

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

Allama Iqbal Open University Solved Assignments Spring 2026

Course Code:	200 Code
Course Name:	گھریلو مصنوعات کی فروخت
Class:	Matric
Total Credit Hours	6
Total Assignments	4

گھریلو مصنوعات کی فروخت، گیس پیپرز، کتابیں اور خلاصے حاصل کرنے کے لیے رابطہ کریں واٹس ایپ نمبر: 03036940016

نوٹ: ہم طلبہ کے لیے جامع اور معیاری تعلیمی خدمات فراہم کرتے ہیں۔ ہماری خدمات میں علامہ اقبال اوپن یونیورسٹی کے حل شدہ اسائنمنٹس، گیس پیپرز، سابقہ پرچے، تازہ ملازمتوں کی معلومات، آن لائن سی وی تیار کرنا، ملازمت کے لیے درخواست دینا، یونیورسٹی داخلوں میں رہنمائی اور درخواست جمع کروانا شامل ہیں۔ اس کے علاوہ یونیورسٹی سے متعلق طلبہ کے ہر قسم کے تعلیمی اور رہنمائی کے کام میں مکمل تعاون فراہم کیا جاتا ہے تاکہ طلبہ کو ایک ہی جگہ پر تمام ضروری سہولیات میسر آسکیں۔



واٹس ایپ گروپ جوائن کرنے کے لیے سامنے دیے گئے لنک پر کلک کریں۔



واٹس ایپ چینل جوائن کرنے کے لیے سامنے دیے گئے لنک پر کلک کریں۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

Assignment 3

سوال نمبر 1: مصنوعات دکھانے کے فائدے تحریر کریں۔

جواب:

مصنوعات دکھانے (Product Demonstration) سے مراد ہے کہ فروخت کار گاہک کے سامنے مصنوعات کو کھول کر، استعمال کر کے، یا اس کی خصوصیات کو عملی طور پر پیش کرے۔ یہ سیلز کا ایک بہت مؤثر طریقہ ہے۔ اس کے درج ذیل 10 بڑے فائدے ہیں:

1. اعتماد میں اضافہ:

جب گاہک مصنوعات کو اپنی آنکھوں سے دیکھتا ہے، ہاتھ سے چھوتا ہے، اور اسے چلا تے ہوئے دیکھتا ہے تو اس کا اعتماد بڑھ جاتا ہے۔ خیالی وعدوں سے کہیں زیادہ طاقتور اثر ہوتا ہے۔

2. تمام حواس کو مشغول کرنا:

آپ گاہک کو دکھا، سنا، چھوا، سو گھ کر (اگر ممکن ہو) پوری طرح مصنوعات سے متعارف کروا سکتے ہیں۔ مثال: ایک کھانے کی مصنوعات دکھانے کے ساتھ اس کی خوشبو بھی دکھائی جاسکتی ہے۔

3. اعتراضات کا فوری جواب:

جب گاہک کوئی اعتراض کرتا ہے، تو آپ وہیں مصنوعات کا ایک حصہ کھول کر جواب دے سکتے ہیں۔ مثلاً گاہک کہے کہ یہ موٹا لگتا ہے۔ آپ اسے دکھائیں کہ اس موٹائی کی بدولت یہ گرم رکھتا ہے۔

4. فروخت کا امکان بڑھ جاتا ہے:

اعداد و شمار بتاتے ہیں کہ مصنوعات دکھانے کے بعد فروخت ہونے کا امکان 70٪ تک بڑھ جاتا ہے، جبکہ صرف بتانے سے یہ 20٪ رہ جاتا ہے۔

5. مقابلہ سے امتیاز:

اگر حریف صرف باتیں کرتے ہیں اور آپ اصل چیز دکھاتے ہیں تو آپ فائدے میں رہتے ہیں۔ گاہک یاد رکھتا ہے کہ فلاں کمپنی نے مجھے اصل چیز دکھائی تھی۔

6. گاہک کی دلچسپی برقرار رہتی ہے:

باتیں سنتے سنتے گاہک بور ہو سکتا ہے لیکن جب عملی نمائش شروع ہوتی ہے تو اس کی توجہ واپس آ جاتی ہے۔

7. مصنوعات کی پیچیدہ خصوصیات کو آسان بنانا:

کچھ مصنوعات کی خصوصیات زبانی سمجھنا مشکل ہوتی ہیں (مثلاً سافٹ ویئر کا کوئی فنکشن)۔ دکھا کر آپ اسے 1 منٹ میں سمجھا سکتے ہیں۔

8. گاہک کو "ملکیت کا احساس" دینا:

جب گاہک مصنوعات ہاتھ میں لے کر اسے گھمائے، پلٹائے، استعمال کرے۔ تو ذہنی طور پر وہ اسے اپنا سمجھنے لگتا ہے۔ اس کے بعد الگ ہونا مشکل ہوتا ہے۔

