার কর।

### আলো এবং আলোকসজ্জা

প্রদর্শনগুলির উপর ফোকাসড লাইটিং ব্যবহার কর যা পণ্যগুলিকে হাইলাইট করে। স্পটলাইট বা এলইডি লাইট ব্যবহার করে পণ্যগুলির বৈশিষ্ট্যগুলো স্পষ্টভাবে প্রদর্শন কর। লাইট এবং শ্যাডোর মধ্যে ভারসাম্য বজায় রেখে একটি নান্দনিক এবং আকর্ষণীয় পরিবেশ তৈরি কর। উদাহরণস্বরূপ, আলোকসজ্জার সাহায্যে পণ্যগুলিকে আরও প্রাণবন্ত এবং আকর্ষণীয় দেখাতে পারেন।



### ভিজুয়াল হায়ারার্কি

প্রদর্শনের কেন্দ্রীয় পণ্য বা প্রমোশনাল আইটেমকে ফোকাল পয়েন্ট হিসাবে হাইলাইট কর। এটি গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করে এবং প্রধান পণ্যগুলি প্রদর্শিত হয়। পণ্যগুলিকে বিভিন্ন স্তরে বা উচ্চতায় প্রদর্শন কর যাতে গ্রাহকদের

নজর সারা প্রদর্শনে ঘোরাফেরা করে এবং বিভিন্ন আইটেমে যায়। এই পদ্ধতিতে প্রদর্শনের সজ্জা আরও আকর্ষণীয় ও দৃষ্টি নন্দিত হয়ে ওঠে।

### **বিন্যাস এবং স্থান ব্যবহারের দক্ষতা**

পণ্যগুলির মধ্যে যথাযথ স্থান রাখুন যাতে প্রদর্শনগুলি না লাগে এবং গ্রাহকদের জন্য ব্রাউজিং সহজ হয়। অতিরিক্ত পণ্য বা অলংকারগুলি প্রদর্শনের মধ্যে অতিরিক্ত জায়গা নিয়ে নেয়ার থেকে বিরত থাকুন। প্রদর্শনগুলিকে একটি স্ট্রাকচার্ড এবং পরিকল্পিত বিন্যাসে সাজান যা পণ্যগুলির বৈশিষ্ট্য এবং ব্যবহারের পদ্ধতি বুঝতে সাহায্য করে। উদাহরণস্বরূপ, একই ক্যাটেগরির পণ্যগুলিকে একই সাথে সাজান।

### **প্রদর্শন এবং ডেকোরেশন**

প্রদর্শনগুলিকে আরও আকর্ষণীয় করতে সৃজনশীল প্রদর্শন এবং সজ্জা উপকরণ ব্যবহার কর। উদাহরণস্বরূপ, ম্যানিকুইন, ডেকোরেটিভ বাস্কেট, এবং থিম অনুযায়ী ডেকোরেটিভ আইটেম ব্যবহার কর। কিছু ক্ষেত্রে ডিজিটাল স্ক্রিন বা মাল্টিমিডিয়া উপকরণ ব্যবহার করে প্রদর্শনগুলির আকর্ষণ বাড়াতে পারেন। উদাহরণস্বরূপ, পণ্যের ডেমো ভিডিও চালানোর জন্য স্ক্রিন ব্যবহার কর।

### **ক্লিনলিনেস এবং মেইনটেনেন্স**

প্রদর্শন এলাকাগুলোকে নিয়মিত পরিষ্কার রাখুন। ধুলো মুক্ত এবং ঝকঝকে পরিবেশ নিশ্চিত কর যা গ্রাহকদের কাছে পণ্যগুলিকে আরও আকর্ষণীয় করে তোলে। প্রদর্শনের ফিক্সচার এবং ডেকোরেশনগুলি নিয়মিত পরীক্ষা করে দেখুন এবং প্রয়োজন অনুযায়ী মেরামত বা প্রতিস্থাপন কর। উদাহরণস্বরূপ, ভাঙা বা ক্ষতিগ্রস্ত অংশগুলি দ্রুত পরিবর্তন কর।

