



বকিরয় বৃদ্ধির বাস্তবসম্মত কছি কৌশল

লখেক: এস. এম. দদারুল হাসান | প্রকাশতি: 26 July 2026, 01:34 AM | বিভাগ: সলেস



আমরা যাঁরা সলেস এবং মার্কটেং নিয়ে কাজ করি তাঁদেরে সবসময় ভাবনা থাকে বকিরয় বৃদ্ধি নিয়ে। যদিও আমরা বকিরয় বৃদ্ধির কথা বলি, বাস্তবিক অর্থে ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানগুলো সব সময় চিন্তা করে রভেনিডি বা আয় বৃদ্ধি নিয়ে। দিনশেষে একটি প্রতিষ্ঠানের টকি থাকা নরিভর করে ধারাবাহিক বকিরয় বৃদ্ধি ওপর। বকিরয় বৃদ্ধি তথা রভেনিডি বৃদ্ধিই একটি প্রতিষ্ঠানের টকি থাকার মৌলিক ধারণা বা ফান্ডামেন্টাল কনসপেট। যদি কোনো প্রতিষ্ঠানের আয়ের চয়ে ব্যয় বেশি হয় তাহলে দীর্ঘময়াদে ওই প্রতিষ্ঠান টকি থাকতে পারে না। প্রতিষ্ঠানের ব্যয় বাড়বে এটাই স্বাভাবিক। কিন্তু পাশাপাশি প্রতিষ্ঠানকে আয় বৃদ্ধির পথ তরৈকিরতে হবে। আয় বৃদ্ধির জন্য প্রতিষ্ঠানকে প্রতিনিয়ত বকিরয় বৃদ্ধির চেষ্টা করতে হয়। এ কারণে ব্যবসা জগতে একটি সাধারণ প্রশ্ন করা হয় আপনার ব্যবসার মডলে কী বা বজিনসে মডলে কী। আসলে এই প্রশ্ন দ্বারা বুঝে নেওয়ার চেষ্টা করা হয় প্রতিষ্ঠানের রভেনিডি আসার উপায়গুলো কী;

আরও সাবলীল ভাষায় বললে রভেনিডি'র মডলে কী। অর্থাৎ প্রতীষ্ঠান কীভাবে টাকা উপার্জন করবে। এখান থেকে দনিশেষে আমরা বুঝে নতি পাবি রভেনিডি মডলে মান হচ্ছ বক্রিয় বৃদ্ধি কৌশল কী। আমরা জানি পণ্যভিত্তিক ব্যবসায় (সবো-সংক্রান্ত নয়) আয় একটি জায়গা থেকেই আসতে পারে আর স্টেইচ্ছ পণ্য বক্রি বক্রিয় বৃদ্ধি হাজারো কৌশল আছে বা থাকতে পারে যমেন, বেশে দোকানে বক্রিকিরা, কম সংখ্যক দোকান বা বড় দোকানে বেশে বক্রি (বাজারে সরো ২০ শতাংশ বা ২৫ শতাংশ দোকানে ৭০ শতাংশ-৮০ শতাংশ পণ্য বক্রিকিরা), নতুন পণ্য উন্নয়ন, নতুন বাজার সৃষ্টি বা একই পণ্যের ভিন্ন ভিন্ন ব্যবহার খুঁজে বের করা এবং এর প্রচারণার ব্যবস্থা ইত্যাদি।

