

[1] પ્રાસ્તાવિક :

દરેક ધંધાદારી એકમ કોઈ ને કોઈ રીતે વેચાણ વધારવાનો પ્રયાસ હંમેશાં કરતું જ હોય છે.

[2] વેચાણવૃદ્ધિની વ્યાખ્યા અને અર્થ :

વેચાણવૃદ્ધિ એટલે વેચાણ વધારવા માટે લેવામાં આવતાં પગલાં. કેટલીક વાર આ શબ્દ જાહેરાત અને અંગત વેચાણનું સંકલન તેમને વધુ અસરકારક બનાવવાના જે વેચાણ પ્રયત્નો કરવામાં આવે છે તેનું સૂચન કરે છે.

[3] વેચાણવૃદ્ધિનું મહત્ત્વ :

1. ઉત્પાદકોની દૃષ્ટિએ મહત્ત્વ : (1) મોટા પાયા પર ઉત્પાદન ઉત્પાદન ખર્ચ ઘટે - નફો વધે. (2) ઉત્પાદક-ગ્રાહક વ્યક્તિગત સંપર્ક વધે છે. (3) કાયમી ગ્રાહક વર્ગ મળે. (4) વેચાણતંત્ર જાગ્રત રહે. (5) સંસ્થાની શાખ પ્રતિષ્ઠા વધે.

2. ગ્રાહકોની દૃષ્ટિએ મહત્વ : (1) ભેટ સાથે વસ્તુની જાણકારી મળે. (2) કિંમત ઘટે. (3) રુચિ મુજબની વસ્તુઓ મળે. (4) વિજ્ઞાપનથી વર્તમાનપત્રો અને મેગેઝિનો સસ્તાં મળે.

[4] વેચાણવૃદ્ધિની પદ્ધતિઓ મુખ્યત્વે ત્રણ પદ્ધતિઓ :

1. સેલ્સમેનો દ્વારા વેચાણવૃદ્ધિ : મુખ્ય માર્ગો-(1) ઉત્તેજન વેતન પ્રથાનો ઉપયોગ. (2) યોગ્ય સમયે, યોગ્ય જગ્યાએ બઢતી. (3) સેલ્સમેનો સાથે પેઢી અંગત સંપર્ક રાખે. (4) સેલ્સમેનોને મદદરૂપ થાય તેવું વેચાણ-સાહિત્ય પૂરું પાડવું. (5) વેચાણ ક્ષેત્ર-વેચાણ વિસ્તાર નક્કી કરવા. (6) વેચાણ-કવોટા નક્કી કરવો. શ્રી કેન્ફીલ્ડના શબ્દો. (7) વેચાણ સ્પર્ધાઓનું આયોજન કરી ઇનામો આપવાં. (8) વેચાણ-પરિષદો અને સંમેલનો યોજી તેમાં મુક્ત ચર્ચા કરવાની તક આપવી.

આ વિવિધ પદ્ધતિઓના ઉપયોગમાં ધ્યાનમાં એ રાખવાનું કે જો તમે તમારા માણસને સારી રીતે સાચવશો તો તમારો માણસ તેનાથી બનતું બધું જ કરી છૂટશે. જેમ સંતુષ્ટ ગ્રાહક એ સેલ્સમેનની સર્વશ્રેષ્ઠ મૂડી છે. તેમ સંતુષ્ટ સેલ્સમેન એ કોઈ પણ ઔદ્યોગિક કે વેપારી એકમની અમૂલ્ય અસ્કયામત છે.

2. વેપારીઓ અને વિતરકો દ્વારા વેચાણવૃદ્ધિ : એલ. કે. જહોન્સનનું મંતવ્ય-ઉત્પાદકની વેચાણવૃદ્ધિની યોજનાઓની સફળતા કે નિષ્ફળતાનો મુખ્ય આધાર તેનો માલ ફરી વેચવામાં વેપારીઓ અને વિતરકોની સફળતા પર છે. મુખ્ય રીતો : (1) સંચાલકીય સલાહ આપવી. (2) વેચાણ સહાયક સાધનો આપવાં. (3) વાતાયન પ્રદર્શનની સગવડ કરી આપવી. ટાઉનસેન્ડનો અભિપ્રાય - 'વાતાયન પ્રદર્શન લગભગ દરેક વ્યક્તિની નજરે ચડે છે.' (4) આંતરિક ગોઠવણી માટે નિષ્ણાતો મોકલવા. (5) જાહેરાત દ્વારા મદદ કરવી. (6) વેચાણવિષયક તાલીમ આપવી. (7) વેચાણ-પરિષદ કે વેચાણસંમેલનમાં હાજર રહેવાનું નિમંત્રણ આપવું. (8) વેચાણસ્પર્ધાઓનું આયોજન કરવું. (8) જાંગડ વેચાણની સગવડ આપવી. (10) ઉદાર વેચાણ-શાખની શરતો ઉદાર રાખવી. (11) માલ પાછો રાખવાની સગવડ આપવી. આ ઉપરાંત, વ્યક્તિગત સ્પર્શ ધરાવતા પત્રો, કમિશન કે વટાવની આકર્ષક શરતો, મેળો કે પ્રદર્શનમાં સ્ટોલની વ્યવસ્થા, સારું વેચાણસાહિત્ય પૂરું પાડવું વગેરે રીતો દ્વારા પણ સહકાર મેળવી વેચાણ વધારી શકાય.

