

शुद्ध



ग्राहक सेवा (Customer Service)

परिचय

बाजार में इतनी अधिक प्रतियोगिता को देखकर, ग्राहक के साथ इस समय में राजा की तरह व्यवहार किया जाना चाहिए। एक रिटेल या दुकानदार (shopkeeper) को ग्राहकों के महत्व और मूल्य को जानना चाहिए। रिटेलिंग को पूर्ण और सफल तभी कहा जाता है जब कोई ग्राहक रिटेल स्टोर पर आता है तथा रिटेल स्टोर से सामान खरीदता है और रिटेलर द्वारा प्रदान किए गए उत्पाद और सेवाओं से संतुष्ट होता है। रिटेलर को भी इससे फायदे और उच्च मार्जिन के रूप में लाभ होगा।

ग्राहक कुछ सेवाओं को प्रदान करने के लिए लगभग सभी रिटेलर्स से अपेक्षा (expect) करते हैं जैसे :

- अच्छी उपस्थिति और व्यवहार (Good appearance and behaviour)
- ग्राहकों की उम्मीदों की पहचान (Identify customer expectations)
- ग्राहकों की जरूरतों को पहचानने में सक्षम हो (Be able to recognise customer needs)

ग्राहक सेवा एक पाइप के रूप में कार्य करती है जिसके माध्यम से ग्राहक अपनी आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। रिटेल एक महत्वपूर्ण क्षेत्र के रूप में उभरा है और रोजगार के अवसरों का प्रदाता भी है।

वर्तमान इकाई 'ग्राहक सेवा' को चार सत्रों में विभाजित किया गया है – पहले सत्र में ग्राहक और उपभोक्ता के बीच मतभेदों के बारे में बताया गया (deals) है, और जिसमें ग्राहक की जरूरतों और व्यवहार की पहचान की गई है। दूसरा सत्र प्रभावी ग्राहक सेवा की पहचान बताता है। तीसरे सत्र में उपस्थिति और व्यवहार के संगठन मानकों का वर्णन किया गया है तथा चौथे सत्र में ग्राहक की अपेक्षा की पहचान और पुष्टि (confirm) करने के बारे में चर्चा की गई है।

सत्र 1 : ग्राहकों की आवश्यकताएं और सेवा

ग्राहक और उपभोक्ता के बीच अंतर (Distinction between customer and consumer)

हम अपने दिन-प्रतिदिन के जीवन में दो शब्दावली (terminologies) ग्राहक और उपभोक्ता के बीच अंतर को समझ सकते हैं। उदाहरण के लिए, एक घर में रहने वाली महिला (housewife) स्टोर से कुछ घरेलू सामान खरीदती है। वह रिटेल आउटलेट के लिए एक ग्राहक है। जब वह घर पहुंचती है, तो परिवार के अन्य सदस्य भी उन सामानों का उपयोग करते हैं, हालांकि उन्होंने इसे खरीदा नहीं। गृहिणी सहित परिवार के सभी सदस्य जिन्होंने अपने व्यक्तिगत उपयोग के लिए उत्पादों का उपयोग किया है वे उपभोक्ता हैं।

मार्केटिंग ग्राहकों को उपभोक्ताओं में बदलने में मदद करती है। संतुष्ट (Satisfied) उपभोक्ता न केवल ग्राहक बनेंगे, बल्कि बाजार और उनके उत्पादों तथा सेवाओं को भी बढ़ावा देंगे।

ग्राहकों की जरूरतों और व्यवहार की पहचान करना (Identifying customers' needs and behaviour)

किसी भी ग्राहक का खरीद स्तर उनकी जरूरतों पर निर्भर करता है। ग्राहकों की जरूरतें उद्देश्य (उदाहरण के लिए भौतिक जरूरतें जैसे, भोजन, आश्रय, वस्त्र आदि) या व्यक्तिपरक (subjective) (उदाहरण के लिए भावनात्मक, नैतिक, बौद्धिक और आध्यात्मिक जरूरतें जैसे अच्छे व्यवहार, आत्म-सम्मान, निष्पक्षता, आदि) हो सकती हैं। ग्राहकों की जरूरतें स्थान और आयु वर्ग के साथ बदलती रहती हैं।

सभी आधुनिक विपणन अवधारणाओं के लिए ग्राहकों की जरूरतें हैं। निर्माता को प्रतिस्पर्धी लाभ प्राप्त करने हेतु उपभोक्ताओं की जरूरतों को समझने और आकलन करने या पहचानने में उचित ध्यान, महत्व और देखभाल देना है। बाजार से जुड़े लोगों (marketer) को ग्राहकों की जरूरतों को पहचानने, जोर देने और संतुष्ट करने हेतु अपने सभी प्रयासों और कार्यनीतियों का उपयोग करना चाहिए।

उत्पादों के प्रकार के आधार पर

ग्राहकों की जरूरतों को दो प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है :

मूर्त (tangible) और अमूर्त उत्पादों (non-tangible) के लिए मांग।

(क) **मूर्त उत्पाद** : ये उत्पाद वे हैं जिन्हें छुआ और महसूस किया जा सकता है (चित्र 5.1 देखें)।

(ख) **अमूर्त उत्पाद** : ये उत्पाद वे हैं जिन्हें छुआ या महसूस नहीं किया जा सकता है।

ग्राहक की मूल जरूरतें (Basic needs of customer)

ग्राहक की मूल जरूरतें निम्नलिखित हैं :

(क) **उत्साह से स्वागत करना (Warm welcome)** : बिक्री से जुड़े व्यक्ति (sales person) को ग्राहक का उत्साह से स्वागत करना है



चित्र 5.1 मूर्त उत्पाद (Tangible Product)



और उसका विनम्रता से अभिवादन करना है। जब ग्राहक रिटेलर या बिक्री सहयोगी के पास पहुंचता है तो उसको नजर अंदाज (neglected) नहीं करना चाहिए

(ख) **समझना (Understanding)** : बाज़ार से जुड़े लोगों को ग्राहक की संतुष्टि हेतु किसी भी आलोचना या निर्णय के बिना विचारों, अभिव्यक्तियों और परिस्थितियों, भावनाओं को समझने और सराहना करने की जरूरत है।

(ग) **निष्पक्षता (Fairness)** : प्रत्येक ग्राहक उचित व्यवहार पाना चाहता है। रिटेल स्टोर में ध्यान न दिए जाने पर ग्राहकों को लगता है कि वे बहुत नाराज (annoyed) और असंतुष्ट (dissatisfied) हो जाते हैं।

