



۱۳.

د پېرودونکو خدمتونه څه دي؟

۱۴.

څنگه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلی کړم؟

۱۵.

د پېرودونکو غوره خدمتونه څنگه د رقابتي امتیاز د جوړولو لپاره کارولی شم؟

۱۶.

د اوسنیو پېرودونکو د ساتلو گټه څه ده؟

۱۷.

څنگه د اوسنیو پېرودونکو په کارولو سره د نویو پېرودونکو موندل د خرڅلاو په کړنلاره کې شاملولی شم؟

۱۸.

د پېرودونکو ستونزو او نیوکو ته څنگه رسیدگي کولی شم؟

۱۹.

پېرودونکو ته د دوامدارو بڼو خدمتونو د وړاندې کولو په موخه کارکونکو ته کومې زده کړې اړینې دي؟

۶.

څنگه مستقیم پلور کولی شم؟

۷.

تجارت مې څنگه پر پېرودونکو ارزښت پلورلی شي؟

۸.

څنگه داسې مواد جوړولی شم چې د خرڅولو وړ وي؟

۹.

د پلور او د پېرودونکو د خدمتونو کوم تکتیکونه زما گټه ډېرولی شي؟

۱۰.

څنگه د پلور د یوه ټیم لپاره لارښود جوړولی شم؟

۱۱.

د پلور د بشپړولو لپاره کوم بڼه تکتیکونه دي؟

۱۲.

څنگه خپل خرڅلاؤ څارلی او د خرڅلاؤ له څارلو څه زده کولای شم؟

۱.

خرڅلاؤ (فروشات) څه شی دي؟

۲.

پلور او د پېرودونکو (مشتریانو) خدمتونه څنگه زما د بازارموندنې په پلان کې رانغښتل کېدای شي؟

۳.

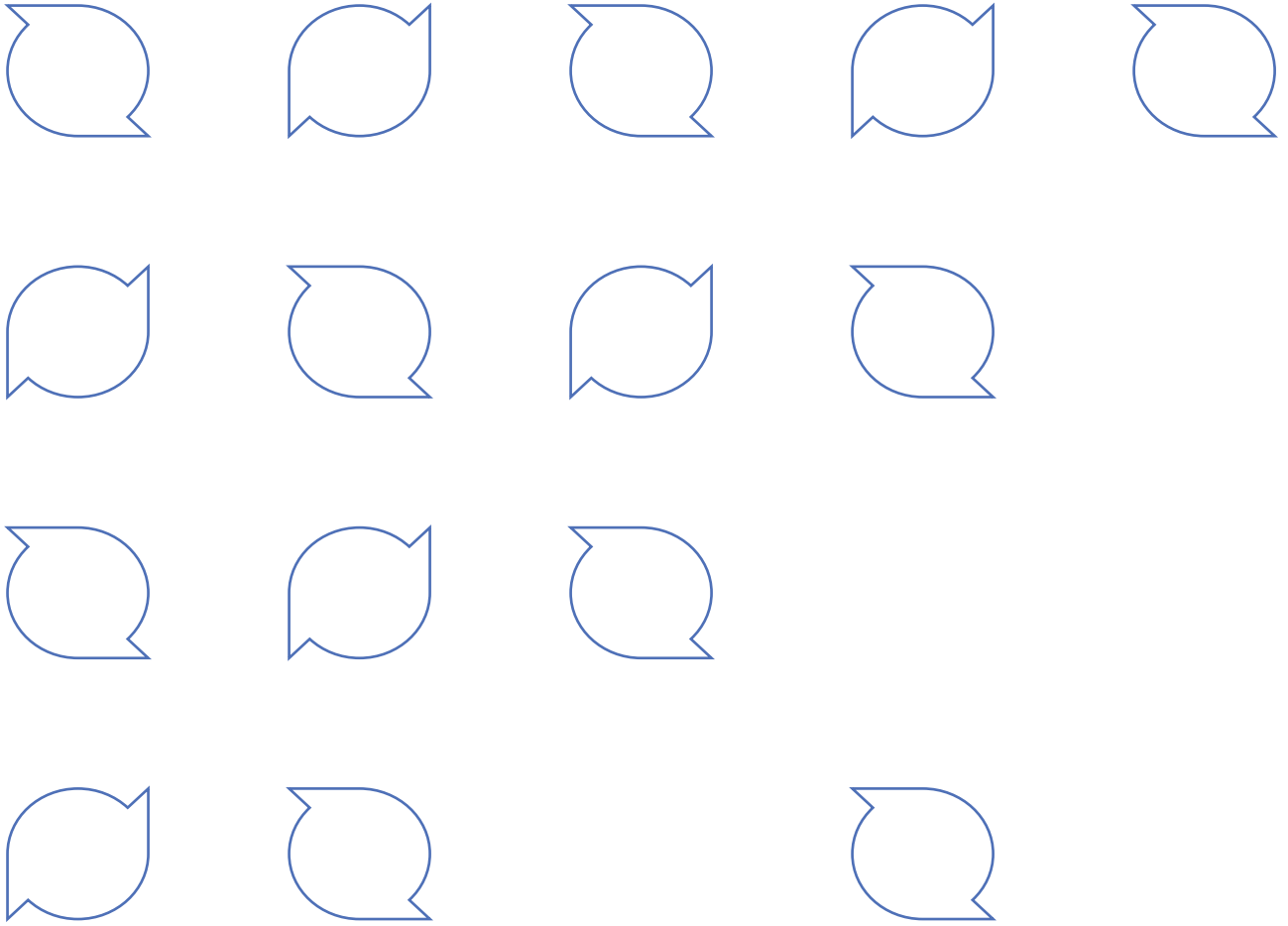
څنگه له موخې وړ مارکېټ څخه د خپلې خوښې وړ مشترې په اړه معلومات ترلاسه کولی شم؟

۴.

د پلور ستراتیژي څنگه جوړولی شم؟

۵.

پر دې څنگه پوهېدلی شم چې بالقوه مشتریان چمتو دي پېر وکړي؟



۱.

## خرخلاؤ (فروشات) خه شی دی؟

تاسې د يوې سوداگرۍ خاوندان ياست چې خپل ځان يا کورنۍ ته د پيسو گټلو په موخه مو پيل کړې. کېدای شي کاروبار مو د يو نښه شي لپاره د اړتيا د درک پر بنسټ پيل کړی وي او په دې باور وي چې محصول يا خدمت به مو د پېرودونکو په ژوند او يا تجارت کې مثبت بدلون رامنځته کړي. ډېره هڅه کوي خپل محصول يا خدمت په دومره لوړ کيفيت جوړ کړی چې پېرودونکی يې اخيستلو ته چمتو شي.

د سوداگرۍ په نړۍ کې د خرڅلاو (SALES) کلمه ډېرې معناوې لرلی شي. کله چې کوم کس د سپرک د غاړې له پلورنکي څخه شيرينی اخلي، دې ته خرڅلاو يا فروشات وايي، پرته له دې چې د شيرينۍ په بدل کې د پيسو د ورکړې د طريقې ساده والی په نظر کې ونيول شي. خو کله چې د کور لپاره د هوا حالت برابرونکی (AIR CONDITIONER) پلورلو خبره رامنځته کېږي، نو په دې ډول خرڅلاو کې د پيسو له راکړې ورکړې وړاندې ځينې نورې پېښې هم شاملې دي. د ايرکنديشن له پلورلو وړاندې د پلورنکي استازی او يا پلورونکی بايد د پېرودونکي (مشرتي) د کور د ودانۍ ډول، د کړکيو موقعيت، د لمر د مستقيمې وړانگې او د کورنۍ د غړو د شمېر په هکله گڼې پوښتنې وکړي، چې وکولای شي په مناسبه بيه او اندازه داسې ايرکنديشن ورته برابر کړي چې هوا په نښه ډول سره ياگرمه کړي. له همدې کبله خرڅلاو، پېرودونکو ته د محصولاتو او خدماتو د ځانگړتياوو په هکله د بشپړو معلوماتو د وړاندې کولو بهير ته هم ويل کېږي، خو هغوی وکولای شي د خپلو پيسو په بدل کې تر ټولو لوړ ارزښت ترلاسه کړي. ښه پلورونکي له ښو اخلاقو کار اخلي. هغوی به تل هڅه کوي د خپل پېرودونکي يا مشرتري قناعت ترلاسه کړي، د هغوی ژوندانه او سوداگرۍ ته وده ورکړي او تل اخلاقي اصولو ته درناوی ولري. ښه پلورونکی د مشرتري د قناعت د ترلاسه کولو ترڅنگ خپله گټه هم ترلاسه کوي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

خرڅلاو د محصولاتو او خدماتو د پلورلو له لارې د ډېرې گټې د ترلاسه کولو يوه برخه ده، خو د بازارموندنې يوه برخه هم گڼل کېدای شي. دا د هغه څه چې موږ ورته د بازار موندنې او اړيکو ترکيب وايو، چې سوداگريزې خبرتياوې، ترويج، ټولنيزې رسنۍ او ډيجيټلې اړيکې په کې شاملې دي، يوه برخه ده. څه چې فردي پلور له دې څخه جلا کوي د پيغام شخصيوالي دی چې د هر پېرودونکي له پوهې او اړتيا سره سمون خوري. ښه پلورونکی د ښو پوښتنو په مطرح کولو او د پېرودونکي د اړتياوو په پام کې نيولو سره داسې حللاره وړاندې کوي چې د پېرودونکي ستونزه حل کولی او يا هم د هغه اړتياوې پوره کولی شي. ښه پلورونکی مؤدبه وي، په رېښتيني توگه هڅه کوي چې له مشرتريانو سره مرسته وکړي او د سوداگرۍ هر ډول ښو اخلاقو ته ژمن وي. هغه چې تل د خپلې گټې په هکله فکر کوي او د محصولاتو په هکله دروغ وايي ښه پلورونکی نه وي او د ښې سوداگرۍ ټول اخلاقي اصولو تر پښو لاندې کوي.

**يادوونه:** که د کوم کاروبار مالک ياست، نو تاسې د هغې سوداگرۍ د پلورونکي يوه نښه بېلگه یئ.

### پلور ولې د کاروبار لپاره مهم دی؟

ټوله هڅه کوي محصولات او خدمات تر مشرتريانو ورسوي او هغوی يې له تاسې وپېږي، خو تر هغو گټه نه شی کولی چې دغه محصولات مو پر پېرودونکو پلورلي نه وي. پلورل د هر کاروبار يوه مهمه برخه ده، له همدې کبله اړ ياست چې د اغېزناک پلور پر مهارتونو او بهير باندې پوه شئ. په دې برخه کې به تاسې د اغېزناک پلور لپاره گڼې کړنلارې او تخنيکونه زده کړئ.

### څه شی تاسې ښه پلورونکی کوي؟

- د پېرودونکو د خبرو د اورېدلو وړتيا. يو ښه پلورونکی هڅه کوي چې د مناسبو پوښتنو په مطرح کولو سره د مشرتري په ستونزو ځان پوه کړي او د هغه د اړتيا او تمې په پام کې نيولو سره مناسبه حللاره وړاندې کړي. په دې پړاو کې پلورونکي لږې خبرې کوي او په ډېر دقت پېرودونکي ته غوږ نيسي.
- پېرودونکو او د هغوی ستونزو ته درناوی. د دې چلند اصلي موخه دا ده چې له پېرودونکو سره مرسته وشي چې هغوی هغه محصول يا خدمت ترلاسه کړي چې اړتيا ورته لري.
- پلورونکی د خپلو توليداتو يا خدماتو په هکله بشپړه پوهه لري. په دې پوهه کې بايد د محصول د ټولو ځانگړنو او گټو په هکله هر اړخيز معلومات او دا چې څنگه کولای شي د پېرودونکي اړتيا يا تمه پوره کړي، د محصول د کار په اړه معلومات، نصيول او د پېرودونکو د ملاتړ په اړه معلومات، په کې شامل وي. پر دې سربېره، هغه بايد ددې وړتيا ولري چې يو محصول په سمه توگه تشریح او پېرودونکی پرې پوه کړي.

د بېلگې په توگه، د فيسبوک يوه ځانگړنه دا ده چې خپلو کارونکو ته اجازه ورکوي چې خپل ملکري او دوستان ولټوي. فيسبوک کارونکو ته اجازه ورکوي چې د خپلو، ملگرو، کورنۍ او دوستانو او سوداگريزو شريکانو لپاره يوه شبکه جوړه کړي. په همدې توگه، يو پلورونکی هم بايد د هغه محصول په اړه چې پلوري يې، بشپړ معلومات ولري.

- د پلورونکي د هر کار موخه باید یوازې دا نه وي چې پیسې وگټي، بلکې باید هر کار په صداقت ترسره کړي چې د پېرودونکي اړتیا پوره او د هغوی بشپړ قناعت حاصل شي.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

**اخلاق (ETHICS):** د هغو ارزښتونو پر بنسټ، چې ته او یا ستا تجارت یې غواړي استازولي وکړي، د داسې پرېکړو د کولو بهیر دی چې ستا، ستاسو د کمپنۍ او ستاسو د کارکونکو لپاره غوره کتل کېږي؛ یعنې پر دې پوهېدل چې ستاسې عمل به څنگه یو کس ته گټه یا زیان ورسوي.

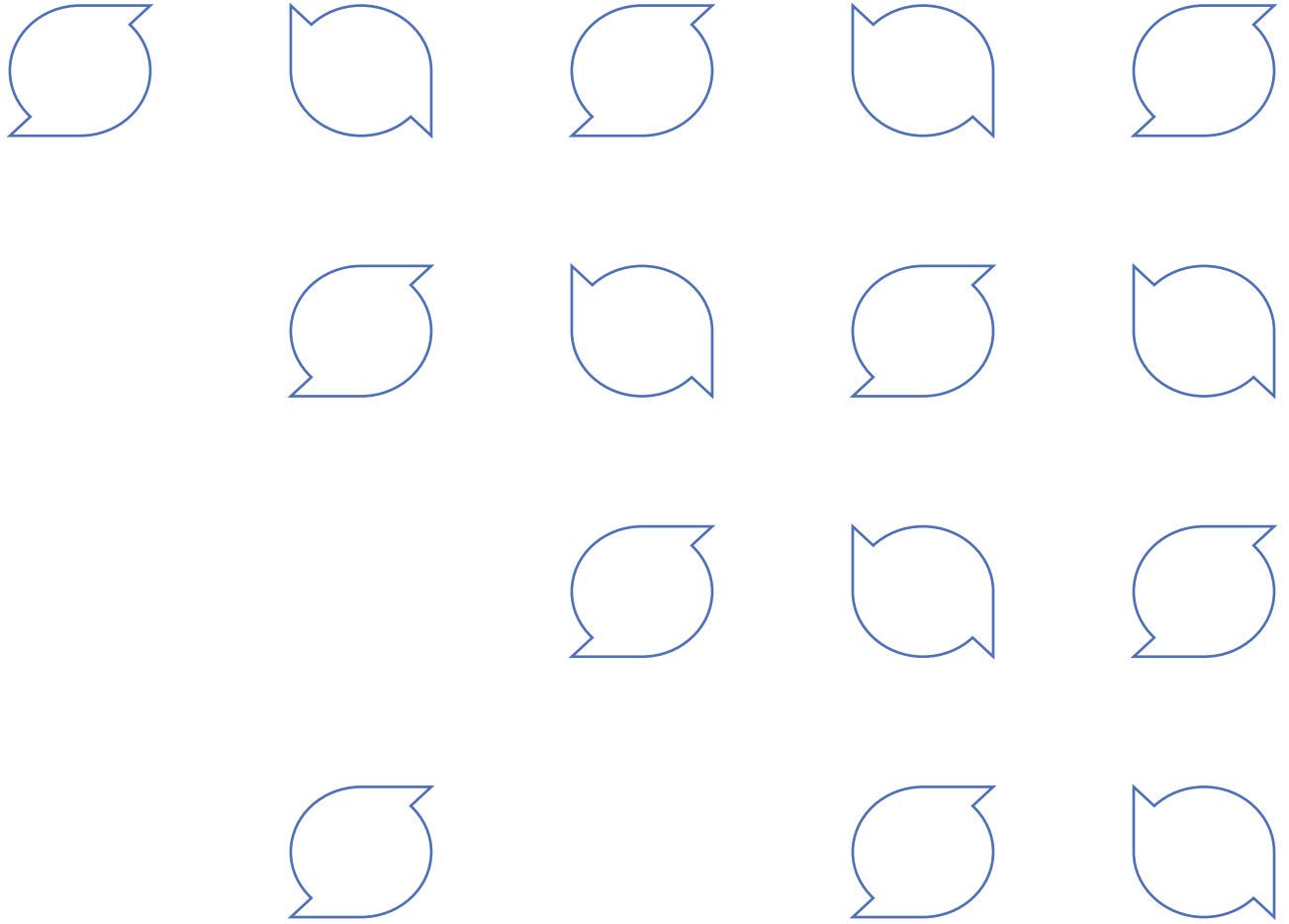
**ځانگړنه (FEATURE):** یوه شي ته توپیر ورکونکې نښه یا برخه ده.

**د بازار موندنې او اړیکو ترکیب:** هغو سوداگریزو خبرتیاوو، د ترویجولو هڅې، ټولنیزې رسنۍ او دیجیټلې اړیکو ته ویل کېږي چې یو سازمان یې د خپلې بازارموندنې موخې ته د رسېدلو لپاره کاروي.

**پلور (SELLING):** پېرودونکو ته د محصولاتو او خدماتو د ځانگړتیاوو په هکله د بشپړو معلوماتو د وړاندې کولو بهیر ته ویل کېږي چې هغوی د خپلو پیسو په بدل کې تر ټولو لوړ ارزښت ترلاسه کړلی شي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- د بازارموندنې شی اړیکې څه شی دي او څنگه یې په اغېزناکه توگه ترسره کولی شم؟ ۶. بازار موندنه
- بازارموندنه څه ده؟ ۶. بازار موندنه
- پلور له بازارموندنې سره څه تړاو لري؟ ۶. بازار موندنه
- د موخې بازار څه شی دی او څنگه کولای شم چې د موخې مناسب بازار د ځان لپاره وټاکم؟ ۶. بازار موندنه



۲.

پلور او د پږودونکي خدمات  
څنگه له يو بل سره کار کوي؟

پلور او د پېرودونکو خدمتونه د یوې سکې د دوو مخونو په شان دي؛ یو له بله سره نږدې اړیکې لري. پلورونکی له مشتری سره اړیکه رامنځته کوي، له هغه سره د اړتیا د پوره کولو لپاره د سمې پرېکړې په کولو کې مرسته کوي او په پای کې معامله مالي پړاو ته رارسوي. د پېرودونکو خدمتونه، له خرڅلاو وړاندې او وروسته پر ټولو هغو فعالیتونو تمرکز کوي چې مرسته کوي پېرودونکی هغه څه چې اړتیا او تمه یې لري، ترلاسه کړي. په کوچني تجارت کې، مالک او یا هم یو با اعتباره کس د خرڅلاو او پېرودونکو خدمتونو دواړه دندې ترسره کوي.

### لاندې ځینې فعالیتونه د پېرودونکو د خدمتونو په توګه شمېرل کېږي:

- د مخامخ کتنو، ټیلیفون او یا هم د ایمیل له لارې پوښتنو ته ځواب ورکول.
- د پېرودونکي د اړتیا پر بنسټ د محصولاتو بسنه بندي او انتقالول.
- پېرودونکو ته د دې ورنښودل چې څنګه له خرڅ شوي محصول څخه ښه ګټه پورته کړي.
- کور ته د محصولاتو رسول او نصبول.
- د عیبې پرزه جاتو تبدیلول.
- کور ته د محصول له رسولو او نصبولو وروسته د پېرودونکي د قناعت په هکله پوښتل.

د هغه کاروبار د چټکي ودې شونتیا ډېره ده چې پلور او د پېرودونکي خدمتونه پر یوه وخت ترسره کوي. د خرڅلاو او د پېرودونکو د خدمتونو څانګې د مشتری په هکله ډېر څه زده کوي او د ځانګړو اړتیاوو په اړه یو له بل سره معلومات شریکوي. دا کېدای شي چې د اوسني محصول د پراختیا، د نویو محصولاتو رامنځته کېدو چې د پېرودونکو اړتیاوې پوره کړي، او یا د نوي مارکېټ د رامنځته کېدو لپاره زمینه برابره کړي. پلورونکی او د پېرودونکو د خدمتونو څانګې مسؤل، دواړه پېرودونکو ته د مثبتو تجربو او لوړ قناعت او وفاداری رامنځته کولو ته ژمن دي.

### پدې اړه لا ډېر معلومات

د پلور موخه د یوه توکي پر تولید له لګېدلو پیسو څخه د ډېرو پیسو ترلاسه کول دي. د پېرودونکو د خدمتونو موخه دا ده چې باید پېرودونکی په سمه توګه قانع کړای شي. دغه دواړه په ګډه د بازارموندنې له کړنلارې سره مرسته کوي چې خپلې موخې لکه: د پېرودونکو قناعت او وفاداري، بیاخلي تجارت، د نوي تجارت پراختیا، خرڅلاو او ګټورې ودې ته ورسېږي.

د پېرودونکو ښه خدمتونه، هغو خدماتو پورې اړه لري چې تاسو او یا ستاسې کارکونکي یې د خرڅلاو پر مهال او یا له خرڅلاو وروسته پېرودونکي ته وړاندې کوي. هر څه په دې پورې اړه لري چې تاسې له خپلو پېرودونکو سره څنګه رویه کوئ. هغه کسان چې له پېرودونکو سره خبرې اترې کوي د خپلو مهارتونو، زده کړو او د کمپنۍ د مشرتابه ښکارندويي کوي.

د پېرودونکو خدمت، په کمپنۍ کې د هر هغه کس مسؤلیت دی چې د ملاقات، ټیلیفون، ایمیل او یا له بلې هرې لارې له پېرودونکي سره په اړیکه کې وي. دوی ټول باید داسې اخلاق، مهارتونه او چلند خپل کړي چې پېرودونکي ته ښه او مثبت تجربه ورکړي. پېرودونکو ته د ښو خدماتو وړاندې کول له پېرودونکو سره د اوږد مهالو اړیکو لپاره تر ټولو غوره تضمین دی. دا چاره د دواړو، کوچنیو او لویو کمپنیو لپاره مهمه ده. کېدای شي چې د روشن مخابراتی شرکت په شان یوه لویه کمپنۍ به د پېرودونکو د خدمتونو لپاره ځانګړی ټیم ولري چې یوازینی موخه به یې پېرودونکو ته د خدمتونو وړاندې کول او د هغوی رضایت وي. دغه شان شرکتونه خپله ګټه د پېرودونکو په جذبولو او د اغېزناکو او دوستانه پېرودونکو خدمتونو په وړاندې کولو کې ویني. کوچني شرکتونه که څه هم ددغه کار لپاره ځانګړی ټیم نه لري، خو کولای شي چې د پېرودونکو لپاره د ښو خدمتونو وړاندې کول خپلو ټولو کارکونکو ته پالیسي وګرځوي او له دې لارې خپل پېرودونکي خوښ وساتي.

### پېرودونکي له پلورونکي څه تمه لري:

- د هغې اصلي ستونزې د حل وړتیا چې پېرودونکی یې حل غواړي.
- که شوني وي د پېرودونکي د تجارت په هکله معلومات درلودل.
- د خپل تجارت، مارکېټ او محصول په اړه پوهه.

- د منطقي سلا مشورو وړاندې کولو مهارت.
- ددې توانايي چې د توليد يا خدمت د ارزښت په اړه پېرودونکي ته معلومات وړاندې کړي.
- صداقت، ښه اخلاق او فکري بلوغ.

### مشتریان د پېرودونکو د خدماتو له مسؤل څخه تمه لري:

- د اورېدلو مهارت او لوړ صبر.
- د اړیکو ټینګولو او د ستونزو په حلولو کې لوړ مهارت درلودل.
- د محصول په اړه د بشپړو معلوماتو درلودل.
- ډېر مثبت چلند.
- آرام او ښه سلوک.

د بېلګې په توګه، کله چې تاسې او یا هم ستاسو ټیم یوه پلورنځي ته د مرخپړیو(سماړقو) د خرڅولو په موخه ورځي، دې ته خرڅلاو یا پلور ویل کېږي. تاسې به د سماړقو د تولید، ښې بڼې بنسټ بندۍ او پلورنځي ته یې د انتقالولو په برخه کې د خپلې توانايۍ په اړه معلومات وړاندې کوئ. د پېرودونکو خدمتونه هغه ته ویل کېږي چې تاسې ناڅرخ شوي سماړق بېرته واخلي، خپل محصولات په وخت سره انتقال کړئ، او پلورنځي سره اړیکه ټینګه کړئ او ځان پوه کړئ چې ستاسې د کمپنۍ د سماړقو په خرڅولو کې کومه ستونزه و نه لري. دا ډېره اړینه ده چې د خرڅلاو او پېرودونکو د خدمتونو د وړاندې کولو ټول بهیر په مسلکي توګه مدیریت کړئ.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د پېرودونکو خدمتونه- له خرڅلاو وړاندې او وروسته ټولو هغو فعالیتونو ته ویل کېږي چې په پایله کې یې باید پېرودونکی هغه څه چې تمه او اړتیا ورته لري ترلاسه کړي.

ارزښتونه- په دې تړاو چې څه شی ډېر مهم دی، د یوه کس د چلند اصولو او قضاوت ته وايي.

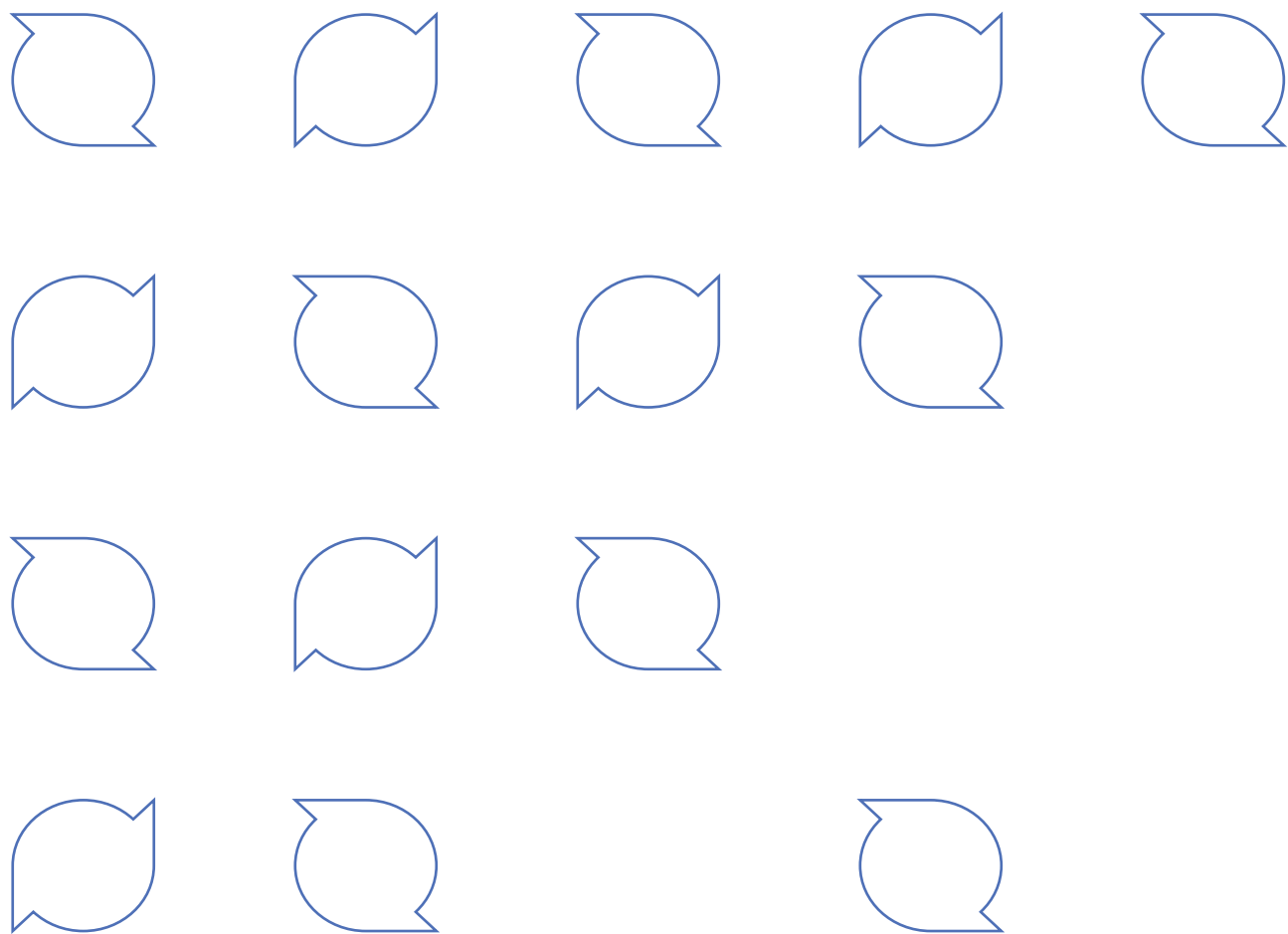
## ؟ په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- د خرڅلاو ستراتیژي څنګه جوړه کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه د پېرودونکو د خدمتونو اغېزناک بهیر پلي کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د خرڅلاو او پېرودونکو خدمتونو کوم تکنیکونه ګټه ډېرولی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د بازار موندنې پلان څه شی دی او څنګه یې جوړولی شم؟ ۶. بازار موندنه

## شته اضافي وسایل

د پېرودونکي د قناعت د کچې په اړه سروې.





۳.

د پلور ستراتیژی  
څنگه جوړولی شم؟

د پلور ستراتيژي د هغو کسانو لپاره، چې ستاسو محصولاتو ته ډېر ارزښت ورکوي، د خدمت کولو مهمه برخه ده. دا ستراتيژي د ښو اخلاقو او مناسبو سوداگريزو کړنو په رڼا کې د کمپنۍ موخې ته د رسېدلو لپاره لارښوونه کوي.