3. ગ્રાહકો દ્વારા વેચાણવૃદ્ધિ : મુખ્ય યોજનાઓ-(1) કામચલાઉ ભાવઘટાડો આપવો. (2) ભેટયોજના અમલમાં મૂકવી. (3) ઇનામી સ્પર્ધાઓનું આયોજન કરવું. (4) પત્રવ્યવહાર મારફત સંપર્ક સાધવો. (5) વસ્તુની દેખાડની વ્યવસ્થા કરવી. (6) મફત નમૂનાઓ આપવા. મેનાર્ડ અને બેકમેનનું વિધાન : 'વેચાણવૃદ્ધિના એક માધ્યમ તરીકે નમૂનાઓનો ઉપયોગ એવા મનોવૈજ્ઞાનિક સિદ્ધાંત પર આધારિત છે કે વસ્તુનો ઉત્તમ સેલ્સમેન વસ્તુ પોતે જ છે.' (7) હપતા અને ભાડાપદ્ધતિની સગવડ (8) વિજ્ઞાપન દ્વારા અપીલ. (9) કારખાનું જોવાનું નિમંત્રણ. (10) ફિલ્મો દ્વારા વસ્તુની ઉપયોગિતા અને ગુણધર્મો સમજાવવા. (11) ફરિયાદનો સંતોષકારક નિકાલ કરવો.

[5] વેચાણવૃદ્ધિની યોજનાનું આયોજન :

વેચાણવૃદ્ધિ વિતરકો કે ગ્રાહકો મારફત કરવી છે તેની સ્પષ્ટતા જરૂરી છે.

નાણાકીય વ્યવસ્થામાં અને તેના ઉપયોગ વિશે આયોજન થવું જોઈએ. બિનજરૂરી ખર્ચ પર અંકુશ, તુલનાત્મક ફાયદો આપે તેવા માધ્યમની પસંદગી.

વેચાણવૃદ્ધિ માટે જરૂરી કાર્યવાહીનું ઘડતર અને કાર્યનું યોગ્ય સંકલન.

[6] વેચાણવૃદ્ધિ પદ્ધતિઓનો અમલ અને તપાસ :
વેચાણવ્યવસ્થાપકે અમલ ને તપાસ માટે નિરીક્ષણની વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ.
ખામીભરેલી પદ્ધતિ દૂર કરવી જોઈએ. સતત પ્રયત્નશીલ અને જાગૃત રહેવું જોઈએ.

[1] પ્રાસ્તાવિક :

વિશ્વના ઝડપી પલટાતા પ્રવાહોમાં વેચાણને વિશાળ ફલક પર - મૂકવામાં બજાર સંશોધનનો ફાળો મહત્વપૂર્ણ છે. બજારક્રાંતિનો યુગ.

[2] અર્થ અને વ્યાખ્યા :

ગ્રાહકોની ટેવો, તેની અભિરૂચિ અને તેમના વલણનો અભ્યાસ એટલે બજાર સંશોધન. અમેરિકન માર્કેટિંગ એસોસિયેશનની વ્યાખ્યા. બજાર સંશોધન એ એક વૈજ્ઞાનિક પ્રક્રિયા છે.

[3] બજાર સંશોધનના હેતુઓ :

મુખ્ય હેતુઓ - (1) શું વેચવું ? (2) ક્યારે વેચવું ? (3) ક્યાં વેચવું ? (4) કેવી રીતે વેચવું ? તે જાણી નફો કમાવાનો છે. બીજી રીતે કહીએ તો વસ્તુ-બજાર-વેચાણ પદ્ધતિ અને વિજ્ઞાપનને લગતા હેતુઓ. શ્રી પી. ડી. કન્વર્સનાં મત મુજબ હેતુઓ (1) થી (10).

[4] બજાર સંશોધનનું કાર્યક્ષેત્ર અને વ્યવસ્થાતંત્ર :

ઉત્પાદન પાસેથી માલ કે સેવા ગ્રાહકો સુધી પહોંચે ત્યાં સુધીના તમામ તબક્કાઓના પ્રશ્નોનો બજાર સંશોધનના કાર્યક્ષેત્રમાં સમાવેશ થાય છે. જેમાં મુખ્યત્વે નીચેની બાબતો ઉલ્લેખનીય છે. 1. વસ્તુ અંગેનો અભ્યાસ, (1) થી (6) 2. બજાર અંગેનો અભ્યાસ (1) થી (5) 3. વેચાણનીતિ અને પદ્ધતિ અંગેનો અભ્યાસ (1) થી (4) 4. હરીફાઈ અંગેનો અભ્યાસ (1) થી (4). સાધન-સંપત્તિ કંપનીઓ પોતાના વ્યવસ્થાતંત્રમાં બજાર સંશોધન વિભાગ અલગ રાખે છે. મધ્યમ અને નાના કદની કંપનીઓ બજાર સંશોધન કાર્ય શૈક્ષણિક સંસ્થાઓના સહકારથી કરે છે.

