ಕರ್ನಾಟಕ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ನಿಗಮ
KARNATAKA SKILL DEVELOPMENT CORPORATION

SANKALP
Ministry of Skill Development & Entrepreneurship

ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿ

PARTICIPANT HANDBOOK

ವಲಯ (Sector)	:	ದೂರಸಂಪರ್ಕ
ಉಪ–ವಲಯ (Sub-sector)	:	ಸೇವಾ ಪ್ರವರ್ತಕ
ವೃತ್ತಿ (Occupation)	:	ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ವಿತರಣೆ
ಉಲ್ಲೇಖ ID	:	Tel/Q0200, ಆವೃತ್ತಿ 1.0, NSQF ಮಟ್ಟ: 4

ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರು

Field Sales Executives

ಡಾ: ಅಶ್ವಥ್ ನಾರಾಯಣ ಸಿ.ಎನ್.
ಉನ್ನತ ಶಿಕ್ಷಣ, ಐಟಿ-ಬಿಟಿ, ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು
ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ, ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ,
ಜೀವನೋಪಾಯ ಹಾಗೂ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಸಚಿವರು
ಮತ್ತು ರಾಮನಗರ ಜಿಲ್ಲಾ ಉಸ್ತುವಾರಿ ಸಚಿವರು

ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ

ಕೊಠಡಿ ಸಂಖ್ಯೆ 242–243
2ನೇ ಮಹಡಿ, ವಿಕಾಸಸೌಧ
ಬೆಂಗಳೂರು – 560 001
ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆ : 080–22258965
: 080–22034647

ಸಂಖ್ಯೆ:ಉಶಿ,ಐಟಿ&ಬಿಟಿ,ವಿ&ತಂ,ಕೌಅಸ/1016 /2021–22

ದಿನಾಂಕ: 14. 06. 2022

ಶುಭ ಸಂದೇಶ

ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಜೀವನೋಪಾಯ ಇಲಾಖೆಯ ಮಹಾತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆಯ ಯೋಜನೆಯಾದ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿ ಕೌಶಲ್ಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಯೋಜನೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ (CMKKY) ಒಂದು ಲಕ್ಷಕ್ಕೂ ಅಧಿಕ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ನೂರಕ್ಕೂ ಅಧಿಕ ಉದ್ಯೋಗ ಪಾತ್ರಗಳು(job role) ತರಬೇತಿ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯ ಪೂರ್ಣ ಫಲವನ್ನು ರಾಜ್ಯದ ಯುವಜನತೆಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಮಹತ್ತರ ಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಸರ್ಕಾರವು ಮುಂದಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಬ್ಯಾಂಕ್ ಪ್ರಾಯೋಜಿತ ಸಂಕಲ್ಪ (SANKALP) ಯೋಜನೆಯಡಿ ಸುಮಾರು 70 ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿರುವ ಹಾಗೂ CMKKY ಯೋಜನೆಯಡಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಉದ್ಯೋಗ ಪಾತ್ರಗಳು (job role) ಪಠ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ಕನ್ನಡಕ್ಕೆ ಅನುವಾದಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾತೃ ಭಾಷೆಗೆ ಅನುವಾದಗೊಂಡ ಈ ಪಠ್ಯಕ್ರಮವು ನಮ್ಮ ಕರ್ನಾಟಕದ ಯುವಶಕ್ತಿಯನ್ನು, ಅದರಲ್ಲೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಯುವಜನರ ಕೌಶಲ್ಯತೆಯನ್ನ ವೃದ್ಧಿಸಿ, ಅವರ ಸರ್ವೋತೋಮುಖ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ನಾಂದಿ ಹಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನನಗೆ ಖಾತ್ರಿಯಿದೆ. ಅನುವಾದಗೊಂಡ ಈ ಪಠ್ಯಕ್ರಮದ ಉಪಯೋಗವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲಿ ಎಂದು ಆಶಿಸುತ್ತೇನೆ.

(ಡಾ: ಅಶ್ವಥ್ ನಾರಾಯಣ ಸಿ.ಎನ್)

ಡಾ. ಎಸ್. ಸೆಲ್ವಕುಮಾರ್, ಭಾ.ಆ.ಸೇ.,
ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ

ಕೌಶಲ್ಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ, ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು
ಜೀವನೋಪಾಯ ಇಲಾಖೆ
ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರ

ಮುನ್ನುಡಿ

ಕರ್ನಾಟಕ ಸರ್ಕಾರದ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಜೀವನೋಪಾಯ ಇಲಾಖೆಯು, ರಾಜ್ಯದ ಯುವಜನತೆಗೆ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳ ಬೇಡಿಕೆ ಆಧಾರಿತ ಕೌಶಲ್ಯ ತರಬೇತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾ ಬಂದಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಅರ್ಹತಾ ಚೌಕಟ್ಟಿಗೆ ಒಳಪಟ್ಟ ಎಲ್ಲಾ ಜಾಬ್ ರೋಲ್‌ಗಳ (Job Roles) ವಿಷಯಸೂಚಿ ಹಾಗೂ ಪಠ್ಯಕ್ರಮವು ಆಂಗ್ಲ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿತವಾಗಿದೆ. ಇವುಗಳ ಪೈಕಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶದ ಯುವಜನತೆಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕೌಶಲ್ಯ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ 70 ಜಾಬ್ ರೋಲ್‌ಗಳ ವಿಷಯಸೂಚಿ ಹಾಗೂ ಪಠ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ವಿಶ್ವ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನೆರವಿನ ಜೀವನೋಪಾಯ ಉನ್ನತಿಗಾಗಿ ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ಜ್ಞಾನಾರ್ಜನೆ (SANKALP) ಯೋಜನೆಯಡಿ ಕನ್ನಡ ಭಾಷೆಗೆ ಅನುವಾದಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅನುವಾದಿತ ಈ ವಿಷಯಸೂಚಿ ಹಾಗೂ ಪಠ್ಯಕ್ರಮದಿಂದ ರಾಜ್ಯದ ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷಿ ಯೋಜನೆಯಾದ ಮುಖ್ಯಮಂತ್ರಿ ಕೌಶಲ್ಯ ಕರ್ನಾಟಕ ಯೋಜನೆಯಡಿ ವಿವಿಧ ವೃತ್ತಿಗಳಲ್ಲಿ ಕೌಶಲ್ಯ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದು ಉದ್ಯೋಗ ನಿಯುಕ್ತರಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಫಲಶೃತಿ ಪಡೆಯಬಹುದೆಂದು ವಿಶ್ವಾಸಿಸುತ್ತಾ ಎಲ್ಲಾ ಆಕಾಂಕ್ಷಿಗಳಿಗೆ ಶುಭ ಕೋರುತ್ತೇನೆ.

(ಡಾ. ಎಸ್. ಸೆಲ್ವಕುಮಾರ್, ಭಾ.ಆ.ಸೇ.)
ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರಧಾನ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿ,
ಕೌಶಲ್ಯಾಭಿವೃದ್ಧಿ, ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು
ಜೀವನೋಪಾಯ ಇಲಾಖೆ.

ಕೊಠಡಿ ಸಂಖ್ಯೆ : 347, 2ನೇ ಹಂತ, 3ನೇ ಮಹಡಿ, ಬಹುಮಹಡಿ ಕಟ್ಟಡ, ಡಾ. ಬಿ.ಆರ್. ಅಂಬೇಡ್ಕರ್ ವೀಧಿ, ಬೆಂಗಳೂರು – 560 001
ದೂರವಾಣಿ: ಕಛೇರಿ : 080-22253724, 22032996
ಇ-ಮೇಲ್ : acs.skill@karnataka.gov.in / Website : www.kaushalkar.com

Message from Chief Executive Officer - Telecom Sector Skill Council

Now that our Qualification packs are being translated into Kannada, it has set the pace for QPs to be launched in other regional languages as well, making telecom & tech skills more accessible to the youth of India. Propagating skills in regional languages opens the doors for young Indians to be more employable in both Indian and international markets, steadily moving towards the goal of making India a 'Global Talent hub'.

TSSC has been scaling its mechanism for 'Centers of Excellence' across India to promote skills in new technologies such as 5G and IoT to bridge the massive demand-supply gap.

As states like Karnataka make skilling more accessible, our initiatives would benefit trainees and jobseekers. TSSC offers a job portal (telcojobs.in) with vacancies from top telecom and tech companies in India and an e-Learning platform (learning.tsscindia.com) to develop ICT skills online to futher augment careers of young trainees from future-ready states like Karnataka.

Mr. Arvind Bali
Chief Executive Officer
Telecom Sector Skill Council

ಪ್ರಕಟಿಸಿದವರು

ಎಲ್ಲ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಕಾಯ್ದಿರಿಸಲಾಗಿದೆ,
ಮೊದಲ ಆವೃತಿ, ಮೇ 2016

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಣ

ಹಕ್ಕುಸ್ವಾಮ್ಯ © 2016
ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿ
ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳು:
ವಿಳಾಸ: 2ನೇ ಮಹಡಿ, ಪ್ಲಾಟ್ ಸಂಖ್ಯೆ. 105,
ವಲಯ–44, ಗುರ್ಗಾಂವ್–122003
ಹರ್ಯಾಣ, ಭಾರತ
ಇಮೇಲ್: tssc@tsscindia.com
ದೂರವಾಣಿ: 0124-4148029/4375891

ಹಕ್ಕುಬಾಧ್ಯತೆ ನಿರಾಕರಿಸಲಾಗಿದೆ

ಇಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿಯ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಪಡೆಯಲಾಗಿದೆ. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿಯು ಇಲ್ಲಿನ ನಿಖರತೆ, ಸಂಪೂರ್ಣತೆ ಅಥವಾ ಅಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಮರ್ಪಕತೆಯ ಖಾತರಿ ಜವಬ್ದಾರಿಯಿಂದ ಹೊರತಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿನ ಲೋಪಗಳು, ಅಸಮರ್ಪಕ ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಅದರ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿಗೆ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿಯು ಯಾವುದೇ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊರುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಅಡಕಗೊಂಡಿರುವ ಬರಹಗಳ ಹಕ್ಕುಸ್ವಾಮ್ಯದ ಮಾಲೀಕರನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಎಲ್ಲ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಸ್ವೀಕೃತಿಯಿಂದ ಹೊರತಾಗಿರುವ ಯಾವುದೇ ಸಂಗತಿಯನ್ನು ಗಮನಕ್ಕೆ ತಂದರೆ ಅದನ್ನು ಮುಂದಿನ ಮುದ್ರಣಗಳಲ್ಲಿ ಕೃತಜ್ಞತೆಯಿಂದ ಪ್ರಕಾಶಕರು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಗಳ ಮೇಲಿನ ಅವಲಂಬನೆಯಿಂದ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಉಂಟಾಗುವ ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿಯ ಯಾವುದೇ ಘಟಕವು ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಲ್ಲ. ಸದರಿ ಪ್ರಕಟಣೆಯು ಹಕ್ಕುಸ್ವಾಮ್ಯಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟಿದೆ. ಈ ಪ್ರಕಟಣೆಯ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಕಟಣೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಲಿ ಅಥವಾ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ರೂಪದಲ್ಲಾಗಲಿ ಮರು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು, ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು, ವಿತರಿಸಲು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿಯ ಒಪ್ಪಿಗೆ ಪಡೆಯತಕ್ಕದ್ದು.

"ಕೌಶಲ್ಯವೆಂದರೆ ಸದೃಢ ಭಾರತದ ನಿರ್ಮಾಣ.
ನಾವು ಭಾರತವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕಡೆಗೆ
ಕೊಂಡೊಯ್ಯಬೇಕಾದರೆ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ
ನಮ್ಮ ಧ್ಯೇಯವಾಗಬೇಕು."

ಶ್ರೀ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ
ಭಾರತದ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

Telecom Sector Skill Council

N·S·D·C
National Skill Development Corporation
Transforming the skill landscape

Certificate

COMPLIANCE TO QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

TELECOM SECTOR SKILL COUNCIL

for

SKILLING CONTENT: PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of
Job Role/ Qualification Pack: 'Field Sales Executive'
QP No. '**TEL/Q0200 NSQF Level 4**'

Date of Issuance: **May 5th, 2016**

Valid up to*: **May 5th, 2018**

**Valid up to the next review date of the Qualification Pack or the 'Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)*

Authorised Signatory
(Telecom Sector Skill Council)

ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳು

ಈ "ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿ" ಸಿದ್ಧತೆಗಾಗಿ ಭಿನ್ನ ವಿಧಗಳಲ್ಲಿ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮಂಡಳಿ ಕೃತಜ್ಞತೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ. ಅವರ ಕೊಡುಗೆ ಇಲ್ಲದೆ ಈ ಕೈಪಿಡಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿರಲಿಲ್ಲ. ವಿಭಿನ್ನ ಕೈಪಿಡಿ ಸಿದ್ಧತೆಯಲ್ಲಿ ಬೇರೆ ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡವರಿಗೂ ವಿಶೇಷ ಕೃತಜ್ಞತೆಗಳು. ಇದನ್ನು ವಿಮರ್ಶಿಸಿ ಅನಿಸಿಕೆ ನೀಡಿದ ಎಲ್ಲರೂ ಕೃತಜ್ಞತೆಗೆ ಅರ್ಹರು.

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಬೆಂಬಲವಿಲ್ಲದೆ ಈ ಕೈಪಿಡಿ ಸಿದ್ಧತೆ ಸಾಧ್ಯವಿರಲಿಲ್ಲ. ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೂ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹದಾಯಕವಾಗಿತ್ತು, ಮತ್ತು ಅವರ ಸಲಹೆಗಳಿಂದ ಇಂದು ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿರುವ ಕೌಶಲ್ಯದ ಅಂತರವನ್ನು ತಗ್ಗಿಸಲು ನಾವು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದ್ದೇವೆ.

ಈ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿ ವಿಶೇಷ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಬಯಸುವ ಉತ್ಸಾಹಿ ಯುವಕರಿಗೆ ಸಮರ್ಪಿತವಾಗಿದ್ದು ಇದು ಅವರ ಭವಿಷ್ಯದ ಪ್ರಯತ್ನಗಳಿಗೆ ಜೀವನಪರ್ಯಂತದ ಆಸ್ತಿಯಾಗಲಿದೆ.

ಈ ಪುಸ್ತಕದ ಬಗ್ಗೆ

ಕಳೆದ 5 ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ಒಟ್ಟಾರೆ ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರಗತಿಯಲ್ಲಿ ಮೇಲುಗೈ ಸಾಧಿಸಿದೆ. ಈ ವಲಯವು 2013-17ರ ಅಲ್ಪ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ 15% ಪ್ರಬಲ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿದ್ದು, ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀಟೇಲ್, ಮುಂಚೂಣಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಗತಿ, ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಆದ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸರ್ಕಾರದ ಬೆಂಬಲದಿಂದ ಇದು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿದೆ. 1 ಶತಕೋಟಿ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಭಾರತವು ಪ್ರಪಂಚದಲ್ಲಿ ದ್ವಿತೀಯ ಅತಿದೊಡ್ಡ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ವಲಯವು ಪ್ರಸ್ತುತ 2.08 ದಶಲಕ್ಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು 2022ರಲ್ಲಿ ಇದು 4.16 ದಶಲಕ್ಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಲಿದೆ. ಇದು 9 ವರ್ಷದಲ್ಲಿ 2.1 ದಶಲಕ್ಷ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ಸಾಕ್ಷಿಯಾಗಲಿದೆ.

ಈ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ (FSE) ಆಗಲು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಸೈದ್ಧಾಂತಿಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ ಕೌಶಲ್ಯ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ವಿರೂಪಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ (FSE) ಅನ್ನು ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿ ನಡೆದಾಡುವವ (ಫೀಟ್ ಆನ್ ಸ್ಟ್ರೀಟ್)/ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟರ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ (DSE)/ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟರ್ ಸೇಲ್ಸ್ ರೆಪ್ರೆಸೆಂಟೇಟಿವ್ (DSR) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ದೈನಂದಿನ ಮಾರ್ಗ/ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಮಾಸಿಕ ಆದಾಯದ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು, ವಿತರಣೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು, ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರ ದಾಖಲಾತಿಗಾಗಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅನುಸರಣೆಗೆ ಬದ್ಧವಾಗಿರುವುದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು ಇವರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಈ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿಯು ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ (FSE) ಅರ್ಹತಾ ಪ್ಯಾಕ್ (TEL/Q0200) ಅನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಈ ಕೆಳಗಿನ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ಗುಣಮಟ್ಟಗಳನ್ನು (NOS): ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

1. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ - TEL/N0200
2. ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು - TEL/N0201
3. ವಿತರಣೆ ಗಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚಳ - TEL/N0202
4. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅನುಸರಣೆ - TEL/N0203
5. ಡೇಟಾ ಪರಿಣತಿ - TEL/N0110

ಪ್ರಮುಖ ಕಲಿಕೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಗಳಿಸಿದ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅವರ ಆಯಾ ಘಟಕಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ತರಬೇತಿಯ ನಂತರ, ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಸ್ಟಾಕ್‌ಅನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿಯೋಜಿಸಲಾದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಕವರ್ ಮಾಡಲು, ಜಾಗತಿಕ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಆಕರ್ಷಕ ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಬಯಸುವ ನಮ್ಮ ಯುವ ಸ್ನೇಹಿತರಿಗೆ ಈ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಕೈಪಿಡಿಯು ಉತ್ತಮ ಕಲಿಕೆಯ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಾವು ಭಾವಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಬಳಸಿರುವ ಸಂಕೇತಗಳು

ಕಲಿಕೆಯ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಹಂತಗಳು

ಟಿಪ್ಪಣಿ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಅಭ್ಯಾಸ

ಸಲಹೆಗಳು

ಪರಿವಿಡಿ

ಕ್ರಸಂ	ಮಾಡ್ಯೂಲ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಘಟಕಗಳು	ಪುಟ ಸಂ.
1.	**ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪರಿಚಯ**	**1**
	ಘಟಕ 1.1: ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪರಿಚಯ	3
	ಘಟಕ 1.2: ಭಾರತದಲ್ಲಿ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪರಿಚಯ	5
	ಘಟಕ 1.3: FSE ಪಾತ್ರ	11
2.	**ಪ್ರಮುಖ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು**	**17**
	ಘಟಕ 2.1: ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ	19
	ಘಟಕ 2.2: ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ	28
	ಘಟಕ 2.3: ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ	32
	ಘಟಕ 2.4: ನೀತಿಸಂಹಿತೆ ಮತ್ತು ಸದಾಚಾರ ಸಂಹಿತೆ	38
	ಘಟಕ 2.5: ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು	41
	ಘಟಕ 2.6: ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್–ಸಿಒಎಐ	44
3.	**ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ (TEL/N0200)**	**47**
	ಘಟಕ 3.1: ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ	49
4.	**ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಏರಿಕೆ (TEL/N0201)**	**63**
	ಘಟಕ 4.1: ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು	65
	ಘಟಕ 4.2: ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಏರಿಕೆ	77
5.	**ವಿತರಣಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವುದು (TEL/N0202)**	**87**
	ಘಟಕ 5.1: ವಿತರಣಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವುದು	89
6.	**ಅನುಸರಣೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ (TEL/N0203)**	**105**
	ಘಟಕ 6.1: ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಆಕ್ಟಿವೇಷನ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ	107
	ಘಟಕ 6.2: ದೂರು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ	115
7.	**ಡೇಟಾ ಪರಿಣತಿ (TEL/N0110)**	**117**
	ಘಟಕ 7.1: ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು	119
	ಘಟಕ 7.2: ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳ ಫೀಡ್‌ಬ್ಯಾಕ್/ದೂರು ಕೇಳುವುದು	122
	ಘಟಕ 7.3: ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆ	126
8.	**ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು**	**129**
	ಘಟಕ 8.1: ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು	131
	ಘಟಕ 8.2: - ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು	143
9.	**ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಮುಕ್ತಾಯ**	**153**
	ಘಟಕ 9.1 ಸಂದರ್ಶನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು	155
	ಘಟಕ 9.2. FAQಗಳು	157

10.	**ಉದ್ಯೋಗಾರ್ಹತೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು**	**163**
	ಘಟಕ 10.1 ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು	167
	ಘಟಕ 10.2. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ: ಒಂದು ಅವಲೋಕನೆ	186
	ಘಟಕ 10.3. ಹಣಕಾಸಿನ ವಿಷಯಗಳು	191
	ಘಟಕ 10.4. ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ ತಯಾರಿ	202
	ಘಟಕ 10.5. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು	211
	ಘಟಕ 10.6. ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಲು ಸಿದ್ಧತೆ	238
	ಅನುಬಂಧಗಳು	**257**
	ಅನುಬಂಧ I: ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳು	258
	ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ	**259**

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

1. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪರಿಚಯ

Telecom
Sector
Skill
Council

ಘಟಕ 1.1 – ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ ಪರಿಚಯ

ಘಟಕ 1.2 – ಭಾರತದಲ್ಲಿ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪರಿಚಯ

ಘಟಕ 1.3 – FSE ಪಾತ್ರ

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು
2. ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಗತಿ ಮತ್ತು ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು
3. ಓರ್ವ FSEಯ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು
4. FSEಯ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸುವುದು

ಘಟಕ 1.1: ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಪರಿಚಯ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

1.1.1 ಪರಿಚಯ

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಎಂಬುದು ದೂರವಾಣಿ ಸಂವಹನ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಸಂವಹನ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿದೆ.

"ದೂರಸಂಪರ್ಕ" ವಲಯ/ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ "ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್" ಹುದ್ದೆಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ಹೊಂದಿದೆ. ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗಳು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಸರಕನ್ನು ತಲುಪಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನಿಯೋಜಿಸಲಾದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜನಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ತಲುಪಲು ಜಾಗತಿಕ ಮಳಿಗೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ನ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವದ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣವೆಂದರೆ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಡ್ರೆಸ್ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವುದು, ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವುದು, ಸ್ಮಾರ್ಟ್, ಬಲವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿರುವುದು. ಅದರ ಜೊತೆಗೆ ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರತ್ತ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತರಾಗಿರಬೇಕು. ಸ್ಥಳೀಯ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಸುದೀರ್ಘ ಗಂಟೆಗಳ ಕಾಲ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು.

ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಕೆಳಗಿನ ಸ್ಥೂಲನೋಟವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ :

- ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮ
- FSE ಯ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು
- ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆಗಳು
- ಮಾರಾಟ ಚಕ್ರ (ಆವೃತ್ತಿ)
- ವಿತರಣೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿ, ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
- ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ರೀತಿ
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
- FSEಯಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬೇಕಾದ ನಡವಳಿಕೆ, ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವು ನಿಮಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು:

- ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು
- ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು (ಆಲಿಸುವ, ಮಾತನಾಡುವ ಮತ್ತು ಬರೆಯುವ ಕೌಶಲ್ಯ)

- ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯವಹಾರ ಕೌಶಲ್ಯ
- ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ ಕೌಶಲ್ಯ
- ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು
- ಮಾರಾಟ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಘಟಕ 1.2: ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪರಿಚಯ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಟ್ರೆಂಡ್‌ಅನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು

1.2.1 ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪರಿಚಯ

ಮಾನವ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿನ ಕ್ರಾಂತಿಯಿಂದಾಗಿ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸಂವಹನವು ದೇಶದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸಿದೆ. ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಡೇಟಾ ಸೇವೆಗಳ ವೇಗಯುತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಡಿಕೆಯಿಂದಾಗಿ ಈ ವಲಯವು ಕೈಗಾರಿಕಾ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿದೆ.

ದೂರವಾಣಿ (ಮೊಬೈಲ್ ದೂರವಾಣಿ), ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ (ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಡೇಟಾವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು) ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನ ಪ್ರಸಾರವು ಭಾರತೀಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಮುಖ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಾಗಿವೆ.

ವಿಶ್ವದ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಭಾರತವು ಎರಡನೇ ಅತಿ ದೊಡ್ಡದಾಗಿದೆ. ಇದು ಒಟ್ಟು ದೂರವಾಣಿ ಬಳಕೆದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ (ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್).

ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 2013ರ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ ನಾವು 57,400 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗಳ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯದೊಂದಿಗೆ 900 ದಶಲಕ್ಷ ಚಂದಾದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇವೆ.

1.2.2 ಪ್ರಗತಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಚಾಲಕಶಕ್ತಿಗಳು

- **ಏರುತ್ತಿರುವ ಆದಾಯದ ಮತ್ತು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಮೀಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ**
  - » 2000- 12ರ ವೇಳೆಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ತಲಾದಾಯವು ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಪ್ರಗತಿ ದರ ಶೇ. 11.2 ಅನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿದೆ (89,514 ರೂ.) ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ (ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹಣಕಾಸು ನಿಧಿ).
  - » ಶ್ರೀಮಂತ ಮಧ್ಯಮ ಅನಿರೀಕ್ಷಿತ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಿಂದಾಗಿ ಮೊಬೈಲ್ ಮತ್ತು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಬೇಡಿಕೆಯುಂಟಾಗಿದೆ ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತಿದೆ
- **ಚಂದಾದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ**
  - » ದೇಶದಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಸೇವೆಯ ಪ್ರವೇಶಿಸುವಿಕೆಯು (ಅಂತರ್ವೇಶನ) ಪ್ರಸ್ತುತ ಶೇಕಡಾ 51ರಷ್ಟಿದೆ ಮತ್ತು 2016ರ ವೇಳೆಗೆ ಶೇಕಡಾ 72ಕ್ಕೆ ಬೆಳೆಯುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿದೆ.
- **ವಿಲೀನ ಮತ್ತು ಸ್ವಾಧೀನ ನೀತಿಗಳು**
  - » ಸಂವಹನದ ಅಂತರ್ ಸಚಿವಾಲಯ ಸಮಿತಿಯು ಅನುಮೋದಿಸಿದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕಂಪನಿಗಳು, ಫಲಿತಾಂಶ ಘಟಕದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲು ಶೇಕಡಾ 50 ಮೀರದಂತೆ ಪ್ರವರ್ತಕರನ್ನು ಸ್ವಾಧೀನಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.
- **ಮೌಲ್ಯಾಧಾರಿತ ಮೊಬೈಲ್ ಸೇವೆಗಳು**
  - » 2015ರ ವೇಳೆಗೆ ಭಾರತೀಯ MVAS ವಿಭಾಗದ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು 64800 ಕೋಟಿ ರೂ. ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದು ಅರೆ ನಗರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಅಲೆಯನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿದೆ.
- **ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್‌ಗಳು**
  - » TRAI ವರದಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಆದಾಯವು 2016ರಲ್ಲಿ 46,800 ಕೋಟಿ ರೂ.ಗೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ

» ಭಾರತವು ವಿಶ್ವದ ಎರಡನೇ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಮೊಬೈಲ್ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು 2010 ರಿಂದ 2016ರವರೆಗೆ ಶೇ. 11.8ರಷ್ಟು ಸಂಯುಕ್ತ ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆ ದರದಲ್ಲಿ 2016ರಲ್ಲಿ 208.4 ಮಿಲಿಯನ್ ಯುನಿಟ್ ಸಾಗಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಬೆಳೆಯಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ.

ಮೂಲ: http://www.nsdcindia.org/sites/default/files/files/Telecommunications.pdf

1.2.3 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳು

ಸಡಿಲಗೊಂಡ FDI ನೀತಿ

- ರೋಮಿಂಗ್ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ತೆಗೆದು ಹಾಕಲಾಗಿದೆ.
- ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಸಂಪರ್ಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ
- ಏಕೀಕೃತ ಪರವಾನಗಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ
- ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡಲಾಗಿದೆ
- ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ದೂರವಾಣಿ ಸಂಪರ್ಕ ವಿಸ್ತರಿಸಲಾಗಿದೆ
- ಸರ್ಕಾರವು ಸಡಿಲಿಕೆ ನೀತಿಯೊಂದಿಗೆ ಸ್ವಾಧೀನ ಮತ್ತು ವಿಲೀನಕ್ಕೆ ಅನುವು ನೀಡಿದೆ
- ಪರವಾನಗಿ ಶುಲ್ಕದಲ್ಲಿ ಕಡಿತ

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯವು ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷ ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಗಮನಾರ್ಹ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕಂಪನಿಗಳ ಉಪ ವಲಯಗಳು ನೇರವಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಅಗತ್ಯವಿರುವ ವಿಸ್ತರಣೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು, ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿಸಲು (CapEX) ಮತ್ತು ನುರಿತ ಮಾನವಶಕ್ತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಮೊಬೈಲ್ ಸೇವೆಗಳು, ಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳಾದ ಟೆಲಿವಿಷನ್, ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನಂತಹ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯದ ಕಂಪನಿಗಳು ಉತ್ತಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ.

ಸಂವಹನವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ಸಾಧನಗಳು, ಸಂಪರ್ಕ ತಂತಿಗಳು, ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹಲವಾರು ಉದ್ಯೋಗಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದೆ. ಇದು ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ವೃತ್ತಿಜೀವನದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಬ್ಬರು ಕೆಳಗಿನ ಯಾವುದಾದರೂ ವೃತ್ತಿಜೀವನವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಬಹುದು:

- ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್/ಉತ್ಪನ್ನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ
- ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಟೆಸ್ಟಿಂಗ್
- ERP ಇಂಪ್ಲಿಮೆಂಟೇಷನ್/ಇಂಟಿಗ್ರೇಷನ್
- ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪ್ಲಾನಿಂಗ್
- ಡೇಟಾ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್
- ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಡೆವೆಲಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಾಧಾರಿತ ಸೇವೆಗಳು

ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು

- ತಾಂತ್ರಿಕ ಉದ್ಯೋಗಗಳಿಗಾಗಿ, ಇಂಜಿನಿಯರಿಂಗ್ ಪದವೀಧರ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ (ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳು, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್ ಅಥವಾ ದೂರಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿನ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಂತಹ) ಉದ್ಯೋಗದ ಸ್ವರೂಪವು ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿದೆ.
- ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಟೆಕ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ ಉದ್ಯಮದ ಆಂತರಿಕ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದು, ಉದ್ಯಮವು ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಫಿಕಲ್ ಯೂಸರ್ ಇಂಟರ್ಫೇಸ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಬಲವಾದ ಪ್ರೋಗ್ರಾಮಿಂಗ್ ಕೌಶಲ್ಯಗಳೊಂದಿಗಿನ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಡೆವಲಪರ್‌ಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.
- ಈ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಐಟಿ, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್‌ನ ಆಳವಾದ ಜ್ಞಾನವಿರುವ ಇಂಜಿನಿಯರ್‌ಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಸಿಸ್ಟಮ್ ವಿನ್ಯಾಸ ಮತ್ತು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಹೊಂದಿರುವ ಇತರರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಹೊಂದಿರುವ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಭವಿಷ್ಯ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.
- ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕೋಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಪರೀಕ್ಷೆಯಂತಹ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

- ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಂತದ ಹುದ್ದೆಗೆ ನೇಮಕಗೊಂಡಾಗ, ಕೆಲಸವು ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಟ್ರೈನಿಯಿಂದ ಹಿಡಿದು ಯಾವುದೇ ಮಟ್ಟದ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ಹುದ್ದೆವರೆಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು.

ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡುವವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸವಾಲುಗಳು

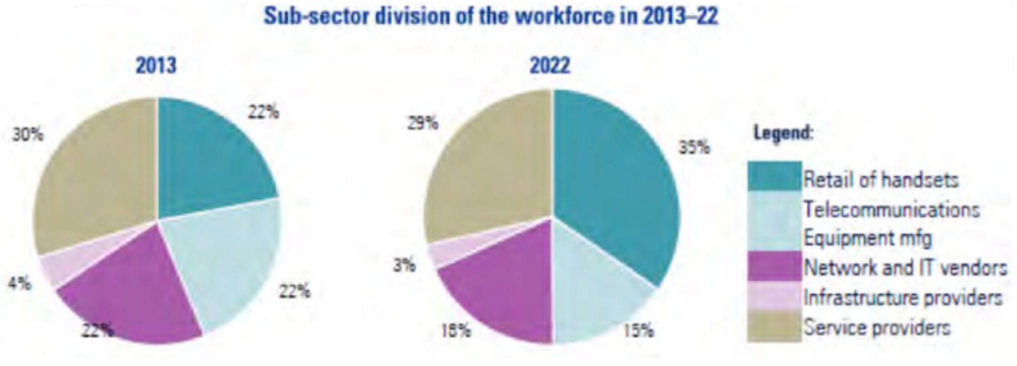
- ತಾರ್ಕಿಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ, ಆಳವಾದ ತಾಂತ್ರಿಕ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಿಸುವಿಕೆಯ ಕೊರತೆಯು ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡುವವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಸವಾಲುಗಳಾಗಿವೆ.
- ದೂರಸಂಪರ್ಕದ ಮೂಲ ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯ ಸಮೂಹದ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಒದಗಿಸುತ್ತಿವೆ.
- ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಂತದ ಹುದ್ದೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಇಳಿಕೆ ದರವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ, ಇದು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತು ಇತರ ಉಪ ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಬಹಳ ದೊಡ್ಡ ಸವಾಲಾಗಿದೆ.
- ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು, ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಕೊರತೆಯು ಸಹ ಸವಾಲಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ 2.8 ದಶಲಕ್ಷ (2013) ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿದ್ದು 2022ರ ವೇಳೆಗೆ 4.12 ದಶಲಕ್ಷಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿದೆ

ಚಿತ್ರ. 1.2.1 2013ರಿಂದ 2022ರವರೆಗಿನ ಕಾರ್ಯಪಡೆಯ ಏರಿಕೆ ಗ್ರಾಫ್

ಈ ವಲಯವು ಪ್ರಸ್ತುತ 2.08 ದಶಲಕ್ಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗ ನೀಡಿದೆ ಮತ್ತು 2022ರಲ್ಲಿ ಇದು 4.16 ದಶಲಕ್ಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಲಿದೆ. ಇದು ಒಂಬತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ~2.1 ಮಿಲಿಯನ್ ಉದ್ಯೋಗಗಳ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಸೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ (ಮೇಲಿನ ಚಿತ್ರ 1.2.1 ಅನ್ನು ನೋಡಿ).

ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಏಕೀಕರಣ ಮತ್ತು ಹಂಚಿಕೆಯ ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಜೊತೆಗೆ ಸಂಘಟಿತ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವುದು ಕಾರ್ಯಪಡೆಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದ್ದು, 2013–17ರ ಅವಧಿಯು 2017–22ಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಕಾಣಲಿದೆ.



ಚಿತ್ರ 1.2.2 2013–22ರ ಅವಧಿಯ ಉಪ ವಲಯ ವಿಭಾಗದ ಕಾರ್ಯಪಡೆ

ಉಪ-ವಲಯಗಳಿಂದ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಬ್ರೇಕಪ್ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಚಿಲ್ಲರೆ ವಿಭಾಗವು ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಬಲಿಷ್ಠ ಉದ್ಯೋಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ತೋರಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಒಟ್ಟಾರೆ ವಲಯದ ಉದ್ಯೋಗದ ಪಾಲನ್ನು 2013ರಲ್ಲಿ ಶೇಕಡ 22 ರಿಂದ 2022ರ ವೇಳೆಗೆ ಶೇಕಡ 35ಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ (ಮೇಲಿನ ಚಿತ್ರ 1.2.2 ಅನ್ನು ನೋಡಿ)

ಗ್ರಾಮೀಣ ಮತ್ತು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ವಿಭಜನೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಈ ಉದ್ಯಮವು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಭಾರತದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಉದ್ಯಮ ಉತ್ತಮ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇ-ಆಡಳಿತದ ಪರಿಚಯದೊಂದಿಗೆ ಆಡಳಿತದ ಪಾರದರ್ಶಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿದೆ. ಆಧುನಿಕ ದೂರಸಂಪರ್ಕವು ಭಾರತದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಜನತೆಗೆ ಸಾಮೂಹಿಕ ಶಿಕ್ಷಣ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಅತ್ಯದ್ಭುತ ಬಳಕೆದಾರರ ಬೇಡಿಕೆಯು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದ್ದು ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಅಗಾಧವಾದ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದೆ. ಪ್ರವೇಶ ಹಂತದ ಉದ್ಯೋಗಾಕಾಂಕ್ಷಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ವಲಯದಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಉದ್ಯೋಗ ಪಾತ್ರಗಳೆಂದರೆ: ಕಸ್ಟಮರ್ ಕೇರ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ (ಕಾಲ್ ಸೆಂಟರ್, ರಿಲೇಶನ್‌ಶಿಪ್ ಸೆಂಟರ್ ಮತ್ತು ರಿಪೇರಿ ಸೆಂಟರ್‌ನಲ್ಲಿ), ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ವಿಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಇನ್ ಸ್ಟೋರ್ ಪ್ರಮೋಟರ್, ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್, ಇತ್ಯಾದಿ.

ಉತ್ಪಾದನಾ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್/ಉತ್ಪನ್ನ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಟೆಸ್ಟಿಂಗ್, ಸಿಸ್ಟಮ್ ಅಡ್ಮಿನಿಸ್ಟ್ರೇಶನ್, ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪ್ಲಾನಿಂಗ್, ಡೇಟಾ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್, BSS ಎಂಜಿನಿಯರಿಂಗ್, ಮೊಬೈಲ್ ರಿಪೇರಿ, ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ಉದ್ಯೋಗಗಳಾಗಿವೆ.

ಮೂಲ: http://www.nsdcindia.org/sites/default/files/files/Telecommunications.pdf

1.2.3 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು

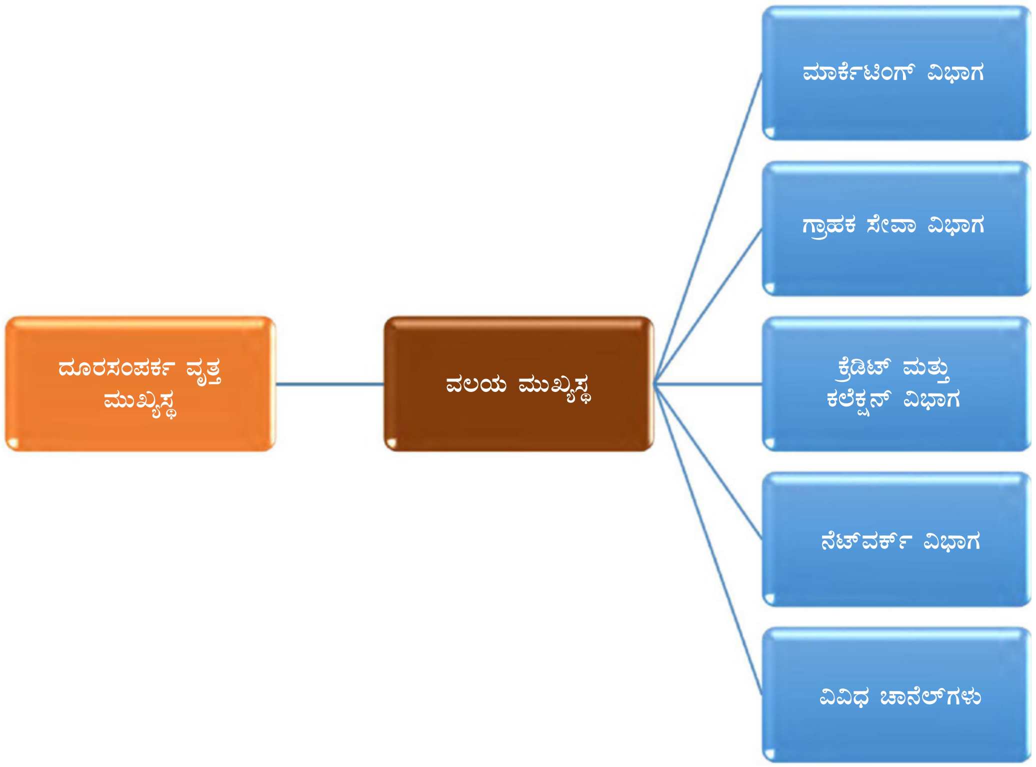
ಟೇಬಲ್ 1.2.1 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು

ಕ್ರಮ.ಸಂಖ್ಯೆ	ಕಂಪನಿಯ ಹೆಸರು
1	ಭಾರ್ತಿ ಏರ್‌ಟೆಲ್
2	ರಿಲಯನ್ಸ್ ಕಮ್ಯುನಿಕೇಷನ್
3	ವೋಡಾಫೋನ್ ಎಸ್ಸಾರ್
4	ಐಡಿಯಾ ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್
5	ಬಿಎಸ್‌ಎನ್‌ಎಲ್
6	ಟಾಟಾ ಟೆಲಿಸರ್ವೀಸಸ್
7	ಏರ್‌ಸೆಲ್
8	ಯೂನಿನಾರ್
9	ವೀಡಿಯೋಕಾನ್
10	ಎಂಟಿಎನ್‌ಎಲ್

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು, ಉದ್ಯಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಇತರ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಪ್ರತಿ ವಲಯಕ್ಕೂ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ತಂತ್ರಗಳು ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ.

ನಿಮ್ಮ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಿಂದ ಗರಿಷ್ಠ ಮಟ್ಟದ ಆದಾಯ ಗಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಂಬಿಕೆ ಬಲವರ್ಧನೆ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಗುರಿ. ಗ್ರಾಹಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಂಡಲ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ, ಆದರೆ ವ್ಯಾಪಾರ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ, ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಚಾನಲ್‌ನಂತೆ ಬಲವಾದ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ದೂರಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಬಗ್ಗೆ ನೆನಪಿಡುವ ಮೊದಲ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು.

1.2.4 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಸ್ವರೂಪ



ಚಿತ್ರ 1.2.3 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಸ್ವರೂಪ

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಮೂರು ಇತ್ತೀಚಿನ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

2. ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದ ಯಾವುದೇ ಐದು ಪ್ರಮುಖ ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಘಟಕ 1.3: FSEಯ ಪಾತ್ರ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

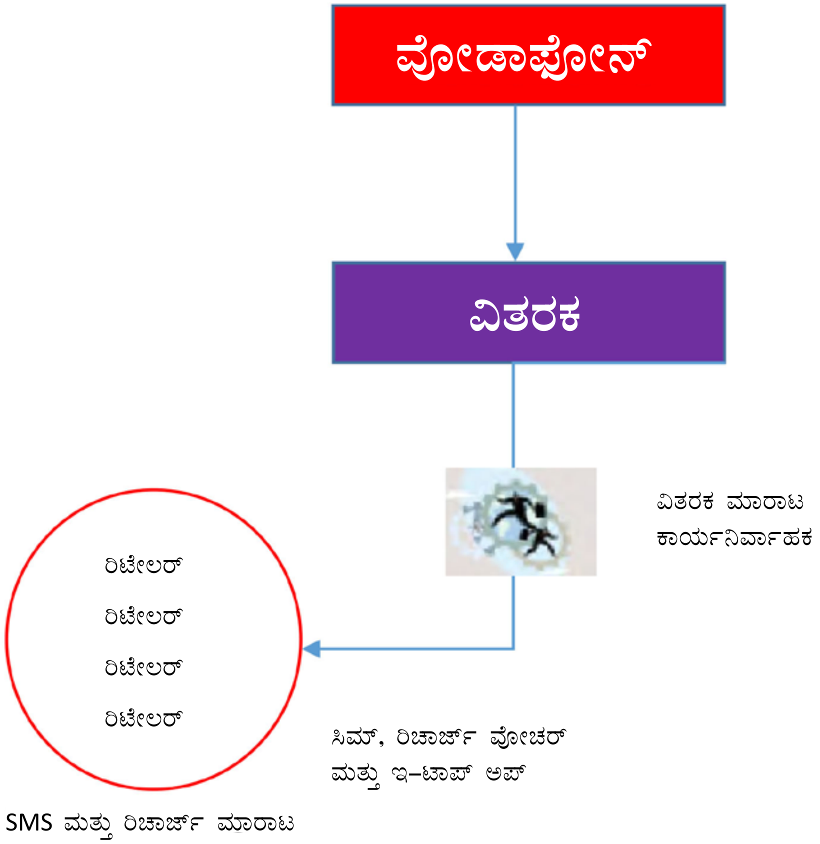
1. ಓರ್ವ FSEಯ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
2. FSEಯ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು

1.3.1 ಪರಿಚಯ

DSE (ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟರ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್) ಅಥವಾ DSR (ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟರ್ ಸೇಲ್ಸ್ ರೆಪ್ರೆಸೆಂಟೇಟಿವ್) ಎಂಬುದನ್ನು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ FSEಗೆ ಬಳಸುವ ಪದವಾಗಿದೆ. ದಿನನಿತ್ಯ ರೂಟ್/ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುವುದು FSEಯ ಮುಖ್ಯ ಕೆಲಸವಾಗಿದೆ.

FSEಯ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕೆಲಸವು ಮಾಸಿಕ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಅನುಸರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರ ದಾಖಲಾತಿಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ನ ಪರಂಪರಾಗತ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸಂಸ್ಥೆಯ (ವೊಡಾಫೋನ್) ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 1.3.1ಅನ್ನು ನೋಡಿ).



ಚಿತ್ರ 1.3.1 *ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯುಟಿವ್‌ನ ಕೆಲಸದ ಕೆಲಸದ ಚಕ್ರ (ಆವೃತ್ತಿ)*

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ 2 ಶ್ರೇಣಿಯ ವಿತರಣಾ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರೊಂದಿಗೆ ಪರೋಕ್ಷ ವಿತರಣಾ ಚಾನಲ್‌ಅನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅಸೋಸಿಯೇಟ್ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟರ್ ಅನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದ ಅಗತ್ಯತೆ ಪೂರೈಸಲು ನೇಮಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಿದ ಪ್ರದೇಶಕ್ಕೆ ಜವಾಬ್ದಾರರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಆಪರೇಟರ್‌ನ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಸಹ ಅವನು ಜವಾಬ್ದಾರನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ.

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಶ್ರೇಣೀಕೃತ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ತಂಡವನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸುವ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ತಂಡದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಿಗೆ ವರದಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅವರು ಮಾರಾಟದ ಗುರಿಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ, ಮಾರಾಟ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಗೊತ್ತುಮಾಡುತ್ತಾರೆ, ಡೇಟಾವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಾರೆ, ಮಾರಾಟ ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅವನ/ಅವಳ ಮಾರಾಟ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನೇಮಕ ಮತ್ತು ವಜಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

1.3.2 FSEಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು

ಕಂಪನಿಯ ಯಶಸ್ಸು ನೇರವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ತಂಡದ ಕಾರ್ಯದಕ್ಷತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಆ ಮಾರಾಟ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಾಗಿ FSE ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ, ಇದು ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ.

FSEಯ ಮುಖ್ಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿವೆ:

1. ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯದಕ್ಷತೆ

- ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆ

- ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಮತ್ತು ಎಂಎನ್‌ಪಿ ಸಿಮ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕಗಳ ಮಾರಾಟದ ಮೂಲಕ ಆದಾಯ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
- ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಡೇಟಾ ಎರಡಕ್ಕೂ ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಅನ್ನು ಲೋಡ್ ಮಾಡುವುದು
- ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
- ಹೊಸ ರೀಟೇಲ್ ಪಾಲುದಾರರನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ಮೂಲಕ ವಿತರಣೆಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
- ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಶಸ್ತ ಸ್ಟಾಕ್ ನಿಭಾಯಿಸುವುದು (ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಮತ್ತು ಎಂಎನ್‌ಪಿ ಸಿಮ್‌ಗೆ)
- ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳಿಂದ ಸಕಾಲಕ್ಕೆ ಬಿಲ್ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಖಚಿತಪಡಿಸುವುದು

2. ಆಡಳಿತಾತ್ಮಕ ಕರ್ತವ್ಯಗಳು

- ಗ್ರಾಹಕ ಖಾತೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು
- ಎಚ್‌ಒಗೆ ಎಲ್ಲ ಸೂಕ್ತ ಅಥವಾ ಕೋರಿಕೆಯ ವರದಿಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು
- ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಮಾಡುವುದು

3. ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ/ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿ

- ಕೇಂದ್ರ ಕಚೇರಿಗೆ ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಚಟುವಟಿಕೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದು(ಪ್ರಚಾರ, ದರ ಬದಲಾವಣೆ)

ಓರ್ವ FSE ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ:

- ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೀಟಾಗಿರುವಿಕೆಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯಂತೆ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಆಗಿ ಮತ್ತು ನೋಡಲು ಅಂದವಾಗಿರಬೇಕು;
- ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಯ ಮೇಲೆ ಹಿಡಿತ ಹೊಂದಿರಬೇಕು;
- ತ್ವರಿತ ಕಲಿಕೆದಾರರಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಬಲಿಷ್ಠ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತರಾಗಿರಬೇಕು;
- ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನಾಡಿಮಿಡಿತದೊಂದಿಗೆ ಸಮಯಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದಿರಬೇಕು;

- ಉತ್ಸಾಹದೊಂದಿಗೆ ಸುದೀರ್ಘ ಅವಧಿವರೆಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರಬೇಕು;
- ಗುರಿಯತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುವವ ಮತ್ತು ಸಕ್ರಿಯ ಕೇಳುಗನಾಗಿರಬೇಕು

1.3.3 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಯಶಸ್ವಿ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಓರ್ವ ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಆತ ಈಗಿರುವ ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿಗೆ ಪ್ರಯಾಣಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಭೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಿ ಕಂಪನಿಗೆ ಆದಾಯ ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಡಬೇಕು.

ಓರ್ವ ಯಶಸ್ವಿ ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಕೆಳಗಿನ ಗುಣಮಟ್ಟಗಳನ್ನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಹೊಂದಿರಬೇಕು:

- ಅವನು/ಅವಳು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸಿಯಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ವಿನಯವಂತನಾಗಿರಬೇಕು.
- ಅವನು/ಅವಳು ಕೆಲಸದ ವೇಳೆ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ ಪಾಲಿಸಬೇಕು.
- ಅವನು/ಅವಳು ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸಮರ್ಪಿತವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕರಾಗಿರಬೇಕು.
- ಅವನು / ಅವಳು ತನ್ನ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ಐಡಿಯಾಗಳನ್ನು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿಸಲು ಶಕ್ತರಾಗಿರಬೇಕು. “ಹಮ್”, “ಉಹ್” ಅಥವಾ “ಅಂದಹಾಗೆ” ರೀತಿಯ ಪದಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಬಳಸಬಾರದು.
- ಅವನು/ಅವಳು ಆಲಸ್ಯದ ದೇಹಭಾಷೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಾರದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಸಾಹದಿಂದ ತುಂಬಿರಬೇಕು.
- ಅವನು/ಅವಳು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಶಕ್ತರಾಗಿರಬೇಕು.
- ಅವನು/ಅವಳು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ಹಿಂಜರಿಕೆಯಿಲ್ಲದೆ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು.
- ಅವನು/ಅವಳು ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಚಿಂತಕರಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವನ/ಅವಳ ಕೆಲಸದ ಕಡೆಗೆ ಉತ್ಸಾಹ ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಯಾಕೆ FSE ಪಾತ್ರ ಮಹತ್ವದ್ದು?

2. ಯಶಸ್ವಿ FSE ಆಗಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಕೆಲವು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬಹುದೆ?

3. ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ?

4. ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ನ ಕೆಲಸದ ಚಕ್ರ ಯಾವುದು?

5. ಕರ್ತವ್ಯದ ವೇಳೆ FSEಯ ಕೆಲಸವೇನು?

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

2. ಪ್ರಮುಖ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು

ಘಟಕ 2.1 – ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನೆ

ಘಟಕ 2.2 – ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ

ಘಟಕ 2.3 – ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

ಘಟಕ 2.4 – ನೀತಿಸಂಹಿತೆ ಮತ್ತು ಸದಾಚಾರ ಸಂಹಿತೆ

ಘಟಕ 2.5 – ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು

ಘಟಕ 2.6 – ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್-COAI

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಂವಹನದ ವಿಧಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
2. ದೂರವಾಣಿ ಶಿಷ್ಟಾಚಾರ ಮತ್ತು ಆಲಿಸುವ ಮತ್ತು ತನಿಖೆ ಮಾಡುವ ಕಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
3. ಸಂವಹನದ ವಿಭಿನ್ನ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು
4. ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
5. ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮತ್ತು ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
6. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಕೆಳಗಿನ ನಡವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ನೀತಿ ಸಂಹಿತೆಯ ಅಗತ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
7. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು

ಘಟಕ 2.1: ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಂವಹನದ ವಿಧಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
2. ದೂರವಾಣಿ ಶಿಷ್ಟಾಚಾರ ಮತ್ತು ಆಲಿಸುವ ಮತ್ತು ತನಿಖೆ ಮಾಡುವ ಕಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
3. ಸಂವಹನದ ವಿಭಿನ್ನ ಆಯಾಮಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು

2.1.1 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ

ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ FSE ಮೂರು ವಿಧಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ:

- ದೂರವಾಣಿ ಮತ್ತು SMS
- ಮುಖಾಮುಖಿ
- ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ಗಳು

ಆದ್ದರಿಂದ ತನ್ನಿಂದ ಸರಿಯಾದ ಸಂದೇಶ ರವಾನೆಯಾಗುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ತನ್ನ ಸಂವಹನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು FSEಗೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ಸಂವಹನ ಎಂದರೇನು?

ಸಂವಹನವು ಜನರ ನಡುವೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಇತರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವುದು ಸಂವಹನದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಕಳುಹಿಸುವವರು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಇಬ್ಬರೂ ಒಂದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ಗ್ರಹಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಸಂದೇಶವು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ 2.1.1 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ

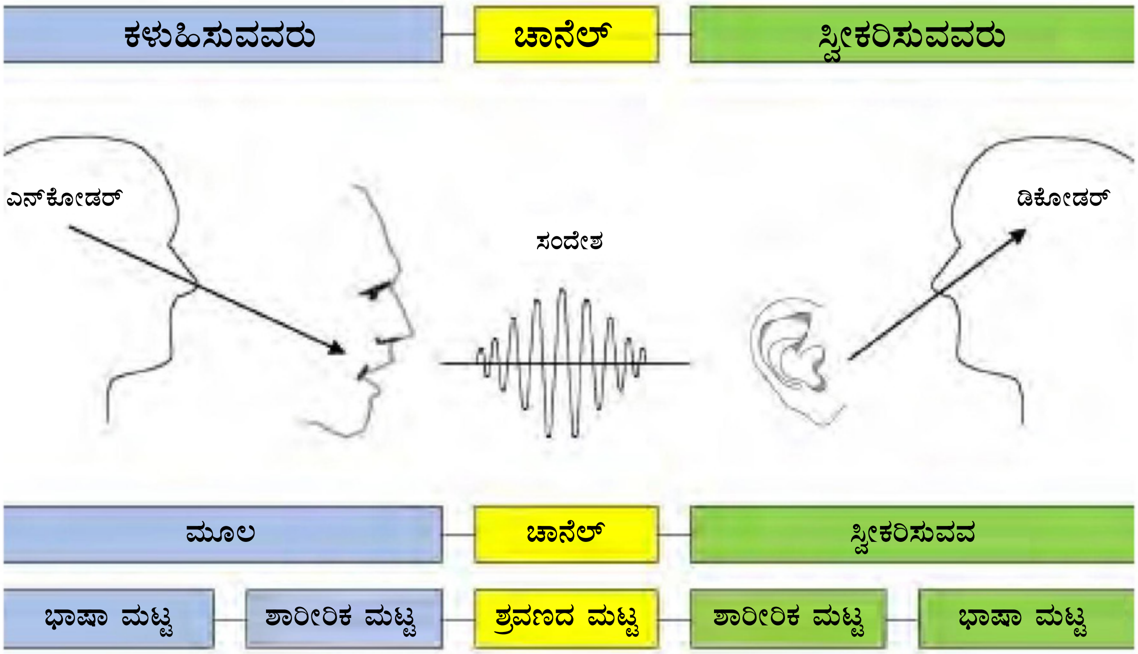
ಸಂವಹನ ಯಾಕೆ ಮುಖ್ಯ?

- ನಿಮ್ಮ ವೃತ್ತಿ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಅಂಶ
- ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ
- ಔದ್ಯಮಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಗೌರವವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತದೆ
- ಸ್ನೇಹಿತರನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ವಿಶಿಷ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತದೆ
- ಇತರರಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ

ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ, FSE ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಮುಖ ವಿಷಯಗಳ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಬೇಕು. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂವಹನ ಶೈಲಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 2.1.2ಅನ್ನು ನೋಡಿ)
2. ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ



ಚಿತ್ರ. 2.1.2 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

3. ಆಲಿಸುವ ಕಲೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವ ಕಲೆ

ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ

FSEಯು ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿನ ಕಾರ್ಯಗಳ ಕುರಿತು ಗೆಳೆಯರೊಂದಿಗೆ/ಹಿರಿಯರೊಂದಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಬೇಕು. FSEಯ ಸಂವಹನವು ಕೇಳುಗರಿಗೆ ಗೌರವವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಸಂದೇಶವನ್ನು ರವಾನಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿರಬೇಕು.

- ಮನವೊಲಿಸಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಂವಹನದ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಯಾವುದನ್ನು ಬಹಳ ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ತಿಳಿಸಬೇಕೆಂದು ವ್ಯಕ್ತಿಯು ತಿಳಿದಿರಬೇಕು.

- ಯಾವುದಾದರೂ ವಿಷಯ ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶದಲ್ಲಿ ವಸ್ತುವಿನ ಕೊರತೆಯಿದ್ದರೆ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳಿಗೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಮಿತಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ನೀವು ಹೇಳಿದರೆ ನಿಮ್ಮ ಕೇಳುಗರನ್ನು ನೀವು ಗೊಂದಲಗೊಳಿಸುತ್ತೀರಿ.
- ವೈಯಕ್ತಿಕ ವರ್ತನೆ ಕುರಿತು ಗಮನ ಹರಿಸಿ ಮತ್ತು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ದೂಷಣೆಯ ಟೀಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.

ಪರಿಣಾಕಾರಿ ಸಂವಹನದ 7 C's

ಸಂವಹನದ 7 C's ಸಹಾಯಕವಾಗುತ್ತದೆ. 7 C's ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ಎಲ್ಲ ಮಾದರಿಯಲ್ಲೂ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಸಂದೇಶ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುತ್ತದೆ. 7 C's ಪ್ರಕಾರ, ಸಂವಹನವು (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 2.1.3 ರೆಫರ್ ಮಾಡಿ)

1. ಪೂರ್ಣತೆ
2. ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ
3. ವಿಚಾರಪೂರ್ಣ
4. ಸ್ಪಷ್ಟತೆ
5. ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆ
6. ಸೌಜನ್ಯ
7. ಸರಿ

ಚಿತ್ರ. 2.1.3 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನದ 7 c's

1. **ಪೂರ್ಣತೆ:** ಸಂವಹನ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಪೂರ್ಣವಾಗಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳುವ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ತಿಳಿಸಬೇಕು.
2. **ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ:** ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಏನನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಕನಿಷ್ಠ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು.
3. **ವಿಚಾರಪೂರ್ಣ:** ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನ, ಮನಸ್ಥಿತಿ, ಅವರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ.
4. **ಸ್ಪಷ್ಟತೆ:** ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವ ಬದಲು, ಒಂದು ಗುರಿಯ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ, ಅಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಅದನ್ನು ಸಂಕೀರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಸರಳವಾಗಿ ಇರಿಸಿ.
5. **ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆ:** ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸುವಾಗ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿರುವುದಕ್ಕಿಂತ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು.
6. **ಸೌಜನ್ಯ:** ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ನೀಡುವ ಸಂದೇಶವು ಆತನ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಗೌರವವನ್ನು ತೋರಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಸೌಜನ್ಯ ಎಂಬ ಸೂತ್ರ ಹೇಳುತ್ತದೆ.
7. **ಸರಿ:** ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡಿದ ವಿವರಣೆಯು ಯಾವುದೇ ಭಾಷಾ ದೋಷವಿಲ್ಲದೆ ಸರಿಯಾಗಿರಬೇಕು ಈ ಸೂತ್ರ ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ನೀವು ಆ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ವೇಗವಾಗಿ ಓದಿದರೆ, ನೀವು ಯಾವುದೇ ದೋಷಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯದಿರಬಹುದು. ಆದರೆ ಹತ್ತಿರದಿಂದ ಪರಿಶೀಲಿಸಿದಾಗ, ನೀವು ಒಂದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಒಂದು ಅಕ್ಷರ ದೋಷವಿದೆ. felicitation ಬದಲು facilitation ಎಂದು ಬರೆಯಲಾಗಿದೆ. ಸರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವುದು ದೋಷಮುಕ್ತ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ಅನುಕೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸುವಾಗ ರೀಟೇಲ್ ಟ್ರೈನಿ ಸಹವರ್ತಿ ದೋಷಯುತ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು, ಅದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗದೆ ಇರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಪರಿಭಾಷೆಯು ತಾಂತ್ರಿಕ ಪದಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸುತ್ತದೆ "ಈ ಸಾಧನದ ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ವೇಗವು 200 mbps ಆಗಿದೆ." ಅಥವಾ "ಈ ಬೈಕಿನ ಮೈಲೇಜ್ ಪ್ರತಿ ಲೀಟರ್‌ಗೆ 75 ಕಿಮೀ" ಅಥವಾ "ಈ ಉತ್ಪನ್ನವು ಶಾಖ ನಿರೋಧಕವಾಗಿದೆ" ಇತ್ಯಾದಿ.

2.1.2 ಸಂವಹನದ ವಿಧಗಳು

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಂವಹನವನ್ನು 3 ಮುಖ್ಯ ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ:

ಮೌಖಿಕ ಸಂವಹನ: ಸಂವಹನದ ವಿಧಾನ/ಭಾಗವಾಗಿ ಮಾತು/ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು. ಒಂದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮೌಖಿಕ ಸಂವಹನ ಎರಡು ಮಾರ್ಗದ ಸಂವಹನವಾಗಿದ್ದು, ಹೇಳುವವ ಮತ್ತು ಕೇಳುವವ ಇಬ್ಬರೂ ಉಪಸ್ಥಿತರಿದ್ದು ಸಂದೇಶವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ರವಾನೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಉದಾಹರಣೆ, ಒಂದು ದೂರವಾಣಿ ಸಂಭಾಷಣೆ, ಇಬ್ಬರ ನಡುವೆ ಮುಖಾಮುಖಿ ಮಾತುಕತೆ, ಇತ್ಯಾದಿ.

ಮೌಖಿಕೇತರ ಸಂವಹನ: ಈ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಕೇವಲ ಮಾತಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ನಮ್ಮ ಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಸನ್ನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಇತರರಿಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲು ನಮ್ಮ ಮಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಭಾವನೆ ಮತ್ತು ದೇಹ ಭಾಷೆ ನಮ್ಮ ಸಂವಹನವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕು.

2.1.3 ಆಲಿಸುವ ಕಲೆ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆ ಕೂಡ ಒಂದು ಸಕ್ರಿಯ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರು ಏನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆಂದು ಸುಮ್ಮನೆ ಆಲಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದಾಗಿದೆ. ಉತ್ತಮ ಕೇಳುಗರು ಅವರನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸಿನಲ್ಲಿ ಬಿಂಬಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆ ಮೂಲಕ, FSE ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಲು ಸೂಕ್ತವಾದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಪೂರೈಸುವ ಕಾಳಜಿಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಸಕ್ರಿಯ ಆಲಿಸುವಿಕೆಯು ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

- ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಮತ್ತೆ ಕೇಳುವುದು
- ಮಾತುಕತೆಯನ್ನು ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸುವುದು
- ಮೌನವನ್ನು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

2.1.4 ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವ/ತನಿಖೆ ಮಾಡುವ ಕಲೆ

- ನಿಮಗೆ ಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದಿಲ್ಲದ ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಖರೀದಿಸುವುದನ್ನು ನೀವು ಎಂದಾದರೂ ಮೊಟುಕಿಗೊಳಿಸಿದ್ದೀರಾ, ಮತ್ತು ಅದು ವಿಶ್ವದ ಅತ್ಯಂತ ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಂಗತಿ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದ್ದೀರಾ?
- ಮಾರಾಟಗಾರ ನಿಮಗೆ ಏನು ಹೇಳಿದನೆಂದು ನೆನಪಿದೆಯಾ?
- ಅವರು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅನಿಸುತ್ತದೆಯೇ?
- ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಅದೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ನೀವು ಬಯಸುತ್ತೀರಾ?

ಯಶಸ್ವಿ ಮಾರಾಟದ ಕಲೆಯೆಂದರೆ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವುದು. ಎಲ್ಲ ಉತ್ತಮ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಕೆಳಗಿನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ;

- ಅವರು ಕೇಳುತ್ತಾರೆ
- ಸೂಕ್ತ ವ್ಯಕ್ತಿಯಲ್ಲಿ
- ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ
- ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಶ್ನೆ
- ಕೇಳಿದ ನಂತರ
- ಸರಿಯಾದ ಉತ್ತರ
- ಸರಿಯಾದ ಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ
- ಸರಿಯಾದ ಸಾಕ್ಷ್ಯದೊಂದಿಗೆ

- ಎಲ್ಲ ಸಮಯದಲ್ಲಿಯೂ ಅವರು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ನಡುವಳಿಕೆ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬೇಕು. ಮೊದಲಿಗೆ, ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವ ಮೂಲಕ, ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಕೇಳುವ ಬದಲು ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದರಿಂದ ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಕೇಳುವ ಮತ್ತು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು. ಎರಡನೆಯದಾಗಿ, ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತವೆ. ಅಂತಿಮವಾಗಿ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಮೌಲ್ಯಯುತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದು.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪ್ರಶ್ನೆ ಕೇಳುವುದಕ್ಕೆ ಇಲ್ಲಿ ಕೆಲ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿವೆ:

- ದೀರ್ಘವಾದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿ. ಸರಳವಾಗಿ "ಹೌದು" ಅಥವಾ "ಇಲ್ಲ" ಎಂಬಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬೇಡಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, "ನೀವು ಈ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಬಗ್ಗೆ ಕೇಳಿದ್ದೀರಾ?" ಎಂದು ಕೇಳುವ ಬದಲು "ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನ ಕುರಿತು ನಿಮಗೇನು ತಿಳಿದಿದೆ?" ಎಂದು ಕೇಳಿ.
- ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ನಡುವೆ ಅಂತರವಿರಲಿ. ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಒಂದರ ನಂತರ ಒಂದರಂತೆ ಹಲವಾರು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರು ಭಯಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ನಡುವೆ ಸೂಕ್ತ ಅಂತರವನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು ಒಂದು ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ.
- ಸರಳ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ. ಎರಡು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ಭಾಗಗಳಿರುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬೇಡಿ. ಸಂಕೀರ್ಣವಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವ ಭಾಗಕ್ಕೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಯಾವ ಭಾಗವನ್ನು ಉತ್ತರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು.
- ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬಾರದು. ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಬಾಯಿಯನ್ನು ಕಟ್ಟಿಹಾಕಲಿದ್ದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ನಿಜವಾಗಿ ಏನು ಯೋಚಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆಂದು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೇಳದಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಎಂದು ನೀವು ಏಕೆ ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಿ? ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ ಆದರೆ ಅವರ ಕಾಯ್ದಿರಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

2.1.5 ಮೌಖಿಕವಲ್ಲದ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳ ಮಾದರಿ

ವಿವರಣೆ	ದೇಹದ ಆಯಾಮ	ಮುಖ	ಭುಜಗಳು	ಕೈಗಳು
ಅಧಿಕಾರ, ಪ್ರಾಬಲ್ಯ, ಶ್ರೇಷ್ಠತೆ	ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷಿತ ಒಲವು	ರಾಚುವ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕ	ಸೊಂಟದ ಮೇಲೆ ಕೈಇಡುವುದು	ಕುತ್ತಿಗೆ ಹಿಂದೆ ಅಥವಾ ಬೆನ್ನ ಹಿಂದೆ ಕೈ ಇಡುವುದು
ಬೆದರುವುದು, ಸಲ್ಲಿಕೆ, ಆತಂಕ	ಚಡಪಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಅಕ್ಕಪಕ್ಕಕ್ಕೆ ಚಲಿಸುವುದು	ತಲೆ ತಗ್ಗಿಸುವುದು, ಕನಿಷ್ಠ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕ	ಮುಖ, ಕೂದಲಿನ ಮೇಲೆ ಕೈ ಇಡುವುದು, ಕುತ್ತಿಗೆ ಹಿಂಭಾಗ ಉಜ್ಜುವುದು	ಕೈಗಳನ್ನು ಹಿಸುಕುವುದು, ಬೆರಳುಗಳನ್ನು ಜೋಡಿಸುವುದು
ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯ, ಕೋಪ, ಸಂದೇಹ	ದೂರಕ್ಕೆ ದೇಹವನ್ನು ತಿರುಗಿಸುವುದು	ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ತಲೆ ಅಲ್ಲಾಡಿಸುವುದು, ಗಂಟಿಕ್ಕಿದ ತುಟಿಗಳು ಕಣ್ಣುಗಳನ್ನು ಸಂಕುಚಿತಗೊಳಿಸುವುದು, ಗಲ್ಲವನ್ನು ಹೊರಗೆ ತಳ್ಳುವುದು	ಭುಜ ಅಲ್ಲಾಡಿಸುವುದು ಕಾಲರ್ ಕೆಳಗೆ ಬೆರಳಿಡುವುದು	ಬೆರಳು ಮಾಡಿ ತೋರಿಸುವುದು, ಡಿಸ್‌ಪ್ಲೆ ತುದಿಯಲ್ಲಿ ಕೈಯನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು
ಬೇಸರ, ನಿರಾಸಕ್ತಿ	ಡಿಸ್ಪ್ಲೇಗೆ ಒರಗುವುದು	ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕದ ಕೊರತೆ, ಬಾಗಿಲನ್ನು ನೋಡುವುದು, ಗಡಿಯಾರವನ್ನು ನೋಡುವುದು	ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಮೂಗನ್ನು ಸ್ಪರ್ಶಿಸುವುದು, ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಕಿವಿಯನ್ನು ಎಳೆಯುವುದು	ಡಿಸ್ಪ್ಲೇ ಕೇಸ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ವಸ್ತುವಿನೊಂದಿಗೆ ಆಟವಾಡುವುದು, ಡಿಸ್ಪ್ಲೇ ಕೇಸ್ ಮೇಲೆ ಬಾರಿಸುವುದು

ಅನುಮಾನ, ಗುಟ್ಟು, ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	ದೇಹವನ್ನು ದೂರ ಸರಿಸುವುದು, ಪಕ್ಕಕ್ಕೆ ನೋಟ	ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ, ಹೌದೆಂಬಂತೆ ಕಣ್ಣಾಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಗುವುದು	ಮೂಗು ಹಿಸುಕುವುದು, ಬಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಎಳೆಯುವುದು, ತಲೆ ಕೆರೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು	ಅತಿಯಾದ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ
ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ, ಸಂದಿಗ್ಧತೆ	ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಕ್ಕೆ ತಿರುಗುವುದು	ತಲೆ ಕೆಳಗಾಗಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಕತ್ತು ತಿರುಗಿಸುವುದು, ತುಟಿಯನ್ನು ಕಚ್ಚುವುದು, ಎಡ ಮತ್ತು ಬಲಕ್ಕೆ ಕಣ್ಣುಗಳನ್ನು ಚಲಾಯಿಸುವುದು.	ಗಲ್ಲದ ಮೇಲೆ ಕೈ ಇಡುವುದು, ಕನ್ನಡಕ ಕಚ್ಚುವುದು	ಕುತ್ತಿಗೆ ತಿರುಗಿಸುವುದು
ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ	ತಲೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಓರೆಯಾಗಿಸುವುದು, ಕಿವಿ ಸ್ಪೀಕರ್ ಕಡೆಗೆ ತಿರುಗಿಸುವುದು	ಸ್ವಲ್ಪ ಕಣ್ಣು ಮಿಟುಕಿಸುವುದು, ಕಣ್ಣು ಸಂಕುಚಿತಗೊಳಿಸುವುದು. ಹುಬ್ಬು ಏರಿಸುವುದು, ತಲೆಯಾಡಿಸುವುದು	ಹೊಟ್ಟೆ ಮೇಲೆ ಕೈ ಇಡುವುದು, ಕೈ ಮತ್ತು ಭುಜದ ಸ್ವತಂತ್ರ ಚಲನೆ	ತುಟಿ ಮೇಲೆ ಬೆರಳಿಡುವುದು
ಸಹಕಾರ, ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ, ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	ದೇಹವನ್ನು ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಕ್ಕೆ ಚಲಿಸುವುದು	ಉತ್ತಮ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕ, ಸಣ್ಣ ನಗುವಿನೊಂದಿಗೆ ಕಣ್ಣು ಮಿಟುಕಿಸುವುದು	ಸೊಂಟದ ಮೇಲೆ ಕೈಇಡುವುದು	ತೆರೆದ ಕೈಗಳು

2.1.6 ದೂರವಾಣಿ ಶಿಷ್ಟಾಚಾರ

FSE ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅನಿಸಿಕೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ FSE ಏನು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಅವನು/ಅವಳು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಮೂಲಕ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಅವನು/ಅವಳು ಯಾವ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರೂ FSE ಏನು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಧ್ವನಿಯು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

- ಫೋನ್ ಕರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವಾಗ, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕರೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
- ಆಡುಭಾಷೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಾರದು.
- "ನಾನು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲೆ" ಅಥವಾ "ಧನ್ಯವಾದಗಳು" ರೀತಿಯ ಯಾವಾಗಲೂ ಸ್ನೇಹಪೂರ್ವಕ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು.
- ಫೋನ್‌ಅನ್ನು ಕುಕ್ಕುವುದು ಒರಟುತನವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ. ರೀಸಿವರ್‌ಅನ್ನು ನಾಜೂಕಾಗಿ ಇಡಬೇಕು.
- ಯಾವಾಗಲೂ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಿ ಆಗ ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ನೀವೇನು ಹೇಳುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂದು ಅರ್ಥವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಕರೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಮಾರ್ಗದಲ್ಲಿ ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು FSE ಉದ್ಯೋಗದ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ. ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಮೊದಲು ಕರೆ ಮಾಡಿದವರಿಗೆ ಅದರ ಮಾಹಿತಿ ಇದೆ ಎಂಬುದನ್ನು FSE ಖಾತ್ರಿಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಮತ್ತು ಯಾರಿಗೆ ಕರೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸಿರಬೇಕು.
- ಧ್ವನಿಯು ಆಹ್ಲಾದಕರ ಮತ್ತು ಸೌಮ್ಯವಾಗಿ ಧ್ವನಿಸಬೇಕು.
- ಕರೆ ಮಾಡಿದವರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಕರೆಯನ್ನು ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಬೇಡಿ.
- ಕರೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವಾಗ, ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಕೆಲವು ಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಮೀಸಲಿಡಿ ಇದರಿಂದ ನೀವು ಏನು ಹೇಳಬೇಕು/ಚರ್ಚಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದು ತಿಳಿಯುತ್ತದೆ.

2.1.7 SMS

1. **ಟೆಕ್ಸ್ಟಿಂಗ್ ಸ್ಪೀಚ್ ಬಳಸಬೇಡಿ**

   ಟೆಕ್ಸ್ಟಿಂಗ್ ಸ್ಪೀಚ್ SMS ಪಠ್ಯ ಸಂದೇಶದಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹವಲ್ಲ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ವಹಿವಾಟು ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿಲ್ಲದಿರುವುದನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ.

2. **ಅಪರೂಪದ ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳಿಂದ ದೂರವಿರಿ**

   ನಿಮ್ಮ SMSನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ನಿಘಂಟು ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಸೇರಿಸುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರ ಪದಗಳು ಅಥವಾ ಹೊಸದಾಗಿ ಕಂಡುಬರುವ ಸಂಕ್ಷೇಪಣವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು.

3. **ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿಸಿ**

   ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಹೆಸರನ್ನು ವೈಯಕ್ತೀಕರಿಸಿದ ಸಂದೇಶಕ್ಕೆ ವಿಲೀನಗೊಳಿಸುವುದು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಗುಂಪಿನ ಭಾಗವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಜನರು ಗುಂಪಿನ ಭಾಗವಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದಾಗ, ಅವರು ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು.

4. **ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಬಲವಾದ ಕರೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ**

   ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಕರೆ ನಿಮ್ಮ SMS ಪಠ್ಯದ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು "ಆಕ್ಟ್ ಫಾಸ್ಟ್" ಅಥವಾ "ಡೋಂಟ್ ಮಿಸ್ ಔಟ್" ನಂತಹ ನುಡಿಗಟ್ಟುಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.

5. **ತಕ್ಷಣ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿ**

   ಪ್ರತಿ ಇನ್‌ಕಮಿಂಗ್ SMS ಪಠ್ಯ ಸಂದೇಶ ವಿಚಾರಣೆಯು ಸಮರ್ಥ ನಡೆಯಾಗಿದೆ. ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ತ್ವರಿತ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.

2.1.8 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಂತ್ರವಾಗಿದೆ

ಮಾರಾಟದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಸಂವಹನ ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.

ಎಲ್ಲವೂ ಸಂವಹನದ ಸುತ್ತ ಸುತ್ತುತ್ತದೆ. ಇದು ಮಾರಾಟದ ಅತ್ಯಂತ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಮಾತ್ರ ಅದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

1. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಷಯವೂ ಸಂವಹನದ ಸುತ್ತ ಸುತ್ತುತ್ತದೆ. ಇದು ಮಾರಾಟದ ಅತ್ಯಂತ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಮಾತ್ರ ಗ್ರಾಹಕರು ಅದನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ.

_______________ _______________ _______________

2. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ನೀಡಿರುವ ತಂತ್ರಗಳ ಮೇಲೆ ಪಾತ್ರ ಪ್ರದರ್ಶನವನ್ನು ತಯಾರಿಸಿ:
   a. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಮತ್ತೆ ಕೇಳುವುದು
   b. ಮಾತುಕತೆಯನ್ನು ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸುವುದು
   c. ಮೌನವನ್ನು ಸಹಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪರಿಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯ ಪದಗಳು ಅಥವಾ ಪದಗುಚ್ಛಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

   ____

   ____

2. ಮೌಖಿಕವಲ್ಲದ ಸಂವಹನದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

   ____

   ____

3. ಸಂವಹನದ 7Cಗಳು ಯಾವುವು?

   ____

   ____

4. ಸಕ್ರಿಯ ಕೇಳುವಿಕೆಯ 4 ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

   ____

   ____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

ಘಟಕ 2.2: ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ ಮತ್ತು ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣದಲ್ಲಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಬಲ್ಲಿರಿ

2.2.1 ಪರಿಚಯ

ಮಾರಾಟದ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣವು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಸುಲಭವಾದ ಸಂವಹನವನ್ನು ಮಾಡುವ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಗುಂಪಿನೊಂದಿಗೆ ಅರ್ಥೈಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಸ್ಥಿತಿಯಾಗಿದೆ.

ಚಿತ್ರ 2.2.1 ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ

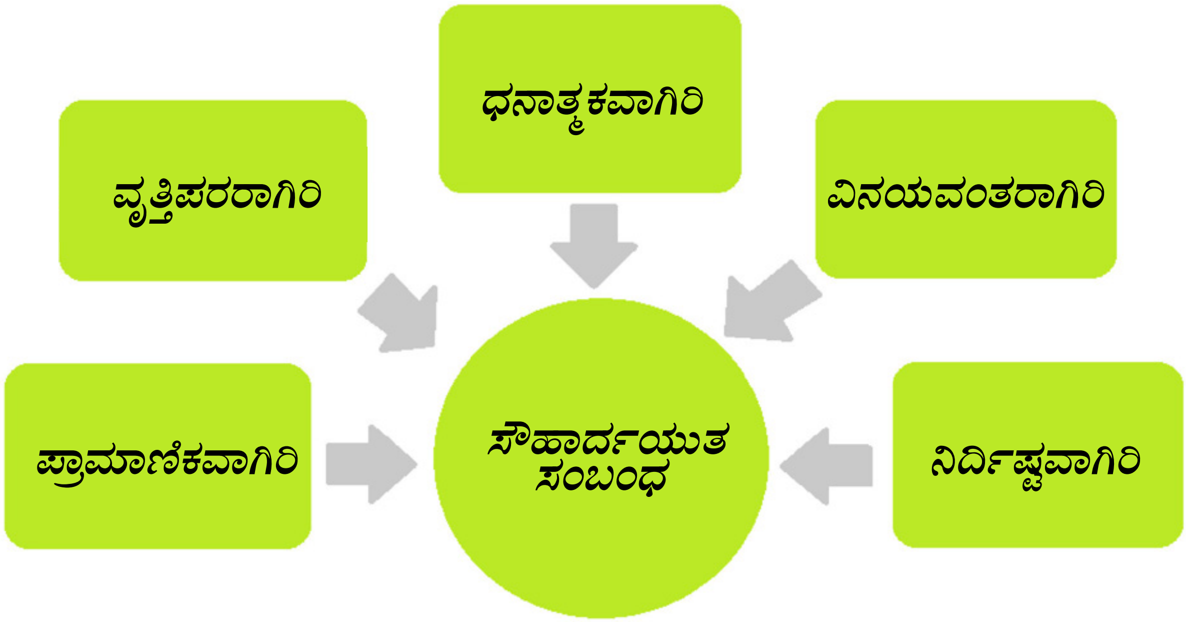
2.2.2 ಸಹಾಯಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ ವರ್ತನೆಗಳು

- ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಆರಾಮವಾಗಿಸುವಲ್ಲಿ ಆಂಗಿಕ ಭಾಷೆ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. FSE ಯಾವಾಗಲೂ ಮುಕ್ತವಾದ ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
- FSE ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಕಣ್ಣಲ್ಲಿ ಕಣ್ಣಿಟ್ಟು ಮಾತನಾಡಬೇಕು ಆದರೆ ಇತರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಅಹಿತಗೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡಬಾರದು. 60%ರಷ್ಟು ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕಮಾಡಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಆಲಿಸುವಾಗ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕ ಶಬ್ದಗಳು, ಸನ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ತಲೆದೂಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು.
- ಕಿರುನಗೆಯನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಲಹೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಅವನ/ಅವಳ ಹೆಸರಿನೊಂದಿಗೆ ಉಲ್ಲೇಖಿಸುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- ಮುಕ್ತ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು (ಓಪನ್ ಎಂಡೆಡ್) ಬಳಸಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

- ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸಿ. ಇದು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪು ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಸರಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ.
- ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು, FSE ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಸಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಅನುಭವದ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡಬಹುದು.
- ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಸಹಾನುಭೂತಿ ಹೊಂದಿರಿ. ಅವರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಮತ್ತು ನೀವು ಹೇಗೆ ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಹೇಳಿ.
- ವಾದಗಳು ನಡೆದಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವನ್ನು ಹೇಳಿ.
- ಇತರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಆಲೋಚನೆಗಳ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ನಡೆಸಿ.
- ಎಂದಿಗೂ ನಿರ್ಣಾಯಕರಾಗಬೇಡಿ. ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಂದಿಗಿನ ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವಕಲ್ಪಿತ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ರೂಢಮಾದರಿಗಳು ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಆಕ್ರಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಎಂದಿಗೂ ಬಿಡಬೇಡಿ.
- ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಯಾವಾಗಲೂ ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವನ್ನು ನೀಡಿ.
- ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪು ಸಂಭವಿಸಿದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಂಬಿಕೆ ಗಳಿಸಲು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ವಿಧಾನ.
- ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ದೃಷ್ಟಿಗೋಚರ ಮತ್ತು ಮಾತಿನ ನಡವಳಿಕೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಿ.
- ಅಭಿನಂದನೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಟೀಕೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಸಹ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂವಹನ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಏಕೆ ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು ತಿಳಿಯಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಇಂದಿನ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧೆಯು ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದು, ನೀವು ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಇತರರಿಂದ ಏಕೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಏಕಸ್ವಾಮ್ಯದ ದಿನಗಳು ಕಳೆದುಹೋಗಿದ್ದು, ಇದು ಈಗ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಪರಿಪೂರ್ಣ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಿದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ನೀವು ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಮನೋಭಾವದ ಬಗ್ಗೆ ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು



ಚಿತ್ರ 2.2.2 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣದ ಹಂತಗಳು

2.2.3 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸ್‌ಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗೆ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ 7 ಮಾರ್ಗಗಳು

ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ಮಾಣಕ್ಕೆ 7 ಮಾರ್ಗಗಳು (ಮೇಲಿನ ಚಿತ್ರ 2.2.2 ನೋಡಿ)

1. **ಪ್ರಾಮಾಣಿಕರಾಗಿರಿ**
   - ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನೈಜವಾಗಿರಿ.
   - ಎಂದಿಗೂ ನಟಿಸಬೇಡಿ, ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವದ ಹೊಸ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ರಚಿಸಿ. ಮಾರಾಟದ ರೀತಿಯ ಟೋನ್ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
   - FSE ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ನಗುವಿನೊಂದಿಗೆ, ಯಾವುದೇ ಅನಗತ್ಯ ಒತ್ತಡವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದರೆ, ಕೆಲಸವು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ಸರಿಯಾದ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಹೋಗುತ್ತದೆ.
2. **ಉಲ್ಲಾಸ ಭರಿತ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪರರಾಗಿರಿ**
   - ನಗು, ದೃಢವಾದ ಹಸ್ತಲಾಘವ ಮತ್ತು ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಉಲ್ಲಾಸ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪರ ಸ್ವಾಗತವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
   - ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಉಲ್ಲಾಸ ಭರಿತ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪರರಾಗಿರಿ. ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪರರಾಗಿದ್ದರೆ, ಅವರಿಂದ ಅದೇ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನಿಮಗೂ ಸಿಗುತ್ತದೆ.
3. **ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸಿ**
   - ಸ್ವಯಂ ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿರುವುದು ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಉತ್ತಮ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
   - ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಆಲೋಚನೆ, ಆಕಾಂಕ್ಷೆ, ಭಯ ಮತ್ತು ಕಾಳಜಿಗಳ ಕುರಿತು ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸಿ.
   - ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿನ ನಿಜವಾದ ಆಸಕ್ತಿಯು ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಫಲಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಶಾಂತ ಮತ್ತು ಸಿದ್ಧರಿರುವುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.
4. **ತುಂಬಾ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತೆ ತೋರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ**
   - ಮಾರಾಟಗಾರನು ತುಂಬ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತೆ ತೋರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಾರದು ಮತ್ತು ಇದು ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಅತಿಯಾಗಿ ಸ್ನೇಹಪರ, ತಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
5. **ನೈಜ ಅಭಿನಂದನೆ ಸಲ್ಲಿಸಿ**
   - ಅಭಿನಂದನೆ ಸಲ್ಲಿಕೆ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗಿನ ನಿಮ್ಮ ಬಾಂಧವ್ಯಕ್ಕೆ ವರ. ಆದಾಗ್ಯೂ ಇದು ನೈಜವಾಗಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್, ಪುಸ್ತಕ ಮತ್ತು ಕಚೇರಿಯಂತಹ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಅಭಿನಂದನೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿ.
   - ಅವರ ಇತ್ತೀಚಿನ ಸಾಧನೆಗಳು ಮತ್ತು ಮೆಚ್ಚುಗೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅಭಿನಂದಿಸುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
6. **"ಸರಿಯಾದ" ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಮಾಪನಾಂಕ ಮಾಡಿ.**
   - ಕಟ್ಟುಪಾಡು ಮುರಿಯುವುದು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಭೇಟಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಹೊಸ ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗಿ, ನೀವು ಭೇಟಿಯಲ್ಲಿ ವಿಶ್ರಾಂತಿರಹಿತರಾಗಿ ಮತ್ತು ನೇರವಾಗಿ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಹೋಗಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ. ಇದು ಸರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸದ ಕಾರಣ ಇದನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಮಾಡಬೇಡಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಭೇಟಿಗೆ ಒಂದು ಗಂಟೆ ಸಮಯವಿದ್ದರೆ, ನೀವು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ವ್ಯವಹಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತ್ರ ಚರ್ಚಿಸಬೇಕು ಎಂದು ಯೋಚಿಸಬೇಡಿ. ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟುಪಾಡು ಮುರಿಯುವುದು ಬಹಳ ಅವಶ್ಯಕ.
   - ಇದು ಕೇವಲ ವ್ಯವಹಾರವಲ್ಲದ ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಬೇಕು ಎಂದು ಅರ್ಥವಲ್ಲ, ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಭೇಟಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಕೂಡ ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸಬೇಕು.
   - ಸಂಭಾಷಣೆ ಎರಡನ್ನೂ ಸಮತೋಲನಗೊಳಿಸಬೇಕು – ಅದು ಬಾಂಧವ್ಯ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂಭಾಷಣೆಯಾಗಿರಬೇಕು.
7. **ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ**
   - ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.
   - FSE ಆಗಿ, ಸಂಸ್ಕೃತಿಯು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದು ಹೇಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ತಿಳಿದಿರಬೇಕು.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸೌಹಾರ್ದಯುತ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಬೆಳೆಸುವ ಕೆಲವು ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುಬಹುದೇ?

____

____

____

____

2. ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ 5 ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

   a. ____________________

   b. ____________________

   c. ____________________

   d. ____________________

   e. ____________________

3. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇನು?

____

____

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

ಘಟಕ 2.3: ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

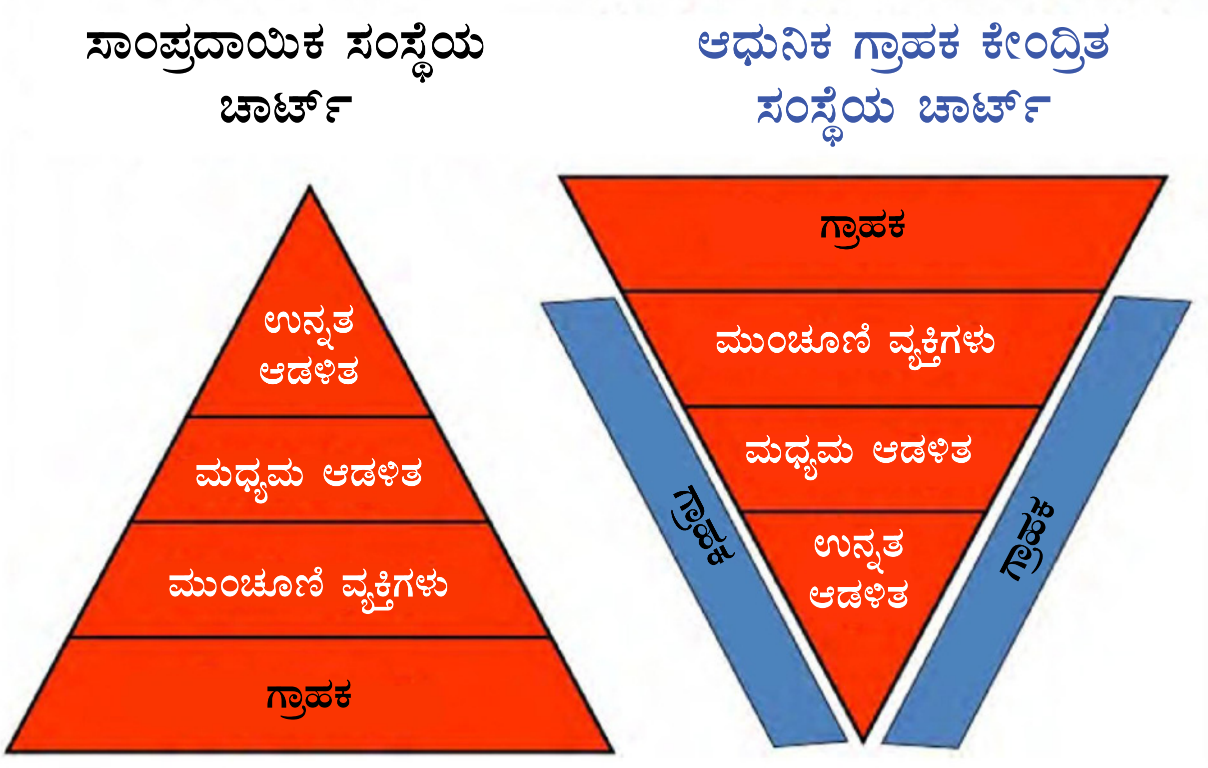
ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಮತ್ತು ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ

2.3.1 ಗ್ರಾಹಕ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಗ್ರಾಹಕ–ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ತನ್ನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಇಡುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ–ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಒಂದು ವಿಧಾನವೆಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ, ಇದು ಸಿಬ್ಬಂದಿ ತಮ್ಮ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ಬಯಕೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವಾಗಲೂ ಸರಿಯಾಗಿದ್ದು, ಅವರಿಗೆ ಸರಿಹೊಂದುತ್ತದೆಯೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಗ್ರಾಹಕರು ದೊರೆಯಾಗಿದ್ದು ಮತ್ತು ಅವರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ಆಸೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನೀವು ಅವರಿಗೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.



ಚಿತ್ರ 2.3.1 ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾರ್ಟ್ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಚಾರ್ಟ್ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ

ಗ್ರಾಹಕ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ನಿಷ್ಠೆ ಮತ್ತು ರೆಫರಲ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಹೊಸ ವ್ಯಾಪಾರ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಗ್ರಾಹಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುವುದು. ಸೇವಾ ಡೆಸ್ಕ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಅನುಭವ ಮತ್ತು ತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ, ಅವರ ಜೀವಿತಾವಧಿಯ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿತ್ರ 2.3.2 ಗ್ರಾಹಕ ನಿರ್ವಹಣೆ

2.3.2 ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

ಸೇವೆ ಎಂಬುದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವ, ಜ್ಞಾನ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಬೆಂಬಲದೊಂದಿಗೆ ಸಮಯೋಚಿತವಾಗಿ ಒದಗಿಸುವ ಬದ್ಧತೆಯಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಹಂತಗಳು:

1. ಗ್ರಾಹಕ ಪೂರ್ವ ಸೇವೆ

- ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕ್ರಮವಾಗಿ ಇರಿಸುವುದು (ಸರಿಯಾದ ಶೆಲ್ಫ್‌ನಲ್ಲಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಜೋಡಿಸಿ, ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಸ್ವಚ್ಛಗೊಳಿಸುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ.)
- ಉತ್ಪನ್ನದ ಜ್ಞಾನ ಪಡೆಯುವುದು(ಕಂಪನಿ, ದರ, ಬಳಕೆದಾರರ ಸೂಚನೆ ಇತ್ಯಾದಿ)
- ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ (ಇತರ ಕಂಪನಿಯು ಇದೇ ರೀತಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಅವುಗಳ ಬೆಲೆ, ತುಲನಾತ್ಮಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಯೋಜನ ಇತ್ಯಾದಿ.)

2. ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

- ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅಟೆಂಡ್ ಮಾಡಿ (ಸ್ವಾಗತಿಸಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿ, ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಗ್ಯಾರಂಟಿ, ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ಅನುಕೂಲಗಳು, ರಿಯಾಯಿತಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಕೇಳಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿ).
- ಉತ್ಪನ್ನದ ಆಯ್ಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿ (ಲಭ್ಯವಿರುವ ವಿವಿಧ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ, ಗ್ಯಾರಂಟಿ, ತುಲನಾತ್ಮಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ಅನುಕೂಲಗಳು, ರಿಯಾಯಿತಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ).
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ (ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದನ್ನು, ಜತೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯ ಈಡೇರಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಾತ್ರಿಗೊಳಿಸಲು ಎಲ್ಲಾ ಹಿತಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ನೆರವಾಗಿ).

- ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು, ವಿನಂತಿಗಳು ಅಥವಾ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಿ (ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಯ ನವೀಕರಣ, ಹೊಸ ಯೋಜನೆಗಳ ಕುರಿತಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು, ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ತೊಂದರೆಗಳು ಅಥವಾ ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ದೂರುಗಳು, ಸಮಸ್ಯೆ ನಿವಾರಣೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿ).
- ಬೆಲೆ, ಗುಣಮಟ್ಟ, ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ಅನುಮಾನಗಳು ಅಥವಾ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಿ ಮತ್ತು ಆಕ್ಷೇಪಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಿ).

3. ನಂತರದ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

- ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸೇವೆ ಏನು ನೀಡಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ (ಪ್ರಸ್ತುತ ನೀಡಿರುವ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಯೋಚಿಸಿ)
- ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೋಂದಣಿ/ಡೈರಿ/ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಿರಿ
- ಅಭ್ಯಾಸಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳನ್ನು ತನ್ನಿ (ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸುವ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿ)

2.3.3 ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಕೋಷ್ಟಕ 2.3.1 ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಸಂವಹನ	ಸಂವಹನವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಕರ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ
ಬದ್ಧತೆ	ಪ್ರತಿ ದಿನವೂ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸಬೇಕು
ಅವಲಂಬನೆ	ಮಾಡುವುದು, ಹೇಳಿರುವುದನ್ನು ಮಾಡುವುದು
ಸ್ನೇಹಪರ	ಸ್ನೇಹಪರತೆ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಬೆಂಬಲ ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಸಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದು
ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಅವರ ಆಸಕ್ತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ತಮವಾದುದನ್ನು ನೀಡುವುದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರುವುದು
ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	ಉದ್ಯೋಗವು ಉದ್ಯೋಗದ ಹುದ್ದೆಗಳು ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿದೆ, ಅದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ / ಸಂಬಂಧಿತ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ
ಆರಾಮದಾಯಕತೆ	ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು
ಸ್ಪಂದಿಸುವಿಕೆ	ಸ್ಪಂದಿಸುವುದು ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಮತ್ತು ವಿನಂತಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಎಷ್ಟು ತ್ವರಿತ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಎಂದರ್ಥ
ಗೌರವ	ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡದೆ ಮತ್ತು ಅಡಚಣೆಯಿಲ್ಲದೆ ಆಲಿಸಿ
ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ	ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿಜವಾದ ಕಾಳಜಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು
ವಿಶೇಷತೆ	ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶೇಷವಾದ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು
ಸೂಕ್ಷ್ಮತೆ	ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಾಳಜಿಯಿಂದ ಪ್ರಮುಖರನ್ನಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸುವುದು
ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು	ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿ ಕ್ರಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು

2.3.4 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

ಗ್ರಾಹಕ ಡೆಸ್ಕ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಸಂಯೋಜಿತವಾಗಿರುವ ಯಾರಾದರೂ ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ, ಉತ್ತಮ, ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಬದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು:

ಕೋಷ್ಟಕ 2.3.2 ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ

ಕ್ರ. ಸಂ.	ಅಭ್ಯಾಸ	ವಿವರಣೆ
1.	**ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮತ್ತು ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸಿ**	ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಆಲಿಸಿ (ಸಮಸ್ಯೆಗಳು/ಸೂಕ್ತವಾದ ಆಂಗಿಕ ಭಾಷೆ). ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ತೀವ್ರತೆಯನ್ನು ಕೈಪಿಡಿಯು ಹೇಗೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದಾಗಿ ಅಲ್ಲ, ಬದಲಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಪ್ರಕಾರವೂ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಸಮಸ್ಯೆಯು ಮುಖ್ಯವಲ್ಲ ಎಂಬ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಇರಬಹುದು ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮಿಂದ ಸಹಾಯ ಪಡೆಯಲು ಅವನ/ಅವಳ ಕೆಲಸದ ದಿನದಂದು ಸಮಯವನ್ನು ಮೀಸಲಿಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
2	**ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸಿ**	ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಸಹ, ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಮಾರ್ಗಗಳಿವೆ. “ಇಲ್ಲ” ಮತ್ತು “ನಾವು ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ” ಎಂಬುದನ್ನು ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳಲು ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲ.
3	**ಹೇಗೆ ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಕಲಿಯಿರಿ**	ನಿಮ್ಮ ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ತಪ್ಪಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ “ಕ್ಷಮಿಸಿ” ಎಂದು ಹೇಳಲು ಕಲಿಯಿರಿ. ಸಮಸ್ಯೆ ನಿಮ್ಮಿಂದ ಉಂಟಾಗಿಲ್ಲವಾದರೂ, ಯಾವಾಗಲೂ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ. ತಪ್ಪನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿ.
4	**ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ಗೌರವಿಸಿ**	ನೀವು ಅವರನ್ನು ಇಷ್ಟಪಡದಿರಬಹುದು ಆದರೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಅವರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
5	**ನಿರಂತರ ಮರುಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪಡೆಯಿರಿ**	ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು, ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿ. ಇದು ಕಂಪನಿಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

2.3.5 ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ

ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ, ಸಲಹೆಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಭವದ ಕುರಿತು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಸಂಘಟಿತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

2.3.6 ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಮಹತ್ವ

ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ಕಂಪನಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು, ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಇದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಯು ಉತ್ಕೃಷ್ಟವಾಗಿರಲಿ ಅಥವಾ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಹುಸಿಗೊಳಿಸಿರಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ದಾಖಲು ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ–ಕಂಪನಿಯಿಂದ ಪಡೆದ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ. ಎಬಿಸಿ ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ತಮ್ಮ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಿಂತ ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಹೇಳಿದರೆ, ಕಂಪನಿಯು ಇದನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೇಗೆ ನಡೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕಂಪನಿಗಳು ನಡೆಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂತೃಪ್ತಿ ಸಮೀಕ್ಷೆಯು ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ, ಅವರೊಂದಿಗಿನ CCE ನಡವಳಿಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಯು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಕೇಳುತ್ತದೆ, ಯಾವುದೇ CCE ಅವರಿಗೆ ಒರಟಾಗಿ ವರ್ತಿಸಿದ್ದನ್ನು ಇದು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

2.3.7 ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಲಾಭಗಳು

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು: ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಇದರಿಂದ ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು: ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿವೆ, ಯಾವುದೇ ಕಂಪನಿಯು ಇದನ್ನು ಮಾಡಿದರೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಅನುಸರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದರ್ಥ. ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತ್ರ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ.

ಅಗ್ಗದ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಲಹೆ: ಕೆಲವು ಕಂಪನಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ಹಿಂಜರಿಕೆಯಿಂದ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತವೆ, ಅವರು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಖರ್ಚು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಬರುವ ಸಲಹೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಅತ್ಯಗತ್ಯ ಭಾಗವಾಗಿದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರು: ಕಂಪನಿಯು ತಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಮೇಲೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರು ತಿಳಿದಿದ್ದರೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಿದ್ಧರಿರುತ್ತಾರೆ.

ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಬದಲಾವಣೆಗಳು: ಯಾವುದೇ ಕಂಪನಿಯು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಕುರಿತು ನಕಾರಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು: ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದಾಗಿ, ಎಲ್ಲಾ ಕಂಪನಿಗಳು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಕಡೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಒಲವು ತೋರುತ್ತವೆ, ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಏಕೆ ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ?

____

____

____

____

2. ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ ಮೂರು ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

ಘಟಕ 2.4: ನೀತಿಸಂಹಿತೆ ಮತ್ತು ಸದಾಚಾರ ಸಂಹಿತೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ನೀತಿಸಂಹಿತೆ ಮತ್ತು ಸದಾಚಾರ ಸಂಹಿತೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ

2.4.1 ನೀತಿಸಂಹಿತೆ

ಕಂಪನಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ನೀತಿಸಂಹಿತೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕು. ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವ, ಗುರುತಿಸುವ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹರಿಸುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಇದು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಸಂಗತಿಗಳು ನೀತಿಸಂಹಿತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ.

2.4.2 ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ

- ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉದ್ಯೋಗಿ ತನ್ನನ್ನು ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಎಂದು ಪರಿಚಯಿಸಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಅವನು / ಅವಳು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಬೇಕು.
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸ್ವಯಂಪ್ರೇರಣೆಯಿಂದ ತೋರಿಸಲು, ದೃಢೀಕರಣ ಪತ್ರದ ಜೊತೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಐಡಿ ಕಾರ್ಡ್‌ಅನ್ನು ಒಯ್ಯಿರಿ.
- ಇದು ನಿಮ್ಮ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರ ಸಂಖ್ಯೆ/ ಕಂಪನಿಯ ಸಹಾಯವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು.
- ಸಮೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಬೇರೆ ಎಂಬುದಾಗಿ ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಜವಾದ ಗುರುತನ್ನು ನೀಡಿ.

2.4.3 ನೈತಿಕತೆ

- ಗ್ರಾಹಕರ ಜೊತೆ ವ್ಯವಹಾರವು ನೈತಿಕ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಯುತವಾಗಿರಬೇಕು.
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಭರವಸೆ ನೀಡಿದರೆ ಅದು ಸಿಸ್ಟಂನಲ್ಲಿ ದಾಖಲಾಗಬೇಕು.
- ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪಾದ ಮೊತ್ತ ಅಥವಾ ಹುಸಿಯಾದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ನೀಡಬೇಡಿ, ಇದು ತಪ್ಪು ತಿಳುವಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
- ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಅತ್ಯಂತ ವೃತ್ತಿಪರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸಬೇಕು.
- ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ಅಂಗೀಕಾರವಿಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಬೇಡಿ.

ಮೋಸದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು

ಉದ್ಯೋಗಿ ಯಾವುದೇ ಮೋಸದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಾರದು, ಇದು ವಜಾಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ಕಾನೂನು ಕ್ರಮ ಮತ್ತು ಪೊಲೀಸ್ ದೂರುಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಈ ಕೆಳಗಿನ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ವಂಚನೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳೆಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ:

- ಚೆಕ್‌ಗಳು, ರಶೀದಿ ಪುಸ್ತಕಗಳು, ಡ್ರಾಫ್ಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಹಣಕಾಸಿನ ಉಪಕರಣಗಳು – ಟ್ಯಾಂಪರ್ ಆಗಿದ್ದರೆ, ಬರೆಯಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ತಿದ್ದಿದ್ದರೆ.
- ಸಿಬ್ಬಂದಿ ತನ್ನ ಸ್ವಂತ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ಹಣವನ್ನು ಬಳಸುವುದು – ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಅಥವಾ ಶಾಶ್ವತ.
- ಮೌಖಿಕ ಅಥವಾ ಲಿಖಿತ, ಸೆಟಲ್‌ಮೆಂಟ್, ಮನ್ನಾಗಳಂತಹ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಹುಸಿ ಒಪ್ಪಂದಗಳು.

ನಿಮ್ಮ ನೀತಿಸಂಹಿತೆಯು ನೀವು ವೃತ್ತಿಪರರಂತೆ ವರ್ತಿಸುವುದನ್ನು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ಇಡೀ ದಿನದಲ್ಲಿ ನೀವು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ದಿನದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಜೋಡಿಸಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

2.4.4 ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್‌ಗೆ ಸದಾಚಾರ ಸಂಹಿತೆ

ನಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ನಾವು ಗೌರವಿಸಬೇಕು. ನಾವು ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳ ಮೂಲಕ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಗೌರವವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತೇವೆ:

- ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಜನರನ್ನು ಗೌರವಿಸುವುದು.
- ನಮ್ಮ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿನ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಗೌರವಿಸುವುದು.
- ಕಾಗದ, ಸ್ಟೆಪ್ಲರ್, ಪ್ರಿಂಟರ್ ಇತ್ಯಾದಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ದುರ್ಬಳಕೆ ಮಾಡದಿರುವುದು.
- ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಗೌರವಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಬಳಕೆಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಹಾನಿಯಾಗುವಂತಹ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡದಿರುವುದು.
- ಸುತ್ತಲೂ ಉಗುಳದಿರುವುದು
- ನೀವು ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ ಇದು ಮಹತ್ವದ್ದು:
- ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿರುವುದು.
- ಯಾವಾಗಲೂ ಯೋಜಿತ ರಜೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು.
- ನೀವು ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಕಲಿಯುವವರೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರವಾಗಿರುವುದು.
- ಪದೆ ಪದೇ ಕೆಲಸ ಬದಲಾಯಿಸುವುದು ಉಚಿತವಲ್ಲ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆ ಕುರಿತಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಬದ್ಧತೆ ಕಳಪೆಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುತ್ತದೆ.

ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ಹೇಳಿಕೆಗಳು ಬೇಡ

FSE ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಾರದು–

1. ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ತಪ್ಪು ದಾರಿಗೆಳೆಯಬೇಡಿ ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ಅತೃಪ್ತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
2. ವ್ಯಾಪಾರ ಅಥವಾ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ಹೇಳಬಾರದು, ಇದು ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯಕ್ಕೆ ಹಾನಿಯಾಗಬಹುದು.
3. ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯು ನೀಡುವ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಸೌಲಭ್ಯದ ಕುರಿತಾಗಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಅನಧಿಕೃತ ಭರವಸೆಯನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ನೀಡಬೇಡಿ.

ಭೇಟಿ / ಕರೆಯ

1. FSE ಆಗಿರುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ತನ್ನನ್ನು, ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.
2. ಯಾವತ್ತೂ ಕಂಪನಿಯ ಒಪ್ಪಿಗೆಯನ್ನು ಕೇಳಬೇಕು
3. ಗ್ರಾಹಕರು ಒಪ್ಪಿಗೆ ನೀಡದಿದ್ದರೆ, ಕ್ಷಮೆ ಕೇಳಿ ವಿನಯದಿಂದ ಕರೆ ಸಂಪರ್ಕ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬೇಕು.
4. ಭೇಟಿಯ ಆರಂಭಕ್ಕೂ ಮುನ್ನ, ಭೇಟಿಯ ಕಾರಣವನ್ನು ಹೇಳಬೇಕು.
5. ಪ್ರಕರಣ ಕರೆಯು ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್‌ಗೆ ಬಂದಿದ್ದರೆ, FSE ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಮರಳಿ ಕರೆ ಮಾಡಲು ವಿನಂತಿಸಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಯಾವತ್ತೂ ವಾದಿಸಬೇಡಿ ಅಥವಾ ಮಾತಿನ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶಿಸಬೇಡಿ, ಯಾಕೆಂದರೆ ಅದು ಒರಟುತನದಂತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ.
6. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗಿರುವ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಸಂವಹನ ಮಾಡಿ, ಆದಾಗ್ಯೂ, ವ್ಯವಹಾರದ ವಿಷಯಗಳನ್ನಷ್ಟೇ ಮಾತನಾಡಿ.
7. ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ, ಪ್ರಮುಖ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಷರತ್ತುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿಸಿ.
8. ಮುಂದಿನ ಭೇಟಿ ವಿವರಗಳು ಅಥವಾ ಮುಂದಿನ ಕರೆ ವಿವರಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ದೃಢೀಕರಿಸಬೇಕು.
9. ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕರು ಕಂಪನಿಯ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದರೆ, ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಧಿಕಾರಿಯ ವಿವರಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಹಿಂಜರಿಯಬೇಡಿ.
10. ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಮಯ ನೀಡಿದ್ದಕ್ಕಾಗಿ ಧನ್ಯವಾದ ತಿಳಿಸಿ.

ಉಡುಗೊರೆ ಅಥವಾ ಲಂಚ

FSE ಯು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಯಾವುದೇ ಉಡುಗೊರೆಗಳು ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಲಂಚವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬಾರದು. ಲಂಚ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ನೀಡಿದರೆ ಅದನ್ನು ಯಾವುದೇ FSEಯು ಅವನ/ಅವಳ ಆಡಳಿತ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ವರದಿ ಮಾಡಬೇಕು.

ಭೇಟಿ/ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆಗಳು

ಓರ್ವ FSE ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು:

1. ಅತ್ಯಂತ ಮುಖ್ಯವಾದ ವಿಷಯವೆಂದರೆ, FSE ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಕಚೇರಿ ಅಥವಾ ನಿವಾಸವನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಅನುಮತಿಯನ್ನು ನೀಡದಿದ್ದರೆ, ಅದನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಮಾಡಬೇಡಿ.
2. FSE ಅಥವಾ ಸುಪರ್‌ವೈಸರ್ ಆಗಿರಬಹುದು, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡುವ ಜನರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಯಾವತ್ತೂ ಮಿತಿಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಭೇಟಿ ನೀಡುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಖಾಸಗಿತನಕ್ಕೆ ತೊಂದರೆಯಾಗುತ್ತದೆ.
3. ಯಾವುದೇ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದೆ ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬದ ಸದಸ್ಯರು ಅಥವಾ ಕಚೇರಿ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾತ್ರ ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೆ, FSE ಭೇಟಿಯನ್ನು ಕೊನೆಗೊಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಫಾಲೋ ಅಪ್‌ಗಾಗಿ ಮತ್ತೆ ಕರೆ ಮಾಡುವಂತೆ ವಿನಂತಿಸಬೇಕು.
4. ಸ್ವಯಂ / ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರು ಅಥವಾ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಧಿಕಾರಿಯ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದರೆ, ಅದನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.
5. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸ್ನೇಹದಿಂದಿರಿ ಆದರೆ ಯಾವಾಗಲೂ ವೃತ್ತಿಪರ ಅಂತರವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

ಇದು ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದರಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಶ್ರಮಜೀವಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಉದ್ಯೋಗಿಯಾಗಿರುವ ರಾಮ್ ಬಗ್ಗೆ ಆಗಿದೆ. ಒಮ್ಮೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಅವರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಲು ಬಂದರೆ, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗುವ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಅವರು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನೋಡಿದ ನಂತರ ಅವರು ಅದನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ.

ರಾಮ್‌ನಿಂದ ತುಂಬಾ ಸಂತೋಷವಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಬ್ಬರು ಅವರಿಗೆ ಪೆನ್ನನ್ನು ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ರಾಮ್ ಅದನ್ನು ಧನ್ಯವಾದ ಸಂಕೇತವೆಂದು ಭಾವಿಸಿ, ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹೊರಟುಹೋದರು ಮತ್ತು ಒಂದು ದಿನದವರೆಗೆ ಎಲ್ಲವೂ ಸರಿಯಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ, ರಾಮ್ ಅವರ ಗೆಳೆಯರೊಬ್ಬರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿ ಬಂದ ಪೆನ್ ಸಾಮಾನ್ಯ ಪೆನ್ನಲ್ಲ, ಮೂರು ಲಕ್ಷ ಮೌಲ್ಯದ ವಜ್ರದ ದರ್ಜೆಯ ಸ್ವರೋವ್‌ಸ್ಕಿ ಪೆನ್ ಎಂದು ಗಮನಿಸಿದರು. ವಜ್ರಗಳನ್ನು ಅದರ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಜೋಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಚಾರ ರಾಮ್‌ಗೆ ಗೊತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಉಡುಗೊರೆಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅರಿವಿಲ್ಲದೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೀತಿ ಸಂಹಿತೆಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿತ್ತು. ರಾಮ್‌ಗೆ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ತೊರೆಯುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಲಾಯಿತು.

ಮೇಲಿನ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕೆಳಕಂಡ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ.

- ಈ ಪ್ರಕರಣದಿಂದ ರವಾನೆಯಾದ ಸಂದೇಶವೇನು?
- ರಾಮ್ ಅವರ ತಪ್ಪು ಏನು?
- ನೀವು ರಾಮ್ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಇದ್ದಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ನಿಲುವು ಏನಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು?

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಕ್ರಮಗಳ ಹೊರತಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಕಾರ ನೀತಿಸಂಹಿತೆ ಏನಾಗಿರಬೇಕು?

____

____

____

2. ದಿನ ನಿತ್ಯದ ಬದುಕಿನಲ್ಲಿ ನೀವು ಅನುಸರಿಸುವ 2 ನೀತಿಸಂಹಿತೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

____

____

____

ಘಟಕ 2.5: ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ

2.5.1 ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಮುಖ ಪದಗಳು

- **ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರು:** ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ, ಸಂಸ್ಥೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಗುಂಪು ಅಥವಾ ವಿಸ್ತೃತವಾಗಿ ಸಮಾಜವು ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ, ಷೇರುದಾರರು ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಆಂತರಿಕ ಅಥವಾ ಬಾಹ್ಯ ಭಾಗವಾಗಿರಬಹುದು. ಪಾಲು ವ್ಯಾಪಾರ ಅಥವಾ ಅದರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಬಡ್ಡಿಯಾಗಿದೆ. ಇದು ಮಾಲೀಕತ್ವ ಮತ್ತು ಆಸ್ತಿ ಹಕ್ಕುಗಳು, ಕಾನೂನು ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಬಾಧ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ನೈತಿಕ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬಹುದು.
- **ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್:** ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರತಿನಿಧಿ. ಅವರು ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುವ ಗುರಿಯೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಉದ್ಯಮವು ಗುರಿಯೊಂದಿಗೆ ನಡೆಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ, ಇದಕ್ಕೆ ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟವೆಂದರೆ ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪುನರಾವರ್ತಿತ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು. ಮಾರಾಟ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಬಹು ಉದ್ಯೋಗದ ಹುದ್ದೆಗಳಿವೆ – ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ, ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ, ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಸಲಹೆಗಾರ.
- **ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ (ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ):** ಪ್ರತಿ ಯೂನಿಟ್‌ಗೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಆಂತರಿಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ, ಅವರು ಕಂಪನಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ಯೂನಿಟ್ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆದಾಯದ ಉತ್ಪಾದನೆಯು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬಹುದು. ಪಾವತಿಸುವ ಅಥವಾ ಸಂವಹನ ಸಾಧನಗಳಾಗಿದ್ದರೂ ಎಲ್ಲಾ ಘಟಕಗಳಿಂದಾದ ಆದಾಯದ ಸಂಗ್ರಹವು ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ಆದಾಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅಂಕಿ ಅಂಶವನ್ನು ಘಟಕದ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದ ಭಾಗಿಸಲಾಗಿದೆ. ದಿನಕ್ಕೆ ಯೂನಿಟ್ ಮಾರಾಟವು ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಕಾರ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ಸರಾಸರಿ ಯೂನಿಟ್ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಲೆಕ್ಕಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ. ತಿಂಗಳ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ವಿತರಕ:** ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿತರಣಾ ಚಾನೆಲ್ ಮೂಲಕ ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕ/ಗ್ರಾಹಕ/ಬಳಕೆದಾರರವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಪಾವತಿಯನ್ನು ವಿರುದ್ಧ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಮೂಲ ಉತ್ಪಾದಕ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರವರೆಗೂ ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿ. ವಿತರಣಾ ಚಾನೆಲ್ ಮೂಲಕ ಸಂಸ್ಥೆಯಿಂದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಚಲನೆಯನ್ನು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕ/ಗ್ರಾಹಕ/ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿರುದ್ಧ ದಿಕ್ಕಿನಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಮೂಲ ಉತ್ಪಾದಕ ಅಥವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರವರೆಗೆ ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ಘಟಕ.
- **ರೀಟೇಲರ್:** ಪೂರೈಕೆ ಸರಪಳಿಯು ಸಮಗ್ರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗ. ತಯಾರಕರು ಅಥವಾ ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಸರಕುಗಳ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಅದನ್ನು ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳು(ಅಂಗಡಿಗಳು ಅಥವಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು) ಮತ್ತು ಮನೆ ಬಾಗಿಲಿಗೆ ವಿತರಣೆ ಎರಡೂ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ, ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯಿಂದ ಮಾರಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅಥವಾ ಸರಬರಾಜುದಾರರು ಸರಕುಗಳನ್ನು ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಇತರ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೂ ಸಹ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
- **ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್:** ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವ ಮೂಲಕ ಕಂಪನಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುವವರು.
- **ಗ್ರಾಹಕ:** ನಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿ.

- **ಪ್ರಾಂತೀಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ:** ಪ್ರಾಂತೀಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ನಿಯೋಜಿತ ಭೌಗೋಳಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶಿತ ಚಂದಾದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಗಳ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ವಿತರಕರ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳ ಮೂಲಕ ಸಿಮ್‌ಗಳಿಗೆ ಸೆಕೆಂಡರಿ ಪ್ಲೇಸ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಗುರಿ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಡಿಎಸ್‌ಆರ್ ತಂಡಕ್ಕೆ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗ–ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಾರೆ. ಟೀಮ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ವಿತರಕರು, ಆದ್ಯತೆಯ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿರುವಾಗ ಸರಿಯಾದ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ
- **ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟಗಳು:** ಪ್ರಸ್ತುತ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ತಿಂಗಳ ಅಂತ್ಯದವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟವನ್ನು MTD ಮಾರಾಟ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹಿಂದಿನ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ತಿಂಗಳಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. MTD ಫಲಿತಾಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ, ಕಂಪನಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅದರ ಹಿಂದಿನದಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸುವುದನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಮಾಡಬಹುದು.

  ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರು ತಿಂಗಳಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಿದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ತಿಂಗಳ ಆರಂಭದಿಂದ ಪ್ರಸ್ತುತ ದಿನಾಂಕದವರೆಗೆ ನಡೆಸಲಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

  ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ABC ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಮಾರಾಟ

  ಜನವರಿ 20ಕ್ಕೆ 500 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್

  ಜನವರಿ 24ಕ್ಕೆ 100 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್

  ಜನವರಿ 27ಕ್ಕೆ 700 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್

  ಪ್ರವರ್ತಕರಿಂದ ಒಟ್ಟಾರೆ ತಿಂಗಳ ಅಂತ್ಯದ ಮಾರಾಟ 500 + 100 + 700 = 1300 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್.

  ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಹಣಕಾಸು ಇಲಾಖೆಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಘಟಕದ ಆರ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಕಂಪನಿಯು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ಮಾಲೀಕರು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಹಿಂದಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕಳೆದ ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟದ ಹೋಲಿಕೆಯು ವಿವಿಧ ತಿಂಗಳುಗಳ ಹಣಕಾಸು ಖರ್ಚುಗಳ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
- **ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆ:** ವೇಳಾಪಟ್ಟಿ ಅಥವಾ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ದೈನಂದಿನ ಯೋಜನೆ.
- **ವಹಿವಾಟು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವರದಿ:** ತಿಂಗಳ ಮೊದಲ ದಿನದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗೆ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು/ವಿತರಕರ ಮಾರಾಟ ಸಾಧನೆಯ ದಾಖಲೆಯ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವನ್ನು ವಹಿವಾಟು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ವರದಿ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ಮೂಲ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಥವಾ ಜೆನೆರಿಕ್ ಕೌಶಲ್ಯ:** ಇಂದಿನ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಕೋರ್ ಅಥವಾ ಜೆನೆರಿಕ್ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇಂದಿನ ಕೆಲಸದ ವಾತಾವರಣದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮೂಲಭೂತ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅವರು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.
- **ಚರ್ನ್ ರೇಟ್:** ಚರ್ನ್ ರೇಟ್ ಎನ್ನುವುದು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಪದವಾಗಿದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯದ ಚೌಕಟ್ಟಿನೊಳಗೆ ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಕಂಪನಿ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತೊರೆಯುವ ಚಂದಾದಾರರ ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಇದು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.
- **ಡ್ಯಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳು:** ಇದು ವ್ಯಾಪಾರಿ ವಸ್ತುವಾಗಿದ್ದು ಅಂಗಡಿಗಳು/ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.
- **ವಿತರಣೆ:** ಮೂಲ ಉತ್ಪಾದಕ/ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲು ಅನುಸರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿತರಣೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ತಮವಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ವಿತರಣಾ ಚಾನಲ್‌ಅನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಸಾಧಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಪಾವತಿಗೆ (ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಮೂಲ ಉತ್ಪಾದಕರಿಗೆ) ಅಥವಾ ಸರಕುಗಳ ವಿತರಣೆಗೆ (ಉತ್ಪಾದಕ/ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ) ಎಂಬುದನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು.
- **ಫ್ಲೆಕ್ಸ್ ಬೋರ್ಡ್:** ಇದು ಫೈಬರ್ ಬೋರ್ಡ್ ಆಗಿದ್ದು, ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಟರ್ನ್ಸ್:** ಈ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸರಬರಾಜು ಸರಪಳಿ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರರ್ಥ ದಾಸ್ತಾನುಗಳ ವಹಿವಾಟು/ಚಕ್ರಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ.

- **ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗೆ:** MTD ಎಂದರೆ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಅವಧಿ, ಇದು ತಿಂಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತದ ದಿನಾಂಕದವರೆಗೆ (ಇನ್ನೂ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿಲ್ಲದ ದಿನವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ) ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಮತ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಮತ್ತು ದಾಖಲಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ತಿಂಗಳಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಫಲಿತಾಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ, ಕಂಪನಿಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅದರ ಹಿಂದಿನದಕ್ಕೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಹೋಲಿಸಬಹುದು. ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಹಣಕಾಸು ಇಲಾಖೆಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಘಟಕದ ಆರ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಹಣಕಾಸು ಇಲಾಖೆಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಘಟಕದ ಆರ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಕಂಪನಿಯು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು, ಮಾಲೀಕರು ಮತ್ತು ಷೇರುದಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಹಿಂದಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಕಳೆದ ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ ಹೋಲಿಕೆಯು ವಿವಿಧ ತಿಂಗಳುಗಳ ಹಣಕಾಸು ಖರ್ಚುಗಳ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
- **MNP (ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ):** ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸದೆ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದರೆ ಅದನ್ನು ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರೀಚಾರ್ಜ್:** ಪ್ರತಿ ವಿತರಕರು ಸಹ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮೌಲ್ಯ/ಮೊತ್ತವನ್ನು (ಟಾಕ್‌ಟೈಮ್, VAS, ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ) ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ, ಇದನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ರೂಟ್ ಪ್ಲಾನ್:** ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರು ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಲು ಮಾಡಿದ ರೂಟಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ. ಇದು ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೀಟ್ ಆಗಿರಬಹುದು ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಮಳಿಗೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.
- **ಸೆಕೆಂಡರಿ ರೀಚಾರ್ಜ್:** ಗ್ರಾಹಕರ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮೌಲ್ಯ, ಇದನ್ನು ವಿತರಕರಿಂದ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ಸೇವಾ ಪ್ರವರ್ತಕ:** ಇದು ಸಂಭಾವ್ಯ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ.
- **ಟರ್ನ್‌ಅರೌಂಡ್ ಟೈಂ:** ಪ್ರತಿ ದೂರು ನಿರ್ಣಯದ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿತ ಸಮಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ, ಇದನ್ನು TAT (ಟರ್ನ್ ಅರೌಂಡ್ ಟೈಂ) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ದೂರಸಂಪರ್ಕ:** ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದೂರವಾಣಿ ಸಂವಹನ ಸೇವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಕಂಪನಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಒಂದು ವಲಯವಾಗಿದೆ.
- **ತೃತೀಯ ರೀಚಾರ್ಜ್:** ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ನಡೆಯುವ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು (ಟಾಕ್‌ಟೈಮ್, ವಿಎಎಸ್, ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ) ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಖಾತೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **VAS (ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆ):** ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸೇವಾ ಕೊಡುಗೆಗೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತವೆ, ಚಂದಾದಾರರು ತಮ್ಮ ಫೋನ್‌ಅನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸಲು ಒತ್ತಾಯಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆಪರೇಟರ್‌ಗೆ ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅವರ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳಿಗೆ, SMS, MMS ಮತ್ತು ಡೇಟಾ ಪ್ರವೇಶದಂತಹ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಐತಿಹಾಸಿಕವಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ, ಇತ್ತೀಚಿನ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಪ್ರಮುಖ/ಅಗತ್ಯ ಸೇವೆಗಳಾಗಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, VAS ಆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಹೊರಗಿಡಲು ಆರಂಭಿಸಿದೆ.
- **ವರ್ಟಿಕಲ್:** ವರ್ಟಿಕಲ್ ವಿವಿಧ ಡೊಮೇನ್ ಪ್ರದೇಶಗಳ ಉಪ ವಲಯಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಘಟಕ 2.6: ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್–COAI

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ, ನೀವು ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಮರ್ಥರಾಗಿರುತ್ತೀರಿ:

1. ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್–COAI ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

2.6.1 ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್–COAI

ಸೆಲ್ ಫೋನ್ ರೇಡಿಯೊಗೆ ಸಮಾನವಾಗಿದೆ. ಇದರ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಂಕೀರ್ಣವಾಗಿವೆ. ಅದು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅದರ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸೋಣ.

1950ರಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ರೇಡಿಯೋ ಫೋನ್‌ಗಳು ವಿರಳವಾಗಿದ್ದವು.

40–50 ಮೈಲುಗಳಷ್ಟು ಪ್ರಸರಣ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ದೊಡ್ಡ ಆಂಟೆನಾಗಳನ್ನು ಕಾರುಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಅವು ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡದಾಗಿದ್ದವು ಮತ್ತು ಕೆಲವು ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿತ್ತು. ರೇಡಿಯೋ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಹಂತದಲ್ಲಿದ್ದ ಕಾರಣ ಖಾಸಗಿ ಬಳಕೆಗಾಗಿ 25ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಚಾನಲ್‌ಗಳು ಲಭ್ಯವಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಒಂದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ 25ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ತಮ್ಮ ರೇಡಿಯೊ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವಂತಿರಲಿಲ್ಲ.

ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಪ್ರತಿ ನಗರವನ್ನು ಸಣ್ಣ ವಿಭಾಗಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬೇಕಾಗಿತ್ತು. ಇಡೀ ನಗರಕ್ಕೆ ಕೇವಲ ಒಂದು ಬೇಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್ ಬದಲಿಗೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸೆಲ್ ತನ್ನದೇ ಆದ ಬೇಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್‌ಅನ್ನು ಹೊಂದುವ ಮಟ್ಟಿಗೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿತ್ತು.

ಇವುಗಳು ಒಂದೇ ನಗರಕ್ಕೆ ಬಳಸುವ ಕಡಿಮೆ ಪವರ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಮಿಟರ್ ಸೆಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು, ಆದರೆ ವಿಭಿನ್ನ ಸೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿತ್ತು.

ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಕೋಶಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿತ್ತು, ಜೊತೆಗೆ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಸಿವರ್‌ಗಳು, ನಿಯಂತ್ರಕಗಳು, ಸ್ವಿಚ್‌ಗಳು, ರೂಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ರೆಜಿಸ್ಟರ್‌ಗಳಿಂದ ಪರಸ್ಪರ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿತ್ತು. ಕೆಲವು ಮುಖ್ಯ ಘಟಕಗಳು ಮತ್ತು ಅದು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ;

ಮೊಬೈಲ್ ಉಪಕರಣ (ME) – ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು MEಅನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಇದು ಭೌತಿಕ ಫೋನ್‌ನಂತೆ ಕಾಣುತ್ತದೆ. ಇದು ತನ್ನದೇ ಆದ IMEI ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ (ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮೊಬೈಲ್ ಉಪಕರಣ ಗುರುತು) ಮತ್ತು ಪ್ರಪಂಚದ ಯಾವುದೇ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಹಳೆಯ ಫೋನ್‌ಗಳು ಸಿಂಗಲ್ ಬ್ಯಾಂಡ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದವು ಆದರೆ ಈಗ ಫೋನ್‌ಗಳು ಯುಎಲ್ ಬ್ಯಾಂಡ್, ಟ್ರಿಪಲ್ ಬ್ಯಾಂಡ್ ಮತ್ತು ಕ್ವಾಡ್ ಬ್ಯಾಂಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. IMEIಯನ್ನು ಫೋನ್‌ನ ಬ್ಯಾಟರಿಯ ಫಲಕದಲ್ಲಿ ಕೆತ್ತಲಾಗುತ್ತದೆ, ಅದನ್ನು ತಯಾರಕರು ಮಾತ್ರ ಸುಡುತ್ತಾರೆ.

ಬೇಸ್ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಸಿವರ್ ಸ್ಟೇಷನ್ (BTS) – ಇದು ಟವರ್ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾದ ಆಂಟೆನಾ. ಇದರ ಸಹಾಯದಿಂದ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ನಡುವಿನ ರೇಡಿಯೋ ಸಂವಹನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಸ್ಪೀಚ್ ಎನ್‌ಕೋಡಿಂಗ್, ಎನ್‌ಕ್ರಿಪ್ಷನ್, ರೇಡಿಯೋ ಸಿಗ್ನಲ್‌ನ ಮಾಡ್ಯುಲೇಶನ್/ಡಿಮಾಡ್ಯುಲೇಶನ್ ಮತ್ತು ಮಲ್ಟಿಪ್ಲೆಕ್ಸಿಂಗ್ (TDMA) ಕೆಲಸಗಳಿಗೂ ಬೇಕು. ಇದರ 120 ಡಿಗ್ರಿ ಭಾಗವು ಒಂದು BTSಯಿಂದ ಆವರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಭೌಗೋಳಿಕತೆ ಮತ್ತು ಬಳಕೆದಾರರ ಬೇಡಿಕೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸೆಲ್‌ಅನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ ಅಥವಾ ಅನಗತ್ಯ ವಲಯದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯೊಂದಿಗೆ ಹಲವಾರು BTSಗಳಿಂದ ಸೆಲ್ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು. BTSಗೆ ಸೆಲ್ ಗುರುತನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸೆಲ್ ಗುರುತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಳ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು BTS ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಸೆಲ್‌ನ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಸೆಲ್ ಎಂದರೇನು?–ಸೆಲ್ ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ ಬೇಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್ ಆಗಿದ್ದು ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆಯ RF ಚಾನಲ್‌ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಸೀಮಿತ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮೊಬೈಲ್ ಚಂದಾದಾರರನ್ನು ಪ್ರತಿ ಸೆಲ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ, ಸೆಲ್ ಮಿತಿಯೊಳಗೆ (ಕವರೇಜ್ ಏರಿಯಾ) ಕವರ್ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

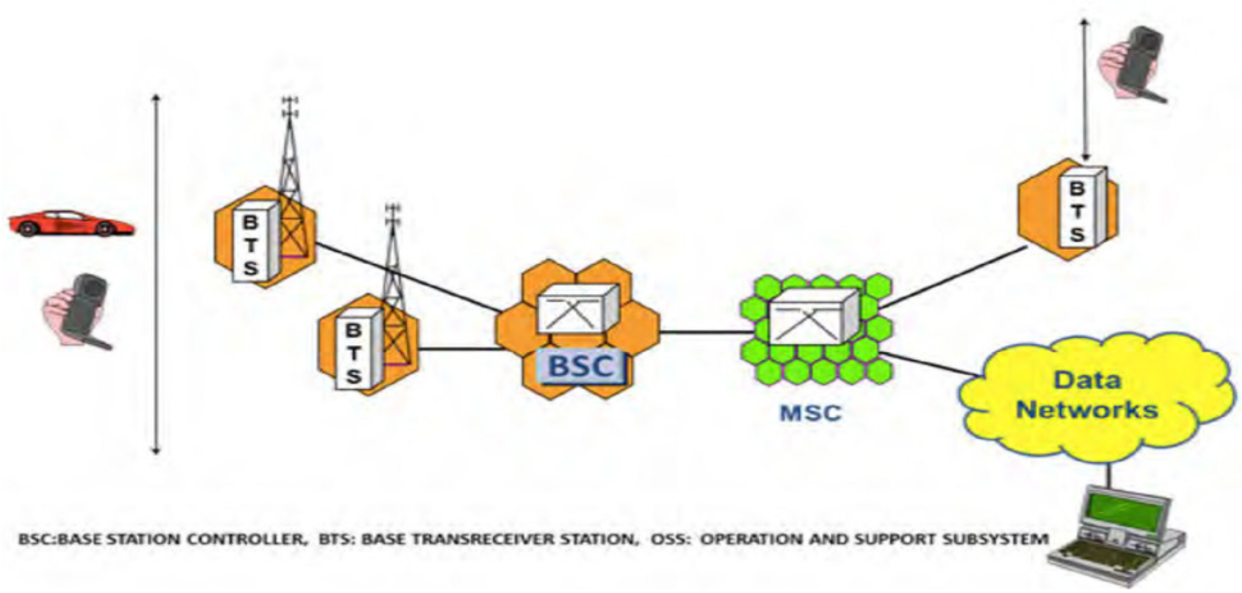
ಸೆಲ್ ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ – ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಸಂಚಾರ ದಟ್ಟಣೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸೆಲ್ ಗಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶವು ಬಳಕೆದಾರರ ಒಟ್ಟು ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುವ ಸೆಲ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆ ಮತ್ತು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಬ್ಯಾಂಡ್‌ವಿಡ್ತ್ ಪ್ರಕಾರ ಸೆಲ್‌ಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಬೇಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್ ಕಂಟ್ರೋಲರ್ (BSC) – BSC ಬೇಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್‌ಅನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ. MS ಫ್ರಿಕ್ವೆನ್ಸಿ ನಿಭಾಯಿಸುವಿಕೆಯಿಂದ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಸಂಕೇತಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಫ್ರಿಕ್ವೆನ್ಸಿ ನಿಭಾಯಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು BSC ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ.

MSE ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು BSEಯ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯವಾಗಿದೆ. ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ, ಇದು BSEಅನ್ನು BTSನೊಂದಿಗೆ ಗುಂಪುಗೊಳಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಬಹುದು.

ಮೊಬೈಲ್ ಸ್ವಿಚಿಂಗ್ ಸೆಂಟರ್ (MSC) – MSCಅನ್ನು GSM ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಹೃದಯ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಕರೆ ರೂಟಿಂಗ್, ಕರೆ ಸೆಟಪ್ ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಸ್ವಿಚಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹಲವು BSCಗಳನ್ನು MSCಗಳು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ.

ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನಿಜವಾದ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ಲಿಂಕ್ FSE. ಆದ್ದರಿಂದ ಅವರು ಪ್ರಬಲವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಆಗ ಅವರು ಪ್ರತಿ ಪ್ರದೇಶದ ಬಳಕೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ, ಇದು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರು ಬೆಲೆ–ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಉಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿವಿಧ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ 2.6.1 SIM ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

Telecom
Sector
Skill
Council

3. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ

ಘಟಕ 3.1 – ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆ

TEL/N0200

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆ ಮಹತ್ವದ ಕುರಿತು ಚರ್ಚೆ
2. ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಸಿದ್ಧತೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ

ಘಟಕ 3.1: ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ ಮಹತ್ವದ ಕುರಿತು ಚರ್ಚೆ
2. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

3.1.1 ಪರಿಚಯ

ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಗುರಿಯನ್ನು ತಲುಪುವ ಮೊದಲು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಯೋಜನೆ ಮಾರಾಟದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಅಂಶವಾಗಿದೆ.

3.1.2 ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆ

FSE ಗಾಗಿ ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಎರಡು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು:

1. **ಯೋಜನೆ:** ಯೋಜನೆಯು ಒಂದು ಸ್ಕೀಮ್ ಅಥವಾ ವಿಧಾನವಾಗಿದ್ದು, ಏನನ್ನಾದರೂ ಮಾಡಲು, ಮುಂದುವರಿಯಲು ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದನೆಗೊಳಿಸಲು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡುಸುವುದಾಗಿದೆ. ಯೋಜನೆಯು ಸಮಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅದನ್ನು ತೊಡಕಿನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಪಾವತಿಯು ಸಮಯದ ಹೂಡಿಕೆಗೆ ಯೋಗ್ಯವಾಗಿದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲೂ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದರ ಮೂಲಕ ಬಲವಾದ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುತ್ತದೆ:
   - ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
   - ಗುರಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಗತಿ ಸಾಧಿಸುವ ಭರವಸೆ ನೀಡುತ್ತದೆ
   - ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು
   - ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಿದ್ಧವಾದ, ಜ್ಞಾನವುಳ್ಳ ವ್ಯಾಪಾರ ಪಾಲುದಾರನ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತದೆ.

ಪೂರ್ವ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳೋಣ:

- ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತು ಉತ್ತಮ ಜ್ಞಾನ ಹೊಂದಿರಿ.
- ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಲಿ.
- ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಕೈಗಾರಿಕೆ/ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಮೇಲೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ನೀಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.
- ಭೇಟಿಗೆ ಹೋಗುವ ಮೊದಲು ಯಾವಾಗಲೂ ಭೇಟಿ ತಂತ್ರವನ್ನು ರಚಿಸಿ (ಭೇಟಿ/ಫೋನ್ ಕರೆ).

2. **ಭೇಟಿಗೆ ಸಿದ್ಧತೆ:** ನಿಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡುವಾಗ ಅಥವಾ ಕರೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ಯಾವಾಗಲೂ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ಹೊಂದಿರಿ ಮತ್ತು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ. ನಿಮ್ಮ ಭೇಟಿಯ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಲಿ. FSE ಆಗಿ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾಡಿದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭೇಟಿಗೂ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಗುರಿ ಆಧಾರಿತವಾಗಿರಬೇಕು. ಗುರಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ನೀವು ತಿಳಿದಿರಬೇಕು. FSE ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಭೇಟಿಗೆ ಹೋಗುವ ಮೊದಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು:
   - ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯಂತೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಅಲಂಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
   - ಪ್ರೆಸೆಂಟೇಷನ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ. ಇದು ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಂದದ ಪತ್ರವನ್ನು ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.

- ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯು ನೀಡುವ ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲಿನ ಬೆಲೆ/ಪ್ರಸ್ತಾವನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು ಒಮ್ಮೆ ನೀವು ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಭೇಟಿಗಾಗಿ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.

3.1.3 ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು

1. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಲಂಕಾರಗೊಳ್ಳುವುದು
2. ತಿಂಗಳ ಗುರಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ವಾರದ ಮತ್ತು ದಿನದ ಗುರಿಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು
3. ಮಾರಾಟಕ್ಕಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
4. ಭೂಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
5. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮತ್ತು ಖರೀದಿ ಟ್ರೆಂಡ್ ಅನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

3.1.4 ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಅಲಂಕಾರಗೊಳ್ಳುವುದು

ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟದ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವೆಂದರೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅಲಂಕಾರ. ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಆಗಿ ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಮವಸ್ತ್ರವನ್ನು ಧರಿಸಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಮಾನದಂಡಗಳ ಪ್ರಕಾರ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಅಲಂಕರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ

- ಫೀಲ್ಡ್ ಟೀಂ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ರಾಯಭಾರಿ. ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರ ಎದುರು ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಅವರು ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿ ಮತ್ತು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿ ಕಾಣುವಂತೆ ತಮ್ಮನ್ನು ನಿರೂಪಿಸಬೇಕೆಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರು ಸಮವಸ್ತ್ರದಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕೆಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ (ಶರ್ಟ್, ಪ್ಯಾಂಟ್, ಬೂಟುಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಕ್ಸ್‌ಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ) ಅದನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿ ಮತ್ತು ಇಸ್ತ್ರಿ ಮಾಡಿರಬೇಕು.
- ಸಮವಸ್ತ್ರದ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ಕಲೆಗಳು, ಒಡೆದ ಗುಂಡಿಗಳು ಅಥವಾ ಸಡಿಲವಾದ ದಾರ ಇರದಂತೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ವಹಿಸಬೇಕು.
- ಶೂಗಳು ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಪಾಲಿಶ್ ಮಾಡಿರಬೇಕು. ಕರ್ತವ್ಯದಲ್ಲಿರುವಾಗ ಸ್ಯಾಂಡಲ್/ಚಪ್ಪಲಿ/ಕ್ರೀಡಾ ಶೂಗಳು ಮತ್ತು ಬಿಳಿ ಸಾಕ್ಸ್ ಧರಿಸುವಂತಿಲ್ಲ.
- ಉಗುರುಗಳು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಕತ್ತರಿಸಿರಬೇಕು ಏಕೆಂದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯ ನೀವು ಸರಕುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುತ್ತೀರಿ.
- ಕೆಲಸವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಕೂದಲನ್ನು ಅಂದವಾಗಿ ಬಾಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಂದೆ ಎಂದಿಗೂ ಬಾಚಬಾರದು.
- ಕರ್ತವ್ಯದ ವೇಳೆ ಐಡಿ ಕಾರ್ಡ್ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ ಇದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಟೇಬಲ್ 3.1.1 ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮವಸ್ತ್ರ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ

ಕ್ರ. ಸಂ.	ಪುರುಷರಿಗೆ	ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ
1	ಸೂಚಿತ ಸಮವಸ್ತ್ರ ಸ್ವಚ್ಛ ಮತ್ತು ಇಸ್ತ್ರಿಯಾಗಿರಬೇಕು	ಉದ್ದ ಕೂದಲು ಹೊಂದಿರುವ ಮಹಿಳೆಯರು ತಮ್ಮ ಕೂದಲನ್ನು ಸಡಿಲವಾಗಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬಾರದು. ಕೂದಲಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಎಣ್ಣೆ ಬಳಸಬಾರದು.
2	ಶೂ ಸ್ವಚ್ಛ ಮತ್ತು ಪಾಲಿಶ್ ಆಗಿರಬೇಕು.	ಅವರು ಗಾಢ ಬಣ್ಣದ ನೇಲ್ ಪಾಲಿಷ್ ಮತ್ತು ಉದ್ದನೆಯ ಉಗುರುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಾರದು ಏಕೆಂದರೆ ಅವುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನ ಬೇರೆ ಕಡೆ ಹರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ.
3	ಕೂದಲು ಸಣ್ಣ, ಸ್ವಚ್ಛ ಮತ್ತು ಗಟ್ಟಿ ಕಟ್ಟಿರಬೇಕು.	ಹೊಳೆಯದ ಕನಿಷ್ಠ ಆಭರಣಗಳನ್ನು ಧರಿಸಿರಬೇಕು.
4	ಪುರುಷರು ಕ್ಲೀನ್ ಶೇವ್‌ನಲ್ಲಿರಬೇಕು.	ನೇತಾಡುವ ಕಿವಿಯೋಲೆಗಳು, ನಡೆದಾಗ ಸದ್ದು ಮಾಡುವ ಗೆಜ್ಜೆ ಮತ್ತು ಬಳೆಗಳನ್ನು ಧರಿಸಬಾರದು.
5	ಗಡ್ಡ/ಮೀಸೆಯನ್ನು ಟ್ರಿಮ್ ಮಾಡಬೇಕು, ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿರಬೇಕು.	ತುಂಬಾ ಹಗುರವಾದ ಮೇಕಪ್ ಅನ್ನು ಮಾತ್ರ ಹಚ್ಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು (ಅತ್ಯಂತ ಹಗುರವಾದ ಶೇಡ್ ಲಿಪ್ಸ್ಟಿಕ್ ಮಾತ್ರ)

6	ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಉಗುರುಗಳನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಕತ್ತರಿಸಬೇಕು.	ಕಚೇರಿಯ ಅಧಿಕೃತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಕಿವಿಯೋಲೆಗಳು ಸ್ಪಡ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಕಡಗಗಳನ್ನು ಧರಿಸಬಾರದು.

ವೈಯಕ್ತಿಕ ನೈರ್ಮಲ್ಯ

- ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ತಮ್ಮ ಕೈಗಳನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಏಕೆಂದರೆ ಅವರು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಸರಕುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ.
- ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಉಗುರು ಕಚ್ಚಬಾರದು.
- ದೇಹದ ದುರ್ವಾಸನೆ ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟ ಉಸಿರಾಟವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿರಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಏಕೆಂದರೆ ಅವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕಿರಿಕಿರಿ ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತವೆ.
- ನೇರ ಮತ್ತು ಮೇಲ್ಮುಖ ಭಂಗಿಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಿ.
- ನೆಲದ ಮೇಲೆ ಕುಣಿಯುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಪಾಕೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕೈಗಳು ಮತ್ತು ಸೊಂಟದ ಮೇಲೆ ಕೈಗಳು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸೌಜನ್ಯಯುತವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಆದ್ದರಿಂದ ಅದನ್ನು ಸಹ ಮಾಡಬೇಡಿ.

ನಿಮ್ಮ ಅಧಿಕೃತ ಗುರುತಿನ ಕಾರ್ಡ್(ID) ಮತ್ತು ವಿಸಿಟಿಂಗ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ನೀವು ಹೊಂದಿರುವಿರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಅದು ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಹುದ್ದೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳಾದ ಇಮೇಲ್ ಮತ್ತು ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯಂತಹ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿ ಎಲ್ಲ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ. ಒಬ್ಬರ ಆರೋಗ್ಯದ ಮೇಲೆ ತೀವ್ರ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಕೆಲವು ಅಭ್ಯಾಸಗಳಿವೆ. ಆರೋಗ್ಯಕರ ಜೀವನಕ್ಕಾಗಿ ಇಂತಹ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ತ್ಯಜಿಸಬೇಕು.

3.1.5 ಮಾಡಬಾರದ ಸಂಗತಿಗಳು

ಇವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

ಮದ್ಯಪಾನ

ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಅಥವಾ ದುಃಖದ ಭಾವನೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಮದ್ಯವನ್ನು ಸೇವಿಸುವ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಾಗಿದೆ. ಮದ್ಯದ ದುಷ್ಪರಿಣಾಮಗಳು ಹೀಗಿವೆ:

- ಹೃದಯದ ರೋಗಗಳು, ಕ್ಯಾನ್ಸರ್, ದುರ್ಬಲಗೊಂಡ ಪ್ರತಿರಕ್ಷಣಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ಯಕೃತ್ತಿನ ಸೋಂಕು (ಸಿರೋಸಿಸ್) ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಅಪಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.
- ಕೆಲಸದ ಮೇಲಿನ ಶ್ರದ್ಧೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಕುಗ್ಗಿಸುತ್ತದೆ.
- ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅವನತಿ.
- ಆತಂಕ, ನಡುಕ, ಆಯಾಸ, ತಲೆನೋವು, ಖಿನ್ನತೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ.

ತಂಬಾಕು

ತಂಬಾಕು ವಿಶ್ವದ ಎರಡನೇ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಸಾವಿಗೆ ಕಾರಣವಾದ ವಿಷ. ಇದು ಪ್ರತಿ ಆರು ಸೆಕೆಂಡುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಾವನ್ನು ಉಂಟು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮಗಳು:

- ಬಾಯಿ, ನಾಲಿಗೆ, ಕೆನ್ನೆ, ಒಸಡುಗಳು ಮತ್ತು ತುಟಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಬಾಯಿಯ ಕ್ಯಾನ್ಸರ್‌ಗೆ ಇದು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.
- ತಂಬಾಕು ಜಗಿಯುವುದರಿಂದ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ವ್ಯಕ್ತಿಯ ರುಚಿ ಮತ್ತು ವಾಸನೆಯ ಪ್ರಜ್ಞೆಯೂ ಹದಗೆಡುತ್ತದೆ.
- ಧೂಮಪಾನಿಗಳು ಶ್ವಾಸಕೋಶದ ಕ್ಯಾನ್ಸರ್‌ನ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯವನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಗುಟ್ಕಾ

ಪ್ರತಿ ಪೊಟ್ಟಣದಲ್ಲಿ 4000 ರಾಸಾಯನಿಕಗಳಿದ್ದು, ಅಡಿಕೆ, ತಂಬಾಕು, ಸುವಾಸನೆ ಮುಂತಾದ 50 ರಾಸಾಯನಿಕಗಳು ಕ್ಯಾನ್ಸರ್‌ಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ.

ಆರೋಗ್ಯದ ಮೇಲೆ ಗುಟ್ಕಾ ಪರಿಣಾಮ:

- ನಾಲಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿರೂಪಗೊಂಡ ಬಾಯಿಯಲ್ಲಿ ಸಂವೇದನೆಯ ಕಳೆದುಹೋಗುತ್ತದೆ
- ಶಾಖ, ಶೀತ ಮತ್ತು ಮಸಾಲೆಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿದ ಸಂವೇದನೆ
- ಬಾಯಿ ತೆರೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದೆ ಇರುವುದು
- ಊತ, ಗಡ್ಡೆಗಳು, ಒಸಡುಗಳ ಮೇಲೆ ಅಥವಾ ಬಾಯಿಯೊಳಗಿನ ಇತರ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಒರಟು ಕಲೆಗಳು

- ಬಾಯಿಯಲ್ಲಿ ಅತೀವ ರಕ್ತಸ್ರಾವ ಮತ್ತು ನುಂಗಲು ತೊಂದರೆ ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಬಾಯಿ ಕ್ಯಾನ್ಸರ್

3.1.6 ಸಮಯಪ್ರಜ್ಞೆ

ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟದ ಭೇಟಿಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ಥಳವನ್ನು ತಲುಪುವುದು ಭೇಟಿಯ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಟ್ರಾಫಿಕ್ ವಿಳಂಬಗಳು, ನಿರ್ಮಾಣ, ಇತ್ಯಾದಿಗಳಂತಹ ವಿವಿಧ ಕಾರಣಗಳಿಂದಾಗಿ ವಿಳಂಬವು ಸಂಭವಿಸಬಹುದಾದ್ದರಿಂದ ಯಾವಾಗಲೂ ಬಫರ್ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ. ತಡವಾಗಿ ತಲುಪುವುದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತೊಂದರೆಗೊಳಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಕಿರಿಕಿರಿಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಇದು FSE ತನ್ನ ಗೌರವವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ತಡವಾಗಿ ಹೋಗುವುದು ಪ್ರತಿರೂಪದ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಸಹ ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು:

- ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯ ಸಮಸ್ಯೆ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಯ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ಗೌರವವಿರುವುದಿಲ್ಲ.
- ನೀವು ಅವರ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಮಯದ ಬಗ್ಗೆ ಯಾವುದೇ ಗೌರವವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿರುವುದರಿಂದ, ಬದ್ಧತೆಯು ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ದೊಡ್ಡ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿರಬಹುದು ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರು ಭಾವಿಸಬಹುದು.

ಭೇಟಿಯ ಸಮಯಕ್ಕಿಂತ ಕನಿಷ್ಠ 15 ನಿಮಿಷಗಳ ಮೊದಲು ತಲುಪುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಒಳ್ಳೆಯದು. ಒಂದು ವೇಳೆ, FSE ಒಂದೇ ದಿನದಲ್ಲಿ ಅನೇಕ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿದ್ದರೆ ಪ್ರಯಾಣದ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಅನಿವಾರ್ಯ ವಿಳಂಬಗಳಿಗೆ ಬಫರ್ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಇದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಹಾಯಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒತ್ತಡವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಭೇಟಿಗೆ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ವೃತ್ತಿಪರ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ಸಮಯಪ್ರಜ್ಞೆ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ:

1. ಇದು ನೀವು ನಂಬಿಕಸ್ಥ ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.
2. ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ನೀವು ಬದ್ಧರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮಾತುಗಳಿಗೆ ಬದ್ಧರಾಗಿರಿ.
3. ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ತಲುಪುವುದರಿಂದ ಒತ್ತಡ ಮತ್ತು ತಡವಾಗಿ ಬರುವ ಚಡಪಡಿಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ.
4. ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿರುವುದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ವೃತ್ತಿಪರ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದು ಯಾವಾಗಲೂ ಮೆಚ್ಚುಗೆಗೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತದೆ
5. ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಕುರಿತು ಅತ್ಯಂತ ಗೌರವ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ.

3.1.7 ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಯೋಜನೆ

ಮಾರಾಟದ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಪೂರ್ವ-ಮಾರಾಟ ಯೋಜನೆ ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಂತೀಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಕಂಪನಿಯ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಗುರಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವರು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮಾರಾಟ ತಂಡದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯರ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ನಡುವಿನ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಆದಾಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ಪ್ರಾಂತೀಯ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಆದಾಯ, ಲಾಭದಾಯಕತೆ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ಗ್ರಾಹಕರ ವ್ಯಾಪಾರದ ಆಧಾರದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಿಂದ ಇದನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದು.

- ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇರ್ಪಡೆ
- ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ
- ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರ ಸೇರ್ಪಡೆ

ಮೇಲಿನವುಗಳು ಇವುಗಳ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಾಗಿವೆ:

- ಗ್ರಾಹಕರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ಶ್ರೇಣಿಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು
- ಒದಗಿಸಿದ ಸೇವೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ವಿಧಿಸಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

- "ಸರಳೀಕೃತ ದರ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು" ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು

FSE ಆಗಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ತಂಡದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾಸಿಕ, ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಮತ್ತು ದೈನಂದಿನ ಗುರಿಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬೇಕು. ಸ್ಪಷ್ಟ ಗುರಿಗಳು FSE ಗೆ ಸಂಘಟಿತ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಥ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸಮೀಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. FSE ಆಗಿ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು, ಪ್ರಸ್ತಾಪಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು ಸುಲಭವಾಗಿದೆ.

FSEಗೆ ಪ್ರತಿ ದಿನವೂ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಅವನ ದೈನಂದಿನ ಗುರಿಗಳು ಅವನ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಗುರಿಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಅವನ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಗುರಿಗಳು ಅವನ ಮಾಸಿಕ ಗುರಿಗಳಿಗೆ ಆಧಾರ. ಜೂನ್ 2011 ರ ಮಾದರಿ ಗುರಿ ವರದಿಯನ್ನು ಕೆಳಗೆ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗಿದೆ:

ಮಾಸಿಕ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಮತ್ತು ದೈನಂದಿನ ಗುರಿಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸುವುದು

ಟೇಬಲ್ 3.1.2 ಜೂನ್ 2011ರ ಮಾದರಿ ಟಾರ್ಗೆಟ್ ವರದಿ

ಕ್ರಮ.ಸಂಖ್ಯೆ	FSE	RCV%	GA	LSO	SSO	ZD
1.	ಓಝಾ	24.00	1100	75	75	4000
2.	ವೈದ್ಯ	16.60	750	90	90	4000
3.	ಚಿನ್ಮಯ್	16.00	1000	80	80	4000
4.	ಬಪಿ	17.50	1050	85	85	4000
5.	ಪೂರ್ಣ	12.50	1050	85	85	3000
6.	ಸಂತೋಷ್	9.00	300	64	64	2600
7.	ಮನೋಜ್	8.50	300	60	60	3000
8.	ರಾಜೀವ್	10.50	950	76	76	2600
9.	ಶಿಶಿರ್	12.50	550	85	85	3000
ಒಟ್ಟು		**127**	**7000**	**700**	**700**	**30,200**

ಇಲ್ಲಿ GA ಎಂದರೆ ಒಟ್ಟಾರೆ ಸೇಪರ್ಡೆ–ಸೇರ್ಪಡೆಗೊಂಡ ಹೊಸ ಸಿಮ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ

RCV ಒಳಗೊಂಡಿದೆ: ರೀಚಾರ್ಜ್ ಕೂಪನ್‌ಗಳು, ಸುಲಭ ರೀಚಾರ್ಜ್, ಡೇಟಾ ಪ್ಯಾಕ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

LSO, SSO ಮತ್ತು ZD ಇವು FSEಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸಬಹುದಾದ ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳ ಹೆಸರುಗಳಾಗಿವೆ.

ಗುರಿ ನಿಗದಿಗೆ ಟಿಪ್ಸ್‌ಗಳು

- BTS ಮಾರಾಟವನ್ನು ನೋಡಲು ಓರ್ವ FSE ಮಾರಾಟದ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಮಳಿಗೆಗಳಿಂದ ತಲುಪಬೇಕು. ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ವ್ಯಾಪಾರದ ಕ್ರಿಯೆಗಳ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.
- ಮಳಿಗೆಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರಾಟದ ಸರಕುಗಳ ಗುರಿ.
- FSE ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬಹುದು–
  - » ಮಾರಾಟ ಉತ್ತೇಜನ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಬೇಕು.
  - » ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ
- FSE ತನ್ನ ದಿನನಿತ್ಯದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಹ ಗುರುತಿಸಬೇಕು
- ತಂಡದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರರೊಂದಿಗಿರಬಹುದು ನಿಮ್ಮ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಚರ್ಚಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಏನು ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಹೇಗೆ ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಬಹುದು ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ.
- ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಮ್ಮ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ವಾರಕ್ಕೆ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ವಾರದ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಮಾಡಿ.
- ದಿನದ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.
- ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಮತ್ತು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸವಾಲನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ದೈನಂದಿನ ಮತ್ತು ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಹೋಲಿಸಬೇಕು.

ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು FSE ಯ ಪಾತ್ರವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ FSE ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕಂಪನಿ ನೀಡುವ ಕೊಡುಗೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಮಗ್ರ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಕಂಪನಿಯ ತರಬೇತಿ, ಟೀಮ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಮ್ಯಾನೇಜರ್‌ನಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಅಥವಾ ಬ್ರೋಷರ್‌ಗಳು,

ಕರಪತ್ರಗಳು ಅಥವಾ ದೈನಂದಿನ ವರದಿ ಮಾಡುವ ಹಾಳೆಗಳನ್ನು ಓದುವ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಇತ್ತೀಚಿನ ಯೋಜನೆಗಳು/ಆಫರ್‌ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ವಯಂ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

3.1.7 ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು

FSE ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳೆಂದರೆ:

- ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ವಾಯ್ಸ್
    - ಹೊಸ SIMs
    - MNP SIMs
- ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಡೇಟಾ
- ಡ್ಯಾಂಗಲ್‌ಗಳು: 3G, 4G
- ರಿಚಾರ್ಜ್‌ಗಳು
    - ವಾಯ್ಸ್
    - ಡೇಟಾ
- ಪೇಪರ್ ಕೂಪನ್‌ಗಳು

FSE ಪ್ರಸ್ತುತ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಚಂದಾದಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬೇಕು.

ಜಾಹೀರಾತು ಸಾಧನಗಳು

ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಜ್ಞಾನದ ಜೊತೆಗೆ, ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು FSE ಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

FSE ಆಗಿ ನೀವು ಎಲ್ಲಾ ಜಾಹೀರಾತು ಸರಕುಗಳಾದ ಡ್ಯಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳು, ಫ್ಲೆಕ್ಸ್ ಬೋರ್ಡ್‌ಗಳು, ಸ್ಟ್ಯಾಂಡಿಗಳು, ಗೇಟ್‌ಗಳನ್ನು ವಿತರಕರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಯೋಜಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮಿಂದ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 3.1.1ನ್ನು ನೋಡಿ)

ಚಿತ್ರ 3.1.1 ಜಾಹೀರಾತು ಸಾಧನಗಳು

3.1.8 ನಿಮ್ಮ ಭೂಭಾಗವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

FSE ತಾನು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಭೂಭಾಗವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಪೂರ್ವ–ನಿರ್ಧರಿತ ಮಾರ್ಗ ಮತ್ತು ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಮುಂದುವರಿಯಬೇಕು.

ವೇಳಾಪಟ್ಟಿ ಅಥವಾ ಶೆಡ್ಯೂಲ್ ಪ್ರಕಾರ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡುವ ದೈನಂದಿನ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಭೂಭಾಗವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಹಂತಗಳು

- ನಿಮ್ಮ ಭೂಭಾಗದೊಳಗೆ ನಿಮ್ಮ ಭೂಭಾಗವನ್ನು (ಉದ್ಯಮ, ಚಾನಲ್, ಗ್ರಾಹಕ ಮತ್ತು ಭೌಗೋಳಿಕ) ಗುರುತಿಸುವ ಮೂಲಕ ಯಾವಾಗಲೂ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿ.
- ಪ್ರತಿ ಭೇಟಿಗೆ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಿ.
- ರೂಟ್ ಪ್ರಕಾರ ದೈನಂದಿನ ಮತ್ತು ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಭೇಟಿಯನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ , ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಕಾಯುವ ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿಸಿ (ಓದುವುದು, ಮೆಮೊಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವುದು)
- ಪ್ರತಿ ಭೇಟಿಯ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು, ಮುಂದಿನ ಭೇಟಿಯ ಸಮಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಇದು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ವಿವಿಧ ಮೊಬೈಲ್ ದೂರವಾಣಿ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಜನರಲ್ಲಿ ತೀವ್ರ ಗೊಂದಲಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿರುಚಿ, ಆದ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ಖರೀದಿಯ ನಡವಳಿಕೆಯು ಅನೇಕ ಅಂಶಗಳಿಂದಾಗಿ ಸಮಯದೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಸೇವಾ ವಲಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ದೇಶದ ವ್ಯಾಪಾರ ಪರಿಸರ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕತೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುವ ಜನರ ವಿವಿಧ ಖರೀದಿ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕು. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಸಂಪೂರ್ಣ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಒಳಗಾಗಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಜ್ಞಾನವು ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಈಗ ಅವರು ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಎಂದಿಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ.

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ಬೇಡಿಕೆಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನೀಗಿಸುವಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಭರವಸೆಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುವುದು ಇದರ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಒಮ್ಮೆ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡ ನಂತರ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮೀರಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸುವುದು ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ.

3.1.9 ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು 3 ಪ್ರಮುಖ ಮಾರ್ಗಗಳಿವೆ.

- ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಅವರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಖರೀದಿ ವರ್ತನೆಯ ಮೂಲಕ ಅವರನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
- ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.

ನಿಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ತಮ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಇವರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರು. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ, ಇದು ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಉಲ್ಲೇಖಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಆದಾಯಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರು ಏನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಆಕಾಂಕ್ಷೆ ಯಾವುದು ಅದನ್ನೇ ಒದಗಿಸಿ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ:

- ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವಾಗಲೂ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕೀಯಗೊಳಿಸಿದ ಸೇವೆಗಳಿಗಾಗಿ ಎದುರು ನೋಡುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು FSE ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಅವರ ಮಕ್ಕಳಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ದಿನದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗಂಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ (ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ, ಮಲಗುವ ವೇಳೆ), ಕೆಲವು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವುದು. ಮತ್ತು ಮಗು ಶಾಲೆ ಮುಗಿಸಿ ಮನೆಗೆ ಬಂದರೆ ಅವರ ಫೋನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ GPS ಅಧಿಸೂಚನೆಗಳು ಇಲ್ಲವಾಗಿಸುವುದು ಇಂತಹ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ.
- ಪ್ರತಿಯೊಂದು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸಮಾಜದ ಕೆಲವು ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಲು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ. GIV ಮೊಬೈಲ್, ಬಳಕೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಮಾಸಿಕ ಬಿಲ್‌ನಲ್ಲಿ 8% ಅನ್ನು ಅವರ ಆಯ್ಕೆಯ ಚಾರಿಟಿಗೆ ನೀಡಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಯು ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು "ಗೀವ್ ಬ್ಯಾಕ್" ಎಂದು ಕರೆದಿದೆ.

- ಮೊಬೈಲ್ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ಯುವಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ – ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಅವರು "ಬ್ಯಾಕ್ ಟು ಸ್ಕೂಲ್ ಪ್ಲಾನ್" ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಜಾಹೀರಾತು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ, ಅಲ್ಲಿ ಯುವಕರು ಬಳಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪಾವತಿಸಬಹುದು. ಮಾಮೂಲಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಯಾವುದೇ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ, ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕಂಪನಿಯ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು FSEಗಳ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳ ಸಹಾಯದಿಂದ ಕಂಪನಿಗಳು ಅದನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಒಮ್ಮೆ, FSE ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರ ಗುರಿ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದರೆ, ಅವರು ಆದಾಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸುವಲ್ಲಿ ಕಂಪನಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.

ಉದ್ದೇಶಿತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳು "ಯಾರು, ಎಲ್ಲಿ, ಏಕೆ ಮತ್ತು ಹೇಗೆ".

1. **ಜನಸಂಖ್ಯೆ:** ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾರು ಎಂಬುದನ್ನು ಮೊದಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿ. ಇದು ಜನಸಂಖ್ಯೆಯ ಘಟಕಗಳು ಮತ್ತು ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ, ಕುಟುಂಬ, ಗಾತ್ರ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಟ್ಟ ಮತ್ತು ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕನ ಉದ್ಯೋಗದಂತಹ ವಿವರಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧಾರವಾಗುತ್ತದೆ.
2. **ಭೌಗೋಳಿಕತೆ:** ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ಥಳ, ಅವರು ಎಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ, ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶದ ಗಾತ್ರ, ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಸಾಂದ್ರತೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
3. **ಸೈಕೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಮತ್ತು ಎಥ್ನೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್:** ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಹಿಂದೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಕಾರಣಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಇದು ಪ್ರದೇಶದ ಜನರ ಖರೀದಿ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು, ವರ್ತನೆ ಮತ್ತು ಅಭಿರುಚಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ.
4. **ಖರೀದಿ ಹವ್ಯಾಸ:** ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಸಂಸ್ಕೃತಿ ಮತ್ತು ಧರ್ಮವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನೀಡಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ದೀಪಾವಳಿ, ಈದ್‌ನಂತಹ ವಿವಿಧ ಧಾರ್ಮಿಕ ಹಬ್ಬಗಳು ಮತ್ತು ಜನ್ಮದಿನಗಳು ಮತ್ತು ವಾರ್ಷಿಕೋತ್ಸವಗಳಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಖರೀದಿಯ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತವೆ.

3.1.10 ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಮಾಹಿತಿ

- ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡುವ / ಕರೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ. ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
- ಡೀಲರ್ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಭೇಟಿಯಾಗಲು ಸರಿಯಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು FSE ತಿಳಿದಿರಬೇಕು, ಇದರಿಂದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಅಡೆತಡೆಗಳಿಲ್ಲದೆ ಸಾಧಿಸಬಹುದು.

ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಮಾಹಿತಿ

ವಿತರಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಅನುಸರಿಸಿ. ವಿತರಕರನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ವಿತರಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ತಲುಪಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು FSEತಿಳಿದಿರಬೇಕು. ವಿತರಕರು ವಿಭಾಗಗಳ ಟಾಪ್ 3 ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಬಯಸುವುದಾಗಿ ಹೇಳಿದರೆ, FSE ಕಂಪನಿಯ ಇತ್ತೀಚಿನ ರೇಟಿಂಗ್ ಅನ್ನು (ಅದು ಟಾಪ್ 3ರಲ್ಲಿದ್ದರೆ) ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಡೀಲರ್‌ಗೆ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಅದರ ನಂತರ ಡೀಲರ್ ಲಭ್ಯತೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಅಪಾಯಿಂಟ್‌ಮೆಂಟ್ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲಗಳು

ನಿಮ್ಮ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ವಿತರಕರು ಮತ್ತು ವಿತರಕರ ವಿವರವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಹೊಂದಿರಿ. ಇದರ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ ಪ್ರಾತ್ಯಕ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ಅರ್ಹ ವಿತರಕರನ್ನು ಹೊರತೆಗೆಯಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

FSE ವಿತರಕರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ವಿತರಕರು ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಚೋದಿತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಸಲಹೆಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ –

- ನೀವು ಪ್ರದೇಶದ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶದ ಪ್ರಕಾರ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಪ್ರದೇಶದ ನಕ್ಷೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
- ಯೋಜಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ವಿತರಕರ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಅನ್ನು ಪ್ರದೇಶ, ಪಿನ್ ಕೋಡ್, ನಗರ ಮತ್ತು ಬೀದಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಿ. ಇತರೆ FSE ಯ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುವಿಕೆಯೋತ್ತರ ಡೇಟಾದೊಂದಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ನೀವು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರುವ ರಾಜ್ಯದ ಪ್ರಕಾರ ಇದನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು.

- ನಿಗದಿತ ರೂಟ್ ಪ್ರಕಾರ ಅಪಾಯಿಂಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಬೇಕು.
- ವಾರದ ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್ ಅನ್ನು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು. ಕೆಲಸದ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕು ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಮುರಿಯಬಾರದು.

ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಕವಾಗಿರಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನಿಮಗೆ ಯಾವುದೇ ಸಹಾಯ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮ ಏರಿಯಾ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಜೊತೆಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ.

3.1.11 ಮಾರಾಟ ವರದಿ

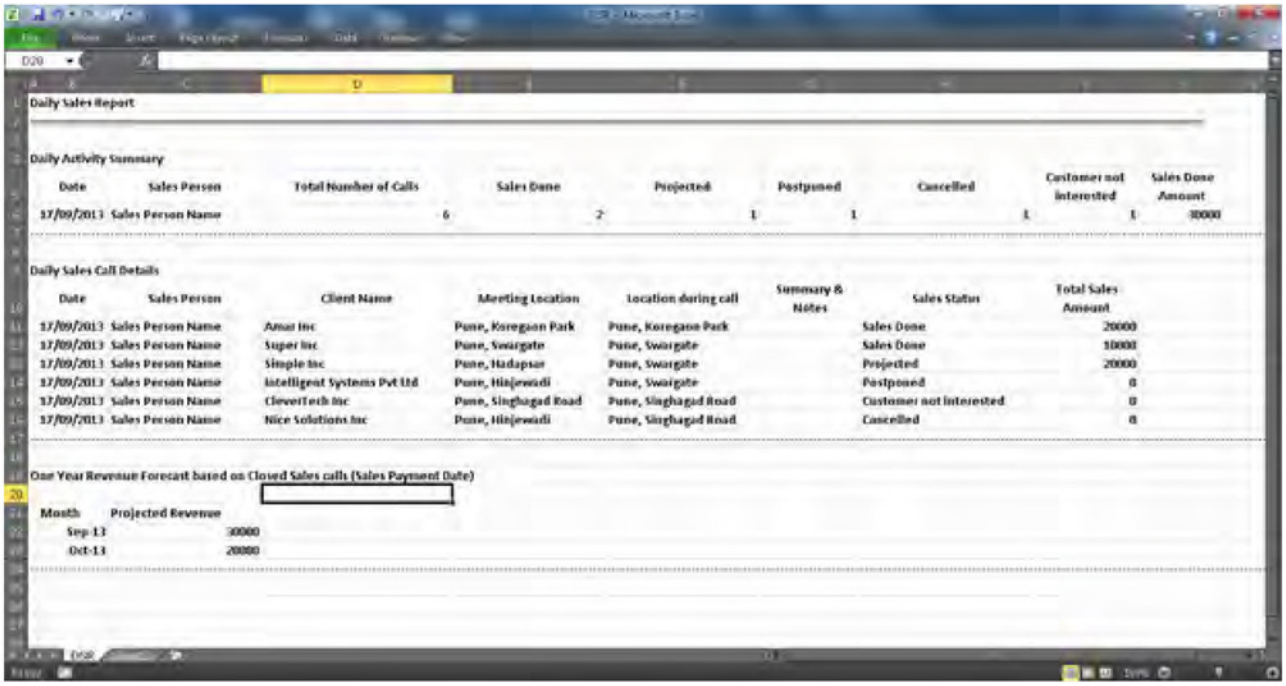
ಪ್ರಾಥಮಿಕವಾಗಿ ಫೀಲ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ದಿನನಿತ್ಯದ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ನಡೆಸುವ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಭೇಟಿಗಳು, ಭೇಟಿ ನೀಡಿದ ಸ್ಥಳಗಳು, ಪೂರ್ತಿಗೊಳಿಸಿದ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಆದಾಯದ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟ ವರದಿಯನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ದಿನನಿತ್ಯದ ಮಾರಾಟ ವರದಿ

ದೈನಂದಿನ ವರದಿಯು ಮಾರಾಟದ ಡೇಟಾದ ದಾಖಲಾತಿ ಮತ್ತು ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಾಗಿದೆ, ಇದು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಸಮಗ್ರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ದೈನಂದಿನ ವರದಿಯ ಲಾಭಗಳು ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:

- FSEಯ ಸೂಕ್ತ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಯಾವ ಉತ್ಪನ್ನವು ಅದರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು.
- ಕಂಪನಿಯ ಲಾಭದಾಯಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಹೇಗಿವೆ.
- DSR ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಯಶಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.


Daily Sales Report

Daily Activity Summary

Date	Sales Person	Total Number of Calls	Sales Done	Projected	Postponed	Cancelled	Customer not interested	Sales Done Amount
17/09/2013	Sales Person Name	6	2	1	1	1	1	30000

Daily Sales Call Details

Date	Sales Person	Client Name	Meeting Location	Location during call	Summary & Notes	Sales Status	Total Sales Amount
17/09/2013	Sales Person Name	Amar Inc	Pune, Koregaon Park	Pune, Koregaon Park		Sales Done	20000
17/09/2013	Sales Person Name	Super Inc	Pune, Swargate	Pune, Swargate		Sales Done	10000
17/09/2013	Sales Person Name	Simple Inc	Pune, Hadapsar	Pune, Swargate		Projected	20000
17/09/2013	Sales Person Name	Intelligent Systems Pvt Ltd	Pune, Hinjewadi	Pune, Swargate		Postponed	0
17/09/2013	Sales Person Name	CleverTech Inc	Pune, Singhagad Road	Pune, Singhagad Road		Customer not interested	0
17/09/2013	Sales Person Name	Nice Solutions Inc	Pune, Hinjewadi	Pune, Singhagad Road		Cancelled	0

One Year Revenue Forecast based on Closed Sales calls (Sales Payment Date)

Month	Projected Revenue
Sep-13	30000
Oct-13	20000

ಚಿತ್ರ 3.1.2 ಮಾರಾಟ ವರದಿಯ ಮಾದರಿ ಫಾರ್ಮ್ಯಾಟ್

FSE ಯ ಪ್ರಮುಖ ಕರ್ತವ್ಯಗಳು ಹೀಗಿವೆ–

- ದೈನಂದಿನ ಗುರಿ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪಿಲ್ಲದೆ ವರದಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು. ಇದು ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ವರ್ಸಸ್ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಏರಿಯಾ ಸೇಲ್ಸ್ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಜೊತೆ ಚರ್ಚಿಸಬೇಕು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯವೈಖರಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಲಿದ್ದು ಆಗ ನೀವು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸರಿಯಾದ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.
- ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ, ನಿಮ್ಮ ಸ್ಟಾಕ್ ಅಗತ್ಯತೆಯ ವರದಿ ಸಲ್ಲಿಸಿ.

ತಂಡದ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಎಲ್ಲಾ FSE ಗಳಿಂದ ಅವರು ಸಾಧಿಸಿದ ದೈನಂದಿನ ಟಾರ್ಗೆಟ್ ವರದಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಅನೌಪಚಾರಿಕ ವರದಿಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ತಂಡದ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿದಿನ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಇಮೇಲ್, ಮೆಮೊ ಫಾರ್ಮ್ಯಾಟ್ ಅಥವಾ ಸಂಸ್ಥೆ ಅನುಸರಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಮಾದರಿಯ ವಿವಿಧ ರೂಪಗಳಲ್ಲಿರಬಹುದು. ಇದು ತುಂಬಾ ನಿಖರವಾಗಿರಬೇಕು. ಮತ್ತು ಪ್ರತಿದಿನ ಸಾಧಿಸಿದ ಗುರಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸಬೇಕು.

ದೈನಂದಿನ ವರದಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಬರೆಯಬೇಕು?

ವರದಿಯನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ 3 ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಿ:

- ಔಪಚಾರಿಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ
- ವಸ್ತುನಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿರಲಿ
- ವರದಿಯನ್ನು ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಿ

ಸೂಚನೆಗಳು

1. ವಾಸ್ತವಗಳು, ಅಂಕಿಅಂಶಗಳು, ಹೆಸರುಗಳು ಮತ್ತು ದಿನಾಂಕಗಳಂತಹ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದಿನದ ವೃತ್ತಿಪರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ.
2. ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೆ ಫಾರ್ಮ್ ಬಳಸಿ, ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಆದರೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿ.
3. ಮೆಮೊ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ವರದಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ. ದಿನಾಂಕ, ವರದಿಯ ಓದುವವರ ಹೆಸರು, ನಿಮ್ಮ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ವಿಷಯ (ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ದೈನಂದಿನ ವರದಿ) ಒದಗಿಸಿ. ನೀವು ಇ–ಮೇಲ್‌ನಲ್ಲಿಯೂ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಬಹುದು.
4. ಆ ದಿನ ನೀವು ಮಾಡಿದ ಕೆಲಸವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಾಲಾನುಕ್ರಮದಂತೆ ವಿವರಿಸಿ ಅಥವಾ ಯೋಜನೆ ಉಪವಿಭಾಗ ಮಾಡಿ. ಕೆಲಸ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿದೆ ಎಂಬ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ.
5. ನೀವು ಎದುರಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಅವುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ. ಸಮಸ್ಯೆಯು ಬಗೆಹರಿಯದೆ ಉಳಿದಿದ್ದರೆ, ನೀವು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಮತ್ತು ಯಾವಾಗ ಪರಿಹರಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ. ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಅಥವಾ ಸವಾಲುಗಳಂತಹ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ.
6. ಕೆಲಸದ ದಿನದಲ್ಲಿ ಗುರಿ ಸಾಧಿಸಲು ನೀವು ಏನನ್ನು ಆಶಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿ; ಕೆಲಸದ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯಂತಹ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ.
7. ನಿಮ್ಮ ಬರವಣಿಗೆ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಇರಲಿ. ನಿಮ್ಮ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರಿಗೆ ನೀಡಲು ಪ್ರಿಂಟ್ ತೆಗೆಯುವ ಮೊದಲು ಅಥವಾ ಕಳುಹಿಸುವ ಮೊದಲು ದೋಷಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು ಪ್ರೂಫ್ ರೀಡ್ ಮಾಡಿ.

ವಾರದ ಮಾರಾಟ ವರದಿ

ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ನಲ್ಲಿನ ವಾರದ ವರದಿಗಳು ಮಾಸಿಕ ಮತ್ತು ತ್ರೈಮಾಸಿಕ ವರದಿಯ ಪ್ರತಿಬಿಂಬವಾಗಿದೆ. ವಾರದ ವರದಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವು ಇಳಿಮುಖವಾಗಿದ್ದರೆ, ಅಗತ್ಯ ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಇಲಾಖೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿ, ವರದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ದಿನಾಂಕಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರದೇಶ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಇದರಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

FSEಯು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿ ಪ್ರಕಾರ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ಮಾರಾಟ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ವಿಭಜಿಸಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಮಾಸಿಕ ಮಾರಾಟ ವರದಿ

ಇದನ್ನು ಮಾಸಿಕ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಉತ್ಪಾದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಉಲ್ಲೇಖಕ್ಕಾಗಿ ಮಾದರಿ ಮಾಸಿಕ ಮಾರಾಟ ವರದಿ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

monthly sales report/forecast (template) sales dept/team .... month .

This basic sales report/forecast tool is for a small or new businesses which does not yet have a compu full management information system, which would normally integrate sales reporting with other busines

	month				cumulative (year to date		
sales for month	actual	plan	variance	%	actual	plan	variance
volumes/quantity/number							
values/revenues							
margin/contribution							
% margin/contribution							
number of orders							
average order value							
next month forecast	f'cast	plan	variance	%	f'cast	plan	variance
volumes/quantity/number							
values/revenues							
margin							
quarter forecast	f'cast	plan	variance	%	f'cast	plan	variance
values/revenues							

ಚಿತ್ರ 3.1.3 ಮಾಸಿಕ ಮಾರಾಟ ವರದಿ ಮಾದರಿ ಸ್ವರೂಪ

3.1.12 ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ (MTD)

ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ ವರದಿಯು ತಿಂಗಳ ಮೊದಲ ದಿನದಿಂದ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದಿನಾಂಕದವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ ವರದಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ ದಿನಾಂಕ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮಾರ್ಚ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಚ್ 10ರಂದು ತಿಂಗಳ ಮಾರಾಟ ವರದಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದ್ದರೆ ಮಾರ್ಚ್ 1ರಿಂದ ಮಾರ್ಚ್ 10ರವರೆಗಿನ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾರಾಟ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ:

ABC ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಪ್ರವರ್ತಕರ ಮಾರಾಟ: ಜನವರಿ 20ರಂದು 500 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್ ಜನವರಿ 24ರಂದು 100 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್ ಜನವರಿ 27ರಂದು 700 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್ ಒಟ್ಟಾರೆ ತಿಂಗಳ ಮಾರಾಟ 500 + 100 + 700 = 1300 ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್.

ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಅಥವಾ ತಿಂಗಳ ಮಾರಾಟ ವರದಿಯನ್ನು ಹಿಂದಿನ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ, ಇದು ಕಂಪನಿ ಬೇರೆ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಇದೇ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯಲು ಸಹಕಾರಿ. ಹಣಕಾಸು ಇಲಾಖೆ ವಿತ್ತೀಯ ಹೇಳಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ತಿಂಗಳ ವರದಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

1. ಕೆಳಗಿನ ಡಾಟಾಬೇಸ್‌ನಂತೆ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಇಲ್ಲಿವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ ಲೆಕ್ಕಹಾಕಿ

ವಾರ	ತಿಂಗಳು	ಮೊತ್ತ(ರೂ.ಗಳಲ್ಲಿ)
1.	1	1500
2.	1	1000
3.	1	5000
4.	1	2500
5.	2	1300
6.	2	6900
7.	2	4300
8.	2	3500
9.	3	2900

2. ಪ್ರಕರಣ ಅಧ್ಯಯನ

ಸನ್ನಿವೇಶ

ಕೆಳಗಿನ ಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಹೊಸ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:

- ಸಿಮ್ ಶುಲ್ಕ ರೂ. 10/-
- ಯಾವುದೇ ಆಕ್ಟಿವೇಷನ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಶುಲ್ಕಗಳಿಲ್ಲ
- ಎಲ್ಲಾ STD ಮತ್ತು ಸ್ಥಳೀಯ ಕರೆಗಳು @ 1ಪೈಸೆ/ಸೆ.
- ಕರೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಪ್ರತಿ ಸೆಕೆಂಡ್‌ಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ.
- 2GB ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ತಿಂಗಳಿಗೆ ರೂ. 99/–
- ಆಕ್ಟಿವೇಷನ್ ಮಾಡಿದಾಗ, 30 ದಿನಗಳ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಖ್ಯ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್‌ನಿಂದ ರೂ 16 ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಆಟೊ ರಿನಿವಲ್ ಚಾರ್ಜಿಂಗ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾಕ್. ನವೀಕರಣದಿಂದ ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲು SMS <DACTIVATE WA> to 41125.

ಮೇಲಿನ ಸನ್ನಿವೇಶದಿಂದ ಕೆಳಕಂಡ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ:

- ನೀವು ಯಾವ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಏನು ಅದನ್ನು ಅನನ್ಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ?
- ನೀವು ಅದನ್ನು ಯಾರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ?
- ಜನರು ನಿಮ್ಮಿಂದ ಮಾತ್ರ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಖರೀದಿಸಬೇಕು?
- ಭೌಗೋಳಿಕತೆ, ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯಾ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.

3. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಿಂದ ನೀವು ಗೊಂದಲಕ್ಕೊಳಗಾಗಿರುವಿರಿ. ಉತ್ಪನ್ನ ಬಳಸಿದ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಯಾವ ಮಾರ್ಗದಿಂದ ಉತ್ತಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀವು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ?

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ FSE ಮಾಡಬೇಕಾದ ಸಿದ್ಧತೆಗಳ ಪಟ್ಟಿ.

2. FSE ಗೆ ಏಕೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯ.

3. ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇನು?

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

4 . ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಏರಿಕೆ

Telecom
Sector
Skill
Council

ಘಟಕ 4.1 – ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು

ಘಟಕ 4.2 – ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಏರಿಕೆ

TEL/N0201

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಬಲ್ಲಿರಿ.
2. ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು FSE ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಸಬಲ್ಲಿರಿ

ಘಟಕ 4.1: ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು

ಪ್ರಮುಖ ಕಲಿಕಾ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಬಲ್ಲಿರಿ

4.1.1 ಪರಿಚಯ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು FSE ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಇವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ:

ಕೋಷ್ಟಕ 4.1.1 ಮೊಬೈಲ್ ಸೇವೆಗಳು

ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕ	ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕ
ರಿಚಾರ್ಜ್	ಯೋಜನೆಗಳು
ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕ	ಬಿಲ್ ಪಾವತಿ
ರೋಮಿಂಗ್ ಪ್ಯಾಕ್	ರೋಮಿಂಗ್ ಯೋಜನೆಗಳು
ವಿಶೇಷ ರಿಚಾರ್ಜ್ ಕೊಡುಗೆಗಳು	ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕ
	MNP ಸಂಪರ್ಕ

ಕೋಷ್ಟಕ 4.1.2 ಡೇಟಾ ಸೇವೆಗಳು

ಮೊಬೈಲ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್	ಗೃಹ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್	ಡಾಂಗಲ್ ಮತ್ತು ರೂಟರ್‌ಗಳು
4G	ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಅನಿಯಮಿತ ವಾಯ್ಸ್ ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕ	
3G ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್		3G
2G ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್		

ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸೇವೆಗಳು

- ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸೇವೆಯು ಪಾವತಿಸಿ ಪಡೆಯುವ ಸೇವೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರಲ್ಲಿ ಬಳಕೆದಾರರು ಅವರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್‌ಅನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ಬಳಕೆದಾರರು ಈ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಮೊತ್ತದವರೆಗೆ ಮಾತ್ರ ಬಳಸಬಹುದು, ನಂತರ ಅವರು ಕರೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.
- ರೋಮಿಂಗ್, STD, ISD ಸೇವೆಗಳು ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಮೊದಲೇ ಸಕ್ರಿಯಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ.
- ಮಾರ್ಚ್.22, 2013ರ TRAI ನಿಯಮದಂತೆ ಯಾವುದೇ 20 ರೂ. ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಹೊಂದಿರುವ ಚಂದಾದಾರರಿಗೆ

ಮತ್ತು 90 ದಿನಗಳವರೆಗೆ ಯಾವುದೇ ಬಳಕೆಯಿಲ್ಲದೇ ಇದ್ದರೆ (ಒಳಬರುವ ಅಥವಾ ಹೊರಹೋಗುವ ವಾಯ್ಸ್ / ವೀಡಿಯೊ ಕರೆಗಳು, ಹೊರಹೋಗುವ SMS, ಮೊಬೈಲ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ / ಡೇಟಾ ಬಳಕೆ, VAS ಬಳಕೆ ಅಥವಾ ಖರೀದಿಗಳು ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ) ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ದಿನಾಂಕದಿಂದ 15 ದಿನಗಳ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಅವಧಿಯೊಳಗೆ ರೂ.20 ಪಾವತಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪುನಃ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು.

MRP (ರೂ)	ರೂ. 55	ರೂ. 45	ರೂ. 10	ರೂ. 13	ರೂ. 41
ಪ್ರಾರಂಭಿಕ ಟಾಕ್‌ಟೈಂ	0	0	0	0	0
SIM ಕಾರ್ಡ್ ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ	ಜೀವನಪರ್ಯಂತ	ಜೀವನಪರ್ಯಂತ	ಜೀವನಪರ್ಯಂತ	ಜೀವನಪರ್ಯಂತ	ಜೀವನಪರ್ಯಂತ

ಸ್ಥಳೀಯ ಕರೆ ದರ

ABC-to-ABC ಕರೆಗಳು	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್
ABC - ಇತರ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳು	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್
ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಿಗೆ	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್

STD ಕರೆ ದರಗಳು

ABC-to-ABC ಕರೆಗಳು	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್
ABC - ಇತರ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳು	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್
ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಿಗೆ	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.2ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್	1.5ಪೈಸೆ/ಸೆಕೆಂಡ್
ISD ಕರೆ ದರಗಳು					
USA ಮತ್ತು ಕೆನಡಾ; SE ಏಷ್ಯಾ; ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾದ ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್ ನಂಬರ್‌ಗಳು	ರೂ. 6.4	ರೂ. 6.4	ರೂ. 6.4	ರೂ. 6.4	ರೂ. 6.4
ಮಧ್ಯ ಪೂರ್ವ UAE ಮತ್ತು ಸೌದಿ ಅರೇಬಿಯಾ ಸೇರಿದಂತೆ	ರೂ. 11	ರೂ. 11	ರೂ. 11	ರೂ. 11	ರೂ. 11
ಇತರೆ ಎಲ್ಲ ದೇಶಗಳು	ರೂ. 15	ರೂ. 15	ರೂ. 15	ರೂ. 15	ರೂ. 15
ಸ್ಯಾಟ್‌ಲೈಟ್ ಕರೆಗಳು	ರೂ. 550	ರೂ. 550	ರೂ. 550	ರೂ. 550	ರೂ. 550
SMS					
ಸ್ಥಳೀಯ SMS	ರೂ. 1	ರೂ. 1	ರೂ. 1	ರೂ. 1	ರೂ. 1
ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ SMS	ರೂ. 1.5	ರೂ. 1.5	ರೂ. 1.5	ರೂ. 1.5	ರೂ. 1.5
ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ SMS	ರೂ. 5	ರೂ. 5	ರೂ. 5	ರೂ. 5	ರೂ. 5

ಜೀವಿತಾವಧಿ ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ

ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರ, ಅಸ್ಸಾಂ ಮತ್ತು ಈಶಾನ್ಯವನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಎಲ್ಲಾ ವಲಯಗಳಿಗೆ ಜೀವಿತಾವಧಿ. ಪರವಾನಗಿ ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ಮಾನ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ 180 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ರೂ.200 ರೀಚಾರ್ಜ್. ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರ, ಅಸ್ಸಾಂ ಮತ್ತು ಈಶಾನ್ಯ ವಲಯಗಳಿಗೆ:

- ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ 90 ದಿನಗಳು
- ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿಯಲ್ಲಿ 90 ದಿನಗಳ ವಿಸ್ತರಣೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರತಿ 90 ದಿನಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಕನಿಷ್ಠ ರೂ.100 ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಬೇಕು.

ಈ ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವೃತ್ತಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು DOT ನೀಡಿದ ಅನುಮತಿಗೆ ಅನುಸಾರವಾಗಿ ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ಯಾಕ್ ವಿವರಗಳು	ರಿಚಾರ್ಜ್ ಮೊತ್ತ.	ಲಾಭ	ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ
SMS ಪ್ಯಾಕ್	ರೂ.23	150 ಸ್ಥಳೀಯ+ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ	14 ದಿನಗಳು
	ರೂ.29	300 ಸ್ಥಳೀಯ+ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ	21 ದಿನಗಳು
	ರೂ.49	500 ಸ್ಥಳೀಯ+ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ	28 ದಿನಗಳು
ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಪ್ಯಾಕ್ 2G	ರೂ.18	90 MB	3 ದಿನಗಳು
	ರೂ.25	125 MB	5 ದಿನಗಳು
	ರೂ.74	400 MB	14 ದಿನಗಳು
	ರೂ.98	500 MB	20 ದಿನಗಳು
	ರೂ.149	1 GB	30 ದಿನಗಳು
	ರೂ.197	ಅನಿಯಮಿತ	30 ದಿನಗಳು
ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಪ್ಯಾಕ್ 3G	ರೂ.9	25 MB	1 ದಿನಗಳು
	ರೂ.44	150 MB	5 ದಿನಗಳು
	ರೂ.255	1 GB	30 ದಿನಗಳು

ಸೇವೆಯ ಹೆಸರು	ವಿಧಾನ	ಷರತ್ತುಗಳು
ಸಾಲ	*141*10# ನಂತರ ದೃಢೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ 1 ಒತ್ತಿರಿ	1. ಖಾತೆ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ರೂ 1 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿಲ್ಲ 2. ಮೊದಲು ಯಾವುದೇ ಸಾಲವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿಲ್ಲ 3. ಗ್ರಾಹಕರು ರೂ 10 ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ 4. ನಿರ್ವಾಹಕರು ರೂ 10 ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್‌ಗೆ ವಿರುದ್ಧ 12 ಕಡಿತಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ
ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಸಿಂಧುತ್ವವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು	*123#	ರೋಮಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿಯೂ ಸಹ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ವಿಚಾರಣೆಗಾಗಿ ಟೋಲ್ ಫ್ರೀ ಸೇವೆ

ರಿಚಾರ್ಜ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ	
ರೀಟೇಲರ್ ಮೂಲಕ	ಇ– ರಿಚಾರ್ಜ್
ಪೇಪರ್ ಕೂಪನ್	*121*3*14 ಡಿಜಿಟ್ ಪಿನ್ ಸಂಖ್ಯೆ. #
ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಮೂಲಕ	ರೀಟೇಲರ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ವಿಳಾಸ

- ಶಾರ್ಟ್ ಕೋಡ್‌ಗಳು ಒಬ್ಬ ಸೇವಾಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಇನ್ನೊಬ್ಬರಿಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು
- SMSನ ಅಕ್ಷರಗಳ ಉದ್ದವು 160 ಅಕ್ಷರಗಳು ಸ್ಪೇಸ್ ಮತ್ತು ವಿಶೇಷ ಅಕ್ಷರಗಳನ್ನು ಸೇರಿ(ಪ್ರಿ ಹಾಗೂ ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಎರಡರಲ್ಲೂ)

- TRAI ಪ್ರಕಾರ 100 ಸಂದೇಶಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದಲ್ಲಿ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಅದನ್ನು ಮೀರಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ 50 ಪೈಸೆ. (ಪ್ರಿ & ಪೋಸ್ಟ್ಪೇಯ್ಡ್ ಎರಡೂ)
- ಸುದ್ದಿ, ಸಮೀಕ್ಷೆಗಳು, ರಸಪ್ರಶ್ನೆ ಮುಂತಾದ ವಿಶೇಷ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾದ ಸಂದೇಶಗಳಿಗೆ SMS ಪ್ಯಾಕ್‌ನ ಶುಲ್ಕಗಳು ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

ಶುಲ್ಕಗಳು

ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳಿಗೆ ದರಗಳು	
ಕರೆಗಳು	(ರೂ/ನಿಮಿಷ)
ಒಳಬರುವ ಕರೆಗಳು	0.75
ಹೊರಹೋಗುವ ಕರೆಗಳು	
ಸ್ಥಳೀಯ ಕರೆಗಳು	1.00
STD ಕರೆಗಳು	1.50
SMS (ರೂ/ಸಂದೇಶ)	
ಹೊರಹೋಗುವ ಸ್ಥಳೀಯ SMS	1.00
ಹೊರಹೋಗುವ ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ SMS	1.50
ಹೊರಹೋಗುವ ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ SMS	5.00
ಒಳಬರುವ SMS	ಮುಕ್ತ(ಉಚಿತ)
ಡೇಟಾ ಶುಲ್ಕಗಳು	
ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಬ್ರೌಸಿಂಗ್ ದರಗಳು	2p/10 KB

ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ರೋಮಿಂಗ್ ಪ್ಯಾಕ್

- MRP 5
- ವ್ಯಾಲಿಡಿಟಿ – 1 ದಿನ
- ಲಾಭಗಳು: ಒಳಬರುವ ಕರೆಗಳು ಉಚಿತ

ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ರೋಮಿಂಗ್ ಪ್ಯಾಕ್

- ಬಾಡಿಗೆ–75ರೂ
- ಲಾಭಗಳು: ಒಳಬರುವ ಕರೆಗಳು ಉಚಿತ

ಸೂಚನೆ: ಒಬ್ಬ ಸೇವಾಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಬದಲಾಗಬಹುದು

ಮೌಲ್ಯ ವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳು

1. ಪ್ರಮಾಣಿತ ಧ್ವನಿ ಕರೆ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮೀರಿದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
2. ಮೊಬೈಲ್‌ನ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಹೀಗೆ ವಿಂಗಡಣೆ ಮಾಡಬಹುದು–
    a. SMS ಸೇವೆಗಳು
    b. ಮಾಹಿತಿ ಸೇವೆ: ಸುದ್ದಿ ಅಲರ್ಟ್, ಸ್ಟಾಕ್ ಬೆಲೆಗಳು, ವಿಮಾನ/ರೈಲು ಟಿಕೆಟ್ ಸ್ಥಿತಿ, ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್/ಟ್ರಾನ್ಸಕ್ಷನ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ
    c. ಮನರಂಜನಾ ಸೇವೆ: ಹಾಡುಗಳು, ರಿಂಗ್‌ಟೋನ್‌ಗಳು, ಕಾಲರ್ ರಿಂಗ್–ಬ್ಯಾಕ್ ಟೋನ್ (CRBTs), ವಾಲ್‌ಪೇಪರ್‌ಗಳು, ಆಟಗಳು, ಜೋಕ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ
    d. ಎಂ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಸೇವೆ: ಎಂ–ಪಾವತಿ, ಎಂ–ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಇತ್ಯಾದಿ

ಸೂಚನೆ: ವಿಶೇಷ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದ SMS ಕಳುಹಿಸಲು ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸುವುದು ಉದಾ. 57827ಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿ SMS ಗೆ 3ರೂ.

ಡೇಟಾ ಸೇವೆ

1. MMS
2. GPRS
3. ಪಾಕೆಟ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್

MMS

- MMS ಎಂದರೆ ಮಲ್ಟಿಮೀಡಿಯಾ ಮೆಸೇಜಿಂಗ್ ಸರ್ವೀಸ್
- ಮಲ್ಟಿಮೀಡಿಯಾ ಮೆಸೇಜ್‌ಗಳು GPRS ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತವೆ.

GPRS

- GPRS ಎಂದರೆ ಜನರಲ್ ಪಾಕೆಟ್ ರೇಡಿಯೋ ಸರ್ವೀಸ್
- GPRS ಗ್ರಾಹಕರು ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು PC ಯಲ್ಲಿ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ
- GPRS ಹಲವು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಒಂದೇ ಏರ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಏಕಕಾಲದಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ

ಪಾಕೆಟ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್

ಲಾಭಗಳೆಂದರೆ:

- ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿ
- ಹೈ ಸ್ಪೀಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸೇವೆ

ಕಾಲ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್

ಕಾಲ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಇವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

- ಕಾಲ್ ವೇಟಿಂಗ್
- ಕಾಲ್ ಹೋಲ್ಡ್
- CLIP & CLIR
- ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್/ಕಾಲ್ ಫಾವರ್ಡ್
- ಕಾಲ್ ಕಾನ್ಫೆರೆನ್ಸ್
- ಕಾಲ್ ಫಿಲ್ಟರ್
- ಕಾಲ್ ಬಾರಿಂಗ್
- MCI

ಕಾಲ್ ವೇಟಿಂಗ್

- ಈ ಸೇವೆಗಳು ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಸಕ್ರಿಯಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ.
- ಈ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ಫೋನ್ ಮೆನುಗೆ ಹೋಗಿ ಮತ್ತು ಕಾಲ್ ವೇಟಿಂಗ್ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕೇಳಿ
- ಕಾಲ್ ವೇಟಿಂಗ್‌ಗೆ ಬಳಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ
- ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು *43# ನಮೂದಿಸಿ
- ನಿಲ್ಲಿಸಲು #43# ನಮೂದಿಸಿ
- ಕಾಲ್ ವೇಟಿಂಗ್ ತಿರಸ್ಕರಿಸಲು 0 ನಮೂದಿಸಿ
- ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಕರೆಯನ್ನು ಹೋಲ್ಡ್ ಮಾಡಲು 2 ನಮೂದಿಸಿ

- ಕರೆಗಳ ನಡುವೆ ಬದಲಾಯಿಸಲು 2 ಅನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ
- ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಕರೆಯನ್ನು ಕೊನೆಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಕರೆಯನ್ನು ಹೋಲ್ಡ್ ಮಾಡಲು 1 ಅನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ

ಶುಲ್ಕಗಳು–ಈ ಸೇವೆಗಳು ಉಚಿತ

ಕಾಲ್ ಹೋಲ್ಡ್

- ಇದು ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಕರೆಯನ್ನು ಹೋಲ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುವ ಸೌಲಭ್ಯವಾಗಿದೆ – ವಿರಾಮ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಕರೆ ಮಾಡುವ ಅಥವಾ ಕಾಯುತ್ತಿರುವ ಕರೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವಂತಹದ್ದು.
- ಈ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವ ನಿರ್ವಾಹಕರಿಂದ ಇದು ಉಚಿತ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ.

CLIP & CLIR

"ಕಾಲಿಂಗ್ ಲೈನ್ ಐಡೆಂಟಿಟಿ ಪ್ರೆಸೆಂಟೇಶನ್ (CLIP)" ಸೇವೆಯು ಕರೆ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನೋಡಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

- ಇದು ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಚಿತ
- ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಶುಲ್ಕಗಳು ಒಬ್ಬ ಸೇವಾಪ್ರವರ್ತಕರಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

"ಕಾಲಿಂಗ್ ಲೈನ್ ಐಡೆಂಟಿಟಿ ರಿಸ್ಟ್ರಿಕ್ಷನ್ (CLIR)" ಸೇವೆಯು ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತೊಂದು ಮೊಬೈಲ್‌ಗೆ ಕರೆ ಮಾಡುವಾಗ ಅವರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಮರೆಮಾಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

- CLIRಅನ್ನು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿದ್ದಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರ ಫೋನ್ ಕಾಲ್ ವೇಳೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಬದಲಿಗೆ, 'ನಿರ್ಬಂಧಿತ ಸಂಖ್ಯೆ' ಅಥವಾ 'ಒಳಬರುವ ಕರೆ' ನಂತಹ ಸಂದೇಶವು ಗ್ರಾಹಕರ ಕರೆಯ ಸ್ಕ್ರೀನ್/ಕಾಲರ್ ID ಸಾಧನದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಈ ಸೌಲಭ್ಯದ ಲಭ್ಯತೆಯು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ನಿಯಮಗಳಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಈ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ನೀಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಾಹಕರು ನಿಶ್ಚಿತ ಮಾನದಂಡಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕೆಲವು ಚಂದಾದಾರರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಈ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ನೀಡುವ ಹಕ್ಕನ್ನು ಕಾಯ್ದಿರಿಸಿದ್ದಾರೆ
- ಶುಲ್ಕಗಳು ಒಬ್ಬ ಸೇವಾಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಪ್ರವರ್ತಕರಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್/ಕಾಲ್ ಫಾವರ್ಡ್

ಗ್ರಾಹಕರು ಒಳಬರುವ ಕರೆಯನ್ನು ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್‌ಗೆ ಡೈವರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಈ ಸೇವೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ವಿಧಾನ – ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಕರೆಗಳನ್ನು ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ಮೂಲಕ ಡೈವರ್ಟ್ ಮಾಡಬಹುದು:

- ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್‌ಗೆ ಹೋಗಿ
- ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿ
- ಗ್ರಾಹಕರು ಡೈವರ್ಟ್/ಫಾವರ್ಡ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಸಂಖ್ಯೆ ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಅವರ ಫೋನ್‌ನಿಂದ ಒಂದು ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆಯ್ದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು:
- "ನಾಟ್ ರಿಚೇಬಲ್" ಇರುವಾಗ ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್
- "ಬ್ಯೂಸಿ" ಇರುವಾಗ ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್
- "ಎಲ್ಲ ಕರೆ" ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್
- "ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸದಿದ್ದರೆ" ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್

ಕಾಲ್ ಫಾವರ್ಡ್ ಶಾರ್ಟ್ ಕೋಡ್‌ಗಳು:

ಎಲ್ಲ ಕರೆ ಫಾವರ್ಡ್ ಮಾಡಲು:

- ಕಾಲ್ ಫಾವರ್ಡ್ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು "**21*ಸಂಖ್ಯೆ #" ನಮೂದಿಸಿ
- ಕಾಲ್ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು "##21#" ನಮೂದಿಸಿ

ಗ್ರಾಹಕರು ಬೇರೆಯವರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ಕರೆಗಳನ್ನು ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡಲು:

- ಕಾಲ್ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು "**67*ಸಂಖ್ಯೆ #" ನಮೂದಿಸಿ
- ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು "##67#" ನಮೂದಿಸಿ

ಗ್ರಾಹಕರು 30 ಸೆಕೆಂಡುಗಳಲ್ಲಿ ಒಳಬರುವ ಕರೆ ಮಾಡುವವರಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸದಿರುವಾಗ ಕರೆಗಳನ್ನು ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡಲು:

- ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು "**61*ಸಂಖ್ಯೆ#" ನಮೂದಿಸಿ
- ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು "##61#" ನಮೂದಿಸಿ

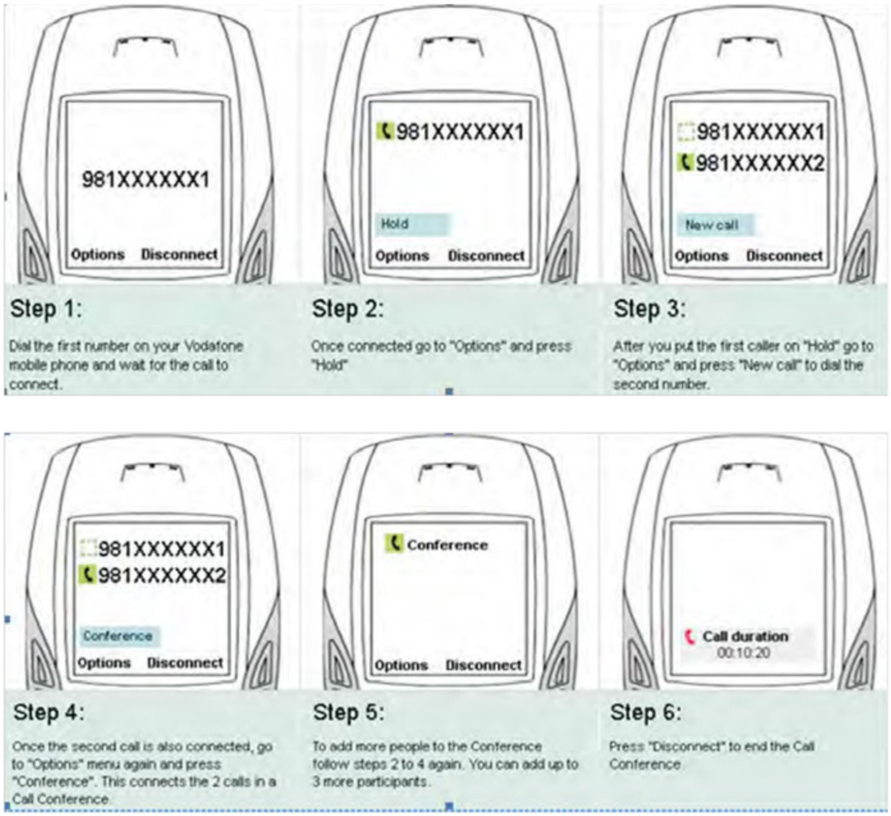
ಸೆಲ್ ಫೋನ್ ಸ್ವಿಚ್ ಆಫ್ ಆಗಿರುವಾಗ ಅಥವಾ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಸಿಗದಿರುವಾಗ ಕರೆಗಳನ್ನು ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡಲು:

- ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು "**61*ಸಂಖ್ಯೆ#" ನಮೂದಿಸಿ
- ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು "##61#" ನಮೂದಿಸಿ ಎಲ್ಲ ಡೈವರ್ಟ್/ಕಾಲ್ ಫಾವರ್ಡ್ ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲು
- ##002# ನಮೂದಿಸಿ
- 'ಕಾಲ್ ಡೈವರ್ಟ್' ಮೆನುಗೆ ಹೋಗಿ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿ/ರದ್ದುಮಾಡು ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ

ಶುಲ್ಕಗಳು – ಕರೆ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವಿಕೆಯು ಎಲ್ಲಾ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳಿಂದ ಉಚಿತ ಸೇವೆಯಾಗಿದ್ದು, ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡಿದ ಕರೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿದಾಗ ಸಾಮಾನ್ಯ ಕರೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ.

