

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایلز کی مشقیں دیتے ہیں۔

مضمون : گھریلو مصنوعات کی فروخت
سطح : میٹرک
کوڈ : 200
مشق : 03 : بہار 2025ء
سمسٹر :

سوال نمبر 1 مصنوعات دکھانے کے اصول تفصیل سے بیان کریں۔

جواب۔

مصنوعات دکھانے کے اصول:

۱۔ اگر آپ دکھائیں تو بتائیں نہیں: سننے کے مقابلے میں دیکھنے سے ذہن میں زیادہ جلد اڑ ہوتا ہے ہم بھی محض سننے کے مقابلے میں دیکھنے سے زیادہ حاصل ہوتا ہے۔ دیکھنے سے سننے کے مقابلے میں زیادہ اعتبار بھی کیا جاتا ہے اس لئے کہا جاتا ہے کہ جو کچھ آپ سننے ہیں اس پر یقین نہ کریں۔ اور جو کچھ دیکھتے ہیں اس میں سے نصف پر یقین کریں۔ اسی طرح کہا جاتا ہے کہ اگر تصویر یہ راستا لفاظ کے مقابلے میں زیادہ ہو تو ہوتی ہے۔ لہذا آپ با توں سے خصوصیات اور کام بتانے کی وجہ مصنوعات مظاہرہ کریں یعنی اس کا کام اس سے لے کر دکھائیں۔

۲۔ مصنوعہ چیز کی ہر خصوصیت بیان کریں: کس قسم کی ضرورت ہے تو چیز کی تمام خصوصیات بیان کریں جو کہ ہو سکتا ہے وہی خصوصیات گاہک کے لئے دلچسپی کی ہوں۔ جن کو آپ اپنی مرضی سے چھوڑ دیں۔ لیکن اگر گاہک کی دلچسپی کا علم ہو تو ان خصوصیات کو زیادہ واضح طور پر بیان کریں اور دکھائیں۔

۳۔ مظاہرے کے ساتھ ساتھ وضاحت کریں: چیز کی خصوصیات کو دکھانے وقت ساتھ ساتھ وضاحت کریں جو کہ ہو سکتا ہے یہ بات چیز بیچنے کے عمل اور کوشش کا حصہ ہے۔

۴۔ مصنوعات بہترین نظر آئیں: مصنوعات اس طرح دکھائیں کہ دوسرے تین نظر آئیں۔ کوئی خامی یا نقص ان چیزوں میں نہ ہو کہ گاہک کے ذہن میں شک پیدا نہ ہو اور اس کی توجہ نہ ہے۔

۵۔ گاہک کی ضرورت کے پہلوؤں پر زور دیں: گاہک اپنی ضرورت کا اطمینان کرتا ہے تو آپ اسے فائدہ اٹھائیں اور چیز دکھانے میں ان پہلوؤں کو زیادہ واضح کریں اور وہ استعمال اور فوائد زیادہ تفصیل سے دکھائیں جو گاہک کی ضرورت کو پورا کرتے ہوں۔

۶۔ گاہک کا استعمال سے اتفاق حاصل کریں: جب کسی چیز کے استعمال کا مظاہرہ کریں تو ہر کام یا استعمال پر گاہک کا اتفاق حاصل کریں تاکہ استعمال جوں جوں دکھائیں توں توں گاہک کا ان فائدوں پر اتفاق بھی ہوتا جائے۔ تمام استعمال مکمل ہونے پر گاہک ان فوائد سے اتفاق کر چکا ہوگا اور آپ سے یہ کہہ سکتی ہیں کہ یہی وہ چیز ہے جس کی اسے ضرورت ہے جو نہیں مظاہرہ یاد کھانے کا کام مکمل ہو۔ تو چھپرے بغیر خلاصہ کے طور پر خوبیاں بیان کریں اور گاہک کو سودا طے کرنے کو ہیں۔

۷۔ گاہکوں کو متوجہ کرنا: مصنوعات کو بیچنے کے لئے ضروری ہے کہ سب سے پہلے گاہک و ان کی طرف متوجہ کیا جائے۔ ہر چیز کو اس طرح رکھا یا لالہ کیا جائے کہ وہ اپنی جگہ نہ مایا نظر آئے۔ مختلف رنگ۔ سائز۔ ڈیزائن یا لٹکانے کی جگہ ان کو زیادہ سامنے لے نہیں مدد دے سکتی ہیں۔ مثلاً چینی کے لئے آپ ایک بہت بڑے سائز کی چینی گاہکوں کو متوجہ کرنے کے لیے بنائیں ہیں اس طرح آپ دروازے کے باہر مختلف طریقوں سے چیزیں لٹکائیں ہیں اور جہاں پر مصنوعات رکھی ہیں یا آپ کی دکان ہے وہاں بھی ایک خاص انداز و ترتیب سے چیزیں رکھیں اور لٹکائیں۔