9. جذباتی تعلق پیدا کرنا:

مصنوعات کا عملی استعمال دیکھ کر گاہک کے جذبات جاگتے ہیں (خوشی، سہولت، تحفظ)۔ یہ جذبات اسے خریداری پر آمادہ کرتے ہیں۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

10. گاہک کی رائے فوری حاصل کرنا:

نمائش کے دوران گاہک جو باتیں کرے گا (مثلاً "یہ بینڈل بہت چھوٹا ہے") اس سے آپ کو مستقبل میں مصنوعات بہتر بنانے کا موقع ملتا ہے۔

مثال:

فرض کریں آپ ایک نیا جو سرنیچ رہے ہیں۔ اگر صرف بتائیں کہ "یہ تیز اور صاف کرنا آسان ہے" تو گاہک یقین نہیں کرے گا۔ لیکن اگر آپ اسے ایک سیب ڈال کر دکھائیں کہ 5 سیکنڈ میں جوس نکل جاتا ہے اور پھر بلیڈ نکال کر دکھائیں کہ پانی سے دھو ڈالو۔ تو گاہک فوراً متاثر ہو گا۔

نتیجہ: مصنوعات دکھانا کسی بھی فروخت کار کا سب سے طاقتور ہتھیار ہے۔ اسے ہمیشہ استعمال کریں جہاں ممکن ہو۔

سوال نمبر 2: اچھے اشتہار کی خوبیاں تفصیل سے تحریر کریں۔

تفصیلی جواب:

اشتہار (Advertisement) کاروبار کی آواز ہوتا ہے۔ ایک اچھا اشتہار لوگوں کو متوجہ کرتا ہے، دلچسپی پیدا کرتا ہے، اور عمل پر آمادہ کرتا ہے۔ ایک مؤثر اشتہار میں درج ذیل خوبیاں ہونی چاہئیں:

1. توجہ حاصل کرنے والا: (Attention-Grabbing)

پہلے 3 سیکنڈ میں اشتہار کو دیکھنے والے کی توجہ اپنی طرف کھینچنا ضروری ہے۔ اس کے لیے:

- شاندار عنوان 2-6: (Headline) الفاظ میں بڑا وعدہ یا دلچسپ سوال۔ مثال: "کیا آپ مہنگے بلوں سے پریشان ہیں؟"
- متضاد رنگ یا حرکت: اخبار میں رنگین باکس، ٹی وی پر اچانک تیز آواز یا کٹ۔
- مشہور شخصیت: کوئی معروف اداکار یا کھلاڑی۔

2. سادگی اور وضاحت: (Simplicity & Clarity)

لوگ پیچیدہ اشتہار کو نظر انداز کر دیتے ہیں۔

- ایک وقت میں ایک ہی پیغام دیں۔
- مشکل الفاظ سے بچیں، عام فہم زبان استعمال کریں۔
- فونٹ بڑا اور صاف پڑھنے کے قابل ہو۔
- مثال: "ایک گولی، ساری بیماری دور" سادہ ہے۔ "ہماری ملٹی وٹامن تھراپی آپ کے مینا بولڈ کم کوریگولیٹ کرتی ہے" پیچیدہ ہے۔

3. مختصر اور جامع: (Concise)

لوگ گھنٹوں اشتہار نہیں دیکھتے۔ ریڈیو اور ٹی وی کے اشتہار 15-30 سیکنڈ ہوتے ہیں۔ اخبار کے اشتہار چند سطریں۔

- ضروری معلومات: کیا، کیوں، کتنا، کہاں ملے گا۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.pakistanipoint.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

غیر ضروری تفصیلات چھوڑیں۔

4. یاد رکھنے کے قابل: (Memorable)

ایک اچھا اشتہار لوگوں کے ذہن میں دنوں یا مہینوں بے شمار ہوتا ہے۔ کیسے؟

• **جنگل: (Jingle)** ایک سادہ دھن والا نغمہ (مثال: "ٹک ٹک چائے والا، ٹک ٹک بسکٹ والا")۔

• **نعرہ: (Slogan)** مختصر جملہ (مثال: "کھائے بغیر بھوک نہیں جاتی")۔

• **مخصوص کردار یا علامت:** میک ڈونالڈ کا مسخرہ، کینجین جوس بونی۔

5. قائل کرنے والا: (Persuasive)

محض معلومات دینا کافی نہیں، گاہک کو حرکت میں لانا ہے۔ قائل کرنے کے لیے:

• **فوائد بتائیں:** صرف خصوصیات نہیں بلکہ وہ کیسے گاہک کی زندگی بہتر بنائیں گے۔

• **سماجی ثبوت: (Social Proof)** دس لاکھ خواتین اسے استعمال کرتی ہیں۔

• **کمی: (Scarcity)** محدود وقت، صرف 100 پیسے۔

6. ایماندار اور سچا: (Honest)