ಕಾಲ್ ಕಾನ್ಫರೆನ್ಸ್ (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 4.1.1 ನೋಡಿ)

- ಈ ಸೇವೆಯೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಒಂದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ 5 ವಿಭಿನ್ನ ಜನರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡಬಹುದು
- ಗ್ರಾಹಕರು ಕರೆ ಮಾಡುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಇನ್ನೂ 5 ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದು
- ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಕರೆಗೆ ದರದ ಪ್ರಕಾರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಕರೆಯಂತೆ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ
- ಕೆಲವು ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ, ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಈ ಸೇವೆ ಲಭ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ



ಚಿತ್ರ 4.1.1 ಕಾಲ್ ಕಾನ್ಫೆರೆನ್ಸ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಕಾಲ್ ಫಿಲ್ಟರ್

ಇದು ವಿಶೇಷ ಸೇವೆಯಾಗಿದೆ ಆದರೆ ಬ್ಲಾಕ್‌ಲಿಸ್ಟ್‌ಗೆ ಸೇರಿಸಿದ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಸಂಖ್ಯೆಯ ನಿಜವಾದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸದೇ ಕೆಲವು ಬ್ಲಾಕ್‌ಲಿಸ್ಟ್ ಮಾಡಿದ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಿಂದ ಕರೆಗಳನ್ನು ಫಿಲ್ಟರ್ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಎಲ್ಲಾ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳು ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

ಶುಲ್ಕಗಳು–ಮಾಸಿಕ ಬಾಡಿಗೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಒಂದು ಆಪರೇಟರ್‌ನಿಂದ ಮತ್ತೊಬ್ಬರಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಕಾಲ್ ನಿರ್ಬಂಧ

ಇದು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ (ಆಪರೇಟರ್) ಬೆಂಬಲಿತ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಸೆಟ್ ಮೆನು ಮೂಲಕ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು/ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು (ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಮೆನುವಿನಲ್ಲಿ ಆಯ್ಕೆಗಳು ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡರೆ, ಫೋನ್ ಸಹ ಈ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಬೇಕು). ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಿಂದ ಮೊದಲೆ ಹೊಂದಿಸಲಾದ 0000 ಅಥವಾ 1234ನಂತಹ 4 ಅಂಕಿಯ ಡೀಫಾಲ್ಟ್ ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ಬಳಸಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ ಅಥವಾ ಆಪರೇಟರ್ ಒದಗಿಸಿದ USSD ಕೋಡ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು.

- ಈ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವು ಗ್ರಾಹಕರು ಒಳಬರುವ ಮತ್ತು ಹೊರಹೋಗುವ ಕರೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
- ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಫೋನ್‌ನ ಸಂಭವನೀಯ ದುರುಪಯೋಗವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಇದು ಭದ್ರತಾ ಕ್ರಮವಾಗಿದೆ.
- ಎಲ್ಲಾ ಒಳಬರುವ ಕರೆಗಳು ಅಥವಾ ಎಲ್ಲಾ ಹೊರಹೋಗುವ ಕರೆಗಳು ಹಾಗೂ ಹೊರಹೋಗುವ ISD ಕರೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಆಯ್ದುಕೊಂಡು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊರಹೋಗುವ STD ಕರೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ದು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

MCI

ಗ್ರಾಹಕರ ಫೋನ್ ಸ್ವಿಚ್ ಆಫ್ ಆಗಿರುವಾಗ ಅಥವಾ ಫೋನ್ ಬ್ಯಾಟರಿ ಖಾಲಿಯಾದಾಗ ಅಥವಾ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಿಂದ ಹೊರಗಿರುವಾಗ ಅವರಿಗೆ ಕರೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವ ಕರೆದಾರರು ಮತ್ತು ಕರೆಗಳ ಸಮಯವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

DND/NCPR (ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರಾಶಸ್ತ್ಯ ನೋಂದಣಿ)

ಈ ಸೇವೆಯು ಗ್ರಾಹಕರು ತನ್ನ ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಟೆಲಿಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಮತ್ತು ಇತರರಿಂದ ಎಲ್ಲಾ ಅನಗತ್ಯ ಜಾಹೀರಾತು/ವಾಣಿಜ್ಯ ಕರೆಗಳು ಅಥವಾ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.

DND (ಈಗ NCPR) ಅನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸುವುದು/ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದು ಹೇಗೆ?

- ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದ 1909 ಸಂಖ್ಯೆಗೆ SMS ಮಾಡುವ ಅಥವಾ ಕರೆ ಮೂಲಕ ಈ ಸೇವೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು.
- 1909 ಟೋಲ್ ಫ್ರೀ ನಂಬರ್ ಆಗಿದೆ.
- ಇದು ಯಾವುದೇ ಕೋರಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸಲು 7 ದಿನ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

NCPR ನ ಆಯ್ಕೆಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಗಗಳು.

- ಪೂರ್ತಿಯಾಗಿ ಬ್ಲಾಕ್ ಮಾಡಿದ ವಿಭಾಗ
  - » ಗ್ರಾಹಕರು SMS ಅಥವಾ ವಾಯ್ಸ್ ಕರೆಯಾಗಿಯೂ ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂವಹನಗಳನ್ನು ಬಯಸದಿದ್ದರೆ.
  - » | START 0 ಎಂದು 1909 SMS ಕಳುಹಿಸಿ
  - » ಕರೆಮಾಡಿ | 1909
- ಭಾಗಶಃ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಿದ ವಿಭಾಗ – ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಯ ವಿಭಾಗವಾಗಿ SMS ಮೂಲಕ ವಾಣಿಜ್ಯ ಸಂವಹನಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಬಯಸಿದರೆ ಮತ್ತು ಉಳಿದ ಕರೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲು ಬಯಸಿದರೆ. ಈ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ವಾಣಿಜ್ಯ ಧ್ವನಿ ಕರೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವರ್ಗ ಪಟ್ಟಿ ಕೆಳಗಿದೆ:–
- ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್–ವಿಮೆ–ಹಣಕಾಸು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು–ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳು
- ರಿಯಲ್ ಎಸ್ಟೇಟ್

- ಶಿಕ್ಷಣ
- ಆರೋಗ್ಯ
- ಗ್ರಾಹಕ ಸರಕು ಮತ್ತು ಆಟೊಮೊಬೈಲ್ಸ್
- ಸಂವಹನ–ಪ್ರಸಾರ–ಮನರಂಜನೆ–ಐಟಿ
- ಪ್ರವಾಸ

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ / ವಿಮೆ / ಹಣಕಾಸು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು / ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ SMS ಸ್ವೀಕರಿಸಲು "START 1"

ಗ್ರಾಹಕರು ಬಹು ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಚಂದಾದಾರರಾಗಲು ಬಯಸಿದರೆ, ನಂತರ sms ನಲ್ಲಿ, ಅಲ್ಪವಿರಾಮ ಬಳಸಿ ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಿ. ಅಂದರೆ, START 2, 4, 7.

DND (ಈಗ NCPR) ನೋಂದಣಿ ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ

DND ನೋಂದಣಿ ರದ್ದು ಅಥವಾ ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯು ಗ್ರಾಹಕರು ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಅನಗತ್ಯ ವಾಣಿಜ್ಯ ಕರೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

- 1909ಗೆ | STOP ಎಂದು SMS ಕಳುಹಿಸಿ
- ಕರೆ ಮಾಡಿ | 1909
- ಭಾಗಶಃ ನೋಂದಣಿ ರದ್ದಿಗೆ
  - » 1909ಗೆ | STOP 1 ಎಂದು SMS ಕಳುಹಿಸಿ

DND ದೂರು ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಪೇಕ್ಷಿಸದ/ಅನಗತ್ಯ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಚಾರದ ಕರೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು DND ನೋಂದಣಿ (ಈಗ NCPR) ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು DNDಗಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿಸಿದರೂ ಸಹ, ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ / ಅನಗತ್ಯ ಕರೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಹಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಆಪರೇಟರ್‌ನಲ್ಲಿ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. DND (ಈಗ NCPR) ದೂರು ನೋಂದಣಿ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಮುಂದಿನ ಪುಟದಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ದೂರು ನೀಡುವ ಮುನ್ನ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಅವರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಅನಗತ್ಯ/ಬೇಡದ ಕರೆಗಳು ಅಥವಾ ಸಂದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಮೊಬೈಲ್ ಅಥವಾ ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದ ದೂರನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಅನಗತ್ಯ/ಅನಪೇಕ್ಷಿತ ವಾಣಿಜ್ಯ ಅಥವಾ ಪ್ರಚಾರದ ಕರೆಗಳು ಅಥವಾ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಮೂರು ದಿನಗಳೊಳಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

1909 ಕ್ಕೆ ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸುವ ಮೂಲಕ DND ನೋಂದಣಿ

ಅನಗತ್ಯ/ಅಪೇಕ್ಷಿಸದ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದರ ಕುರಿತು ದೂರನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಲು, 1909ಕ್ಕೆ ಕೆಳಗಿನ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ SMS ಕಳುಹಿಸಿ:- COMP TEL NO XXXXXXXXXX, dd/mm/yy, Time hh:mm

XXXXXXXXXX ಅನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ನೀವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಅಪೇಕ್ಷಿಸದ ಕರೆ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶದ ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶದ ಹೆಡರ್ ಮೂಲಕ ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕು. ವಿಶಿಷ್ಟ ದೂರು ಸಂಖ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ದೂರಿನ ನೋಂದಣಿಯನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವ SMS ಅನ್ನು ನೀವು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ದೂರಿನ 7 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, ನಿಮ್ಮ ದೂರಿನ ಮೇಲೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಕ್ರಮದ ಕುರಿತು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿಸಲಾಗುವುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗಳು:–

ಉದಾಹರಣೆ 1:- ಗ್ರಾಹಕರು DM-IAMU ನಿಂದ 30ನೇ ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್'11 ರಂದು ಮಧ್ಯಾಹ್ನ 2 ಗಂಟೆಗೆ SMS ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ನಂತರ ದೂರು ಸಂದೇಶ "COMP TEL NO DM-IAMU, 30/09/11, ಸಮಯ 14:00" ಆಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು 1909 ಕ್ಕೆ SMS ಮಾಡಿ.

ಉದಾರಣೆ 2:– ಗ್ರಾಹಕರು 9123456789 ರಿಂದ 1 ಅಕ್ಟೋಬರ್'11 ರಂದು ಬೆಳಿಗ್ಗೆ 11.35 ಗಂಟೆಗೆ SMS / ಕರೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ನಂತರ ನಿಮ್ಮ ದೂರಿನ SMS "COMP TEL NO 9123456789, 01/10/11, ಸಮಯ 11:35" ಆಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು 1909 ಗೆ ಕಳುಹಿಸಿ.

1909 ಗೆ ವಾಯ್ಸ್ ಕಾಲ್ ಮೂಲಕ DND ದೂರಿನ ನೋಂದಣಿ

ಮೊಬೈಲ್‌ನಿಂದ 1909 ಅನ್ನು ಡಯಲ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು DND (ಈಗ NCPR) ಗಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದರೂ ಸಹ, ಅನಗತ್ಯ/ಅಪೇಕ್ಷಿಸದ ವಾಣಿಜ್ಯ SMS ಅಥವಾ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಕರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಿರುವ ದೂರನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ.

ಫೀಲ್ಡ್ ಸೇಲ್ಸ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಅಪೇಕ್ಷಿಸದ ಕರೆ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶದ ಕೆಳಗಿನ ವಿವರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು:–

1. ಕಂಪನಿ / ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ / ಟೆಲಿಮಾರ್ಕೆಟರ್ ವಿವರಗಳು
2. ದೂರವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಕರೆ/ಸಂದೇಶದ SMS ಹೆಡರ್
3. ಕರೆಯ ದಿನಾಂಕ ಮತ್ತು ಸಮಯ
4. ಕರೆ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶದ ವಿವರಣೆ

ನಂತರ ಕಸ್ಟಮರ್ ಕೇರ್ ಎಕ್ಸಿಕ್ಯೂಟಿವ್ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಿಕೊಂಡು ವಿಶಿಷ್ಟ ದೂರು ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನೀಡಲಿದ್ದಾರೆ. ದೂರು ನೀಡಿದ 7 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಕ್ರಮದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸಲಾಗುವುದು.

DNDಯಲ್ಲಿ ನೆನಪಿಡಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳು

1. DND (ಈಗ NCPR), ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅಲರ್ಟ್‌ಗಳ SMS, ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸಂವಹನಗಳು, ಟಿಕೆಟ್/ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬುಕಿಂಗ್ ದೃಢೀಕರಣಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳಂತಹ ಗ್ರಾಹಕರ ಕೋರಿಕೆಯ ಯಾವುದೇ ಸಂವಹನವನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ನಿರ್ಬಂಧಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
2. ಪ್ರತಿ DND (ಈಗ NCPR) ವಿನಂತಿಯು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ 7 ದಿನಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ದೃಢೀಕರಣ SMS ಅನ್ನು 24 ಗಂಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
3. ಹಿಂದಿನ DND ವಿನಂತಿ ಅಥವಾ ಹೊಸ ವಿನಂತಿಗಾಗಿ ನೋಂದಣಿ ನಡುವೆ ಕನಿಷ್ಠ 3 ತಿಂಗಳ ಅಂತರವಿರಬೇಕು.
4. 1909 ಟೋಲ್–ಫ್ರೀ ಸಂಖ್ಯೆಯಾಗಿದೆ, ಯಾವುದೇ ಶುಲ್ಕಗಳು ಅನ್ವಯಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

MNP (ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿ)

ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿ ಎಂದರೆ ಚಂದಾದಾರರು ಮೊಬೈಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಒಂದು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಸೇವಾ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಬದಲಾಗುವುದು ಅಥವಾ ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದ ಸೇವಾ ಪ್ರದೇಶದೊಳಗೆ ಒಂದು ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಮೊಬೈಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ಮತ್ತೊಂದಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುವುದು. ಈ ಎರಡೂ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ ಚಂದಾದಾರಿಗೆ ಅವರ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಮೂರು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ– (i) ಪೋರ್ಟ್ ಆಗಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಚಂದಾದಾರರು, (ii) ಚಂದಾದಾರರು ಪೋರ್ಟ್ ಆಗಲು ಬಯಸುವ ಆಪರೇಟರ್ ಅಥವಾ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತು (iii) ಚಂದಾದಾರರು ಹೊಸತಾಗಿ ಸೇರಲು ಬಯಸುವ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಅಥವಾ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಆಪರೇಟರ್ (ಹೊಸ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರು).

ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಚಿತ್ರ 4.1.2 ಸಿಮ್ ಪೋರ್ಟ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ತನ್ನ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಚಂದಾದಾರರು ಹೀಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:–

1. ಅವರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಆಪರೇಟರ್ (RO) ಅನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು.
2. R.O ನಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವಾಧೀನ ಫಾರ್ಮ್ (CAF) ಮತ್ತು ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಫಾರ್ಮ್ ಅನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
3. ಅರ್ಹತೆ, ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಗಳನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುವ ಆಧಾರಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಓದಿ.

ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದ SMS ಕಳುಹಿಸುವ ಮೂಲಕ 'ಯೂನಿಕ್ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋಡ್' (UPC) ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ. UPC ಪಡೆಯಲು '1900' ಸಂಖ್ಯೆಗೆ 'PORT' ಎಂದು ಟೈಪ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಸ್ಪೇಸ್ ನೀಡಿ ನಂತರ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಬೇಕಾದ 10 ಅಂಕಿಗಳ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು SMS ಕಳುಹಿಸಿ. 30 ದಿನಗಳವರೆಗೆ ಮಾನ್ಯವಾಗಿರುವ ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರ, NE ಮತ್ತು ಅಸ್ಸಾಂ ಸೇವಾ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಎಲ್ಲಾ ಸೇವಾ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ UPC 15 ದಿನಗಳವರೆಗೆ ಮಾನ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಗಮನಿಸಬಹುದು.

ಗಮನಿಸಿ: ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರದಲ್ಲಿ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ SMS ಅನ್ನು ಅನುಮತಿಸದ ಕಾರಣ ಚಂದಾದಾರರು UPC ಪಡೆಯಲು '1900' ಅನ್ನು ಡಯಲ್ ಮಾಡಬೇಕು. CLI ನೊಂದಿಗೆ ಚಂದಾದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದ ನಂತರ '1900'ಗೆ ಆಪರೇಟರ್ UPC ಅನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

- ಸರಿಯಾಗಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿದ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಫಾರ್ಮ್ ಮತ್ತು CAF ಅನ್ನು ದಾಖಲೆ ಪುರಾವೆಯೊಂದಿಗೆ ಪೋರ್ಟ್ ಆಗಲಿರುವ ಆಪರೇಟರ್‌ಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಿ.
- ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಚಂದಾದಾರರು ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಫಾರ್ಮ್ ಮತ್ತು CAF ಜೊತೆಗೆ ಕೊನೆಯ ಬಿಲ್ ಪಾವತಿಸಿದ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಸಹ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.
- ಪೋರ್ಟ್ ಆಗರಲಿರುವ ಆಪರೇಟರ್‌ನಿಂದ ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ.

ಪೋರ್ಟಿಂಗ್‌ಗೆ ಅರ್ಹತೆಗಳು

1. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಚಂದಾದಾರರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ದಿನಾಂಕದ 90 ದಿನಗಳ ನಂತರ ಮಾತ್ರ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಅರ್ಹರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಒಮ್ಮೆ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಿದ್ದರೆ, ಹಿಂದಿನ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಿದ ದಿನಾಂಕದಿಂದ 90 ದಿನಗಳ ನಂತರ ಮಾತ್ರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಮತ್ತೆ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಬಹುದು.
2. ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಚಂದಾದಾರರು ಡೋನರ್ ಆಪರೇಟರ್‌ಗೆ ಕೊನೆಯ ಬಿಲ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ ಎಲ್ಲಾ ಬಾಕಿಗಳನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಪಾವತಿಸಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವನು/ಅವಳು ಎಲ್ಲಾ ಬಾಕಿಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ಬದ್ಧವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಸಮ್ಮತಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಡೋನರ್ ಆಪರೇಟರ್ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಡೋನರ್ ಆಪರೇಟರ್‌ಗೆ ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ಬಾಕಿಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಿದ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಆಪರೇಟರ್ ಸಂಪರ್ಕ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲು ಹೊಣೆಗಾರನಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.
3. ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಚಂದಾದಾರರು, ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಟಾಕ್ ಟೈಮ್‌ನ ಬಾಕಿ ಮೊತ್ತವು ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ ಅದು ರದ್ದಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅವರು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಭರವಸೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋರಿಕೆ ತಿರಸ್ಕರಿಸಲು ಕಾರಣಗಳು

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಷರತ್ತುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋರಿಕೆಯನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಬಹುದು:

1. ಬಾಕಿ ಇರುವ ಮೊತ್ತ ಕ್ಲಿಯರ್ ಆಗದಿದ್ದರೆ
2. ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ತೊಂಬತ್ತು ದಿನಗಳ ಅವಧಿ ಮುಗಿಯುವ ಮೊದಲು ಇದನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದರೆ.
3. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ಬದಲಾವಣೆಯು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿದ್ದರೆ.
4. ಪ್ರಕರಣವಿರುವ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಕೋರಿದರೆ, ಅದು ನ್ಯಾಯಾಲಯದಲ್ಲಿದ್ದರೆ,
5. ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಕೋರಿದ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಸಂಬಂದಿಸಿದ ಪ್ರಕರಣವು ವಿಚಾರಣಾಧೀನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ.
6. ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಯಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಯೂನಿಕ್ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋಡ್ ಡೋನರ್ ಆಪರೇಟರ್‌ನಿಂದ ನಿಯೋಜಿಸಲಾದ ಯೂನಿಕ್ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋಡ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗದಿದ್ದರೆ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಅಥವಾ UPC ಯ ಮಾನ್ಯತೆ ಅವಧಿ ಮುಗಿದಿದ್ದರೆ.
7. ಒಪ್ಪಂದದ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ

ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋರಿಕೆ ವಾಪಾಸ್ ಪಡೆಯುವುದು

24 ಗಂಟೆಗಳ ಒಳಗೆ ಚಂದಾದಾರರು ಲಿಖಿತ ವಿನಂತಿಯ ಮೂಲಕ ಅವನ/ಅವಳ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಹಿಂಪಡೆಯಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಪಾವತಿಸಿದ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಮರುಪಾವತಿಸಲು ಬಾಧ್ಯಸ್ಥರಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ.

ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಸಮಯ

TRAI ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಜಮ್ಮು ಮತ್ತು ಕಾಶ್ಮೀರ, ಅಸ್ಸಾಂ ಮತ್ತು ಈಶಾನ್ಯ ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಎಲ್ಲಾ ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದ ಸೇವಾ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ 7 ಕೆಲಸದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕು, ಅನುಮತಿಸಲಾದ ಗರಿಷ್ಠ ಸಮಯ 15 ಕೆಲಸದ ದಿನಗಳು.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್‌ನ 5 ವೈಶಿಷ್ಟಗಳನ್ನು ಹೇಳಿ

2. ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳೇನು?

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಘಟಕ 4.2: ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಆದಾಯ ಏರಿಕೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು FSE ಮಾಡಬೇಕಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ

4.2.1 ಪರಿಚಯ

ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬೆನ್ನೆಲುಬು ಮತ್ತು ಅವರನ್ನು ಹೇಗೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಯಶಸ್ಸು ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ:

- ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರು, ಏಕೆಂದರೆ ಅವರು ಸೇವೆಗಳು/ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಿರುವವರು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಸೇವೆಯು ಬೆನ್ನೆಲುಬಾಗಿದ್ದು ಗ್ರಾಹಕ ನಿಷ್ಠೆ ಮತ್ತು ಸಂತೃಪ್ತಿಯನ್ನು ನೀಗಿಸುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸಬೇಕು. ಸಂತೋಷ ಮತ್ತು ಸಂತೃಪ್ತ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತ್ರ ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ಗ್ರಾಹಕರಿಲ್ಲದೇ ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಸ್ಥಿತ್ವದಲ್ಲಿರಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಸಂಸ್ಥೆಯ ಮುಖ್ಯ ಉದ್ದೇಶವು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುವುದು.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಬೇಡಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾತ್ರ ವ್ಯಾಪಾರದ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದು.
- ಗ್ರಾಹಕರಿಲ್ಲದೆ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಸಂತೃಪ್ತ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ, ಬಲವಾದ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರ ಇದನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಹುದು. ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವಲ್ಲಿ ಬೇಕಾದ ಶಕ್ತಿ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚವು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂತೋಷಪಡಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ 5 ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚು. ಆದ್ದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶದಲ್ಲೂ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರು ವಹಿವಾಟಿನ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗ.

ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಯಮಿತ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ (ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ನಿಯಮಿತ ಬಳಕೆ), ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಹೇಗೆ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೆಳಗೆ ತಿಳಿಸಲಾದ ಹಂತಗಳು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ (4ನೇಯದ್ದು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ):

- ವಕೀಲರು
- ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಹಕರು
- ಸಾಂದರ್ಭಿಕ ಬಳಕೆದಾರ
- ಖರೀದಿಯಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರು

ಒಂದು ಬಾರಿಯ ಖರೀದಿದಾರನು ಹೇಗೆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿಷ್ಠಾವಂತ/ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಬಹುದು ಎಂಬುದು ಕಂಪನಿಯು ಅವರನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಿದರೆ, ಹೆಚ್ಚು ಕೇಂದ್ರೀಕೃತ ಮಾರಾಟ ವಿಧಾನಗಳು, ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರತ್ತ ಗಮನ FSE ಗೆ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಆದರೆ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕ ನೆಲೆಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಡುತ್ತಾರೆ.

- **ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು**
  - » ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಡ್ಯಾಂಗಲ್‌ಗಳ ಬಳಕೆಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆ ಮತ್ತು ಉಪಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
  - » ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ರೋಡ್ ಶೋಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಬೇಕು.
- ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳ ಗಮನ ಸೆಳೆಯಬೇಕು:
  - » ಹೊಸ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳು
  - » ಉಚಿತ ಕೊಡುಗೆಗಳು

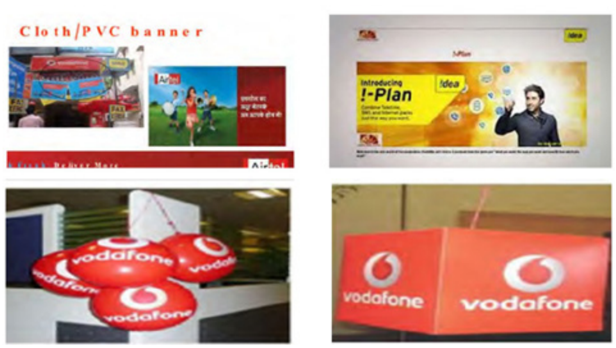
   » ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವುದು
- ಸ್ಟಾಕ್ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ಸಂಗ್ರಹಣೆ
- ವೈಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಯೋಜನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ವಿಧಾನವನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು
- ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ನಿರ್ವಹಣೆ

4.2.2 ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು

ಪೋಸ್ಟರ್, ಡಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳ ಇತ್ಯಾದಿ ಬಳಸಿ.

ಹೊರಾಂಗಣ ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ವೇಗವಾಗಿ ತಲುಪಬಹುದು. ಅವುಗಳು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಂವಹನ ಮಾಡುವ ತಾರ್ಕಿಕ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚ-ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ಸರಿಯಾದ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಇರಿಸಿದ ಆಕರ್ಷಕ ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಹತ್ತಿರದ ಜನರನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಈವೆಂಟ್‌ಗೆ ಆಕರ್ಷಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಮುಂಬರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಿಗೆ ಅಲರ್ಟ್ ನೀಡಬಹುದು. ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ವೀಕ್ಷಕರ ಮನಸ್ಸಿನ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ-ಮಧ್ಯಮ-ಗಾತ್ರದ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮುದ್ರಣ, ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನದಂತಹ ಸಾಮಾನ್ಯ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗಿಂತ ಅಗ್ಗವಾಗಿದೆ (ಕೆಳಗೆ ಚಿತ್ರ 4.2.1 ಅನ್ನು ನೋಡಿ). ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಲಾಭಗಳು:

- **ಹೆಚ್ಚಿನ ಗೋಚರತೆ ಮತ್ತು ಫ್ರಿಕ್ವೆನ್ಸಿ:** ಬೃಹತ್ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಗೋಚರತೆಯ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಜನಸಾಮಾನ್ಯರನ್ನು ತಲುಪುವುದರಿಂದ, ಅದರ ಮೇಲೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾದ ಸಂಗತಿಗಳ ಕುರಿತು ಸಂಸ್ಥೆಯು ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು. ನಿಯೋಜನೆ ಸರಿಯಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂವಹನವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು.
- **ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪುವಿಕೆ:** ದೊಡ್ಡ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಗುಂಪುಗಳನ್ನು ತಲುಪಲು ಪೋಸ್ಟರ್ ಮಾಡಲಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಇದು ಗುರಿಯಾಗಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- **ಪ್ರಬಲ ವಿಷುಯಲ್ ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್:** ದೃಶ್ಯ ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ತಮ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪೋಸ್ಟರ್ ಮತ್ತು ಡ್ಯಾಂಗಲ್‌ಗಳು ಗಾತ್ರದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡದಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಅವು ಪ್ರಬಲ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಬಿಡುತ್ತವೆ. ಸಣ್ಣ ಪ್ರಮಾಣದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು (ಉದಾ. ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಆಡ್) ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುವುದಿಲ್ಲ.
- **ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಜಾಗೃತಿ:** ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್, ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಪ್ರಚಾರದ ಅರಿವನ್ನು ಮೂಡಿಸಲು ಬಯಸಿದರೆ ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು ಸೂಕ್ತ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿದೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಇರಿಸಬೇಕು.
- **ಸ್ಥಳದ ಮೂಲಕ ಪರಿಣಾಮ:** ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳ ನಿಯೋಜನೆಯು ಉದ್ದೇಶಿತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಸ್ಥಳಕ್ಕೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಬೇಕು ಅಥವಾ ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ನಿಯೋಜನೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಕಸ್ಟಮೈಸ್ ಮಾಡಬಹುದು. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾಲ್ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕ ಮಳಿಗೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಲು ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು/ ಡ್ಯಾಂಗಲ್‌ಗಳ ಭೌಗೋಳಿಕ ಸ್ಥಾನವು ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ.



*ಚಿತ್ರ **4.2.1** ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳು, ಡ್ಯಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಪ್ರದರ್ಶನ ಉದಾಹರಣೆ.*

ಕಂಪನಿಯು ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ಲಾನ್ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡುವುದು ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ ತೂಗುಹಾಕಲಾದ ಡ್ಯಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳು. ಇವು ಜಾಹೀರಾತಿನಲ್ಲಿ ಸಹ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ, ಇವುಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗೋಚರಿಸುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುವಂತೆ ಅವರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತವೆ.

ರೋಡ್ ಶೋಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು: ರೋಡ್ ಶೋಗಳು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀವು ನೀಡಲು ಬಯಸುವ ಸಂದೇಶವನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಹೀಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಬಹುದು.

- ರೋಡ್ ಶೋಗಳು ಮಾರಾಟ ವೃದ್ಧಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ.
- ಇದು ಮುಖಾಮುಖಿ ಸಂವಾದವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವುದರಿಂದ, ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ FSE ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು.
- ರೋಡ್ ಶೋ FSE ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಟೆಸ್ಟ್ ರನ್ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು. ಇದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವುದು – ರೋಡ್ ಶೋಗಳು ಮತ್ತು ವಿಶೇಷ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಸ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಅಥವಾ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರು ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ರೋಡ್ ಶೋಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಿದ 67% ವೃತ್ತಿಪರರು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ರೋಡ್ ಶೋಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವಾಗ ಎರಡು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಡಬೇಕು:

- **ಸಮಯ ಮುಖ್ಯ:** ರೋಡ್ ಶೋ ಆಯೋಜಿಸುವಾಗ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾದ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶವೆಂದರೆ, ವರ್ಷದ ಯಾವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಈ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಇದು ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ವಿವರವಾಗಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು, ಇದರಿಂದ ಮೂಲ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆದಾರ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಸೂಕ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶಿಸಲ್ಪಡುತ್ತವೆ. ಜೊತೆಗೆ ರೋಡ್ ಶೋನ ಕಾಲಾವಧಿ ಎಷ್ಟು ಎನ್ನುವುದನ್ನೂ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು.
- **ನಗರಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದು:** ನಗರ ಮತ್ತು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಯೋಜಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕು.

4.2.3 ರೀಟೇಲರ್ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವುದು

- **ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಒಗ್ಗೂಡಿಸುವುದು:** ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಸೇರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಲ್ಯಾಂಡ್‌ಲೈನ್ ಮತ್ತು ಬ್ರಾಡ್ ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ ವಿಶೇಷ ಬೆಲೆಯ ಕೊಡುಗೆಯಂತಹ ವಿಶೇಷ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯೋಜನೆ ನೀಡಬಹುದು.
- **ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ:** ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಸೇವೆ/ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ, ಉದಾ – ಡೇಟಾ ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಾಯ್ಸ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು.
- **ಒಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವುದು:** ಮುಂಬರುವ ಯೋಜನೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಕೊಡುಗೆಗಳ ಕುರಿತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅರಿವು ಮೂಡಿಸಬೇಕು. ಉಚಿತ ಕೂಪನ್‌ಗಳು, ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಉಚಿತ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ವೆಚ್ಚವಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಹೊಸ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು.
- **ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ:** ಯಾವಾಗಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಆಫರ್ ನೀಡಿ, ಇದು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನಿಮ್ಮ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸ್ಫೂರ್ತಿ ನೀಡುತ್ತದೆ

ಮಾದರಿ ಸಂಭಾಷಣೆ:

FSE: ಹಾಯ್! ಹೇಗಿದ್ದೀರಿ?

ರೀಟೇಲರ್: ಅಷ್ಟೇನೂ ಚೆನ್ನಾಗಿಲ್ಲ, ಕಳೆದ 3 ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಿಲ್ಲ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಕೈಬಿಡಬೇಕೆಂದು ನಾನು ಯೋಚಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ, ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದಿರುವುದು ಉತ್ತಮ.

FSE: ನೀವು ಏಕೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸೋಲು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ? ಈ ತಿಂಗಳು ನನ್ನ ವಲಯದಲ್ಲಿ ನಾನು ಸುಮಾರು 500 ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ್ದೇನೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಅಂಗಡಿ ಮಾಲೀಕರು ಸಹ ಉತ್ತಮ ಮಾರಾಟ ಹೊಂದಿದ್ದರು ಎಂದು ನಿಮಗೆ ಗೊತ್ತಾ.

ರೀಟೇಲರ್: ನಿಜಕ್ಕೂ ಇದು ಸಂತೋಷದ ವಿಷಯ

FSE: ಹೌದು, ಅವರು ಕಳೆದ ಕೆಲವು ತಿಂಗಳುಗಳಿಂದ ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟದ ಬಗ್ಗೆ ಆತಂಕಗೊಂಡಿದ್ದರು, ಆದರೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಶ್ರಮಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರು.

ರೀಟೇಲರ್: ನನ್ನನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಿದ್ದಕ್ಕಾಗಿ ಧನ್ಯವಾದಗಳು, ನಾನೂ ಸಹ ಸುಲಭವಾಗಿ ಸೋಲುವುದಿಲ್ಲ, ನನ್ನ ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಹಿಂದಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ

4.2.4 ಸ್ಟಾಕ್ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ಸಂಗ್ರಹ

FSE ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಬೇಕು. ಇದರ ಹೊರತಾಗಿ FSE ರೀಟೇಲರ್ ಗೆ ಒಪ್ಪಿಗೆ ನೀಡಿದ ಸ್ಟಾಕ್ ಅನ್ನು ನೀಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಸ್ಟಾಕ್ ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಅಂಗಡಿ/ಔಟ್‌ಲೆಟ್ ಅನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು.

ಸ್ಟಾಕ್:

FSE ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. ಅವರು ಯಾದೃಚ್ಛಿಕವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಬಾರದು, ಹಾಗೆ ಮಾಡಿದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಅದನ್ನು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ ಆದರೆ ರೀಟೇಲರ್ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅದನ್ನು ತೋರಿಸಬೇಕು.

FSE ಆಗಿ ನೀವು ಉತ್ತಮ ಕೇಳುಗರಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ವಿವರಗಳಿಗೆ ಗಮನ ಕೊಡಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು/ರೀಟೇಲರ್ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ನೀವು ತಿಳಿದಿದ್ದರೆ ಅದು ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತದೆ, ಇದು ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಾಗ ನೀವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೆ ವಿಶ್ವಾಸವಿರಬೇಕು, ಹಾಗಿದ್ದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಉಪಯುಕ್ತತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೀಟೇಲರ್ ಗೆ ತಿಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಟಾಕ್ ವಿತರಣೆಯ ನಂತರ ಪಾವತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದು:

FSE ರೀಟೇಲರ್ ರಿಂದ ಹಣ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಆತುರಪಡಬಾರದು, ಅವರು ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ತಲುಪಿದ ನಂತರ ಹಣಪಾವತಿ (ಕ್ಯಾಶ್ ಆನ್ ಡೆಲಿವರಿ) ಮತ್ತು "ನಗದು ವಿತರಣೆ" ವಿಧಾನವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಇದು ಪ್ರತಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರೀಟೇಲರ್ ರೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ, ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಅವರಿಗೆ ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಮುಂಗಡ ಪಾವತಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಾಗ, ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿತರಣೆಯು ವಿಳಂಬವಾದರೆ ರೀಟೇಲರ್ ಹೆದರಬಹುದು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಅಸಹನೀಯತೆ ಎನಿಸಬಹುದು. ಹೀಗಾಗಿ, ಅದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು FSE ಸ್ಟಾಕ್ ವಿತರಿಸಿದ ನಂತರ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕು.

4.2.5 ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಪ್ರಯೋಜನ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ವಿಧಾನವನ್ನು ನೀಡುವ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು

USP ಎಂದರೆ ವಿಶಿಷ್ಟ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಸ್ತಾಪಗಳು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿಸುವ ವಿಶಿಷ್ಟ ಅಂಶವಾಗಿದೆ. ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಅಥವಾ ವಿಭಾಗದ ಮೊದಲ ಉತ್ಪನ್ನದಂತಹ ಅಂಶಗಳು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸ್ಪರ್ಧೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಕಾರಣವಾಗುವ ಪ್ರಮುಖ ಮತ್ತು ಮೂಲಭೂತ ಅಂಶವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪ್ರಚಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವಾಗಿದೆ

ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವುದು– ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ನೀಡದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ?

USP ಕಂಪನಿಯ ವ್ಯವಹಾರದ ಮಾದರಿಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯು ಏನು ಮಾಡುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಅದಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಏನು ಮತ್ತು ಏಕೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಇದು ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಉದ್ದಿಮೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಗುರಿಗಳು ಹಾಗೂ ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ

ನಿಮ್ಮ ಸ್ಪರ್ಧಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡದಿರುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವಿವರಿಸುವ ಮೂಲಕ USP ಯಾವುದೇ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಅಭಿಯಾನವನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಗೊಳಿಸಬಹುದು.

ಉದಾ: ಏರ್ ಟೆಲ್ "4G ಸಿಮ್, ಅನ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ಕರೆಗಳು ಮತ್ತು ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್‌ನೊಂದಿಗೆ"

ಚಿತ್ರ 4.2.2 ಕೊಡುಗೆಗಳ ಪೋಸ್ಟರ್

ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯು ಸ್ಪರ್ಧೆಯಿಂದ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ ಎನ್ನುವುದು ಕಂಪನಿಯ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಯ USP ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನೀಡಿದಾಗ, ಅವರ ಅಗತ್ಯಗಳು ಹಾಗೂ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸಬೇಕು

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಹೀಗಿರುತ್ತವೆ:

- ಗ್ರಾಹಕರು ಪ್ರಸ್ತುತ ಸೇವೆಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಿ, ಫೋನ್ ಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು
- ಎಲ್ಲಾ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಸಿಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹವಾಗಿರುತ್ತವೆ.
- ಲಭ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನೂ ಸಿಮ್‌ಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು. ಹೆಚ್ಚಿನ ಫೋನ್ ಗಳು ಈ ಪೂರ್ವನಿರ್ಧಾರಿತ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:
- ಸೆಟ್ಟಿಂಗ್ಸ್ – ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗೆ ಕಾಪಿ ಮಾಡುವುದು
- ಫೋನ್ ನಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಿಮ್‌ಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದರಿಂದ, ಸಿಮ್ ಯಾವುದಾದರೂ ಒಂದು ದಿನ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿದರೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನೂ ಸಿಮ್‌ಕಾರ್ಡ್ ರೀಡರ್ ಖರೀದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಬಹುದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು FAB (ಫೀಚರ್, ಅಡ್ವಾಂಟೇಜ್ ಮತ್ತು ಬೆನಿಫಿಟ್) ಅನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.

ಫೀಚರ್ (ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ): ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನ ಹಾಗೂ ಸೇವೆ ತನ್ನದೇ ಆದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯತೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಡ್ವಾಂಟೇಜ್ (ಅನುಕೂಲ): ಇದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಕ್ಕೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ವಿವರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನು ವಿವರಿಸುವುದರಿಂದ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಬೆನಿಫಿಟ್ (ಪ್ರಯೋಜನ): ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೇಗೆ ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ, ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೇವೆಗಳು ಅವರ ಸಮಯ, ಹಣ ಉಳಿಸುತ್ತದೆಯೇ, ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಹಾಗೂ ಮನಃಶಾಂತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆಯೇ ಎಂದು ವಿವರಿಸಬೇಕು.

ಉದಾಹರಣೆಗಳು:

ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು	ಅನುಕೂಲಗಳು	ಪ್ರಯೋಜನಗಳು
ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್	• ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ ನಿಯಂತ್ರಣ	ಬಾಡಿಗೆ ಅಥವಾ ಠೇವಣಿಗಳಿರುವುದಿಲ್ಲ
	ಯಾವುದೇ ಠೇವಣಿ ಅಥವಾ ಬಾಡಿಗೆ ಇಲ್ಲದ ಪೂರ್ವ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲಾದ STD/ISD	ಸಮಸ್ಯಾರಹಿತ ಕರೆಗಳು
	ಬಲಿಷ್ಠ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಕವರೇಜ್	ಕರೆ ಮಾಡುವಾಗ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ
	ತ್ವರಿತ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಊರ್ಜಿತತೆ ಪರಿಶೀಲನೆ	ಖಾತೆ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಅನ್ನು ಪ್ರತೀ ಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಲಾದ ಕರೆಗಳ ಅಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಹ್ಯಾಂಡ್ ಸೆಟ್ ನ ಸ್ಕ್ರೀನ್ ನಲ್ಲಿ ಅಪ್ ಡೇಟ್ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ
	ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ರೋಮಿಂಗ್	ನೀವು ಎಲ್ಲಿಯೇ ಇದ್ದರೂ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರಿ
	ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಿ	ನಿಮಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಕೂಪನ್ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ

FSE ಯಾವಾಗಲೂ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬೀರುವ ಪೂಣ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವಾಗ ಯಾವಾಗಲೂ "ನೀವು" ಪದವನ್ನು ಬಳಸಿ, ಇದು ಒಂದು ಸಣ್ಣ ಅಂಶವಾಗಿದ್ದರೂ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಅವರನ್ನು ದೃಶ್ಯೀಕರಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತಿ ಅಂಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಮೂರಕ್ಕೆ ಮಿತಿಗೊಳಿಸಿ, ಏಕೆಂದರೆ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವೈಶಿಷ್ಟ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಗೊಂದಲಕ್ಕೊಳಗಾಗುತ್ತಾರೆ. ಈ ತಪ್ಪನ್ನು ಮಾಡಬೇಡಿ. ನೀವು ಏನು ವಿವರಿಸುತ್ತೀರೋ ಅದನ್ನು ವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಗಳು ಹಾಗೂ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೊಂದಿಗೆ ವಿವರಿಸಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸಿದರೆ, ಎಂದರೆ ಆತ/ಆಕೆ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದಾದರೆ ಮುಂದುವರಿಯಿರಿ.

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ವೈಶಿಷ್ಟ, ಅನುಕೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಿವರಿಸುವುದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮೆಚ್ಚಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

4.2.6 ರೀಟೇಲ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು

ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಮತ್ತೊಂದು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳ ಮಾರಾಟದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು. ರೀಟೇಲ್ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಎರಡು ನಿಯತಾಂಕಗಳಿಂದ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ:

- ರೀಚಾರ್ಜ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
  - » ವಾಯ್ಸ್
  - » ಡೇಟಾ
- ಮಾರಾಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
  - » ಹೊಸ ಸಿಮ್
  - » MNP ಸಿಮ್
  - » ಡೇಟಾ ಕಾರ್ಡ್
  - » ಡ್ಯಾಂಗಲ್‌ಗಳು

FSE ಮಾರಾಟಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ನೆರವಾಗುವ ಕೆಲವು ಮಾದರಿಗಳೆಂದರೆ:

1. ಮಾರಾಟದ ರಿಜಿಸ್ಟರ್
2. ರೀಟೇಲರ್ ರ ಉದ್ದಿಮೆ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವರದಿ

4.2.7 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಹಂತಗಳು

ಕೆಳಗೆ ನಿಮ್ಮ ವಲಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮವಾದುದನ್ನು ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಹಂತಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಹಂತ 1 - ಗುರುತು

ನೀವು ಕೆಳಗಿನ ಕಾರ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಆರಂಭಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಹೊಸ ವಲಯದ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು:

- ನಿಮ್ಮ ಪ್ರದೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಲಿ– ನಿಮಗೆ ನೀಡಲಾದ CRMಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಖಾತೆಗಳ ಕುರಿತು ಮೂಲಭೂತ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ, ಇದರಿಂದ ನಿಮಗೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಹಿಂದೆ ಈ ವಲಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರಿ. ವಲಯದ ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರತಿಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಮನವಿ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಉಳಿಸಬಹುದು.
- ಕಳೆದ ವರ್ಷ ಆ ವಲಯದಲ್ಲಿದ್ದ ಮ್ಯಾನೇಜರ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಭೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಿ. ಪ್ರಮುಖ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಿರಿ ಹಾಗೂ ನಿಮಗಿಂತ ಮೊದಲು ಆ ವಲಯ ಹೊಂದಿದ್ದ ಪ್ರತಿನಿಧಿ(ಗಳ) ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ. ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಲಾಭವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಅವರು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡ ಕ್ರಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಿರಿ.

ಹಂತ 2 - ಯೋಜನೆ

- ವಿಮರ್ಶೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿ. ನಿಮ್ಮ ಮೇಲೆ ನೀವೇ ಹೆಚ್ಚು ಹೊರೆ ಹಾಕಿಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ, ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಗುರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
- ಪ್ರದೇಶ ನಿರ್ವಹಣೆ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿ. ಹಿಂದಿನ ಅಭ್ಯಾಸದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಮುಖ ಗುರಿಗಳಿಗೆ ಅಂದರೆ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ, ವಾರಕ್ಕೆ ಎರಡು ಬಾರಿ, ಮಾಸಿಕ ಹೀಗೆ ಎಷ್ಟು ಬಾರಿ ಕರೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ನೀವು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು.

- ಗುಪ್ತ ಅವಕಾಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಹುಡುಕಲು ನೀವು SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 3 - ಸಾಮರ್ಥ್ಯ

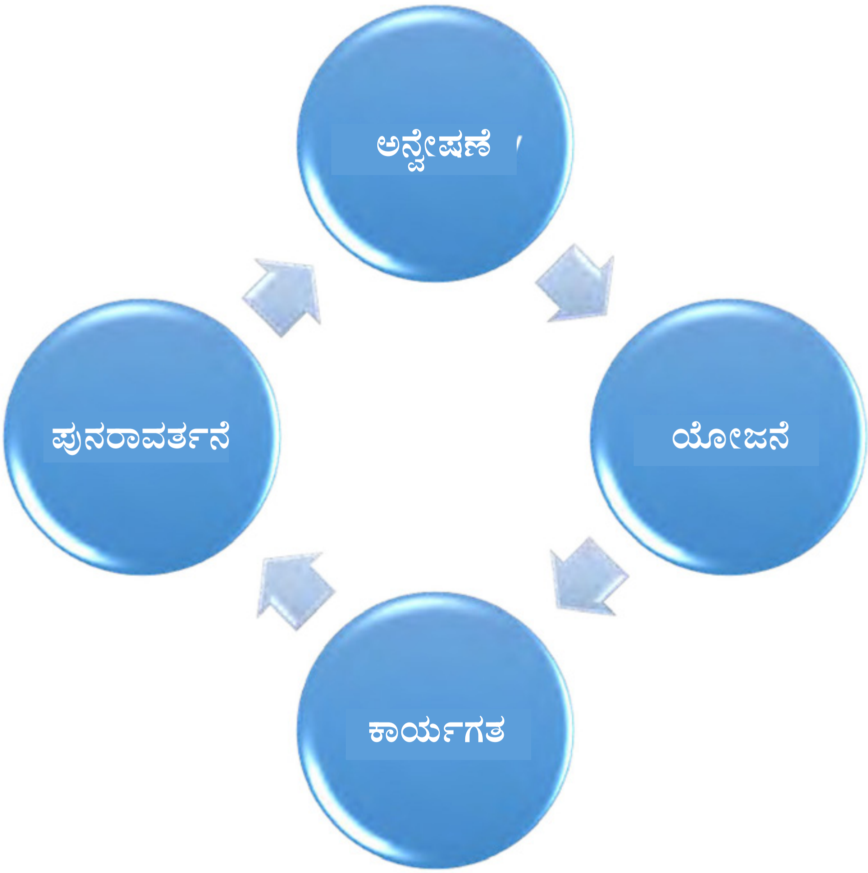
- ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಅವರು ಖರೀದಿಸುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ನೀವು ಪ್ರಮುಖ ಸಂಪರ್ಕಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಪಾಯಿಂಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಮತ್ತು ಖರೀದಿಸುವಾಗ ಅವರ ಚಿಂತನೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸಬೇಕು.
- ಗ್ರಾಹಕರು ನೀಡಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಿಮ್ಮ CRMನಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ. ಕರೆ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಿ ಮತ್ತು ಸಿಸ್ಟಮ್‌ಗೆ ಹೊಸ ಸಂಭಾವ್ಯರನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ.

ಹಂತ 4 - ಪುನರಾವರ್ತನೆ

ನೀವು ಇಡೀ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಒಂದೇ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬಾರದು, ಅದನ್ನು ತ್ರೈಮಾಸಿಕವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು. ಕೆಳಗಿನ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಕರೆ ಆವರ್ತನದಿಂದ ತೆಗೆದುಹಾಕಬೇಕು ಮತ್ತು ಹೊಸ ಸಂಭಾವ್ಯರನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕು

- ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಲಾಗದ ಸಂಪರ್ಕ
- ಸಾಮಾನ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಖರೀದಿ ಆವರ್ತನ
- ಕಡಿಮೆ ಹಣದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
- ಭೌಗೋಳಿಕವಾಗಿ ಅನಪೇಕ್ಷಿತವಾಗಿರುವುದು

ನೀವು ಏನನ್ನಾದರೂ ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದೇ ಎಂದು ತಿಳಿಯಲು ಈ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಂತರದಲ್ಲಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ 4.2.3 ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕ್ರಮಗಳು

4.2.8 ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ಎದುರಿಸುವ ಸವಾಲುಗಳು

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೇಗೆ ಸೇವೆ ನೀಡಬೇಕು ಎಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು FSE ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ಎದುರಿಸುವ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಹಾಗೂ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು

ಚಾನೆಲ್ ಸಂಘರ್ಷ: ಚಾನಲ್ ಆವಿಷ್ಕಾರದ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಇವುಗಳು ಚಾನಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಂಟಾಗುವ ಸಂಘರ್ಷಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಘರ್ಷಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಎದುರಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಸಹ ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳು ಹೊಂದಿದೆ

1. ಸೇವಾ ಸಮಸ್ಯೆ

» **ಅಂತರ:** ವಿತರಕರು ರೀಟೇಲರ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಅನ್ನು ಸಕಾಲಿಕವಾಗಿ ತುಂಬದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಎದುರಾಗುತ್ತವೆ. ರೀಟೇಲರ್ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವುದರಿಂದ ಇದು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಂದೆ ಕಂಪನಿಯ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಇದು ವಿತರಕರ ಯಾವುದೇ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ನೀತಿ ಅಥವಾ ಸಮಯದ ವಿಳಂಬದಿಂದ ಉಂಟಾಗಬಹುದು.

» **ಸ್ಪರ್ಧೆ:** ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಸ್ಪರ್ಧೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಇಷ್ಟವಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ರೀಟೇಲರ್, ಕಂಪನಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಕಂಪನಿಗಳ ಪಾಲನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

2. **ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೊಡುಗೆಗಳ ಲಭ್ಯತೆ ಇಲ್ಲದಿರುವುದು:** ಕಂಪನಿಯು ಮಾಡಿದ ಹೊಸ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ರಿಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ನಡುವಿನ ಮಾಹಿತಿ ವಿಳಂಬದಿಂದ ಉಂಟಾಗಿರಬಹುದು. ರೀಟೇಲರ್ ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ ಇರುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಇದು ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಲ್ಲಿ ಅಶಾಂತಿ ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ನಷ್ಟವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು.

3. **MRP ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು:** ದೊಡ್ಡ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಪ್ರಮಾಣದಿಂದಾಗಿ ವಿವಿಧ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ದೊಡ್ಡ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ಸಣ್ಣ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ (MRP ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ) ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ವಿವಿಧ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳ ಅಸಮಾನ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಇದು ಒಂದು ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

4. **ಹಳೆಯ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಯಿಸದಿರುವುದು:** ಕೊಡುಗೆಗಾಗಿ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಲಾದ ಕೆಲವು ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಗಳನ್ನು ಕೊಡುಗೆ ಅಂತ್ಯವಾದ ನಂತರ ವಿತರಕರಿಗೆ ಮರಳಿಸಬೇಕು ಹಾಗೂ ಹೊಸದಕ್ಕೆ ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕು. ವಿತರಕ ಈ ಕೆಲಸ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ವಿಳಂಬವಾದರೆ, ಇದು ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಲ್ಲಿ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಸಂಚಯಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವುದರಿಂದ, ಆತ/ಆಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

5. **ಕಂಪನಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು**

- ಹೊಸ ಯೋಜನೆಗಳು ಮತ್ತು ದಾಖಲಾತಿ ಸಲ್ಲಿಸುವಿಕೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
- FSE ವಿರಳ ಭೇಟಿ
- ಪೂರ್ವ ಪಾವತಿ ಯೋಜನೆ

FSE ರೀಟೇಲರ್ ಗೆ ನೀಡಬಹುದಾದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು:

1. ಹೊಸ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಸ ಕೂಪನ್ ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ
2. ಗರಿಷ್ಠ ಮಾರ್ಜಿನ್ ನೀಡುವುದು
3. FSE ಭೇಟಿಯ ಆವರ್ತನ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು, ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಪ್ರತೀ ಎರಡನೆಯ ಶನಿವಾರ
4. ಸಿಮ್ ಸ್ಟಾಕ್ ಮತ್ತು MNP ಸಿಮ್ ಸ್ಟಾಕ್ ಎರಡನ್ನೂ ಅಪ್ ಟು ಡೇಟ್ ಆಗಿಡುವುದು
5. ಹೊಸ ಸಂಪರ್ಕಗಳಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಸಕ್ರಿಯತೆಯ ಸಮಯ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು
6. ಕಂಪನಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗೆಹರಿಸಲು ನೆರವಾಗುವುದು

4.2.9 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕ್ರಮಗಳು

ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಬ್ಬರು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿದರೆ ಆತ/ಆಕೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿಯಾಗಬಹುದು:

1. ಸ್ನೇಹ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

- ಬಾಂಧವ್ಯ ನಿರ್ಮಾಣ ಎನ್ನುವುದು ಮಾನವ ಸಂವಹನವನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಗೊಳಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
- ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವೆ ಬಾಂಧವ್ಯ ನಿರ್ಮಿಸುವಂತಹ ಯಾವುದಾದರೂ ಸಾಮಾನ್ಯ ಅಂಶ ಗುರುತಿಸುವುದು
- ಇದನ್ನು ಕಾಂಟ್ಯಾಕ್ಟ್ ವಿಂಡೋ ಎಂದೂ ಕರೆಯಬಹುದು, ಇದು ಮಾರಾಟಗಾರನು ತನ್ನ ಮುಂದಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಧರಿಸಿರುವ ಆಭರಣ, ಬಟ್ಟೆ, ಮುಂದೆ ಇರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಹೊಂದಿರುವ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಫೋನ್‌ನಂತಹ ಭೌತಿಕ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.
- ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆ ವಸ್ತುವಿನ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಕೇಳಿದ ನಂತರ ಮಾತನಾಡುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಆ ಗ್ರಾಹಕರು ಏನು ಉತ್ತರಿಸಿದರು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ತಮಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಏನನ್ನಾದರೂ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.
- ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ ಇಬ್ಬರೂ ವಿಶಿಷ್ಟ, ವಿಭಿನ್ನ ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿದಾಯಕ ಎಂದು ಇದು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

2. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು

- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉಪಯುಕ್ತವಲ್ಲದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಕೆಟ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಏನನ್ನೂ ಖರೀದಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಬಳಿಗೆ ಮರಳುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಈ ಬಗ್ಗೆ ಪರಿಚಯವಿರುವ ಜನರಿಗೆ ಹರಡಬಹುದು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ನೀವು ಪಶ್ಚಾತ್ತಾಪ ಪಡುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೆಲವು ಮೌಲ್ಯದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

3. ಯಾವಾಗಲೂ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಿ

- ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾರು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಥವಾ ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಸುಲಭವಾಗಿ ಕಂಡುಹಿಡಿಯುತ್ತಾರೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಳಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಹೇಳಬೇಡಿ ಏಕೆಂದರೆ ಅವರು ನಿಜವಾದ ಮೌಲ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಂಡರೆ, ಅವರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಂಬುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮಿಂದ ಏನನ್ನೂ ಖರೀದಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

4. ಹೆಚ್ಚುವರಿ, ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟ ಅಥವಾ ಅಡ್ಡಮಾರಾಟ

- ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಸೇರಿಸುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಮಾರಾಟದ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರನು ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಅಥವಾ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚು-ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಅಡ್ಡ-ಮಾರಾಟವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನಂತರ ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.

5. ನಿಮ್ಮ ಯಶಸ್ಸು ಮತ್ತು ತಪ್ಪಿನಿಂದ ಕಲಿಯಿರಿ

- ಕಲಿಕೆ ಎನ್ನುವುದು ನಿರಂತರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ಉತ್ತಮ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಯಾವಾಗಲೂ ತನಗೆ ಎಲ್ಲಿ ಕೊರತೆಯಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅವನು ಯಾವ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು ತಿಳಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅವರು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಲಿಯುವ ಅವಕಾಶವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಪೋಸ್ಟರ್ ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

2. ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು?

____

____

____

____

3. ರೀಟೇಲರ್ ಮಾರಾಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವ ಎರಡು ಮಾನದಂಡಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

4. ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಯಾವ ಕ್ರಮಗಳಿವೆ?

____

____

____

____

5. FSE ರೀಟೇಲರ್‌ಗೆ ನೀಡಬಹುದಾದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

6. ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಇರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

5. ವಿತರಣಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವುದು

Telecom
Sector
Skill
Council

ಘಟಕ 5.1 – ವಿತರಣಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವುದು

TEL/N0202

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
2. ಹೊಸ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನಗಳು

ಘಟಕ 5.1: ವಿತರಣಾ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಅಧಿಕಗೊಳಿಸುವುದು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
2. ಹೊಸ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದೆನ್ನುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

5.1.1 ಪರಿಚಯ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಗಳ ನಡುವಿನ ಸ್ಪರ್ಧೆಯು ತುಂಬಾ ಕಠಿಣವಾಗಿದೆ. ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೀಟೇಲರ್ ಅಥವಾ ವಿತರಕರ ಅರಿವಿನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಬೇಕು, ಅದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅವರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ರೀಟೇಲರ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ವಿತರಕರ ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಬೇಕು. ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಗರಿಷ್ಠಗೊಳಿಸಲು ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಹಲವಾರು ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಹೊಸ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿತ ಸೌಲಭ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಪರಿಚಯಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ರೀಟೇಲ್ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸುವ ವಿಧಾನವು ಇವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

1. ಮಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆ
2. ಕೊಡುಗೆ ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ
3. ಅನುಸರಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ಕರೆ

5.1.2 ಮಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆ

ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಪಾಲುದಾರರಾಗಿ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳ ಅರಿವಿನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಕಂಪನಿಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ವಿತರಕರು ಅಥವಾ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ವಿತರಕರಿಗೆ ವಿವಿಧ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಬೀಟ್ ಯೋಜನೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಇವುಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು:

- ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ವಿತರಕರು ಮತ್ತು ರೀಟೇಲರ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗುತ್ತಾರೆ
- ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಲಾಭವನ್ನು ಹೇಗೆ ಗಳಿಸುವುದು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಇದು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಮೂಲಕ ಪರಸ್ಪರ ಸಂವಹನ ನೀಡುತ್ತದೆ
- ವಿಭಿನ್ನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳ ಕರಪತ್ರಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಹೊಸ ಡೀಲರ್ ಅಥವಾ ವಿತರಕರಾಗಲು ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.
- ಮಾರಾಟವನ್ನು ಮುನ್ನಡೆಸುವ ಮೂಲಕ ಮನವೊಲಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿ ಹುಟ್ಟುಹಾಕುತ್ತದೆ.

ಮಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಗಾಗಿ FSE ತನ್ನ ಮಾರಾಟ ಪ್ರದೇಶದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಮೊದಲು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನಂತರ FSE ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಅಂಗಡಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು. ಈ ಮಳಿಗೆಗಳ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

ಮಳಿಗೆಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣ

- **ಬಹು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮಳಿಗೆಗಳು** – ಇದು ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಟೆಲಿಕಾಂ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮಳಿಗೆಗಳಾಗಿವೆ. ಇವು ಟೆಲಿಕಾಂ ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ನಿಖರವಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಸಲಹೆಗಾರರಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.
- **ಬ್ರ್ಯಾಂಡೆಡ್ ರೀಟೇಲ್ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಗಳು** – ಈ ಮಳಿಗೆಗಳು ಒಂದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಅವು ಮೂಲತಃ ಕಂಪನಿಯ ಒಡೆತನದಲ್ಲಿರುತ್ತವೆ.

- **ಕಿರಾಣಿ ಮಳಿಗೆಗಳು (ಅಮ್ಮ, ಅಪ್ಪನ ಅಂಗಡಿಗಳು)** – ಅವು ಮನೆಯಲ್ಲಿ ದೈನಂದಿನ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಅಂಗಡಿಗಳಾಗಿವೆ.

ಉದ್ದಿಮೆ ಮಾಡಲು, ಟೆಲಿಕಾಂ ಸಂಸ್ಥೆ ಈ ಮಳಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಮಳಿಗೆಯನ್ನು ಮ್ಯಾಪ್ ಮಾಡುವುದು ಹೇಗೆ

ಕೆಳಗೆ ರೀಟೇಲ್ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

- **ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಅನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಉಲ್ಲೇಖಿಸುವುದು** – ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ದೊಡ್ಡ ಸಂಬಳದ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನ ಚಾನೆಲ್ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಮತ್ತು ವಿತರಕರು ಹೊಸ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಅನ್ನು ನೀಡುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಿರುತ್ತವೆ. ಅವರು ಈ ಮಾಹಿತಿಯ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಆಕರವಾಗಿರುತ್ತಾರೆ.

  ಈ ಜನರು ತಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಈಗಾಗಲೇ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಫೈಲ್ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಭೌಗೋಳಿಕತೆ ಅರಿವಿನ ರೂಪದಲ್ಲಿ ತರುತ್ತಾರೆ. ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ವಿಧಾನವು "ಸುಲಭವಾದ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ." ಆ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಹೋಗಲು ಇದು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

  ಯಾವುದೇ ಟೆಲಿಕಾಂ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಸಿದ್ಧ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾವುದೇ ಸಿದ್ಧ ಪಟ್ಟಿಯು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಸಹ ಮೌಲ್ಯೀಕರಣ ಮತ್ತು ಪರಿಶೀಲನೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಮಳಿಗೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಅನೈತಿಕವಾಗಿದೆ ಆದರೆ ಈ ರೀತಿಯ ಸಂಭವವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

- **ಭೌಗೋಳಿಕತೆಯನ್ನು ಕ್ರಮಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವುದು** – ಚಾನೆಲ್ ನಿರ್ವಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮಳಿಗೆಗೆ ಪ್ರತಿದಿನ ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದು?

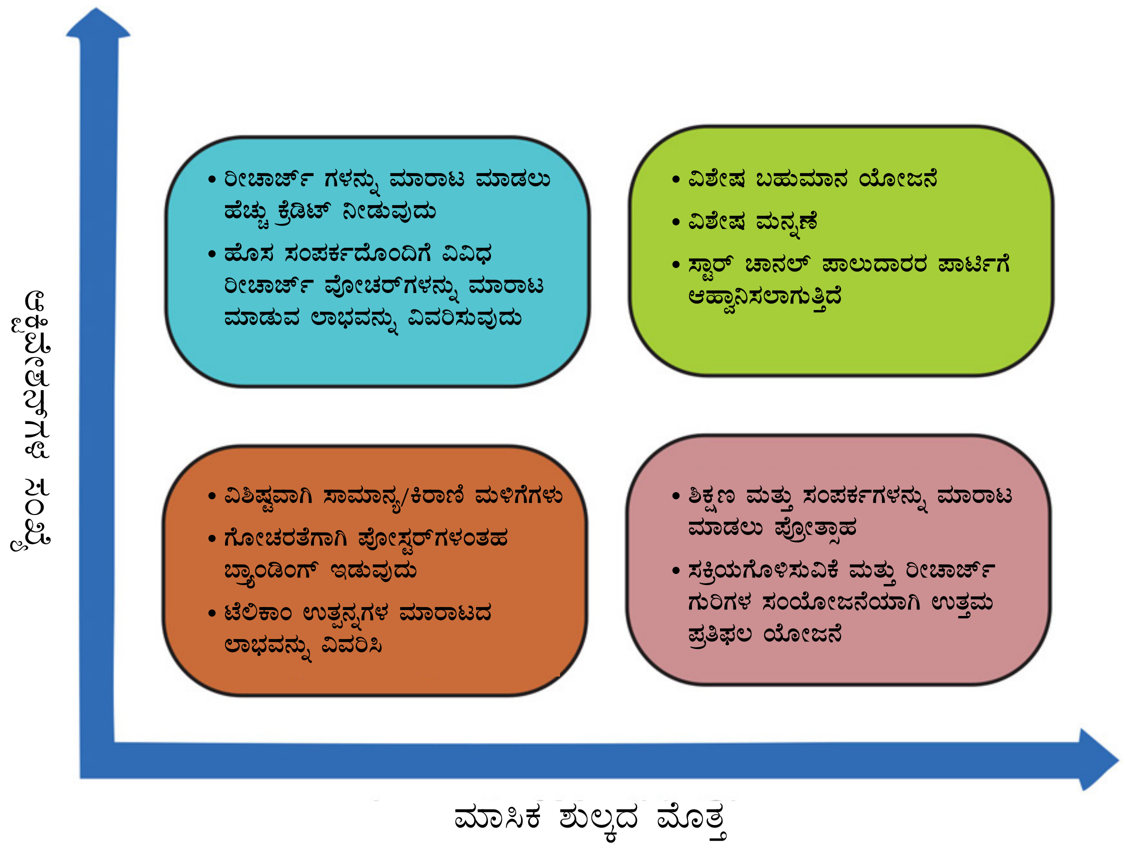
ಟೆಲಿಕಾಂ ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಹಿತಿಯು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. (ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವ ಚಿತ್ರ 5.1.3 ನೋಡಿ).

ಚಿತ್ರ 5.1.1 ಮಳಿಗೆಗಳ ವಿಧಗಳು

ಚಿತ್ರ 5.1.2 ಮಳಿಗೆಗಳ ವಿಧಗಳು

ವಿವಿಧ ಟೆಲಿಕಾಂ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ಮತ್ತು ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಿದ ಸಂಖ್ಯೆ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯು ಆ ಮಳಿಗೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಅನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮಳಿಗೆ ನಿಜಕ್ಕೂ ಸ್ಟಾಕ್ ಇಡಲು ಬಹಳ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಮಳಿಗೆ ಆಗಿದೆ.

ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು



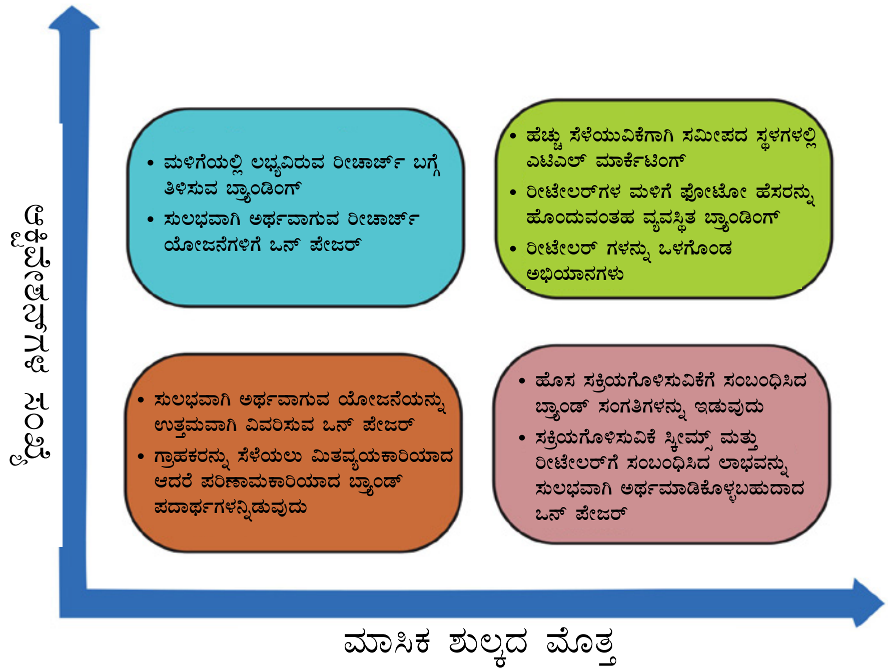
ಚಿತ್ರ 5.1.3 ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು

ಉದಾಹರಣೆ:

ಏರ್‌ಟೆಲ್ ಡೀಲರ್‌ಗಳ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಾದ ನೀತಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆದ್ದರಿಂದ ಡೀಲರ್ ಆಗಲು ಅರ್ಹರಾಗಲು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪೂರ್ವ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವುದು ಅವಶ್ಯಕ:

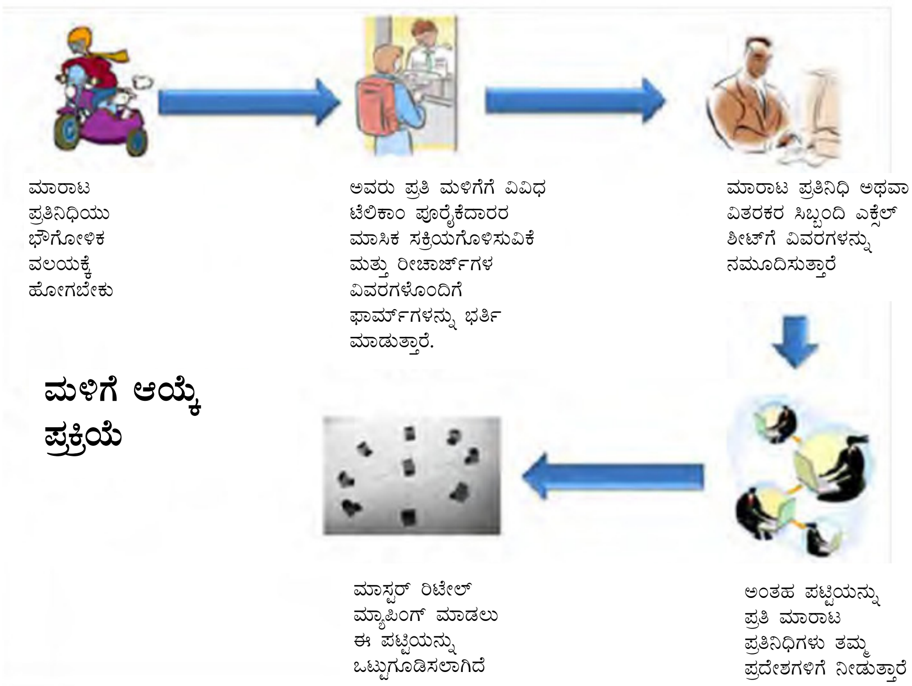
1. ವಿತರಕರು ಉತ್ತಮ ಆರ್ಥಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ವಿತರಕರ ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಕಂಪನಿಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ವಿವೇಚನೆಯ ಮೇಲೆ ಮಾತ್ರ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
2. ವಿತರಕರು ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಹೆಸರನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು, ಏಕೆಂದರೆ ಕಂಪನಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊಂದಿರುವ ಮೊದಲ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲು ವಿತರಕರು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
3. ವಿತರಕರ ಹಿಂದಿನ ದಾಖಲೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿರಬೇಕು, ಅಂದರೆ ಸಕಾಲಿಕ ಪಾವತಿಗಳು, ಯಾವುದೇ ಕ್ರಿಮಿನಲ್ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಇತ್ಯಾದಿ ಇರಬಾರದು.
4. ವಿತರಕರು ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೇಶಲಭ್ಯತೆ ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಈ ಸ್ಪರ್ಧಾಯುಗದಲ್ಲಿ ಗರಿಷ್ಠ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಕಂಪನಿಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ವಿತರಕರು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರವೇಶಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.
5. ಏರ್‌ಟೆಲ್‌ಗಾಗಿ ಡೀಲರ್‌ನ ಆಯ್ಕೆಯ ಕೊನೆಯ ಮಾನದಂಡವೆಂದರೆ ವಿತರಕರು ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಪ್ರದೇಶ. ಇದು ಡೀಲರ್‌ನಿಂದ ಆವರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ವಿವಿಧ ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ಅವರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅಧರಿಸಿ ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಕೌಶಲ್ಯ



ಚಿತ್ರ 5.1.4 ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ



ಚಿತ್ರ 5.1.5 ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಮಳಿಗೆಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ಪ್ರತೀ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿಗೆ ಮುದ್ರಿತ ಪೇಪರ್ ನಲ್ಲಿ ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್ ಫಾರ್ಮ್ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಅವರು ಅಂಗಡಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅವರು ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್‌ಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿವರಗಳಿಂದ ಫಾರ್ಮ್ ಅನ್ನು ಭರ್ತಿ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಈ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ಮಳಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿ ರಸ್ತೆ, ಕಾಲೋನಿ, ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಂತ್ಯಕ್ಕೆ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಬೇಕು. ನಂತರ ಅದನ್ನು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಇಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಎಕ್ಸೆಲ್ ಸ್ಪ್ರೆಡ್ ಶೀಟ್. ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಅಂತಹ ಪಟ್ಟಿಗಳನ್ನು ವಿವಿಧ ಜಿಲ್ಲೆಗಳಿಗೆ ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಡೀ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ರೀಟೇಲ್ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಟ್ರೀ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಸೂಕ್ತಸ್ಥಾನಮಾನ ನೀಡಲು ವರ್ಗೀಕರಣದ ಮಾನದಂಡವಿದ್ದು, ಇದು ದಾಖಲಿಸಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 5.1.6 ಅನ್ನು ನೋಡಿ). ಇದು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಅಂಗಡಿ ವಿಳಾಸ					
	ಮಾಸಿಕ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಸಂಖ್ಯೆ				
	ಟೆಲ್ಕೋ V	ಟೆಲ್ಕೋ W	ಟೆಲ್ಕೋ X	ಟೆಲ್ಕೋ Y	ಟೆಲ್ಕೋ Z
	10	25	150	300	50
	ಮಾಸಿಕ ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಗಳು				
ಪೇಪರ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ (ರೂ. ಗಳಲ್ಲಿ)	100	-NA-	1000	3000	2000
ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ (ರೂ. ಗಳಲ್ಲಿ)	1000	2000	30000	20000	30000

ಚಿತ್ರ 5.1.6 ದಾಖಲಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಳಿಗೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಸ್ಥಾನಮಾನ ನೀಡಲು ವರ್ಗೀಕರಣದ ಮಾನದಂಡ

ಮಾದರಿ ದತ್ತಾಂಶದೊಂದಿಗೆ ಮಳಿಗೆಗಳ ಫಾರ್ಮ್ ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್ (ಚಿತ್ರ 5.1.5)

ಮಳಿಗೆಗಳ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಉದಾಹರಣೆ

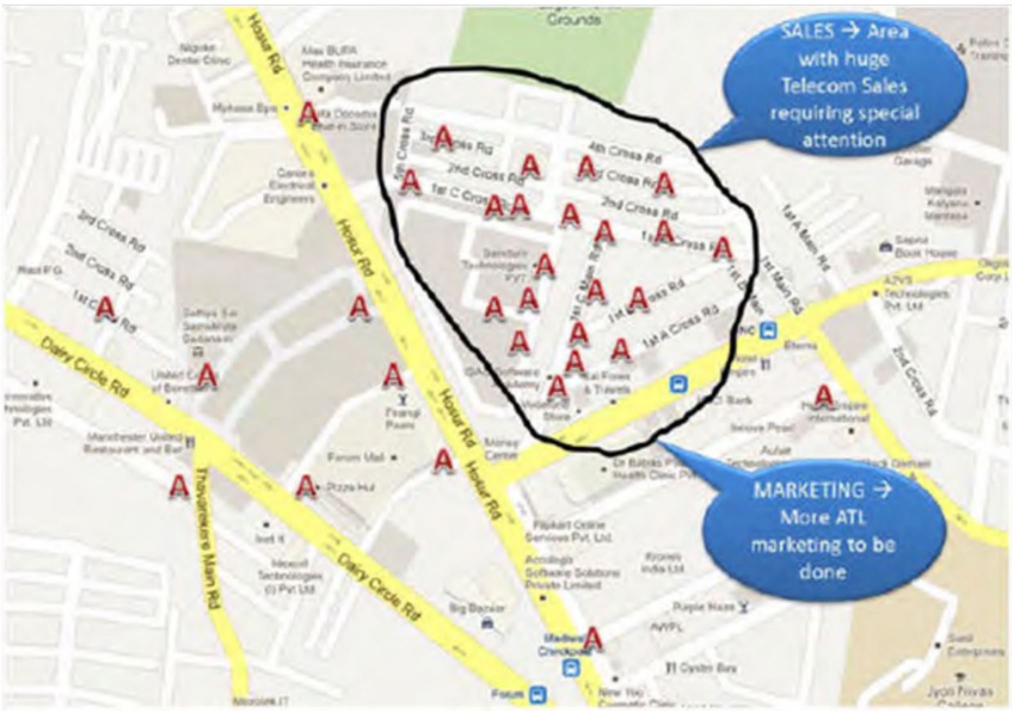
ಮಾಸಿಕ ಆಕ್ಟಿವೇಶನ್‌ಗಳು	ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ನ ವಿಭಾಗ
<50	D
51 – 100	C
101 – 200	B
> 200	A
ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಗಳು ಮಾತ್ರ	E

ಚಿತ್ರ 5.1.7 ಮಾದರಿ ದತ್ತಾಂಶದೊಂದಿಗೆ ಮಳಿಗೆಗಳ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ನ ಫಾರ್ಮ್ ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್

ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಅಧಿಕಾರಿಗೆ GPS ಸಾಧನವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವರು ಅಂಗಡಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿದಿರುವ ಸಾಧನದಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಡೇಟಾವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ರೀಟೇಲ್ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸುತ್ತದೆ.
ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ, ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಇತರ ಅನೇಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿವೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮತ್ತಷ್ಟು ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಮಾರಾಟವು ಭೌಗೋಳಿಕ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕಾರಣ, ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಇದು ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ. ಇದು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಒಳಹರಿವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.



ಚಿತ್ರ 5.1.8 ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಯಲು ಮ್ಯಾಪ್ ವೀಕ್ಷಣೆ

ಒಂದು ಕಾಲ್ಪನಿಕ ನಕ್ಷೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಮತ್ತು 25ನೇ ಆಗಸ್ಟ್ 2011 ರಿಂದ 3ನೇ ಸೆಪ್ಟೆಂಬರ್ 2011 ರವರೆಗೆ > ರೂ. 5000/– ದವರೆಗೆ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾರಾಟದೊಂದಿಗೆ ರೀಟೇಲ್ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಗಳ ನಕ್ಷೆಯನ್ನು ಊಹಿಸಿ ಸುತ್ತುವರಿದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿನ ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತತೆಯು ಈ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಆ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಅನೇಕ ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಫೋನ್ ರೀಚಾರ್ಜ್‌ಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಆ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಬಹುಪಾಲು ಮುಸ್ಲಿಂ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಯು ರೂ. 786/– ಕ್ಕೆ "ಫುಲ್ ಟಾಕ್ ಟೈಮ್" ಪ್ರಚಾರಗಳನ್ನು ಮುಂದಿನ ವರ್ಷ ಈದ್ ಹಬ್ಬದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಆ ಪ್ರದೇಶದಿಂದ ಗರಿಷ್ಠ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ವಿಶೇಷ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿ ನೀಡಬಹುದು.

5.1.3 ಕೊಡುಗೆ ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ

ಮಳಿಗೆ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ನಂತರ, FSE, ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಲು ಯೋಜಿಸಬೇಕು. ಅವರು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಟೆಲಿಕಾಂ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿದಾಗ ಮಾಲೀಕರು ಅಥವಾ ಮಳಿಗೆಯ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಬೇಕು.

FSE ಆಗಿ ನೀವು ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರ ಮುಂದೆ ಅದನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮ ಸಣ್ಣ ವ್ಯಾಪಾರವು ಎಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ತಪ್ಪು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಉದ್ದೇಶಿಸುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುತ್ತೀರಿ.

ಕೋಲ್ಡ್ ಕರೆಗಳ ಮೂಲಕ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮಾರ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಕೋಲ್ಡ್ ಕಾಲಿಂಗ್ ಮೂಲಕ FSE ತಮ್ಮ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಶ್ರಮವನ್ನು ಉಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಳಿಗೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರ್ಗವೆಂದರೆ ತಿಳಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೂಲಕ ಪರಿಚಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ನಿಮ್ಮ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ನೀವು ಗುರಿ ಮಾಡಿದಾಗ, ನೀವು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಸರಿಯಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು

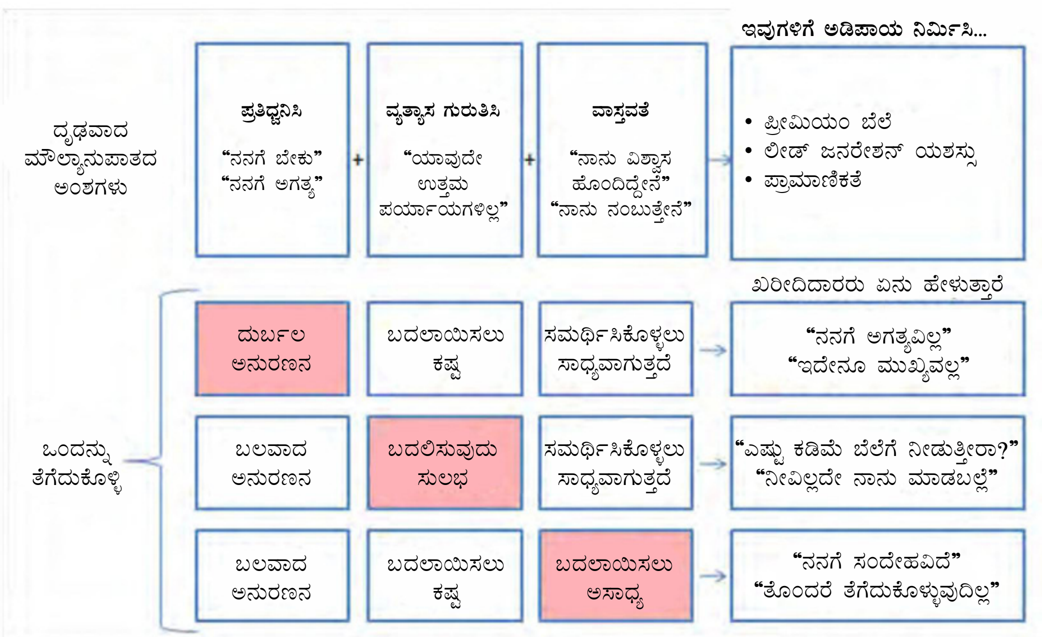
ಅರ್ಹತೆ ಪಡೆಯಲು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ. ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಮೊದಲ ಭೇಟಿಯಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ:

- ಈ ವಿಧದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಯಾರು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ?
- ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ಯಾರೆಲ್ಲಾ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತಾರೆ?
- ಈ ವಿಧದ ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

ಮೇಲೆ ಕೊಟ್ಟಿರುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ನೀಡಿದ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ನೀವು ಸರಿಯಾದ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಾ ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಒಮ್ಮೆ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರನ್ನು ತಿಳಿದ ನಂತರ ನೀವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಕಷ್ಟವಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ನಿರೀಕ್ಷಿತ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರಿಗೆ ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ ನೀಡಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಖರೀದಿಸಬೇಕು ಎನ್ನಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಅವರಿಗೆ ನೀಡಿ. ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಇತರ ಕೊಡುಗೆಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿಯುವಂತೆ ಮಾಡಿ. FSE ಆಗಿ, ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮೌಲ್ಯದ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಗಳನ್ನು ಗೆಲ್ಲುವ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಮೂರು ಪ್ರಮುಖ ಗುಂಪಿಗೆ ಏಕೆ ಬರುತ್ತಾರೆಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯ:

- ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ.
- ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಉತ್ಪನ್ನದ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ತೋರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಬೇಕು.
- ಸಂಭಾವ್ಯ ಖರೀದಿದಾರರು ನಿಮ್ಮ ಮೇಲೆ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.

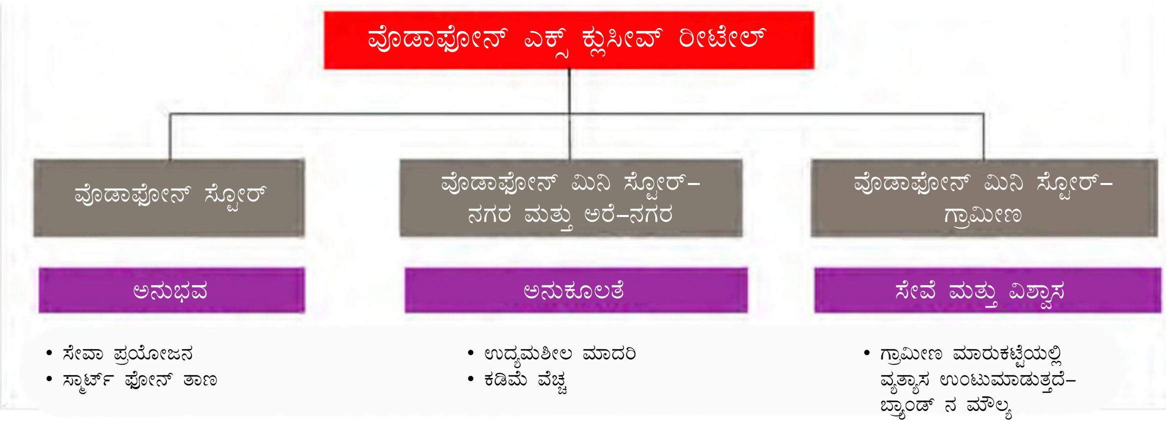


ಚಿತ್ರ 5.1.9 ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತದ ಕೊಡುಗೆ

ನೀವು ಎಲ್ಲಾ ಮೂರು ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸದಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.

- ನೀವು ಅನುರಣನವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಜನರು ನೀವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಖರೀದಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
- ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆಯನ್ನು ಬೇರೆ ಯಾವುದಾದರೂ ಸ್ಥಳದಿಂದ ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ ಅಥವಾ ನೀವು ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ನೀಡದಿದ್ದರೆ ಬೆಲೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಒತ್ತಡ ಹೇರುತ್ತಾರೆ.
- ನಿಮ್ಮ ಹಕ್ಕನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನೀವು ತೆಗೆದುಹಾಕಿದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಂಬುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ.

ವೊಡಾಫೋನ್ ನ ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತವನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಪರಾಮರ್ಶನಕ್ಕಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:



	vodafone	airtel	TATA indicom	RELIANCE	Idea
Vodafone Stores	465	681	348	217	369
Vodafone Mini Store (Urban & Rural)	7,125	1,151	2,497	1,827	1,105
Total	7,590	1,832	2,845	2,044	1,474

ಚಿತ್ರ 5.1.10 ವೊಡಾಫೋನ್ ನ ಸೂಚಿತ ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ

ಅವರಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಲಾಭವನ್ನು ಹೇಗೆ ಗಳಿಸುವುದು ಎಂದು ವಿವರಿಸಿ. ಪರಸ್ಪರ ಸಂವಾದದ ಮೂಲಕ ಅವರಿಗೆ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀಡಿ. ವಿವಿಧ ವೈಶಿಷ್ಟಗಳ ಕರಪತ್ರವನ್ನು ಅವರಿಗೆ ತೋರಿಸಿ. ಮಾರಾಟದ ತಂತ್ರವಾಗಿ ಅವರಿಗೆ ಇವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸಿ:

- ಕಂಪನಿ
- ಅದರ ಉದ್ದಿಮೆ ಕೌಶಲ್ಯ
- ಪ್ರಶಸ್ತಿಗಳುಣ ಮತ್ತು ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ
- ಕಂಪನಿಯ ಧ್ಯೇಯ ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಕೋನ

5.1.4 ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ (ROI)

ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯವು ಬಹುಶಃ ವ್ಯವಹಾರದ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರವಾಗಿದೆ. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ ಫಲಿತಾಂಶದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಎಲ್ಲಾ ಅಸ್ಥಿರತೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಆದಾಯದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯದ ಭಾಗವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕುವ ಮೂಲ ಸಮೀಕರಣ ಹೀಗಿದೆ:

ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ = [(ಮರುಪಾವತಿ–ಹೂಡಿಕೆ)/ಹೂಡಿಕೆ] x 100%

ಮರುಪಾವತಿಯು ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಹೂಡಿಕೆಯಿಂದ ಗಳಿಸಿದ ಹಣದ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತವಾಗಿದೆ. ಹೂಡಿಕೆಯು ನೀಡಿದ ಮರುಪಾವತಿಯನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಲು ಹಾಕಲಾದ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ವಿತರಕರು ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ

ರೂ. 10000 ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದ್ದು, ಒಂದು ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಅವರ ಮಾರಾಟವು ರೂ. 8000 ಆಗಿದ್ದರೆ, ಅವರ ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ ಹೀಗಿರುತ್ತದೆ:

ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ = (10000 – 80000)/10000 x 100% = 20%

5.1.5 ವಿತರಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳು

ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಡೀಲರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ವಿತರಣಾ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಜಿನ್ ಗಳನ್ನು FSE ವಿವರಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ವಿತರಣಾ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಮಾದರಿ ಮತ್ತು ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಯ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಪರಾಮರ್ಶೆಗಾಗಿ ಇಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

- ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಯು ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮ್ಯಾನೇಜರ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿನ ಅದರ ವಿತರಕರಿಗೆ ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ.
- ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಮೂಲಕ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿತರಕರ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಇದನ್ನು ಪ್ರದೇಶದ ಗುರಿಯ ಪ್ರಕಾರ ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ನಗರ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ವಿತರಕರ ಮಾರ್ಜಿನ್ 1.3% ಆಗಿದೆ.
- ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು FSE ಗಳಿಗೆ ವಿತರಕರು ವಿತರಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅದನ್ನು ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳಿಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ರೀಟೇಲರ್ ಮಾರ್ಜಿನ್ 2.7% ಆಗಿದೆ. (RCV ಮೇಲೆ 2.5% ಮಾರ್ಜಿನ್ ರೂ.10/ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಇತರ RCVs ಗಳಿಗೆ ಮಾರ್ಜಿನ್ 2.7% ಆಗಿರುತ್ತದೆ).
- ಮೂರು ದಿನಗಳವರೆಗೆ LAPU ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಅನ್ನು ರೀಟೇಲರ್ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. (ಕನಿಷ್ಠ ಮೊತ್ತ ರೂ. 1500 ಅದರಲ್ಲಿ 33% RCV ಯಲ್ಲಿರಬೇಕು)

ಇಲ್ಲಿ, RCV ರೀಚಾರ್ಜ್ ವೋಚರ್ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

LAPU (ಲೋಕಲ್ ಏರಿಯಾ ಪೇಮೆಂಟ್ ಯೂನಿಟ್) ಎನ್ನುವುದು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಜೀವನದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮಾಣಿತ ರೀಚಾರ್ಜ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದು LAPU ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮೊಬೈಲ್ ಅಥವಾ DTH ಅನ್ನು LAPU ಸಿಮ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಮಾಡಲಾದ ಯಾವುದೇ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಅನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು ಮೊಬೈಲ್ ಮತ್ತು DTH ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಲು ಬಳಸಲಾಗುವ ಸಿಮ್ ಆಗಿದೆ.

5.1.6 ಕಂಪನಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿ

ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನಗಳನ್ನು ಮೂರು ವರ್ಗಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

- **ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:** ವಿತರಕರಿಗೆ ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ದ್ವಿತೀಯಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:** FSE ಗಳ ಮೂಲಕ ವಿತರಕರಿಂದ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಿಗೆ ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ದ್ವಿತೀಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- **ತೃತೀಯಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:** ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಸಿಮ್ (ಭದ್ರತೆ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಮಾದರಿ)

- ಹೊಸ ಚಂದಾದಾರರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಕಂಪನಿಯ ಮೂಲ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು
- ಕಂಪನಿಯಿಂದ ನೀಡಲಾಗುವ ಸಿಮ್ ಉಚಿತವಾಗಿದ್ದು, ಇದನ್ನು ವಿತರಕರು ರೂ 100 ರವರೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದು

LAPU

ಸುಲಭವಾದ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಕಂಪನಿಯಿಂದ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಿಗೆ ಉಚಿತವಾಗಿ ಸಿಮ್ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಈ ಸೌಲಭ್ಯವಿದೆ. ಈ ಸಿಮ್ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 128 KB ಮೆಮೊರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು, ಸುಲಭವಾಗಿ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ರೀಟೇಲರ್ ತಿಂಗಳಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ 5 ಸುಲಭ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು; ಅಗತ್ಯ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ವಿಫಲವಾದಾಗ ಸಿಮ್ ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಈ ಸಿಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಅದೇ ಸೇವೆಯೊಂದಿಗೆ ರೂ 300–ಟಾಕ್ ಟೈಮ್ ಉಚಿತವಿರುತ್ತದೆ. ರೀಚಾರ್ಜ್ ಗುರಿ ಮತ್ತು ಟಾಕ್ ಟೈಮ್ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು.

ರೀಚಾರ್ಜ್ ವೋಚರ್‌ಗಳು: ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರತಿ ರೂ. 1000 ಸುಲಭ ರೀಚಾರ್ಜ್‌ನಲ್ಲಿ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು 33% ಪೇಪರ್ ವೋಚರ್‌ಗಳನ್ನು ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಅಲ್ಲಿ ವಿತರಕರು 35% ಅನ್ನು ಇಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಈ ಮೌಲ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಶತ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು.

ರೀಚಾರ್ಜ್ ವೋಚರ್‌ಗಳು ರೂ. 10 ರಿಂದ ವಿವಿಧ ವೆಚ್ಚಗಳಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪೇಪರ್ ವೋಚರ್ ಗರಿಷ್ಠ ರೂ. 120 ವರೆಗೆ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಮತ್ತು ಸುಲಭ ರೀಚಾರ್ಜ್ ರೂ. 10000 ವರೆಗೆ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಆದರೆ ಇದು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು.

ಸಿಮ್ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಕಂಪನಿಯು ವಿತರಕರಿಗೆ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರೀಟೇಲರ್ ಬೇಡಿಕೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿತರಕರು ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತಾರೆ. ಸಿಮ್ ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದ ನಂತರ ಆ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿ ಅದರ LAPU ಸಿಮ್ ಮೂಲಕ ವಿಶೇಷ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಕ್ರಿಯ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಇದರಿಂದ ಹೊಸ ಚಂದಾದಾರರು ಸೇವೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ವಿಳಂಬವಿಲ್ಲದೆ ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದು.

ಸಿಮ್ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು, ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ

1. LAPU ಮೂಲಕ ರೀಟೇಲರ್ SMSಕಳುಹಿಸಬೇಕು
2. ಈ ಸಿಮ್ ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತದೆ, ನಂತರ 3 ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಗಳನ್ನು ಒಂದು ಸಿಮ್ ರೀಟೇಲರ್ ಗೆ, ಮತ್ತೊಂದು FSE ಗೆ ಹಾಗೂ ಕೊನೆಯದನ್ನು ವಿತರಕರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
3. ನಂತರ ವಿತರಕ ಹೊಸ SMSಕಳುಹಿಸಬೇಕು

ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಅನುಸರಿಸಿದ ನಂತರ ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಸಕ್ರಿಯವಾಗುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಬಳಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗುತ್ತದೆ

ಪೂರ್ವ–ಸಕ್ರಿಯ ಸಿಮ್‌ಗಳಿಗೆ:

ಚಂದಾದಾರರು ಸಿಮ್ ವೆಚ್ಚ ಪಾವತಿಸಿದ ನಂತರ ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಅರ್ಹ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಮಾತ್ರ ಈ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು. ಸಿಮ್ ಖರೀದಿಸಿದ ನಂತರ, ವ್ಯಕ್ತಿ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕು, ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಪರ್ಕ ಕೇಂದ್ರ ಅಥವಾ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶುಲ್ಕರಹಿತ ಸಂಖ್ಯೆಯಾಗಿರುವ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ನೀಡಿದ ಯಾವುದೇ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಕರೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಪರ್ಕ ಕೇಂದ್ರದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸಿದ ನಂತರ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಸಕ್ರಿಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಳಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗುತ್ತದೆ.

ಹೊಸ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಗೆ ಅಗತ್ಯ ದಾಖಲಾತಿಗಳು:

1. ಹೊಸ ಚಂದಾದಾರರು ಭಾರತೀಯ ನಾಗರಿಕನಾಗಿರಬೇಕು
2. ಅವರಣ ಇತ್ತೀಚಿನ ಭಾವಚಿತ್ರ ನೀಡಬೇಕು.
3. ಪಾಸ್ ಪೋರ್ಟ್, DL, ಚುನಾವಣಾ ಗುರುತುಚೀಟಿ, ಮನೆಯ ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ ಅಥವಾ ದೂರವಾಣಿ ಬಿಲ್ (ಲ್ಯಾಂಡ್ ಲೈನ್, BSNL ಗೆ ಆದ್ಯತೆ) ಇತ್ಯಾದಿ ವಾಸಸ್ಥಾನ ಅಥವಾ ಮನೆಯ ವಿಳಾಸದ ರುಜುವಾತಿನಂತಹ ಅರ್ಹ ದಾಖಲಾತಿಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು

ನಕಲಿ ದಾಖಲೆಗಳ ಮೇಲೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುವ ಕ್ರಮಗಳು: ದಾಖಲೆಗಳು ನಕಲಿ ಅಥವಾ ಅನುಮಾನಾಸ್ಪದ ಎಂದು ತಿಳಿದರೆ ತಕ್ಷಣವೇ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ರೀಟೇಲರ್ ಅಥವಾ ವಿತರಕರ ವಿರುದ್ಧ ಕಾನೂನು ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

5.1.7 ಸಮಾಲೋಚನೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು

ಯಶಸ್ವಿ ಸಮಾಲೋಚನೆಯು ಒಂದು ಉತ್ತಮ ಕಲೆಯಾಗಿದೆ, ಮಾತುಕತೆಯಲ್ಲಿನ ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವುದು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದ್ದು, ಅವು ಹೀಗಿವೆ:

- ಸಮಾಲೋಚನೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವ ಮೊದಲು ನೀವೇ ಸಿದ್ಧರಾಗಿ. ಉತ್ಸುಕರಾಗಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಆದರೆ ಹತಾಶರಾಗಬೇಡಿ.
- ನಿಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ (ಉದಾ. ಬೆಲೆ, ಪ್ರಮಾಣ, ಅಥವಾ ತ್ವರಿತ ಮಾರಾಟ) ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಂದವು ನಿಮಗೆ ಎಷ್ಟು ಮುಖ್ಯ ಎನ್ನುವ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.
- ಉತ್ಪನ್ನವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಎಷ್ಟು ಅಗತ್ಯವಿದೆ, ಅವರು ಏನನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಬಲ್ಲರು ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು ಏನನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಿ.

- ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀಡುವ ಮೊದಲು ಅದನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕು. ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುವುದು ಎಂದರೆ ಅದು ಯಾವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಯಾವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಾವ ಪರ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು.
- ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತಾಪದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೂ ಸೂಕ್ತವಾದ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ತಲುಪಲು ನೀವು ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
- ಯಾವುದನ್ನು ಸಮಾಲೋಚಿಸಬಹುದು ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಿ; ನಿಮಗೆ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ರಿಯಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.
- ನೀವು ಯಾವುದೇ ರಿಯಾಯಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಮೊದಲು ಅದು ಇತರ ಡೀಲ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಬೀರುವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕು.
- ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದಲೇ ನಿಮ್ಮ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿ.
- ಆರಂಭಿಕ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಿಗೆ ಇರಿಸಿ ಮತ್ತು ನೀವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಹೆಚ್ಚು ಇರಿಸಿದ್ದೀರಿ ಎನ್ನಲು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಿ.
- ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಅಂಶಗಳು ಏನೆಂದು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ.
- ಕೇಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳುವ ರಿಯಾಯಿತಿಯ ಬಲವನ್ನು ನೀವು ಪರೀಕ್ಷಿಸಬೇಕು.
- ನೀವು ಮಾಡುವ ಯಾವುದೇ ರಿಯಾಯತಿಗಳ ಮೇಲೆ ಪರಸ್ಪರ ವಿನಿಮಯವನು ಗಮನಿಸಿ: ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ರಿಯಾಯಿತಿಗೆ ಬದಲಾಗಿ ಆರ್ಡರ್ ಗಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು.
- ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡ ನಂತರ ಕೈಕುಲುಕಿ ಮತ್ತು ಲಿಖಿತ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ.

ಸಮಾಲೋಚನೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮತ್ತು ಮಾಡಬಾರದಾದ ಅಂಶಗಳು

ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು

- ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಬೇಕುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು
- ನೀವು ಏನನ್ನು ಸಮಾಲೋಚನೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಬಯಸಿದ್ದೀರೋ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮೊದಲೇ ಯೋಜಿಸಿ
- ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ

ಯಾವುದೇ ವಿನಾಯಿತಿಯ ಮೇಲೆ ಪರಸ್ಪರ ವಿನಿಮಯದ ಗುರಿ ಇರಲಿ

- ಲಿಖಿತ ಒಪ್ಪಂದದ ನೆರವಿನಿಂದ ಡೀಲ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ

ಮಾಡಬಾರದ್ದು

- ವಿನಾಯಿತಿಯನ್ನು ಆರಂಭದಲ್ಲೇ ಮಾಡಬೇಕು
- ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಮರೆಮಾಡಬಾರದು
- ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವಿನಾಯಿತಿ ನೀಡುವುದು

ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ವಿತರಕರ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ನೋಂದಣಿ ಫಾರ್ಮ್ ಅನ್ನು ಭರ್ತಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ನಂತರ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮ್ಯಾನೇಜರ್‌ಗೆ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಲ್ಲಿ ವಿತರಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

FSE ನೋಂದಣಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಔಪಚಾರಿಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕು:

- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅರ್ಜಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡುವಂತೆ ತಿಳಿಸುವುದು
- ಸರಿಯಾದ ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ID ಗುರುತು ಕೇಳುವುದು
- ಎಲ್ಲಿಯಾದರೂ ಸಮಸ್ಯೆಯಾದಲ್ಲಿ, ಅರ್ಜಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಲು ಅವರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುವುದು
- ಅರ್ಜಿಯಲ್ಲಿ ಅಂಟಿಸಲು ಅವರಿಂದ ಎರಡು ಪಾಸ್ ಪೋರ್ಟ್ ಅಳತೆಯ ಭಾವಚಿತ್ರ ಪಡೆಯುವುದು

ಎಲ್ಲಾ ವಿವರಗಳನ್ನೂ ನೀಡಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಮೊದಲು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು

5.1.8 ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿ: ರೀಟೇಲರ್ ನೆಟ್ ವರ್ಕ್ ನಿರ್ಮಿಸುವ ಹಂತಗಳು

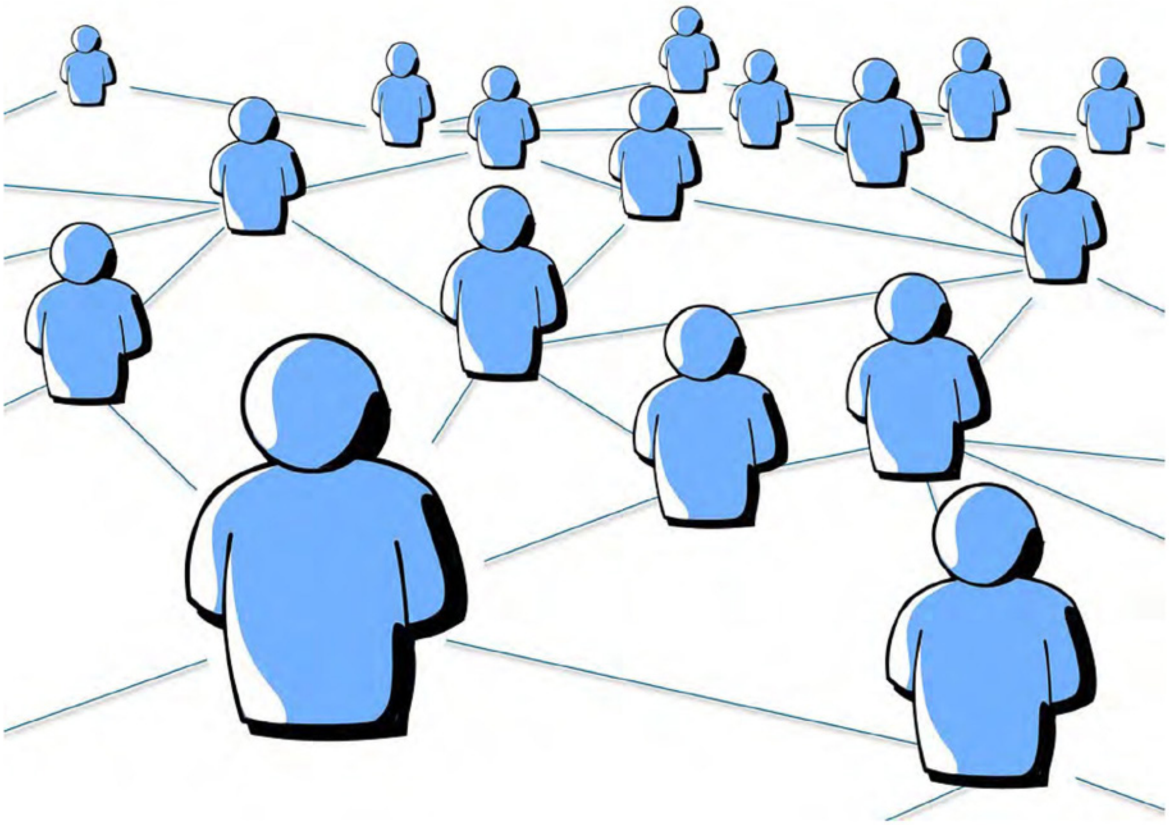
ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ಸೀಮಿತ ಶೆಲ್ಫ್ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲು ಖರ್ಚು ಮಾಡಲು ಸೀಮಿತ ಬಜೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅಂಗಡಿಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಬಯಸಿದರೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಯೋಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಸರಿ ಎನಿಸುವ ಪ್ರಸ್ತುತಿಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲು ಇದು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಾಗ ಸಾಧನೆಗಳ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ನೋಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಸಣ್ಣದರಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ರೀಟೇಲ್ ಸರಣಿಯನ್ನು ತಲುಪುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ಔಟ್‌ಲೆಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪಡೆಯಿರಿ.

ಹಂತ 1

ನಿಮ್ಮ ಸ್ಥಳೀಯ ಅಂಗಡಿಗಳು ನೀಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ನೀವು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಲ್ಲದ ಅಂತರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ರಿಯಾಯಿತಿ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಆದ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಅಂಗಡಿ ಮಾಲೀಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವ ಮೂಲಕ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯಿರಿ.

ಹಂತ 2

ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವುದು ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಅಪಾಯ ಎನ್ನಿಸುತ್ತದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಖರೀದಿ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಣೆಯ ವೆಚ್ಚಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನವು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆಯೇ ಅಥವಾ ಇಲ್ಲವೇ ಎಂದು ಅವರು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು.



ಚಿತ್ರ 5.1.11 ಬಲಿಷ್ಠ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಉದಾಹರಣೆ

ಹಂತ 3

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಇದೆ ಎಂದು ತೋರಿಸಿ. ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಬ್ಲಾಗ್ ಬರೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸುವುದು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವು ಮಾರಾಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎನ್ನುವುದಕ್ಕೆ ಸಾಕ್ಷಿ ನೀಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಸಂಶೋಧನೆಗಳನ್ನು ಅಂಗಡಿ ಮಾಲೀಕರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಹಂತ 4

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವರವಾದ ಪ್ರಸ್ತುತಿಯನ್ನು ಮಾಡಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನದ ಉದ್ದೇಶಿತ ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ರಿಯಾಯಿತಿ ಮಟ್ಟಗಳು, ನೀವು ಸರಬರಾಜು ಮಾಡಬಹುದಾದ ಪ್ರಮಾಣ, ಉತ್ಪನ್ನವು ಏಕೆ ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿದೆ, ಮತ್ತು ನೀವು ನೀಡುವ ವ್ಯಾಪಾರೀಕರಣ ಅಥವಾ ಇತರ ಪ್ರಚಾರ ಬೆಂಬಲದಂತಹ ಮಾಹಿತಿ/ವಾಸ್ತವಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ನೀವು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಹಂತ 5

ಸ್ಥಳೀಯ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ. ಈ ಅನುಭವವು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಉತ್ತಮಗೊಳಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಎದುರಿಸಬೇಕೆಂದು ಸಹ ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

2. ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳ ಯಾವ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ?

____

____

____

____

3. ನಗರದೊಳಗೆ ಸ್ಥಳ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳದ ವಿಧ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಲು ಯಾವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು?

____

____

____

____

4. ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ನಂತರ ಮಾರಾಟ ಕರೆ ಮುಕ್ತಾಯ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

____

____

____

____

5. ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ ಎಂದರೇನು? ಅದನ್ನು ರಚಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ

____

____

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

____

____

____

____

6. ಅನುಸರಣೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಘಟಕ 6.1 – ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಆಕ್ಟಿವೇಷನ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಘಟಕ 6.2 – ದೂರು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಟಿಇಎಲ್/ಎನ್0203

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸುವುದು
2. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ ಹೇಗೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ವಿವರಿಸುವುದು
3. KYC ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು TRAI ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು
4. ಯಾವುದೇ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ದೋಷವಿದ್ದರೆ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕೆಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
5. ರೀಟೇಲರ್ ಗಳು/ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಹಾಗೂ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು

ಘಟಕ 6.1: ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಆಕ್ಟಿವೇಷನ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸುವುದು
2. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ ಹೇಗೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ವಿವರಿಸುವುದು
3. KYC ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು TRAI ಮಾರ್ಗಸೂಚಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು
4. ಯಾವುದೇ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ದೋಷವಿದ್ದರೆ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕೆಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

6.1.1 ಪರಿಚಯ

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ರಾಜ್ಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಸೇವಾ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ, ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದಿಂದ (ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಇಲಾಖೆ) ಪರವಾನಗಿ ಪಡೆದ ಹಲವಾರು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಇದ್ದಾರೆ. ಅವರು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು, ಮೂಲ (ಲ್ಯಾಂಡ್ ಲೈನ್) ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ದೂರವಾಣಿ ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಈ ಸೇವೆಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಈ ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಆಸಕ್ತಿಯುಳ್ಳ ವ್ಯಕ್ತಿ ತನ್ನ ಆಯ್ಕೆಯ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಅಥವಾ ಅದರ ಅಧಿಕೃತ ಮಾರಾಟ ಮಳಿಗೆಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕ ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆ (CAF) ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆಯನ್ನು ಛಾಯಾಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ಗುರುತನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ರುಜುವಾತುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು. ದೂರವಾಣಿ ಸಂಪರ್ಕದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಪೋಸ್ಟ್-ಪೇಯ್ಡ್ ಅಥವಾ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

6.1.2 ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್

ವಿವಿಧ ಟೆಲಿಕಾಂ ಸೇವೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಎನ್ನುವ ಎರಡು ವಿಧದ ಪಾವತಿಗಳು ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಎನ್ನುವುದು ನೀವು ಸೇವೆಗಾಗಿ ಮುಂಗಡವಾಗಿ ಪಾವತಿಸುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಎನ್ನುವುದು ಸೇವೆಯನ್ನು ಬಳಸಿದ ನಂತರ ನೀವು ಪಾವತಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ

ಹಾಗಾಗಿ, ಪೋಸ್ಟ್-ಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್ ಬಳಸಿದರೆ, ನೀವು ಫೋನ್ ಬಿಲ್ ಅನ್ನು ನಂತರ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ನೀವು ಅದನ್ನು ಬಳಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ನಂತರ. ಆದರೆ, ಪ್ರಿ-ಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್‌ನಲ್ಲಿ, ನೀವು ಮಾತನಾಡುವ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಪಾವತಿಸದೆ ನೀವು ಅದನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

- ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಗ್ರಾಹಕರು: ಪ್ರತೀ ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ಅಧಿಕ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ, ಕಡಿಮೆ ಜಂಜಾಟ, ದೀರ್ಘ ಗ್ರಾಹಕ ಅವಧಿ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ
- ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಗ್ರಾಹಕರು: ಕಡಿಮೆ ಸ್ವಾಧೀನತಾ ವೆಚ್ಚ

ಹೊಸ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ದಾಖಲಾತಿಗಳು

ಹೊಸ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್/ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಮೊಬೈಲ್ CSC/ ವಿತರಕರ ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಹೊಸ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್/ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ವ್ಯಕ್ತಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆಯನ್ನು (CAF) ಸರಿಯಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಕನಿಷ್ಠ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಸರಿಯಾಗಿ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿದ CAF ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸಿನ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಜೊತೆಗೆ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಾಖಲೆಗಳು ಅಗತ್ಯವಿದೆ:

- ಒಂದು ಬಣ್ಣದ ಫೋಟೋ
- ಪಾಸ್ ಪೋರ್ಟ್
- ಆಧಾರ್ ಕಾರ್ಡ್

- ಶಾಶ್ವತ ಖಾತೆ ಸಂಖ್ಯೆ (ಪ್ಯಾನ್) ಕಾರ್ಡ್
- ಶಸ್ತ್ರ ಪರವಾನಗಿ
- ವಾಹನ ಚಾಲನೆ ಪರವಾನಗಿ
- ಚುನಾವಣಾ ಗುರುತು ಪತ್ರ (ವೋಟರ್ ಐಡಿ ಕಾರ್ಡ್)
- ಫೋಟೋದೊಂದಿಗೆ ಮನೆಯ ವಿಳಾಸವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ವಿದ್ಯುಚ್ಛಕ್ತಿ ಅಥವಾ ದೂರವಾಣಿ ಬಿಲ್ ಪ್ರತಿ ಫೋಟೋ ಮತ್ತು ವಿಳಾಸದೊಂದಿಗೆ ಪಡಿತರ ಚೀಟಿ, ಇದು ಫೋಟೋ ಅಂಟಿಸಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುತ್ತದೆ
- ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರದ ಆರೋಗ್ಯ ಯೋಜನೆ (CGHS)/ ಮಾಜಿ ಯೋಧರ ಕೊಡುಗೆಯ ಆರೋಗ್ಯ ಯೋಜನೆ (ECHS) ಕಾರ್ಡ್
- ಲೆಟರ್ ಹೆಡ್ ನಲ್ಲಿ MP/MLA/ಗ್ರೂಪ್ A ಗೆಝೆಟ್ ಆಫೀಸರ್ ನೀಡಿದ ಫೋಟೋ ಹೊಂದಿರುವ ವಿಳಾಸದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ
- ಸರ್ಕಾರದಿಂದ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಂದ ನೀಡಲ್ಪಟ್ಟ ವಿಳಾಸದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ (ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ)
- ಗ್ರಾಮ ಪಂಚಾಯತಿ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು ನೀಡಿದ ವಿಳಾಸದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ (ಗ್ರಾಮೀಣ ವಲಯಗಳಿಗೆ)
- ಮನೆಯ ವಿಳಾಸ ತೋರಿಸುವ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಿತಿಗಳ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ ವಿತರಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ದಾಖಲಾತಿ ಅಥವಾ ಸಂವಹನ

ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಪರಿಶೀಲನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

TRAI (ಟೆಲಿಕಾಂ ರೆಗ್ಯುಲೇಟರಿ ಅಥಾರಿಟಿ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ) ಪರಿಚಯಿಸಿದ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ಪರಿಶೀಲನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಈಗ ಬಹಳ ಕಠಿಣವಾಗಿದೆ. ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಮತ್ತು ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಗ್ರಾಹಕರು ಪೂರ್ವ–ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಭೌತಿಕ "ಚಂದಾದಾರರ ಪರಿಶೀಲನೆ" ನಂತರ ಮಾತ್ರ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಎಲ್ಲಾ ಮೂಲ ದಾಖಲೆಗಳ ಭೌತಿಕ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಜಿದಾರರ ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಹಾಗೂ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್/CAFಗೆ ಲಗತ್ತಿಸಲಾದ ಛಾಯಾಚಿತ್ರದ ನಂತರವೇ ಹೊಸ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಎರಡು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚು ದಿನಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ದಾಖಲಾತಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಲು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಅಧಿಕಾರ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯೀಕರಣ ತಂಡದಿಂದ ದೂರವಾಣಿ ಕರೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರ ಟೆಲಿಫೋನಿಕ್ ಪರಿಶೀಲನೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪೋಸ್ಟ್‌ಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಗ್ರಾಹಕರು ಒದಗಿಸಿದ ದಾಖಲೆಗಳ ದೃಢೀಕರಣ ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ನೀಡಿದ ವಿವರಗಳ ಭೌತಿಕ ಪರಿಶೀಲನೆಯ ಮೂಲಕ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ನಕಲಿ ಹೆಸರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಹಲವಾರು ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಭಾರತೀಯ ಭದ್ರತಾ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಕಂಡುಹಿಡಿದಿವೆ.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ನಕಲಿ ಹೆಸರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಹಲವಾರು ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಭಾರತೀಯ ಭದ್ರತಾ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು ಕಂಡುಹಿಡಿದಿದೆ.

ಮೊಬೈಲ್ ಅಂಗಡಿಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಹೆಸರುಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಮತ್ತು ಖರೀದಿಸುವುದನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಅಪರಾಧ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗಿದೆ, ದೇಶದ ಮೇಲಿನ ಅಪಾಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆಮಾಡಲು TRAI ಹೊಸ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿದೆ. ಹೊಸ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ ದೇಶವಾಸಿಗಳು 09 ಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಮತ್ತು ಬಳಸಲು ಅನುಮತಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

CAF ನಲ್ಲಿ ನಕಲಿ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿರುವುದರ ವಿರುದ್ಧ ಕ್ರಮ:

ಪರಿಶೀಲನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಸಹಿ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗದಿರುವುದು, ವಿಳಾಸ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯಾಗದಿರುವುದು ಕಂಡುಬಂದರೆ, ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ತಿರಸ್ಕರಿಸಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯ ವಿಳಂಬವನ್ನು ತಡೆಯಲು ಎಲ್ಲಾ ಮಾನ್ಯ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವುದು ಗ್ರಾಹಕರ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್ ಮಾರಾಟಗಾರ/PoS (ಪಾಯಿಂಟ್ ಆಫ್ ಸೇಲ್) ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ನಿರ್ವಾಹಕನ ಫ್ರಾಂಚೈಸ್ CAFನಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯು ತಪ್ಪಾಗಿ ಕಂಡುಬಂದಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಚಂದಾದಾರರ ವಿರುದ್ಧ ಪೊಲೀಸ್ ದೂರು ದಾಖಲಿಸಬಹುದು. ಟೆಲಿಕಾಂ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳು ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವವರು ಮತ್ತು ನಕಲಿ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಚಂದಾದಾರರ ವಿರುದ್ಧ ಯಾವುದೇ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ವಿಫಲವಾದರೆ ಅವರ ವಿರುದ್ಧ ಕಾನೂನು ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು (KYC)

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ ಅಥವಾ KYC ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುವ, ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸುರಕ್ಷಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಮಾಡಲು ಗ್ರಾಹಕರ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಈ ಪದವನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿಯಮಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಆದರೆ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸುರಕ್ಷಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು KYC ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು ಎಂಬುದು ಸತ್ಯ. ಗುರುತಿನ ಕಳ್ಳತನ, ಭಯೋತ್ಪಾದಕ ನಿಧಿ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಹಣಕಾಸಿನ ವಂಚನೆಯನ್ನು ತಡೆಯಲು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ KYC ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. KYCಗಾಗಿ, ಪ್ಯಾನ್ ಕಾರ್ಡ್, ಚುನಾವಣಾ ಗುರುತು ಚೀಟಿ, ಫೋಟೋಗಳು ಮುಂತಾದ ಮಾನ್ಯವಾದ ಗುರುತಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಂಪರ್ಕ ಸ್ಟಾರ್ಟ್ ಅಪ್ ಕಿಟ್

ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗೆ ದಾಖಲಾಗುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭದ ಕಿಟ್ ಅನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು. ಇದು ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

1. ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್
2. ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ
3. ಸಂಪರ್ಕದ ವಿಧ ಎಂದರೆ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಅಥವಾ ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್
4. ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ, ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಖ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಮೇಲ್ಮನವಿ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿ

ನೀವು ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, MNP, ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮತ್ತು ರೀಚಾರ್ಜ್ ರಿವರ್ಸಲ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ರೀಟೇಲರ್ ಗಳಿಗೆ ವಿವರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

3 ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಸಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವ 3 ಸರಳ ಹಂತಗಳು:

1. ನಿಮ್ಮ ಸಾಧನಕ್ಕೆ ಸಿಮ್‌ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಆನ್ ಮಾಡಿ (ಇನ್ನಷ್ಟು ತಿಳಿಯಲು ಸಾಧನದ ಸೂಚನಾ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ).
2. ನಿಮ್ಮ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಕೀ ಅಥವಾ ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಖಾತೆಯ ಪಿನ್ ಸೇರಿಸಿ (ಇದನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೀಪೇಯ್ಡ್ ಸ್ಟಾರ್ಟರ್ ಪ್ಯಾಕ್‌ನಿಂದ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು)
3. ಸೂಕ್ತವಾದ ಅರ್ಹ ಗುರುತಿನ ರುಜುವಾತು ನೀಡಿ, ಉದಾ ಚುನಾವಣಾ ಗುರುತು ಪತ್ರ, ಡ್ರೈವಿಂಗ್ ಲೈಸೆನ್ಸ್, ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್ ಇತ್ಯಾದಿ.

6.1.3 MNP (ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ)

ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ (MNP) ಇಂದು ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಬಳಕೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ, ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಯಾರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ತಿಳಿಯೋಣ.

ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿ ಹೇಗೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ಇಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

1. ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್‌ನಿಂದ ಈ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ SMS ಕಳುಹಿಸಬೇಕು: PORT YOUR MOBILE NUMBER ಗೆ ಉದಾ. ನೀವು ಐಡಿಯಾ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ನಂತರ ಅದನ್ನು ಈ ಸಂಖ್ಯೆ 1900 ಗೆ ಪೋರ್ಟ್ ಮಾಡಿ (ಶುಲ್ಕರಹಿತ)
2. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ಕೋಡ್ ಅನ್ನು ನೀವು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೀರಿ.

3. ನಿಮ್ಮ **"ಆದ್ಯತೆ"** ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರದ ಬಳಿ ಹೋಗಿ ಅಥವಾ ಅವರಿಗೆ SMS ಮಾಡಿ. ಹೊಸ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ನೀವು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಕೋಡ್ ಅನ್ನು ನಮೂದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿ.
4. ನೀವು ಹೊಸ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಗುರುತಿನ ರುಜುವಾತನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರ ನಿಮ್ಮ ಹಳೆಯ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ನಿಮಗೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
5. ಹೊಸ ಆಪರೇಟರ್ ಯಾವುದೇ ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಆಪರೇಟರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ದೃಢಪಡಿಸಿದ ನಂತರ ಮಾತ್ರ ಪೋರ್ಟಿಂಗ್‌ಗೆ ಅನುಮೋದನೆಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
6. ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ನಡೆದ ಸಮಯ ಮತ್ತು ದಿನಾಂಕದಂದು ನೀವು SMS ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೀರಿ. ಇದು 4 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯಬೇಕು ಎಂದು ನಿಯಮಗಳು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ.
7. ಈ 4 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಡೌನ್‌ಟೈಮ್ ಇರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಪೋರ್ಟ್ ಡೌನ್‌ಟೈಮ್ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 2 ಗಂಟೆಗಳಿರುತ್ತದೆ ಅದು ರಾತ್ರಿಯ ಸಮಯ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಇದು ಯಾವುದೇ ಸಮಸ್ಯೆ ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ನಂತರ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಹಳೆಯ ಸಿಮ್ ಅನ್ನು ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು.
8. ನಿಮ್ಮ ಹೊಸ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಲು ರೂ.19/– ಮಾತ್ರ ವೆಚ್ಚವಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ಪ್ರತಿ ಆರು ತಿಂಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಈ ಸೌಲಭ್ಯವನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು ಎನ್ನುವುದನ್ನು ದಯವಿಟ್ಟು ನೆನಪಿಡಿ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಬುದ್ಧಿವಂತಿಕೆಯಿಂದ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿ.

ಇದು ದೀರ್ಘ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಕೆಲವರು ಭಾವಿಸಿದರೂ, ಇದು ನಿಜವಲ್ಲ. ನೀವು ಇದನ್ನೆಲ್ಲ 1 ದಿನದೊಳಗೆ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ನೆಮ್ಮದಿಯಾಗಿರಬಹುದು. ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯು ರಾತ್ರಿಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲೋ ಒಂದು ಬಾರಿ ಕೇವಲ 2 ಗಂಟೆಗಳ ಕಾಲ ಸ್ಥಗಿತಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನೀವು 7 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತೀರಿ. ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿ ಒಂದು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ತಮ್ಮ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ತೃಪ್ತರಾಗಿಲ್ಲ. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಅನಗತ್ಯ ಕರೆಗಳು, ತಪ್ಪು ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್‌ಗಳಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮಾನ್ಯ ಜೀವನವನ್ನು ತೊಂದರೆಗೊಳಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ನಿಮಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ SMS ಪ್ಯಾಕ್ ಅಥವಾ ಇತರ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಇದು ತುಂಬಾ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆ.

ಮೊಬೈಲ್ ನಂಬರ್ ಪೋರ್ಟಬಿಲಿಟಿಗೆ ಸೇವಾದಾರರು ನೀಡುವ ಶುಲ್ಕ ರಹಿತ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು

1. ಐಡಿಯಾ: 1800-270-0000
2. ವೊಡಾಫೋನ್: 1800 1234567
3. ಏರ್ ಟೆಲ್: 1800 103 1111
4. BSNL: 18001801503 (ಪ್ರಸ್ತುತ BSNL ಉಚಿತ MNP ನೀಡುತ್ತಿದೆ)
5. ಟಾಟಾ ಇಂಡಿಕಾಂ: 18002660000
6. MTNL ಮುಂಬೈ: 1800221503

6.1.4 KYC ನಿಯಮಗಳು

ಗುರುತಿನ ಕಳ್ಳತನ, ಹಣ ವಂಚನೆ, ಭಯೋತ್ಪಾದಕ ನಿಧಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬೆದರಿಕೆಯನ್ನು ನಿಗ್ರಹಿಸಲು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ನಿಯಂತ್ರಕ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿನ್ನೆಲೆಯತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, ಹಣಕಾಸು ಸೇವೆಗಳು, ವಿಮೆ, ಟೆಲಿಕಾಂ ಮುಂತಾದ ಅನೇಕ ಉದ್ಯಮಗಳು ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಾದ KYC ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಾದ AML ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಅನುಸರಣೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ, ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ದೃಢವಾದ ಗುರುತಿನ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ದಾಖಲೆ ಮೌಲ್ಯೀಕರಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಅಥವಾ, ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್‌ಗಳು KYC ತಪಾಸಣಾ ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ಪಾಲುದಾರರಾಗಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳದಂತೆ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ.

ಅನುಮಾನಾಸ್ಪದ ಸ್ವರೂಪದ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಸೂಕ್ತ ಪ್ರಾಧಿಕಾರಕ್ಕೆ ವರದಿ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಗ್ರಾಹಕ ಗುರುತಿನ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಎಲ್ಲಾ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ RBI ಸಲಹೆ ನೀಡಿದೆ. ಫೈನಾನ್ಶಿಯಲ್ ಆಕ್ಷನ್ ಟಾಸ್ಕ್ ಫೋರ್ಸ್ (FATF) ಹಣ ವಂಚನೆ ನಿರೋಧಕ (AML) ಮಾನದಂಡಗಳು ಮತ್ತು ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಯ ಹಣಕಾಸು ಹೋರಾಟದ (CFT) ಮಾನದಂಡಗಳ ಮೇಲೆ ಮಾಡಿದ ಶಿಫಾರಸುಗಳು ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆ ವಿರೋಧಿ ನೀತಿಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಕ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಭಯೋತ್ಪಾದನೆಗೆ ಹಣಕಾಸು ನೀಡುವುದನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಾನದಂಡವಾಗಿದೆ. HFCs ಸೇರಿದಂತೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು/ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಈ ಮಾನದಂಡಗಳ ಅನುಸರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಅಂತಾರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹಣಕಾಸು ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

1934ರ RBI ಕಾಯ್ದೆಯ ಸೆಕ್ಷನ್ 45 K ಮತ್ತು 45 L ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಹಣ ವಂಚನೆ ತಡೆಗಟ್ಟುವಿಕೆ ನಿಯಮ 7ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ RBI ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಹೊರಡಿಸಿದೆ (ಸ್ವಭಾವದ ದಾಖಲೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸ್ವರೂಪ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟುಗಳ ಮೌಲ್ಯ, ನಿರ್ವಹಣೆಯ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಹಾಗೂ ಪರಿಶೀಲನೆಗಾಗಿ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಕಂಪನಿಗಳು, ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳ ಗ್ರಾಹಕರ ಗುರುತಿನ ದಾಖಲೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ) 2005 ರ ನಿಯಮಗಳು, ಮತ್ತು ಅದರ ಯಾವುದೇ ಉಲ್ಲಂಘನೆ ಅಥವಾ ಅನುಸರಣೆಗೆ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ನಿಯಂತ್ರಣ ಕಾಯಿದೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ದಂಡವನ್ನು ವಿಧಿಸಬಹುದು. ಆರ್ಥಿಕ ಅಪರಾಧಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ಕಾನೂನು ಜಾರಿ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಹಣಕಾಸು ಸಮುದಾಯದ ಸಂಕಲ್ಪವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರ ಕಾರಣ ಶ್ರದ್ಧೆಯ ಕುರಿತಾದ ಬಾಸೆಲ್ ಸಮಿತಿಯ ದಾಖಲೆಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಸೂತ್ರಗಳು ಸಂಯೋಜಿಸುತ್ತವೆ.

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ KYC, 2002 ರ ಹಣ ವಂಚನೆ ನಿರೋಧಕ ಕಾಯ್ದೆ, ಮತ್ತು NBFC ಇತರ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸೂಚಿಸಲಾದ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ RBI ಜುಲೈ 2, 2012 ರ ಪ್ರಮುಖ ಸುತ್ತೋಲೆಯಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಲಾದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ, ಈ ನೀತಿ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ.

1. ನಿಯಮದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

a. ಫೈನಾನ್ಶಿಯಲ್ ಆಕ್ಷನ್ ಟಾಸ್ಕ್ ಫೋರ್ಸ್ (FATF) ಶಿಫಾರಸುಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಕಾರಣ ಶ್ರದ್ಧೆ (CDD) ಮೇಲೆ ನೀಡಲಾದ ಕಾಗದದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಭಾರತೀಯ ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದಂತೆ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಹಣ ವಂಚನೆ ನಿರೋಧಕ ಮಾನದಂಡಗಳಿಗೆ ಬದ್ಧರಾಗಿರಲು ನೀತಿ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆಯ ಬಾಸೆಲ್ ಸಮಿತಿಯಿಂದ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಗಳಿಗೆ ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

b. KYC/AML/CFT ನೀತಿಯ ಉದ್ದೇಶವು NEDFi ಅನ್ನು ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಲ್ಲದ ಕ್ರಿಮಿನಲ್ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಹಣ ವಂಚನೆ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬಳಸುವುದನ್ನು ತಡೆಯುವುದು.

c. NEDFi ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಹಣಕಾಸಿನ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು / ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು, ಅದು ತನ್ನ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ವಿವೇಚನೆಯಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

d. ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವೀಕಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದು

e. ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು/ಪ್ರತ್ಯೇಕವಲ್ಲದ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಗುರುತನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುವುದು.

f. ಹೆಚ್ಚಿನ ಮೌಲ್ಯದ ನಗದು ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಮತ್ತು / ಅಥವಾ ಅನುಮಾನಾಸ್ಪದ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು.

g. ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸರಿಯಾದ ಶ್ರದ್ಧೆ ಮತ್ತು ಅಂತಹ ವಹಿವಾಟುಗಳ ವರದಿಗಾಗಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು.

h. ಅನ್ವಯವಾಗುವ ಕಾನೂನುಗಳು/ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳು ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಅನುಮಾನಾಸ್ಪದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪತ್ತೆಹಚ್ಚಲು ಮತ್ತು ವರದಿ ಮಾಡಲು ಸೂಕ್ತವಾದ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

i. ಅನ್ವಯವಾಗುವ ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು.

j. KYC/AML ಎಲ್ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗೆ ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ನೀಡಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

k. KYC ಮತ್ತು AML ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಸಂಭಾವ್ಯವಾಗಿ ಉಲ್ಲಂಘಿಸುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಅಪಾಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು.

2. ನೀತಿಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿ

a. ಈ ನೀತಿಯು NEDFi ನ ಎಲ್ಲ ಶಾಖೆಗಳು / ಉದ್ಯಮ ವಿಭಾಗಗಳಾದ್ಯಂತ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ ಹಾಗೂ ಕಾಲ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಹೊರಡಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಕಾರಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ ಓದಬೇಕು.

b. RBI ಮತ್ತು / ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ನಿಯಂತ್ರಕರು ಮತ್ತು / ಅಥವಾ NEDFi ಮೂಲಕ ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ಸಲಹೆ ನೀಡಬಹುದಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳು/ ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳೊಂದಿಗೆ ಒಟ್ಟಿಗೆ/ಸ್ವಯಂ-ತಿದ್ದುಪಡಿಯಲ್ಲಿ ನೀತಿಯ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಓದಲಾಗುತ್ತದೆ.

3. KYC ನೀತಿಯ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳು

KYC ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿಗೆ RBI ನಿಗದಿಪಡಿಸಿರುವಂತೆ ನಾಲ್ಕು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳಿವೆ

i. ಗ್ರಾಹಕ ಸ್ವೀಕಾರ ನೀತಿ;

ii. ಗ್ರಾಹಕ ಗುರುತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ;

iii. ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು; ಮತ್ತು

iv. ಅಪಾಯ ನಿರ್ವಹಣೆ

6.1.5 TRAI ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು

ಭಾರತೀಯ ದೂರವಾಣಿ ನಿಯಂತ್ರಣ ಪ್ರಾಧಿಕಾರ (TRAI) ಒಂದು ಸ್ವತಂತ್ರ ಕಾನೂನಾತ್ಮಕ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ಹಲವು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಆರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಎರಡು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:

a. ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ, ಸುಂಕ ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಪರವಾನಗಿಯ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಷರತ್ತುಗಳ ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು;

b. ಸೇವೆ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಒದಗಿಸುವ ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಸೇವೆಗಳ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು ಸೇವೆ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಒದಗಿಸಿದ ಸೇವೆಯನ್ನು ನಿಯತಕಾಲಿಕ ಸಮೀಕ್ಷೆ ನಡೆಸುವುದು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು TRAI ಹಲವು ನಿರ್ದೇಶನಗಳು / ನಿಯಮಗಳು / ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:

a. 2007, ಮೇ 4ರಂದು ಜಾರಿಗೆ ತಂದಿರುವ ಟೆಲಿಕಾಂ ಗ್ರಾಹಕರ ರಕ್ಷಣೆ ಮತ್ತು ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳ ನಿಯಂತ್ರಣ, 2007 ಇದು ಸೇವೆ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಗ್ರಾಹಕರ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳಿಗೆ ತ್ವರಿತ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. "ಟೆಲಿಕಾಂ ದೂರು ಪರಿಹಾರ ನಿಯಮಗಳು 2012" ಅನ್ನು 05/01/2012 ರಂದು TRAI ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದ್ದು, ಇದು ಹಿಂದಿನ ಮೇ 2007ರ ನಿಯಮವನ್ನು ಬದಲಿಸುತ್ತದೆ.

b. ಮೀಟರಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್‌ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು, ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟ (ಮೀಟರಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್ ನಿಖರತೆಯ ಅಭ್ಯಾಸದ ಸಂಹಿತೆ) ನಿಯಂತ್ರಣ, 2006.

c. ಮೂಲ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್ ಮೊಬೈಲ್ ದೂರವಾಣಿ ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು (ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್ ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರದ ಅವಧಿ, ಬಾಕಿಗಳ ಮರುಪಾವತಿ/ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಭದ್ರತಾ ಠೇವಣಿಗಳು ಮರುಪಾವತಿ, ಕರೆಗಳ ಪರಿಹಾರ, ದೋಷಗಳ ಪರಿಹಾರ ವಿಳಂಬವಾಗಿದ್ದಕ್ಕೆ ಬಾಡಿಗೆಯಲ್ಲಿ ರಿಯಾಯಿತಿ ಮುಂತಾದವು) 2005ರ ಜುಲೈ 1ರಂದು ಮತ್ತು 2009ರ ಮಾರ್ಚ್ 20ರಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗಿದೆ.

d. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ದಾರಿತಪ್ಪಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಆಫರ್ / ಮಾರುಕಟ್ಟೆ / ಜಾಹೀರಾತು ನೀಡದಂತೆ 2005ರ ಸೆಪ್ಟಂಬರ್ 16ರಂದು ನಿರ್ದೇಶನ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

e. ಬಾಕಿ ವಸೂಲಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಆತಂಕಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು; ಟೆಲಿಕಾಂ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳಿಂದ ಬಾಕಿ ವಸೂಲಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ 2007ರ ನವೆಂಬರ್ 16ರ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು.

ಈ ಮೇಲಿನ ನಿಯಮಗಳು / ನಿಯಂತ್ರಣಗಳ ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು TRAI ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ TRAI ಆದೇಶಗಳು / ನಿರ್ದೇಶನಗಳು / ನಿಯಮಗಳ ಕೊರತೆಗಳು / ಉಲ್ಲಂಘನೆಗಳು ಗಮನಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ, ಪರಿಹಾರ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ TRAI ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮತ್ತು ರೀಚಾರ್ಜ್ ರಿವರ್ಸಲ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಕುರಿತು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ಗ್ರಾಹಕರು ಪಾಲಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ದಾಖಲಾತಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಇದ್ದು, ಅವು ಭಿನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿವೆ: ಸ್ಥಳೀಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ದಾಖಲೆಗಳು ಅಗತ್ಯವಾಗಿದ್ದರೆ, ಅವು:–

ಪೋಸ್ಟ್ ಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕಾಗಿ:

- ಗ್ರಾಹಕರ ಸ್ವಯಂ ದೃಢೀಕೃತ ಫೋಟೊ
- ಗುರುತು / ಸಹಿಯ ಫೋಟೊ ಪುರಾವೆ
- ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಳಾಸದ ಪುರಾವೆ
- ಗ್ರಾಹಕರು ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಗುರುತು ಪುರಾವೆಯಾಗಿ ಲಗತ್ತಿಸಬಹುದು
- ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ PAN ಕಾರ್ಡ್
- ಫೋಟೊ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್
- ವೋಟರ್ ಐಡಿ ಕಾರ್ಡ್
- ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್
- ಶಸ್ತ್ರ ಪರವಾನಗಿ
- ಚಾಲನಾ ಪರವಾನಗಿ
- ಕೇಂದ್ರ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರ ನೀಡಿದ ಗುರುತು ಪತ್ರ
- ನಿಮ್ಮ ಫೋಟೊ ಇರುವ ರೇಷನ್ ಕಾರ್ಡ್
- ಸರ್ಕಾರಿ ಕಾಲೇಜು / ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ಗುರುತು ಪತ್ರ

ಒಂದು ವೇಳೆ ಗುರುತುಪತ್ರವು ನಿಮ್ಮ ವಿಳಾಸ ಹೊಂದಿರದಿದ್ದರೆ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಒಂದನ್ನು ನೀವು ವಿಳಾಸದ ಪುರಾವೆಯಾಗಿ ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕು.

- ರಾಜ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಿದ್ಯುತ್ ರಸೀದಿ (3 ತಿಂಗಳುಗಳಿಗಿಂತ ಹಳೆಯದಲ್ಲದ)
- ಸ್ಥಿರ ದೂರವಾಣಿಯ ದೂರವಾಣಿ ರಸೀದಿ (3 ತಿಂಗಳುಗಳಿಗಿಂತ ಹಳೆಯದಲ್ಲದ)
- ನೀರು ರಸೀದಿ (3 ತಿಂಗಳುಗಳಿಗಿಂತ ಹಳೆಯದಲ್ಲದ)
- ರೇಷನ್ ಕಾರ್ಡ್
- ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಅಂದಾಜು ಆದೇಶ (ಒಂದು ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹಳೆಯದಲ್ಲದ)
- ಚಾಲನಾ ಪರವಾನಗಿ
- ವಾಹನ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರ (RC)

ಪ್ರೀಪೇಡ್ SIM ಇದ್ದರೆ

- ಗ್ರಾಹಕರ ಫೋಟೊ
- ಗುರುತು ಪುರಾವೆ

ವಿದೇಶಿ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿದ್ದರೆ ಅಗತ್ಯ ದಾಖಲೆಗಳು

- ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್ + ಗ್ರಾಹಕರ ವೀಸಾ ನಕಲು ಪ್ರತಿಯನ್ನು (ಎರಡೂ ಕಡ್ಡಾಯ) ಸ್ಥಳೀಯ ಶಿಫಾರಸ್ಸಿನಿಂದ ತಾವು ಅರ್ಜಿದಾರರ ಕುರಿತು ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖ ಪತ್ರದೊಂದಿಗೆ ಪಡೆಯಬೇಕು. ಅಲ್ಲದೇ, ಸ್ಥಳೀಯ ಶಿಫಾರಸ್ಸಿನ POA (ಕುಟುಂಬದ ಸಂಬಂಧಿ / ಸ್ನೇಹಿತ/ ಉದ್ಯೋಗದಾತ ಮುಂತಾದವರು) ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಪಡೆಯಬೇಕು.

  ಈ ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿರುವ ಯಾವುದನ್ನೂ ಒದಗಿಸದೇ ಇದ್ದಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ಭಾರತದಲ್ಲಿರುವ ರಾಯಭಾರ ಕಚೇರಿ / ಹೈ ಕಮಿಶನ್ / ಕಾನ್ಸುಲೇಟ್ ಜನರಲ್ ಕಚೇರಿಯಿಂದ ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರವನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಅದು ಆ ದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಪರಿಶೀಲನೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಕೆಲವು ದೇಶಗಳು ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಆ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಇತರ ಸರ್ಕಾರವು ನೀಡಿದ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕು. (ಉದಾ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಭದ್ರತಾ ಕಾರ್ಡ್ / ID ಕಾರ್ಡ್/ ಚಾಲನಾ ಪರವಾನಗಿ, ಇತ್ಯಾದಿ)

6.1.6 ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವಿಷಯ: ಯಾವುದೇ ಇತರ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ದಾಖಲಾತಿ ಫಾರ್ಮ್ ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸುವುದು

ಈ ರೀತಿಯ ಯಾವುದೇ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕ ದಾಖಲಾತಿ ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸಬೇಕು:

ವೈಟನರ್ ಬಳಕೆ: ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ವೈಟನರ್ ಬಳಸಿದ್ದರೆ, ಅದನ್ನು ಒಪ್ಪಬೇಡಿ

ಸಹಿ ಹೊಂದದಿರುವುದು: ಗ್ರಾಹಕರ ಸಹಿಯು ಸರಿಯಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಏಕೆಂದರೆ ಸಹಿಯು ಹೊಂದಾಣಿಕೆ ಆಗಿಲ್ಲದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಫಾರ್ಮ್ ಅನ್ನು ನಿರಾಕರಿಸಲಾಗುವುದು

ವಿಳಾಸ ಹೊಂದದಿರುವುದು: ಗ್ರಾಹಕ ನೀಡಿರುವ ವಿಳಾಸವು ಮಾನ್ಯವಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಆಗ ಫಾರ್ಮ್ ಮಾನ್ಯ ಮಾಡಲಾಗದ ಕಾರಣ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲ ಪರಿಶೀಲನೆಗಳ ನಂತರ ಸಂಖ್ಯೆ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸಿ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ವಿಳಾಸದ ಪುರಾವೆಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ 4 ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ

   ____

   ____

2. ಗುರುತಿನ ಪುರಾವೆಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ 4 ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ

   ____

   ____

3. KYC ನಿಯಮಗಳು ಎಂದರೆ ಅರ್ಥವೇನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಲಾಭಗಳೇನು?

   ____

   ____

4. SIM ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ಮೂರು ಹಂತಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ಬರೆಯಿರಿ

   ____

   ____

ಘಟಕ 6.2: ದೂರು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು / ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು

6.2.1 ಪರಿಚಯ

ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಕೆಲವು ಬಾರಿ ನಿಮಗೆ ಅವರ ದೂರಿಗೆ ಸ್ಪಂದಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕೆಲವು ಬಾರಿ ಅವರು ಬಯಸಿದ್ದನ್ನು ನೀಡುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿಯೂ ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

1. ಒಳ್ಳೆಯ ಕೇಳುಗನಾಗಿ

ಗ್ರಾಹಕ ಏನು ಹೇಳಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೇಳಿ. ಅವರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಮಧ್ಯಪ್ರವೇಶಿಸಬೇಡಿ. ಅವನು/ಅವಳು ಬೇಸರಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆಗಳಿಂದ ಗ್ರಾಹಕ ಏಕೆ ಸಂತೃಪ್ತಗೊಂಡಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಯತ್ನಿಸಿ ಹಾಗೂ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಶೀಘ್ರ ಬಗೆಹರಿಸಲಾಗುವುದು ಎಂದು ಅವನು/ಅವಳಿಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡಿ.

2. ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ

ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ನೀವು ಮಾತ್ರ ಒಬ್ಬರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಲ್ಲಿರಿ. ಆದ್ದರಿಂದ, ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವೇ ಗ್ರಾಹಕನ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆ ಏನು ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕ ಏನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ,

3. ಜಗಳವಾಡಬೇಡಿ

ಅಗತ್ಯವಾದಾಗ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವೇ ಸಮರ್ಥಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಆದರೆ ವಾದಿಸಬೇಡಿ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹೋರಾಡಬೇಡಿ, ಇದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತು ಕೆಟ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡುತ್ತದೆ. ಕಾದಾಟದಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗೆಹರಿಯುವುದಿಲ್ಲ, ಉಲ್ಬಣಿಸುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಕಾದಾಡುವ ಬದಲು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಹುಡುಕಬೇಕು.

4. ತೀರ್ಮಾನ

ನೀವು ಗ್ರಾಹಕನ ಮಾತನ್ನು ಕೇಳುವ ಮತ್ತು ಅವನ/ಅವಳ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ತೀರ್ಮಾನ ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಹೇಳಬೇಕು.

5. ಪರಿಹಾರ

ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು FSE ಕೈಲಾದಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು. ಆದರೂ ಪರಿಹಾರ ನೀಡುವುದು ಕಷ್ಟವಾಗಬಹುದಾದ ಕೆಲವು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಬರಬಹುದು. ಆದರೆ, ನೀವು ಹಿಂದೆ ಸರಿಯಬಾರದು ಮತ್ತು ನಿಮಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನೀಡಬೇಕು.

6. ಕಲಿಯಿರಿ

ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ತಮ ಕೇಳುಗರಾಗಿ, ಅವನು / ಅವಳು ತನ್ನ ತಪ್ಪುಗಳಿಂದ ಕಲಿಯಲು ಹಿಂಜರಿಯಬಾರದು. FSE ಗ್ರಾಹಕನ ದೂರನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಕಲಿಯಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಅವರು ಸುಲಭವಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

1. ಇಬ್ಬರು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿ ಅವರಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಬ್ಬರನ್ನು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ಅವರ ಮೊಬೈಲ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಬೇಸರ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ ಕೂಗಾಡಬಹುದು. ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ಗಮನ ನೀಡುವಂತೆ ಈ ಮೊದಲೇ ಕೋರಿಕೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ್ದೆ, ಆದರೂ ಸಮಸ್ಯೆ ಮುಂದುವರಿದಿದೆ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರು ತಿಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈಗ ಅವರು ಕೋಪಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ತಕ್ಷಣ ಪರಿಹಾರ ಬಯಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.
2. ನಿಮ್ಮದು ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಿಂದಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಕೇಳಲು ಅವರು ಸಿದ್ಧರಿಲ್ಲ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವಾಗ ನೆನಪಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ ಹಾಗೂ ಯಾವುದೇ ಎರಡು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

____

____

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

Telecom
Sector
Skill
Council

7. ಡೇಟಾ ತಜ್ಞ

ಘಟಕ 7.1 – ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು

ಘಟಕ 7.2 – ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಅಭಿಪ್ರಾಯ / ದೂರುಗಳನ್ನು ಕೇಳೀಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಘಟಕ 7.3 – ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆ

TEL/N0110

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿ ವಿಚಾರಣೆಗಳು, ಕೋರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು
2. ಓರ್ವ FSE ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಹೇಗೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಘಟಕ 7.1: ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿ ವಿಚಾರಣೆಗಳು, ಕೋರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರ

7.1.1 ಪರಿಚಯ

ಹೆಚ್ಚಿನ ಟೆಲಿಕಾಂ ಆಪರೇಟರ್‌ಗಳು ಕೂಡ ಡೇಟಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತಂತಿರಹಿತ ಅಂತರ್ಜಾಲ, ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಅಥವಾ ಸ್ಥಿರ ದೂರವಾಣಿ ಸಂಪರ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಡೇಟಾ ಕಾರ್ಡ್ ಮೂಲಕ ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಈಗ ತಮ್ಮಿಷ್ಟದ ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮನಬಂದಂತೆ ಮಿಂಚಿನ ವೇಗದೊಂದಿಗೆ ಸರ್ಫ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಪ್ರಯಾಣದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಸ್ನೇಹಿತರೊಂದಿಗೆ ಇರುವಾಗ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿರುವಾಗ ಸಿನಿಮಾ ವೀಕ್ಷಿಸುವುದು, ಹೀಗೆ ಅವರು ಯಾವುದೇ ಮಿತಿಯಿಲ್ಲದಂತೆ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಅನುಭವ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಲಭ್ಯವಿರುವ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಡೇಟಾ ಯೋಜನೆಗಳು:

1. ಮೊಡೆಮ್ ಲಭ್ಯ
2. ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್: ಸ್ಥಿರ ದೂರವಾಣಿ ಅಥವಾ ವೈಫೈ
3. 2G
4. 3G
5. 4G

ಈ ಎಲ್ಲದರಲ್ಲಿಯೂ ಇರುವ ಮುಖ್ಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಸಂಪರ್ಕದ ವೇಗ. ಅದು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಆಗಲು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಮಯವು ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆಯ ಮೇಲೆ ಅದು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾ., ನೀವು 2G ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು 250 MB ಯೋಜನೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ. ಈ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿ ಅದು 10 MB ಫೈಲ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲು 10 ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಅಂತೆಯೇ ನೀವು 3G ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ 250 MB ಫೈಲ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಆಗಲು 2 ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಈ ಪರಿಣಾಮದಲ್ಲಿ ಓರ್ವ FSE ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿತ ವಿಚಾರಣೆಗಳು, ದೂರುಗಳು ಮತ್ತು ಕೋರಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಕಲಿಯುತ್ತೇವೆ. ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವುದು FSE ಪಾತ್ರವಾಗಿದೆ.

- ಗ್ರಾಹಕರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ ಮತ್ತು ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿ.
- ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನೀಡಿ. ಇದು ಡೇಟಾ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ವಾಕ್–ಇನ್ / ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂವಹನಗಳು ಪುನರಾವರ್ತನೆಯಾಗುವುದನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ನೀಡಿರುವ ಡೇಟಾ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ. ನಾವು ಆರಂಭಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಮೊದಲು QRC ಗಳು ಎಂದರೇನು ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ನಾವು ತ್ವರಿತ ಪುನರಾವಲೋಕನ ಮಾಡೋಣ.

ವಿಚಾರಣೆ: ಒಂದು ವಿಚಾರಣೆಯು ಪ್ರಶ್ನೆ ಅಥವಾ ಒಂದು ತನಿಖೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ. ವಿಚಾರಣೆಯ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಖಾತೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ.

ದೂರು: ಕೆಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ಕಾರಣದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಸೇವೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ದೂರಿನಲ್ಲಿ ಆರೋಪ ಮಾಡಿರುತ್ತಾರೆ. **ಕೋರಿಕೆ:** ಕೋರಿಕೆಯ ಮೂಲಕ, ಗ್ರಾಹಕರು ಒಂದು ಪ್ರೊಡಕ್ಟ್ ಅಥವಾ ಒಂದು ಸೇವೆಗೆ ಕೋರಿಕೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಚಾರಣೆಗಳು, ಕೋರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಮತ್ತು FSE ಅವನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ಇಲ್ಲಿವೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 7.1.1 ಪ್ರದರ್ಶನ: ಮಾದರಿ QRC

ವಿಚಾರಣೆಗಳು
ಮೊಬೈಲ್ ಟಿವಿ ಎಂದರೇನು?
3G ಎಂದರೇನು?
3G ಮೂಲಕ ನಾನು ಏನು ಮಾಡಬಲ್ಲೆ?
ನಿಮ್ಮ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆಯ ಮತ್ತು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪ್ಲ್ಯಾನ್‌ನ ಯಾವುದು?
2Mbps ಪ್ಲ್ಯಾನ್‌ನಲ್ಲಿ ನಾನು ಎಷ್ಟು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಬಹುದು?
ಪ್ಲ್ಯಾನ್‌ನ ಮಾನ್ಯತೆ ಏನು?
ಈ ರೂ. 999 ಪ್ಲ್ಯಾನ್‌ನಲ್ಲಿ 100 GB ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ನನ್ನ ಸಂಪರ್ಕದ ವೇಗವು ಎಷ್ಟಾಗಿರುತ್ತದೆ?
ಈ ವೈ ಫೈ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ಎಷ್ಟಿರುತ್ತದೆ?
ಕೋರಿಕೆಗಳು
ನನ್ನ ಪ್ಲ್ಯಾನ್ ಅನ್ನು 2G ಯಿಂದ 3G ಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಿ
ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸೇವೆಗಳ ಸ್ಥಾಪನೆ
ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ನನ್ನ ಪ್ಲ್ಯಾನ್ ಅನ್ನು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ನವೀಕರಿಸಿ
ಆಂಟಿ–ವೈರಸ್ ಸ್ಥಾಪನೆ
ದೂರುಗಳು
ಕಡಿಮೆ ವೇಗ
ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕ ಪದೇ ಪದೆ ಕಡಿತಗೊಳ್ಳುವುದು
ತಪ್ಪಾದ ಬಳಕೆದಾರರ ID
ರಿಮೋಟ್ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ
ತಪ್ಪು ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್
ಕೆಲವು ತಾಣಗಳು ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿಲ್ಲ
ಕೆಲವು ತಾಣಗಳು ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿಲ್ಲ
ವೈ–ಫೈ ಪ್ರವೇಶ ಸಮಸ್ಯೆ

QRC ಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವಾಗ ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕನು ಯಾವಾಗಲೂ ಸೌಜನ್ಯ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರತೆಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಮೂಲಕ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಗ್ರಾಹಕ ಅನುಭವ ರಚಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು.

ವಿಚಾರಣೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು

ನೀವು FSE ಆಗಿ ವಿಚಾರಣೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಮರ್ಥ, ಗೌರವಯುತ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಪರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬೇಕು.

- ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳೊಂದಿಗೆ ನೀವೇ ಪರಿಚಿತರಾಗಿ. ಉದಾ., ವಿವಿಧ ಡೇಟಾ ಯೋಜನೆಗಳು, ಅವುಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನೀವು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕರಪತ್ರಗಳನ್ನು ಓದಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ಹೆಚ್ಚು ಬಾರಿ ಪದೇ ಪದೆ ಕೇಳಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಯಾವುವು ಮತ್ತು ನೀವು ಅವರಿಗೆ ಹೇಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕು ಎಂದು ನಿಮ್ಮ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರನ್ನು ಕೇಳಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತಾರೆ. ನೀವು ವಿಚಾರಣೆ ನಡೆಸಿದಾಗ, ಅವರು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಯಾಣಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅತಿ ವೇಗದ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್‌ನ ಸಂಪರ್ಕದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ 3G ಯೋಜನೆಗೆ ಹೋಗುವಂತೆ ಸಲಹೆ ನೀಡುತ್ತೀರಿ. ಅವರು ಪ್ರಯಾಣಿಸುವಾಗ ಅದು ಅವರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಮನವಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು

- FSE ಕೇಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿ ಕಲೆಹಾಕಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ವಿವರಗಳು ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು. ನೀವು ಕೋರಿಕೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದ ನಂತರ, ಕೋರಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಮತ್ತು ಅನುಸರಣಾ ಸಂವಹನವನ್ನು ಹೊಂದಲು ಸಮಯವನ್ನು ನೀಡಲು ಮರೆಯದಿರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಪಾಲಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಬದ್ಧತೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ.
- ಉದಾ., ಗ್ರಾಹಕರು ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಸಂಪರ್ಕಕ್ಕಾಗಿ ವಿನಂತಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆಗ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಎಲ್ಲಾ ಸಂಬಂಧಿತ ವಿವರಗಳನ್ನು FSE ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅವೆಂದರೆ – ಗ್ರಾಹಕರ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯ ಅಧ್ಯಯನ, ದಾಖಲೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ಸ್ಥಾಪನೆ. FSEಯು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಮಯವನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು, ಅದು ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಒಂಡೂ ವಾರದ ಮೊದಲು ಆಗಿರಬಹುದು

ದೂರುಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು

- **ಕ್ರಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು:** ಗ್ರಾಹಕರು ದೂರು ನೀಡಿದಾಗ, ಪರಿಹರಿಸಲು ಕ್ರಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ. ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥವಾಗಲು ಬಿಡಬೇಡಿ ಮತ್ತು ನೀವು ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳು ಮೂಲಕ ವಿಷಯಗಳು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹದಗೆಡಲು ಬಿಡಬೇಡಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ಅತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆಂದು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದ ತಕ್ಷಣ ಅವರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ.
- **ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ:** ಗ್ರಾಹಕರು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದು ಏನು ಎಂಬುದನ್ನು ಬಹಳ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಬೇಡಿ. ಉದಾ., ಒಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕರು ತನ್ನ 3G ಸಂಪರ್ಕದ ವೇಗವು ಭರವಸೆ ನೀಡಿದ ವೇಗಕ್ಕಿಂತ ನಿಧಾನವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಅವನ ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಅವನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜೀವನದ ಸಂಪರ್ಕದ ಮೇಲೆ ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ದೂರುತ್ತಾರೆ.
- **ಅವರಿಗೆ ಧನ್ಯವಾದ ತಿಳಿಸಿ:** ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಗಮನಕ್ಕೆ ತಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೃತಜ್ಞತೆ ಸಲ್ಲಿಸಿ.
- **ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಿ:** ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿದ್ದಕ್ಕೆ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಿ. ಯಾವುದೇ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಸಮರ್ಥನೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಡಿ ಇದಕ್ಕೆ ಇದು ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವಲ್ಲ.
- **ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪರಿಹಾರ ಹುಡುಕಿ:** ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಎಂತಹ ಪರಿಹಾರ ಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಊಹೆಗಿಂತಲೂ ಕಡಿಮೆ ಕೇಳುವ ಸಂದರ್ಭಗಳಿವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು, ಬ್ರೌಸರ್ ಮರುಹೊಂದಿಸಲು ಮತ್ತು ಕುಕೀಗಳನ್ನು ಅಳಿಸಲು ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೇಳಬಹುದು ಅಥವಾ ಮಾನ್ಯತೆಯ ಅವಧಿ ಮುಗಿಯುತ್ತಿದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಬಹುದು. ನಿಧಾನಗತಿಯ ವೇಗಕ್ಕೆ ಇವೆರಡೂ ಕಾರಣವಾಗಿರಬಹುದು.
- **ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಪೂರೈಸಿ:** ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸುವ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ
- **ತ್ವರಿತ ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಿ:** ಗ್ರಾಹಕರು ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒಪ್ಪಿದ ತಕ್ಷಣ ನೀವು ಒಂದು ನಿಮಿಷವೂ ಕಾಯಬಾರದು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ತ್ವರಿತ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು.
- **ಅನುಸರಣೆ:** ಗ್ರಾಹಕರು ಸಂಪೂರ್ಣ ತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಅನುಸರಣೆ. ಇದು ನಿಮಗೆ ತೃಪ್ತಿಯ ಭಾವವನ್ನು ನೀಡುವುದಲ್ಲದೆ ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ತಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಪರಿಹರಿಸುವ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಮಾಡಿ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ದೂರುಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವಾಗ ಯಾವ ಹಂತಗಳು ಇರುತ್ತವೆ?

____

____

____

____

ಘಟಕ 7.2: ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ/ದೂರುಗಳನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. FSE ಹೇಗೆ ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಅದನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
2. ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು
3. ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

7.2.1 ಪರಿಚಯ

ಟೆಲಿಕಾಂ ರೀಟೇಲ್ ಅಂಗಡಿಯು ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಥಮ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಗ್ರಾಹಕ "ಸಂಪರ್ಕ ಕೇಂದ್ರಗಳಲ್ಲಿ" ಒಂದಾಗಿದೆ. ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಯ ಅರ್ಥಶಾಸ್ತ್ರವನ್ನು FSE ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಜನಸಂಪರ್ಕ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ತನ್ನದೇ ಆದ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕು.

ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯನ್ನು ತಲುಪಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯು ಜವಾಬ್ದಾರನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಅವನು ಅಥವಾ ಅವಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಭೆಗಳು, ಖಾತೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ವಿನಂತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಿತ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಬರುವ ದೂರುಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು ಇದರ ಭಾಗವಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಎಂದರೇನು?

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯ, ಸಲಹೆಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಭವ ಕುರಿತು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಸಂಘಟಿತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರ ಅಭಿಪ್ರಾಯದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಂಪನಿಗಳು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಎದುರು ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಅಳೆಯುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಎದುರು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಪರ್ಯಾಯ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಎದುರು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಎಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮವಾಗಿವೆ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಹೊಂದಿದೆ. ಉದಾ, ಗ್ರಾಹಕರು XYZ ಟೆಲಿಕಾಂಗಿಂತ ಎದುರು ABC ಟೆಲಿಕಾಂನ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಇಷ್ಟಪಡಬಹುದು. ಇದರ ಅರ್ಥ XYZ ಟೆಲಿಕಾಂ ತನ್ನ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಕವರೇಜ್ ಸುಧಾರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಹೇಗೆ ನಡೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಟೆಲಿಕಾಂ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ರೀಟೇಲ್ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಂದ ಬರುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ದೂರುಗಳು:

- ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಸಂಬಂಧಿತ ದೂರುಗಳು
- VAS ಸಂಬಂಧಿತ ದೂರುಗಳು
- ಟಾಕ್‌ಟೈಮ್ ಸಂಬಂಧಿತ ದೂರುಗಳು
- ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಸಂಬಂಧಿತ ದೂರುಗಳು

ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಉಪಯೋಗಗಳು

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಿರಿ

ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ನೀವು ಅವರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಈ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಪ್ರಮುಖ ವಿಮರ್ಶಕರ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸಬಹುದು.

- ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು

ಗ್ರಾಹಕನು ತಮ್ಮನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ನಡೆಸಿಕೊಂಡರೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯು ತಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸಿದರೆ ಅವರು ಪದೇ ಪದೆ ಬರುವ ಅಥವಾ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಬಹುದು. ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹೀಗೆ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

- **ದುಬಾರಿಯಲ್ಲದ ವ್ಯಾಪಾರ ಸಲಹೆ:** ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ತಾವು ಸುಧಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಲ್ಲಿಗೆ ಬರುವ ಜನರಿಗೆ ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪಾವತಿಸುವ ಕೆಲವು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯು ಸುಧಾರಣೆಯ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ರೂಪವಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಅದು ನೇರವಾಗಿ ಮೂಲದಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗವಾಗಿರುತ್ತದೆ.
- **ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರು:** ನೀವು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ಅದರ ಆಧಾರದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದಾಗ, ಪ್ರಚಾರವಾಗುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆಗಳತ್ತ ಆಕರ್ಷಿತರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಹೀಗಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆ/ವ್ಯಾಪಾರದ ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅಥವಾ ದೂರು ಹೊಂದಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಪಾಲಿಸಬೇಕಾದ ಸರಳ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯತ್ತ ನೋಡೋಣ.

- ಅಭಿನಂದಿಸಿ
- ಆಲಿಸಿ
- ದೃಢಪಡಿಸಿ
- ಕ್ಷಮೆ ಕೇಳಿ ಅಥವಾ ಧನ್ಯವಾದ ಹೇಳಿ
- ಪುನಃ ದೃಢಪಡಿಸಿ
- ಪುನಃ ಭರವಸೆ ನೀಡಿ

ಅಭಿನಂದಿಸಿ: ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಅಭಿನಂದಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಸ್ವಾಗತಾರ್ಹ ಭಾವನೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಕರೆಯ ಇನ್ನೊಂದು ಬದಿಯಲ್ಲಿ ನೈಜ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಆಲಿಸಿ: ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವಾಗ ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು ಅವರು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಅವರಿಗೆ ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸುವುದನ್ನು ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲ.

ದೃಢಪಡಿಸಿ: ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ತಾವು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅವರು ಅರಿಯಬೇಕು. "ಆಹ್–ಹಾ" "ಸರಿ" "ಸರಿಯಾಗಿ ಹೇಳಿದ್ದೀರಿ" ಇತ್ಯಾದಿ ಮೌಖಿಕ ಒಪ್ಪಿಗೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು. ಗ್ರಾಹಕರು ಹೇಳುವುದರ ಕುರಿತು ನೀವು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಅವರು ಏನು ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಿ ಅಥವಾ ಧನ್ಯವಾದ ತಿಳಿಸಿ: ಆಗಿರುವುದರ ಕುರಿತು ನೀವು ವಿಷಾದಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ತಿಳಿಸಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅಥವಾ ದೂರು ನೀಡಲು ಕರೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಬೇಗ ಪರಿಹರಿಸಲಾಗುವುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ಖಚಿತಪಡಿಸಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮಗೆ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡಲು ಕರೆ ಮಾಡಿದಾಗ ಅಥವಾ ಅಭಿನಂದನೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿದಾಗ ಧನ್ಯವಾದಗಳು ಎಂದು ಹೇಳಿ.

ಮರುದೃಢೀಕರಿಸಿ: ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆ ಏನು ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುವುದನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಯಾವುದೇ ಸಂದೇಹಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಲು ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿಮಗೆ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿ ಹುಡುಕಲು ಇದು ನಿಮಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇದನ್ನು ಮರುದೃಢೀಕರಣ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಭರವಸೆ: "ಚಿಂತಿಸಬೇಡಿ" "ನಿಶ್ಚಿಂತರಾಗಿರಿ" "ನಾನು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ" ಇಂತಹ ಹೇಳಿಕೆಗಳನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಬಳಸಬೇಕು. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದುಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

7.2.2 ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವರ್ತಿಸುವುದು

ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹೇಗೆ ವರ್ತಿಸುವುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಕೆಳಗೆ ನೀಡಿರುವ ಕೆಲವು ಹಂತಗಳು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತವೆ

ಹಂತ 1: ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಬೇಸರಗೊಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಾಗ, ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನೀವು ಸರಿಹೊಂದಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಈ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ತಪ್ಪು ಕಾರಣವಲ್ಲ, ಗ್ರಾಹಕರು ವಿನಾಕಾರಣ ನಿಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಕೂಗಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಭಾವನೆಯನ್ನು ನೀವು ಬದಿಗಿಡಬೇಕು. ಆ ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಬೇಕಾದ ಏಕೈಕ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಅಸಮಾಧಾನಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಸಮಾಧಾನಪಡಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದು.

ಹಂತ 2: ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಆಲಿಸಿ

ಸಕ್ರಿಯ ಆಲಿಸುವಿಕೆಯು ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ವಿಷಯ. ಗ್ರಾಹಕರು ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಾಗ ಅವರು ಯಾವಾಗಲೂ ತಾವು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಅವರ ಮಾತನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಅವರ ನಡುವೆ ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಬೇಡಿ. ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಕುಂದುಕೊರತೆಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡಿ. ಇದು ಅವರಿಗೆ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ಶಾಂತಿಯನ್ನು ಅನುಭವಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 3: ಅವರ ಕಳವಳವನ್ನು ಮತ್ತೆ ಹೇಳಿ

ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಕಳವಳವನ್ನು ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಂಡ ನಂತರ, ಗ್ರಾಹಕರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಹೇಳಿ. ಇದರಿಂದ ನೀವು ಸರಿಯಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಕುರಿತು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದು ನಿಮಗೆ ಖಚಿತವಾಗಿದೆ. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಹೇಳುವುದರಿಂದ ನೀವು ಕಾಳಜಿಯಿಂದ ಕೇಳಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 4: ಸಹಾನುಭೂತಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಿ

ಗ್ರಾಹಕರ ಕಳವಳ ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಾಗ ಸಹಾನುಭೂತಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸಿ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು ಹೀಗೆ ಹೇಳಬಹುದು: "ನೀವು ಏಕೆ ಅಸಮಾಧಾನಗೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದು ನನಗೆ ಅರ್ಥವಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮಿಂದಾಗಿ ನೀವು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿ ಬಂದ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ನಾನು ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸುತ್ತೇನೆ."

ಹಂತ 5: ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನೀಡಿ

ಈಗ ನೀವು ಅವನು/ಅವಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು ಎರಡು ಮಾರ್ಗಗಳಿವೆ.

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸಂತೋಷಪಡಿಸುವುದು ಯಾವುದು ಎಂಬುದು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸಿದರೆ, ನೀವು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಸರಿಪಡಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ಅವನು/ಅವಳಿಗೆ ತಿಳಿಸಿ.

ನೀವು ಹೀಗೆಯೂ ಹೇಳಬಹುದು, "ನಿಮ್ಮ ಜಾಲತಾಣವನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲು ಈ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಾಳೆಯಿಂದ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದು ನನಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ. ನಾನು ನಮ್ಮ ತಾಂತ್ರಿಕ ತಂಡಕ್ಕೆ ಕರೆ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ನಾವು ಇದೀಗ ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಕಚೇರಿಗೆ ಬರುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಇಂದು ಸಂಜೆಯೊಳಗೆ ಇತ್ತೀಚಿನ ಯಾವುದೇ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತೇವೆ."

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮಿಂದ ಏನನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ನಿಮಗೆ ಖಚಿತವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಅವರು ನೀವು ಹೇಳಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ವಿರೋಧಿಸಿದರೆ, ನಂತರ ಅವರಿಗೆ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಅಧಿಕಾರವನ್ನು ನೀಡಿ. ಅವರಿಗೆ ಖುಷಿ ನೀಡುವುದು ಯಾವುದು ಎಂದು ಗುರುತಿಸಲು ಹೇಳಿ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು ಹೀಗೆ ಹೇಳಬಹುದು: "ನಾನು ನೀಡಿದ ಪರಿಹಾರವು ನಿಮಗಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ, ನಿಮಗೆ ಸಂತೋಷವಾಗುವುದು ಯಾವುದರಿಂದ ಎಂಬುದನ್ನು ಕೇಳಲು ನಾನು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೇನೆ. ಅದು ನನ್ನಿಂದ ಸಾಧ್ಯವಿದ್ದರೆ ನಾನು ಅದನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೇನೆ, ಮತ್ತು ಅದು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದರೆ, ಮತ್ತೊಂದು ಪರಿಹಾರ ಕ್ರಮಕ್ಕಾಗಿ ನಾವು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು."

ಹಂತ 6: ಕ್ರಮ ಕೈಗೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆ ಮಾಡಿ

ನೀವಿಬ್ಬರೂ ಒಂದು ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡ ನಂತರ, ನೀವು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಿರುವ ಪ್ರತಿ ಹಂತದ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ಕ್ರಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.

ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿದಾಗ, ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಸಂತೋಷವಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವರನ್ನು ಅನುಸರಣೆ ಮಾಡಿ.

ಹಂತ 7: ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ

ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪಡೆಯಿರಿ. ಇದರಿಂದ ನೀವು ಮತ್ತೆ ಸಂಭವಿಸಬಹುದಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬಹುದು.

7.2.3 ಪ್ರಕರಣ - 1

ರೋಶನ್‌ನ ಪ್ರಮುಖ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಒಬ್ಬರು ಮೊದಲೇ ತಿಳಿಸದೆ ಅವರ ಕಚೇರಿಗೆ ಬಂದಿದ್ದಾರೆ. ರೋಶನ್ ಮುಖದ ಮೇಲೆ ನಗುವಿನೊಂದಿಗೆ ಎದ್ದುನಿಂತು, ಅವರನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಸಹನೆಯ ಕಟ್ಟೆ ಒಡೆದಾಗ – ರೋಶನ್ ಅವರ ಸ್ಟೋರ್ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ವಿಫಲವಾದ ಕಾರಣ ಕೋಪಗೊಂಡು ಭೀಕರವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಕಿಡಿ ಕಾರುತ್ತಾರೆ. ಈ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಮುಖ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ. ಇದರರ್ಥ ಅವರು ಪ್ರಮುಖ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡರು.

ರೋಶನ್ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸಲು ತಮ್ಮ ಕೈಲಾದಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಯಾವುದೂ ಕೂಡ ಆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕ ಕೋಪಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ, ಆರೋಪಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಕೋಪಗೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಕೆಲವೇ ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ಅವನು ರೋಶನ್‌ನ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಪ್ರತಿಜ್ಞೆ ಮಾಡಿ ಹೊರ ನಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

1. ನೀವು ರೋಶನ್ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ನೀವು ಹೇಗೆ ವರ್ತಿಸುತ್ತಿದ್ದಿರಿ?

____

____

____

____

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಇರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

2. ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ?

____

____

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

____

____

____

____

ಘಟಕ 7.3: ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು
2. ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು

7.3.1 ಪ್ರಕರಣ ಅಧ್ಯಯನ

ಈ ಅವಧಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ನಾವು ಒಂದು ಕತೆಯತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸೋಣ. ಅದು ನಿಮಗೆ ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ಕತೆಯು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರಾದ ಅಮನ್‌ನದ್ದು. ಆತ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದ ಮತ್ತು ಯಾವಾಗಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಹಣವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಯೋಜಿಸುತ್ತಿದ್ದ. ಒಮ್ಮೆ ಓರ್ವ ಗ್ರಾಹಕ ಕೆಲವು ವಿಚಾರಣೆಗಾಗಿ ಅವನ ಬಳಿಗೆ ಬಂದರು. ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅಮನ್ ಒಬ್ಬನೇ ಇದ್ದ. ಅದು ಊಟದ ಸಮಯವಾದ್ದರಿಂದ, ಆ ವ್ಯಕ್ತಿ ತನ್ನ ನಿಜವಾದ ಉದ್ದೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾತನಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದನು. ಅಮನ್ ಸಹ ಆಸಕ್ತಿ ವಹಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ನೋಡಿದ ನಂತರ ಅವರು ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಕೆಲಸಕ್ಕಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ, ವಿಳಾಸ ಮುಂತಾದ ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದರು. ಪ್ರತಿ ನೂರು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹಣ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಅಮನ್‌ಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡಿದರು. ಅಮನ್ ಉತ್ಸುಕನಾಗಿದ್ದ ಮತ್ತು ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಂಡ. ಏಕೆಂದರೆ, ಆತ ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ ಹೊಂದಿದ್ದ. ಕ್ರಮೇಣ, ಆತ ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಜೊತೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ. ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯದ ನಂತರ, ಅಮನ್‌ನ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಯಾದ ಸುಧಾಂಶು ಅವರು ಫೋನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಅವರನ್ನು ಸಾಕ್ಷಿಸಮೇತ ಹಿಡಿದರು. ಕೂಡಲೇ ಹಿರಿಯ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿದರು. ಸುಧಾಂಶುನ ಕೆಲಸವನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಹೊಗಳಿದರು. ಅಮನ್‌ನನ್ನು ಕೆಲಸದಿಂದ ವಜಾಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ. ಆ ವ್ಯಕ್ತಿ ತನ್ನನ್ನು ಮೂರ್ಖನನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿದ್ದಾನೆ ಮತ್ತು ಅವನ "ಆ ರೀತಿಯ" ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಹಣವನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಂಡನು.

1. ಒಂದು ವೇಳೆ ನೀವು ಸುಧಾಂಶು ಅವರ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದ್ದರೆ ನೀವು ಏನು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಿರಿ?

____

____

7.3.2 ಡೇಟಾ

ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಗೆ ಡೇಟಾ ಎಂಬುದು ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಆಸ್ತಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅದರ ರಕ್ಷಣೆಯು ಅತ್ಯಗತ್ಯವಾಗಿದೆ. ಡೇಟಾ ಹೀಗಿರಬಹುದು:

- ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರವಾಣಿ, ಆರ್ಥಿಕತೆ ಅಥವಾ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳ ಮಾಹಿತಿ
- ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ರೀತಿ, ಅದು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವ ರೀತಿ, ವಿಭಾಗಗಳು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ರೀತಿ, ಆ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಹೆಸರು ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಹಿತಿ.
- ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೀತಿಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು.

7.3.3 ಮಾಹಿತಿ ರಕ್ಷಣೆ

ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ಆಗಿ ನೀವು ಮಾಹಿತಿ ಸುರಕ್ಷತೆಗಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಭದ್ರತೆ ಎಂದರೆ ಅನಧಿಕೃತ ಪ್ರವೇಶ, ಬಳಕೆ, ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುವಿಕೆ, ಅಡ್ಡಿ, ಮಾರ್ಪಾಡು, ತಪಾಸಣೆ, ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ಅಥವಾ ನಾಶವಾಗದಂತೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವುದು. ಈ ಡೇಟಾವು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಡೇಟಾ, ಭೌತಿಕ ಡೇಟಾ, ಇತ್ಯಾದಿ ಆಗಿರಬಹುದು.

- ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾರಿಗೂ ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಬಾರದು
- ಮೌಖಿಕವಾದ ಅಥವಾ ಲಿಖಿತವಾಗಿರುವ ಯಾವುದೇ ಅನಧಿಕೃತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಯಾವುದೇ ಗ್ರಾಹಕ, ಸ್ಪರ್ಧಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಾರದು.
- ಓರ್ವ ಗ್ರಾಹಕರ ಕುರಿತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವಂತಿಲ್ಲ.

7.3.4 ಗ್ರಾಹಕ ಗೌಪ್ಯತೆ

ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಇರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾಹಿತಿಯ ಗೌಪ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ಆ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರಿಗೆ ನಿರ್ಣಾಯಕ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಡೇಟಾ ಸುರಕ್ಷತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಮಗಳು:

- ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಹಾರ್ಡ್ ಕಾಪಿಗಳು ಅಥವಾ ಸಾಫ್ಟ್ ಕಾಪಿಗಳಂತಹ ಯಾವುದೇ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪಡೆದ ಡೇಟಾವನ್ನು ನಾಶಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಕೆಲಸ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಹಿಂದಿರುಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಮೆಮೊರಿ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳು, CD/DVD/ ಬ್ಲ್ಯೂ ರೇ ಡಿಸ್ಕ್, ಬಾಹ್ಯ ಹಾರ್ಡ್ ಡಿಸ್ಕ್, ಫ್ಲಾಪಿ ಡಿಸ್ಕ್, ಪೆನ್ ಡ್ರೈವ್ ಮುಂತಾದ ಯಾವುದೇ ಶೇಖರಣಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ತರಲು ಅನುಮತಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
- ಪ್ರವೇಶ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮನ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ, ಭದ್ರತಾ ಸಿಬ್ಬಂದಿಯು ಯಾವುದೇ ಶೇಖರಣಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಒಳಗೆ ಅಥವಾ ಹೊರಗೆ ಒಯ್ಯುವುದಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ.
- CD ಗಳು, DVD ಗಳು, ಪೆನ್ ಡ್ರೈವ್, ಡಿಸ್ಕ್ ಡ್ರೈವ್ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಶೇಖರಣಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕ PCs ಗಳಿಗೆ ಲಗತ್ತಿಸಲು ಅಥವಾ ಅಧಿಕೃತ ನಿರ್ವಹಣಾ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ಪೂರ್ವಾನುಮತಿಯಿಲ್ಲದೆ ಕಚೇರಿ ಆವರಣಕ್ಕೆ ಒಯ್ಯಲು ಅನುಮತಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
- ವೃತ್ತಿಪರ ಫೈರ್‌ವಾಲ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಸರ್ಫ್ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅನಧಿಕೃತ ತಾಣಗಳನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುತ್ತದೆ.
- ಫೈರ್‌ವಾಲ್ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಳಗಿನ ಎಲ್ಲಾ ಬಳಕೆದಾರರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಬಂಧಿಸುತ್ತದೆ. ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸೇರುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ಉದ್ಯೋಗಿಯಿಂದ ಲಿಖಿತ ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸದ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು (NDA) ಪಡೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಗೌಪ್ಯತೆ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಬೆರಳಚ್ಚು ಸಾಫ್ಟ್ ವೇರ್ ಮೂಲಕ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲಾಗಿದೆ.
- ವೆಬ್‌ತಾಣದ ಸರ್ವರ್ ಸಹ ರಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರು ಅನಧಿಕೃತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಳಸುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ತೆಗೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.
- ಲಾಗಿನ್ IDಗಳು ಮತ್ತು ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ರಕ್ಷಣೆಯ ಮೂಲಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗೆ ಸೀಮಿತ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
- ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರವೇಶ ನಿಯಂತ್ರಣಗಳನ್ನು ಅಧಿಕೃತ ಆಂತರಿಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನೀಡಲಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

ಸಂಬಂಧ ಕೇಂದ್ರಕ್ಕೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೇಂದ್ರದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಬೇಕಾದ ಡೇಟಾ ಗೌಪ್ಯತೆಯ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ.

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ಯಾವುದೇ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಈ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಏಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಿ?

____

____

Skill India
कौशल भारत-कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

Telecom
Sector
Skill
Council

8. ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕ 8.1 – ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕ 8.2 – ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. FSEಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು
2. FSEಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು
3. ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುದುವುದು
4. FSEಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು
5. ವಿವಿಧ ಮೂಲ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು
6. ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಶೇಕಡಾವಾರುಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕುವುದು

ಘಟಕ 8.1: ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. FSE ಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುವ ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ವರ್ಣಿಸುವುದು
2. FSE ಯಿಂದ ಬಯಸಲಾಗುವ ವೃತ್ತಿಪರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು

8.1.1 ಪರಿಚಯ

ನೀವು FSE ಆಗಿ ನಿಮ್ಮ ವೃತ್ತಿ ಜೀವನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ ವೃತ್ತಿಪರ ನೈತಿಕತೆಯನ್ನು ವೃದ್ಧಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯ. ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಯಶಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಶಕ್ತಿಯುತವಾದ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಿತನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ವೃತ್ತಿಪರ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಸ್ವಯಂ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಣೆಯು ಶಕ್ತಿಯುತ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯ ಆಧಾರವಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ ಇನ್ನೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡದೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಭಾವಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗದೆ ಬಯಕೆ, ನಿರೀಕ್ಷೆ ಅಥವಾ ಗುರಿಯನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಎಂದರ್ಥ.

ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ನೀತಿಸಂಹಿತೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅನುಸರಿಸುವುದು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ತುಂಬಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀವು ಅವರ ಉತ್ತಮ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಭರವಸೆ ನೀಡಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಪ್ರತಿಷ್ಠಿತ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳವಾಗಿ ಮಾರ್ಪಡಿಸಿ.

8.1.2 ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗೆಹರಿಸುವುದು

ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವುದು ಪ್ರತಿ ಉದ್ಯೋಗದ ಅತ್ಯಗತ್ಯ ಭಾಗ. FSE ಆಗಿ, ನೀವು ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯಬೇಕಾದ ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸಲಕರಣೆಗಳ ಸ್ಥಗಿತ ಮತ್ತು ಅಸಮರ್ಪಕ ಕಾರ್ಯ, ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ಅಪಾಯಕಾರಿ ಕೆಲಸದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು, ಭದ್ರತಾ ಉಲ್ಲಂಘನೆಗಳು ಮುಂತಾದವು.

ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗೆಹರಿಸುವುದು:

1. ಅಲ್ಲೊಂದು ಸಮಸ್ಯೆಯಿದೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಿ
2. ಅಲ್ಲಿ ಇದ್ದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ
3. ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ
4. ಪ್ರತಿ ಪರಿಹಾರದ ಸಾಧಕ ಮತ್ತು ಬಾಧಕಗಳನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿ.
5. ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತನ್ನಿ
6. ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ.

ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ, ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು:

- ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಸಂಭವನೀಯ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಮತ್ತು ನಂತರ ಉತ್ತಮವಾದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ.
- ತಾವಾಗಿಯೇ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ತಾಂತ್ರಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಕೊರತೆಯಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವಿಧ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಿ.
- ತಕ್ಷಣದ ಅಥವಾ ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ: ಕೋಪಗೊಂಡ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡಿದ ರೀತಿಯ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆಯದ ಕಾರಣ ತಮ್ಮ ಹಣವನ್ನು ಮರಳಿ ಕೇಳುತ್ತಾರೆ. ಹಣವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವುದು ನಿಮ್ಮ ಅಧಿಕಾರದ ಮಿತಿಯಲ್ಲಿಲ್ಲ, ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಕಷ್ಟಕರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಇಲ್ಲಿ ಕೆಲವು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿವೆ.

- ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಬಗ್ಗೆ ಸಹಾನುಭೂತಿಯಿಂದಿರಿ.
- ನೀವು ಅವರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡಲು ಉನ್ನತ ಅಧಿಕಾರಿಯನ್ನು ಕರೆಯುವಾಗ ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಪಡೆಯಲು ಅವನು/ಅವರಲ್ಲಿ ಹೇಳಿ.
- ನಿಮ್ಮ ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಗೆ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ, ಇದರಿಂದ ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಸಮಸ್ಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಇರಿ. ಕೇಳಿದರೆ ಮಾತ್ರ ನಿಮ್ಮ ಇನ್‌ಪುಟ್‌ಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.
- ನಿಮ್ಮ ತಾಳ್ಮೆಯನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ.
- ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಒರಟಾಗಿ ವರ್ತಿಸಬೇಡಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲಾಗುವುದು ಎಂದು ಭರವಸೆ ನೀಡಿ.

ಇನ್ನೊಂದು ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ನಿಯಮಿತ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪೂರ್ವ ಅಪಾಯಿಂಟ್‌ಮೆಂಟ್ ಇಲ್ಲದೆ ಭೇಟಿ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ. ನೀವು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು. ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದರೆ, ಅಪಾಯಿಂಟ್ಮೆಂಟ್ ನೀಡಿ. ಅಪಾಯಿಂಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಮರುಹೊಂದಿಸುವುದರಿಂದ ಎರಡೂ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು. ನೀವು ಯಾವಾಗಲೂ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮುಕ್ತವಾಗಿ, ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಕ್ಷಮೆಯಾಚಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹರಿಸಿದರೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಿ. ಸಮಯ ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಸರಿಹೊಂದಿಸಬಹುದು ಎಂದಾದಲ್ಲಿ, ಹಾಗೆಯೇ ಮಾಡಿ. ನಮ್ಯತೆಯು ಹೊಸ ಮತ್ತು ಪುನರಾವರ್ತಿತ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ.

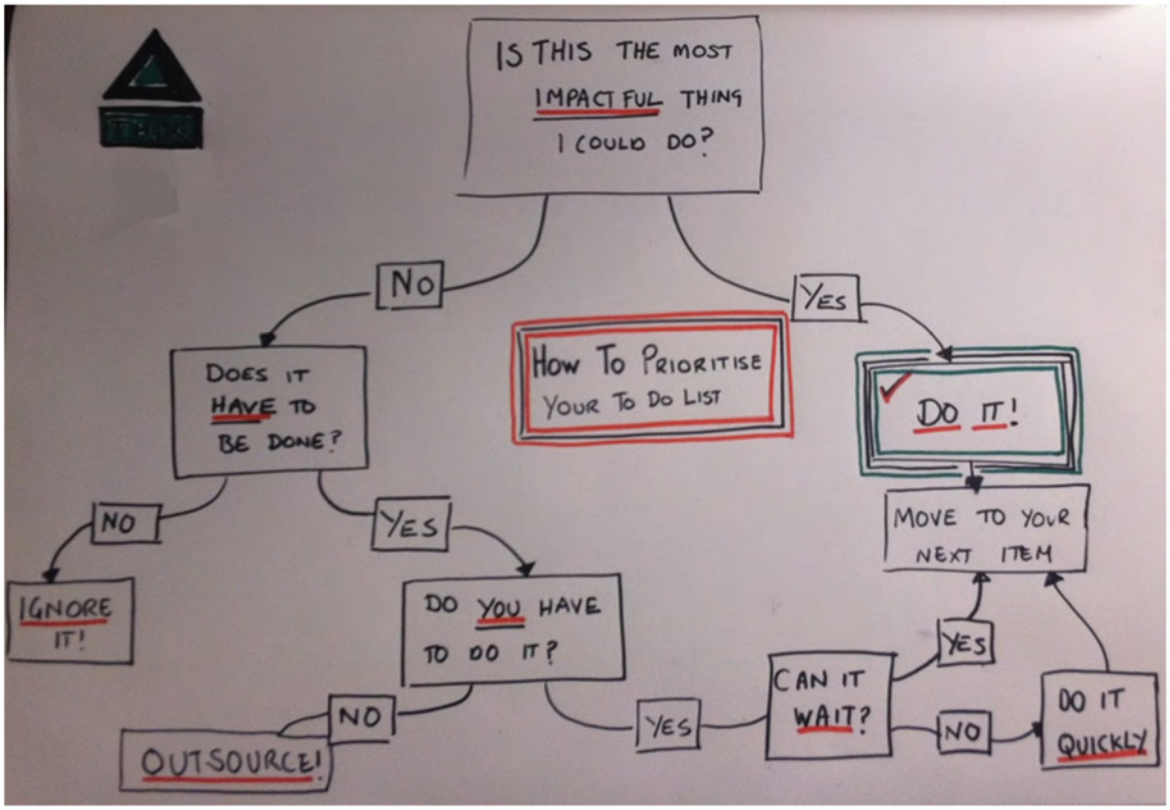
8.1.3 ಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಂಘಟಿಸುವುದು

ಯೋಜನೆಯು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಕ್ರಮವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಸಂಘಟನೆಯು ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕಾರ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ರಚನೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳ ಸಾಧನೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾನವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ದಿನದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಲು, ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬೇಕು.

ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೊಳಿಸುವುದು

ದಕ್ಷ ಕೆಲಸಕ್ಕಾಗಿ, ನಾವು ನಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೊಳಿಸಬೇಕು. ಸಂಭವನೀಯ ಹಂತಗಳು ಏನಾಗಬಹುದು ಎಂದು ನೋಡೋಣ. ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ವಿಂಗಡಿಸುವುದು ಮೊದಲ ಹಂತವಾಗಿದೆ. ನಂತರ 'ಮಾಡಬೇಕಾದ ಕೆಲಸ'ದ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ, ಪ್ರತಿ ದಿನ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ. ಪ್ರತಿದಿನ ಅಥವಾ ವಾರಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಸಂಭವಿಸುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಕಾರ್ಯಗಳು ಇರುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಇವುಗಳನ್ನು ಪ್ರತಿದಿನ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಮಗೆ ಹೊಸ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಅವನ್ನು ಪಟ್ಟಿಗೆ ಸೇರಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ನೀವು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದಾಗ, ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ನೀವು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರುತ್ತೀರಿ.

- ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಕಪಾಟಿನಲ್ಲಿ/ಅವುಗಳ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಇಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಚಾರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.
- ನಿಮ್ಮ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಬಿಲ್ ಮಾಡಿಸುವುದು ಹೆಚ್ಚು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.
- ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗಡುವುಗಳ ಮೊದಲು ಕೆಲವು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮುಂದಿನ ದಿನಕ್ಕಾಗಿ ದಿನದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸದ ಪ್ರದೇಶವನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಹೊಂದಿಸುವುದು.



ಚಿತ್ರ 8.1.1 ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೊಳಿಸುವುದು

ಇದಕ್ಕೆ ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಆದ್ಯತೆಗೊಳಿಸುವುದು ಎನ್ನುತ್ತಾರೆ.

ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ, ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು:

- ಸೇವಾ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಫೈಲ್‌ಗಳು/ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಜೋಡಿಸುವುದು

- ಟೆಲಿಕಾಂ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸದ ದಿನಚರಿಯನ್ನು ಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
- ಗ್ರಾಹಕರ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
- ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಸ್ಟಾಕ್ ಮಟ್ಟಗಳ ನಿಖರವಾದ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
- ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನ್ಯೂನ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು

8.1.4 ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಸೂಕ್ತ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲು ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದನ್ನು ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಹಾಯದಿಂದ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ತಮ್ಮ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದ ಸ್ಲಾಟ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಮಯ ಯಾವಾಗಲೂ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಒಬ್ಬರು ಅದನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂಶಗಳು:

- ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಯೋಜನೆ.
- ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುವುದು.
- ಗಾಸಿಪ್ ಮಾಡುವುದು, ವಿರಾಮಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವಂತಹ ಸಮಯ ಕಳ್ಳರನ್ನು ದೂರವಿಟ್ಟು ಸರಿಯಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುವುದು.

ನಿಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬಹುದು – ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುವುದು ಮತ್ತು ದೈನಂದಿನ ದಿನಚರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು. ಆದರೆ ನಿಮ್ಮ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ, ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆದ್ಯತೆ ಇರುತ್ತದೆ. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವದ ಕೆಟ್ಟ ಶತ್ರುವೆಂದರೆ 'ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥ' ವಾಗುವುದು. ಅವು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂಶಗಳು:

- ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತವಾಗಿ ಇರುವುದು – ಕೆಲಸವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಆಲೋಚನೆ ಮಾಡದಿರುವುದು ಅಥವಾ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರೂಪಿಸದಿರುವುದು.
- 'ಇಲ್ಲ' ಎಂದು ಹೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ಗಮನ ಹರಿಸುವುದರಿಂದ ಏನನ್ನೂ ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದರ್ಥ.
- ವೈಯಕ್ತಿಕ ದೂರವಾಣಿ ಕರೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು. ನೀವು ಕೆಲಸದಲ್ಲಿದ್ದೀರಿ. ಕರೆಗಳನ್ನು ತುರ್ತು ಅಥವಾ ತುರ್ತು ಕರೆಗಳಿಗೆ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಬೇಕು.

- ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿಫಲವಾಗುವುದು.
- ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಅಪೂರ್ಣ ಮಾಡಿಬಿಡುವುದು. ಮಾಡಲು ಮನಸು ಬರುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಬೇಸರವಾಗುತ್ತದೆ.
- ಸುಲಭವಾಗಿ ವಿಚಲಿತರಾಗುವುದು, ಅಥವಾ ಇತರ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುವುದು.

ನಿಮಗೆ ಹಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಹೇಳಲಾಗುವುದು. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗದ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ವಿಷಯಗಳಿದ್ದು, ಅದನ್ನು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರು ಹೇಳಿರಬಹುದು.

ಈ ಕೆಳಗೆ ಕೆಲವು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ:

- ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
- ನೀವು ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಬರೆದಿರುವ ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ
- ಯಾವ ಕಾರ್ಯವು ತುರ್ತು ಆಗಬೇಕಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮೊದಲು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ ಎಂದು ಕೇಳಿ.
- ನೀವು ಮಾಡಿದ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆಗೆ ಟಿಕ್ ಹಾಕಿ.
- ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೆ ಖಚಿತವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರೊಂದಿಗೆ ದೃಢೀಕರಿಸಿ.
- ನಿಮಗೆ ನೀಡಿರುವ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿನ ಬರಹವನ್ನು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿದ್ದರೆ, ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ನಿಮ್ಮ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಯನ್ನು ವಿನಂತಿಸಿ.

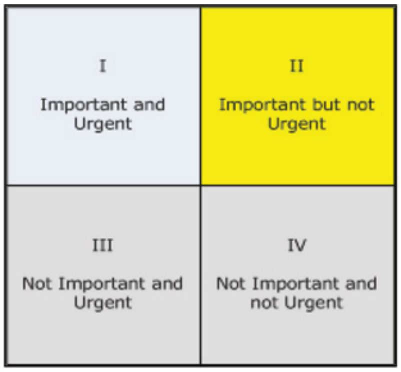
ತುರ್ತು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಮ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ಸ್

ಈ ಮ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ಸ್ ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಸಂಘಟಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಸಂಸ್ಥೆಯ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಮ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ಸ್ ನಿಮಗೆ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

1. ಏನನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು?
2. ಏನನ್ನು ಯೋಜಿಸಬೇಕು?
3. ಏನನ್ನು ಸಹಿಸಬೇಕು?
4. ಏನನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಬೇಕು?

1. ತುರ್ತು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಕೆಲಸಗಳು	**2. ತುರ್ತು ಅಲ್ಲದ ಆದರೆ ಪ್ರಮುಖ ಕೆಲಸಗಳು**
ಈಗ ಮಾಡಿ • ಗ್ರಾಹಕರ ದೂರುಗಳು ಮತ್ತು ತುರ್ತುಗಳು • ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆಗಳು • ಯೋಜಿಸಿದ ಕೆಲಸಗಳು • ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು/ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಸಭೆ	**ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಯೋಜನೆ ರೂಪಿಸಿ** • ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ದೈನಂದಿನ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿ • ಇನ್ವೆಂಟರಿಯನ್ನು ಸಂಘಟಿಸುವುದು • ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವರಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ
3. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಆದರೆ ತುರ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು	**4. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ತುರ್ತು ಅಲ್ಲದ ಕಾರ್ಯಗಳು**
ತಿರಸ್ಕರಿಸಿ ಮತ್ತು ವಿವರಿಸಿ • ಉಳಿದವರಿಂದ ನಗಣ್ಯ ವಿನಂತಿಗಳು • ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಸಂಭವಿಸುವ ತುರ್ತುಸ್ಥಿತಿಗಳು • ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ತಿಳುವಳಿಕೆ • ಅಪ್ರಸ್ತುತ ಅಥವಾ ಅರ್ಥಹೀನ ದಿನಚರಿ ಅಥವಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು.	**ಪ್ರತಿರೋಧ ತೋರಿ ಮತ್ತು ನಿಲ್ಲಿಸಿ** • ಆರಾಮದಾಯಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು • ಆಟಗಳನ್ನು ಆಡುವುದು, ನೆಟ್ ಸರ್ಫಿಂಗ್ • ಅತಿಯಾದ ಚಹಾ ಅಥವಾ ಸಿಗರೇಟ್ ವಿರಾಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು • ಹರಟೆ, ಗಾಸಿಪ್ ಮುಂತಾದವು. • ಅಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಅನುಪಯುಕ್ತ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಓದುವುದು

ಮಾದರಿಗಳು



ಚಿತ್ರ 8.1.2 ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಉದಾಹರಣೆಗಳು

8.1.5 ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ

ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ ಎಂದರೆ ಸುಮ್ಮನೆ ಅಲ್ಲಿ ಇರುವುದು ಎಂದಲ್ಲ. ಗ್ರಾಹಕ–ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿರುವುದು. ಎಂದರೆ ನೀವು ಅವರನ್ನು ಇರಿಸುವ ಪರಿಸರದಿಂದ ನೀವು ಮಾಡುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ಕಾರ್ಯ ಮತ್ತು ಆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀವು ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುವ ವಿಧಾನವು ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಅನುಭವದ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ವಿಧಾನವು ಬಾಹ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಸೀಮಿತ ವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ (ದೈನಂದಿನ ಗ್ರಾಹಕರು, ಆಗಾಗ ಬರುವ ಗ್ರಾಹಕರು, ಇತ್ಯಾದಿ) ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ, ಆಂತರಿಕ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ (ಇತರ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ).ಕೂಡ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ.

ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ, ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದ್ದು:

- ಸೇವೆಯ ಶ್ರೇಷ್ಠತೆ, ಸೌಜನ್ಯ ಮತ್ತು ಆಹ್ಲಾದಕರ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಲು ಬದ್ಧತೆ
- ಒತ್ತಡ, ಹತಾಶೆ, ಗೊಂದಲ, ಅಥವಾ ಕೋಪಗೊಂಡಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸಲು ಅನುಕೂಲ ಮಾಡುವುದು
- ಸ್ವಚ್ಛತೆ, ವೃತ್ತಿಪರ ಸಮವಸ್ತ್ರವನ್ನು ಧರಿಸುವುದು, ಜೊತೆಗೆ ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿ ಕೂದಲು ಬಾಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಮುಚ್ಚಿದ ಪಾದರಕ್ಷೆಗಳು, ವೈಯಕ್ತಿಕ ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಮತ್ತು ಶುಚಿತ್ವ (ಶವರ್/ಸ್ನಾನ) ಮತ್ತು ಮೌಖಿಕ ನೈರ್ಮಲ್ಯ (ಸ್ವಚ್ಛ ಹಲ್ಲುಗಳು, ತಾಜಾ ಉಸಿರು)
- ಸ್ವಯಂ ನೈರ್ಮಲ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

8.1.6 ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ಕೌಶಲ್ಯ

ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ ನೀವು ಶಕ್ತಿಯುತ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ಕ್ಲಿಷ್ಟಕರ ಯೋಚನಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಡೆಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಅಂದರೆ ದೃಶ್ಯಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಕಲೆಹಾಕುವುದು.

ಇದು ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆ ಅಥವಾ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನೋಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಇದು ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ಆಗಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಯೆಂದರೆ ವಿತರಣೆಯ ಅಗಲ ಮತ್ತು ಆಳ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು.

ಅದನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು, ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ಥಾನದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲು ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಬಲವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಈ ಕೆಲಸವು ಅಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಅದೃಷ್ಟವಶಾತ್, ಅಭ್ಯಾಸದ ಮೂಲಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಕಲಿಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು! ಉತ್ತಮ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಕೌಶಲ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಸೇರಿಸಲಾಗಿರುವ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:

1. ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
2. ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಕೌಶಲ್ಯ
3. ತಂತ್ರಗಾರಿಕೆಯ ಯೋಚಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯ
4. ವಿವರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯ
5. ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯ

ಈ ಕೆಳಗಿವುಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ವಿಶ್ಲೇಷಣಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು:

1. ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಕೊಡುವುದು
2. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಹಂತ ಹಂತದ ವಿವರಣೆ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ
3. ಎರಡು ಭಿನ್ನ ವಸ್ತುಗಳ ಮಧ್ಯೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹುಡುಕುವುದು
4. ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಆಟ ಆಡುವುದು
5. ತಿಂಗಳುಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ವಿಭಿನ್ನ ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು
6. ನೀವು ಹೊಂದಿರುವ ಒಂದು ಐಡಿಯಾ ಅಥವಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ವಿಭಿನ್ನ ವಾದಗಳನ್ನು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಮಾಡುವುದು
7. ನಿಮ್ಮ ಐಡಿಯಾಗಳು ಅಥವಾ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ಸಾಧಕ ಮತ್ತು ಬಾಧಕಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು

8.1.7 ಮೂಲ ಅಂಕಗಣಿತ ಮತ್ತು ಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ

ಗಣಿತದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರಾಗಿ ನೀವು ಗಣಿತದ ಮೂಲ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ನೀವು ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ತಿಂಗಳಿಂದ ದಿನಾಂಕದ ಮಾರಾಟದ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕುವುದು, ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ, ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ ಮುಂತಾದವು.

ಮೂಲ ಅಂಕಗಣಿತ

ಮೂಲ ಅಂಕಗಣಿತಕ್ಕೆ ಹಲವಾರು ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಉಪಯೋಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಾಲ್ಕು ಮೂಲ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ಸಂಕಲನ

ಉದಾಹರಣೆಗಳು –

			769		
24	69	108	942	55.5	125.25
+ 36	+ 42	+ 27	+ 83	+ 35.5	+ 335.75
60	111	135	1794	91	461

2. **ವ್ಯವಕಲನ**

ಉದಾಹರಣೆಗಳು –

91	761	9013	8219	66.25	225.75
- 73	- 538	- 5638	- 578	- 35.50	- 135.75
18	223	3375	7641	30.75	90

3. **ಗುಣಾಕಾರ**

ಉದಾಹರಣೆಗಳು –

					5.3
					× 2.5
15	36	11	35	6.5	265
× 3	× 9	× 11	× 20	× 2	× 106
45	324	121	700	13.0	13.25

4. **ಭಾಗಾಕಾರ**

ಉದಾಹರಣೆಗಳು –

100 /2 =	2952 /12 =	28812 /6 =	382 /4 =
50	246	4802	95.2
2) 100	12) 2952	6) 28812	4) 382
- 10	- 24	- 24	- 36
00	55	48	22
	- 48	48	- 20
	72	012	20
	- 72	- 12	- 20
	0	0	0

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂಕಲನಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಲು ಯತ್ನಿಸಿ:

					245
1.	42	96	265	621	413
	+ 63	+ 24	+ 324	+ 105	+ 320
2.	221	745	542	350	264
	- 56	- 37	- 407	- 114	- 156
3.	527	461	868	380	794
	× 56	× 5	× 12	× 55	× 7

4.	696 x 2	82 x 9	981 x 68	274 x 74	340 x 35
5.	15 / 5	48 / 6	80 / 10	84 / 7	36 / 12
6.	$21\overline{)357}$	$25\overline{)625}$	$11\overline{)398}$	$15\overline{)3825}$	

1. ಸಂಕಲನ
2. ವ್ಯವಕಲನ
3. ಗುಣಾಕಾರ
4. ಭಾಗಾಕಾರ

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂಕಲನಗಳನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸಿ:

ಸಂಖ್ಯಾ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು: ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರಾಗಿ, ನೀವು ವರದಿಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿದಾಗ, ನೀವು ಮೂಲ ಗಣಿತದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಿತರಾಗಿರಬೇಕು. ಸಂಖ್ಯಾತ್ಮಕ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು, ವರದಿಗಳಿಗೆ ಒಂದು ಅಥವಾ ಇನ್ನೊಂದು ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಡೇಟಾವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನೀವು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು ಅನೇಕ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವುದರಿಂದ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಈ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಭವಿಷ್ಯದ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಶೇಕಡಾವಾರು ಮತ್ತು ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳು: ನೀವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಶೇಕಡಾವಾರು ಸೂತ್ರದ ಕುರಿತು ಅರಿತಿದ್ದೀರಾ?

% = ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳು X 100

ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಶೇಕಡಾ ರೂಪದ ನಡುವೆ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ನಮಗೆ ಈ ಸೂತ್ರವು ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತದೆ. ನಾವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ನೋಡೋಣ:

ನಾವು 25 ಅನ್ನು % ಬದಿಯಲ್ಲಿ ಹಾಕಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ, ನಾವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಮೀಕರಣವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತೇವೆ:

25% = ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳು X 100

ನಾವು ಸಮೀಕರಣವನ್ನು 100 ರಿಂದ ಭಾಗಿಸಿದರೆ, ನಮಗೆ ಸಿಗುವುದು:

25/100 = 1/4 = ಭಿನ್ನರಾಶಿಗಳು

ಆದ್ದರಿಂದ, 25% ಕೇವಲ 1/4 ಅನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವ ಇನ್ನೊಂದು ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ಈ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಭಿನ್ನರಾಶಿಯ ಘಟಕಗಳನ್ನು (ಅಂಶ ಮತ್ತು ಛೇದ) ಸೇರಿಸಲು ವಿಸ್ತೃತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಶೇಕಡಾವಾರು ಮತ್ತು ದಶಮಾಂಶ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು: ಶೇಕಡಾವಾರು ವಾಸ್ತವವಾಗಿ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ, 1% ಅನ್ನು 0.01 ಎಂದು ಬರೆಯಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು 1% ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು ಎಂದರೆ ಅದನ್ನು (1 + 0.01) = 1.01 ರಿಂದ ಗುಣಿಸುವುದು ಮತ್ತು 1% ರಷ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು ಎಂದರೆ (1 – 0.01) = 0.99 ರಿಂದ ಗುಣಿಸುವುದು.

ಹೀಗಾಗಿ, ಶೇಕಡಾ ಹೆಚ್ಚಳ ಎಂದರೆ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಿಂದ ಗುಣಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಶೇಕಡಾ ಇಳಿಕೆ ಎಂದರೆ ಒಂದಕ್ಕಿಂತ ಚಿಕ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆಗಳಿಂದ ಗುಣಿಸುವುದು. ಕ್ಯಾಲ್ಕುಲೇಟರ್‌ನ % ಕಾರ್ಯವಿಲ್ಲದೆ % ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಲೆಕ್ಕ ಹಾಕುವುದು. ಲೆಕ್ಕಾಚಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವೇಗಗೊಳಿಸಲು, ಮೇಲಿನ ಸೂತ್ರದ ವಿಭಿನ್ನ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ನೀವು ಬಳಸಬಹುದು. ಸೂತ್ರವು ಹೀಗಿದೆ:

% = [(ಬದಲಾವಣೆಯ ನಂತರದ ಮೌಲ್ಯ/ಬದಲಾವಣೆಯ ಮೊದಲಿನ ಮೌಲ್ಯ) – 1] X 100

ಮೌಲ್ಯದಲ್ಲಿನ ಇಳಿಕೆಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲು ಕೇಳಿದಾಗ ಈ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಬಳಸಿ ಮತ್ತು ನಂತರ (–1) ರಿಂದ ಗುಣಿಸಿ. ಕೆಳಗಿನ ಸರಳೀಕೃತ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ನೋಡೋಣ:

"X ನ ಬೆಲೆ 30 ಆಗಿತ್ತು ಮತ್ತು ಈಗ 40 ಆಗಿದೆ. ಎರಡು ಬೆಲೆಗಳ ನಡುವಿನ ಶೇಕಡಾವಾರು ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇನು?" ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಇದು 33.33% ಆಗಿದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

1. ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಜೀವನದ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ನಿರ್ಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯುವ ಮಾದರಿ ತಯಾರಿಸಿ.