۸۔ سودا طے کرنا: جب آپ بات چیت اور پیش کش کے ذریعے گاہک میں خریداری لی خواہش پیدا کر لیں اور اپنی مصنوعی چیز کی خوبیاں بیان کر لیں تو سودا طے کرنے کا موقع ہوتا ہے۔ گاہک خریدنے کے لئے تیار ہے اپنی بات چیت کو روک کر پوچھ لیں کہ کیا وہ اب چیز خریدنا چاہیں گے اور کتنی؟ ایسا سوال پوچھ کر خاموش ہو جائیں تاکہ گاہک پر خاموشی سے ایک قسم کا دباو پڑے جس سے گاہک خریداری کے متعلق ہی بچکا ہٹ پر قابو پالے گا۔ اگر گاہک خاموشی سے آپ کی طرف دیکھے تو آپ بھی ایسا ہی کریں۔ اس سے آپ کا مقصود پورا ہونے کا زیادہ امکان ہے۔ سودا طے کرتے وقت پر اعتماد رہیں۔ غیر یقینی کیفیت یا کسی پریشانی کا اظہار نہ ہونے دیں نیز مصنوعی چیز کی گاہنی کا ذکر گاہک کے لئے فصل کرنے میں آسانی پیدا کرتا ہے۔

۴۔ منڈی کے متعلق معلومات: آپ کو معلوم ہونا چاہیے کہ علاقے میں کس مصنوعہ (بنائی ہوئی) چیز کی ضرورت ہے یا ایسی کوئی چیز ہے جو فروخت ہو سکتی ہے۔ اور علاقے کے لوگوں کو ضرورت ہے یا قربتی گاؤں یا شہر میں کون کوئی اشیاء استعمال کرتے ہیں اور خریدتے ہیں نیز قیمتوں کے اتار چڑھاؤ کا بھی علم ہوتا کہ دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری وہ بہترین سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتے ہیں۔

مصنوعات کی قیمت وغیرہ کے سلسلے میں وضاحت کر سکیں۔ اس کے علاوہ آپ یہ بھی معلوم کرنے کی کوشش کریں کہ کوئی چیز یہ کسی قسم کی منڈی میں فروخت کی جائیں تاکہ منافع زیادہ ہو اور اشیاء کی فروخت بھی زیادہ۔ آپ منڈی سے متعلق معلومات کی بنیاد پر اپنی مصنوعات کی قسم کا فیصلہ کر سکتے ہیں۔ نیز قیمت زیادہ حقیقت پسندانہ ہوگی اس کے علاوہ آپ کو مناسب قسم کی منڈی کے چنانچہ میں آسانی ہوگی۔

5۔ پرچون فروشوں کے کام: پرچون فروشوں ایسے کام انجام دیتے ہیں جن سے صارفین کو سہولت ہوتی ہے پرچون فروشوں اشیاء صارفین کو جب اور جہاں وہ چاہتے ہیں پہنچا دیتے ہیں۔ صارفین کے لیے یہ کام کافی مہنگا اور تکلیف دہ ہوتا کہ اگرئی میل کا فاصلہ طے کر کے پیدا کاروں سے براہ راست اشیاء خرید ہیں۔ اور اس کے علاوہ ان کے مطابق اشیاء مہیا کریں۔ پرچون فروشوں نے ان دونوں کا کام آسان بنادیا ہے۔ اشیاء کی تنقیلی میں پرچون فروشوں قرض کی سہولت بھی فراہم کرتے ہیں پرچون فروشوں ایک رجسٹر میں گاہوں کا نام لکھ دیتے ہیں اور ان کو جائزت دے دیتے ہیں کہ وہ جو چیز چاہے خرید سکتے ہیں اور وہ ادائیگی مہینہ کے آخر میں کر دیتے ہیں۔ پرچون فروشوں اشیاء کو استھور کرتے ہیں جس کی وجہ سے صارفین کو جس وقت جس چیز کی ضرورت پیش آتی ہے آسانی سے خرید سکتے ہیں۔ پرچون فروشوں کا گاہک سے ہر وقت قریبی رابطہ رہتا ہے ان کی ضروریات اور پسندنا پسند کا اسے علم ہوتا ہے اور وہ پیدا کاروں کو یہ معلومات بھم پہنچانے ہیں جس کی وجہ سے ان کی پیداوار کے لیے منصوبہ بندی کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ اس کے علاوہ پرچون فروشوں اشیاء کی فروخت کو فروغ دینے کا کام بھی سرانجام دیتے ہیں۔ اشیاء کو اس طرح سجا تے ہیں کہ وہ گاہوں کو نمایاں نظر آئیں۔ بعض پرچون فروشوں اشتہار بازی کا کام بھی سرانجام دیتے ہیں جن سے فروخت کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔

سوال نمبر 2۔ گاہک کے بارے میں قیاس آرائی کرنا کیوں ضروری ہے؟ مفصل لکھیں۔

جواب: فروخت کا رکا گاہک کے ساتھ روایہ: فروخت کا رکو یہ بات اچھی طرح سے سمجھ لئی چاہیے کہ اس کی اشیاء خواہ کتنی ہی اچھی، مضبوط پائیدار اور سستی ہوں اگر خریدار اس کی اشیاء خریدنا پسند نہیں کریں گے تو ان کی یہ تمام خصوصیات بے فائدہ ہیں خریدار کے مضبوط اور کم دام اشیاء ہونے کے باوجود نہ خریدنے کی ایک وجہ فروخت کا رکار کارو یہ ہو سکتا ہے۔ آپ نے دیکھا ہو گا کہ کمیک دکاندار اپنے خریداروں سے بات بات پر جھگٹ پڑتے ہیں مثال کے طور پر آپ نے فروخت کا رکو یہ کہتے سن ہو گا۔ "آپ نے میرا وقت ضائع کر دیا ہے آپ نے کوئی چیز خریدنی بھی ہے یا نہیں" آپ یہری اشیاء کو شخص دور سے دیکھ سکتے ہیں، ہاتھ لگانے کی ضرروت نہیں۔ بعض دکاندار تو یہاں تک کہتے ہیں "آپ یہری اشیاء پسند نہیں تو جائیے" جہاں پسند نہیں ہیں وہاں سے خرید لیں فروخت کا رکار کی اس طرح کی بد مزاجی اور اکتاہٹ خریدار کو دوبارہ اس کی دوکان پہنچانے سے روئی ہے۔

فروخت کا رکو چاہیے کہ وہ خریدار کے ساتھ اچھا سلوک کرے اور اس کے ساتھ اچھے اخلاق کا مظاہرہ کرے۔ فروخت کا رکو یہ ہرگز نہیں سوچنا چاہیے کہ جو خریدار اس کی دکان پر آیا ہے وہ کچھ خریدے گا بھی یا نہیں بلکہ اگر خریدار کچھ نہ بھی لے اور محض معلومات حاصل کرنا چاہے یا اس کی اشیاء کا مارکیٹ کی دوسری اشیاء کے ساتھ موازنہ کرنا چاہے تو بھی فروخت کا رکار وہی نہ سثبت ہونا چاہیے دراصل فروخت کا رکار کے دل میں خریدار کی خدمت کرنے کا جذبہ ہونا ضروری ہے اور یہ جذبہ ہی فروخت کا رکار کی میابی کو لیجنی بناتا ہے۔

اس کے علاوہ ایک اور اہم بات فروخت کا رکار خریدار کے درمیان اعتماد کی فضایاں کرتا ہے اگر دونوں میں اعتماد کی فضایاں ہو جائے تو سمجھ لیجیے۔ کہ خریدار آپ کا مستقل گاہک بن گیا ہے۔ خریدار کا اعتماد بحال رکھنے کے لیے مندرجہ ذیل باتوں پر عمل کرنا ضروری ہے۔

۱۔ اشیاء کی فروخت کی بنیاد نیک نیتی اور خلوص پر ہو۔

۲۔ خریدار کے ساتھ بے ایمانی نہ کی جائے۔

۳۔ خریدار کے ساتھ غلط بیانی نہ کی جائے۔

۴۔ خریدار کے ساتھ غلط بیانی نہ کی جائے۔

۵۔ خریدار کے ساتھ غلط بیانی نہ کی جائے۔

۶۔ خریدار کو غلط مشورہ نہ دیا جائے۔

بعض فروخت کاروں کا خیال ہوتا ہے کہ وہ جس طرح بھی ہو سکے اپنی اشیاء کو فروخت کر دیں۔ خواہ انہیں جھوٹ، بد دیانتی غلط بیانی اور وعدہ غلطی کا سہارا کیوں نہ لینا پڑے۔ بعض کا خیال ہے کہ گاہوں کو آسانی سے بے دوف بنا یا جا سکتا ہے لیکن یہ تمام خیالات غلط ہیں کہ فروخت کا رکار وہی بات یاد رکھنی چاہیے کہی اسے صرف اپنی اشیاء ہی فروخت نہیں کرنی بلکہ اپنا ایک منصب بھی قائم کرنا ہے۔ انہیں ایک ساکھی بنانی ہے اسی منصب اور اس ساکھ کے تحت لوگ اس کے پاس آنا پسند کریں گے۔ اور اس پر اعتماد کریں گے۔

مثال کے طور پر فروخت کا رکار کی بد دیانتی کی ایک صورت یہ بھی ہو سکتی ہے کہ فروخت کا رکار پنے کچھ گاہوں کو اپنی اشیاء کی زیادہ قیمتیں بتائے اور کچھ کو کم۔ اس کا نقصان یہ ہو سکتا ہے کہ اگر گاہک کو اس بات کا علم ہو گیا کہ فروخت کا رکار نے اس سے زیادہ دام لیے ہیں تو یہ بات اس کی ناپسندیدگی کا باعث بنے گی اس کی نظر میں فروخت کا رکار کی قدر و منزلت کم ہو جائے گی اور ممکن ہے کہ وہ ایسی بات کو اتنا پسند کرے کہ دوبارہ اس کی دکان پر نہ آئے۔ کیا اس سے بہتر نہیں کہ خریدار کے ساتھ ایماندار کی جائے تاکہ وہ بار بار آپ کی دکان پر آئے اور لوگوں، اپنے ملنے والوں، اپنے اہل و عیال کے سامنے آپ کی تعریف کرے۔ ایسے ایک گاہک کے ساتھ کی جائے تاکہ دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علماء قابل اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتباہ ہیں۔