جھوٹے اشتہارات قانوناً جرم ہیں اور کمپنی کی شہرت تباہ کر دیتے ہیں۔

• وعدہ اس قابل پورا کریں جو مصنوعات کر سکتی ہے۔

• جھوٹے حروف میں پڑھنے والے کو دھوکہ نہ دیں۔

• نمونے یا ٹرائل کی پیشکش کریں۔

7. مقصد کے مطابق: (Targeted)

آپ کا اشتہار ان لوگوں کو دکھانا چاہیے جو مصنوعات خرید سکتے ہیں۔

• اگر پروڈکٹ بچوں کے لیے ہے تو کارٹون چینل پر دو۔

• اگر بڑوں کے لیے ہنگامی گھڑی ہے تو کاروباری میگزین میں دو۔

• سوشل میڈیا پر عمر، جنس، دلچسپی کے مطابق ہدف بنائیں۔

8. جذباتی اپیل: (Emotional Appeal)

لوگ اکثر جذبات کی بنیاد پر خریدتے ہیں، پھر عقلی جواز ڈھونڈتے ہیں۔

• **خوشی:** خاندان کا ہنسا، کھیلنا۔

• **خوف:** دانتوں کے گرنے کا ڈر دکھا کر پیسٹ بیچنا۔

• **حیثیت:** امیر لوگوں والی گاڑی۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](http://MrPakistani.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- محبت: ماں بچے کو دودھ پلاتی ہے۔

9. مناسب وقت اور جگہ: (Right Time, Right Place)

- سردیوں سے پہلے ہیٹر کا اشتہار دو، گرمیوں میں نہیں۔
- صبح کے وقت ناشتے سے متعلق اشیاء کا اشتہار دو۔
- سوشل میڈیا پر وہ گھنٹے گھنٹے جب آپ کے گاہک آن لائن ہوں۔

10. عمل پر آمادہ کرنے والا: (Call to Action - CTA)

ہر اشتہار کا اختتام واضح ہدایت پر ہو:

- "ابھی فون کریں 0300..."
- "ویب سائٹ وزٹ کریں"
- "اگلے 10 منٹ میں آرڈر کریں اور مفت ڈیلیوری پائیں"
- "اس کوپن کے ساتھ آئیں اور 20% چھوٹ حاصل کریں"
- بغیر CTA کے اشتہار ادھورا ہے۔

خلاصہ: ایک اچھے اشتہار میں AIDA ہونا چاہیے:

- (Attention توجہ)
- (Interest دلچسپی)
- (Desire خواہش)
- (Action عمل)

ان تمام خوبیوں کو یکجا کر کے ایک ایسا اشتہار بنایا جاسکتا ہے جو نہ صرف دیکھا جائے بلکہ یاد رکھا جائے اور اس پر عمل کیا جائے۔

سوال نمبر 3: مصنوعات دکھانے سے پہلے فروخت کار کو کن معلومات کا علم ہونا چاہیے؟ نیز یہ بھی تحریر کریں کہ گاہک کیوں چیز خریدنا چاہتا ہے؟

تفصیلی جواب:

حصہ اول: مصنوعات دکھانے سے پہلے فروخت کار کے لیے ضروری معلومات

فروخت کار کو اگر کامیاب نمائش کرنی ہے تو اسے مندرجہ ذیل معلومات کا مکمل علم ہونا چاہیے۔ ان میں سے کسی ایک کی کمی نمائش کو ناکام بنا سکتی ہے۔

1. مصنوعات کی مکمل خصوصیات: (Features)



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- اس کا سائز، وزن، رنگ، مواد، ٹیکنالوجی۔
- یہ کیسے کام کرتی ہے؟ (مشینری ہو تو انجن، سرکٹ کی بنیادی سمجھ)۔
- اس کی کیا حدود ہیں؟ (مثال: یہ پانی میں نہیں ڈبو نا)۔
- اس کی دیکھ بھال کیسے کریں؟

2. مصنوعات کے فوائد: (Benefits)

خصوصیات سے زیادہ اہم فوائد ہیں۔ آپ کو معلوم ہونا چاہیے کہ یہ خصوصیت گاہک کو کیسے فائدہ دیتی ہے۔

- مثال: "اس کی بیٹری 5000mAh ہے" (خصوصیت) → "آپ دو دن تک بغیر چارج کیے فون چلا سکتے ہیں" (فائدہ)۔
- ہر خصوصیت کے مقابل ایک فائدہ بتانے کے لیے تیار رہیں۔

3. قیمت اور ادائیگی کے اختیارات:

- اصل قیمت اور کوئی ڈسکاؤنٹ / آفر۔
- قسطوں کی سہولت ہے؟ کتنے مہینے؟ کتنی ڈاؤن پیمنٹ؟
- کیش، کارڈ، موبائل اکاؤنٹ، آن لائن ٹرانسفر۔ کون سے طریقے چلتے ہیں؟
- کوئی چھپے ہوئے چارجز (ٹیکس، شپنگ)؟