একটি কোম্পানি যখন নিয়মিত পণ্য বক্রিরি পরিমাণ বৃদ্ধি করার চেষ্টা অব্যাহত রাখে তখন একটি পর্যায়ে ওই কোম্পানির পণ্য বক্রিরি পরিমাণ বৃদ্ধি পতে থাকে। এটি এমন নয় যে একদিনে বা রাতারাতি পণ্য বক্রিরি পরিমাণ বড়ে যাবে। বক্রিয় বৃদ্ধি কাজটি আসলে ধীরে ধীরে করতে হয়। প্রতিনি অল্প অল্প করে পণ্য বক্রিরি পরিমাণ বাড়ানোর চেষ্টা করতে হয়। অল্প পরিমাণ বক্রি বৃদ্ধি পলেই কয়েকদিনে স্টো বড় আকার ধারণ করে। সপ্তাহ শেষে ওই পরিমাণ আরকেটু বড় হয়। মাস শেষে আরও বৃদ্ধি পায়। প্রতিনি অল্প বক্রিয় বৃদ্ধি ব্যাপারটি বা পরিকল্পনাটি যখন আমরা সপ্তাহ শেষে দেখে তখন দেখা যাবে বক্রিরি পরিমাণ ভালোই বৃদ্ধি পেয়েছে। যখন এক মাস শেষে দেখে তখন দেখা যাবে বক্রিরি পরিমাণ আগের চেয়ে অনেক বেশি মনে হচ্ছ। তনি মাস পর, ছয় মাস পর যখন আমরা হিসাব করব তখন দেখা যাবে ওই পরিমাণটা আরও বৃদ্ধি পেয়েছে। এভাবে প্রতিনি অল্প বক্রিয় বৃদ্ধি ব্যাপারটি বা পরিকল্পনাটি যখন এক বছর শেষে বক্রিরি পরিমাণ হিসাব করব তখন দেখা যাবে অল্প পরিমাণ বৃদ্ধি চেষ্টাই এক সময় অনেক বড় পরিমাণে পরিণত হয়েছে। এটিকে আমরা এক বছরের সাথে আরকে বছরের তুলনা করেও দেখতে পারি। তখন আমরা দেখতে পাবো বক্রিরি পরিমাণ অন্যান্য বছর থেকে কীভাবে বৃদ্ধি পাচ্ছে। বক্রিয় বৃদ্ধি জন্য প্রতিনি টার্গেট করতে হয়। এটি এমন নয় যে বছরে একবার টার্গেট করে হঠাৎ করেই বক্রি বাড়িয়ে ফেলো সম্ভব। বক্রিয় বৃদ্ধি করতে হলে নতুন নতুন কৌশল গ্রহণ করতে হয়, প্রতিনি টার্গেট করে অল্প অল্প পরিমাণ বাড়ানোর চেষ্টা করতে হয়। এভাবেই একসময় বক্রিরি পরিমাণকে অনেক বড় পরিসরে নিয়ে যাওয়া সম্ভব। এটাই বক্রিয় বৃদ্ধি ফান্ডামেন্টাল নচার বা মৌলিক প্রকৃতি।

প্রশ্ন হতে পারে গ্রোথ কেনে এত গুরুত্বপূর্ণ। প্রথমত, প্রতীষ্ঠানকে টিকে থাকতে হলে গ্রোথ প্রয়োজন। পণ্যবাজার সবসময় প্রত্যাগতিয় পূর্ণ। তাই এখানে টিকে থাকতে হলে গ্রোথের কোনো বক্রিপ নই। যদি কেউ এটা না করে তাহলে তাঁর প্রতীষ্ঠান একসময় বাজার থেকে হারিয়ে যাবে। একজন বখিাত নৃ-বজ্জিগানী একটি উক্তিরেছিলে “আজকে তুমি যখনে দাঁড়িয়ে আছো ঠিক ওই একই জায়গায় আগামী দনি দাঁড়িয়ে থাকতে হলে আজকের থেকে আরও অধিক পরিমাণে চেষ্টা করতে হবে”- কারণ আমি যদি গতকালের মতো আজকে কাজ করি এবং আজকের মতো আগামী দনি কাজ করি তাহলে আমার গতি একই থাকবে কিন্তু আমার পছনে যে আছে তনিহিতো আরও গতিশীল হয়ে আমাকে পছনে ফেলে সামনে