د خپل شرکت او يا د پلورونکو د ټيم د مشر په توگه د شرکت د لنډ مهالو او اوږد مهالو موخو ټاکل او په راتلونکي مياشت، فصل او يا کال کې يادو موخو ته د رسېدلو لپاره د پلان جوړول ستاسو مسؤليت دی. د خرڅلاو ستراتيژي، موخو ته د رسېدلو لپاره اړين گامونه په نښه کوي. د پلور په ستراتيژۍ کې ستاسې د فروشاتو موخه (د هغو توليداتو شمېر چې په يوه ټاکلي موده کې بايد وپلورل شي)، د خرڅلاو تکنیکونه (هغه تکنیکونه چې په مرسته به يې موخه ترلاسه شي لکه: پرچون فروشي، په پام کې نيول شوي پېرودونکي (هغه پېرودونکي چې غواړي خدمات ورته وړاندې کړي) او وخت (هغه موده چې په ترڅ کې يې موخه بايد ترلاسه شي) شامل دي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د پلور ستراتيژي، د بازارموندنې له ستراتيژۍ سره يو ډول نه ده. دا د بازارموندنې د ستراتيژۍ دوام دی. د بازارموندنې ستراتيژي پر برنډ جوړولو، د مشتريانو له هغو ډلو سره چې ډېر احتمال لري ستاسې توليدات واخلي د اړيکو پر جوړولو، د محصولاتو پر ډيزاين او د محصولاتو د گټو پر بيان تمرکز کوي.

د بېلگې په توگه، هما اشنا په مزار شريف کې د مدني اوبو شرکت لري. هغې د خپلې بازارموندنې د ستراتيژۍ پر بنسټ له وړاندې احتمالي عمده پېرودونکي او د مارکېټ مهمې برخې په نښه کړې وې. له يوې مياشتې فعاليت وروسته پوه شوه چې د هغې احتمالي پېرودونکي د سړک پر غاړه د اوبو، جوسونو او د خښاک د نورو توکو هغه کوچني پلورنځي دي چې د ښار د منځ پر موټر چلونکو توکي پلوري. د هما د توليداتو بيه په پيل کې ټيټه وه، له همدې کبله د هغې توليدات ټولو کوچنيو پلورنځيو ته ورسېدل. لکه د هوټلونو په شان ستر پېرودونکو ته به مال د نورو کسانو لخوا راوړل کېده، ځکه چې د هما په پرتله يې ښې بسته بندي ته اړتيا درلوده. د دې پروسې په لړ کې هما دا زده کړل چې ځانته د خرڅلاو ستراتيژي جوړه او د بېلابېلو تخنيکونو له لارې خپلو پېرودونکو ته ځان ورسوي.

لاندي تخنيکونه به په پيل کې له تاسې سره مرسته وکړي:

### لومړی گام: خپل مهم پېرودونکي په گوته کړئ

د هغو پېرودونکو د شخصيت په اړه بشپړه څېړنه وکړئ چې ستاسو توليداتو او خدماتو ته اړتيا لري. په دې ځان پوه کړئ چې ولې پېرودونکي له تاسې توکي پېري؟ ستاسې توليدات څنگه کاروي او له سيالانو سره يې څنگه پرتله کوي. له هغوی سره خپلې مالي اړيکې وڅېړئ او وگورئ چې څومره ستاسې د تجارت لپاره گټورې دي.

که د يو کوچني تجارت خاوند ياست، پورته ذکر شوی بهير له پېرودونکو سره د کتنې پر مهال په غير رسمي توگه ترسره کولای شئ، خو اړينه ده چې هره موضوع يادداشت کړئ چې په راتلونکي کې ښه تحليل ترسره کړلی شئ. دغه چاره بايد اوسنيو او احتمالي پېرودونکو ته د لومړيتوب ورکولو په برخه کې له تاسې سره مرسته وکړي.

هغه مېتود يا د مېتودونو ټولگه په نښه کړئ چې غواړئ بېلابېلو پېرودونکو ته د رسېدلو په موخه يې وکاروئ. يا په بل عبارت ستاسې د خرڅلاو څانگې کارکونکي، پرچون پلورنځي، د خرڅلاو مستقل استازي، برېښنالیک، سوداگريزې خبرتياوې، ټيليفون او ټولنيزې رسنۍ.

### دویم گام: د پلور موخې وټاکئ

- موخه بايد مشخصه، واقعبيانه او د اندازه کېدو وړ وي.
- موخه بايد ستاسې د محصول، پېرودونکو ته د رسېدلو لپاره د خرڅلاو فعاليتونو او د شرکت د وخت او سرچينو له پانگوني سره مطابقت ولري.
- موخه بايد د مديريت وړ په کوچنيو برخو ووېشل شي لکه: د راتلونکي مياشتې تر ۱۰ مې نېټې پورې د الف محصول ۱۰۰ دانې بايد وپلورل شي، په هرو دريو مياشتو کې بايد ۳۰۰ دانې د پلورنځيو له لارې وپلورل شي. د ټاکل شوې موخې شمېر بايد د پلورونکي او د خرڅلاو څانگې د ټيم لپاره واقعبيانه او د پوره کېدو وړ وي.

درېيم گام: وخت مشخص کړئ.

د پلور د هر فعالیت لپاره مشخص وخت وټاکئ، ځکه په دې ډول به د پلور پر بهیر کنټرول ولری او په دې برخه کې د هر بنکېل کس د فعالیت د څارولو لپاره به اسناد ولری.

څلورم گام: پایلې تعقیب کړئ.

د هر هغه مېتود پایلې یادداشت کړئ چې له خپلو عمده پېرودونکو سره د اړیکو لپاره یې کاروئ او په راتولو شویو معلوماتو کې مهمې برخې په نښه کړئ. دغه مهمې برخې به تاسې ته وښيي چې د پېرودونکو یوه مشخصه ډله د نورو په پرتله ښه جذبېدلی شي او یا په یوه مشخصه جغرافیایي سیمه کې یو مشخص محصول ته لومړیتوب ورکول کیږي، او داسې نور.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د بازار موندنې ستراتیژي- د دې لارښوود دی چې څنگه خپل برنډ (سوداگریزه نښه) جوړوئ، څنگه د ټاکل شویو پېرودونکو له ډلو سره اړیکه ټینګوئ، څنگه خپل تولید/خدمت دیزاینوئ او څنگه د خپل محصول د گټو په اړه معلومات له خلکو سره شریکوئ.

د پلور ستراتیژي- د پلور موخو ته د رسېدو لپاره د مهمو گامونو لنډیز دی.

د پلور تکتیکونه- هغه لارې چې د پلور موخو ته ورباندې رسېدلی شي، لکه پرچون پلور.

ټاکل شوې موخه- هغو پېرودونکو ته ویل کېږي چې غواړئ خدمات ورته وړاندې کړئ.

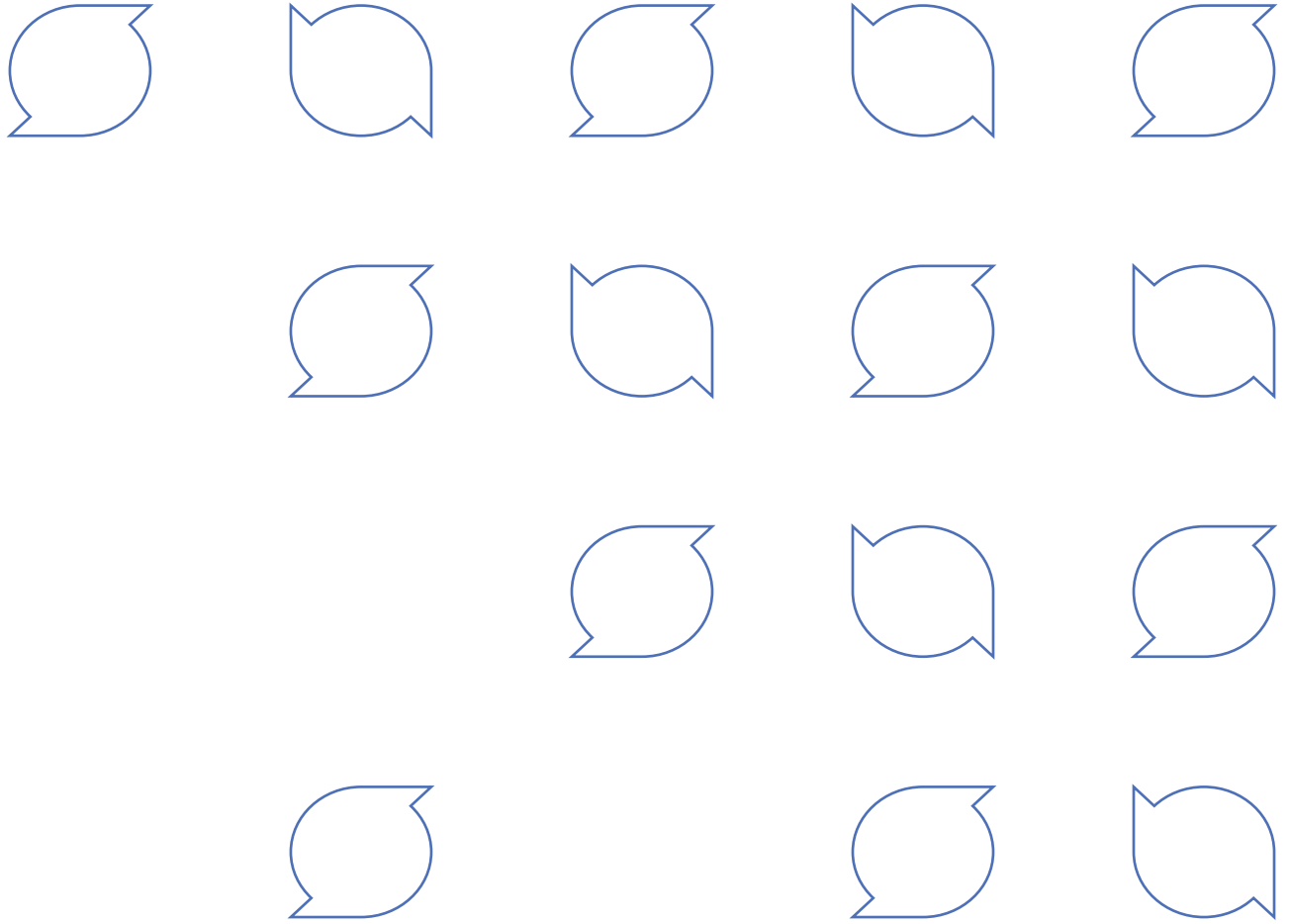
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- د پلور د ټیم لپاره لارښود څنگه جوړولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د خرڅلاو د بشپړولو لپاره کوم ښه تخنیکونه دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه کولای شم چې خپل خرڅلاؤ وڅارم او د فروشاتو له څارلو څه زده کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## شته اضافي وسایل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډیز (پروفايل)

د پلور د ستراتیژي کاري پاڼه



۴. په ټاکل شوي مارکېټ  
کې خپل احتمالي پېرودونکي  
څنگه په نښه کولی شم؟

د خونې وړ پېرودونکو په اړه د معلوماتو د لنډيز جوړول له کمپنۍ سره مرسته کوي چې له اوسنيو پېرودونکو سره د تجارت کچه لوړه او پر دې سربېره نوي مشتريان هم ترلاسه کړي. د نوي پېرودونکي موندل د تجارت يو له ستونزمنو کارونو څخه دی. يوازې د داسې محصول درلودل چې فکر کوي مشتری ورته اړتيا لري، بسنه نه کوي. پېرودونکی به يوازې د دې لپاره چې تاسې تازه کاروبار شروع کړی هېڅکله تاسې پر انټرنېټ ونه لټوي، نه به مو هم هټی ته درشي او نه به هم ستاسې په تړاو کومه ورځپاڼه ولولي. د پېرودونکو په تړاو د معلوماتو غوره لنډيز به تاسې د نويو مشتريانو د جذب لوري ته رهبري کړي.

هر کاروباري پر دې پوهېږي چې ځيني پېرودونکي يې د نورو په پرتله ورته ډېر ارزښت لري. دا کېدای شي چې بېلابېل دلايل ولري. د بېلگې په توگه، هغه کېدای شي چې د فرمايشاتو کچه، د اړيکو د ساتلو اسانتيا او يا د پېرودونکي د ودې علايم وي. په کابل کې يوه سوداگره مېرمن له کارېدلو او له بهر څخه له را واردو شويو کاغذونو څخه د تشناب کاغذ جوړوي. په پيل کې يې هڅه کوله توکي د ښار پر لويو پلورنځيو وپلوري، خو په دغه کار بريالی نه شوه. هغه ډېر ژر پوه شوه چې احتمالی مناسب پېرودونکي ښه کيفيت او بسته بندۍ ته اهميت نه ورکوي او له لويو پلورنځيو څخه يې نه پلوري. وروسته يې په ښار کې کوچنيو پلورنځيو او د کابل ښار په شاوخوا کې سيمه ييزو دوکانونو ته چې د گران بيو توکو د خرڅولو توان يې نه درلوده، خپل خرڅلاو پيل کړ. په سمه توگه د پېرودونکو تشخيص له هغې سره ډېره مرسته وکړه. هر څومره چې د پېرودونکو په اړه ډېر معلومات ولری، په هماغه اندازه په اسانۍ پر هغوی ډېر او نوي محصولات پلورلی شي او ځانگړي وړانديزونه ورته کولی شي. تر دې هم مهمه دا ده چې د پېرودونکو په اړه د معلوماتو لنډيز مرسته درسره کوي، داسې نوي پېرودونکي ولټوي چې ستاسې غوره پېرودونکو ته ورته پېژندگلوې لري. ستاسې پلورونکي کولی شي د پلور اهداف د غوره پېرودونکو د پېژندگلوۍ پر بنسټ وټاکي او دغه کار به حتما دوی ته د نويو پېرودونکو د گټلو فرصت برابر کړي.

د پېرودونکو غوره پېژندگلوې د هغو کسانو چې ډېر احتمال لري له تاسې توکي وپېږي د ځانگړنو معرفي ده. دغه معلومات له داخلي سندونو(فرمايشونو، د پيسو د ورکړې له معلوماتو او داسې نورو)، د پلورونکي له راپورونو، د ورځپاڼې او مجلې له مطالبو، له انټرنټ او ټولنيزو رسينو، سروې گانو او د کمپنۍ په اړه د عامه معلوماتو ترلاسه کېږي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د احتمالي پېرودونکو د معلوماتو د لنډيز له جوړولو موخه د گڼو احتمالي پېرودونکو د ورته ځانگړنو په اړه بشپړ معلومات ترلاسه کول دي. دغه معلومات به ستاسې د خرڅلاو له تيم سره مرسته وکړي چې له پېرودونکو سره د اړيکې ټينگولو، پريزنټيشن جوړولو او د دې په اړه چې پېرودونکي څنگه غواړي ستاسې محصول وپېږي، نوي نکتېکونه رامنځته کړي. د مصرفېدونکو توکو په برخه کې به له تاسې سره مرسته وکړي چې تبليغاتي مواد او رسنيز کمپاين ترتيب او دغه راز د خپل پلورنځي د ډيزاينولو پلان او انټرنټي اړيکې جوړې کړئ.

د احتمالي پېرودونکو پېژندگلوۍ د جوړولو لپاره دوې لارې شته: د بېلگې په توگه، کله چې ډاکټري فاطمې احمدزی د روغتيايي مشورو مرکز پرانېسته، پوهېده چې د هغې احتمالي پېرودونکي به د هغې د روغتيايي مرکز د شاوخوا سيمو ميندواړه مېرمنې وي. دا پوهېده چې ډېری پېرودونکي به يې د ۲۰-۳۰ کلونو ترمنځ عمر ولري چې د لومړي ځل لپاره ميندواړه شوي. د معلوماتو د لنډيز جوړولو په برخه کې د هغې مهم کار د پېرودونکو د کورنۍ د عوايدو د اوسط په توگه د ۵۰۰۰۰ افغانیو ټاکل وه. دغه تحليل له هغې سره مرسته وکړه چې د بازارموندنې مواد په اسانۍ ډيزاين او مناسب پېرودونکي په نښه کړي.

لاندې موارد بايد د معلوماتو په لنډيز(پېژندگلوۍ) کې ذکر شي، خو پېژندگلوې يوازې تر دې پورې محدوده نه ده:

د مصرفونکو د معلوماتو په لنډيز کې بايد لاندې موارد شامل وي:

لومړی گام: د ديموگرافيکو معلوماتو له کارولو پيل وکړئ

- سن، جنسيت، د استوگنې ځای، د عايد اټکل، د کورنۍ جوړښت او د زده کړو کچه.

دويم گام: د هغو لاملونو په اړه فکر وکړئ چې له امله يې پېرودونکي له تاسې يو شی پلوري:

- هغه اړتياوې چې د يو جنس په اخیستلو سره پوره کېږي.
- هغه گټې چې پېرودونکي يې په لټه کې دي.

- ستاسو د سیالانو بدیل چې پېرودونکي یې په پام کې لري.
- د برنډ اهمیت.
- سټایل او فیشن ته لېوالتیا او داسې نور.
- د جغرافیایي محدودیتونو له کبله محصولاتو ته د لاسرسي کچه.

**درېیم ګام: ستاسو احتمالي پېرودونکي له کوم ځایه محصولات پېري؟**

- د خوراكي موادو پلورنځي
- د سړک د غاړې هټۍ
- انلاین
- ځانګړي پرچون پلورونکي
- ستر پلورنځي ( سوپر مارکېټونه)
- د صنعتي ( له تجارت څخه تجارت ته) ته توکو ته

**لومړی ګام: د هغوی د ډیموګرافیکو معلوماتو په هکله فکر وکړئ:**

- د تولید کرښه او په تولید کې کارول شوې تکنالوژي.
- د تولیدي تاسیساتو کچه او موقعیت.
- مالکیت او د کرېډیت تاریخ.

**دویم ګام: د اخیستلو لپاره د هغوی دلایل:**

- د تولید د مېتودونو ډولونه.
- لنډ او اوږد مهاله تولید او په کې کارول شوي وسایل.
- د تخنیکي پوهې کچه.
- نوي / اوسني محصولات.
- له اوسنیو رسوونکو سره ستونزې.

**درېیم ګام: له کومه ځایه محصولات پلوري؟**

- له صنعتي مال وېشونکو څخه.
- له عمده پلورونکو څخه.
- په مستقیمه توګه له تولیدونکي څخه.
- د انټرنټي فرمایشونو له لارې.
- د مېایل فرمایشونو له لارې.

**څلورم ګام: پرېکړه کول.**

- د فرمایش ورکولو له پروسې څخه ځان خبر کړئ، (د اخیستلو د استازي یا د څښتن له لارې)
- هغه کسان په نښه کړئ د پرېکړې بهیر اغېزمنولی شي.
- د کیفیت/ وضعیت د کنټرولولو لپاره د ضروریاتو لنډیز جوړ کړئ.
- د ورنټۍ اړتیاوې په نښه کړئ.

که دغه معلومات په کمپیوتر او که په کتابچه کې ساتل کېږي، باید د خپلو احتمالي پېرودونکو د معلوماتو لنډیز (پروفایل) جوړولو ته د یو څه وخت لپاره دوام ورکړئ. د هغو پېرودونکو پېژندل چې غالباً به له تاسې ټوکی اخلي او د هغوی په نښه کول ستاسې د پلور کچه لوړولی او په دې توګه ستاسې د بریالیتوب سبب کېدای شي.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

له تجارت څخه تجارت ته (B2B) - له یو تجارت څخه بل تجارت ته د محصولاتو پلورل دي.

ډیموګرافیک معلومات- د خلکو ځانګړنو لکه: نژاد، قوم، جنسیت، سن، زده کړو، مسلک، دندې، د عاید کچې، او مدني حالت ته ویل کېږي.

د احتمالي پېرودونکو د معلوماتو لنډیز (پروفایل)- د هغو پېرودونکو د ځانګړنو په اړه معلومات دي چې په ډېر احتمال سره کېدای شي چې له تاسې څخه ټوکی وپلوري.

صنعتي توزیع کوونکي- هغو شرکتونه چې داسې محصولات جوړوي چې د بل تجارت د دوام لپاره اړین وي او هغه په نورو تجارتونو پلوري.

د فرمایش ورکولو بهیر- څوک فرمایش ورکوي، کله فرمایش ورکوي، او فرمایش څه ډول ورکړل کېږي.

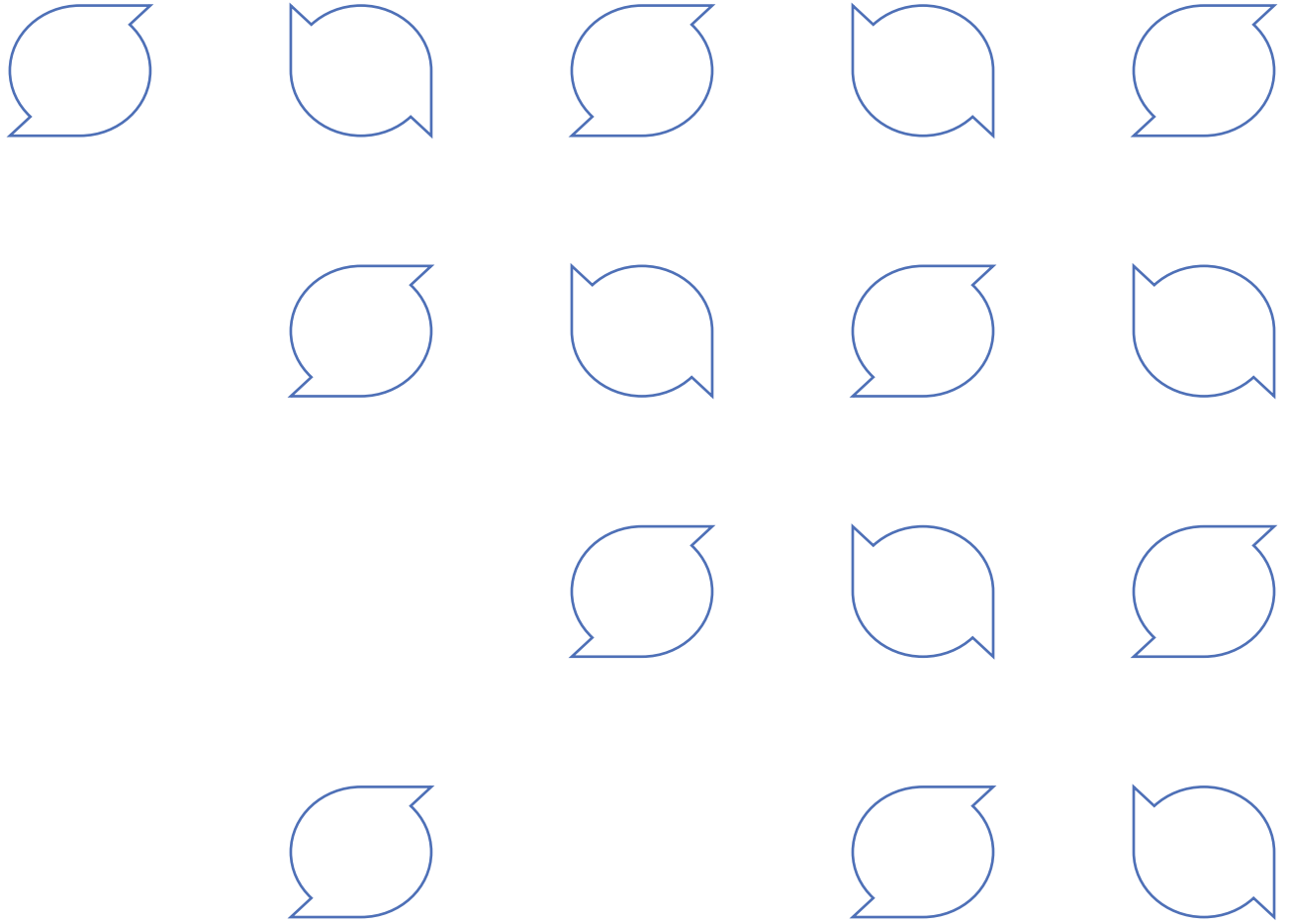
احتمالي خرڅلاو- هغو فعالیتونو ته ویل کېږي چې په ترڅ کې یې د نویو پېرودونکو د ترلاسه کولو هڅه کېږي او دا کار عموماً د پلورونکو لخوا ترسره کېږي.

## ؟ په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنګه خپل خرڅلاؤ څارلی او د خرڅلاؤ له څارلو څه زده کولای شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزمن بهیر پلی کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د اوسنیو پېرودونکو د ساتلو ګټې څه شی دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزمن بهیر پلی کړم؟ ۶. بازار موندنه

## شته اضافي وسایل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډیز (پروفایل)



۵.

پر دي څنگه پوهېدلی  
شم چې بالقوه مشتريان  
چمتو دي پر وکړي؟

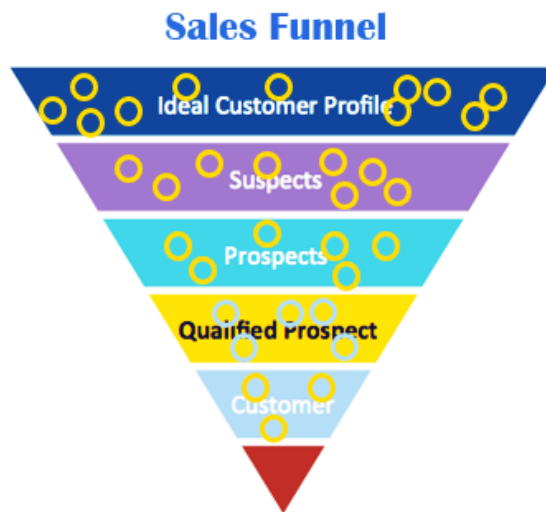


مناسب پېرودونکي هغه کس او يا شرکت دی چې کېدای شي ستاسو د محصولاتو پېرلو ته لېوالتیا ولري، خو تر اوسه یې له تاسې څه نه دي اخیستي. کله چې سوداگریزې اړیکې د تجارتونو ترمنځ وي، نو یو تجارت له بل تجارت څخه مال پېري او دا بهیر ډېر کله اوږدمهاله وي. کاروبار باید هغه وخت چې په هر پېرودونکي یې مصرفوي او هغه ارزښت یا پیسې چې له دغه پېرودونکي څخه یې ترلاسه کولای شي په دقت و ارزوي.

په هغه صورت کې چې د پېر بهیر ډېر وخت او هڅو ته اړتیا لري (لکه د یو قیمتي شي پېرل او یا په ټول تجارت کې د حسابدارۍ د نوي سافت ویر کارونه) غوره ده چې داسې وسیله ولری چې په مرسته یې درک کولی شي چې څومره یو کس له تاسو څخه پېرلو ته لېوال دی او نوموړی څومره د اخیستلو ټکي ته نږدې دی. مور دې وسیلې ته د (خرڅلاو چینل) وايو او دا پر اصلي پېرودونکو، د احتمالي پېرودونکو، چې له مور سره یوازې اړیکه لري، د بدلونو د بهیر څرگندوی دی.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

هر تجارت باید د هغو احتمالي پېرودونکو چې کېدای چې په راتلونکي کې په اصلي پېرودونکو بدل شي نوملړ جوړ کړي. دې ته (د خرڅلاو چینل) ویل کېږي. د خرڅلاو بهیر پر اصلي پېرودونکو د احتمالي پېرودونکو د بدلېدو بهیر تعقیبوي. که تاسې د خرڅلاو د چینل انځور وکارئ نو په سر کې به پراخ وي او چې څومره راښکته کېږي هغومره به نری کېږي. د دې شکل په سر کې به هغه پېرودونکي وي چې د احتمالي پېرودونکو د معلوماتو د لنډیز لپاره مناسب دي. د خرڅلاو لپاره ستاسو د بېلابېلو هڅو په پایله کې به ځیني کسان ستاسې (مشکوک پېرودونکي)، وروسته (احتمالي پېرودونکي)، وروسته له هغه (په شرایطو برابر احتمالي پېرودونکي) او په پای کې پېرودونکي شي.



پورته شکل په لاندې توگه تشریح کولای شو:

### د مناسبو پېرودونکو د معلوماتو لنډیز (پروفایل)

په پیل کې تاسې باید له هغو کسانو پیل وکړئ چې ستاسو د احتمالي پېرودونکو ځانګړنې په کې څرګندي وي. د بېلګې په توګه، مریم د معلوماتي تکنالوژۍ د یوه شرکت څېښتنه ده چې د افغانستان په عمده ښارونو کې شرکتونو ته انټرنټي خدمتونه وړاندې کوي. د هغې په وینا هر هغه شرکت چې درې کارکونکي، انلاین حضور، ځوان او روزل شوی ټیم ولري، د دې لپاره د مناسبو پېرودونکو په نوملړ کې شاملېږي.

### شکمن پېرودونکي

مشکوک پېرودونکي هغه شرکتونه دي چې له تاسې سره یې د ایمیل، مخامخ کتنو او یا د ویب سایټ له لارې لومړنۍ اړیکې ټینګې کړې وي. له لومړنیو اړیکو وروسته دغه کسان او شرکتونه له تاسې سره ستاسو د محصول په اړه خبرو اترو ته چمتووالی څرګندوي. خبرې اترې کېدای شي چې د لیدو کتو، ټیلیفون او یا هم د برېښنالیک له لارې ترسره شي. که هغوی ستاسو تولید/خدمت ته لېوالتیا څرګنده نه کړه، نو هغوی له چینل څخه ایستل کېږي. که هغوی علاقمند وي بیا پر احتمالي پېرودونکو بدلېږي.

## احتمالي پېرودونکي

احتمالي پېرودونکي دا مني چې ستاسو محصول کولای شي دوی ته هغه حلاله وړاندې کړي چې په لټه کې یې دي. دا یو ډول پټ رضایت دی چې حتی بیا یې په سمه بڼه نه وي څرگند شوی. دا احتمالي پېرودونکی د حلالو لپاره خپله څېړنه پیلوي او ستاسو د محصول او کمپنۍ په اړه به د بشپړو معلوماتو غوښتنه وکړي. په دغه حالت کې احساسوئ چې د دې اړیکې د لا ژورولو فرصت شته. د بېلگې په توګه، مریم د یوې سیمه ییزې سوداګریزې ډلې غړې ده او تل له نورو تجارتونو (شرکتونو) سره ملاقات کوي. د دې ډلې دريو سوداګرو مېرمنو له مریم څخه د هغې د انټرنټ په اړه د معلوماتو غوښتنه کړې ده. هغوی دې ته لېوالتیا ښودلې که د مریم انټرنټي خدمتونه ښه وي، نو هغوی به خپل د انټرنټ وړاندې کوونکي بدل کړي. دغه سوداګرې مېرمنې احتمالي پېرودونکي دي او د څرخلاو په چپنل کې پاتې کېږي.

