

Automotive Telecaller

ऑटोमोटिव टेलीकॉलर

Sector- Automotive

(ASC/Q1105, 2.0)



Candidates Handbook

Table of Content

Sl. No	Title	Page. No
1	Introduction to the Role of an Automotive Telecaller एक ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका का परिचय	37
2	Work Effectively and Efficiently प्रभावी ढंग से और कुशलता से काम करें	43
3	Optimize Resource Utilization संसाधन उपयोग ऑप्टिमाइज़ करें	58
4	Communicate Effectively and Efficiently प्रभावी ढंग से और कुशलतासे संवाद करें	81
5	Schedule service appointments सेवा अपॉइंटमेंट शेड्यूल करें	92
6	carry out post service activities सेवा के बाद की गतिविधियों को अंजाम देना	108
7	Support sales function समर्थन विक्रय फ़ंक्शन	130

Unit – 1

Introduction to the Role of an Automotive Telecaller

एक ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका का परिचय

Learning objective :-

- Identify the role and responsibilities of an Automotive Telecaller in the sales cycle
- बिक्री चक्र में एक ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका और जिम्मेदारियों की पहचान करें

. • Discuss the process flow of vehicle sales and service cycle at the dealership

. • डीलरशिप पर वाहन बिक्री और सेवा चक्र की प्रक्रिया प्रवाह पर चर्चा करें

. • Explain the term telemarketing and its importance.

टेलीमार्केटिंग शब्द और इसके महत्व की व्याख्या करें।

- Recall the importance of telephone etiquette.
- टेलीफोन शिष्टाचार के महत्व को याद करें।
- Discuss the basic customer service principles and processes.

बुनियादी ग्राहक सेवा सिद्धांतों और प्रक्रियाओं पर चर्चा करें।

- Outline organizational/professional code of ethics and SOPs related to various processes.
- विभिन्न प्रक्रियाओं से संबंधित नैतिकता और एसओपी के संगठनात्मक / पेशेवर कोड की रूपरेखा तैयार करें
- Discuss the documentation requirements of each procedure involved in carrying out the role of Automotive Telecaller

- ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका निभाने में शामिल प्रत्येक प्रक्रिया की प्रलेखन आवश्यकताओं पर चर्चा करें

- . • Discuss the legal aspects, statutory compliances and regulations for automotive industry as proposed by the Government.

- सरकार द्वारा प्रस्तावित मोटर वाहन उद्योग के लिए कानूनी पहलुओं, सांविधिक अनुपालनों और विनियमों पर चर्चा करें

- Apply basic housekeeping practices to ensure that the showroom area/work area/equipment is clean, sanitized and disinfected

- यह सुनिश्चित करने के लिए बुनियादी हाउसकीपिंग प्रथाओं को लागू करें कि शोरूम क्षेत्र / कार्य क्षेत्र / उपकरण साफ, स्वच्छ और कीटाणुरहित हैं।

- Demonstrate how to evacuate the workplace in case of an emergency

- प्रदर्शित करें कि आपातकालीन स्थिति के मामले में कार्यस्थल को कैसे खाली किया जाए

- . • Demonstrate the correct way of washing hands using soap and water

- . • साबुन और पानी का उपयोग करके हाथ धोने का सही तरीका प्रदर्शित करें

- . • Display the correct way of sanitizing hands using alcohol-based hand rubs.

- अल्कोहल-आधारित हैंड रब्स का उपयोग करके हाथों को सैनिटाइज करने का सही तरीका प्रदर्शित करें।

- Prepare a list of relevant hotline/emergency numbers.

- प्रासंगिक हॉटलाइन / आपातकालीन नंबरों की एक सूची तैयार करें।

Identify the role and responsibilities of an Automotive Telecaller in the sales cycle

- Studying the details of each offering and remaining abreast of updates to these offerings.

- Obtaining and updating lists of individuals' contact details.
- Calling active and budding clients to encourage the purchase of items.
- Addressing clients' uncertainties, grievances, and suggestions on time.
- Noting important details of each conversation.
- Communicating verbal acceptances of offers to our sales team for closing.
- Recording all successful and unsuccessful attempts to close sales.
- Attending regular team meetings to clarify progress and performance-related expectations.
- Conducting each of your functions with the utmost respect, regardless of others' dispositions.

बिक्री चक्र में एक ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका और जिम्मेदारियों की पहचान करें

- प्रत्येक पेशकश के विवरण का अध्ययन करना और इन प्रसादों के लिए अपडेट के शेष बराबर।
 - व्यक्तियों के संपर्क विवरण की सूचियाँ प्राप्त करना और अद्यतन करना.
 - वस्तुओं की खरीद को प्रोत्साहित करने के लिए सक्रिय और नवोदित ग्राहकों को बुलाना।
 - ग्राहकों की अनिश्चितताओं, शिकायतों और सुझावों को समय पर संबोधित करना।
- प्रत्येक वार्तालाप के महत्वपूर्ण विवरणों को ध्यान में रखते हुए।
- बंद करने के लिए हमारी बिक्री टीम को प्रस्तावों की मौखिक स्वीकृति का संचार करना।
 - बिक्री बंद करने के लिए सभी सफल और असफल प्रयासों को रिकॉर्ड करना.
- प्रगति और प्रदर्शन से संबंधित अपेक्षाओं को स्पष्ट करने के लिए नियमित रूप से टीम की बैठकों में भाग लेना।

· दूसरों के स्वभाव की परवाह किए बिना, अत्यधिक सम्मान के साथ अपने कार्यों में से प्रत्येक का संचालन।

Discuss the process flow of vehicle sales and service cycle at the dealership

Automobile dealerships are in the business of selling used and new cars. Often individuals will sell their own used car, using a process similar to that of the dealers.

The process involved in selling cars is that the dealership advertises automobiles they have available and provide a location for prospective customers to see the cars. The salesperson then qualifies the prospect to see what type of automobile is desired. He shows or demonstrates the car.

Then the salesperson tries to convince the prospect to buy the car, often through negotiation. If the decision is positive, the prospect becomes the customer who purchases the vehicle.

Get prospect into showroom

The very first thing in the automobile sales process is to get the prospective customer into the showroom. For individuals selling their own cars, it means to get the person to come over to your house to look at your car.

Advertising

Advertising is a way to let people know what is available for sale and where you are located.

Dealers

The manufacturer of new automobiles places ads in the various media outlets to tout their brand and models of cars. A dealership will then have commercials on television and radio to let people know where they can get these cars. They also

place ads in the newspapers on both new and used cars to bring in prospects.

Individuals

Individuals selling their own cars will usually place an ad in the newspaper and might put up signs in local stores of a car for sale. Websites such as craigslist are often used to post ads for used cars.

Prospecting

Some car salesmen will call up people or send out mailers to attract people to see them for a new or used car. This is called *prospecting*.

Demonstration

When a prospective buyer comes into the showroom, the salesperson will approach and qualify the person as to what sort of car he or she is seeking. Sometimes people aren't really planning on buying a car at this time but are just browsing around. Others may be looking for something in a specific price range or with certain features.

If the person is a prospective buyer, the salesperson will find a car of interest and give a demonstration of its features and benefits to the buyer. This often involves a test ride in the car. As part of this demonstration process, a professional salesperson will try to befriend the prospect and be likeable, thus enhancing the chances for a sale.

Likewise, an individual selling his or her car will show the car, answer questions and allow the prospect to take it for a test ride. If the prospect does not care to go for a test ride and says, "I'll get back to you," that is an indication he is not interested. Almost no one buys a car without first taking it for a ride.

Negotiating the sale

After the prospect has tested a car of interest, the salesperson will go through a process of convincing the person to make a decision and buy the car right now. Often people will say they want to look around some more, so that is a major hurdle that must be overcome.

If the demonstration was positive and if the salesperson is likeable and seemingly trustworthy, the chances of the sale are increased. The salesperson can then start a negotiation process to convince the person to buy through appealing to the benefits and value of the purchase. Often this concerns establishing an appealing price for the car.

A common expression in trying to convince the prospect to buy is: "If you could get this car for \$XXX, would you buy it?" If the answer is "Yes", then they are close to a deal. Further negotiations will hopefully result in the customer agreeing to buy the car

डीलरशिप पर वाहन बिक्री और सेवा चक्र की प्रक्रिया प्रवाह पर चर्चा करें

ऑटोमोबाइल डीलरशिप इस्तेमाल की गई और नई कारों को बेचने के व्यवसाय में हैं। अक्सर व्यक्ति अपनी खुद की इस्तेमाल की गई कार बेचेंगे, डीलरों के समान प्रक्रिया का उपयोग करके।

कारों को बेचने में शामिल प्रक्रिया यह है कि डीलरशिप उन ऑटोमोबाइल का विज्ञापन करती है जो उनके पास उपलब्ध हैं और संभावित ग्राहकों को कारों को देखने के लिए एक स्थान प्रदान करते हैं। विक्रेता तब यह देखने के लिए संभावना को अर्हता प्राप्त करता है कि किस प्रकार की कार वांछित है। वह कार को दिखाता या प्रदर्शित करता है।

फिर विक्रेता कार खरीदने की संभावना को मनाने की कोशिश करता है, अक्सर बातचीत के माध्यम से। यदि निर्णय सकारात्मक है, तो संभावना वह ग्राहक बन जाती है जो वाहन खरीदता है।

शोरूम में संभावना प्राप्त करें

ऑटोमोबाइल बिक्री प्रक्रिया में सबसे पहली बात यह है कि संभावित ग्राहक को शोरूम में लाया जाए। अपनी कारों को बेचने वाले व्यक्तियों के लिए, इसका मतलब है कि व्यक्ति को आपकी कार को देखने के लिए आपके घर पर आने के लिए प्राप्त करना।

विज्ञापन

विज्ञापन लोगों को यह बताने का एक तरीका है कि बिक्री के लिए क्या उपलब्ध है और आप कहां स्थित हैं।

डीलरों

नए ऑटोमोबाइल के निर्माता अपने ब्रांड और कारों के मॉडल को टाउट करने के लिए विभिन्न मीडिया आउटलेट्स में विज्ञापन देते हैं। एक डीलरशिप में तब टेलीविजन और रेडियो पर विज्ञापन होंगे ताकि लोगों को पता चल सके कि वे इन कारों को कहां से प्राप्त कर सकते हैं। वे संभावनाओं को लाने के लिए नई और इस्तेमाल की गई कारों दोनों पर समाचार पत्रों में विज्ञापन भी देते हैं।

व्यक्तियों

अपनी कारों को बेचने वाले व्यक्ति आमतौर पर समाचार पत्र में एक विज्ञापन डालते हैं और बिक्री के लिए कार के स्थानीय स्टोर में संकेत डाल सकते हैं। Craigslist जैसी वेबसाइटों का उपयोग अक्सर उपयोग की गई कारों के लिए विज्ञापन पोस्ट करने के लिए किया जाता है।

पूर्वक्षण

कुछ कार विक्रेता लोगों को फोन करेंगे या लोगों को एक नई या इस्तेमाल की गई कार के लिए देखने के लिए आकर्षित करने के लिए मेलर्स भेजेंगे। इसे पूर्वक्षण कहा जाता है।

प्रदर्शन

जब एक संभावित खरीदार शोरूम में आता है, तो विक्रेता व्यक्ति से संपर्क करेगा और उस व्यक्ति को अर्हता प्राप्त करेगा कि वह किस तरह की कार की तलाश कर रहा है। कभी-कभी लोग वास्तव में इस समय कार खरीदने की योजना नहीं बना रहे हैं, लेकिन बस चारों ओर ब्राउज़ कर रहे हैं। अन्य लोग एक विशिष्ट मूल्य सीमा में या कुछ विशेषताओं के साथ कुछ की तलाश कर सकते हैं।

यदि व्यक्ति एक संभावित खरीदार है, तो विक्रेता को ब्याज की एक कार मिलेगी और खरीदार को इसकी विशेषताओं और लाभों का प्रदर्शन देगा। इसमें अक्सर कार में एक परीक्षण सवारी शामिल होती है। इस प्रदर्शन प्रक्रिया के हिस्से के रूप में, एक पेशेवर विक्रेता संभावना से दोस्ती करने और पसंद करने योग्य होने की कोशिश करेगा, इस प्रकार बिक्री की संभावनाओं को बढ़ाएगा।

इसी तरह, अपनी कार बेचने वाला एक व्यक्ति कार दिखाएगा, सवाल के जवाब देगा और संभावना को परीक्षण की सवारी के लिए ले जाने की अनुमति देगा। यदि संभावना एक परीक्षण की सवारी के लिए जाने की परवाह नहीं करती है और कहती है, "मैं आपके पास वापस आऊंगा," तो यह एक संकेत है कि वह दिलचस्पी नहीं रखता है। लगभग कोई भी कार को पहले सवारी के लिए लिए बिना नहीं खरीदता है।

बिक्री के लिए बातचीत

संभावना के बाद ब्याज की एक कार का परीक्षण किया है, विक्रेता व्यक्ति एक निर्णय लेने के लिए और अभी कार खरीदने के लिए व्यक्ति को समझाने की प्रक्रिया से गुजरना होगा। अक्सर लोग कहेंगे कि वे कुछ और चारों ओर देखना चाहते हैं, इसलिए यह एक बड़ी बाधा है जिसे दूर किया जाना चाहिए।

यदि प्रदर्शन सकारात्मक था और यदि विक्रेता पसंद करने योग्य और प्रतीत होता है कि भरोसेमंद है, तो बिक्री की संभावना बढ़ जाती है। विक्रेता तब खरीद के लाभों और मूल्य के लिए अपील करने के माध्यम से खरीदने के लिए व्यक्ति को मनाने के लिए एक बातचीत प्रक्रिया शुरू कर सकता है। अक्सर यह कार के लिए एक आकर्षक कीमत स्थापित करने की चिंता करता है।

खरीदने की संभावना को समझाने की कोशिश करने में एक आम अभिव्यक्ति यह है: "यदि आप इस कार को \$XXX के लिए प्राप्त कर सकते हैं, तो क्या आप इसे खरीदेंगे? यदि जवाब "हाँ" है, तो वे एक सौदे के करीब हैं। आगे की बातचीत के परिणामस्वरूप ग्राहक कार खरीदने के लिए सहमत होगा

Explain the term telemarketing and its importance.

The word telemarketing brings to mind all those infuriating and inconvenient calls requesting us to buy things we don't need.

However, it has proven to be a handy tool for businesses that have limited budgets for promoting their products and services. When incorporated with other marketing tactics, telemarketing can prove to be very effective at hitting the right notes for your marketing campaign.

Inbound telemarketing consists of taking queries or order calls generated through advertising, direct mail or any other marketing channel. On the other hand, outbound telemarketing directly targets the customer to sell products or services – cold calling.

Telemarketing not only generates leads and sales for the company, but it is also an efficient way of keeping in touch with customers who provide regular feedback for the company's products and services. This allows the business to take constructive criticism and improve their services.

टेलीमार्केटिंग शब्द और इसके महत्व की व्याख्या करें।

टेलीमार्केटिंग शब्द उन सभी को ध्यान में लाता है जो उन सभी infuriating और असुविधाजनक कॉल हमें उन चीजों को खरीदने का अनुरोध करते हैं जिनकी हमें आवश्यकता नहीं है।

हालांकि, यह उन व्यवसायों के लिए एक आसान उपकरण साबित हुआ है जिनके पास अपने उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने के लिए सीमित बजट है। जब अन्य विपणन

रणनीति के साथ शामिल किया जाता है, तो टेलीमार्केटिंग आपके मार्केटिंग अभियान के लिए सही नोट्स को मारने में बहुत प्रभावी साबित हो सकती है।

इनबाउंड टेलीमार्केटिंग में विज्ञापन, प्रत्यक्ष मेल या किसी अन्य विपणन चैनल के माध्यम से उत्पन्न क्वेरी या ऑर्डर कॉल लेना शामिल है। दूसरी ओर, आउटबाउंड टेलीमार्केटिंग सीधे ग्राहक को उत्पादों या सेवाओं को बेचने के लिए लक्षित करती है - कोल्ड कॉलिंग।

टेलीमार्केटिंग न केवल कंपनी के लिए लीड और बिक्री उत्पन्न करती है, बल्कि यह उन ग्राहकों के संपर्क में रहने का एक प्रभावी तरीका भी है जो कंपनी के उत्पादों और सेवाओं के लिए नियमित प्रतिक्रिया प्रदान करते हैं। यह व्यवसाय को रचनात्मक आलोचना लेने और उनकी सेवाओं में सुधार करने की अनुमति देता है।

Recall the importance of telephone etiquette.

Show professionalism. ...

Create a good first impression. ...

Increase customer trust and loyalty. ...

Achieve high customer satisfaction ratings. ...

Friendly greetings. ...

Body language. ...

Tone of voice. ...

Tact

टेलीफोन शिष्टाचार के महत्व को याद करें।

व्यावसायिकता दिखाएं। ...

एक अच्छा पहला प्रभाव बनाएँ। ...

ग्राहकों का विश्वास और वफादारी बढ़ाएं। ...

उच्च ग्राहक संतुष्टि रेटिंग प्राप्त करें। ...

दोस्ताना बधाई। ...

शरीर की भाषा। ...

आवाज का स्वर। ...

चातुर्य

Discuss the basic customer service principles and processes.

- know what your customers consider to be good customer service
- take the time to find out customers' expectations
- follow up on both positive and negative feedback you receive
- ensure that you consider customer service in all aspects of your business
- continuously look for ways to improve the level of customer service you deliver

बुनियादी ग्राहक सेवा सिद्धांतों और प्रक्रियाओं पर चर्चा करें।

जानें कि आपके ग्राहक क्या अच्छी ग्राहक सेवा मानते हैं

ग्राहकों की उम्मीदों का पता लगाने के लिए समय निकालें

आपको प्राप्त होने वाली सकारात्मक और नकारात्मक प्रतिक्रिया दोनों पर अनुवर्ती कार्रवाई करें

सुनिश्चित करें कि आप अपने व्यवसाय के सभी पहलुओं में ग्राहक सेवा पर विचार करें लगातार ग्राहक सेवा के स्तर में सुधार करने के तरीकों की तलाश करें जो आप deliver करते हैं

Outline organizational/professional code of ethics and SOPs related to various processes.

A code of ethics and professional conduct outlines the ethical principles that govern decisions and behavior at a company or

organization. They give general outlines of how employees should behave, as well as specific guidance for handling issues like harassment, safety, and conflicts of interest.

Be inclusive.

We welcome and support people of all backgrounds and identities. This includes, but is not limited to members of any sexual orientation, gender identity and expression, race, ethnicity, culture, national origin, social and economic class, educational level, color, immigration status, sex, age, size, family status, political belief, religion, and mental and physical ability.

Be considerate.

We all depend on each other to produce the best work we can as a company. Your decisions will affect clients and colleagues, and you should take those consequences into account when making decisions.

Be respectful.

We won't all agree all the time, but disagreement is no excuse for disrespectful behavior. We will all experience frustration from time to time, but we cannot allow that frustration become personal attacks. An environment where people feel uncomfortable or threatened is not a productive or creative one.

Choose your words carefully.