(घ) **नियंत्रण (Control)** : नियंत्रण का अर्थ है ग्राहक की धारणा को सकारात्मक परिणाम के साथ जल्द से जल्द पूरा करना।

(ङ) **रास्ता और विकल्प (Options and alternatives)** : ग्राहक के लिए कई रास्ते और विकल्प उपलब्ध होने चाहिए। ग्राहकों को उपलब्ध उत्पादों की विविधता के बारे में शिक्षित किया जाना चाहिए। वे तब स्टोर में उपलब्ध वांछित उत्पादों और सेवाओं को खरीदना पसंद करेंगे।

ग्राहक की जरूरतों की पहचान करने हेतु, रिटेलर्स को ये तीन काम करने चाहिए :

- ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से बातचीत करें और उनकी जरूरतों को पूरा करें।
- ग्राहक प्रतिक्रिया को रिकॉर्ड करने के विभिन्न तरीकों की तलाश करें।
- विपणन, खरीद, मर्चेन्डाइजिंग और बिक्री के बारे में प्रभावी निर्णय लेने हेतु प्रतिक्रिया और अन्य जानकारी का प्रभावी उपयोग।

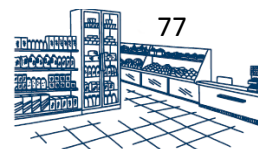
रिटेल संगठन में कई कर्मचारी हैं, जो मुख्य रूप से ग्राहकों की संतुष्टि हेतु कार्य करते हैं, जिन्हें ग्राहक सेवा प्रतिनिधि कहा जाता है। एक रिटेल संगठन में खरीद प्रक्रिया के प्रत्येक चरण जो वे ग्राहक सेवा के दौरान उन्हें खरीदने से पहले, दौरान और बाद में प्रदान करते हैं।

रिटेल में ग्राहक सेवाओं की भूमिका (Role of customer services in retail)

आज के परिदृश्य में, प्रत्येक रिटेलर, रिटेलर और ग्राहक के बीच एक खास तरह का बंधन बनाने के माध्यम से कभी कभार आने वाले ग्राहक को एक वफादार ग्राहक में बदलने की कोशिश कर रहा है। ग्राहक सेवा बाज़ार विशेष उत्पादों के साथ ग्राहकों की अनुभूति और भावनाओं को समझने में सक्षम है तथा ग्राहक की खरीद की आदतों को समझने में भी सक्षम है।

एक सफल और प्रभावी ग्राहक सेवा के परिणामस्वरूप स्टोर के लिए ग्राहक के मूल्य में वृद्धि होती है। एक अच्छी ग्राहक सेवा इन बातों पर ध्यान केंद्रित होनी चाहिए :

- ग्राहक के साथ गतिशील संबंध बनाना।



- ग्राहक सेवा को ग्राहक वफादारी (loyalty) बनाने हेतु एक महत्वपूर्ण तत्व बनाना।
- प्रतिस्पर्द्धात्मक लाभ का निर्माण।

प्रभावी ग्राहक सेवा के माध्यम से एक रिटेलर ग्राहक के साथ मजबूत संबंध बनाए रख सकता है तथा एक आकस्मिक ग्राहक को एक वफादार ग्राहक में बदल सकता है। वफादार ग्राहक राजस्व के निरंतर उत्पादन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। यह मूल कारण है कि कई रिटेलर्स ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को बढ़ाने के लिए कड़ी मेहनत (work hard) करते हैं।

ग्राहक सेवाओं के तत्व (Elements of customer services)

ग्राहक सेवाओं के मूल तत्व जो इसे अच्छा बनाते हैं वे इस प्रकार हैं :



चित्र. 5.2 ग्राहकों के साथ संचार

(क) संचार कौशल (Communications skills) : विक्रेता पहले अभिवादन करता है। बातचीत के दौरान, जहां तक ग्राहक सेवा का संबंध है, ग्राहक रिटेल स्टोर के प्रति एक राय और दृष्टिकोण बनाता है (चित्र। 5.2)।

(ख) ग्राहकों के साथ प्रभावी 'आमने-सामने' की बातचीत (Effective 'face-to-face' interactions with customers) : कई रिटेल स्टोरों में, निश्चित रूप से, कर्मचारी ग्राहकों के साथ दैनिक आधार पर 'आमने-सामने' व्यवहार करते हैं (चित्र 5.3)। टेलीफोन संचार के विपरीत (Unlike), जिसमें ग्राहक रिटेलर का मूल्यांकन करने हेतु केवल एक इंद्रिय अंग (sense organ) (आवाज) का उपयोग करते हैं और ग्राहकों के प्रति उनका स्पष्ट रवैया, ये व्यक्तिगत मुलाकात (encounters) ग्राहकों को सभी पांच इंद्रियों में से कम से कम दो या अधिक का उपयोग करने की पेशकश करते हैं, जिस राय पर उनका निर्माण होता है।



चित्र. 5.3 ग्राहक के साथ प्रभावी 'आमने-सामने' की बातचीत

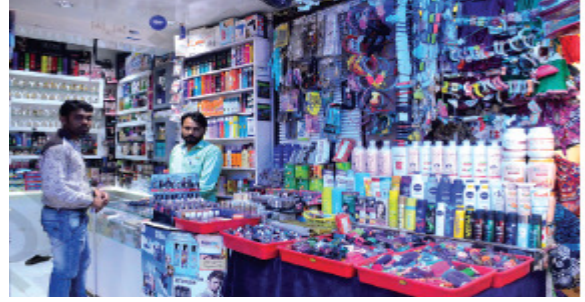
(ग) ग्राहकों को सुनने की कला (The art of listening to customers) :

प्रभावी संचार केवल एक-तरफा प्रस्ताव नहीं है। ग्राहक की ओर निर्देशित संचार महत्वपूर्ण है, लेकिन ग्राहक से संचार शायद और भी महत्वपूर्ण है (चित्र 5.4)। विक्रेता को पता होना चाहिए कि ग्राहक वास्तव में क्या चाहता है। ग्राहक जितना कहता है उसे सुनना उतना ही आसान होता है (या यह नहीं कहता)। जाहिर है, इसे पूरा करने के लिए अच्छा सुनने का कौशल विकसित करना चाहिए।