## په شرایطو برابر احتمالي پېرودونکي

احتمالي پېرودونکي نو اوس کم شمېر عرضه کونکي ارزښتی کوي. تاسې له خپلې خوا انګېرلی شئ چې احتمالي پېرودونکي شرکت ستاسو د محصول د پېرودلو لپاره بودیجه لري، هغه کس چې د شرکت په استازیتوب له تاسې سره په اړیکه کې دی د پېرودلو صلاحیت لري، تاسې کولای شئ چې داسې محصول تولید کړئ چې د هغوی اړتیاوې پوره کړي، او تاسو دا کار په ټاکل شوي وخت کې تر سره کولای شئ. که فکر کوئ چې د پورته شرطونو له ډلې یو یې نه شي پوره کېدلی، نو احتمالي پېرودونکي په شرایطو برابر نه دی او له چپنل څخه ایستل کېږي. که دغه شرطونه پوره کېدلای شي، نو احتمالي کس په شرایطو برابر پېرودونکي ته بدلېږي. د مریم په قضیه کې، له دريو وارو سوداګرو مېرمنو سره له ټیلیفوني اړیکو وروسته، هغه پوهه شوه چې اوس یوازې یوه مېرمن له هغې څخه د انټرنټ اخیستلو ته لېوالتیا لري. دې ته په پام کې مریم د انټرنټ د عرضه کولو توان لري، نو دغه مېرمن په شرایطو برابر احتمالي پېرودونکي ته بدلېږي.

## پېرودونکي

د څرخلاو چپنل په دې برخه کې، په شرایطو برابر پېرودونکي غواړي چې له تاسې څخه توکي یا خدمت واخلي. د څرخلاو بهیر ټول هغه کسان چې دې پړاو ته رارسېږي ستاسو پېرودونکي کېږي. په بېلګه کې، مریم له خپلې پېرودونکي سره د انټرنټي خدمتونو د تړون په لاسلیکولو سره معامله پای ته ورسوله.

دې ته مو پام وي چې دا بهیر کېدای شي نور هم مخ ته ولاړ شي، ځکه چې ستاسو پېرودونکي کېدای شي چې بیا له تاسې څخه پېرودنه وکړي، کېدای شي چې ستاسې تجارت نورو ته توصیه کړي، او کېدای شي چې د بازارموندنې لپاره خپل ملاتړ څرګند کړي (چې په سوداګریزو خبرتیاوو او ویب سایټ کې کارول کېدای شي).

د څرخلاو بهیر د اصلي پېرودونکو له پېژندلو وروسته پیلېږي. اصلي پېرودونکي هغه کسان دي چې ستاسو د محصول د پېرودلو لپاره یې کلکه لېوالتیا څرګنده کړې ده او تاسې په دې باور یاست چې د هغوی د خوښې وړ محصول تولید او ور رسولی شئ (د مشخصاتو مطابق او په وړاندیز شوې موده کې د غوښتل شوي شمېر محصول ورسول).

د پېرودونکو د وړ کولو بهیر د مشتریانو او ستاسې له ادارې سره د هغوی مناسبوالی ژورې څېړنې ته اړتیا لري. دغه بهیر ته د احتمالي پېرودونکو په شرایطو د برابرولو پروسه وايي او لاندې ګامونو ته اړتیا لري:

- تصمیم نیوونکی کس مشخص او له هغه سره د تماس نیولو پر مټ اړیکې جوړې کړي. د مریم په قضیه کې، هغې له سوداګرو سره ملاقات وکړ او پوه شوه چې همدوی تصمیم نیونکي دي. که نه نو هغې کولای شوای چې د شرکت په اړه څېړنه وکړي او له اړوندو کسانو سره اړیکه ټینګه کړي.
- په پېرودونکي شرکت کې له تصمیم نیوونکي کس سره خپلې یا ستاسې د پلور د برخې د کارکوونکې اړیکې مشخصې کړي.
- د پېرودونکو ضرب الاجلونه مشخص کړي
- د مشتری کاروبار د خوندیتوب پر وړاندې پرتې ننگونې مشخصې کړي
- نورې هغه حلالرې مشخصې کړي چې پېرودونکي یې ارزوي. مریم د انټرنټي خدمتونو د لوی عرضه کوونکې په توګه پېژندل او ځینې معلومات ورته د سوداګرو مېرمنو لخوا هم ورکړل شوي وو، هغوی د خپلو اوسنیو انټرنټي خدمتونو له وړاندې کوونکو څخه شکایت وکړ او مریم هغوی ښه پېژني.
- وګورئ چې ستونزې ته د حلالرې د نه موندلو په برخه کې پېرودونکي ته کوم مصرفونه (مالي، تولیدي، د کارکوونکو اخلاقي) اهمیت لري. مریم دغه معلومات له سوداګرو سره د ټیلیفوني اړیکو د ټینګولو له لارې ترلاسه کړي وو. هغې له هر پېرودونکي څخه د انټرنټي خدمتونو د ترلاسه کولو لپاره د ټاکل شوې بودجې په هکله پوښتنې وکړلې، ترڅو وکولای شي چې د هغوی د مالي وضعیت په اړه پوه شي او دیوې مناسبې حل لارې وړاندیز ورته وکړي.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د مناسب پېرودونکي د معلوماتو لنډیز (پروفایل) - د هغو پېرودونکو د ځانګړنو په اړه معلومات دي چې په ډېر احتمال به له تاسې توکي وپېږي.

**LEAD QUALIFICATION:** پر شرایطو د احتمالي پېرودونکي د برابرولو بهیر چې د مشتري او ستاسې له ادارې سره د هغه د مناسبوالي د ژورې ارزونې له لارې ترسره کېږي.

**احتمالي پېرودونکی** - هغه کس چې د احتمالي (ممکنه) پېرودونکي په سترګه ورته کتل کېږي او د پلورنې د نښې په نامه هم یادېږي.

په شرایطو برابر احتمالي پېرودونکی - هغه احتمالي پېرودونکي ته ویل کېږي چې د پېرودنې د صلاحیت، توانایي او لېوالتیا پر بنسټ غوره احتمالي پېرودونکی ټاکل شوی وي.

**د خرڅلاو چینل(فیل)**- د مشتري د سفر د لید وړ ننداره، چې د پلور بهیر له توکي سره د مشتري له لومړي آشنایي د اخیستلو تر پړاوه، پورې څارې. دې ته د عواید چینل او یا د پلور بهیر هم ویل کېږي.

**شکمن پېرودونکی**- هغه شرکتونه دي چې له تاسې سره یې د ایمیل، مخامخ کتنو، او یا د ویب سایټ له لارې لومړنۍ اړیکې ټینګې شوې وي.

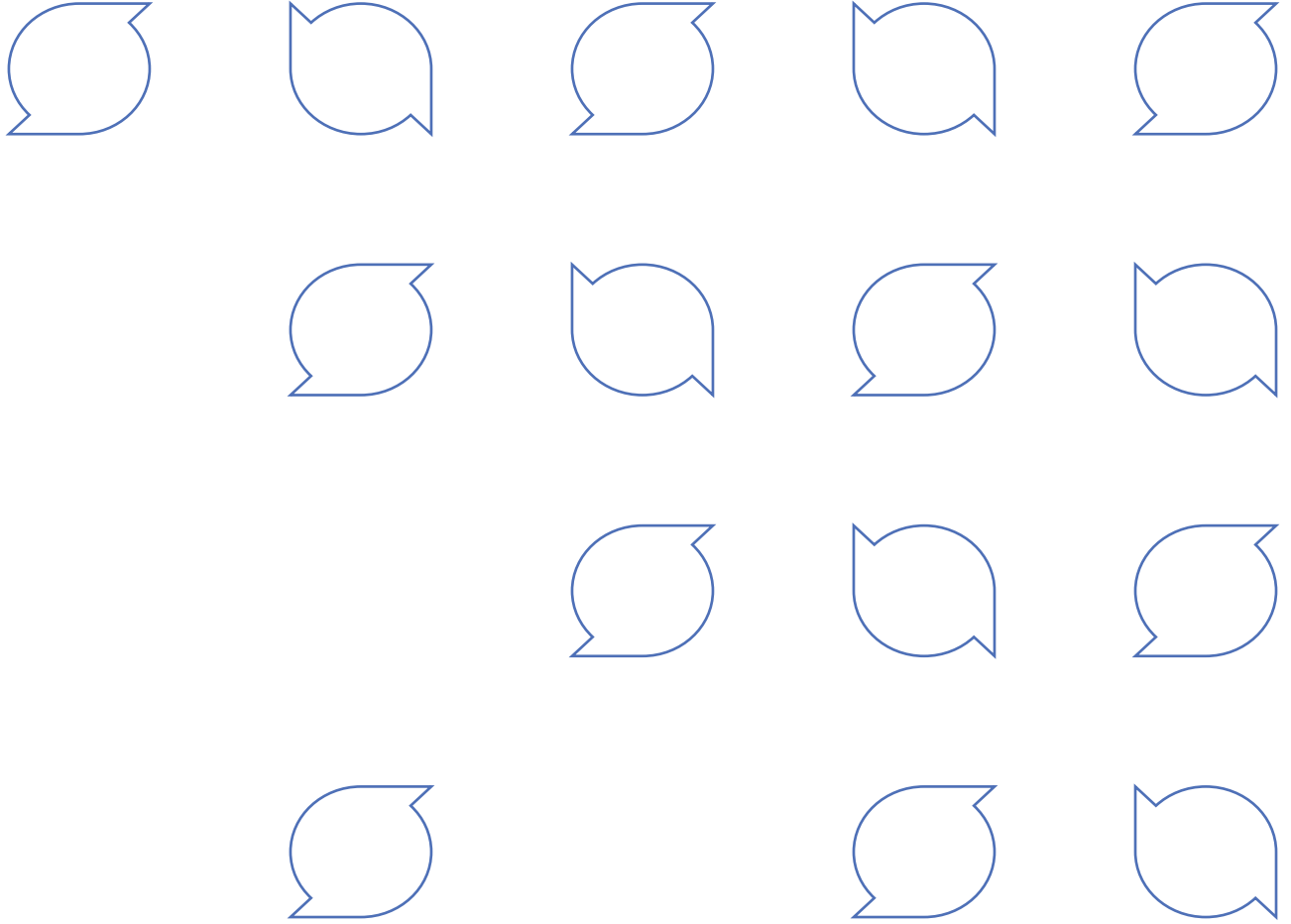
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنګه له موخې وړ مارکېټ څخه د خپلې خوښې وړ مشتري په اړه معلومات ترلاسه کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د خرڅلاو د بشپړولو لپاره کوم تکنیونه غوره دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلی کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د موخې بازار څه شی دی او څنګه کولای شم چې د موخې مناسب بازار د ځان لپاره وټاکم؟ ۶. بازار موندنه

## شته اضافي وسایل

د پېرودونکو په اړه د معلوماتو لنډيز(پروفایل)

د پېرودونکو د رضایت د کچې سروې



## ۶. خنګه مستقیم پلور کولی شم؟

پېرودونکي د هرې سوداګرۍ بنسټ ګڼل کېږي، که مو کاروبار کوچنی وي او که ګڼ ملتيز شرکت. يوازې له دې کبله چې کاروبار مو کوچنی دی، حتمي نه ده چې ستاسې د مشتریانو (اوسنیو او بالقوه مشتریانو) ونډه دې هم لږه وي. ستاسې بريا په بشپړ ډول په دې پورې تړلې چې څنګه نوي مشريان خپلوئ او اوسني پېرودونکي له ځان سره ساتئ.

د خرڅلاو چينل ته د ګڼ شمېرو احتمالي پېرودونکو رابلل يوازینی لار ده چې د ډېرو خرڅلاؤ لپاره تاسې ته لار هوارولی شي. دا ستاسې، د تجارت د څښتن او ستاسو د خرڅلاؤ د ټيم دوامدار تمرکز ته اړتيا لري. د احتمالي پېرودونکو رابلل کېدی شي چې له بېلابېلو لارو لکه ایمیل، ټولنيزې رسنۍ، ویسایټ او ټليفوني اړیکو له لارې ترسره شي. ستاسې مقاومت او اداري نظم ستاسې د برياليتوب کچه ټاکي. د احتمالي پېرودونکو د رابللو بهير د څارنې لپاره د يو سيستم درلودل ډېر اړين دي. په کمپيوټر کې د يو ساده ديتاييس درلودل او يا په يوه پاڼه کې د احتمالي پېرودونکو ليکل به له تاسو سره د پلان په جوړولو کې مرسته وکړي.

د احتمالي پېرودونکو موندل تل اسانه کار نه وي او هر هغه پلورنکی چې نن بريالی دی، هغه په ځلونو د (نه) کلمه اورېدلې ده. ردېدل د پلورونکو د ژوند يوه برخه ده، خو د پېرودونکو لخوا له ردېدلو وروسته بايد د ناميدۍ احساس ونه کړئ. هېڅ پېرودونکی به په لومړي ځل تاسو ته هو و نه وايي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

ددې لپاره چې ستاسو کار لږ څه اسانه شي، له احتمالي پېرودونکو سره د اړیکو ټينګولو او د خرڅلاو چينل د جوړولو ځينې لارې چارې په لاندې ډول دي:

### سړه نارو يا MAKE A COLD CALL

سړه نارو خلکو ته په مسلکي او احترامانه ډول له داسې يوه وړانديز سره ورتګ دی چې د هغوی له کاروبار سره مرسته کولی شي. دغه تګلاره د هغو پېرودونکو لپاره کارول کېږي چې کېدای شي له تاسو سره هېڅ ډول اړیکه ونه لري، او تاسو هېڅ و نه پېژني. سړه نارو تل د خرڅلاو د بهير لومړی پړاو وي. دا کېدای شي له پېرودونکي سره لومړنۍ اړیکې او يا د هغوی له تجارت څخه د لومړي ځل ليدنې ته وويل شي. بريالی سړه نارو بايد ريښتيني، مرستندويه، مسلکي او د پېرودونکي لپاره په ريښتا د ارزښت وړ وي. په پيل کې به دا کار سخت او ستړی کونکی وي، خو د وخت په تېرودو سره به دا د هغو پلورونکو لپاره چې د مشتریانو د اړتياوو پېژندلو په برخه کې کار کوي ډېر ګټور وي. د بېلګې په توګه، د انټرنټي خدمتونو وړاندې کونکي له هغو نورو شرکتونو سره اړیکه ټينګوي چې انټرنټ ته اړتيا لري او د ښه او چټک انټرنټ د وړاندې کولو وړانديز کوي.

### د مشتریانو راجع کېدل

احتمالي پېرودونکي تل د اوسنیو پېرودونکو په مرسته موندل کېږي. په هغو پېرودونکو ډېر تمرکز وکړئ چې ستاسو له توليد/خدمت څخه په بشپړه توګه راضي دي او ستاسو له شرکت سره ښې اړیکې لري. له هغوی څخه وغواړئ چې نور پېرودونکي هم تاسې ته راجع کړي. هغوی تاسو پېژني، ستاسو د توليد/خدمت په هکله معلومات لري او ستاسو سازمان/شرکت پېژني. ستاسې پېرودونکي اکثراً له ډېرو کړيو سره اړیکې لري او پوهېږي چې کوم کسان کېدای شي ستاسو محصول ته اړتيا ولري.

### ګټور معلومات شريک کړئ

د خپلې تخنيکي تجربې، انجنيرانو او پلورونکو په مرسته کولای شئ چې له معلوماتو ډک او روزنيزو مطالب (نوي اپليکيشن، نوي وسايل، د پيسو سپمولو لارې، د ستونزو حللارې) خپاره کړئ چې ستاسو د احتمالي پېرودونکو د خوښې وړ وي. په مقالو، انلاين، ناستو يا د عواملو په څېړنو کې د دغه راز معلوماتو خپرول له احتمالي پېرودونکو سره ستاسې اړیکه رامنځته کوي. په ياد ولرئ چې ددغه کار موخه دا نه ده چې يو محصول په پېرودونکي وپلورئ او يا هم له هغوی سره سوداګريز تړون لاسليک کړئ. دا هغه لارې چارې دي چې د اعتبار په رامنځته کولو کې له تاسو سره مرسته کوي. ستاسو مطالب بايد د اړیکو د رامنځته کولو لپاره ګټور وي. هغه شرکت چې د اوبو تصفيه کونکي ماشينونه بازار ته وړاندې کوي، کېدای شي چې د پاکو اوبو، د ناروغيو د مخنيوي لارې او داسې نور مطالب په دې موخه خپاره کړي چې د احتمالي پېرودونکو ترمنځ اعتبار ومومي.

### د ایمیل له لارې مستقيم کمپاين

د ایمیل له لارې مستقيم کمپاين هغه حالت دی چې په ديجیټلی ډول او يا د ایمیل له لارې له پېرودونکو سره په دې موخه اړیکه ټينګ کړئ چې هغوی له توليد/محصول څخه خبر کړئ. اړينه نه ده چې په مستقیمه توګه د ایمیل له لارې په کمپاين کې ډير پېرودونکي په ښه کړای شي، خو هغه پېرودونکي چې ستاسو

د احتمالي پېرودونکو ځانگړنې لري بايد په غور په نښه کړلای شي. که ستاسو د پلور ټيم کوچنی دی او یا هم د یوې کوچنۍ سوداگرۍ یوازینی پلورونکی یې، هره اوونۍ له ۲۰ تر ۳۰ ایمیلونه واستوئ او د ټیلیفوني اړیکو په مرسته یې پایلې وڅاري. د ډېرې اغېزمنتیا لپاره، ستاسو لیک او یا ایمیل باید له یو تبلیغاتي پوستر سره یو ځای واستول شي چې په سمه توگه ستاسو تولید، شرکت او د دواړو گټې پېرودونکو ته معرفي کړي.

### سوداگریز نندارتونونه

د هغو غونډو په انتخاب کې، چې غواړئ خپل محصولات په کې نندارې ته وړاندې کړئ، ډاډه ترلاسه کړئ چې داسې کسان را جلبوي او که نه چې ستاسې محصولاتو ته ارزښت ورکوي. ډاډه ترلاسه کړئ چې د غرفې مسؤل کسان مو د احتمالي پېرودونکو په اړه بشپړ معلومات لري. هغوی باید وتوانېږي چې خپل ډېر تمرکز مناسبو پېرودونکو ته ځانگړی کړي. د خپلو کارکونکو مهارتونه لوړ او تجربه ډېره کړئ او هغوی ته د هغه محصول په اړه چې نندارې ته یې وړاندې کوئ، بشپړه روزنه ورکړئ. دلته بیا هم موخه دا نه ده چې محصول پر پېرودونکو خرڅ شي، بلکې اصلي موخه د لومړنیو اړیکو رامنځته کول دي. له نندارتون وروسته، له ۳۰ ورځو وړاندې، تاسو باید له احتمالي پېرودونکو سره د ټیلیفون او یا د مخامخ کتنو په مرسته په اړیکه کې شئ. که اړیکه د ایمیل له لارې ټینګوی، نو هڅه وکړئ چې هغه معلومات شریک کړئ چې د پېرودونکي لپاره په ریښتینې ډول ارزښت لري. تل په سیستم برابر او ژمن واوسئ. سوداگریز نندارتون د خرڅلاو چینل ته د احتمالي پېرودونکو د راجذبولو لپاره تر ټولو ښه ځای دی. د بېلگې په توگه، د وچو مېوو گڼ شمېر افغان صادرونکي په سمیه بیزو او نړیوالو نندارتونو لکه (د هندوستان نړیوال سوداگریز نندارتون) کې گډون کوي او د خپلو شرکتونو لپاره نوي احتمالي پېرودونکي پیدا کوي. په یاد وساتئ چې ددغو کمپنیو لپاره دا ډېره گټور ده چې د سوداگریزو نندارتونونو له لارې نړیوال احتمالي پېرودونکي ومومي، نه دا چې په انټرنټ کې ځانته احتمالي پېرودونکي ولټوي.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

**سړه ناره** - سړه ناره خلکو ته په مسلکي او احترامانه ډول له داسې یوه وړاندیز سره ورتگ دی چې د هغوی له کاروبار سره مرسته کولی شي. معمولاً سړه ناره د هغو پېرودونکو لپاره کارول کېږي چې کېدای شي له تاسو سره هېڅ ډول اړیکه ونه لري، او تاسو هېڅ و نه پېژني.

**راجع شوی مشتری** - هغه احتمالي پېرودونکي چې د یوه ډېر راضي پېرودونکوي لخوا چې ستاسو تجارت ښه پېژني، راجع شوی وي.

**د احتمالي پېرودونکو د معلوماتو لنډیز** - د هغو پېرودونکو د ځانگړتیاوو لنډیز ته ویل کېږي چې په ډېر احتمال ستاسې توکي پېري.

**د پلور چینل ( فنل )** - د هغه مشتریانو د ځانگړنو پېژندنه چې په غالب گومان به له تاسې پېر وکړي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- پلور څه شی دی؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پلور ستراتیژي څنگه جوړولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- له موخې وړ مارکېټ څخه څنگه د مناسبو پېرودونکو پېژندگلوي تعریفولی شم؟ ۶. بازار موندنه

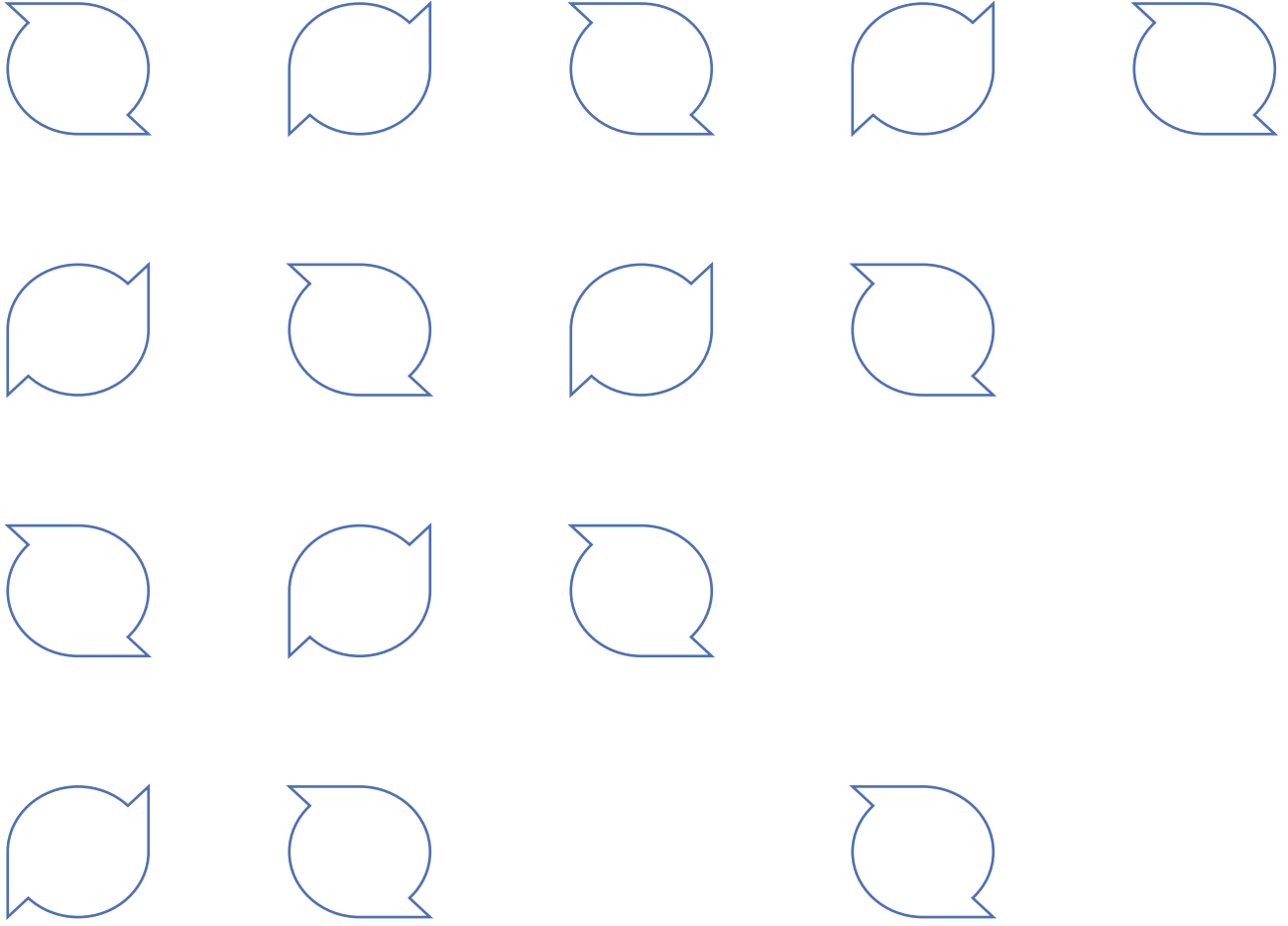
## شته اضافي وسایل

د پلور د کتنې پلانون

د پلور د کمپسیون راپور

د پلور د ستراتیژۍ کاري پاڼه

د پلور د کتنې راپور



.۷

## تجارت می خنګه پر پېردونکو ارزښت پلورلی شي؟

د ارزښت پلورل په دې نظريې پيلېږي چې د قيمت او ارزښت ترمنځ توپير شتون لري. راځئ چې لومړی د قيمت په تړاو ولولو. قيمت هغه اندازه پيسې دي تاسو يې د لگښتونو او گټې په پام کې نيولو سره د محصول د پلورلو لپاره ټاکئ. خو بيه يوازې د داخلي معلوماتو پر بنسټ نه ټاکئ، بلکې د بازار حالت او ستاسو د سيالانو تگلاره پر قيمت اغېز لري. د بېلگې په توگه، د سبزيجاتو پلورونکی کله چې په مارکېټ کې يې سيالان ډېر وي خپل قيمت را ښکته کوي او کله چې د سبزيجاتو موسوم مخ پر ختمېدو شي نو د خپلو محصولاتو بيه لوړوي.

له بلې خوا، ارزښت بيا هغه گټې دي چې پېرودونکی يې ستاسو د محصول له کارولو ترلاسه کوي. د بېلگې په توگه، هغه پلورونکی چې د مسلکي رنگمالانو لپاره ۱۰ متره زينه پلوري، کېدای شي چې د خپل محصول بيه ۱۰۰ ډالره وټاکي (۸۰ ډالره لگښت او ۲۰ ډالره گټه). له دې کبله چې دا زينه له سپک المونيم څخه جوړه شوې او ښه ډيزاين لري، د رنگمال وخت سپموي، د پېښو گواښ کموي او د رنگمالی وسايل خوندي کوي. راځئ دا ومنو چې دغه زينه په هر کار کې د رنگمال لپاره ۱۵۰ ډالره سپموي. که دغه رنگمال هر مياشت د کار دوه لوی تړونونه ولري د زینې اخیستل به رنگمال ته د مياشتې ۳۰۰ ډالره ارزښت وړاندې کړي. رنگمال به دا زينه په څو وپلوري؟ تاسی کولای شئ چې په اسانۍ سره پوه شئ چې رنگمال ددې لپاره د ۲۰۰ ډالرو ورکولو ته چمتو دی ځکه چې هغه پوهېږي چې اوس يې هم د ۱۰۰ ډالرو په ارزښت گټه کړې ده. له همدې کبله د ارزښت د گټې پلور داسې تخنيک دی چې د توکي له لوري د وړاندې کېدونکي ارزښت پر اقتصادي گټو ولاړ دی. همدا د خدماتو په برخه کې هم صدق کوي.

نو، د ارزښت پلور د پلور له لومړنيو اصولو سره برابر دی - يو ښه، با اصوله او د سوداگرۍ ټولو مقرراتو ته ژمن پلورونکی به له پېرودونکو سره مرسته وکړي چې د يو محصول د ارزښت په اړه پوه شي او د خپلو پيسو په مقابل کې ترټولو لوړ ارزښت ترلاسه کړي. نو د ارزښت په پلورلو کې د پېرودونکي لپاره د ارزښت مالي اړخ ډېر مهم دی.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د کاروبار د څښتن يا پلورونکي په توگه له پېرودونکو سره د اړيکو ټينگولو لپاره ترټولو مهم شی د خپلې سوداگرۍ په اړه ستاسې پوهه ده. د نورو پېرودونکو له کارونو سره پېژندگلوي، د خپل محصول په اړه بشپړ معلومات درلودل، د وسايلو د تشریح او کارولو قابليت، د ستونزو له منځه وړل او مسلکي زده کړې ټول هغه موارد دي چې پر تاسې د پېرودونکي د باور لامل کېږي.

چمتوالی مو د خپل محصول يا خدمت د گټو او هغو لارو د يوه لېست پر جوړولو پيل کړئ چې ستاسې محصول د پېرودونکي ستونزې ورباندې حل کولی شي. تل په دې پام کوئ چې څومره چې تاسو د پېرودونکو لپاره د محصول پر ارزښت تمرکز کوئ په هماغه اندازه د قيمت موضوع بی ارزښته کېږي.

وحیده عمر په هرات ولايت کې د وېبپاڼو د جوړولو او پراختيا خدمات وړاندې کوي. هغې د خپلو خدمتونو لېست په خپلو تبليغاتي بروشورو (تبليغاتي پاڼو کې) کې ذکر کړی. نوموړې په وضاحت خپلو پېرودونکو ته د يوې ښې وېبپاڼې د لرلو گټې تشریح کوي، لکه ښه وضاحت، اسانه لاسرسی او د عوايدو ډېروالی. دا خپلو پېرودونکو ته تشریح کوي چې د هغې يو مشتري څنگه وکولای شو چې د وېبسايټ له لارې ډېر پېرودونکي ځان ته جذب کړي. د مخکنيو مشتريانو د وېبسايټونو ښودل له هغې سره مرسته کوي چې نوي پېرودونکي ترلاسه کړي.

