

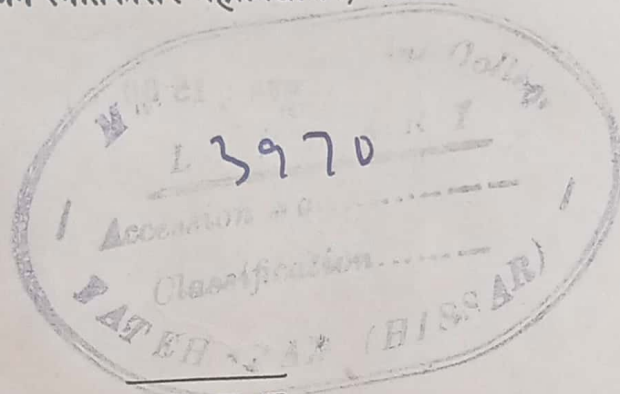
# विक्रय प्रबन्ध (Sales Management)

विक्रयकला तथा विज्ञापन

Dharam Paul Sharma  
Vill & P.O. Khodis Khara  
M.M. College Fatehabad  
लेखक Hussor Mangana.

आर. सी. अग्रवाल

प्रोफेसर एवं अध्यक्ष, स्नातकोत्तर व्यावसायिक प्रशासन विभाग  
श्री जैन स्नातकोत्तर महाविद्यालय, बीकानेर



1975

किताब घर : ग्वालियर

## विषय-सूची

### प्रथम खण्ड—विक्रय-कला (Salesmanship)

1. विक्रयकला—अर्थ, परिभाषा, लक्षण, उद्देश्य एवं तत्व तथा क्षेत्र और विकास (Meaning, Definition, Characteristics, objects, scope and Development)  
विक्रयकला का अर्थ, परिभाषा एवं लक्षण। विक्रयकला के तत्व, सिद्धान्त एवं उद्देश्य। विक्रयकला एवं मनोविज्ञान। विज्ञापन एवं विक्रयकला में अन्तर। विक्रयकला—कला या विज्ञान। विक्रयकला का क्षेत्र एवं विकास, प्रश्न। 1-15
2. विक्रयकला का महत्व तथा सफल विक्रेता के व्यक्तिगत गुण (Importance and Personal qualities of Salesman)  
विक्रयकला का आर्थिक एवं सामाजिक महत्व। सफल अथवा आदर्श विक्रेता के व्यक्तिगत गुण। प्रश्न। 16-29
3. विक्रेताओं के प्रकार (Types of Salesman)  
विक्रयशाला या विक्रेता, प्रवासी अथवा यात्री विक्रेता, देखरेख करने वाले तकनीकी विशेषज्ञ, विशिष्ट वस्तु के विक्रेता, प्रश्न। 30-33
4. विक्रय संगठन (Sales Organisation)  
विक्रय संगठन की आवश्यकता, अर्थ एवं परिभाषायें। विक्रय संगठन के उद्देश्य, विक्रय संगठन संरचना को निर्धारित करने वाले घटक तथा तत्व। विक्रय संगठन के सिद्धान्त, विक्रय संगठन के विभागीय करण के आधार, लाभ एवं दोष। बाटा शू कम्पनी की विक्रय संगठन संरचना। विक्रय विभाग का अन्य विभागों से सम्बन्ध, विक्रय संगठन के प्रकार अथवा प्रारूप, लेखा एवं लम्बवत् विक्रय संगठन, जनरल विक्रय प्रबन्धक, लाभ एवं दोष, रेखा एवं कर्मचारी विक्रय संगठन, जनरल विक्रय प्रबन्धक। क्रियात्मक विक्रय संगठन—लाभ एवं दोष। समिति विक्रय संगठन। विक्रय संगठन का महत्व अथवा लाभ। 34-63
5. विक्रय प्रबन्धक का योगदान—कार्य एवं कर्तव्य (Role of Sales Manager-Functions and Duties)  
विक्रय प्रबन्धक के गुण, योगदान, कार्य एवं कर्तव्य, प्रश्न। 64-73
6. विक्रेता का चुनाव (Selection of Salesman)  
विक्रेता के चुनाव की आवश्यकता, विक्रेता का चुनाव कौन करता है, विक्रेता के चुनाव में अपनाये जाने वाले सिद्धान्त, विक्रेताओं की भर्ती के स्रोत, विक्रेताओं की चयन प्रक्रिया अथवा प्रविधि, आदर्श आवेदन पत्र का नमूना, प्रश्न। 74-85
7. विक्रेता का प्रशिक्षण (Training of Salesman)  
विक्रय प्रशिक्षण के उद्देश्य, प्रशिक्षण पाठ्यक्रम, उत्तम प्रशिक्षण योजना में सम्मिलित की जाने वाली बातें। प्रशिक्षण की विधियाँ, प्रशिक्षण कार्यक्रम से लाभ, प्रश्न। 86-96