Always conduct yourself professionally. Be kind to others. Do not insult or put down others. Harassment and exclusionary behavior aren't acceptable. This includes, but is not limited to:

विभिन्न प्रक्रियाओं से संबंधित नैतिकता और एसओपी के संगठनात्मक / पेशेवर कोड की रूपरेखा तैयार करें

नैतिकता और पेशेवर आचरण की एक संहिता नैतिक सिद्धांतों को रेखांकित करती है जो किसी कंपनी या संगठन में निर्णय और व्यवहार को नियंत्रित करते हैं। वे सामान्य

रूपरेखा देते हैं कि कर्मचारियों को कैसे व्यवहार करना चाहिए, साथ ही उत्पीड़न, सुरक्षा और हितों के संघर्ष जैसे मुद्दों से निपटने के लिए विशिष्ट मार्गदर्शन भी देना चाहिए।

समावेशी बनें।

हम सभी पृष्ठभूमि और पहचान के लोगों का स्वागत और समर्थन करते हैं। इसमें शामिल हैं, लेकिन किसी भी यौन अभिविन्यास, लिंग पहचान और अभिव्यक्ति, जाति, जातीयता, संस्कृति, राष्ट्रीय मूल, सामाजिक और आर्थिक वर्ग, शैक्षिक स्तर, रंग, आव्रजन स्थिति, लिंग, उम्र, आकार, परिवार की स्थिति, राजनीतिक विश्वास, धर्म और मानसिक और शारीरिक क्षमता के सदस्यों तक सीमित नहीं है।

विचारशील बनें।

हम सभी एक कंपनी के रूप में सबसे अच्छा काम करने के लिए एक-दूसरे पर निर्भर करते हैं। आपके निर्णय ग्राहकों और सहकर्मियों को प्रभावित करेंगे, और आपको निर्णय लेते समय उन परिणामों को ध्यान में रखना चाहिए।

आदरणीय बनें।

हम सभी हर समय सहमत नहीं होंगे, लेकिन असहमति अपमानजनक व्यवहार के लिए कोई बहाना नहीं है। हम सभी समय-समय पर निराशा का अनुभव करेंगे, लेकिन हम उस हताशा को व्यक्तिगत हमले बनने की अनुमति नहीं दे सकते हैं। एक ऐसा वातावरण जहां लोग असहज या धमकी महसूस करते हैं, एक उत्पादक या रचनात्मक नहीं है।

अपने शब्दों को ध्यान से चुनें।

हमेशा अपने आप को पेशेवर रूप से संचालित करें। दूसरों के प्रति दयालु बनें। दूसरों का अपमान या नीचे न डालें। उत्पीड़न और बहिष्करण व्यवहार स्वीकार्य नहीं हैं। इसमें शामिल हैं, लेकिन यह तक सीमित नहीं है:

Discuss the documentation requirements of each procedure involved in carrying out the role of Automotive Telecaller

High school diploma or equivalent.

Prior experience as a telecaller or similar.

Completion of a sales-related training program is preferred.

Computer literate.

Exposure to diverse viewpoints, cultural norms, and experiences.

Superb verbal communication.

ऑटोमोटिव टेलीकॉलर की भूमिका निभाने में शामिल प्रत्येक प्रक्रिया की प्रलेखन आवश्यकताओं पर चर्चा करें

हाई स्कूल डिप्लोमा या समकक्ष।

एक telecaller या इसी तरह के रूप में पूर्व अनुभव.

बिक्री से संबंधित प्रशिक्षण कार्यक्रम को पूरा करना पसंद किया जाता है।

कंप्यूटर साक्षर।

विविध दृष्टिकोणों, सांस्कृतिक मानदंडों और अनुभवों के लिए जोखिम।

शानदार मौखिक संचार.

Discuss the legal aspects, statutory compliances and regulations for automotive industry as proposed by the Government.

The Companies Act, 2013 Registration of industry as a Company- either public limited or private limited. This Act shall also provide guidelines relating to the management of affairs of the industry.

The Partnership Act, Registration of the industry as a partnership firm which will govern the acts and deeds of the partners of the healthcare business.

Society Registration Act –1960 Registration of the industry as a cooperative society.

Government Buildings Act, 1899 An Act to provide for the exemption from the operation of municipal building laws of certain buildings and lands

which are the property, or in the occupation, of the Government and situate within the limits of a municipality.

The Electricity Act, 2003 An Act to consolidate the laws relating to the generation, transmission, distribution, trading and use of electricity. Generally, for taking measures conducive to the development of electricity industry, promoting competition therein. Additionally, protecting the interest of consumers and supply of electricity to all areas, rationalisation of electricity tariff. Further, ensuring transparent policies regarding subsidies, promotion of efficient and environmentally benign policies, the constitution of Central Electricity Authority, Regulatory Commissions and establishment of Appellate Tribunal and for matters connected therewith or incidental thereto.

Indian Telegraph Act This Act intended to give the Central Government power to establish telegraph lines on private as well as public property.

The Shop and Establishment Act, 1953 To regulate the conditions of work and employment in shops, commercial establishments, residential hotels, restaurants, eating houses, theatres, and other places of public entertainment.

The Factories Act, 1956 The Act aims to regulate the working conditions in factories, to regulate health, safety welfare, and annual leave, and enact a special provision in respect of young persons, women, and children who work in the factories.

सरकार द्वारा प्रस्तावित मोटर वाहन उद्योग के लिए कानूनी पहलुओं, सांविधिक अनुपालनों और विनियमों पर चर्चा करें

कंपनी अधिनियम, 2013 एक कंपनी के रूप में उद्योग का पंजीकरण - या तो सार्वजनिक सीमित या निजी लिमिटेड। यह अधिनियम उद्योग के मामलों के प्रबंधन से संबंधित दिशा-निर्देश भी प्रदान करेगा।

साझेदारी अधिनियम, एक साझेदारी फर्म के रूप में उद्योग का पंजीकरण जो स्वास्थ्य देखभाल व्यवसाय के भागीदारों के कृत्यों और कार्यों को नियंत्रित करेगा।

सोसायटी पंजीकरण अधिनियम -1960 एक सहकारी समिति के रूप में उद्योग का पंजीकरण।

सरकारी भवन अधिनियम, 1899 कतिपय भवनों और भूमियों के नगरपालिका भवन कानूनों के संचालन से छूट प्रदान करने के लिए एक अधिनियम जो सरकार की संपत्ति, या कब्जे में हैं और नगरपालिका की सीमाओं के भीतर स्थित हैं।

विद्युत अधिनियम, 2003 विद्युत के उत्पादन, पारेषण, वितरण, व्यापार और उपयोग से संबंधित कानूनों को समेकित करने के लिए एक अधिनियम। आम तौर पर, बिजली उद्योग के विकास के लिए अनुकूल उपाय करने के लिए, उसमें प्रतिस्पर्धा को बढ़ावा देने के लिए। इसके अतिरिक्त, उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करना और सभी क्षेत्रों में बिजली की आपूर्ति करना, बिजली टैरिफ को युक्तिसंगत बनाना। इसके अलावा, सब्सिडी के बारे में पारदर्शी नीतियों को सुनिश्चित करना, कुशल और पर्यावरणीय रूप से बढ़ावा देना सौम्य नीतियां, केन्द्रीय विद्युत प्राधिकरण, विनियामक आयोगों का गठन और अपीलीय अधिकरण की स्थापना और उससे संबंधित या उसके आनुषंगिक मामलों के लिए।

भारतीय टेलीग्राफ अधिनियम इस अधिनियम का उद्देश्य केंद्र सरकार को निजी और सार्वजनिक संपत्ति पर टेलीग्राफ लाइनें स्थापित करने की शक्ति प्रदान करना था।

कारखाना अधिनियम, 1956 इस अधिनियम का उद्देश्य कारखानों में काम करने की स्थितियों को विनियमित करना, स्वास्थ्य, सुरक्षा कल्याण और वार्षिक अवकाश को विनियमित करना है, और कारखानों में काम करने वाले युवा व्यक्तियों, महिलाओं और बच्चों के संबंध में एक विशेष प्रावधान लागू करना है।

दुकान और स्थापना अधिनियम, 1953 दुकानों, वाणिज्यिक प्रतिष्ठानों, आवासीय होटलों, रेस्तरां, खाने के घरों, थिएटरों और सार्वजनिक मनोरंजन के अन्य स्थानों में काम और रोजगार की शर्तों को विनियमित करने के लिए।



Unit – 2

Work Effectively and Efficiently

प्रभावी ढंग से और कुशलता से काम करें

Learning objective :-

- Describe the ways to organize work as per organization's health, safety and security policies/procedures.
- संगठन की स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा नीतियों / प्रक्रियाओं के अनुसार काम को व्यवस्थित करने के तरीकों का वर्णन करें।
- Outline the organizational structure to be followed to report about health, safety and security breaches to the concerned authorities.
- संबंधित अधिकारियों को स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा उल्लंघनों के बारे में रिपोर्ट करने के लिए पालन की जाने वाली संगठनात्मक संरचना की रूपरेखा तैयार करें।
- List the potential workplace related risks and hazards, causes, preventions and reporting structure.
- संभावित कार्यस्थल से संबंधित जोखिमों और खतरों, कारणों, रोकथाम और रिपोर्टिंग संरचना को सूचीबद्ध करें।
- State the methods to keep the showroom area as well as equipment clean, tidy and sanitized.
- शोरूम क्षेत्र के साथ-साथ उपकरणों को साफ, साफ और साफ रखने के तरीकों को बताएं
- Discuss how to complete the given work within the stipulated time period.
- निर्धारित समयावधि के भीतर दिए गए कार्य को पूरा करने के तरीके पर चर्चा करें।
- Explain the importance of prioritizing team goals over individual goals
व्यक्तिगत लक्ष्यों पर टीम के लक्ष्यों को प्राथमिकता देने के महत्व को समझाएं

- . • Discuss epidemics/pandemics and their impact on society at large
- महामारियों/महामारियों और बड़े पैमाने पर समाज पर उनके प्रभाव पर चर्चा करें
- . • Discuss the significance of conforming to basic hygiene practices such as washing hands, using alcohol-based hand sanitizers.
- हाथ धोने, अल्कोहल-आधारित हैंड सैनिटाइज़र का उपयोग करने जैसी बुनियादी स्वच्छता प्रथाओं के अनुरूप होने के महत्व पर चर्चा करें।
- Define self-quarantine or self-isolation
- आत्म-संगरोध या आत्म-अलगाव को परिभाषित करें
- . • List common ailments and their medication.
- . • सामान्य बीमारियों और उनकी दवा की सूची।
- Discuss organization's hygiene and sanitation guidelines.
- संगठन की स्वच्छता और स्वच्छता दिशानिर्देशों पर चर्चा करें।
- Describe the ways of dealing with stress and anxiety during an epidemic or a pandemic.
- महामारी या महामारी के दौरान तनाव और चिंता से निपटने के तरीकों का वर्णन करें।
- Apply basic housekeeping practices to ensure that the showroom area/work area/equipment is clean, sanitized and disinfected
- यह सुनिश्चित करने के लिए बुनियादी हाउसकीपिंग प्रथाओं को लागू करें कि शोरूम क्षेत्र / कार्य क्षेत्र / उपकरण साफ, स्वच्छ और कीटाणुरहित हैं।
- Demonstrate how to evacuate the workplace in case of an emergency
- प्रदर्शित करें कि आपातकालीन स्थिति के मामले में कार्यस्थल को कैसे खाली किया जाए
- . • Demonstrate the correct way of washing hands using soap and water
- . • साबुन और पानी का उपयोग करके हाथ धोने का सही तरीका प्रदर्शित करें
- . • Display the correct way of sanitizing hands using alcohol-based hand rubs.

- अल्कोहल-आधारित हैंड रब्स का उपयोग करके हाथों को सैनिटाइज करने का सही तरीका प्रदर्शित करें।
- Prepare a list of relevant hotline/emergency numbers.
- प्रासंगिक हॉटलाइन / आपातकालीन नंबरों की एक सूची तैयार करें।

Describe the ways to organize work as per organization's health, safety and security policies/procedures.

1. Identify the hazards.
2. Identify the persons at risk.
3. Evaluate the level of risk.
4. Implement controls to remove or reduce risk.
5. Record and monitor (for 5 employees and over)

संगठन की स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा नीतियों / प्रक्रियाओं के अनुसार काम को व्यवस्थित करने के तरीकों का वर्णन करें।

1. खतरों की पहचान करें।
2. जोखिम वाले व्यक्तियों की पहचान करें।
3. जोखिम के स्तर का मूल्यांकन करें।
4. हटाने या जोखिम को कम करने के लिए नियंत्रण लागू करें।
5. रिकॉर्ड और निगरानी (5 कर्मचारियों और अधिक के लिए)

Outline the organizational structure to be followed to report about health, safety and security breaches to the concerned authorities.

Safety and health organisation starts by carrying out workplace specific Risk Assessments, writing them down and implementing the improvements that the Assessments have identified. This is required by Section 19 of the 2005 Act. These Assessments must then be included in the undertaking's Safety Statement and, where applicable, in the safety and health plans for construction sites.

How do I do Risk Assessments and a Safety Statement?

All undertakings are required by Section 20 of the 2005 Act to prepare a Safety Statement. The Safety Statement is the organisational plan for safety and health and is required to spell out how safety and health is managed in the workplace.

The Safety Statement should be endorsed by the board, to show its commitment to the Statement's objectives and plans. The preparation and implementation of these documents can ensure the greater involvement by everyone in the safety and health of the business, so it is necessary to get them involved. Sections 19 and 20 of the 2005 Act do not set out how duty-holders must carry out their Risk Assessments or prepare a Safety Statement. The Authority has produced extensive guidance on how to do these tasks and some of our Guidance is sector specific. Please check our [Publications](#) Section for details. For small businesses our electronic based Risk Assessment and Safety Statement tool [BeSMART](#) can be used.

Note that Section 20(8) of the 2005 Act gives an exemption to companies with less than four employees from the requirements to prepare a Safety Statement if an Approved Code of Practice exists for that sector or work activity and is being complied with. Codes have been prepared for some sectors such as agriculture, construction and quarries which are available in our Publications section. However the requirements to do Risk Assessments still remains and the Codes deal with these issues.

How do I ensure collective responsibility for all my managers?

The Safety Statement must spell out the safety and health responsibilities for all levels within the business and, in particular, how they must all work together to ensure safety and health. Directors must also be given the authority to affect health and safety changes in the workplaces covered by the Safety Statement.

The Safety Statement must start with the safety and health policy. This policy is the undertaking's commitment to protecting employees'

safety and health. Make this policy specific to each workplace in the undertaking. Consult employees when the Statement is being prepared and review it regularly, when necessary, including for example if there are changes in the workplace, workforce, organisation or method of work, articles or substances used at work etc.

The Directors and board should formally accept it as company policy. Then the board and its senior management team must ensure all their business decisions reflect the policy as set out. Directors should have a clear understanding of what the safety and health policy covers. The policy should be open to examination at board level so that it is robust enough to cover the safety and health risks posed by the undertaking.

The board should be responsible for driving the safety and health agenda, understanding the risks and opportunities associated with safety and health and any matters that might affect safety and health. The knowledge, training, experience and safety and health competence that Directors should have to carry out their role and ensure their legal responsibilities are met, will depend on the health and safety risks the undertaking poses.

It is important for boards and their Directors to remember that, although safety and health responsibilities can and should be delegated to senior managers, the legal responsibility for safety and health still rests with the employer.

Each Director and senior manager must accept their individual role in providing safety and health leadership for their undertaking. Strong leadership is vital in delivering effective safety and health risk control. Everyone in the undertaking must know and believe that the board is committed to continuous improvement in safety and health performance, what its expectations are of them and how they should deliver what is expected of them. By involving all their staff in the development and maintenance of safety and health they make safety and health everyone's business.

What are the key tasks?

The key tasks that the board should carry out in ensuring they accept collective responsibility while implementing their safety and health legal responsibilities include:

- Reviewing and, where appropriate, endorsing the Safety Statement when prepared by the senior management team
- Receiving regular reports on progress, performance and implementation of safety and health plans
- Ensuring sufficient resources are made available to achieve and implement these safety and health plans
- Ensuring that the senior managers and the workforce are actively involved in the management of safety and health
- Developing a communications plan to show the board's commitment to its safety and health policy
- Making sure the necessary organisational structures exist to ensure that safety and health is properly managed
- Being kept aware of all matters in relation to safety and health especially major incidents and changes in legislation
- Ensuring safety and health audits are undertaken to monitor all aspects of safety and health policy implementation

What else should the Board be looking at?

In ensuring collective responsibility among senior managers the board must ask them the following key questions:

- Do you provide daily safety and health leadership in the areas you control?
- Have you allocated responsibilities and authority for safety and health to specific people in your Department / Unit - are they clear on what they have to do and what they are to be held accountable for?
- Do you have sufficient information about the risks they are exposed to and the preventive measures they must take?
- Do you consult and involve your staff in key decision making on safety and health issues?

- Do you have a safety committee for this purpose and do you facilitate the selection of safety representative(s)

संबंधित अधिकारियों को स्वास्थ्य, सुरक्षा और सुरक्षा उल्लंघनों के बारे में रिपोर्ट करने के लिए पालन की जाने वाली संगठनात्मक संरचना की रूपरेखा तैयार करें।

सुरक्षा और स्वास्थ्य संगठन कार्यस्थल विशिष्ट जोखिम आकलन करके शुरू होता है, उन्हें लिखता है और उन सुधारों को लागू करता है जो आकलन ों ने पहचाना है। यह 2005 के अधिनियम की धारा 19 द्वारा अपेक्षित है। इन आकलनों को तब उपक्रम के सुरक्षा विवरण में शामिल किया जाना चाहिए और, जहां लागू हो, निर्माण स्थलों के लिए सुरक्षा और स्वास्थ्य योजनाओं में।

में जोखिम मूल्यांकन और सुरक्षा कथन कैसे करूँ?

वर्ष 2005 के अधिनियम की धारा 20 द्वारा सभी उपक्रमों को सुरक्षा विवरण तैयार करने की आवश्यकता होती है। सुरक्षा विवरण सुरक्षा और स्वास्थ्य के लिए संगठनात्मक योजना है और यह बताने के लिए आवश्यक है कि कार्यस्थल में सुरक्षा और स्वास्थ्य का प्रबंधन कैसे किया जाता है।

सुरक्षा विवरण को बोर्ड द्वारा अनुमोदित किया जाना चाहिए, ताकि कथन के उद्देश्यों और योजनाओं के प्रति अपनी प्रतिबद्धता दिखाई जा सके। इन दस्तावेजों की तैयारी और कार्यान्वयन व्यवसाय की सुरक्षा और स्वास्थ्य में हर किसी द्वारा अधिक से अधिक भागीदारी सुनिश्चित कर सकता है, इसलिए उन्हें शामिल करना आवश्यक है। 2005 के अधिनियम की धारा 19 और 20 यह निर्धारित नहीं करती हैं कि ड्यूटी-धारकों को अपने जोखिम मूल्यांकन कैसे करना चाहिए या सुरक्षा विवरण तैयार करना चाहिए। प्राधिकरण ने इन कार्यों को करने के तरीके पर व्यापक मार्गदर्शन का उत्पादन किया है और हमारे कुछ मार्गदर्शन क्षेत्र विशिष्ट हैं। कृपया हमारे प्रकाशन अनुभाग की जाँच करें

विवरण के लिए। छोटे व्यवसायों के लिए हमारे इलेक्ट्रॉनिक आधारित जोखिम मूल्यांकन और सुरक्षा बयान उपकरण BeSMART का उपयोग किया जा सकता है।

ध्यान दें कि 2005 के अधिनियम की धारा 20 (8) चार से कम कर्मचारियों वाली कंपनियों को सुरक्षा विवरण तैयार करने की आवश्यकताओं से छूट देती है यदि उस क्षेत्र या कार्य गतिविधि के लिए अभ्यास का एक अनुमोदित कोड मौजूद है और इसका अनुपालन किया जा रहा है। कृषि जैसे कुछ क्षेत्रों के लिए कोड तैयार किए गए हैं, , निर्माण और खदानें जो हमारे प्रकाशन अनुभाग में उपलब्ध हैं। हालांकि जोखिम मूल्यांकन करने के लिए आवश्यकताएं अभी भी बनी हुई हैं और कोड इन मुद्दों से निपटते हैं।

मैं अपने सभी प्रबंधकों के लिए सामूहिक जिम्मेदारी कैसे सुनिश्चित करूं?