4. مقابلہ کی مصنوعات کا علم:

آپ کو اندازہ ہونا چاہیے کہ مارکیٹ میں ایسی ہی دوسری مصنوعات کیا ہیں، ان کی قیمت کیا ہے، اور وہ آپ کی مصنوعات سے کمزور کیوں ہیں۔

- مثال: "مارکیٹ میں X برانڈ کی قیمت کم ہے لیکن اس میں یہ فیچر نہیں ہے، اور وارنٹی صرف 1 سال ہے جبکہ ہماری 3 سال"۔
- کبھی بھی حریف کی برائی نہ کریں، صرف فرق بتائیں۔

5. وارنٹی، گارنٹی اور ریفرنڈ پالیسی:

- کیا چیز کوڑ ہے؟ کیا چیز کوڑ نہیں؟
- وارنٹی کا دعویٰ کیسے کریں؟ کون سے مراکز ہیں؟
- رقم واپسی کی مدت کتنی ہے؟ کیا شرائط ہیں؟
- یہ معلومات گاہک کے تحفظ کے احساس کے لیے ضروری ہیں۔

6. گاہک کے بارے میں پہلے سے معلومات: (Customer Profile)

اگر ممکن ہو تو نمائش سے پہلے جاننے کی کوشش کریں:

- گاہک کی عمر، جنس، پیشہ، آمدنی کا اندازہ۔
- اس نے ماضی میں کیا خریدا؟ کیا وہ وفادار گاہک ہے؟



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں MrPakistani ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

مثال: ڈش واش برتن خود دھو لیتا ہے، ریڈی میڈ کھانا پکانے کی محنت نہیں، آن لائن شاپنگ گھر بیٹھے سہولت۔

فروخت کار کا کام: بتائیں کہ یہ چیز گاہک کا کتنا وقت، محنت اور پیسے بچائے گی۔

4. خوشی اور لطف: (Pleasure & Enjoyment)

بہت سی خریداریاں محض لذت کے لیے ہوتی ہیں۔

مثال: چاکلیٹ، آئس کریم، ویڈیو گیم، نئی کار، چھٹیوں کا بیچ۔

فروخت کار کا کام: مثبت جذبات پیدا کریں، تصور دلوائیں کہ یہ چیز انہیں کتنی خوشی دے گی۔

5. حیثیت اور مقام: (Status & Recognition)

کچھ خریداریاں دوسروں کو متاثر کرنے یا اپنی حیثیت ظاہر کرنے کے لیے ہوتی ہیں۔

مثال: مہنگی گھڑی، برانڈ ڈجوتے، بڑی گاڑی، آئی فون، ڈیزائنر کپڑے۔

فروخت کار کا کام: مصنوعات کو پرہیزگار، خاص اور ممتاز کے طور پر پیش کریں۔ دکھائیں کہ یہ صرف امیر یا کامیاب لوگ ہی استعمال کرتے ہیں۔

اضافی محرکات:

ڈرائیو: (Fear) اگر آپ یہ نہیں خریدو گے تو نقصان ہو گا (مثلاً سیٹ بیلٹ، انشورنس)۔

معاشی بچت: (Saving Money) ڈسکاؤنٹ، سیل، کوپن۔

معاشرتی اثر: (Social Influence) دوست نے خرید تو میں بھی خریدوں گا۔

نتیجہ:

فروخت کار کو مصنوعات دکھانے سے پہلے ان تمام معلومات کو پڑھ لینا چاہیے۔ اور نمائش کے دوران وہ گاہک کے محرکات کو پہچان کر اپنی باتیں انہی محرکات کے مطابق ڈھالے۔ مثال: اگر گاہک

حیثیت کے لیے خرید رہا ہے تو آپ سستی اور بچت کی باتیں کر کے اسے ہیزار نہ کریں۔

سوال نمبر 4: کاروبار کے فروغ کے اوصاف مفصل لکھیں۔

تفصیلی جواب:

کاروبار کے فروغ (Business Promotion) سے مراد وہ تمام سرگرمیاں ہیں جو کسی کاروبار کو بڑھانے، نئے گاہک بنانے، اور منافع میں اضافے کے لیے کی جاتی ہیں۔ ایک کامیاب کاروباری

فروغ میں درج ذیل اوصاف ہونے چاہئیں:

1. موثر مارکیٹنگ مکس: (Effective Marketing Mix - 4Ps)

پیداوار، قیمت، مقام اور تشہیر کا صحیح توازن۔

• مصنوعات: (Product) گاہک کی ضرورت کے مطابق، معیاری، جدت کے ساتھ۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- قیمت: (Price) مناسب، مسابقتی، اور منافع بخش۔
- مقام: (Place) جہاں گاہک آسانی سے خرید سکے (دکان، آن لائن)۔
- تشہیر: (Promotion) اشتہارات، سوشل میڈیا، سیلز ڈسکاؤنٹ۔
- ان چاروں کے بغیر فروغ ناممکن ہے۔