8. विक्रेता का पारिश्रमिक (Remuneration of Salesmen)  
विक्रेता के पारिश्रमिक देने की आवश्यकता, पारिश्रमिक योजना के उद्देश्य, एक उत्तम पारिश्रमिक योजना के आवश्यक लक्षण व तत्व पारिश्रमिक देने की विधियाँ। कमीशन देने की पद्धतियाँ। 97-104
9. विक्रय एजेंसियाँ (Sales Agencies)  
विक्रय एजेंसी से आशय, विक्रय एजेंसियों के प्रकार। प्रत्यक्ष विक्रय—आशय, लाभ एवं दोष, प्रत्यक्ष विक्रय की विधियाँ अथवा वितरण अथवा विक्रय के तरीकों को प्रभावित करने वाले कारक। 105-112
10. विक्रय संवर्द्धन अथवा विक्रय प्रवर्तन (Sales Promotion)  
विक्रय, संवर्द्धन की विचारधारा का प्रादुर्भाव, विक्रय संवर्द्धन का अर्थ एवं परिभाषा। विक्रय संवर्द्धन के उद्देश्य एवं विभाग, विक्रय संवर्द्धन की विधियाँ अथवा उपाय। उपभोक्ता अथवा ग्राहक संवर्द्धन विधियाँ, व्यापारी अथवा व्यापार संवर्द्धन विधियाँ, विक्रय संवर्द्धन का महत्व तथा लाभ, उपभोक्ता तथा व्यापार विक्रय संवर्द्धन में समन्वय। 113-127
11. विक्रय नीतियाँ (Sales Policies)  
विक्रय नीति से आशय, विक्रय नीति के तत्व, उत्तम विक्रय नीति के सिद्धान्त, प्रश्न। 128-131
12. ग्राहक से भेंट (Approach to Customer)  
ग्राहक से भेंट की आवश्यकता, ग्राहक से भेंट, साक्षात्कार करने के लिए अनुमति प्राप्त करना, ग्राहक से साक्षात्कार करना। 132-135
13. बाजार अनुसंधान तथा मूल्य निर्धारण (Market Research and Pricing)  
बाजार अनुसंधान—आशय, परिभाषायें, लक्ष्य एवं उद्देश्य। बाजार अनुसंधान की विधियाँ। आधुनिक विपणन में बाजार अनुसंधान का महत्व एवं लाभ, भारत में बाजार अनुसंधान, मूल्य निर्धारण, प्रश्न। 136-146
- विभिन्न प्रकार के ग्राहक, उनका अध्ययन एवं व्यवहार (Different types of Customers, their study and behaviour)  
विभिन्न प्रकार के ग्राहकों के अनुसार अध्ययन एवं व्यवहार करने की आवश्यकता। ग्राहकों के विभिन्न प्रकार अथवा वर्गीकरण, उनका अध्ययन एवं व्यवहार। क्रय के उद्देश्य के आधार पर एवं व्यवहार अथवा व्यक्तिगत गुणों के आधार पर ग्राहकों का वर्गीकरण। प्रश्न। 147-155
- विक्रय वार्तालाप—विक्रय प्रारम्भ से लेकर विक्रय समाप्ति तक (Sales talk—From Sales Opening to Sales Closing)  
विक्रय वार्तालाप से आशय, वार्तालाप के समय ध्यान देने योग्य बातें। अथवा विक्रय वार्तालाप के सिद्धान्त, विक्रय वार्तालाप की तकनीकी आपत्तियाँ—शंकायें अथवा बहाने तथा उनका निराकरण,