گاہک کھینچنے چلے آئیں گے۔

سوال نمبر 3 فروخت کے عمل میں کتنے پہلو ہیں؟ مفصل جائزہ لیں۔

جواب: فروخت کی منزلیں: فروخت کی تین منزلیں ہیں جو کدر جذیل ہیں:

- 1. دلچسپی: گاہک اپنا مسئلہ آپ کے سامنے پیش کرتا ہے اور آپ اس کا حل پیش کرتے ہیں۔
- 2. خواہش: گاہک آپ کے حل کو مان لیتا ہے جبکہ آپ کوئی ایسی چیز پیچنا چاہتے ہیں جو آپ کے مسئلے کو حل کر دے گی۔
- 3. تجھیں: گاہک اپنا آخری فیصلہ کر لیتا ہے۔

فروخت کے عمل کے پہلو: فروخت کا عمل سادہ عمل نہیں ہے کار و بار ایک مشکل کام ہے کار و بار سچ سمجھ کے ساتھ اور منصوبہ بندی کے ذریعے کرنا چاہیتا کہ بہتر نتائج حاصل ہوں البتہ فروخت کے مسئلے کے مختلف کوڈ یعنی ہیں۔ کسی چیز کو یعنی میں مختلف طریقوں سے چیز کو پیش کرنا بہت اہم ہے۔ لیکن اس سے بھی ضروری بات یہ ہے کہ فروخت کے مسئلہ کے مختلف پہلوؤں سے دیکھا جائے ان میں چند ایک پہلو یہ ہیں۔

۱- گاہک کا نقطہ نظر معلوم کرنا: گاہک سے بات چیت کے شروع میں ہی گفتگو اس طرح کی جائے کہ گاہک کی ضرورت اور اس کا کسی چیز کی خرید سے متعلق نقطہ نظر معلوم کیا جائے۔ تاکہ گاہک کی ضرورت کا پوری طرح پتہ چل سکے۔ اور آپ یہ جان لیں کہا ہلکا حل میں کیا چیز چاہیے۔ اور کس قسم کا کام وہ اس سے لینا چاہتا ہے۔ اس فائدہ یہ ہوگا کہ آپ اپنی چیز کو انہی ضروریات کو پورا کرنے کے لحاظ سے پیش کر سکیں گے اور ان خصوصیات پر زیادہ زور دیں گے۔ جن کی گاہک کو تلاش ہے۔ گاہک نقطہ نظر کو سامنے رکھتے ہوئے آپ اس طریقہ سے بات کر سکتے ہیں۔

دکاندار: (گاہک کے دکان پر رکتے ہی) السلام و علیکم یے تشریف رکھیے آپ کا کیا حال ہے؟

گاہک: شکریہ

دکاندار: میں آپ کی کیا خدمت کر سکتا ہوں

گاہک: مجھے کڑھائی والی قمیض چاہیے۔

دکاندار: آپ کو اپنے لیے چاہیے یا کسی اور سائز کی؟

گاہک: مجھے اپنے لیے خریدنی ہے۔

دکاندار: کس قسم کے کپڑے میں ہو؟ میرے پاس سوتی ہے اور فلیٹ ہمی ہے۔

گاہک: دونوں سیمیں دکھادیں۔

اس مکالمہ سے ہمیں محسوس ہو گا کہ: کیا گاہک کا مناسب طریقے سے استقبال کیا گیا۔ کیا دکاندار کو گاہک کی ضرورت کا پورا پتہ چل گیا ہے؟ گاہک اور دکاندار کی گفتگو ایسی ہی ہوئی چاہیے فقرے مختلف ہو سکتے ہیں اس سے گاہک کی ضرورت معلوم کی جائے گی۔

۲- گاہک سے بات چیت کرنے کی تیاری کرنا: گھر یا یاری میں کوئی ہوئی چیزوں کی فروخت میں کاہک مختلف قسم آتے ہیں اور مختلف اوقات میں آتے ہیں اس کے علاوہ بہت سے گاہکوں کی دلچسپیوں کا بھی علم نہیں ہوتا لیکن انکوئی فرد باقاعدہ طور پر آپ سے خریداری کرتا ہے کہ آپ کو گاہک کی ضروریات کا پتہ چل سکتا ہے اور آپ اسکی ضروریات اور دلچسپیوں کو نیاد بنا کر اپنی مصنوعات پیش کر سکتے ہیں۔