चित्र. 5.4 ग्राहक के विचारों को सुनना

(घ) **ग्राहक की शिकायतों को सुचारु रूप से निपटाना (Handling customer's grievances smoothly)** : अनिवार्य रूप से, रिटेल स्टोर में बिक्री करने वाला व्यक्ति ऐसे ग्राहक से मुठभेड़ करने के लिए बाध्य होता है, जो नाराज, परेशान और अनुचित, असामान्य रूप से मांग कर रहा हो या उपरोक्त सभी (चित्र 5.5)। किसी भी प्रभावी ग्राहक सेवा कार्यक्रम में इस प्रकार के ग्राहक से निपटने के तरीके शामिल होंगे।



चित्र. 5.5 ग्राहक की शिकायतों को संभालना

(ङ) **एक नया, अलग परिप्रेक्ष्य अपनाना (Adopting a new, different perspective)** : ग्राहक सेवा एक 'टीम' का प्रयास है। अच्छी ग्राहक सेवा के लिए समर्पित कंपनी में, मेरा काम नहीं है 'का एक दृष्टिकोण मौजूद नहीं है (चित्र 5.6)।



चित्र. 5.6 दुकान के लेआउट की अवधि में नए परिप्रेक्ष्य

(च) **प्रभावशीलता की निगरानी और माप (Monitoring and measuring effectiveness)** : असर के लिए निगरानी और माप का संचालन करने हेतु कई अनौपचारिक तरीके हैं। ग्राहकों से स्वयं पूछना कि उन्हें लगता है कि रिटेल स्टोर कितना अच्छा कार्य कर रहा है। यह मूल टूल्स जैसे ग्राहक संतुष्टि सर्वेक्षण कार्ड, ग्राहकों के साथ निकास साक्षात्कार आदि का उपयोग करते हुए पूरा किया जा सकता है।

ग्राहक सेवा के लाभ (Advantages of customer service)

ग्राहक सेवा प्रदान करने के लाभ इस प्रकार हैं :

- ग्राहकों की बेहतर सेवा करने में मदद करता है।
- ग्राहक राजस्व बढ़ाएं।
- नए ग्राहकों को प्राप्त करने में मदद करता है।
- उत्पादों को अधिक प्रभावी ढंग से बचने में सहायक।
- बिक्री कर्मचारियों को सौदों को बंद करने में मदद करता है।
- ग्राहकों को दी जाने वाले मूल्य प्रस्ताव को विकसित करने या बढ़ाने में मदद करता है।
- ग्राहक निष्ठा को बढ़ाता है।
- लाभ बढ़ाने के लिए ग्राहकों को बनाए रखता है।
- ग्राहक के खण्ड के आधार पर ध्यान केन्द्रित ग्राहक डिलीवरी और समर्थन में मदद करता है।

ग्राहकों के लिए प्रचार और वफादारी कार्यक्रमों की प्रभावशीलता बढ़ाने के लिए कार्यनीतिक समाधान डिजाइन करना रिटेल वातावरण में सबसे महत्वपूर्ण पक्ष है।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

एक रिटेल स्टोर में ग्राहक की जरूरतों और ग्राहकों की अपेक्षाओं को समझने के लिए फील्ड विजिट।

आवश्यक सामग्रियां

पेन / पेंसिल, नोटबुक, जांचसूची (चेकलिस्ट)

प्रक्रिया

1. अपने घर के पास एक रिटेल स्टोर पर जाएं।
2. रिटेल स्टोर में अधिकारियों से मिलें और उनका अभिवादन करें।
3. जब कोई ग्राहक स्टोर में प्रवेश करता है, तो बिक्री व्यक्तियों को उनके शारीरिक हाव भाव के संकेतों पर ध्यान दें और लिखें।
4. कुछ ग्राहकों से मिलें और उनकी अपेक्षा लिखें।
5. ऐसे संकेतों और अपेक्षाओं के कारणों को सूचीबद्ध करने का प्रयास करें।
6. एक रिपोर्ट तैयार करें और विषय अध्यापक को भेजें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. उपभोक्ता न केवल ग्राहक बनते हैं बल्कि रिटेल स्टोर को भी बढ़ावा देते हैं।
2. स्वस्थ जीवन जीने के लिए जीवों (ग्राहक) के लिए आवश्यक है।
3. ग्राहकों को विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के बारे में होना चाहिए
4. प्रचार और वफादारी कार्यक्रमों की प्रभावशीलता को बढ़ाने या बढ़ाने के लिए समाधान डिजाइन करना।

ख. बहु वैकल्पिक प्रश्न

1. उत्पादों के आधार पर ग्राहकों को कितने प्रकारों में विभाजित करने की आवश्यकता है?
(क) दो
(ख) तीन
(ग) चार
(घ) उपरोक्त में से कोई नहीं



2. मूर्त उत्पाद हैं।
 - (क) साबुन
 - (ख) इलेक्ट्रॉनिक गैजेट
 - (ग) साइकिल
 - (घ) सभी (क), (ख) और (ग)
3. ग्राहक सेवा ग्राहकों के लिए सेवा का प्रावधान है।
 - (क) खरीद से पहले
 - (ख) खरीद के दौरान
 - (ग) खरीद के बाद
 - (घ) सभी (क), (ख) और (ग)
4. जो अच्छी ग्राहक सेवाओं का एक तत्व नहीं है?
 - (क) संचार कौशल
 - (ख) ग्राहकों को सुनने की कला
 - (ग) प्रभावशीलता की निगरानी और माप करना
 - (घ) ग्राहक के साथ बहस
5. निम्नलिखित में से कौन ग्राहक सेवा प्रदान करने का लाभ नहीं है?
 - (क) ग्राहक को बेहतर सेवा दें
 - (ख) ग्राहक के राजस्व में कमी
 - (ग) नए ग्राहकों को प्राप्त करना
 - (घ) उत्पादों को अधिक प्रभावी रूप से बेचें

ग. सही हैं या गलत

1. ग्राहक वह है जो अपनी व्यक्तिगत आवश्यकता या जरूरतों के लिए किसी भी उत्पाद या सेवाओं का उपभोग या उपयोग करता है।
2. सभी आधुनिक विपणन संकल्पनाओं में ग्राहक की आवश्यकताएं अहम हैं।
3. ग्राहक की जरूरतों को तीन प्रकारों में विभाजित किया जा सकता है।
4. व्यापारी को ग्राहक का विनयपूर्वक से स्वागत करना चाहिए और उसका अभिवादन करना चाहिए।
5. कंपनियों ने अपने ग्राहकों की संतुष्टि को बढ़ाने के लिए कड़ी मेहनत नहीं की है।

घ. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. ग्राहक कौन है?
2. ग्राहक सेवा किस प्रकार नए ग्राहकों को प्राप्त करने में सहायक है।
3. ग्राहकों की प्रतिक्रिया का क्या महत्व है?
4. एक तरफ से किया गया संचार प्रभावी नहीं होता है। उसके बारे में बताएं?
5. ग्राहकों के साथ तालमेल बनाने के तरीके क्या हैं?