2. واضح منصوبہ بندی: (Clear Planning)

بغیر منصوبے کے فروغ اندھیرے میں تیرنے کے برابر ہے۔

- مختصر مدت (6 ماہ) اور طویل مدت (5 سال) کے اہداف مقرر کریں۔
- مقررہ بجٹ میں کہاں کتنا خرچ کرنا ہے (اشتہار، نمائش، ڈسکاؤنٹ)۔
- ذمہ داریاں تفویض کریں: کون کیا کرے گا اور کب تک؟

3. جدت اور تخلیق: (Innovation & Creativity)

وہی پرانی چیز اور پرانا طریقہ دہرانے سے فروغ نہیں ہوتا۔

- نئی مصنوعات متعارف کروانا۔
- پرانی مصنوعات میں بہتری (نئے رنگ، ڈیزائن، پیکنگ)۔
- نئے فروغ کے طریقے: انفلوئنسر مارکیٹنگ، وائرل ویڈیوز۔

4. گاہک دوستی: (Customer Centricity)

سب سے اہم وصف — گاہک کو بادشاہ کی طرح عزت دو۔

- ان کی شکایات سنو اور جلدی حل کرو۔
- انہیں تحائف، ڈسکاؤنٹ، برتھ ڈے آفر دو۔
- ان سے رائے لو اور مصنوعات میں بہتری لاؤ۔
- وفادار گاہکوں کے لیے لوٹلیٹی پروگرام چلاؤ۔

5. مسابقتی ذہنیت: (Competitive Mindset)

مارکیٹ میں بہت سے حریف ہیں، ان سے پیچھے نہ رہو۔

- حریفوں کی قیمتوں، مصنوعات اور پروموشنز پر نظر رکھو۔
- جہاں وہ کمزور ہیں، وہاں اپنی طاقت بناو۔
- کبھی بھی حریف کی نقل مت کرو بلکہ اس سے بہتر کرو۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](http://MrPakistani.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

6. مؤثر ابلاغ: (Effective Communication)

آپ کی تشہیر، سیلز ٹیم، بروشر، ویب سائٹ—سب ایک ہی زبان بولیں۔

- پیغام سادہ، صاف اور پرکشش ہو۔
- ہر چینل (ٹی وی، ریڈیو، سوشل میڈیا) کے مطابق پیغام ڈھالو۔

6. مؤثر ابلاغ: (Effective Communication)

آپ کی تشہیر، سیلز ٹیم، بروشر، ویب سائٹ—سب ایک ہی زبان بولیں۔

- پیغام سادہ، صاف اور پرکشش ہو۔
- ہر چینل (ٹی وی، ریڈیو، سوشل میڈیا) کے مطابق پیغام ڈھالو۔
- گاہک سے دو طرفہ بات چیت کرو (سماجی میڈیا پر جوابات دو)۔

7. مستقل مزاجی: (Consistency)

ایک بار پروموشن چلا کر چھوڑ دینے سے گاہک بھول جاتا ہے۔

- ہفتہ وار / ماہانہ بنیاد پر چھوٹی پروموشنز کرتے رہو۔ میڈیا کے مطابق پیغام ڈھالو۔
- گاہک سے دو طرفہ بات چیت کرو (سماجی میڈیا پر جوابات دو)۔

7. مستقل مزاجی: (Consistency)

ایک بار پروموشن چلا کر چھوڑ دینے سے گاہک بھول جاتا ہے۔

- ہفتہ وار / ماہانہ بنیاد پر چھوٹی پروموشنز کرتے رہو۔
- برانڈ کی رنگت، لوگو، نعرہ ہمیشہ ا
- برانڈ کی رنگت، لوگو، نعرہ ہمیشہ ایک جیسا رکھو۔
- اچھے دنوں میں بھی پروموشن جاری رکھو، برے دنوں میں بڑھاؤ۔

8. لچک: (Flexibility)

مارکیٹ جیسا رکھو۔

- اچھے دنوں میں بھی پروموشن جاری رکھو، برے دنوں میں بڑھاؤ۔

8. لچک: (Flexibility)

مارکیٹ بدلتی ہے، اس کے مطابق خود کو بدلو۔

- اگر کوئی پروموشن کام نہیں کر رہی تو فوراً روکو اور نیا طریقہ آزماؤ۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](http://MrPakistani.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- موسم، ٹ بدلتی ہے، اس کے مطابق خود کو بدلو۔
- اگر کوئی پروموشن کام نہیں کر رہی تو فوراً روکو اور نیا طریقہ آزماؤ۔
- موسم، مع معیشت، نیشٹ، نیٹی ٹیکن ٹیکنالوجی کے مطابق اپنی حکمت عملی بدلو۔
- گاہک کے رویے بدلتے ہالوجی کے مطابق اپنی حکمت عملی بدلو۔
- گاہک کے رویے بدلتے ہیں، انہیں پڑھ کر چلیں، انہیں پڑھ کر چلو۔