کله چې پر گټو فکر کوئ، لومړی بايد پر دې غور وکړئ چې ستاسې حللاره څنگه له يوه پېرودونکي سره د عوايدو په زياتوالي، د لگښتونو په کموالي او مولديت کې مرسته کولی شي. په دويم گام کې پر نه محسوسېدونکو گټو لکه د برنډ د موقف پراختيا، په ټولني کې د هغه حضور او په صنعت کې د هغه پر باور فکر وکړئ. د ارزښت پلورلو عمده موخه دا ده چې د حقيقي معلوماتو د وړاندې کولو له لارې له پېرودونکو سره مرسته وکړئ چې ستاسو محصول د گټو په اړه خبر شي. کله چې تاسې د خپل د محصول مالي گټه څرگنده کړئ، نو احتمالي پېرودونکی به په خپله د محصول پېرودلو ته راضي شي، پرته له دې چې تاسو ډېره هڅه وکړئ. ددې په مرسته پوهېدلی شئ چې له پېرودونکي سره ستاسې تړون سم، روڼ او اخلاقي دی. دغه کار فرصت درکوي چې ډېره گټه ترلاسه کړئ او دغه کټه د خپلې سوداگرۍ په لا ډېرې پراختيا، د کاري زمينونو په برابرولو او خپريه فعاليتونو، چې ستاسو د ټولني لپاره مهم دي، ولگوئ.

## د دې برخې د ځينو اصطلاحاتو تعريف

**برنډ** - يو بې ساری سمبول، لوگو او يا نوم دی چې يو سازمان يې په مارکېټ کې له نورو محصولاتو څخه د خپل محصول د بېلوالي لپاره کاروي.

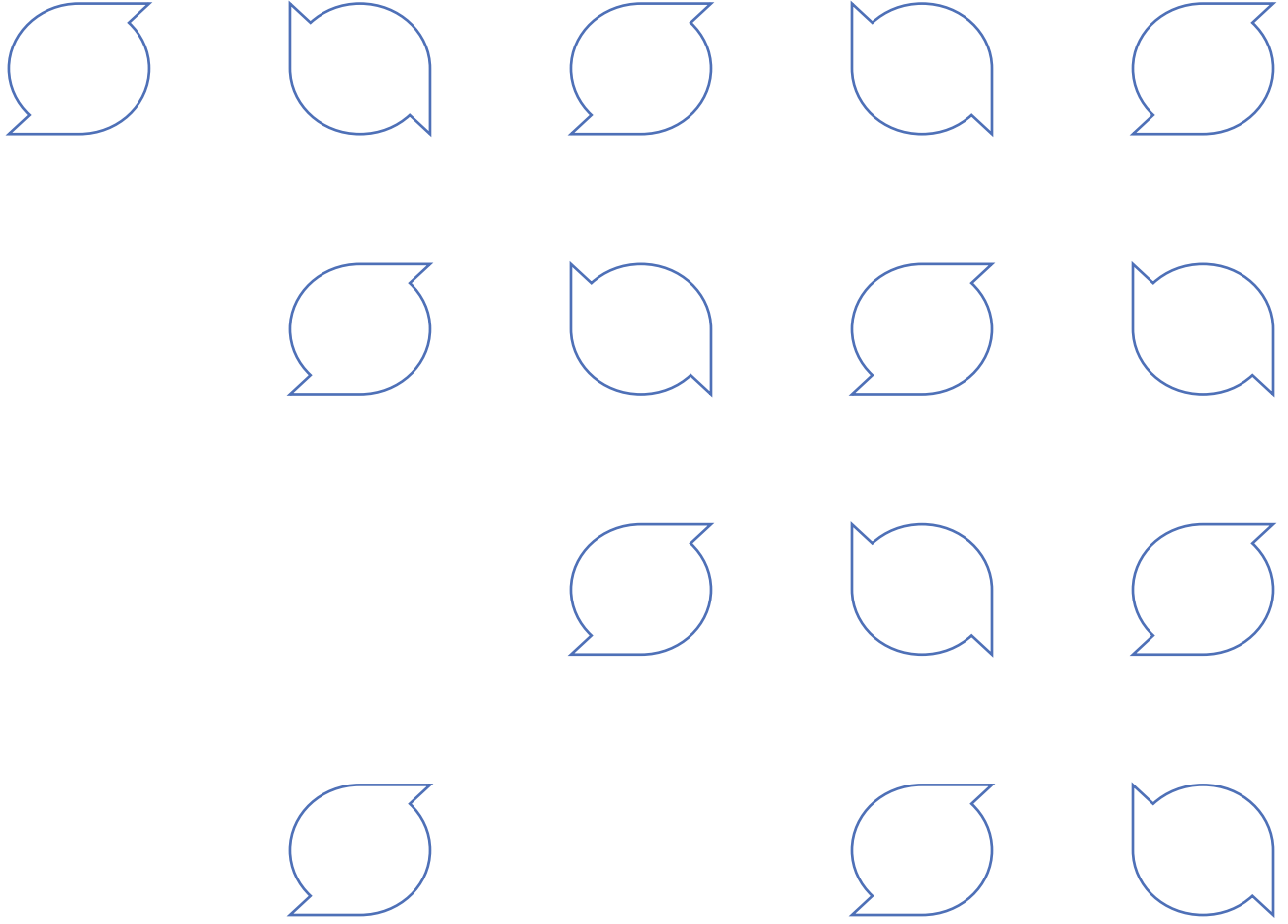


اعتبار - ددې ښکارندوی دی چې یو شی یا یو کس څومره د نورو خلکو لپاره د باور وړ دی.

ارزښت پلورنه- د پلور هغه تخنیک چې د پېرودونکي په نظر کې د خپل توکي د ارزښت جوړولو له لارې هغه ورباندې پلوری.

## په دې تړاو د لاندې معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- قیمت اېښوونه څه شی ده؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه د ارزښت پر بنسټ د خپل محصول قیمت ټاکلی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- داسې کومه لاره شته چې د گټورې قیمت اېښوونې په برخه کې مرسته راسره کولی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه په خپل تولید/خدمت کې ارزښت رامنځته کولی شم چې بیه یې د توجیه وړ شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه



.۸

څنگه داسې مواد چمتو کولی شم  
چې د پلور پر مهال یې وکاروم؟

کوچني او لوی شرکتونه دواړه باید د خپلو پلورونکو د ملاتړ لپاره بېلابېل مواد چمتو کړي چې له هغوی سره د پلور په بهیر کې مرسته وکړي. په دې کې د پلور بروشرونه، پوسترونه، خپرنې او معلومات شامل وي. ددې پوښتنې د ځواب لپاره د پلور د بروشرونو چمتو کول ښه ځواب دی، خو د موخو اصول، اورېدونکي، مرکزي پیغام، ډیزاین او شکل، او د پلورونکو چمتوالی هم د نورو ترڅنګ کارېدلی شي.

سره له دې چې نن سبا ډېر مواد په ډیجیټلي بڼه وړاندې کېږي، خو لا هم کمپنۍ له غوره چاپ شویو مرستندویو توکو څخه ګټه اخیستلی شي. ښه ډیزاین شوی بروشور کوم چې د خرڅلاو په بهیر کې او یا له یوه ملاقات وروسته پېرودونکو ته ورکول کېږي، له هغوی څخه د فرمایشاتو د ترلاسه کولو په برخه کې اغېزناک تمامېدلی شي.

دغه مواد/مطالب د چا لپاره دي؟ د کومې ستونزې له حل سره مرسته کوي؟ د هر ډول موادو له جوړېدو وړاندې باید دا عمده پوښتنې وشي. که فکر کوئ چې د احتمالي پېرودونکي شرکت په منځ کې به بېلابېل کسان وي، نو کېدای شي چې ددغو پوښتنو ځوابونه هم مغلق او پېچلي وي. هر هغه کس چې په دې پروسه کې دخپل دی شاید په مختلفو برخو کې د کار مسؤلیت ولري او ستاسو له محصول څخه به هم هر یو بېله تمه لري. د بېلګې په توګه: د پېرودنې مدیر به د لګښت، انتقالېدو شرایطو او د انتقالولو د نېټې په اړه اندېښمن وي. د ترمیماتو د ځانګې مشر به ددغه محصول پرزه جاتو ته د لاسرسۍ په اړه اندېښمنه لري. عمومي مدیر به د فعالیتونو د لګښت او اغېزمنتیا په اړه اندېښمن وي. دا محصول په وار وار سره پېرودل کېږي، نو د پېرودنې مدیر اصلي پرېکړه نیونکی دی. هو، که کمپنۍ وره وي او یوازې یو کارکونکی لري، نو تاسو باید بروشور د کمپنۍ د څېښتن لپاره ډیزاین کړئ.

ښه ډیزاین شوی بروشور د برنډ په جوړولو کې د سره مرسته کوي. هغه د پلورونکي او پېرودونکي ترمنځ د اړیکو یوه روښانه کرښه رامنځته کوي. په ورته وخت کې د محصول د عمده ګټو، فعالیت، ډیزاین، لګښت او اغېزمنتیا د ګټو په څرګندولو سره په بازار کې دغه محصول له نورو محصولاتو جلا کوي. دا کار د پېرودونکو او یا پرېکړه نیونکو په فکرونو کې ستاسو محصول برجسته کوي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

مرسل احمدي ګانې جوړوي او په بېلابېلو پېرودونکو بې پلوري. هغه غواړي چې داسې تبلیغاتي مواد چمتو کړي چې له هغې سره د پلور په برخه کې مرسته وکړي.

**لومړی ګام:** د خرڅلاو لپاره د تبلیغاتي موادو اصلي موخه مشخصه کړئ.

- د یو نوي محصول د معرفي کولو لپاره دی؟
- د پلور کوم ځانګړی ترویجی پروګرام پیلوي؟
- غواړي چې خپل محصول بېل بازار ته وړاندې کړي؟

مرسل فعال تجارت لري. هغې له دې وړاندې تبلیغاتي مواد نه درلودل. د هغې موخه دا ده چې خپل محصولات خلکو ته معرفي کړي او د پېرودونکو د راجذبولو لپاره د د خرڅلاو کچه پراخه وړاندې کړي.

**دویم ګام:** مخاطب مو مشخص کړئ

- له چا سره اړیکه ټینګول غواړئ؟
- هغوی د کومو ستونزو په اړه اندېښمن دي؟

د مرسل اورېدونکي هغه ځوانې مسلکي افغانې مېرمنې دي چې په لویو ښارونو کې ژوند کوي. دغه راز هغه د هېواد په بېلابېلو برخو کې پر څو محدودو پلورنځیو، زیورات پلوري.

## درېیم ګام: عمده پیغام چمتو کړئ

- د خپل د خوښې وړ مخاطبینو په نظر کې نیولو سره د هغوی د اړتیاوو په اړه څېړنه وکړئ. له خپلو پلورونکو سره د دغو ځانګړو مخاطبینو د تجربو په تړاو خبرې وکړئ. د ټولو هغو پوښتنو په هکله فکر وکړئ چې هغوی له تاسو پوښتلې دي. د دې معلوماتو په کارولو سره د خپل د بروشر اصلي پیغام چمتو کړئ او هڅه وکړئ چې پیغام په سرلیک، متن او شعارونو کې راغلی وي.
- مرسل پوهېږي چې پېرودونکي یې په ښه کیفیت او مناسب قیمت ګانې غواړي. د هغې عمده پیغام د اصلي غمیو لرونکې ګانې په مناسب قیمت وړاندې کول دي.

## څلورم ګام: ډیزاین

- داسې یو ډیزاین وټاکئ چې ستاسو د پېرودونکو پاملرنه ځان ته واړوي، خپل متونه په واضح او کره توګه ولیکئ او انځورونه وکاروئ. په بروشر کې شمېر او حقایق شامل کړئ. که مناسبه وي د اوسنیو پېرودونکو تجربې او یا هم د هغوی نوملړ په بروشر کې وکاروئ چې ستاسو اعتبار ډېر کړي.
- مرسل د مطالبو ځاګه چمتو کوي او له خپل مشر ورور، کریم، څخه غوښتنه کوي چې مطالب وګوري او ډاډ ترلاسه کړي چې د مطالبو ډیزاین، د لیکلو بڼه او د کارېدو ځای سم او د لوستونکو لپاره په اسانۍ د پوهېدو وړ وي.

## پنځم ګام: پلورونکي مو چمتو کړئ

- له پلورونکو سره مو کېنئ چې پوه شي څنګه د پلور د ناستو پر مهال له بروشر څخه سمه ګټه پورته کولی شم. بروشر یوازې د خرڅلاو د بهیر یوه برخه ده او باید د پلور د پروسې د لا ډېرې اغېزمنتیا لپاره وکارول شي.
- مرسل وروسته د خپلو هغو دريو کارکونکو لپاره چې له پېرودونکو سره په اړیکه کې دي د پېژندګلوی نیمه-ورځنۍ ناسته برابروي. هغه دغه راز خپلو هغو ۴-۵ ملګرو ته هم بلنه ورکوي چې د هغې د کمپنۍ لپاره د کمیشن پر بنسټ د پلورونکو په توګه کار کوي. مرسل په دې ناسته کې د بروشر په هکله بشپړ معلومات وړاندې کوي او له ګډون کوونکو د بروشر د تمرین غوښتنه کوي.

کېدای شي چې انټرنټ د بروشر د ډیزاینولو لپاره ګڼ شمېر نظريې وړاندیز کړي. سربېره پر دې تاسو ته داسې اپلیکېشنونه هم وړاندې کولای شي چې په مرسته یې تاسې ابتدايي بروشرونه جوړولای شئ. د یوې چټکې آنلاین څېړنې په مرسته تاسې کولای شئ چې هغه وېبسایټونه یا اپلیکېشنونه وپېژنئ چې له تاسو سره د بروشر په چمتو کولو کې مرسته کولای شئ. که ممکن وي چې یو ګرافیک ډیزاینونکی ولری، نو ستاسو کمپنۍ به د لوګو، لیټر هید، د پېژندنې رنګ، او نورو انځوریزو مطالبو په چمتو کولو کې له هغه څخه استفاده وکړي. هغوی هغه مسلکي زده کړې لري چې تاسو یې په مرسته مسلکي ښکارېدلی شئ. هغوی کولای شي چې ستاسو لپاره داسې سمپلونه چمتو کړي چې کارکونکي مو په راتلونکې کې د بروشرانو او پوسترونو په جوړولو کې ترې کار اخیستلی شي.

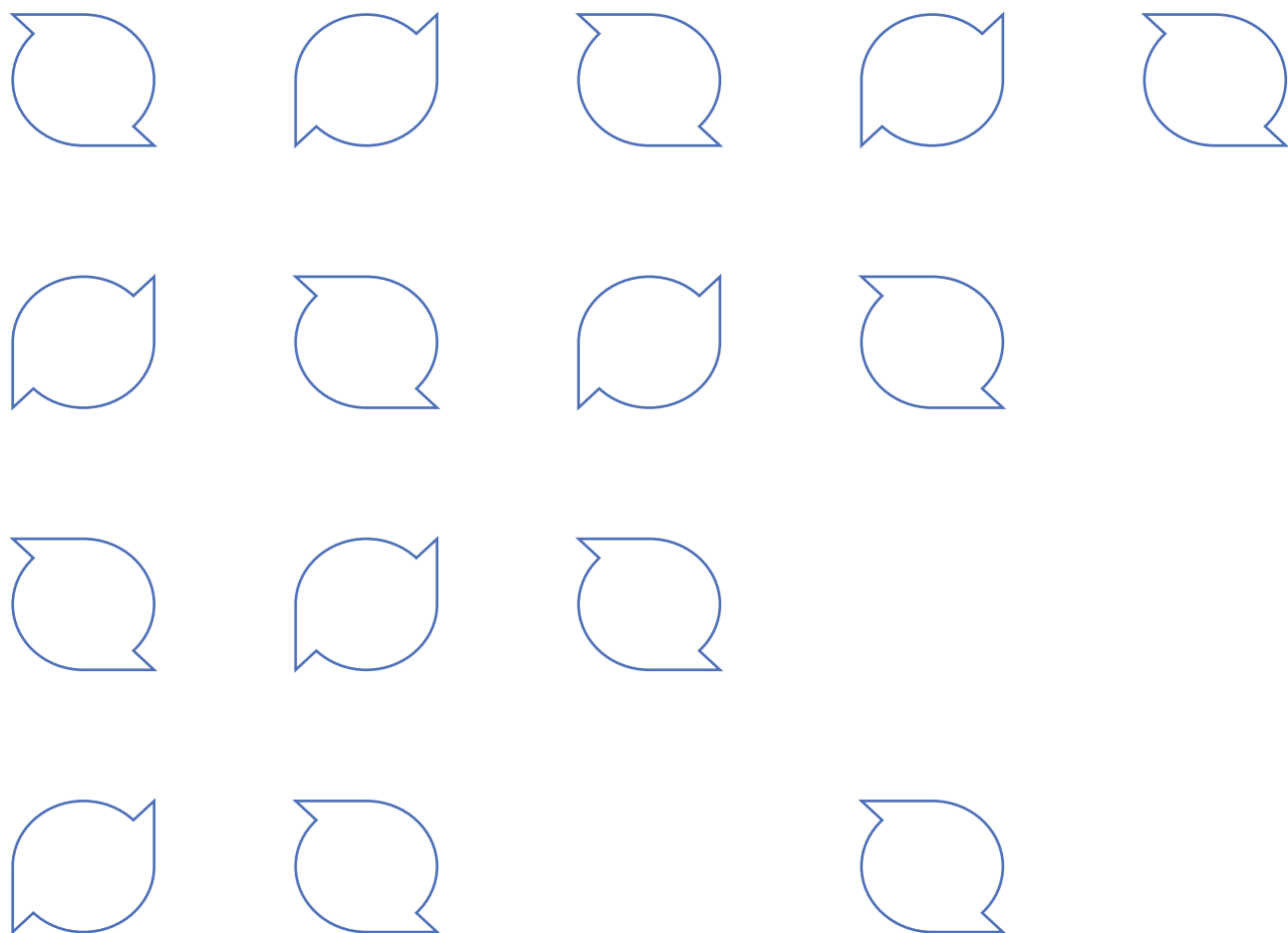
## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

**توپیر DIFFERENTIATION** - هغه څه چې کمپنۍ یې بازار ته د یوه بېل شي د وړاندې کولو لپاره کوي.

**ډیجیټلې بڼه** - د مطالبو هغې بڼې ته ویل کېږي چې په الکترونیکي بڼه ډیزان شوې وي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- د موخې بازار څه دی او څنګه کولای شم چې د موخې مناسب بازار د ځان لپاره وټاکم؟ ۶. بازار موندنه
- برنډینګ څه شی دی او زه یې څنګه په سمه توګه ترسره کولای شم؟ ۶. بازار موندنه
- څنګه مستقیم پلور ترسره کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه



۹.

د پلور او د پېرودونکو  
د خدمتونو کوم تکتیکونه  
زما گټه دېرولی شي؟

ټول پېرودونکي یو شان نه وي او ستاسې له کمپنۍ سره د هغوی اړیکې به په بېلابېلو کچو مالي گټې ولري. دغه حالات په نظر کې ونیسئ:

- د الف په نوم پېرودونکی د ۳۰۰۰ افغانیو په ارزښت محصولات درنه اخلي، پورونه په وخت ورکوي، ستاسو کمپنۍ ته وفاداره دی (یوازې تاسو عرضه کونکي یاستئ)، او ستاسو له کمپنۍ سره د دوستۍ داسې اړیکې لري چې ستاسو په باور به لس کاله دوام وکړي.
- د ب په نوم پېرودونکی هره میاشت د ۵۰۰۰ افغانیو په ارزښت توکي پلوري، خپلې پیسې په ځنډ ورکوي، خوشحاله ساتل یې گران کار دی (تل د محصولاتو د انتقالیدو او د کار په اړه شکایت کوي) او اوږد مهاله اړیکې ته ژمن نه دی.

الف پېرودونکی به په اوږد مهال کې ستاسو کمپنۍ ته ډېره گټه او ارزښت ورکړي.

د کمپنۍ د پېرودونکو څېړنه به درته څرگنده کړي چې پېرودونکي د اوږد مهاله گټو په برخه کې په بېلابېلو ډولونو دي. په دې پوهېدل چې څنگه خپل پېرودونکي په مختلفو ډلو وویشئ، ستاسو گټه لوړولای شي. گټه هغو پیسو ته ویل کېږي چې تاسو یې له څرخلاو وروسته ترلاسه کوئ او لگښتونه مو نو ترې منفي کېږي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

کله چې پېرودونکي له تاسو توکي پېري تمه لري چې ستاسو د کمپنۍ لخوا د ځینو مرستو وړاندې کول به هم د توکو په بیه کې شامل وي. دغه مرستې او ملاتړ کېدای شي چې د پوښتنو ځوابول، د ستونزو اوارول، د پیسو بیرته ستونول یا ورکول، او د شکایتونو اورېدل وي. دا د یو پېرودونکي طبیعي تمه ده. د پېرودونکو خدمتونو وړاندې کول فردي کار دی. داسې یو کس درلودل چې په دوستانه ډول ټیلیفونونو ته ځواب ووایي ډېر اړین دی. په یو پلورنځي کې هغه کس چې له پېرودونکو سره په اړیکه کې دی، باید د ستونزو د اوارولو توانایي ولري.

کله چې کومه ستونزه رامنځته کېږي، ان که پېرودونکی صحیح یا غلط هم واوسي، دغه پېرودونکي ستاسو له محصول، پلورونکي او یا ستاسو له شرکت سره د اړیکې درلودلو څخه تجربه ترلاسه کوي. دا ستاسې د کمپنۍ په اړه د پېرودونکي پر نظر اغېز لري او کېدای شي چې په راتلونکي کې له تاسو څخه د پېرودونې پر پرېکړې ناوړه اغېز وکړي. ښه چلند او په ریښتني ډول د ستونزو د اوارولو لپاره هڅه کولای شي چې وفاداري رامنځته کړي او د پېرودونکو د ساتلو لپاره اغېزناک تمامېدلی شي.

پېرودونکو ته د غوره خدمتونو وړاندې کول به پېرودونکي ستاسو کمپنۍ ته وفادار کړي؛ یا په بل عبارت تاسې به د هغه د خوښې وړ وړاندې کوونکی شئ چې په دې ډول به د ډېر وخت لپاره د هغوی د ساتلو جوگه شئ. له دې کبله چې پېرودونکي له تاسو څخه ډېره پېرودونه کوي او هغوی ته د خدماتو د وړاندې کولو لگښت هم کم دی تاسې ته ډېره گټه رسېږي، هغه څه چې ستاسې د کاروبار د دوامدار پرمختگ لامل کېږي.

د پېرودونکو رضایت به ستاسو په اړه د خلکو مثبتې تبصرې ډېرې کړي، هغه څه چې اجازه به درکړي پر هغوی نور محصولات هم وپلورئ او په دې ډول به د محصول د پیاوړتیا او ودې لپاره د زمينې پر برابرېدو سربېره به مرسته درسه وکړي چې د نویو محصولاتو په اړه افکارو ته پراختیا ورکړئ.

لاندي وړانديزونه مرسته درسه کوي چې د پیسو گټلو وړتیا مو زیاته شي:

- **د پلور څار**- د دې مهمې وسیلې پر مټ خپل تر ټولو ښه پېرودونکي په ښه کولی او له دې لارې د خپلې کمپنۍ گټه لوړولی شئ. دا هر څه وروسته له دې پیلېږي چې څنگه بېلابېلو پېرودونکو ته د پام کچه ډلبندي کولی شئ.
- **ډېر پلور یا د لوړې گټې لرونکو محصولاتو پلور**- کله چې پر خپلو اوسنیو پېرودونکو پر ډېر پلور بریالي شوی، نو په دې معنی ده چې تاسې به ډېره گټه هم ترلاسه کړئ. د ډېر پلور لپاره دوې لارې موجودې دي ۱-UPSELLING (د پېرودونکو هڅول ترڅو له تاسو څخه هغه محصولات وپلوري چې لوړه گټه لري) او ۲- CROSS-SELLING (د پېرودونکو فرمایشونو ته د نویو محصولاتو وړ اضافه کول). د بېلگې په توگه، کله چې ستاسو محلي بانک د اکونټ له پرانیستول وروسته پر تاسو باندې ATM کارت پلوري، نوې دې ته CROSS-SELLING ویل کېږي. کله چې هغوي تاسو هڅوي چې د هغوی د پورونو له پروگرام څخه، چې بیه یې لوړه او د ضرورت وړ اسناد یې ډېر دي، گټه پورته کړئ نو دې ته UPSELLING ویل کېږي. تاسو هم دغه کار ترسره کولای شئ. هڅه وکړئ چې پر خپلو پېرودونکو د CROSS-SELLING یا UPSELLING په مرسته ډېر محصولات وپلورئ.

- **پر هغو پېرودونکو چې ډېره گټه نه درکوي پلور ودرول** - که داسې پېرودونکي لری چې ستاسو د پلورونکو ډېر وخت ضایع کوي، کم شیان رانیسي، خپلې پیسې په ځنډ ورکوي او د ودې او پراختیا نښانې یې ډېر ضعیفې دي، کولای شئ چې په دغه شان پېرودونکو د خپلو توکو پلور بند کړئ. د دغه ډول پېرودونکو چلند ستاسې د کمپنۍ لپاره ډېر گران پرېوځي. پرځای یې هڅه وکړئ چې پر داسې پېرودونکو تمرکز وکړئ چې له تاسو سره سوداگری ته لېوالتیا ولري او ستاسو شرکت نورو احتمالي پېرودونکو ته معرفي کوي.
- **د پېرودونکو ساتل** - د اوسنیو پېرودونکو د ساتلو لگښت د نویو پېرودونکو د راجذبولو له لگښت څخه کم دی. د پېرودونکو ساتل چې له تاسو څخه محصولات ویلوي، په اوږده مهال کې ډېره گټه در رسولی شي. د پېرودونکو د بیا راتگ لپاره خپله ټوله هڅه وکړئ. د پېرودونکو په شمېر کې مو ځینې وختونه کموالی راتللی شي، ځکه چې کېدای شي ځینې پېرودونکي خپل عرضه کونکی بدل کړي او یا کار پرېږدي. دا یوه طبیعي پېښه ده، خو که د پېرودونکو د له لاسه ورکولو کچه لوړه وي، د پېرودونکو ساتلو نه باید لومړیتوب ورکړئ.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

**ډېر پلور (CROSS-SELLING)** - پر خپلو اوسنیو پېرودونکو د لا زیاتو محصولاتو او خدماتو پلورل.

**د پېرودونکو ساتل** - هغه فعالیتونه چې شرکت یې په بیا بیا د پېرودونکي له لوري د محصولاتو د اخیستلو لپاره ترسره کوي.

**گټه** - د پیسو هغه مقدار چې تاسې یې له خرڅلاو وروسته ترلاسه کوئ او خپل ټولټال لگښتونه له هغې منفي کوئ.

**د ډېرې گټې لرونکو محصولاتو پلورل (UPSELLING)** - د پلورنې هغه تخنیک ته ویل کېږي چې په مرسته یې پېرودونک هڅول کېږي چې د لوړې بیې محصولات وپېري.