सुरक्षा कथन को व्यवसाय के भीतर सभी स्तरों के लिए सुरक्षा और स्वास्थ्य जिम्मेदारियों को स्पष्ट करना चाहिए और विशेष रूप से, सुरक्षा और स्वास्थ्य सुनिश्चित करने के लिए उन्हें एक साथ कैसे काम करना चाहिए। निदेशकों को सुरक्षा विवरण द्वारा कवर किए गए कार्यस्थलों में स्वास्थ्य और सुरक्षा परिवर्तनों को प्रभावित करने का अधिकार भी दिया जाना चाहिए।

सुरक्षा विवरण सुरक्षा और स्वास्थ्य नीति के साथ शुरू होना चाहिए। यह नीति कर्मचारियों की सुरक्षा और स्वास्थ्य की रक्षा के लिए उपक्रम की प्रतिबद्धता है। इस नीति को उपक्रम में प्रत्येक कार्यस्थल के लिए विशिष्ट बनाएं। जब विवरण तैयार किया जा रहा हो तो कर्मचारियों से परामर्श करें और जब आवश्यक हो, तो नियमित रूप से इसकी समीक्षा करें, उदाहरण के लिए यदि कार्यस्थल, कार्यबल, संगठन या कार्य की विधि, काम पर उपयोग किए जाने वाले लेख या पदार्थों आदि में परिवर्तन हुए हैं।

निदेशकों और बोर्ड को औपचारिक रूप से इसे कंपनी नीति के रूप में स्वीकार करना चाहिए। फिर बोर्ड और इसकी वरिष्ठ प्रबंधन टीम को यह सुनिश्चित करना चाहिए कि उनके सभी व्यावसायिक निर्णय नीति को प्रतिबिंबित करें जैसा कि निर्धारित किया गया है। निदेशकों को इस बात की स्पष्ट समझ होनी चाहिए कि सुरक्षा और स्वास्थ्य नीति क्या कवर करती है। नीति को बोर्ड स्तर पर परीक्षा के लिए खुला होना चाहिए ताकि यह उपक्रम द्वारा उत्पन्न सुरक्षा और स्वास्थ्य जोखिमों को कवर करने के लिए पर्याप्त मजबूत हो।

प्रमुख कार्य क्या हैं?

बोर्ड को यह सुनिश्चित करने के लिए कि वे अपनी सुरक्षा और स्वास्थ्य कानूनी जिम्मेदारियों को लागू करते समय सामूहिक जिम्मेदारी स्वीकार करते हैं, उनमें शामिल हैं:

- वरिष्ठ प्रबंधन टीम द्वारा तैयार किए जाने पर सुरक्षा वक्तव्य की समीक्षा करना और, जहां उपयुक्त हो, का समर्थन करना
- प्रगति, प्रदर्शन और सुरक्षा और स्वास्थ्य योजनाओं के कार्यान्वयन पर नियमित रिपोर्ट प्राप्त करना
- यह सुनिश्चित करना कि वरिष्ठ प्रबंधक और कार्यबल सुरक्षा और स्वास्थ्य के प्रबंधन में सक्रिय रूप से शामिल हैं
- अपनी सुरक्षा और स्वास्थ्य नीति के लिए बोर्ड की प्रतिबद्धता दिखाने के लिए एक संचार योजना विकसित करना
- सुनिश्चित करें कि सुरक्षा और स्वास्थ्य को ठीक से प्रबंधित किया जाता है यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक संगठनात्मक संरचनाएं मौजूद हैं
- सुरक्षा और स्वास्थ्य के संबंध में सभी मामलों के बारे में जागरूक रखा जा रहा है, विशेष रूप से प्रमुख घटनाओं और कानून में परिवर्तन

बोर्ड को और क्या देखना चाहिए?

वरिष्ठ प्रबंधकों के बीच सामूहिक जिम्मेदारी सुनिश्चित करने में बोर्ड को उनसे निम्नलिखित महत्वपूर्ण प्रश्न पूछने चाहिए:

क्या आप उन क्षेत्रों में दैनिक सुरक्षा और स्वास्थ्य नेतृत्व प्रदान करते हैं जिन्हें आप नियंत्रित करते हैं?

क्या आपने अपने विभाग / यूनिट में विशिष्ट लोगों को सुरक्षा और स्वास्थ्य के लिए जिम्मेदारियों और अधिकार आवंटित किए हैं - क्या वे स्पष्ट हैं कि उन्हें क्या करना है और उन्हें किस के लिए जिम्मेदार ठहराया जाना है?

क्या आपके पास उन जोखिमों के बारे में पर्याप्त जानकारी है जो वे उजागर कर रहे हैं और उन्हें किन निवारक उपायों को लेना चाहिए?

क्या आप सुरक्षा और स्वास्थ्य के मुद्दों पर महत्वपूर्ण निर्णय लेने में अपने कर्मचारियों से परामर्श और शामिल करते हैं?

क्या आपके पास इस उद्देश्य के लिए एक सुरक्षा समिति है और क्या आप सुरक्षा प्रतिनिधि (ओं) के चयन की सुविधा प्रदान करते हैं

List the potential workplace related risks and hazards, causes, preventions and reporting structure.

Electrical Accident

Electrical accidents are very common in the workplace and they are caused by unprotected exposure to high voltage electrical outlets. According to the Electrical Safety Foundation International, electrical hazards cause more than 300 deaths and 4,000 injuries in American workplaces every year.

- Always inspect the working area for uninsulated wires, broken cord, and exposed electrical circuits beforehand.
- Do not make use of faulty electrical equipment at all times.
- Workers must wear personal protective equipment.
- Isolate electrical equipment before working on them.
- Have a prompt system for reporting and documenting electrical shock incidents in the workplace. You can make use of the Formplus Incident Report Form for noticing, reporting, and investigating electrical hazards.

Exposure to Dangerous Chemicals

Toxic chemicals in the workplace can also hamper the safety of employees; especially when they are exposed to these substances without appropriate caution. Chemical exposure can result in a number of effects ranging from cancer and organ failures to death.

- Wear personal protective equipment while handling chemicals in the workplace.
- Limit individual employees' exposure to chemicals by creating a work roaster.
- Monitor daily employee safety using the Formplus employee safety review form.

Machinery & Tools Hazard

Employees who work in industries that require the use of machinery and tools such as construction or transportation are at risk of machinery and tools accidents. A report by the Occupational Safety and Health Administration suggests that 12 of the 874 deaths in the construction industry in 2014 resulted from machinery and tools accidents.

- Organizations must carry out frequent risk assessments.
- Tools and machinery should be maintained regularly and replaced when due.
- Use the Formplus incident report form to swiftly file reports of any machinery and tools to prevent accident.
- Appropriate protective equipment must be worn in the workplace.
- Employees must undergo training on how to make use of machinery and tools.
- Safety guards must be fitted into workplace equipment.

संभावित कार्यस्थल से संबंधित जोखिमों और खतरों, कारणों, रोकथाम और रिपोर्टिंग संरचना को सूचीबद्ध करें।

विद्युत दुर्घटना

कार्यस्थल में विद्युत दुर्घटनाएं बहुत आम हैं और वे उच्च वोल्टेज विद्युत आउटलेट्स के असुरक्षित जोखिम के कारण होती हैं। इलेक्ट्रिकल सेफ्टी फाउंडेशन इंटरनेशनल के अनुसार, बिजली के खतरों के कारण हर साल अमेरिकी कार्यस्थलों में 300 से अधिक मौतें और 4,000 चोटें होती हैं।

- हमेशा uninsulated तारों, टूटी हुई रस्सी, और उजागर विद्युत सर्किट के लिए पहले से ही काम क्षेत्र का निरीक्षण करें।

- हर समय दोषपूर्ण विद्युत उपकरणों का उपयोग न करें।

- श्रमिकों को व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण पहनना चाहिए।

- उन पर काम करने से पहले विद्युत उपकरणों को अलग करें।

- कार्यस्थल में बिजली के झटके की घटनाओं की रिपोर्टिंग और दस्तावेजीकरण के लिए एक त्वरित प्रणाली है। आप FortePlus घटना रिपोर्ट प्रपत्र का उपयोग विद्युत खतरों को देखने, रिपोर्ट करने और जांच करने के लिए कर सकते हैं।

खतरनाक रसायनों के संपर्क में

कार्यस्थल में जहरीले रसायन भी कर्मचारियों की सुरक्षा में बाधा डाल सकते हैं; विशेष रूप से जब वे उचित सावधानी के बिना इन पदार्थों के संपर्क में आते हैं। रासायनिक जोखिम के परिणामस्वरूप कैंसर और अंग विफलताओं से लेकर मृत्यु तक कई प्रभाव हो सकते हैं।

- कार्यस्थल में रसायनों को संभालते समय व्यक्तिगत सुरक्षा उपकरण पहनें।

- एक काम रोस्टर बनाने के द्वारा रसायनों के लिए व्यक्तिगत कर्मचारियों के जोखिम को सीमित करें।

मशीनरी और उपकरण खतरा

जो कर्मचारी उन उद्योगों में काम करते हैं जिनके लिए मशीनरी और उपकरणों जैसे निर्माण या परिवहन के उपयोग की आवश्यकता होती है, उन्हें मशीनरी और उपकरण दुर्घटनाओं का खतरा होता है। व्यावसायिक सुरक्षा और स्वास्थ्य प्रशासन की एक रिपोर्ट से पता चलता है कि 2014 में निर्माण उद्योग में 874 मौतों में से 12 मशीनरी और उपकरण दुर्घटनाओं के परिणामस्वरूप हुई।

- संगठनों को लगातार जोखिम मूल्यांकन करना चाहिए।
- उपकरण और मशीनरी को नियमित रूप से बनाए रखा जाना चाहिए और देय होने पर प्रतिस्थापित किया जाना चाहिए।
- दुर्घटना को रोकने के लिए किसी भी मशीनरी और उपकरणों की रिपोर्ट तेजी से फाइल करने के लिए Formplus घटना रिपोर्ट प्रपत्र का उपयोग करें।
- कार्यस्थल में उचित सुरक्षात्मक उपकरण पहने जाने चाहिए।
- कर्मचारियों को मशीनरी और उपकरणों का उपयोग करने के तरीके के बारे में प्रशिक्षण से गुजरना होगा।
- सुरक्षा गार्ड को कार्यस्थल उपकरणों में फिट किया जाना चाहिए।

State the methods to keep the showroom area as well as equipment clean, tidy and sanitized.

equipment

1. Always use soft and microfiber fabrics to clean your devices.
2. Clean the solid particles first...
3. Use of germ removal wipes...
4. Remember to keep the cables and cords clean too...
5. The device cover should also be cleaned from time to time.

Showroom

1. Retire old stuff
2. Start with the nets
3. Cleaning of wings
4. Doors, windows, furniture
5. Cleaning the walls
6. Finally cleaning the floor

शोरूम क्षेत्र के साथ-साथ उपकरणों को साफ, साफ और साफ रखने के तरीकों को बताएं

उपकरणों

1. अपने उपकरणों को साफ करने के लिए हमेशा सॉफ्ट व माइक्रोफाइबर कपड़े का इस्तेमाल करें ...
2. सॉलिड पार्टिकल्स को पहले साफ करें ...
3. जर्म रिमूवल वाइप्स का इस्तेमाल ...
4. केबल्स और कॉर्ड्स को भी साफ रखना याद रखें ...
5. डिवाइस कवर भी समय-समय पर साफ किया जाना चाहिए

शोरूम

1. रिटायर करें पुराना सामान
2. जालों से करें शुरुआत
3. पंखों की सफाई
4. दरवाजे, खिड़की, फर्नीचर
5. दीवारों की सफाई
6. आखिर में फर्श की सफाई

Discuss how to complete the given work within the stipulated time period.

1. Write down your goal on a piece of paper.
 2. Estimate the time taken to achieve it.
 3. Focus your attention not on the problem, but on the solution.
- Break your big goal into smaller pieces.
5. If you get a small success, avoid being complacent.

निर्धारित समयावधि के भीतर दिए गए कार्य को पूरा करने के तरीके पर चर्चा करें।

1. अपने लक्ष्य को किसी पेपर पर लिख कर रख ले।
2. इसे प्राप्त करने में लगने वाले समय का अनुमान लगाकर निर्धारण कर ले।
3. समस्या पर नहीं, समाधान पर अपना ध्यान लगाए।

4. अपने बड़े लक्ष्य को छोटे छोटे टुकड़ों में तोड़ ले।

5. छोटी सी सफलता मिलने पर, आत्ममुग्ध होने से बचे।

Explain the importance of prioritizing team goals over individual goals

Goal prioritization is the process of identifying your objectives and organizing them based on their urgency, value, and importance. This process also requires you to appropriately allocate your resources, time, and effort where they're needed the most. It's basically a fancy term for what you might already be doing: Determining what to focus on first before moving on to other tasks.

Goal prioritization is all about starting your day with what matters the most while still getting through everything on your plate. Think about it: Wouldn't you want to put the most effort into the goals that could produce the greatest return on investment? Sure you do – and goal prioritization can help you identify these objectives and strategize how to complete them.

व्यक्तिगत लक्ष्यों पर टीम के लक्ष्यों को प्राथमिकता देने के महत्व को समझाएं

लक्ष्य प्राथमिकता आपके उद्देश्यों की पहचान करने और उनकी तात्कालिकता, मूल्य और महत्व के आधार पर उन्हें व्यवस्थित करने की प्रक्रिया है। इस प्रक्रिया के लिए आपको अपने संसाधनों, समय और प्रयास को उचित रूप से आवंटित करने की भी आवश्यकता होती है जहां उनकी सबसे अधिक आवश्यकता होती है। यह मूल रूप से एक फैंसी शब्द है कि आप पहले से ही क्या कर रहे हैं: यह निर्धारित करना कि अन्य कार्यों पर जाने से पहले पहले किस पर ध्यान केंद्रित करना है।

लक्ष्य प्राथमिकता आपके दिन को शुरू करने के बारे में है जो सबसे अधिक मायने रखता है, जबकि अभी भी आपकी प्लेट पर सब कुछ हो रहा है। इसके बारे में सोचें: क्या आप उन लक्ष्यों में सबसे अधिक प्रयास नहीं करना चाहेंगे जो निवेश पर सबसे बड़ा रिटर्न पैदा कर सकते हैं? निश्चित रूप से आप करते हैं - और लक्ष्य प्राथमिकता आपको इन उद्देश्यों की पहचान करने में मदद कर सकती है और उन्हें पूरा करने के तरीके की रणनीति बना सकती है



Discuss epidemics/pandemics and their impact on society at large

Death and climate change from smallpox in the United States

European countries had established their empires by the end of the fifteenth century, spreading colonialism across the American continents. In the course of the expansion of their respective empires, European forces killed so many people here that it would have changed the ab-o-air of the world.

After the death of such a large number of their citizens, many countries have advanced themselves so much in every respect that they are today among the richest countries of the world. Due to the death of such a large number of people from the Black Death i.e. bubonic plague, the number of people available to work in the fields was greatly reduced.

This caused trouble to the landlords. The farmers who were left increased their ability to bargain with the zamindars. As a result, the feudal system of the countries of Western Europe began to break down. The farmers, who

were forced to work in the fields of the zamindars to fill their revenue, began to be freed from the captivity of the zamindars.

This change gave rise to the practice of working on wages. As a result, Western Europe moved towards a more modern, commercial and cash-based economy. Because now it was becoming costly for the landlords to pay the wages of the labourers.

Death and climate change from smallpox in the United States

European countries had established their empires by the end of the fifteenth century, spreading colonialism across the American continents. In the course of the expansion of their respective empires, European forces killed so many people here that it would have changed the ab-o-air of the world.

In a study, scientists at the University College of London in the UK found that after the expansion of Europe, the population of about 60 million in the Us (which at the time accounted for 10 per cent of the world's population) had declined in just one century to just six million.

After the establishment of the European colonies in the United States, the diseases that these colonists came to america with them were responsible for most of the deaths in these areas. The biggest of these diseases was smallpox.

Other diseases also included measles, cholera, malaria, plague, whooping cough, and typhus, which claimed millions of lives. Due to these diseases, people in these areas suffered uneasy pain. There was also a massive loss of lives. And the whole world had to suffer as a result.

महामारियों/महामारियों और बड़े पैमाने पर समाज पर उनके प्रभाव पर चर्चा करें

ब्लैक डेथ और पश्चिम यूरोप का शक्तिशाली उदय

चौदहवीं सदी के पांचवें और छठें दशक में प्लेग की महामारी ने यूरोप में मौत का दिल दहलाने वाला तांडव किया था. इस महामारी के क्रहर से यूरोप की एक

तिहाई आबादी काल के गाल में समा गई थी. लेकिन दसियों लाख जानें लेने वाली ये महामारी, कई यूरोपीय देशों के लिए वरदान साबित हुई.

अपने नागरिकों की इतनी बड़ी तादाद में मौत के बाद बहुत से देशों ने खुद को हर लिहाज़ से इतना आगे बढ़ाया कि वो आज दुनिया के अमीर मुल्कों में शुमार होते हैं. ब्लैक डेथ यानी ब्यूबोनिक प्लेग से इतनी बड़ी संख्या में लोगों की मौत के कारण, खेतों में काम करने के लिए उपलब्ध लोगों की संख्या बहुत कम हो गई.

इससे ज़मींदारों को दिक्कत होने लगी. जो किसान बचे थे उनके पास ज़मींदारों से सौदेबाज़ी की क्षमता बढ़ गई. इसका नतीजा ये हुआ कि पश्चिमी यूरोप के देशों की सामंतवादी व्यवस्था टूटने लगी. जो किसान, अपना राजस्व भरने के लिए ज़मींदारों के खेतों में काम करने को मजबूर थे, वो ज़मींदारों की कैद से आज़ाद होने लगे.

इस बदलाव ने मज़दूरी पर काम करने की प्रथा को जन्म दिया. जिसके कारण पश्चिमी यूरोप ज़्यादा आधुनिक, व्यापारिक और नक़दी आधारित अर्थव्यवस्था की ओर बढ़ चला. चूंकि अब ज़मींदारों के लिए मज़दूरों की मज़दूरी देना महंगा पड़ रहा था.

अमरीका में चेचक से मौत और जलवायु परिवर्तन

यूरोपीय देशों ने पंद्रहवीं सदी के अंत तक अमेरिकी महाद्वीपों में उपनिवेशवाद का प्रसार करते हुए अपना साम्राज्य स्थापित कर लिया था. अपने-अपने साम्राज्य के विस्तार के चक्कर में यूरोपीय ताक़तों ने यहां इतने लोगों को मारा कि इससे दुनिया की आब-ओ-हवा बदल गई होगी.

ब्रिटेन में यूनिवर्सिटी कॉलेज ऑफ़ लंदन के वैज्ञानिकों ने एक अध्ययन में पाया कि यूरोप के विस्तार के बाद अमेरिका की करीब छह करोड़ (जो उस वक़्त दुनिया की कुल आबादी का दस फ़ीसद हिस्सा थी) की आबादी केवल एक सदी में घट कर महज़ साठ लाख रह गई.

अमरीका में यूरोपीय उपनिवेश स्थापित होने के बाद इन इलाकों में होने वाली अधिकतर मौतों के लिए वो बीमारियां जिम्मेदार थीं, जो ये उपनिवेशवादी अपने साथ लेकर अमरीका पहुंचे. इनमें सबसे बड़ी बीमारी थी चेचक.

अन्य बीमारियों में खसरा, हैज़ा, मलेरिया, प्लेग, काली खांसी, और टाइफ़स भी शामिल थीं, जिन्होंने करोड़ों लोगों की जान ले ली. इन बीमारियों की वजह से इन इलाकों में लोगों ने बेपनाह दर्द झेला. बड़े पैमाने पर जान का भी नुक़सान हुआ. और इसका नतीजा सारी दुनिया को भुगतना पड़ा.

Discuss the significance of conforming to basic hygiene practices such as washing hands, using alcohol-based hand sanitizers.