   ____

   ____

   ____

   ____

2. ನಿಮ್ಮದೇ ಆದ ತುರ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಮ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ಸ್ ತಯಾರಿಸಿ.

   ____

   ____

   ____

   ____

3. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು "ಮಾಡಬೇಕಾದ" ಮತ್ತು "ಮಾಡಬಾರದ" ಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

   ____

   ____

   ____

   ____

4. ಆಪರೇಟರ್‌ಗಾಗಿ ಒಟ್ಟು ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕಿ.
   ಜುಲೈ 20 ರಂದು 200 ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್‌ಗಳು
   ಜುಲೈ 24 ರಂದು 105 ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್‌ಗಳು
   ಜುಲೈ 27 ರಂದು 632 ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಿಮ್‌ಗಳು
   (MTD = ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ದಿನಾಂಕವು ಪ್ರಸ್ತುತ ತಿಂಗಳ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ದಿನಾಂಕಕ್ಕೆ ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುವ ಅವಧಿಯಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ತಿಂಗಳಿನಿಂದ ದಿನಾಂಕದ ಮಾರಾಟವು ತಿಂಗಳ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟವಾಗಿದೆ).

5. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ
   ವಿತರಕರೊಬ್ಬರು ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮೇಲೆ ರೂ. 25,000 ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದರು ಮತ್ತು ಒಂದು ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಅವರ ಮಾರಾಟವು ರೂ. 6,500 ಆಗಿತ್ತು. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಅವನ ಆದಾಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ.
   (ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ = [(ಪಾವತಿ – ಹೂಡಿಕೆ)/ಹೂಡಿಕೆ] x 100%)

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ___________ ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ ಇದರಿಂದ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆಯೇ?
   a. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ
   b. ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ
   c. ತೀರ್ಮಾನ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು
   d. ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಸಂಘಟನೆ

2. ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥಮಾಡುವಂಥದ್ದು?
    a. ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತವಾಗಿರುವುದು
    b. ವೈಯಕ್ತಿಕ ದೂರವಾಣಿ ಕರೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು.
    c. ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವಿಫಲವಾಗಿದೆ.
    d. ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲವೂ
3. ತುರ್ತು ಅಲ್ಲದ ಆದರೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವುದು
    b. ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ತುರ್ತು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳು
    c. ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ
    d. ಅತಿಯಾದ ಸಿಗರೇಟ್ ವಿರಾಮಗಳು
4. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಆದರೆ ತುರ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು/ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಭೆಗಳು
    b. ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವರಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
    c. ಅರ್ಥವಿಲ್ಲದ ದಿನಚರಿ ಅಥವಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು
    d. ಹರಟೆ, ಗಾಳಿಸುದ್ದಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂವಹನಗಳು
5. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ತುರ್ತು–ಅಲ್ಲದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಗೇಮ್ಸ್, ನೆಟ್ ಸರ್ಫಿಂಗ್
    b. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆಗಳು
    c. ಸ್ಪಷ್ಟ ತುರ್ತುಸ್ಥಿತಿಗಳು
    d. ದಾಸ್ತಾನು ಜೋಡಿಸುವುದು
6. ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?
    a. ಸಮಸ್ಯೆ ಇದೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸುವುದು
    b. ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದರ ಸಾಧಕ–ಬಾಧಕಗಳನ್ನು ಅಳೆಯುವುದು
    c. ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವುದು
    d. ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲವೂ
7. ____________ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಕ್ರಮದ ಕೋರ್ಸ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
    a. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ
    b. ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ

c. ತೀರ್ಮಾನ ಮಾಡುವಿಕೆ

d. ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಸಂಘಟನೆ

8. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

a. ಗುರಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಯೋಜನೆ

b. ಆದ್ಯತೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ನಿಯೋಗ

c. ಸರಿಯಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುವುದು

d. ಮೇಲಿನ ಎಲ್ಲವೂ

9. ತುರ್ತು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:

a. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆ

b. ದಾಸ್ತಾನು ಸಂಘಟಿಸುವುದು

c. ಆರಾಮದಾಯಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು

d. ಇತರರಿಂದ ನಗಣ್ಯ ವಿನಂತಿಗಳು

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಘಟಕ 8.2: ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯದ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಬಲ್ಲಿರಿ
2. FSE ಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುವ ಭಾಷಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ

8.2.1 ಪರಿಚಯ

ನೀವು FSE ಆಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗುವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ. ಆದ್ದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ನೀವು ಮಾತನಾಡುವ, ಕೇಳುವ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ರೀತಿ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಕಲಿಯಿರಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ನೀವು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಕೇಳಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಈ ವಿಭಾಗವು LSRW ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ನಿರ್ಮಿಸುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಓದುವುದು, ಬರೆಯುವುದು, ಕೇಳುವುದು ಮತ್ತು ಮಾತನಾಡುವುದು ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನವನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು. ಸಂವಹನವು ತುಂಡಾದರೆ ಅದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಲಿದೆ.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರಲು ನೀವು ಹೀಗೆ ಮಾಡಬೇಕು:

- ಓದಿ; ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಮಾಹಿತಿ
- ನಿಗದಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಬರೆಯಿರಿ
- ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಿ
- ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಸಹಾನುಭೂತಿಯಿಂದ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸಿ

8.2.2 ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಆಲಿಸುವುದು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಇರರ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡು, ಆ ಮಾತಿನ ಅರ್ಥವನ್ನು ತಿಳಿದು ಕೊಳ್ಳಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಒಂದು ಕೌಶಲ್ಯ. ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ ಕೇಳುವಿಕೆಯು ಪದಗಳ ಹಿಂದಿನ ಅರ್ಥವನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಮಾಡುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದೂ ದ್ವಿಮುಖ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಅಂದರೆ ಆಲಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಮಾತನಾಡುವುದು. ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಒಬ್ಬರು ಎರಡು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂವಹನದ ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕು.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ ಎಂದರೆ ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ.

- ಇದು ಕೆಲಸಗಾರರ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕೆಲಸಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಲಾದ ಅಸೈನ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಅವರು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರ ಸರಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇದು ಅವರ ನಿರ್ವಹಣೆಯಿಂದ ಅವರ ಮೂಲಕ ಏನನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
- ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಹಿಕೆ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಪ್ರಬಲವಾಗಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ನಿರ್ವಾಹಕರು, ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಬಲವಾದ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ನಿರ್ವಾಹಕರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸುವ ಮತ್ತು ಅದರಂತೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ನೌಕರರನ್ನು ನಂಬುತ್ತಾರೆ.
- ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಲಿಸುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸಬಹುದು.
- ಉತ್ತಮ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಕೆಲಸಗಾರರು ತಂಡ ಆಧಾರಿತ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರತಿ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಕೆಲಸದ ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅದು ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಾಗ ತಂಡದ ಇತರ ಸದಸ್ಯರ ಫಲಿತಾಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಕೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾದವರ ಕೆಲಸದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು ಆಲಿಸುವಾಗ ಜಾಗರೂಕತೆ ಇಲ್ಲದವರಿಗಿಂತ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಚೆನ್ನಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಹೇಗೆಂಬುದನ್ನು ನಾವೆಲ್ಲರೂ ಅಂತರ್ಬೋಧೆಯಿಂದ ತಿಳಿದಿಲ್ಲ. ಕೆಳಗಿನ ಸಲಹೆಗಳು ಕೆಲವು ಮಾಹಿತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ.

- ಮಾತನಾಡುವವರನ್ನು ಕಣ್ಣಲ್ಲಿ ಕಣ್ಣಿಟ್ಟು ನೋಡಬೇಕು. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಅವನು/ಅವಳು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂದು ಮಾತನಾಡುವವರಿಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡುತ್ತದೆ
- ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವ ತಾನು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಮುಗಿಸಲಿ. ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಿದರೆ ಅವನು/ಅವಳು ಕೆರಳಬಹುದು. ಆದ್ದರಿಂದ ಅವನನ್ನು ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಬೇಡಿ.
- ನಿಮ್ಮ ದೇಹ ಭಾಷೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಲಿ. ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು, ಆಲಿಸುವಾಗ ಶಾಂತವಾಗಿ ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳಿ. ನೀವು ಮಾತನಾಡುವವರತ್ತ ಸಂಪೂರ್ಣ ಗಮನ ನೀಡುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ತಲೆ ಅಲ್ಲಾಡಿಸುವುದು ಉತ್ತಮ ಸ್ಪಂದನೆಯಾಗಿದೆ. ಅದು ಒಪ್ಪಿಗೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.
- ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸುವುದು ಎಷ್ಟು ಮುಖ್ಯವೋ, ಮಾತನಾಡುವವ ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು ಅಷ್ಟೇ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮಗೆ ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಅರಿಯಲು ನಿಮ್ಮ ಕಣ್ಣುಗಳು ಮತ್ತು ಕಿವಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ. ಈ ಮೂಲಕ FSE ಆಗಿ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ. ಅಲ್ಲದೆ, ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಗಳು, ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ಕೇಳುವುದರಿಂದ ಅವರಿಗೆ ಯಾವುದು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಸೂಚನೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ವಿದೇಶಕ್ಕೆ ಕರೆ ಮಾಡಲು, ಅದು ಕೂಡ ಸ್ನೇಹಿತರ ಗುಂಪಿನೊಂದಿಗೆ ಕಾನ್ಫರೆನ್ಸ್ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬಯಸಿದರೆ; ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆಯ ಸಹಾಯದಿಂದ ನೀವು ನಿಖರವಾದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆಗೆ ಅಡೆತಡೆಗಳು

ಕೇಳಲು ಅಡ್ಡಿಯಾಗಬಹುದಾದ ಕೆಳಗಿನ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಎಚ್ಚರದಿಂದಿರಿ:

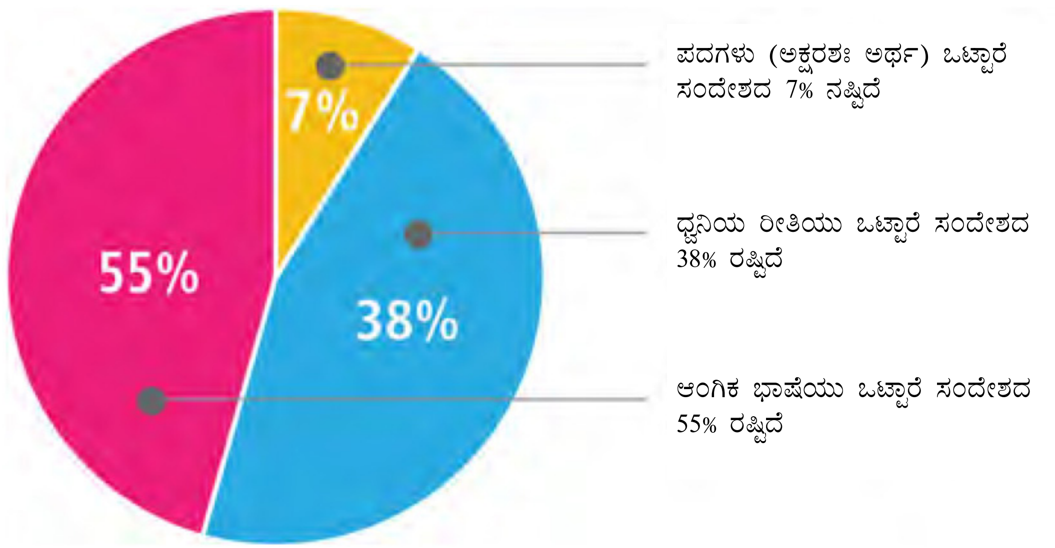
- ಕಲ್ಪನೆ ಅಥವಾ ಭಾಷಕಾರನ ವಿರುದ್ಧ ಪಕ್ಷಪಾತ ಅಥವಾ ಪೂರ್ವಾಗ್ರಹ. ಇದು ಭಾಷಾ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳು ಅಥವಾ ಉಚ್ಚಾರಣೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
- ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ, ಭಯದ ಚಿಂತೆ ಅಥವಾ ಕೋಪವು ನಿಮ್ಮ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸಲು ಬಿಡಬೇಡಿ.
- ಕೇಳುವಾಗ ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು, ಗಮನದ ಕೊರತೆಯು ಬಹಳಷ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು.

8.2.3 ಆಂಗಿಕ ಭಾಷೆ

ಕ್ರಿಯೆಗಳು ಪದಗಳಿಗಿಂತ ಜೋರಾಗಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತವೆ (ಕೆಳಗಿನ ಚಿತ್ರ 8.2.1 ಅನ್ನು ನೋಡಿ). ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ಮಾಡುವಾಗ (ಮತ್ತು ತಂಡದ ಇತರ ಸದಸ್ಯರು) ನಾವು ಇವುಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತೇವೆ:

- ಪದಗಳು
- ಧ್ವನಿಯ ರೀತಿ
- ಆಂಗಿಕ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಮೌಖಿಕ ಚಿಹ್ನೆಗಳು

ಮತ್ತು ಈ 3 ಅಂಶಗಳು ಸಮಾನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ.



ಚಿತ್ರ 8.2.1 ಸಂಶೋಧನೆಯು ಕೆಲವು ಆಶ್ಚರ್ಯಕರ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತದೆ

ಅನೇಕ ಬಾರಿ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಕಿರಿಯ FSE ಗಳು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಬೇಕಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದ, ಅವರು ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಮಾಡುವ ಅದೇ ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹ ಎಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಅವರು ಮನೆಯಲ್ಲಿಲ್ಲ, ಕೆಲಸದಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ.

ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ಆಗಿ, ನೀವು ಮೌನವಾಗಿದ್ದರೂ ನಿಮ್ಮ ಭಂಗಿ, ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಮೌಖಿಕ ಸೂಚನೆಗಳ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಆಂತರಿಕ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ನಿಜವಾದ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು.

ನಾವು ಕೆಲವು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ದೇಹ ಭಾಷೆಯ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

1. ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕದೊಂದಿಗೆ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ

ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾತನಾಡುತ್ತಿರುವಾಗ ನೀವು ಯಾವಾಗಲೂ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನೀವು ಹಾಗೆ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮಗೆ ಕೇಳಲು ಆಸಕ್ತಿಯಿಲ್ಲ ಎಂದು ಭಾವಿಸಬಹುದು. ಹೀಗಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕೆಟ್ಟ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತಾರೆ.

ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಆಲಿಸಲು ನೀವು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

2. ಮೌಖಿಕ ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ

ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ ನೀವು ಯಾವುದೇ ಅನಗತ್ಯ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿಯಬಾರದು. ನಿಮ್ಮ ಕೈಗಳು ಖಾಲಿಯಾಗಿರಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ನೀವು ಯಾವುದೇ ಭೌತಿಕ ಅಡೆತಡೆಯಿಲ್ಲದೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

3. ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರು ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಆಲಿಸುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ತಲೆಯನ್ನು ಓರೆಯಾಗಿಸಿ, ತಲೆಯಾಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಕ್ಕೆ ಬಾಗಿಸಿ ಒಲವು ತೋರಬೇಕು.

ಈ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮೌಖಿಕ ಚಿಹ್ನೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂವಹನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೀವು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಗಮನಹರಿಸುತ್ತಿರುವಿರಿ ಮತ್ತು ಅತೃಪ್ತ ಗ್ರಾಹಕರು ಎದುರಿಸಿದಾಗ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಆಲಿಸುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಇದಕ್ಕೆ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿ, ಹಿಂದಕ್ಕೆ ವಾಲುವುದು ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಕೈಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಜೇಬಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಆಸಕ್ತಿಯ ಕೊರತೆ, ಅಗೌರವ ಮತ್ತು ಇಷ್ಟಪಡದೇ ಇರುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

4. ನಿಮ್ಮ ಕೈಗಳು ಮತ್ತು ಪಾದಗಳು ನಿಜವಾದ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುತ್ತವೆ

- ಬೆರಳುಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವುದು ಅಸಭ್ಯವೆಂದು ತೋರುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಕೈ ಸನ್ನೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನೀವು ಅತೃಪ್ತ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ನಿಮ್ಮ ಕಾಲುಗಳು ಮತ್ತು ತೋಳುಗಳನ್ನು ಅಡ್ಡಹಾಯಿಸಬೇಡಿ, ಏಕೆಂದರೆ ಇದು "ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸುವ" ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುತ್ತದೆ.

5. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸ್ಥಳವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ

- ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ವೃತ್ತಿಪರರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜಾಗವನ್ನು ಗೌರವಿಸಿ.

6. ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದ ಭಂಗಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಂದೆ ನೀವು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಉಗುರುಗಳನ್ನು ಕಚ್ಚುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ, ನಿಮ್ಮ ಕೂದಲು ಮತ್ತು ಆಭರಣಗಳೊಂದಿಗೆ ಆಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ಏಕೆಂದರೆ ಇವು ಕಳವಳಗೊಂಡಿರುವುದರ ಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿವೆ.

8.2.4 ಮಾತನಾಡುವ ಕೌಶಲ್ಯ

ಮಾತನಾಡುವುದು

ನಿಮ್ಮ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಪದಗಳ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮಾತನಾಡುವುದು ಎನ್ನಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ತನ್ನ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡಿಕೊಡಲು ಮತ್ತು ಚಿಂತನಶೀಲ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ತಿಳಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಕೌಶಲ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರ ವೃತ್ತಿಪರ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಭಾಷಣವು ಗ್ರಾಹಕರ ಮನವೊಲಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಮತ್ತು ವಿಶೇಷ ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಶಬ್ದಗಳ ಮೂಲಕ ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಓರ್ವ FSE ಆಗಿ ನೀವು ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು:

- ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯ ಪಟ್ಟಿಗಳು, ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲಸದ ಹೊರೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
- ಸಮಸ್ಯೆಯ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರಣವನ್ನು ಗುರ್ತಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ಪ್ರಶ್ನಿಸಿ
- ಪ್ರಗತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ
- ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಪರಿಭಾಷೆ, ಗ್ರಾಮ್ಯ ಅಥವಾ ಪ್ರಥಮಾಕ್ಷರಗಳ ಬಳಕೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ
- ರೀತಿ ಮತ್ತು ಸ್ವರಗಳು, ವೃತ್ತಿಪರ, ಬೆಂಬಲ, ಗೌರವಾನ್ವಿತವಾಗಿರಬೇಕು

- ಸೌಜನ್ಯದಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಿ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಿ
- ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವಾಗ ಸ್ಥಳೀಯ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಆಲಿಸುವ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಗೌಪ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನವು ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ನಾವು ಭಾಷಕಾರನನ್ನು ನಂಬದಿದ್ದರೆ, ನಾವು ಅವರ ಮಾತುಗಳನ್ನು ಕೇಳುವುದಿಲ್ಲ. ನೀವು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಇರಲು ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು:

1. ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ. ನೀವು ಹೇಳುವುದು ಉತ್ತಮವಾಗಿರಲು, ನೀವು ಹೇಳಲು ಬಯಸುವುದನ್ನು ನೀವು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.
2. ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ ಮತ್ತು ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳಿ. ನಿಖರವಾಗಿರಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಮತ್ತು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಸಂಕೀರ್ಣ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.
3. ನಿರರ್ಗಳತೆ ಮುಖ್ಯ ಗುರಿ ನಿರರ್ಗಳತೆ. ಪರಿಭಾಷೆ ಅಥವಾ ನಿಖರವಾದ ವ್ಯಾಕರಣವನ್ನು ಬಳಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವ ಮೂಲಕ ತಲೆಕೆಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ.
4. ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಸ್ವರವು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುವುದರಿಂದ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ನಿಮ್ಮ ಧ್ವನಿಯು ಪರಿಪೂರ್ಣವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು
5. **ಮಾತಿನ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ**

   ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯಿಂದ ಮಾತನಾಡಿ. ತುಂಬಾ ವೇಗವಾಗಿ ಅಥವಾ ತುಂಬಾ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಬೇಡಿ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನವನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ನೀವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಯಾವುದೇ ಗೊಂದಲವಿಲ್ಲದೆ ಸರಿಯಾಗಿ ತಿಳಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.
6. **ಸಹಾನುಭೂತಿಯಿಂದ ಮಾತನಾಡಿ**

   ನಿಮ್ಮ ಸಹಾನುಭೂತಿಯು ನೀವು ಮಾತನಾಡುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಅವರ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಬಗ್ಗೆ ಸಹಾನುಭೂತಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರು ಭಾವಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡಿ.

7. ಮನವರಿಕೆಗೊಳಿಸುವಂತೆ ಮಾತನಾಡಿ

ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಂಬಬೇಕೆಂದು ನೀವು ಇಷ್ಟಪಟ್ಟರೆ, ನೀವು ಪೂರ್ಣ ವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಮಾತನಾಡಬೇಕು. ಇದು ಸೇವೆಯ ಬದಲಾವಣೆ ಆಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ನೀವು ಅವರಿಗೆ ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವುದು ಆಗಿರಬಹುದು.

8. ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಮರೆಯದಿರಿ ಏಕೆಂದರೆ ಅವು ಅಷ್ಟೇ ಮುಖ್ಯ. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವರಿಗೆ ಮುಕ್ತ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೂ ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ.

9. ಸೂಕ್ತವಾದ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ

ಆಡುಭಾಷೆ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಅನುಚಿತ ಭಾಷೆ ಬಳಸಿ ಮಾತನಾಡಬೇಡಿ.

ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಅಡೆತಡೆಗಳು

ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಉಂಟಾಗುವ ಕೆಲವು ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ನೀವು ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು:

1. ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿಲ್ಲದ ಸಂದೇಶಗಳು
2. ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಅಸಂಗತತೆ
3. ಪೂರ್ಣವಾಗಿರದ ವಾಕ್ಯಗಳು
4. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳದೆ ಮಾತನಾಡುವುದು
5. ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಪದಗಳ ಬಳಕೆ

8.2.5 ಓದುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಓದುವಿಕೆಯು ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಓದಲು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಓದುವುದು ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ

1. ಇಂದಿನ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಓದುವಿಕೆಯು ಮೂಲಭೂತವಾಗಿದೆ.
2. ಒಳ್ಳೆಯ ಕೆಲಸವನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಅಧ್ಯಯನ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಕೌಶಲ್ಯವಾಗಿದೆ.
3. ಅಧ್ಯಯನ ಮುಖ್ಯವಾದದ್ದು. ಏಕೆಂದರೆ ಅದು ಮನಸ್ಸನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ.
4. ಇದರ ಮೂಲಕ ನಾವು ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.
5. ಓದುವಿಕೆಯು ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ.
6. ಓದುವಿಕೆಯು ಜನರ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.
7. ಉತ್ತಮ ಸ್ವಯಂ ಚಿತ್ರಣವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ಓದುವಿಕೆಯು ಮೂಲಭೂತವಾಗಿದೆ.

ಓದುವಿಕೆಯ ಮೂರು ಅಂಶಗಳು:

1. **ಡಿಕೋಡಿಂಗ್:** ಬರೆದದ್ದನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ
2. **ಗ್ರಹಿಕೆ:** ಇದನ್ನು ಪಠ್ಯ/ಸಂದೇಶದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯ ಮಟ್ಟ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ತಿಳುವಳಿಕೆಯು ಬರೆಯಲ್ಪಟ್ಟ ಪದಗಳ ನಡುವಿನ ಪರಸ್ಪರ ಕ್ರಿಯೆಯಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪಠ್ಯ/ಸಂದೇಶದ ಹೊರಗೆ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುತ್ತದೆ
3. **ಧಾರಣ:** ಇದು ಸ್ಮರಣೆಯಲ್ಲಿ ಏನನ್ನಾದರೂ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವಾಗಿದೆ

ಉತ್ತಮ ಓದುವ ಕೌಶಲ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ತಂತ್ರಗಳು:

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಮೂರು ತಂತ್ರಗಳಿವೆ:

1. ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್
2. ಸ್ಕಿಮ್ಮಿಂಗ್
3. ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ

ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್

ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಠ್ಯದಲ್ಲಿ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ, ನೀವು ಪ್ರತಿ ವಿವರಕ್ಕೂ ಗಮನ ಕೊಡುವುದಿಲ್ಲ. ನಿಮಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ನೀವು ನೋಡುತ್ತೀರಿ. ನೀವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡ ನಂತರ ನೀವು ಓದುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಬಹುದು.

ಸ್ಕಿಮ್ಮಿಂಗ್

ದಾಖಲೆಯಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸ್ಕಿಮ್ಮಿಂಗ್ ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ಓದುವುದನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿದಾಗ, ನೀವು ಆ ಭಾಗದಿಂದ ಎಲ್ಲಾ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು.

ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಓದುವುದು

ನೀವು ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದ ಕೊನೆಯವರೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಭಾಗವನ್ನು ಓದಿದಾಗ ಅದನ್ನು ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಓದುತ್ತಿದ್ದರೆ ಕೊಟ್ಟಿರುವ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಾಕ್ಯವನ್ನು ನೀವು ಓದಬೇಕು.

FSE ಗೆ ಇದು ಅಗತ್ಯ:

- ನಿಮ್ಮ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಓದುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ನವೀಕರಿಸಿ.
- ಲಿಖಿತವಾಗಿ ಕಳುಹಿಸಲಾದ ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಓದಿ.
- ಯಾವುದೇ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್ ಓದಲು ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಓದುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.

- ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ ಮತ್ತು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳಂತಹ ಬಾಹ್ಯ ವೇದಿಕೆಗಳಿಂದ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಕುರಿತು ಓದಿ.
- ಬ್ರೌಷರ್‌ಗಳು, ಕರಪತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾಹಿತಿ ಹಾಳೆಗಳನ್ನು ಓದುವ ಮೂಲಕ ಇತ್ತೀಚಿನ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
- ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ತಂತ್ರಗಳು, ದಾಖಲೆಗಳು, ನೀತಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಗ್ರಹಿಕೆಯನ್ನು ಓದುವುದು ಮತ್ತು ಬರೆಯುವುದು.

ನೀವು ಓದಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

- ನೇಮಕಾತಿ ವಿವರಗಳು
- ಗ್ರಾಹಕರ ದಾಖಲೆಗಳು
- ಉತ್ಪನ್ನ ಲೇಬಲ್‌ಗಳು
- ಚಿಕಿತ್ಸೆಯ ಮಾಹಿತಿ
- ಪ್ರಚಾರ ಸಾಮಗ್ರಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ

ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಕುರಿತು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಮುಗಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ತಾವು ಹೇಳಿದನ್ನು ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸಲು ಬಯಸಿದಾಗ. ಗ್ರಾಹಕರು ಏನು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆಂದು ನೀವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನೀವು ಹೇಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಿ; ನೀವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಬರವಣಿಗೆ

ಚಿಹ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಚಿಹ್ನೆಗಳ ಶಾಸನದ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯವನ್ನು ಬರವಣಿಗೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

- ಅದರ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ – ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಬದ್ಧವಾಗಿರುವುದು
- ಅದರ ರಚನೆ – ಇದು ಸಂಘಟಿತವಾಗಿರಬೇಕು
- ಇದರ ಶೈಲಿ – ಓದಲು ಸುಲಭ ಮತ್ತು ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರಬೇಕು

FSE ಆಗಿ, ನಿಮಗೆ ಇವುಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ:

- ಅರ್ಥೈಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ದೃಷ್ಟಿಯಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ, ನಿಖರವಾಗಿ ಬರೆಯಿರಿ.
- ನಿಮಗೆ ಮಾತ್ರ ತಿಳಿದಿರುವ ಪರಿಭಾಷೆ ಅಥವಾ ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಬೇಡಿ
- ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವಾಗ ಪ್ರಾಮಾಣಿತ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ
- ನೀವು ಬರೆಯುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಕೆಲವು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೆಂದರೆ:
  - » ನೇಮಕಾತಿ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ವಿವರಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವುದು
  - » ಗ್ರಾಹಕರ ದಾಖಲೆಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವುದು
  - » ಬಿಲ್ಲಿಂಗ್
  - » ವರದಿಯನ್ನು ಬರೆಯುವುದು

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ______________ ನಿಮ್ಮ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ತಿಳಿಸುವ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ.

   a. ಆಲಿಸುವುದು

   b. ಮಾತನಾಡುವುದು

   c. ಓದುವುದು

   d. ಬರವಣಿಗೆ

2. ______________ ಸಂಕೇತಗಳು ಮತ್ತು ಚಿಹ್ನೆಗಳ ಶಾಸನದ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ.

   a. ಆಲಿಸುವುದು

   b. ಮಾತನಾಡುವುದು

   c. ಓದುವುದು

   d. ಬರವಣಿಗೆ

3. ನೀವು ಉತ್ತಮ ಕೇಳುಗರೇ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಲು 1 ಕಡಿಮೆ ಮತ್ತು 5 ಅತ್ಯಧಿಕ ಎಂದು 1–5 ರ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ರೇಟ್ ಮಾಡಿ.

- ಸಂಭಾಷಣೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ, ನಾನು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ಗಡಿಯಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಮರೆತುಬಿಡುತ್ತೇನೆಯೇ?
- ನಾನು ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ಆಂಗಿಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತೇನೆಯೇ?
- ನಾವಿಬ್ಬರು ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಾನು 50% ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬಾರಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತೇನೆಯೇ?
- ಇತರರು ಹೇಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಹೇಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಾನು ವಿರೋಧಿಸುತ್ತೇನೆಯೇ? ನಾನು ಅವರ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಮುಗಿಸಬೇಕೇ ಅಥವಾ ಅವರು ಹುಡುಕಲು ಹೆಣಗುತ್ತಿರುವ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕೇ?
- ಅವರು ಮಾತನಾಡುವಾಗ ನಾನು ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವ ಮತ್ತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತೇನೆಯೇ? ಒಂದು ಒಪ್ಪಿಗೆ ಅಥವಾ ನಗು, ಅಥವಾ ಅದು ಸರಿಹೊಂದಿದಾಗ ನಗುವುದು ಇತರರನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.
- ನಾನು ಮಾತನಾಡುವಾಗ, ನಾನು ಹೆಚ್ಚು ತಿಳಿಯಲು ಬಯಸುವ ಕಾರಣ ನಾನು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುತ್ತೇನೆ.
- ನನಗೆ ಏನಾದರೂ ಅರ್ಥವಾಗದಿದ್ದಾಗ ಅಥವಾ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಕೇಳದೇ ಇದ್ದಾಗ, ನಿಲ್ಲಿಸಿ ಅವರು ಹೇಳಿದ್ದನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸಲು ಕೇಳುತ್ತೇನೆಯೇ? ಅಥವಾ ನಾನು ಅದನ್ನು "ನಕಲು" ಮಾಡುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಆಶಿಸುತ್ತಾ ಅವರನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಬಿಡುತ್ತೇನೆಯೇ?

4. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವ 5 ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

   a. ____

   b. ____

   c. ____

   d. ____

   e. ____

5. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡುವಾಗ ನೀವು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಸಂಗತಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

9. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ಮುಕ್ತಾಯ

ಘಟಕ 9.1 – ಸಂದರ್ಶನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕ 9.2 – FAQ ಗಳು

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ತರಬೇತಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಂದರ್ಶನ ಎಂದರೇನು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಕೊಳ್ಳುವುದು
2. ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು
3. ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೇಳಲಾಗುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು

ಘಟಕ 9.1: ಸಂದರ್ಶನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಂದರ್ಶನ ಎಂದರೇನು ಎಂದು ತಿಳಿಯುವುದು.

9.1.1 ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಸಂದರ್ಶನವು ಎರಡು ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಅಂದರೆ, ಸಂದರ್ಶಕ(ರು) ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡುವವರ ನಡುವೆ ನಡೆಯುವ ಸಭೆಯಾಗಿದೆ. ಇದರಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡುತ್ತಿರುವವರು ಈ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸೂಕ್ತರೇ ಅಥವಾ ಅಲ್ಲವೇ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸಂದರ್ಶಕರು ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುತ್ತಾರೆ.

9.1.2 ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಹಾಜರಾಗುತ್ತಿರುವಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡಿರಿ:

- ಶುಭಾಶಯ – ಶುಭೋದಯ ಅಥವಾ ಶುಭ ಮಧ್ಯಾಹ್ನ (ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಒಂದು) ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ಸಂದರ್ಶಕರನ್ನು ನಗುವಿನೊಂದಿಗೆ ನಯವಾಗಿ ಸಂಬೋಧಿಸಿ. ಕೈಕುಲುಕುವಾಗ ಸಂದರ್ಶಕರೊಂದಿಗೆ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಲು ಮರೆಯಬೇಡಿ.
- ಪರಿಚಯ – ಇದು ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಸಂದರ್ಶಕರು ಅಥವಾ ಸಂದರ್ಶಕರು ನೀಡುವ ಮೂಲಭೂತ ಪರಿಚಯವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ, ಉದಾ. ಹೆಸರು, ಹುದ್ದೆ ಇತ್ಯಾದಿ.
- ಐಸ್ ಬ್ರೇಕರ್/ಚಿಕ್ಕ ಮಾತುಕತೆ – ಇದು ಸಂದರ್ಶಕ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಶಕರ ನಡುವಿನ ಮೊದಲ ಸಂವಹನವಾಗಿದೆ.
- ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು – ಇದು ಮೂಲತಃ ಸಂದರ್ಶಕರು ಸಂದರ್ಶಕರನ್ನು ಕೇಳುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಸಂದರ್ಶಕನು ತನ್ನ ಅನುಮಾನಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಂದರ್ಶಕರನ್ನು ಕೇಳುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸುತ್ತದೆ.
- ಸಾರಾಂಶ ಹೇಳಿಕೆ – ಇದು ಸಂದರ್ಶಕರು ಅಥವಾ ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಒಳಪಡುತ್ತಿರುವವರು ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಅಂಶಗಳ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.
- ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆ – ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸುವಾಗ, ಸಂದರ್ಶಕನು ತನ್ನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಪುನಃ ಹೇಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗುವ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ಯಾನೆಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರುವ ಪ್ರತಿ ಸಂದರ್ಶಕರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವರು ನಿಮಗೆ ಪರಿಚಯವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಸಂಪರ್ಕ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ವಿನಂತಿಸಿ.
- ಧನ್ಯವಾದಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆ – ಧನ್ಯವಾದ ಪತ್ರ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು 24 ಗಂಟೆಗಳ ಒಳಗೆ ಔಪಚಾರಿಕ ಪತ್ರ ಅಥವಾ ಇಮೇಲ್ ಮೂಲಕ ಕಳುಹಿಸಬೇಕು. ಸಂದರ್ಶನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದಂತೆ ಉದ್ಯೋಗದಾತರ ಟೈಮ್‌ಲೈನ್ ಅನ್ನು ಆಧರಿಸಿದ ನೇಮಕಾತಿ ನಿರ್ಧಾರದ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸಂದರ್ಶಕರು ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಾರೆ.

9.1.3 ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನೀಡಿರುವ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಓದಿ ಮತ್ತು ಅವನ್ನು ಮಾಡಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಅಥವಾ ಮಾಡಬಾರದ್ದೆಂದು ಗುರುತಿಸಿ:

ಕೋಷ್ಟಕ 9.1 ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮತ್ತು ಮಾಡಬಾರದ ವಿಷಯಗಳ ಮಾದರಿ

ವಾಕ್ಯ	ಮಾಡಬೇಕಾದುದು	ಮಾಡಬಾರದ್ದು
ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ		
ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಬಿಕ್ಕಳಿಕೆ!		
ತುಂಬಾ ಮೇಕಪ್ ಮಾಡಿ		
ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಬನ್ನಿ		
ನೀವು ಕ್ಯಾಬಿನ್ ಅಥವಾ ಕಚೇರಿಗೆ ನುಗ್ಗಬೇಕು		
ಸ್ವಾಗತಕಾರರನ್ನು ಸ್ವಾಗತಿಸಬೇಡಿ ಅಥವಾ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಬೇಡಿ		
ನೀವು ಮಾತನಾಡುವ ಮೊದಲು ಎರಡು ಬಾರಿ ಯೋಚಿಸಿ		
ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಹಾಜರಾಗುವ ಮೊದಲು ಕಂಪನಿಯ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಬೇಡಿ		
ಸಂದರ್ಶನದ ದಿನದಂದು ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ಉಡುಪು ಧರಿಸಿ		
ಸಂದರ್ಶಕರು ಹೇಳಿರುವುದರ ಕುರಿತು ಯಾವಾಗಲೂ ವಾದಿಸಿ ಅಥವಾ ವಿರೋಧಿಸಿ		
ಸಂದರ್ಶನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಚೂಯಿಂಗ್ ಗಮ್ ಜಗಿಯಿರಿ		
ನಿಮ್ಮ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಫೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರಿಸಿ		
ಸಂದರ್ಶಕರಿಗೆ ಧನ್ಯವಾದ ತಿಳಿಸಿ		
'ಅವರಿಗೆ ನಾನು ಬೇಕು' ಎಂಬ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿರಿ		
ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ		
ನಿಮ್ಮ ಪುನರಾರಂಭದ ಪ್ರತಿಯನ್ನು ಒಯ್ಯಲು ಮರೆಯಬೇಡಿ		
ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ನೀಡಿ		
ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಸಾರಾಂಶ ಮಾಡಬೇಡಿ		
ನಿಮ್ಮ ಸಂಬಳಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ		

ಅಭ್ಯಾಸ

1. ನೀವು ಎಂದಾದರೂ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಎದುರಿಸಿದ್ದೀರಾ? ಏನಾಯಿತು? ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಕಾರ ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಏನಾಗುತ್ತದೆ?

____

____

____

____

____

____

ಘಟಕ 9.2: ಪದೇ ಪದೆ ಕೇಳಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಲ್ಲಿರಿ:

1. ಸಂದರ್ಶನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಉತ್ತರಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

9.2.1 ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

ಈಗ ನಾವು ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಹೇಗೆ ಎದುರಿಸಬೇಕೆಂದು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರುತ್ತೇವೆ. ಸಂದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಕೇಳಬಹುದಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸೋಣ.

1. ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯ ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಂದರ್ಶಕರು ಕೇಳುವ ಮೊದಲ ಪ್ರಶ್ನೆಯಾಗಿದೆ ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಸಂದರ್ಶನದ ವೇಗವನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಶಿಕ್ಷಣ ಅರ್ಹತೆ, ಕುಟುಂಬದ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಅನುಭವ, ಹವ್ಯಾಸಗಳು ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಏನನ್ನಾದರೂ ವಿವರಿಸುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬಹುದು.

ಎರಡು ನಿಮಿಷಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ತರವನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ನನ್ನ ಹೆಸರು ಎಬಿಸಿ. ನಾನು ನವದೆಹಲಿಯಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ. ನಾನು LMN ಶಾಲೆಯಿಂದ ನನ್ನ 12ನೇ ತರಗತಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ್ದೇನೆ. ನನ್ನ ತಂದೆ ಉದ್ಯಮಿ ಮತ್ತು ತಾಯಿ ಗೃಹಿಣಿ. ನಾನು DEF ಕಂಪನಿ ಲಿಮಿಟೆಡ್‌ನೊಂದಿಗೆ 1 ವರ್ಷದ ಕೆಲಸದ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇನೆ. ನಾನು ಮೂಲತಃ ಓದಲು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೇನೆ.

2. ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಂತೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ವಿವರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ?

ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವ ಆ ಗುಣಗಳನ್ನು ನೀವು ಒಳಗೊಂಡಿರುವಿರಾ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಕೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಬಹಳ ಬುದ್ಧಿವಂತಿಕೆಯಿಂದ ಉತ್ತರಿಸಿ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ 1:

ನಾನು ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಲಿಯಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಉತ್ಸುಕನಾಗಿದ್ದೇನೆ.

3. ಮೂರು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ನೀವು ಎಲ್ಲಿರಬೇಕೆಂದು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ?

ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಕೇಳುವುದರ ಹಿಂದಿನ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣವೆಂದರೆ ನೀವು ಸಾಕಷ್ಟು ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆ ಹೊಂದಿದ್ದೀರೋ ಇಲ್ಲವೋ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ 1:

ಈಗಿನಿಂದ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ನಾನು ಕಂಪನಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಅನಿವಾರ್ಯದ ಮತ್ತು ಅತ್ಯಂತ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯುತ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಲು ಬಯಸುತ್ತೇನೆ.

4. ನಿಮ್ಮ ಕೆಲವು ಶ್ರೇಷ್ಠ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ತಿಳಿಸಿ.

ಅಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವ ತಂತ್ರವೆಂದರೆ ನೀವು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಹುದ್ದೆಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಪ್ರೊಫೈಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಹೊಂದಿರಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಗುಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವುದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ರಿಟೇಲ್ ಮತ್ತು ಬಿಪಿಒ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗಗಳಿಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುವ ಜನರ ಕೆಲವು ಗುಣಗಳೆಂದರೆ: ತಾಳ್ಮೆ, ಇಂಗ್ಲಿಷ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿರರ್ಗಳತೆ, ಉತ್ತಮ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯ, ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ಜನರೊಂದಿಗೆ ನಾನು ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವ ವಿಧಾನವೇ ನನ್ನ ದೊಡ್ಡ ಶಕ್ತಿ. ನಾನು ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಸನ್ನಿವೇಶವನ್ನು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವದಿಂದ ನಿಭಾಯಿಸಬಲ್ಲೆ.

ನೀವು ಹೊಂದಿರಬಹುದಾದ ಕೆಲವು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು:

- ಶ್ರಮ ಜೀವಿ
- ಸಮಯಪ್ರಜ್ಞೆ
- ನಿರ್ಧಾರತೆ ಉಳ್ಳ ವ್ಯಕ್ತಿ
- ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಲು ಸಮರ್ಥ
- ನಾನು ವೈಫಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇನೆ ಮತ್ತು ನನ್ನ ತಪ್ಪುಗಳಿಂದ ಕಲಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತೇನೆ.
- ನನ್ನ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಬದ್ಧತೆ
- ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಕಲಿಯಲು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೇನೆ
- ನಾನು ತಂಡದ ಓರ್ವ ಆಟಗಾರನಂತೆ ಮತ್ತು ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ

5. ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳೇನು?

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಕೆಲವು ಅಥವಾ ಇತರ ದೌರ್ಬಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾನೆ. ಯಾರೂ ಪರಿಪೂರ್ಣರಾಗಿ ಹುಟ್ಟುವುದಿಲ್ಲ. ಅವುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅದರ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಮುಖ್ಯವಾದ ವಿಷಯ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ನಾನು ತುಂಬಾ ಭಾವನಾತ್ಮಕ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೃದಯಕ್ಕೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇನೆ. ಆದರೆ ನಾನು ಈ ಕುರಿತು ತಿದ್ದಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೇನೆ.

6. ಪಾಳಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ನಿಮಗೆ ಆರಾಮದಾಯಕವೇ? ನಿಮಗೆ ಯಾವುದೇ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿವೆಯೇ?

BPOಗಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಎಂದರೆ ನೀವು ಬೇರೆ ಸಮಯ ವಲಯದೊಂದಿಗೆ ದೇಶದ ಹೊರಗಿನ ಗ್ರಾಹಕರಿಗಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂದರ್ಥ. ನೀವು ಹಲವು ಬಾರಿ ಪಾಳಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನೀವು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು. ಪಾಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವಾಗ ನಿಮಗೆ ಯಾವುದೇ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿದ್ದರೆ ಅದು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು. ಈ ಕುರಿತು ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಿ.

7. ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಏನು ಹೇಳುತ್ತೀರಿ?

ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯವು ಎಲ್ಲಾ ಕೆಲಸದ ಪ್ರಮುಖ ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಪ್ರತಿ ಸಂಸ್ಥೆಯು ಉದ್ಯೋಗಿ ತನ್ನ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯದಿಂದ ಉತ್ತಮವಾಗಿರಬೇಕು ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ನನ್ನ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಯೋಗ್ಯವಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ನನ್ನ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ನನಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಅವಕಾಶಗಳಿಗಾಗಿ ನೋಡುತ್ತೇನೆ.

8. ನೀವು ಒಂದು ವಿಷಯದ ಮೇಲೆ ಎರಡು ನಿಮಿಷಗಳ ಕಾಲ ಮಾತನಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆಯೇ?

ಸಂದರ್ಶಕರು ಎರಡು ನಿಮಿಷಗಳ ಕಾಲ ಅವರು ಒದಗಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಮಾತನಾಡಲು ಕೇಳುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತಾರೆ.

ವಿಷಯಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿರಬಹುದು:

a) ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು

b) ಹವ್ಯಾಸಗಳು

c) ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಮರೆಯಲಾಗದ ದಿನ

d) ಮೆಚ್ಚಿನ ಚಿತ್ರ

e) ನಿಮ್ಮ ಕೊನೆಯ ವಾರಾಂತ್ಯವನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಕಳೆದಿದ್ದೀರಿ?

f) ನನ್ನ ತರಬೇತಿ ಅನುಭವಗಳು

9. ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಿದರೆ, ನಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಎಷ್ಟು ದಿನ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ? ನೀವು ಸ್ಥಿರವಾಗಿದ್ದೀರಾ ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಾ ಎಂದು ನೋಡಲು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಕೇಳಲಾಗಿದೆ.

ನಾನು ಕೆಲಸವನ್ನು ಕಲಿಯುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ನನ್ನ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಬೆಳೆಯುವವರೆಗೂ ನಾನು ಉಳಿಯಲು ಬಯಸುತ್ತೇನೆ ಎಂದು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಅಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕು.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ಅವಕಾಶ ನೀಡಿದರೆ, ನಾನು ಈ ಕಂಪನಿಯೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯದವರೆಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತೇನೆ ಇದರಿಂದ ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ಬೆಳೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

10. ನಾವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಏಕೆ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು?

ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರಿಸಲು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಬರುವ ಮೊದಲು ಕೆಲಸದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಓದಿ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ತರವನ್ನು ಲಿಂಕ್ ಮಾಡಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಒಂದು ಕಾರಣವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಿದರೆ, ನಾನು ಈ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ನನ್ನ ವೃತ್ತಿ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತೇನೆ.

11. ನಿಮಗೆ ಒತ್ತಡದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆಯೇ?

ಒತ್ತಡವು ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಸಮಯದೊಂದಿಗೆ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಕಲಿಯುವ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಒತ್ತಡದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಇಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರ ಹೌದು ಎಂದಿರಬೇಕು.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ಹೌದು, ನಾನು ಒತ್ತಡದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು. ಪ್ರತಿ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕೆಲವು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಿವೆ ಮತ್ತು ನಾನು ಅದಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧನಾಗಿದ್ದೇನೆ.

12. ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಕಲಿಯಲು ನಿಮಗೆ ಆರಾಮದಾಯಕವೇ?

ನಾವು ಟೆಕ್ ಜಾಣತನದ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ವಾಸಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ, ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ಹೌದು ಎಂದಿರಬೇಕು. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಬದಲಾಗುತ್ತಲೇ ಇರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಲಿಯಬೇಕು.

ಮಾದರಿ ಉತ್ತರ:

ಹೌದು, ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಲಿಯಲು ನಾನು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗಿದ್ದೇನೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ನನ್ನ ಕೆಲಸವನ್ನು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನನಗೆ ಪ್ಲಸ್ ಪಾಯಿಂಟ್ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಯೋಗಿಕ

ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ತರಗಳು

ಜೋಡಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ. ಪ್ರತಿ ಜೋಡಿಯಲ್ಲಿ, ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಸಂದರ್ಶಕನಾಗಿ ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಬ್ಬ ಸಂದರ್ಶನ ಎದುರಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾನೆ. ಇಬ್ಬರೂ ಸಂದರ್ಶನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಗುಂಪಿನ ಮುಂದೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಬೇಕು.

ಮೇಲಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಯೋಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ:

1. ನಿಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ಏನಾದರೂ ಹೇಳಿ.

____

____

2. ಮೂರು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರ ನೀವು ಏನಾಗಬೇಕೆಂದು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ?

____

____

3. ನಿಮ್ಮ ದೊಡ್ಡ ಶಕ್ತಿ ಯಾವುದು?

____

____

4. ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳೇನು?

____

____

5. ಪಾಳಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ನಿಮಗೆ ಆರಾಮದಾಯಕವೇ? ನಿಮಗೆ ಯಾವುದೇ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿವೆಯೇ?

____

____

6. ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ರೇಟ್ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ?

____

____

7. ನಿಮ್ಮ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ರೇಟ್ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ?

____

____

8. ನಿಮ್ಮನ್ನು ತಂಡದ ಆಟಗಾರ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತೀರಾ?

____

____

9. ಅವಕಾಶವನ್ನು ನೀಡಿದರೆ ನಮಗಾಗಿ ಎಷ್ಟು ಸಮಯ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ನೀವು ಇಚ್ಛಿಸುತ್ತೀರಿ?

____

____

10. ನಾವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಏಕೆ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು?

____

____

11. ನೀವು ಒತ್ತಡದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಾ?

____

____

12. ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಕಲಿಯಲು ನೀವು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗಿದ್ದೀರಾ?

____

____

13. ನೀವು ಒತ್ತಡವನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತೀರಿ? ನೀವು ಈ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೀರಾ ಅಥವಾ ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲವೇ?

____

____

14. ನಿಮ್ಮ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಯಾವುವು ಮತ್ತು ನೀವು ಯಾವ ಸಾಫ್ಟ್ ವೇರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿದ್ದೀರಿ?

____

____

15. ನಾವು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೀವಾಗಿಯೇ ಹೇಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ?

____

____

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

10. ಉದ್ಯೋಗಾರ್ಹತೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

Telecom Sector Skill Council

ಘಟಕ 10.1 – ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು

ಘಟಕ 10.2 – ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ: ಒಂದು ಅವಲೋಕನ

ಘಟಕ 10.3 – ಹಣಕಾಸಿನ ವಿಷಯಗಳು

ಘಟಕ 10.4 – ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ ತಯಾರಿ

ಘಟಕ 10.5 – ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಘಟಕ 10.6 – ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಲು ಸಿದ್ಧತೆ

ಕಲಿಕೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಫಲಿತಾಂಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಗೆ ನಿಮಗೆ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಬಂದಿರುತ್ತದೆ:

1. ಆರೋಗ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
2. ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
3. ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
4. ನೈರ್ಮಲ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
5. ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
6. ಅಭ್ಯಾಸದ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
7. ಸುರಕ್ಷಿತ ಕೆಲಸದ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
8. ನೌಕರರು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಸುರಕ್ಷತಾ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
9. ಸ್ವಯಂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
10. ಮಾಸ್ಲೋ ಹೈರಾರ್ಕಿ ಆಫ್ ನೀಡ್ಸ್ ಸಹಾಯದಿಂದ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
11. ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
12. ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
13. ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
14. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೇಗೆ ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
15. ಸ್ವಯಂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯಲ್ಲಿ ವರ್ತನೆಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
16. ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
17. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಜನರ ಗುಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
18. ಉದ್ಯಮಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
19. ಬಲವಾದ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
20. ಉತ್ತಮ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪೋಷಿಸುವುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
21. ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲ ಜನರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
22. ಹೆಚ್ಚು ನವೀನ ಜನರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
23. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
24. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಾಹಕರ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
25. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ತಂತ್ರವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
26. ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
27. ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
28. ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
29. ಒತ್ತಡದ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
30. ಒತ್ತಡದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
31. ಒತ್ತಡ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
32. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನ ಮೂಲ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ
33. ಕೀಬೋರ್ಡ್‌ನ ಮೂಲ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ
34. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

35. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
36. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಕೀಗಳ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
37. MS ಆಫೀಸ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
38. Microsoft Outlook ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
39. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ವಿವಿಧ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
40. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
41. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಅನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನವು ಹೇಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
42. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ನೀವು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
43. ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
44. ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
45. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
46. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
47. ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ವೇರಿಯಬಲ್ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸ
48. ಹೂಡಿಕೆಯ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
49. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
50. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
51. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ನ ಉಪಯೋಗಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
52. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆಯ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
53. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ತಯಾರಿ ಮಾಡುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
54. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪುನರಾರಂಭವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
55. ಪದೇ ಪದೇ ಕೇಳಲಾಗುವ ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
56. ಪದೇ ಪದೇ ಕೇಳಲಾಗುವ ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಹೇಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
57. ಮೂಲ ಕೆಲಸದ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
58. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
59. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
60. ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
61. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
62. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕನ ಗುಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
63. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕತ್ವದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
64. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂಡದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
65. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
66. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
67. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ

68. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
69. ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
70. ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
71. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
72. ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
73. ಹೇಗೆ ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
74. ಹೊಸ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
75. ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ವಾಣಿಜ್ಯ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
76. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
77. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
78. ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
79. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳ ಯಶಸ್ವಿನ ಕಥೆಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
80. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
81. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
82. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
83. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
84. ಮೇಕ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
85. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಅಪಾಯದ ಹಸಿವಿನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
86. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
87. ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
88. ವೈಫಲ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಎದುರಿಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
89. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
90. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ 4 Pಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
91. ಕಲ್ಪನೆಯ ಉತ್ಪಾದನೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
92. ಮೂಲ ವ್ಯಾಪಾರ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
93. CRM ನ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
94. CRM ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
95. ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
96. ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
97. ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
98. ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ, ಮಧ್ಯಮಾವಧಿಯ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ
99. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
100. ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
101. ನಿಮ್ಮ ಅಪಾಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
102. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಹಣಕಾಸುಗಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುವ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಔಪಚಾರಿಕತೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
103. ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
104. ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಕೇಳಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ಘಟಕ 10.1: ವೈಯುಕ್ತಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಈ ಘಟಕದ ಕೊನೆಗೆ ನಿಮಗೆ ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಬಂದಿರುತ್ತದೆ:

1. ಆರೋಗ್ಯ ಎಂಬುದರ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
2. ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ
3. ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಬಗ್ಗೆ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
4. ನೈರ್ಮಲ್ಯದ ಅರ್ಥವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
5. ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
6. ಹವ್ಯಾಸ ಎಂದರೇನೆಂದು ವಿವರಿಸಿ
7. ಸುರಕ್ಷಿತ ಕೆಲಸದ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
8. ಕೆಲಸಗಾರರು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಗಂಭೀರವಾದ ಮಹತ್ವದ ನಿಯಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
9. ಆತ್ಮವಿಮರ್ಶೆಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ತಿಳಿಸಿಕೊಡಿ
10. ಮಾಸ್ಲೋವ್‌ನ ಅಗತ್ಯಗಳ ಆದ್ಯತೆ ಪಟ್ಟಿಯ ನೆರವಿನೊಂದಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
11. ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
12. ಸಾಧಿಸುವಿಕೆಯ ಪ್ರೇರಣೆ ಹೊಂದಿರುವ ಉದ್ದಿಮೆದಾರರ ಗುಣಸ್ವಭಾವಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
13. ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
14. ಆತ್ಮವಿಮರ್ಶೆಯಲ್ಲಿ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ಪಾತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
15. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದರ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
16. ನಿಮ್ಮ ಬಲ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ
17. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
18. ಸಂಸ್ಥೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯ ಮಹತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
19. ಸುಭದ್ರವಾದ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ಮೌಲ್ಯದ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
20. ಒಳ್ಳೆಯ ಔದ್ಯೋಗಿಕ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪೋಷಿಸುವುದು ಹೇಗೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಿ
21. ಅತ್ಯಂತ ಸೃಜನಶೀಲ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ
22. ಅತ್ಯಂತ ನಾವೀನ್ಯತೆಯ ಮನಸ್ಥಿತಿಯ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ
23. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಲಾಭಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
24. ಉತ್ತಮ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡುವವರ ವಿಶಿಷ್ಟ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ
25. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ತಂತ್ರವನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
26. ಸಿಟ್ಟನ್ನು ನಿಗ್ರಹಿಸುವುದರ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
27. ಸಿಟ್ಟು ನಿಗ್ರಹಿಸುವ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
28. ಸಿಟ್ಟು ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
29. ಒತ್ತಡದ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
30. ಒತ್ತಡದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ
31. ಒತ್ತಡ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ

10.1.1 ಆರೋಗ್ಯ, ಅಭ್ಯಾಸಗಳು, ನೈರ್ಮಲ್ಯ: ಆರೋಗ್ಯ ಎಂದರೇನು

ವಿಶ್ವ ಆರೋಗ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆ (WHO) ಪ್ರಕಾರ, ಆರೋಗ್ಯವು "ಸಂಪೂರ್ಣ ದೈಹಿಕ, ಮಾನಸಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಯೋಗಕ್ಷೇಮದ ಸ್ಥಿತಿಯಾಗಿದೆ, ಮತ್ತು ಕೇವಲ ರೋಗ ಅಥವಾ ದುರ್ಬಲತೆಯ ಅನುಪಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲ." ಇದರರ್ಥ ಆರೋಗ್ಯವಾಗಿರುವುದು ಎಂದರೆ ಅನಾರೋಗ್ಯಕರವಲ್ಲ ಎಂದು ಅರ್ಥವಲ್ಲ – ಇದರರ್ಥ ನೀವು ಭಾವನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಶಾಂತಿಯಿಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ದೈಹಿಕವಾಗಿ ಸದೃಢರಾಗಬೇಕು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನಿಮಗೆ ಶೀತ ಅಥವಾ ಕೆಮ್ಮಿನಂತಹ ಯಾವುದೇ ದೈಹಿಕ ಕಾಯಿಲೆಗಳಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ನೀವು ಆರೋಗ್ಯವಂತರು ಎಂದು ಹೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ನೀವು ಶಾಂತ, ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ಸಂತೋಷವನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಿದ್ದೀರಾ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆಯೂ ನೀವು ಯೋಚಿಸಬೇಕು.

ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು

ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳೆಂದರೆ:

* ಅಲರ್ಜಿಗಳು
* ಉಬ್ಬಸ
* ಚರ್ಮದ ಅಸ್ವಸ್ಥತೆ
* ಖಿನ್ನತೆ ಮತ್ತು ಆತಂಕ
* ಮಧುಮೇಹ
* ಕೆಮ್ಮು, ಶೀತ, ಗಂಟಲು ನೋವು
* ನಿದ್ದೆಯ ಸಮಸ್ಯೆ
* ಬೊಜ್ಜು

ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಸಲಹೆಗಳು

ಅನಾರೋಗ್ಯ ಅಥವಾ ಅನಾರೋಗ್ಯವನ್ನು ಗುಣಪಡಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಅನಾರೋಗ್ಯವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟಲು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ತಮವಾದದ್ದು. ನೀವು ಆರೋಗ್ಯವಾಗಿರಬಹುದು:

* ಹಣ್ಣುಗಳು, ತರಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಬೀಜಗಳಂತಹ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಆಹಾರವನ್ನು ಸೇವಿಸುವುದು
* ಅನಾರೋಗ್ಯಕರ ಮತ್ತು ಸಕ್ಕರೆ ಆಹಾರಗಳನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸುವುದು
* ಪ್ರತಿದಿನ ಸಾಕಷ್ಟು ನೀರು ಕುಡಿಯುವುದು
* ಧೂಮಪಾನ ಅಥವಾ ಮದ್ಯಪಾನ ಮಾಡದಿರುವುದು
* ದಿನಕ್ಕೆ ಕನಿಷ್ಠ 30 ನಿಮಿಷಗಳ ಕಾಲ ವ್ಯಾಯಾಮ ಮಾಡುವುದು, ವಾರಕ್ಕೆ 4–5 ಬಾರಿ
* ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಲಸಿಕೆಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು
* ಯೋಗ ವ್ಯಾಯಾಮ ಮತ್ತು ಧ್ಯಾನವನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದು

ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಆರೋಗ್ಯ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನೀವು ಅನುಸರಿಸುತ್ತೀರಿ? ನಿಮಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವದನ್ನು ಟಿಕ್ ಮಾಡಿ.

1. ಪ್ರತಿ ರಾತ್ರಿ ಕನಿಷ್ಠ 7–8 ಗಂಟೆಗಳ ನಿದ್ದೆ ಪಡೆಯಿರಿ. ☐
2. ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ರಾತ್ರಿ ಮಲಗುವ ಮೊದಲು ಇಮೇಲ್ ಅನ್ನು ಮೊದಲು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ☐
3. ಊಟವನ್ನು ಬಿಡಬೇಡಿ – ಸರಿಯಾದ ಊಟದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿಯಮಿತ ಊಟವನ್ನು ಸೇವಿಸಿ. ☐

4. ಪ್ರತಿದಿನ ಸ್ವಲ್ಪ ಸ್ವಲ್ಪ ಓದಿ. ☐
5. ಜಂಕ್ ಫುಡ್ ಗಿಂತ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ತಯಾರಿಸಿದ ಆಹಾರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಸೇವಿಸಿ. ☐
6. ನೀವು ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ನಿಂತುಕೊಳ್ಳಿ. ☐
7. ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಮೊದಲು ಒಂದು ಲೋಟ ನೀರು ಕುಡಿಯಿರಿ ಮತ್ತು ದಿನವಿಡೀ ಕನಿಷ್ಠ 8 ಗ್ಲಾಸ್ ನೀರನ್ನು ಸೇವಿಸಿ. ☐
8. ನಿಯಮಿತ ತಪಾಸಣೆಗಾಗಿ ವೈದ್ಯರು ಮತ್ತು ದಂತವೈದ್ಯರ ಬಳಿಗೆ ಹೋಗಿ. ☐
9. ವಾರದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ 5 ದಿನ 30 ನಿಮಿಷಗಳ ಕಾಲ ವ್ಯಾಯಾಮ ಮಾಡಿ. ☐
10. ಗಾಳಿ/ ಗ್ಯಾಸ್ ತುಂಬಿದ ಪಾನೀಯಗಳನ್ನು ಸೇವಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ☐

ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಎಂದರೇನು?

ವಿಶ್ವ ಆರೋಗ್ಯ ಸಂಸ್ಥೆ (WHO) ಪ್ರಕಾರ, **"ನೈರ್ಮಲ್ಯವು ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ರೋಗಗಳ ಹರಡುವಿಕೆಯನ್ನು ತಡೆಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಮತ್ತು ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ."** ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಎಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪರಿಸರವನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನೀವು ಮಾಡುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ಇದರಿಂದ ನೀವು ಸೂಕ್ಷ್ಮಜೀವಿಗಳು ಮತ್ತು ರೋಗಗಳನ್ನು ಹರಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುತ್ತೀರಿ.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನಿಮ್ಮ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಅಡುಗೆಮನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ. ಉತ್ತಮ ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಎಂದರೆ ಅಡುಗೆಮನೆಯು ಯಾವಾಗಲೂ ಶುಭ್ರ ಮತ್ತು ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಆಹಾರವನ್ನು ದೂರ ಇಡುವುದು, ಪಾತ್ರೆಗಳನ್ನು ತೊಳೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಕಸದ ಬುಟ್ಟಿಗಳು ತುಂಬಿ ತುಳುಕದಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇದೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಇಲಿ ಅಥವಾ ಜಿರಳೆಗಳಂತಹ ಕೀಟಗಳನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುವ ಸಾಧ್ಯತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಆಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರೋಗವನ್ನು ಹರಡುವ ಶಿಲೀಂಧ್ರ ಮತ್ತು ಇತರ ಬ್ಯಾಕ್ಟೀರಿಯಾಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ತಡೆಯುತ್ತದೆ.

ಇವುಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಆರೋಗ್ಯ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನೀವು ಅನುಸರಿಸುತ್ತೀರಿ? ನಿಮಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವದನ್ನು ಟಿಕ್ ಮಾಡಿ.

1. ಪ್ರತಿದಿನ ಸೋಪಿನೊಂದಿಗೆ ಸ್ನಾನ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ವಾರಕ್ಕೆ 2–3 ಬಾರಿ ಶಾಂಪೂ ಬಳಸಿ ನಿಮ್ಮ ಕೂದಲನ್ನು ತೊಳೆಯಿರಿ. ☐
2. ಪ್ರತಿದಿನ ಒಂದು ಸ್ವಚ್ಛ ಒಳಉಡುಪುಗಳನ್ನು ಧರಿಸಿ. ☐
3. ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಮಲಗುವ ಮುನ್ನ ನಿಮ್ಮ ಹಲ್ಲುಗಳನ್ನು ಬ್ರಷ್ ಮಾಡಿ. ☐
4. ನಿಮ್ಮ ಬೆರಳಿನ ಉಗುರುಗಳು ಮತ್ತು ಕಾಲ್ಬೆರಳ ಉಗುರುಗಳನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಕತ್ತರಿಸಿ. ☐
5. ಶೌಚಾಲಯಕ್ಕೆ ಹೋದ ನಂತರ ನಿಮ್ಮ ಕೈಗಳನ್ನು ಸಾಬೂನಿನಿಂದ ತೊಳೆಯಿರಿ. ☐
6. ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಬೆವರು ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮ ಕಂಕುಳಲ್ಲಿ ಬೆವರು ನಿರೋಧಕ ಡಿಯೋಡರೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಿ. ☐
7. ಅಡುಗೆ ಮಾಡುವ ಅಥವಾ ತಿನ್ನುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಕೈಗಳನ್ನು ಸಾಬೂನಿನಿಂದ ತೊಳೆಯಿರಿ. ☐
8. ನೀವು ಅನಾರೋಗ್ಯದಿಂದ ಬಳಲುತ್ತಿರುವಾಗ ಮನೆಯಲ್ಲಿಯೇ ಇರಿ, ಆಗ ರೋಗ ಇತರರಿಗೆ ಹರಡುವುದಿಲ್ಲ. ☐
9. ಕೊಳಕು ಬಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತೆ ಧರಿಸುವ ಮೊದಲು ಬಟ್ಟೆ ಸೋಪಿನಿಂದ ತೊಳೆಯಿರಿ. ☐
10. ಕೆಮ್ಮುವಾಗ ಅಥವಾ ಸೀನುವಾಗ ಟಿಶ್ಯೂ/ಕೈಯಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಮೂಗನ್ನು ಮುಚ್ಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ☐

ಪ್ರತಿ ಟಿಕ್ ಮಾಡಿದ ಹೇಳಿಕೆಗೆ ನೀವೇ 1 ಪಾಯಿಂಟ್ ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಎಷ್ಟು ಸ್ವಸ್ಥವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕರವಾಗಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಿ! ನಂತರ ನಿಮ್ಮ ಸ್ಕೋರ್ ಏನು ಎಂದು ನೋಡೋಣ.

ನಿಮ್ಮ ಅಂಕ:

0–7/20: ನೀವು ಸದೃಢ ಮತ್ತು ಅರೋಗ್ಯವಾಗಿರಲು ಹೆಚ್ಚು ಕಷ್ಟಪಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ! ಪ್ರತಿದಿನ ಈ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದನ್ನು ರೂಢಿಸಿಕೊಂಡರೆ ನೀವು ಎಷ್ಟು ಉತ್ತಮವಾಗುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ.

7–14/20: ಕೆಟ್ಟದ್ದಲ್ಲ, ಆದರೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿದೆ! ನಿಮ್ಮ ದಿನಚರಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತಷ್ಟು ಅರೋಗ್ಯಕರ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.

14–20/20: ಉತ್ತಮ ಕೆಲಸ! ಹೀಗೆ ಒಳ್ಳೆ ಕೆಲಸ ಮುಂದುವರಿಸಿ! ನಿಮ್ಮ ದೇಹ ಮತ್ತು ಮನಸ್ಸು ನಿಮಗೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತವೆ.

ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ

ನಮಗಾಗಿ ಉತ್ತಮ ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ನಾವು ಈಗಾಗಲೇ ಚರ್ಚಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಆದರೆ, ನಾವು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕರವಾಗಿರಲು ಇದು ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ನಾವು ಈ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ನಮ್ಮ ಮನೆಗಳಿಗೆ, ನಮ್ಮ ಹತ್ತಿರದ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ ನಮ್ಮ ದೇಶಕ್ಕೆ ವಿಸ್ತರಿಸಬೇಕು.

2ನೇ ಅಕ್ಟೋಬರ್ 2014 ರಂದು ಪ್ರಧಾನಮಂತ್ರಿ ಶ್ರೀ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಅವರು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ 'ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಅಭಿಯಾನ' (ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತ ಮಿಷನ್) ಇದನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ನಂಬುತ್ತದೆ. ಈ ಅಭಿಯಾನದ ಉದ್ದೇಶ ಭಾರತದ ಬೀದಿಗಳು ಮತ್ತು ರಸ್ತೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆ ಸ್ವಚ್ಛತೆಯ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು. ಪ್ರಸ್ತುತ ಈ ಅಭಿಯಾನ, ದೇಶಾದ್ಯಂತ 4,041 ನಗರಗಳು ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಣಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ನಮ್ಮ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಜನರು ಸ್ವಚ್ಛ ಭಾರತಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರತಿಜ್ಞೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ನೀವು ಪ್ರತಿಜ್ಞೆಯನ್ನೂ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ದೇಶವನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಮಾಡಿ!

ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ಯಾವುವು?

ಅಭ್ಯಾಸವು ಆಗಾಗ್ಗೆ ಪುನರಾವರ್ತಿಸುವ ನಡವಳಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ನಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ಒಳ್ಳೆಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ಇವೆ. ಜಾನ್ ಡ್ರೈಡನ್ ಅವರ ಪದಗುಚ್ಛವನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಿ: "ನಾವು ಮೊದಲು ನಮ್ಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೇವೆ, ಮತ್ತು ನಂತರ ನಮ್ಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ನಮ್ಮನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತವೆ." ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನೀವು ಒಳ್ಳೆಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಜೀವನದ ಮಾರ್ಗವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಕೆಟ್ಟ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ಯಾವುವು?

* ನಿಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ದಿನಚರಿಯ ಭಾಗವಾಗಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು:
* ಯಾವಾಗಲೂ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿರಿ
* ವ್ಯಾಯಾಮವನ್ನು ನಿಮ್ಮ ದಿನಚರಿಯ ಭಾಗವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
* ಪ್ರೇರಕ ಮತ್ತು ಸ್ಫೂರ್ತಿದಾಯಕ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಓದುವುದು
* ನಗುತ್ತಿರುವ! ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ನಗುವುದನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ
* ಕುಟುಂಬ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಿತರಿಗಾಗಿ ಸಮಯವನ್ನು ಮಾಡುವುದು
* ಬೇಗ ಮಲಗುವುದು ಮತ್ತು ಬೇಗ ಏಳುವುದು

ನೀವು ತಕ್ಷಣ ತ್ಯಜಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಕೆಟ್ಟ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು:

* ಉಪಹಾರವನ್ನು ಬಿಟ್ಟುಬಿಡುವುದು
* ಹಸಿವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಆಗಾಗ ತಿಂಡಿ ತಿನ್ನುವುದು
* ಹೆಚ್ಚು ಕೊಬ್ಬು ಮತ್ತು ಸಕ್ಕರೆಯ ಆಹಾರವನ್ನು ತಿನ್ನುವುದು
* ಧೂಮಪಾನ, ಮದ್ಯಪಾನ ಮತ್ತು ಮಾದಕ ದ್ರವ್ಯ ಸೇವನೆ
* ನೀವು ನಿಭಾಯಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಣವನ್ನು ಖರ್ಚು ಮಾಡುವುದು
* ಮುಖ್ಯವಲ್ಲದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತಿಸುವುದು
* ತಡರಾತ್ರಿವರೆಗೆ ಎಚ್ಚರಿರುವುದು ಮತ್ತು ತಡವಾಗಿ ಏಳುವುದು

ಸಲಹೆಗಳು

* ಪ್ರತಿದಿನ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಮತ್ತು ನೈರ್ಮಲ್ಯದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದರಿಂದ ನೀವು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ದೈಹಿಕವಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಭಾವನೆಯನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತೀರಿ.
* ನೈರ್ಮಲ್ಯವು ಆರೋಗ್ಯದ ಮೂರನೇ ಎರಡರಷ್ಟು – ಆದ್ದರಿಂದ ಉತ್ತಮ ನೈರ್ಮಲ್ಯವು ನಿಮಗೆ ಬಲವಾದ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕರವಾಗಿರಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ!

10.1.2 ಸುರಕ್ಷತೆ: ಸುರಕ್ಷಿತ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ತನ್ನ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳವು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸುರಕ್ಷತಾ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್ ಅನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬದ್ಧನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ, ಮಾಲೀಕರು ಇದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು:

* ದಕ್ಷತಾಶಾಸ್ತ್ರೀಯವಾಗಿ ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಿದ ಪೀಠೋಪಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಗ್ಗಿಸುವುದು ಮತ್ತು ತಿರುಚುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಬಳಸಿ
* ಭಾರವಾದ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಎತ್ತುವುದು ಅಥವಾ ಸಾಗಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಯಾಂತ್ರಿಕ ಸಹಾಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ
* ಅಪಾಯಕಾರಿ ಕೆಲಸಗಳಿಗಾಗಿ ಕೈಯಲ್ಲಿ ರಕ್ಷಣಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಿ
* ತುರ್ತು ನಿರ್ಗಮನಗಳನ್ನು ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಪ್ರವೇಶಿಸಬಹುದೆಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
* ಆರೋಗ್ಯ ಕೋಡ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
* ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಸುತ್ತಮುತ್ತ ನಿಯಮಿತ ಸುರಕ್ಷತಾ ತಪಾಸಣೆಯ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ
* ನಿಯಮಿತ ಕಟ್ಟಡ ತಪಾಸಣೆಗಳನ್ನು ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
* ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಕುರಿತು ತಜ್ಞರ ಸಲಹೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ

ರಾಜಿಯಾಗಬಾರದ ಉದ್ಯೋಗಿ ಸುರಕ್ಷತಾ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ತನ್ನ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳವು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸುರಕ್ಷತಾ ಶಿಷ್ಟಾಚಾರವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬದ್ಧನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವಾಗ, ಮಾಲೀಕರು ಇದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕು:

* ಅಸುರಕ್ಷಿತ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರಿಗೆ ವರದಿ ಮಾಡಿ
* ಜಾರುವಿಕೆ, ಮುಗ್ಗರಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಬೀಳುವಿಕೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದಾದ ಸುರಕ್ಷತೆಯ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮತ್ತು ವರದಿ ಮಾಡಿ
* ಎಲ್ಲಾ ಗಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಘಾತಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಕರಿಗೆ ವರದಿ ಮಾಡಿ
* ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಸರಿಯಾದ ರಕ್ಷಣಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಧರಿಸಿ
* ಸುರಕ್ಷತೆ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಒದಗಿಸಲಾದ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಬಳಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ತಿಳಿಯಿರಿ
* ಇತರ ಜನರಿಗೆ ಅಪಾಯವನ್ನುಂಟುಮಾಡುವ ಕ್ರಿಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಲಿ ಮತ್ತು ತಪ್ಪಿಸಿ
* ದಿನದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ವಿರಾಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ವಾರದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸದಿಂದ ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ

ಸಲಹೆಗಳು

* ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ತುರ್ತುಸ್ಥಿತಿಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಯಾವ ತುರ್ತು ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಕರೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದಿರಲಿ
* ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತವಾಗಿರುವ ಸ್ಥಳಾಂತರಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಸ್ಥಳಾಂತರಿಸುವ ಕಸರತ್ತುಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ

10.1.3 ಸ್ವಯಂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ – ವರ್ತನೆ, ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆ: ಸ್ವಯಂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂದರೇನು

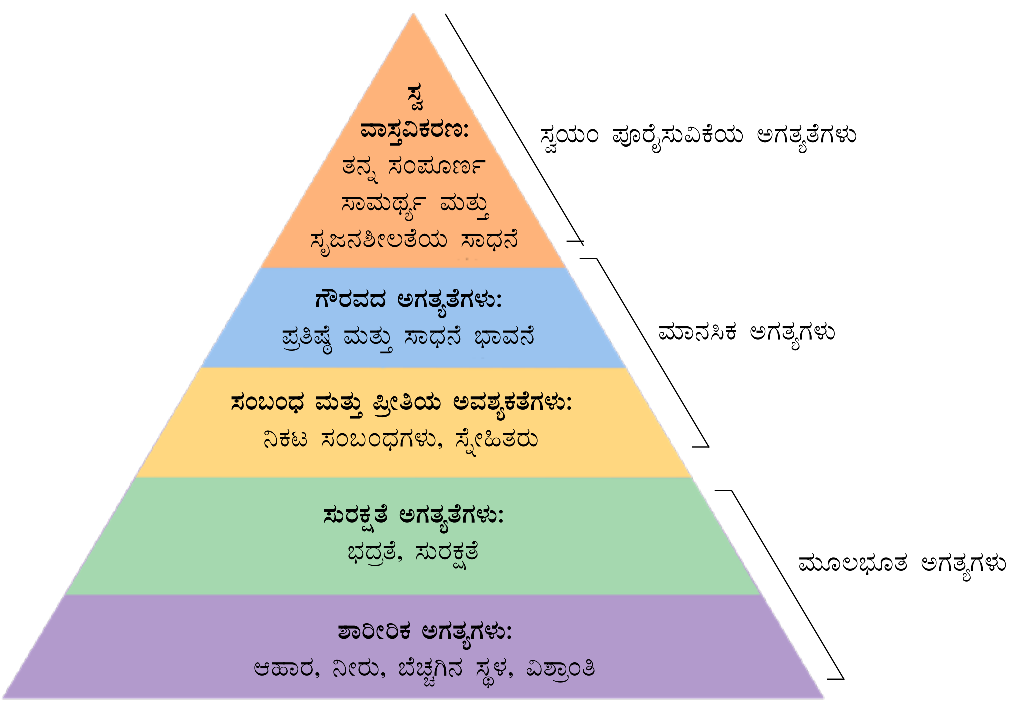
ನಿಮ್ಮ ಪೂರ್ಣ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಸಾಧಿಸಲು, ನೀವು ನಿಮ್ಮೊಳಗನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ನೀವು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಯಾವ ರೀತಿಯ ವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂದು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಈ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ಸ್ವಯಂ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವುದು ನಿಮಗೆ ಬೆಳೆಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮೊಳಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬೇಕಾದ, ಬದಲಾಯಿಸಬೇಕಾದ ಅಥವಾ ತೆಗೆದುಹಾಕಬೇಕಾದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಯಾವುದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ, ನಿಮ್ಮ ವರ್ತನೆ ಹೇಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು ಯಾವುವು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಆಳವಾಗಿ ಗಮನಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಪ್ರೇರಣೆ ಎಂದರೇನು?

ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ನೀವು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ತೊಡಗಲು ಅಥವಾ ವರ್ತಿಸಲು ಪ್ರೇರಣೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಆಸೆಗಳಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ – ಜನರು ಅನೇಕ ವಿಭಿನ್ನ ವಿಷಯಗಳಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಾರೆ. ಮ್ಯಾಸ್ಲೋಸ್ ಹೈರಾರ್ಕಿ ಆಫ್ ನೀಡ್ಸ್ ನೋಡುವ ಮೂಲಕ ನಾವು ಇದನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಮ್ಯಾಸ್ಲೋಸ್ ಹೈರಾರ್ಕಿ ಆಫ್ ನೀಡ್ಸ್

ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಅಮೇರಿಕನ್ ಮನಶ್ಶಾಸ್ತ್ರಜ್ಞ ಅಬ್ರಹಾಂ ಮಾಸ್ಲೋ ಯಾವುದು ಜನರನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸಿದ್ದರು. ಜನರು ಐದು ವಿಧದ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಅವರು ನಂಬಿದ್ದರು, ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯಗಳಿಂದ (ಶಾರೀರಿಕ ಅಗತ್ಯಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ) ಸ್ವಯಂ–ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮುಖ ಅಗತ್ಯಗಳವರೆಗೆ (ಸ್ವಯಂ–ವಾಸ್ತವೀಕರಣದ ಅಗತ್ಯಗಳು ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ). ಶಾರೀರಿಕ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ವಾಸ್ತವೀಕರಣದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ನಡುವೆ ಇತರ ಮೂರು ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿವೆ – ಸುರಕ್ಷತೆ ಅಗತ್ಯಗಳು, ಸೇರುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಪ್ರೀತಿಯ ಅಗತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಗೌರವ ಅಗತ್ಯಗಳು. ಈ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಐದು ಹಂತಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪಿರಮಿಡ್‌ನಂತೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದನ್ನು ಮ್ಯಾಸ್ಲೋಸ್ ಹೈರಾರ್ಕಿ ಆಫ್ ನೀಡ್ಸ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.



ಪಿರಮಿಡ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ಕಾಣುತ್ತಿರುವಂತೆ, ಕಡಿಮೆ ಮಟ್ಟವು ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಚಿತ್ರಿಸುತ್ತದೆ. ಆ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವವರೆಗೆ ನಮ್ಮ ನಡವಳಿಕೆಯು ನಮ್ಮ ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯಗಳಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಎಂದು ಮಾಸ್ಲೊ ನಂಬಿದ್ದರು. ಅವುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದ ನಂತರ, ನಾವು ಮುಂದಿನ ಹಂತಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಹಂತದ ಅಗತ್ಯಗಳಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತೇವೆ. ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಇದನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳೋಣ.

ರೂಪಾ ಬಡ ಕುಟುಂಬದಿಂದ ಬಂದವಳು. ಅವಳು ಎಂದಿಗೂ ಸಾಕಷ್ಟು ಆಹಾರ, ನೀರು, ಬೆಚ್ಚನೆಯ ಭಾವ ಅಥವಾ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಮಾಸ್ಲೋ ಪ್ರಕಾರ, ರೂಪಾ ಅವರು ಈ ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತೇನೆ ಎಂದು ಖಚಿತವಾಗುವವರೆಗೆ, ಮುಂದಿನ ಹಂತದ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರು ಯೋಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ – ಅವಳಿಗೆ ಸುರಕ್ಷತೆ ಅಗತ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಆದರೆ, ರೂಪಾ ತನ್ನ ಮೂಲಭೂತ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿದ ನಂತರ, ಅವಳು ಮುಂದಿನ ಹಂತಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತಾಳೆ ಮತ್ತು ಆಕೆಯ ನಡವಳಿಕೆಯು ಭದ್ರತೆ ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷತೆಯ ಅಗತ್ಯದಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಒಮ್ಮೆ ಈ ಹೊಸ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದರೆ, ರೂಪಾ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಮುಂದಿನ ಹಂತಕ್ಕೆ ಹೋಗುತ್ತಾಳೆ ಮತ್ತು ಸಂಬಂಧಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಿತರ ಅಗತ್ಯದಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಾಳೆ. ಈ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಪೂರೈಸಿದ ನಂತರ, ರೂಪಾ ನಾಲ್ಕನೇ ಹಂತದ ಅಗತ್ಯಗಳ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತಾಳೆ – ಅವಳಿಗೆ ಗೌರವ ಅಗತ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ನಂತರ ಅವಳು ಐದನೇ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯ ಹಂತದ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಹೋಗುತ್ತಾಳೆ – ತನ್ನ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ಬಯಕೆ.

ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಜನರು ಮೂಲಭೂತ, ಮಾನಸಿಕ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ–ನೆರವೇರಿಕೆಯ ಅಗತ್ಯಗಳಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ನಮಗೆ ಈಗ ತಿಳಿದಿದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಕೆಲವು ಜನರು ಹೆಚ್ಚು ಸವಾಲಿನ ಸಾಧನೆಗಳ ಸಾಧನೆಯಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಡುತ್ತಾರೆ. ಇದನ್ನು ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆ ಅಥವಾ 'ಸಾಧನೆಯ ಅಗತ್ಯ' ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಕ್ತಿಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರೇರಣೆ ಸಾಧನೆಯ ಮಟ್ಟವು ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ – ಪ್ರಮುಖವಾದದ್ದನ್ನು ಮತ್ತು ವಿಶಿಷ್ಟವಾದದ್ದನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಆಳವಾದ ಬಯಕೆ. ಸವಾಲುಗಳು ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸಿನಿಂದ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರೇರಿತರಾಗಿರುವ ಜನರನ್ನು ಅವರು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಅಷ್ಟೇ ಮುಖ್ಯ.

ಯಾವುದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ?

ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ವಿಷಯಗಳು ಯಾವುವು? ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ಐದು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಉತ್ತರಿಸಲು ಮರೆಯದಿರಿ!

ನಾನು ಇವರಿಂದ ಪ್ರೇರೇಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದೇನೆ:

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

____

ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯೊಂದಿಗಿನ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆ ಹೊಂದಿರುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ವಿವರಿಸಬಹುದು:

* ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಾಧನೆಗಾಗಿ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ಹೆದರುವುದಿಲ್ಲ
* ಪ್ರೀತಿಗೆ ಸವಾಲು ಹಾಕಲಾಗುತ್ತಿದೆ
* ಭವಿಷ್ಯ-ಆಧಾರಿತ
* ಬಾಗುವಂತಹ ಮತ್ತು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ
* ಧನಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಿಂತ ಋಣಾತ್ಮಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಮೌಲ್ಯ ನೀಡುವುದು

ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ:

* ಈ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ಎಷ್ಟನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ?
* ಈ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ಎಷ್ಟನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ?
* ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ ಸತತ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡುವುದು
* ಅತ್ಯಂತ ಧೈರ್ಯಶಾಲಿ
* ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲ ಮತ್ತು ನವೀನ
* ಪ್ರಕ್ಷುಬ್ಧತೆ – ನಿರಂತರವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಿರುವುದು
* ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ಹೊರುವುದು

ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೇಗೆ ಬೆಳೆಸುವುದು

ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿ ಎಂದರೆ ವರ್ತನೆ ಎನ್ನುವುದು ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನಾವು ಬಯಸಿ ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ ನಮ್ಮ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು, ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿದೆ! ಕೆಳಗಿನ ಸಲಹೆಗಳು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

* ನಿಮ್ಮ ವರ್ತನೆಯನ್ನು ನೀವು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ನೆನಪಿಡಿ, ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲ
* ದಿನದಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ 15 ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದನ್ನು ಓದಲು, ನೋಡಲು ಅಥವಾ ಕೇಳಲು ಮೀಸಲಿಡಿ
* ಕೇವಲ ದೂರು ನೀಡುವ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಜನರನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ ಮತ್ತು ನೀವೇ ದೂರು ನೀಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ
* ಧನಾತ್ಮಕ ಪದಗಳೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಶಬ್ದಕೋಶವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಪದಗುಚ್ಛಗಳನ್ನು ಅಳಿಸಿ
* ಮೆಚ್ಚುಗೆಯಿಂದಿರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿ, ನಿಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಇತರರಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಒಳ್ಳೆಯದೋ ಅದರ ಮೇಲೆ ಗಮನಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ
* ನೀವು ಬಲಿಪಶು ಎಂದು ಯೋಚಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರಾಗಿರಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ
* ನೀವು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ಕಲ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

ವರ್ತನೆ ಎಂದರೇನು?

ಸ್ವಯಂ-ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ ಎಂದು ಈಗ ನಾವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದೇವೆ, ನಮ್ಮನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ವರ್ತನೆ ವಹಿಸುವ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನೋಡೋಣ. ವರ್ತನೆಯನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರವೃತ್ತಿ (ಧನಾತ್ಮಕ ಅಥವಾ ಋಣಾತ್ಮಕ) ಎಂದು ವಿವರಿಸಬಹುದು, ಯಾರಾದರೂ ಅಥವಾ ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಯೋಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಅನುಭವಿಸಲು. ವರ್ತನೆಯು ಜೀವನದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶದಲ್ಲೂ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಅಡಿಪಾಯವಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ವರ್ತನೆ ನಮ್ಮ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಸ್ನೇಹಿತ ಅಥವಾ ನಮ್ಮ ಕೆಟ್ಟ ಶತ್ರುವಾಗಿರಬಹುದು. ಬೇರೆ ಪದಗಳಲ್ಲಿ:

"ಜೀವನದ ಏಕೈಕ ಅಂಗವೈಕಲ್ಯವೆಂದರೆ ಕೆಟ್ಟ ವರ್ತನೆ."

ನೀವು ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ, ಕಷ್ಟದ ಸಮಯಗಳು ಮತ್ತು ವೈಫಲ್ಯಗಳಿಂದ ಉತ್ತಮ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸಿನವರೆಗೆ ನೀವು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದು ಖಚಿತ. ನಿಮ್ಮ ವರ್ತನೆಯು ಕಠಿಣ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಕೈಹಿಡಿಯುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸಿನತ್ತ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕರೆದೊಯ್ಯುತ್ತದೆ. ವರ್ತನೆ ಕೂಡ ಸಾಂಕ್ರಾಮಿಕವಾಗಿದೆ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಹಿಡಿದು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳವರೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಹೂಡಿಕೆದಾರರವರೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿನ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವು ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಆದರೆ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವು ನಿಮ್ಮ ಜನರನ್ನು ದುರ್ಬಲಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು ಯಾವುವು?

ನಿಮ್ಮನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಇನ್ನೊಂದು ವಿಧಾನವೆಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಗುರುತಿಸುವುದು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಬಳಸಲು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ಕೆಳಗಿನ ಎರಡು ಕಾಲಂಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ನಿಮಗೆ ನೀವು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕರಾಗಿರಲು ಮರೆಯದಿರಿ

ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು	ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು

ಸಲಹೆಗಳು

* ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ಕಲಿಯಬಹುದು.
* ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಹಿಂಜರಿಯದಿರಿ.
* ಆರಂಭಿಸಿರುವುದನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ತರಬೇತಿಗೊಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ದೊಡ್ಡ ಕನಸು ಕಾಣಿರಿ.

10.1.4 ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಕೆಲಸದ ನೀತಿಗಳು: ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಎಂದರೇನು?

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯು ನ್ಯಾಯೋಚಿತ ಮತ್ತು ಸತ್ಯವಾದ ಗುಣವಾಗಿದೆ. ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವುದು ಮತ್ತು ವರ್ತಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕನೆಂದು ವರ್ಣಿಸಲಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಸತ್ಯವಂತ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಎಂದು ನೋಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ವಂಚನೆ ಅಥವಾ ಮೋಸವಿಲ್ಲದ ಮತ್ತು ಕಳ್ಳತನ ಅಥವಾ ಮೋಸ ಮಾಡದ ವ್ಯಕ್ತಿಯಂತೆ ನೋಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಗೆ ಎರಡು ಆಯಾಮಗಳಿವೆ – ಒಂದು ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಇನ್ನೊಂದು ನಡವಳಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ.

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಮನಸ್ಸಿನ ಶಾಂತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯು ಆತಂಕವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಪನಂಬಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಘರ್ಷದಿಂದ ತುಂಬಿದ ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಣಗಳು

ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಕೆಲವು ವಿಶಿಷ್ಟ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಜನರಲ್ಲಿನ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುಣಗಳು:

1. ಇತರರು ತಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ಏನು ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಅವರು ಚಿಂತಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರು ತಮ್ಮನ್ನು ತಾವು ನಂಬುತ್ತಾರೆ – ಅವರು ತಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವಕ್ಕಾಗಿ ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತಾರೆಯೇ ಅಥವಾ ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲವೇ ಎಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ತಲೆಕೆಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ.
2. ಅವರು ತಮ್ಮ ನಂಬಿಕೆಗಳ ಪರವಾಗಿ ನಿಲ್ಲುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವು ಅಲ್ಪಸಂಖ್ಯಾತರ ಮೇಲಿದೆ ಎಂಬ ಅರಿವಿದ್ದರೂ ಅವರು ತಮ್ಮ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ನೀಡಲು ಹಿಂದೆಮುಂದೆ ನೋಡುವುದಿಲ್ಲ.
3. ಅವರು ದಪ್ಪಚರ್ಮದವರು. ಇದರರ್ಥ ತಮ್ಮ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಗಾಗಿ ಅವರ ಬಗ್ಗೆ ಇತರರು ಏನೆಂದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತಲೆಕೆಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದಿಲ್ಲ.
4. ಅವರು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ, ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ ಮತ್ತು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಸ್ನೇಹವನ್ನು ಬೆಸೆಯುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಜನರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸ್ನೇಹಿತರಿಂದ ಸುತ್ತುವರೆದಿರುತ್ತಾರೆ. ತಮ್ಮ ಸ್ನೇಹಿತರು ಯಾವಾಗಲೂ ತಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ನಿಜಾಯ್ತಿಯಿಂದ ಮತ್ತು ಜೊತೆಯಲ್ಲಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಅವರು ನಂಬುತ್ತಾರೆ.

ಅವರನ್ನು ಅವರ ಗೆಳೆಯರು ನಂಬುತ್ತಾರೆ. ಸತ್ಯವಾದ ಮತ್ತು ವಸ್ತುನಿಷ್ಠ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಸಲಹೆಗಾಗಿ ಅವರನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು.

* ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು: ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದಾಗ, ಇದು ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಪಾರದರ್ಶಕತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ, ಇದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೆಲಸದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.
* ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರು: ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಹೂಡಿಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರುವುದು ಎಂದರೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು, ಸಮಸ್ಯೆಯಿರುವ ವಿಷಯಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಬಹಿರಂಗವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವುದು. ಹೂಡಿಕೆದಾರರು ಸ್ಟಾರ್ಟ್‌ಅಪ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಹೊಸ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿವೆ ಎಂದು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಿ. ಎಲ್ಲವೂ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸರಾಗವಾಗಿ ಸಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯ ಗಂಟೆಯಾಗುತ್ತದೆ.
* ತನ್ನೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ: ತನ್ನೊಂದಿಗೆ ಅಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯ ಪರಿಣಾಮಗಳು ಭೀಕರ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು, ಅವರು ಯಾವಾಗಲೂ ತಮ್ಮ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿ ಉಳಿಯುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಅದು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಏನೆಂದು ನಿಖರವಾಗಿ ನಿರ್ಣಯಿಸುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯಮಿಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣವೆಂದರೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ. ಉದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು, ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿದ್ದಾಗ, ಅವರು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವವರನ್ನು ಗೌರವಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಉದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರುವುದು ಸಹ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರುವುದು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಹೇಗೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡೋಣ.

* ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು: ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿದ್ದಾಗ ಅದು ಬಲವಾದ ಸಂಬಂಧಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ವ್ಯಾಪಾರದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಬಲವಾದ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಪರ್ಕಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೆಲಸದ ನೀತಿಗಳು ಯಾವುವು?

ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ನೈತಿಕವಾಗಿರುವುದು ಎಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ನಿರ್ಧಾರಗಳು ಮತ್ತು ಸಂವಹನಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ, ಸಮಗ್ರತೆ ಮತ್ತು ಗೌರವದಂತಹ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಸುಳ್ಳು, ಮೋಸ ಮತ್ತು ಕಳ್ಳತನದಂತಹ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಗುಣಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬಾರದು ಎಂದರ್ಥ.

ಕಂಪನಿಯ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಗಳು ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚಿನ ನೈತಿಕತೆ ಮತ್ತು ತಂಡದ ಕೆಲಸದಂತೆ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೆಲಸದ ನೀತಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಹಾಕುತ್ತವೆ. ಈ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ಉದ್ಯೋಗಿ ಕೈಪಿಡಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಬಲವಾದ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯ ಅಂಶಗಳು

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಬಲವಾದ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು, ಹಾಗೆಯೇ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಅದೇ ಮಟ್ಟದ ನೈತಿಕ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ನಂಬುವ ಮತ್ತು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಬಲವಾದ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯ ಕೆಲವು ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ:

* **ವೃತ್ತಿಪರತೆ:** ನೀವು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸೆಟ್ಟಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತೀರಿ ಎನ್ನುವುದರಿಂದ ಹಿಡಿದು ನೀವು ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಇತರರನ್ನು ಹೇಗೆ ನಡೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದರ ವರೆಗೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
* **ಗೌರವಾನ್ವಿತತೆ:** ಇದರರ್ಥ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯು ಎಷ್ಟು ಒತ್ತಡ ಅಥವಾ ಲಘುಮನೋವೃತ್ತಿ ಇದ್ದರೂ ಸಹ ಸಮಚಿತ್ತದಿಂದ ಮತ್ತು ರಾಜತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಉಳಿಯುವುದು.
* **ಅವಲಂಬನೆ:** ಇದು ಮೀಟಿಂಗ್‌ಗೆ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಆಗಮಿಸುವುದಿರಲಿ ಅಥವಾ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದಿರಲಿ ನಿಮ್ಮ ಮಾತನ್ನು ಯಾವಾಗಲೂ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಎಂದರ್ಥ.
* **ಸಮರ್ಪಣೆ:** ಇದರರ್ಥ ಗೊತ್ತುಪಡಿಸಿದ ಕೆಲಸವು ಪೂರ್ಣಗೊಳ್ಳುವವರೆಗೆ ತ್ಯಜಿಸಲು ನಿರಾಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಕೆಲಸವನ್ನು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು.
* **ನಿರ್ಧಾರ:** ಇದರರ್ಥ ಅಡೆತಡೆಗಳು ನಿಮ್ಮನ್ನು ತಡೆಯಲು ಬಿಡುವ ಬದಲು ಸವಾಲುಗಳಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅಪೇಕ್ಷಿತ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವದೊಂದಿಗೆ ಮುಂದಕ್ಕೆ ತಳ್ಳುವುದು.
* **ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ:** ಇದರರ್ಥ ನಿಮ್ಮ ಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕ್ರಿಯೆಗಳ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಗೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ತಪ್ಪುಗಳಿಗೆ ಮನ್ನಿಸದಿರುವುದು.
* **ವಿನಯ:** ಇದರರ್ಥ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಕಠಿಣ ಪರಿಶ್ರಮವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಾಧನೆಗಳಿಗಾಗಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

ಉತ್ತಮ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪೋಷಿಸುವುದು

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಂದ ನೀವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಈ ರೀತಿಯ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಕೆಲಸದ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕೆಂದು ನೀವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಬೇಕು:

* **ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆ:** ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ನಿಯೋಜಿಸಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಮೋಸ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಇಲ್ಲದೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯಿಂದ ಮಾಡಬೇಕು.
* **ಒಳ್ಳೆಯ ನಡವಳಿಕೆ:** ಎಲ್ಲಾ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರು ಆಶಾವಾದಿ, ಶಕ್ತಿಯುತ ಮತ್ತು ಧನಾತ್ಮಕವಾಗಿರಬೇಕು.
* **ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ:** ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ತಾವು ಇರಬೇಕಾದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ, ಅವರು ಇರಬೇಕಾದಾಗ ತೋರಿಸಬೇಕು.
* **ಉತ್ತಮ ಕೆಲಸದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು:** ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅಂದವಾಗಿರುವಂತೆ ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಎಂದಿಗೂ ಅನುಚಿತ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಬಾರದು, ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ವರ್ತಿಸಬೇಕು, ಇತ್ಯಾದಿ.
* **ಉಪಕ್ರಮ:** ಕನಿಷ್ಠ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರತಿ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರು ಚುರುಕಾಗಿದ್ದು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯೋತ್ಸಾಹವನ್ನು ತೋರಿಸಬೇಕು.
* **ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆ:** ನಂಬಿಕೆಯು ಅನುಸಂಧಾನ ಮಾಡುವುದಲ್ಲ. ಉದ್ಯೋಗಿಯನ್ನು ನಂಬಲಾಗದಿದ್ದರೆ, ಆ ಉದ್ಯೋಗಿಯನ್ನು ಹೊರಗೆ ಹಾಕಲು ದು ಸರಿಯಾದ ಸಮಯ

* **ಗೌರವ:** ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಕಂಪನಿ, ಕಾನೂನು, ಅವರ ಕೆಲಸ, ತಮ್ಮ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ತಮ್ಮನ್ನು ಗೌರವಿಸಬೇಕು.
* **ಸಮಗ್ರತೆ:** ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನೈತಿಕವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ಉತ್ತಮ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಬೇಕು.
* **ದಕ್ಷತೆ:** ದಕ್ಷ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಕಂಪನಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಆದರೆ ಅಸಮರ್ಥ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಸಮಯ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳ ವ್ಯರ್ಥವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುತ್ತಾರೆ

ಸಲಹೆಗಳು

* ಕೇಳಿದ್ದನ್ನು ಇಷ್ಟಪಡದಿದ್ದರೂ ಯಾರಾದರೂ ನಿಮಗೆ ಸತ್ಯವನ್ನು ಹೇಳಿದಾಗ ನೀವು ಕೋಪಿಸಬೇಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲು ಸದಾ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಿ.

10.1.5 ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ನಾವೀನ್ಯತೆ : ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಎಂದರೆ ಏನು?

ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಎಂದರೆ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಯೋಚಿಸುವುದು. ಇದರರ್ಥ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೊಸ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳಿಂದ ನೋಡುವುದು ಮತ್ತು ನಂತರ ಈ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ವಾಸ್ತವಕ್ಕೆ ಪರಿವರ್ತಿಸುವುದು. ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಎರಡು ಭಾಗಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ: ಚಿಂತನೆ ಮತ್ತು ರಚನೆ. ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ನೀವು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಅದು ಕಾಲ್ಪನಿಕ, ಸೃಜನಶೀಲ ಅಲ್ಲ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿ ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿದರೆ ಅದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸೃಜನಶೀಲರಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲ ಜನರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಸೃಜನಶೀಲ ಜನರ ಕೆಲವು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

* ಅವರು ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಮತ್ತು ಲವಲವಿಕೆಯವರು
* ಅವರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಬೇರೆ ಕೋನಗಳಿಂದ ನೋಡುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಸಣ್ಣ ವಿವರಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಬೇಸರದ ಬಗ್ಗೆ ತುಂಬಾ ಕಡಿಮೆ ಸಹಿಷ್ಣುತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ನಿಯಮ ಮತ್ತು ದಿನಚರಿಯನ್ನು ದ್ವೇಷಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಹಗಲುಗನಸು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ತುಂಬಾ ಕುತೂಹಲಿಗಳಾಗಿರುತ್ತಾರೆ

ನಾವೀನ್ಯತೆ ಎಂದರೇನು?

ನಾವೀನ್ಯತೆಗೆ ಹಲವು ವಿಭಿನ್ನ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳಿವೆ. ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ನಾವೀನ್ಯತೆ ಎಂದರೆ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ಪರಿಹಾರವಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವುದು. ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಸುಧಾರಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ.

ಹೆಚ್ಚು ನವೀನ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ನವೀನ ಜನರ ಕೆಲವು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

* ಅವರು ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರಿಗೆ ಅಡ್ಡದಾರಿ ಹಿಡಿಯುವುದರಲ್ಲಿ ನಂಬಿಕೆ ಇರುವುದಿಲ್ಲ.
* ಅವರು ಅಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕವಾಗಿರಲು ಹೆದರುವುದಿಲ್ಲ
* ಅವರು ಹೆಚ್ಚು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಕಾರ್ಯಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಪಟ್ಟುಹಿಡಿದು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವವರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಸಂಘಟಿತರಾತಿ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿ ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳಿಗೆ ವಿಮುಖರಾಗಿ ಇರುತ್ತಾರೆ

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವು ಶಕ್ತಿಭರಿತ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ತಾಜಾ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ನಿಮ್ಮ ಸೃಜನಶೀಲ ಕೆಲಸದಿಂದ ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ವಿರಾಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ಆಗಾಗ್ಗೆ ಮೂಲಮಾದರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿ, ಅವುಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ, ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಪಡೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿ.

10.1.6 ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ: ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎಂದರೇನು?

ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಸಂಘಟಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ನಡುವೆ ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಯೋಜಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ. ಉತ್ತಮ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಕೆಲಸ (ಕಡಿಮೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ಮಾಡುವುದು) ಮತ್ತು ಕಷ್ಟಪಟ್ಟು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದರ (ಹೆಚ್ಚು ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು) ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ.