ङ. अपने प्रदर्शन की जाँच करें

1. ग्राहक सेवाओं के तत्वों का प्रदर्शन करें और इसका महत्व खोजें।
2. ग्राहक और रिटेल स्टोर के साथ बातचीत करके प्रतिक्रिया प्राप्त करने पर रोल प्ले करें।

सत्र 2 : प्रभावी ग्राहक सेवा

प्रभावी ग्राहक सेवा (Effective customer service)



चित्र. 5.8 प्रभावी ग्राहक सेवा

हमेशा याद रखें कि एक संतुष्ट ग्राहक सालों साल तक रिटेल कार्य में अधिक योगदान देता है, खरीद और सिफारिश के माध्यम से तथा दूसरों को भी संदर्भित करता है (चित्र 5.8)। अब हम एक प्रभावी ग्राहक सेवा के विभिन्न पहलुओं को समझने का प्रयास करते हैं।

ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार करना (Deal effectively with customers)

अपने ग्राहक के साथ प्रभावी ढंग से व्यवहार के लिए, आपको निम्न करना होगा :

- आदर्श रूप स्टोर में प्रवेश करने के एक मिनट के अंदर से उनके आने पर ध्यान दें / आगे बढ़कर बात करें।
- ग्राहक का स्वागत करते समय मित्रवत और उत्साही रहें।
- ग्राहकों से उनकी जरूरतों का निर्धारण करने के लिए उचित प्रश्न पूछें।
- सुविधाओं और लाभों का वर्णन करते हुए, ग्राहकों को व्यापार की पेशकश करें।
- जहां भी संभव हो, ग्राहक की चयनित वस्तु के अलावा मर्चेंडाइज़ से संबंधित वस्तुएं बेचें।
- रिटेल स्टोर की नीति के अनुसार ग्राहकों की शिकायतों से निपटें।
- ग्राहकों के लिए विशेष ऑफर रखें।



- भुगतान के सभी तरीकों का उपयोग करें।
- शिकायतों को विन्नमता और सहानुभूतिपूर्वक डील करें।

ग्राहक से तालमेल बनाने के प्रभावी तरीके (Effective ways to build customer rapport)

एक रिटेलर को पता होना चाहिए कि ग्राहकों के साथ तालमेल बनाने की अच्छी सेवा प्रदान करने या बिक्री में कमी लाने हेतु उसके साथ अच्छे संबंध बनाना महत्वपूर्ण है। यहाँ ग्राहक से तालमेल बनाने के लिए कुछ सुझाव दिए गए हैं।

- (क) **अनुकूलनीय बनें (Be adaptable)** : एक रिटेलर को तालमेल के निर्माण के लिए स्टोर दृष्टिकोण को परिभाषित करना चाहिए।
- (ख) **गति और नेतृत्व (Pace and lead)** : यह तालमेल बनाने का एक और तरीका है। जब कोई ग्राहक कुछ मामलों में गुस्सा या अति उत्साहित हो जाता है, तो बिक्री करने वाले व्यक्ति को ग्राहक के मामले में चिंता दिखानी चाहिए और उसे प्राथमिकता के साथ हल करना चाहिए तथा अच्छी ग्राहक सेवाओं की ओर ले जाना चाहिए।
- (ग) **उन्हें इसे पूरा करने की सुविधा प्रदान करें (Allow them to get it all out)** : जब एक गुस्से में ग्राहक रिटेल स्टोर में आता है, तो उन्हें अपनी समस्या बताने दें। अपनी समस्या बताने के बाद, ग्राहक आराम महसूस कर सकता है और फिर आप उनकी समस्याओं को हल कर सकते हैं।
- (घ) **फिर से दोहराएं (Repeat again)** : एक बार जब ग्राहक मुद्दे पर बोलता है, तो ग्राहक कहें “ठीक है, एक बार फिर से बताएं” के लिए फिर से वाक्य या महत्वपूर्ण विवरण दोहराएं। यह ग्राहक को आश्वस्त करता है कि संबंधित व्यक्ति उसकी बातों पर ध्यान दे रहा है।
- (ङ) **पहले ग्राहक का नाम जानें (Get customer name first)** : ग्राहक के साथ परिवर्तन शुरू करने से पहले, शिकायत संख्या के बजाए पहले ग्राहक का नाम पूछें। बिक्री से जुड़े व्यक्ति को ग्राहक के मुद्दे पर चर्चा करते समय ग्राहक के नाम का उपयोग करना चाहिए।
- (च) **रिटेलर को ग्राहक बनाने की समस्या (Make the customer's problem the retailer's problem)** : रिटेलर को ग्राहक की समस्या को दूर करना चाहिए। एक ग्राहक और रिटेलर के बीच एक अच्छा संबंध बनने से ग्राहक की फिर से वापसी का रास्ता बन जाता है।
- छ) **इसे ग्राहक के दृष्टिकोण से देखें (See it from customer's point of view)** : ग्राहक सेवा सहयोगी को स्वयं को ग्राहक की जगह पर रखना चाहिए। यदि सहानुभूति दिखाने के लिए संघर्ष करना है, तो ग्राहक को अपना करीबी दोस्त या परिवार का सदस्य समझें।
- (ज) **उनकी प्राथमिकताएं साझा करें (Share their priorities)** : ग्राहक के पास प्राथमिकताओं की एक सूची है। रिटेलर ग्राहक को अपनी प्राथमिकता बनाता है और उनकी देखभाल कर प्राथमिकता पर उनकी चिंताओं को दूर करता है।