The use of alcohol-based hand sanitizers has greatly increased compliance to hand hygiene in healthcare settings. They are efficient, accessible, and take relatively little time to use. Even though there are some situations where they are perhaps less effective than standard soap and water, it may be worth the trade-off if using ABHS results in more consistent hand hygiene. Guidelines regarding the use of soap and water instead of ABHS can be established, keeping in mind the prevalent pathogens in a particular setting

Alcohol-based sanitizers are very effective at quickly destroying various pathogens and that too without the need for water, plumbing, and drying facilities. According to the World Health Organization (WHO), alcohols have excellent activity against gram-positive bacteria, gram-negative bacteria, enveloped viruses, non-enveloped viruses, mycobacteria, and even fungi. Numerous studies have also documented the in-vivo antimicrobial activity of alcohols and the effectiveness in removing clinical strains of *Acinetobacter baumannii*, methicillin-resistant *Staphylococcus aureus*, *Escherichia coli*, *Enterococcus faecalis*, *Pseudomonas aeruginosa*, and *Candida albicans* from profoundly contaminated hands of human volunteers.

हाथ धोने, अल्कोहल-आधारित हैंड सैनिटाइज़र का उपयोग करने जैसी बुनियादी स्वच्छता प्रथाओं के अनुरूप होने के महत्व पर चर्चा करें।

अल्कोहल-आधारित हैंड सैनिटाइज़र के उपयोग ने स्वास्थ्य देखभाल सेटिंग्स में हाथ की स्वच्छता के अनुपालन में बहुत वृद्धि की है। वे कुशल, सुलभ हैं, और

उपयोग करने के लिए अपेक्षाकृत कम समय लेते हैं। भले ही कुछ ऐसी स्थितियां हैं जहां वे शायद मानक साबुन और पानी की तुलना में कम प्रभावी हैं, यह ट्रेड-ऑफ के लायक हो सकता है यदि एबीएचएस का उपयोग करने से अधिक सुसंगत हाथ स्वच्छता होती है। A के बजाय साबुन और पानी के उपयोग के बारे में दिशानिर्देश ABHS की स्थापना की जा सकती है, एक विशेष सेटिंग में प्रचलित रोगजनकों को ध्यान में रखते हुए अल्कोहल-आधारित सैनिटाइज़र विभिन्न रोगजनकों को जल्दी से नष्ट करने में बहुत प्रभावी हैं और वह भी पानी, नलसाजी और सुखाने की सुविधाओं की आवश्यकता के बिना। विश्व स्वास्थ्य संगठन (WHO) के अनुसार, अल्कोहल में ग्राम-पॉजिटिव बैक्टीरिया, ग्राम-नकारात्मक के खिलाफ उत्कृष्ट गतिविधि होती है

बैक्टीरिया, कवर किए गए वायरस, गैर-कवर किए गए वायरस, माइकोबैक्टीरिया, और यहां तक कि कवक भी। कई अध्ययनों ने अल्कोहल की इन-विवो रोगाणुरोधी गतिविधि और मानव स्वयंसेवकों के गहराई से दूषित हाथों से एसिनेटोबैक्टर बाइमनी, मेथिसिलिन-प्रतिरोधी स्टेफिलोकोकस ऑरियस, एस्चेरिचिया कोलाई, एंटरोकोकस फेकलिस, स्यूडोमोनास एरुगिनोसा और कैंडिडा अल्बिकन्स के नैदानिक उपभेदों को हटाने में प्रभावशीलता का भी दस्तावेजीकरण किया है।

Define self-quarantine or self-isolation

Definition of self-quarantine

intransitive verb: to refrain from any contact with other individuals for a period of time (such as two weeks) during the outbreak of a contagious disease usually by remaining in one's home and limiting contact with family members

Isolation separates sick people with a contagious disease from people who are not sick.

आत्म-संगरोध या आत्म-अलगाव को परिभाषित करें

स्व-संगरोध की परिभाषा

अकर्मक क्रिया : एक संक्रामक बीमारी के प्रकोप के दौरान समय की अवधि के लिए अन्य व्यक्तियों के साथ किसी भी संपर्क से बचने के लिए (जैसे दो सप्ताह) आमतौर पर किसी के घर में रहकर और परिवार के सदस्यों के साथ संपर्क को सीमित करके

अलगाव एक संक्रामक बीमारी वाले बीमार लोगों को उन लोगों से अलग करता है जो बीमार नहीं हैं।

List common ailments and their medication.

common

1. Headache
2. Asthma
3. Goiterna disease
4. Knee pain
5. Blood pressure
6. Obesity
7. Cold
8. Diabetes
9. Hair Waterfall
10. Parasitic (Paracetic) Worm Infection
11. Dehydration (De-hydration)
12. Constipation
13. Fever (fever)
14. Ulcers
15. Side effects of tobacco use

Medication

Hydrocodone. Hydrocodone was first patented in 1923, with the long-acting formulation being approved in 2013. ...

Metformin. ...

Losartan. ...

Antibiotics. ...

Albuterol. ...

Antihistamines. ...

Gabapentin. ...

Omeprazole.

सामान्य बीमारियों और उनकी दवा की सूची।

1. सिरदर्द

2. दमा
3. घेंघा रोग अवटुग्रंथि (थायराइड)
4. घुटनों का दर्द
5. रक्त चाप
6. मोटापा
7. जुकाम
8. मधुमेह
9. बाल झरना
10. परजीवी (पैरासीटिक) कृमि संक्रमण
11. निर्जलीकरण (डी-हाइड्रेशन)
12. कब्ज
13. ज्वर (बुखार)
14. अल्सर
15. तंबाकू सेवन के दुष्परिणाम

दवा

1. हाइड्रोकोडोन । हाइड्रोकोडोन को पहली बार 1923 में पेटेंट कराया गया था, जिसमें लंबे समय तक अभिनय करने वाले सूत्रीकरण को 2013 में अनुमोदित किया गया था।
2. मेटफॉर्मिन
3. लोसार्टन
4. एंटीबायोटिक दवाओं।
5. अल्ब्युटेरॉल
6. एंटीथिस्टेमाइंस।
7. ओमेप्राज़ोल

Discuss organization's hygiene and sanitation guidelines.

Safe sanitation is essential for health, from preventing infection to improving and maintaining mental and social well-being. Developed in accordance with the processes set out in the WHO Handbook for

Guideline Development, these guidelines provide comprehensive advice on maximizing the health impact of sanitation interventions. The guidelines summarize the evidence on the links between sanitation and health, provide evidence-informed recommendations, and offer guidance for international, national and local sanitation policies and programme actions. The guidelines also articulate and support the role of health authorities in sanitation policy and programming to help ensure that health risks are identified and managed effectively. The audience for the guidelines is national and local authorities responsible for the safety of sanitation systems and services, including policy makers, planners, implementers within and outside the health sector and those responsible for the development, implementation and monitoring of sanitation standards and regulations.

संगठन की स्वच्छता और स्वच्छता दिशानिर्देशों पर चर्चा करें।

सुरक्षित स्वच्छता स्वास्थ्य के लिए आवश्यक है, संक्रमण को रोकने से लेकर मानसिक और सामाजिक कल्याण में सुधार और बनाए रखने तक। दिशानिर्देश विकास के लिए डब्ल्यूएचओ हैंडबुक में निर्धारित प्रक्रियाओं के अनुसार विकसित, ये दिशानिर्देश स्वच्छता हस्तक्षेपों के स्वास्थ्य प्रभाव को अधिकतम करने पर व्यापक सलाह प्रदान करते हैं। दिशानिर्देश स्वच्छता और स्वास्थ्य के बीच संबंधों पर सबूतों को संक्षेप में प्रस्तुत करते हैं, सबूत-सूचित प्रदान करते हैं सिफारिशें, और अंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय स्वच्छता नीतियों और कार्यक्रम कार्यों के लिए मार्गदर्शन प्रदान करते हैं। दिशानिर्देश स्वच्छता नीति और प्रोग्रामिंग में स्वास्थ्य अधिकारियों की भूमिका को भी स्पष्ट और समर्थन करते हैं ताकि यह सुनिश्चित करने में मदद मिल सके कि स्वास्थ्य जोखिमों की पहचान की जाती है और प्रभावी ढंग से प्रबंधित किया जाता है। दिशानिर्देशों के लिए दर्शक राष्ट्रीय और स्थानीय प्राधिकरण हैं जो स्वच्छता प्रणालियों और सेवाओं की सुरक्षा के लिए जिम्मेदार हैं, जिनमें नीति निर्माता, योजनाकार शामिल हैं। स्वास्थ्य क्षेत्र के भीतर और बाहर कार्यान्वयनकर्ता और स्वच्छता मानकों और विनियमों के विकास, कार्यान्वयन और निगरानी के लिए जिम्मेदार लोग।

Describe the ways of dealing with stress and anxiety during an epidemic or a pandemic.

1. Keep informed, but don't read the news all the time.

At this time, it is important to keep in mind that to what extent the spread of Corona has taken place in the world, what measures are being taken to stop it, whether the government has issued any guideline or not, so that you can take the necessary steps for safety. But don't try to take updates about it all the time. Secondly, you should keep in mind that the information is authentic. Trust the information given by the World Health Organization or government medical institutions. TV or Don't always watch the news related to Corona on the websites. Avoid rumours that are spread on social media.

2. Do what is possible

Many times people come across situations that they can't do much even if they want to. In particular, somehow, when the epidemic spreads, a person starts to feel helpless. In such a situation, do what you can. Don't think too much. Everyone is facing the pandemic. You can try to defend yourself and your family. Follow the things that have been told about hygiene to protect against corona.

3. Maintain connection with people

Lockdown doesn't mean you're completely cut off from people. You are away from them, but keep in touch with your family members and friends living in other cities through phone and social media

4. Always take care of yourself.

Take care of yourself first during this pandemic. Maintain a proper routine. Sleep at the right time and wake up. Exercise. Take a healthy diet. Instead of being worried about Corona all the time, talk to the people of the house. Read a good book. Play indoor games with kids. Listen to music. Talk to the kids. If there is a lack of something in the house, then do not worry too much about it. Think that from one disasters come and go, corona will also go.

5) Help others.

It's a time when a lot of people need help. If you can help someone, do it. At this time you can help the needy people in many ways. You can arrange food

for some people. You can arrange medicines for them. Many types of rumours are also spread when the epidemic spreads and anti-social elements take advantage of this. If possible, warn people. Those who are poor need help a lot. Help them if possible. It will make you feel better.

महामारी या महामारी के दौरान तनाव और चिंता से निपटने के तरीकों का वर्णन करें।

1. जानकारी रखें, पर हर समय खबरें मत पढ़ें

इस समय यह जानकारी रखना जरूरी है कि दुनिया में कोरोना का किस हद तक फैलाव हो चुका है, उसे रोकने के क्या उपाय किए जा रहे हैं, इसके बारे में सरकार ने कोई गाइडलाइन जारी की है या नहीं, ताकि आप सुरक्षा के लिए जरूरी कदम उठा सकें। लेकिन हर समय इसके बारे में अपडेट लेने की कोशिश नहीं करें। दूसरे, आप यह ध्यान रखें कि जानकारी प्रामाणिक हो। वर्ल्ड हेल्थ ऑर्गनाइजेशन या सरकारी मेडिकल संस्थानों ने जो जानकारी दी हो, उसी पर भरोसा करें। टीवी या वेबसाइटों पर हमेशा कोरोना से जुड़े समाचार मत देखें। सोशल मीडिया पर फैलाई जाने वाली अफवाहों से बचें।

2. जो संभव हो, वही करें

कई बार लोगों के सामने ऐसी परिस्थितियां आ जाती हैं कि वे चाहते हुए भी बहुत ज्यादा नहीं कर सकते। खास कर, किसी तरह महामारी फैलने पर इंसान खुद को लाचार महसूस करने लगता है। ऐसे में आपसे जो संभव हो पा रहा हो, वही करें। ज्यादा सोचें मत। महामारी का सामना सभी कर रहे हैं। आप अपना और अपने परिवार का बचाव करने की कोशिश कर सकते हैं। हाइजीन संबंधी जो बातें कोरोना से बचाव के लिए बताई गई हैं, उनका पालन करें।

3. लोगों से जुड़ाव बनाए रखें

लॉकडाउन का मतलब यह नहीं है कि आप लोगों से पूरी तरह कट गए हैं। आप उनसे दूर हैं, लेकिन फोन और सोशल मीडिया के जरिए दूसरे शहरों में रहने वाले अपने परिवार के

लोगों और दोस्तों से संपर्क बनाए रखें। उनसे हल्की-फुल्की बातें करें। कोरोना की चर्चा जरूरत पड़ने पर ही करें। हर समय एक ही बात करने से लोग मानसिक रूप से परेशान हो जाते हैं और उनकी चिंता बढ़ जाती है।

4. हमेशा अपना खयाल रखें

इस महामारी के दौरान सबसे पहले अपना खयाल रखें। एक सही रूटीन मेंटेन करें। सही समय पर सोएं और जागें। एक्सरसाइज करें। हेल्दी डाइट लें। हर समय कोरोना की चिंता में पड़े रहने की जगह घर के लोगों से बातचीत करें। कोई अच्छी किताब पढ़ें। बच्चों के साथ इनडोर गेम खेलें। म्यूजिक सुनें। बच्चों से बातचीत करें। घर में किसी चीज की कमी हो तो उसे लेकर ज्यादा परेशान मत रहें। यही सोचें कि एक से विपत्तियां आईं और गईं, कोरोना भी जाएगा।

5. दूसरों की मदद करें

यह ऐसा समय है जब बहुत से लोगों को मदद की जरूरत है। आपसे अगर किसी की मदद संभव है तो यह करें। इस समय आप जरूरतमंद लोगों की कई तरह से मदद कर सकते हैं। आप कुछ लोगों के लिए खाने का इंतजाम कर सकते हैं। उनके लिए दवाइयों की व्यवस्था कर सकते हैं। महामारी फैलने पर कई तरह की अफवाहें भी फैलती हैं और इससे असामाजिक तत्व फायदा उठाते हैं। इनसे संभव हो तो लोगों को सचेत करें। जो लोग गरीब हैं, उन्हें मदद की बहुत जरूरत है। अगर संभव हो तो उनकी मदद करें। इससे आपको बेहतर महसूस होगा।

Apply basic housekeeping practices to ensure that the showroom area/work area/equipment is clean, sanitized and disinfected

Maintenance

The maintenance of buildings and equipment may be the most important element of good housekeeping. Maintenance involves keeping buildings, equipment and machinery in safe, efficient working order and in good repair. It includes maintaining sanitary facilities and regularly painting and cleaning walls. Broken **windows, damaged doors, defective**

plumbing and broken floor surfaces can make a workplace look neglected; these conditions can cause incidents and affect work practices. So it is important to replace or fix broken or damaged items as quickly as possible. A good maintenance program provides for the inspection, maintenance, upkeep and repair of tools, equipment, machines and processes.

Dust and Dirt Removal

Enclosures and exhaust ventilation systems may fail to collect dust, dirt and chips adequately. Vacuum cleaners are suitable for removing light dust and dirt that is not otherwise hazardous. Industrial models have special fittings for cleaning walls, ceilings, ledges, machinery, and other hard-to-reach places where dust and dirt may accumulate.

Special-purpose vacuums are useful for removing hazardous products. For example, vacuum cleaners fitted with HEPA (high efficiency particulate air) filters may be used to capture fine particles of asbestos or fibreglass.

Dampening (wetting) floors or using sweeping compounds before sweeping reduces the amount of airborne dust. The dust and grime that collect in places like shelves, piping, conduits, light fixtures, reflectors, windows, cupboards and lockers may require manual cleaning.

compressed air should not be used for removing dust, dirt or chips from equipment or work surfaces.

Employee Facilities

Employee facilities need to be adequate, clean and well maintained. Lockers may be necessary for storing employees' personal belongings. Washroom facilities require cleaning once or more each shift. They also need to have a good supply of soap, towels plus disinfectants, if needed.

If workers are using hazardous products, employee facilities should provide special precautions as needed such as showers, washing facilities and change rooms. Some facilities may require two locker rooms with showers between. Using such double locker rooms allows workers to shower off workplace contaminants and reduces the chance of contaminating their "street clothes" by keeping their work clothes separated from the clothing that they wear home.

Smoking, eating or drinking in the work area should be prohibited where hazardous products are handled. The eating area should be separate from the work area and should be cleaned properly each shift.

Surfaces

Floors: Poor floor conditions are a leading cause of incidents so cleaning up spilled oil and other liquids at once is important. Allowing chips, shavings and dust to accumulate can also cause incidents. Trapping chips, shavings and dust before they reach the floor or cleaning them up regularly can prevent their accumulation. Areas that cannot be cleaned continuously, such as entrance ways, should have anti-slip flooring. Keeping floors in good order also means replacing any worn, ripped, or damaged flooring that poses a tripping hazard.

Walls: Light-coloured walls reflect light while dirty or dark-coloured walls absorb light. Contrasting colours warn of physical hazards and mark obstructions such as pillars. Paint can highlight railings, guards and other safety equipment, but should never be used as a substitute for guarding. The program should outline the regulations and standards for colours.

Maintain Light Fixtures

Dirty light fixtures reduce essential light levels. Clean light fixtures can improve lighting efficiency significantly.

Aisles and Stairways

Aisles should be wide enough to accommodate people and vehicles comfortably and safely. Aisle space allows for the movement of people,

products and materials. Warning signs and mirrors can improve sight-lines in blind corners. Arranging aisles properly encourages people to use them so that they do not take shortcuts through hazardous areas.

Keeping aisles and stairways clear is important. They should not be used for temporary "overflow" or "bottleneck" storage. Stairways and aisles also require adequate lighting.

Spill Control

The best way to control spills is to stop them before they happen. Regularly cleaning and maintaining machines and equipment is one way. Another is to use drip pans and guards where possible spills might occur. When spills do occur, it is important to clean them up immediately. Absorbent materials are useful for wiping up greasy, oily or other liquid spills. Used absorbents must be disposed of properly and safely.

Tools and Equipment

Tool housekeeping is very important, whether in the tool room, on the rack, in the yard, or on the bench. Tools require suitable fixtures with marked locations to provide an orderly arrangement. Returning tools promptly after use reduces the chance of it being misplaced or lost. Workers should regularly inspect, clean and repair all tools and take any damaged or worn tools out of service.

Waste Disposal

The regular collection, grading and sorting of scrap contribute to good housekeeping practices. It also makes it possible to separate materials that can be recycled from those going to waste disposal facilities.

Allowing material to build up on the floor wastes time and energy since additional time is required for cleaning it up. Placing scrap containers near where the waste is produced encourages orderly waste disposal and makes collection easier. All waste receptacles should be clearly labelled (e.g., recyclable glass, plastic, scrap metal, etc.).

Storage

Good organization of stored materials is essential for overcoming material storage problems whether on a temporary or permanent basis.

There will also be fewer strain injuries if the amount of handling is reduced, especially if less manual material handling is required. The location of the stockpiles should not interfere with work but they should still be readily available when required. Stored materials should allow at least one metre (or about three feet) of clear space under sprinkler heads.

Stacking cartons and drums on a firm foundation and cross tying them, where necessary, reduces the chance of their movement. Stored materials should not obstruct aisles, stairs, exits, fire equipment, emergency eyewash fountains, emergency showers, or first aid stations. All storage areas should be clearly marked.

Flammable, combustible, toxic and other hazardous materials should be stored in approved containers in designated areas that are appropriate for the different hazards that they pose. Storage of materials should meet all requirements specified in the fire codes and the regulations of environmental and occupational health and safety agencies in your jurisdiction.