### **গ্রাহক প্রতিক্রিয়া এবং মূল্যায়ন**

গ্রাহকদের কাছ থেকে প্রদর্শনের নান্দনিকতা এবং কার্যকারিতা সম্পর্কে মতামত সংগ্রহ কর। তাদের মতামত অনুযায়ী পরিবর্তন বা উন্নতি কর। বিক্রয় এবং গ্রাহকের ব্যস্ততার ডেটা বিশ্লেষণ করে কোন প্রদর্শনগুলি বেশি কার্যকর তা নির্ধারণ কর এবং সেই অনুযায়ী প্রদর্শন কৌশলগুলি সামঞ্জস্য কর।

এই পদক্ষেপগুলি অনুসরণ করে, খুচরা বিক্রেতারা নিশ্চিত করতে পারেন যে তাদের প্রদর্শনগুলি সবসময় নান্দনিকভাবে আনন্দদায়ক, গ্রাহকদের জন্য আকর্ষণীয় এবং বাণিজ্যিকভাবে কার্যকর।

## সেলফ চেক (Self-Check)- ৪: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে

১ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য নিয়মিত পরিষ্কার করা কেন প্রয়োজন?

উত্তর:

২ প্রশ্ন: প্রদর্শিত পণ্যগুলি তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা কেন গুরুত্বপূর্ণ?

উত্তর:

৩ প্রশ্ন: গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে প্রচারমূলক ট্যাগ ব্যবহারের উপকারিতা কী?

উত্তর:

৪ প্রশ্ন: প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো কেন গুরুত্বপূর্ণ?

উত্তর:

৫ প্রশ্ন: নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ ও রক্ষণাবেক্ষণ কেন গুরুত্বপূর্ণ?

উত্তর:

৬ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের নিয়মিত পরিষ্কার না করলে কী সমস্যা হতে পারে?

উত্তর:

৭ প্রশ্ন: প্রদর্শিত পণ্যের তথ্য কীভাবে সঠিকভাবে প্রদর্শন করা যায়?

উত্তর:

৮ প্রশ্ন: প্রচারমূলক ট্যাগগুলি কোন ধরনের পণ্যে ব্যবহার করা উচিত?

উত্তর:

৯ প্রশ্ন: ডিসপ্লে পুনরায় সাজানোর সময় কী বিষয়গুলো মাথায় রাখতে হবে?

উত্তর:

১০ প্রশ্ন: নান্দনিক বিষয়গুলো কীভাবে পরিমাপ করা যায়?

উত্তর:

## উত্তর পত্র (Answer Key)- 8: পণ্যদ্রব্য প্রদর্শন বজায় রাখতে পারবে

- ১ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য নিয়মিত পরিষ্কার করা কেন প্রয়োজন?  
উত্তর: নিয়মিত পরিষ্কার করলে পণ্যগুলো ঝকঝকে ও আকর্ষণীয় থাকে, যা গ্রাহকদের আকৃষ্ট করতে সহায়ক হয়।
- ২ প্রশ্ন: প্রদর্শিত পণ্যগুলি তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা কেন গুরুত্বপূর্ণ?  
উত্তর: সঠিক তথ্য প্রদর্শন করলে গ্রাহক পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং ব্যবহার সম্পর্কে সঠিক ধারণা পায়, যা ক্রয়ের সিদ্ধান্তকে সহজ করে।
- ৩ প্রশ্ন: গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে প্রচারমূলক ট্যাগ ব্যবহারের উপকারিতা কী?  
উত্তর: প্রচারমূলক ট্যাগ ব্যবহারে পণ্যের বিশেষ অফার বা বৈশিষ্ট্যগুলি দ্রুত গ্রাহকের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পারে।
- ৪ প্রশ্ন: প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো কেন গুরুত্বপূর্ণ?  
উত্তর: বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজালে স্টক পূর্ণ দেখায় এবং গ্রাহকদের কাছে দোকানটি সজ্জিত এবং প্রস্তুত বলে মনে হয়।
- ৫ প্রশ্ন: নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ ও রক্ষণাবেক্ষণ কেন গুরুত্বপূর্ণ?  
উত্তর: নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ ও রক্ষণাবেক্ষণ করলে দোকানের সামগ্রিক পরিবেশ উন্নত হয় এবং গ্রাহকরা বেশি আকৃষ্ট হন।
- ৬ প্রশ্ন: পণ্য প্রদর্শনের নিয়মিত পরিষ্কার না করলে কী সমস্যা হতে পারে?  
উত্তর: পণ্যগুলি ধুলোময় বা নোংরা দেখালে গ্রাহকরা বিরক্ত হতে পারে এবং ক্রয়ের আগ্রহ হারাতে পারে।
- ৭ প্রশ্ন: প্রদর্শিত পণ্যের তথ্য কীভাবে সঠিকভাবে প্রদর্শন করা যায়?  
উত্তর: পণ্যের সঙ্গে সম্পর্কিত সঠিক তথ্য সাইনবোর্ড, ট্যাগ বা ডিজিটাল ডিসপ্লে মাধ্যমে সহজে দৃশ্যমান স্থানে প্রদর্শন করা যায়।
- ৮ প্রশ্ন: প্রচারমূলক ট্যাগগুলি কোন ধরনের পণ্যে ব্যবহার করা উচিত?  
উত্তর: বিশেষ অফার, নতুন পণ্য বা সিগনাল আইটেমের জন্য প্রচারমূলক ট্যাগ ব্যবহার করা উচিত।
- ৯ প্রশ্ন: ডিসপ্লে পুনরায় সাজানোর সময় কী বিষয়গুলো মাথায় রাখতে হবে?  
উত্তর: পুনরায় সাজানোর সময় পণ্যের উপলব্ধতা, গ্রাহকের নজর কাড়ার যোগ্যতা এবং সামগ্রিক সজ্জার মান বজায় রাখতে হবে।
- ১০ প্রশ্ন: নান্দনিক বিষয়গুলো কীভাবে পরিমাপ করা যায়?  
উত্তর: আলোকসজ্জা, রঙের সমন্বয়, এবং সাজসজ্জার সামঞ্জস্যতা দেখে নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ করা যায়।