চলে যাবে। ফলে আমাআমার অবস্থানে থাকতে পারবো না। বিষয়টিঅনেকেটা এরকম, আমকিোনো দৌঁড় প্রতযোগিতায় সপ্তম স্থানে থেকে দৌঁড়াচ্ছি দখো গলে যে ব্যক্তি নিবম বা দশম স্থানে আছে সে আরও জোরে দৌঁড়াচ্ছে। ফলে আমাকে যখন ছাড়িয়ে যাবে তখন আমার অবস্থান আর সপ্তম থাকবে না। আমি তখন অষ্টম বা আরও পছনে চলে যাবো। এ কারণে নিজের বর্তমান অবস্থান ধরে রাখতে হলেও আগরে চয়ে অধিক পরিমাণে কাজ করতে হবে। অধিক পরিশ্রম করতে হবে। অধিক পারফরমেন্স দেখাতে হবে। দ্বিতীয়ত, প্রতবিহর কোম্পানরি পরিচালন ব্যয় বৃদ্ধি পায়। এই ব্যয় বৃদ্ধির নানাবধি কারণ রয়েছে। প্রতবিহর কর্মচারীদের বতেন বৃদ্ধি পায়। প্রতবিহর কর্মচারীদের বোনাস দিতে হয়। বোনাসের পরিমাণও বৃদ্ধি পায়। আনুষঙ্গিক অন্যান্য খরচ বৃদ্ধি পায়। নানাবধি কারণে প্রতষ্ঠানকে ব্যয়ের পরিমাণ বাড়তে হয়। এই ব্যয়ের সাথে প্রতষ্ঠানরে আয় বাড়ানো প্রয়োজন। বলা যতে পারে এটি অপরহির্য়। আরও কারণ রয়েছে। যমেন - একজন কর্মীর জীবনযাপন ব্যয় প্রতবিহর বৃদ্ধি পায়। এর সাথে যদি তাঁর আয় বৃদ্ধি না পায় তাহলে ওই কর্মীকে প্রতষ্ঠানে ধরে রাখা সম্ভব নয়। কারণ তখন কর্মীর মধ্যে প্রষণা কাজ করে না। কর্মী কর্মদেদীপনা হারিয়ে ফেলেন। কর্মীর মধ্যে বর্ণিতা চলে আসে। দনিশেষে কর্মীর উৎপাদনশীলতা হ্রাস পায়। উৎপাদনশীলতা কমে গেলে পণ্যরে উৎপাদন ব্যয় বৃদ্ধি পায়। ফলে বেড়ে যায় পণ্যরে বক্রয় মূল্য। এই অবস্থায় প্রতষ্ঠান প্রতযোগিতা মোকাবলো করতে পারে না। প্রতষ্ঠানে কর্মীদের মনোবল ঠিকি রাখার জন্য, কর্মদেদীপনা ধরে রাখার জন্য, প্রতষ্ঠানরে প্রতি আনুগত্য বাড়ানোর জন্য তাঁদের বতেন, বোনাস এবং অন্যান্য আরথকি সুবিধা বৃদ্ধি করা প্রয়োজন। এ কারণে প্রতষ্ঠানরে আয় না বাড়লে কর্মীদের পছনে এই ব্যয়গুলো করা সম্ভব নয়। আর আয় বৃদ্ধির জন্যই প্রয়োজন বক্রয় বৃদ্ধি করা। তবে এখানে আরকেটি বিষয় মনে রাখতে হবে যে পরিমাণ ব্যয় বৃদ্ধি পাবে বা পাচ্ছে তার চয়ে অধিক পরিমাণে কর্মীর আয় বাড়তে হবে। যদি সটো না হয় তাহলে দনিশেষে কর্মীর অবস্থা আগরে চয়ে খারাপরে দকি চলে যাবে। তখন কর্মীর জীবনমান খারাপ হবে। তাঁর মধ্যে বর্ণিতা কাজ করবে। তাই কর্মীকে প্রষণা দেওয়ার জন্য, কাজরে প্রতি আরও আগ্রহী করে তোলার জন্য, কাজরে গুণগত মান বৃদ্ধির জন্য অবশ্যই ব্যয় অপেক্ষা আয়রে পরিমাণটা বাড়িয়ে দিতে হবে। তবে হ্যাঁ আমরা একটি জায়গায় এখনও ভুল করি। আমরা মনে করি একজন কর্মী নিয়োগ দলি সে ভালোভাবে কাজ করবে। বিষয়টি তমেন নয়। একজন বক্রয়কর্মীর জন্য ট্রেনিংয়ের কোনো বকিল্প নহে। বাস্তবতা হলো আমাদের দশে ট্রেনিংয়ের পছনে কোম্পানিগুলো বনিয়োগ করতে চায় না। একজন কর্মীকে প্রশকিষণ দিয়ে তরৈকিরে তাঁর নকিট থেকে আমরা ভালো আউটপুট আশা করতে পারি কনিতু তাঁকে গড়ে না তুলে একই ধরনরে কাজ আশা করা ঠিকি নয়, এটি সম্ভবও নয়। তাই সলেস এর পরিমাণ বৃদ্ধি করতে হলে সলেস টমিরে পছনে বনিয়োগ করতে হবে। প্রশকিষণরে জন্য বনিয়োগ করতে হবে।