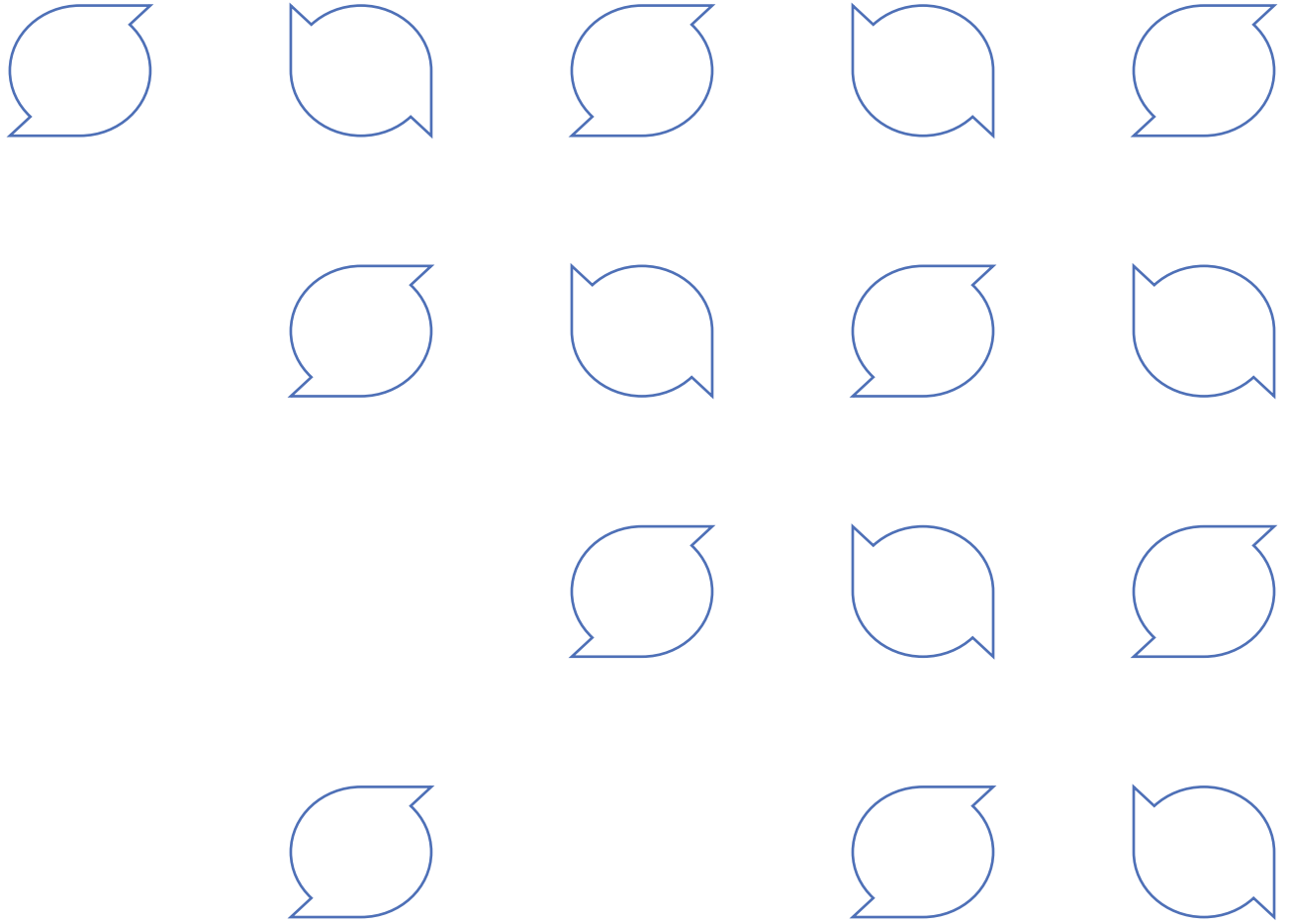
**د ژبو پرسر (شهرت)** - هر لیکل شوی او یا ویل شوی وړاندیز چې یو راضي پېرودونکی یې نورو احتمالي پېرودونکو ته ستاسو د تولید/خدمت په هکله وایي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنگه خپل خرڅلاؤ څارلی او د خرڅلاؤ له څارلو څه زده کولای شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پېرودونکو خدمتونه څه شی دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- تر سیالانو د غوره والي لپاره د پېرودونکو خدمتونه څنگه کارولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د اوسنیو پېرودونکو د ساتلو گټې څه شی دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## شته اضافي وسایل

د پلور د کتنې راپور



۱۰.  
څنگه د پلور د يوه ټيم لپاره  
لارښود جوړولی شم؟



نوي کاروبارونه ډېر کله د هغو کسانو له لوري پیلېږي چې تخنیکي مخینه، ښه نوښت او یا په یوه ځانگړي سکتور کې ښه تجربه ولري. هغوی داسې یو بازار په نښه کوي چې عرضه کونکي په کې موجود نه وي، یا د یو محصول لپاره ښه فرصت وي او یا هم د پېرودونکو یوه نوې اړتیا پیدا کوي. هغوی به د خپلو پیاوړتیاوو په برخه کې ښه وي، خو ترڅنگه به یې ډېر کله باید له داسې سوداگريزو مهارتونو سره مبارزه وکړي چې هېڅکله به یې نه وي تجربه کړې. ددغو مهارتونو له ډلې څخه یو یې د پلور ترسره کول دي. هغوی غواړي داسې یو کس وگماري چې د خرڅلاو بهیر په بشپړه توگه کنټرول کړي او له وړتیا یې استفاده وشي. دغه لاره ډېر کله د هغو پایلو په ترلاسه کولو کې پاتې راځي چې د کاروبار څښتن یې د ترلاسه کولو تمه لري.

که د پلور په برخه کې کمزوري نه وئ، نو ښه ده چې له پېرودونکو سره په خپله په اړیکه کې شئ نه دا چې نورو کسان دا کار ترسره کړي. په دواړو صورتونو کې تاسې باید له پېرودونکو سره لږ څه وخت تېر کړئ، تر څو پوه شئ چې څنگه د هغوی نیوکې ځواب، خنډونه مدیریت او د خپل محصول ښکېنې تشریح کړئ، په ځانگړي ډول له هغوی سره د ارزښت پر گټو خبرې وکړئ.

د کاروبار څښتن باید په دې پوه وي چې د خرڅلاو لپاره باید کوم کارونه ترسره شي ځکه پلورونکي گماری، مصاحبه ورسره کوي، هغوی ته روزنه ورکوي او د هغوی لپاره امتیازات ټاکي. د خپل ټیم په اړه فکر وکړئ چې د هغو کسانو یوه ډله ده چې له پېرودونکو سره ستاسو په شان چلند کوي، ستاسو د تولید/محصول په ارزښت باندې باور لري، او دې ته لېواله دي چې پېرودونکو ته په هغه شان خدمتونه وړاندې کړي چې تاسو یې په خپله وړاندې کول غواړئ. د دغه کار د ترسره کولو لپاره باید تاسې د هغو کسانو د معلوماتو لنډیز جوړ کړئ چې غواړئ ویې گماری، د خرڅلاو د مکالمو سند (دا محصول څنگه نورو ته تشریح کړو) جوړ کړئ او که شونې وي نو د هر کارمند جلا جلا روزلو ته وخت ورکړئ. د دغه کار ترسره کولو به ستاسو د کمپنۍ لپاره ښه راتلونکی تضمین کړي.

د تولیداتو په ډیزاین، د تولید په تنظیم، د عرضه کوونکو په پراختیا، د توکو په پېر او د کارکوونکو په روزنه کې بریا د اړیکو د رغولو او د عوایدو د ترلاسه کولو په برخه کې ستاسې او ستاسې د پلور د ټیم په اغېزمنتیا پورې تړلې ده.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

په کوچنیو شرکتونو کې د پلور د ځانگړي جوړښت هغه څه دي چې د هغوی د ودې شونتیا ټاکي. دغه شرکت ښايي یوازې څو کسه کارکوونکي ولري، خو د ودې لپاره لاندې ټول عناصر ضروري دي:

### د احتمالي پېرودونکو د جذب پروگرام جوړ کړئ

داسې یو کړنلاره باید جوړه کړئ چې ستاسو د محصولاتو لپاره د احتمالي پېرودونکو شمېر ډېر کړي. د بېلگې په توگه، داسې یوه لاره چمتو کړئ چې په مرسته یې ستاسو وېبپاڼې ته ډېر کسان مراجعه وکړي. هغه شرکتونه په نښه کړئ چې کېدای شي په راتلونکي کې ستاسو احتمالي پېرودونکي و اوسي، یوه خبر پاڼه خپره کړئ او یا د ایمیل یا ټولنیز رسنیو له لارې یو کمپاین ترسره کړئ. دغه کار به ستاسو د محصولاتو د احتمالي پېرودونکو شمېر ډېر کړي او د پلورونکو د هڅونې لامل به شي.

### پلورونکي انتخاب او استخدام کړئ

هغه کسان وگماری چې ښه شخصیت، چلند، مهارتونه او استعداد لري. په ټوله کې تاسو باید داسې کسان استخدام کړئ چې ډېره تجربه، په ځانگړي توگه په پلور کې، ولري. نور کسان کېدای شي چې وروزل شي، خو تجربه د یو شخص د توانایی د څرگندولو لپاره ښه مثال دی.

### روزنيز پروگرام جوړ کړئ

په دې روزنيز پروگرام کې باید لاندې موضوعات شامل وي:

- د خرڅلاؤ د چینل جوړول.
- د پېرودونکو د اړتیاوو پېژندنه.
- اورېدل.
- په ځان د باور رامنځته کول.
- د یو محصول د ارزښت د گټو تشریح کول.
- د ستونزو او د پېرودونکو د پټو نیوکو په نښه کول.

- د خرڅلاو د معاملې پای ته رسول.

د کاروبار د څښتن په توګه تاسې باید حتی په غیرې رسمي وخت کې هم پلور ته دوام ورکړئ. که د پلور له ډلې سره ملتیا شونې نه وي، باید د اړیکو یوه داسې لار رامنځته کړئ چې پر مټ یې له ټولو هغو ستونزو او فرصتونو څخه، چې د خرڅلاو پر مهال رامنځته کېږي، خبر شئ. د پلورونکو مشري کول به هغوی ښه چلند کولو ته وهڅوي. ه دفتر څخه بهر د خرڅلاو په موخه کتل به مرسته درسه وکړي چې له پېرودونکو سره د مخامخ ناستو د ترسره کولو ښه تخنیکونه جوړ کړئ. تل د خپلو پلورونکو له ډلې سره وګورئ، خپلې تجربې او زده کړې له هغوی سره شریکې کړئ. دغه کار به هغوی ښه کار کولو ته وهڅوي.

### د پلور لپاره موخې وټاکئ

د خپل سوداګریز پلان په پام کې نیولو سره، دا وټاکئ چې د پلورنې لپاره څو کسانو ته اړتیا لرئ چې ستاسو د خوښې وړ عاید ترلاسه کړي او تاسو هغوی ته څومره معاش ورکولای شئ.

### د امتیازاتو پلان جوړ کړئ

خپلو پلورونکو ته د امتیاز ورکولو یو ښه پلان جوړ کړئ. د امتیازونو پلان د یو تجارت په موخو پورې اړه لري. که ستاسو موخه دا وي چې د پېرودونکو شمېر ډېر شي او یا یو نوی محصول بازار ته وړاندې کړئ، نو ښایي پلورونکو ته د هغوی د ښه چلند پر بنسټ امتیاز ورکړئ. ځینې شرکتونه خپلو پلورونکو ته میاشتنی تنخوا ټاکي او ځینې نور شرکتونه بیا د کمیشن په توګه پیسې ورکوي (هر څومره چې پلور ترسره کړي، په هماغه اندازه هغوی ته په ګټه کې فیصدي ورکول کېږي). ډېری وخت شرکتونه په ورته وخت کې له دواړو تګلارو څخه ګټه پورته کوي، پلورونکو ته لږ میاشتنی معاش ټاکي او هغوی ته اجازه ورکوي چې د خپلو خرڅلاؤ په بدل کې کمیشن هم ترلاسه کړي. ځینې وختونه شرکتونه خپلو کارکوونکو ته د ښه کار کولو او یا هم د خرڅلاو ټاکل شوې موخې ته د رسېدلو لپاره امتیازات ورکوي. د امتیازونو د هر پلان موخه دا وي چې کارکوونکي وهڅول شي چې د کمپنۍ د موخو لپاره کار وکړي.

کولای شئ چې د دستیار وېبسایت د وسیلو په برخه کې د خپلو پېرودونکو د معلوماتو د لنډیز جوړولو، د فروشاتو د کمیشن راپور او د خرڅلاو ستراتیژۍ د کاري پاڼو نمونې پیدا کړئ. هلته د خرڅلاو د ملاقات د پلانونو لارښود هم موجود دی.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د امتیازونو پلان - هغه کړنلاره چې په مرسته یې یو شرکت خپلو کارکوونکو ته معاش ورکوي. کېدای شي چې په دې کې میاشتنی تنخوا، د پلور کمېشن، تشویقي امتیازونه او داسې نور شیان شامل وي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنګه پوهېدلې شم چې نوي احتمالي پېرودونکي د پېرلو لپاره چمتو دي او توان یې لري؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- تجارت مې څنګه پر پېرودونکو ارزښت پلورلی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه خپل خرڅلاؤ څارلی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

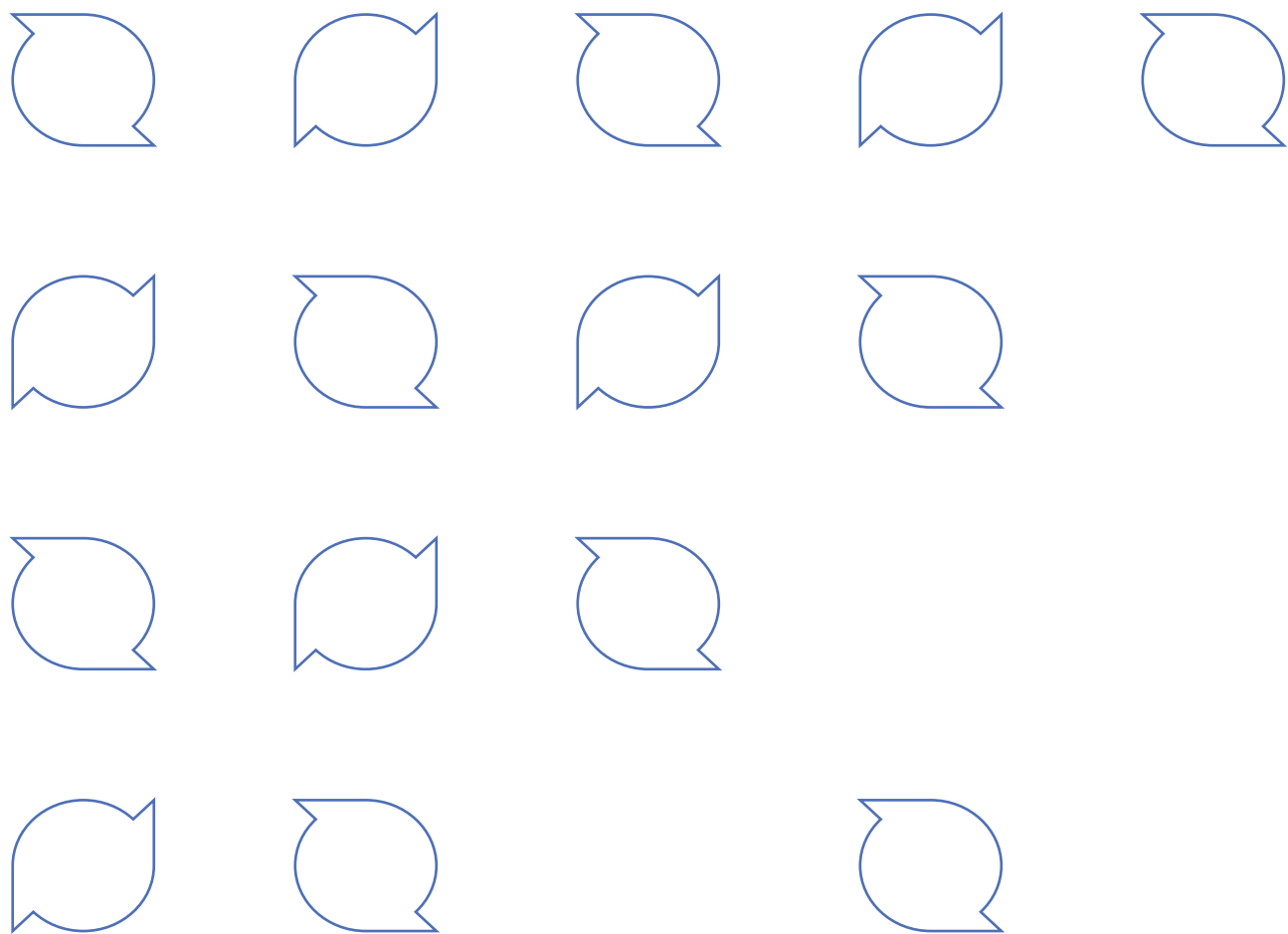
## شته اضافي وسایل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډیز

د پلور د کتنو پلانون

د پلور د کمیشنونو راپور

د پلور د ستراتیژۍ کاري پاڼه



۱۱.

د پلور د (بشپړولو) لپاره  
کوم بڼه تخنیکونه دي؟

پرتله له دې چې دا په پام کې ونیول شي چې پلورنکی کوم محصول پلوري، هر پلور باید یو پلان ولري. په دغه پلان کې په ټوله کې شپږ ګامونه شامل دي. ددغو ګامونو په پورته کولو سره کولای شئ چې د فروشاتو د بهیر لپاره یو ښه مدیر و اوسئ. له پلورنځیو څخه نیولې د مغلقو وسایلو تر پلورلو پورې د پلور ټولې ښې یو ډول پر مخ ځي.

د پلور د بهیر تر ټولو مهم ارزښت دا دی چې پلورونکو ته داسې روزنه او لارښونه ورکړای شي چې له پېرودونکو سره د نویو اړیکو د رامنځته کولو پر مهال خپله ژبه کنټرول کړي. دا به مرسته وکړي چې مناسب پیغام په مناسب وخت کې پېرودونکو ته ورسېږي. د احتمالي پېرودونکو په اړه د بشپړو معلوماتو درلودل به مرسته درسه وکړي چې هغوی ته هغه ډول پیغام چې تمه یې لري ورسول شي.

### د پلور د بهیر ګامونه په لاندې ډول دي:

#### لومړی ګام: لومړنۍ اړیکه

احتمالي پېرودونکی د ټولنیزو رسنیو، ایمیل، مخامخ کتنې او یا له وېبپاڼې څخه د معلوماتو د ډولونو کولو له لارې د سره په اړیکه کې شوی. له لومړۍ اړیکې وروسته کېدای شي پېرودونکی ستاسو د تولید/خدمت په هکله خبرو اتر ته خپله لېوالتیا څرګنده کړي.

#### دویم ګام: پر اړتیاوو د پوهېدو لپاره اړیکه ونیسئ

دا اړیکه کېدای شي چې د ټیلیفوني اړیکې، کنفرانس کال او یا مخامخ خبرو له لارې رامنځته شي. د ډېرو لویو خرڅلاؤ د ترسره کولو لپاره به اړتیا ولری چې له پېرودونکي څخه د ملاقات د وخت غوښتنه وکړي. په دې پړاو کې موخه دا نه ده چې خرڅلاو ترسره شي، بلکه موخه به مو دا وي چې له پېرودونکي سره لومړنۍ اړیکه رامنځته شي او د هغوی د ستونزو او اړتیاوو په هکله ځان پوه کړي. د بېلګې په توګه، شیما سما یو محلي روزنیز شرکت پرمخ وړي. هغه له یو مخابراتي شرکت سره اړیکه نیسي چې له هر ډول وړاندیز څخه وړاندې د یاد شرکت د کارکونکو د ظرفیت او د روزنې اړتیاوو په هکله معلومات ترلاسه کړي. دغه بهیر مرسته کوي چې له وړاندیز کولو وړاندې یوه لېوالتیا رامنځته شي.

#### درېیم پړاو: وړتیا

د لاندې مواردو په تشخیص سره پوهېدلی شئ چې څومره امکان شته چې یو کس له تاسې څه وپېري: الف) ایا پېرودونکي غواړي او کولای شي چې پېرودنه ترسره کړي، آیا هغه دومره بودیجه لري، ب) هغه کس چې له تاسو سره په اړیکه کې دی، د پرېکړه کولو صلاحیت لري، ج) ایا دغه وخت پېرودنې په اړه د پرېکړې نیولو لپاره مناسب دی، د) آیا ستاسو شرکت د پېرودونکي اړتیا پوره کولای شي. دغه معلومات له احتمالي پېرودونکو څخه د پوښتنو له لارې او یا د راپورونو او وېبسایټونو د لوستلو له لارې ترلاسه کولی شئ.

#### څلورم پړاو: د محصول وړاندې کول

پېرودونکو ته د محصول یا خدمت په وړاندې کولو سره تاسې اصلا وړاندیز کوئ. د پلور د بهیر تر ټولو مهم پړاو همدا دی. په دې پړاو کې تاسو د هغو ستونزو په اړه چې دا محصول یې له منځه وړي او ددې محصول د اقتصادي او غیر اقتصادي ګټو په هکله پېرودونکو ته معلومات وړاندې کوئ. دغه پړاو به د پېرودونکو نیوکو او اندېښنو ته هم ځواب ووايي.

په پورته ذکر شوي مثال کې، د روزنیزو خدمتونو وړاندې کونکې د خپلې کمپنۍ بروشر سره له یو پرېزېنتین پېرودونکي ته وړاندې کوي. دغه پرېزېنتېشن د یاد پېرودونکي د اړتیا پر بنسټ جوړ شوی او د هغه د اړتیاوو بشپړول په کې تشریح شوي دي.

#### پینځم پړاو: د خرڅلاو د بهیر بشپړول

دا هغه پړاو دی چې د تړون په لاسلیکولو، له پېرودونکي څخه د پېرودنې د فرمایش ترلاسه کول او یا په بشپړه توګه د خرڅلاو په ترسره کولو سره دې معاملې ته د پای ټکی ږدي. د دغو تخنیکونو پیاوړي کول به په راتلونکو څپرکو کې راشي.

له پرېزېنتېشن وروسته، یاد مخابراتي شرکت د روزنیزو خدمتونو له وړاندې کونکي سره په ګډه کارکولو ته لېوالتیا څرګندوي. شیما درک کوي چې اوس نو معاملې ته نږدې ده. له مخابراتي کمپنۍ څخه پوښتنه کوي که هغوی د تړون لاسلیک او د کار پیل ته چمتو وي. همدا پوښتنه نورو پړاوونو ته لاره پرانیزي او په راتلونکو څو ورځو کې کمپنۍ شیما ته د تړون د لاسلیک لپاره زنگ وهي.

## شپږم پړاو: د نورو پېرودونکو د معرفي کولو غوښتنه وکړئ

له پېرودونکو وپوښتنئ چې هغوی داسې کوم څوک پېژني چې کېدای شي ستاسو محصول ته لېوالتیا ولري. دا د خرڅلاو د بهیر اړین پړاو نه دی، خو هغه غوښتنه ده چې کېدای شي ستاسو یو راضي پېرودونکی ورته درناوی وکړي او له تاسو سره د لا ډېرو احتمالي پېرودونکو د پېژندلو په برخه کې مرسته وکړي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

### د معاملي پای ته رسول

دغه کلمه (CLOSING THE DEAL) په دې معنی ده چې تاسو د خرڅلاو لپاره مذاکرات په بريالیتوب پای ته رسولې او محصول مو وپلورل شو. د معاملي د پای ته رسولو لپاره دومره تخنیکونه موجود دي څومره چې په دې نړۍ کې پلورونکي شته. شخصیت، ستایل، صنعت، کمپنۍ، محصول او کلتور ټول تخنیکونه دي، خو لاندې ذکر شوي څو لارې کولای شي چې ستاسو د بريالیتوب کچه لوړه کړي.

### چمتوالی هر څه دي

د اړیکو په هره برخه کې سم کار وکړئ. پر ژمنه عمل وکړئ، د پېرودونکي اندېښنې ځواب کړئ، آن ټایم و اوسئ، مرستې کولو ته ریښتینې لېوالتیا وښیئ او تل مثبت و اوسئ. پېرودونکو ته د خدمت کولو لپاره صادقانه لېوالتیا رامنځته کړئ. په دغه ډول فرصت ترلاسه کوي چې د فرمایش لپاره غوښتنه وکړي.

### پر پېرودونکي تمرکز وکړئ (نه پر معامله)

تل پېرودونکي ته لومړیتوب ورکړي. خپل ذهن د پېرودونکي د ستونزو حلولو ته ژمن وساتئ. پېرودونکی باید پوه شي چې تاسو د هغوی د ستونزو په هکله هم فکر کوئ نه یوازې دا چې پر معاملي تمرکز کوئ.

### پېرودونکو ته د خدمت گټې لارې پیدا کړئ

د پېرودونکي د تجارت او یا سکټور په هکله بشپړ معلومات ترلاسه کړئ. په همدې سکټور کې له نورو پېرودونکو سره د راکړې ورکړې یادداشت ونیسئ. یو با اعتبار سلا کار و اوسئ.

### د فرمایشتونو غوښتنه وکړئ

و نه ډار شی. دا ستاسو تر دې دمه د ټولو کارونو لامل دی. هغه لغتونه او جملې وکاروئ چې ځان ورسره راحت احساسوئ. ځینې بېلگې یې په لاندې ډول دي:

- غواړئ چې موږ ستاسو د ارزونې لپاره ترون درته واستوو؟
- کولای شم چې ستاسو فرمایش ترلاسه کړم؟
- چمتو یاست چې مخ ته ولاړ شو؟
- له تاسو سره د کار کولو په موخه مې ټول اړین کارونه ترسره کړي دي؟
- دا هغه اړتیاوې دي چې تاسو یې په هکله ما ته وویل، ایا ما ټولې اړتیاوې بشپړې کړلې؟
- زه غواړم چې له تاسو سره په دې برخه کې کار وکړم، دغه کار کله پیلولای شو؟
- تاسو ددې کار پیلولو ته چمتو یاست؟

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د معاملي پای ته رسول - په بريالیتوب د خرڅلاو د بهیر پای ته رسول او یا خرڅول.

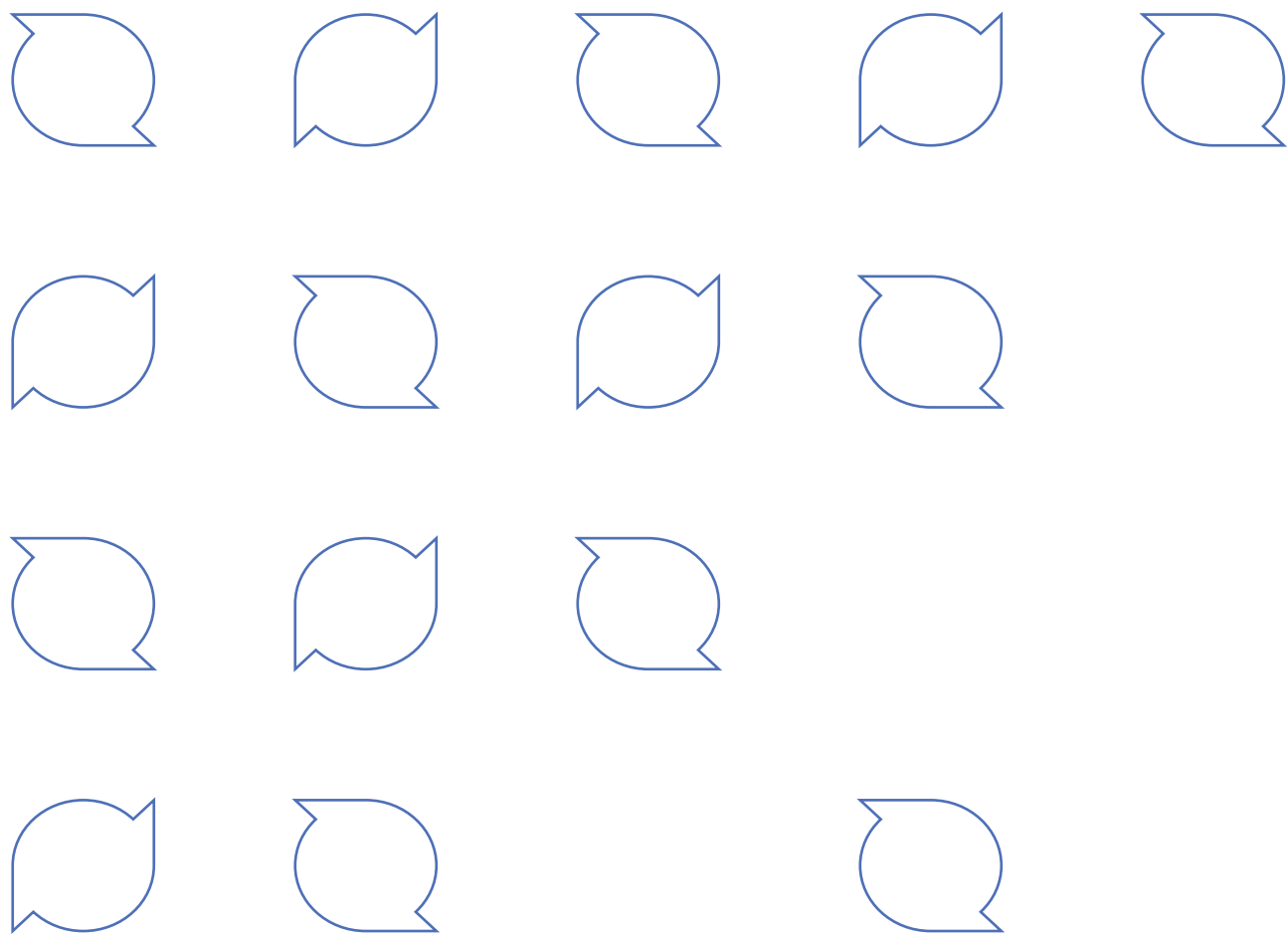
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنگه پوه شم چې احتمالي پېرودونکي چمتو دي او کولی شي پېر وکړي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پلور او د پېرودونکو د خدمتونو کوم تکتیکونه زما گټه ډېرولی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- تجارت مې څنگه پر پېرودونکو ارزښت پلورلی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

د پېرودونکو د معلوماتو لنډيز

د پېرودونکو د رضایت د کچې څېړنه

د پلور د کتنې راپور



۱۲.

څنگه خپل فروشات  
څارلی او د فروشاتو له  
څارلو څه زده کولای شم؟

کله چې تاسو د خرڅلاو ستراتیژي (د احتمالي پېرودونکو د معلوماتو لنډیز، د پېرودونکو په نښه کول، د پېرودونکو را جذبول، د پېرودنې د بهیر او پړاونو جوړول، د پېرودونکو ساتل او داسې نور) جوړه کړه، بل گام دا دی چې د یو داسې جوړښت یا کړنلارې په جوړولو فکر وکړئ چې په مرسته یې د پلور د ستراتیژي ټول عناصر په سمه توگه مدیریت او تنظیمولی شئ.

کېدای شي چې تاسو د فروشاتو (پلور) د څارلو او له پېرودونکو سره د اړیکو د مدیریت گڼو سافټویرونو ته لاسرسی ولرئ. کوچنی شرکت په سمه بڼه د کار ترسره کولو لپاره کوم سافټویر ته اړتیا نه لري. که په خپل کمپیوټر کې د EXCEL پروگرام لری، نو د خرڅلاو د څارنې لپاره خپل د خوښې وړ سیستم په کې جوړولی شئ. که کمپیوټر ته لاسرسی نه لری، کولای شئ چې د خپلو فروشاتو څارنه د کاغذ پر مخ هم ترسره کړئ. دا مهمه نه ده چې تاسې له کومې طریقې کار اخلی، خو د خرڅلاؤ څارل کولای شي چې ستاسو پر اغېزمنتیا او عوایدو مثبتې اغېزه ولري.

**د پلور څار په بېلابېلو لارو تنظیمېدلی شي. انتخاب ستاسې د سوداگرۍ په بڼې او ستاسو په اړتیاو پورې اړه لري. لاندې ځینې هغه تخنیکونه ذکر شوي چې د خپلو خرڅلاؤ د څارلو لپاره یې کارولی شئ:**

- د بازار د یوې ځانگړې برخې په نښه کول لکه، د یوه پوهنتون لپاره له ۲۵ کلونو کم عمر لرونکي ځوانان.
- د وېشنې د بېلابېلو ډولونو په ټاکلو سره لکه د مېوو د یوه تولیدونکي لپاره عمده او پرچون پلور.
- د پېرودونکو د ډولونو په پام کې نیولو سره
- د خرڅلاو د بهیر د پړاونو له مخې لکه، هغه کسان چې اړیکه ورسره نیول شوې ده، هغه پېرودونکي چې د خبر اترو په پړاو کې دي، هغه کسان چې د تړون لاسلیکولو په پړاو کې دي او داسې نور.