ನೀವು ಕಠಿಣ ಗಡುವನ್ನು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಒತ್ತಡದ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವಾಗಲೂ ಸಹ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಸಮರ್ಥ ಕೆಲಸದ ಔಟ್‌ಪುಟ್‌ಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸದಿರುವುದು ಅಸಮರ್ಥ ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒತ್ತಡ ಮತ್ತು ಆತಂಕವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅನುಕೂಲಗಳು

ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯು ಇಂತಹ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ:

* ಹೆಚ್ಚಿನ ಉತ್ಪಾದಕತೆ
* ಹೆಚ್ಚಿನ ದಕ್ಷತೆ
* ಉತ್ತಮ ವೃತ್ತಿಪರ ಖ್ಯಾತಿ
* ಕಡಿಮೆ ಒತ್ತಡ
* ವೃತ್ತಿ ಪ್ರಗತಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶಗಳು
* ಗುರಿ ಸಾಧಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶಗಳು

ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸದಿದ್ದರೆ ಈ ಅನಪೇಕ್ಷಿತ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು:

* ಮೀರಿಹೋಗುವ ಗಡುವುಗಳು
* ಕೆಳದರ್ಜೆಯ ಕೆಲಸದ ಗುಣಮಟ್ಟ
* ವೃತ್ತಿಯ ಸ್ಥಗಿತಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ
* ಕೆಲಸದ ಪೂರೈಕೆಯಲ್ಲಿ ಕೊರತೆ
* ವೃತ್ತಿಪರತೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಸರು ಕೆಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ
* ಒತ್ತಡ ಮತ್ತು ಆತಂಕದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಾಹಕರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಾಹಕರ ಕೆಲವು ಲಕ್ಷಣಗಳು:

* ಅವರು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಾರೆ,
* ಅವರು ದೈನಂದಿನ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಉತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು, ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಮಾರ್ಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.
* ಅವರು ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಮತ್ತು ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನವರು
* ಸಹಾಯದ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಅವರು ಜನರಿಗೆ ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ತಿಳಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳುವುದು ಅವರಿಗೆ ಗೊತ್ತು
* ಅವರು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗಡುವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಹಂತಗಳಾಗಿ ವಿಭಜಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಗುರಿಗಳನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಸಹಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಕೇಳುತ್ತಾರೆ,
* ಅವರು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಬಲ್ಲರು

ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂತ್ರಗಳು

ಕೆಲವು ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ನೀವು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು. ಕೆಲವು ಸಹಾಯಕ ಸಲಹೆಗಳೆಂದರೆ:

* ನಿಮ್ಮ ದಿನವನ್ನು, ಹಾಗೆಯೇ ಅಡಚಣೆಗಳ ನಿವಾರಣೆಯನ್ನೂ ಯೋಜಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಸಮಯದ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಲು ಕನಿಷ್ಠ 30 ನಿಮಿಷಗಳನ್ನು ನೀಡಿ. ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ, ಅಡಚಣೆಗಳಿಗಾಗಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ.
* ನೀವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಮಾಣದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಮುಗಿಸಬೇಕಾದಾಗ "ಅಡಚಣೆ ಮಾಡಬೇಡಿ" ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಹಾಕಿ.
* ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ಗಮನಭಂಗಗಳಿಂದ ದೂರವಿರಿ. ರಿಂಗಣಿಸುವ ಫೋನ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸಲು ಕಲಿಯಿರಿ, ಚಾಟ್ ಸಂದೇಶಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಡಿ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ತಾಣಗಳ ಸಂಪರ್ಕ ಕಡಿದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ವೇಗವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿರುವವರ ಅನನ್ಯ ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಸಹ ತೋರಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.
* ಕೆಲಸ ಮುಂದೂಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ. ಆಲಸ್ಯವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವೈಫಲ್ಯದ ಭಯ ಅಥವಾ ನೀವು ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದಷ್ಟು ಪರಿಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂಬ ನಂಬಿಕೆಯಿಂದ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಿ. ಪ್ರತಿ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಅದರ ತುರ್ತು ಅಥವಾ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯ ಕ್ರಮದಲ್ಲಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ನಂತರ ಪ್ರತಿ ಕೆಲಸವನ್ನು ಒಂದೊಂದಾಗಿ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸಿ. ನೀವು ಎಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿದಿನ ಎಷ್ಟು ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ದಾಖಲಿಸಿ ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ.
* ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥವಾಗದಂತೆ ಮಾಡಲು ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಯಾವಾಗಲೂ ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮೊದಲು ಮುಗಿಸಿ.
* ಪ್ರತಿದಿನ ಕನಿಷ್ಠ 7 – 8 ಗಂಟೆಗಳ ನಿದ್ದೆ ಮಾಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ದಿನವನ್ನು ಬೇಗ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ.
* ಚಿಕ್ಕ, ಮುಖ್ಯವಲ್ಲದ ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡಬೇಡಿ.
* ನೀವು ಕೈಗೊಳ್ಳುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕಾರ್ಯಕ್ಕೂ ಸಮಯದ ಮಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ.
* ಕಾರ್ಯಗಳ ನಡುವೆ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಪಡೆಯಲು ಸ್ವಲ್ಪ ಕಾಲ ನೀಡಿ.

10.1.7 ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆ: ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎಂದರೇನು?

ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಹೀಗೆ:

1. ನೀವು ಅಥವಾ ಬೇರೆಯವರು ಕೋಪಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಚಿಹ್ನೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಕಲಿಯುವುದು
2. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಶಾಂತಗೊಳಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಕ್ರಮವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು.

ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆ ಎಂದರೆ ಕೋಪವನ್ನು ನಿಗ್ರಹಿಸುವುದು ಎಂದಲ್ಲ.

ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಮಹತ್ವ

ಕೋಪವು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾನವ ಭಾವನೆಯಾಗಿದೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ವಹಿಸಿದಾಗ, ಕೋಪವನ್ನು ಆರೋಗ್ಯಕರ ಭಾವನೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಬಹುದು. ಹೇಗಾದರೂ, ಅದನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಳ್ಳದಿದ್ದರೆ, ಕೋಪವು ನಮ್ಮನ್ನು ಅನುಚಿತವಾಗಿ ವರ್ತಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಾವು ನಂತರ ವಿಷಾದಿಸಬಹುದಾದ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ಅಥವಾ ಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

ವಿಪರೀತ ಕೋಪವು:

* **ನಿಮ್ಮನ್ನು ದೈಹಿಕವಾಗಿ ನೋಯಿಸುತ್ತದೆ:** ಇದು ಹೃದ್ರೋಗ, ಮಧುಮೇಹ, ರೋಗನಿರೋಧಕ ಶಕ್ತಿಯ ಕೊರತೆ, ನಿದ್ರಾಹೀನತೆ ಮತ್ತು ಅಧಿಕ ರಕ್ತದೊತ್ತಡಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.
* **ನಿಮ್ಮನ್ನು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ನೋಯಿಸುತ್ತದೆ:** ಇದು ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ಮಬ್ಬುಗೊಳಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಒತ್ತಡ, ಖಿನ್ನತೆ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
* **ನಿಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಜೀವನಕ್ಕೆ ಹಾನಿ ಮಾಡಬಹುದು:** ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳು, ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ದೂರವಿಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಗೌರವದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.
* **ನಿಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಹಾಳುಮಾಡಬಹುದು:** ನಿಮ್ಮ ಕುಟುಂಬ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಿತರಿಗೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಂಬಲು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ, ನಿಮ್ಮೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಲೂ ಹಾಯಾಗಿರಿ.

ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆ ಅಥವಾ ಕೋಪವನ್ನು ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ತುಂಬಾ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆ ತಂತ್ರಗಳು

ನಿಮ್ಮ ಕೋಪವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಕೆಲವು ತಂತ್ರಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

ತಂತ್ರ 1: ವಿಶ್ರಾಂತಿ

ಆಳವಾದ ಉಸಿರಾಟ ಮತ್ತು ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ನೋಡುವುದು ಕೋಪದ ಭಾವನೆಗಳನ್ನು ಶಾಂತಗೊಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಅದ್ಭುತಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಸರಳ ಉಸಿರಾಟದ ವ್ಯಾಯಾಮವನ್ನು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ:

1 ನಿಮ್ಮ ಹೊಟ್ಟೆಯಿಂದ ಆಳವಾದ ಉಸಿರನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ (ನಿಮ್ಮ ಎದೆಯಿಂದ ಉಸಿರಾಡಬೇಡಿ)

2 ನಿಮ್ಮ ಉಸಿರಾಟವು ನಿಮ್ಮ ಹೊಟ್ಟೆಯಿಂದ ಮೇಲಕ್ಕೆ ಬರುವುದನ್ನು ಕಲ್ಪಿಸಿ.

3 'ವಿಶ್ರಾಂತಿ' ಅಥವಾ 'ಆರಾಮ' ಎಂಬಂತಹ ಪದವನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸುತ್ತಿರಿ. (ಆ ಪದವನ್ನು ಪುನರಾವರ್ತಿಸುವಾಗ ಆಳವಾಗಿ ಉಸಿರಾಡಿ)

4 ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಕ್ಷಣವನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ (ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸ್ಮರಣೆಯಿಂದ ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯಿಂದ ಆಗಿರಬಹುದು)

ಪ್ರತಿದಿನ ಈ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ತಂತ್ರವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನೀವು ಕೋಪಗೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂದು ನೀವು ತಿಳಿದಾಗ.

ತಂತ್ರ 2: ಅರಿವಿನ ಪುನರ್ರಚನೆ

ಅರಿವಿನ ಪುನರ್ರಚನೆ ಎಂದರೆ ನೀವು ಯೋಚಿಸುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು. ಕೋಪವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಶಪಿಸುವಂತೆ, ಪ್ರತಿಜ್ಞೆ ಮಾಡಲು, ಉತ್ಪ್ರೇಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ನಾಟಕೀಯವಾಗಿ ವರ್ತಿಸುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಂಭವಿಸಿದಾಗ, ನಿಮ್ಮ ಕೋಪದ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ತಾರ್ಕಿಕವಾದವುಗಳೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಯಿಸಲು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, 'ಎಲ್ಲವೂ ಹಾಳಾಗಿದೆ' ಎಂದು ಯೋಚಿಸುವ ಬದಲು ನಿಮ್ಮ ಮನಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ ಮತ್ತು 'ಇದು ಪ್ರಪಂಚದ ಅಂತ್ಯವಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕೋಪಗೊಳ್ಳುವುದು ಇದನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದಿಲ್ಲ' ಎಂದು ಹೇಳಿಕೊಳ್ಳಿ.

ತಂತ್ರ 3: ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಬಗೆಹರಿಸುವುದು

ನೀವು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲಾಗದ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕೋಪಗೊಳ್ಳುವುದು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನೈಸರ್ಗಿಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ, ನೀವು ಎಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದರೂ, ನೀವು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಕಷ್ಟಕ್ಕೆ ಪರಿಹಾರ ಸಿಗದಿರಬಹುದು. ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ, ಬದಲಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ಮತ್ತು ಎದುರಿಸಲು ಗಮನಹರಿಸಿ. ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಕೈಲಾದಷ್ಟು ಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ, ಆದರೆ ನೀವು ಬಯಸಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ನೀವು ಪಡೆಯದಿದ್ದರೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವು ದೂಷಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

ತಂತ್ರ 4: ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ

ನೀವು ಕೋಪಗೊಂಡಾಗ, ತಪ್ಪಾದ ತೀರ್ಮಾನಗಳಿಗೆ ಹೋಗುವುದು ತುಂಬಾ ಸುಲಭ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ನೀವು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಹೇಳುವ ಮೊದಲು ನೀವು ಏನು ಹೇಳಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಯೋಚಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ತಲೆಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಮೊದಲ ವಿಷಯವನ್ನು ಹೇಳುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ಇನ್ನೊಬ್ಬ ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ ಎಂದು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಕೇಳಲು ನೀವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಒತ್ತಾಯಿಸಿ. ನಂತರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವ ಮೊದಲು ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ.

ತಂತ್ರ 5: ನಿಮ್ಮ ಪರಿಸರವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು

ನಿಮ್ಮ ಪರಿಸರವು ನಿಮ್ಮ ಕೋಪಕ್ಕೆ ಕಾರಣ ಎಂದು ನೀವು ಕಂಡುಕೊಂಡರೆ, ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಮುತ್ತಲಿನ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ವಿರಾಮವನ್ನು ನೀಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ತುಂಬಾ ತೀವ್ರವಾದ ಮತ್ತು ಒತ್ತಡದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮಗಾಗಿ ಸ್ವಲ್ಪ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಲು ಸಕ್ರಿಯ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ. ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯದ ಸ್ತಬ್ಧ ಅಥವಾ ಏಕಾಂಗಿ ಸಮಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಶಾಂತಗೊಳಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಕೋಪ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಲಹೆಗಳು

ಕೆಳಗಿನ ಸಲಹೆಗಳು ನಿಮ್ಮ ಕೋಪವನ್ನು ಹತೋಟಿಯಲ್ಲಿಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

* ನೀವು ಕೋಪದಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ನೀವು ಶಾಂತವಾದ ನಂತರ ನಿಮ್ಮ ಕೋಪದ ಕಾರಣವನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ, ಆದರೆ ಮುಖಾಮುಖಿಯಲ್ಲದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ.
* ನಿಮಗೆ ಕೋಪ ಬರುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದಾಗ ಓಡುವುದು ಅಥವಾ ಚುರುಕಾಗಿ ನಡೆಯುವಂತಹ ಕೆಲವು ರೀತಿಯ ದೈಹಿಕ ವ್ಯಾಯಾಮ ಮಾಡಿ.
* ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಒತ್ತಡದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಸಣ್ಣ ವಿರಾಮಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ದಿನಚರಿಯ ಭಾಗವಾಗಿ ಮಾಡಿ. ಸಮಸ್ಯೆಯು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೋಪಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಅಂಶದ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವ ಬದಲು, ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೋಪಗೊಳ್ಳುವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸುವುದು ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಕೋಪಗೊಂಡವರ ವಿರುದ್ಧ ದ್ವೇಷ ಸಾಧಿಸುವ ಬದಲು ಅವರನ್ನು ಕ್ಷಮಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.
* ವ್ಯಂಗ್ಯ ಮತ್ತು ಅವಮಾನಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ. ಬದಲಾಗಿ, ನಿಮ್ಮ ಹತಾಶೆಯ ಕಾರಣವನ್ನು ಸಭ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಬುದ್ಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.

10.1.8 ಒತ್ತಡ ನಿರ್ವಹಣೆ: ಒತ್ತಡ ಎಂದರೇನು?

ನಾವು ಅತಿಹೆಚ್ಚು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಹೊತ್ತಿರುವಾಗ ಮತ್ತು ನಮ್ಮ ಮೇಲೆ ಇರಿಸಲಾದ ಒತ್ತಡಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವ ನಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ಖಚಿತವಾಗಿರದಿದ್ದಾಗ ನಾವು 'ಒತ್ತಡಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗಿದ್ದೇವೆ' ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತೇವೆ. ನಮ್ಮ ಯೋಗಕ್ಷೇಮವನ್ನು ಸವಾಲು ಮಾಡುವ ಅಥವಾ ಬೆದರಿಕೆ ಹಾಕುವ ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಒತ್ತಡ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬಹುದು. ಒತ್ತಡವು ಒಳ್ಳೆಯದು ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟದ್ದಾಗಿರಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಉತ್ತಮ ಒತ್ತಡವು ನಮ್ಮನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಿದರೆ, ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಒತ್ತಡವು ನಮ್ಮ ಮಾನಸಿಕ ಮತ್ತು ದೈಹಿಕ ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ದುರ್ಬಲಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನಕಾರಾತ್ಮಕ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ.

ಒತ್ತಡದ ಕಾರಣಗಳು

ಒತ್ತಡವು ಆಂತರಿಕ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯ ಅಂಶಗಳಿಂದ ಉಂಟಾಗಬಹುದು.

ಒತ್ತಡದ ಆಂತರಿಕ ಕಾರಣಗಳು:

* ನಿರಂತರ ಚಿಂತೆ
* ಕಠಿಣ ಚಿಂತನೆ
* ಅವಾಸ್ತವಿಕ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು
* ನಿರಾಶಾವಾದ
* ಋಣಾತ್ಮಕ ಸ್ವ-ಮಾತು
* ಎಲ್ಲವನ್ನೊಳಗೊಂಡ ಅಥವಾ ಒಳಗೊಳ್ಳದ ವರ್ತನೆ

ಒತ್ತಡದ ಬಾಹ್ಯ ಕಾರಣಗಳು:

* ಜೀವನದ ಪ್ರಮುಖ ಬದಲಾವಣೆಗಳು
* ಸಂಬಂಧಗಳೊಂದಿಗೆ ತೊಂದರೆಗಳು
* ಮಾಡಲು ತುಂಬಾ ಇರುವುದು
* ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಶಾಲೆಯಲ್ಲಿ ತೊಂದರೆಗಳು
* ಹಣಕಾಸಿನ ತೊಂದರೆಗಳು
* ಒಬ್ಬರ ಮಕ್ಕಳು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಕುಟುಂಬದ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತಿಸುವುದು

ಒತ್ತಡದ ಲಕ್ಷಣಗಳು

ಒತ್ತಡದ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಹಲವಾರು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಳ್ಳಬಹುದು. ಒತ್ತಡದ ಅರಿವಿನ, ಭಾವನಾತ್ಮಕ, ದೈಹಿಕ ಮತ್ತು ನಡವಳಿಕೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ.

ಅರಿವಿನ ಲಕ್ಷಣಗಳು	ಭಾವನಾತ್ಮಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು
* ಜ್ಞಾಪಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು * ಏಕಾಗ್ರತೆಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು * ತೀರ್ಪಿನ ಕೊರತೆ * ನಿರಾಶಾವಾದ * ಆತಂಕ * ನಿರಂತರ ಚಿಂತೆ	* ಖಿನ್ನತೆ * ತಳಮಳ * ಕಿರಿಕಿರಿ * ಒಂಟಿತನ * ಆತಂಕ * ಕೋಪ

ದೈಹಿಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು	ವರ್ತನೆಯ ಲಕ್ಷಣಗಳು
* ನೋವು ಮತ್ತು ಶೂಲೆ * ಅತಿಸಾರ ಅಥವಾ ಮಲಬದ್ಧತೆ * ವಾಕರಿಕೆ * ತಲೆತಿರುಗುವಿಕೆ * ಎದೆನೋವು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಕ್ಷಿಪ್ರ ಹೃದಯಬಡಿತ * ಆಗಾಗ್ಗೆ ಶೀತ ಅಥವಾ ಜ್ವರ ತರಹದ ಭಾವನೆಗಳು	* ಹಸಿವು ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದು ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆಯಾಗುವುದು * ಹೆಚ್ಚು ನಿದ್ದೆ ಮಾಡುವುದು ಅಥವಾ ಸಾಕಷ್ಟು ನಿದ್ದೆ ಮಾಡದಿರುವುದು * ಸಾಮಾಜಿಕವಾಗಿ ಹಿಂತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು * ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸುವುದು * ಮದ್ಯಪಾನ ಅಥವಾ ಸಿಗರೇಟ್ ಸೇವನೆ * ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳಾ ಉಗುರು ಕಚ್ಚುವುದು, ಗಡಿಬಿಡಿ ಮುಂತಾದವು

ಒತ್ತಡ ನಿರ್ವಹಣೆಗೆ ಸಲಹೆಗಳು

ಕೆಳಗಿನ ಸಲಹೆಗಳು ನಿಮ್ಮ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು:

* ನಿಮ್ಮ ಒತ್ತಡದ ವಿವಿಧ ಮೂಲಗಳನ್ನು ನೀವು ನಿಭಾಯಿಸುವ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ.
* ನೀವು ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ನೆನಪಿಡಿ, ಆದರೆ ನೀವು ಹೇಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ನೀವು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬಹುದು.
* ಕೋಪದಿಂದ, ರಕ್ಷಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ನಿಷ್ಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವ ಬದಲು ನಿಮ್ಮ ಭಾವನೆಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ.
* ನೀವು ಒತ್ತಡವನ್ನು ಅನುಭವಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದಾಗ ಧ್ಯಾನ, ಯೋಗ ಅಥವಾ ತಾಯ್ ಚಿಯಂತಹ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ದಿನದ ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ವ್ಯಾಯಾಮಕ್ಕೆ ಮೀಸಲಿಡಿ.
* ಹಣ್ಣುಗಳು ಮತ್ತು ತರಕಾರಿಗಳಂತಹ ಆರೋಗ್ಯಕರ ಆಹಾರವನ್ನು ಸೇವಿಸಿ. ವಿಶೇಷವಾಗಿ ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಸಕ್ಕರೆ ಹೊಂದಿರುವ ಅನಾರೋಗ್ಯಕರ ಆಹಾರಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ದಿನವನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ; ಇದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ನೀವು ಕಡಿಮೆ ಒತ್ತಡದೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು.
* ಅಗತ್ಯಬಿದ್ದಾಗ ಜನರು ಮತ್ತು ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಹವ್ಯಾಸಗಳು ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ಸಮಯವನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ.
* ನೀವು ಕನಿಷ್ಠ 7–8 ಗಂಟೆಗಳ ನಿದ್ದೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕೆಫೀನ್ ಸೇವನೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿ.
* ಕುಟುಂಬ ಮತ್ತು ಸ್ನೇಹಿತರೊಂದಿಗೆ ಕಳೆಯುವ ಸಮಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನೀವು ಒತ್ತಡವನ್ನು ಅನುಭವಿಸಿದರೂ ಸಹ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೀವು ನಗುವಂತೆ ಒತ್ತಾಯಿಸಿ. ನಗುವುದು ನಮಗೆ ವಿಶ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ಸಂತೋಷವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.
* ಬಲಿಪಶುವಿನಂತಾಗಿರುವೆ ಎಂಬ ಭಾವನೆ ಮತ್ತು ಆಲೋಚನೆಯಿಂದ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ ಮತ್ತು ಚಟುವಟಿಕೆಯಿಂದಿರುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸಿ.

10.2: ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ: ಒಂದು ಪುನರವಲೋಕನ

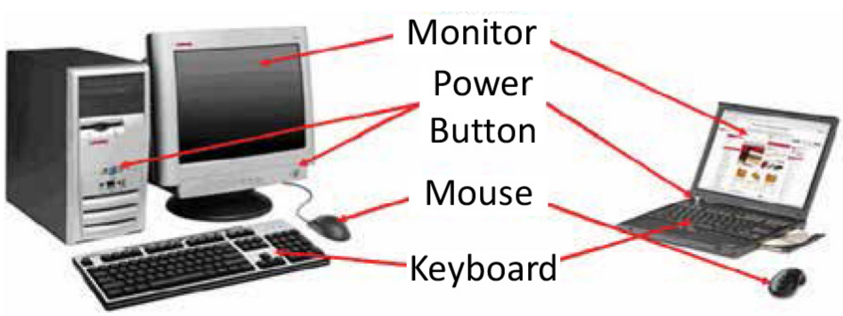
ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ:

1. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನ ಮೂಲ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು
2. ಕೀಬೋರ್ಡ್‌ನ ಮೂಲ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು
3. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪಾರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು
4. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪಾರಿಭಾಷೆಯನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು
5. ಮೂಲ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಕೀಗಳ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು
6. MS ಆಫೀಸ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
7. ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಔಟ್‌ಲುಕ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
8. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಅನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
9. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
10. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಅನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನವು ಹೇಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
11. ನೀವು ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಲು

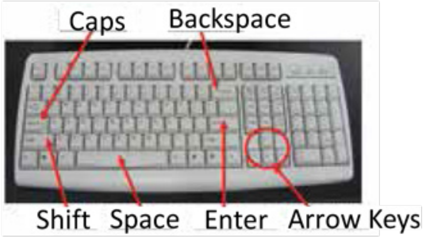
10.2.1 ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬೇಸಿಕ್ಸ್

ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ಭಾಗಗಳು



* **ಕೇಂದ್ರೀಯ ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಘಟಕ (CPU):** ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನ ಮೆದುಳು. ಇದು ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಹಾರ್ಡ್ ಡ್ರೈವ್:** ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಡೇಟಾವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಾಧನ.
* **ಮಾನಿಟರ್:** ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ದೃಷ್ಟಿಗೋಚರವಾಗಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪರದೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಾಧನ.
* **ಮೌಸ್:** ಮಾನಿಟರ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಐಟಂಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ಬಳಸುವ ಕೈಯಲ್ಲಿ ಹಿಡಿಯುವ ಸಾಧನ
* **ಸ್ಪೀಕರ್‌ಗಳು:** ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಿಂದ ಧ್ವನಿಯನ್ನು ಕೇಳಲು ನಿಮಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುವ ಸಾಧನಗಳು.
* **ಪ್ರಿಂಟರ್:** ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ನಿಂದ ಔಟ್‌ಪುಟ್ ಅನ್ನು ಮುದ್ರಿತ ಕಾಗದದ ದಾಖಲೆಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವ ಸಾಧನ.

ಕೀಬೋರ್ಡ್‌ನ ಮೂಲ ಭಾಗಗಳು



* **ಬಾಣದ ಕೀಲಿಗಳು:** ನಿಮ್ಮ ಕರ್ಸರ್ ಅನ್ನು ಸರಿಸಲು ಈ ಕೀಗಳನ್ನು ಒತ್ತಿರಿ.
* **ಸ್ಪೇಸ್ ಬಾರ್:** ಜಾಗವನ್ನು (ಸ್ಪೇಸ್) ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ.
* **ನಮೂದಿಸಿ/ಹಿಂತಿರುಗಿ:** ನಿಮ್ಮ ಕರ್ಸರ್ ಅನ್ನು ಹೊಸ ಸಾಲಿಗೆ ಸರಿಸಿ.
* **ಶಿಫ್ಟ್:** ನೀವು ದೊಡ್ಡ ಅಕ್ಷರ ಅಥವಾ ಕೀಲಿಯ ಮೇಲಿನ ಚಿಹ್ನೆಯನ್ನು ಟೈಪ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದರೆ ಈ ಕೀಲಿಯನ್ನು ಒತ್ತಿರಿ.
* **ಕ್ಯಾಪ್ಸ್ ಲಾಕ್:** ನೀವು ಟೈಪ್ ಮಾಡುವ ಎಲ್ಲಾ ಅಕ್ಷರಗಳು ದೊಡ್ಡ ಅಕ್ಷರಗಳಾಗಬೇಕೆಂದು ನೀವು ಬಯಸಿದರೆ ಈ ಕೀಲಿಯನ್ನು ಒತ್ತಿರಿ. ಸಣ್ಣ ಅಕ್ಷರಗಳನ್ನು ಟೈಪ್ ಮಾಡಲು ಹಿಂತಿರುಗಲು ಅದನ್ನು ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಒತ್ತಿರಿ.
* **ಬ್ಯಾಕ್‌ಸ್ಪೇಸ್:** ನಿಮ್ಮ ಕರ್ಸರ್‌ನ ಎಡಭಾಗದಲ್ಲಿರುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಅಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲ ಪದಗಳು

* **ಅಂತರ್ಜಾಲ:** ಅತಿ ವಿಸ್ತಾರವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಾಡುವ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳ ಸಂಗ್ರಹ.
* **ವರ್ಲ್ಡ್ ವೈಡ್ ವೆಬ್:** ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಅನುಮತಿಸುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆ.
* **ಜಾಲತಾಣ:** ವರ್ಲ್ಡ್ ವೈಡ್ ವೆಬ್‌ನಲ್ಲಿ (ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲ) ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸ್ಥಳ.
* **ಮುಖಪುಟ:** ಜಾಲತಾಣ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆ ಜಾಲತಾಣದಲ್ಲಿರುವ ಇತರ ಪುಟಗಳಿಗೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ನಿರ್ದೇಶಿಸುತ್ತದೆ.
* ಲಿಂಕ್/ಹೈಪರ್‌ಲಿಂಕ್: ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡಿದ ಅಥವಾ ಅಂಡರ್‌ಲೈನ್ ಮಾಡಿದ ಐಕಾನ್, ಗ್ರಾಫಿಕ್ ಅಥವಾ ಪಠ್ಯವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಇನ್ನೊಂದು ಫೈಲ್ ಅಥವಾ ಮಾಹಿತಿಗೆ ಕರೆದೊಯ್ಯುತ್ತದೆ.
* **ವೆಬ್ ವಿಳಾಸ/URL:** ಜಾಲತಾಣದ ವಿಳಾಸ.
* **ವಿಳಾಸ ಬಾಕ್ಸ್:** ಬ್ರೌಸರ್ ವಿಂಡೋದಲ್ಲಿ ನೀವು ವೆಬ್ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಟೈಪ್ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಬಾಕ್ಸ್.

ಸಲಹೆಗಳು

* .com ವಿಳಾಸಕ್ಕೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿದಾಗ, http:// ಅಥವಾ www ಎಂದು ಟೈಪ್ ಮಾಡುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಜಾಲತಾಣದ ಹೆಸರನ್ನು ಟೈಪ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನಂತರ Ctrl + Enter ಅನ್ನು ಒತ್ತಿರಿ. (ಉದಾಹರಣೆ: www.apple.com ಗೆ ಹೋಗಲು 'apple' ಎಂದು ಟೈಪ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು Ctrl + Enter ಒತ್ತಿರಿ)
* ಪಠ್ಯದ ಗಾತ್ರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು Ctrl ಕೀಲಿಯನ್ನು ಒತ್ತಿ ಮತ್ತು + ಅಥವಾ – ಒತ್ತಿರಿ.
* ವೆಬ್ ಪುಟವನ್ನು ರಿಫ್ರೆಶ್ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಮರುಲೋಡ್ ಮಾಡಲು F5 ಅಥವಾ Ctrl + R ಒತ್ತಿರಿ.

10.2.2 ಎಂಎಸ್ ಆಫೀಸ್ ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್

ಎಂಎಸ್ ಆಫೀಸ್ ಅಥವಾ ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಆಫೀಸ್ ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂಗಳ ಸೂಟ್ ಆಗಿದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಬಳಕೆದಾರರಿಗಾಗಿ ಉದ್ದೇಶಿಸಿದ್ದರೂ, ಇದು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ಗೃಹ ಬಳಕೆದಾರರು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಪೂರೈಸುವ ವಿಭಿನ್ನ ಆವೃತ್ತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂಗಳು ವಿಂಡೋಸ್ ಮತ್ತು ಮ್ಯಾಕಿಂತೋಷ್ ಎರಡಕ್ಕೂ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯ ಆಫೀಸ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಕೆಲವು ಜನಪ್ರಿಯ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವತ್ರಿಕವಾಗಿ ಬಳಸುವ MS ಆಫೀಸ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳೆಂದರೆ:

1. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ವರ್ಡ್:** ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಪಠ್ಯವನ್ನು ಟೈಪ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ಗೆ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
2. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಎಕ್ಸೆಲ್:** ಸ್ಪ್ರೆಡ್‌ಶೀಟ್‌ಗೆ ಡೇಟಾವನ್ನು ನಮೂದಿಸಲು ಮತ್ತು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
3. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಪವರ್‌ಪಾಯಿಂಟ್:** ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಪಠ್ಯ, ಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸೇರಿಸಲು ಮತ್ತು ಸ್ಲೈಡ್‌ಶೋಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತಿಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
4. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಔಟ್‌ಲುಕ್:** ಇಮೇಲ್ ಕಳುಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
5. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಒನ್‌ನೋಟ್:** ಪೇಪರ್‌ನಲ್ಲಿ ಪೆನ್‌ನ ಭಾವನೆಯೊಂದಿಗೆ ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.
6. **ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಆಕ್ಸೆಸ್:** ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನೇಕ ಕೋಷ್ಟಕಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.

ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಔಟ್‌ಲುಕ್ ಅನ್ನು ಏಕೆ ಆರಿಸಬೇಕು

ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಜನಪ್ರಿಯ ಇಮೇಲ್ ನಿರ್ವಹಣೆ ಆಯ್ಕೆ, ಮೈಕ್ರೋಸಾಫ್ಟ್ ಔಟ್ಲುಕ್ ವಿಳಾಸ ಪುಸ್ತಕ, ನೋಟ್ಬುಕ್, ವೆಬ್ ಬ್ರೌಸರ್ ಮತ್ತು ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್ ಅನ್ನು ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೆಂದರೆ:

* **ಇಂಟಿಗ್ರೇಟೆಡ್ ಸರ್ಚ್ ಫಂಕ್ಷನ್:** ಎಲ್ಲಾ ಔಟ್‌ಲುಕ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂಗಳಾದ್ಯಂತ ಡೇಟಾವನ್ನು ಹುಡುಕಲು ನೀವು ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.
* **ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಭದ್ರತೆ:** ನಿಮ್ಮ ಇಮೇಲ್ ಹ್ಯಾಕರ್‌ಗಳು, ಜಂಕ್ ಮೇಲ್ ಮತ್ತು ಫಿಶಿಂಗ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಇಮೇಲ್‌ನಿಂದ ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿದೆ.
* **ಇಮೇಲ್ ಸಿಂಕ್ ಮಾಡುವಿಕೆ:** ನಿಮ್ಮ ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್, ಸಂಪರ್ಕ ಪಟ್ಟಿ, ಒಂದು ಟಿಪ್ಪಣಿಯಲ್ಲಿ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು ಮತ್ತು... ನಿಮ್ಮ ಫೋನ್‌ನೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಮೇಲ್ ಅನ್ನು ಸಿಂಕ್ ಮಾಡಿ!
* **ಇಮೇಲ್‌ಗೆ ಆಫ್‌ಲೈನ್ ಪ್ರವೇಶ:** ಅಂತರ್ಜಾಲ ಇಲ್ಲವೇ? ತೊಂದರೆಯಿಲ್ಲ! ಇಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಆಫ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಮತ್ತೆ ಸಂಪರ್ಕಗೊಂಡಾಗ ಅವುಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಇಮೇಲ್‌ಗೆ ಪ್ರತ್ಯುತ್ತರಿಸಲು Ctrl+R ಅನ್ನು ಶಾರ್ಟ್‌ಕಟ್ ವಿಧಾನವಾಗಿ ಒತ್ತಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್ ಅಧಿಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಮುಖ ಇಮೇಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಹೊಂದಿಸಿ.
* ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಇನ್ಸರ್ಟ್ ಕೀಯನ್ನು ಒತ್ತುವ ಮೂಲಕ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಫ್ಲ್ಯಾಗ್ ಮಾಡಿ.
* ಪದೇ ಪದೇ ಕಳುಹಿಸಿದ ಇಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಮತ್ತೆ ಮತ್ತೆ ಬಳಸಲು ಟೆಂಪ್ಲೇಟ್‌ನಂತೆ ಉಳಿಸಿ.
* ಪ್ರಮುಖ ಇಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಫೈಲ್‌ಗಳಾಗಿ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿ ಉಳಿಸಿ.

10.2.3 ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ : ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಎಂದರೇನು?

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಎಂದರೆ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಖರೀದಿ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ, ಅಥವಾ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನವಾಗಿ ಹಣ ಅಥವಾ ಡೇಟಾವನ್ನು ರವಾನಿಸುವುದು. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಎನ್ನುವುದು 'ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಕಾಮರ್ಸ್'ನ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೂಪವಾಗಿದೆ.

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಉದಾಹರಣೆಗಳು:

* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್
* ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಪಾವತಿಗಳು
* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಹರಾಜುಗಳು
* ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್
* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಟಿಕೆಟಿಂಗ್

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಬಗೆಗಳು

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ವಹಿವಾಟಿನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಪ್ರಕಾರಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳೆಂದರೆ:

* **ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ (B2B):** ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುವ ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳು ವ್ಯವಹಾರದವು.
* **ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ (B2C):** ವ್ಯಾಪಾರಗಳು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನವಾಗಿ ಅಂತಿಮ-ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತವೆ.
* **ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ (C2C):** ಗ್ರಾಹಕರು ಇತರ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು, ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಒಗ್ಗೂಡುತ್ತಾರೆ.
* **ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ (C2B):** ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಖರವಾಗಿ ಆ ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
* **ವ್ಯವಹಾರದಿಂದ ಆಡಳಿತಕ್ಕೆ (B2A):** ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಆಡಳಿತದ ನಡುವೆ ನಡೆಸುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟುಗಳು.
* **ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಆಡಳಿತಕ್ಕೆ (C2A):** ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಆಡಳಿತದ ನಡುವೆ ನಡೆಸುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟುಗಳು.

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವ್ಯಾಪಾರವು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಕೆಲವು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.

ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು:

* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುತ್ತದೆ
* ಮೇಲಿನ ಖರ್ಚು-ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವ ಮೂಲಕ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ
* ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪದಗಳ ಬಳಕೆಯ ಮೂಲಕ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಅರಿವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ
* ಭೌಗೋಳಿಕ ಮತ್ತು ಸಮಯದ ನಿರ್ಬಂಧಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು:

* ಯಾವುದೇ ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿಗಿಂತ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ
* ದೂರದ ಸ್ಥಳಗಳಿಂದ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ
* ಬೆಲೆ ಹೋಲಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನ

ಭಾರತದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನಾಗರಿಕರಿಗೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸೇವೆಗಳು, ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಅವರು 2015 ರಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಅಭಿಯಾನವು ದೇಶದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ, ಹೀಗಾಗಿ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಸ್ತುತ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಶ್ರೇಣಿ 2 ಮತ್ತು ಶ್ರೇಣಿ 3 ನಗರಗಳಿಂದ ಬರುತ್ತವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನವು ಜಾರಿಗೆ ಬಂದ ನಂತರ, ಸರ್ಕಾರವು ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಪರ್ಕದ ಮೂಲಕ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ತಲುಪಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು ದೇಶದ ದೂರದ ಮೂಲೆಗಳಿಗೆ ಅಂತ್ರಜಾಲ ತಲುಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಭಾರತದ 4 ನೇ ಹಂತದ ಪಟ್ಟಣಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೀಣ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಚಟುವಟಿಕೆ

ನೀವು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ. ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತೀರಿ ಅಥವಾ ಹೊಸ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ರಚಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು, ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹತ್ತಿರದ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಗಮನವನ್ನು ನೀಡಿ.

10.3: ಹಣದ ವಿಷಯಗಳು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ:

1. ಹಣ ಉಳಿತಾಯದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
2. ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
3. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
4. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
5. ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ವೇರಿಯಬಲ್ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವೆ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ತಿಳಿಯಲು
6. ಹೂಡಿಕೆ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಕಾರಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
7. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
8. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
9. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ನ ಉಪಯೋಗಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
10. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆಯ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು

10.3.1 ವೈಯಕ್ತಿಕ ಹಣಕಾಸು – ಏಕೆ ಉಳಿಸಬೇಕು

ಉಳಿತಾಯದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಭವಿಷ್ಯವು ಅನಿರೀಕ್ಷಿತವಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಮಗೆಲ್ಲರಿಗೂ ತಿಳಿದಿದೆ. ನಾಳೆ, ಮುಂದಿನ ವಾರ ಅಥವಾ ಮುಂದಿನ ವರ್ಷ ಏನಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿಲ್ಲ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಿರವಾಗಿ ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವುದು ತುಂಬಾ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವುದು ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅದಕ್ಕಿಂತ ಮುಖ್ಯವಾಗಿ, ತುರ್ತು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಾಗಿ ನೀವು ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು ನಿಮಗೆ ಮನಸ್ಸಿಗೆ ಶಾಂತಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವುದು ಇನ್ನೂ ಹಲವು ಆಯ್ಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಬಾಗಿಲು ತೆರೆಯುತ್ತದೆ.

ಉಳಿತಾಯದ ಲಾಭಗಳು

ಉಳಿತಾಯದ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಅಪಾರ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿತಾಯವು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

* **ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಸ್ವತಂತ್ರರಾಗಲು:** ನೀವು ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿರಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸಿದಾಗ ನೀವು, ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದಾಗ ರಜೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು, ವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಮುಂತಾದ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು.
* **ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು:** ಉಳಿತಾಯದ ಮೂಲಕ, ನಿಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಪರ ಅನುಭವವನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಬಳದ ಉದ್ಯೋಗಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳಿಗೆ ಪಾವತಿಸಲು ನೀವು ಸಾಕಷ್ಟು ಗಳಿಸಬಹುದು.
* **ಋಣಭಾರದಿಂದ ಹೊರಬರಲು:** ಒಮ್ಮೆ ನೀವು ಮೀಸಲು ನಿಧಿಯಾಗಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಉಳಿಸಿದರೆ, ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹವಾಗಿರುವ ಸಾಲಗಳು ಅಥವಾ ಬಿಲ್‌ಗಳಂತಹ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಉಳಿತಾಯವನ್ನು ನೀವು ಬಳಸಬಹುದು.
* **ಅಚ್ಚರಿಯ ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಸಿದ್ಧರಾಗಲು:** ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವುದರಿಂದ ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಅನುಭವಿಸದೆ ಹಠಾತ್ ಕಾರು ಅಥವಾ ಮನೆ ರಿಪೇರಿಗಳಂತಹ ಅನಿರೀಕ್ಷಿತ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

* **ತುರ್ತು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳಿಗೆ ಪಾವತಿಸಲು:** ಹಠಾತ್ ಆರೋಗ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಅಥವಾ ತುರ್ತು ಪ್ರವಾಸಗಳಂತಹ ತುರ್ತು ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳನ್ನು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಹೊರೆಯಾಗದಂತೆ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಉಳಿತಾಯವು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
* **ದೊಡ್ಡ ಖರೀದಿ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು:** ಶ್ರದ್ಧೆಯಿಂದ ಉಳಿತಾಯ ಮಾಡಿದರೆ ಮನೆ ಅಥವಾ ಕಾರನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಂತಹ ಪ್ರಮುಖ ಖರೀದಿಗಳು ಮತ್ತು ಗುರಿಗಳ ಕಡೆಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಿಸುತ್ತದೆ.
* **ನಿವೃತ್ತಿ:** ಕೆಲಸದಿಂದ ನಿಮಗೆ ಆದಾಯ ಪಡೆಯುವುದು ನಿಂತಾಗ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ಉಳಿಸಿದ ಹಣವು ನಿಮ್ಮ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗಿರಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಖರ್ಚು ಮಾಡುವ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ. ವಾರದಲ್ಲಿ ಒಂದು ದುಬಾರಿ ವಸ್ತು ಖರೀದಿಸದಿರಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಮತ್ತು ಆ ಹಣವನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಉಳಿತಾಯಕ್ಕೆ ಇರಿಸಿ.
* ಕೆಲವು ದಿನಗಳು ಅಥವಾ ವಾರಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ಏನನ್ನೂ ಖರೀದಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮಾತಿಗೆ ಬದ್ಧರಾಗಿ.

10.3.2 ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳ ವಿಧಗಳು

ಭಾರತದಲ್ಲಿ, ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ನಾಲ್ಕು ಮುಖ್ಯ ರೀತಿಯ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ಚಾಲ್ತಿ ಖಾತೆಗಳು
2. ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆಗಳು
3. ಮರುಕಳಿಸುವ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳು
4. ಸ್ಥಿರ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳು

ಚಾಲ್ತಿ ಖಾತೆಗಳು

ಚಾಲ್ತಿ ಖಾತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೇಕಾದ ಠೇವಣಿಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಹೀಗಾಗಿ, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈ ಖಾತೆಗಳು ಹೂಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಉಳಿತಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಉದ್ದೇಶಿಸಿಲ್ಲವಾದ್ದರಿಂದ, ಯಾವುದೇ ದಿನದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬಹುದಾದ ವಹಿವಾಟುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಅಥವಾ ಮೊತ್ತದ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ಮಿತಿಯಿಲ್ಲ. ಚಾಲ್ತಿ ಖಾತೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿರುವ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಅಂತಹ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಿಗುವ ಕೆಲವು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಅವರಿಗೆ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆಗಳು

ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆಗಳು ಉಳಿತಾಯವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಲಾಗಿದೆ ಆದ್ದರಿಂದ ಸಂಬಳ ಪಡೆಯುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ಪಿಂಚಣಿದಾರರು ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಮೊದಲ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿದೆ. ಮಾಡಿದ ಠೇವಣಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಮೊತ್ತದ ಮೇಲೆ ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಬಂಧವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಹಿಂಪಡೆಯುವಿಕೆಯ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಮೊತ್ತದ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಬಂಧಗಳಿವೆ. ಉಳಿತಾಯ ಖಾತೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಉಳಿತಾಯದ ಮೇಲಿನ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

ಮರುಕಳಿಸುವ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳು

ಮರುಕಳಿಸುವ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳನ್ನು RD ಖಾತೆಗಳು ಎಂದೂ ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ, ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಒಂದು ಮೊತ್ತವನ್ನು ಉಳಿಸಲು ಬಯಸುವವರಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಯ ಖಾತೆಗಳು, ಆದರೆ ಒಂದು ಸಮಯದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅಂತಹ ಖಾತೆದಾರರು ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ಒಂದು ಸಣ್ಣ, ನಿಶ್ಚಿತ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪೂರ್ವನಿರ್ಧರಿತ ಅವಧಿಗೆ (ಕನಿಷ್ಠ 6 ತಿಂಗಳುಗಳು) ಠೇವಣಿ ಇಡುತ್ತಾರೆ. ಮಾಸಿಕ ಪಾವತಿಯಲ್ಲಿ ಡೀಫಾಲ್ಟ್ ಆಗುವುದರಿಂದ ಖಾತೆದಾರರಿಗೆ ದಂಡದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಗದಿತ ಅವಧಿಯ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತವನ್ನು ಬಡ್ಡಿಯೊಂದಿಗೆ ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಥಿರ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳು

ಈಆ ಖಾತೆಗಳು ಎಂದೂ ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಸ್ಥಿರ ಠೇವಣಿ ಖಾತೆಗಳು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಡ್ಡಿದರಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯವರೆಗೆ ತಮ್ಮ ಉಳಿತಾಯವನ್ನು ಠೇವಣಿ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವವರಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ. ನೀಡಲಾಗುವ ಬಡ್ಡಿಯ ದರವು ಠೇವಣಿ ಮಾಡಿದ ಮೊತ್ತ ಮತ್ತು ಸಮಯದ ಅವಧಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕಿನಿಂದ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಈಆ ಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಗೆ ಖಾತೆದಾರರಿಂದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮೊತ್ತದ ಹಣವನ್ನು ಠೇವಣಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವಧಿ ಮುಗಿದ ನಂತರ ಹಣವನ್ನು ಹಿಂಪಡೆಯಬಹುದು. ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ, ಠೇವಣಿದಾರನು ನಿಗದಿತ ಠೇವಣಿಯನ್ನು ಅಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಮುರಿಯಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಇದಕ್ಕೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ದಂಡ ಇರುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ಇದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವುದು

ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವುದು ತುಂಬಾ ಸರಳವಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ. ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಖಾತೆಯನ್ನು ತೆರೆಯಲು ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

ಹಂತ 1: ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವ ಫಾರ್ಮ್ ತುಂಬಿ

ಈ ಫಾರ್ಮ್‌ಗೆ ನೀವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ:

* ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳು (ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆ, ಜನ್ಮ ದಿನಾಂಕ, ಲಿಂಗ, ಉದ್ಯೋಗ, ವಿಳಾಸ)
* ನಿಮ್ಮ ಖಾತೆ ವಿವರವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ವಿಧಾನ (ಹಾರ್ಡ್ ಕಾಪಿ/ಇಮೇಲ್)
* ನಿಮ್ಮ ಆರಂಭಿಕ ಠೇವಣಿ ವಿವರಗಳು (ನಗದು/ಚೆಕ್)
* ನಿಮ್ಮ ಖಾತೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವಿಧಾನ (ಆನ್‌ಲೈನ್/ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್/ಚೆಕ್, ಸ್ಲಿಪ್ ಪುಸ್ತಕಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ)

ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವಲ್ಲೆಲ್ಲಾ ನೀವು ಸಹಿ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಹಂತ 2: ನಿಮ್ಮ ಭಾವಚಿತ್ರವನ್ನು ಅಂಟಿಸಿ

ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಇತ್ತೀಚಿನ ಭಾವಚಿತ್ರ ಅಂಟಿಸಿ.

ಹಂತ 3: ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ (KYC) ವಿವರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ

ಏಜಅ ಎನ್ನುವುದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಗುರುತು ಮತ್ತು ವಿಳಾಸವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ. ಖಾತೆಯನ್ನು ತೆರೆಯಲು, ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಫೋಟೋ ಗುರುತು (ID) ಮತ್ತು ವಿಳಾಸ ಪುರಾವೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೆಲವು ಅನುಮೋದಿತ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಮಾನ್ಯವಾದ ದಾಖಲೆಗಳು (OVDಗಳು):

* ಪಾಸ್‌ಪೋರ್ಟ್
* ಚಾಲನಾ ಪರವಾನಗಿ ಪತ್ರ
* ಮತದಾರರ ಗುರುತಿನ ಚೀಟಿ
* PAN ಕಾರ್ಡ್
* UIDAI (ಆಧಾರ್) ಕಾರ್ಡ್

ಹಂತ 4: ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿ

ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ಖಾತೆ ತೆರೆಯುವ ಫಾರ್ಮ್ ಮತ್ತು KYC ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿ. ನಂತರ ಫಾರ್ಮ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸಿ ನಿಮ್ಮ ಖಾತೆಯನ್ನು ತೆರೆಯುವವರೆಗೆ ಕಾಯಿರಿ!

ಸಲಹೆಗಳು

* ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯ ಖಾತೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ.
* ಸಂಪೂರ್ಣ ನಾಮನಿರ್ದೇಶನ ವಿವರಗಳನ್ನು ಭರ್ತಿ ಮಾಡಿ.
* ಶುಲ್ಕದ ಬಗ್ಗೆ ಕೇಳಿ.
* ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ – ಇದು ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿದೆ!
* ನಿಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಮೇಲೆ ನಿಗಾ ಇರಿಸಿ.

10.3.3 ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು: ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು ವೆಚ್ಚಗಳು ಯಾವುವು?

* ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸುವಾಗ ಕಂಪನಿಗಳು ಭರಿಸಬೇಕಾದ ಎರಡು ರೀತಿಯ ವೆಚ್ಚಗಳು ಇವು.
* ಕಂಪನಿಯು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣದೊಂದಿಗೆ ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚವು ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅದು ಯಾವಾಗಲೂ ಹಾಗೆಯೇ ಇರುತ್ತದೆ.
* ವೇರಿಯಬಲ್ ವೆಚ್ಚ, ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ, ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಇದು ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ಮೊತ್ತದೊಂದಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳು

ಸ್ಥಿರ ಮತ್ತು ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳ ನಡುವಿನ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

ಮಾನದಂಡ	ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು	ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು
ಅರ್ಥ	ಉತ್ಪಾದನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಒಂದೇ ಆಗಿರುವ ವೆಚ್ಚ	ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚ
ಪ್ರಕೃತಿ	ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ.	ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ
ಆದ ವೆಚ್ಚ	ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ವೆಚ್ಚವಾಗುತ್ತದೆ.	ಘಟಕಗಳನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿದಾಗ ಮಾತ್ರ ಉಂಟಾಗುತ್ತದೆ.
ಘಟಕ ವೆಚ್ಚ	ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ಘಟಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ವಿಲೋಮ ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿರುತ್ತದೆ.	ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಒಂದೇ ಆಗಿರುತ್ತದೆ.
ಉದಾಹರಣೆಗಳು	ಸವಕಳಿ, ಬಾಡಿಗೆ, ಸಂಬಳ, ವಿಮೆ, ತೆರಿಗೆ ಇತ್ಯಾದಿ	ಸೇವಿಸಿದ ವಸ್ತು, ವೇತನ, ಮಾರಾಟದ ಮೇಲಿನ ಕಮಿಷನ್, ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ವೆಚ್ಚಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ವೆಚ್ಚವು ಸ್ಥಿರವಾಗಿದೆಯೇ ಅಥವಾ ಬದಲಾಗುವುದೇ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವಾಗ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಕೇಳಿ: ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಉತ್ಪಾದನಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿದರೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವೆಚ್ಚವು ಬದಲಾಗುತ್ತದೆಯೇ? ಉತ್ತರ ಇಲ್ಲ ಎಂದಾದರೆ, ಅದು ನಿಗದಿತ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದೆ. ಉತ್ತರ ಹೌದು ಎಂದಾದರೆ, ಅದು ಬಹುಶಃ ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚವಾಗಿದೆ.

10.3.4 ಹೂಡಿಕೆ, ವಿಮೆ ಮತ್ತು ತೆರಿಗೆಗಳು:

ಹೂಡಿಕೆ

ಹೂಡಿಕೆ ಎಂದರೆ ಭವಿಷ್ಯದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸಿನ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಇಂದು ಖರ್ಚು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿವೆ:

* **ಬಾಂಡ್‌ಗಳು:** ಬಾಂಡ್‌ಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮತ್ತು ಖಾಸಗಿ ಕಂಪನಿಗಳು, ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ಎರವಲು ಪಡೆಯಲಾಗದಷ್ಟು ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತದ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಬಳಸುವ ಸಾಧನಗಳಾಗಿವೆ. ಈ ಬಾಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ನಂತರ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಾಲದಾತರು ಖರೀದಿಸುತ್ತಾರೆ.
* **ಸ್ಟಾಕ್‌ಗಳು:** ಸ್ಟಾಕ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಇಕ್ವಿಟಿಗಳು ಕಂಪನಿಗಳಿಂದ ನೀಡಲಾದ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರು ಖರೀದಿಸುವ ಷೇರುಗಳಾಗಿವೆ.
* **ಸಣ್ಣ ಉಳಿತಾಯ ಯೋಜನೆಗಳು:** ಸಣ್ಣ ಉಳಿತಾಯ ಯೋಜನೆಗಳು ಸಣ್ಣ ಮೊತ್ತದಲ್ಲಿ ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸುವ ಸಾಧನಗಳಾಗಿವೆ. ಕೆಲವು ಜನಪ್ರಿಯ ಯೋಜನೆಗಳೆಂದರೆ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಭವಿಷ್ಯ ನಿಧಿ, ಸುಕನ್ಯಾ ಸಮೃದ್ಧಿ ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪಿಂಚಣಿ ಯೋಜನೆ.
* **ಮ್ಯೂಚುಯಲ್ ಫಂಡ್‌ಗಳು:** ಮ್ಯೂಚುಯಲ್ ಫಂಡ್‌ಗಳು ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲ್ಪಡುವ ಹಣಕಾಸು ಸಾಧನಗಳಾಗಿವೆ, ಅದು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಪರವಾಗಿ ವಿವಿಧ ಭದ್ರತೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
* **ಫಿಕ್ಸೆಡ್ ಡೆಪಾಸಿಟ್‌ಗಳು:** ಹಣದ ಮೇಲಿನ ಬಡ್ಡಿಗೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ನಿಗದಿತ ಮೊತ್ತದ ಹಣವನ್ನು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಗದಿತ ಸಮಯದವರೆಗೆ ಪಕ್ಕಕ್ಕೆ ಇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ರಿಯಲ್ ಎಸ್ಟೇಟ್:** ರಿಯಲ್ ಎಸ್ಟೇಟ್ ಖರೀದಿಸಲು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಂದ ಸಾಲವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ, ನಂತರ ಅದನ್ನು ಗುತ್ತಿಗೆಗೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ಆಸ್ತಿ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಲಾಭ ಗಳಿಸುವ ಗುರಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಹೆಡ್ಜ್ ಫಂಡ್‌ಗಳು:** ಹೆಡ್ಜ್ ಫಂಡ್‌ಗಳು ಹಣಕಾಸಿನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವ ಸೆಕ್ಯುರಿಟಿಗಳಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತವೆ.
* **ಖಾಸಗಿ ಇಕ್ವಿಟಿ:** ಖಾಸಗಿ ಇಕ್ವಿಟಿಯು ಕಾರ್ಯಾಚರಣಾ ಕಂಪನಿಯ ಷೇರುಗಳಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದೆ, ಅದು ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಅದರ ಷೇರುಗಳು ಷೇರು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ.
* **ವೆಂಚರ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್:** ವೆಂಚರ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್ ಆ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿನ ಷೇರುಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಅದೇ ತಾನೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

ವಿಮೆ

ಎರಡು ವಿಧದ ವಿಮೆಗಳಿವೆ: ಜೀವ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಜೀವೇತರ ಅಥವಾ ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮೆ.

ಜೀವ ವಿಮೆ

ಜೀವ ವಿಮೆಯು ಮನುಷ್ಯನ ಜೀವದ ವಿಮೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ

ಜೀವವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಮುಖ್ಯವಾದ ಜೀವವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:

* **ಅವಧಿ ವಿಮೆ:** ಇದು ವಿಮೆಯ ಅತ್ಯಂತ ಸರಳ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗದ ರೂಪವಾಗಿದೆ. ಇದು 15 ರಿಂದ 20 ವರ್ಷಗಳ ವರೆಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟಪಡಿಸಿದ ಅವಧಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಾವಿನ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ನಿಮ್ಮ ಕುಟುಂಬಕ್ಕೆ ವಿಮಾ ಮೊತ್ತವನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಉಳಿದಿರುವ ಅವಧಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ವಿಮಾದಾರರು ಏನನ್ನೂ ಪಾವತಿಸುವುದಿಲ್ಲ.
* **ಎಂಡೋಮೆಂಟ್ ಪಾಲಿಸಿ:** ಇದು ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆಯ ಎರಡು ಲಾಭವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರೀಮಿಯಂನ ಭಾಗವನ್ನು ವಿಮಾ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಹಂಚಲಾಗುತ್ತದೆ, ಉಳಿದ ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಅನ್ನು ಇಕ್ವಿಟಿ ಮತ್ತು ಸಾಲದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಗದಿತ ಅವಧಿಯ ನಂತರ ಅಥವಾ ಪಾಲಿಸಿದಾರರ ಮರಣದ ನಂತರ, ಯಾವುದು ಮೊದಲೋ, ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪಾವತಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಯುನಿಟ್-ಲಿಂಕ್ಡ್ ಇನ್ಶೂರೆನ್ಸ್ ಪ್ಲಾನ್ (ULIP):** ಇಲ್ಲಿ ಪ್ರೀಮಿಯಂನ ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ಲೈಫ್ ಕವರ್‌ನಲ್ಲಿ ಖರ್ಚು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ, ಉಳಿದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಇಕ್ವಿಟಿ ಮತ್ತು ಸಾಲದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಯಮಿತ ಉಳಿತಾಯ ಅಭ್ಯಾಸವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

* **ಮನಿ ಬ್ಯಾಕ್ ಲೈಫ್ ಇನ್ಶೂರೆನ್ಸ್:** ಪಾಲಿಸಿದಾರರು ಜೀವಂತವಾಗಿರುವಾಗ, ಪಾಲಿಸಿಯ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಜೀವಂತವಾಗಿರುವಾಗಿನ ಭಾಗಶಃ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ನಿಯತಕಾಲಿಕ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಮಾದಾರನ ಮರಣದ ನಂತರ, ವಿಮಾ ಕಂಪನಿಯು ಜೀವಂತವಾಗಿರುವಾಗಿನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಮಾ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಪಾವತಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಸಂಪೂರ್ಣ ಜೀವ ವಿಮೆ:** ಇದು ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆಯ ಎರಡು ಲಾಭವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದು ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸಂಪೂರ್ಣ ಜೀವನಕ್ಕೆ ಅಥವಾ 100 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೆ ವಿಮಾ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮೆ

ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮೆಯು ಪ್ರಾಣಿಗಳು, ಕೃಷಿ ಬೆಳೆಗಳು, ಸರಕುಗಳು, ಕಾರ್ಖಾನೆಗಳು, ಕಾರುಗಳು ಮತ್ತು ಮುಂತಾದವುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ವಿಮೆಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು

ಪ್ರಮುಖವಾದ ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:

* **ಮೋಟಾರು ವಿಮೆ:** ಇದನ್ನು ನಾಲ್ಕು ಚಕ್ರಗಳ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ದ್ವಿಚಕ್ರ ವಾಹನ ವಿಮೆ ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು.
* **ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ:** ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆಯ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ, ಕುಟುಂಬ ಫ್ಲೋಟರ್ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ, ಸಮಗ್ರ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಗಂಭೀರ ಅನಾರೋಗ್ಯದ ವಿಮೆ.
* **ಪ್ರಯಾಣ ವಿಮೆ:** ಇದನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಪ್ರಯಾಣ ನೀತಿ, ಕುಟುಂಬ ಪ್ರಯಾಣ ನೀತಿ, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಪ್ರಯಾಣ ವಿಮೆ ಮತ್ತು ಹಿರಿಯ ನಾಗರಿಕ ಆರೋಗ್ಯ ವಿಮೆ ಎಂದು ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು.
* **ಗೃಹ ವಿಮೆ:** ಇದು ಮನೆ ಮತ್ತು ಅದರ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಅಪಾಯದಿಂದ ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಸಾಗರ ವಿಮೆ:** ಈ ವಿಮೆಯು ಸರಕುಗಳು, ಸರಕು ಸಾಗಣೆ, ಸರಕು ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ರೈಲು, ರಸ್ತೆ, ಸಮುದ್ರ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಗಾಳಿಯ ಮೂಲಕ ಸಾಗಣೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಷ್ಟ ಅಥವಾ ಹಾನಿಯ ವಿರುದ್ಧ ಇರುತ್ತದೆ.

ತೆರಿಗೆಗಳು

ಎರಡು ವಿಧದ ತೆರಿಗೆಗಳಿವೆ – ನೇರ ತೆರಿಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆಗಳು.

ನೇರ ತೆರಿಗೆ

ನೇರ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಒಂದು ಘಟಕ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ನೇರ ತೆರಿಗೆಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳೆಂದರೆ:

* **ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ:** ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಹಣಕಾಸು ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಗಳಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಗಳೆರಡಕ್ಕೂ ಇದು ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ
* **ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್ ಗೇನ್ಸ್ ತೆರಿಗೆ:** ನೀವು ಗಣನೀಯ ಪ್ರಮಾಣದ ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಎರಡು ವಿಧವಾಗಿದೆ – 36 ತಿಂಗಳುಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯ ಹೂಡಿಕೆಗಳಿಂದ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಬಂಡವಾಳ ಲಾಭಗಳು ಮತ್ತು 36 ತಿಂಗಳುಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಕಾಲ ಹೊಂದಿರುವ ಹೂಡಿಕೆಗಳಿಂದ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಬಂಡವಾಳ ಲಾಭಗಳು.
* **ಸೆಕ್ಯುರಿಟೀಸ್ ಟ್ರಾನ್ಸಾಕ್ಷನ್ ತೆರಿಗೆ:** ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಷೇರಿನ ಬೆಲೆಗೆ ಸೇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ನೀವು ಷೇರುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಿದಾಗ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಾಗ ಪ್ರತಿ ಬಾರಿ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಪರ್ಕ್ವಿಸೈಟ್ ತೆರಿಗೆ:** ಈ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಕಂಪನಿಯು ಸ್ವಾಧೀನಪಡಿಸಿಕೊಂಡ ಅಥವಾ ಉದ್ಯೋಗಿ ಬಳಸಿದ ಪರ್ಕ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ತೆರಿಗೆ:** ಕಂಪನಿಗಳು ಅವು ಗಳಿಸುವ ಆದಾಯದಿಂದ ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆ

ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆಗಳ ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳೆಂದರೆ:

* **ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ:** ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

* **ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ:** ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾದ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ತೆರಿಗೆ:** ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ತೆರಿಗೆಯನ್ನು ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ವಿವೇಚನೆಯಿಂದ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ರಾಜ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಸರಕುಗಳ ಮೇಲೆ ತೆರಿಗೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ತೆರಿಗೆ ಮೊತ್ತವನ್ನು ರಾಜ್ಯವು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಕಸ್ಟಮ್ಸ್ ಡ್ಯೂಟಿ ಮತ್ತು ಆಕ್ಟ್ರಾಯ್:** ಕಸ್ಟಮ್ಸ್ ಡ್ಯೂಟಿ ಎನ್ನುವುದು ಬೇರೆ ದೇಶದಿಂದ ಆಮದು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಖರೀದಿಗಳ ಮೇಲೆ ಅನ್ವಯಿಸುವ ಶುಲ್ಕವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದೊಳಗೆ ರಾಜ್ಯದ ಗಡಿಗಳನ್ನು ದಾಟುವ ಸರಕುಗಳ ಮೇಲೆ ಆಕ್ಟ್ರಾಯ್ ಅನ್ನು ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಅಬಕಾರಿ ಸುಂಕ:** ಭಾರತದಲ್ಲಿ ತಯಾರಿಸಿದ ಅಥವಾ ಉತ್ಪಾದಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಸರಕುಗಳ ಮೇಲೆ ಅಬಕಾರಿ ಸುಂಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಹಣವನ್ನು ಎಷ್ಟು ಬೇಗನೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಹೂಡಿಕೆಯ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ನಿಮಗಾಗಿ ಸರಿಯಾದ ರೀತಿಯ ವಿಮಾ ಪಾಲಿಸಿಯನ್ನು ನೀವು ಖರೀದಿಸುತ್ತಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ನೆನಪಿಡಿ, ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸದಿರುವುದು ದಂಡದಿಂದ ಹಿಡಿದು ಜೈಲು ಶಿಕ್ಷೆಯವರೆಗೆ ದಂಡಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

10.3.5 ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್, NEFT, RTGS ಇತ್ಯಾದಿ: ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಎಂದರೇನು?

ಖಾತೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಖಾತೆಯನ್ನು ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್‌ನಿಂದ ಯಾವುದೇ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ, ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು. ಖಾತೆಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು, ಖಾತೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಅನನ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ ID ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ಅನ್ನು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಸಬಹುದು:

* ಖಾತೆಯಲ್ಲಿರುವ ಬಾಕಿ ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು
* ಒಂದು ಖಾತೆಯಿಂದ ಇನ್ನೊಂದು ಖಾತೆಗೆ ಮೊತ್ತವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು
* ಚೆಕ್‌ಗಳ ವಿತರಣೆಗೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಮಾಡಲು
* ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುವಂತೆ ಸೂಚನೆ ನೀಡಲು
* ಚೆಕ್ ಪುಸ್ತಕಕ್ಕಾಗಿ ವಿನಂತಿಸಲು
* ಖಾತೆಗಳ ಹೇಳಿಕೆಗಾಗಿ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಲು
* ಸ್ಥಿರ ಠೇವಣಿಗಾಗಿ

ಹಣದ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ವರ್ಗಾವಣೆಗಳು

ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆಯು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್‌ನಂತಹ ಸಂಯೋಜಿತ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಒಬ್ಬರ ಸ್ವಂತ ಖಾತೆಯ ಸೌಕರ್ಯದಿಂದ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಅನುಕೂಲಕರ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ.

ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಗೇಟ್‌ವೇ ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿದೆ. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಸಹಾಯದಿಂದ, ನೀವು ಇದನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು:

* ಅದೇ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು.
* ಒಂದೇ ಬ್ಯಾಂಕಿನ ವಿವಿಧ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು.
* NEFT ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿವಿಧ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿನ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು.
* RTGS ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಇತರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು.
* IMPS ಬಳಸಿಕೊಂಡು ವಿವಿಧ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವುದು.

NEFT

NEFT ಎಂದರೆ ನ್ಯಾಷನಲ್ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಫಂಡ್ಸ್ ಟ್ರಾನ್ಸ್‌ಫರ್. ಈ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ನಿಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಿತ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳಿಂದ ಅದೇ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಸೇರಿದ ಯಾವುದೇ ಖಾತೆಗೆ ಹಣವನ್ನು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನವಾಗಿ ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. NEFT ಅನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಖಾತೆಗಳ ನಡುವೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದು.

NEFT ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು, ಎರಡು ವಿಷಯಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ:

* ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಾಡುವ ಬ್ಯಾಂಕ್
* ಗಮ್ಯಸ್ಥಾನದ ಬ್ಯಾಂಕ್

ನೀವು NEFT ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸುವ ಮೊದಲು, ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಫಲಾನುಭವಿಯನ್ನು ನೀವು ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಈ ನೋಂದಣಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು, ನಿಮಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ.

* ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಹೆಸರು
* ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಖಾತೆ ಸಂಖ್ಯೆ
* ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ಹೆಸರು
* ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ IFSC ಕೋಡ್

RTGS

RTGS ಎಂದರೆ ರಿಯಲ್ ಟೈಮ್ ಗ್ರಾಸ್ ಸೆಟಲ್‌ಮೆಂಟ್. ಇದು ನೈಜ ಸಮಯದ ನಿಧಿ ವರ್ಗಾವಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದು ನೈಜ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಒಟ್ಟು ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಒಂದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ಇನ್ನೊಂದಕ್ಕೆ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ವರ್ಗಾವಣೆಯಾದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ಒಂದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ಖಾತೆಯಿಂದ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ತಕ್ಷಣವೇ ಇನ್ನೊಂದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಖಖಿಉಖ ಪಾವತಿ ಗೇಟ್‌ವೇ ಅನ್ನು ಭಾರತೀಯ ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಬ್ಯಾಂಕುಗಳ ನಡುವಿನ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನವಾಗಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ಕಂಪನಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ದೊಡ್ಡ ಮೊತ್ತದ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ಖಖಿಉಖ ಅನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಖಖಿಉಖ ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ರವಾನೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು, ನಿಮ್ಮ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಖಾತೆಯ ಮೂಲಕ ನೀವು ಫಲಾನುಭವಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಯ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನೋಂದಣಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು, ನಿಮಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ:

* ಫಲಾನುಭವಿಯ ಹೆಸರು
* ಫಲಾನುಭವಿಯ ಬ್ಯಾಂಕ್ ವಿಳಾಸ
* ಫಲಾನುಭವಿಯ ಖಾತೆ ಸಂಖ್ಯೆ
* ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನ IFSC ಕೋಡ್

IMPS

IMPS ಎಂದರೆ ತಕ್ಷಣದ ಪಾವತಿ ಸೇವೆ. ಇದು ನೈಜ–ಸಮಯ, ಅಂತರ–ಬ್ಯಾಂಕ್, ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದು, ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತಕ್ಷಣವೇ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು SMS ಎರಡರ ಮೂಲಕ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ತ್ವರಿತ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ವರ್ಗಾವಣೆ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು IMPS ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಇದನ್ನು ಎಟಿಎಂ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಮೂಲಕವೂ ಬಳಸಬಹುದು. ಖಊಕಖ ದಿನದ 24 ಗಂಟೆಗಳು ಮತ್ತು ವಾರದ 7 ದಿನಗಳು ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಈ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸುರಕ್ಷಿತ ವರ್ಗಾವಣೆ ಗೇಟ್‌ವೇ ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಪೂರೈಸಿದ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

IMPS ಮೂಲಕ ಹಣವನ್ನು ವರ್ಗಾಯಿಸಲು, ನೀವು ಹೀಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾಗಿದೆ:

* ನಿಮ್ಮ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನೊಂದಿಗೆ IMPS ಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸಿ
* ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ ಮೊಬೈಲ್ ಮನಿ ಐಡೆಂಟಿಫೈಯರ್ (MMID) ಸ್ವೀಕರಿಸಿ
* ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ MPIN ಅನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ

ಒಮ್ಮೆ ನೀವು ಈ ಎರಡನ್ನೂ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಫಲಾನುಭವಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಲು ನೀವು ಲಾಗಿನ್ ಮಾಡಬಹುದು ಅಥವಾ SMS ಮೂಲಕ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು.

ಫಲಾನುಭವಿಯು ವರ್ಗಾವಣೆಗೊಂಡ ಹಣವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು, ಅವನು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ:

* ಅವನ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅವನ ಸಂಬಂಧಿತ ಖಾತೆಯೊಂದಿಗೆ ಲಿಂಕ್ ಮಾಡಬೇಕು
* ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಿಂದ MMID ಅನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕು

IMPS ಮೂಲಕ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು, ನೀವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಮೂದಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:

* ಫಲಾನುಭವಿಯ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ
* ವರ್ಗಾವಣೆ ಮೊತ್ತ
* ಫಲಾನುಭವಿಯ MMID
* ನಿಮ್ಮ MPIN

ನಿಮ್ಮ ಖಾತೆಯಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿ ಫಲಾನುಭವಿಯ ಖಾತೆಗೆ ಜಮಾ ಮಾಡಿದ ತಕ್ಷಣ, ಭವಿಷ್ಯದ ಉಲ್ಲೇಖಕ್ಕಾಗಿ ನಿಮಗೆ ವಹಿವಾಟು ಉಲ್ಲೇಖ ಸಂಖ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ದೃಢೀಕರಣ SMS ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

NEFT, RTGS ಮತ್ತು IMPS ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳು

ಮಾನದಂಡ	NEFT	RTGS	IMPS
ಪಾವತಿ	ಬ್ಯಾಚ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ	ತಕ್ಷಣ	ತಕ್ಷಣ
ಪೂರ್ಣ ರೂಪ	ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಫಂಡ್ ವರ್ಗಾವಣೆ	ರಿಯಲ್ ಟೈಮ್ ಗ್ರಾಸ್ ಸೆಟಲ್ಮೆಂಟ್	ತಕ್ಷಣ ಪಾವತಿ ಸೇವೆ
ಸೋಮವಾರ ಶುಕ್ರವಾರದ ವರೆಗೆ ವೇಳೆ	8:00 am – 6:30 pm	9:00 am – 4:30 pm	24 x 7
ಶನಿವಾರದ ವೇಳೆ	8:00 am – 1:00 pm	9:00 am – 1:30 pm	24 x 7
ಕನಿಷ್ಠ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಿತಿ	ರೂ.1	ರೂ.10 ಲಕ್ಷ ದಿನಕ್ಕೆ	ರೂ.1 ಲಕ್ಷ
ಗರಿಷ್ಠ ಹಣ ವರ್ಗಾವಣೆ ಮಿತಿ	ರೂ. 10 ಲಕ್ಷ	ರೂ.10 ಲಕ್ಷ ದಿನಕ್ಕೆ	ರೂ.2 ಲಕ್ಷ
ರಿಸರ್ವ್ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಪ್ರಕಾರ ಗರಿಷ್ಠ ಶುಲ್ಕ	10,000 ವರೆಗೆ – ರೂ.2.5 10,000 – 1 ಲಕ್ಷ – ರೂ.5 1ರಿಂದ – 2 ಲಕ್ಷ – ರೂ.15 2ರಿಂದ – 5 ಲಕ್ಷ – ರೂ.25 5ರಿಂದ – 10 ಲಕ್ಷ – ರೂ.25	2ರಿಂದ – 5 ಲಕ್ಷ – ರೂ.25 5ರಿಂದ – 10 ಲಕ್ಷ – ರೂ.50	10,000 ವರೆಗೆ ರೂ.5 10,000 – 1 ಲಕ್ಷ – ರೂ.5 1– 2 ಲಕ್ಷ – ರೂ.15

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಅನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಯಾವುದೇ ಇಮೇಲ್ ಸಂದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ಯಾವುದೇ ಲಿಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಬೇಡಿ.
* ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಬಳಸುವಾಗ ನಿಮ್ಮ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅಥವಾ ಡೆಬಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ವಿವರಗಳನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಕೇಳಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.
* ನಿಮ್ಮ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬ್ಯಾಂಕಿಂಗ್ ಪಾಸ್‌ವರ್ಡ್ ಅನ್ನು ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿಸಿ.

10.4: ಉದ್ಯೋಗ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕಾಗಿ ತಯಾರಿ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ:

1. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ತಯಾರಿ ಮಾಡುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
2. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸ್ವಪರಿಚಯವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಹಂತಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
3. ಆಗಾಗ ಕೇಳಲಾಗುವ ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
4. ಆಗಾಗ ಕೇಳಲಾಗುವ ಸಂದರ್ಶನದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಹೇಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬೇಕೆಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
5. ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು

10.4.1 ಸಂದರ್ಶನದ ಸಿದ್ಧತೆ: ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಸಿದ್ಧತೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಹೇಗೆ?

ನೀವು ಬಯಸಿದ ಕೆಲಸ ಪಡೆಯುವಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ಸಾಗಲು, ನಿಮ್ಮ ಸಂದರ್ಶನ ಎಷ್ಟು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಆಯಿತು ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿಸಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಹೋಗುವ ಮೊದಲು, ನೀವು ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ತಯಾರಿ ನಡೆಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಿದ್ಧರಾಗಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

1. ನಿಮಗೆ ಸಂದರ್ಶನ ಇರುವ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಕುರಿತಂತೆ ಸಂಶೋಧಿಸಿ.

* ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಸಂದರ್ಶನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸಂಸ್ಥೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮ್ಮ ಜ್ಞಾನವು ಸಂದರ್ಶನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮನ್ನು ನೋಡಲು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಇತರ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಂದ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
* ಕಂಪನಿಯ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೋಡಿ. ಕಂಪನಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರೊಫೈಲ್ ಪರಿಚಯ ತಿಳಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.
* ಕಂಪನಿಯು ಏನು ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ತಿಳಿಯಲು ಕಂಪನಿಯ ಜಾಲತಾಣಕ್ಕೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ. ಕಂಪನಿಯ ಜಾಲತಾಣ ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿಯ ವಿವರವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಯ ಮಿಷನ್ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ಓದಿ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ. ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಪಟ್ಟಿಗೆ ಗಮನ ಕೊಡಿ. ಕಂಪನಿಯ ಯೋಜಿತ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರತೆಯ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಯಾವುದೇ ಪತ್ರಿಕಾ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಓದಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ನಂತರ ನೀವು ಹೊಂದಿರುವ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ.

2. ನಿಮ್ಮ ಕೌಶಲ ಮತ್ತು ಅರ್ಹತೆಗಳು ಕೆಲಸದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವುದೇ ಎಂದು ಯೋಚಿಸಿ.

* ಉದ್ಯೋಗ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಓದಿ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ.
* ಕೆಲಸದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಜ್ಞಾನ, ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಟಿಪ್ಪಣಿ ಮಾಡಿ.
* ಸಂಸ್ಥೆಯ ವರ್ಗಶ್ರೇಣಿಯನ್ನು ನೋಡೋಣ. ನೀವು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಸ್ಥಾನವು ಈ ಶ್ರೇಣಿಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ.

3. ಕೇಳಲಾದ ಅತ್ಯಂತ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಸಂದರ್ಶನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ.

* ನೆನಪಿಡಿ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಶನಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ವಪರಿಚಯ–ಆಧಾರಿತ, ವರ್ತನೆ ಮತ್ತು ಕೇಸ್ ಸ್ಟಡಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಕೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ.
* ಈ ಮೂರು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಕೇಳಲಾದ ವಿಶಿಷ್ಟ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ನೀವು ಯಾವ ರೀತಿಯ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸಿ.
* ನೀವು ಅವುಗಳನ್ನು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದಿಂದ ಮತ್ತು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವವರೆಗೆ ಈ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.

4. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಉಡುಪನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ.

* ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತಿಳಿಸದ ಹೊರತು ಔಪಚಾರಿಕ ಉಡುಪುಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿದೆ (ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ತಮ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಬಳಸಬೇಕು).
* ನಿಮ್ಮ ಬಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿ ಮತ್ತು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಇಸ್ತ್ರಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆಯೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ತಟಸ್ಥ ಬಣ್ಣಗಳನ್ನು ಆರಿಸಿ – ತುಂಬಾ ಪ್ರಕಾಶಮಾನ ಅಥವಾ ಮಿನುಗುವ ಯಾವುದೂ ಬೇಡ.
* ನೀವು ಧರಿಸುವ ಬೂಟುಗಳು ನಿಮ್ಮ ಬಟ್ಟೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗಬೇಕು ಮತ್ತು ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿರಬೇಕು.
* ನೆನಪಿಡಿ, ನೀವು ಭೇಟಿಯಾಗುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರನ್ನು, ನೀವು ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚು ದಕ್ಷ ವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂಬ ಅನಿಸಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಬೀಳ್ಕೊಡುವುದು ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಯಾಗಲಿ.

5. ಸಂದರ್ಶನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನೀವು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

* ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಪರಿಚಯದ ಕೆಲವು ಪ್ರತಿಗಳನ್ನು ಒಯ್ಯಿರಿ. ಅದನ್ನು ಮುದ್ರಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕಾಗದವನ್ನು ಬಳಸಿ.
* ಯಾವಾಗಲೂ ನೋಟ್‌ಪ್ಯಾಡ್ ಮತ್ತು ಪೆನ್ ಜೊತೆಗೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆಯನ್ನು ಭರ್ತಿ ಮಾಡಲು ನೀವು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಕೆಲವು ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಒಯ್ಯಿರಿ.

6. ಮಾತಿಲ್ಲದ ಸಂವಹನದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ನೆನಪಿಡಿ.

* ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಬಿಂಬಿಸುವುದನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ. ಕಿರುನಗೆ ಮತ್ತು ನೆಟ್ಟನೋಟವನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ದೃಢವಾದ ಹಸ್ತಲಾಘವ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.
* ಭಂಗಿಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಿ. ನೇರವಾಗಿ ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ. ಚಡಪಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಕಾಲು ಟ್ಯಾಪಿಂಗ್‌ನಂತಹ ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡದ ಸನ್ನೆಗಳನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಲು ನೀವೇ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ. ನೆನಪಿಡಿ, ನಿಮ್ಮ ಮುಖದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ನಿಮ್ಮ ನಿಜವಾದ ಭಾವನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಒಳನೋಟವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಪ್ರದರ್ಶನ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಿ.

7. ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಕೊನೆಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

* ನೀವು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರೇ ಎಂದು ಸಂದರ್ಶಕ(ರು) ಕೇಳುವುದರೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಶನಗಳು ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ನೀವು ಮಾಡಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಇನ್ನಷ್ಟು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಇದು ಅವಕಾಶವಾಗಿದೆ.
* ಸಂದರ್ಶಕರು ನಿಮಗೆ ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಕೇಳದಿದ್ದರೆ, ನೀವು ಚರ್ಚಿಸಲು ಬಯಸುವ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನೀವು ಹೊಂದಿರುವಿರಿ ಎಂದು ನೀವು ಅವರಿಗೆ/ಅವಳಿಗೆ ತಿಳಿಸಬಹುದು. ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡುವಾಗ ನೀವು ಮಾಡಿದ ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲು ಇದು ಸಮಯ.
* ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಕೇಳಲು ಕೆಲವು ಉತ್ತಮ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:
    * ಈ ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ನೀವು ಯಾವ ಪ್ರಮುಖ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತೀರಿ?
    * ನನ್ನ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ?
    * ಪ್ರಗತಿಗೆ ಅವಕಾಶಗಳು ಯಾವುವು?
    * ನೇಮಕಾತಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?
* ನೆನಪಿಡಿ, ಕಂಪನಿಯ ಜಾಲತಾಣದಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಕೇಳಬೇಡಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಒಳನೋಟದ ಮತ್ತು ತನಿಖೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ.
* ಸಂವಹನ ಮಾಡುವಾಗ, ನಗುವುದು, ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಮತ್ತು ತಲೆಯಾಡಿಸುವಂತಹ ದೇಹ ಭಾಷೆಯ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ರೂಪಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ. ಆಲಸ್ಯದಿಂದರಬೇಡಿ, ಹತ್ತಿರದಲ್ಲಿರುವ ವಸ್ತುಗಳೊಂದಿಗೆ ಆಡಬೇಡಿ, ಚಡಪಡಿಕೆ, ಚೂಯಿಂಗ್ ಗಮ್ ಅಥವಾ ಗೊಣಗಾಟ ಬೇಡ.

10.4.2 ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸ್ವಪರಿಚಯವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವುದು: ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಸ್ವಪರಿಚಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವುದು

ಸ್ವಪರಿಚಯವು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಕೆಲಸದ ಅನುಭವ, ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವ ದಾಖಲೆಯಾಗಿದೆ. ಉತ್ತಮ ಸ್ವಪರಿಚಯವು ಸಂಭಾವ್ಯ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಗೆ ಅರ್ಜಿದಾರರನ್ನು ಸಂದರ್ಶಿಸಲು ಯೋಗ್ಯವಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಂಬಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾದ ಸ್ವಪರಿಚಯವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸ್ವಪರಿಚಯವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

ಹಂತ 1: ವಿಳಾಸ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ

ವಿಳಾಸ ವಿಭಾಗವು ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯದ ಮೇಲ್ಭಾಗವನ್ನು ಆಕ್ರಮಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್ ವಿಳಾಸದಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಪರಿಚಯದ ಉಳಿದ ಭಾಗದಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಲು ವಿಭಾಗದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ದಪ್ಪ ರೇಖೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ.

ಉದಾಹರಣೆ:

ಜಾಸ್ಮಿನ್ ವ್ಯಾಟ್ಸ್
ಬ್ರೀಚ್ ಕ್ಯಾಂಡಿ, ಮುಂಬೈ – ಭಾರತ
ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ: +91 2223678270
Email: jasmine.watts@gmail.com

ಹಂತ 2: ಪರಿಚಯ ಸಾರಾಂಶ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಸೇರಿಸಿ

ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯದ ಈ ಭಾಗವು ನಿಮ್ಮ ಒಟ್ಟಾರೆ ಅನುಭವಗಳು, ಸಾಧನೆಗಳು, ಪ್ರಶಸ್ತಿಗಳು, ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಸಾರಾಂಶವನ್ನು 2–3 ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳಷ್ಟು ಅಥವಾ 8–10 ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳಷ್ಟು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿಸಬಹುದು

ಉದಾಹರಣೆ:

ಪ್ರೊಫೈಲ್ ಸಾರಾಂಶ

* ಸ್ವಾಥ್‌ಕ್ಲೈಡ್ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯದಿಂದ ಪದವಿ ಪಡೆದ ಜಾಲತಾಣ ವಿಷಯ ಬರಹಗಾರರು 6 ವರ್ಷಗಳ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.
* ತಿರುಳಿನ ಪರಿಣತಿಯು ಇ–ಕಲಿಕೆ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳಿಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ K–12 ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ವಿಷಯ ರಚನೆಯಲ್ಲಿದೆ.

ಹಂತ 3: ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅರ್ಹತೆಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ

ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವಾಗ, ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಉನ್ನತ ಪದವಿಯನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ. ಅದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಎರಡನೇ ಅತ್ಯುನ್ನತ ಅರ್ಹತೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ ಮತ್ತು ಹೀಗೆ. ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾದ ಚಿತ್ರವನ್ನು ಒದಗಿಸಲು, ನೀವು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿದ ಪ್ರತಿ ಪದವಿ ಅಥವಾ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಸ್ಥಾನ, ಶ್ರೇಣಿ, ಶೇಕಡಾವಾರು ಅಥವಾ CPI ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.

ನೀವು ಯಾವುದೇ ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅರ್ಹತೆಗಳ ವಿಭಾಗದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೀವು ತರಬೇತಿಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣಗಳ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆ:

ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ವಿದ್ಯಾರ್ಹತೆ

* <ಇನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್‌ನ ಹೆಸರನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ> ನಿಂದ <ಅರ್ಹತೆಯನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ> <ಅರ್ಹತೆಯ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ> ಜೊತೆಗೆ <ಪ್ರತಿಶತ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸಂಬಂಧಿತ ಸ್ಕೋರಿಂಗ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ>.

ಹಂತ 4: ನಿಮ್ಮ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ನಿಮ್ಮ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವಾಗ, ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ವಿಶ್ವಾಸ ಹೊಂದಿರುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ. ನಂತರ ನೀವು ಉತ್ತಮ ಆದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರದ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಿ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೌಶಲ್ಯವು ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯಕ್ಕೆ ಅದ್ಭುತವಾದ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸಿದರೆ, ಕೇವಲ ಒಂದು ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸುವುದು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹವಾಗಿದೆ. ನೀವು ಯಾವುದೇ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ನೀವು ಈ ಹಂತವನ್ನು ಬಿಟ್ಟುಬಿಡಬಹುದು.

ಉದಾಹರಣೆ:

ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯ

* <ಅನ್ವಯಿಸಿದರೆ ನಿಮ್ಮ ತಾಂತ್ರಿಕ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿ>

ಹಂತ 5: ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್ ಅನುಭವವನ್ನು ಸೇರಿಸಿ

ನೀವು ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ:

* ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್ ಶೀರ್ಷಿಕೆ
* ಸಂಸ್ಥೆ
* ಬಳಸಲಾದ ವೇದಿಕೆ
* ಕೊಡುಗೆ
* ವಿವರಣೆ

ಉದಾಹರಣೆ:

ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಯೋಜನೆಗಳು

ಯೋಜನೆಯ ಶೀರ್ಷಿಕೆ: <ಯೋಜನೆಯ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ>

ಸಂಸ್ಥೆ: <ನೀವು ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್ ಮಾಡಿದ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಹೆಸರನ್ನು ಸೇರಿಸಿ>

ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಬಳಸಲಾಗಿದೆ: <ಬಳಸಿದ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ, ಯಾವುದಾದರೂ ಇದ್ದರೆ> ಕೊಡುಗೆ: <ಈ ಯೋಜನೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಕೊಡುಗೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ> ವಿವರಣೆ: <ಒಂದು ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಯೋಜನೆಯ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ>

ಹಂತ 6: ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ಇಲ್ಲಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಮುಖ್ಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ. ಇದು ಬುಲೆಟ್ ಲಿಸ್ಟ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿರಬೇಕು

ಉದಾಹರಣೆ:

ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು

* ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮೌಖಿಕ, ಲಿಖಿತ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತಿ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು
* ಕ್ರಿಯೆ-ಆಧಾರಿತ ಮತ್ತು ಫಲಿತಾಂಶ-ಕೇಂದ್ರಿತ
* ಉತ್ತಮ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಹಂತ 7: ನಿಮ್ಮ ಪಠ್ಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ಶಿಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಹೊರತಾಗಿಯೂ ನಿಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಆಸಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ತೋರಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಇದರಿಂದಾಗಿ, ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಅಂಕಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಾಜೆಕ್ಟ್ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಇತರ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳ ಮೇಲೆ ನೀವು ಈ ಮೂಲಕ ಮೇಲ್ಗೈ ಸಾಧಿಸಬಹುದು. ಈ ವಿಭಾಗವು ಬುಲೆಟ್ ಪಟ್ಟಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಇರಬೇಕು.

ಉದಾಹರಣೆ:

ಪಠ್ಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು

* < ನಿಮ್ಮ ಪಠ್ಯೇತರ ಚಟುವಟಿಕೆಯನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಿ. ಉದಾ: ಸದಸ್ಯರಾದ ಇವರು .... ಆಡಿದರು (ಕ್ರೀಡೆಯ ಹೆಸರು) ಸ್ಥಳ .... ಗೆದ್ದ ಪದಕ/ಪ್ರಶಸ್ತಿ ....>

ಹಂತ 8: ನಿಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ

ಸ್ವಪರಿಚಯದ ಕೊನೆಯ ವಿಭಾಗವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ಹುಟ್ಟಿದ ದಿನಾಂಕ
* ಲಿಂಗ ಮತ್ತು ವೈವಾಹಿಕ ಸ್ಥಿತಿ
* ರಾಷ್ಟ್ರೀಯತೆ
* ತಿಳಿದಿರುವ ಭಾಷೆಗಳು

ಉದಾಹರಣೆ:

ವೈಯಕ್ತಿಕ ವಿವರಗಳು:

* ಹುಟ್ಟಿದ ದಿನಾಂಕ:	25ನೇ ಮೇ, 1981
* ಲಿಂಗ ಮತ್ತು ವೈವಾಹಿಕ ಸ್ಥಿತಿ:	ಸ್ತ್ರೀ, ಒಂಟಿ
* ರಾಷ್ಟ್ರೀಯತೆ:	ಭಾರತೀಯ
* ತಿಳಿದಿರುವ ಭಾಷೆಗಳು:	ಇಂಗ್ಲಿಷ್, ಹಿಂದಿ, ತಮಿಳು, ಫ್ರೆಂಚ್

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯ ಕಡತದ ಹೆಸರನ್ನು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿ, ಸರಳವಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಪರಿಚಯ ಅಚ್ಚುಕಟ್ಟಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಟೈಪಿಂಗ್ ದೋಷಗಳಿಂದ ಮುಕ್ತವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಯಾವಾಗಲೂ ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯವನ್ನು ಸರಳ ಬಿಳಿ ಕಾಗದದ ಮೇಲೆ ರಚಿಸಿ.

10.4.3 ಸಂದರ್ಶನದ FAQಗಳು

ಪದೇ ಪದೇ ಕೇಳಲಾಗುವ ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಶನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅವುಗಳಿಗೆ ಹೇಗೆ ಉತ್ತರಿಸುವುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಕೆಲವು ಉಪಯುಕ್ತ ಸಲಹೆಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ.

1. ನಿಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೇಳಬಲ್ಲಿರಾ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ನಿಮ್ಮ ಪೂರ್ಣ ಉದ್ಯೋಗ ಅಥವಾ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಇತಿಹಾಸವನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಡಿ.
* ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಮೌಲ್ಯಯುತ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತವೆಂದು ಭಾವಿಸುವ 2-3 ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅನುಭವ ಹೇಳಿ.
* ಆ ಅನುಭವಗಳು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಈ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಹೇಗೆ ಪರಿಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿವೆ ಎನ್ನುವುದರೊಂದಿಗೆ ಮುಗಿಸಿ.

2. ಸ್ಥಾನದ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಹೇಗೆ ಕೇಳಿದ್ದೀರಿ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಕೆಲಸದ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಹೇಗೆ ಕೇಳಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ಸಂದರ್ಶಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಿ – ಅದು ಸ್ನೇಹಿತರ ಮೂಲಕ (ಸ್ನೇಹಿತರನ್ನು ಹೆಸರಿಸಿ), ಈವೆಂಟ್ ಅಥವಾ ಲೇಖನ (ಅವರನ್ನು ಹೆಸರಿಸಿ) ಅಥವಾ ಉದ್ಯೋಗ ಪೋರ್ಟಲ್ (ಯಾವುದನ್ನು ಹೇಳಿ).
* ಸ್ಥಾನದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪ್ರಚೋದಿಸುವ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಈ ಪಾತ್ರದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮ್ಮ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆದದ್ದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

3. ಕಂಪನಿಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೆ ಏನು ಗೊತ್ತು?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಕಂಪನಿಯ 'ನಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ' ಪುಟದಲ್ಲಿರುವುದನ್ನು ಹೇಳಬೇಡಿ.
* ಕಂಪನಿಯ ಗುರಿಗಳನ್ನು ನೀವು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದ್ದೀರಿ ಮತ್ತು ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಿ.
* ಕಂಪನಿಯ ಮಿಷನ್ ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ನೀವು ಏಕೆ ನಂಬುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

4. ನಿಮಗೆ ಈ ಕೆಲಸ ಏಕೆ ಬೇಕು?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ನೀವು ಕೆಲಸದ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ಸುಕರಾಗಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ತೋರಿಸಿ.
* ಪಾತ್ರವು ನಿಮಗೆ ಏಕೆ ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.
* ನೀವು ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಏಕೆ ಪ್ರೀತಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

5. ನಾವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಏಕೆ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ನೀವು ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ, ಆದರೆ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನೀಡಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಮಾತುಗಳ ಮೂಲಕ ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿ.
* ತಂಡ ಮತ್ತು ಕೆಲಸದ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಏಕೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
* ಇತರ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಗಿಂತ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಏಕೆ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

6. ನಿಮ್ಮ ಶ್ರೇಷ್ಠ ವೃತ್ತಿಪರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಯಾವುವು?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರಿ – ನೀವು ಉತ್ತಮವೆಂದು ಭಾವಿಸುವ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಬದಲು ನಿಮ್ಮ ಕೆಲವು ನೈಜ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ನೀವು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿ.
* ನೀವು ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದರ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.

7. ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳೆಂದು ನೀವು ಏನು ಪರಿಗಣಿಸುತ್ತೀರಿ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಉದ್ದೇಶವು ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಯಂ-ಅರಿವು ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯುವುದು.
* ನೀವು ಹೋರಾಡುತ್ತಿರುವ ಆದರೆ ನೀವು ಸುಧಾರಿಸಲು ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವ ಗುಣಲಕ್ಷಣದ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ನೀಡಿ.

8. ನಿಮ್ಮ ಸಂಬಳದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಯಾವುವು?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ನಿಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮುಂಚಿತವಾಗಿ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಿರುವ ಉದ್ಯೋಗಕ್ಕೆ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ವೇತನ ಶ್ರೇಣಿಯನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಅನುಭವ, ಶಿಕ್ಷಣ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವೇತನ ಶ್ರೇಣಿಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಎಲ್ಲಿದ್ದೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ.
* ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವವರಾಗಿರಿ. ನಿಮ್ಮ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಮೌಲ್ಯಯುತವೆಂದು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ ಎಂದು ಸಂದರ್ಶಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಿ, ಆದರೆ ನೀವು ಕೆಲಸವನ್ನು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಲು ಸಿದ್ಧರಿದ್ದೀರಿ.

9. ಕೆಲಸದ ಹೊರಗೆ ನೀವು ಏನು ಮಾಡಲು ಇಷ್ಟಪಡುತ್ತೀರಿ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಾ ಎಂದು ನೋಡುವುದು.
* ಪ್ರಾಮಾಣಿಕರಾಗಿರಿ – ನಿಮಗೆ ಆಸಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಹವ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ತೆರೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ.

10. ನೀವು ಪ್ರಾಣಿಯಾಗಿದ್ದರೆ, ನೀವು ಏನಾಗಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಉದ್ದೇಶವು ನಿಮಗೆ ಸ್ವತಂತ್ರವಾಗಿ ಯೋಚಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆಯೇ ಎಂದು ನೋಡುವುದು.
* ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪು ಉತ್ತರವಿಲ್ಲ – ಆದರೆ ಉತ್ತಮ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ನಿಮ್ಮ ಉತ್ತರದ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವದ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊರತರಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.

11. ನಾವು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಅಥವಾ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಏನು ಮಾಡಬಹುದು ಎಂದು ನೀವು ಯೋಚಿಸುತ್ತೀರಿ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ಕುರಿತು ನಿಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದೀರಾ ಎಂದು ನೋಡುವುದು ಮತ್ತು ನೀವು ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಯೋಚಿಸಬಹುದೇ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಬರಬಹುದೇ ಎಂದು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವುದು.
* ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಿ. ಈ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಆಸಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಣತಿಯು ನಿಮಗೆ ಹೇಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸಿ.

12. ನೀವು ನಮಗೆ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಾ?

ಉತ್ತರಿಸಲು ಸಲಹೆಗಳು:

* ಕಂಪನಿಯ ಜಾಲತಾಣದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ತ್ವರಿತ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಹುಡುಕಾಟದ ಮೂಲಕ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಕಂಡುಹಿಡಿಯಬಹುದಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬೇಡಿ.
* ವಿಮರ್ಶಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಯೋಚಿಸುವ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಬುದ್ಧಿವಂತ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಉತ್ತರಿಸುವಾಗ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದಿಂದಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಯಾಗಿ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿರುವಲ್ಲೆಲ್ಲಾ ನಿಮ್ಮ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವಗಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.

10.4.4 ಕೆಲಸದ ಸಿದ್ಧತೆ – ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಭಾಷೆಗಳು

ಕೆಲಸ ಸ್ಥಳದ ಮೂಲಭೂತ ಪರಿಭಾಷೆಗಳು

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಉದ್ಯೋಗಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು:

* **ವಾರ್ಷಿಕ ರಜೆ:** ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ನೀಡುವ ಪಾವತಿಸಿದ ಬಿಡುವಿನ ರಜೆ.
* **ಹಿನ್ನೆಲೆ ಪರಿಶೀಲನೆ:** ಸಂಭಾವ್ಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು ಒದಗಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ನಿಖರತೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಬಳಸುವ ವಿಧಾನ.
* **ಪ್ರಯೋಜನಗಳು:** ಉದ್ಯೋಗಿಯ ಪರಿಹಾರ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನ ಒಂದು ಭಾಗ.
* **ವಿರಾಮಗಳು:** ಕೆಲಸದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೌಕರರು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ವಿಶ್ರಾಂತಿ.
* **ಪರಿಹಾರ ಪ್ಯಾಕೇಜ್:** ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ತನ್ನ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಒದಗಿಸುವ ಸಂಬಳ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಸಂಯೋಜನೆ.
* **ಕಾಂಪೆನ್ಸೇಟರಿ ಟೈಮ್ (ಸರಿದೂಗಿಸುವ ಸಮಯ):** ವೇತನಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಸಮಯ ರಜೆ.
* **ಗುತ್ತಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗಿ:** ಒಂದು ಸಂಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಉದ್ಯೋಗಿ, ಅವರು ಹೇಳಲಾದ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತೊಂದು ಕಂಪನಿಗೆ, ಯೋಜನೆ ಅಥವಾ ಸಮಯದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
* **ಉದ್ಯೋಗದ ಒಪ್ಪಂದ:** ವೇತನ ಅಥವಾ ಸಂಬಳಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗಿಗೆ ಕೆಲಸವನ್ನು ನೀಡಿದಾಗ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗದಾತ ನೀಡಿದ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ, ಉದ್ಯೋಗದ ಒಪ್ಪಂದವು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿದೆ.
* **ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ಸಂಸ್ಕೃತಿ:** ಕಂಪನಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರು ಹಂಚಿಕೊಂಡ ನಂಬಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಒಂದು ಪೀಳಿಗೆಯ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಂದ ಮತ್ತೊಂದು ಪೀಳಿಗೆಗೆ ಹಂಚಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ/ಆಹ್ವಾನವನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು:** ಕಂಪನಿಯು ನೀಡುವ ಸಂಬಳದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಸಮರ್ಥ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು ಬಳಸುವ ಸಮಾಲೋಚನಾ ತಂತ್ರ.
* **ಕವರ್ ಲೆಟರ್:** ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ರೆಸ್ಯೂಮ್ ಜೊತೆಗೆ ಇರುವ ಪತ್ರ. ಇದು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಪರಿಚಯದಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒತ್ತಿಹೇಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಕೆಲಸದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸುವ ನೈಜ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಸ್ವಪರಿಚಯ(CV)/ರೆಸ್ಯೂಮ್:** ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಸಾಧನೆಗಳು, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆ, ಕೆಲಸದ ಅನುಭವ, ಕೌಶಲ್ಯ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಸಾರಾಂಶ.
* **ನಿರಾಕರಣ ಪತ್ರ:** ಉದ್ಯೋಗಿಯೊಬ್ಬರು ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಿದ ಪತ್ರ, ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಉದ್ಯೋಗಿಗೆ ನೀಡಿದ ಉದ್ಯೋಗದ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.
* **ಕಡಿತಗಳು:** ನೌಕರನ ವೇತನದಿಂದ ಕಳೆಯಲಾದ ಮೊತ್ತ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಯ ವೇತನ ಚೀಟಿಯಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿಮಾಡಲಾಗಿದೆ.
* **ತಾರತಮ್ಯ:** ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಇನ್ನೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯಂತೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸದ ಕ್ರಿಯೆ.
* **ಉದ್ಯೋಗಿ:** ಪಾವತಿಗೆ ಬದಲಾಗಿ ಇನ್ನೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿ.
* **ಉದ್ಯೋಗಿ ತರಬೇತಿ:** ಉದ್ಯೋಗದಾತರ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ ಉದ್ಯೋಗಿಯು ಅವನ ಅಥವಾ ಅವಳ ಮೇಲಧಿಕಾರಿಯಿಂದ ಹಾಜರಾಗಲು ಕೇಳಲಾಗುವ ಕಾರ್ಯಾಗಾರ ಅಥವಾ ಆಂತರಿಕ ತರಬೇತಿ.
* **ಉದ್ಯೋಗದ ಅಂತರಗಳು:** ಉದ್ಯೋಗಗಳ ನಡುವಿನ ನಿರುದ್ಯೋಗಿ ಸಮಯದ ಅವಧಿಗಳು.
* **ಸ್ಥಿರ–ಅವಧಿಯ ಒಪ್ಪಂದ:** ಒಪ್ಪಿದ ದಿನಾಂಕದಂದು ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳ್ಳುವ ಉದ್ಯೋಗದ ಒಪ್ಪಂದ.
* **ಅನುಸರಣೆ:** ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯು ತನ್ನ ಸ್ವವಿವರವನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಿದ ನಂತರ ಸಮರ್ಥ ಉದ್ಯೋಗದಾತರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಕ್ರಿಯೆ.
* **ಸ್ವತಂತ್ರ/ಸಮಾಲೋಚಕ/ಸ್ವತಂತ್ರ ಗುತ್ತಿಗೆದಾರ:** ತನಗಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಉದ್ಯೋಗದಾತರೊಂದಿಗೆ ತಾತ್ಕಾಲಿಕ ಉದ್ಯೋಗಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಪಿಚ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ.
* **ರಜಾದಿನ:** ಕೆಲಸದ ನಡುವಿನ ಪಾವತಿಸಿದ ಸಮಯ ವಿರಾಮ.
* **ಗಂಟೆಯ ದರ:** 60 ನಿಮಿಷಗಳ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಪಾವತಿಸಿದ ಸಂಬಳ ಅಥವಾ ವೇತನದ ಮೊತ್ತ.
* **ಇಂಟರ್ನ್‌ಶಿಪ್:** ಉದ್ಯೋಗದಾತರ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ನಿಗದಿತ, ಸೀಮಿತ ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಇಂಟರ್ನ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಸಮರ್ಥ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ನೀಡುವ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶ.

