विक्रय संवर्द्धन
Sales Promotion

विक्रय संवर्द्धन का आशय विक्रय वृद्धि के लिये की जाने वाली अनियमित क्रियाओं से है। आज का बाजार क्रेता का बाजार है। बाजार में वस्तुएँ विभिन्न डिजाइनों, रंगों, किस्मों में उपलब्ध है। एक ही वस्तु की कई स्थानापन्न वस्तुयें भी बाजार में उपलब्ध है। बाजार में गला काट प्रतिस्पर्धा है व विक्रेताओं एवं वस्तुओं की बहुतायत है। इन परिस्थितियों में विक्रय वृद्धि हेतु विभिन्न साधनों यथा विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय एवं विक्रय संवर्द्धन का उपयोग किया जाता हे। इस प्रकार से विक्रय संवर्द्धन विक्रय वृद्धि का एक महत्वपूर्ण उपाय है।

विक्रय संवर्द्धन का अर्थ एवं परिभाषा –

विक्रय संवर्द्धन से अभिप्राय क्रेताओं को वस्तु अथवा सेवाओं को लघु अवधि में तुरन्त क्रय करने के लिये प्रेरित करने से है। विक्रय संवर्द्धन का शब्दिक अर्थ किसी वस्तु या सेवा की बिक्री में वृद्धि करने से है। संकुचित अर्थ मे विक्रय संवर्द्धन का आशय ऐसी क्रियाओं से है जो वैयक्तिक विक्रय में सहायक होती है। विस्तृत अर्थ में विक्रय संवर्द्धन का आशय उन समस्त क्रियाओं से है जो विक्रय वृद्धि के लिये की जाती है। इस दृष्टि से विक्रय संवर्द्धन में विज्ञापन, व्यक्तिगत विक्रय, उत्पादों में नवीनता लाना, विपणन प्रणालियों में सुधार विभिन्न प्रतियोगिताऐं आदि सभी शामिल है। विशिष्ट अर्थ में विक्रय संवर्द्धन विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय तथा प्रचार को छोडकर विक्रय वृद्धि के लिये की जाने वाली अनियमित क्रियायें शामिल है।

कुछ विद्वानों ने विक्रय संवर्द्धन को इस प्रकार से परिभाषित किया है।

अमेरिकन मार्केटिंग एसोसिएशन के अनुसार, "विक्रय संवर्द्धन में वैयक्तिक विक्रय, विज्ञापन एवं प्रकाशन के अलावा वे समस्त अनियमित क्रियायें, जैसे प्रदर्शन, दिखावा एवं प्रदर्शनी, क्रियात्मक प्रदर्शन आदि सम्मिलित की जाती है जो उपभोक्ता की क्रय शक्ति तथा विक्रेता की प्रभावशीलता को प्रोत्साहित करती है।"

विलियम जे स्टेन्टन के अनुसार " विक्रय संवर्द्धन से आशय विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय एवं प्रचार के अतिरिक्त उन संवर्द्धनात्मक क्रियाओं से है जो ग्राहक की मांग को प्रोत्साहित करने तथा मध्यस्थों के विपणन निष्पादन में सुधार करने के उद्देश्य से की जाता है।

जार्ज डब्ल्यू हापकिन्स के अनुसार है "विज्ञापन एवं विक्रय प्रक्रियाओं को प्रभावशाली बनाने के लिये जिन संगठित प्रयासों की सहायता ली जाती है उन्हें विक्रय संवर्द्धन कहते है।

विक्रय संवर्द्धन की उपरोक्त परिभाषाओं के आधार पर हम कह सकते है कि विक्रय संवर्द्धन में केवल वे ही क्रियायें सम्मिलित है जो फर्म की बिक्री को बढावा देने के लिये कम अवधि के प्रोत्साहन के लिये की जाती है। ये विक्रय प्रयास अनियमित होते है जो उपभोक्ताओं को अधिक क्रय करने तथा व्यापारी को अधिक प्रभावपूर्ण तरीके से वस्तुओं का विक्रय करने के लिये प्रेरित करती है। इसमें विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय तथा प्रकाशन सम्मिलित नहीं होते है।