এফএমসজি, এনজিও, ব্যাংক, এনবএফআই এবং এ জাতীয় প্রতষ্ঠানরে সলেস ডভিশিনে যাঁরা কাজ করে তাঁদের সবসময় বক্রি বাড়ানোর জন্য কাজ করতে হয়। প্রতটি প্রতষ্ঠানরে বক্রয়কর্মীরা ফ্রন্টলাইনরে সোলজার নামে পরিচিতি। প্রতষ্ঠানরে সলেস টমিকে বলা হয় প্রতষ্ঠানরে লাইফলাইন।

একথা যমেন ঠিকি, তমেনা ঠিকি এই সেক্টরে কাজ করা অত্যন্ত চ্যালেঞ্জিং। সলেসরে প্রথমই নজিকে কর্তোর কাছে বকিরি করতে হয়, নজিরে আচার-আচরণ, বাচনভঙ্গি, কথাবার্তা সব কিছুই কর্তোকে আকৃষ্ট করতে হয়, তারপর পণ্যের মাধ্যমে পশোদারী বকিরি কার্যক্রম গড়ে তুলতে হয়। বকিরিকর্মীকে অবশ্যই সবসময় বকিরি টার্গেট অর্জনরে চেষ্টা করার মানসিকতা থাকতে হয়। সলেস টমিরে একজন সদস্যকে প্রতিনিয়িত তাঁর নজিরে রেকর্ড ভেঙে কাজ করতে হয়। তাঁকে প্রতিনিয়িত নজিরে সাথে যুদ্ধ করতে হয়। প্রতিনিয়িত নজিরে গড়া রেকর্ড ভাঙতে হয়। গতকাল থেকে আজকে আরকেটু বেশি কাজ করতে হয়। গতকাল যদি আট ঘণ্টা কাজ করে, আজকে তাঁকে সলেস বাড়ানোর জন্য আগরে চয়ে একটু বেশি কাজ করতেই হবে। হতে পারে সটো এক ঘণ্টা বা আধা ঘণ্টা বেশি। গতকাল যতগুলি দোকান ভিজিট করছে আজকে অন্তত দুটি দোকান বেশি ভিজিট করতে হবে, অন্যথায় দেখা যাবে বকিরি পরিমাণ বৃদ্ধি পাবে না। সলেসম্যান যদি দোকান বৃদ্ধি করতে না পারে তাহলে অবশ্যই বর্তমানে যতগুলি দোকানে পণ্য সরবরাহ করছে সেখান থেকে বাছাই করে এমন কয়েকটি দোকান খুঁজে বের করতে হবে যেখানে অন্তত দুটি করে বেশি পণ্য বকিরি করা যাবে। অর্থাৎ আমি যদি কোনো দোকানে ২০০ গ্রামরে পাঁচটি দুধের প্যাকেট বকিরি করি তাহলে আমাকে অবশ্যই সব মিলিয়ে ওই দোকানে এক হাজার গ্রাম অপেক্ষা বেশি বকিরি চেষ্টা করতে হবে। এই বেশি বকিরি করতে গিয়ে এমনও হতে পারে ৬টি ২০০ গ্রামরে প্যাকেট বকিরি করতে হবে অথবা ২০০ গ্রামরে পাশাপাশি ৫০০ গ্রামরে একটি বকিরি করতে হবে কিংবা ৩০০ গ্রামরে পাঁচটি বকিরি করতে হবে বা ২০০ গ্রামরে তিনটি, ৪০০ গ্রামরে একটি, ৫০০ গ্রামরে একটি বকিরি করতে হবে। অর্থাৎ গতকাল যা বকিরি করছে তার চয়ে বেশি বকিরি করতে হবে। আর এই কাজগুলো করতে গিয়েই সবসময় কাজরে একটি চাপ অনুভব করতে হয় আমাদের বা যারা সলেস-মার্কেটে-এ কাজ করছে তাঁদের। এই চাপ অনেকে উপভোগ করে, আবার অনেকে করতে পারে না। যারা উপভোগ করে তাঁদের সংখ্যা খুব বেশি একথা বলার অবকাশ নেই। বরং অনেকেই এটিকে একটি চাপ মনে করে। যে কারণে দেখা যায় আমাদের দেশরে অনেকে ছলেমেয়ে উচ্চশিক্ষা লাভ করার পরে এই পশোয় সহজে আসতে চায় না। তবে একথাও ঠিকি এই পশোয় ভালো করতে পারলে তাঁর জীবনরে উত্থান এবং সফলতা অন্য যে কোনো পশো অপেক্ষা অনেকে অনেকে বেশি হয়।