۳- منڈی کے متعلق معلومات: آپ کے معلوم ہونا چاہیے کہ علاقے میں کیا مصنوع (باقی ہوئی) چیزیں ضرورت ہے یا ایک لوگوں پیز ہے جو فروخت ہو سکتی ہے۔ اور علاقے کے لوگوں کو ضرورت ہے یا قربی گاؤں یا شہر میں کون کون سی اشیاء استعمال کرتے ہیں اور خریدتے ہیں نیز قیمتوں کے تاریخ حاوہ کا بھی علم ہوتا کہ مصنوعات کی قیمت وغیرہ کے سلسلے میں وضاحت کر سکیں۔ اس کے علاوہ آپ یہی معلوم کرنے کی کوشش کریں کہ کوئی چیزیں کسی قسم کی منڈی میں فروخت کی جائیں تاکہ منافع زیادہ ہو اور اشیاء کی فروخت بھی زیادہ ہو اور اشیاء کی فروخت بھی زیادہ۔ آپ منڈی سے متعلق معلومات کی بنیاد پر اپنی مصنوعات کی قسم کا فیصلہ کر سکتے ہیں۔ نیز قیمت زیادہ حقیقت پسندانہ ہو گی اس کے علاوہ آپ کو مناسب قسم کی منڈی کے چنان میں آسانی ہو گی۔

۴- گاہک کا اعتماد اور عزت حاصل کرنا: گاہک سے بات چیت کرنے کا انداز ایسا ہو ناچاہیے کہ گاہک آپ کو دھوکہ اور مکار نہ سمجھے بلکہ وہ آپ پر اعتماد کرے اور آپ دونوں کو ایک دوسرے کی عزت کا احساس ہو اس طرح آپ گاہک میں اس ممنوعہ چیز کی خرید میں دلچسپی پیدا کر سکتے ہیں۔ اور اس طرح آپ کی حقیقت میں چیز فروخت نہیں کریں تے۔ بلکہ لوگ آپ سے خریدیں گے دوسرے لفظوں میں آپ اعتماد کا ایسا ماحول پیدا کریں کہ گاہک میں آپ کی بنائی ہوئی چیز خریدنے کا شوق پیدا ہو۔ مثال کے طور پر اپنی بنائی چیزوں کی کوئی یا قیمت کے متعلق قسمیں کھانے سے گاہک آپ پر اعتماد نہیں کرے گا، بہت سے دکاندار قسمیں کھا کر کہتے ہیں کہ وہ سودا قیمت خرید پر اس سے بھی کم پر بیچ رہا ہے۔ ذرا سوچیں تو کیا یہ ممکن ہے کہ دکاندار عام حالات میں چیز کھاتے پر یا بغیر نفع کے نیچے۔ یقیناً اس سوال کا جواب نہیں ہو گا۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنی یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری ویب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دیتے ہیں۔

۵۔ دوستانہ ماحول پیدا کرنا: گاہک کا اعتماد حاصل کرنے اور اس کے دل میں خریداری کی خواہش کو زیادہ کرنے کا راز دوستانہ ماحول میں ہے۔ شروع میں اسلام و علیکم کہنا گا ہک کا حال پوچھنا بیٹھنے کے لیے کہنا بیگ وغیرہ کو رکھے میں مدد بینایا اس کے رکھنے کی جگہ کی طرف اشارہ کرنا وغیرہ ایسی باتیں ہیں، جن سے ماحول دوستانہ ہو سکتا ہے اس کے بعد فروخت کی بات چیت ہو سکتی ہے۔

سوال نمبر 4 کاروبار کے فروغ کے لیے کن اقدامات پر عمل کرنا چاہیے؟

جواب: کاروبار کے فروغ کے مرحلے: ہر صنعت کا رکخواہ وہ چھوٹے پیمانے پر کاروبار کرتا ہوا پہنچ کاروبار کے فروغ کے لیے چند مرحلے میں سے کامیابی کے ساتھ گزرنہ ہو گا ان میں سے کچھ مرحلے کا ذکر درج ذیل ہے۔