विक्रय संवर्द्धन का महत्व –

विक्रय संवर्द्धन उपभोक्ताओं, निर्माताओं व्यापारियों एवं समाज के लिये लाभदायक है। यह विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय के बीच की दूरी को कम करके उन्हें प्रभावशाली बनाता है।

(1) विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय की प्रभावशीलता में वृद्धि –

विक्रय संवर्द्धन योजनाओं (मूल्यों में नकद छूट, बिक्री प्रतियोगितायें, मुफ्त तोहफे एवं मुफ्त नमूनों का वितरण, कूपन, स्क्रेच योजना) के कारण ग्राहक स्वयं व्यापारी के पास पहुँचकर वस्तु की मांग करता है फलस्वरूप विक्रेता को उपभोक्ता को समझाने, उनकी आपत्तियों का निवारण करने एवं उन्हें क्रय करने हेतु प्रेरित करने की आवश्यकता नहीं पडती है।

विक्रय संवर्द्धन में उपभोक्ताओं तथा व्यापारियों को विभिन्न प्रोत्साहन एवं स्कीमे देकर विज्ञापन संदेश को विक्रय में बदला जा सकता है। इसके अतिरिक्त विक्रय संवर्द्धन योजनाओं में ग्राहकों को विज्ञापित वस्तुओं को प्रयोग करने एवं जाँच करने का अवसर प्राप्त हो जाता है परिणाम स्वरूप उपभोक्ता के मन में विज्ञापन के प्रति सन्देह दूर हो जाता है अतः विक्रय में सहायक होता है व इन्हें प्रभावशाली बनाता है।

(2) विक्रय में वृद्धि –

विक्रय संवर्द्धन के अन्तर्गत नमूनों / कूपनों का निःशुल्क वितरण किया जाता है, फैशन परेड का आयोजन, मूल्यों में छूट, विभिन्न प्रतियोगिता का आयोजन आदि किये जाते है। इन सभी प्रयासों को करने के परिणाम स्वरूप ग्राहकों का वस्तु की ब्राण्ड में विश्वास बढता है तथा वे अधिक वस्तुयें खरीदने के लिये प्रोत्साहित होते है जिससे विक्रय में वृद्धि होती है।

(3) प्रतिस्पर्धा पर विजय प्राप्त करना –

आज का युग प्रतिस्पर्धा का युग है। प्रतिस्पर्धा पर सफलता प्राप्त करने के लिये विक्रय संवर्धन की महत्वपूर्ण भूमिका है। विक्रय संवर्द्धन के नये–नये कार्यक्रमों के द्वारा संस्था अपनी प्रतिस्पर्धी कम्पनियों से आगे निकल जाती है।

(4) ख्याति में वृद्धि –

विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रमों के चलते रहने के कारण वस्तु के ब्राण्ड की लोकप्रियता बढती है और वह ब्राण्ड उपभोक्ताओं के मन में अपनी विशिष्ट पहचान बना लेता है जिससे संस्था की ख्याति में वृद्धि होती है।

(5) उपभोक्ताओं के ज्ञान एवं विश्वास में वृद्धि –

विक्रय संवर्द्धन क्रियाऐं प्रोत्साहन कार्यक्रमों का उपयोग कर उपभोक्ताओं को वस्तु के गुणों एवं उपयोग के बारे में जानकारी प्राप्त होती है साथ ही वस्तु के उपयोग के प्रति विश्वास पैदा होता है।

(6) नये बाजारों में प्रवेश –

विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रमों की सहायता से निर्माता अपनी वस्तु के लिये नये–नये बाजारों में आसानी से प्रवेश कर सकता है।