আমাদের দেশে অনেকে দোকান আছে যেখানে দেখা যায় একই পণ্য প্রতীবির একই সংখ্যায় রাখার চেষ্টা করে। যমেন একটি দোকান হয়তো কোনো কোম্পানির চপিস সব সময় একই পরিমাণে রাখে। হতে পারে সটো পাঁচ ডজন। বকিরি বৃদ্ধির কৌশল হিসেবে তখন চেষ্টা করতে হবে ওই দোকানে ছয় ডজন বা আরও বেশি কিংবা অন্তত সাড়ে পাঁচ ডজন চপিস বকিরি করার। অনেকে দোকানে প্রোডাক্টরে সকল লাইন রাখতে চায় না। সেক্ষেত্রে দোকানে অন্য লাইনরে প্রোডাক্ট দেওয়ার চেষ্টা করতে হবে। অনেকে দোকানে একই কোম্পানির সকল ধরনরে পণ্য রাখতে চায় না। আবার একই ধরনরে সকল পণ্যও রাখে না। যমেন চপিস এর মধ্যে ভিন্নতা থাকলেও সকল ধরনরেটা রাখে না। সেক্ষেত্রে চেষ্টা করতে হবে সকল ধরনরে চপিস ওই দোকানে দেওয়ার জন্য। অর্থাৎ দোকানদারকে সংখ্যা বা ক্যাটাগরির মধ্যে আবদ্ধ

রাখা যাবে না। সলেসম্মানকে একই দোকানে অন্যান্য পণ্য বা পরমাণে অধিক পণ্য বক্রিরি চেষ্টা করতে হবে। তাহলে দেখা যাবে তাঁর পণ্য বক্রিরি পরমাণ বৃদ্ধি পাবে। অনেকে সময় আচরণগত দকি থেকেও দোকানদারকে প্রভাবিত করা যায়। দোকানদারের সাথে প্রতদিনের সাক্ষাৎ কভাবে হচ্ছে তার ওপর নির্ভর করে দোকানে বক্রিরি পরমাণ কমে হতে পারে। এজন্য কিছু পরীক্ষিত বক্রিয় কৌশল আছে যমেনঃ

১। সলেস কল বা কার্যকরী সলেস কল বৃদ্ধিকরা

২। অবজকেশন হ্যান্ডলেং বা অভয়োগ সামলানোর মাধ্যমে বক্রিয় বৃদ্ধি

৩। আপ-সলেং - আপ-সলেং বক্রি একটি বক্রিয় কৌশল যা বক্রিয়কর্মী তাঁর ক্রতাদরেকে আরও বশে দামি পণ্য ক্রয়েরে জন্ম উৎসাহিত করে।

৪। ক্রশ-সলেং - বর্তমানে ক্রস-সলেং বক্রিয় কৌশলও একটি জনপ্রিয় কৌশল। এখানে একজন ক্রতো যে পণ্য ক্রয় করেছে তার সাথে সম্পর্কিত অন্য একটি পণ্য ক্রতাকে ক্রয় করতে অনুপ্রাণিত করা। যমেন যে চায়ের দোকানদার টি-ব্যাগ প্রতিনিয়িত বক্রিকর, তাঁর কাছে টি ব্যাগের সাথে একটি বস্কুট বা এক প্যাকটে চনি দিয়ো যতে পারে।