د پلور د څار بېلابېل بېلگې او نور اړتیا وړ وسایل د وېبپاڼې د وسایلو په برخه کې موندلی شئ.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د پلور څار بېلابېلې گټې لري. د دې په اړه معلومات درلودل چې ستاسو سوداگرې د خرڅلاو په برخه کې څنگه پر مخ ځي، کولای شي چې له تاسو سره مرسته وکړي چې په راتلونکي کې لا ډېر بریالي و اوسئ. د خرڅلاؤ څارل په لاندې ډولونو تاسو ته گټه رسولی شي:

### د بازار او پلور تحلیل

په دې ډول به تاسې د خپلو ورځنیو چارو د پر مخ بېولو او د پلور د زیاتوالي لپاره ډېر لارښوودونکي معلومات او ډېټا ولری. دا به تاسې ته د دې چې څه شی سم کار کوي او څه شی سم کار نه کوي د پېژندلو لپاره اړتیا وړ وسایل برابر کړي. په دې ډول به فرصت ولری د معلوماتو او موخو پر بنسټ پرېکړه و وکړئ، نه د اټکل له مخې. سربېره پر دې له تاسو سره به مرسته وکړي چې ډېر وخت لویو او گټورو پېرودونکو ته ځانگړی کړئ. په وېبپاڼه کې د وسایلو له برخې د پلور د کتنې راپور د خپلو خرڅلاؤ د څارنې لپاره وکاروی.

### د محصول پراختیا

له هرې راکړې ورکړې ترلاسه شوي معلومات به مرسته وکړي په دې پوه شی چې کوم محصولات په کومو ښارونو، ولایتونو او بازارونو کې ښه بازار لري. دا به درته څرگنده کړي چې کوم پېرودونکی ستاسو په محصول کې لوړه گټه ویني. همدا معلومات به ستاسو پاملرنه هغو مارکېټونو ته راواړوي چې عرضه کونکي په کې موجود نه وي، او یا دا چې خپل محصول ته به وده ورکړی او د خپلو محصولاتو د عرضې کړنې ته به نور تولیدات/خدمات هم وراضافه کړی.

### د پېرودونکو د رضایت او خدمتونو پراختیا

په ډېرې آسانی به پوه شئ چې ستاسو پېرودونکي څومره راضي دي اوداسې نوې لارې موندلی شئ چې پر مټ یې پېرودونکو ته د عالي خدماتو د وړاندې کولو لپاره د خپلې کمپنۍ وړتیا لوړولی شئ.

### پلانون

د پلور څارل به مرسته وکړي چې د خپل تولید پلان ته پراختیا ورکړئ او د بازارموندنې او تبلیغاتو لپاره نوي کمپاینونه پلي کړئ. د پلور د څار لپاره د دې برخې له ۱۰ پوښتنې څخه د پلور ستراتیژي وکاروی.



## د گدامونو مدیریت

د خرڅلاو په اړه د معلوماتو درلودل به مرسته درسره وکړي چې د راتلونکي لپاره تولید پلان کړئ، خپل گدامونه په سمه توگه مدیریت کړئ او ځان ډاډه کړئ چې د خپلو غوره پېرودونکو اړتیاوې پوره کولی شئ.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

**د وېشلو چینل**- د سوداگری هغه ځنځیر په کوم کې چې یو محصول د وروستي مصرفونکي تر لاس رسېږي. په دې ځنځیر کې کېدای شي چې عمده پلورونکي، پرچون پلورونکي، توزیع کونکي او حتی انټرنټ هم شامل وي.

**عوايد**- هغه پیسو ته ویل کېږي چې یو شرکت یې د تولیداتو او یا خدمتونو له پلورلو ترلاسه کوي.

**د موخې بازار**- د احتمالي پېرودونکو هغه ډله چې شرکت خپل د بازارموندنې او پلور فعالیتونه ورته ځانگړي کوي. هغه پېرودونکي چې کېدای شي په ډېر احتمال سره له تاسې څخه محصولات وپېري.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

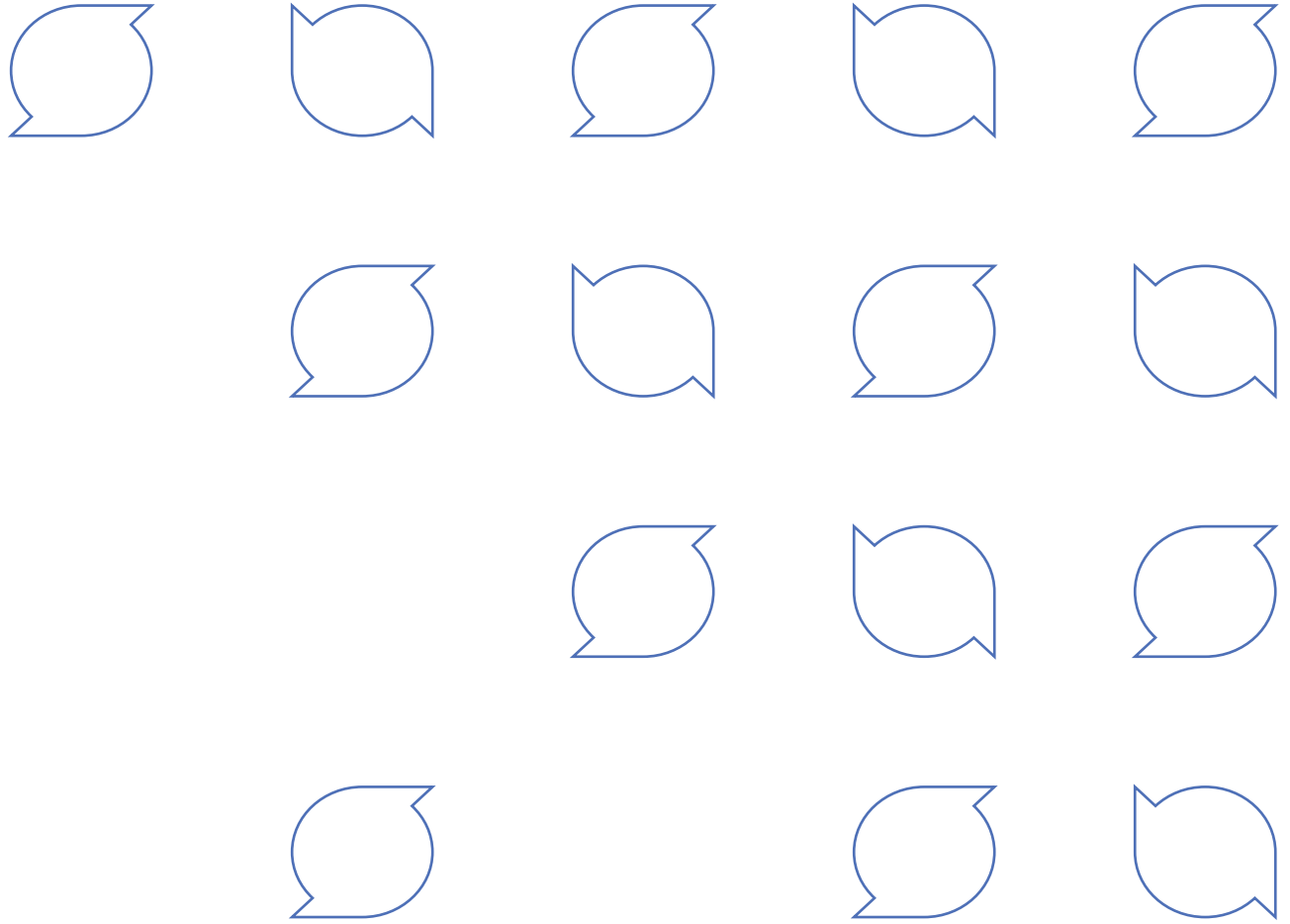
- تجارت مې څنگه پر پېرودونکو ارزښت پلورلی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه د پلور د یوه ټیم لپاره لارښود جوړولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه داسې مواد جوړولی شم چې د خرڅولو وړ وي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د موخې بازار څه دی او څنگه کولای شم چې د موخې مناسب بازار د ځان لپاره وټاکم؟ ۶. بازار موندنه
- څنگه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلی کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## شته اضافي وسایل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډيز

د پلور د کتنې پلانون

د پلور د کتنې راپور



۱۳.

پېرودونكو خدمتونه څه دي؟

د پېرودونکو خدمتونه ولې مهم دي؟ ځکه چې ناخوښ پېرودونکي به له تاسو صرف نظر وکړي، بيا به هېڅکله له تاسې څه ونه پېري او خپلو ملگرو ته به ستاسو له شرکت څخه د خپلې بدې تجربې په اړه ووايي.

د پېرودونکو خدمتونه ټول هغه فعاليتونه دي چې له پېرودنې وړاندې، د پېرودنې پر مهال او له پېرودنې وروسته د پېرودونکو د ټولو اړتياوو د پوره کولو په موخه ترسره کېږي. په دې کې له پېرودونکو سره مرسته کول چې د يو محصول په اړه پوه شي او په سمه توگه يې وکاروي هم شامل دي. د پېرودونکو ښه خدمتونه د هرې سوداگرۍ د روح په شان دي. کېدای شي چې هره سوداگرۍ د پېرودونکو د راجذبولو په موخه خپلو قيمتونو کې کمښتونه وړاندې کړي. که يو شرکت و نه توانېږي چې داسې راضي پلورونکي ولري چې له هغوی څخه هميشه پېرودنه وکړي، نو ډېر ژر به پيسې له لاسه ورکړي او خپلې دروازې به وتړي. ښه پلورونکي به ستاسو محصول وپلوري، خو د پېرودونکو لپاره د ښو خدمتونو له درلودلو پرته به د دويم ځل لپاره پلور ترسره نه شي.

### د پېرودونکو تجربې چې د يوې سوداگرۍ په وړاندې د پېرودونکو چلند څرگندوي:

- يوه ځوانه مېرمنه قهوه خانې ته ځي چې يوه پيال قهوه ترلاسه کړي. دا مېرمن له څه سره مخ کېږي؟ يو ښه او مهربانه پلورونکی چې غواړي پېرودونکو ته ښه خدمتونه وړاندې کړي. خو حقيقت دا نه دی. په داسې حال کې گڼ شمېر پېرودونکي په قطار کې ولاړ دي، يوازې يو کارکونکی په غره کې موجود دی او پېرودونکو ته قهوه ورکوي. دا نور ټول کارکونکي چېرته دي؟ يو يې د الماری پر پاکولو مصروف و. دوو نورو يې د غروف په کنج کې يو له بله سره گپ شپ کاوه! د پېرودونکې لپاره ددې شئ تجربه کول ډېره سخته وه. دا يوه ډېره منفي تجربه وه او پېرودونکې ډېره ناراضي وه.
- يوه مېرمن د وېبښانو جوړولو يوه نوي سالون ځای ته ورځي. هغې ته له يوې موسکا، يو گيلاس چای او يوه فورم سره ښه راغلاست ويل کېږي. هغه په فورم کې خپل نوم، برېښنالیک، د ټېلېفون شمېره او د زېږېدنې نېټه ليکي. دا مېرمن په دې تړاو ډېر فکر نه کوي او حتی دا چې دا موضوع له ياده وباسي. له ملاقات څخه يو څو اونۍ وروسته هغه د (ستاسو له لېدو خوشحاله شوو) تر عنوان لاندې يو برېښنالیک ترلاسه کوي. وېبښت جوړونکې په خپله له هغې څخه پوښتلی دي چې آیا د وېبښانو قیچې کول او رنگ يې په زړه دی او که نه، او د وېبښانو د درملنې په هکله د يوې وېبښت ادرس ورته استوي. هغه له ځانه سره فکر کوي چې دا د زهرا، وېبښت جوړونکې، مهرباني ده چې له ماڅخه يې دا وپوښتل. مېرمنې د دغه سالون په اړه مثبت فکر پيدا کړ او خپله دا تجربه يې له خپلو ملگرو سره هم شريکه کړله. د هغې لپاره هم دا سخته وه چې باور وکړي څه تجربه کوي. خو دا تجربه مثبت وه، او هغې د ډېر رضایت احساس کاوه.

دا کيسې د هغو کارکونکو لخوا چمتو شوي دي چې له داسې پېرودونکو سره مخ شوي وو چې خدمت ته يې اړتيا درلوده او په عين حال کې تمه درلوده چې له ترلاسه شويو خدمتونو څخه خوښ او راضي و اوسي. پورته يادو شويو دواړو شرکتونو پېرودونکو ته يوه نه هېرېدونکې تجربه ورکړله.

پېرودونکو ته د ښو خدمتونو وړاندې کول کلتور دی، چې د داسې يوه بهير د رامنځته کولو لپاره د انګېزې لامل کېږي چې پر بنسټ يې له پېرودونکو سره د اړيکو هر ټکی په سم ډول مدیریت کېږي. د وېبښت جوړولو په سالون کې د پېرودونکو د خدمتونو بېلگه، په دروازه کې ښه راغلاست، هغه گرم چای، د وېبښانو د قیچې کولو او رنگ کیفیت، د کارکونکو پاملرنه، نظافت او له خدماتو وروسته اړيکې، دا ټول هغه موارد دي چې پېرودونکي ته يې يوه مثبت تجربه ورکړه. د پېرودونکو د ښو خدمتونو دغه گامونه د کلتور لخوا تشریح، د شرکت د څېښتن لخوا ديزاين او د يوې سوداگرۍ د ټول فزيکي چاپېريال په مرسته ساتل کېږي. که ښه چلند ورسره وشي او که بد، پېرودونکي حتماً خپله تجربه له نورو سره شريکوي او ستاسو د شرکت بړنډ ته به مثبت او يا منفي شهرت ورکړي.

### بدي اړه لا ډېر معلومات

د پېرودونکو غوره خدمتونه له تاسو، د سواگرۍ له څېښتن، څخه پېلېږي. له پېرودونکو سره ستاسو چلند، رويه او د پېرودونکو لپاره د ښو خدمتونو وړاندې کولو ته ژمنتيا ستاسو د کارکونکو چلند هڅوي. دا تر ټولو مهم بنسټيز قانون دی. لاندې قوانين ضروري او تکميلونکي دي.

#### د چلند اصول جوړ کړئ

په دې اړه فکر وکړئ چې غواړئ پلورونکي مو له پېرودونکو سره څه ډول چلند وکړي او د دغو مواردو يو لېست چمتو کړئ. وروسته دا لېست چاپ او په داسې ځای کې ځوړند کړئ چې د ليدلو وړ وي. له دې لېست څخه پلورونکو ته د ښه چلند په وړ زده کولو کولو کې گټه واخلي. د وېبښانو جوړونکې کيسه په دې په کې يوه ښه بېلگه کېدلای شي. هغې لس جملې جوړې کړې دي چې هر کارکونکی يې په پيل کې استعمالوي. يوه جمله يې په داسې ډول ده (موږ تل خپل پېرودونکي خوشحاله ساتو، ځکه چې دوی زموږ کمپنۍ ته زموږ د معاش لپاره پيسې ورکوي). تاسو هم کولای شئ چې د چلند اصول د خپلو کارکونکو لپاره جوړ کړئ.

## د تولید/ محصول په اړه پوهه او معلومات

هغه کارکونکی چې له پېرودونکو سره په اړیکه کې وي باید د محصول په اړه بشپړ معلومات ولري، له جوړښت او موادو سره یې آشنا وي او وکولای شي چې کار کرد یې تشریح کړي. دغه کس باید په داسې ډول روزل شوی وي چې د پېرودونکي لخوا مطرح شویو ټولو پوښتنو ته ځواب وویلی شي. هر کس ددې کار لپاره مناسب نه وي او ښه چلند لرونکي او با شخصیته کس ته اړتیا ده.

### روزنه

هر هغه کارکونکی چې له پېرودونکو سره په اړیکه کې وي باید د محصول او د پېرودونکو د خدمتونو په هکله وروزل شي.

### له کارکونکو سره ښه چلند وکړئ

له خپلو کارکونکو سره هغه شان چلند وکړئ چې تاسې له هغوی څخه تمه لرئ چې له پېرودونکو سره مو یې وکړي. ښه کسان چې ښه چلند کوي وهڅوئ او د هغوی له لاسته راوړنو څخه د خلکو په مخکې ستاینه وکړئ. هغوی ته د اهمیت حس ورکړئ، نو هغوی به ستاسو پېرودونکو ته د خدمت وړاندې کولو په برخه کې ډېره هڅه وکړي.

ستاسو ډېره وده او گټه په دې پورې تړلې چې څومره کولای شئ چې د ښو خدمتونو د وړاندې کولو له لارې پېرودونکي راضي وساتئ. ښه خدمتونه د پېرودونکو د وفادارۍ ستر لامل دی او د برنډ راتلونکې مو وروپورې تړلې ده. دغه کار به پېرودونکي بیا تاسو ته راولي او په دې ډول به فرصت ولری چې پر اوسنیو او نویو پېرودونکو ډېر محصولات وپلورئ.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د پېرودونکو خدمتونه - ټول هغه فعالیتونه چې له پېرودنې وړاندې، د پېرودنې پر مهال او له پېرودنې وروسته د پېرودونکو د ټولو اړتیاو بشپړولو په موخه ترسره کېږي.

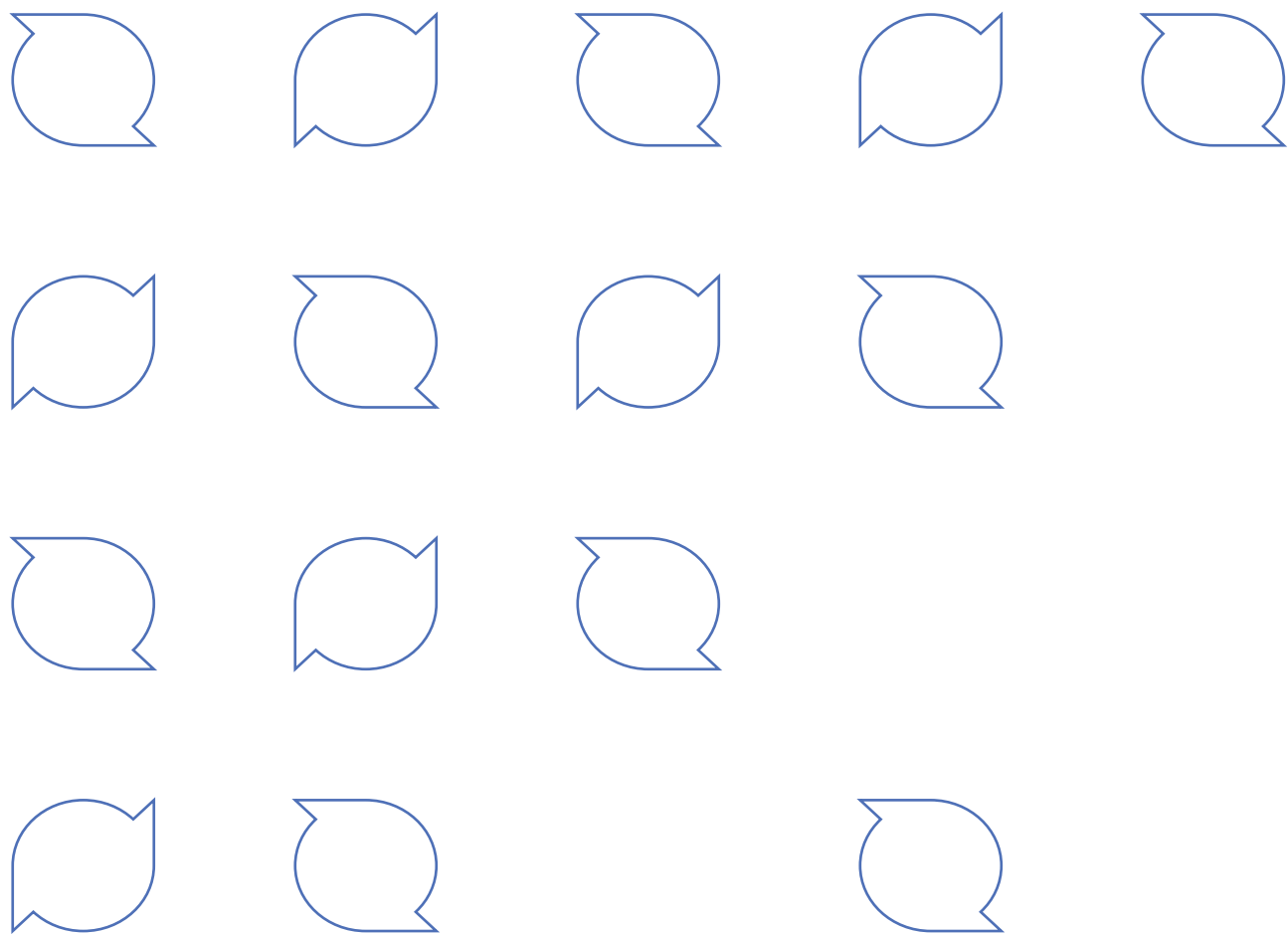
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنگه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلی کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- راجع شوي پېرودونکي څنگه د پلور په ستراتیژۍ کې ځای پر ځای کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه د پېرودونکو ستونزو او شکایتونو ته رسیدنه کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## ښته اضافي وسایل

د پېرودونکو د رضایت سروې

د پېرودونکو د خدمتونو د مهارتونو کاري پاڼه



۱۴.

څنگه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلې کړم؟

د پېرودونکو غوره خدمتونه د سوداگرۍ د څښتن يا مشر لخوا ترسره کېږي. د پېرودونکو خدمتونو د پروگرام پلي کول د يو سازمان د کلتو لپاره يو ستره او مهمه ننگونه ده. د پېرودونکو خدمتونو بڼه ډيزان شوې ستراتيژي مرسته درسه کوي چې په بازار کې ځان له نورو سيالانو څخه جلا کړي. د تجارتونو يوه عمده موخه دا وي چې پيسې ترلاسه کړي، نو د پېرودونکو د رضایت ترلاسه کول او د اوږدې مودې لپاره له هغوی سره اړيکه درلودل يادې موخې ته د رسېدلو لپاره يو مهم عنصر دی.

له پېرودونکي سره د اړيکو د ساتلو لپاره يوازې د ښو محصولاتو درلودل بسنه نه کوي. يوازې هغه غوره خدمتونه چې د پېرودونکو له تمې لوړ وي کولای شي چې پېرودونکی جبران کړي او هغوی ستاسو کمپنی ته وفاداره وساتي. د دغه کار لپاره اړتيا ده چې يوه کمپنی بايد هر څومره چې ممکنه وي د خپلو پېرودونکو په هکله ډېر معلومات ترلاسه کړي. د پېرودونکو په هکله معلومات مو د دې جوگه کوي چې هر وار پېرودونکو ته غوره حللارې او خدمتونه وړاندې کړي. د دغه کار په پايله کې به پېرودونکی وهڅېږي چې بيا له تاسې پېر وکړي او ستاسو د کمپنی په اړه به په فردي توگه او په ټولنيزو رسنيو کې مثبتې تبصرې وکړي چې د پلور ډېروالی يې حتمي پايله ده.

انسانان په طبيعي لحاظ له بدلون څخه ډډه کوي. له دې سره سره همدوی سازمانونو ته اجازه ورکوي چې د پېرودونکو غوره خدمتونه وړاندې کړي. کارکونکي به دغه ډول يوې موخې ته د رسېدلو لپاره هله کار وکړي چې د رقابت پر واقعيتونو او په دې پوه شي چې کمپنی د نوي کلتور او د کاروربار د نوې لارې د خپلولو وړتيا لري. پېرودونکو ته د غوره خدمتونو وړاندې کول او په بشپړه توگه د هغوی د رضایت ترلاسه کول هغه موخې دي چې کارکونکي هڅوي په کمپنی کې رامنځته شوی بدلون ومنی.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د پېرودونکو د خدمتونو د پروگرام موخه دا ده چې په دقت سره څرگنده کړي چې کمپنی غواړي کومو پېرودونکو ته خدمات وړاندې کړي او خپل خدمتونه بايد په داسې ډول طرحه کړي چې پېرودونکی دې ته وهڅوي چې له تاسو څخه ډېر توليدات/خدمات واخلي.

( د پېرودونکو د خدمتونو د ځانگې مسؤليت دا دی چې په اغېزناکه توگه د پېرودونکو د ستونزو د حلولو، انتقالول، بيل ورکونې، تنظيمولو، د هغوی پوښتنو او شکايتونو ته د رسېدلو او د داسې نورو اړوندو نورو کارونو د ترسره کولو له لارې پېرودونکی دې ته وهڅوي چې په بياخلي له تاسو څخه پېرودنه وکړي. ) بايولب د پېرودونکو د خدمتونو استازي، د پېرودونکو ستونزو ته د ټيليفونې اړيکو، ايميل، ټولنيزو رسنيو او په پلورنځي کې رسيدگي کوي. د پېرودونکو د خدمتونو استازې ډېری وختونه له پلور وروسته هم له پېرودونکو سره په اړيکه کې وي. هغه پېرودونکی چې د پېرودنې پر يو فرمايش ډېرې پيسې لگوي د کمپنی له استازي تمه لري چې ټولو ستونزو ته يې رسيدگي وکړي. تاسې ښايي په سيمه ييزو بانکونو کې د (VIP) برخې ليدلې وي. دوی تر ډېره د پېرودونکو پر خدماتو تمرکز کوي او د (VIP) پېرودونکو د خدماتو لپاره ځانگړي شوي استازي لري.

### د پېرودونکو په هکله معلومات

تر هر څه وړاندې تاسې پر پېرودونکي او د هغه پر توقعاتو پوهېدو ته اړ يی. يو کوچنی شرکت کولی شي په مستقيم ډول له خپل پېرودونکي وپوښتي چې له شرکت څخه يې توقعات څه دي. بله لاره يې دا ده چې د خدمت له ترلاسه کولو وروسته پېرودونکو ته داسې يو فورم ورکړل شي چې په کې له دريو تر پنځو آسانه پوښتنې وي. لوبې کمپنی بيا کېدای شي چې دغه کار د څېړنو، په انلاين ډول د نظرياتو د څارلو او په گروپونو کې د بحثونو له لارې ترسره کړي.

### د پېرودونکو د غوره خدمتونو ليدلوری

د خپلو خدمتونو د ستراتيژۍ لپاره يو ليدلوری جوړ کړئ. له پېرودونکو سره د چلند اوصول جوړ او موخې مو وټاکئ.

### ور کسان په دنده وگماری

هغه کسان په دنده وگماری چې غوره شخصيت، توانايي او د محصول په هکله بشپړو پوهېدو ته لېوالتيا ولري. داسې کسان پيدا کړئ چې په خپله يې پيل کړي وي او په حوصلمندي پېرودونکو ته غور نيولو ته لېوال وي.

### روزنه او لارښوونه

روزنه د داسې يوه لارښود له لارې ترسره کېدای شي چې په هغه کې پر ټيليفون، انلاين، ايميل او يا په شخصي توگه شکايتونو ته د رسېدنې، په تړاو بشپړې

لارښوونې موجودې وي. په کوچنيو شرکتونو کې روزنه کېدای شي چې د کار پر مهال د پېرودونکو د خدمتونو د وړاندې کولو د متخصص تر مشرۍ لاندې ترسره شي. دا دنده دوامداره چمتوالي او تمرین ته اړتیا لري. له خپلو کارکوونکو سره د نقش لوبول به هغوی ته د خوندي زده کړې زمينه برابره کړي، چې په دې ډول به د پېرودونکو د خدمتونو له تمرینونو سره عادت شي. آن کولی شي دغه بهیر په یوه ټیلیفون کې ثبت کړي ترڅو هغوی یې بیا وروسته وگوري.

### د څارنې د اندازه کولو لپاره واحدونه جوړ کړئ

د پېرودونکو خدمتونه په ښه توګه د اندازه کولو وړ دي. د پېرودونکو له تمې سره پیل وکړئ او هر هغه څه چې ستاسو په اند ستاسو د خوښې پایله درلودلای شي، وڅارئ. د بېلګې په توګه، د ټیلیفوني شکایتونو په برخه کې کولای شئ چې د انتظار موده، د ستونزې د حلولو موده او د اړیکې د غږ کچه وڅارئ؛ په پلورنځي کې د شکایت په برخه کې، کولای شئ چې د یوې ستونزې د حلولو موده، د حل شویو ستونزو شمېر او د پېرودونکو د رضایت کچه وڅارئ.

### د پېرودونکو د خدمتونو د ماموریت سند جوړ کړئ

د خپلې کمپنۍ د پېرودونکو د خدمتونو موخې په لیکلې بڼه یادداشت کړئ. د خدمتونو د موخو د سند دوه بېلګې په لاندې ډول دي:

- ژمنه کوو چې تاسو ته تود هر کلی ووايو، ستاسو نوم په یاد وساتو، له تاسو سره د خپلې کورنۍ د غړي په څېر چلند وکړو، ستاسو اړتیاوو ته غوږ ونیسو، ستاسو با ارزښته وخت ته درناوی وکړو، ستاسې اړتیا وې په سمه توګه پوره کړو، په بشپړه توګه موده او با احترام و اوسو، او تاسو ته ستاسې له له تمې ډېر خدمتونه وړاندې کړو. تاسې تل د غوره خدمتونو د ترلاسه کولو تمه لرلی شئ.
- ژمن یو چې له خپلو پېرودونکو سره پرانیستې، ریښتینې او مرستندویه اړیکه ولرو. د خپلو پېرودونکو اړتیاوې په پام کې ونیسو او د هغوی لپاره اړوندې د حلارې وړاندې کړو. د ښو ډاډمنو او باوري خدمتونو په وړاندې کولو سره د پېرودونکو له تمې ډېر خدمتونه ورته وړاندې کوو.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د ژبو پر سر (شهرت) هر لیکل شوی او یا ویل شوی وړاندیز چې یو راضي پېرودونکی یې نورو احتمالي پېرودونکو ته ستاسو د تولید/خدمت په هکله وایي.