(7) लाभों में वृद्धि –

विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रमों की सहायता से ग्राहक अधिक माल खरीदने के लिये प्रेरित होते है फलस्वरूप विक्रय में वृद्धि होती है। विक्रय में वृद्धि होने से बढी हुई मांग को पूरा करने के लिये वृहद् स्तर पर उत्पादन करना पडता है। बडे पैमाने पर उत्पादन एवं बाह्रय मितव्यतायें प्राप्त होती है जिससे प्रति इकाई लागत में कमी आती है तथा लाभों में वृद्धि होती है।

(8) मध्यस्थो को अधिक सुविधायें –

विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रमों में उत्पादक मध्यस्थो को विभिन्न प्रकार की सुविधाएं देते है, जैसे– फुटकारी व्यापारी के नाम से विज्ञापन देना, दुकान की सजावट करना, मुफ्त वस्तुएँ एवं भेट देना आदि।

(9) जीवन स्तर में सुधार –

विक्रय संवर्द्धन कार्यक्रमों में उपभोक्ताओं को छूट प्राप्त होती है तथा उपभोक्ताओं को प्रति ईकाई लगात में कमी होने से वस्तु सस्ते मूल्य पर मिल जाती है परिणाम स्वरूप उपभोक्ता अधिक एवं विविध वस्तुएं खरीद पाते है और उनके जीवन स्तर में सुधार होता है।

विक्रय संवर्द्धन की विधियां

विक्रय संवर्द्धन का मुख्य उद्देश्य व्यापारियों को विक्रय के लिये व ग्राहकों को क्रय करने के लिये प्रेरित करना हैं विक्रय संवर्द्धन का क्षेत्र बहुत व्यापक है इसलिये विक्रय संवर्द्धन के लिये विभिन्न प्रकार के तरीकों को अपनाया जाता है। मोटे तोर पर विक्रय संवर्द्धन की विधियों को तीन आधारों पर वर्गीकृत किया जा सकता है। प्रथम उद्देश्य के आधार पर, द्वितीय, वस्तु के आधार पर, तृतीय, क्षेत्र के आधार पर।

उद्देश्य के आधार पर विक्रय संवर्द्धन की दो विधियाँ इस प्रकार है।

(A) उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ, (B) व्यापारी संवर्द्धन विधिया। इसी तरह वस्तु की प्रकृति के आधार पर भी विक्रय संवर्द्धन का दो भागों में वर्गीकृत किया जाता है– उपभोक्ता वस्तु संवर्द्धन विधियाँ एवं औद्योगिक संवर्द्धन विधियाँ। विक्रय क्षेत्र के आधार पर निर्माता देशी व्यापार विक्रय संवर्द्धन एवं निर्यात व्यापार विक्रय संवर्द्धन विधियों का उपयोग करते है। विक्रय संवर्द्धन की उपर्युक्त वर्गीकृत विधियाँ के विस्तार में जाना हमारे लिये अपेक्षित नहीं है अतः हम विक्रय संवर्द्धन की उक्त दो विधियों का विस्तार से अध्ययन करेंगे–

(A) उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ –

उपभोक्ता संवर्द्धन विधियाँ प्रत्यक्ष रूप से उपभोक्ताओं से सम्बन्धित होती है तथा उन्हें अधिकाधिक मात्रा में माल को क्रय करने के लिये प्रेरित करती है। इन संवर्द्धन विधियों को उपभोक्ता के निवास स्थान, कार्यालय अथवा मध्यस्थों की दुकानों पर क्रियान्वित किया जाता है। उपभोक्ता संवर्द्धन की प्रमुख विधिया इस प्रकार है–