৫। পুশ সলেং/পুল সলেং

৬। রঞ্জ সলেং- বক্রিয় বৃদ্ধির অন্যতম কৌশল হলো সকল সগেমেণ্ট হতে পণ্য বক্রিয় করা। এখানে যতবশে সংখ্যক এসকইউ বক্রিকরা যায় তত ভালো। যদি ক্রাশ মমেতে ২০ টি পণ্য বা এসকইউ থাকে তবে একটি সিঙ্গলে দোকানে ১ থেকে ২০ পর্যন্ত সমস্ত ২০ টি এসকইউ বক্রিকরার লক্ষ্য নতি হয়।

৭। ফ্র্যাশন সলেং: এটি হচ্ছে, সবসময় যসেব দোকানে এক কার্টন বা এক কজে পণ্য বক্রিকরা হয় সখোনে এক কার্টনের সাথে আরও ৪ টি বা ৬ টি বাড়তি পণ্য বক্রিকরা হয়।

একজন সলেসপারসন তাঁর ব্যবহার এবং আচরণ দিয়ে বক্রিয় বৃদ্ধির ক্ষেত্রে ইতিবাচক ভূমিকা রাখতে পারে। তিনি কভাবে দোকানদারের সাথে কথা বলছেন তার ওপর নির্ভর করে তাঁর প্রতি ওই দোকানদার কমে মনোভাব দেখাবে। সলেসপারসন দোকানদারের সাথে একটি হাসি দিয়ে বা সালাম দিয়ে অথবা অন্য কোনো আইকনিকি সম্বল দিয়ে আলাপ-আলোচনা শুরু করতে পারে। এটি অত্যান্ত গুরুত্বপূর্ণ বিষয় আমি দোকানদারের মনোযোগ প্রথমই কভাবে আকর্ষণ করতে চাই। আমার অ্যাপ্রোচ যদি দোকানদারের কাছে ইতিবাচক মনে হয়, আমার আচরণিকি বিষয়টিকে সহজভাবে, ইতিবাচকভাবে গ্রহণ করে তাহলে খুব সহজেই আমি তাঁর মনোযোগ আকর্ষণ করতে সক্ষম হবো। এ কারণে সলেস এ যারা কাজ

করে তাঁদের সবসময় খয়োল রাখতে হয় বডলিযাংগুয়ে সংক্ৰান্ত জ্ঞানরে প্রতী বডলিযাংগুয়ে কোনে ক্ষেত্রে কমে হওয়া উচিত এই জায়গাটিতে যদি সিলেস এর লোক কোনো ভুল করে তাহলে সেখান থেকে ভালো ফল পাওয়া তাঁর জন্য কঠিন হবে। ইংরেজিতে একটি কথা আছে “মর্নিং সৌজ দ্য ডে”- এ কারণে প্রথমই একজন সিলেসপারসনকে চিন্তা করতে হবে কভাবে তিনি তাঁর ক্রতোর মনোযোগ ইতিবাচকভাবে আকর্ষণ করতে পারে।

বক্রিয়কর্মীকে সবসময় ইতিবাচক দৃষ্টিভিগ্গসিম্পন্ন হতে হবে। তাঁকে সবসময় একটু অধিক পরিমাণে কাজ করার মনোভাব রাখতে হবে। গতকাল তিনি যে পরিমাণ কাজ করেছেন আজকে তার চেয়ে একটু বেশি কাজ করার ইচ্ছা তাঁর মনে আগে থেকেই ঠিক করা থাকলে অতিরিক্ত কাজ কখনো তাঁর নিকট কঠিন বা কষ্টকর মনে হবে না। কিন্তু বাস্তবতা হলো আমাদের দেশের সিলেস টমি বা সিলেস ডিভিশনে যারা কাজ করেন তাঁদের মধ্যে অনেকে কখনো কখনো বক্রিয়রে আমলাতান্ত্রিক কাজে জড়িয়ে মূল কাজ থেকে দূরে সরে যান বা মাঠ-পর্যায়ে নজর রাখতে পারেন না। বক্রিয়কর্মীকে সবসময় সনিয়রদের নিকট থেকে পরামর্শ নেওয়ার চেষ্টা করতে হবে। এটি হতে পারে তাঁর নিজ প্রতীষ্ঠানের সনিয়রদের নিকট থেকে, পরামর্শের উৎস হতে পারে অন্যান্য প্রতীষ্ঠানের সমপর্যায় বা উর্ধ্বতন কর্মকর্তা বা মেন্টর। কাজ শেষে বাড়ি ফরো এবং পরিবারকে সময় দিয়ে নিজের মন এবং শরীরকে প্রফুল্ল রাখতে হবে যেন পরের দিন কাজের একটি উদ্যম তিনি নিজের মধ্যেই খুঁজে পান। কখনো কখনো তিনি নিজেকে অন্যান্য কাজের সাথে সম্পৃক্ত রাখতে পারেন যা তাঁর মনের মধ্যে সজীবতা জাগিয়ে তুলতে পারে। অনবরত কাজ করা কংবা অতিরিক্ত কাজের মধ্যে ডুবে থাকা কখনো কখনো বর্ষিতার জন্ম দিতে পারে বা কাজকে চাপ মনে হতে পারে। এ কারণে তাঁকে দেখতে হবে কাজ ছাড়া আর কী করলে তাঁর মনের মধ্যে প্রফুল্লতা আসে এবং তাঁকে ওই ধরনের কাজের সাথে বা পরিশেষে সাথে নিজেকে সম্পৃক্ত করতে হবে যেন তাঁর কর্মসূহা আরও বেড়ে যায়।