- (झ) **माफी का मूल्य याद रखें (Remember value of an apology)** : प्रत्येक रिटेलर को माफी का मूल्य पता होना चाहिए। यहां तक कि वे हर समय शिकायतों से निपटते हैं फिर भी उन्हें ग्राहक से माफी मांगते समय बहुत सावधान रहना चाहिए।
- (ञ) **रिटेलर के पास 'सामान्य रूप से चीजें नहीं हैं' (Retailer doesn't have to have 'things in common')** : कुछ रिटेलर्स के पास अपने ग्राहकों के साथ कुछ भी सामान्य नहीं है और इसलिए वे तालमेल बनाने में असमर्थ होंगे।
- (ट) **जल्दी नहीं करें (Don't rush)** : कभी-कभी रिटेलर नियमित आधार पर मुद्दों की पहचान कर सकता है और फिर समस्या को जल्द ठीक करने के लिए हड़बड़ी कर सकता है।
- (ठ) **मुस्कुराना (Smile)** : बिक्री व्यक्ति को हमेशा ग्राहक के साथ मुस्कुराते हुए बातचीत करनी चाहिए। ग्राहक ऐसी चीजों पर नोटिस (ध्यान देते हैं) करते हैं।
- (ड) **ग्राहक लाभ में व्यक्तिगत रुचि (Personal interest in customer benefits)** : रिटेलर ग्राहक लाभ में व्यक्तिगत रुचि दिखाकर ग्राहक के साथ तालमेल बना सकता है।
- (ढ) **अच्छा सुनने का कौशल प्रदर्शित करें (Display good listening skills)** : प्रत्येक रिटेलर को ग्राहक को विश्वास दिलाते हुए अपने सुनने के कौशल को दिखाना चाहिए कि आप ग्राहक क्या कहते हैं उसे दोहराकर सुन रहे हैं।
- (ण) **अपने कार्य पर ध्यान केंद्रित करें (Remain focussed)** : ग्राहक पर पूरी तरह से ध्यान केंद्रित रखें और उससे ध्यान न हटाएं।
- (त) **सभी ग्राहक चैट नहीं करना चाहते हैं (Not all customers want to chat)** : याद रखें कि गुस्सा में कोई ग्राहक तालमेल नहीं बनाना चाहेंगे। इसे ठीक करने के लिए वे आपको केवल यह बताना चाहेंगे कि समस्या क्या है।
- (थ) **अनुमान लगाने से बचें (Avoid assumptions)** : ग्राहक जो कह रहा है, उसके बारे में अनुमान न लगाएं – सक्रिय रूप से सुनें।
- (द) **एक बेहतर बिंदु पर समाप्त करें (End on a high)** : हमेशा ग्राहक से पूछें कि क्या कुछ और है जो आप उनके लिए कर सकते हैं, इससे पहले कि वे स्टोर से चले जाएं। यह दर्शाता है कि आपकी प्राथमिकता से अच्छी सेवा दी रही है, न कि केवल ऊपरी तौर पर बात हो रही है।
- (ध) **शिकायतों के बीच भी मुस्कुराएँ** : बिक्री से जुड़े व्यक्ति को हमेशा मुस्कुराने की आवश्यकता होती है, तब भी जब ग्राहक शिकायत कर रहा हो। वे यह नहीं सुनना चाहते कि उस व्यक्ति का दिन खराब हो रहा है—वे केवल यह जानना चाहते हैं कि क्या रिटेलर इस मुद्दे को हल करने में सक्षम होगा और फिर बदले में ग्राहक को मुस्कुराने तक ले आएगा।
- (न) **अनुचित चुटकुले से सावधान रहें (Beware of inappropriate jokes)** : हर किसी को हास्य के साथ सावधान रहना चाहिए। कभी-कभी एक हंसी मजाक की टिप्पणी करने में जोखिम हो जाता है।



गतिविधि 1

ग्राहक तालमेल बनाने के लिए प्रभावी तरीकों का अवलोकन।

आवश्यक सामग्रियां

पेन / पेंसिल, नोटबुक, और चेकलिस्ट

प्रक्रिया

1. अध्यापक प्रत्येक में चार छात्रों के साथ एक समूह बनाएं और उन्हें नजदीकी एक रिटेल स्टोर पर जाने के लिए कहें।
2. स्टोर मैनेजर से मिलें और उनका अभिवादन करें।
3. उन्हें विजिट का उद्देश्य बताएं और स्टोर पर जाने की अनुमति लें।
4. छात्रों को यह देखना चाहिए कि रिटेलर्स ग्राहकों पर कैसे ध्यान केंद्रित कर रहा है।
5. ग्राहक तालमेल बनाने के लिए रिटेलर द्वारा पालन किए गए तरीकों की जांच करें।
6. अपने अवलोकन पर नोट्स तैयार करें।
7. कक्षा में अवलोकन पर चर्चा करें और विषय अध्यापक को रिपोर्ट प्रस्तुत करें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. हमेशा याद रखें कि एक ग्राहक आपके व्यापार में वर्षों तक योगदान देगा।
2. फोन पर ग्राहकों के साथ का निर्माण एक अच्छी सेवा प्रदान करने या बिक्री बढ़ाने के लिए इतना महत्वपूर्ण है।

ख. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. सभी ग्राहकों को एक ही शैली (style) का उपयोग करके संपर्क किया जाना चाहिए।
2. जब ग्राहक गुस्से में है, तो उन्हें बिना किसी रुकावट के बाहर जाने दें।

ग. संक्षिप्त उत्तर वाले प्रश्न

1. एक रिटेलर को एक अच्छा श्रोता क्यों होना चाहिए?
2. प्रत्येक रिटेलर को माफी का मूल्य पता होना चाहिए। विस्तार से बताएं।
3. एक ग्राहक के साथ तालमेल बनाना क्यों महत्वपूर्ण है?