1. मुफ्त नमूनों का वितरण–

किसी नये ब्रांड को बाजार में लाते समय संभावित ग्राहकों को वस्तु के मुफ्त नमूनों का वितरण किया जाता है। यह विक्रय संवर्द्धन का महत्वपूर्ण एवं प्रभावकारी उपाय है। नमूनों की सहायता से उपभोक्ता वस्तु के गुणों, प्रयोग, व उपयोगिता के सम्बन्ध में जांच परख कर सकता है तथा उसे खरीदने का निर्णय

ले सकता है। नमूनों का मुफ्त वितरण घर–घर जाकर अथवा कार्यालयों, दुकानों, चौराहों पर किया जा सकता है। डाक द्वारा भी संभावित ग्राहकों को नमूने भेजे जा सकते है।

आज के दवा विक्रेता डॉक्टरों को दवाइयाँ पुस्तक प्रकाशक शिक्षकों को पुस्तकें नमूने के रूप में देते है। डिटर्जेन्ट, सौन्दर्य प्रसाधन सामग्री एवं नये उत्पाद इस विधि से बेचे जाते है। नमूने वितरण में निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना चाहिये– (1) नमूने वस्तु का सही प्रतिनिधित्व करते हो। नमूने के सम्पूर्ण माल से भिन्न होने पर संस्था की ख्याति को ठेस लगने का भय रहता है। (2) नमूने आकर्षक एवं जाँच करने योग्य हो (3) नमूने पर 'विक्रय' के लिये नहीं अथवा 'नमूने' की प्रति' शब्द के अंकित करने चाहिये ताकि उसका दुरुपयोग नहीं हो।

(2) प्रतियोगिताएँ–

निर्माता उपभोक्ताओं को आकर्षित करने, नई वस्तु को बाजार में प्रस्तुत करने, प्रतिस्पर्धियों से आगे निकलने अथवा विक्रय में वृद्धि करने के लिये उपभोक्ताओं के लिये विभिन्न प्रतियोगिताओं का आयोजन करते है। प्रतियोगिता में सम्मिलित होने के लिये उपभोक्ता को क्रय की गई वस्तु का केशमेमों अथवा वस्तु की पैकिंग का कोई हिस्सा संलग्न करना होता है। प्रतियोगिता में विजयी रहने वाले ग्राहकों को नकद राशि, कम्पनी का उत्पाद अथवा विदेश घूमने एवं पाँच सितारा होटल में रूकने की सुविधा प्रदान की जाती है। प्रतियोगिताएँ इस प्रकार हो सकती है–

(1) वस्तु से सम्बन्धित अधूरा वाक्य पूरा करना – जैसे मैं विडियोकॉन टी.वी. प्रयोग करता/करती हूँ क्योंकि...।

(2) ग्राहकों को वस्तु का चित्र देकर वस्तु का शीर्षक अथवा नाम पूछना। सर्वश्रेष्ठ शीर्षक/नाम देने वाले को पुरस्कार दिया जाता है।

(3) वस्तु के बारे में नारा पूछना जैसे– जो ओके साबुन से नहाये....।

(4) उपभोक्ताओं से पहेलियों को हल करवाना

(5) वस्तु के बारे में ग्राहकों से पत्र लिखवाना, एस.एम.एस. लेना।

(3) घटे मूल्य पर विक्रय –

विशेष अवसरो पर जैसे दीपावली, संस्था का स्थापना दिवस, नववर्ष, गांधी जयन्ती आदि अवसरों पर निर्माता द्वारा उत्पाद को सूची में दिये गये मूल्य से कम मूल्य पर बेचता है। उदाहरण– एक जूता बनाने वाली कम्पनी द्वारा 50: तक की छूट अथवा एक कमीज निर्माता द्वारा 50+40 प्रतिशत की छुट। प्रचलन एवं फैशन से बाहर हो गई वस्तुओं एवं पुराने स्टॉक को बेचने का यह सर्वाधिक प्रचलित तरीका है।