- आपत्तियों, शंकाओं अथवा बहानों के प्रकार तथा उनका निवारण करने की विधि, प्रश्न। 156-165
16. विक्रय क्षेत्र, कोटा तथा विक्रेता का प्रतिवेदन (Sales Fields, territories, Quotas and Salesman's Report)  
विक्रय क्षेत्र से आशय एवं परिभाषा, विक्रय क्षेत्रों का बँटवारा, विक्रय क्षेत्र के आकार को प्रभावित करने वाले घटक, विक्रय क्षेत्रों को स्थापित करने वाली विधियाँ, विक्रय क्षेत्रों में संशोधन, विक्रय क्षेत्रों से लाभ, विक्रय कोटा, विक्रेता का प्रतिवेदन एवं प्रकार, विक्रेता के प्रतिवेदन का उपयोग, प्रश्न। 166-179
17. सुझाव विक्रय (Suggestion Selling)  
सुझाव विक्रय का अर्थ, सुझाव विक्रय हेतु विक्रेता के गुण, सुझाव विक्रय की परिस्थितियाँ, प्रश्न। 180-183
18. प्रदर्शन—स्टोर अथवा दूकान प्रदर्शन (Display—Store or Shop Display)  
प्रदर्शन से आशय, दूकान अथवा स्टोर प्रदर्शन, बाह्य प्रदर्शन, अच्छे वातायन प्रदर्शन के आधारभूत सिद्धान्त, बाह्य प्रदर्शन के लाभ-दोष, प्रभावी आन्तरिक प्रदर्शन के सिद्धान्त अथवा तत्व, प्रश्न। 184-192
- द्वितीय खण्ड—विज्ञापन (Advertisement)
1. विज्ञापन—आशय, उद्देश्य, कार्य, संगठन, लाभ-दोष, सीमायें व सिद्धान्त (Advertisement—Meaning, Objects, Functions, Organisation, Advantages, disadvantages, Limitations and Principles)  
प्रारम्भिक, विज्ञापन का आशय एवं परिभाषायें, विज्ञापन के लक्षण अथवा विशेषतायें, विज्ञापन के उद्देश्य, विज्ञापन के कार्य, विज्ञापन और प्रचार में अन्तर, विज्ञापन तथा प्रकाशन में अन्तर, प्रकाशन एवं प्रचार में अन्तर; वैज्ञानिक विज्ञापन, विज्ञापन के चरण, विज्ञापन के लाभ अथवा उपयोगिता, विज्ञापन के दोष तथा आलोचनायें। विज्ञापन की मर्यादायें, सीमायें, संगठन एवं विज्ञापन नीति। प्रभावी विज्ञापन के सिद्धान्त। 3-24
2. विज्ञापन के माध्यम (Media of Advertisement)  
विज्ञापन के माध्यम से आशय, विज्ञापन के माध्यम का चुनाव, विज्ञापन के विभिन्न माध्यम, प्रेस अथवा समाचारपत्रीय विज्ञापन—गुण, दोष एवं वर्गीकरण। पत्रिका विज्ञापन का अर्थ एवं आवश्यकतायें। बाह्य विज्ञापन अथवा दीवारों पर किये जाने वाले विज्ञापन, बाह्य विज्ञापन में सावधानियाँ, विभिन्न रूप, लाभ एवं दोष। डाक द्वारा प्रत्यक्ष विज्ञापन—अभिप्राय, परिभाषायें, उद्देश्य तथा उपयुक्तता। डाक द्वारा प्रत्यक्ष विज्ञापन की पद्धतियाँ, लाभ एवं दोष। विज्ञापन के अन्य साधन—रेडियो एवं टेलीविजन द्वारा विज्ञापन, सिनेमा फिल्म विज्ञापन, मेले और प्रदर्शनियाँ, लाउडस्पीकर द्वारा