यह सुनिश्चित करने के लिए बुनियादी हाउसकीपिंग प्रथाओं को लागू करें कि शोरूम क्षेत्र / कार्य क्षेत्र / उपकरण साफ, स्वच्छ और कीटाणुरहित हैं।

अनुरक्षण

इमारतों और उपकरणों का रखरखाव अच्छे हाउसकीपिंग का सबसे महत्वपूर्ण तत्व हो सकता है। रखरखाव में इमारतों, उपकरणों और मशीनरी को सुरक्षित, कुशल कामकाजी क्रम में और अच्छी मरम्मत में रखना शामिल है। इसमें सैनिटरी सुविधाओं को बनाए रखना और नियमित रूप से दीवारों को पेंट करना और सफाई करना शामिल है। टूटी हुई खिड़कियां, क्षतिग्रस्त दरवाजे, दोषपूर्ण नलसाजी और टूटी हुई मंजिल की सतहें कार्यस्थल को उपेक्षित बना सकती हैं; ये स्थितियां घटनाओं का कारण बन सकती हैं और कार्य प्रथाओं को प्रभावित कर सकती हैं। इसलिए टूटी हुई या क्षतिग्रस्त वस्तुओं को जितनी जल्दी हो सके बदलना या ठीक करना महत्वपूर्ण है। एक अच्छा रखरखाव कार्यक्रम उपकरण, उपकरण, मशीनों और प्रक्रियाओं के निरीक्षण, रखरखाव, रखरखाव और मरम्मत के लिए प्रदान करता है

धूल और गंदगी को हटाने

बाड़ों और निकास वेंटिलेशन सिस्टम धूल, गंदगी और चिप्स को पर्याप्त रूप से इकट्ठा करने में विफल हो सकते हैं। वैक्यूम क्लीनर हल्की धूल और गंदगी को हटाने के लिए उपयुक्त हैं जो अन्यथा खतरनाक नहीं हैं। औद्योगिक मॉडल में दीवारों, छत, किनारे,

मशीनरी और अन्य कठिन-से-पहुंच वाले स्थानों की सफाई के लिए विशेष फिटिंग होती है जहां धूल और गंदगी जमा हो सकती है।

खतरनाक उत्पादों को हटाने के लिए विशेष उद्देश्य वैक्यूम उपयोगी होते हैं। उदाहरण के लिए, एचईपीए (उच्च दक्षता कण हवा) फिल्टर के साथ लगाए गए वैक्यूम क्लीनर का उपयोग एस्बेस्टोस या फाइबरग्लास के ठीक कणों को पकड़ने के लिए किया जा सकता है।

फर्श को गीला करना (गीला करना) या व्यापक करने से पहले व्यापक यौगिकों का उपयोग करना हवाई धूल की मात्रा को कम करता है। अलमारियों, पाइपिंग, नाली, हल्के जुड़नार, परावर्तक, खिड़कियों, अलमारी और लॉकर जैसी जगहों पर इकट्ठा होने वाली धूल और जमी हुई गंदगी को मैन्युअल सफाई की आवश्यकता हो सकती है।

उपकरण या काम की सतहों से धूल, गंदगी या चिप्स को हटाने के लिए संपीड़ित हवा का उपयोग नहीं किया जाना चाहिए।

कर्मचारी सुविधाएं

कर्मचारी सुविधाओं को पर्याप्त, स्वच्छ और अच्छी तरह से बनाए रखने की आवश्यकता है। कर्मचारियों के व्यक्तिगत सामानों को संग्रहीत करने के लिए लॉकर्स आवश्यक हो सकते हैं। वॉशरूम सुविधाओं को प्रत्येक शिफ्ट में एक या अधिक बार सफाई की आवश्यकता होती है। यदि आवश्यक हो तो उन्हें साबुन, तौलिए और कीटाणुनाशक की अच्छी आपूर्ति की भी आवश्यकता होती है।

यदि श्रमिक खतरनाक उत्पादों का उपयोग कर रहे हैं, तो कर्मचारी सुविधाओं को आवश्यकतानुसार विशेष सावधानी बरतनी चाहिए जैसे कि शاور, धोने की सुविधा और चेंज रूम। . कुछ सुविधाओं के बीच शاور के साथ दो लॉकर कमरे की आवश्यकता हो सकती है। इस तरह के डबल लॉकर रूम का उपयोग करने से श्रमिकों को कार्यस्थल दूषित पदार्थों को स्नान करने की अनुमति मिलती है

और अपने काम के कपड़ों को उन कपड़ों से अलग करके अपने "सड़क के कपड़े" को दूषित करने की संभावना कम हो जाती है जो वे घर पहनते हैं।

कार्य क्षेत्र में धूम्रपान, खाने या पीने पर प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए जहां खतरनाक उत्पादों को संभाला जाता है। खाने का क्षेत्र कार्य क्षेत्र से अलग होना चाहिए और प्रत्येक शिफ्ट को ठीक से साफ किया जाना चाहिए।

सतहें

फर्श: खराब मंजिल की स्थिति घटनाओं का एक प्रमुख कारण है, इसलिए एक बार में बिखरे हुए तेल और अन्य तरल पदार्थों को साफ करना महत्वपूर्ण है। चिप्स, शेविंग्स और डस्ट को जमा होने देने से भी घटनाएं हो सकती हैं। फर्श तक पहुंचने से पहले चिप्स, शेविंग्स और धूल को फँसाने या उन्हें नियमित रूप से साफ करने से उनके संचय को रोका जा सकता है। जिन क्षेत्रों को लगातार साफ नहीं किया जा सकता है, जैसे कि प्रवेश मार्ग, में एंटी-स्लिप फर्श होना चाहिए। फर्श को अच्छे क्रम में रखने का मतलब किसी भी पहने हुए, फट, या क्षतिग्रस्त फर्श को बदलना भी है जो ट्रिपिंग खतरा पैदा करता है।

दीवारें: हल्के रंग की दीवारें प्रकाश को प्रतिबिंबित करती हैं जबकि गंदी या गहरे रंग की दीवारें प्रकाश को अवशोषित करती हैं। विपरीत रंग भौतिक खतरों की चेतावनी देते हैं और खंभे जैसे अवरोधों को चिह्नित करते हैं। पेंट रेलिंग, गार्ड और अन्य सुरक्षा उपकरणों को उजागर कर सकता है, लेकिन कभी भी गार्डिंग के विकल्प के रूप में उपयोग नहीं किया जाना चाहिए। कार्यक्रम को रंगों के लिए नियमों और मानकों की रूपरेखा तैयार करनी चाहिए।

लाइट फिक्स्चर बनाए रखें

गंदे प्रकाश जुड़नार आवश्यक प्रकाश स्तर को कम करते हैं। स्वच्छ प्रकाश जुड़नार प्रकाश दक्षता में काफी सुधार कर सकते हैं।

गलियारा और सीढ़ियाँ

गलियारों को लोगों और वाहनों को आराम से और सुरक्षित रूप से समायोजित करने के लिए पर्याप्त चौड़ा होना चाहिए। गलियारे की जगह लोगों, उत्पादों और सामग्रियों की आवाजाही के लिए अनुमति देती है। चेतावनी संकेत और दर्पण अंधे कोनों में दृष्टि-रेखाओं में सुधार कर सकते हैं। गलियारों को ठीक से व्यवस्थित करने से लोगों को उनका उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है ताकि वे खतरनाक क्षेत्रों के माध्यम से शॉर्टकट न लें।

गलियारों और सीढ़ियों को स्पष्ट रखना महत्वपूर्ण है। . उनका उपयोग अस्थायी "अतिप्रवाह" या "अड़चन" भंडारण के लिए नहीं किया जाना चाहिए। सीढ़ियों और गलियारों को भी पर्याप्त प्रकाश व्यवस्था की आवश्यकता होती है।

स्पिल कंट्रोल

स्पिल को नियंत्रित करने का सबसे अच्छा तरीका यह है कि वे होने से पहले उन्हें रोक दें। नियमित रूप से मशीनों और उपकरणों की सफाई और रखरखाव एक तरीका है। एक और ड्रिप पैन और गार्ड का उपयोग करना है जहां संभावित स्पिल हो सकते हैं। जब स्पिल होते हैं, तो उन्हें तुरंत साफ करना महत्वपूर्ण है। शोषक सामग्री चिकना, तैलीय या अन्य तरल फैल को पोंछने के लिए उपयोगी होती है। उपयोग किए गए अवशोषक को ठीक से और सुरक्षित रूप से निपटाया जाना चाहिए।

उपकरण और उपकरण

टूल हाउसकीपिंग बहुत महत्वपूर्ण है, चाहे टूल रूम में, रैंक पर, यार्ड में, या बेंच पर। उपकरणों को एक व्यवस्थित व्यवस्था प्रदान करने के लिए चिह्नित स्थानों के साथ उपयुक्त जुड़नार की आवश्यकता होती है। उपयोग के तुरंत बाद उपकरण लौटाने से यह गलत जगह या खो जाने की संभावना कम हो जाती है। श्रमिकों को नियमित रूप से सभी उपकरणों का निरीक्षण, सफाई और मरम्मत करनी चाहिए और किसी भी क्षतिग्रस्त या घिसे हुए उपकरण को सेवा से बाहर ले जाना चाहिए।

अपशिष्ट निपटान

स्क्रेप का नियमित संग्रह, ग्रेडिंग और छंटाई अच्छी हाउसकीपिंग प्रथाओं में योगदान देती है। यह उन सामग्रियों को अलग करना भी संभव बनाता है जिन्हें अपशिष्ट निपटान सुविधाओं में जाने वालों से पुनर्नवीनीकरण किया जा सकता है।

सामग्री को फर्श पर बनाने की अनुमति देने से समय और ऊर्जा बर्बाद हो जाती है क्योंकि इसे साफ करने के लिए अतिरिक्त समय की आवश्यकता होती है। स्क्रेप कंटेनरों को उस स्थान के पास रखना जहां अपशिष्ट का उत्पादन किया जाता है, व्यवस्थित अपशिष्ट निपटान को प्रोत्साहित करता है और संग्रह को आसान बनाता है। सभी अपशिष्ट पात्रों को स्पष्ट रूप से लेबल किया जाना चाहिए (उदाहरण के लिए, पुनर्नवीनीकरण ग्लास, प्लास्टिक, स्क्रेप धातु, आदि)।

गोदाम

अस्थायी या स्थायी आधार पर सामग्री भंडारण समस्याओं पर काबू पाने के लिए संग्रहीत सामग्रियों का अच्छा संगठन आवश्यक है। यदि हैंडलिंग की मात्रा कम हो जाती है, तो कम तनाव की चोटें भी होंगी, खासकर यदि कम मैनुअल सामग्री हैंडलिंग की आवश्यकता होती है। भंडार का स्थान काम में हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए लेकिन आवश्यकता पड़ने पर उन्हें अभी भी आसानी से उपलब्ध होना चाहिए। संग्रहीत सामग्री को स्प्रेडर सिरे के तहत कम से कम एक मीटर (या लगभग तीन फीट) स्पष्ट स्थान की अनुमति देनी चाहिए।

एक फर्म नींव पर डिब्बों और ड्रमों को ढेर करना और उन्हें क्रॉस बांधना, जहां आवश्यक हो, उनके आंदोलन की संभावना को कम कर देता है। संग्रहीत सामग्री को गलियारों, सीढ़ियों, निकास, अग्नि उपकरण, आपातकालीन आईवॉश फव्वारे, आपातकालीन शावर या प्राथमिक चिकित्सा स्टेशनों में बाधा नहीं डालनी चाहिए। सभी भंडारण क्षेत्रों को स्पष्ट रूप से चिह्नित किया जाना चाहिए।

ज्वलनशील, दहनशील, विषाक्त और अन्य खतरनाक सामग्रियों को नामित क्षेत्रों में अनुमोदित कंटेनरों में संग्रहीत किया जाना चाहिए जो विभिन्न खतरों के लिए उपयुक्त हैं जो वे पैदा करते हैं। सामग्री का भंडारण अग्नि कोड में निर्दिष्ट सभी आवश्यकताओं और आपके अधिकार क्षेत्र में पर्यावरण और व्यावसायिक स्वास्थ्य और सुरक्षा एजेंसियों के नियमों को पूरा करना चाहिए।



Demonstrate how to evacuate the workplace in case of an emergency

Building occupants are required by law to evacuate the building when the fire alarm sounds or when directed to do so by emergency responders.

Upon the sounding of a fire alarm or other evacuation alarm, all building occupants shall immediately leave the building and proceed to your emergency evacuation assembly area. Occupants will only be allowed to return when the building has been declared safe by emergency responders.

When Evacuating Your Building or Work Area:

Stay calm. Do not rush or panic.

Safely stop your work.

Gather your personal belongings if it is safe to do so. Take prescription medications, keys, purse, glasses, etc. with you if at all possible as it may be hours before you are allowed back into the building.

If safe, close your office door and window, but do not lock them.

Use the nearest safe stairs and proceed to the nearest exit. Do not use the elevator.

Proceed to the designated emergency evacuation assembly area.

Wait for instructions from emergency responders.

Do not re-enter the building or work area until you have been instructed to do so by emergency responders.

Fire Procedure

Should you encounter a fire or find significant smoke in our buildings, please do the following.

Step One: Report the fire/smoke to emergency personnel. Find the nearest fire alarm pull station and pull the alarm. Afterwards call 911 from a safe location to confirm emergency dispatch has the alarm and provide additional details on the fire. You should always pull the fire alarm first and then call 911 so as to ensure building occupants get notice to evacuate the building.

Step Two: Evacuate the building immediately via the nearest safe exit. If accessible but only if accessible, quickly grab important personal items such as keys, purse and wallet. It may be several hours before you may reenter the building. Do not spend time attempting to save material - your life is more important. Ensure doors close behind you but do not lock doors. Emergency personnel need access to all areas. If you encounter a good deal of smoke or fire, use your secondary exit. If a secondary exit is not available, keep low or crawl to find better air. If you encounter a closed door, stay as close to the ground as possible. Not only will you be able to see better, there is more oxygen.

Step Three: After leaving the building, proceed to your designated evacuation assembly area.

Earthquake Procedure

Step One: Remain Calm; protect yourself from falling objects and broken glass by getting under a desk or table. Face AWAY from windows. DO NOT attempt to run out of the room or building. Most earthquake injuries are from falling objects or flying glass just outside building.

Step Two: After an earthquake is over and it is safe to come out from under the table, carefully evacuate the building. Stay away from windows or at least when passing by large windows proceed as if they are broken and may fall inwards on you.

Ensure you evacuate the building after the earthquake. Natural gas or hazardous materials could be leaking and not be readily apparent to you.

प्रदर्शित करें कि आपातकालीन स्थिति के मामले में कार्यस्थल को कैसे खाली किया जाए

इमारत में रहने वालों को कानून द्वारा इमारत को खाली करने की आवश्यकता होती है जब आग अलार्म लगता है या जब आपातकालीन उत्तरदाताओं द्वारा ऐसा करने के लिए निर्देशित किया जाता है।

एक आग अलार्म या अन्य निकासी अलार्म की आवाज़ पर, सभी इमारत में रहने वाले तुरंत इमारत छोड़ देंगे और आपके आपातकालीन निकासी असेंबली क्षेत्र में आगे बढ़ेंगे। रहने वालों को केवल तभी लौटने की अनुमति दी जाएगी जब इमारत को आपातकालीन उत्तरदाताओं द्वारा सुरक्षित घोषित किया गया हो।

अपने भवन या कार्य क्षेत्र को खाली करते समय:

शांत रहें। जल्दबाजी या घबराएं नहीं।

अपने काम को सुरक्षित रूप से रोकें।

यदि ऐसा करना सुरक्षित है तो अपने व्यक्तिगत सामान को इकट्ठा करें। यदि संभव हो तो पर्चे की दवाएं, चाबियाँ, पर्स, चश्मा आदि अपने साथ लें क्योंकि यह इमारत में वापस जाने की अनुमति देने से कुछ घंटे पहले हो सकता है।

यदि सुरक्षित है, तो अपने कार्यालय के दरवाजे और खिड़की को बंद करें, लेकिन उन्हें लॉक न करें।

निकटतम सुरक्षित सीढ़ियों का उपयोग करें और निकटतम निकास के लिए आगे बढ़ें। लिफ्ट का उपयोग न करें।

निर्दिष्ट आपातकालीन निकासी असेंबली क्षेत्र में आगे बढ़ें।

आपातकालीन उत्तरदाताओं के निर्देशों की प्रतीक्षा करें।

इमारत या कार्य क्षेत्र में फिर से प्रवेश न करें जब तक कि आपको आपातकालीन उत्तरदाताओं द्वारा ऐसा करने का निर्देश नहीं दिया जाता है।

आग लगने की प्रक्रिया

क्या आपको आग लगनी चाहिए या हमारी इमारतों में महत्वपूर्ण धुआं मिलता है, कृपया निम्नलिखित करें।



चरण एक: आपातकालीन कर्मियों को आग / धुएं की रिपोर्ट करें। निकटतम फायर अलार्म पुल स्टेशन का पता लगाएं और अलार्म खींचें। बाद में आपातकालीन प्रेषण की पुष्टि करने के लिए एक सुरक्षित स्थान से 911 पर कॉल करें अलार्म है और आग पर अतिरिक्त विवरण प्रदान करता है। आपको हमेशा पहले फायर अलार्म खींचना चाहिए और फिर 911 पर कॉल करना

चाहिए ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि इमारत में रहने वालों को इमारत खाली करने के लिए नोटिस मिले।

चरण दो: निकटतम सुरक्षित निकास के माध्यम से तुरंत इमारत को खाली करें। यदि सुलभ है, लेकिन केवल तभी सुलभ है, तो कुंजी, पर्स और वॉलेट जैसे महत्वपूर्ण व्यक्तिगत वस्तुओं को जल्दी से पकड़ो। इससे पहले कि आप इमारत में फिर से प्रवेश कर सकें, यह कई घंटे हो सकता है। सामग्री को बचाने के प्रयास में समय न बिताएं - आपका जीवन अधिक महत्वपूर्ण है। सुनिश्चित करें कि दरवाजे आपके पीछे बंद हों लेकिन दरवाजे बंद न करें। आपातकालीन कर्मियों को सभी क्षेत्रों तक पहुंच की आवश्यकता होती है। यदि आप धुएं या आग का एक अच्छा सौदा का सामना करते हैं, तो अपने माध्यमिक निकास का उपयोग करें यदि एक माध्यमिक निकास उपलब्ध नहीं है, तो बेहतर हवा खोजने के लिए कम रखें या क्रॉल करें। यदि आप एक बंद दरवाजे का सामना करते हैं, तो जितना संभव हो उतना जमीन के करीब रहें। न केवल आप बेहतर देख पाएंगे, ऑक्सीजन अधिक है

चरण तीन: इमारत छोड़ने के बाद, अपने निर्दिष्ट निकासी असेंबली क्षेत्र में आगे बढ़ें।

भूकंप की प्रक्रिया

चरण एक: शांत रहें; एक डेस्क या टेबल के नीचे होकर गिरने वाली वस्तुओं और टूटे हुए कांच से खुद को बचाएं। खिड़कियों से दूर चेहरा। कमरे या इमारत से बाहर निकलने का प्रयास न करें। अधिकांश भूकंप की चोटें गिरने वाली वस्तुओं या इमारत के बाहर उड़ने वाले कांच से होती हैं।

चरण दो: भूकंप खत्म होने के बाद और मेज के नीचे से बाहर आना सुरक्षित है, ध्यान से इमारत को खाली करें। खिड़कियों से दूर रहें या कम से कम बड़ी खिड़कियों से गुजरते समय आगे बढ़ें जैसे कि वे टूट गए हैं और आप पर अंदर की ओर गिर सकते हैं।

सुनिश्चित करें कि आप भूकंप के बाद इमारत को खाली कर देते हैं। प्राकृतिक गैस या खतरनाक सामग्री लीक हो सकती है और आपके लिए आसानी से स्पष्ट नहीं हो सकती है।



Demonstrate the correct way of washing hands using soap and water

Washing your hands is easy, and it's one of the most effective ways to prevent the spread of germs. Clean hands can help stop germs from spreading from one person to another and in our communities—including your home, workplace, schools, and childcare facilities.

Follow these five steps every time.

Wash Your Hands English image

Wet your hands with clean, running water (warm or cold), turn off the tap, and apply soap.

Lather your hands by rubbing them together with the soap. Lather the backs of your hands, between your fingers, and under your nails.