সিলেসকে বলা হয় আরটস এবং সাইন্স। কারণ সিলেসপারসন বা বক্রিয়কর্মী একটি দোকানে যাওয়ার পর যত্নে দোকানদারের সাথে তাঁর ভাব বিনিময় হয় সেটা একটি বক্রিয়কর্ম সম্পন্ন করার ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। এটি হতে পারে সালাম দিয়ে, হতে পারে হাসি দিয়ে বা হতে পারে অন্য কোনোভাবে। যত্নেই তাঁর সাথে সাক্ষাৎপর্বটী শুরুর হোক না কেন এটি একটি ভালো অর্ডার প্রাপ্তির ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। দোকানদার ব্যস্ত থাকলে কথা বলার জন্য অপেক্ষা করতে হয়। দোকানদার যখন ফ্রি হবে বা কাস্টমার চলে যাবে তখনই দোকানদারের সাথে কথা বলার সঠিক সময়। এ কারণে একজন বক্রিয়কর্মীকে সবসময় খয়োল রাখতে হয় কোন সময় কী কথা বলা যাবে, কোন সময় কী কথা বলা যাবে না বা ঠিক হবে না। একজন সিলেসপারসনের পণ্য সম্পর্কে জ্ঞান, তাঁর আচরণ, ইতিবাচক দৃষ্টিভিগ্গা, ভয়জে টোন এবং আনুষঙ্গিক আরও কিছু বিষয় মিলেই ক্রতোর নিকট তাঁর গ্রহণযোগ্যতা তৈরি হয়। এই গ্রহণযোগ্যতাই তাঁর পণ্য বক্রিরি পরিমাণ বাড়াতো সহায়তা করে। আর এগুলোই হচ্ছে আরটস। আবার একজন সিলেসপারসন হয়তো প্রতিনি ৪০ টি দোকান ভিজিট করে। বক্রিরি পরিমাণ

বৃদ্ধির জন্য তাঁকে ৪০ এর জায়গায় ৪২ বা ৪৫টি দোকান ভিজিটি করতে হবে। এভাবে সংখ্যায় হিসাব করার কারণে সলেসকে বলা হচ্ছে সাইন্স। রুট পরিকল্পনা, সময় ববিচেনা, পরিকল্পনাসহ অন্যান্য প্রতটি ক্ষেত্রে কৌশলগত-বজিঞানভিত্তিকি ববিচেনা করে একজন সলেসপারসন কভিাবে তাঁর টাইম ম্যানজেমেন্ট করবে, কভিাবে স্বল্প সময়ে অধিকি পরমাণে কাজ করবে, কভিাবে তাঁর কাজেরে উৎকর্ষতা বৃদ্ধি করবে এই বিষয়গুলো খুঁজে বের করা, বিষয়গুলো নিয়ে চিন্তা করা, বিষয়গুলো বাস্তব ক্ষেত্রে প্রয়োগ করা এসবই হচ্ছে সাইন্স বা বজিঞান।

© 2026 আপনার নডিজ পোর্টাল। সর্বস্বত্ব সংরক্ষিত।

এই প্রতবিদেনটি আমাদরে ওয়েবসাইট থেকে ডাউনলোড করা হয়েছে।