(4) कूपन –

कूपन में उपभोक्ता को वस्तु खरीदने पर कीमत में छुट दी जाती है अथवा कुछ मुफ्त वस्तु दी जाती है। कूपन वस्तु की पैकिंग में रखे जा सकते है। अथवा अखबार में प्रकाशित किये जा सकते है। वस्तु को खरीदने के पश्चात् जब ग्राहक पैकिंग खोलता है तो उसमें से कूपन निकलता है। कूपन में दी गई राशि की ग्राहक को छुट मिल जाती है अथवा कूपन में अंकित वस्तु उसे मुफ्त में दी जाती है। राजस्थान पत्रिका, दैनिक भास्कर कूपन पद्धति का अपने पाठकों को बनाये रखने एवं उनका विस्तार करने में बखूबी उपयोगा कर रहे है। अगरबत्ती, चाय व साबुन निर्माता भी कूपन पद्धति का प्रयोग करते है।

(5) मेले एवं प्रदर्शनीया –

मेले एवं प्रदर्शनीया विक्रय संवर्द्धन का महत्वपूर्ण साधन है। इनमें वस्तुओं को विशेषरूप से सजाकर रखा जाता है तथा वस्तु से सम्बन्धित हैण्ड बिल अथवा साहित्य का मुफ्त वितरण भी किया जाता है। राष्ट्रीय पुस्तक मेला शू फेयर, स्वदेशी मेला, सहकारी वस्तुओं एवं हस्तशिल्प का मेला इसके प्रत्यक्ष उदारहण है।

(6) प्रिमियम –

प्रिमियम का अभिप्राय ग्राहक द्वारा कोई वस्तु खरीदे जाने पर निर्माता द्वारा अतिरिक्त वस्तु प्रदान किये जाने से है। प्रिमियम के कुछ उदाहरण निम्न प्रकार है – टूथ पेस्ट के पैकेट के साथ टूथ ब्रुश देना, पेन्सिल के पैकेट के साथ रबर देना, अगरबत्ती के पैकेट के साथ अगबती स्टैण्ड देना, टी.वी. खरीदने पर वी.सी.डी./डी.वी.डी. देना, वस्तु के साथ कूपन देना, पुरानी या उपयोग में लाई गई वस्तु के बदले कुछ कीमत लेकर नई वस्तु देना। प्रिमियम के कारण ग्राहक वस्तु को खरीदने के लिये प्रेरित होते है।

(7) अतिरिक्त यात्रा उपहार स्वरूप –

उत्पाद की अतिरिक्त मात्रा उपहार में देना। यह सामान्यतः सौन्दर्य प्रसाधन निर्माता उपयोग करते है। उदाहरण के लिये एक फेयर एण्ड लवली क्रीम पर 40: अतिरिक्त देना।

(8) क्रियात्मक प्रदर्शन –

इसमें निर्माता अपने शोरूम पर अथवा मेले प्रदर्शनी में वस्तु को उपयोग में लेने का प्रदर्शन करता है। तकनीकी प्रकृति की वस्तुओं का जैसे– टी.वी., रेफ्रीजरेटर, डीवीडी, कम्प्यूटर, मिक्सी, वांशिंग मशीन आदि को बेचने में इसका प्रयोग किया जाता है। इसके माध्यम से ग्राहकों के सन्देहों का निवारण हो जाता है तथा वह स्वयं भी वस्तु का प्रयोग करके देख सकता है।

(9) विक्रयोपरान्त सेवा–

इसमें विक्रेता उपभोक्ता को विक्रय के बाद निश्चित अवधि के लिये सेवा की गारन्टी देता है। इससे उस अवधि में ग्राहक वस्तु की देख–रेख, मरम्मत आदि के व्यय से बच जाता है। मशीन, पंखे, बाइक, स्कूटर, कार, फ्रिज आदि से विक्रयोपरान्त सेवा ग्राहकों को क्रय हेतु प्रेरित करने का महत्वपूर्ण तरीका है। ग्राहक उस कम्पनी के उत्पाद को खरीदना पसन्द करता है जिसकी विक्रयोपरान्त सेवा अच्छी है।