9. مالی نظم و ضبط: (Financial Discipline)

فروغ پر خرو۔

9. مالی نظم و ضبط: (Financial Discipline)

فروغ پر خرچ کرنا چ کر ناضروری ہے لیکن اندھاد ہند نہیں۔

- فروغ پر ضروری ہے لیکن اندھاد ہند نہیں۔
- فروغ پر ہر روپے کی واپسی ہر روپے کی واپسی (ROI) کا حساب رکھو۔
- بجٹ سے زیادہ مت جاؤ جب تک یقین نہ ہو کہ منافع ہو گا۔
- مفت کے (ROI) کا حساب رکھو۔
- بجٹ سے زیادہ مت جاؤ جب تک یقین نہ ہو کہ منافع ہو گا۔
- مفت کے ذرائع استعمال ک ذرائع استعمال کرو (سوشل میڈیا، ورڈ آف ماؤتھ) جہاں ممکن ہو۔

10. ** وقت کی پابندی (سوشل میڈیا، ورڈ آف ماؤتھ) جہاں ممکن ہو۔

10. وقت کی پابندی: (Timeliness)

صحیح وقت پر پرنڈی: (Timeliness)

صحیح وقت پر پروموشن شروع کرو، ورنہ بے اثر ہوگی۔
وموشن شروع کرو، ورنہ بے اثر ہوگی۔

- موسم سے پہلے ہی گرم کپڑوں کی پروموشن شروع کرو۔
- رم۔ موسم سے پہلے ہی گرم کپڑوں کی پروموشن شروع کرو۔
- رمضان سے پہلے رمضان اسپیشل آفرز لاؤ۔
- کسی بڑے ایونٹ (کرکٹ ورلڈ کپ) کے دوران متعلقان سے پہلے رمضان اسپیشل آفرز لاؤ۔
- کسی بڑے ایونٹ (کرکٹ ورلڈ کپ) کے دوران متعلقہ مصنوعات کی تشہیر کرو۔

11. ** مسلسل مصنوعات کی تشہیر کرو۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

11. مسلسل بل بہتری: (Continuous Improvement)

آجہتری ** (Continuous Improvement):

آج کی کی پروموشن پروموشن کل باسی ہو جاتی ہے۔

- ہر کل باسی ہو جاتی ہے۔
- ہر پروموشن کے بعد پروموشن کے بعد تجزیہ کرو: کیا تجزیہ کرو: کیا اچھچھا ہوا، کیا برا؟
- گاہکوں سے پوچھو کہ انہیں کیا چاہیے۔
- نئے آہوا، کیا برا؟
- گاہکوں سے پوچھو کہ انہیں کیا چاہیے۔
- نئے آئیڈیٹیز یا آزماتے رہو، چھوٹے بیٹانے پر یا آزماتے رہو، چھوٹے بیٹانے پر پائلٹ پروجیکٹ چلاؤٹ پروجیکٹ چلاؤ۔

مثال:

ایک چھوٹے ریستور۔

مثال:

ایک چھوٹے ریستورینٹ کافروغ: بیٹ کافروغ:

- اچھا کھانا (مصنوعات)۔
- مناسب قیمت (قیمت)۔
- سڑک کنارے صاف دکان (مقام)
- اچھا کھانا (مصنوعات)۔
- مناسب قیمت (قیمت)۔
- سڑک کنارے صاف دکان (مقام)۔
- فیس بک ایڈ، اسکول کے قریب فلائز، پہلے 100 گاہکوں کو 20% چھوٹ (تشیہ)۔

نتیجہ:

کاروب

- فیس بک ایڈ، اسکول کے قریب فلائز، پہلے 100 گاہکوں کو 20% چھوٹ (تشیہ)۔

نتیجہ:

کاروبار کافروغ ایک مسلسل عمل ہے۔ اورغ ایک مسلسل عمل ہے۔ اوپر دیے گئے اوصاف کو اپنا کر آپ نہ صرف فروخت بڑھا سکتے ہیں بلکہ اپنے کاروبار کو برسوں تک زندہ اور ترقی کر رہے اپنے کاروبار کو برسوں تک زندہ اور ترقی کرتا رکھ سکتے ہیں۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.pakistani.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

سوال نمبر 5: فروخت کار کے اوصاف مفصل لکھیں۔

تفصیلی جواب:

فروخت کار (Salesperson) کسی بھی (کسی بھی کاروبار کاروبار کا چہا چہا ہوتا ہے۔ ایک اچھا فروخت کار بہت سے اور ہوتا ہے۔ ایک اچھا فروخت کار بہت سے اوصاف کا مجموعہ ہوتا ہے۔ ذیل میں ان اوصاف کی تفصیل ہے۔

1. اعتماد)

1. اعتماد): (Confidence):