## জব শিট (Job Sheet)-8.১: প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর

### কাজের ধারাবাহিকতা

- ধাপ ১: প্রয়োজনীয় ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম (PPE) যেমন সেফটি গ্লাভস এবং মাস্ক পরিধান করে নিন।
- ধাপ ২: বর্তমান পণ্য প্রদর্শনী পর্যবেক্ষণ কর। কোন পণ্য কোথায় রয়েছে তা চিহ্নিত কর।
- ধাপ ৩: পুনর্বিন্যাসের পরিকল্পনা তৈরি কর। কোন পণ্য কোথায় পুনর্বিন্যাস করতে হবে তা নির্ধারণ কর।
- ধাপ ৪: প্রয়োজনীয় সরঞ্জাম ও উপকরণ সংগ্রহ কর। পুনর্বিন্যাস করার জন্য প্রয়োজনীয় শেলফ, প্রদর্শনী স্ট্যান্ড, এবং অন্যান্য সরঞ্জাম প্রস্তুত কর।
- ধাপ ৫: প্রদর্শনী এলাকা পরিষ্কার এবং সুশৃঙ্খল রাখুন। পুনর্বিন্যাস করার জন্য এলাকা প্রস্তুত কর।
- ধাপ ৬: পণ্যগুলি নিরাপদে এবং সুশৃঙ্খলভাবে পুনর্বিন্যাস কর। প্রতিটি পণ্য সঠিক স্থানে স্থানান্তর কর।
- ধাপ ৭: পুনর্বিন্যাস করা পণ্য পর্যবেক্ষণ কর এবং প্রয়োজনীয় পরিবর্তন ও উন্নতি কর। পুনর্বিন্যাসের সঠিকতা এবং কার্যকারিতা পরীক্ষা কর।
- ধাপ ৮: পুনর্বিন্যাসের পর প্রদর্শনী এলাকা পরিষ্কার কর এবং সুশৃঙ্খল রাখুন।
- ধাপ ৯: গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ কর এবং পুনর্বিন্যাসের কার্যকারিতা মূল্যায়ন কর। পুনর্বিন্যাসের ফলাফল অনুযায়ী পরিবর্তন আনুন।
- ধাপ ১০: নিয়মিত ভিত্তিতে প্রদর্শনী এলাকা পরিদর্শন কর এবং পরিষ্কার রাখুন। পুনর্বিন্যাসের সঠিকতা এবং অবস্থান নিয়মিত পরীক্ষা কর।