घ. अपने प्रदर्शन की जाँच करें

1. ग्राहकों के तालमेल बनाने के प्रभावी तरीकों का प्रदर्शन।

सत्र 3 : संगठन के मानक

रिटेल में कर्मचारियों की उपस्थिति के मानक (Standards of staff appearance in retail)

किसी संगठन में उपस्थिति के मानक को बनाए रखने के लिए सभी अधिकारियों और कर्मचारियों की व्यक्तिगत जिम्मेदारी है। प्रबंधक और पर्यवेक्षक (supervisors) सभी कर्मियों के बारे में यह सुनिश्चित करने हेतु जिम्मेदार हैं कि वे अपने फॉर्म में निर्धारित उपस्थिति के मानकों को प्राप्त करें और जहाँ भी आवश्यक हो, वे अनुशंसा (recommendation) और मार्गदर्शन दें।

संगठन को अपने कार्मिकों की ड्रेसिंग और उपस्थिति के मानकों, जैसे संगठन के ब्रांड के साथ कर्मचारी की उपस्थिति को संरेखित करना, जॉब रोल का व्यवसायीकरण, संगठनात्मक, पहचान और उनके स्वास्थ्य तथा सुरक्षा चिंताओं के प्रति सचेत रहने से कई लाभ मिल सकते हैं।

- (क) **समग्र रूप (Overall appearance)** : रिटेल कर्मचारी अपनी उपस्थिति के मानक को बनाए रखते हैं। वर्क सैटों के प्रकार पोशाक (dress) के औपचारिक मानक को निर्धारित करता है।
- (ख) **ड्रेस कोड** : कर्मचारियों की ड्रेस कोड, उम्र, लिंग, धर्म और संस्कृति जैसे सभी पहलुओं में अद्वितीय होना चाहिए।
- (ग) **बाल (Hair)** : बाल अच्छी तरह से बंधे होने चाहिए और वह उचित रंग के होने चाहिए। स्टोर के कर्मचारियों को बालों में अन्य रंग करने से बचना चाहिए।
- (डी) **कंपनी के लोगो के साथ पहचान पत्र (Identity cards with company logo)** : आईडी कार्ड में मुख्य रूप से नाम, फोटो, नौकरी का शीर्षक और कर्मचारी का पदनाम शामिल होना चाहिए।
- (ड) **शारीरिक हाव भाव (Body language)** : शारीरिक हाव भाव को समझना व्यक्तिगत रूप में बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। तो, कर्मचारियों की शारीरिक हाव भाव में प्रभावशाली होनी चाहिए।
- (च) **प्रसाधन सामग्री (Cosmetics)** : मेकअप साधारण किया होना चाहिए, निकला हुआ या अत्यधिक नहीं किया होना चाहिए।
- (छ) **टैटू (Tattoos)** : चौथाई, आधे और पूरी बांह के टैटू को हर समय कवर किया जाना चाहिए।

पुरुष स्टाफ द्वारा की जाने वाली सावधानियां (Precautions to be taken by male staff)

रिटेल स्टोर के कुल कर्मचारियों को स्टोर में उपस्थिति और व्यवहार के मामले से सावधान रहना चाहिए।

पुरुष कर्मचारियों के लिए सावधानियां नीचे दी गई हैं :

- निर्धारित वर्दी साफ और स्वच्छ तथा इस्त्री की होनी चाहिए।
- छोटे बाल, साफ और सुव्यवस्थित होने चाहिए।
- क्लीन शेव लुक देने की उम्मीद की जाती है।
- नाखूनों को नियमित अंतराल पर बड़े करीने से काटा या छांटा जाना चाहिए।



- आधिकारिक समय के दौरान कानों की बाली और हाथों के कड़े पहनने से बचें।

महिला स्टाफ द्वारा बरती जाने वाली सावधानियां (Precautions to be taken by female staff)

महिला कर्मचारियों के लिए सावधानियां नीचे दी गई हैं :

- लंबे बालों वाली महिलाओं को आधिकारिक समय के दौरान हर समय अपने बालों को बांधना चाहिए।
- बालों पर लगाए गए कोई भी फूल वांछनीय नहीं हैं।
- गहरे रंग के नेल पेंट नहीं लगाएं और लंबे नाखूनों से बचें।
- कोई भारी आभूषण नहीं पहनना चाहिए।
- लटकने वाले झुमके, शोर करने वाली पायल न पहनें।
- फ्लोर पर रहने के दौरान चूड़ियाँ न पहनें।
- हल्का मेकअप करें

संगठन में व्यवहार (Behaviour in the organisation)

एक संतुष्ट ग्राहक अपनी खरीद और अन्य ग्राहकों को सिफारिशों और रेफरल द्वारा, वर्षों तक रिटेल राजस्व में योगदान देता है। अब, आइए हम ग्राहकों, सहकर्मियों और वरिष्ठों के साथ प्रभावी व्यवहार और डील करने के विभिन्न पहलुओं को समझने का प्रयास करें।

ग्राहकों के साथ व्यवहार (Dealing with customers)

जैसा कि हम जानते हैं कि एक ग्राहक बाजार का राजा होता है, इसलिए रिटेल स्टोर के प्रत्येक कर्मचारी को ग्राहकों के साथ सहज व्यवहार करना चाहिए।

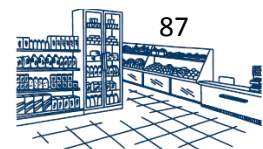
कुछ दिशानिर्देश नीचे दिए गए हैं :

- प्रत्येक बिक्री से जुड़े व्यक्ति को ग्राहक का स्वागत करना, मिलना या उनसे अच्छी तरह बात करना चाहिए।
- सभी के साथ आदर और सम्मान के साथ व्यवहार करें।
- कर्मचारियों को रुझान, बाजार में हो रहे बदलाव, स्वाद और ग्राहकों की आदतों के बारे में पता होना चाहिए।
- कर्मचारियों को अपने ग्राहकों को सावधानी से और ध्यान से सुनना चाहिए, सम्मान प्रदर्शित करना चाहिए।
- बिक्री से जुड़े व्यक्ति को छोटी और बड़ी संख्या, दोनों तरह के ग्राहकों से चर्चा करने में सहज होना चाहिए।

सहयोगियों के साथ व्यवहार (Dealing with colleagues)

सहकर्मियों के साथ व्यवहार करना एक बहुत ही महत्वपूर्ण पहलू है। यह सहयोगियों के बीच संबंध बनाता है

- बिक्री से जुड़े व्यक्ति को संगठन में अपने सहयोगियों के साथ शालीनता और विनम्रता से व्यवहार करना चाहिए।



- प्रतिस्पर्धी होने से बचना चाहिए, यह एक नकारात्मक बात है। खुले तौर पर प्रतिस्पर्धी सहयोगियों के प्रति काम करने की कोशिश करनी चाहिए।
- सहकर्मियों के साथ गलतफहमी से बचें।
- अच्छी तरह से काम करने के लिए प्रतिस्पर्धी सह-कार्यकर्ता की प्रशंसा करने का प्रयास करें।
- प्रतिस्पर्धा को सकारात्मक रूप से लें, व्यक्तिगत रूप से नहीं।