Scrub your hands for at least 20 seconds. Need a timer? Hum the “Happy Birthday” song from beginning to end twice.

Rinse your hands well under clean, running water.

Dry your hands using a clean towel or air dry them.



साबुन और पानी का उपयोग करके हाथ धोने का सही तरीका प्रदर्शित करें

अपने हाथों को धोना आसान है, और यह कीटाणुओं के प्रसार को रोकने के सबसे प्रभावी तरीकों में से एक है। साफ हाथ कीटाणुओं को एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति और हमारे समुदायों में फैलने से रोकने में मदद कर सकते हैं- जिसमें आपके घर, कार्यस्थल, स्कूल और चाइल्डकैअर सुविधाएं शामिल हैं।

हर बार इन पांच चरणों का पालन करें।

अपने हाथ धोएं अंग्रेजी छवि

अपने हाथों को साफ, बहते पानी (गर्म या ठंडा) से गीला करें, नल को बंद कर दें, और साबुन लगाएं।

अपने हाथों को साबुन के साथ एक साथ रगड़कर लें। अपने हाथों की पीठ, अपनी उंगलियों के बीच, और अपने नाखूनों के नीचे लेदर करें।

अपने हाथों को कम से कम 20 सेकंड के लिए स्क्रब करें। टाइमर की आवश्यकता है? "हैप्पी बर्थडे" गीत को शुरू से अंत तक दो बार गुनगुनाएं।

अपने हाथों को साफ, बहते पानी के नीचे अच्छी तरह से कुल्लाएं।

Display the correct way of sanitizing hands using alcohol-based hand rubs.

1. Make sure all organic matter is removed from hands.
2. All visible organic matter (for example: dirt) must be removed from hands prior to applying waterless hand sanitizer.
3. Apply a dime sized amount of waterless hand sanitizer to the palm of one hand or use a waterless hand sanitizer wipe.
4. Rub hands together covering all surfaces of hands and fingers.
5. Rub until waterless hand sanitizer is absorbed.

अल्कोहल-आधारित हैंड रब्स का उपयोग करके हाथों को सैनिटाइज करने का सही तरीका प्रदर्शित करें।

1. सुनिश्चित करें कि सभी कार्बनिक पदार्थ हाथों से हटा दिए गए हैं।
2. निविड़ अंधकार हैंड सैनिटाइजर लगाने से पहले सभी दृश्यमान कार्बनिक पदार्थ (उदाहरण के लिए: गंदगी) को हाथों से हटा दिया जाना चाहिए।
3. एक हाथ की हथेली पर वाटरलेस हैंड सैनिटाइजर की डाइम आकार की मात्रा लागू करें या बिना पानी के हैंड सैनिटाइजर वाइप का उपयोग करें।

4. हाथों और उंगलियों की सभी सतहों को कवर करते हुए हाथों को एक साथ रगड़ें।
5. जब तक निर्जल हैंड सैनिटाइज़र अवशोषित न हो जाए तब तक रगड़ें।



Prepare a list of relevant hotline/emergency numbers.

Four most important emergency numbers:

NATIONAL EMERGENCY NUMBER-112

POLICE-100

FIRE-101

AMBULANCE-102

The other list of emergency numbers

- Disaster Management Services-108
- Women Helpline-1091
- Women Helpline - Domestic Abuse-181
- Air Ambulance-9540161344
- Aids Helpline-1097
- Anti Poison New Delhi -1066 or 011-1066

- Disaster Management N.D.M.A 011-26701728-1078
- EARTHQUAKE / FLOOD / DISASTER N.D.R.F: 011-24363260
- Deputy Commissioner Of Police - Missing Child And Women: 1094
- Railway Enquiry: 139
- Senior Citizen Helpline: 1091/ 1291
- Medical Helpline in Andhra Pradesh, Gujarat, Uttarakhand, Goa, Tamil Nadu, Rajasthan, Karnataka, Assam, Meghalaya, MP and UP- 108
- Railway Accident Emergency Service:1072
- Road Accident Emergency Service:1073
- Road Accident Emergency Service On National Highway For Private Operators:1033
- ORBO Centre, AIIMS (For Donation Of Organ) Delhi: 1060
- Call Centre: 1551
- Relief Commissioner For Natural Calamities: 1070
- Children In Difficult Situation: 1098
- Central Vigilance Commission: 1964
- Tourist Helpline: 1363 or 1800111363
- LPG Leak Helpline: 1906

प्रासंगिक हॉटलाइन / आपातकालीन नंबरों की एक सूची तैयार करें।

चार सबसे महत्वपूर्ण आपातकालीन नंबर:

राष्ट्रीय आपातकालीन नंबर -112

पुलिस-100

आग -101

एम्बुलेंस-102

आपातकालीन नंबरों की दूसरी सूची

- आपदा प्रबंधन सेवाएं -108
- महिला हेल्पलाइन-1091
- महिला हेल्पलाइन - घरेलू दुर्व्यवहार -181
- एयर एम्बुलेंस-9540161344
- एड्स हेल्पलाइन-1097
- एंटी पॉइज़न नई दिल्ली -1066 या 011-1066

- आपदा प्रबंधन एन.डी.एम.ए. 011-26701728-1078
- भूकंप / बाढ़ / आपदा एनडीआरएफ: 011-24363260
- पुलिस उपायुक्त - लापता बच्चा और महिलाएं: 1094
- रेलवे पूछताछ: 139
- वरिष्ठ नागरिक हेल्पलाइन: 1091/
- आंध्र प्रदेश, गुजरात, उत्तराखंड, गोवा, तमिलनाडु, राजस्थान, कर्नाटक, असम, मेघालय, एमपी और यूपी में मेडिकल हेल्पलाइन- 108
- रेलवे दुर्घटना आपातकालीन सेवा: 1072
- सड़क दुर्घटना आपातकालीन सेवा: 1073
- निजी ऑपरेटरों के लिए राष्ट्रीय राजमार्ग पर सड़क दुर्घटना आपातकालीन सेवा: 1033
- ओआरबीओ सेंटर, एम्स (अंग दान के लिए) दिल्ली: 1060
- कॉल सेंटर: 1551
- प्राकृतिक आपदाओं के लिए राहत आयुक्त: 1070
- कठिन स्थिति में बच्चे: 1098
- केंद्रीय सतर्कता आयोग: 1964
- पर्यटक हेल्पलाइन: 1363 या 1800111363
- एलपीजी लीक हेल्पलाइन: 1906

Unit - 3

Optimize Resource Utilization

संसाधन उपयोग ऑप्टिमाइज़ करें

Learning objective :-

- Explain the ways to optimize usage of resources, especially water.

संसाधनों, विशेष रूप से पानी के उपयोग को अनुकूलित करने के तरीकों की व्याख्या करें।

- State the importance of conserving electricity and using prevalent energy efficient devices.

बिजली के संरक्षण और प्रचलित ऊर्जा कुशल उपकरणों का उपयोग करने के महत्व को बताएं।

- List the different categories of waste viz. dry, wet, recyclable, non-recyclable, etc.

अपशिष्ट की विभिन्न श्रेणियों जैसे कि सूखा, गीला, पुनर्नवीनीकरण योग्य, गैर-पुनर्नवीनीकरण, आदि को सूचीबद्ध करें

- Differentiate between recyclable and nonrecyclable waste for the purpose of segregation

● पृथक्करण के उद्देश्य के लिए पुनर्नवीनीकरण और गैर-रिसाइकलेबल अपशिष्ट के बीच अंतर

- State the importance of using appropriate colour dustbins for different types of waste.

विभिन्न प्रकार के कचरे के लिए उपयुक्त रंगीन डस्टबिन का उपयोग करने के महत्व को बताएं।

- Discuss various methods of waste management.

अपशिष्ट प्रबंधन के विभिन्न तरीकों पर चर्चा करें।

- Describe the significance of greening

हरियाली के महत्व का वर्णन करें

- Discuss the common sources of pollution and ways to minimize it.

प्रदूषण के सामान्य स्रोतों और इसे कम करने के तरीकों पर चर्चा करें।

Explain the ways to optimize usage of resources, especially water. संसाधनों, विशेष रूप से पानी के उपयोग को अनुकूलित करने के तरीकों की व्याख्या करें।

The new concept for optimization within the water resources master plan is the main topic of this paper. The proposed concept consists of using optimization in the two major phases of the complex procedure of master plan formulation. Optimization is first used for evaluating the possibilities of a multipurpose reservoir. This problem is solved when determining the water resources available for satisfying the water demand. This type of analysis is not often used in water resources analysis but it is found to be very useful at this stage of the master plan formulation. A single objective stochastic optimization algorithm, having a specific form of the objective function, is recommended for the solution of this problem.

The second phase which includes optimization, deals with the ranking of the alternative solutions for satisfying the water demand with the available water resources system boundaries. The multiobjective optimization is used for determining the optimal rank. The number of relevant objectives in this ranking process includes: i) cost minimization (capital and O&M); ii) maximization of energy production; iii) minimization of land expropriation; iv) water quality protection; v) environmental protection; vi) environmental protection; vi) social Impact; vii) inter republic cooperation; and viii) possibility of successive capacity expansion.

The experience used so far for the development of master plans for big regions In Yugoslavia is now being compared and evaluated as opposed to the new concept used for developing the master plans for the Republic of Serbia, and the Drava and Danube catchments in the Republic of Croatia.

जल संसाधन मास्टर प्लान के भीतर अनुकूलन के लिए नई अवधारणा इस पेपर का मुख्य विषय है। प्रस्तावित अवधारणा में मास्टर प्लान फॉर्मूलेशन की जटिल प्रक्रिया के दो प्रमुख चरणों में अनुकूलन का उपयोग करना शामिल है। अनुकूलन का उपयोग पहले एक बहुउद्देशीय जलाशय की संभावनाओं का मूल्यांकन करने के लिए किया जाता है। पानी की मांग को पूरा करने के लिए उपलब्ध जल संसाधनों का निर्धारण करते समय इस समस्या का समाधान किया जाता है। इस प्रकार के विश्लेषण का उपयोग अक्सर जल संसाधनों में नहीं किया जाता है

दूसरा चरण जिसमें अनुकूलन शामिल है, उपलब्ध जल संसाधन प्रणाली सीमाओं के साथ पानी की मांग को पूरा करने के लिए वैकल्पिक समाधानों की रैंकिंग से संबंधित है। Multiojective अनुकूलन इष्टतम रैंक determining के लिए प्रयोग किया जाता है। इस रैंकिंग प्रक्रिया में प्रासंगिक उद्देश्यों की संख्या में शामिल हैं: i) लागत न्यूनीकरण (पूँजी और ओ एंड एम); ii) ऊर्जा उत्पादन का अधिकतमीकरण; (iii) भूमि जब्ती को कम करना; iv) जल गुणवत्ता संरक्षण;

बड़े क्षेत्रों के लिए मास्टर प्लान के विकास के लिए अब तक उपयोग किए जाने वाले अनुभव यूगोस्लाविया में अब सर्बिया गणराज्य के लिए मास्टर प्लान विकसित करने के लिए उपयोग की जाने वाली नई अवधारणा के विपरीत तुलना और मूल्यांकन किया जा रहा है, और क्रोएशिया गणराज्य में ड्रावा और डेन्यूब कैचमेंट।

State the importance of conserving electricity and using prevalent energy efficient devices. Energy is essential for most of the activities of modern society. Its use or consumption is generally taken as an index of standard of living. We use energy as firewood, fossil fuels, and electricity to make our lives comfortable and convenient.

बिजली के संरक्षण और प्रचलित ऊर्जा कुशल उपकरणों का उपयोग करने के महत्व को बताएं।

आधुनिक समाज की अधिकांश गतिविधियों के लिये ऊर्जा अत्यंत आवश्यक है। इसके उपयोग या उपभोग को सामान्यतः जीवन स्तर के सूचकांक के रूप में लिया जाता है।

हम ऊर्जा को जलावन की लकड़ी, जीवाश्म ईंधन, एवं विद्युत के रूप में उपयोग करते हैं जिससे हमारा जीवन आरामदायक और सुविधाजनक बनता है।

List the different categories of waste viz. dry, wet, recyclable, non-recyclable, etc.

अपशिष्ट की विभिन्न श्रेणियों जैसे कि सूखा, गीला, पुनर्नवीनीकरण योग्य, गैर-पुनर्नवीनीकरण, आदि को सूचीबद्ध करें

Weeds- Wet Waste
Vegetable Peels- Wet Waste
Used Tooth Brush- Dry Waste
Used Tea Bags-Wet Waste
Used Syringes'- Sanitary Waste
Used Sanitary Pads- Sanitary Waste
Used Sanitary Cloths- Sanitary Waste
Used Razor Blades - Dry Waste
Used Razor- Dry Waste
Used Pieces of
Aluminium Foils- Dry Waste
Used Paper Pieces- Dry Waste
Used Oils- Wet Waste
Used Odonil Hazardous Household- Waste
Used Mop Cloth- Dry Waste
Used Leaves & Flowers
from Puja- Wet Waste
Used Cotton & Bandage- Sanitary Waste
Used Cooking Oil- Hazardous Household Waste
Used Condoms- Sanitary Waste

अपशिष्ट की विभिन्न श्रेणियों जैसे कि सूखा, गीला, पुनर्नवीनीकरण योग्य, गैर-पुनर्नवीनीकरण, आदि को सूचीबद्ध करें

खरपतवार- गीला अपशिष्ट
सब्जियों के छिलके- गीला कचरा
इस्तेमाल किया दाँत ब्रश- शुष्क अपशिष्ट
इस्तेमाल किया चाय बैग गीला अपशिष्ट
इस्तेमाल किया सिरिंज '- सैनिटरी अपशिष्ट

इस्तेमाल किए गए सैनिटरी पैड- सैनिटरी वेस्ट
इस्तेमाल किए गए सैनिटरी कपड़े- सैनिटरी वेस्ट
इस्तेमाल रेजर ब्लेड - सूखी अपशिष्ट
प्रयुक्त रेजर- सूखा अपशिष्ट
के इस्तेमाल टुकड़े
एल्यूमीनियम पन्नीयों - सूखा अपशिष्ट
प्रयुक्त कागज के टुकड़े- सूखा अपशिष्ट
प्रयुक्त तेल- गीला अपशिष्ट
इस्तेमाल किया Odonil खतरनाक घरेलू- अपशिष्ट
इस्तेमाल किया मोप कपड़ा- सूखा अपशिष्ट
प्रयुक्त पत्तियाँ और फूल
पूजा से- गीला अपशिष्ट
इस्तेमाल किया कपास और पट्टी- सैनिटरी अपशिष्ट
इस्तेमाल किया खाना पकाने का तेल - खतरनाक घरेलू अपशिष्ट
इस्तेमाल किए गए कंडोम- सैनिटरी वेस्ट

Differentiate between recyclable and nonrecyclable waste for the purpose of segregation

Recyclable resources are those substances that can be reused in any form again and again after use.

Non recyclable substances include all those which cannot be used again and again.

90% of toys for example are made from plastics that are not recyclable

The purpose of waste segregation is to recycle the dry waste easily and to use wet waste as fertilizer for growing plants called composting. Segregating waste also makes it easier to apply different processes like composting, recycling and incineration that can be applied to different kinds of waste.

पृथक्करण के उद्देश्य के लिए पुनर्नवीनीकरण और गैर-रिसाइकलेबल अपशिष्ट के बीच अंतर

Recyclable Resources वे पदार्थ हैं जिन्हें उपयोग के बाद बार-बार किसी भी रूप में पुनः उपयोग किया जा सकता है।

गैर-पुनर्नवीनीकरण योग्य पदार्थों में वे सभी शामिल हैं जिनका उपयोग बार-बार नहीं किया जा सकता है।

उदाहरण के लिए 90% खिलौने प्लास्टिक से बने होते हैं जो पुनर्नवीनीकरण योग्य नहीं होते हैं

अपशिष्ट पृथक्करण का उद्देश्य सूखे कचरे को आसानी से रीसायकल करना और बढ़ते पौधों के लिए उर्वरक के रूप में गीले कचरे का उपयोग करना है जिसे कम्पोस्टिंग कहा जाता है। कचरे को अलग करने से खाद, रीसाइक्लिंग और भस्मीकरण जैसी विभिन्न प्रक्रियाओं को लागू करना भी आसान हो जाता है जिन्हें विभिन्न प्रकार के कचरे पर लागू किया जा सकता है।

State the importance of using appropriate colour dustbins for different types of waste.

Green dustbin: It is used for disposal of biodegradable waste.

Blue dustbin: It is used for disposal of non-biodegradable waste.

Green bins contain the waste that is biodegradable, or compostable material that can be converted to manure to divert waste from landfills.

- Material that can be put in a green bin: Fruits, vegetables, flowers and papers etc.
- The material in the green bin transforms them into simpler units and we can use them as manures, fertilizers, compost and biogas. This serves as safe disposal of household waste in green bins.
- The material in the green bin only pollutes the environment when they are in excess amounts.
- The waste generates a lot of organisms around it. These organisms can function as vectors to transfer diseases.
- The waste present in green bins can generate bad odour.

- This waste serves as breeding ground for mosquitoes.
- The waste in the green bin is safe as this waste is nontoxic.

Blue bins contain the waste that is non-biodegradable. This bin contains all the materials that are needed to be recycled.

- Materials that can be put in blue bin: -
- Plastic, polystyrene, metal, chemicals, aluminium cans and so on.
- The microorganisms that break it down can cause disease and produce harmful gases. The materials present in blue bins can harm the environment by causing pollution when not disposed of properly.

विभिन्न प्रकार के कचरे के लिए उपयुक्त रंगीन डस्टबिन का उपयोग करने के महत्व को बताएं।

ग्रीन डस्टबिन: इसका उपयोग बायोडिग्रेडेबल कचरे के निपटान के लिए किया जाता है।

नीला डस्टबिन: इसका उपयोग गैर-बायोडिग्रेडेबल कचरे के निपटान के लिए किया जाता है।

हरे डिब्बे में वह अपशिष्ट होता है जो बायोडिग्रेडेबल होता है, या कंपोस्टेबल सामग्री जिसे लैंडफिल से अपशिष्ट को मोड़ने के लिए खाद में परिवर्तित किया जा सकता है।

- सामग्री है कि एक हरे बिन में रखा जा सकता है: फल, सब्जियां, फूल और कागजात आदि

हरे रंग के डिब्बे में सामग्री उन्हें सरल इकाइयों में बदल देती है और हम उन्हें खाद, उर्वरक, खाद और बायोगैस के रूप में उपयोग कर सकते हैं। यह हरे डिब्बे में घरेलू कचरे के सुरक्षित निपटान के रूप में कार्य करता है।

- हरे रंग के डिब्बे में मौजूद सामग्री केवल पर्यावरण को प्रदूषित करती है जब वे अधिक मात्रा में होते हैं।

- अपशिष्ट इसके चारों ओर बहुत सारे जीव पैदा करता है। ये जीव रोगों को स्थानांतरित करने के लिए वैक्टर के रूप में कार्य कर सकते हैं।

- हरे डिब्बे में मौजूद कचरे से बुरी गंध उत्पन्न हो सकती है।

- यह कचरा मच्छरों के लिए प्रजनन स्थल के रूप में कार्य करता है।

- हरे रंग के डिब्बे में कचरा सुरक्षित है क्योंकि यह अपशिष्ट नॉनटॉक्सिक है।

नीले डिब्बे में अपशिष्ट होता है जो गैर-बायोडिग्रेडेबल होता है। इस बिन में वे सभी सामग्री शामिल हैं जिन्हें पुनर्नवीनीकरण करने की आवश्यकता होती है।

- सामग्री है कि नीले बिन में रखा जा सकता है: -
- प्लास्टिक, polystyrene, धातु, रसायनों, एल्यूमीनियम के डिब्बे और इतने पर।
- इसे तोड़ने वाले सूक्ष्मजीव बीमारी का कारण बन सकते हैं और हानिकारक गैसों का उत्पादन कर सकते हैं। में मौजूद सामग्री नीले डिब्बे प्रदूषण पैदा करके पर्यावरण को नुकसान पहुंचा सकते हैं जब ठीक से निपटाया नहीं जाता है।



Discuss various methods of waste management.