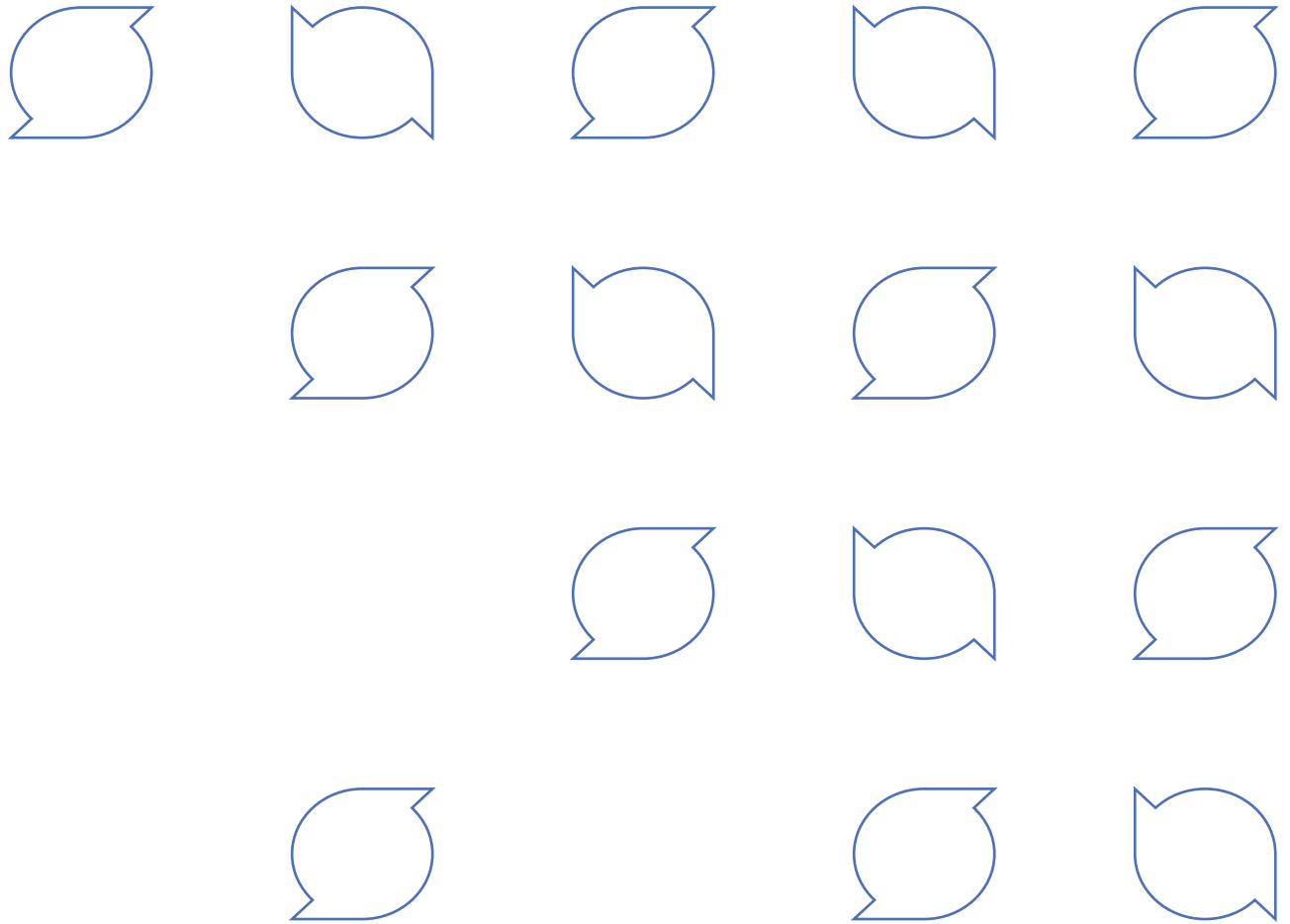
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- راجع شوي پېرودونکي څنگه د پلور په ستراتیژۍ کې ځای پر ځای کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پېرودونکو د ښو خدمتونو د وړاندې کولو په موخه د کارکوونکو لپاره کومه روزنه اړینه ده؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پېرودونکو خدمتونه څنگه د رقابتي موخو لپاره کارولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## ښته اضافي وسایل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډیز

د پېرودونکو د رضایت سروې



۱۵.

د پېرودونکو غوره خدمتونه  
څنگه د رقابتي امتياز د  
جوړولو لپاره کارولی شم؟



کاروبار کله هم په داسې حالت کې چې پېرودونکي یو شی ونه غواړي، پلور کولی شي؟ نه. شرکت کله هم پر داسې پېرودونکو توکي پلوری شي چې پرېکړه یې کړې له نورو پېر وکړي؟ البته چې نه. د یوې دقیقې لپاره تصور وکړئ چې رقیبان به مو څومره خوشحاله وي که ستاسې کاروبار د مشتریانو د اړتیاوو په پوره کولو کې پاتې راځي.

دغه حالت به په بل ډول وي که مو پېرودونکي له تاسو سره سوداګري انتخاب کړې وي، د نورو سیالانو په پرتله تاسو ته ترجیح درکړي، او په دوامداره توګه ستاسو شرکت خپلو ملګرو ته وړاندیز کړي. دغه فرصت په هغو هېوادونو او بازارونو کې چې د خدمتونو د وړاندې کولو کلتور په کې لږ پرمختللی دی، ډېر لیدل کېږي. له دې امله چې ډېری شرکتونه ښه کیفیت او د پېرودونکو ښه خدمتونه نه وړاندې کوي دا به ستاسو د شرکت لپاره ډېره آسانه وي چې له نورو څخه څو قدمه وړاندې او جلا وځلېږئ. کله چې نور شرکتونه د وفادارانو پېرودونکو د رامنځته کولو په قدر نه پوهېږي په داسې حال کې به ستاسو شرکت پر مخ ولاړ شي او وده به وکړي.

رقابتي امتیاز د محصول له کارولو او د هغو فعالیتونو له لارې چې یو شرکت یې د پېرودونکو د اړتیاوو د بشپړولو په موخه ترسره کوي، رامنځته کېږي. د وفادارانو پېرودونکو او بیاځلي پېرودنې د رامنځته کولو لپاره اړین ګڼل کېږي.

د افغانستان په بازار کې، چېرته چې پرمختللي سوداګریز فعالیتونه لږ تر لږه سترګو کېږي، د پېرودونکو د خدمتونو وړاندې کول د رقابتي امتیاز لپاره یو ښه فرصت دی. تر بل هر وخت ډېر، پېرودونکي کولای شي چې د خپلې د اړتیا وړ محصولات او خپلې د خوښې وړ عرضه کونکي وټاکي. د بېلګې په توګه، تصور وکړئ چې په افغانستان کې د پي وي سي کرکيو، د سولر بېټريو او د کور د رنگولو د توکو څومره عرضه کونکي موجود دي. د دغو محصولاتو د ډېرو برنډونو تخنیکي ځانګړتیاوې په یو ډول دي. دلته نو هغه پلورونکي بریالي کېږي چې د پېرودونکو د غوره خدمتونو د وړاندې کولو پر مټ ځان له نورو بېلوي.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د ډېری کوچینو شرکتونو لپاره یو عام عمل دی چې د قیمت د راکمولو له لارې پېرودونکي ځان ته جذب کړي. په ټیټه بیه د محصولاتو د وړاندې کونکي په توګه ستاسو بریالیتوب په دې پورې اړه لري چې خپل لګښتونه او په بازار کې د خلکو تقاضا څنګه پوره کوي. په ټیټه بیه د محصولاتو د پلورلو له لارې سیالي کول کېدای شي چې خطرناک ثابت شي، ځکه چې ستاسو سیالان هم کولای شي خپله بیه ستاسو د محصولاتو له بیې سره برابر کړي. هغه پېرودونکي چې د ټیټ قیمت په لټه کې وي، تل له تاسو څخه هم د ټیټ قیمت د ترلاسه کولو هڅه کوي او د وفادارانو پېرودونکو په ډله کې نه شمېرل کېږي. هغوی وخت په وخت دا کار ثابت کړی دی.

بله بديله لار چې د قیمت پر وړاندې ډېره حساسه وي، دا ده چې د پېرودونکو لپاره د ښو خدمتونو په برابرولو باندې د توپیر نقطې په توګه تمرکز وکړئ.

دلته پېرودونکو ته د ښو خدمتونو د وړاندې کولو څو بېلګې ذکر شوي دي:

- ښه موقعیت
- د پېرودونکو اغېزناک او راضي کونکي خدمتونه
- غوره تخنیکي ملاتړ
- د ډېر وخت لپاره فعالیت
- تر کور پورې وړیا رسونه
- دوستانه ټیلیفوني مرستې

که د قیمت پر بنسټ سیالي نه غوره کوي، نو تاسو به د پېرودونکو یوې بېلې ډلې ته خدمت وړاندې کوئ؛ هغه کسان چې ستاسو خدمتونو او آسانتیاوو ته ارزښت ورکوي. ستاسو په کمپنۍ کې د هر هغه کس شخصیت چې له پېرودونکو سره مخامخ کېږي، د پېرودونکي په خوشحالی او خفګان اغېز لري. دغه طبیعي عنصر په لاندې جدول کې د پېرودونکو د خدمتونو هغه کارونه چې باید ترسره شي او یا ترسره نه شي تشریح کوي.

دا وکړئ	دا مه کوئ
ووايه (اجازه راکړئ چې له تا سره د مرستې لپاره مناسب کس پيدا کړم)	مه وايه چې (دا زما دنده نه ده.)
ووايه (ژر به بېرته راستون شم.)	مه وايه (اوس بوخت يم.)
ووايه (درسه په اړيکه کې به شم، کولی شئ چې شمېره مو راکړئ؟)	مه وايه (وروسته زنگ وهلی شئ؟)
دوستانه او مسلکي واوسئ.	
له چا سره جکره او ناوړه چلند مه کوئ.	
ستونز حل کړئ.	هېڅ کومه ستونزه نا حل شوې مه پرېږدئ.
بنښه وغورئ.	په خلکو باندې برید مه کوئ.
له پېرودونکو سره له پېرودنې وروسته اړيکه ټينگه کړئ.	دا مه هېرؤئ چې پېرودونکو ته معلومات ورکړئ.
همدردي څرگنده کړئ (ځان د پېرودونکي پر ځای وگنئ)	د چا په وړاندې بې غوري مه کوئ.

## د دې برخې د ځينو اصطلاحاتو تعريف

رقابتي امتياز- کله چې يو محصول د نورو سيالانو د محصولاتو په پرتله ښه وي او دا څرگنده وي چې ولې دا محصول غوره دی.

توپير ورکول- هغو فعاليتونه چې کمپنۍ يې ترسره کوي ترڅو له نورو کمپنيو سره، چې ورته محصولات بازار ته وړاندې کوي، توپير ولري.

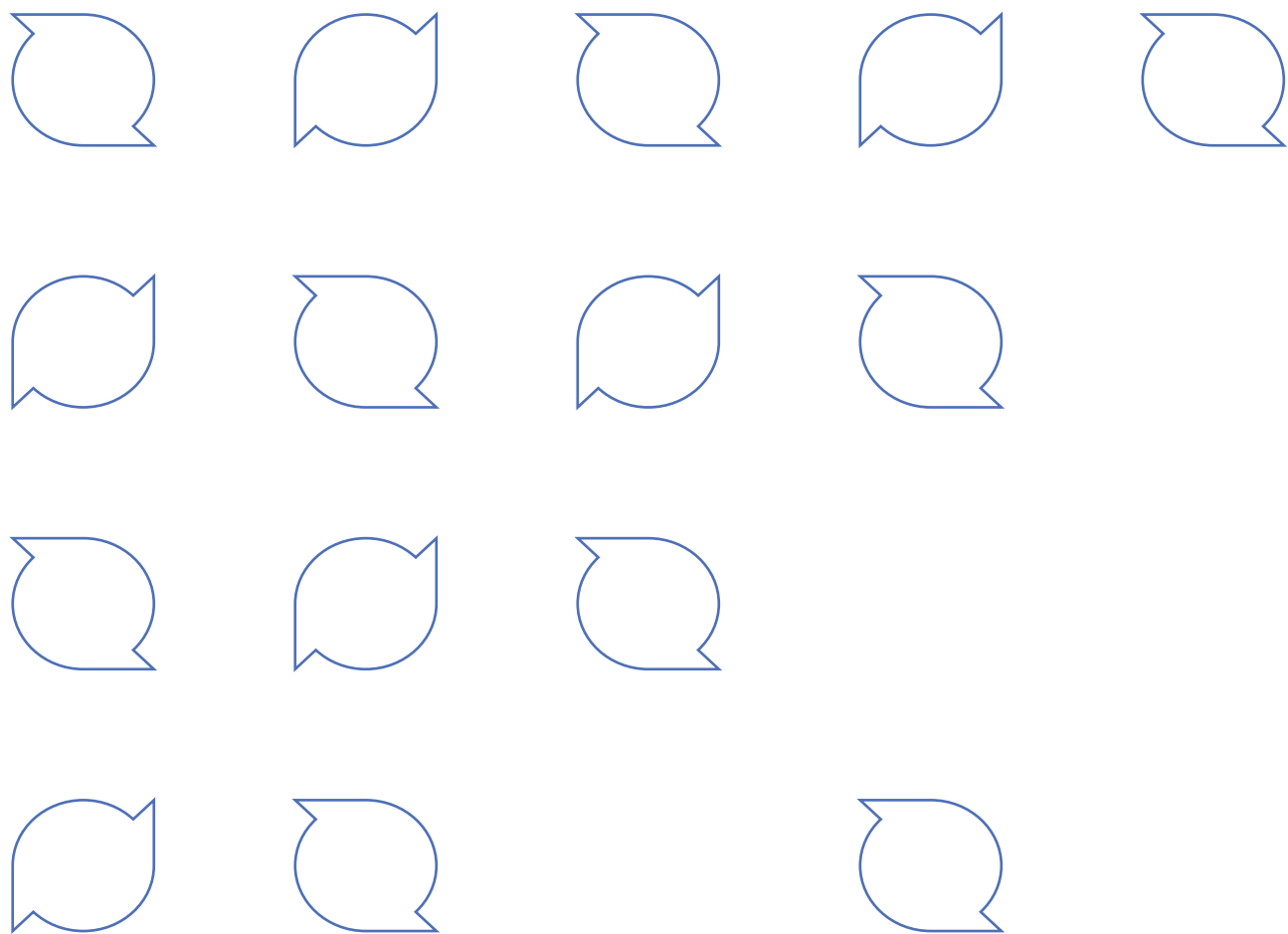
## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنگه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو يو اغېزناک بهير پلي کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پېرودونکو ستونزو او نيوکو ته څنگه رسيدگي کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د اوسنيو پېرودونکو د ساتلو گټه څه ده؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه

## شته اضافي وسايل

د پېرودونکو د معلوماتو لنډيز

د پېرودونکو د رضایت سروې



۱۶.

د اوسنیو پېرودونکو  
د ساتلو گټه څه ده؟

کوچني شرکتونه هڅه کوي چې د نويو پېرودونکو د راجدبولو له لارې خپل تجارت ته وده ورکړي. څېړنو ښودلې چې د نويو پېرودونکو د لټون په پرتله، د اوسنيو پېرودونکو ساتل ډېر گټور دي.

تاسو څو کاله د بازارموندنې او خرڅلاو په برخه کې پانگونه کړې ده چې خپل اوسني پېرودونکي ترلاسه کړئ. ستاسو تمرکز بايد د پېرودونکو په ساتلو باندې، په ځانگړې توگه که هغوی له تاسو څخه په منظم ډول پېرودنه کوي، ډېر وي.

د نويو پېرودونکو ترلاسه کول ډېر لگښت ته اړتيا لري. راځئ وڅېړو چې د پېرودونکو د ترلاسه کولو لگښتونه کوم دي. تر ټولو آسانه فورمول يې دا دی چې، هغه پيسې چې د بازارموندنې او خرڅلاو پر کمپاين لگول شوې د نويو پېرودونکو پر شمېر تقسيم کړئ. لاندي بېلگه په پام کې ونيسئ.

### ستاسو پانگونه

۵,۰۰۰ افغانی د ايميل کمپاين  
۱,۰۰۰ افغانی چاپ شوي مواد  
۶,۰۰۰ د محصولاتو سمپلونه  
۱۲,۰۰۰ د پلورونکو تنخا (د ټېليفون له لارې اړیکه، د خرڅلاو لپاره لومړنۍ اړیکې، او شخصي)  
۲۴,۰۰۰ افغانی، ټولټال پيسې چې د بازار موندنې او خرڅلاو په برخو کې لگول شوې دي.

### هغو پېرودونکو ته چې پيغام رسېدلی

د احتمالي پېرودونکو شمېر چې په نښه شوي دي = ۳۰۰  
هغه پېرودونکي چې د ۳۰۰ کسانو له ډلې يې د اړیکو غوښتنه کړې ده = ۳۰  
هغه پېرودونکي چې د ۶ مياشتو په اوږدو کې يې په حقيقي ډول پېرودنه کړې ده = ۱۰

### وروستی پایله

د يوه پېرودونکي د ترلاسه کولو لپاره ستاسو لگښت ۲,۴۰۰ افغانی شوی.  
هغه پيسې چې د بازارموندنې او پلور پر کمپاين لگول شوې (۲۴,۰۰۰) د نويو پېرودونکو په شمېر (۱۰) باندې تقسيم شي د يوه نوي پېرودونکي د ترلاسه کولو لپاره ستاسو لگښت ۲,۴۰۰ افغانی دی.

کله مو چې شرکت پر نورو شرکتونو توکي پلوري، کېدای شي چې له هرې بريالۍ راکړې ورکړې وروسته دغه سوداگريزې اړیکې ورو ورو پياوړې شي او په دې ډول ستاسې او پېرودونکي ترمنځ مو د پوهاوي او باور د زياتوالي لامل شي. له پېرودونکي سره اړیکه کېدای شي چې ډېرې مودې ته اړتيا ولري ترڅو هغه کس تاسو خپلې خوښې وړ عرضه کونکي په توگه وټاکي. دا اړينه ده چې له هر پېرودونکي سره بايد خورا په دقت چلند وشي، ځکه که هغوی له تاسو څخه اخیستل بند کړي، نو ستاسو تجارت ته به تاوان ورسېږي.

د پېرودونکو د شمېر د ډېرولو تر ټولو چټکه لار دا ده چې هغوی له لاسه ور نه کړئ. دا يو څرگند حقيقت دی چې په ډېری کمپنيو کې د پېرودونکو د له لاسه ورکولو کچه له ۳۰ سلنې هم لوړه ده. پېرودونکي له دې امله له لاسه ورکول کېږي چې کېدای شي د پېرودونکي له خدمتونو څخه رضایت و نه لري، او يا د محصول کارکرد يې په زړه نه وي او يا چې په بازار کې کوم بل سيال هڅه کوي د هغوی پاملرنه ځان ته واړوي.

د بېلگې په توگه، د الف او ب شرکتونه په پام کې ونيسئ. د الف شرکت هر کال ۸۰ سلنه خپل پېرودونکي ساتي. ب شرکت خپل ۹۰ سلنه پېرودونکي ساتي. که دواړه شرکتونه په يوه کال کې خپل پېرودونکي ۱۰ سلنه ډېر کړي، نو د ب شرکت به ۱۰ سلنه ډېر پېرودونکي ترلاسه کړي، په داسې حال کې چې د الف شرکت د نويو پېرودونکو سلنه به صفر وي، ځکه چې هر کال ۲۰ سلنه پېرودونکي ترلاسه کوي او ۲۰ سلنه له لاسه ورکوي. په راتلونکو ۷ کلونو کې به ب شرکت د خپلو پېرودونکو شمېر دوه برابره کړی وي په داسې حال کې چې د الف شرکت د پېرودونکو شمېر به هماغه شان چې په پيل کې وه، پاتې وي.

د پېرودونکو د ساتلو لپاره د يو پلان درلودل به ستاسو له کمپنۍ سره مرسته وکړي چې ډېره گټه ترلاسه کړي.

### د پېرودونکو د له لاسه ورکولو کچه ټيټه کړئ

د خپلو پېرودونکو نوملړ په غور تحليل کړئ. له هغو پېرودونکو سره د اړيکو ټينگولو هڅه وکړئ چې اوس مهال غير فعال دي او يا له کوم سيال سره د اړيکو ټينگولو په پړاو کې دي. ثابته کړئ چې تاسو په رېښتيا د پېرودونکو په هکله فکر کوئ.

### په دوامداره توگه د پېرودونکو غوره خدمتونه وړاندې کړئ

د پورته ذکر شويو نقاطو تر څنګ، په ياد ولرئ چې کېدای شي پېرودونکي ستاسو په سازمان کې له نورو کسانو (لکه: پلورونکي، د پېرودونکو خدمتونو د څانگې له مسؤل، لېږدونکي، او د مالي څانگې له مسؤل) سره هم په اړيکه کې وي، ستاسو ټول سازمان بايد د پېرودونکو لپاره د غوره خدمتونو وړاندې کولو ته ژمن و اوسي.

### پر اوسنيو پېرودونکو مو ډېر څه وپلورئ

اوسني پېرودونکي مو وهڅوئ چې بيا له تاسو څخه پېرودنه وکړي، د پېرودونکي په کاروبار کې خپل اغېز ډېر کړئ او هڅه وکړئ چې نور محصولات هم ورباندې وپلورئ، د محصولاتو کڅوړې چمتو کړئ او تشويقي تخفيفونه وړاندې کړئ.

د بېلگې په توگه، په دې اړه فکر وکړئ چې د سينگار د توکو پلورونکي څنګه خپل پېرودونکي ساتي؟ مريم رسولي د سينگار با کيفيټه توگي د انټرنټ له لارې پلوري. هغه خپلو پېرودونکو ته توکي ور رسوي او هغوی کولای شي چې دا توکي د مريم لخوا له ټاکل شوي ځای څخه هم ترلاسه کړي. هغې په فيسبوک کې يوه پاڼه جوړه کړې ده او کله چې نوي محصولات راځي، نو فيسبو کې يې شريکوي. هغه دغه راز د خپلې کمپنۍ پاليسي هم په فيسبوک کې خپروي. دا اعلانوي چې پېرودونکي کولای شي چې هر مهال توکي بېرته ستانه کړي. هغه له ځانه سره يوه ځوانه مېرمن لري چې د پېرودونکو د اړتيا په هکله معلومات لري او د هغوی پوښتنو ته ځواب ورکوي. دې خپلې ټولې هڅې پر پېرودونکو متمرکزې کړي او د پېرودونکو ديتابېس تل آپډېټ ساتي، ترڅو ډاډه شي له کومو پېرودونکو سره سرسره يې چلند نه دی کړی.

### د اړيکو جنټري جوړه کړئ

اړيکې ټينگې وساتئ چې کاروبار مو اوږد مهاله شي. د اړيکو جنټري له پېرودونکو سره د اړيکو ټينگولو لپاره يو پروگرام رامنځته کوي. له مکتوبونو، ايميلونو، د منني پيغامونو، ځانگړو وړاندیزونو، خبرپاڼو، بلاگونو او ویديوبي لارښوونو څخه گټه پورته کړئ. په دې ډول به ستاسې پېرودونکي د مهموالي احساس وکړي، په ځانگړې توگه کله چې تاسو هغوی ته داسې مطالب وړاندې کوی چې د کارپوهانو نظريات، وړاندیزونه او ښې تجربې په کې نغښتې وي.

## د دې برخې د ځينو اصطلاحاتو تعريف

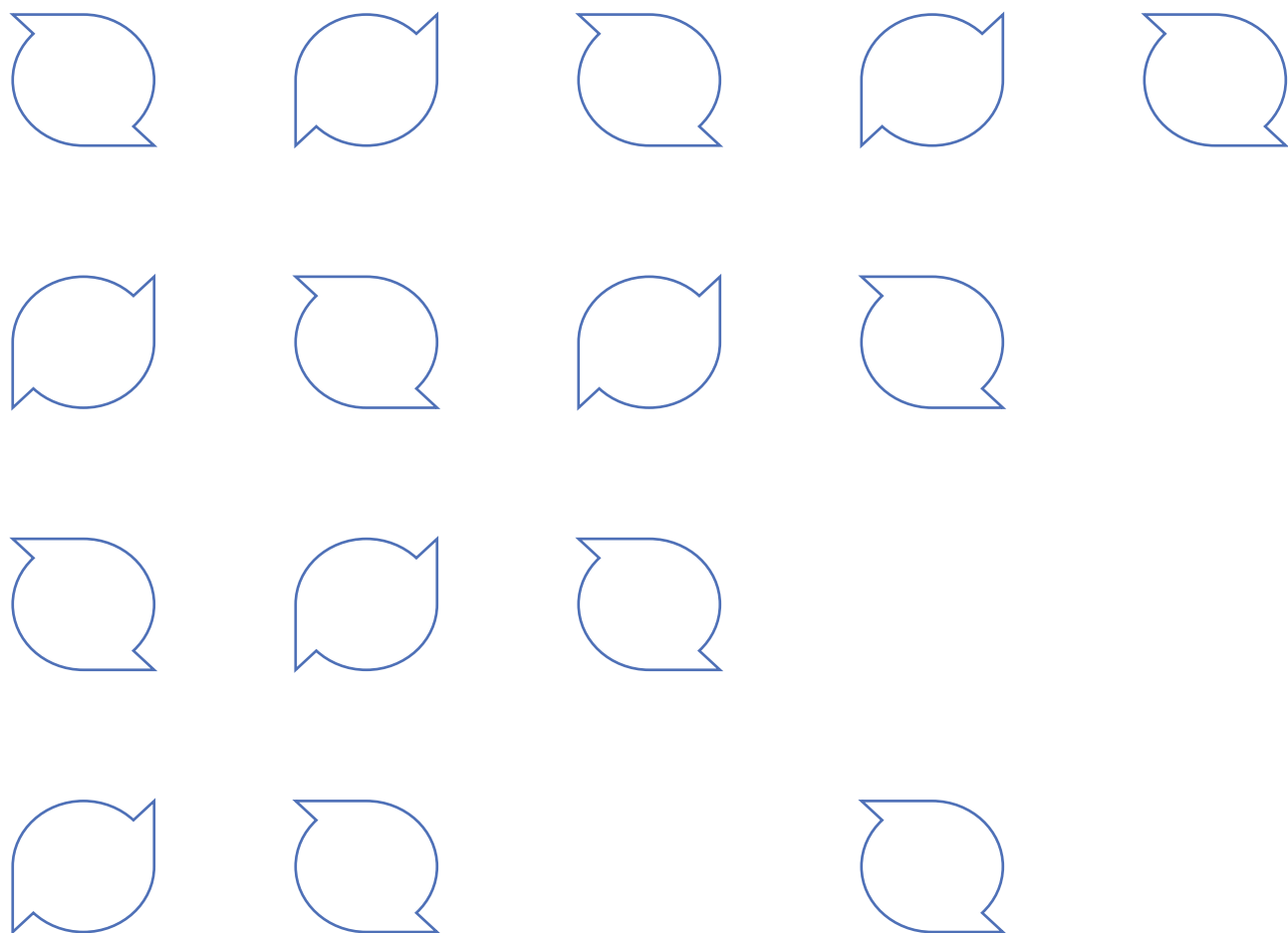
د اړيکو جنټري- هغه مهالوېشت ته ويل کېږي چې له پېرودونکي سره د اړيکو ټينگولو وخت او څرنگوالی ټاکي.

د پېرودونکو د ساتلو لگښت- د يوه نوي پېرودونکي ترلاسه کول څومره لگښت غواړي. د لاندې فورمول په واسطه شمېرل کېږي: هغه پيسې چې د بازارموندنې او خرڅلاو په کمپاين باندې لگېږي ÷ نويو پېرودونکو پر شمېر = د نوي پېرودونکي د ترلاسه کولو لگښت.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- د پلور او د پېرودونکو د خدمتونو کوم تخنيکونه مې گټه ډېرولی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- تجارت مې څنګه پر پېرودونکو ارزښت پلورلی شي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- راجع شوي پېرودونکي څنګه د پلور په ستراتيژۍ کې ځای پر ځای کولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه





۱۷.

راجع شوي پرودونکي څنگه  
د پلور په ستراتیژی کې  
ځای پر ځای کولی شم؟

د پېرودونکو راجع کول د هغه کس لخوا ترسره کېږي چې ستاسو پر شرکت باور لري او ستاسو له تولید/خدمت څخه په بشپړه توګه راضي دي. راجع شوي پېرودونکي هغه احتمالي پېرودونکي دي چې د پلور په چينل کې شاملېږي او د ښو احتمالي پېرودونکو په سترګه ورته کتل کېږي. راجع شوي پېرودونکي د هر ډول تجارت لپاره مهم دي.

کله چې د پېرودونکو غوره خدمتونه وړاندې کوئ، ډېر احتمال شته چې يو خوشحاله پېرودونکی ترلاسه کړئ. کله چې دا پېرودونکی له تاسو سره خپله تجربه شريکوي، هغه وهڅولی شي چې ستاسو د شرکت په اړه خپله مثبت تجربه له خپلو ملګرو او دوستانو سره هم شريکه کړي.

د پېرودونکو د راجع کولو پروګرام هغه سيستماتيک بهير ته ويل کېږي چې په مرسته يې پېرودونکو ته د يو لړ تشويقي امتيازونو په ورکولو سره هغوی دې ته هڅول کېږي چې د کمپنۍ په هکله خپله مثبت تجربه له خپلوانو، ملګرو، پېرودونکو او عرضه کونکو سره شريکه کړي. ددغه کار موخه دا ده چې د خپلو محصولاتو لپاره د خلکو لېوالتيا ډېره کړئ او ډېر احتمالي پېرودونکی راجذب کړئ. د بېلګې په توګه، د جامو يو پلورنځی، هغوی ته د نويو پېرودونکو د معرفي کولو له کبله تاسې ته ۱۵٪ تخفيف درکوي، کله چې تاسو يو نوی پېرودونکی هغوی ته ور معرفي کړئ، په خپله راتلونکې پېرودنه کې به ۱۵٪ تخفيف ترلاسه کړئ. ځينی شرکتونه، کله چې تاسې نوی پېرودونکی ورته معرفي کړئ ستاسو نوم په خپله کتابچه کې ليکي. تاسو بايد پوه شئ چې کومه کړنلاره مناسبه ده.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د پېرودونکو د راجع يا معرفي کولو پروګرام د جوړولو ځيني ګامونه په لاندې ډول دي:

### لومړی ګام: خپله موخه وټاکئ

د خپلو پېرودونکو د نوملړ په کتلو سره هغه پېرودونکي په نښه کړئ چې په منظمه توګه له تاسو څخه توکي پېري او داسې ښکاري چې ستاسې توليد/محصول څخه راضي دي. دغه پېرودونکو ته د پېرودونکو د راجع کولو په پروګرام کې د ګډون بلنه ورکړئ.