पर्यवेक्षकों के साथ व्यवहार करना (Dealing with superiors)

पर्यवेक्षकों के साथ व्यवहार करना भी एक और बहुत महत्वपूर्ण पहलू है। यह अधीनस्थ और पर्यवेक्षक के बीच संबंध बनाता है। तत्काल स्थिति में पर्यवेक्षक अधीनस्थ का बॉस होता है।

आम तौर पर, पर्यवेक्षक अधीनस्थों जैसे श्रमिकों को नियंत्रित करते हैं।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

एक रिटेल आउटलेट / मॉल पर जाएं, जहाँ पुरुष और महिला स्टाफ की उपस्थिति और व्यवहार तथा ग्राहकों के साथ व्यवहार करने के तरीके का निरीक्षण किया जा सके।

आवश्यक सामग्रियां

पेन / पेंसिल, नोटबुक, चेकलिस्ट

प्रक्रिया

1. अपने समूह के साथ निश्चित समय पर रिटेल आउटलेट / मॉल पर पहुँचें।
2. कार्यकारी व्यक्ति से मिलें, उनका अभिवादन करें तथा वहाँ आने का अपना उद्देश्य बताएं।
3. निम्नलिखित पर ध्यान दें और एक नोट बनाएं।
 - पुरुष/ महिला कार्यकारी की उपस्थिति
 - दोनों प्रकार के कर्मचारियों के लिए ड्रेस कोड
 - दोनों की बालों की शैली (Hairstyle)
 - टैटू, कॉस्मेटिक और शारीरिक हाव भाव दोनों
4. संगठन में ग्राहकों के साथ व्यवहार करने के उनके तरीके का निरीक्षण करें।
5. अपने दोस्तों के साथ अपने नोट्स को अंतिम रूप दें।
6. अधिकारियों के साथ पुष्टि करें और अंतिम रूप देकर समाप्त करें।



7. अपने अध्यापकों के लिए रिपोर्ट तैयार करें और जमा करें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. व्यक्तिगत उपस्थिति का एक महत्वपूर्ण पहलू है।
2. चौथाई, आधा और पूरे स्लीव से को हर समय कवर किया जाना चाहिए।

ख. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. हमारे बालों के सामान्य रंग की तुलना में कोई अन्य रंग नहीं होना चाहिए।
2. एक कर्मचारी का ड्रेस कोड, उम्र, लिंग, धर्म संस्कृति जैसे सभी पहलुओं में अच्छा होना चाहिए।
3. लटकने वाले झूमके, शोर मचाने वाली पायल और चूड़ियाँ नहीं पहनी जानी चाहिए।
4. स्टोर में केवल फ्रंटलाइन स्टाफ को हर दिन एक निर्धारित वर्दी पहननी चाहिए।
5. सहयोगियों के प्रति खुली प्रतिस्पर्धी में काम करने की कोशिश करें।

ग. लघु उत्तर वाले प्रश्न

1. स्टाफ उपस्थिति के लिए मानकों पर चर्चा करें।
2. रिटेल स्टोर में काम करते समय पुरुष और महिला कर्मचारियों द्वारा क्या सावधानियां बरती जानी चाहिए?
3. रिटेल स्टोर में काम करते समय ग्राहकों, वरिष्ठों और सहकर्मियों के साथ कैसा व्यवहार करना चाहिए?

घ. अपने प्रदर्शन की जाँच करें

1. एक संगठन में उपस्थिति के उच्च स्तर को बनाए रखने हेतु व्यक्तिगत जिम्मेदारी का प्रदर्शन करें।

सत्र 4 : ग्राहक की उम्मीदें

ग्राहक की उम्मीद का अर्थ (Meaning of customer expectation)

ग्राहकों की उम्मीदें उत्पादों या सेवाओं से मिलने वाला कुल कथित मूल्य है। यदि वस्तु के साथ ग्राहक का वास्तविक अनुभव उसके कथित मूल्य से अधिक है, तो ग्राहक संतुष्ट होगा। यदि ग्राहक का वास्तविक अनुभव कथित मूल्य से कम है, तो ग्राहक असंतुष्ट (dissatisfied) या निराश (dissatisfied) होगा।

ग्राहक की अपेक्षा की पहचान करना (Identifying customer expectation)

आधुनिक समय में ग्राहकों की उम्मीदें दिन प्रति दिन बढ़ती जा रही हैं। यदि रिटेलर ग्राहकों की उम्मीदों को पूरा करने में असमर्थ है, तो उनका मौजूदगी (existence) अधिक समय तक नहीं रहेगा तथा उनकी प्रतिष्ठा

झुकी हुई (tarnished) हो जाएगी। समय, प्रयास और ग्राहकों की जरूरतों के साथ ग्राहकों की उम्मीदें बदल जाती हैं। नए ग्राहकों की उम्मीदों के लिए सूचना प्रौद्योगिकी जिम्मेदार है।

ग्राहक की उम्मीदों की पहचान करने के कुछ तरीके इस प्रकार हैं :

- (क) **संकल्पना वास्तविकता को पूरा करती है (Concept meets reality)** : हर ग्राहक चाहता है कि वास्तविकता से उसकी उम्मीदें पूरी हों।
- (ख) **ग्राहकों के साथ बातचीत (Conversation with customers)** : ग्राहक के साथ बातचीत भी ग्राहक की जरूरतों और ग्राहकों की उम्मीदों की पहचान करने का एक तरीका है। ग्राहक रिटेल क्षेत्र में ग्राहक हैंडलिंग विभाग ग्राहकों को होने वाली परेशानी के प्रबंधन के लिए कार्य करता है।
- (ग) **समूह प्रतिक्रिया (Group feedback)** : एक समूह प्रतिक्रिया भागों में प्रतिक्रिया हेतु ग्राहकों के पूरे समूह के लिए समझ में आती है।
- (घ) **समुदाय से जानकारी प्राप्त करना (Gain insights from community)** : ग्राहकों की उम्मीदों को जानने हेतु, समुदाय सबसे अच्छा स्रोत है। बहुत से लोग सोशल मीडिया का इस्तेमाल करते हैं, जहां वे स्वतंत्र रूप से और खुलकर बात करते हैं। रिटेलर्स वहां से प्रतिक्रिया लेते हैं और ग्राहक की उम्मीदों को पहचानते हैं। उन्हें प्रेरित करने के बारे में बात करना उनकी अपनी प्रेरणा है, जिसका अर्थ यह भी है कि यदि वे ऐसा करते हैं, तो यह उनके लिए और संगठन के लिए संगत है।