In order to keep as much material out of the landfill as possible, it's important for each of us to do our part. One of the ways to put that plan into action is through the 3 Rs of waste management – **Reduce, Reuse, Recycle**.

Reduce means to cut back on the amount of trash we generate.

Reuse means to find new ways to use things that otherwise would have been thrown out.

Recycle means to turn something old and useless (like plastic milk jugs) into something new and useful (like picnic benches, playground equipment and recycling bins).

Reduce

Reducing is simply creating less waste. It's the best method for keeping the environment clean, so it's the first of the 3 Rs. By reducing, you stop the problem at the source. Making less waste to begin with means there's less waste to clean up. Here are some easy ways you can reduce the amount of waste you make:

Pack your lunch in a lunchbox. Paper and plastic bags create a huge amount of waste – and plastic bags take hundreds of years to decompose. Try a durable lunchbox or reusable lunch bag instead. Ditto for what goes inside your lunchbox. Instead of plastic baggies, try reusable containers.

Reuse

Reusing is taking old or unwanted items you might otherwise throw away and finding a new use for them. There are all sorts of ways you can reuse items to help reduce your trash footprint:

Clean out your closet. Maybe your size has changed. Maybe your tastes have changed. Instead of throwing away clothes you don't want anymore, give them to someone who will want them. If you have a box of toddler clothes, for example, and your "baby" is now in grade school, give the clothes to a friend with a young child. You can also donate your clothes to any number of

charitable organizations – they give your clothes a good home, you get a nice tax deduction.

Recycle

Recycling is the last – and most commonly used – of the 3 Rs. Recycling is changing discarded materials into new products in order to avoid using more virgin resources.

Corrugated cardboard, milk jug style containers, newspaper and inserts, and tin and aluminum cans can all go in your Rogue Disposal & Recycling red-lid cart to be recycled. But what happens to those items down the road?

अपशिष्ट प्रबंधन के विभिन्न तरीकों पर चर्चा करें।

लैंडफिल से जितना संभव हो उतना अधिक सामग्री रखने के लिए, हम में से प्रत्येक के लिए अपना हिस्सा करना महत्वपूर्ण है। उस योजना को कार्रवाई में लाने के तरीकों में से एक अपशिष्ट प्रबंधन के 3 रुपये के माध्यम से है - कम करें, पुनः उपयोग करें, रीसायकल करें।

कम करने का मतलब है कि हमारे द्वारा उत्पन्न कचरे की मात्रा में कटौती करना।

पुनः उपयोग का अर्थ है उन चीजों का उपयोग करने के नए तरीके खोजना जो अन्यथा बाहर फेंक दिए गए होते।

रीसायकल का अर्थ है कुछ पुराने और बेकार (जैसे प्लास्टिक दूध के जग) को कुछ नए और उपयोगी (जैसे पिकनिक बेंच, खेल के मैदान के उपकरण और रीसाइक्लिंग डिब्बे) में बदलना।

Reduce

Reduce बस कम अपशिष्ट पैदा करना है। यह पर्यावरण को साफ रखने के लिए सबसे अच्छा तरीका है, इसलिए यह 3 रुपये में से पहला है। कम करके, आप स्रोत पर समस्या को रोकते हैं। शुरू करने के लिए कम अपशिष्ट बनाने का मतलब है कि साफ करने के लिए कम अपशिष्ट है। यहां कुछ आसान तरीके दिए गए हैं जिनसे आप अपने द्वारा किए जाने वाले कचरे की मात्रा को कम कर सकते हैं:

अपने दोपहर के भोजन को लंचबॉक्स में पैक करें। कागज और प्लास्टिक बैग कचरे की एक बड़ी मात्रा बनाते हैं - और प्लास्टिक की थैलियों को विघटित होने में सैकड़ों साल लगते हैं।

Reuse

पुनः उपयोग पुरानी या अवांछित वस्तुओं को ले रहा है जिन्हें आप अन्यथा फेंक सकते हैं और उनके लिए एक नया उपयोग पा सकते हैं। अपने ट्रेश पदचिह्न को कम करने में मदद करने के लिए आप आइटम्स का पुनः उपयोग करने के सभी प्रकार के तरीके हैं:

अपनी कोठरी को साफ करें। हो सकता है कि आपका आकार बदल गया हो। हो सकता है कि आपका स्वाद बदल गया हो। उन कपड़ों को फेंकने के बजाय जिन्हें आप अब और नहीं चाहते हैं, उन्हें किसी ऐसे व्यक्ति को दें जो उन्हें चाहता है। यदि आपके पास बच्चा कपड़ों का एक बॉक्स है, उदाहरण के लिए, और आपका "बच्चा" अब ग्रेड स्कूल में है, तो कपड़े को एक दोस्त को दें एक छोटा बच्चा। आप अपने कपड़ों को किसी भी संख्या में धर्मार्थ संगठनों को भी दान कर सकते हैं - वे आपके कपड़ों को एक अच्छा घर देते हैं, आपको एक अच्छा कर कटौती मिलती है।

Recycle

रीसाइक्लिंग अंतिम है - और सबसे अधिक उपयोग किया जाता है - 3 रुपये का रीसाइक्लिंग अधिक कुंवारी संसाधनों का उपयोग करने से बचने के लिए छोड़ी गई सामग्रियों को नए उत्पादों में बदल रहा है।

नालीदार कार्डबोर्ड, दूध जग शैली कंटेनर, समाचार पत्र और आवेषण, और टिन और एल्यूमीनियम के डिब्बे सभी आपके दुष्ट निपटान और रीसाइक्लिंग लाल ढक्कन गाड़ी में पुनर्नवीनीकरण करने के लिए जा सकते हैं। लेकिन सड़क के नीचे उन वस्तुओं का क्या होता है?

Describe the significance of greening

Economic benefits of going green

A significant economic benefit of going green is that it helps lower costs and save money. The use of renewable energy helps reduce energy consumption, which in turn helps save money spent on electricity bills (which is a benefit to the individual).

Health benefits of going green

Going green has collective benefits for our health. It reduces dependency on fossil fuels and other depleting resources. Organic farming boosts the economy and means that we can eat local, organic, and seasonal produce which is much better for our health.

Environmental benefits of going green

In addition to the health and economic benefits already mentioned, going green has numerous environmental benefits. Going green through organic farming leads to responsible farming practices and land use.

हरियाली के महत्व का वर्णन करें

हरे रंग में जाने के आर्थिक लाभ

हरे रंग में जाने का एक महत्वपूर्ण आर्थिक लाभ यह है कि यह लागत को कम करने और पैसे बचाने में मदद करता है। नवीकरणीय ऊर्जा का उपयोग ऊर्जा की खपत को कम करने में मदद करता है, जो बदले में बिजली के बिलों पर खर्च किए गए पैसे को बचाने में मदद करता है (जो व्यक्ति के लिए एक लाभ है)।

हरे रंग में जाने के स्वास्थ्य लाभ

हरे रंग में जाने से हमारे स्वास्थ्य के लिए सामूहिक लाभ होता है। यह जीवाश्म ईंधन और अन्य घटते संसाधनों पर निर्भरता को कम करता है। जैविक खेती अर्थव्यवस्था को बढ़ावा देती है और इसका मतलब है कि हम स्थानीय, जैविक और मौसमी उपज खा सकते हैं जो हमारे स्वास्थ्य के लिए बहुत बेहतर है।

हरे रंग में जाने के पर्यावरणीय लाभ

पहले से ही उल्लिखित स्वास्थ्य और आर्थिक लाभों के अलावा, हरे रंग में जाने से कई पर्यावरणीय लाभ हैं। जैविक खेती के माध्यम से हरे रंग में जाने से जिम्मेदार खेती प्रथाओं और भूमि उपयोग की ओर जाता है।

Discuss the common sources of pollution and ways to minimize it.

Environmental pollution is the result of human activity and development that occurs when physical, biological and chemical agents are released to the environment in such quantities that the pollution adversely affects human health and damages the environment.

Pollution can be classified by its physical nature, by its source, by its recipient, by the sector affected or by its effects.

Pollution may be in the form of a gas, liquid, solid or energy.

Sources of pollution may be point sources, which are easily identified, or non-point sources, where the pollution comes from diffuse sources that are not easy to pinpoint.

There are different types of pollution: water pollution, air pollution, solid waste pollution and noise pollution. All of these can be found in urban areas.

The main sources of pollution are household activities, factories, agriculture and transport.

Once they have been released into the environment, the concentration of some pollutants is reduced by dispersion, dilution, deposition or degradation.

Water can be contaminated by physical pollutants (solid material), biological pollutants (such as bacteria that cause waterborne diseases), and many different chemical pollutants.

Air pollution can be caused by gases or solid particulates.

Soil pollution is linked to groundwater pollution. Solid waste can produce highly polluting leachate which contaminates soil groundwater.

प्रदूषण के सामान्य स्रोतों और इसे कम करने के तरीकों पर चर्चा करें।

पर्यावरण प्रदूषण मानव गतिविधि और विकास का परिणाम है जो तब होता है जब भौतिक, जैविक और रासायनिक एजेंटों को पर्यावरण में इतनी मात्रा में जारी किया जाता है कि प्रदूषण मानव स्वास्थ्य को प्रतिकूल रूप से प्रभावित करता है और पर्यावरण को नुकसान पहुंचाता है।

प्रदूषण को इसकी भौतिक प्रकृति, इसके स्रोत, इसके प्राप्तकर्ता द्वारा, प्रभावित क्षेत्र द्वारा या इसके प्रभावों से वर्गीकृत किया जा सकता है।

प्रदूषण गैस, तरल, ठोस या ऊर्जा के रूप में हो सकता है।

प्रदूषण के स्रोत बिंदु स्रोत हो सकते हैं, जिन्हें आसानी से पहचाना जा सकता है, या गैर-बिंदु स्रोत, जहां प्रदूषण फैलाने वाले स्रोतों से आता है जिन्हें इंगित करना आसान नहीं है।

प्रदूषण के विभिन्न प्रकार हैं: जल प्रदूषण, वायु प्रदूषण, ठोस अपशिष्ट प्रदूषण और ध्वनि प्रदूषण। ये सभी शहरी क्षेत्रों में पाए जा सकते हैं।

प्रदूषण के मुख्य स्रोत घरेलू गतिविधियां, कारखाने, कृषि और परिवहन हैं।

एक बार जब उन्हें पर्यावरण में छोड़ दिया जाता है, तो कुछ प्रदूषकों की एकाग्रता फैलाव, कमजोर पड़ने, जमाव या गिरावट से कम हो जाती है।

पानी भौतिक प्रदूषकों (ठोस सामग्री), जैविक प्रदूषकों (जैसे कि बैक्टीरिया जो जलजनित बीमारियों का कारण बनता है) और कई अलग-अलग रासायनिक प्रदूषकों द्वारा दूषित हो सकता है।

वायु प्रदूषण गैसों या ठोस कणों के कारण हो सकता है।

मृदा प्रदूषण भूजल प्रदूषण से जुड़ा हुआ है। ठोस अपशिष्ट अत्यधिक प्रदूषणकारी लीचेट का उत्पादन कर सकता है जो मिट्टी के भूजल को दूषित करता है।



UNIT – 4

Communicate Effectively and Efficiently

प्रभावी ढंग से और कुशलतासे संवाद करें

Learning objective :-

- Explain the organizational structure protocol for communicating with colleagues, customers and others so as to establish good relationships with them

सहकर्मियों, ग्राहकों और अन्य लोगों के साथ संवाद करने के लिए संगठनात्मक संरचना प्रोटोकॉल की व्याख्या करें ताकि उनके साथ अच्छे संबंध स्थापित किए जा सकें

- Outline the different departments of the organization for coordination

समन्वय के लिए संगठन के विभिन्न विभागों की रूपरेखा तैयार करें

- Discuss the ways to adjust the communication styles to reflect sensitivity towards gender and persons with disability (PwD).

लिंग और विकलांग व्यक्तियों (पीडब्ल्यूडी) के प्रति संवेदनशीलता को प्रतिबिंबित करने के लिए संचार शैलियों को समायोजित करने के तरीकों पर चर्चा करें।

- Explain the importance of presenting oneself well while dealing/interacting with others and maintaining personal hygiene.

दूसरों के साथ व्यवहार / बातचीत करते समय और व्यक्तिगत स्वच्छता बनाए रखने के दौरान खुद को अच्छी तरह से प्रस्तुत करने के महत्व को समझाएं

- State the procedure to receive work instructions and report problems/challenges out of one's scope to the supervisor

कार्य निर्देश प्राप्त करने और पर्यवेक्षक को किसी के दायरे से बाहर समस्याओं / चुनौतियों की रिपोर्ट करने की प्रक्रिया बताएं।

- List the various organizational policies and procedures to be followed at the workplace w.r.t. verbal and written communication.

कार्यस्थल पर पालन की जाने वाली विभिन्न संगठनात्मक नीतियों और प्रक्रियाओं को सूचीबद्ध करें w.r.t. मौखिक और लिखित संचार।

- Discuss the importance of feedback received from customer/manager

ग्राहक / प्रबंधक से प्राप्त प्रतिक्रिया के महत्व पर चर्चा करें

- . ● Describe the protocol for giving suggestions and ideas for improving work processes.

कार्य प्रक्रियाओं में सुधार के लिए सुझाव और विचार देने के लिए प्रोटोकॉल का वर्णन करें।

Explain the organizational structure protocol for communicating with colleagues, customers and others so as to establish good relationships with them

Provides clarity. Confusion, uncertainty, and ambiguity make people uncomfortable and uncooperative. Making roles, responsibilities, and relationships clear gives everyone the information they need to do their jobs and to understand their contributions to the organization. Effective communication reduces the cost associated with conflicts, misunderstandings, and mistakes.

Builds Relationships. A culture that promotes open communication reduces tension between hierarchical levels of employees, both professionally and socially. In a trusting and collaborative culture, people are more likely to seek help with problems and to suggest solutions and improvements. Effective communication creates a collegial culture that fosters teamwork and encourages cooperation.

Creates commitment. Effective communication involves not only sending information but also receiving it. By listening to employees' concerns, allowing them to have input on their work and their workplace, and giving consideration to their suggestions, managers can make everyone in the organization feel like they are valued contributors. When employees feel like they are valued in the

organization, they will likely be more engaged and motivated. Effective communication creates support and commitment.

Defines expectations. When people are uncertain about what is expected of them and how they will be evaluated, they can't do their jobs well. Performance reviews are difficult because the employee does not know the performance standards they are expected to meet. And if corrective measures are necessary, the employee may be resentful if he can't see how his behaviors reduced his effectiveness. When expectations and standards are clear, employees know what they need to do to get a positive review and the benefits that come with it.

सहकर्मियों, ग्राहकों और अन्य लोगों के साथ संवाद करने के लिए संगठनात्मक संरचना प्रोटोकॉल की व्याख्या करें ताकि उनके साथ अच्छे संबंध स्थापित किए जा सकें

स्पष्टता भ्रम, अनिश्चितता और अस्पष्टता लोगों को असहज और असहयोगात्मक बनाती है। भूमिकाओं, जिम्मेदारियों और रिश्तों को स्पष्ट करने से हर किसी को वह जानकारी मिलती है जो उन्हें अपना काम करने और संगठन में उनके योगदान को

संबंध एक संस्कृति जो खुले संचार को बढ़ावा देती है, पेशेवर और सामाजिक रूप से कर्मचारियों के पदानुक्रमित स्तरों के बीच तनाव को कम करती है। एक भरोसेमंद और सहयोगी संस्कृति में, लोगों को समस्याओं के साथ मदद लेने और समाधान और सुधार का सुझाव देने की अधिक संभावना है। प्रभावी संचार एक कॉलेजिएट संस्कृति बनाता है जो टीम वर्क को बढ़ावा देता है और सहयोग को प्रोत्साहित करता है।

प्रतिबद्धता प्रभावी संचार में न केवल जानकारी भेजना शामिल है, बल्कि इसे प्राप्त करना भी शामिल है। कर्मचारियों की चिंताओं को सुनकर, उन्हें अपने काम और उनके कार्यस्थल पर इनपुट करने की अनुमति देकर, और उनके सुझावों पर विचार करते हुए, प्रबंधक संगठन में हर किसी को ऐसा महसूस कर सकते हैं कि वे मूल्यवान योगदानकर्ता

हैं। जब कर्मचारियों को लगता है कि वे संगठन में मूल्यवान हैं, तो वे संभवतः अधिक व्यस्त और प्रेरित होंगे। प्रभावी संचार समर्थन बनाता है और प्रतिबद्धता।

अपेक्षाओं जब लोग अनिश्चित होते हैं कि उनसे क्या उम्मीद की जाती है और उनका मूल्यांकन कैसे किया जाएगा, तो वे अपना काम अच्छी तरह से नहीं कर सकते हैं। प्रदर्शन समीक्षा मुश्किल है क्योंकि कर्मचारी को उन प्रदर्शन मानकों का पता नहीं है जिन्हें उन्हें पूरा करने की उम्मीद है। और यदि सुधारात्मक उपाय आवश्यक हैं, तो कर्मचारी नाराज हो सकता है यदि वह यह नहीं देख सकता कि उसके व्यवहार ने उसकी प्रभावशीलता को कैसे कम किया। जब उम्मीदें और मानक स्पष्ट होते हैं, । कर्मचारियों को पता है कि उन्हें सकारात्मक समीक्षा और इसके साथ आने वाले लाभों को प्राप्त करने के लिए क्या करने की आवश्यकता है।

Outline the different departments of the organization for coordination

In an organization, the efficient coordination of internal and external components help in reducing the complexities (both internal and external). Therefore, the organization experiences an increase in productivity, easier integration of micro and macro level organizational dynamics, a better connection of roles among intra-organizational and inter-organizational groups as well as building trust among competing groups, and defining organizational tasks. Coordination is primarily of two types – internal coordination and external coordination as described below.

Internal Coordination

Internal coordination is all about establishing a relationship between all the managers executives, departments, divisions, branches, and employees or workers. These relationships are established with a view to coordinate the activities of the organization. Internal coordination has two groups:

Vertical coordination – In vertical coordination, a superior authority coordinates his work with that of his subordinates and vice versa. For example, a sales

manager will coordinate his tasks with his sales supervisors. On the other hand, all sales supervisors ensure that they work in sync with the sales manager.

Horizontal coordination – In horizontal coordination, employees of the same status establish a relationship between them for better performance. For example, the coordination between department heads, or supervisors, or co-workers, etc.

In other words, in internal coordination, an employee either reports vertically to the supervisor and/or the subordinates and horizontally to the colleagues and/or co-workers.

External Coordination

As the name suggests, external coordination is all about establishing a relationship between the employees of the organization and people outside it.

These relationships are established with a view to having a better understanding of outsiders like market agencies, public, competitors, customers, government agencies, financial institutions, etc.

Usually, organizations entrust a Public Relations Officer (PRO) with the responsibility of establishing cordial relationships between the employees of the organization and outsiders.

Coordination is the essence of management as it is inseparable from the following managerial functions:

Planning – In planning, coordination allows a manager to assess what he must include and/or exclude in a good plan. Planning also facilitates coordination by integrating various plans through mutual discussion and exchanging ideas.

Organizing – Organizing requires a lot of coordination. Whenever the management assigns tasks or activities to individuals or groups, coordination allows them to organize it well.

Staffing – In staffing, coordination helps to specify the type of staff required and its rational placement. For better coordination, the management always ensures that they hire the right number of employees with the appropriate skills and qualification. This also ensures that they have the right men in the right job.

Directing – In directing, coordination provides focus to the manager. In fact, the purpose of giving orders or instructions to subordinates is served only when there is a sense of coordination and harmony between them.

Controlling – Coordination makes reporting realistic. Through coordination, the management ensures that the actual performance is as close to the standard performance as possible.