* **ಸಂದರ್ಶನ:** ಸಂಭಾವ್ಯ ಉದ್ಯೋಗಿಯನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆ ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಸಂಭಾವ್ಯ ಉದ್ಯೋಗಿ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗದಾತರ ಪ್ರತಿನಿಧಿಯ ನಡುವಿನ ಸಂಭಾಷಣೆ.
* **ಉದ್ಯೋಗ ಅರ್ಜಿ:** ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಹೆಸರು, ವಿಳಾಸ, ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ಕೆಲಸದ ಅನುಭವದಂತಹ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೇಳುವ ಫಾರ್ಮ್. ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯು ಉದ್ಯೋಗ ಅರ್ಜಿಯನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಉದ್ದೇಶವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುವುದು.
* **ಜಾಬ್ ಆಫರ್:** ಸಂಭಾವ್ಯ ಉದ್ಯೋಗಿಗೆ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಂದ ಉದ್ಯೋಗದ ಕೊಡುಗೆ.
* **ಉದ್ಯೋಗ ಹುಡುಕಾಟ ಏಜೆಂಟ್:** ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶಗಳಿಗಾಗಿ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂನಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಉದ್ಯೋಗಾವಕಾಶಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಪ್ರೋಗ್ರಾಂ.
* **ಲೇ ಆಫ್:** ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ಆ ನೌಕರನಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಕೆಲಸವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ, ಉದ್ಯೋಗಿ ತನ್ನ ಅಥವಾ ಅವಳ ಕೆಲಸದಿಂದ ತಾತ್ಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಬಿಡಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ವಜಾಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ.
* **ರಜೆ:** ನೌಕರನಿಗೆ ಅವನ ಅಥವಾ ಅವಳ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಂದ ಕೆಲಸದಿಂದ ಗೈರುಹಾಜರಿಯ ರಜೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಔಪಚಾರಿಕ ಅನುಮತಿಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಸ್ವೀಕಾರ ಪತ್ರ:** ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ಉದ್ಯೋಗಿಗೆ ನೀಡಿದ ಪತ್ರ, ಉದ್ಯೋಗದಾತ ಮಾಡಿದ ಉದ್ಯೋಗದ ಪ್ರಸ್ತಾಪವನ್ನು ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತಾಪದ ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಒಪ್ಪಂದದ ಪತ್ರ:** ಉದ್ಯೋಗದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಪತ್ರ.
* **ಶಿಫಾರಸು ಪತ್ರ:** ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಕೆಲಸದ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಬರೆದ ಪತ್ರ.
* **ಹೆರಿಗೆ ರಜೆ:** ಗರ್ಭಿಣಿಯರು ಅಥವಾ ಈಗಷ್ಟೇ ಜನ್ಮ ನೀಡಿದ ಮಹಿಳೆಯರು ಕೆಲಸದಿಂದ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ರಜೆ.
* **ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕ:** ನಿಮಗಿಂತ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗದಲ್ಲಿರುವ, ನಿಮಗೆ ಸಲಹೆ ನೀಡುವ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ವೃತ್ತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿ.
* **ಕನಿಷ್ಠ ವೇತನ:** ಗಂಟೆಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪಾವತಿಸಿದ ಕನಿಷ್ಠ ವೇತನದ ಮೊತ್ತ.
* **ಸೂಚನೆ:** ಉದ್ಯೋಗಿ ಅಥವಾ ಉದ್ಯೋಗದಾತರು ಮಾಡಿದ ಪ್ರಕಟಣೆ, ಉದ್ಯೋಗ ಒಪ್ಪಂದವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದಿನಾಂಕದಂದು ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಎಂದು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.
* **ಉದ್ಯೋಗದ ಕೊಡುಗೆ:** ಉದ್ಯೋಗದಾತನು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಉದ್ಯೋಗಿಗೆ ನೀಡಿದ ಆಫರ್, ಆರಂಭಿಕ ದಿನಾಂಕ, ಸಂಬಳ, ಕೆಲಸದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಪ್ರಮುಖ ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
* **ಮುಕ್ತವಾದ ಒಪ್ಪಂದ:** ಉದ್ಯೋಗದಾತ ಅಥವಾ ಉದ್ಯೋಗಿ ಕೊನೆಗೊಳಿಸುವವರೆಗಿನ ಉದ್ಯೋಗ ಒಪ್ಪಂದ.
* **ಅತಿಯಾದ ಅರ್ಹತೆ:** ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತವಲ್ಲದ ವ್ಯಕ್ತಿ, ಏಕೆಂದರೆ ಅವನು ಅಥವಾ ಅವಳು ಹಲವಾರು ವರ್ಷಗಳ ಕೆಲಸದ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ, ಅಥವಾ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಶಿಕ್ಷಣದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಥವಾ ಹಿಂದೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಬಳ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.
* **ಅರೆಕಾಲಿಕ ಕೆಲಸಗಾರ:** ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಪ್ರಮಾಣಿತ ಗಂಟೆಗಳಿಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಗಂಟೆಗಳ ಕಾಲ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಉದ್ಯೋಗಿ.
* **ಪಿತೃತ್ವ ರಜೆ:** ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ತಂದೆಯಾದ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುವ ರಜೆ.
* **ನೇಮಕಾತಿದಾರರು/ಕೆಲಗಾರರನ್ನು ಹುಡುಕುವವರು/ಉನ್ನತಾಧಿಕಾರಿಗಳ ಹುಡುಕುವ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು:** ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಥಾನಗಳನ್ನು ತುಂಬಲು ಜನರನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಂದ ಪಾವತಿಸಲ್ಪಡುವ ವೃತ್ತಿಪರರು.
* **ರಾಜೀನಾಮೆ ನೀಡುವುದು/ರಾಜೀನಾಮೆಗಳು:** ಉದ್ಯೋಗಿಯು ತನ್ನ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಗೆ ಔಪಚಾರಿಕವಾಗಿ ಅವನು ಅಥವಾ ಅವಳು ತನ್ನ ಕೆಲಸವನ್ನು ತೊರೆಯುತ್ತಿರುವುದಾಗಿ ತಿಳಿಸಿದಾಗ.
* **ಸ್ವಯಂ ಉದ್ಯೋಗಿ:** ತನ್ನ ಸ್ವಂತ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡದ ವ್ಯಕ್ತಿ.
* **ಟೈಮ್ ಶೀಟ್:** ಉದ್ಯೋಗಿಯಿಂದ ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ಫಾರ್ಮ್, ಉದ್ಯೋಗಿ ಪ್ರತಿದಿನ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ ಗಂಟೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

10.5: ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ:

1. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
2. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
3. ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
4. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
5. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕನ ಗುಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
6. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕತ್ವದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
7. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂಡದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
8. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
9. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
10. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
11. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು
12. ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
13. ಪ್ರಮುಖ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
14. ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
15. ಸಮಾಲೋಚನೆಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
16. ಹೇಗೆ ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು
17. ಹೊಸ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು
18. ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು
19. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು
20. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
21. ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು
22. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಯಶಸ್ಸಿನ ಕಥೆಗಳನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು
23. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
24. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪರಿಸರವನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
25. ಮೇಕ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನದ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು
26. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಇರುವ ಯೋಜನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ
27. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಅಪಾಯದ ಹಸಿವಿನ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
28. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವದ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
29. ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
30. ವೈಫಲ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಎದುರಿಸಬೇಕೆಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು

10.5.1 ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಪರಿಚಯ (ಉದ್ಯೋಗಶೀಲದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ವಿವಿಧ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು/ಉದ್ಯಮದ ಬಗೆಗಳು): ಉದ್ಯೋಮಿಗಳು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಶೀಲತೆ

ಎಷ್ಟೇ ಅಪಾಯವಿದ್ದರೂ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಯಾರಾದರೂ ಉದ್ಯಮಿ. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಪ್ರಾರಂಭವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ, ಹಣಕಾಸಿನ ಅಪಾಯಗಳ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಸೃಜನಶೀಲತೆ, ನಾವೀನ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂ ಪ್ರೇರಣೆಯ ವ್ಯಾಪಕ ಮೀಸಲುಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ದೊಡ್ಡ ಕನಸು ಕಾಣುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯವಾದ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಏನು ಬೇಕಾದರೂ ಮಾಡಲು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ರಚಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಮಹತ್ವ

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ:

1. ಇದು ಹೊಸ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಸೃಷ್ಟಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ
2. ಇದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸೃಜನಶೀಲತೆಯನ್ನು ತರುತ್ತದೆ
3. ಇದು ಸುಧಾರಿತ ಜೀವನಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ
4. ಇದು ಒಂದು ದೇಶದ ಆರ್ಥಿಕತೆಯನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ

ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಎಲ್ಲಾ ಯಶಸ್ವಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾದ ಕೆಲವು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.
ಅವರೆಲ್ಲರೂ:

* ತಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಬಗ್ಗೆ ಅತ್ಯಂತ ಉತ್ಸಾಹವುಳ್ಳವರು
* ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವುಳ್ಳವರು
* ಶಿಸ್ತು ಮತ್ತು ಮುಡಿಪಾಗಿರುವವರು
* ಪ್ರೇರಿತ ಮತ್ತು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತರು
* ಹೆಚ್ಚು ಸೃಜನಶೀಲರು
* ದಾರ್ಶನಿಕರು
* ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನವರು
* ನಿರ್ಣಾಯಕರು

ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯನ್ನು ಸಹ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ:

* ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯ ಸಹಿಷ್ಣುತೆ
* ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಯೋಜಿಸುವುದು
* ತಮ್ಮ ಹಣವನ್ನು ಬುದ್ಧಿವಂತಿಕೆಯಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
* ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆದ್ಯತೆಯನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವುದು
* ತಮ್ಮ ಕೊಡುಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
* ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ತಜ್ಞರಿಂದ ಸಲಹೆಯನ್ನು ಕೇಳುವುದು
* ತಮ್ಮ ನಷ್ಟವನ್ನು ಯಾವಾಗ ಕಡಿತಗೊಳಿಸಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಯುವುದು

ಪ್ರಸಿದ್ಧ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳು

ಕೆಲವು ಪ್ರಸಿದ್ಧ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು:

* ಧೀರೂಭಾಯಿ ಅಂಬಾನಿ (ರಿಲಯನ್ಸ್)
* ಡಾ. ಕರ್ಸನ್‌ಭಾಯ್ ಪಟೇಲ್ (ನಿರ್ಮಾ)
* ಅಜೀಂ ಪ್ರೇಂಜೀ (ವಿಪ್ರೋ)
* ಅನಿಲ್ ಅಗರ್‌ವಾಲ್ (ವೇದಾಂತ ರಿಸೋರ್ಸಸ್)

ವಿವಿಧ ಉದ್ಯಮಗಳು

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ನೀವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಬಹುದು ಮತ್ತು ನಡೆಸಬಹುದು:

ಏಕ ಮಾಲೀಕತ್ವ

ಏಕಮಾತ್ರ ಮಾಲೀಕತ್ವದಲ್ಲಿ, ಒಬ್ಬನೇ ವ್ಯಕ್ತಿ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾನೆ, ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಈ ರೀತಿಯ ವ್ಯವಹಾರವು ಕಾನೂನು ಔಪಚಾರಿಕತೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ರೂಪಿಸಲು ಸುಲಭವಾಗಿದೆ. ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ಮಾಲೀಕರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕಾನೂನು ಅಸ್ತಿತ್ವವಿಲ್ಲ. ಎಲ್ಲಾ ಲಾಭ, ನಷ್ಟಗಳು ಮಾಲೀಕರಿಗೆ ಸೇರಿದೆ, ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯು ಅಪರಿಮಿತವಾಗಿದೆ.

ಪಾಲುದಾರಿಕೆ

ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ಎರಡು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ. ಉದ್ಯಮದ ಮಾಲೀಕರನ್ನು ಪಾಲುದಾರರು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಪತ್ರಕ್ಕೆ ಎಲ್ಲಾ ಪಾಲುದಾರರು ಸಹಿ ಮಾಡಬೇಕು. ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಾಲುದಾರರು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕಾನೂನು ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಲಾಭವನ್ನು ಪಾಲುದಾರರು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ, ಪಾಲುದಾರರ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯು ಅಪರಿಮಿತವಾಗಿದೆ. ಸಂಸ್ಥೆಯು ಸೀಮಿತ ಜೀವಿತಾವಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಪಾಲುದಾರರು ಮರಣಹೊಂದಿದಾಗ, ನಿವೃತ್ತರಾದಾಗ, ದಿವಾಳಿತನದ ಹಕ್ಕು ಅಥವಾ ಮಾನಸಿಕ ಅಸ್ವಸ್ಥರಾದಾಗ ಹೋದಾಗ ಅದನ್ನು ರದ್ದುಮಾಡಬೇಕು.

ಸೀಮಿತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ (LLP)

ಸೀಮಿತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಅಥವಾ LLP ಯಲ್ಲಿ, ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪಾಲುದಾರರು ಶಾಶ್ವತ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಮತ್ತು ಸೀಮಿತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಪ್ರಯೋಜನವನ್ನು ಆನಂದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಪಾಲುದಾರರ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯು LLP ಗೆ ಅವರು ಒಪ್ಪಿದ ಕೊಡುಗೆಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಾಲುದಾರರು ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಕಾನೂನು ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಸಲಹೆಗಳು

ಇತರರ ವೈಫಲ್ಯಗಳಿಂದ ಕಲಿಯಿರಿ.

* ಇದೇ ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾಗಿರುವುದು ಎಂದು ಖಚಿತವಾಗಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಸೇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಮಸ್ಯೆ ಹುಡುಕುವ ಬದಲು, ಬಗೆಹರಿಸಲು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹುಡುಕಿ.

10.5.2: ನಾಯಕತ್ವ ಮತ್ತು ತಂಡದ ಕೆಲಸ: ನಾಯಕತ್ವ ಮತ್ತು ನಾಯಕರು

ನಾಯಕತ್ವ ಎಂದರೆ ಇತರರು ಅನುಸರಿಸಲು ಮಾದರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು. ಉತ್ತಮ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು ಎಂದರೆ ನೀವು ಮಾಡಲು ಬಯಸದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡಲು ಯಾರನ್ನಾದರೂ ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ನಾಯಕತ್ವವು ತಂಡವಾಗಿ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯಾಗಿ ಗೆಲ್ಲಲು ಏನು ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವುದು.

ನಾಯಕರು ತಾವು ಸರಿಯಾದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ನಂಬುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಸರಿಯಾದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಇತರರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ನಂಬುತ್ತಾರೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕ ಯಾರೆಂದರೆ:

* ಭವಿಷ್ಯದ ಸ್ಪೂರ್ತಿದಾಯಕ ದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವವರು.
* ಆ ದೃಷ್ಟಿಯನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ತಂಡವನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವವ ಮತ್ತು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವವರು.

ಎಲ್ಲಾ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ನಾಯಕತ್ವದ ಗುಣಗಳು

ಉಸ್ತುವಾರಿ ಉದ್ಯಮಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ನಾಯಕತ್ವ ಗುಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಮಾತ್ರ ಯಶಸ್ವಿ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಹೊಂದಿರಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ನಿರ್ಣಾಯಕ ನಾಯಕತ್ವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು:

1. **ವ್ಯಾವಹಾರಿಕತೆ:** ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಎಲ್ಲಾ ಅಡೆತಡೆಗಳು ಮತ್ತು ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಎಂದರ್ಥ.
2. **ವಿನಯ:** ಇದರರ್ಥ ಆಗಾಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಮುಂಚೆಯೇ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕ್ರಿಯೆಗಳಿಗೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ತ್ವರಿತವಾಗಿರುವುದು. ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ಜಯಿಸಲು ಸವಾಲುಗಳಾಗಿ ನೋಡಬೇಕು, ದೂಷಿಸುವ ಅವಕಾಶಗಳಲ್ಲ.
3. **ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ:** ಒಬ್ಬ ಉತ್ತಮ ನಾಯಕ ಸುಲಭವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಬದಲಾವಣೆಗೆ ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಯಾವಾಗ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವಾಗ ಮಾಡಬಾರದು ಎಂದು ತಿಳಿಯುವುದು ಅಷ್ಟೇ ನಿರ್ಣಾಯಕ
4. **ಅಧಿಕೃತತೆ:** ಇದರರ್ಥ ನಿಮ್ಮ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯ ಎರಡನ್ನೂ ತೋರಿಸುವುದು. ಇದರರ್ಥ ನೀವು ಮಾನವೀಯತೆ ತೋರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನೀವು ಮನುಷ್ಯರು ಎಂದು ಇತರರಿಗೆ ತೋರಿಸುವುದು.
5. **ಮರುಶೋಧನೆ:** ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ನಿಮ್ಮ ನಾಯಕತ್ವ ಶೈಲಿಯನ್ನು ರಿಫ್ರೆಶ್ ಮಾಡುವುದು ಅಥವಾ ಬದಲಾಯಿಸುವುದು ಎಂದರ್ಥ. ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು, ನಿಮ್ಮ ನಾಯಕತ್ವದ ಅಂತರವು ಎಲ್ಲಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಮುಚ್ಚಲು ಯಾವ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದು.
6. **ಜಾಗೃತಿ:** ಇದರರ್ಥ ಇತರರು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಹೇಗೆ ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು. ನಿಮ್ಮ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯು ನಿಮ್ಮ ಸುತ್ತಲಿರುವವರ ಮೇಲೆ ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಎಂದರ್ಥ.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕತ್ವದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ನಾಯಕತ್ವದಿಂದ ಹಲವಾರು ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿವೆ. ಉತ್ತಮ ನಾಯಕತ್ವವು ನಾಯಕನನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಮುನ್ನಡೆಸುತ್ತದೆ:

* ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ನಿಷ್ಠೆ ಮತ್ತು ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸುವುದು
* ಕಂಪನಿಯ ಗುರಿಗಳು ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ತಂಡವನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು
* ನೈತಿಕತೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸುವುದು ಮತ್ತು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ತುಂಬುವುದು
* ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರ ನಡುವೆ ಪರಸ್ಪರ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ತಂಡದ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಬೆಳೆಸುವುದು
* ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ಅಗತ್ಯವಿರುವಾಗ ಬದಲಾಯಿಸುವ ಅಗತ್ಯದ ಬಗ್ಗೆ ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರಿಗೆ ಮನವರಿಕೆ ಮಾಡುವುದು

ತಂಡದ ಕೆಲಸ ಮತ್ತು ತಂಡಗಳು

ಒಂದು ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಜನರು ತಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿದಾಗ ತಂಡದ ಕೆಲಸ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳಿಂದ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂಡಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಂತಿಮ ಫಲಿತಾಂಶಕ್ಕಾಗಿ ತಮ್ಮನ್ನು ತಾವು ಜವಾಬ್ದಾರರಾಗಿರುವ ತಂಡವು ಶ್ರೇಷ್ಠ ತಂಡವಾಗಿದೆ.

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಯಶಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ತಂಡಕೆಲಸದ ಮಹತ್ವ

ಉದ್ಯಮಶೀಲ ನಾಯಕನಿಗೆ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂಡವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಸಾಹಸದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ತಾನು ನಿರ್ಮಿಸುವ ತಂಡವು ಕೆಲವು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಗುಣಗಳು, ಲಕ್ಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ತಂಡವು ಹೊಂದಿರುವುದು:

1. **ಉದ್ದೇಶದ ಏಕತೆ:** ತಂಡದ ಎಲ್ಲಾ ಸದಸ್ಯರು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ತಂಡದ ಉದ್ದೇಶ, ದೃಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಗುರಿಗಳಿಗೆ ಸಮಾನವಾಗಿ ಬದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು.
2. **ಉತ್ತಮ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು:** ತಂಡದ ಸದಸ್ಯರು ತಮ್ಮ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು, ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಮತ್ತು ಸಂಕೀರ್ಣ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸಲು ರೇಖಾಚಿತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಚಾರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
3. **ಸಹಯೋಗದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ:** ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಸದಸ್ಯರು ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನಿಯಮಿತ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಅರ್ಹರಾಗಿರಬೇಕು.
4. **ಮುಂದಾಳ್ತನ:** ತಂಡವು ಚುರುಕಾಗಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಸದಸ್ಯರು ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಬರಲು, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮತ್ತು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸಲು ಉತ್ಸಾಹವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು.
5. **ದೂರದೃಷ್ಟಿಯ ಸದಸ್ಯರು:** ತಂಡವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಈ ಸಂಭಾವ್ಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ನಿಜವಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಾಗಿ ಬದಲಾಗುವ ಮೊದಲು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು.
6. **ಉತ್ತಮ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು:** ಬದಲಾವಣೆಯು ಧನಾತ್ಮಕ ಶಕ್ತಿ ಎಂದು ತಂಡವು ನಂಬಬೇಕು. ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮತ್ತು ಹೊಸದನ್ನು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲು ಅವಕಾಶವಾಗಿ ನೋಡಬೇಕು.
7. **ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು:** ತಂಡವು ಪ್ರಮಾಣಿತ ಕೆಲಸದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು, ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ಸಮತೋಲನಗೊಳಿಸುವುದು, ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಪ್ರಗತಿ ಮತ್ತು ROI ಅನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಸ್ಥಳ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಮೂಲ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಅಂಟಿಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ. ಅದನ್ನು ವಿಕಸನಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಬದಲಾಯಿಸಲು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ನಿಮ್ಮ ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕೊರತೆಗಳಿಗೆ ಪೂರಕವಾಗಿರುವ ತಂಡವನ್ನು ರಚಿಸಿ.
* ಸರಿಯಾದ ಜನರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರತಿಭಾವಂತ ಜನರನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವಂತೆ ನೀವು ಉತ್ತೇಜಿಸಬೇಕು ಅಥವಾ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬೇಕು.
* ತಂಡದ ಗೌರವವನ್ನು ಗಳಿಸಿ

ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಆಲಿಸುವಿಕೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯವಿಲ್ಲದೆ, ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ತಪ್ಪಾಗಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಇದು ಸಂವಹನ ಸ್ಥಗಿತಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವವರು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ನಿರಾಶೆಗೊಳ್ಳಲು ಅಥವಾ ಕಿರಿಕಿರಿಗೊಳ್ಳಲು ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು.

ಕೇಳುವುದು ಕೇಳುವಿಕೆಯಂತೆಯೇ ಅಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಕೇಳುವಿಕೆಯು ನೀವು ಕೇಳುವ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕೇಳುವುದು ಅದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದು. ಕೇಳಲು, ಒಬ್ಬರಿಗೆ ಗಮನ ಬೇಕು. ಇದರರ್ಥ ಕಥೆಗೆ ಗಮನ ಕೊಡುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ, ಕಥೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ, ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಧ್ವನಿಯನ್ನು ಬಳಸುವ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಮಾತನಾಡುವವರ ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವುದು. ಆಲಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಮೌಖಿಕ ಮತ್ತು ಮೌಖಿಕ ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಎಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಆಲಿಸುವುದು ಹೇಗೆ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕೇಳಲು ನೀವು ಹೀಗೆ ಮಾಡಬೇಕು:

* ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ
* ಅಡ್ಡಿಪಡಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ
* ಹೇಳುತ್ತಿರುವುದಕ್ಕೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಗಮನ ಕೊಡಿ
* ಮೆಚ್ಚುಗೆ ಸೂಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವ ಪದ ಮತ್ತು ಸನ್ನೆಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ
* ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದಿರಿ
* ಭಾಷಣಕಾರರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ
* ತುಂಬಾ ತಾಳ್ಮೆಯಿಂದಿರಿ
* ಬಳಸುತ್ತಿರುವ ಸ್ವರಕ್ಕೆ ಗಮನ ಕೊಡಿ
* ಭಾಷಣಕಾರನ ಸನ್ನೆ, ಮುಖದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಕಣ್ಣಿನ ಚಲನೆಗಳಿಗೆ ಗಮನ ಕೊಡಿ
* ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಹೊರದಬ್ಬಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಡಿ
* ಭಾಷಣಕಾರನ ನಡವಳಿಕೆ ಅಥವಾ ಅಭ್ಯಾಸ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೆರಳಿಸಲು ಅಥವಾ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಬಿಡಬೇಡಿ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಗ್ರಹಿಸುವುದು ಹೇಗೆ

ಸಂದೇಶವು ಎಷ್ಟು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ರವಾನೆಯಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ನೀವು ಎಷ್ಟು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಅದನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಒಬ್ಬ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಭಾಷಣಕಾರ ಎಂದರೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಉಚ್ಚರಿಸುವ, ಪದಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಉಚ್ಚರಿಸುವ, ಸರಿಯಾದ ಪದಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುವ ವೇಗದಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವವನು. ಇದಲ್ಲದೆ, ಜೋರಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವ ಪದಗಳು ಸನ್ನೆಗಳು, ಸ್ವರ ಮತ್ತು ದೇಹ ಭಾಷೆಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗಬೇಕು.

ನೀವು ಏನು ಹೇಳುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಹೇಳುವ ಸ್ವರವು ಹಲವಾರು ಗ್ರಹಿಕೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತದೆ. ಹಿಂಜರಿಕೆಯಿಂದ ಮಾತನಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಕಡಿಮೆ ಸ್ವಾಭಿಮಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಅಥವಾ ಚರ್ಚಿಸಿದ ವಿಷಯದ ಜ್ಞಾನದ ಕೊರತೆ ಎಂದು ಗ್ರಹಿಸಬಹುದು. ನೀರಸವಾದ ಧ್ವನಿ ಹೊಂದಿರುವವರು ನಾಚಿಕೆ ಸ್ವಭಾವದವರು ಎಂದು ಲೇಬಲ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಮತ್ತು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಅಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕ ಧ್ವನಿಯಲ್ಲಿ ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟತೆ, ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅತ್ಯಂತ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಮಾತನಾಡುವುದನ್ನು ಬಹಳ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡುವುದು ಹೇಗೆ

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾತನಾಡಲು ನೀವು ಹೀಗೆ ಮಾಡಬೇಕು:

* ನೇರ ನೋಟ, ನಗುವುದು, ತಲೆಯಾಡಿಸುವಿಕೆ, ಸನ್ನೆ ಮಾಡುವಿಕೆ ಮುಂತಾದ ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಭಾಷಣದಲ್ಲಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
* ನೀವು ಭಾಷಣ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಮಾತಿನ ಕರಡನ್ನು ಬರೆದುಕೊಳ್ಳಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಭಾವ ಮತ್ತು ಭಾವನೆಗಳು ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಸರಿಯಾದ ಉಚ್ಚಸ್ವರ ಮತ್ತು ತೀವ್ರತೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಪದಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಉಚ್ಚರಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಮಾತು ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯದಲ್ಲೂ ಸ್ಫಟಿಕ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು.
* ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಆಹ್ಲಾದಕರ ಮತ್ತು ನೈಸರ್ಗಿಕ ಸ್ವರವನ್ನು ಬಳಸಿ. ನೀವು ಸರಿಯಲ್ಲದ ರೀತಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತೀರಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಅಸ್ವಾಭಾವಿಕರಾಗಿದ್ದೀರಿ ಎಂದು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಭಾವಿಸಬಾರದು.
* ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ತಲಪಿಸಲು ನಿಖರವಾದ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ. ಅಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯಲ್ಲಿಯೂ ತಪ್ಪಿಸಬೇಕು.
* ನಿಮ್ಮ ಭಾಷಣ ತಾರ್ಕಿಕ ಹರಿವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿರಿ. ಯಾವುದೇ ಅನಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಡಿ.
* ಚಡಪಡಿಕೆ, ಸೆಳೆತ ಮುಂತಾದ ಕಿರಿಕಿರಿಯುಂಟುಮಾಡುವ ನಡವಳಿಕೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಪ್ರಜ್ಞಾಪೂರ್ವಕ ಪ್ರಯತ್ನ ಮಾಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಪದಗಳನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆರಿಸಿ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಷ್ಟವಾಗದ ಸರಳ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
* ಸ್ಲೈಡ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ವೈಟ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ನಂತಹ ದೃಶ್ಯ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
* ನಿಧಾನವಾಗಿ ಮಾತನಾಡಿ ಇದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ನೀವು ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿರುವಿರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ತುಂಬಾ ನಿಧಾನವಾಗಿ ಮಾತನಾಡದಿರಲು ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಿ ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಗಟ್ಟಿಯಾದ, ಸಿದ್ಧವಿಲ್ಲದ ಅಥವಾ ಸಹಾನುಭೂತಿಯಿಂದ ಬರಬಹುದು.
* ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ವಿರಾಮ ಮರೆಯದಿರಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಯಾರಾದರೂ ಏನು ಹೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಕಷ್ಟವಾಗಿದ್ದರೆ, ಅವರ ಮಾತುಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ತಲೆಯಲ್ಲಿ ಪುನರಾವರ್ತಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ.
* ನೀವು ಸಂವಹನ ನಡೆಸುತ್ತಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯೊಂದಿಗೆ ಯಾವಾಗಲೂ ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ, ಮಾತನಾಡುವಾಗ ಮತ್ತು ಕೇಳುವಾಗ. ಇದು ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ.

10.5.4 ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರ ಮತ್ತು ಸಮಾಲೋಚನಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು

ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ಆಕ್ಸ್‌ಫರ್ಡ್ ನಿಘಂಟಿನ (1995) ಪ್ರಕಾರ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರ ಮತ್ತು ಸಮಾಲೋಚನಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು, ಒಂದು ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ, "ಪರಿಹಾರದ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಒಂದು ಸಂದೇಹಾಸ್ಪದ ಅಥವಾ ಕಷ್ಟಕರವಾದ ವಿಷಯ" ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಎರಡು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ:

1. ಗುರಿಗಳು 2. ಅಡೆತಡೆಗಳು

ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಗುರಿಯು ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಅವುಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುವುದು.

ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸುವುದು?

ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಒಂದು ಮಟ್ಟದ ತರ್ಕಬದ್ಧ ಚಿಂತನೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾದಾಗ ಅನುಸರಿಸಲು ಕೆಲವು ತಾರ್ಕಿಕ ಹಂತಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

ಹಂತ 1: ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ

ಹಂತ 2: ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ

ಹಂತ 3: ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

ಹಂತ 4: ಉತ್ತಮ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ

ಹಂತ 5: ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿ

ಹಂತ 6: ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಪರಿಹರಿಸಲಾಗಿದೆಯೇ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ

ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಹೆಚ್ಚು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಲೀಕರು ಮತ್ತು ಅವರ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ನಿರ್ಣಾಯಕ. ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರಲ್ಲಿ ಈ ಕೆಳಗಿನ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ:

* ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದಿರುವುದು
* ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕವಾಗಿರುವುದು
* ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು
* ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವುದು
* ಗಾಬರಿಯಾಗದಿರುವುದು
* ಸರಿಯಾದ ಸಮಸ್ಯೆಯ ಮೇಲೆ ಗಮನ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವುದು

ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ಸಂಭಾವ್ಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಅವರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯದ ಮಟ್ಟವನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು. ಈ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಲು ಕೆಲವು ವಿಧಾನಗಳು:

* **ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆಗಳು:** ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆಯಲ್ಲಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹರಿಸುವ ಕೌಶಲ್ಯದ ಪುರಾವೆಯನ್ನು ಕೇಳಿ.
* **ಸೈಕೋಮೆಟ್ರಿಕ್ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳು:** ಸಂಭಾವ್ಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ತಾರ್ಕಿಕ ಕಾರಣ ಮತ್ತು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಚಿಂತನೆಯ ಪರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿ ಮತ್ತು ಅವರು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಿ.
* **ಸಂದರ್ಶನಗಳು:** ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಸಮಸ್ಯಾತ್ಮಕ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ ಅಥವಾ ನೈತಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಹಾಕಿ ಮತ್ತು ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು ಹೇಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಿ.
* **ತಾಂತ್ರಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು:** ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ನಿಜ ಜೀವನದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ನೀಡಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಆಲೋಚನಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ.

ಅನುಸಂಧಾನ ಎಂದರೇನು?

ಅನುಸಂಧಾನವು ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಬಳಸುವ ಒಂದು ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ. ವಿವಾದಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವಾಗ ರಾಜಿ ಅಥವಾ ಒಪ್ಪಂದದ ಮೂಲಕ ಭಿನ್ನಾಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು ಮಾತುಕತೆಯ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಮಾತುಕತೆಯಿಲ್ಲದೆ, ಸಂಘರ್ಷಗಳು ಜನರ ನಡುವೆ ಅಸಮಾಧಾನಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ. ಉತ್ತಮ ಅನುಸಂಧಾನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳನ್ನು ತೃಪ್ತಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಲವಾದ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಕಡೆಗೆ ಬಹಳ ದೂರ ಹೋಗುತ್ತವೆ

ಅನುಸಂಧಾನ ಏಕೆ?

ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಹಲವು, ಹಲವು ಅನುಸಂಧಾನಗಳ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಕೆಲವು ಮಾತುಕತೆಗಳು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿರುತ್ತವೆ ಆದರೆ ಇತರವು ಪ್ರಾರಂಭವನ್ನು ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ಮುರಿಯಲು ಸಾಕಷ್ಟು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿವೆ. ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಸಮಾಲೋಚನೆಯು ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ಹೇಗೆ ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು, ಆದರೆ ಅನುಸಂಧಾನ ಕಲೆಯಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಬೇಕು.

ಅನುಸಂಧಾನ ನಡೆಸುವುದು ಹೇಗೆ?

ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

ಹಂತ 1: ಅನುಸಂಧಾನದ ಪೂರ್ವ ತಯಾರಿ	ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು ಎಲ್ಲಿ ಭೇಟಿಯಾಗಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ, ಯಾರೆಲ್ಲಇರಬೇಕೆಂದು ನಿರ್ಧರಿಸಿ ಮತ್ತು ಚರ್ಚೆಗೆ ಸಮಯ ಮಿತಿಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿ.
ಹಂತ 2: ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ	ಇದು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳುವುದು, ಇನ್ನೊಂದು ಬದಿಯನ್ನು ಆಲಿಸುವುದು, ನಿಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಮುಂದಿಡುವುದು ಮತ್ತು ಅನುಮಾನಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸುವುದು.
ಹಂತ 3: ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಿ	ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳು ಒಂದೇ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಮತ್ತು ಒಂದೇ ಗುರಿಯನ್ನು ತಲುಪಲು ಬಯಸುತ್ತವೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
ಹಂತ 4: ಗೆಲುವು–ಗೆಲುವಿನ ಫಲಿತಾಂಶದ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿ	ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸುವಾಗ ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನಿಂದ ಇರಲು ನಿಮ್ಮ ಕೈಲಾದಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ. ಎರಡೂ ಪಕ್ಷಗಳು ಗೆಲ್ಲುವ ಫಲಿತಾಂಶವನ್ನು ತಲುಪಲು ರಾಜಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.
ಹಂತ 5: ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ	ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ, ಒಪ್ಪಂದದ ವಿವರಗಳು ಎರಡೂ ಕಡೆಯವರಿಗೆ ಸ್ಫಟಿಕ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು, ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪುಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ.
ಹಂತ 6: ಪರಿಹಾರದ ಮೇಲೆ ಒಪ್ಪಿಗೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿ:	ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಜಾರಿಗೆ ತರುವ ಕ್ರಮದ ವಿಧಾನವನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮಗೆ ಏನು ಬೇಕೋ ಅದನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದುದನ್ನು ನಿಖರವಾಗಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ
* ಮಾತನಾಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಕೇಳಲು ಮತ್ತು ಯೋಚಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ನೀಡಿ
* ಗೆಲ್ಲುವ ಬದಲು ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಬೆಳೆಸುವತ್ತ ಗಮನಹರಿಸಿ
* ನಿಮ್ಮ ಜನರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಫಲಿತಾಂಶದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಡಿ
* ಯಾವಾಗ ಹೊರನಡೆಯಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿಯಿರಿ – ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕೆ ಬರವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗದೇ ಇರಬಹುದು

10.5.5 ಉದ್ಯಮದ ಅವಕಾಶಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ: ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳು

"ಉದ್ಯಮಿ ಯಾವಾಗಲೂ ಬದಲಾವಣೆಗಾಗಿ ಹುಡುಕುತ್ತಾನೆ, ಅದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾನೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅವಕಾಶವಾಗಿ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾನೆ." – ಪೀಟರ್ ಡ್ರಕ್ಕರ್

ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಅತ್ಯಗತ್ಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ.

ಅವಕಾಶ ಎಂದರೇನು?

ಅವಕಾಶ ಎಂಬ ಪದವು ಸಂದರ್ಭಗಳಿಂದ ನೀಡಲಾಗುವ ಏನನ್ನಾದರೂ ಮಾಡಲು ಉತ್ತಮ ಅವಕಾಶ ಅಥವಾ ಅನುಕೂಲಕರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶ ಎಂದರೆ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಉತ್ತಮ ಅಥವಾ ಅನುಕೂಲಕರ ಬದಲಾವಣೆ.

ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಎದುರಿಸುವ ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

ಎಲ್ಲಾ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ಎದುರಿಸುವ ಒಂದು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪ್ರಶ್ನೆಯೆಂದರೆ ತಮಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೇಗೆ ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವುದು.

ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಯೋಚಿಸುವ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:

* ಹೊಸ ಉದ್ಯಮವು ಪೂರೈಸದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಬೇಕೇ?
* ಹೊಸ ಉದ್ಯಮವು ಒಂದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಿಂದ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬೇಕೇ ಮತ್ತು ಅದು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದಿರುವಲ್ಲಿ ಇನ್ನೊಂದರಲ್ಲಿ ನೀಡಬೇಕೇ?
* ಉದ್ಯಮ ಬೇರೆಡೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದ ಮತ್ತು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿದ ಸೂತ್ರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿರಬೇಕೇ?

ಆದ್ದರಿಂದ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಹೊಸ ಮತ್ತು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಗುರುತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವರ ಯಶಸ್ಸಿನ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಲಿಯುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆ ಒಂದು ಅವಕಾಶ ಯಾವಾಗ?

ಕಲ್ಪನೆಯು ಒಂದು ಅವಕಾಶವಾಗುವುದು ಯಾವಾಗ ಎಂದರೆ:

* ಇದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ
* ಇದು ಗಮನಾರ್ಹ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತದೆ, ನೋವಿನ ಅಂಶವನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುತ್ತದೆ ಅಥವಾ ಬೇಡಿಕೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ
* ದೃಢವಾದ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಲಾಭಾಂಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ
* ಸರಿಯಾದ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥಾಪಕ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣಾ ತಂಡದೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಅವಕಾಶಗಳಿಗಾಗಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವಾಗ ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾದ ಅಂಶಗಳು

ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ:

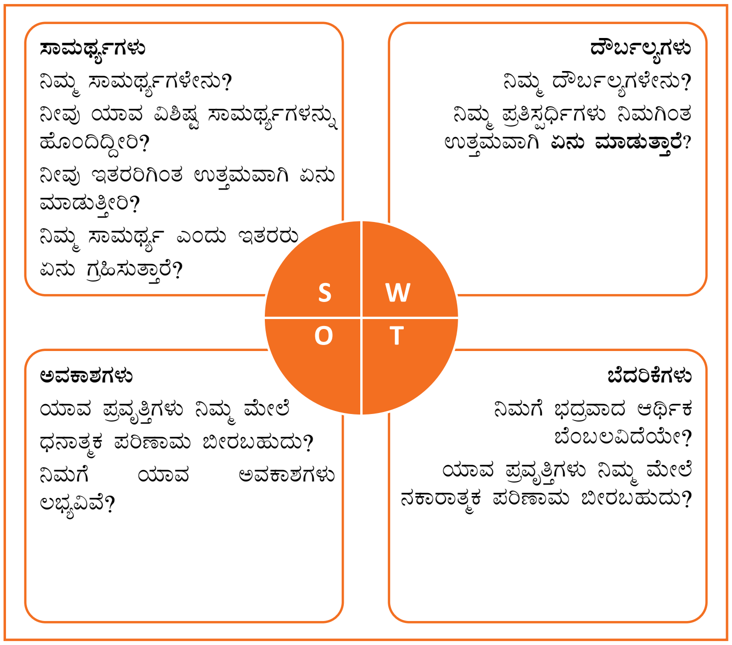
* ಆರ್ಥಿಕ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು
* ನಿಧಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು
* ಮಾರಾಟಗಾರರು, ಪಾಲುದಾರರು ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆದಾರರ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು
* ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು
* ರಾಜಕೀಯ ಬೆಂಬಲದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಗಳು
* ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆ

ಹೊಸ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳು

* **ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಸಮರ್ಥತೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ:** ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ನೋಡುವಾಗ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವ ಅಸಮರ್ಥತೆಗಳಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ. ಈ ಅಸಮರ್ಥತೆಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ.
* **ಪ್ರಮುಖ ತೊಂದರೆಗಳನ್ನು ನಿವಾರಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ:** ಹೊಸ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡುವ ಬದಲು, ನೀವು ಉತ್ಪನ್ನ, ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ನವೀನವಾಗಿ ಸುಧಾರಿಸಬಹುದು.
* **ಹೊಸದನ್ನು ರಚಿಸಿ:** ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹೊಸ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೇಗೆ ಸೃಷ್ಟಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸಿ.
* **ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ವಲಯ/ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಆರಿಸಿ:** ಯಾವ ವಲಯಗಳು ಅಥವಾ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿ ಮತ್ತು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಅದೇ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಟ್ಯಾಪ್ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸಿ.
* **ಉತ್ಪನ್ನದ ವ್ಯತ್ಯಾಸದ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ:** ನೀವು ಈಗಾಗಲೇ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡಿದ್ದರೆ, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವವುಗಳಿಗಿಂತ ಅದನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಯೋಚಿಸಿ.

ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದೊಳಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳು

1. SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ: SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಿಮ್ಮ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿನ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. SWOT ಎಂಬ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೂಪವು (**S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats) ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು, ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು, ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಬೆದರಿಕೆಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಚೌಕಟ್ಟು:



ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳಿಗಾಗಿ ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವಾಗ ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ:

SWOT ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳನ್ನು ನೋಡುವ ಮೂಲಕ, ನೀವು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾದ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ನೀವು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಬಹುದು, ಹಾಗೆಯೇ ನಿಮ್ಮ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಹಳಿತಪ್ಪಿಸುವ ಬೆದರಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ತೆಗೆದುಹಾಕಬಹುದು.

2. ನಿಮ್ಮ USP ಸ್ಥಾಪಿಸುವುದು

   ನಿಮ್ಮ USP (unique selling proposition - ಅನನ್ಯವಾದ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಸ್ತಾಪ) ನಿರ್ಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗಿಂತ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಇರಿಸಿ. ನಿಮ್ಮಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಏಕೆ ಖರೀದಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮತ್ತು ಆ ಕಾರಣವನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿ.

ಅವಕಾಶದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ನೀವು ಅವಕಾಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದ ನಂತರ, ನೀವು ಅದನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

ಅವಕಾಶವನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲು, ನೀವು:

* ಕಲ್ಪನೆಯ ಮೇಲೆ ಗಮನಕೊಡಿ
* ಕಲ್ಪನೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೇಲೆ ಗಮನಹರಿಸಿ
* ಕಲ್ಪನೆಯಂತೆಯೇ ಅದೇ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯಮದ ನಾಯಕರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡಿ
* ಕಲ್ಪನೆಯಂತೆಯೇ ಅದೇ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಮಾತನಾಡಿ

ಸಲಹೆಗಳು

* ನೆನಪಿಡಿ, ಅವಕಾಶಗಳು ಸಾಂದರ್ಭಿಕವಾಗಿವೆ.
* ಸಾಬೀತುಗೊಳಿಸಿದ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ.
* ಇತ್ತೀಚಿನ ವ್ಯಾಮೋಹವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪ್ರೀತಿಸಿ.

10.5.6 ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಬೆಂಬಲ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ ಈತ:

* ಉದ್ಯೋಗದಾತರಿಗಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ
* ಸಣ್ಣ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಾನೆ
* ಉದ್ಯಮದ ಎಲ್ಲಾ ಅಪಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲಗಳನ್ನು ತನ್ನ ಕಲ್ಪನೆ, ಉತ್ತಮತೆ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾನೆ

ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಪ್ರಕಾರಗಳು

ಉದ್ಯಮಿಗಳಲ್ಲಿ ನಾಲ್ಕು ಮುಖ್ಯ ಪ್ರಕಾರಗಳಿವೆ:

1. **ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಉದ್ಯಮಿ:** ಈ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕೆಲವು ರೀತಿಯ ಕೌಶಲ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ – ಅವರು ಬಡಗಿ, ಮೆಕ್ಯಾನಿಕ್, ಅಡುಗೆಯವರು ಇತ್ಯಾದಿ ಆಗಿರಬಹುದು. ಅವರು ರೆಸ್ಟೋರೆಂಟ್‌ಗಳು, ಅಂಗಡಿಗಳು ಮತ್ತು ಬಡಗಿಗಳಂತಹ ಹಲವಾರು ವರ್ಷಗಳಿಂದ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿ, ಅವರು ಇದೇ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಅನುಭವವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.
2. **ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಉದ್ಯಮಿ:** ಈ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಬಯಕೆಯು ಬೆಳೆಯುವ, ಅನೇಕ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಗೆಲ್ಲುವ ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಹಣ ಗಳಿಸುವ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು. ಅಂತಿಮವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಉತ್ತಮ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು ಅವರ ಅಂತಿಮ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ಅಂತಹ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಅಥವಾ ತಾಂತ್ರಿಕ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.
3. **ಯೋಜನೆ ಆಧಾರಿತ ಉದ್ಯಮಿ:** ಈ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಲೆ ಅಥವಾ ಮನೋವಿಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಅವರ ಉದ್ಯಮಗಳು ಅವರು ತುಂಬಾ ಭಾವೋದ್ರಿಕ್ತವಾಗಿರುವ ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತವೆ.
4. **ಜೀವನಶೈಲಿ ಉದ್ಯಮಿ:** ಈ ರೀತಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶಿಕ್ಷಕ ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯದರ್ಶಿಯಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ಬಹಳಷ್ಟು ಹಣವನ್ನು ಗಳಿಸುವ ಬದಲು ಜನರು ಆನಂದಿಸುವ ಯಾವುದನ್ನಾದರೂ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಹೆಚ್ಚು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.

ಒಬ್ಬ ಉದ್ಯಮಿಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಯಶಸ್ವಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ:

* ಅವರು ಹೆಚ್ಚು ಉತ್ತೇಜಿತರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಸೃಜನಶೀಲರು ಮತ್ತು ಹಿಡಿದ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬಲ್ಲವರು
* ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಅವರು ಮಾನಸಿಕವಾಗಿ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ – ಅವರು ತಮ್ಮ ನಗದು ಹರಿವು, ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ತುಂಬಾ ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ – ಇದರರ್ಥ ಅವರು ಕೆಲಸವನ್ನು ಬೇರೆಯವರಿಗಾಗಿ ಕಾಯುವ ಬದಲು ತಾವೇ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರಿಗೆ ಮುನ್ನೋಟ ಇರುತ್ತದೆ – ಅವರು ದೊಡ್ಡ ಚಿತ್ರವನ್ನು ನೋಡಲು ಸಮರ್ಥರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ
* ಅವರು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವವರು ಮತ್ತು ಮುಕ್ತ ಮನಸ್ಸಿನವರು
* ಅವರು ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮರು

ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಯಶಸ್ಸಿನ ಕಥೆಗಳು

ಧೀರೂ ಭಾಯಿ ಅಂಬಾನಿ

ಧೀರೂಭಾಯಿ ಅಂಬಾನಿ ವಾರಾಂತ್ಯದಲ್ಲಿ ಗಿರ್ನಾರ್ ಪರ್ವತದಲ್ಲಿ ಯಾತ್ರಾರ್ಥಿಗಳಿಗೆ 'ಬಜ್ಜಿ'ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಉದ್ಯಮಶೀಲ ವೃತ್ತಿಜೀವನವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. 16ನೇ ವಯಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ, ಅವರು ಯೆಮನ್‌ಗೆ ತೆರಳಿದರು, ಅಲ್ಲಿ ಅವರು ಗ್ಯಾಸ್ ಸ್ಟೇಷನ್ ಅಟೆಂಡೆಂಟ್ ಆಗಿ ಮತ್ತು ತೈಲ ಕಂಪನಿಯಲ್ಲಿ ಗುಮಾಸ್ತರಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದರು. 50,000 ರೂ.ಗಳೊಂದಿಗೆ ಭಾರತಕ್ಕೆ ಹಿಂತಿರುಗಿ ಜವಳಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿದರು. ಇವರ 'ರಿಲಯನ್ಸ್' ಉದ್ಯಮವು ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಣವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮೊದಲ ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಫೋರ್ಬ್ಸ್ 500 ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಂಡ ಮೊದಲ ಭಾರತೀಯ ಕಂಪನಿಯಾಗಿದೆ.

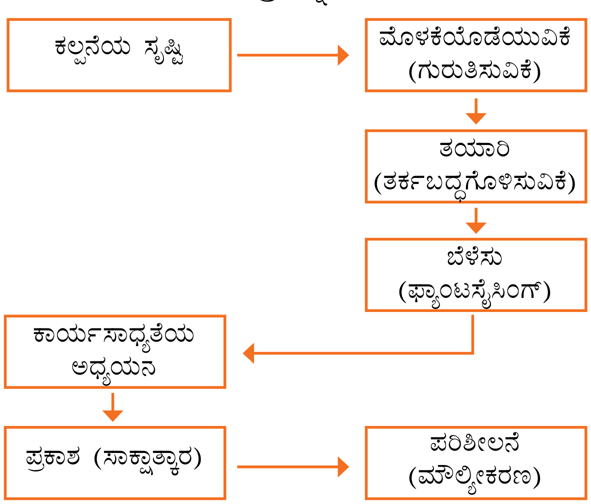
ಡಾ. ಕರ್ಸನ್ ಭಾಯ್ ಪಟೇಲ್

ಕರ್ಸನ್ ಭಾಯಿ ಪಟೇಲ್ ತಮ್ಮ ಮನೆಯ ಹಿತ್ತಲಲ್ಲಿ ಡಿಟರ್ಜೆಂಟ್ ಪೌಡರ್ ತಯಾರಿಸಿದರು. ಅವರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮನೆ-ಮನೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟವಾದ ಪ್ರತಿ ಪ್ಯಾಕ್‌ಗೆ ಹಣವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವ ಭರವಸೆ ನೀಡಿದರು. ಆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಅಗ್ಗದ ಡಿಟರ್ಜೆಂಟ್ ಕೆಜಿಗೆ ರೂ.13 ಇದ್ದಾಗ ಅವರು ಕೆಜಿಗೆ ರೂ.3ಕ್ಕೆ ಮಾರಿದರು. ಡಾ. ಪಟೇಲ್ ಅಂತಿಮವಾಗಿ 'ನಿರ್ಮಾ'ವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು, ಇದು ಭಾರತೀಯ ದೇಶೀಯ ಡಿಟರ್ಜೆಂಟ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಹೊಸ ಸ್ತರವೊಂದಕ್ಕೆ ನಾಂದಿಯಾಯಿತು.

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

* **ಹಂತ 1:** ಕಲ್ಪನೆಯ ವಿಕಾಸ. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಉದ್ಯಮಿಯು ಯೋಚಿಸಿದ ಕಲ್ಪನೆಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಕಲ್ಪನೆಯು ಪರಿಹಾರವಾಗಬಲ್ಲ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದೆ.
* **ಹಂತ 2:** ಮೊಳಕೆಯೊಡೆಯುವಿಕೆ ಅಥವಾ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ. ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಲಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಸಂಭವನೀಯ ಪರಿಹಾರ ಯೋಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಹಂತ 3:** ತಯಾರಿ ಅಥವಾ ತರ್ಕಬದ್ಧಗೊಳಿಸುವಿಕೆ. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದೇ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಇತರರು ಹೇಗೆ ಪರಿಹರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಸಂಶೋಧನೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಹಂತ 4:** ಬೆಳೆಸುವುದು ಅಥವಾ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಇಂಬುಗೊಡುವುದು. ಈ ಹಂತವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಬರುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಕಡಿಮೆ ಚಿಂತನೆಯನ್ನು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.
* **ಹಂತ 5:** ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯ ಅಧ್ಯಯನ: ಮುಂದಿನ ಹಂತವು ಒಂದು ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯ ಅಧ್ಯಯನದ ರಚನೆಯಾಗಿದ್ದು, ಆಲೋಚನೆಯು ಲಾಭವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ
* **ಹಂತ 6:** ಪ್ರಕಾಶ ಅಥವಾ ಸಾಕ್ಷಾತ್ಕಾರ. ಇದು ಎಲ್ಲಾ ಅನಿಶ್ಚಿತ ಪ್ರದೇಶಗಳು ಇದ್ದಕ್ಕಿದ್ದಂತೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದಾಗ ಆಗುವ ಸ್ಥಿತಿ. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ತನ್ನ ಕಲ್ಪನೆಗೆ ಅರ್ಹತೆ ಇದೆ ಎಂದು ನಂಬುತ್ತಾರೆ.
* **ಹಂತ 7:** ಪರಿಶೀಲನೆ ಅಥವಾ ಮೌಲ್ಯೀಕರಣ. ಈ ಅಂತಿಮ ಹಂತದಲ್ಲಿ, ಕಲ್ಪನೆಯು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆಯೇ ಮತ್ತು ಅದು ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಉತ್ತಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಕೆಳಗಿನ ರೇಖಾಚಿತ್ರವನ್ನು ನೋಡೋಣ.



ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಪರಿಸರಕ್ಕೆ ಪರಿಚಯ

ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಬೆಂಬಲ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಸಾಮೂಹಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ವರೂಪವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ಕಂಪನಿಗಳು ಹೊರಹೊಮ್ಮುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಧೈರ್ಯಶಾಲಿ, ದೂರದೃಷ್ಟಿಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಂದ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಖಾಸಗಿ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಂದ ಮಾಡಿದ ಪರಿಸರ ಅಥವಾ 'ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ'ಯಲ್ಲಿ ಅವು ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತವೆ. ಈ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಹೊಸ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಪೋಷಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ, ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಆರು ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

1. **ಅನುಕೂಲಕರ ಸಂಸ್ಕೃತಿ:** ಇದು ಅಪಾಯ ಮತ್ತು ದೋಷಗಳ ಸಹಿಷ್ಣುತೆ, ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ಜಾಲವರ್ಧನೆ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯ ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸ್ಥಾನಮಾನದಂತಹ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.
2. **ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ನೀತಿಗಳು ಮತ್ತು ನಾಯಕತ್ವ:** ಇದು ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಚೌಕಟ್ಟಿನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.
3. **ಹಣಕಾಸು ಆಯ್ಕೆಗಳು:** ಏಂಜೆಲ್ ಫೈನಾನ್ಸಿಂಗ್, ವೆಂಚರ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲಿಸ್ಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಕಿರುಸಾಲಗಳು ಇದಕ್ಕೆ ಉತ್ತಮ ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿವೆ.
4. **ಮಾನವ ಬಂಡವಾಳ:** ಇದು ತರಬೇತಿ ಪಡೆದ ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ಪಡೆಯದ ಕಾರ್ಮಿಕರು, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ತರಬೇತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ
5. **ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಅನುಕೂಲಕರ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು:** ಇದು ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಗಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಸ್ತಿತ್ವ ಅಥವಾ ಅಸ್ತಿತ್ವದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.
6. **ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಬೆಂಬಲ:** ಇದು ಕಾನೂನು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಲಹೆಗಾರರು, ದೂರಸಂಪರ್ಕ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮತ್ತು ಸಾರಿಗೆ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಈ ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರಗಳಿಗೆ ಪ್ರಬಲವಾದ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಬೆಂಬಲ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇದೆಯೇ ಮತ್ತು ಈ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಸರ್ಕಾರವು ಯಾವ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಆರು ಕಾರ್ಯಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಚಿತ್ರವಾಗಿ ಚಿತ್ರಿಸಲಾಗಿದೆ

ಆರಂಭಿಕ ಗ್ರಾಹಕರು
* ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಪುರಾವೆಗಾಗಿ ಆರಂಭಿಕ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಂಡವರು
* ಉತ್ಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಣತಿ
* ಉಲ್ಲೇಖ ಗ್ರಾಹಕ
* ಮೊದಲ ವಿಮರ್ಶೆಗಳು
* ವಿತರಣಾ ವಾಹಿನಿಗಳು

ನಾಯಕತ್ವ
* ನಿಸ್ಸಂದಿಗ್ಧ ಬೆಂಬಲ
* ಸಾಮಾಜಿಕ ನ್ಯಾಯಸಮ್ಮತತೆ
* ವಕೀಲರಿಗೆ ತೆರೆದ ಬಾಗಿಲು
* ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ತಂತ್ರ
* ತುರ್ತು, ಬಿಕ್ಕಟ್ಟು ಮತ್ತು ಸವಾಲು

ಸರ್ಕಾರ
* ಸಂಸ್ಥೆಗಳು

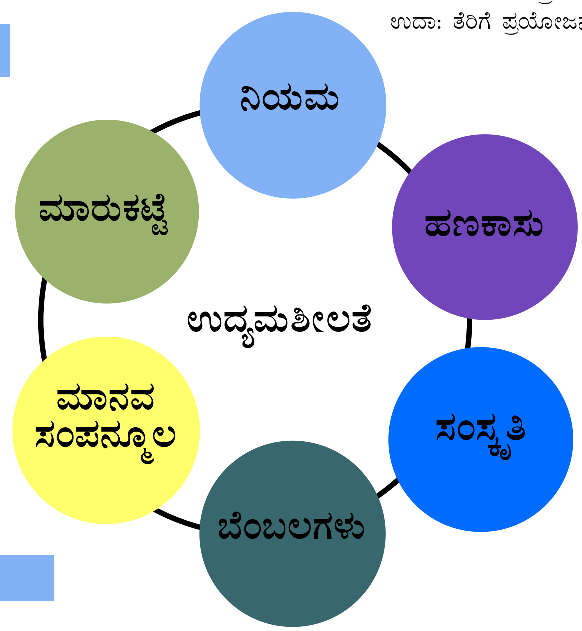
ಉದಾ: ಹೂಡಿಕೆ, ಬೆಂಬಲ
* ಹಣಕಾಸಿನ ಬೆಂಬಲ

ಉದಾ: ಆರ್&ಡಿಗಾಗಿ, ಜಂಪ್ ಸ್ಟಾರ್ಟ್ ಫಂಡ್‌ಗಳು
* ನಿಯಂತ್ರಣ ಚೌಕಟ್ಟಿನ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಗಳು

ಉದಾ: ತೆರಿಗೆ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು
* ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು
* ಉದ್ಯಮಸ್ನೇಹಿ ಕಾನೂನು

ಉದಾ: ದಿವಾಳಿತನ, ಒಪ್ಪಂದ ಜಾರಿ, ಆಸ್ತಿ ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಮಿಕರು

ಜಾಲಗಳು
* ಉದ್ಯಮ ಜಾಲಗಳು
* ಗುಂಪು ಜಾಲಗಳು
* ಬಹುರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು



ಆರ್ಥಿಕ ಬಂಡವಾಳ
* ಕಿರು ಸಾಲಗಳು
* ಹಿನ್ನೆಲೆಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು, ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬ
* ಶೂನ್ಯ-ಹಂತದ ಉದ್ಯಮ ಬಂಡವಾಳ
* ಉದ್ಯಮ ಬಂಡವಾಳ ನಿಧಿಗಳು
* ಖಾಸಗಿ ಷೇರುಗಳು
* ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಬಂಡವಾಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು
* ಸಾಲಗಳು

ಕಾರ್ಮಿಕರು
* ಕೌಶಲ್ಯ ಸಹಿತ ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯರಹಿತ
* ಸರಣಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳು
* ಮುಂದಿನ ಪೀಳಿಗೆಯ ಕುಟುಂಬ

ಯಶಸ್ಸಿನ ಕಥೆಗಳು
* ಗೋಚರಿಸುವ ಯಶಸ್ಸುಗಳು
* ಸಂಸ್ಥಾಪಕರಿಗೆ ಸಂಪತ್ತಿನ ಉತ್ಪಾದನೆ
* ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಖ್ಯಾತಿ

ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು
* ಸಾಮಾನ್ಯ ಪದವಿ (ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ಶೈಕ್ಷಣಿಕ)
* ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ತರಬೇತಿ

ಸಾಮಾಜಿಕ ನಿಯಮಗಳು
* ಅಪಾಯ, ತಪ್ಪುಗಳು, ವೈಫಲ್ಯಗಳ ಸಹಿಷ್ಣುತೆ
* ನಾವೀನ್ಯತೆ, ಸೃಜನಶೀಲತೆ, ಪ್ರಯೋಗ
* ಸ್ಥಾನಮಾನ
* ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಪತ್ತು ಸೃಷ್ಟಿ
* ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷೆ, ಚಾಲನೆ, ಹಸಿವು

ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ
* ದೂರಸಂಪರ್ಕ
* ಸಾರಿಗೆ ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್
* ಶಕ್ತಿ
* ವಲಯಗಳು, ಬೆಳವಣಿಗೆ ಕೇಂದ್ರಗಳು, ಕ್ಲಸ್ಟರ್‌ಗಳು

ಸರ್ಕಾರೇತರ ಸಂಸ್ಥೆ
* ಲಾಭರಹಿತ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹ
* ವಾಣಿಜ್ಯ ಯೋಜನೆ ಸ್ಪರ್ಧೆಗಳು
* ಸಮ್ಮೇಳನಗಳು
* ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಸ್ನೇಹಿ ಸಂಘಗಳು

ಬೆಂಬಲ ವೃತ್ತಿಗಳು
* ಕಾನೂನು
* ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆ
* ಹೂಡಿಕೆ ಬ್ಯಾಂಕರ್‌ಗಳು

ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಬೆಂಬಲ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಅನನ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿವೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪ್ರದೇಶದ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಮೇಲಿನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳಿಂದ ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ ವಿವರಿಸಬಹುದಾದರೂ, ಪ್ರತಿ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ನೂರು ಅಂಶಗಳ ಅತ್ಯಂತ ಸಂಕೀರ್ಣ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ಕ್ರಿಯೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿದೆ.

ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ಅಂತಿಮವಾಗಿ (ಹೆಚ್ಚಾಗಿ) ಸ್ವಾವಲಂಬಿಯಾಗುತ್ತವೆ. ಆರು ಡೊಮೇನ್‌ಗಳು ಸಾಕಷ್ಟು ಸ್ಥಿತಿಸ್ಥಾಪಕತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವಾಗ, ಅವು ಪರಸ್ಪರ ಪ್ರಯೋಜನಕಾರಿಯಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ, ಸರ್ಕಾರದ ಒಳಗೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ನಾಯಕರು ಹೆಚ್ಚು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಗಳನ್ನು ಸ್ವಯಂ-ದಿವಾಳಿಗೊಳಿಸುವಂತೆ ರೂಪಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ, ಆದ್ದರಿಂದ ಪರಿಸರದ ಸುಸ್ಥಿರತೆಯ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಮೇಕ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನ

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗೆ ಕೆಲವು ಅಗತ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಅವರ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಅಗತ್ಯಗಳೆಂದರೆ:

* ಸುಲಭವಾಗಿ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು
* ಹೂಡಿಕೆದಾರರನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಹುಡುಕುವುದು
* ತೆರಿಗೆ ವಿನಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು
* ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯವನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದು
* ತೊಂದರೆಗಳಿಲ್ಲದ ಮತ್ತು ತ್ವರಿತ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು
* ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಪಾಲುದಾರರಾಗಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದು

ಪ್ರಧಾನಿ ಮೋದಿಯವರು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ಮೇಕ್ ಇನ್ ಇಂಡಿಯಾ ಅಭಿಯಾನವು ಯುವ, ಮಹತ್ವಾಕಾಂಕ್ಷಿ ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಈ ಎಲ್ಲಾ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಇದರ ಉದ್ದೇಶ:

* ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು
* ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುವುದು
* ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
* ಉದ್ಯಮಿಗಳ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುವುದು
* ಸರಕುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸಲು ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ರಚಿಸುವುದು

ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಪ್ರಮುಖ ಯೋಜನೆಗಳು

ಸರ್ಕಾರವು ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಅನೇಕ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರದ ವಿವಿಧ ಸಚಿವಾಲಯಗಳು/ಇಲಾಖೆಗಳು ಮೊದಲ ಪೀಳಿಗೆಯ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ನಡೆಸುತ್ತಿವೆ. ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ಕೆಲವು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ.

ಸಂ. ಯೋಜನೆಯ ಹೆಸರು

1. ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಮುದ್ರಾ ಯೋಜನೆ – ಮೈಕ್ರೋ ಘಟಕಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮರುಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆ (ಮುದ್ರಾ),
2. ಸ್ಟ್ಯಾಂಡ್ ಅಪ್ ಇಂಡಿಯಾ
3. ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ (PMEGP)
4. ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಹಕಾರ
5. ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ರೇಟಿಂಗ್
6. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸಹಾಯ ಯೋಜನೆ
7. ಬಾರ್ ಕೋಡಿಂಗ್‌ಗಾಗಿ ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕದ ಮರುಪಾವತಿ
8. ರಾಜ್ಯ/ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದ ವ್ಯಾಪಾರ ಮೇಳಗಳಲ್ಲಿ ಎಂಎಸ್‌ಎಂಇಗಳ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸಿನ ಬೆಂಬಲ

9. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಉನ್ನತೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಮೇಲೆ ಬಂಡವಾಳ ಸಹಾಯಧನ ಬೆಂಬಲ
10. ಮೈಕ್ರೋ ಮತ್ತು ಕಿರು ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ಗಾಗಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಗ್ಯಾರಂಟಿ ಫಂಡ್ (CGFMSE)
11. ISO ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಶುಲ್ಕದ ಮರುಪಾವತಿ
12. ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
13. ಸಣ್ಣ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ
14. ಮೆಗಾ ಫುಡ್ ಪಾರ್ಕ್
15. ಆದಿವಾಸಿ ಮಹಿಳಾ ಸಶಕ್ತೀಕರಣ ಯೋಜನೆ

1. **ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಮುದ್ರಾ ಯೋಜನೆ, –** ಮೈಕ್ರೋ ಘಟಕಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಮರುಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆ (ಮುದ್ರಾ),

ವಿವರಣೆ

ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಮುದ್ರಾ ಯೋಜನೆಯ ಆಶ್ರಯದಲ್ಲಿ, ಮುದ್ರಾ ಈಗಾಗಲೇ ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಆರಂಭಿಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಯೋಜನೆಗಳು. ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಗಳಿಗೆ 'ಶಿಶು', 'ಕಿಶೋರ್' ಮತ್ತು 'ತರುಣ್' ಎಂದು ಹೆಸರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಫಲಾನುಭವಿ ಮೈಕ್ರೋವಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ/ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯಗಳ ಹಂತವನ್ನು ಸೂಚಿಸಲು ಘಟಕ/ಉದ್ಯಮಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಹಂತದ ಪದವಿಗಾಗಿ ಒಂದು ಉಲ್ಲೇಖ ಬಿಂದುವನ್ನು ಸಹ ಒದಗಿಸಿ/ ಎದುರು ನೋಡುವ ಬೆಳವಣಿಗೆ:

ಎ. ಶಿಶು: ರೂ.50,000/– ವರೆಗಿನ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ

ಬಿ. ಕಿಶೋರ್: ರೂ.ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಕವರ್ ಮಾಡುವುದು. 50,000/– ಮತ್ತು ರೂ.5 ಲಕ್ಷದವರೆಗೆ

ಸಿ. ತರುಣ್: ರೂ.ಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಕವರ್ ಮಾಡುವುದು. 5 ಲಕ್ಷದಿಂದ 10 ಲಕ್ಷ ರೂ

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ಯಾವುದೇ ಭಾರತೀಯ ನಾಗರಿಕರು, ಕೃಷಿಯೇತರ ವಲಯದ ಆದಾಯ ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಉತ್ಪಾದನೆ, ಸಂಸ್ಕರಣೆ, ವ್ಯಾಪಾರ ಅಥವಾ ಸೇವಾ ವಲಯ ಮತ್ತು ಅವರ ಸಾಲದ ಅಗತ್ಯ 10 ಲಕ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಇದ್ದಲ್ಲಿ ಮುದ್ರಾ ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಮುದ್ರಾ ಯೋಜನೆ (PMMY) ಅಡಿಯಲಿ ಬ್ಯಾಂಕ್, MFI, ಅಥವಾ NBFC ಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು

2. **ಸ್ಟ್ಯಾಂಡ್ ಅಪ್ ಇಂಡಿಯಾ**

ವಿವರಣೆ

ಸ್ಟ್ಯಾಂಡಪ್ ಇಂಡಿಯಾ ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶವು ರೂ.10 ಲಕ್ಷದಿಂದ 1 ಕೋಟಿಯ ನಡುವಿನ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸಾಲಗಳನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ಒಬ್ಬ ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಜಾತಿ (SC) ಅಥವಾ ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡ (ST) ಅಥವಾ ಕನಿಷ್ಠ ಒಬ್ಬ ಮಹಿಳಾ ಸಾಲಗಾರರಿಗೆ ನೀಡುವುದು. ಸಾಲ ಬೇಕಾಗಿರುವ ಉದ್ಯಮವು ಉತ್ಪಾದನೆ, ಸೇವೆಗಳು ಅಥವಾ ವ್ಯಾಪಾರ ವಲಯದಲ್ಲಿರಬಹುದು. ಅಲ್ಲದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಉದ್ಯಮಗಳು ಕನಿಷ್ಠ 51% ಷೇರುದಾರರ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಣ ಪಾಲನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಎಸ್‌ಸಿ/ಎಸ್‌ಟಿ ಅಥವಾ ಮಹಿಳಾ ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿರಬಹುದು.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ST, SC ಮತ್ತು ಮಹಿಳೆಯರು

3. **ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ (PMEGP)**

ವಿವರಣೆ

ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಖಾದಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೋದ್ಯೋಗ ಆಯೋಗ (ಕೆವಿಐಸಿ) ನೋಡಲ್ ಆಗಿ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಿದೆ. ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಸಂಸ್ಥೆ. ರಾಜ್ಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ, ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರಾಜ್ಯದ ಮೂಲಕ ಜಾರಿಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. KVIC ನಿರ್ದೇಶನಾಲಯಗಳು, ರಾಜ್ಯ ಖಾದಿ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಮೋದ್ಯೋಗ ಮಂಡಳಿಗಳು (KVIBs) ಮತ್ತು ಜಿಲ್ಲಾ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಕೇಂದ್ರಗಳು (ಡಿಐಸಿ) ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು. ಯೋಜನೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರದ ಸಬ್ಸಿಡಿಯನ್ನು KVIC ಮೂಲಕ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ

ಫಲಾನುಭವಿಗಳಿಗೆ/ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ವಿತರಿಸಲು ಗುರುತಿಸಲಾದ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಅವರ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳಿಗೆ ವಿತರಣೆಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ಉತ್ಪಾದನಾ ವಲಯದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸಮ್ಮತಿಸಬಹುದಾದ ಯೋಜನೆ/ಘಟಕದ ಗರಿಷ್ಠ ವೆಚ್ಚ ರೂ.25 ಲಕ್ಷ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ/ಸೇವಾ ವಲಯದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ರೂ.10 ಲಕ್ಷ. PMEGP ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನಿಧಿಯ ಮಟ್ಟಗಳು ಹೀಗಿವೆ:

PMEGP ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಫಲಾನುಭವಿಗಳು ಕೊಡುಗೆ	ಫಲಾನುಭವಿಗಳ ಕೊಡುಗೆ (ಯೋಜನಾ ವೆಚ್ಚದ)	ಸಬ್ಸಿಡಿ ದರ (ಯೋಜನಾ ವೆಚ್ಚದ)
ಪ್ರದೇಶ (ಯೋಜನೆ/ಘಟಕದ ಸ್ಥಳ)		ನಗರ ಗ್ರಾಮೀಣ
ಸಾಮಾನ್ಯ ವರ್ಗ	10%	15% 25%
ವಿಶೇಷ (SC / ST / OBC / ಅಲ್ಪಸಂಖ್ಯಾತರು ಸೇರಿದಂತೆ / ಮಹಿಳೆಯರು, ಮಾಜಿ ಸೈನಿಕರು, ದೈಹಿಕವಾಗಿ ಅಂಗವಿಕಲರು, NER, ಬೆಟ್ಟ ಮತ್ತು ಗಡಿ ಪ್ರದೇಶಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ.	05%	25% 35%

ಒಟ್ಟು ಯೋಜನಾ ವೆಚ್ಚದ ಬಾಕಿ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಕೆಲಸದ ಬಂಡವಾಳವಾಗಿ. ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ಅವಧಿ ಸಾಲವಾಗಿ ನೀಡುತ್ತವೆ

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿ, 18 ವರ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟವರು. ವೆಚ್ಚದ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಕನಿಷ್ಠ VIII ಪ್ರಮಾಣಿತ ಪಾಸ್ ಉತ್ಪಾದನಾ ವಲಯದಲ್ಲಿ ರೂ. 10 ಲಕ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ರೂ. 5 ಲಕ್ಷ/ ಸೇವಾ ವಲಯ. PMEGP ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಮಂಜೂರಾತಿಗಾಗಿ ಹೊಸ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸ್ವಯಂ ಸಹಾಯ ಗುಂಪುಗಳು (ಬಿಪಿಎಲ್‌ಗೆ ಸೇರಿದವರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಅವರು ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಯೋಜನೆಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು), ಸೊಸೈಟಿಗಳ ನೋಂದಣಿ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಾಯಿದೆ, 1860; ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಹಕಾರ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಚಾರಿಟಬಲ್ ಟ್ರಸ್ಟ್‌ಗಳು ಸಹ ಅರ್ಹವಾಗಿವೆ. ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಘಟಕಗಳು (PMRY, REGP ಅಥವಾ ಭಾರತ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯದ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಯೋಜನೆ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸರ್ಕಾರ) ಮತ್ತು ಬೇರೆ ಯಾವುದಾದರೂ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಈಗಾಗಲೇ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಬ್ಸಿಡಿಯನ್ನು ಪಡೆದಿರುವ ಘಟಕಗಳು, ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರ ಅಥವಾ ರಾಜ್ಯ ಸರ್ಕಾರದ ಯೋಜನೆಗಳ ಫಲಾನುಭವಿಗಳು ಅರ್ಹರಲ್ಲ.

4. ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಹಕಾರ

ವಿವರಣೆ

ಈ ಯೋಜನೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

ಎ. ಹೊಸ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸಲು ಇತರ ದೇಶಗಳಿಗೆ MSME ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯೋಗಗಳ ನಿಯೋಜನೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಇನ್ಫ್ಯೂಷನ್/ ಅಪ್‌ಗ್ರೇಡೇಶನ್, ಜಂಟಿ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವುದು, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು MSME ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ವಿದೇಶಿ ಸಹಯೋಗಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ.

ಬಿ. ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು, ವ್ಯಾಪಾರ ಮೇಳಗಳು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರಲ್ಲಿ ಭಾರತೀಯ MSME ಗಳ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ವಿದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ವ್ಯಾಪಾರೀ ಭೇಟಿಗಳು,

ಸಿ. MSME ಯ ಆಸಕ್ತಿಯ ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸಮ್ಮೇಳನಗಳು ಮತ್ತು ಸೆಮಿನಾರ್‌ಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವುದು

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ಐಸಿ ಯೋಜನೆಯು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳ ವಿಮಾನ ದರ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯಾಕಾಶ ಬಾಡಿಗೆಗೆ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ಎ. ರಾಜ್ಯ/ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು;

ಬಿ. ಕೈಗಾರಿಕೆ/ಉದ್ಯಮ ಸಂಘಗಳು; ಮತ್ತು

ಸಿ. ನೋಂದಾಯಿತ MSME ಗಳ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯಿರುವ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ನೋಂದಾಯಿತ ಸಮಾಜಗಳು/ ಟ್ರಸ್ಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು

5. ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಉದ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ರೇಟಿಂಗ್

ವಿವರಣೆ

ಕಿರು ಮತ್ತು ಸಣ್ಣ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅವರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅರ್ಹತೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸುವುದು ಯೋಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

PMEGP ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಫಲಾನುಭವಿಗಳು ಕೊಡುಗೆ	MSME ಸಚಿವಾಲಯದಿಂದ ಮರುಪಾವತಿಸಲು ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿಸಲು
ರೂ.50 ಲಕ್ಷಗಳವರೆಗೆ	ರೇಟಿಂಗ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ವಿಧಿಸುವ ಶುಲ್ಕದ 75% ಗರಿಷ್ಠ ರೂ.15,000/–ಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ
ರೂ.50 ಲಕ್ಷಗಳ ಮೇಲೆ	ರೇಟಿಂಗ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ವಿಧಿಸುವ ಶುಲ್ಕದ 75%ರಂತೆ ರೂ.30,0001–ಸೀಲಿಂಗ್‌ಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.
ರೂ.200 ಲಕ್ಷಗಳ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು	ರೂ.200 ಲಕ್ಷಕ್ಕಿಂತ ಮೇಲ್ಪಟ್ಟು ರೇಟಿಂಗ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯು ವಿಧಿಸುವ ಶುಲ್ಕದ 75%ರಂತೆ ರೂ.40,000/– ಸೀಲಿಂಗ್‌ಗೆ ಒಳಪಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಅಥವಾ ಸಣ್ಣ ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾದ ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮವು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಅರ್ಹವಾಗಿದೆ.

6. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಸಹಾಯ ಯೋಜನೆ

ವಿವರಣೆ

ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ:

ಎ. ವಿದೇಶದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳು/ವ್ಯಾಪಾರ ಮೇಳಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದು

ಬಿ. ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು/ಉದ್ಯಮ ಸಂಘಗಳು ಆಯೋಜಿಸುವ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳ ಸಹ–ಪ್ರಾಯೋಜಕತ್ವ/ ಏಜೆನ್ಸಿಗಳು

ಸಿ. ಖರೀದಿದಾರ–ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಭೆಗಳು, ತೀವ್ರವಾದ ಪ್ರಚಾರಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳ ವಿಮಾನ ಮತ್ತು ಬಾಹ್ಯಾಕಾಶ ಬಾಡಿಗೆಯ 95% ವರೆಗಿನ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು. ನೆರವು ಗಾತ್ರ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಒದಗಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಹಕಾರಕ್ಕಾಗಿ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ಗರಿಷ್ಠ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಒಳಪಟ್ಟು ನಿವ್ವಳ ವೆಚ್ಚದ 40% ಗೆ, ಗರಿಷ್ಟ 5 ಲಕ್ಷ ರೂ. ಸೀಮಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

MSMEಗಳು, ಉದ್ಯಮ ಸಂಘಗಳು ಮತ್ತು ಒಖಊಇ ವಲಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು.

7. ಬಾರ್ ಕೋಡಿಂಗ್‌ಗಾಗಿ ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕದ ಮರುಪಾವತಿ

ವಿವರಣೆ

ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವನ್ನು ಕೇವಲ ಒಂದು ಬಾರಿಯ 75% ಮರುಪಾವತಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಒಂದು ಬಾರಿಯ ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ಮೊದಲ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳ ವಾರ್ಷಿಕ ಮರುಕಳಿಸುವ ಶುಲ್ಕದ 75% ಅನ್ನು MSE ಗಳು GS1 ಇಂಡಿಯಾಗೆ ಬಾರ್ ಕೋಡಿಂಗ್ ಬಳಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಪಾವತಿಸುತ್ತವೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ಒಂದು ಬಾರಿ ಮತ್ತು ಮರುಕಳಿಸುವ ಬಾರ್ ಕೋಡ್ ನೋಂದಣಿ ಶುಲ್ಕದ 75% ಮರುಪಾವತಿಗೆ ನಿಧಿಯ ಬೆಂಬಲ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

MSME ನೋಂದಣಿಯೊಂದಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ MSMEಗಳು.

8. ರಾಜ್ಯ/ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದ ವ್ಯಾಪಾರ ಮೇಳಗಳಲ್ಲಿ MSME ಗಳ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಹಣಜ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು.

ವಿವರಣೆ

ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ಎಂಎಸ್‌ಎಂಇಗಳಿಗೆ ರಾಜ್ಯ/ಜಿಲ್ಲಾ ಮಟ್ಟದ ಪ್ರದರ್ಶನಗಳನ್ನು ರಾಜ್ಯ/ಜಿಲ್ಲಾ ಅಧಿಕಾರಿಗಳು/ಸಂಘಗಳಿಂದ ಆಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು, ಅದರಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

1. ವ್ಯಾಪಾರ ಮೇಳಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಉಚಿತ ನೋಂದಣಿ

   ಗಮನಿಸಿ: ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು MSME-DIಗಳು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ನಂತರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ.

2. ಕಡಿಮೆ ದೂರದ / ನೇರ ರೈಲಿನಲ್ಲಿ ವಾಸ್ತವಿಕ ಶುಲ್ಕದ 50% ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ (AC II ಶ್ರೇಣಿಯ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿದೆ) ಹತ್ತಿರದ ರೈಲು ನಿಲ್ದಾಣ/ಬಸ್‌ದಿಂದ ಪ್ರದರ್ಶನ ಸ್ಥಳದ ತನಕ. ಮತ್ತು MSME ಗಳಿಗೆ (ಸಾಮಾನ್ಯ ವರ್ಗದ ಉದ್ಯಮಿಗಳು) 50% ಸ್ಥಳ ಬಾಡಿಗೆ ಶುಲ್ಕಗಳು.

3. ಮಹಿಳೆಯರು/SC/ST ಮತ್ತು ಈಶಾನ್ಯ ಪ್ರದೇಶದ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ. ಭಾರತ ಸರ್ಕಾರವು ಮೇಲೆ ಅಂಶ (2) ರಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ 80% ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

   ಗಮನಿಸಿ: ಒಟ್ಟು ಮರುಪಾವತಿಯು ಎಸ್‌ಸಿ/ಎಸ್‌ಟಿ/ಮಹಿಳೆಯರಿಗೆ/ ಅಂಗವಿಕಲ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಗರಿಷ್ಠ ರೂ.30,000/– ಇತರ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ಮಿತಿ ಇರುತ್ತದೆ ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ರೂ.20,000/–

   ಗಮನಿಸಿ: ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಸಮಾರಂಭಕ್ಕೆ ಹಾಜರಾದ ನಂತರ ಮರುಪಾವತಿಗಾಗಿ ಸೂಕ್ತ ಪುರಾವೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ವಿಭಾಗದ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಾಗಿನ್ ಆದ ನಂತರ "ನನ್ನ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು" ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಪುರಾವೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. ಅಥವಾ ನೇರವಾಗಿ DI ಕಚೇರಿಯನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವುದು.

   ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

   EM ನೋಂದಣಿಯೊಂದಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ MSMEಗಳು.

9. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಉನ್ನತೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಮೇಲೆ ಬಂಡವಾಳ ಸಬ್ಸಿಡಿ ಬೆಂಬಲ

ವಿವರಣೆ

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಉನ್ನತೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಪಡೆದ ಕ್ರೆಡಿಟ್‌ನಲ್ಲಿ MSMEಗಳು ಬಂಡವಾಳ ಸಬ್ಸಿಡಿಯನ್ನು (~15%) ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಮತ್ತು ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

1. ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು DC-MSME ಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು.
2. MSMEಗಳು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಮತ್ತು ಬಂಡವಾಳವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಆಯಾ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ

ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುವುದು ಹೇಗೆ?

ನೀವು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿದ್ದರೆ, "ಅಪ್ಲೈ ನೌ" ಬಟನ್ ಅನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ ಅಥವಾ ನೇರವಾಗಿ DC-MSME ಕಚೇರಿಯನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ. DC-MSME ಕಚೇರಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿವರಗಳನ್ನು ನೀವು ಪಡೆಯಬಹುದು. ನೀವು MSME ಆಗಿದ್ದರೆ, ಆಯಾ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು/ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಯೋಜನೆಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿದಂತೆ. ನೇರವಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ

10. MSME ಗಳಿಗೆ ಕೊಲ್ಯಾಟರಲ್ ರಹಿತ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಅನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು

ವಿವರಣೆ

ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಈ ಯೋಜನೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ಹಣಕಾಸಿನ ನೆರವು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರು MSMEಗಳಿಗೆ ಮೇಲಾಧಾರರಹಿತ ಸಾಲವನ್ನು ನೀಡಬಹುದು.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

MSME ಗಳಿಗೆ ಮೇಲಾಧಾರ–ಮುಕ್ತ ಸಾಲವನ್ನು ನೀಡಲು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ನಿಧಿಯ ಬೆಂಬಲವಿರುತ್ತದೆ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಪಡೆಯಲು DC-MSME/MSME-DIಗಳ ಕಚೇರಿಗೆ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು. MSMEಗಳು ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಪಡೆಯಲು ಆಯಾ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

11. ISO ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಶುಲ್ಕದ ಮರುಪಾವತಿ

ISO 9000/ISO 14001 ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣ ಮರುಪಾವತಿ.

ವಿವರಣೆ

ISO 18000/ISO 22000/ISO 27000 ಪ್ರಮಾಣೀಕರಣವನ್ನು ಪಡೆದಿರುವ MSME ಉತ್ಪಾದನಾ ಘಟಕಗಳಿಗೆ ಒಂದು ಬಾರಿ ಮರುಪಾವತಿಗಾಗಿ ಸರಕಾರವು ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ISO ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದ ವೆಚ್ಚದ ಮರುಪಾವತಿ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು?

EM ನೋಂದಣಿಯೊಂದಿಗೆ MSMEಗಳು.

12. ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ವಿವರಣೆ

ಗ್ರಾಮೀಣ ಗೋದಾಮುಗಳ ನಿರ್ಮಾಣ/ನವೀಕರಣಕ್ಕಾಗಿ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡಿಕೆ ಸಬ್ಸಿಡಿ.

ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಶೇಖರಣಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಸೃಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಸಂಕಷ್ಟದ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಡೆಗಟ್ಟುವುದು.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ರೈತರಿಗೆ ಸಬ್ಸಿಡಿ @ 25%, ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ಯೋಜನಾ ವೆಚ್ಚದ 15%.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು

ಎನ್‌ಜಿಒಗಳು, ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳು, ಕಂಪನಿಗಳು, ಸಹಕಾರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು.

13. ಸಣ್ಣ ಕೃಷಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ

ವಿವರಣೆ

ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿವರಣೆಯು ಸಾಹಸೋದ್ಯಮ ಬಂಡವಾಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಇಕ್ವಿಟಿ, ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ–ಪೂರ್ವ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸುತ್ತದೆ

ರೈತರ ಕೃಷಿ ವ್ಯಾಪಾರ ಒಕ್ಕೂಟ

ವ್ಯಾಪಾರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ವಿವರಣೆಯು ಸಾಹಸೋದ್ಯಮ ಬಂಡವಾಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಸಹಾಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಇಕ್ವಿಟಿ, ಮತ್ತು ತರಬೇತಿ ಮತ್ತು ಕೃಷಿ–ಪೂರ್ವ ಭೇಟಿಗಳನ್ನು ಏರ್ಪಡಿಸುತ್ತದೆ

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

5 ಲಕ್ಷದ ಮಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಆರ್ಥಿಕ ನೆರವು.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು

ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ರೈತರು, ಉತ್ಪಾದಕರ ಗುಂಪುಗಳು, ಪಾಲುದಾರಿಕೆ/ಸ್ವಾಮ್ಯದ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು, SGH ಗಳು, ಕೃಷಿ–ಪ್ರಿನಿಯರ್ಸ್, ಇತ್ಯಾದಿ.

14. ಮೆಗಾ ಫುಡ್ ಪಾರ್ಕ್

ವಿವರಣೆ

ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ, ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕೃಷಿ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಜೋಡಿಸುವ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ

ರೈತರ ಆದಾಯ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಉದ್ಯೋಗ ಸೃಷ್ಟಿ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ರೂ.50 ಕೋಟಿಗಳ ಮಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಯೋಜನಾ ವೆಚ್ಚದ 50% ಒಂದು ಬಾರಿ ಬಂಡವಾಳ ಅನುದಾನ.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು

ರೈತರು, ರೈತ ಗುಂಪುಗಳು, ಸ್ವಸಹಾಯ ಸಂಘಗಳು.

15. ಆದಿವಾಸಿ ಮಹಿಳಾ ಸಶಕ್ತೀಕರಣ ಯೋಜನೆ

ವಿವರಣೆ

ಎಸ್‌ಟಿ ಮಹಿಳೆಯರ ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೆ ರಿಯಾಯಿತಿ ಯೋಜನೆ.

ಸಹಾಯದ ಸ್ವರೂಪ

ಯೋಜನೆಯ ವೆಚ್ಚದ 90% ವರೆಗೆ ರಿಯಾಯಿತಿ ದರದಲ್ಲಿ ಟರ್ಮ್ ಲೋನ್.

ಯಾರು ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದು

ಪರಿಶಿಷ್ಟ ಪಂಗಡದ ಮಹಿಳೆಯರು.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ, ಇತರ ಉದ್ಯಮಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಅನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿ, ನವೋದ್ಯಮ ಬಂಡವಾಳಗಾರರು, ಪರೋಕ್ಷ ಹೂಡಿಕೆದಾರರು, ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ಇರುವ ನೀತಿಗಳನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.
* ವೈಫಲ್ಯವು ಒಂದು ಮೆಟ್ಟಿಲು ಮತ್ತು ರಸ್ತೆಯ ಅಂತ್ಯವಲ್ಲ. ನಿಮ್ಮ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಗೆಳೆಯರ ದೋಷಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಸಾಹಸದಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲರಾಗಿರಿ. ನಿಮ್ಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಬೆಂಬಲ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಸ್ವಯಂ ಸುಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವುಗಳನ್ನು ಪುಷ್ಟೀಕರಿಸಿ.

10.5.7 ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಮತ್ತು ಪುನರ್ಚೇತನ

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಅಪಾಯ

ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ ರಿಸ್ಕ್ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರು. ಅವರು ಮಾರ್ಗ ನಿರ್ಮಾಪಕರು, ಮಾರ್ಗಕ್ರಮಿಸುವವರು ಅಲ್ಲ. ಸಾಮಾನ್ಯ, ಜಾಗರೂಕ ವ್ಯಕ್ತಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ, ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ತನ್ನ ಕೆಲಸವನ್ನು (ಅವನ ಏಕೈಕ ಆದಾಯ) ತ್ಯಜಿಸಲು ಮತ್ತು ತನ್ನ ಮತ್ತು ತನ್ನ ಕಲ್ಪನೆಯ ಮೇಲೆ ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಬಗ್ಗೆ ಎರಡು ಬಾರಿ ಯೋಚಿಸುವುದಿಲ್ಲ.

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ತನ್ನ ಕನಸುಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಾಗ, ತನ್ನ ಊಹೆಗಳು ತಪ್ಪಾಗಿ ಸಾಬೀತಾಗಬಹುದು ಮತ್ತು ಅನಿರೀಕ್ಷಿತ ಘಟನೆಗಳು ಉದ್ಭವಿಸಬಹುದು ಎಂದು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾನೆ. ಹಲವಾರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಿದ ನಂತರ, ಯಶಸ್ಸು ಇನ್ನೂ ಖಾತರಿಯಿಲ್ಲ ಎಂದು ಅವರು ತಿಳಿದಿದ್ದಾರೆ. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಕ್ಕೆ ಸಮಾನಾರ್ಥಕವಾಗಿದೆ. ಅಪಾಯ-ಅಪೇಕ್ಷೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ, ಇದು ಭಾಗಶಃ ಆನುವಂಶಿಕ ಮತ್ತು ಭಾಗಶಃ ಸ್ವಯಂ ಗಳಿಸಿರುವುದು.

ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಎಂದರೇನು?

ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆ, ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಎಷ್ಟು ಮಟ್ಟಿಗೆ ಸಜ್ಜಾಗಿದೆ ಎಂದು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮೂಲಭೂತವಾಗಿ, ಇದು ಸಂಭವನೀಯ ಲಾಭಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಅಪಾಯಗಳ ನಡುವೆ (ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆ, ನೀತಿಗಳು, ಇತ್ಯಾದಿ) ಕಂಪನಿಯಿಂದ ಹೊಡೆದ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರತಿಫಲಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಆದರೆ ನಷ್ಟದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಭವನೀಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ತುಂಬಾ ಸಂಪ್ರದಾಯವಾದಿಯಾಗಿರುವುದು ಕಂಪನಿಯ ವಿರುದ್ಧ ಹೋಗಬಹುದು ಏಕೆಂದರೆ ಅದು ಬೆಳೆಯಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ತಲುಪಲು ಉತ್ತಮ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಅಪಾಯದ ಹಸಿವಿನ ಮಟ್ಟವನ್ನು ವಿಶಾಲವಾಗಿ "ಕಡಿಮೆ", "ಮಧ್ಯಮ" ಮತ್ತು "ಹೆಚ್ಚು" ಎಂದು ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು. ಕಂಪನಿಯ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ(ಗಳು) ಎಲ್ಲಾ ಸಂಭಾವ್ಯ ಪರ್ಯಾಯಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಾಧ್ಯವಿರುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಆರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಕಂಪನಿಗಳು ವಿಭಿನ್ನ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಆ ಹಂತಗಳು ಹೀಗಿವೆ:

* ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರ
* ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಒತ್ತಡಗಳು
* ಕಂಪನಿ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯೊಂದಿಗಿನ ಪ್ರಾರಂಭವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಪಾಯದ ಹಸಿವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ನವೋದ್ಯಮವು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ಸಾಧಿಸುವ ಮೊದಲಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ವೈಫಲ್ಯಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಬಹುದು. ಈ ರೀತಿಯ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಸ್ಥಿರವಾಗಿ ಉಳಿಯುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಂದರ್ಭಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಸರಿಹೊಂದಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆಯ ಹೇಳಿಕೆ

ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಡಿದ ನಿರ್ಧಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಅಪಾಯದ ಹಸಿವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಬೇಕು. ಮತ್ತು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು. ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಅಂಶವೆಂದರೆ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಅಪಾಯದ ಸ್ವೀಕಾರ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳುವ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು. ಇದು ಕಂಪನಿಯೊಳಗೆ ಅಪಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುತ್ತದೆ. ಅಪಾಯದ ಅಪೇಕ್ಷೆ ಹೇಳಿಕೆಯು ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು:

* ವ್ಯಾಪಾರವು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಅಪಾಯಗಳ ಸ್ವರೂಪ.
* ಕಂಪನಿಯು ಯಾವ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಯಾವ ಅಪಾಯ ಸ್ವೀಕಾರಾರ್ಹವಲ್ಲ.
* ಎಲ್ಲಾ ಅಪಾಯದ ವರ್ಗಗಳಲ್ಲಿ ಎಷ್ಟು ಅಪಾಯವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕು.
* ಅಪಾಯ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಫಲದ ನಡುವಿನ ಅಪೇಕ್ಷಿತ ವಿನಿಮಯ.
* ಅಪಾಯ ತಡೆಯ ಕ್ರಮಗಳು ಮತ್ತು ಅಪಾಯಕ್ಕೀಡಾಗುವಿಕೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸುವ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳು.

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಮತ್ತು ಪುನರ್‌ಚೇತನ

ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಪುನರ್‌ಚೇತನ ಎಂದು ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ ಗುಣಗಳ ಗುಂಪಿನಿಂದ ನಿರೂಪಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದ್ದಾರೆ. ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಆರಂಭಿಕ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಗುಣಗಳು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಅಪಾಯದ ನಂತರದ ಪುನರ್‌ಚೇತನವು ಅತ್ಯಂತ ಮೌಲ್ಯಯುತ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಸವಾಲುಗಳ ಬೆದರಿಕೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಂಬಲಾಗಿದೆ.

ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪುನರ್‌ಚೇತನ ಎಂದರೇನು?

ತಮ್ಮ ಜೀವನ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿ ಆಕಾಂಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹಿನ್ನಡೆಗಳನ್ನು ಜಯಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಪುನರ್‌ಚೇತನವನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂದರೆ ಹಿನ್ನಡೆಯಿಂದ ಸುಲಭವಾಗಿ ಮತ್ತು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವ್ಯಕ್ತಿ. ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ, ಪುನರ್‌ಚೇತನವು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯ ಪುನರ್‌ಚೇತನವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಧಾನಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು:

* ತರಬೇತುದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರ ವೃತ್ತಿಪರ ಜಾಲವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಮೂಲಕ
* ಬದಲಾವಣೆಯು ಜೀವನದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ
* ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ಜಯಿಸಬಹುದಾದ ಸಂಗತಿಯಾಗಿ ನೋಡುವ ಮೂಲಕ

ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೋಗಲು ಒಂದು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

* ಬಲವಾದ ಆಂತರಿಕ ನಿಯಂತ್ರಣ ಪ್ರಜ್ಞೆ
* ಬಲವಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂಪರ್ಕಗಳು
* ಹಿನ್ನಡೆಗಳಿಂದ ಕಲಿಯುವ ಕೌಶಲ್ಯ
* ದೊಡ್ಡ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಗಮನಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
* ವೈವಿಧ್ಯಗೊಳಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ
* ಬದುಕುಳಿಯುವ ವರ್ತನೆ
* ನಗದು ಹರಿವಿನ ಜಾಗ್ರತೆಯ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು
* ವಿವರಗಳಿಗೆ ಗಮನ

ಸಲಹೆಗಳು

* ಗ್ರಾಹಕರು, ಪೂರೈಕೆದಾರರು, ಗೆಳೆಯರು, ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬದ ಉತ್ತಮ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಅನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ನಿಮಗೆ ಕಲಿಯಲು, ಹೊಸ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
* ಹಿನ್ನಡೆಗಳಲ್ಲೇ ಇರಬೇಡಿ. ಮತ್ತೆ ಮುನ್ನಡೆಯಲು ಏನು ಮಾಡಬೇಕೆಂಬುದರ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನಹರಿಸಿ.
* ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಮೊಟಕುಗೊಳಿಸಲು ನೀವು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದು ನಿಮ್ಮ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

10.5.8 ಯಶಸ್ಸು ಮತ್ತು ವೈಫಲ್ಯಗಳು: ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯಲ್ಲಿನ ಯಶಸ್ಸು ಮತ್ತು ವೈಫಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಶ್ಯಾಮ್ ಒಬ್ಬ ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಉದ್ಯಮಿ, ಅವರ ಯಶಸ್ಸಿನ ಕಥೆಗೆ ಹೆಸರುವಾಸಿಯಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರಿಗೆ ತಿಳಿದಿಲ್ಲದ ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಶ್ಯಾಮ್ ತಮ್ಮ ಉದ್ಯಮ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುವ ಮೊದಲು ಹಲವಾರು ಬಾರಿ ವಿಫಲರಾದರು. ಎರಡನ್ನೂ ಹೊಂದಿರುವ, ವಿಫಲವಾದ ಮತ್ತು ಯಶಸ್ವಿಯಾದ ಉದ್ಯಮಿಯಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ ಎಂದರೇನು ಎಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅವರ ಸಂದರ್ಶನವನ್ನು ಓದಿ.

ಸಂದರ್ಶಕ: ಶ್ಯಾಮ್, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ದೊಡ್ಡ ರಿಸ್ಕ್ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವವರು ಎಂದು ನಾನು ಕೇಳಿದ್ದೇನೆ, ಅವರು ಎಂದಿಗೂ ವಿಫಲರಾಗಲು ಹೆದರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು ನಿಜಾನಾ?

ಶ್ಯಾಮ್: ಹ್ಞ, ಇಲ್ಲ ಖಂಡಿತ ಇದು ನಿಜವಲ್ಲ! ಉದ್ಯಮಿಗಳು ನಿರ್ಭಯವಾಗಿ ಉತ್ಸಾಹದಿಂದ ಇರಬೇಕೆಂದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ನಂಬುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಸತ್ಯವೆಂದರೆ, ಭಯವು ಅತ್ಯಂತ ಸಾಮಾನ್ಯ ಮತ್ತು ಮಾನ್ಯವಾದ ಮನುಷ್ಯಸಹಜ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಯೋಜಿಸುತ್ತಿರುವಾಗ! ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ನನ್ನ ದೊಡ್ಡ ಭಯವು ವಿಫಲಗೊಳ್ಳುವ ಭಯವಾಗಿತ್ತು. ವಾಸ್ತವ ಏನೆಂದರೆ, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಎಷ್ಟು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗುತ್ತಾರೋ ಅಷ್ಟು ಸೋಲುತ್ತಾರೆ. ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮುಂದುವರಿಯುವುದನ್ನು ತಡೆಯಲು ವಿಫಲವಾಗುವ ಭಯವನ್ನು ಅನುಮತಿಸದಿರುವುದು ತಂತ್ರವಾಗಿದೆ. ನೆನಪಿಡಿ, ವೈಫಲ್ಯಗಳು ಭವಿಷ್ಯದ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಪಾಠಗಳಾಗಿವೆ!

ಸಂದರ್ಶಕ: ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಕಾರ, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ವಿಫಲರಾಗಲು ಕಾರಣವೇನು?

ಶ್ಯಾಮ್: ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ವಿಫಲರಾಗಲು ಒಂದೇ ಒಂದು ಕಾರಣವಿಲ್ಲ. ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಿಂದ ಉದ್ಯಮಿ ವಿಫಲರಾಗಬಹುದು. ನೀವು ವಿಫಲರಾಗಬಹುದು ಏಕೆಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ವೈಫಲ್ಯದ ಭಯವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸೋಲಿಸಲು ನೀವು ಬಿಟ್ಟಿದ್ದೀರಿ. ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸಲು (ವಿತರಿಸಲು) ನೀವು ಸಿದ್ಧರಿಲ್ಲದ ಕಾರಣ ನೀವು ವಿಫಲವಾಗಬಹುದು. "ನೀವು ಏನು ಬೇಕಾದರೂ ಮಾಡಬಹುದು, ಆದರೆ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಅಲ್ಲ!" ನೀವು ತುಂಬಾ ಸುಲಭವಾಗಿ ಬಿಟ್ಟುಕೊಟ್ಟಿದ್ದರಿಂದ ನೀವು ವಿಫಲರಾಗಬಹುದು – ಬಹುಶಃ ನೀವು ಸಾಕಷ್ಟು ಪಟ್ಟುಬಿಡದಿರಬಹುದು. ಸಣ್ಣ, ಅತ್ಯಲ್ಪ ಕಾರ್ಯಗಳ ಮೇಲೆ ನಿಮ್ಮ ಶಕ್ತಿಯನ್ನು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖವಾದ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ಲಕ್ಷಿಸುವುದರಿಂದ ನೀವು ವಿಫಲರಾಗಬಹುದು. ವಿಫಲಗೊಳ್ಳಲು ಇತರ ಕಾರಣಗಳು ತಪ್ಪು ಜನರೊಂದಿಗೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆ, ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿರುವುದು ಮತ್ತು ಇನ್ನೂ ಹಲವು ಕಾರಣಗಳು!

ಸಂದರ್ಶಕ: ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ವೈಫಲ್ಯವನ್ನು ಹೇಗೆ ನೋಡಬೇಕು ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸುತ್ತೀರಿ?

ಶ್ಯಾಮ್: ನಾವೆಲ್ಲರೂ ವೈಫಲ್ಯವನ್ನು ಋಣಾತ್ಮಕವಾಗಿ ನೋಡುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಆಸ್ತಿಯಾಗಿ ನೋಡಬೇಕು ಎಂದು ನಾನು ನಂಬುತ್ತೇನೆ. ನಾನು ನೋಡುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಏನಾದರೂ ಆಲೋಚನೆ ಇದ್ದರೆ, ನೀವು ವಿಫಲಗೊಳ್ಳುವ ಅವಕಾಶವಿದ್ದರೂ ಅದನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕು. ಏಕೆಂದರೆ ಪ್ರಯತ್ನಿಸದಿರುವುದು ಅಲ್ಲಿಯೇ ವಿಫಲವಾಗಿದೆ, ಹೇಗಾದರೂ! ಮತ್ತು ವೈಫಲ್ಯವು ಸಂಭವಿಸಬಹುದಾದ ಕೆಟ್ಟ ವಿಷಯವಲ್ಲ. ಪ್ರಯತ್ನಿಸದಿದ್ದಕ್ಕಾಗಿ ಪಶ್ಚಾತ್ತಾಪ ಪಡುವುದು ಮತ್ತು 'ಏನಾದರೆ' ಎಂದು ಯೋಚಿಸುವುದು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ಮತ್ತು ವಿಫಲವಾಗುವುದಕ್ಕಿಂತ ಕೆಟ್ಟದಾಗಿದೆ ಎಂದು ನಾನು ಭಾವಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸಂದರ್ಶಕ: ನೀವು ಮೊದಲ ಬಾರಿಗೆ ವಿಫಲರಾದಾಗ ನಿಮಗೆ ಹೇಗೆ ಅನಿಸಿತು?

ಶ್ಯಾಮ್: ನಾನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಎದೆಗುಂದಿದ್ದೆ! ಇದು ತುಂಬಾ ನೋವಿನ ಅನುಭವ. ಆದರೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಸುದ್ದಿ ಏನೆಂದರೆ, ನೀವು ವೈಫಲ್ಯದಿಂದ ಚೇತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೀರಿ. ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ನಂತರದ ವೈಫಲ್ಯದೊಂದಿಗೆ, ಚೇತರಿಕೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ತುಂಬಾ ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಅದಕ್ಕಾಗಿಯೇ ನೀವು ಪ್ರತಿ ವೈಫಲ್ಯವನ್ನು ಒಂದು ಪಾಠವಾಗಿ ನೋಡಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತೀರಿ. ಅದು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ನಿಮಗೆ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಬದಲಿಗೆ ನೀವು ಜಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಅಡಚಣೆಯಾಗಿದೆ. ವೈಫಲ್ಯವು ಅನೇಕ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ನೀವು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತೀರಿ.

ಸಂದರ್ಶಕ: ವಿಫಲಗೊಳ್ಳುವುದರಿಂದಾಗುವ ಕೆಲವು ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ನಮಗೆ ಹೇಳಬಲ್ಲಿರಾ?

ಶ್ಯಾಮ್: ವೈಫಲ್ಯದಿಂದ ನಾನು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಅನುಭವಿಸಿದ ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ ವೈಫಲ್ಯವು ನನ್ನನ್ನು ಹೊಸ ಬೆಳಕಿನಲ್ಲಿ ನೋಡುವಂತೆ ಮಾಡಿತು. ಇದು ನನಗೆ ಮೊದಲು ಇಲ್ಲದ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ನೀಡಿತು. ವೈಫಲ್ಯವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಬಲಶಾಲಿಯಾಗಿಸಬಹುದು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಅಹಂಕಾರವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಣದಲ್ಲಿಡಲು ಸಹ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಸಂದರ್ಶಕ: ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಿರುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ನೀವು ಯಾವ ಸಲಹೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತೀರಿ?