**স্পেসিফিকেশন শিট (Specification Sheet)-8.২: প্রদর্শিত পণ্য পুনর্বিন্যাস কর**

**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	শেলফ	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	৩
২	প্রদর্শনী স্ট্যান্ড	পণ্য প্রদর্শনের জন্য	পিস	২
৩	লাইটিং	প্রদর্শনী এলাকা আলোকিত করার জন্য	সেট	১
৪	মেজারিং টেপ	উচ্চতা নির্ধারণের জন্য	পিস	১
৫	কম্পিউটার	প্রদর্শনীর পরিকল্পনা এবং নথিভুক্তির জন্য	পিস	১
৬	প্রিন্টার	তথ্য ট্যাগ প্রিন্ট করার জন্য	পিস	১
৭	স্টেপ ল্যাডার	উচ্চ স্থানে তথ্য বুলানোর জন্য	পিস	১
৮	স্ক্যানার	পণ্যের বারকোড স্ক্যান করার জন্য	পিস	১

**প্রয়োজনীয় ম্যাটেরিয়াল**

ক্রম	ইকুইপমেন্টস এর নাম	স্পেসিফিকেশন	একক	পরিমাণ
১	প্রদর্শনী পোস্টার	প্রদর্শনীর জন্য ডিজাইনকৃত	পিস	৫
২	প্রমোশনাল ব্যানার	বিশেষ অফার এবং প্রচারের জন্য	পিস	২
৩	পণ্যের লেবেল	পণ্যের সনাক্তকরণের জন্য	পিস	৫
৪	প্রতিবেদন ফর্ম	তথ্য বুলানোর সম্পর্কিত তথ্য নথিভুক্ত করার জন্য	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
ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিং ব্যাখ্যা করা হয়েছে		
ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিং এর গুরুত্ব অনুধাবন করা হয়েছে		
ভিজুয়াল মার্চেন্টাইজিং এর উপাদানসমূহ চিহ্নিত করা হয়েছে		
চোখের লেভেলে পণ্য প্রদর্শন বজায় রাখা হয়েছে		
কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শন সামগ্রী চিহ্নিত করে প্রদর্শনের জন্য সংগ্রহ করা হয়েছে		
পণ্যদ্রব্য সংগ্রহ, খোলা এবং যাচাই করা হয়েছে		
পণ্যের গুণগতমান বজায় রাখা হয়েছে		
স্ট্যান্ডার্ড পদ্ধতি অনুযায়ী পণ্যদ্রব্য প্রদর্শনের জন্য প্রস্তুত করা হয়েছে		
পণ্য প্রদর্শনের জন্য অবস্থান নির্বাচন এবং নিশ্চিত করা হয়েছে		
পণ্যদ্রব্য কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত হয়েছে		
পণ্যের শ্রেণী অনুযায়ী প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদর্শিত হয়েছে		
কর্মক্ষেত্রের মান অনুযায়ী প্রদর্শিত পণ্যের নিরাপত্তা নিশ্চিত করা হয়েছে		
প্রদর্শন কার্যকারিতা বাড়ানোর জন্য পণ্য নিয়মিত পরিষ্কার করা হয়েছে		
প্রদর্শিত পণ্য তথ্যসহ গ্রাহকদের নিকট দৃশ্যমান করা হয়েছে		
গ্রাহকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য প্রচারমূলক ট্যাগগুলি স্থাপন করা হয়েছে		
প্রতিটি বিক্রয়ের পরে ডিসপ্লে পুনরায় সাজানো হয়েছে		
নান্দনিক বিষয়গুলো পরিমাপ এবং রক্ষণাবেক্ষণ করা হয়েছে		

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

স্বাক্ষর ও তারিখ:

প্রশিক্ষকের স্বাক্ষর ও তারিখ:

## সিবিএলএম প্রণয়ন (Development of CBLM)

‘ভিজুইয়াল মার্চেন্ডাইজিং সম্পাদন করা’ (অকুপেশন: রিটেইল সেলস অপারেশন লেভেল- ০৩) শীর্ষক কম্পিটেন্সি 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 আখতার হোসেন	লেখক	০১৭১২-০৬০২৭৮
০২	মাহফুজুর রহমান	সম্পাদক	০১৭৪১-০৯২০৮৭
০৩	ইঞ্জি: মো: জুয়েল পারভেজ	কো-অর্ডিনেটর	০১৭৩৭-২৭৮৯০৬
০৪	মো: আব্দুর রাজ্জাক	রিভিউয়ার	০১৭৪২-৭৩৪৩১৩