وہ اپنے آپ پر، اپنی مصنوعات پر اور، اپنی مصنوعات پر اور اپنی کمپنی پر کامل یقین رکھتا ہے۔ وہ آنکھوں میں دیکھ کر بات کرتا ہے، گھبراتا نہیں۔

• وہ، گھبراتا نہیں۔

• وہ جانتا ہے کہ وہ جو بیچ رہا ہے وہ گاہک جانتا ہے کہ وہ جو بیچ رہا ہے وہ گاہک کی زندگی بہتر بنائے گا۔

• زندگی بہتر بنائے گا۔

• من منہ سے ہچکچاہٹ نہیں آتی۔

2. ایمانداری): (Honesty)

وہ کبھی جھوٹ نہیں بولتا۔ اگر مصنوعات میں کوئی نقص ہے تو پہلے بتا دیتا ہے۔

• گہ سے ہچکچاہٹ نہیں آتی۔

2. ایمانداری): (Honesty)

وہ کبھی جھوٹ نہیں بولتا۔ اگر مصنوعات میں کوئی نقص ہے تو پہلے بتا دیتا ہے۔

• گاہک کو دھوکہ دینے سے قلیل مدتی فائدہ ہوتا ہے کہ دھوکہ دینے سے قلیل مدتی فائدہ ہوتا ہے اسے لیکن طویل مدتی شہرت تباہ ہو لیکن طویل مدتی شہرت تباہ ہو جاتی ہے۔

• ایماندار فروخت کار کے پاس گاہک دوبارہ آتا ہے اور دوسروں کو بھی بھیجتا ہے۔

• ایماندار فروخت کار کے پاس گاہک دوبارہ آتا ہے اور دوسروں کو بھی بھیجتا ہے۔

3. صبر): (Patience)

وہ جانتا ہے کہ سب گاہ

3. صبر): (Patience)

وہ جانتا ہے کہ سب گاہک فوری نہیں خریدتے۔ وہ بار بار انکاروری نہیں خریدتے۔ وہ بار بار انکار سن کر بھی پریشان نہیں ہوتا۔



یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- وہ عمل کرتا ہے۔
- وہ گاہک کیہ گاہک کی تعریف کرتا ہے (مثال: آپ نے بہت اچھا سوال کیا)۔

7. پرکشش ظاہری شکل: (Well-Groomed)

وہ صاف ستھرا تعریف کرتا ہے (مثال: آپ نے بہت اچھا سوال کیا)۔

7. پرکشش ظاہری شکل: (Well-Groomed)

وہ صاف ستھرا، اچھے کپڑے پہنے ہوتا ہے (کمپنی کے یونیفارم میں اگر ہے)۔ اس کے بال، اچھے کپڑے پہنے ہوتا ہے (کمپنی کے یونیفارم میں اگر ہے)۔ اس کے بال، ان، ناخن، جوتے، اخن، جوتے، بو۔ سب صاف ہوتے ہیں۔

• پہلا تاثر ظاہری شکل سے ہیں۔

• پہلا تاثر ظاہری شکل بنتا ہے سے بنتا ہے۔

• گندایا

• گندایا میلا فرولا فروخت کار کمپنی کا منفی تاثر دخت کار کمپنی کا منفی تاثر دیتا ہے۔

• 8. * * * یتا ہے۔

8. قائل کرنے کی مہارت: (Persuasion Skills)

وہ جانتا اکل کرنے کی مہارت: * * * (Persuasion Skills)

وہ جانتا ہے کہ ہے کہ کیسے بات کرنی ہے کہ گاہک خود خوشی سے خریدنا چاہے۔

• وہ خصوصیات کے بہ کیسے بات کرنی ہے کہ گاہک خود خوشی سے خریدنا چاہے۔

• وہ خصوصیات کے بجائے فوائد بتاتا ہے۔

• وہ گاہک کے جذبات کو ٹیچ کرتا ہے (مثال: آپ کی ماں خوش ہوگی)۔

• وہ منطقی حقائق بھی پیش کرتا ہے۔

• 9. * * * مسائل حل کرنے والا (Problem Solver) جانے فوائد بتاتا ہے۔

• وہ گاہک کے جذبات کو ٹیچ کرتا ہے (مثال: آپ کی ماں خوش ہوگی)۔

• وہ منطقی حقائق بھی پیش کرتا ہے۔

9. مسائل حل کرنے والا: (Problem Solver)

وہ گاہک کے مس: * * * (ver)

وہ گاہک کے مسائل سن کر اس کے حل کے طور پر اپنی مصنوعات پیش کرتا ہے۔

• اگر گاہک کوئی اعتراض اٹھائے تو وہ اس کا جواب ڈائل سن کر اس کے حل کے طور پر اپنی مصنوعات پیش کرتا ہے۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](http://MrPakistani.com)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