ಶ್ಯಾಮ್: ಅವರ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನವು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಬೇಕಾಗಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ. ಅವರ ಪಾಲುದಾರರು ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಬಹಳ ಬುದ್ಧಿವಂತಿಕೆಯಿಂದ ಮತ್ತು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ. ಆಕ್ರಮಣಕಾರಿಯಾಗಿರುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ ಎಂದು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ – ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಆಕ್ರಮಣಕಾರಿಯಾಗಿ ತಳ್ಳಿರಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ. ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು ತುಂಬಾ ದುಬಾರಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಹಣದ ಕೊರತೆಯ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗೆ ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು ಎಂದು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಎಚ್ಚರಿಕೆ ನೀಡುತ್ತೇನೆ.

ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಆ ಗುರಿಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ. ನಿಜವಾಗಿಯೂ ವಿಶಿಷ್ಟವಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ. ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ನೀವು ಇನ್ನೊಂದು ಪ್ರಾರಂಭವನ್ನು ನಕಲಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಕೊನೆಯದಾಗಿ, ಅವರು ಸರಿಯಾದ ಹೂಡಿಕೆದಾರರನ್ನು ಹುಡುಕುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ ಎಂದು ನಾನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳುತ್ತೇನೆ.

ಸಂದರ್ಶಕ: ಇದು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಸಹಾಯಕವಾದ ಸಲಹೆ, ಶ್ಯಾಮ್! ಎಲ್ಲಾ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಪ್ರಯಾಣವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಹೆಚ್ಚು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ನನಗೆ ಖಾತ್ರಿಯಿದೆ! ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಒಳನೋಟಕ್ಕೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳು!

ಸಲಹೆಗಳು

* ಯಾವುದೂ ಅಸಾಧ್ಯವಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಡಿ.
* ನೀವು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ – ಅವಸರದಿಂದ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಡಿ.

10.6: ಓರ್ವ ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಲು ಸಿದ್ಧತೆ

ಘಟಕದ ಉದ್ದೇಶಗಳು

ಘಟಕದ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ನಿಮಗೆ ಇದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ:

1. ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆ ಹೇಗೆ ನಡೆಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
2. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ 4 P (Product, Price, Place, and Promotion)ಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಸಲು
3. ಕಲ್ಪನೆಯ ವಿಕಸನದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
4. ಮೂಲ ವ್ಯಾಪಾರ ಪರಿಭಾಷೆಯನ್ನು ನೆನಪಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು
5. CRM (Customer Releationship Management - ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆ) ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
6. CRMನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
7. ವ್ಯಾವಹಾರ ಜಾಲದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
8. ವ್ಯಾವಹಾರ ಜಾಲದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
9. ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು
10. ಅಲ್ಪಾವಧಿ, ಮಧ್ಯಮಾವಧಿ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿ ಗುರಿಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು
11. ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂದು ಚರ್ಚಿಸಲು
12. ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
13. ನಿಮ್ಮ ಅಪಾಯವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
14. ಬ್ಯಾಂಕ್ ಹಣಕಾಸುಗಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಸಲ್ಲಿಸುವ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಔಪಚಾರಿಕತೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು
15. ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಲು
16. ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ಕೇಳಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು

10.6.1 ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಅಧ್ಯಯನ / ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ 4 Pಗಳು / ಕಲ್ಪನೆಯ ಮಹತ್ವ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ, ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾಗುತ್ತಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

ಇದು ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೂಡಾ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

* ಹಿಂದಿನ, ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರು
* ಗ್ರಾಹಕರ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಖರ್ಚು ಅಭ್ಯಾಸಗಳು
* ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯತೆಗಳು
* ಒಟ್ಟಾರೆ ಉದ್ಯಮ
* ಸಂಬಂಧಿತ ಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಎರಡು ರೀತಿಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

* ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮಾಹಿತಿ. ಇದು ನೀವೇ ಅಥವಾ ನೀವು ನೇಮಿಸಿದ ಯಾರಾದರೂ ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಂಶೋಧನೆಯಾಗಿದೆ.
* ದ್ವಿತೀಯ ಮಾಹಿತಿ. ಇದು ಈಗಾಗಲೇ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಸಂಶೋಧನೆಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ನೀವು ಹುಡುಕಿ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಂಶೋಧನೆ

ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಎರಡು ವಿಧಗಳಾಗಿರಬಹುದು:

* ಪರಿಶೋಧಕ: ಇದು ತೆರೆದ ಅಂತ್ಯದ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಿವರವಾದ, ರಚನೆಯಿಲ್ಲದ ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
* ನಿರ್ದಿಷ್ಟ: ಇದು ನಿಖರವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ರಚನಾತ್ಮಕ, ಔಪಚಾರಿಕ ಸಂದರ್ಶನಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಪರಿಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸುವುದಕ್ಕಿಂತ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸುವುದು ಹೆಚ್ಚು ದುಬಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ದ್ವಿತೀಯ ಸಂಶೋಧನೆ

ದ್ವಿತೀಯ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಹೊರಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ದ್ವಿತೀಯ ಮೂಲಗಳೆಂದರೆ:

* ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮೂಲಗಳು: ಇವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಉಚಿತ ಮತ್ತು ಸಾಕಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಳೆಂದರೆ ಸರ್ಕಾರಿ ಇಲಾಖೆಗಳು, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಗ್ರಂಥಾಲಯಗಳ ವ್ಯಾಪಾರ ವಿಭಾಗಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
* ವಾಣಿಜ್ಯ ಮೂಲಗಳು: ಇವುಗಳು ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ ಆದರೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಸಂಶೋಧನೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ಸಂಘಗಳು, ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಮತ್ತು ಇತರ ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
* ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು: ಇವುಗಳು ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂಪತ್ತನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಕಾಲೇಜುಗಳು, ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯಗಳು, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ 4 P ಗಳು

1. ಉತ್ಪನ್ನ (Product) 2. ಬೆಲೆ (Price) 3. ಪ್ರಚಾರ (Promotion) 4. ಸ್ಥಳ (Place) ಈ 4 P ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ನೋಡೋಣ.

ಉತ್ಪನ್ನ

ಉತ್ಪನ್ನವು ಹೀಗಿರಬಹುದು:

* ಒಂದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಪದಾರ್ಥ
* ಒಂದು ಅಮೂರ್ತ ಸೇವೆ

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಏನೇ ಇರಲಿ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ನೀವು ಏನು ನೀಡುತ್ತಿರುವಿರಿ ಮತ್ತು ಅದರ ವಿಶಿಷ್ಟ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.

ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:

* ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯಿಂದ ಏನನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ?
* ಇದು ಯಾವ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ?
* ಯಾವುದೇ ಹೆಚ್ಚಿನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದೇ?
* ಇದು ಯಾವುದೇ ದುಬಾರಿ ಮತ್ತು ಅನಗತ್ಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆಯೇ?
* ಗ್ರಾಹಕರು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ?
* ಇದನ್ನು ಏನೆಂದು ಕರೆಯಬೇಕು?
* ಇದು ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಂದ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ?
* ಉತ್ಪಾದನೆಗೆ ಎಷ್ಟು ವೆಚ್ಚವಾಗುತ್ತದೆ?
* ಇದನ್ನು ಲಾಭದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದೇ?

ಬೆಲೆ

ಉತ್ಪನ್ನದ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿದ ನಂತರ, ಬೆಲೆ ಅಂಶವನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯು ಲಾಭಾಂಶಗಳು, ಪೂರೈಕೆ, ಬೇಡಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ತಂತ್ರದಂತಹ ಹಲವಾರು ಅಂಶಗಳ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:

* ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯ ಮೌಲ್ಯ ಏನು?
* ಸ್ಥಳೀಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳು ಬೆಲೆ ಅಂಕಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿವೆಯೇ?
* ಗ್ರಾಹಕರ ಬೆಲೆ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿದೆಯೇ?
* ರಿಯಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ನೀಡಬೇಕೇ?
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ನಿಮ್ಮ ಬೆಲೆ ಹೇಗೆ?

ಪ್ರಚಾರ

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೆ ಖಚಿತವಾದ ನಂತರ, ಅದನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ನೋಡುವುದು ಮುಂದಿನ ಹಂತವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಚಾರದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳೆಂದರೆ ಜಾಹೀರಾತು, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಂಬಂಧಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಇಮೇಲ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಸರ್ಚ್ ಇಂಜಿನ್ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ವೀಡಿಯೊ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಇನ್ನಷ್ಟು.

ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:

* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀವು ಎಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬೇಕು?
* ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಬಳಸಲು ಉತ್ತಮ ಮಾಧ್ಯಮ ಯಾವುದು?
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಉತ್ತಮ ಸಮಯ ಯಾವಾಗ?
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ?

ಸ್ಥಳ

ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಕಾರ, ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಆಧಾರವು ಸರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಬೆಲೆಗೆ, ಸರಿಯಾದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ, ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೀಡುವುದಾಗಿದೆ. ಈ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ, ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನಿಜವಾದ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ತಮವಾದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.

ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳೆಂದರೆ:

* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಭೌತಿಕ ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿ, ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಎರಡರಲ್ಲಿ ಹುಡುಕಲಾಗುತ್ತದೆಯೇ?
* ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತವಾದ ವಿತರಣಾ ಚಾನಲ್‌ಗಳನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ನೀವು ಏನು ಮಾಡಬೇಕು?
* ನಿಮಗೆ ಮಾರಾಟ ಪಡೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆಯೇ?
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಿ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ?
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳ ಹೆಜ್ಜೆಗಳನ್ನು ನೀವು ಅನುಸರಿಸಬೇಕೇ?
* ನಿಮ್ಮ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ ನೀವು ಏನನ್ನಾದರೂ ಮಾಡಬೇಕೇ?

ಕಲ್ಪನೆಯ ಮಹತ್ವ

ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಪ್ರಗತಿಯ ಅಡಿಪಾಯವಾಗಿದೆ. ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆಯು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಆವಿಷ್ಕಾರಕ, ಸಾಧಿಸಲು ಸುಲಭ ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಲು ಅತ್ಯಂತ ಜಟಿಲವಾಗಿದೆ. ಏನೇ ಇರಲಿ, ಅದು ಕಲ್ಪನೆ ಎಂಬ ಅಂಶವು ಅದಕ್ಕೆ ಅರ್ಹತೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಲ್ಲದೆ, ಏನೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ತಮ್ಮ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ಹೆದರುತ್ತಾರೆ, ಅಪಹಾಸ್ಯಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತಾರೆ ಎಂಬ ಭಯದಿಂದ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ನೀವು ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ನವೀನತೆಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸಿದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಬೆಳಕಿಗೆ ತರಬೇಕು.

ಇದನ್ನು ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಮಾರ್ಗಗಳೆಂದರೆ:

* ವಿಚಾರ ಮಂಥನ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿ, ಅಲ್ಲಿ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡಲು ಎಲ್ಲಾ ಆಸಕ್ತರನ್ನು ಆಹ್ವಾನಿಸುವುದು.
* ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಮುಕ್ತವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸುವುದು, ಇದರಿಂದ ಜನರು ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳು, ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದು.
* ಕಲ್ಪನೆಯು ಹಾಸ್ಯಾಸ್ಪದವಾಗಿ ಕಂಡುಬಂದರೂ ಸಹ ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಮಿತಿಗೊಳಿಸದೆ ತೆರೆದ ಮನಸ್ಸಿನವರಾಗಿರುವುದು.
* ನೀವು ತಕ್ಷಣವೇ ಮಾಡದಿರುವ ಕೆಲಸದ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸದೆ, ಅವುಗಳನ್ನು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಟುಕೊಳ್ಳಿ. ನಂತರದ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಮರುಪರಿಶೀಲಿಸಬಹುದು.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಒಳ್ಳೆಯ ವಿಚಾರಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಅನನ್ಯವಾಗಿರಬೇಕಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯ ಯಶಸ್ಸನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಮಯವು ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿಡಿ.
* ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

10.6.2 ವ್ಯಾಪಾರ ಘಟಕದ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳು: ಮೂಲ ವ್ಯಾಪಾರ ಪರಿಭಾಷೆ

ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಯು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಡೆಸುವುದಾದರೆ, ನೀವು ಮೂಲಭೂತ ವ್ಯವಹಾರ ನಿಯಮಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಉತ್ತಮ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು:

* ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ನಿರ್ವಹಣೆ: ಹಣಕಾಸಿನ ವಹಿವಾಟುಗಳನ್ನು ದಾಖಲಿಸುವ ಮತ್ತು ವರದಿ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ವಿಧಾನ.
* ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಖಾತೆಗಳು: ಕಂಪನಿಯು ಅದರ ಸಾಲಗಾರರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾದ ಹಣ.
* ಸ್ವೀಕರಿಸಬಹುದಾದ ಖಾತೆಗಳು: ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪಡೆಯಬೇಕಾದ ಮೊತ್ತ.
* ಸ್ವತ್ತುಗಳು: ಕಂಪನಿಯು ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ಅದರ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಬಳಸುವ ಎಲ್ಲದರ ಮೌಲ್ಯ.
* ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್: ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕ್ಷಣದಲ್ಲಿ ಕಂಪನಿಯ ಸ್ವತ್ತುಗಳು, ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಲೀಕರ ಇಕ್ವಿಟಿಯ ಸ್ನ್ಯಾಪ್‌ಶಾಟ್.
* ಬಾಟಮ್ ಲೈನ್: ವ್ಯಾಪಾರವೊಂದು ತಿಂಗಳ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಗಳಿಸಿದ ಅಥವಾ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿರುವ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತ.
* ವ್ಯಾಪಾರ: ಲಾಭ ಗಳಿಸುವ ಗುರಿಯೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಂಸ್ಥೆ.
* ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ವ್ಯಾಪಾರ (B2B): ಇನ್ನೊಂದು ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಸರಕು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯಾಪಾರ.
* ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ (B2C): ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಸರಕುಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯಾಪಾರ.
* ಬಂಡವಾಳ: ವ್ಯವಹಾರವು ತನ್ನ ಖಾತೆಗಳು, ಆಸ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿರುವ ಹಣ. ಬಂಡವಾಳದ ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ವಿಧಗಳು ಸಾಲ ಮತ್ತು ಇಕ್ವಿಟಿ.
* ನಗದು ಹರಿವು: ಆದಾಯ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳು ವ್ಯವಹಾರದ ಮೂಲಕ ನಿಧಿಯ ಒಟ್ಟಾರೆ ಚಲನೆ.
* ನಗದು ಹರಿವಿನ ಹೇಳಿಕೆ: ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಿದ ಮತ್ತು ನಿರ್ಗಮಿಸಿದ ಹಣವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಹೇಳಿಕೆ.
* ಒಪ್ಪಂದ: ವೇತನಕ್ಕಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಔಪಚಾರಿಕ ಒಪ್ಪಂದ.
* ಸವಕಳಿ: ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಆಸ್ತಿಯ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ತಗ್ಗಿಸುವುದು.
* ಖರ್ಚು: ವ್ಯವಹಾರದ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಉಂಟಾದ ವೆಚ್ಚಗಳು.
* ಹಣಕಾಸು: ಹಣ ಮತ್ತು ಇತರ ಸ್ವತ್ತುಗಳ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಹಂಚಿಕೆ.
* ಹಣಕಾಸು ವರದಿ: ವ್ಯವಹಾರದ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚಗಳ ಸಮಗ್ರ ಖಾತೆ.
* ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚ: ಒಂದು–ಬಾರಿಯ ಖರ್ಚು.
* ಆದಾಯದ ಹೇಳಿಕೆ (ಲಾಭ ಮತ್ತು ನಷ್ಟದ ಹೇಳಿಕೆ): ಸಮಯದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯವಹಾರದ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.
* ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು: ವ್ಯಾಪಾರವು ಬೇರೆಯವರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾದ ಮೌಲ್ಯ.
* ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್: ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುವ, ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ವಿತರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ.
* ನಿವ್ವಳ ವರಮಾನ/ಲಾಭ: ಆದಾಯಗಳು ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಕಳೆದ ಮೊತ್ತ.
* ನಿವ್ವಳ ಮೌಲ್ಯ: ವ್ಯವಹಾರದ ಒಟ್ಟು ಮೌಲ್ಯ.
* ಮರುಪಾವತಿ ಅವಧಿ: ವ್ಯವಹಾರದ ಆರಂಭಿಕ ಹೂಡಿಕೆಯನ್ನು ಮರುಪಡೆಯಲು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಮಯ.
* ಲಾಭದ ಅಂಚು: ಲಾಭದ ಅನುಪಾತವನ್ನು ಆದಾಯದಿಂದ ಭಾಗಿಸಿ, ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
* ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಲಾಭ (ROI): ಹೂಡಿಕೆಯಿಂದ ಲಾಭವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರವು ಪಡೆಯುವ ಹಣದ ಮೊತ್ತ.

* ಆದಾಯ: ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಕಳೆಯುವ ಮೊದಲು ಆದಾಯದ ಒಟ್ಟು ಮೊತ್ತ.
* ಮಾರಾಟದ ನಿರೀಕ್ಷೆ: ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕ.
* ಪೂರೈಕೆದಾರ: ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕೆ ಸರಬರಾಜು ಮಾಡುವವರು.
* ಟಾರ್ಗೆಟ್ ಮಾರ್ಕೆಟ್: ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುಂಪು.
* ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ: ವ್ಯವಹಾರದ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮೌಲ್ಯದ ಅಂದಾಜು.
* ವೇರಿಯಬಲ್ ವೆಚ್ಚ: ವ್ಯಾಪಾರದ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ಅನುಪಾತದಲ್ಲಿ ಬದಲಾಗುವ ವೆಚ್ಚಗಳು.
* ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕ್ಯಾಪಿಟಲ್: ಪ್ರಸ್ತುತ ಆಸ್ತಿಗಳನ್ನು ಕಳೆದು ಪ್ರಸ್ತುತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಹಾಕಲಾಗುತ್ತದೆ.
* ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳು: ವ್ಯಾಪಾರ ವಹಿವಾಟುಗಳಲ್ಲಿ ಮೂರು ವಿಧಗಳಿವೆ. ಇವು:

  ಸರಳ ವಹಿವಾಟುಗಳು – ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವೆ ಒಂದೇ ವಹಿವಾಟು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ಒಂದು ಕಪ್ ಕಾಫಿ ಖರೀದಿಸುವುದು.

  ಸಂಕೀರ್ಣ ವಹಿವಾಟುಗಳು – ಈ ವಹಿವಾಟುಗಳು ಮೊದಲು ಹಲವಾರು ಘಟನೆಗಳ ಮೂಲಕ ಹೋಗುತ್ತವೆ. ಅವುಗಳನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ಮನೆ ಖರೀದಿ.

  ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ವಹಿವಾಟುಗಳು – ಈ ವಹಿವಾಟುಗಳಿಗೆ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಪ್ಪಂದದ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ: ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದ.

ಮೂಲ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ಸೂತ್ರಗಳು

ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ ಸೂತ್ರಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ.

1. ಲೆಕ್ಕಪರಿಶೋಧಕ ಸಮೀಕರಣ: ಇದು ಕಂಪನಿಯು ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ನಡೆಸಲು ಬಳಸುವ ಎಲ್ಲದರ ಮೌಲ್ಯವಾಗಿದೆ ಅದರ ವ್ಯವಹಾರ.

   ಸೂತ್ರ:

   ಸ್ವತ್ತುಗಳು = ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ + ಮಾಲೀಕರ ಇಕ್ವಿಟಿ
2. ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ: ಇದು ಕಂಪನಿಯ ಲಾಭ.

   ಸೂತ್ರ:

   ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ = ಆದಾಯ – ವೆಚ್ಚಗಳು
3. ಬ್ರೇಕ್–ಈವ್ ಪಾಯಿಂಟ್: ಇದು ಕಂಪನಿಯು ಲಾಭ ಅಥವಾ ನಷ್ಟವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡದ ಹಂತವಾಗಿದೆ. ಒಟ್ಟು ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟು ಆದಾಯ ಸಮಾನವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

   ಸೂತ್ರ:

   ಬ್ರೇಕ್–ಈವನ್ = ಸ್ಥಿರ ವೆಚ್ಚಗಳು/ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ – ಪ್ರತಿ ಘಟಕಕ್ಕೆ ವೇರಿಯಬಲ್ ವೆಚ್ಚ
4. ನಗದು ಅನುಪಾತ: ಇದು ಕಂಪನಿಯ ದ್ರವ್ಯತೆ ಬಗ್ಗೆ ನಮಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

   ಸೂತ್ರ:

   ನಗದು ಅನುಪಾತ = ನಗದು/ಪ್ರಸ್ತುತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು
5. ಲಾಭದ ಅಂಚು: ಇದನ್ನು ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟದ ಶೇಕಡಾವಾರು ಉಳಿದಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ; ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರದಿಂದ ಪಾವತಿಸಿದ ನಂತರ.

   ಸೂತ್ರ:

   ಲಾಭದ ಅಂಚು = ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯ/ಮಾರಾಟ
6. ಸಾಲದಿಂದ ಈಕ್ವಿಟಿ ಅನುಪಾತ: ಈ ಅನುಪಾತವು ಕಂಪನಿಯು ಎಷ್ಟು ಇಕ್ವಿಟಿ ಮತ್ತು ಸಾಲವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ ಅದರ ಸ್ವತ್ತುಗಳಿಗೆ ಹಣಕಾಸು ಒದಗಿಸುವುದು, ಮತ್ತು ಷೇರುದಾರರ ಇಕ್ವಿಟಿಯು ಸಾಲಗಾರರಿಗೆ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಬಹುದೇ ವ್ಯವಹಾರವು ನಷ್ಟವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ.

   ಸೂತ್ರ:

   ಸಾಲ–ಇಕ್ವಿಟಿ ಅನುಪಾತ = ಒಟ್ಟು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು/ಒಟ್ಟು ಇಕ್ವಿಟಿ

7. ಮಾರಾಟವಾದ ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆ: ಇದು ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ರಚಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುವ ಎಲ್ಲಾ ವೆಚ್ಚಗಳ ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟದ ಮೊತ್ತವಾಗಿದೆ.

   ಸೂತ್ರ:

   ಮಾರಾಟವಾದ ಸರಕುಗಳ ಬೆಲೆ = ಸಾಮಗ್ರಿಗಳು/ಇನ್ವೆಂಟರಿ ವೆಚ್ಚ – ಔಟ್‌ಪುಟ್‌ಗಳ ವೆಚ್ಚ

8. ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಆದಾಯ (ROI): ಇದನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಶೇಕಡಾವಾರು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಹೂಡಿಕೆಯ ಲಾಭ ಮೂಲ ವೆಚ್ಚದ ಶೇಕಡಾವಾರು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುತ್ತದೆ

   ಸೂತ್ರ:

   ROI = ನಿವ್ವಳ ಲಾಭ/ಒಟ್ಟು ಹೂಡಿಕೆ * 100

9. ಸರಳ ಬಡ್ಡಿ: ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಸ್ವಲ್ಪ ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಗಳಿಸಬಹುದಾದ ಹಣ ಇದು (ಮೂಲ).

ಸೂತ್ರ:

   A = P (1 + rt); R= r * 100

   ಎಲ್ಲಿ:

   A = ಒಟ್ಟು ಸಂಚಿತ ಮೊತ್ತ (ಮೂಲ + ಬಡ್ಡಿ)

   A = ಪ್ರಧಾನ ಮೊತ್ತ

   1 = ಬಡ್ಡಿ ಮೊತ್ತ

   R = ದಶಮಾಂಶದಲ್ಲಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಬಡ್ಡಿ ದರ; ಆರ್ = ಆರ್/100

   t = ತಿಂಗಳುಗಳು ಅಥವಾ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಸಮಯದ ಅವಧಿ

10. ವಾರ್ಷಿಕ ಸಂಯುಕ್ತ ಬಡ್ಡಿ: ಸಾಲ ಅಥವಾ ಠೇವಣಿಯ ಮೂಲ ಮೊತ್ತಕ್ಕೆ ಬಡ್ಡಿಯ ಸೇರ್ಪಡೆಯನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

   ಸೂತ್ರ:

   A = P (1 + r/n) ^ nt:

   ಎಲ್ಲಿ:

   A = ಬಡ್ಡಿ ಸೇರಿದಂತೆ ಹೂಡಿಕೆ/ಸಾಲದ ಭವಿಷ್ಯದ ಮೌಲ್ಯ

   P = ಪ್ರಮುಖ ಹೂಡಿಕೆ ಮೊತ್ತ (ಆರಂಭಿಕ ಠೇವಣಿ ಅಥವಾ ಸಾಲದ ಮೊತ್ತ)

   r = ವಾರ್ಷಿಕ ಬಡ್ಡಿ ದರ (ದಶಮಾಂಶ)

   n = ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಎಷ್ಟು ಬಾರಿ ಬಡ್ಡಿಯನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ

   t = ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಿದ ಅಥವಾ ಎರವಲು ಪಡೆದ ವರ್ಷಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ

10.6.3 CRM ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್

CRM (Customer Relation Mangement) ಎಂದರೇನು?

CRM ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆ. ಮೂಲತಃ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಒಬ್ಬರ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಇಂದು ಇದು ಐಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು ವಿನ್ಯಾಸಗೊಳಿಸಲಾದ ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಅನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸುತ್ತದೆ.

CRM ನ ಅಗತ್ಯ

ಕಂಪನಿಯು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ತನ್ನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಿದಷ್ಟು ಕಂಪನಿಯ ಯಶಸ್ಸಿನ ಸಾಧ್ಯತೆ ಹೆಚ್ಚು. ಯಾವುದೇ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗೆ, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮವನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಅತ್ಯುನ್ನತವಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿಯೇ ದಿನನಿತ್ಯದ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಗಮನಹರಿಸುವ ಐಟಿ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಬೇಡಿಕೆಯಾಗುತ್ತಿವೆ.

ಗ್ರಾಹಕರು ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಏನನ್ನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಒಳನೋಟವು ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸ್ಪಂದಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಅವರ ವ್ಯಾಪಾರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲು ಇದು ಅವರಿಗೆ ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಅವರ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವಾಗಲೂ ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಉತ್ತಮ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸರಳವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಅಖಿಒ ಕಂಪನಿಗಳು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಲಾಭ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ.

CRM ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

CRM ಹಲವಾರು ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ:

* ಇದು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಅದು ಇವಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು:
    * ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ
    * ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯತೆಗಳ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ
    * ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅಡ್ಡ-ಮಾರಾಟ
* ಇದು ಒಬ್ಬರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಉತ್ತಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ
* ಇದು ಗ್ರಾಹಕರ ತೃಪ್ತಿ ಮತ್ತು ಧಾರಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ
* ಇದು ಹೆಚ್ಚು ಲಾಭದಾಯಕ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಮತ್ತು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಲಾಭದಾಯಕತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುತ್ತದೆ.

ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಎಂದರೇನು?

ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿ, ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಎಂದರೆ ಹೊಸ ವ್ಯಾಪಾರದ ನಿಯಮಿತ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ತರಲು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸುವುದು. ಈ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಧಾನವು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ಜೊತೆಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಇದು ಉತ್ತಮ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್, ಉಲ್ಲೇಖಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಚಯಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿರಬಹುದು ಅಥವಾ ಫೋನ್, ಇಮೇಲ್ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ನಡೆಯಬಹುದು.

ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್‌ನ ಅಗತ್ಯ

ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಎನ್ನುವುದು ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಜನರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕೌಶಲ್ಯವಾಗಿದೆ, ಆದರೆ ಇದು ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ತನ್ನ ಬೇರುಗಳನ್ನು ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬೆಳೆಸುವಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿದೆ. ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಗಟ್ಟಿಯಾದ ಇರುವಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಇತರ ಉದ್ಯಮಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಬಲವಾದ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ನಡೆಯುವ ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಸಮಾನ ರೀತಿಯ ನಂಬಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ, ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ವಾಸ್ತವಗಳಾಗಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವ ಸಮಾನಮನಸ್ಕ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಪರ್ಕಿಸುವಲ್ಲಿ ಮಹತ್ತರ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂಭಾವ್ಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಉದ್ಯಮಿಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವಲ್ಲಿ ಇಂತಹ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕ್ರಿಯೆಗಳು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ವಿಭಿನ್ನ ಅನುಭವಗಳು ಮತ್ತು ಹಿನ್ನೆಲೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು ಆದರೆ ಅವರೆಲ್ಲರೂ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ – ಅವರೆಲ್ಲರೂ ಸಂಪರ್ಕ, ಸ್ಫೂರ್ತಿ, ಸಲಹೆ, ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಾರೆ. ಅವರಿಗೆ ಅದನ್ನು ಮಾಡಲು ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್‌ನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು

ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಗೆ ಹಲವಾರು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೆಂದರೆ:

* ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮಾಹಿತಿ/ಸುಳಿವು ಪಡೆಯುವುದು
* ವ್ಯಾಪಾರ ಅವಕಾಶಗಳ ಹೆಚ್ಚಳ
* ಅವಶ್ಯಕ ಸಂಪರ್ಕಗಳ ಉತ್ತಮ ಮೂಲ
* ಸಮಾನಮನಸ್ಕ ಉದ್ಯಮಿಗಳಿಂದ ಸಲಹೆ
* ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಗಳಿಸುವುದು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿಚಿತ್ರದ ಮಾಹಿತಿ ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು
* ಧನಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಉತ್ಸಾಹಿ ಜನರನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗುವುದು
* ಹೆಚ್ಚಿದ ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ
* ಇತರರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ತೃಪ್ತಿ
* ಬಲವಾದ ಮತ್ತು ಶಾಶ್ವತವಾದ ಸ್ನೇಹವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂವಹನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
* ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಮಾಡುವಾಗ, ಹೌದು/ಇಲ್ಲ ರೀತಿಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗಿಂತ ಮುಕ್ತ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಿ.

10.6.4 ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆ: ಏಕೆ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು?

ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುರುವು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಇದು ನಿಮಗೆ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ದೃಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಗುರಿಗಳು ಅಲ್ಪಾವಧಿ, ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯದ್ದಾಗಿರಬಹುದು.

ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳು

* ಇವುಗಳು ತಕ್ಷಣದ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗುರಿಗಳಾಗಿವೆ.

ಉದಾಹರಣೆ: ವಿಫಲವಾದ ಯಂತ್ರವನ್ನು ದುರಸ್ತಿ ಮಾಡುವುದು.

ಮಧ್ಯಮಾವಧಿ ಗುರಿಗಳು

* ಈ ಗುರಿಗಳನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗಿದೆ.
* ಅವು ನಿಮ್ಮ ಅಲ್ಪಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳಂತೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ.

ಉದಾಹರಣೆ: ನಿಮ್ಮ ಯಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತೆ ವಿಫಲವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸೇವಾ ಒಪ್ಪಂದವನ್ನು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು.

ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಗುರಿಗಳು

ಈ ಗುರಿಗಳಿಗೆ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಅವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಸಾಧಿಸಲು ಒಂದು ವರ್ಷ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ.

ಉದಾಹರಣೆ: ನಿಮ್ಮ ಖರ್ಚುಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಿ. ಇದರಿಂದ ನೀವು ಹೊಸ ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಬಹುದು

ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಏಕೆ ರಚಿಸಬೇಕು?

ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಹೇಗೆ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯು ಒಂದು ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು, ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಇದನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 3–5 ವರ್ಷಗಳ ಪ್ರಕ್ಷೇಪಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಂಪನಿಯು ತನ್ನ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅನುಸರಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಅಥವಾ ಭವಿಷ್ಯದ ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ.

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯು ಪ್ರಾತಿನಿಧಿಕವಾಗಿ ಎಂಟು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ವ್ಯವಹಾರ ಯೋಜನೆಯ ಅಂಶಗಳು

ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಾರಾಂಶ

ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಾರಾಂಶವು ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಪುಟವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾರಾಂಶವು ವ್ಯಾಪಾರದ ಮಾಲೀಕರಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ಆಸೆಗಳನ್ನು ಸಣ್ಣ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಹೇಳಬೇಕು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಗಳ ಅವಲೋಕನವಾಗಿದೆ. ಇದು 1–2 ಪುಟಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಇರಬಾರದು ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಮಾದರಿ.

ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಾರಾಂಶವು ಇವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ಗುರಿಯ ಹೇಳಿಕೆ: ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರವು ಏನೆಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

ಉದಾಹರಣೆ: ನೈಕ್‌ನ ಗುರಿಯ ಹೇಳಿಕೆ

ನೈಕ್‌ನ ಗುರಿಯ ಹೇಳಿಕೆ "ವಿಶ್ವದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಕ್ರೀಡಾಪಟುವಿಗೆ ಸ್ಫೂರ್ತಿ ಮತ್ತು ನಾವೀನ್ಯತೆ ತರಲು."

* ಕಂಪನಿ ಮಾಹಿತಿ: ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಯಾವಾಗ ರೂಪುಗೊಂಡಿತು, ಸಂಸ್ಥಾಪಕರ ಹೆಸರುಗಳು ಮತ್ತು ಪಾತ್ರಗಳು, ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಸ್ಥಳ(ಗಳು) ಇತ್ಯಾದಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.
* ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳು: ಕಂಪನಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಉದಾಹರಣೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ. ಸಾಧ್ಯವಾದರೆ ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಚಾರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳು: ಒದಗಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.
* ಹಣಕಾಸಿನ ಮಾಹಿತಿ: ಪ್ರಸ್ತುತ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆದಾರರ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ.
* ಭವಿಷ್ಯದ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಸಾರಾಂಶಗೊಳಿಸಿ: ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನೀವು ಎಲ್ಲಿ ನೋಡುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಿ.

ವ್ಯಾಪಾರ ವಿವರಣೆ

ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯ ಎರಡನೇ ವಿಭಾಗವು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳ ವಿವರವಾದ ವಿಮರ್ಶೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಸಂಭಾವ್ಯ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಗುರಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕೊಡುಗೆಯ ಅನನ್ಯತೆಯನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಈ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸ್ವರೂಪದ ವಿವರಣೆ
* ನೀವು ಪೂರೈಸಲು ಗುರಿ ಹೊಂದಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಗತ್ಯಗಳು
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಈ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ವಿಧಾನಗಳು
* ನೀವು ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳು
* ನಿಮ್ಮ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ಅನುಕೂಲಗಳು

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ವಿಭಾಗವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವ್ಯವಹಾರ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವುದು ಈ ವಿಭಾಗದ ಗುರಿಯಾಗಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಶೋಧ ಮತ್ತು ತೀರ್ಮಾನಗಳನ್ನು ನೀವು ಇಡಬೇಕಾದ ವಿಭಾಗವೂ ಇದು

ನಿಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಇವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮದ ವಿವರಣೆ ಮತ್ತು ದೃಷ್ಟಿಕೋನ
* ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ
* ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಗತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರ
* ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗಾತ್ರ
* ನೀವು ಸೆರೆಹಿಡಿಯಲು ಬಯಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಷೇರಿನ ಪ್ರಮಾಣ
* ನಿಮ್ಮ ಬೆಲೆ ರಚನೆ
* ನಿಮ್ಮ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ
* ಯಾವುದೇ ನಿಯಂತ್ರಕ ಅಗತ್ಯಗಳು

ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ

ಈ ವಿಭಾಗವು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ನಂತರ ತಕ್ಷಣವೇ ಬರಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ ವಿಭಾಗವು ಇವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ರಚನೆ
* ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಮಾಲೀಕತ್ವದ ವಿವರಗಳು
* ನಿಮ್ಮ ನಿರ್ವಹಣಾ ತಂಡದ ವಿವರಗಳು
* ನಿಮ್ಮ ನಿರ್ದೇಶಕರ ಮಂಡಳಿಯ ಅರ್ಹತೆಗಳು
* ಪ್ರತಿ ವಿಭಾಗ/ಇಲಾಖೆ ಮತ್ತು ಅದರ ಕಾರ್ಯಗಳ ವಿವರವಾದ ವಿವರಣೆಗಳು
* ಸಂಬಳ ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಪ್ಯಾಕೇಜ್, ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಜನರಿಗೆ ನೀಡುವ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಗಳು

ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಾಲು

ಮುಂದಿನ ವಿಭಾಗವು ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಾಲಿನ ವಿಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಸಂಭಾವ್ಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಅವರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳ ಮೇಲೆ ಒತ್ತು ನೀಡುತ್ತೀರಿ. ನಿಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಉತ್ಪನ್ನವು ನಿಮ್ಮ ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಏಕೆ ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ವಿವರಿಸಿ.

ನಿಮ್ಮ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನ ಸಾಲಿನ ವಿಭಾಗವು ಇವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯ ವಿವರಣೆ
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಜೀವನ ಚಕ್ರದ ವಿವರಣೆ
* ಯಾವುದೇ ಹಕ್ಕುಸ್ವಾಮ್ಯ ಅಥವಾ ಪೇಟೆಂಟ್ ಫೈಲಿಂಗ್‌ಗಳ ಪಟ್ಟಿ
* ನೀವು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ಅಥವಾ ಯೋಜಿಸಿರುವ ಯಾವುದೇ R&D ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಿವರಣೆ

ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ

ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಯ ಸೇವೆ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನ ಲೈನ್ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಒಮ್ಮೆ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ ನಂತರ, ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ನಿರ್ವಹಣೆ ತಂತ್ರದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ನೀವು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬೇಕು.

ನಿಮ್ಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ವಿಭಾಗವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನುಗ್ಗುವ ತಂತ್ರ: ನಿಮ್ಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಸಲುವಾಗಿ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವಲ್ಲಿ ಈ ತಂತ್ರವು ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.
* ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ತಂತ್ರ: ಈ ತಂತ್ರವು ಅಲ್ಪಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಗಳಿಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿದರೂ ಸಹ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.
* ವಿತರಣಾ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಚಾನಲ್‌ಗಳು: ಇವುಗಳು ಸಗಟು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ವಿತರಕರು ಮತ್ತು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಆಗಿರಬಹುದು.
* ಸಂವಹನ ತಂತ್ರ: ಇವುಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವ ತಂತ್ರಗಳು (ಇ-ಮೇಲ್, ಪಠ್ಯ, ಚಾಟ್), ಮೌಖಿಕ ತಂತ್ರಗಳು (ಫೋನ್ ಕರೆಗಳು, ವೀಡಿಯೊ ಚಾಟ್‌ಗಳು, ಮುಖಾಮುಖಿ ಸಂಭಾಷಣೆಗಳು), ಮೌಖಿಕ ತಂತ್ರಗಳು (ದೇಹ ಭಾಷೆ, ಮುಖದ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ಧ್ವನಿಯ ಧ್ವನಿ) ಮತ್ತು ದೃಶ್ಯ ತಂತ್ರಗಳು (ಚಿಹ್ನೆಗಳು, ವೆಬ್‌ಪುಟಗಳು, ವಿವರಣೆಗಳು).

ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟ ವಿಭಾಗವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ಸೇಲ್ಸ್‌ಫೋರ್ಸ್ ತಂತ್ರ: ಈ ತಂತ್ರವು ಉದ್ಯಮದ ಆದಾಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದರ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.
* ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ವಿವರಣೆ: ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಸ್ಥಗಿತ: ಇದರರ್ಥ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು – ನೀವು ಅದನ್ನು ಆಫ್‌ಲೈನ್ ಅಥವಾ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತೀರಾ, ಎಷ್ಟು ಯೂನಿಟ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ, ಪ್ರತಿ ಘಟಕವನ್ನು ಯಾವ ಬೆಲೆಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ನೀವು ಯೋಜಿಸುತ್ತೀರಿ ಇತ್ಯಾದಿ.

ಧನಸಹಾಯ ವಿನಂತಿ

ಈ ವಿಭಾಗವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಅವರ ಸಾಹಸಕ್ಕೆ ಹಣಕಾಸಿನ ಅಗತ್ಯವಿರುವವರಿಗೆ. ಧನಸಹಾಯ ವಿನಂತಿ ವಿಭಾಗವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

* ಪ್ರಸ್ತುತ ನಿಮಗೆ ಎಷ್ಟು ಹಣದ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.
* ಮುಂದಿನ ಐದು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ಎಷ್ಟು ಹಣದ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ.
* ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಹಣದ ಪ್ರಕಾರ ಮತ್ತು ನೀವು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಲು ಯೋಜಿಸುತ್ತೀರಿ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಮಾತ್ರ ಬಳಸಬಹುದಾದ ನಿಧಿಯನ್ನು ನೀವು ಬಯಸುತ್ತೀರಾ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಅವಶ್ಯಕತೆಗೆ ಬಳಸಬಹುದಾದ ನಿಧಿಯನ್ನು ಬಯಸುವಿರಾ?
* ಭವಿಷ್ಯದ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರದ ಯೋಜನೆಗಳು. ಇದು ನಿಮ್ಮ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ – ಈ ಯೋಜನೆಗಳು ಯಾವುವು ಮತ್ತು ಈ ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಚಲನೆಯಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಎಷ್ಟು ಹಣ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.
* ಐತಿಹಾಸಿಕ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಹಣಕಾಸು ಮಾಹಿತಿ. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮ ಪ್ರಾರಂಭವಾದ ಕ್ಷಣದಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೆ ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಹಣಕಾಸಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ದಾಖಲೆಗಳು ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಆಸ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ನಿಮ್ಮ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಆದಾಯ, ವೆಚ್ಚಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಷದ ನಿವ್ವಳ ಆದಾಯವನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವ ನಿಮ್ಮ ಆದಾಯ ಹೇಳಿಕೆ, ನಿಮ್ಮ ತೆರಿಗೆ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ (ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಳೆದ ಮೂರು ವರ್ಷಗಳಿಂದ) ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ನಗದು ಹರಿವು ಬಂದ ನಗದನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವ ಬಜೆಟ್, ಹೊರ ಹೋದ ನಗದು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ತಿಂಗಳ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ನಗದು ಕೊರತೆ (ಋಣಾತ್ಮಕ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್) ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚುವರಿ (ಧನಾತ್ಮಕ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್) ಹೊಂದಿದ್ದೀರಾ ಎಂದು ಹೇಳುತ್ತದೆ.

ಹಣಕಾಸಿನ ಯೋಜನೆ

ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು, ನಿಮ್ಮ ಹಣಕಾಸನ್ನು ನೀವು ಯೋಜಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಹಣಕಾಸು ಯೋಜನೆಗಾಗಿ ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ:

* ಹಂತ 1: ಹಣಕಾಸಿನ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರಚಿಸಿ. ಈ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಇದು ನಿಮ್ಮ ಗುರಿಗಳು, ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಟೈಮ್‌ಲೈನ್‌ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು.
* ಹಂತ 2: ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಮುಖ ಹಣಕಾಸಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಹೂಡಿಕೆ ವಿವರಗಳು, ಬ್ಯಾಂಕ್ ಸ್ಟೇಟ್‌ಮೆಂಟ್‌ಗಳು, ತೆರಿಗೆ ಪತ್ರಗಳು, ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ಬಿಲ್‌ಗಳು, ವಿಮೆ ಪತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಇತರ ಹಣಕಾಸಿನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಹಿಡಿದಿಡಲು ಫೈಲ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಿ.
* ಹಂತ 3: ನಿಮ್ಮ ನಿವ್ವಳ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ. ಇದರರ್ಥ ನೀವು ಏನನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ (ನಿಮ್ಮ ಮನೆ, ಬ್ಯಾಂಕ್ ಖಾತೆಗಳು, ಹೂಡಿಕೆಗಳು ಮುಂತಾದ ಸ್ವತ್ತುಗಳು) ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ, ಮತ್ತು ನಂತರ ನೀವು ಬಾಕಿಯಿರುವುದನ್ನು ಕಳೆಯಿರಿ (ಸಾಲಗಳು, ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿರುವ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ಮೊತ್ತಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.) ನೀವು ಉಳಿದಿರುವ ಮೊತ್ತವು ನಿಮ್ಮ ನಿವ್ವಳ ಮೌಲ್ಯವಾಗಿದೆ.
* ಹಂತ 4: ಖರ್ಚು ಮಾಡುವ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಮಾಡಿ. ಇದರರ್ಥ ನಿಮ್ಮ ಹಣ ಎಲ್ಲಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದು ಎಲ್ಲಿಗೆ ಹೋಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರವಾಗಿ ಬರೆಯಿರಿ.
* ಹಂತ 5: ತುರ್ತು ನಿಧಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿ. ಉತ್ತಮ ತುರ್ತು ನಿಧಿಯು ಕನಿಷ್ಠ 6 ತಿಂಗಳ ಮೌಲ್ಯದ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಸರಿದೂಗಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಹಣವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ.
* ಹಂತ 6: ನಿಮ್ಮ ವಿಮೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ. ವಿಮೆಯು ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಆರ್ಥಿಕ ಭದ್ರತೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಪಾಯದಿಂದ ನಿಮ್ಮನ್ನು ರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಅಪಾಯ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಒಬ್ಬ ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ನೀವು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ಬಯಸುವ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರದೊಂದಿಗೆ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ನೀವು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಸಂಭವನೀಯ ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ನೀವು ಗುರುತಿಸಿದ ನಂತರ, ಅವುಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ನೀವು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಅಪಾಯಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕೆಲವು ವಿಧಾನಗಳೆಂದರೆ:

* ಒಂದೇ ರೀತಿಯ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಸಂಶೋಧಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಅಪಾಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮತ್ತು ಅವುಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ.
* ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಟ್ರೆಂಡ್‌ಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯದ ಹಿಂದೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಂದ ಇನ್ನೂ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿವೆಯೇ ಎಂದು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ನೀವು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಅಗತ್ಯವಾದ ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಾ ಎಂದು ಯೋಚಿಸಿ.
* ನಿಮ್ಮ ಹಣಕಾಸುಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಸಾಕಷ್ಟು ಆದಾಯವಿದೆಯೇ ಎಂದು ನೋಡಿ.
* ಆರ್ಥಿಕತೆಯ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸ್ಥಿತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಲಿ, ಆರ್ಥಿಕತೆಯು ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಹೇಗೆ ಬದಲಾಗಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಿ ಮತ್ತು ಆ ಯಾವುದೇ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವು ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಯೋಚಿಸಿ.
* ವಿವರವಾದ ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ರಚಿಸಿ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ನಿಮ್ಮ ಯೋಜನೆಯಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.
* ಸಂಖ್ಯೆಗಳನ್ನು ಕೂಲಂಕಷವಾಗಿ ಪರೀಕ್ಷಿಸಿ.
* ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿರಿ.
* ನಿಮ್ಮ ವಿಧಾನ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪ್ರಕ್ಷೇಪಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಪ್ರದಾಯವಾದಿಯಾಗಿರಿ.
* ಸಾಧ್ಯವಿರುವಲ್ಲೆಲ್ಲಾ ಚಾರ್ಟ್‌ಗಳು, ಗ್ರಾಫ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳಂತಹ ದೃಶ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ.

10.6.5 ಬ್ಯಾಂಕ್ ಧನಸಹಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ ಮತ್ತು ಔಪಚಾರಿಕತೆಗಳು

ಬ್ಯಾಂಕ್ ಧನಸಹಾಯದ ಅಗತ್ಯ

ಉದ್ದಿಮೆದಾರರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಅತ್ಯಂತ ಕಷ್ಟಕರವಾದ ಸವಾಲುಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದೆಂದರೆ ಉದ್ದಿಮೆ ಆರಂಭಕ್ಕೆ ಹಣವನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು. ಹಲವಾರು ಹಣಕಾಸಿನ ಆಯ್ಕೆಗಳು ಲಭ್ಯವಿರುವುದರಿಂದ, ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಯಾವ ಧನಸಹಾಯ ವಿಧಾನವು ತಮಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಭಾರತದಲ್ಲಿ, ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ಉದ್ದಿಮೆ ಆರಂಭಗಳ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಹೂಡಿಕೆದಾರರಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿವೆ. ಪ್ರತಿ ವರ್ಷ ಸಾವಿರಾರು ನವಉದ್ದಿಮೆಗಳಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ.

ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಧನಸಹಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಗೆ ಯಾವ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಬೇಕು?

ಬ್ಯಾಂಕ್ ಅನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವಾಗ, ಸಾಲದ ಅರ್ಜಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು, ದರ ಮತ್ತು ಸಾಲ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಬ್ಯಾಂಕುಗಳು ಬಳಸುವ ವಿವಿಧ ಮಾನದಂಡಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ವಾಣಿಜ್ಯೋದ್ಯಮಿಗಳು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಗೆ ನಿಖರವಾದ ಮತ್ತು ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವ ಮಹತ್ವದ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು. ಸಾಲದ ಅರ್ಜಿದಾರರ ಯಾವುದೇ ತಪ್ಪು ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡಲು ಹಣಕಾಸು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಈಗ ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ಸುಲಭವಾಗಿದೆ. ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಂದ ಧನವನ್ನು ಅರಸುತ್ತಿರುವ ಉದ್ಯಮಿಗಳು ತಮ್ಮ ಸಾಮಾನ್ಯ ರುಜುವಾತುಗಳು, ಹಣಕಾಸಿನ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಮತ್ತು ಖಾತರಿಗಳು ಅಥವಾ ನೀಡಬಹುದಾದ ಮೇಲಾಧಾರಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳಿಗೆ ಒದಗಿಸಬೇಕು.

ಸಾಮಾನ್ಯ ರುಜುವಾತುಗಳು

ಇಲ್ಲಿ ನೀವು ಉದ್ಯಮಿಯಾಗಿ, ನಿಮ್ಮ ಬಗ್ಗೆ ಹಿನ್ನೆಲೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಒದಗಿಸುತ್ತೀರಿ. ಅಂತಹ ಮಾಹಿತಿಯು ಇವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ:

* ಪರಿಚಯದ ಪತ್ರ(ಗಳು): ಈ ಪತ್ರವನ್ನು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರುವ ಗೌರವಾನ್ವಿತ ವ್ಯಾಪಾರ ವ್ಯಕ್ತಿಯಿಂದ ಬರೆಸಬೇಕು. ಈ ಪತ್ರದ ಗುರಿ ನಿಮ್ಮ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರತೆಯ ಭರವಸೆಯನ್ನು ನಿಮ್ಮ ಸಾಧನೆಗಳಾದ್ಯಂತ ಹೊಂದಿಸುವುದು.
* ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಪರಿಚಯ: ಇದು ಮೂಲತಃ ನಿಮ್ಮ ಪರಿಚಯ ಆಗಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಾಧನೆಗಳು, ವೃತ್ತಿಪರ ತರಬೇತಿ, ವಿದ್ಯಾರ್ಹತೆಗಳು, ಉದ್ಯೋಗ ದಾಖಲೆ ಮತ್ತು ಸಾಧನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಉತ್ತಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ನೀಡಬೇಕಾಗಿದೆ.
* ವ್ಯಾಪಾರ ಕರಪತ್ರ: ವ್ಯಾಪಾರ ಕರಪತ್ರವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಂಪನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು, ಗ್ರಾಹಕರು, ವ್ಯವಹಾರವು ಎಷ್ಟು ಕಾಲದಿಂದ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.
* ಬ್ಯಾಂಕ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಉಲ್ಲೇಖಗಳು: ನೀವು ಇನ್ನೊಂದು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಖಾತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು.
* ಕಂಪನಿಯ ಮಾಲೀಕತ್ವ ಅಥವಾ ನೋಂದಣಿಯ ಪುರಾವೆ: ಕೆಲವು ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ನೀವು ಕಂಪನಿಯ ಮಾಲೀಕತ್ವ ಮತ್ತು ನೋಂದಣಿಯ ಪುರಾವೆಯನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗಬಹುದು. ಸ್ವತ್ತುಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯೂ ಅಗತ್ಯವಾಗಬಹುದು.

ಹಣಕಾಸಿನ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ

ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ನಿಮ್ಮ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ ಹಣಕಾಸಿನ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತವೆ. ನೀವು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಮಾಣಿತ ಹಣಕಾಸು ವರದಿಗಳೆಂದರೆ:

* ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ಶೀಟ್
* ಲಾಭ ಮತ್ತು–ನಷ್ಟ ಖಾತೆ
* ಹಣದ ಹರಿವಿನ ಲೆಕ್ಕಪತ್ರ
* ಯೋಜಿತ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಆದಾಯ
* ವ್ಯಾಪಾರ ಯೋಜನೆ
* ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆಯ ಅಧ್ಯಯನ

ಖಾತರಿಗಳು ಅಥವಾ ಮೇಲಾಧಾರಗಳು

ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ಭದ್ರತೆ ಇಲ್ಲದೆ ನಿಮಗೆ ಸಾಲ ನೀಡಲು ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತವೆ. ನೀವು ಸಾಲವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ ಬ್ಯಾಂಕ್ ವಶಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಸ್ವತ್ತುಗಳನ್ನು ನೀವು ನೀಡಬಹುದು. ಯಂತ್ರೋಪಕರಣಗಳು, ಉಪಕರಣಗಳು, ವಾಹನಗಳು ಮುಂತಾದ ಸ್ಥಿರ ಆಸ್ತಿಗಳನ್ನು ಸಾಲಗಳಿಗೆ ಭದ್ರತೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗಳು ನೀಡುವ ಸಾಲದ ಮಾನದಂಡಗಳು

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಾಲ ನೀಡುವ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ನೀವು ಪೂರೈಸಿದರೆ ನಿಧಿಗಾಗಿ ನಿಮ್ಮ ವಿನಂತಿಯು ಯಶಸ್ಸಿನ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ:

* ಉತ್ತಮ ನಗದು ಹರಿವು
* ಸಾಕಷ್ಟು ಷೇರುದಾರರ ನಿಧಿಗಳು
* ಸಾಕಷ್ಟು ಭದ್ರತೆ
* ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಅನುಭವ
* ಒಳ್ಳೆಯ ಹೆಸರು

ವಿಧಾನ

ಸಾಲಕ್ಕಾಗಿ ಅರ್ಜಿ ಹಾಕಲು ಕೆಳಗಿನ ವಿಧಾನವನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

* ನಿಮ್ಮ ಅರ್ಜಿ ನಮೂನೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಬ್ಯಾಂಕ್‌ಗೆ ಸಲ್ಲಿಸಿ.
* ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿಮ್ಮ ವಿಶ್ವಾಸರ್ಹತೆಯನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ನಿರ್ಣಯಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆ, ಹಣಕಾಸು, ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಮತ್ತು ಉದ್ಯಮದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿನ ಸಾಲದ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ನಿಯತಾಂಕಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನಿಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ ಮೂಲಕ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸುತ್ತದೆ.
* ನಿಮಗೆ ಹಣವನ್ನು ನೀಡಬೇಕೆ ಅಥವಾ ಬೇಡವೇ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಬ್ಯಾಂಕ್ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ.

ಸಲಹೆಗಳು

* ಅನುಭವಿ ಬ್ಯಾಂಕರ್‌ಗಳಿಂದ ಹಣಕಾಸಿನ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಲಹೆ ಪಡೆಯಿರಿ.
* ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ನಿಮಗೆ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಲವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಡ್ಡಿ ದರದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಡಿ.

10.6.6 ಉದ್ಯಮ ನಿರ್ವಹಣೆ – ಒಂದು ಅವಲೋಕನ

ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನೀವು ದಿನನಿತ್ಯದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದರಿಂದ ಹಿಡಿದು ದೊಡ್ಡ ಪ್ರಮಾಣದ ಈವೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವವರೆಗೆ ಹಲವಾರು ವಿಭಿನ್ನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ನೋಡಬೇಕು. ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಕೆಲವು ಸರಳ ಹಂತಗಳನ್ನು ನೋಡೋಣ.

ಹಂತ 1: ನಿಮ್ಮ ನಾಯಕತ್ವದ ಕೌಶಲ್ಯ ಬಳಸಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಾಗ ಸಲಹೆ ಕೇಳಿ.

ಇತ್ತೀಚೆಗಷ್ಟೇ ಸ್ವಂತ ಉದ್ಯಮ ಆರಂಭಿಸಿರುವ ಉದ್ಯಮಿ ರಾಮು ಅವರ ಉದಾಹರಣೆಯನ್ನೇ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳೋಣ. ರಾಮು ಉತ್ತಮ ನಾಯಕತ್ವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ – ಅವರು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕರು, ಚೆನ್ನಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ, ಕೆಲಸವನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಯೋಜಿಸಬೇಕು ಎಂದು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಾಯಕತ್ವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ರಾಮು ಅವರ ಉದ್ಯಮದ ನಿರ್ವಹಣೆಯಲ್ಲಿ ಖಂಡಿತವಾಗಿಯೂ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಹೇಗಾದರೂ, ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ರಾಮು ಅವರು ಹೇಗೆ ನಿಭಾಯಿಸಬೇಕೆಂದು ಖಚಿತವಾಗಿರದ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ರಾಮು ಏನು ಮಾಡಬೇಕು? ಅವರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಹೆಚ್ಚು ಅನುಭವಿ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರನ್ನು ಹುಡುಕುವುದು ಒಂದು ಪರಿಹಾರವಾಗಿದೆ. ಮತ್ತೊಂದು ಪರಿಹಾರವೆಂದರೆ ರಾಮು ತನ್ನ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಅವನು ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಹೊಂದಬಹುದು, ಅಂತಹ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಸಲಹೆ ನೀಡಬಹುದು.

ಹಂತ 2: ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ಇತರರ ನಡುವೆ ವಿಭಜಿಸಿ – ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನೀವೇ ನಿಭಾಯಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ.

ವಿಶ್ವದ ಅತ್ಯಂತ ನುರಿತ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಸಹ ಉದ್ಯಮವು ತನ್ನಿಂದ ಬೇಡಿಕೆಯಿರುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕೆಲಸವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಒಬ್ಬ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ತನ್ನ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಕೀಲಿಯು ತನ್ನ ಸುತ್ತಲಿನವರ ನಡುವೆ ತನ್ನ ಎಲ್ಲಾ ಕೆಲಸವನ್ನು ವಿಭಜಿಸುವುದರಲ್ಲಿದೆ ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇದನ್ನು ನಿಯೋಗ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ನಿಯೋಜಿಸುವುದು ಸಾಕಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರು ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ನೋಡಲು ಬಯಸಿದರೆ ಮ್ಯಾನೇಜರ್ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿಯೋಜಿಸಬೇಕು. ಇದು ಮುಖ್ಯವಾದುದು ಏಕೆಂದರೆ ತಪ್ಪಾಗಿ ಮಾಡಿದಾಗ, ನಿಯೋಜಿಸುವಿಕೆಯು ನಿಮಗಾಗಿ ಇನ್ನಷ್ಟು ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿಯೋಜಿಸಲು, ನೀವು ಎರಡು ಪಟ್ಟಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು. ಒಂದು ಪಟ್ಟಿಯು ನೀವೇ ನಿಭಾಯಿಸಲು ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿರುವ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು. ಎರಡನೇ ಪಟ್ಟಿಯು ನೀವು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸ ಹೊಂದಿರುವ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಇತರರಿಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾಡಲು ನೀಡಬಹುದು. ತಪ್ಪಾದ ನಿಯೋಗದ ಜೊತೆಗೆ, ಉದ್ಭವಿಸಬಹುದಾದ ಮತ್ತೊಂದು ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ ಅತಿ-ನಿಯೋಗ. ಇದರರ್ಥ ನಿಮ್ಮ ಹಲವಾರು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಇತರರಿಗೆ ನೀಡುವುದು. ಇದರೊಂದಿಗಿನ ಸಮಸ್ಯೆಯೆಂದರೆ, ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ನಿಯೋಜಿಸಿದರೆ, ನೀವು ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಹಸ್ತಾಂತರಿಸಿದವರ ಕೆಲಸದ ಪ್ರಗತಿಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುತ್ತೀರಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮುಗಿಸಲು ನಿಮಗೆ ಕಡಿಮೆ ಸಮಯವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 3: ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾದ ಜನರನ್ನು ನೇಮಿಸಿ.

ಸರಿಯಾದ ಜನರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವಲ್ಲಿ ಬಹಳ ದೂರ ಸಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಜನರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ನಿಮ್ಮ ಸಂದರ್ಶನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ನೀವು ಬಹಳ ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಬೇಕು. ನೀವು ಸಂಭಾವ್ಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಅವರ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಎಚ್ಚರಿಕೆಯಿಂದ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಬೇಕು. ಹಿನ್ನೆಲೆ ಪರಿಶೀಲನೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು ಯಾವಾಗಲೂ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ. ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಚೆಕ್ ಅನ್ನು ನಡೆಸುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನೀವು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಯೋಜಿಸುತ್ತಿರುವ ಜನರು ನಿಮ್ಮ ಹಣವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದರೆ. ನೀವು ತುಂಬಲು ಬಯಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಪಾತ್ರಕ್ಕೂ ವಿವರವಾದ ಉದ್ಯೋಗ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ರಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಎಲ್ಲಾ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳು ಉದ್ಯೋಗ ವಿವರಣೆಯ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮತ್ತು ಸರಿಯಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ನೀವು ಉದ್ಯೋಗಿ ಕೈಪಿಡಿಯನ್ನು ಸಹ ಹೊಂದಿರಬೇಕು, ಅಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಂದ ನೀವು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರತಿ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ನೀವು ಹಾಕುತ್ತೀರಿ. ಈ ಎಲ್ಲಾ ಕ್ರಮಗಳು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಸರಿಯಾದ ಜನರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಹಂತ 4: ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿ ಮತ್ತು ಅವರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ತರಬೇತಿ ನೀಡಿ.

ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ನಿಮ್ಮ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್‌ಗಾಗಿ ಶ್ರಮಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಿದರೆ ಮಾತ್ರ ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು. ಪ್ರೇರಣೆಯ ಭಾಗವು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮದ ದೃಷ್ಟಿ ಮತ್ತು ಧ್ಯೇಯವನ್ನು ನಂಬುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ, ಬೋನಸ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಧನೆಗಳಿಗಾಗಿ ಪ್ರತಿಫಲಗಳೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಬಹುದು. ಅವರ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಕಂಪನಿಯ ಯಶಸ್ಸಿಗೆ ಹೇಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿವೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಹೇಳುವ ಮೂಲಕ ನೀವು ಅವರನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸಬಹುದು. ಇದು ಅವರಿಗೆ ಹೆಮ್ಮೆ ಪಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರೇರಣೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಅರ್ಥವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಜನರನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಿಗೆ ಹೊಸ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ತರಬೇತಿ ನೀಡಬೇಕು. ನೆನಪಿಡಿ, ತರಬೇತಿಯು ಒಂದು ಬಾರಿಯ ಪ್ರಯತ್ನವಲ್ಲ. ಇದು ನಿರಂತರವಾಗಿ ನಡೆಸಬೇಕಾದ ನಿರಂತರ ಪ್ರಯತ್ನವಾಗಿದೆ.

ಹಂತ 5: ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ನಿಭಾಯಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಜನರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಿ.

ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಕಲೆಯನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ತಿಳಿದಿರಬೇಕು. ಇದರರ್ಥ ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರು ಏನು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪೂರೈಸಬೇಕು ಎಂದು ತಿಳಿದಿರಬೇಕು. ಅವರು ಇದನ್ನು ನಿಜವಾಗಿಯೂ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಹೇಗೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ವ್ಯವಹರಿಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದನ್ನು ಅವರು ನೋಡಬೇಕು. ಇದನ್ನು ಉದಾಹರಣೆಯಿಂದ ಮುನ್ನಡೆ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನೀವು ಹೇಗೆ ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿ ಕೇಳುತ್ತೀರಿ ಮತ್ತು ಅವರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ನೀವು ಮಾಡುವ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಅವರಿಗೆ ತೋರಿಸಿ. ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ನೀವು ಕೇಳುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಪ್ರಕಾರವನ್ನು ಕೇಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡಿ. ಇದರಿಂದ ಯಾವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಸೂಕ್ತವೆಂದು ಅವರು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

ಹಂತ 6: ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಿ.

ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾಡಲು ನಿಮ್ಮ ಎಲ್ಲಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಬಳಸಿ. ಇಲ್ಲಿ ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಬೇಕು ಎಂದು ನೀವು ಭಾವಿಸಿದರೆ ನೀವು ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಏಜೆನ್ಸಿಯನ್ನು ಸಹ ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ನಿಮ್ಮ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಡೆಸಲು ಏನು ಬೇಕು ಎಂದು ಈಗ ನಿಮಗೆ ತಿಳಿದಿದೆ, ಈ ಹಂತಗಳನ್ನು ಪ್ಲೇ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಎಷ್ಟು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಿ!

ಸಲಹೆಗಳು

* ಅನುಭವಿ ಬ್ಯಾಂಕರ್‌ಗಳಿಂದ ಹಣಕಾಸಿನ ಆಯ್ಕೆಗಳ ಕುರಿತು ಸಲಹೆ ಪಡೆಯಿರಿ.
* ಜಾಗರೂಕರಾಗಿರಿ ಮತ್ತು ನಿಮಗೆ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಧಿಗೆ, ನೀವು ಅನುಕೂಲವಾಗಿರುವುದಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಡ್ಡಿದರದಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಲವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ.

10.6.7 ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವ ಮೊದಲು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನಿಮಗೆ ನೀವೇ ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳಿ

* ನಾನು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಏಕೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ?
* ನಾನು ಯಾವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತಿದ್ದೇನೆ?
* ಇತರರು ಮೊದಲು ಈ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದ್ದಾರೆಯೇ? ಅವರು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿದ್ದಾರೆಯೇ ಅಥವಾ ವಿಫಲರಾಗಿದ್ದಾರೆಯೇ?
* ನಾನು ಕರೆ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕ ಅಥವಾ ಉದ್ಯಮ ತಜ್ಞರನ್ನು ನಾನು ಹೊಂದಿದ್ದೇನೆಯೇ?
* ನನ್ನ ಆದರ್ಶ ಗ್ರಾಹಕ ಯಾರು?
* ನನ್ನ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿಗಳು ಯಾರು?
* ನನ್ನ ವ್ಯಾಪಾರ ಕಲ್ಪನೆಯು ಇತರ ವ್ಯವಹಾರ ಕಲ್ಪನೆಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುವುದು ಯಾವುದು?
* ನನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು ಯಾವುವು?
* ನಾನು SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡಿದ್ದೇನೆಯೇ?
* ನನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಗಾತ್ರ ಎಷ್ಟು?
* ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಕನಿಷ್ಠ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯವಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಏನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ?
* ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲು ನನಗೆ ಎಷ್ಟು ಹಣ ಬೇಕು?
* ನಾನು ಸಾಲ ಪಡೆಯಬೇಕೇ?
* ನನ್ನ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳು ಎಷ್ಟು ಬೇಗ ಲಭ್ಯವಿರುತ್ತವೆ?
* ನಾನು ಯಾವಾಗ ಖರ್ಚು ಮಾರಾಟ ಸರಿದೂಗಿಸುತ್ತೇನೆ ಅಥವಾ ಲಾಭ ಗಳಿಸುತ್ತೇನೆ?

* ನನ್ನ ಕಲ್ಪನೆಯಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವವರು ಹೇಗೆ ಲಾಭ ಗಳಿಸುತ್ತಾರೆ?
* ನನ್ನ ವ್ಯಾಪಾರದ ಕಾನೂನು ರಚನೆಯನ್ನು ನಾನು ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಸಬೇಕು?
* ನಾನು ಯಾವ ತೆರಿಗೆಗಳನ್ನು ಪಾವತಿಸಬೇಕು?
* ನನಗೆ ಯಾವ ರೀತಿಯ ವಿಮೆ ಬೇಕು?
* ನಾನು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಿದೆನೇ?

ಸಲಹೆಗಳು

* ನೀವು ಗಮನಾರ್ಹ ಸಮಯ, ಹಣ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ನಿಮ್ಮ ವ್ಯವಹಾರ ಕಲ್ಪನೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯೀಕರಿಸುವುದು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ.
* ನೀವು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕೇಳಿಕೊಳ್ಳುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು, ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಗರಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸಲು ನೀವು ಹೆಚ್ಚು ಸಿದ್ಧರಾಗಿರುವಿರಿ.

ಅಡಿಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು:

1. ಒಬ್ಬ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು ನಿಮಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಒಬ್ಬ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಮತ್ತು ಅನುಭವಿ ವ್ಯಕ್ತಿ.
2. ಗ್ರಾಹಕರು ಸರಕು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿ.
3. ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧಿ ಎಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಹೋಲುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಕಂಪನಿ.
4. SWOT ಎಂದರೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು, ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು, ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ಬೆದರಿಕೆಗಳು. ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ SWOT ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯನ್ನು ನಡೆಸಲು, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ದೌರ್ಬಲ್ಯಗಳು, ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಗೆ ಇರುವ ಅವಕಾಶಗಳು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಕಂಪನಿಯು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಆತಂಕಗಳನ್ನು ನೀವು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.
5. ಕನಿಷ್ಠ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯವಾದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಉತ್ಪನ್ನದ ಕುರಿತು ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಕಡಿಮೆ ಸಂಭವನೀಯ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿದೆ.
6. ಕಂಪನಿಯ ಲಾಭವು ವೆಚ್ಚಗಳಿಗೆ ಸಮಾನವಾದಾಗ ಕಂಪನಿಯು ಲಾಭ-ನಷ್ಟವಿಲ್ಲದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ.
7. ಕಾನೂನಾತ್ಮಕ ರಚನೆಯು ಏಕಮಾತ್ರ ಮಾಲೀಕತ್ವ, ಪಾಲುದಾರಿಕೆ ಅಥವಾ ಸೀಮಿತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಪಾಲುದಾರಿಕೆಯಾಗಿರಬಹುದು.
8. ಎರಡು ವಿಧದ ತೆರಿಗೆಗಳಿವೆ – ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಕಂಪನಿಯಿಂದ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ನೇರ ತೆರಿಗೆಗಳು ಅಥವಾ ಸರಕು ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲೆ ವಿಧಿಸಲಾಗುವ ಪರೋಕ್ಷ ತೆರಿಗೆಗಳು.
9. ಎರಡು ವಿಧದ ವಿಮೆಗಳಿವೆ – ಜೀವವಿಮೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮೆ. ಜೀವವಿಮೆಯು ಮಾನವ ಜೀವಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದಾರೆ, ಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಮೆಯು ಪ್ರಾಣಿಗಳು, ಸರಕುಗಳು, ಕಾರುಗಳು ಮುಂತಾದ ಸ್ವತ್ತುಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ.

ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು

ಅನುಬಂಧಗಳು

ಅನುಬಂಧ I – ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳು

ಅನುಬಂಧ I: ಸಂಕ್ಷೇಪಣಗಳು

ARPU	ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಆದಾಯ
BHR	ವ್ಯಾಪಾರ ಆರೋಗ್ಯ ವರದಿ
CEF	ಗ್ರಾಹಕರ ನೋಂದಣಿ ನಮೂನೆ
ERC	ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ರೀಚಾರ್ಜ್
FAB	ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಪ್ರಯೋಜನಗಳು
FOS	ಬೀದಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಲುಗಳು
FR	ಮೊದಲ ರೀಚಾರ್ಜ್
FSE	ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ
KYC	ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ
MTD	ತಿಂಗಳಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೆ
PEF	ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ದಾಖಲಾತಿ ನಮೂನೆ
PRC	ಪೇಪರ್ ರೀಚಾರ್ಜ್ ಕೂಪನ್‌ಗಳು
ROI	ಹೂಡಿಕೆಯ ಮೇಲಿನ ಪ್ರತಿಫಲ
SLA	ಸೇವಾ ಮಟ್ಟದ ಒಪ್ಪಂದ
SMS	ಕಿರು ಸಂದೇಶ ಸೇವೆ
TAT	ಸಮಯಕ್ಕೆ ತಿರುಗಿ
TM	ತಂಡದ ಮ್ಯಾನೇಜರ್
TSM	ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ಅಥವಾ ತಂಡ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ

Skill India
कौशल भारत - कुशल भारत

सत्यमेव जयते
GOVERNMENT OF INDIA
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT
& ENTREPRENEURSHIP

N·S·D·C
National
Skill Development
Corporation
Transforming the skill landscape

Telecom
Sector
Skill
Council

ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ

ಬಿಟ್ಟ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ತುಂಬಿ

1. ಕ್ಷೇತ್ರ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕರನ್ನು ______________ ಅಥವಾ ______________ ಎಂದೂ ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
2. ಗ್ರಾಹಕರ ವಿನಂತಿ ಅಥವಾ ದೂರನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಸಮಯವನ್ನು ______________ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.
3. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಬಳಕೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸದೆಯೇ ಒಂದು ಮೊಬೈಲ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಆಪರೇಟರ್‌ನಿಂದ ಇನ್ನೊಂದಕ್ಕೆ ಬದಲಾಯಿಸಲು ______________ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.
4. ______________ ಎಂಬುದು ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು/ವಿತರಕರ ತಿಂಗಳಿಂದ ಇಲ್ಲಿಯವರೆಗಿನ ಮಾರಾಟ ಸಾಧನೆ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ.
5. ______________ ಎಂಬುದು ಪ್ರತಿ ಬಳಕೆದಾರ ಅಥವಾ ಘಟಕಕ್ಕೆ ಉತ್ಪತ್ತಿಯಾಗುವ ಆದಾಯದ ಅಳತೆಯಾಗಿದೆ.
6. ಪ್ರಸ್ತುತ ತಿಂಗಳ ಆರಂಭದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ದಿನಾಂಕದ ಅಂತ್ಯದೊಂದಿಗೆ ಕೊನೆಗೊಳ್ಳುವ ಮಾರಾಟದ ಅವಧಿಯನ್ನು ______________ ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.
7. FSE ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವ ವರದಿಗಳು ______________ ಮತ್ತು ______________.
8. ಚಿಲ್ಲರೆ ಮಾರಾಟದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವ ಎರಡು ನಿಯತಾಂಕಗಳು ______________ ಮತ್ತು ______________.
9. FSE ಗಾಗಿ ಪೂರ್ವ-ಮಾರಾಟದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ______________ ಮತ್ತು ______________ ಎಂದು ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು.
10. ಕ್ಷೇತ್ರ ತಂಡವು ಸಂಸ್ಥೆಯ ______________ ಆಗಿದೆ.
11. ವೈಯಕ್ತಿಕ ವರ್ಚಸ್ಸು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು, ತಪ್ಪಿಸಬೇಕಾದ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ______________ ಮತ್ತು ______________ ಒಳಗೊಂಡಿವೆ.
12. FSE ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಕೆಲವು ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ______________ ಮತ್ತು ______________.
13. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇರುವ ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಮಾರ್ಗಗಳು ಛ ______________ ಮತ್ತು ______________.
14. ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ______________________ ಮತ್ತು ______________________. ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವಿಭಜಿಸಬಹುದು.
15. ಕರೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸೇವೆಗಳು ____ ____ ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿವೆ.
16. MNP ಎಂಬುದು ________________________________ ರ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೂಪವಾಗಿದೆ.
17. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಆಲಿಸುವಿಕೆಗೆ ಅಡೆತಡೆಗಳು ____ ________________________ ಇತ್ಯಾದಿ.

18. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವಾಗ, ನಾವು ______________________ ಮತ್ತು ______________________ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಬಳಸುತ್ತೇವೆ.

19. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಓದುವಿಕೆಗಾಗಿ ಮೂರು ತಂತ್ರಗಳೆಂದರೆ ______________________ ಮತ್ತು ______________________.

20. ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಸಂದರ್ಶನಗಳು ಎಂದರೆ ______________________ ಮತ್ತು ______________________.

ಬಹು ಆಯ್ಕೆಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

1. FSE ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳು
   a. ಪೂರ್ವ ಮಾರಾಟ ಸಿದ್ಧತೆಗಳು
   b. ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಹಳೆಯ ಸಂಪರ್ಕಗಳ ಮಾರಾಟ
   c. ರೀಟೇಲರ್‌ಗಳ ಡಾಟಾಬೇಸ್ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಮಾಡುವುದು
   d. ಗ್ರಾಹಕ ಖಾತೆಗಳನ್ನು ನಿಭಾಯಿಸುವುದು
2. ಓರ್ವ FSE ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿ:
   a. ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಬಹುದಾದದ್ದು
   b. ಕಳಪೆ ಮತ್ತು ಅಶುದ್ಧ
   c. ನಿರರ್ಗಳವಾದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆ
   d. ಸಕ್ರಿಯ ಕೇಳುಗ
3. FSE ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವ 3 ವಿಧಾನಗಳು:
   a. Tದೂರವಾಣಿ ಮತ್ತು SMS
   b. ಮುಖಾಮುಖಿ
   c. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಪೋಸ್ಟ್ ಕಾರ್ಡ್
   d. ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್
4. FSE ಮಾಡಬಹುದಾದ ಮೋಸದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು:
   a. ದಾಖಲೆಗಳ ದೋಷ
   b. ಚೆಕ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ಯಾಂಪರಿಂಗ್ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ
   c. ರಶೀದಿಗಳಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ಬದ್ಧತೆಗಳು
   d. ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಪಡೆದ ನಗದು ಹಣವನ್ನು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಎಂದಿಗೂ ಬಳಸಬೇಡಿ

5. ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿನ ಯೋಜನೆಯು ಒಳಗೊಂಡಿರಬಹುದಾದದ್ದು:
    a. ನಿಮ್ಮ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುವುದು
    b. ಯೋಜಿತವಲ್ಲದ ಕರೆ
    c. ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಶೋಧನೆ
    d. ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುತ್ತಿಲ್ಲ
6. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ನೋಟಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಶೃಂಗಾರ:
    a. ಕೊಳಕು ಮತ್ತು ಇಸ್ತ್ರಿ ಮಾಡದ ಸಮವಸ್ತ್ರ
    b. ಚೆನ್ನಾಗಿ ಕತ್ತರಿಸಿದ ಉಗುರುಗಳು
    c. ಚಪ್ಪಲಿಗಳನ್ನು ಧರಿಸುವುದು
    d. ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಂದೆ ಕೂದಲನ್ನು ಬಾಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು
7. ಸಾಂಸ್ಥಿಕ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ವೈಯಕ್ತಿಕ ನೈರ್ಮಲ್ಯ ಸಂಬಂಧಿತ ಶೃಂಗಾರ:
    a. ಕೈಗಳನ್ನು ಸದಾ ಸ್ವಚ್ಛವಾಗಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು
    b. ಉಗುರುಗಳನ್ನು ಕಚ್ಚಿ ನೆಲದ ಮೇಲೆ ಎಸೆಯುವುದು
    c. ದೇಹದ ವಾಸನೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುವುದಿಲ್ಲ
    d. ನೇರ ಮತ್ತು ನೇರವಾದ ದೈಹಿಕ ಭಂಗಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
8. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಮಾರ್ಗಗಳು:
    a. ಅವರ ಸ್ಥಳದಲಲಿ ತನ್ನನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು
    b. ನಿಮ್ಮ ಕಥೆಯನ್ನು ಅವರಿಗೆ ಹೇಳಿ
    c. ಅವರ ಖರೀದಿ ನಡವಳಿಕೆಯ ಮೇಲೆ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಲು ಡೇಟಾವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ
    d. ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯವನ್ನು ಕೇಳಿ
9. ದೈನಂದಿನ ವರದಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ ನೆನಪಿನಲ್ಲಿ ಇಡಬೇಕಾದ ಮೂರು ವಿಷಯಗಳು:
    a. ಔಪಚಾರಿಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಬಳಸಿ
    b. ಆಕಸ್ಮಿಕವಾಗಿ ಡೇಟಾವನ್ನು ವ್ಯವಸ್ಥೆಗೊಳಿಸಿ
    c. ವಸ್ತುನಿಷ್ಠ ಮತ್ತು ವಾಸ್ತವಿಕವಾಗಿರಿ
    d. ವರದಿಯನ್ನು ತಾರ್ಕಿಕವಾಗಿ ಆಯೋಜಿಸಿ

10. ಕೆಲವು ಮೊಬೈಲ್ ಸೇವೆಗಳು:
    a. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕ
    b. ಪಾವತಿಸದ ಸಂಪರ್ಕ
    c. ರೋಮಿಂಗ್ ಪ್ಯಾಕ್
    d. ರೀಚಾರ್ಜ್ ಮಾಡಿ
11. ಕೆಲವು ಡೇಟಾ ಸೇವೆಗಳೆಂದರೆ:
    a. 7G ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್ ಇಂಟರ್ನೆಟ್
    b. ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಹೋಮ್ ಇಂಟರ್ನೆಟ್
    c. 3G ಡಾಂಗಲ್‌ಗಳು
    d. 4G ಮೊಬೈಲ್ ಇಂಟರ್ನೆಟ್
12. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಗಮನವನ್ನು ಈ ಮೂಲಕ ಸೆಳೆಯಬಹುದು:
    a. ಹೊಸ ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳು
    b. ಉಚಿತ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ
    c. ಹಳೆಯ ಮತ್ತು ಜನಪ್ರಿಯವಲ್ಲದ ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಿದೆ
    d. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುವುದು
13. ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳ ಮೂಲಕ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಬಹುದು:
    a. ಪೋಸ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು
    b. ರೋಡ್ ಶೋಗಳನ್ನು ಆಯೋಜಿಸುವುದು
    c. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಚಾಟ್‌ಗಳು
    d. ಡ್ಯಾಂಗ್ಲರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು
14. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಕೆಲವು ಸವಾಲುಗಳು:
    a. ಸೇವಾ ಸಮಸ್ಯೆ
    b. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಕೊಡುಗೆಗಳ ಅಲಭ್ಯತೆ
    c. ಕಂಪನಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
    d. ಹೊಸ ಸಿಮ್ ಕಾರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ

15. ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಹಂತಗಳು:

    a. ಸಮಸ್ಯೆ ಇದೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿ

    b. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸುವುದಿಲ್ಲ

    c. ಸಾಧಕ–ಬಾಧಕಗಳನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ

    d. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸಿ

16. ಮೂಲ ಅಂಕಗಣಿತಕ್ಕೆ ಬಳಸುವ ಮುಖ್ಯ ವಿಧಾನಗಳು:

    a. ಸಂಕಲನ

    b. ಶೇಕಡಾವಾರು

    c. ಗುಣಾಕಾರ

    d. ಸರಾಸರಿ

17. ____________________ ಸಮಯವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ ಇದರಿಂದ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ನಿಗದಿಪಡಿಸಲಾಗಿದೆಯೇ?

    a. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ

    b. ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ

    c. ತೀರ್ಮಾನ ಕೈಗೊಳ್ಳುವುದು

    d. ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಸಂಘಟನೆ

18. ಈ ಕೆಳಗಿನವುಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದು ಸಮಯ ವ್ಯರ್ಥಮಾಡುವಂಥದ್ದು?

    a. ಅಸ್ತವ್ಯಸ್ತವಾಗಿರುವುದು

    b. ವೈಯಕ್ತಿಕ ದೂರವಾಣಿ ಕರೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದು

    c. ಅನುಸರಣೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತಿದೆ

    d. ಸೂಚನೆಗಳನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

19. ತುರ್ತು ಅಲ್ಲದ ಆದರೆ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:

    a. ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸುವುದು

    b. ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ತುರ್ತು ಮತ್ತು ದೂರುಗಳು

    c. ಕೆಲಸದಲ್ಲಿ ತಪ್ಪು ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ

    d. ಅತಿಯಾದ ಸಿಗರೇಟ್ ಒಡೆಯುತ್ತದೆ

20. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಆದರೆ ತುರ್ತು ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳು/ಸಹೋದ್ಯೋಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಭೆಗಳು
    b. ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವರಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು
    c. ಅರ್ಥವಿಲ್ಲದ ದಿನಚರಿ ಅಥವಾ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು
    d. ಹರಟೆ, ಗಾಳಿಸುದ್ದಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಸಂವಹನಗಳು
21. ಪ್ರಮುಖವಲ್ಲದ ಮತ್ತು ತುರ್ತು–ಅಲ್ಲದ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಆಟಗಳು, ನೆಟ್ ಸರ್ಫಿಂಗ್
    b. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆಗಳು
    c. ಸ್ಪಷ್ಟ ತುರ್ತುಸ್ಥಿತಿಗಳು
    d. ದಾಸ್ತಾನು ಸಂಘಟಿಸುವುದು
22. ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?
    a. ಸಮಸ್ಯೆ ಇದೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸುವುದು
    b. ಪರ್ಯಾಯ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು
    c. ಅದರ ಸಾಧಕ–ಬಾಧಕಗಳನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ
    d. ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿದ ಪರಿಹಾರವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವುದು
23. ______________________ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಆ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಕ್ರಮದ ಕೋರ್ಸ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.
    a. ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ
    b. ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತತೆ
    c. ತೀರ್ಮಾನ ಮಾಡುವಿಕೆ
    d. ಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ಸಂಘಟನೆ
24. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಮಯ ನಿರ್ವಹಣೆ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:
    a. ಗುರಿ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಯೋಜನೆ
    b. ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿರುವ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕೆಲಸವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ
    c. ಆದ್ಯತೆಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳ ನಿಯೋಗ
    d. ಸರಿಯಾದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ಸಮಯವನ್ನು ಕಳೆಯುವುದು

25. ತುರ್ತು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಮೇಲಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಬೇಡಿಕೆ
    b. ದಾಸ್ತಾನು ಸಂಘಟಿಸುವುದು
    c. ಆರಾಮದಾಯಕ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳು
    d. ಇತರರಿಂದ ನಗಣ್ಯ ವಿನಂತಿಗಳು
26. ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ದೇಹ ಭಾಷೆಯ ಸಲಹೆಗಳು ಸೇರಿವೆ:
    a. ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕದೊಂದಿಗೆ ಬೇಸರವನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಿ
    b. ಮೌಖಿಕ ಅಡೆತಡೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ
    c. ಸ್ಟೋರ್ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸ್ಥಳವನ್ನು ರಾಜಿ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು
    d. ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸದ ಭಂಗಿಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
27. ________________________ ನಿಮ್ಮ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ನಿಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸಂವಹನ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವಾಗಿದೆ:
    a. ಕೇಳುವುದು
    b. ಮಾತನಾಡುವುದು
    c. ಓದುವುದು
    d. ಬರವಣಿಗೆ
28. ಸಂಕೇತಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಕೇತಗಳ ಗೂಢಲಿಪೀಕರಣದ ಮೂಲಕ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಒಂದು ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ:
    a. ಕೇಳುವುದು
    b. ಮಾತನಾಡುವುದು
    c. ಓದುವುದು
    d. ಬರವಣಿಗೆ
29. ಯಾವ ರೀತಿಯ ದಾಖಲಾತಿ ನಮೂನೆಗಳನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಬಹುದು?
    a. ತಪ್ಪು ವಿಳಾಸ ಹೊಂದಿರುವವರು
    b. ತಪ್ಪು ಸಹಿ ಹೊಂದಿರುವವರು
    c. ಸರಿಯಾದ ಹೆಸರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವವರು
    d. ವೈಟ್ನರ್ ಬಳಸಿರುವುದು

30. ಸಂದರ್ಶನಕ್ಕಾಗಿ, ಈ ಕೆಳಗಿನ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆ ಮಾಡಬೇಕು:
   a. ಕಂಪನಿ
   b. ಮನೆ ವಿಳಾಸ
   c. ಸ್ವಯಂ (ಕೌಶಲ್ಯಗಳು, ಮೌಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಆಸಕ್ತಿಗಳು)
   d. ಪುನರಾರಂಭ (ಅನುಭವ)

ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

1. ಭಾರತದಲ್ಲಿನ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉದ್ಯಮದ ಪ್ರಸ್ತುತ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ನಿಮಗೆ ಏನು ಗೊತ್ತು?

____

____

____

____

2. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ವಲಯದಲ್ಲಿನ 5 ಪ್ರಮುಖ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ?

____

____

____

____

3. ನೇಮಕಾತಿ ಮಾಡುವವರು ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ 2 ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ

____

____

____

____

4. ಭಾರತೀಯ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿನ 5 ಪ್ರಮುಖ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳನ್ನು ಹೆಸರಿಸಿ

____

____

____

____

5. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಮೂರು ಇತ್ತೀಚಿನ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

____

____

____

____

6. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನದ 7 ಸಿ ಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

7. SMS ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು ಮತ್ತು ಮಾಡಬಾರದ್ದು

____

____

____

____

8. FSE ಗಾಗಿ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಇರುವ 7 ಮಾರ್ಗಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

9. ಸಕ್ರಿಯ ಕೇಳುವಿಕೆಯ 4 ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

10. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಂಸ್ಥೆ ಮತ್ತು ಆಧುನಿಕ ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇನು?

____

____

____

____

11. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಇರುವ ಮೂರು ಮುಖ್ಯ ಮಾರ್ಗಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

12. FSE ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ 5 ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

13. FSE ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವ ಕೆಲವು ವರದಿಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

14. ನಾವು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು?

____

____

____

____

15. ರೀಟೇಲರ್ ಮಾರಾಟ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವ ಎರಡು ಮಾನದಂಡಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

16. ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

17. FSE ರೀಟೇಲರ್‌ಗೆ ನೀಡಬಹುದಾದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

18. ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕ್ರಮಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

19. ರಿಟರ್ನ್‌ಆನ್ ಇನ್ವೆಸ್ಟ್ ಮೆಂಟ್ ಕುರಿತು ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿಯನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

____

____

____

____

20. ಸಮಾಲೋಚನೆಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮತ್ತು ಮಾಡಬಾರದ ಕೆಲವು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

21. ಚಿಲ್ಲರೆ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಇರುವ 5 ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

22. ಲಭ್ಯವಿರುವ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಡೇಟಾ ಯೋಜನೆಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

23. ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯ ಅನುಕೂಲಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

24. ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅಥವಾ ದೂರು ಹೊಂದಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಯಾವುದು?

____

____

____

____

25. ವೃತ್ತಿಪರ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಸಮಯಪಾಲನೆಯು ಏಕೆ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ 5 ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ

____

____

____

____

26. ಕರೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ FSEಗೆ ಮಾಡಬೇಕಾದ್ದು ಮತ್ತು ಮಾಡಬಾರದ್ದು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

27. ಭೇಟಿ/ಸಂಪರ್ಕಗಳಲ್ಲಿ FSEಗಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಮುನ್ನೆಚ್ಚರಿಕೆಗಳು ಯಾವುವು?

28. ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರ ಕುರಿತು ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

29. ವಿತರಕರ ಕುರಿತು ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

30. ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

31. ದೂರಸಂಪರ್ಕ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ VAS (ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ಸೇವೆ) ಕುರಿತು ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

32. ಜೀವಮಾನದ ಮಾನ್ಯತೆಯ ಮೇಲೆ ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

33. CLIP & CLIRನಲ್ಲಿ ಕಿರು ಟಿಪ್ಪಣಿ ಬರೆಯಿರಿ

____

____

____

____

34. ಕಾಲ್ ಕಾನ್ಫರೆನ್ಸಿಂಗ್ ಮಾಡಲು ಯಾವ ಹಂತಗಳಿವೆ?

____

____

____

____

35. DND ದೂರಿನ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಏನು?

____

____

____

____

36. ಪೋರ್ಟಿಂಗ್ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸುವ ಆಧಾರಗಳೇನು?

____

____

____

____

37. ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವುದು ಏಣಿಯ ಮೇಲೆ ಚಲಿಸುವಂತೆ ಕಾಣಬಹುದು. ಈ ಏಣಿಯ ನಾಲ್ಕು ಮುಖ್ಯ ಮೆಟ್ಟಿಲುಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

38. ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಡೊಮೇನ್‌ನ ಮಾಸ್ಟರ್ ಆಗಲು 4 ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

39. ಉತ್ತಮ ಮಾರಾಟ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಾಹಕ ಆಗಲು ಅನುಸರಿಸಬೇಕಾದ ತತ್ವಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

40. ಮಾರಾಟ ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಇರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

41. FSE ರೀಟೇಲರ್‌ಗೆ ನೀಡಬಹುದಾದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

42. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಮೊಬೈಲ್‌ನ 5 ವೈಶಿಷ್ಟಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ.

____

____

____

____

43. ಸಂಖ್ಯೆ ಪೋರ್ಟೆಬಿಲಿಟಿಯ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಏನು

____

____

____

____

44. ಪೂರ್ವ–ಮಾರಾಟ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಭಾಗವಾಗಿ FSE ಮಾಡಬೇಕಾದ ಸಿದ್ಧತೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

____

____

____

____

45. FSEಗೆ ಗ್ರಾಹಕರ ತಿಳಿವಳಿಕೆ ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ?

____

____

____

____

46. ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮತ್ತು ಗುರಿ ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇನು?

____

____

____

____

47. ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವೆಯ 5 ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ

____

____

____

____

48. ಸಕ್ರಿಯ ಕೇಳುವಿಕೆಯ 4 ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು?

____

____

____

____

49. ಮೌಖಿಕವಲ್ಲದ ಸಂವಹನದ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

____

____

____

____

50. ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪರಿಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಪರ್ಯಾಯ ಪದಗಳು ಅಥವಾ ಪದಗುಚ್ಛಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಿ.

____

____

____

____

51. ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳ ಪ್ರಯೋಜನಗಳೇನು?

____

____

____

____

52. ರೀಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಯಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳ ಯಾವ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ?

____

____

____

____

53. ನಗರದೊಳಗೆ ಸ್ಥಳ ಅಥವಾ ಸ್ಥಳದ ವಿಧ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಲು ಯಾವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು?

____

____

____

____

54. ಅನುಸರಣೆಯ ನಂತರ ಮಾರಾಟ ಕರೆ ಮುಕ್ತಾಯ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

____

____

____

____

55. ಮೌಲ್ಯಾನುಪಾತ ಎಂದರೇನು? ಅದನ್ನು ರಚಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹಂತಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿ

____

____

____

____

56. ನಿಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಜೀವನದ ಯಾವುದೇ ಒಂದು ನಿರ್ಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಧಾರ ತಳೆಯುವ ಮಾದರಿ ತಯಾರಿಸಿ.

____

____

____

____

57. ನಿಮ್ಮದೇ ಆದ ತುರ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಮ್ಯಾಟ್ರಿಕ್ಸ್ ತಯಾರಿಸಿ.

____

____

____

____

58. ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಬಾಂಧವ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು “ಮಾಡಬೇಕಾದ” ಮತ್ತು “ಮಾಡಬಾರದ” ಗಳನ್ನು ಬರೆಯಿರಿ.

____

____

____

____

59. ನೀವು ಉತ್ತಮ ಕೇಳುಗರೇ ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡಲು 1 ಕಡಿಮೆ ಮತ್ತು 5 ಅತ್ಯಧಿಕ ಎಂದು 1–5 ರ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನಿಮ್ಮನ್ನು ರೇಟ್ ಮಾಡಿ.

a. ಸಂಭಾಷಣೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾದಾಗ, ನಾನು ಆರಾಮದಾಯಕವಾಗುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ಗಡಿಯಾರದ ಬಗ್ಗೆ ಮರೆತುಬಿಡುತ್ತೇನೆಯೇ?

b. ನಾನು ಕಣ್ಣಿನ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ದೇಹ ಭಾಷೆಯನ್ನು ಗಮನಿಸುತ್ತೇನೆಯೇ?

c. ನಾವಿಬ್ಬರು ಮಾತನಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ ನಾನು 50%ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆ ಬಾರಿ ಮಾತನಾಡುತ್ತೇನೆಯೇ?

d. ಇತರರು ಹೇಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಹೇಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದನ್ನು ನಾನು ವಿರೋಧಿಸುತ್ತೇನೆಯೇ? ನಾನು ಅವರ ವಾಕ್ಯಗಳನ್ನು ಮುಗಿಸಬೇಕೇ ಅಥವಾ ಅವರು ಹುಡುಕಲು ಹೆಣಗುತ್ತಿರುವ ಶಬ್ದಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕೇ?

ವಿಷಯ ಅಧ್ಯಯನ

I. ಸನ್ನಿವೇಶ

ಈ ಕೆಳಗಿನ ಯೋಜನೆಯೊಂದಿಗೆ ನೀವು ಹೊಸ ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ:

i. ಸಿಮ್‌ಗೆ ರೂ. 10/–

ii. ಯಾವುದೇ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಕರಣಾ ಶುಲ್ಕಗಳಿಲ್ಲ

iii. ಎಲ್ಲಾ STD ಮತ್ತು ಸ್ಥಳೀಯ ಕರೆಗಳು @ 1 ಪೈಸಾ/ಸೆಕೆಂಡ್.

iv. ಕರೆ ಶುಲ್ಕಗಳು ಪ್ರತಿ ಸೆಕೆಂಡಿಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ.

v. ರೂ. 99/ತಿಂಗಳು 2GB ಅಂತರ್ಜಾಲ.

vi. ತಿಂಗಳಿಗೆ ಕೇವಲ ರೂ.16ಕ್ಕೆ ಅನಿಯಮಿತ ವಾಟ್ಸಾಪ್!!

vii. ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದಾಗ, 30 ದಿನಗಳ ಚಂದಾದಾರಿಕೆಗಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಮುಖ್ಯ ಬ್ಯಾಲೆನ್ಸ್ ನಿಂದ ರೂ.16 ಕಡಿತಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

viii. ಸ್ವಯಂ ನವೀಕರಣ ಚಾರ್ಜಿಂಗ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಿ. ನವೀಕರಣದಿಂದ ಅನ್‌ಸಬ್‌ಸ್ಕ್ರೈಬ್‌ವರೆಗೆ ಮಾಡಲು 41125ಗೆ SMS <DEACTIVATE WA> ಮಾಡಿ.

ಮೇಲಿನ ಸನ್ನಿವೇಶದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ:

1. ನೀವು ಯಾವ ಟೆಲಿಕಾಂ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದೀರಿ, ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅನನ್ಯವಾಗಿಸುವುದು ಯಾವುದು?

____

____

2. ನೀವು ಅದನ್ನು ಯಾರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ?

____

____

3. ಜನರು ನಿಮ್ಮಿಂದ ಮಾತ್ರ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯನ್ನು ಏಕೆ ಖರೀದಿಸಬೇಕು?

____

____

4. ಭೌಗೋಳಿಕತೆ, ವಯಸ್ಸು, ಲಿಂಗ ಮತ್ತು ಜನಸಂಖ್ಯಾಶಾಸ್ತ್ರದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಗುರಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.

____

____

II. ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನದ ಕುರಿತು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುವ ಅಭಿಪ್ರಾಯದಿಂದ ಗೊಂದಲಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗುತ್ತೀರಿ. ಯಾವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ನೀವು ಗ್ರಾಹಕರ ಸರಿಯಾದ ಅನಿಸಿಕೆ ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ?

III. ಇದು ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದರಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಶ್ರಮಜೀವಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕ ಉದ್ಯೋಗಿಯಾಗಿರುವ ರಾಮ್ ಬಗ್ಗೆ. ಒಮ್ಮೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಅವರನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಲು ಬಂದರೆ, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಭೇಟಿಯಾಗುವ ಮತ್ತು ಯೋಜನೆಗಳನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಅವರು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ. ಯೋಜನೆಯನ್ನು ನೋಡಿದ ನಂತರ ಅವರು ಅದನ್ನು ಅಂತಿಮಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ.

ರಾಮ್‌ನಿಂದ ತುಂಬಾ ಸಂತೋಷವಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರೊಬ್ಬರು ಅವರಿಗೆ ಪೆನ್ನನ್ನು ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ರಾಮ್ ಅದನ್ನು ಧನ್ಯವಾದ ಸಂಕೇತವೆಂದು ಭಾವಿಸಿ, ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹೊರಟುಹೋದರು ಮತ್ತು ಒಂದು ದಿನದವರೆಗೆ ಎಲ್ಲವೂ ಸರಿಯಾಗಿ ನಡೆಯುತ್ತದೆ, ರಾಮ್ ಅವರ ಗೆಳೆಯರೊಬ್ಬರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿ ಬಂದ ಪೆನ್ ಸಾಮಾನ್ಯ ಪೆನ್ನಲ್ಲ ಆದರೆ ಮೂರು ಲಕ್ಷ ಮೌಲ್ಯದ ವಜ್ರದ ದರ್ಜೆಯ ಸ್ವರೋವ್ಸ್ಕಿ ಪೆನ್ ಎಂದು ಗಮನಿಸಿದರು. ವಜ್ರಗಳನ್ನು ಅದರ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಶ್ರೇಣೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಚಾರ ರಾಮ್‌ಗೆ ಗೊತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಪ್ರಕಾರ ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ಉಡುಗೊರೆಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಯ ಅರಿವಿಲ್ಲದೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು ಸಂಸ್ಥೆಯ ನೀತಿ ಸಂಹಿತೆಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿತ್ತು. ರಾಮ್‌ಗೆ ಸಂಸ್ಥೆಯನ್ನು ತೊರೆಯುವಂತೆ ಸೂಚಿಸಲಾಯಿತು.

ಮೇಲಿನ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಕೆಳಕಂಡ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿ.

1. ಈ ಪ್ರಕರಣದಿಂದ ರವಾನೆಯಾದ ಸಂದೇಶವೇನು?

____

____

2. ರಾಮ್ ಅವರ ತಪ್ಪು ಏನು?

____

____

3. ನೀವು ರಾಮ್ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಇದ್ದಿದರೆ, ನಿಮ್ಮ ನಿಲುವು ಏನಾಗಿರುತ್ತಿತ್ತು?

____

____

IV. ಸಂಪೂರ್ಣ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಸಿದ್ಧಾಂತ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ತನಿಖೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಸಂಪೂರ್ಣ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯ ಪಾತ್ರ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಉಲ್ಲೇಖಗಳು, ಟಿಪ್ಪಣಿಗಳು ಮತ್ತು ಹಕ್ಕು ನಿರಾಕರಣೆಗಳು

1. ಹಕ್ಕು ನಿರಾಕರಣೆ: ಈ ಪುಸ್ತಕ/ಪ್ರಕಟಣೆಯಲ್ಲಿರುವ ವಸ್ತುವು ಹಕ್ಕುಸ್ವಾಮ್ಯ ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಪುಸ್ತಕದ ಲೇಖಕರು ಬರವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಅಧಿಕೃತಗೊಳಿಸದ ಹೊರತು ಈ ಪುಸ್ತಕದ/ಪ್ರಕಟಣೆಯ ಯಾವುದೇ ಭಾಗಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ವಿಧಾನದಲ್ಲಿ ಕಾಗದ ಅಥವಾ ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಪುನರುತ್ಪಾದಿಸಲು, ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಅಥವಾ ವಿತರಿಸಲು ಆಗುವುದಿಲ್ಲ.
2. ಕೆಳಗಿನ ಕೆಲವು ವೆಬ್‌ತಾಣಗಳಿಂದ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಡೊಮೇನ್ ಆಗಿರುವ ಮಾಹಿತಿ/ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಈ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿ ಬಳಸಬಹುದಾಗಿರುತ್ತದೆ. ನೀವು ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿ/ವಿಷಯವನ್ನು ಮಾರ್ಪಡಿಸಲು, ಬದಲಾಯಿಸಲು ಅಥವಾ ನವೀಕರಿಸಲು ದಯವಿಟ್ಟು ಲೇಖಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರಿ.
    a. www.msme.nic.in
    b. www.nsdcindia.org
    c. SSC ವೆಬ್‌ತಾಣಗಳು, QP ಗಳು, ಮಾದರಿ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ ಮುಂತಾದವು.
    d. www.trai.gov.in
    e. www.mudra.org.in
    f. ಸರ್ಕಾರಿ ಇಲಾಖೆ/ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದ ವೆಬ್‌ತಾಣಗಳು
3. ಮುದ್ರಣಕ್ಕೆ ಹೋಗುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಈ ಪುಸ್ತಕದಲ್ಲಿನ ಮಾಹಿತಿಯು ಸರಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮೂಲವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಲೇಖಕ ಮತ್ತು ಪ್ರಕಾಶಕರು ಎಲ್ಲ ಪ್ರಯತ್ನಗಳನ್ನು ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಆದರೂ, ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ, ಆಕಸ್ಮಿಕ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಕಾರಣದಿಂದ ಉಂಟಾಗಬಹುದಾದ ದೋಷಗಳು ಅಥವಾ ಲೋಪಗಳಿಂದ ಸಂಭವಿಸುವ ಯಾವುದೇ ನಷ್ಟ, ಹಾನಿ ಅಥವಾ ಅಡ್ಡಿಗಳಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಪಕ್ಷಕ್ಕೂ ಲೇಖಕರು ಮತ್ತು ಪ್ರಕಾಶಕರು ಯಾವುದೇ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಈ ಮೂಲಕ ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತಾರೆ.
4. ಉದ್ದೇಶರಹಿತವಾಗಿ ಸಂಭವಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ವಸ್ತುಗಳೊಂದಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಹೋಲಿಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ದಯವಿಟ್ಟು ವಿಮರ್ಶೆಗಾಗಿ ಲೇಖಕರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ.

SANKALP
Ministry of Skill Development
& Entrepreneurship

ಕರ್ನಾಟಕ ಕೌಶಲ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ನಿಗಮ

ಡೈರಿ ಸರ್ಕಲ್, ಬನ್ನೇರುಘಟ್ಟ ಮುಖ್ಯ ರಸ್ತೆ,
ಹೊಂಬೇಗೌಡ ನಗರ, ಬೆಂಗಳೂರು-560029
ಅಧಿಕೃತ ಜಾಲತಾಣ : www.kaushalkar.com