(10) पैकेजिंग –

आकर्षक एवं सुन्दर पैकेजिंग ग्राहकों को वस्तु क्रय करने के लिये प्रेरित करती है तथा वस्तु की कीमत, ब्राण्ड गुण आदि के बारे में सूचनाये प्रदान करती है।शीशे या प्लास्टिक के डिब्बे वाली चाय एवं खाद्य तेलों की अधिक बिक्री का कारण उनकी पैकेजिंग ही है।

B. व्यापारी संवर्द्धन विधियाँ –

व्यापारी संवर्द्धन विधियों से तात्पर्य उन विधियों से है जो मध्यस्थों (थोक व्यापारी, फुटकर व्यापारी आदि) को अधिकाधिक माल का क्रय करने एवं उसे विक्रय करने के लिये प्रोत्साहित करती है। विपणन की सफलता मध्यस्थों पर निर्भर करती है। अतः उत्पादक मध्यस्थों को प्रेरित करने के लिये

(1) विक्रय प्रतियोगितायें –

व्यापारियों की अधिक माल बेचने के लिये प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से प्रतियोगितायें आयोजित की जाती है। इसमें सर्वाधिक विक्रय प्रतियोगिता सर्वश्रेष्ठ विक्रेता प्रतियोगिता, काउन्टर सजावट प्रतियोगिता आदि का आयोजन किया जाता है। विजेता व्यापारियों एवं विक्रेताओं को निर्माता द्वारा पुरूस्कार दिये जाते है।

(2) भत्ते–

निर्माता मध्यस्थों का सहयोग प्राप्त करने केलिये उन्हें विभिन्न प्रकार के भत्ते देता है जिनमें से प्रमुख निम्न है–

(I) क्रय भत्ता–

यह भत्ता व्यापारी द्वारा एक निश्चित अवधि में निश्चित मात्रा का माल क्रय करने पर निर्माता द्वारा दिया जाता है। उदाहरण के लिये 150000 रूपये का माल एक साथ खरीदने पर

(ii) वस्तु भत्ता–

जब व्यापारी केवल एक ही निर्माता द्वारा वस्तु भत्ता दिया जाता है। उदाहरणार्थ, विभिन्न कम्पनियों के कपड़े रखने के स्थान पर केवल बाम्बे डाइंग का कपडा रखने पर माल भत्ता

(iii) विज्ञापन भत्ता –

विज्ञापन भत्ता से आशय व्यापारी द्वारा किये जा रहे विज्ञापन का कुछ खर्चा निर्माता द्वारा वहन किये जाने से है।

(iv) सजावट भत्ता–

इसमें व्यापारी द्वारा सजावट पर किये जा रहे व्यय का कुछ भाग निर्माता द्वारा वहन किया जाता है। वस्तुओं को सुन्दर तरीके से सजाकर रखने से ग्राहक दुकान की ओर आकर्षित होते है।

(3) सभायें एवं सम्मेलन –

निर्माता विक्रय संवर्द्धन हेतु व्यापारियों की सभाये एवं सम्मेलन समय–समय पर आयोजित करते है। सभा एवं सम्मेलन से मध्यस्थ अपनी समस्यायें निर्माता के सामने रखते है तथा आपसी विचार – विमर्श द्वारा इन समस्याओं का समाधान खोजा जाता है। सभा एवं सम्मेलन में निर्माता नवीन परिवर्तनों की जानकारी देता है तथा विक्रय नीति को स्पष्ट करता है। इस प्रकार के आयोजन से निर्माता एवं व्यापारियों में पारस्परिक सहयोग बढता है जो विक्रय संवर्द्धन में सहायक होता है।