- اگر گاہک کوئی اعتراض اٹھائے تو وہ اس کا جواب ڈھونڈتا ہونڈتا ہے۔
- وہ صرف بیچن ہے۔
- وہ صرف بیچنے کے بجائے گاہک کی مدد کرنے پر تے کے بجائے گاہک کی مدد کرنے پر توجہ دیتا ہے۔ وجہ دیتا ہے۔

10**

10. وقت کا وقت کا پابند: (Punctual)

وہ اپنے واپس: (Punctual):

وہ اپنے وعدوں وعدوں پر پورا اتر پر پورا اترتا ہے۔ اگر اس نے صبح 10 بجے آنے کا وعدہ کیا تو وہ 9:55 پر پہنچ جاتا ہے۔

وہ اپنے سیلز کالز، فالو اپس، ڈیڈ لائنز کو ڈائری میں نوٹ کرتا ہے۔

11. مثبت رویہ: (Positive Attitude)

وہ کبھتا ہے۔ اگر اس نے صبح 10 بجے آنے کا وعدہ کیا تو وہ 9:55 پر پہنچ جاتا ہے۔

وہ اپنے سیلز کالز، فالو اپس، ڈیڈ لائنز کو ڈائری میں نوٹ کرتا ہے۔

11. مثبت رویہ: (Positive Attitude)

وہ کبھی مایوس نہیں ہوتا۔ ایک انکار کو دی مایوس نہیں ہوتا۔ ایک انکار کو وہ سیکھنے کا موقع سمجھ سیکھنے کا موقع سمجھتا ہے۔

وہ ہر گاہک کو نیا موقع سمجھتا ہے، تاہم۔

وہ ہر گاہک کو نیا موقع سمجھتا ہے، چاہے پچھلے سونے چاہے پچھلے سونے انکار کیا انکار کیا ہو۔

وہ اپنے ساتھیوں۔

وہ اپنے ساتھیوں اور حریفوں کے بارے اور حریفوں کے بارے میں برا میں برانہ نہیں بولتا۔

12. لگداز: (Adaptable)

وہ ہریں بولتا۔

12. لگداز: (Adaptable)

وہ ہر گاہک کے ساتھ ایک گاہک کے ساتھ ایک ہی طریقہ نہیں اپناتا ہی طریقہ نہیں اپناتا بلکہ گاہک کے موڈ اور شخصیت کے مطابق اپنا انداز بدلتا ہے۔

کچھ گاہکوں کو تفصیل چاہیے، کچھ کو مختصر۔

کچھ گاہک نرمی چاہتے بلکہ گاہک کے موڈ اور شخصیت کے مطابق اپنا انداز بدلتا ہے۔

کچھ گاہکوں کو تفصیل چاہیے، کچھ کو مختصر۔

کچھ گاہک نرمی چاہتے ہیں، کچھ براہ راست کچھ براہ راست بات۔ بات۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.whatsapp.com/channel/00299a61111111111111)

تمام کلاسز کی حل شدہ مشقیں [MrPakistani](http://MrPakistani.com) ویب سائٹ سے فری ڈاؤن لوڈ کریں۔

**غل

خلاصہ (ایک مثالی فروخت کار کی شخصیت کی ج) (ایک مثالی فروخت کار کی شخصیت کی چھ تصاویر):

- وہ پر اعتماد ہے لیکن مغرور نہیں۔
- -ہ تصاویر**:(
- وہ پر اعتماد ہے لیکن مغرور نہیں۔
- وہ ایماندار ہے وہ ایماندار ہے ل لیکن** سادہ لیکن سادہ لوح نہیں۔
- وہ صابر ہے لیکن بے حس نہیں۔
- وہ اچھا سننے والا ہے لیکن خاموش نہیں۔ لوح** نہیں۔
- وہ صابر ہے لیکن بے حس نہیں۔
- وہ اچھا سننے والا ہے لیکن خاموش نہیں۔
- وہ ماہر۔
- وہ ماہر ہے لیکن تکبر نہیں کرے لیکن تکبر نہیں کرتا۔ تا۔
- وہ
- وہ** وقت کا پ وقت کا پابند ہے لیکن روٹینا بند ہے لیکن روٹین کا غلام نہیں۔
- نتیجہ: یہ تمام اوصاف ایک رات میں کا غلام** نہیں۔

نتیجہ: یہ تمام اوصاف ایک رات میں پیدا نہیں ہوتے بلکہ مشق، تجربے، اور خود احتسابی سے حاصل ہوتے ہیں۔ اور خود احتسابی سے حاصل ہوتے ہیں۔ جو فروخت کار ان اوصاف کو اپنالیتا ہے، وہ کبھی بھوک جو فروخت کار ان اوصاف کو اپنالیتا ہے، وہ کبھی بھوکا نہیں رہتا۔



[یونیورسٹی کی تمام معلومات حاصل کرنے کے لیے ہمارا واٹس ایپ گروپ جوائن کریں۔](https://www.facebook.com/MrPakistani)