۱۔ مارکیٹ کی معلومات اور تحقیق۔

۲۔ اشیاء کی درجہ بندی۔

۳۔ اشیاء کا برائٹیا لیبل۔

۴۔ اشیاء کی پیکنگ۔

۵۔ قلق و جمل۔

۶۔ مصنوعات کی سجاوٹ، نمائش۔

۱۔ مارکیٹ کی معلومات: گھریلو پیمانے پر تیار ہونے والی مصنوعات کو فروغ کی غرض سے مارکیٹ میں لانے سے پہلے صنعت کا روکا بازار کے حالات کا چھپی طرح جائزہ لینا چاہیے اور معلومات حاصل کرنی چاہیں کہ اس کے مال کی کھپت کس علاقے میں ہو سکتی ہے لوگوں سے رابطہ قائم کرے تاکہ وقت کے تقاضوں کی ساتھ لوگوں کی بدلتی ہوئی ضروریات اور پسند کا اندازہ لگایا جاسکے۔ مثلاً اس وقت بھی مارکیٹ میں اس وقت بھی کھلے مصالحہ جات فروخت ہو رہے ہیں لیکن کچھ لوگ پیکشوں میں بند مصالحے خریدنا پسند نہ رہتے ہیں اس طرح وقت کی بچت کی خاطر لوگ کھلا کپڑا خرید کر سلانے کی بجائے ریڈی میڈ کپڑوں کی خریداری کی طرف دلچسپی کا اظہار کر رہے ہیں۔ نیز پرچمن فروشوں، تھوک فروشوں اور دیگر کاروباری حضرات سے ملاقات کر کے ایسی معلومات حاصل کی جائیں جو کاروبار کے فروغ کا سبب بنیں۔

۲۔ درجہ بندی: مختلف کوائی کی اشیاء کو الگ الگ قسموں پر فروخت کرنا درجہ بندی کے تحت آتا ہے مثلاً آپ نے فروٹ کی دکان پر جا کر دیکھا ہو گا کہ ایک قسم کے پھل کو مختلف لوگوں میں رکھا ہو گا جیسے آم دیکھنا ہو کا قوب ایک بھیجتے ہو تے ہیں لیکن دکاندار انہیں ان کی کوائی کے مقابل الگ الگ رکھتے ہیں اور مختلف قیمت پر فروخت کرتے ہیں کوئی آم چونسہ ہے کوئی لکڑہ کوئی مالدہ کوئی سندھی ہے لوگ اپنی پسند اور حیثیت کے مقابل نہیں تے ہیں اب تو گوشت، دودھ انڈوں، سبزیوں والوں ہر چیز کی درجہ بندی کی جاتی ہے اور اسی حساب سے اتنی قیمت وصول کی جاتی ہے اشیاء کی درجہ بندی کرنے سے خریدنے اور فروخت کرنے والے دونوں کو سہولت رہتی ہے اور یہ چیز کاروبار کے فروغ کا باعث بنی ہے۔

۳۔ اشیاء کا برائٹیا لیبل لگانا: مصنوعات کی تیاری کے بعد فروخت کرنے سے پہلے انہیں کوئی برائٹنام ضرور دیں۔ اشیاء کے نام کے بغیر آپ اپنے سامان کو دوسروں تک متعارف نہیں کر سکیں گے۔ مصنوعات خواہ چھوٹے پیمانے پر تیاری کی جائیں یا بڑے پیمانے پر لیبل لگانا ضروری ہوتا ہے۔ آپ نے دیکھا ہو گا کہ مصالحہ جات کے کاروبار میں کتنے نام مشہور ہیں کپڑے دھونے والے صاریکی کی کتنی وائی ہے اور سب مختلف ناموں سے پہنچا نہ جاتے ہیں اشیاء کو برائٹنام دینے کا ایک فائدہ یہ ہے کہ گاہک کو اس کی پسند کی چیز ضرورت کے مقابل وقت ضائع کے بغیر صرف نام لینے سے موزوں قیمت بدل جاتی ہے آپ کی مصنوعات کی کھپت خواہ ایک علاقہ میں ہو اپنے ملک میں ہو یا یہرون ملک ہو اپنے برائٹ کی وجہ سے خود جو شہرت حاصل کر لیتی ہیں چونکہ ایسی مصنوعات کی کوائی بھی ہوتی ہے اس لیے کاروبار کے فروغ کا سبب بنی ہے۔

۴۔ اشیاء کی پیکنگ: اشیاء کی مناسب پیکنگ کاروبار کے فروغ کا باعث بنتی ہے۔ بہت سے دکاندار اشیاء کو فروخت کرنے سے پہلے ان کو قول کر چیک کر لیتے ہیں تاکہ بار بار تو نئے کی کوفت سے نجات حاصل ہو اور وقت کی بچت ہو۔ اشیاء کو جھی طرح پیک کر کے بہت سے فائدے ہیں مثال کے طور پر

۱۔ پیک کی ہوئی اشیاء کو ایک جگہ سے دوسری جگہ لے جانے میں سہولت رہتی ہے۔

۲۔ اشیاء گرنے توٹنے اور ضائع ہونے سے بچ جاتی ہیں۔

۳۔ پیک کی ہوئی اشیاء کو خریدنے اور فروخت کرنے میں آسانی رہتی ہے وقت کی بچت ہو تی ہے۔

۴۔ پیک کی ہوئی اشیاء پران کا لیبل ان کی تشریح کا باعث بنتا ہے۔

۵۔ پیک کی ہوئی اشیاء گاہک کو خریداری پر مائل کرتی ہیں۔

۶۔ کاروبار کو فروغ حاصل ہوتا ہے۔

۷۔ اس کے علاوہ پیکنگ کے مندرجہ ذیل فوائد بھی ہیں۔

دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تحسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پن یونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری و بب سائٹ سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایل کی مشقیں دستیاب ہیں۔