- विज्ञापन, आकाश लेखन, नवीनतम अथवा अपूर्व या अभिनय विज्ञापन, भारत में विज्ञापन, प्रश्न । 25-44
3. विज्ञापन का विक्रय से सम्बन्ध (Advertisement and its Relation to Selling)  
विज्ञापन का विक्रय से सम्बन्ध, विज्ञापन द्वारा विक्रय में सहायता, प्रश्न । 45-49
4. विज्ञापन का मनोविज्ञान (Psychology of Advertisement)  
विज्ञापन का मनोविज्ञान से सम्बन्ध । एक सफल विज्ञापन के मनोवैज्ञानिक तत्व—ध्यान आकषित करना, रुचि जाग्रत करना, इच्छा उत्पन्न करना, उद्देश्य प्राप्त करना, प्रश्न । 50-57
5. विज्ञापन के प्रकार (Types of Advertisement)  
विज्ञापन के प्रकार—निर्माता अथवा उत्पादक द्वारा विज्ञापन, थोक एवं फुटकर व्यापार का विज्ञापन एवं उसमें अन्तर, सहकारी व सामूहिक विज्ञापन का उदाहरण, डाक व्यापारी द्वारा विज्ञापन । 58-62
6. विज्ञापन अपील (Advertisement Appeal)  
विज्ञापन अपील की आवश्यकता, विज्ञापन अपील से आशय तथा उसके आवश्यक तत्व, विज्ञापन अपील का वर्गीकरण अथवा प्रकार—मानवीय रुचि एवं भावना पर आधारित अपील, कारणों पर आधारित अपील, प्रश्न । 63-67
7. विज्ञापन सामग्री (Advertising Material)  
विज्ञापन सामग्री से आशय, विज्ञापन का निर्माण—विज्ञापन की प्रति का लेखन, चित्रों एवं उदाहरणों का चयन, खाका अथवा अभिन्यास । खाका के आवश्यक तत्व, खाका निर्माण में ध्यान देने योग्य बातें । 68-77
8. विज्ञापन तथा विक्रय व्ययों पर नियन्त्रण (Control of Advertisement and Sales Expenses)  
नियन्त्रण का आशय एवं परिभाषा, बजट द्वारा नियन्त्रण से आशय तथा उद्देश्य, अर्थ एवं परिभाषा विज्ञापन तथा विक्री व्यय एवं नियन्त्रण । बजट द्वारा नियन्त्रण के उद्देश्य, विक्रय-व्यय-बजट, विक्रय व्ययों पर नियन्त्रण, विक्रय व्यय बजट की मर्दे, विक्रय व्यय बजट का प्रारूप, विक्रय व्यय बजट, विक्रय बजट बनाते समय ध्यान देने योग्य बातें । विज्ञापन व्यय बजट, विज्ञापन व्यय पर नियन्त्रण के लिए बजट, विज्ञापन व्यय बजट की मर्दे, विज्ञापन तथा विक्रय व्यय का मासिक प्रतिवेदन, विज्ञापन तथा विक्रय प्रबन्धक एवं व्यवसाय के अधिकारियों को दिया जाने वाला मासिक प्रतिवेदन, प्रश्न । 78-88
9. विज्ञापन एजेन्सी (Advertisement Agency)  
विज्ञापन एजेन्सी से आशय, परिभाषा तथा प्रकार । विज्ञापन एजेन्सी के कार्य तथा सेवायें, विज्ञापन एजेन्सी संगठन, विज्ञापन एजेन्सी को पारिश्रमिक का भुगतान करने का ढंग, विज्ञापन एजेन्सी का चयन, विज्ञापन एजेन्सी की नियुक्ति से लाभ, प्रश्न । 89-96