(4) प्रशिक्षण–

मेडिकल रिप्रजेन्टेटिव (दवा निष्क्रियता) वित्तिय कम्पनियों एवं इलेक्ट्रोनिक उत्पाद कम्पनियों के विक्रयकर्ताओं की कार्यप्रणाली यह स्पष्ट करती है कि प्रशिक्षण विक्रय संवर्द्धन में बहुत उपयोगी होता है निर्माता अपने मध्यस्थोंए वं विक्रेताओं की वस्तु के सम्बन्ध में सामान्य तथा विशिष्ट प्रशिक्षण देते है। सामान्य प्रशिक्षण में विक्रय कला, व्यापार नीति एवं कार्य प्रणाली का ज्ञान कराया जाता है। विशिष्ट प्रशिक्षण तकनीकी वस्तुओं के सम्बन्ध में दिया जाता है जिसमें विक्रय कला एवं व्यापार नीति के साथ–साथ उत्पाद के तकनीकी एवं संचालन सम्बन्धी पहलुओं की जानकारी दी जाती है।

(5) फैशन शो–

निर्माता व्यापारियों द्वारा विक्रय की जाने वाली वस्तुओं का प्रचार करने के लिये फैशन शो आयोजित करते है। फैशन शो में वस्तुओं को नवीनतम एवं आकर्षक तरीकों के साथ प्रस्तुत किया जाता है ताकि ग्राहक इन वस्तुओं को क्रय करने के लिये प्रेरित हो सके। परिधान, आभूषण एवं वाहन निर्माताओं द्वारा समय–समय पर फैशन शो आयोजित किये जाते है।

(6) व्यापारी प्रीमियम –

निर्माता द्वारा व्यापारियों को एक निश्चित मात्रा में अथवा निश्चित मूल्य की वस्तुयें बेचने पर अथवा एक साथ बड़ी मात्रा में माल क्रय करने पर प्रिमियम के रूप में मूल्यवान वस्तु जैसे टी.वी. चांदी का सैट आदि निःशुल्क दिये जाते है।

(7) विशिष्ट सेवायें –

निर्माता व्यापारियों को साख सुविधायें, वापस क्रय गारण्टी एवं मरम्मत सुविधायें प्रदान कर उन्हें अधिक माल विक्रय करने के लिये प्रोत्साहित कर सकता है। निर्माता निश्चित अवधि केलिये व्यापारियों को उधार क्रय की सुविधा प्रदान करते है। इससे मध्यस्थों को पूंजी की व्यवस्था करने की चिन्ता नहीं रहती है। इसी तरह निर्माता वितरकों एवं व्यापारियों को विक्रय अथवा वापस की सुविधा प्रदान करते है। विक्रेता माल बेचने का प्रयास करते है। विशिष्ट सेवाओं में व्यापारी विक्रय संवर्द्धन का एक अन्य उपाय है– मरम्मत सुविधायें प्रदान करना। इसमें निर्माता वस्तु के खराब होने पर उसे व्यापारी के विक्रय स्थल पर ही ठीक मरम्मत करता है।

(8) प्रबन्धन सहायता –

निर्माता मध्यस्थों को नवीन प्रबन्ध तकनीकों, सरकारी–नीतियो, वित्तिय प्रबन्ध, विक्रय प्रबन्ध, संस्था की सजावट, ग्राहकों की आपत्तियों के निराकरण सम्बन्धी मामलों पर जानकारी एवं सलाह देता हे। इससे व्यापारियों की कार्यक्षमताओं में सुधार होता है, तथा वे धन का अनुकूलतम उपयोग कर पाते है।

महत्वपूर्ण बिन्दु

विक्रय संवर्द्धन का आशय उन अनियमित विक्रय प्रयासों से है जो उपभोक्ताओं को अधिक क्रय करने तथा व्यापारी को अधिक प्रभावशाली ढंग से वस्तुओं का विक्रय करने के लिये प्रोत्साहित करती हे। यह विज्ञापन, वैयक्तिक विक्रय तथा