### دویم ګام: خپل پروګرام تشریح کړئ

داسې هڅوونکي فعاليتونه وټاکئ چې د بېلابېلو پېرودونکو لپاره ګټور ثابتېدلای شي. (لکه: نقدې پيسې، پور، او يا هم تخفيف.) د بېلګې په توګه، په داسې يو تجارت کې معاملې مو په منظم ډول دي او بيې يې له ۵۰۰۰ افغانیو نه اوږي، کولای شئ چې پېرودونکو ته د هر نوي پېرودونکي د معرفي کولو لپاره د ۵۰۰ افغانیو امتياز وټاکئ.

### درېیم ګام: خپلې سرچينې چمتو کړئ

د هر ډول معرفي شويو پېرودونکو لپاره ايميل جوړ کړئ چې پيغام يې په اسانۍ سره د بدلون وړ وي. خپلو ملګرو لپاره داسې يوه کڅوړه (کتلاک، څېړنه او ویديو) جوړه کړئ چې په مرسته يې ستاسو شرکت په اسانۍ معرفي کړلی شي.

### څلورم ګام: د معرفي شويو پېرودونکو يادداشت وساتئ

د ايکسل په مرسته د ټولو هغو پېرودونکو د نوملړ ډيتابيس جوړ کړئ چې تاسو ته د نورو لخوا معرفي شوي دي او خپلو پلورونکو ته اجازه ورکړئ چې دې ډيتابيس ته لاسرسی ولري، ځکه چې هغوی بايد له دغو احتمالي پېرودونکو سره له نږدې کار وکړي ترڅو وکولای شي چې هغوی ستاسو د محصول حقيقي پېرودونکي وګرځوي.

### پنځم ګام: امتياز ورکول

خپلو پلورونکو ته د هغو هلو ځلو لپاره امتياز ورکړئ چې احتمالي پېرودونکي پر حقيقي پېرودونکو درته تبديل کړي.

## د دې برخې د ځينو اصطلاحاتو تعريف

احتمالي پېرودونکی- هغه کس ته ويل کېږي چې د بالقوه پېرودونکي په نامه هم يادېږي.

راجع شوی پېرودونکی- هغه احتمالي پېرودونکي چې د يو ډير راضي پېرودونکي له خوا، چې ستاسو تجارت ښه پېژني، راجع شوی وي.



د پېرودونکو د راجع کولو پروگرام - هغه سیستماتیک بهیر ته ویل کېږي چې په مرسته یې پېرودونکو ته د یو لړ تشویقي امتیازونو په ورکولو سره هغوی دې ته هڅول کېږي چې د کمپنۍ په هکله خپله مثبتې تجربه له خپلوانو، ملگرو، پېرودونکو او عرضه کونکو سره شریکه کړي.

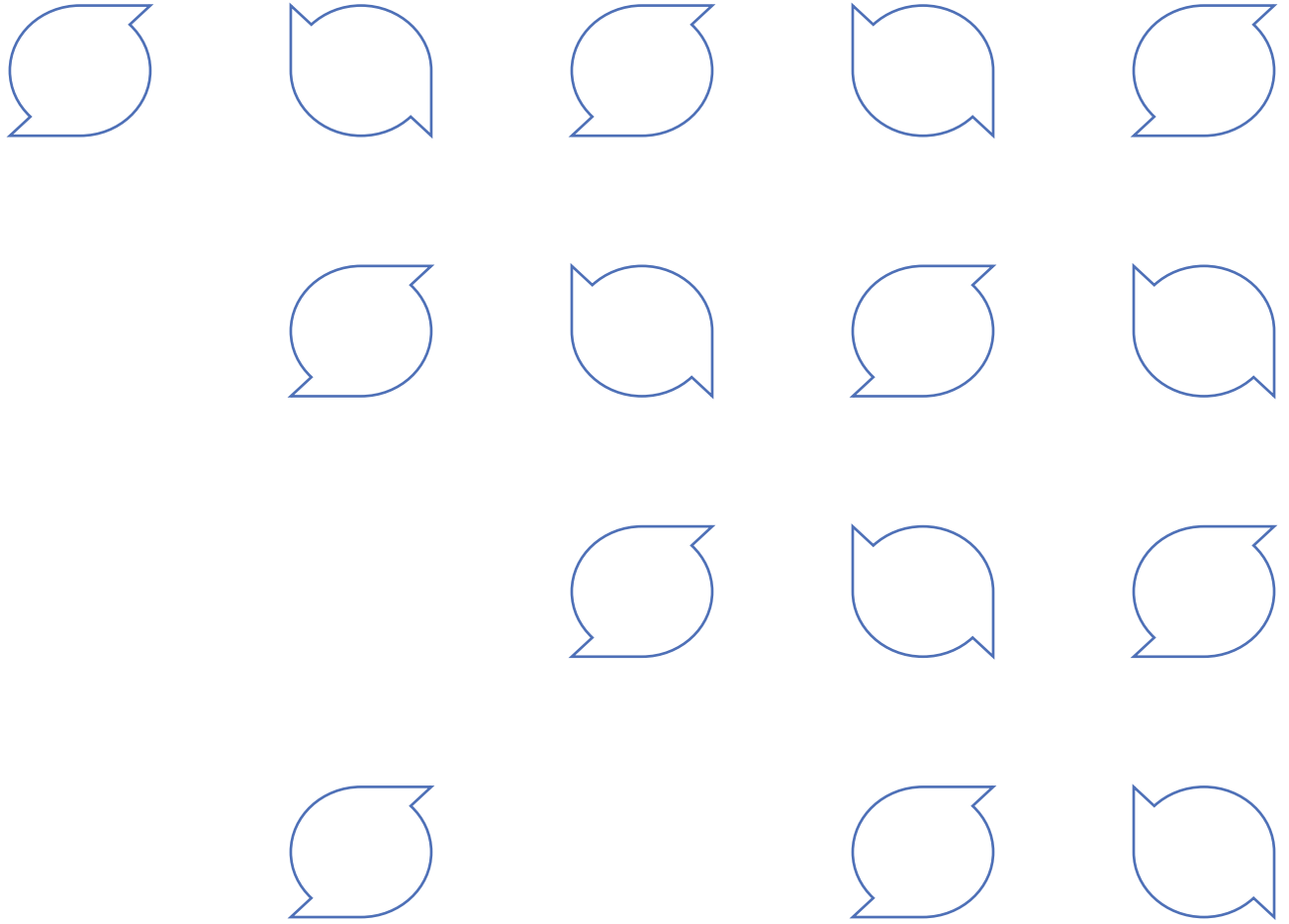
د خرڅلاو چینل(فصل)- د مشتري د سفر د لید وړ ننداره، چې د پلور بهیر له توکي سره د مشتری له لومړۍ آشنایۍ د اخیستلو تر پړاوه، پورې څاري. دې ته د عواید چینل او یا د پلور بهیر هم ویل کېږي.

## په دې تړاو د لا پېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنگه خپل خرڅلاؤ څارلی او د خرڅلاؤ له څارلو څه زده کولای شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه پوهېدلی شم چې نوي احتمالي پېرودونکي پېر کولی شي او ورته چمتو دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د پېرودونکو غوره خدمتونه څنگه د رقابتي امتیاز د جوړولو لپاره کارولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنگه پوه شم چې بازار موندنه مې کار کوي؟ ۶. بازار موندنه

## ښته اضافي وسایل

د پلور د ستراتیژۍ کاري پاڼه



۱۸.

د پېرودونکو ستونزو او نیوکو  
ته څنگه رسیدگی کولی شم؟



پېرودونکي ستاسو د شرکت تر ټولو ستره شتمني ده. هغوی له دې کبله ستاسې پېرودونکي دي چې په قصدي ډول يې د نورو سيالانو په پرتله ستاسې توکو ته لومړيتوب ورکړی دی. له دې امله چې د اوسنيو پېرودونکو ساتل د نويو پېرودونکو د ترلاسه کولو په پرتله ارزانه دي، تل هڅه وکړئ چې خپل پېرودونکي خوشحاله او راضي وساتئ.

کله چې پېرودونکی د شکايت لپاره اړيکه درسه نيسي يا هتې ته درځي، دا طبيعي خبره ده چې د کاروبار د څښتن د خواشيني لامل کېږي. ستاسو لپاره دا اړينه ده چې ځان د پېرودونکي پر ځای وگنئ. پېرودونکی هغه مهال شکايت کوي چې احساس کړي ښه چلند نه دی ورسره شوی او يا پېرودل شوی محصول د پلورونکي له ژمنو سره سم فعاليت نه کوي. ډيری پېرودونکی چې د يو شرکت رييس ته خپل شکايت وړاندې کوي، نورماله او رښتيني کسان دي چې د محصول د ترلاسه کولو لپاره يې پيسې ورکړې او هغه قناعت يې چې تمه درلوده نه دی ترلاسه کړی. هغوی هڅه کوي چې په ډېرې اسانۍ تاسو ته ووايي چې کومه تېروتنه شوې ده.

په افغانستان او په نورو اسلامي کلتورونو کې، دا يوه عادي خبره ده چې پېرودونکی په خپله شکايت نه کوي او يا هم خپله نارضايتی نه څرگندوي. په داسې حال کې چې هغوی به خپل منفي نظرونه او تجربې له تاسو سره د انټرنټ لکه د فيسبوک له لارې شريکې کړي. ډېر کله ښايي هغوی بېرته هېڅ تاسې ته د پېر لپاره راساتنه نه شي ددې موضوع د لا خرابولو لپاره به، ستاسو له شرکت څخه خپله بده تجربه له نورو سره هم شريکه کړي. دغه داستان به د هغه د ملگرو ترمنځ تر يوې مودې پورې پاتې شي او ستاسو د شرکت حيثيت او شهرت لپاره به ستونزې رامنځته کړي.

هر شرکت بايد د پېرودونکي له نظره هغه حالت په پام کې ونيسي چې کېدای شي کارونه په ښه ډول مخ ته ولاړ نه شي. په دغسې حالاتو کې د شرکت ځواب به د هغوی راتلونکی وټاکي. دغه ځواب به دا وټاکي چې ايا له پېرودونکي سره اړيکه به د تل لپاره له منځه ولاړه شي او که نه. هېڅکله هم پېرودونکی له پامه مه غورځوی او له هغوی سره په خشن ډول چلند مه کوئ (حتی که تاسو ملامت هم نه ياست). که دغه شکايت ته په درنښت رسيدگي وکړئ، په بشپړه توگه پېرودونکی ته غور ونيسی، د ستونزې د حلولو لپاره مثبتې لارې چارې پيدا کړئ، نو پېرودونکی به له تاسو څخه راضي شي او په ډېر احتمال به له تاسو څخه خپلې پېرودنې ته دوام ورکړي. پېرودونکی به له دې خوښ وي چې تاسو څومره په درناوي او ښه بڼه د هغوی ستونزې ته رسيدگي کړې ده او دا تجربه به له نورو سره شريکه کړي.

د پېرودونکو شکايتونو ته بايد ستاسو او ستاسې د کارکونکو له لوري په خورا درنښت، صداقت، او ښه چلند رسيدگي وشي. له همدې کبله تاسو بايد خپل کارکونکي په داسې بڼه و روزئ چې له هغو ناخوښو پېرودونکو سره چې د ستونزې د حلولو په لټه کې دي، ښه چلند وکړي. هغوی يوازې د خپلو پيسو په بدل کې ارزښت غواړي.

پېرودونکو ته ډاډ ورکړئ چې له هغوی سره او د هغوی له پيسو سره به په درنښت چلند وشي. دغه کار مرسته درسه کوي چې د افغانستان په بازار کې له نورو بېل و اوسئ او ستاسو لپاره رقابتي امتياز جوړولی شي.

## بډې اړه لا ډېر معلومات

د پېرودونکو شکايتونو ته اغېزناکه رسيدگي د پېرودونکو د باور او د هغوی د دوامدار حضور د ترلاسه کولو لپاره ځواکمنه وسيله ده. د لاندې نظريو په پلي کولو سره به خپل اخلاقي اصول ښکاره او د صداقت او درناوي پيغام به نورو ته څرگند کړي.

**د پېرودونکو شکايتونو ته د رسيدگۍ د پروگرام د جوړولو لپاره ځينې وړانديزونه په لاندې ډول دي:**

### آرام و اوسئ او غور ونيسئ

په ياد ولرئ چې شکايت شخصي نه دی. پېرودونکی په تاسو باندې بريد نه کوي. پېرودونکی ستاسو له توليد/خدمت سره د اړوندې ستونزې د حلولو په لټه کې دی. پېرودونکي ته اجازه ورکړئ چې خپله ستونزه مطرح کړي. هغه ته درناوی ولرئ او هڅه وکړئ چې د ستونزې په لامل پوه شئ. د بېلگې په توگه، مارينا په باميان ولايت کې يوه راډيويي شبکه پرمخ وړي. هغې له يو پلورنځي څخه د سهارنۍ خپرونې د ملاتړ کونکي په توگه، يو سوداگريز اعلان ترلاسه کړی. د پلورنځي څښتن د راډيو دفتر ته ورځي او شکايت کوي چې د هغه سوداگريز اعلان د تېرو دوو ورځو راپه دېخوا نه دی خپور شوی. مارينا په دې نه پوهېدلې چې څه پېښه شوې ده خو په ارامۍ سره يې هغه کس ته غور ونيوه پرته له دې چې له خپل ځانه څخه دفاع وکړي.

## پر ستونزې اعتراف وکړئ

پېرودونکي ته احساس ورکړئ چې تاسو د هغه ستونزه درک کړې ده. دا ورته تشریح کړئ چې تاسې پر ستونزه پوه شوي یاست. معلومات را غونډ کړئ. پېرودونکي خبرو ته وهڅوئ. په سمه توګه د پېرودونکي د پېژندلو له لارې اندېښنه راکمه کړئ. که شکایت په لیکلې بڼه او یا هم د انټرنټ له لارې وي، نو هڅه وکړئ چې په خپله له پېرودونکي سره خبرې وکړئ.

په پورته مثال کې، مارینا له پېرودونکي سره خپله ډاډګیرنه شریکوي او ورته وایي چې کېدای شي چې مور دغه سوداګریز اعلان ته متوجه شوي نه یو. هغه ورته وایي چې خپل ثبتونه به وګوري او ددې ستونزې اصلي لامل به پیدا کړي. دغه کار، د پېرودونکي غصه راکموي او هغه ته د درناوي احساس ورکوي.

## حلاړه وړاندې کړئ

پېرودونکي ته هغه حلاړې وړاندیز کړئ چې تاسو یې ترسره کولای شئ او که په محصول کې کومه ستونزه وي، نو سمدستي پېرودونکي ته د هغه پیسې بېرته ورکړئ او یا هم د هغه محصول بدل کړئ.

له خپرلو وروسته، مارینا پوه شوه چې ددغه پېرودونکي د سوداګریز اعلان پرځای د یو نوي پېرودونکي اعلان خپور شوی او د هغې ټیم په تېروتنې دا سوداګریز اعلان د خپراوي له لېست څخه ایستلی و. هغه وړاندیز وکړ چې ددغه پلورنځي د اعلانونو شمېر به ډېر کړي او د یادې تېروتنې د جبرانولو لپاره به د هغه سوداګریز اعلان ته په نشراتو کې نور ځای هم ورکړي.

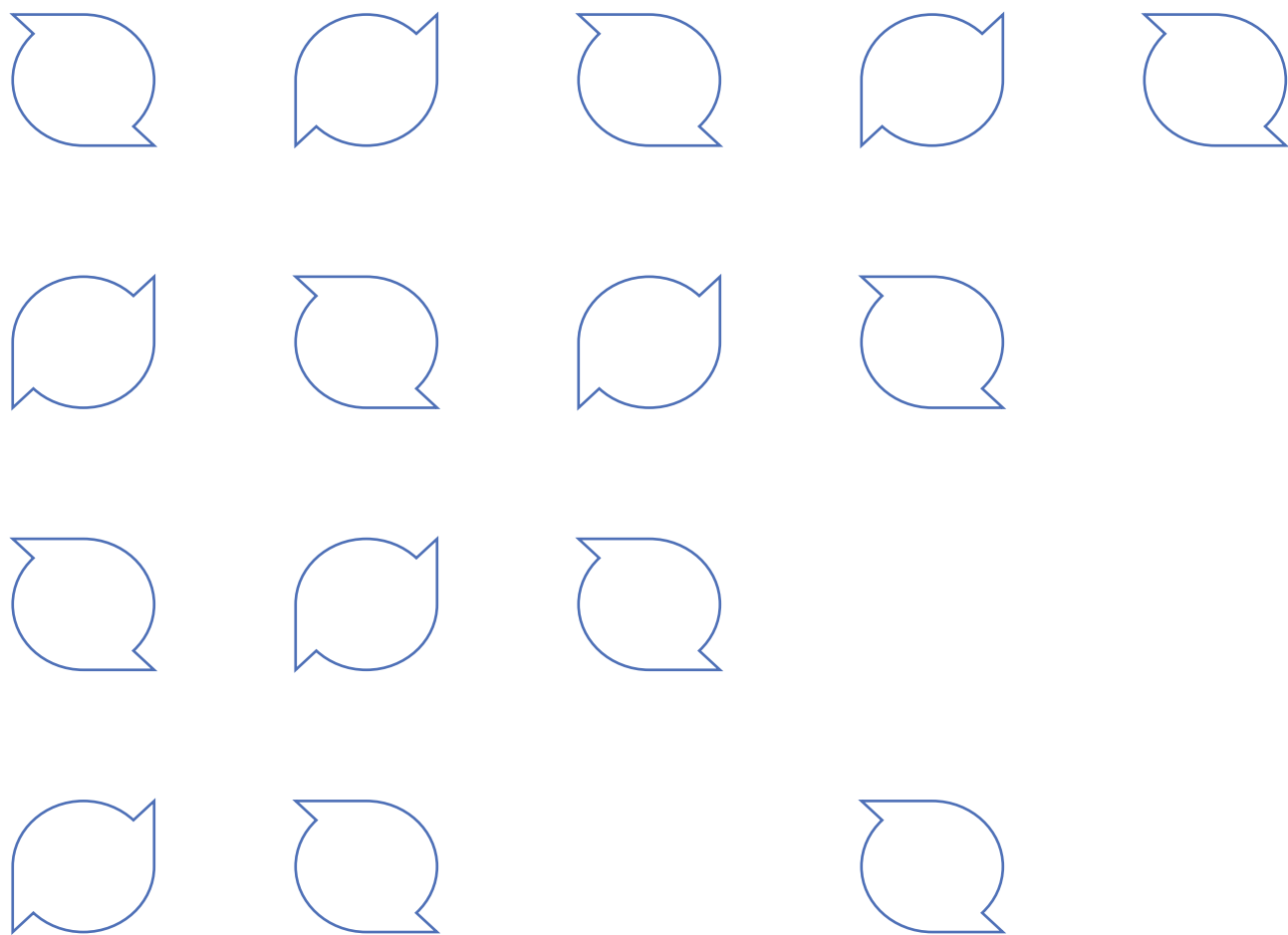
## بښنه وغواړئ

د هغو تېروتنو له امله چې ستونزه او ناراحتې یې رامنځته کړې ده په ډېر درنښت بښنه وغواړئ. که ستونزه د محصول په انتقالولو او یا نصبولو کې وه، نو پېرودونکي ته ډاډ ورکړئ چې ستونزه به یې کله او څنګه اواره شي.

د پلورنځي څېښتن له دې حلاړې څخه خوښ شو او وېي ویل چې هغه د راډیويي اعلانونو له لارې ګڼ پېرودونکي پیدا کړي دي. مارینا د رامنځته شوې ستونزې له کبله له هغه څخه بښنه وغوښتله او له راډیو سره یې د پېرودونکي سوداګري وستایله.

## له خرڅلاو وروسته له پېرودونکو سره اړیکه ټینګول

د یوې یا دوو اونیو له تېرېدلو وروسته د ټیلیفون او یا ایمیل له لارې له پېرودونکي سره په اړیکه کې شې چې ډاډ ترلاسه کړی چې پېرودونکي هغه ته له ورکړل شوې حلاړې راضي دی. په راتلونکې کې له پېرودونکي سره د مرستې لپاره پر خپلې ژمنې یو وار بیا ټینګار وکړئ. مارینا له یوې لنډې مودې وروسته د پلورنځي له څښتن سره اړیکه ټینګه کړه چې وګوري هغه له وړاندیز شوې حلاړې څخه خوښ دی او که نه.



۱۹.

پېرودونكو ته د دوامدارو ښو خدمتونو  
د وړاندې كولو په موخه كاركونكو  
ته كومې زده كړې اړينې دي؟

## ستاسې کارکونکي د نښو خدمتونو د وړاندې کولو لپاره ډېر مهم دي. لاندې کيسې ته پام وکړئ:

رمسا او د هغې خاوند د بخاری د اخیستلو لپاره د کابل یوه لوي پلورنځي ته ورغلل. هغوی دغه بخاری ددې لپاره انتخاب کړې وه چې د یوه تبلیغاتي فلاير له لارې یې په اړه معلومات ترلاسه کړي وو او په مارکېټ کې یو پېژندل شوی نوم و. کله چې هغوی پلورنځي ته ننوتل ویې لیدل چې یوه کارکونکي د یو تبلیغاتي بڼر له شا څخه د تلویزون ننداره کوله. هغې دغه راز دوه نور کارکونکي ولیدل چې د پلورنځي الماریو ته محصولات پورته کوي. هېڅ یوه یې دې ته او د ددې خاوند ته و نه کتل. یوه هم خپل مخ دوی ته را وانړولو او وې نه ویل چې اجازه راکړئ پوه شم له تاسو سره څه مرسته کولی شم. د هغې خاوند پوښتنه وکړه چې د پلورنځي په کومه برخه کې بخاری موندلی شو. یوه کارکونکي د پلورنځي شاته اشاره وکړله او بېرته یې خپل کار ته دوام ورکړ. دوی دواړو د بخاریو د ځانگې پر لور ورغلل او د یوې بخاری څنگ ته ودرېدل، او وروسته له هغه د پلورنځي د دروازې په لوري روان شول او په چټکۍ سره له پلورنځي ووتل.

رمسا خفه وه او خپل خپگان یې خپل خاوند ته څرگند کړ. د کارکوونکو بېلابېلو چلندونو هغې ته منفي احساس ورکړ. که څه هم هغې په واضح ډول و نه ویل چې ولې یې خپله لیوالتیا له لارسه ورکړه، خو بیا هم دا د هغې په نظریو کې څرگنده شوله. حتی دا چې د پلورنځي ډیزاین هم پرې بد ولگېده. د هغې په فکر، هېڅ چا د یو پېرودونکي په توگه له هغې سره مرسته و نه کړله، او هغه به دا تجربه تل په یاد ولري.

په ډېری مارکېټونو کې د پېرودونکو دغه راز تجربې حیرانونکې نه دي. کوم شي ته بدلون ورکول به ددې لامل شوي وای چې څرخلاو ترسره شوی وای؟

- کېدای شوی چې د کارکوونکو چلند ته وده ورکول شوې وی، چې پېرودونکو ته احترام ولري، له خلکو هرکلی وکړي او د پېرودونکو د اړتیاو بشپړولو ته لېوالتیا ولري.
- کارکونکي په داسې بڼه روزل کېدای شوی چې د لومړیو پوښتنو د پوښتنو له لارې د پېرودونکي په لېوالتیا ځان پوه کړي او وگوري چې څنگه کېدای شي چې د پېرودونکي اړتیاوې پوره کړي.

د دې کيسې پیغام دا دی چې کارکونکي سم نه وه روزل شوي چې پوه شي د هغوی اصلي ريسان پېرودونکي دي. ددې ناوړې تجربې له امله هغې له دې پلورنځي څخه صرف نظر وکړ او خپله معامله یې بل لوري ته یوړله. دا مېرمن (پلورونکې) هغه څوک ده چې په پای کې د دوی تنخا ورکوي. هغوی به هېڅ کله هم په دې موضوع په خپله پوه نه شي ترڅو چې تاسو ورته و نه وایئ.

په ټوله کې د بریالیتوب لپاره، په ځانگړې توگه پرچون پلورونکي، باید خپل کارکونکي په دې پوه کړي چې پېرودونکي د هغوی د دندې اساسي برخه ده. د کارکوونکو اصلي دنده دا ده چې له پېرودونکو سره په اړیکه کې شي او له هغوی سره خپلې اړیکې پیاوړې او ټینګې کړي. کېدای شي چې دا کار تاسو ته آسانه ښکاره، خو په حقیقت کې نه دی. دا روزنې، شخصیت، ژمنتیا او دوامدارو هڅو ته اړتیا لري.

## پدې اړه لا ډېر معلومات

د داسې کسانو د ټیم رامنځته کول چې د پېرودونکو لپاره غوره خدمتونو وړاندې کولو ته ژمن وي، د داسو کسانو له گمارلو پیلېږي چې د پېرودونکو خدمتونو لپاره ښه مخینه ولري. دغه کار باید په دواړو کوچنیو او لویو شرکتونو کې ترسره شي.

د مناسبو کارکوونکو گمارنه یو لړ هلو ځلو ته اړتیا لري، ځکه چې ددغه کار لپاره کومه عنعنوي مخینه شتون نلري. د دغه کار لپاره مناسب کس هغه دی چې له خلکو سره له خبرې کولو سره مینه ولري، گرم حضور ولري او د نظریو په تشریح کولو کې ماهر وي. دغه ډول کسان د ستونزو له منځه وړونکي او له معلوماتو ډک وي.

### پوه کارکونکي

تاسو باید کارکوونکو ته د تولید د کار، ډیزاین او ترمیمولو په برخه کې روزنه ورکړئ. د داسې کارکوونکو لړل، چې د یو ښه او گټور تجارت د پر مخ وړلو قابلیت ولري، اړین دي. کارکونکي ستاسو د تجارت استازي دي او په مستقیمه توگه ستاسو استازولي کوي. د بېلگې په توگه، تاسو کولای شئ چې د قابلو کسانو گمارلو هڅه وکړئ او یا نوي فارغ شوي کسان په دندو وگماریئ او هغوی ته ښه روزنه ورکړئ.

## خواکمن شوي کارکونکي

شرکتونه باید خپلو کارکونکو ته دومره صلاحیت ورکړي چې یوه ستونزه پرته له کوم ځنډ څخه اواره کړي. کارکونکي باید وتوانېږي چې تخفیف ورکړي، د ځینو توکو د انتقالولو اجازه ورکړي، او ستاسو شرکت دې ته ژمن کړي چې پر ټاکل شوي نېټه کار ترسره کړي. د محصول په اړه معلومات به کارکونکي ته په ځان د باور احساس ورکړي. محصول ته لېوالتیا به ددې لامل شي چې اړیکې په سمه توګه ټینګې کړي.

## د پېرودونکو د خدمتونو بڼه تشریح شوی بهیر

د کارکونکو لپاره له بېلابېلو پېرودونکو سره د اړیکو ټینګولو لارښود تشریح کړئ (د ډېرو پیسو اخیستل، خرابې شوي پرزې).

## د فعالیتونو څارل

هغه چلند چې تاسو یې په یوه کارکونکي کې د ستونزو د حلولو او د پېرودونکو د بڼې تجربې په برخه کې د ریښتني استازولۍ او بڼه کار کولو د اندازه کولو په موخه کاروئ، په نښه کړئ (لکه: په یوه وخت کې د څو پېرودونکو کنټرولول). د څارنې د ترسره کولو لپاره ډاډه و اوسئ. د بېلګې په توګه، کولای شئ چې د اونیزو فعالیتونو لپاره یوه موخه وټاکئ او د هرې اونۍ په پای کې یې ارزښتې کړئ. مثلاً د یوې سیمه ییزې مجله پلورونکې کمپنۍ خپلو پلورونکو ته په یوه میاشت کې د ۳۰ مجلو د خرڅولو موخه ټاکي. په دې موخه کې د مجلو له ۱۰-۵ پېرودونکو څخه د مطلبونو، ډیزان او قیمت په هکله د پوښتنو ترسره کول هم شامل دي.

د مالي او غیر مالي امتیازونو د ورکولو له لارې د پېرودونکو د لاسته راوړنو د ستایلو لپاره یو پروګرام جوړ کړئ. دغه پروګرام باید کارکونکي بڼه چلند ته و هڅوي او د کارکونکو د تحرک لامل شي.

## د دې برخې د ځینو اصطلاحاتو تعریف

د پېرودونکو خدمتونه - له خرڅلاو وړاندې او وروسته ټولو هغو فعالیتونو ته ویل کېږي چې په پایله کې یې باید پېرودونکی هغه څه چې تمه او اړتیا ورته لري ترلاسه کړي.

## په دې تړاو د لا ډېرو معلوماتو لپاره لاندې مطالبو ته مراجعه وکړئ:

- څنګه د پلور د یوه ټیم لپاره لارښود جوړولی شم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- څنګه کولای شم چې د پېرودونکو د خدمتونو یو اغېزناک بهیر پلي کړم؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- د اوسنیو پېرودونکو د ساتلو ګټې څه دي؟ ۷. پلور او د پېرودونکو خدمتونه
- ولې او څنګه خپل کارکونکي پیاوړې کړم؟ ۴. مشري

## ښته اضافي وسایل

د پېرودونکو د رضایت سروې

د پېرودونکو خدمتونو د مهارتونو کاري پاڼه



# وسيلي