[5] બજાર સંશોધનની ઉપયોગિતા - મહત્વ - ફાયદાઓ :

બજાર સંશોધનની ધંધાની વેચાણક્રિયાના રેડિયોલોજી કે પેથોલોજી સાથે સરખામણી - ધંધાની યોગ્ય અને વાજબી આંતરિક સ્થિતિનું દર્શન - 1. બજાર અંગે; 2. ગ્રાહકો અંગે; 3. વસ્તુ અંગે; 4. વેચાણ અંગે; 5. કિંમત અંગે; 6. વિજ્ઞાપન અંગે; 7. વિતરણ અંગે; 8. હરીફાઈ અંગે. 'જરૂરિયાત સંતોષવી એ અઘરું નથી, પણ જરૂરિયાત ઊભી કરવી એ અઘરું છે.' શ્રી જી. એચ. બાહલ.

[6] બજાર સંશોધનની મર્યાદાઓ :

ગેરફાયદાઓ : 1. ખર્ચાળ, 2. વિલંબકર્તા, 3. ગલત પરિણામો, 4. નિષ્ણાતોનો અભાવ, 5. ઉપસંહાર. શ્રી જહોન જ્યુક.

[7] પેઢીના ધ્યેય સાથે વેચાણ અભિવૃદ્ધિ સંકલન :

પ્રાસ્તાવિક - અર્થ - વ્યાખ્યા - હેતુ (1) માહિતીસંચાર (2) ઉત્તેજન (3) ગ્રાહકોને નિમંત્રણ (4) બજાર સંશોધન (5) હરીફાઈ પ્રતિકાર (6) પ્રલોભનો (7) પ્રતિષ્ઠા. મહત્વ - મર્યાદા - સંકલન.

[8] ઔદ્યોગિક માલ-સેવાની વેચાણ વૃદ્ધિનું મિકેનિઝમ :

પ્રોડક્ટ બ્રાંડ પોઝીશનીંગના માપદંડો : (i) કંપનીની પ્રતિષ્ઠાને આધારે (ii) પ્રોડક્ટના લક્ષણોને આધારે (iii) પ્રોડક્ટ કેટેગરીને આધારે (iv) પ્રોડક્ટના ફાયદાને આધારે (v) પ્રોડક્ટ વપરાશનો પ્રસંગ અને સમયને આધારે

ગ્રાહકોનું વલણ :

- (i) વપરાશી વસ્તુના ગ્રાહકોનું વલણ
- (ii) ઔદ્યોગિક પેદાશના ગ્રાહકોનું વલણ

[9] વિકસિત દેશોમાં વેચાણવૃદ્ધિ :

- (1) ઉજ્જવળ ભવિષ્ય ગ્લોબલ એકાઉન્ટિંગ ફર્મનો અભિપ્રાય
- (2) યુનિ. ઑફ પેન્સેલ્વેનિયાના મતે ભારતના વિકાસના 5 મુદ્દા.
- (3) વિશ્વભરમાં ભારતીય મલ્ટીનેશનલનો ડંકો વાગશે. ભરત ઝુનઝુનવાલા કારણ ભારતીય સોશિયલ એન્જિનિયરિંગ.
- (4) વિશ્વના ઇન્વેસ્ટરો (FII) ભારતને સેઈફ ઇન્વેસ્ટમેન્ટ હેવન ગમે છે - સુરેશ કે. શાહ
- (5) ઇન્ડિયન શાઈનિંગ - હાર્વર્ડ સ્કૂલ ઑફ બિઝનેસ મેનેજમેન્ટના ડીન તરીકે નીતિન નહોરિયાની નિમણૂક
- (6) એપ્રિલ, 2010 ભારતની આયાતમાં આઠ અબજ ડોલરનો વધારો.

[10] વેચાણવૃદ્ધિ નિર્ણયો - વ્યૂહરચના :

વેચાણવૃદ્ધિ કાર્યક્રમનું આયોજન - (1) વેચાણવૃદ્ધિ અંદાજપત્ર (2) કોને ઉત્તેજન પૂરું પાડવું (3) ઉત્તેજનનું પ્રમાણ (4) ઉત્તેજનની શરતો (5) ઉત્તેજન વિતરણનું માધ્યમ (6) ઉત્તેજન માટેનો શ્રેષ્ઠ સમય (7) ઉત્તેજન સમયગાળો વેચાણવૃદ્ધિ - કાર્યક્રમનો અમલ અને તપાસ