विक्रय संवर्द्धन का महत्व –

(1) विज्ञापन एवं वैयक्तिक विक्रय की प्रभावशीलता में वृद्धि (2) विक्रय में वृद्धि (3) प्रतिस्पर्धा में विजय प्राप्त करना (4) ख्याति में वृद्धि (5) उपभोक्ताओं के ज्ञान एवं विश्वास में वृद्धि (6) नये बाजारों में प्रवेश (7) लाभों में वृद्धि (8) मध्यस्थों को अधिक सुविधायें (9) जीवन स्तर में सुधार

विक्रय संवर्द्धन की विधियाँ के प्रकार

विक्रय संवर्द्धन की विभिन्न विधियां है जिन्हें हम मोटे रूप से उपभोक्ता सवंर्द्धन विधियां एवं व्यापारी संवर्द्धन विधियों के रूप में वर्गीकृत कर सकते है।

(अ) उपभोक्ता संवर्द्धन विधियां –

(1) मुफ्त नमूनों का वितरण (2) प्रतियोगिताएँ (3) मूल्य पर विक्रय (4) कूपन (5) मेले एवं प्रदर्शनियाँ (6) प्रिमियम (7) अतिरिक्त मात्रा उपहार स्वरूप (8) क्रियात्मक प्रदर्शन (9) विक्रयोपरान्त सेवा (10) पैकेजिंग

(ब) व्यापारी संवर्द्धन विधियां –

(1) विक्रय प्रतियोगिताएं (2) भत्ते– क्रय भत्ता, वस्तु भत्ता, विज्ञापन भत्ता, सजावट भत्ता (3) सभाये एवं सम्मेलन (4) प्रशिक्षण (5) फैशन शो (6) व्यापारी प्रिमियम (7) विशिष्ट सेवायें (8) प्रबन्धन सहायता

अभ्यास प्रश्न

अतिलघूत्तरात्मक प्रश्न

प्र.1 विक्रय संवर्द्धन से क्या आशय है?

प्र.2 उपभोक्ता संवर्द्धन विधियों में से किन्हीं चार का नामोल्लेख कीजिये?

प्र.3 व्यापारी संवर्द्धन विधियों में से किन्हीं चार का नामोल्लेख कीजिये?

प्र.4 उपभोक्ता संवर्द्धन विधि से क्या समझते है?

प्र.5 व्यापारी संवर्द्धन विधि से आप क्या समझते है?

प्र.6 विक्रय संवर्द्धन के महत्व के कोई दो बिन्दुओं का उल्लेख कीजिये?

प्र.7 उपभोक्ता संवर्द्धन की प्रतियोगिता विधि को स्पष्ट कीजिये?

लघूत्तरात्मक प्रश्न

प्र.1 विक्रय संवर्द्धन से विक्रय में वृद्धि होती है। स्पष्ट कीजिय?

प्र.2 विक्रय संवर्द्धन के महत्व किन्हीं पांच बिन्दुओं का वर्णन कीजिये?

प्र.3 व्यापारी संवर्द्धन की विधियों के किन्हीं पांच बिन्दुओं का वर्णन कीजिये?

प्र.4 उपभोक्ता संवर्द्धन की विधियों के किन्हीं पांच बिन्दुओं का वर्णन कीजिये?

निबन्धात्मक प्रश्न

प्र.1 विक्रय संवर्द्धन से आप क्या समझते है? उपभोक्ता संवर्द्धन की विधियों का वर्णन कीजिये?

प्र.2 व्यापारी संवर्द्धन से क्या आशय है? व्यापारी संवर्द्धन विधियों का वर्णन कीजिये?

प्र.3 विक्रय संवर्द्धन क्या है? इसके महत्व को समझाइये?

प्र.4 विक्रय संवर्द्धन की विधियों का वर्णन कीजिये?