- الف: اشیاء کو حفظان صحت کے اصولوں کے تحت پیک کر کے زیادہ دیر تک محفوظ رکھا جا سکتا ہے مثلاً فروٹ سکواش، دودھ، مرے، مصالحے، اچار، دالیں وغیرہ۔
- ب۔ اشیاء کی کوالٹی اعلیٰ ہوتی ہے۔
- ج۔ ناپ قول میں فرق نہیں ہوتا۔
- د۔ دکاندار تھوڑے سے وقت میں زیادہ گاہوں کو فارغ کر سکتا ہے۔
- ر۔ اشیاء ضائع ہونے سے نجاتی ہیں
- ل۔ گاہک پیک اشیاء خریدتے وقت دکاندار کی مد نہیں لیتا۔

۵۔ نقل و حمل: کئی گھر یا مصنوعات ایسی ہوتیں ہیں جو جس جگہ تیا کی جاتی ہیں اس جگہ فروخت نہیں ہوتیں اور ان کو دوسرے شہروں میں لے جایا جاتا ہے اگر سامان لے جانے کے ذرائع بہل اور ستے ہوں تو کاروبار کے فروغ میں بہت معاون ثابت ہوتے ہیں ہیں یہ تو تھی صنعت کارکی بات گاہک کے لیے بھی بہت ضروری ہے اور وہ اس طرح کہ اگر گاہک کو کوئی چیز ایسی جگہ سے خریدنی پڑ جائے جہاں تک جانا اور آنا مشکل ہو تو خواہ چیز بھی بھی دلکش ہو جائے گاہک خریدنے سے کتراتا ہے صرف اس لیے کہ ذرائع آمد و رفت

- ۶۔ اشیاء کی سجاوٹ اور نمائش: دوکان میں سامان کی نمائش شدہ اشیاء کے پیہ ہر دکاندار کو چاہیے کہ وہ اشیاء کو نمائش گاہک بغیر کسی تکرار کے بدلتے موسم میں دوکان کی کے نئے شاہل اور انداز اپنائی دروازوں کو رونگ بھلی کی اعلیٰ فنگ کاروبار کے فروغ کا سبب بنتی ہے۔ ان سب چیزوں کے ساتھ دکاندار کو خیال کرنا چاہیے۔
- ۱۔ گاہک کی طرف پوری توجہ دی جائے اس جائے۔

- ۲۔ گاہک کی ضرورت پوری کرنے کی کوشش کی۔
- ۳۔ جو چیز دکھائی جائے وہی فروخت کی جائے۔
- ۴۔ اگر غلطی سے ناکارہ چیز فروخت ہو گئی ہے تو گاہک تبدیل کر دے یا اس کی رقم واپس لوٹا کر معدومت کا اظہار کا۔
- ۵۔ دکاندار کا فرض ہے کہ کوئی گاہک مستقل ہو یا عارضی، اس کے ساتھ ایمانداری کا برداشت کرے بعض دکاندار نئے کو گھٹیا کوالٹی کی اشیاء فروخت کر دیتے ہیں یا ان کے زیادہ دام ہے اس سے گریز کرنا چاہیے۔ دھوکہ سے کوئی چیز فروخت نہ کپڑے دھونے کا صابن، برتن صاف کرنے کا پاؤڈر جو تے مصالحہ دیکھو وہ ان کو دکان پر نہ لائے کیونکہ غلط قسم کے سامان کی فروخت سے کاروبار کی ساکھوں قصاصان پہنچ سکتا ہے۔
- ۶۔ بعض اوقات پر چون فروشوں کو مشہور اور معیاری مصنوعات کے سوال نمبر 5 مصنوعات کے بارے میں فروخت کا رکم کی اہمیت تحریر کریں۔

جواب۔

فروخت کا رکم یہ بات اچھی طرح سے سمجھ لینی چاہیے کہ اس کی اشیاء خواہ کتنی ہی اچھی، مضبوط پائیدار اور سستی ہوں اگر خریدار اس کی اشیاء خریدنا پسند نہیں کریں گے تو اس کی یہ تمام خصوصیات بے فائدہ ہیں خریدار کے مضبوط اور کام دام اشیاء ہونے کے باوجود نہ خریدنے کی ایک وجہ فروخت کا رکارو یہ ہو سکتا ہے۔ دنیا کی تمام یونیورسٹیز کے لیے ائرن شپ رپورٹس، پروپوزل، پراجیکٹ اور تھیسیز وغیرہ بھی آرڈر پر تیار کیے جاتے ہیں۔

علام اقبال اور پنیونیورسٹی کی تمام کلاسز کی حل شدہ اسائنس، گیس پپر زفری میں ہماری و بب سائنس سے ڈاؤن لوڈ کریں ہاتھ سے لکھی ہوئی اور آن لائن ایل ایم ایس کی مشقیں دیتباہ ہیں۔