रिटेलर से ग्राहकों की उम्मीदें (Customer expectations from retailer)

नीचे नवीनतम ग्राहक की उम्मीदें दी गई हैं जो रिटेल स्टोरों द्वारा पूरी की जाती हैं :

- (क) **वस्तुओं या सेवाओं का निजीकरण (Personalisation of goods or services)** : प्रत्येक ग्राहक रिटेलर से व्यक्तिगत जानकारी चाहता है जो ग्राहक को रिटेलर से जोड़ता है।
- (ख) **अधिक विकल्प (More options)** : प्रत्येक ग्राहक किसी उत्पाद में कई विकल्प जैसे उत्पाद की विविधता, गुणवत्ता, उपलब्धता और सस्ती कीमत चाहता है।
- (ग) **बारीकी से सुनो, जल्दी से प्रतिक्रिया करें (Listen closely, respond quickly)** : प्रत्येक ग्राहक रिटेलर की जानकारी जल्दी और सही तरीके से चाहता है। यहां तक कि प्रत्येक रिटेलर को फीडबैक सिस्टम बनाए रखना चाहिए।
- (घ) **फ्रंट-लाइनर्स के पास अधिक नियंत्रण दें** : ग्राहकों फ्रंट-लाइन सेवा के अधिकारियों से उम्मीद कर समस्या के प्रकार को समझना चाहिए।

ग्राहक की उम्मीदों की पुष्टि करें (Confirm customer expectation)

ग्राहक की उम्मीद की पहचान करने के बाद, रिटेल संगठन के प्रतिनिधि को सबसे प्रभावी तरीके से इसकी पुष्टि करनी चाहिए, जो इस प्रकार है :

- ग्राहक को कॉल करके
- अतिरिक्त सेवा प्रदान करके



ग्राहक को उचित उत्तर देना (Responding to customer appropriately)

ग्राहक की जरूरतों की पहचान करना बिक्री प्रतिनिधि / कार्यकारी का एक बहुत महत्वपूर्ण कार्य है। ग्राहक की जरूरतों की पहचान करने के बाद हर बिक्री प्रतिनिधि को तदनुसार और उचित रूप से उत्तर देना होगा।

- (क) **वास्तविक जरूरत का पता लगाएं (Find their real need)** : तुरंत उत्तर देने से पहले, बिक्री व्यक्ति को एक पल के लिए रुकना चाहिए और ग्राहक के दृष्टिकोण से सोचना चाहिए। वे उस सुविधा को क्यों चाहते हैं?
- (ख) **ग्राहक की जरूरत को पूरा करना (Fulfill the customer need)** : एक बार एक बिक्री प्रतिनिधि ग्राहकों की जरूरतों की पहचान करता है, तो उसे पूरा करना चाहिए।
- (ग) **उपयुक्त उत्पाद के साथ हमारे ग्राहक की जरूरतों को पूरा करें** : ग्राहकों की मांग के अनुसार उत्पाद को सौंपें।
- (घ) **एक ईमानदार स्पष्टीकरण दें** : यदि उत्पाद की कमी है और यह ग्राहक को प्रदान नहीं किया जा सकता है, तो ग्राहक को 'नहीं' कहें; पारदर्शी बनाएं और एक ईमानदार व्याख्या प्रदान करें।

प्रायोगिक अभ्यास

गतिविधि 1

ग्राहक की उम्मीदों और उनके प्रश्नों का उत्तर देने का तरीका पहचानने हेतु एक रिटेल आउटलेट पर जाएँ।

आवश्यक सामग्रियाँ

पेन / पेंसिल, नोटबुक, चेकलिस्ट

प्रक्रिया

1. अपने समूह के साथ समय पर रिटेल आउटलेट / मॉल तक पहुँचें।
2. अधिकारियों से मिलें, उनका अभिवादन करें और उनके साथ काम करने का अनुरोध करें।
3. काम करते हुए, निरीक्षण करें :
 - ग्राहक की उम्मीदें
 - ग्राहक प्रश्न
 - ग्राहक की जरूरत
 - वे कैसे संतुष्ट होते हैं?
4. स्टोर में काम करने की सभी अपेक्षाओं, ग्राहक के प्रश्नों और आपके अनुभव के बारे में ध्यान दें।
5. अपने समूह के सदस्यों के साथ रिपोर्ट पर चर्चा करें।

6. कार्यकारी के साथ पुष्टि करें और अपने अनुभव जोड़ें :
 - ग्राहक की उम्मीदें
 - ग्राहक प्रश्न
7. रिपोर्ट को अंतिम रूप दें और विषय अध्यापक को जमा करें।

अपनी प्रगति जांचें

क. रिक्त स्थान भरें

1. आधुनिक समय में ग्राहक अपेक्षाएं को बढ़ा रही हैं।
2. अधिकांश ग्राहक अभी भी एक व्यक्तिगत अनुभव चाहते हैं।
3. प्रत्येक ग्राहक की जरूरतें उत्पाद में की उपलब्धता पर निर्भर हैं।

ख. निम्नलिखित में से बताएं कि सही हैं या गलत

1. 'उम्मीदें' खरीद की प्रत्याशित परिस्थितियां हैं।
2. ग्राहक सेवा निर्णय निर्माताओं की अपेक्षाओं को पूरा करते हैं।
3. ग्राहक के साथ सेवा सम्बन्धी बातचीत भी ग्राहक की जरूरतों और अपेक्षाओं की एक जांच है।
4. यह बेहतर होता है कि ग्राहकों के समूह प्रतिक्रिया को हिस्सों में देखा जाए।

ग. लघु उत्तर वाले प्रश्न

1. ग्राहक की अपेक्षा की पहचान करने की आवश्यकता क्यों है?
2. रिटेल स्टोर दक्षता से ग्राहकों की अपेक्षा को कैसे पूरा कर सकता है?
3. एक ग्राहक को उचित तरीके से उत्तर कैसे दे सकते हैं?

घ. अपने प्रदर्शन की जाँच करें

1. किसी संगठन में उपस्थिति के उच्च स्तर को बनाए रखने हेतु व्यक्तिगत जिम्मेदारी का प्रदर्शन।