آپ نے دیکھا ہوگا کہ کئی دکاندار اپنے خریداروں سے بات بات پر جھگڑ پڑتے ہیں مثال کے طور پر آپ نے فروخت کار کو یہ کہتے سنا ہوگا۔ "آپ نے میرا وقت ضائع کر دیا ہے آپ نے کوئی چیز خریدنی بھی ہے یا نہیں" آپ میری اشیاء کو محض دور سے دیکھ سکتے ہیں، ہاتھ لگانے کی ضرورت نہیں "بعض دکاندار تو یہاں تک کہہ دیتے ہیں" آپ کو میری اشیاء پسند نہیں تو جائیے "جہاں پسند آتی ہیں وہاں سے خرید لیں فروخت کار کی اس طرح کی بد مزاجی اور اکتاہٹ خریدار کو دوبارہ اس کی دوکان پر جانے سے روکتی ہے۔

فروخت کار کو چاہیے کہ وہ خریدار کے ساتھ اچھا سلوک کرے اور اس کے ساتھ اچھے اخلاق کا مظاہرہ کرے۔ فروخت کار کو یہ ہرگز نہیں سوچنا چاہیے۔ کہ جو خریدار اس کی دکان پر آیا ہے وہ کچھ خریدے گا بھی یا نہیں۔ بلکہ اگر خریدار کچھ نہ بھی لیا وہ محض معلومات حاصل کرنا چاہیے یا اس کی اشیاء کا مارکیٹ کی دوسری اشیاء کے ساتھ موازنہ کرنا چاہیے تو بھی فروخت کار کا روایہ ہمیشہ ثابت ہونا چاہیے دراصل فروخت کار کے دل میں خریدار کی خدمت کرنے کا جذبہ ہو ضروری ہے اور یہ جذبہ ہی فروخت کار کی کامیابی کو یقینی بنانا ہے۔

اس کے علاوہ ایک اور اہم بات فروخت کار اور خریدار کے درمیان اعتماد کی فضا پیدا کرتا ہے اگر دونوں میں اعتماد کی فضا پیدا ہو جائے تو سمجھ لیجیے۔ کہ خریدار آپ کا مستقل گاہک بن گیا ہے۔ خریدار کا اعتماد، حال رکھنے کے لیے مندرجہ ذیل باتوں پر عمل کرنا ضروری ہے۔

- ۱۔ اشیاء کی فروخت کی بنیاد نیک نیتی اور خلوص پر ہو۔
- ۲۔ خریدار کے مفاد کو ہمیشہ پیش نظر رکھا جائے۔
- ۳۔ خریدار کے ساتھ بے ایمانی نہ کی جائے۔
- ۴۔ خریدار کے مفاد پر ذاتی مفاد کو ترجیح دی جائے۔
- ۵۔ خریدار کے ساتھ غلط بیانی نہ کی جائے۔
- ۶۔ اپنی اشیاء کی بے جا تعریف نہ کی جائے۔
- ۷۔ خریدار کو گلگط مشورہ نہ دیا جائے۔
- ۸۔ خریدار سے ایسا وعدہ نہ کیا جائے جو پورا نہ ہو سکے۔

بعض فروخت کاروں کا خیال ہوتا ہے کہ وہ میں طرح بھی ہو سکتے اپنی اشیاء کو فروخت کر دیں۔ خواہ انہیں جھوٹ، بد دیانتی غلط بیانی اور وعدہ خلافی کا سہارا کیوں نہ لینا پڑے۔ بعض کا خیال ہے کہ گاہکوں کو اسی سے بے قوف بنایا جاسکتا ہے لیکن یہ تمام خیالات غلط ہیں کہ فروخت کار کو یہ بات یاد رکھنی چاہیے کہی اسے صرف اپنی اشیاء ہی فروخت نہیں کرنی بلکہ اپنا ایک منصب بھی قائم کرنا ہے۔ انہیں ایک ساکھ بھی بنانی ہے اسی منصب اور اس ساکھ کے تحت لوگ اس کے پاس آنا پسند کریں گے۔ اور اس پر اعتماد کریں گے۔

مثال کے طور پر فروخت کار کی بدل دیانتی کی ایک صورت یہ بھی ہو سکتی ہے کہ فروخت کار اپنے کچھ گاہکوں کو اپنی اشیاء کی زیادہ قیمتی بتائے اور کچھ کوم۔ اس کا نقصان یہ ہو سکتا ہے کہ اگر گاہک کو اس بات کا علم ہو گیا کہ فروخت کار نے اس سے زیادہ دام لیے ہیں تو یہ بات اس کی ناپسندیدی کا باعث بنے گی اس کی نظر میں فروخت کار کی قدر و منزلت کم ہو جائے گی اور ممکن ہے کہ وہ ایسی بات کو اتنا ناپسند کرے کہ دوبارہ اس کی دکان پر نہ آئے۔ لیاں سے بہتر نہیں کہ خریدار کے ساتھ کئی گاہک کھینچنے چلے آئیں گے۔