समन्वय के लिए संगठन के विभिन्न विभागों की रूपरेखा तैयार करें

एक संगठन में, आंतरिक और बाहरी घटकों का कुशल समन्वय जटिलताओं (आंतरिक और बाहरी दोनों) को कम करने में मदद करता है। इसलिए, संगठन उत्पादकता में वृद्धि, सूक्ष्म और मैक्रो स्तर की संगठनात्मक गतिशीलता का आसान एकीकरण, इंटर-संगठनात्मक और अंतर-संगठनात्मक समूहों के बीच भूमिकाओं का एक बेहतर कनेक्शन और साथ ही प्रतिस्पर्धी समूहों के बीच विश्वास का निर्माण, और संगठनात्मक कार्यों को परिभाषित करने का अनुभव करता है। समन्वय मुख्य रूप से दो प्रकार का है - आंतरिक समन्वय और बाहरी समन्वय जैसा कि नीचे वर्णित है।

आंतरिक समन्वय

आंतरिक समन्वय सभी प्रबंधकों के अधिकारियों, विभागों, प्रभागों, शाखाओं और कर्मचारियों या श्रमिकों के बीच संबंध स्थापित करने के बारे में है। ये संबंध संगठन की गतिविधियों को समन्वित करने के लिए एक दृष्टिकोण के साथ स्थापित किए जाते हैं।

आंतरिक समन्वय के दो समूह हैं:

ऊर्ध्वाधर समन्वय - ऊर्ध्वाधर समन्वय में, एक बेहतर प्राधिकरण अपने अधीनस्थों के साथ अपने काम का समन्वय करता है और इसके विपरीत। उदाहरण के लिए, एक बिक्री प्रबंधक अपने बिक्री पर्यवेक्षकों के साथ अपने कार्यों का समन्वय करेगा। दूसरी ओर, सभी बिक्री पर्यवेक्षक यह सुनिश्चित करते हैं कि वे बिक्री प्रबंधक के साथ सिंक में काम करते हैं।

क्षैतिज समन्वय - क्षैतिज समन्वय में, एक ही स्थिति के कर्मचारी बेहतर प्रदर्शन के लिए उनके बीच संबंध स्थापित करते हैं। उदाहरण के लिए, विभाग के प्रमुखों, या पर्यवेक्षकों, या सहकर्मियों आदि के बीच समन्वय।

दूसरे शब्दों में, आंतरिक समन्वय में, एक कर्मचारी या तो पर्यवेक्षक और / या अधीनस्थों को लंबवत और क्षैतिज रूप से सहयोगियों और / या सहकर्मियों को रिपोर्ट करता है।

बाह्य समन्वय

जैसा कि नाम से पता चलता है, बाहरी समन्वय संगठन के कर्मचारियों और इसके बाहर के लोगों के बीच संबंध स्थापित करने के बारे में है।

ये संबंध बाहरी लोगों जैसे बाजार एजेंसियों, जनता, प्रतियोगियों, ग्राहकों, सरकारी एजेंसियों, वित्तीय संस्थानों आदि की बेहतर समझ रखने के उद्देश्य से स्थापित किए जाते हैं।

आमतौर पर, संगठन सौहार्दपूर्ण संबंधों को स्थापित करने की जिम्मेदारी के साथ एक जनसंपर्क अधिकारी (पीआरओ) को सौंपते हैं

समन्वय प्रबंधन का सार है क्योंकि यह निम्नलिखित प्रबंधकीय कार्यों से अविभाज्य है:

योजना - योजना में, समन्वय एक प्रबंधक को यह आकलन करने की अनुमति देता है कि उसे एक अच्छी योजना में क्या शामिल करना चाहिए और / या बाहर करना चाहिए। योजना भी पारस्परिक चर्चा और विचारों के आदान-प्रदान के माध्यम से विभिन्न योजनाओं को एकीकृत करके समन्वय की सुविधा प्रदान करती है।

आयोजन - आयोजन के लिए बहुत सारे समन्वय की आवश्यकता होती है। जब भी प्रबंधन व्यक्तियों को कार्य या गतिविधियाँ असाइन करता है या समूहों, समन्वय उन्हें इसे अच्छी तरह से व्यवस्थित करने की अनुमति देता है।

स्टाफिंग - स्टाफिंग में, समन्वय आवश्यक कर्मचारियों के प्रकार और इसके तर्कसंगत प्लेसमेंट को निर्दिष्ट करने में मदद करता है। बेहतर समन्वय के लिए, प्रबंधन हमेशा यह सुनिश्चित करता है कि वे उचित कौशल और योग्यता के साथ कर्मचारियों की सही संख्या को किराए पर लेते हैं। यह भी सुनिश्चित करता है कि उनके पास सही नौकरी में सही पुरुष हैं।

निर्देशन - निर्देशन में, समन्वय प्रबंधक को ध्यान केंद्रित करता है। वास्तव में, अधीनस्थों को आदेश या निर्देश देने का उद्देश्य केवल तभी पूरा किया जाता है जब एक है। उनके बीच समन्वय और सद्भाव की भावना।

नियंत्रण - समन्वय रिपोर्टिंग को यथार्थवादी बनाता है। समन्वय के माध्यम से, प्रबंधन यह सुनिश्चित करता है कि वास्तविक प्रदर्शन यथासंभव मानक प्रदर्शन के करीब है।

Discuss the ways to adjust the communication styles to reflect sensitivity towards gender and persons with disability (PWD).

We communicate with people many times every day, either face to face, on the phone or in writing. When communicating with someone with disability, it is important to remember to treat each person as an individual. Also, treat people with respect and consideration and in the way that you would want to be treated.

Some general tips for communication:

- use a normal tone of voice—do not raise your voice unless asked to
- be polite and patient—do not rush the conversation
- speak directly to the person rather than the person with them
- ask the person what will help with communication—there are different ways to communicate
- don't pretend to understand—let the person know you are having difficulty; try asking yes or no questions
- be flexible—reword rather than repeat anything that is not understood
- only refer to the person's disability if necessary or relevant
- offer assistance if it appears necessary, but respect the person's wishes if they don't accept your offer

- avoid saying anything that implies the person with disability is superhuman, courageous or special
- relax—everyone makes mistakes; apologise if you believe you have embarrassed someone.

लिंग और विकलांग व्यक्तियों (पीडब्ल्यूडी) के प्रति संवेदनशीलता को प्रतिबिंबित करने के लिए संचार शैलियों को समायोजित करने के तरीकों पर चर्चा करें।

हम हर दिन कई बार लोगों के साथ संवाद करते हैं, या तो आमने-सामने, फोन पर या लिखित रूप में। विकलांगता वाले किसी व्यक्ति के साथ संवाद करते समय, प्रत्येक व्यक्ति को एक व्यक्ति के रूप में व्यवहार करना याद रखना महत्वपूर्ण है। इसके अलावा, लोगों के साथ सम्मान और विचार के साथ व्यवहार करें और जिस तरह से आप व्यवहार करना चाहते हैं।

संचार के लिए कुछ सामान्य सुझाव:

- आवाज के एक सामान्य स्वर का उपयोग करें- जब तक कि कहा न जाए तब तक अपनी आवाज न उठाएं
- विनम्र और धैर्यवान रहें- बातचीत में जल्दबाजी न करें
- उनके साथ व्यक्ति के बजाय सीधे व्यक्ति से बात करें
- व्यक्ति से पूछें कि संचार में क्या मदद मिलेगी- संवाद करने के विभिन्न तरीके हैं
- समझने का नाटक न करें- उस व्यक्ति को बताएं कि आपको कठिनाई हो रही है; हाँ या नहीं सवाल पूछने की कोशिश करो
- किसी भी चीज को दोहराने के बजाय लचीला-पुनः शब्द बनें जो समझ में नहीं आता है

- केवल व्यक्ति की विकलांगता को संदर्भित करें यदि आवश्यक हो या प्रासंगिक हो
- यदि यह आवश्यक प्रतीत होता है तो सहायता प्रदान करें, लेकिन यदि वे आपके प्रस्ताव को स्वीकार नहीं करते हैं तो व्यक्ति की इच्छाओं का सम्मान करें
- कुछ भी कहने से बचें जिसका अर्थ है कि विकलांग व्यक्ति अलौकिक, साहसी या विशेष है
- आराम करें - हर कोई गलतियां करता है; माफी मांगें यदि आपको लगता है कि आपने किसी को शर्मिंदा किया है।

Explain the importance of presenting oneself well while dealing/interacting with others and maintaining personal hygiene.

There are many types of personal hygiene.

Dental

Dental hygiene involves more than just having white teeth. A good dental hygiene routine can help prevent issues such as gum disease and cavities. It can also prevent bad breath.

Body

Several million sweat glands cover the human body. When bacteria break down sweat, the process creates a smell or body odor.

Washing the body will help prevent skin irritation, as well as removing the bacteria that cause body odor. Washing the hair removes oil and keeps a person looking clean and fresh.

Hand washing

Regular hand washing is one of the best ways to avoid spreading communicable diseases.

The Centers for Disease Control and Prevention (CDC) Trusted Source recommend washing the hands at certain times:

before, during, and after preparing food

before eating food

before and after looking after anyone who is vomiting or has diarrhea

before and after treating a cut or wound

after going to the bathroom

after changing diapers or cleaning up a child who has used the toilet

after blowing the nose, coughing, or sneezing

after touching garbage or dirty surfaces or objects

after handling pets or pet-related items, such as food

Nails

Fingernails may harbor dirt and germs, contributing to the spread of bacteria. It is easier for dirt and germs to collect under longer nails, so keeping them short can help reduce the risk of spreading infections.

दूसरों के साथ व्यवहार / बातचीत करते समय और व्यक्तिगत स्वच्छता बनाए रखने के दौरान खुद को अच्छी तरह से प्रस्तुत करने के महत्व को समझाएं

व्यक्तिगत स्वच्छता के कई प्रकार हैं।

दांतों सम्बन्धी

दंत स्वच्छता में केवल सफेद दांत होने से अधिक शामिल है। एक अच्छा दंत स्वच्छता दिनचर्या मसूड़ों की बीमारी और गुहाओं जैसे मुद्दों को रोकने में मदद कर सकती है। इससे सांसों की बदबू को भी रोका जा सकता है।

शरीर

कई लाख पसीने की ग्रंथियां मानव शरीर को कवर करती हैं। जब बैक्टीरिया पसीने को तोड़ते हैं, तो प्रक्रिया एक गंध या शरीर की गंध पैदा करती है।

शरीर को धोने से त्वचा की जलन को रोकने में मदद मिलेगी, साथ ही शरीर की गंध पैदा करने वाले बैक्टीरिया को भी हटा दिया जाएगा। बालों को धोने से तेल निकल जाता है और एक व्यक्ति को साफ और ताजा दिखता रहता है।

हाथ धोना

नियमित रूप से हाथ धोना संचारी रोगों को फैलाने से बचने के सर्वोत्तम तरीकों में से एक है। रोग नियंत्रण और रोकथाम केंद्र (सीडीसी) विश्वसनीय स्रोत कुछ समय पर हाथ धोने की सलाह देते हैं:

भोजन तैयार करने से पहले, दौरान और बाद में

खाना खाने से पहले

किसी भी व्यक्ति की देखभाल करने से पहले और बाद में जो उल्टी कर रहा है या दस्त है

एक कट या घाव का इलाज करने से पहले और बाद में

बाथरूम जाने के बाद

डायपर बदलने या शौचालय का उपयोग करने वाले बच्चे को साफ करने के बाद

नाक उड़ाने, खांसने या छींकने के बाद

कचरे या गंदे सतहों या वस्तुओं को छूने के बाद

पालतू जानवरों या पालतू जानवरों से संबंधित वस्तुओं को संभालने के बाद, जैसे कि भोजन

नाखून

नाखून गंदगी और रोगाणुओं को आश्रय दे सकते हैं, बैक्टीरिया के प्रसार में योगदान दे सकते हैं। गंदगी और रोगाणुओं के लिए लंबे नाखूनों के नीचे इकट्ठा करना आसान है, इसलिए उन्हें छोटा रखने से संक्रमण फैलने के जोखिम को कम करने में मदद मिल सकती है।

State the procedure to receive work instructions and report problems/challenges out of one's scope to the supervisor

Listening: Active listening helps you gather valuable information for problem-solving. A good problem-solver can identify everyone involved, encourage them to get involved and actively listens to different opinions to understand the problem, its root cause and workable solutions.

Analytical thinking: Analytical thinking helps you research and understand a problem and its causes. The ability to establish a cause-and-effect relationship is also essential in anticipating the long-term effects of a course of action. Those with strong analytical skills can evaluate the effectiveness of different solutions and choose the best one.

Creativity: Problem-solving requires you to create a balance between logic and creativity. You need to use your creativity to find the cause of the issue. It also requires creativity to develop innovative solutions. Creative people bring unique perspectives and give a new direction to the company.

Communication: Whether you are seeking solutions to an existing problem or want others to follow a certain course, you should be able to communicate effectively. You may need to talk with others in person, over the phone, via text or through email. You may also need to correspond with many different people, including team members, customers and managers. Effective communication across a variety of channels allows you to be a good problem solver.

Decision making: You should be able to decide what methods you should use to research the problem, which solutions you should use and how you should implement the solution. Almost every stage of problem-solving requires you to make a decision.

Teamwork: Problem-solving involves teamwork. You ask people about their perspective on the problem, involve them in developing effective solutions, seek their feedback on the chosen solution and rely on team members to implement the process. It is essential to involve and motivate all members of the team for effective problem-solving.

कार्य निर्देश प्राप्त करने और पर्यवेक्षक को किसी के दायरे से बाहर समस्याओं / चुनौतियों की रिपोर्ट करने की प्रक्रिया बताएं।

सुनना: सक्रिय सुनना आपको समस्या को हल करने के लिए मूल्यवान जानकारी इकट्ठा करने में मदद करता है। एक अच्छा समस्या-समाधानकर्ता शामिल सभी की पहचान कर सकता है, उन्हें शामिल होने के लिए प्रोत्साहित कर सकता है और समस्या, इसके मूल कारण और व्यावहारिक समाधानों को समझने के लिए सक्रिय रूप से विभिन्न राय सुनता है।

विश्लेषणात्मक सोच: विश्लेषणात्मक सोच आपको किसी समस्या और उसके कारणों पर शोध करने और समझने में मदद करती है। कार्रवाई के एक पाठ्यक्रम के दीर्घकालिक प्रभावों की आशंका में कारण-और-प्रभाव संबंध स्थापित करने की क्षमता भी आवश्यक है। मजबूत विश्लेषणात्मक कौशल वाले लोग विभिन्न समाधानों की प्रभावशीलता का मूल्यांकन कर सकते हैं और सबसे अच्छा चुन सकते हैं।

रचनात्मकता: समस्या को हल करने के लिए आपको तर्क और रचनात्मकता के बीच संतुलन बनाने की आवश्यकता होती है। आपको इस मुद्दे के कारण को खोजने के लिए अपनी रचनात्मकता का उपयोग करने की आवश्यकता है। इसके लिए अभिनव समाधान विकसित करने के लिए रचनात्मकता की भी आवश्यकता होती है। क्रिएटिव लोग अनोखे नजरिए लेकर आते हैं और कंपनी को नई दिशा देते हैं।

संचार: चाहे आप किसी मौजूदा समस्या के समाधान की तलाश कर रहे हों या दूसरों को एक निश्चित पाठ्यक्रम का पालन करना चाहते हों, आपको प्रभावी ढंग से संवाद करने में सक्षम होना चाहिए। आपको दूसरों के साथ व्यक्तिगत रूप से, फोन पर, पाठ के माध्यम से या ईमेल के माध्यम से बात करने की आवश्यकता हो सकती है। आपको टीम के सदस्यों, ग्राहकों और प्रबंधकों सहित कई अलग-अलग लोगों के साथ पत्राचार करने की भी आवश्यकता हो सकती है। विभिन्न

प्रकार के चैनलों में प्रभावी संचार आपको एक अच्छी समस्या हल करने वाला बनने की अनुमति देता है।

निर्णय लेना: आपको यह तय करने में सक्षम होना चाहिए कि आपको समस्या पर शोध करने के लिए किन तरीकों का उपयोग करना चाहिए, आपको किन समाधानों का उपयोग करना चाहिए और आपको समाधान को कैसे लागू करना चाहिए। समस्या को हल करने के लगभग हर चरण में आपको निर्णय लेने की आवश्यकता होती है।

टीमवर्क: समस्या को सुलझाने में टीमवर्क शामिल है। आप लोगों से समस्या पर उनके परिप्रेक्ष्य के बारे में पूछते हैं, उन्हें प्रभावी समाधान विकसित करने में शामिल करते हैं, चुने हुए समाधान पर उनकी प्रतिक्रिया लेते हैं और प्रक्रिया को लागू करने के लिए टीम के सदस्यों पर भरोसा करते हैं। प्रभावी समस्या-समाधान के लिए टीम के सभी सदस्यों को शामिल करना और प्रेरित करना आवश्यक है।

List the various organizational policies and procedures to be followed at the workplace w.r.t. verbal and written communication.

Policies and Procedures for Attendance

Absenteeism costs wages for the employee who doesn't show up, wages for a replacement worker, and delays and disruptions to the whole organization. That's why you need to write (and consistently apply) attendance policies.

These documents can include guidelines on tardiness, vacation time, sick leave, appointments and paid volunteer hours. You can also include the amount of notice required before booking time off. Take your corporate culture into consideration when developing these rules.

Policies and Procedures for Employee Conduct

This is a broad topic and may require multiple, separate policies. Including guidelines on drugs and alcohol use, smoking, performance management and discipline helps employees know what is and is not acceptable behavior at work.

Policies and Procedures for Use of Company Property

The number of ways employees can misuse company property is never-ending. “Renting out the company’s equipment to third parties, intentionally producing scrap product that is actually being sold by the employee, taking vehicles for recreation, hosting their own websites on company servers, even directing other employees to preform tasks that unknowingly benefit the ghost business” are just a few examples of risks your organization could face, according to ASG Investigations.

Employees have to use company property in order to do their jobs. Depending on your industry, this could include electronics, medical equipment, vehicles, tools and uniforms. Include guidelines on how to care for company property, as well as how much (if any) and what types of personal use are permitted using company property.

Policies and Procedures for Harassment and Discrimination

Did you know that the average harassment lawsuit costs the employer \$250,000 to defend? With rules in place, you can prevent these incidents and protect both your company and your employees.

Harassment and discrimination affect the entire workplace culture. Keep employees safe and treat them fairly by developing policies and procedures that prohibit behaviors such as:

- sexual harassment
- bullying
- verbal and physical harassment
- stalking
- hiring discrimination
- workplace discrimination

Include information on how to report harassment and discrimination and explain that the company will not retaliate for reporting.

Policies and Procedures for Internet and Social Media Use

Make employees aware that any internet use at work is not private. Urge employees to limit personal internet use and ensure everything they do online in the workplace is legal, ethical and appropriate (and explain what these mean). Add guidelines about what is and is not appropriate to post on social media regarding your organization as well.

कार्यस्थल पर पालन की जाने वाली विभिन्न संगठनात्मक नीतियों और प्रक्रियाओं को सूचीबद्ध करें w.r.t. मौखिक और लिखित संचार।

उपस्थिति के लिए पुलिस और प्रक्रियाएं

अनुपस्थिति उस कर्मचारी के लिए मजदूरी खर्च करती है जो दिखाई नहीं देता है, प्रतिस्थापन कार्यकर्ता के लिए मजदूरी, और पूरे संगठन में देरी और व्यवधान। यही कारण है कि आपको उपस्थिति नीतियों को लिखने (और लगातार लागू करने) की आवश्यकता है।

इन दस्तावेजों में सुस्ती, छुट्टी का समय, बीमार छुट्टी, नियुक्तियों और भुगतान किए गए स्वयंसेवक घंटों पर दिशानिर्देश शामिल हो सकते हैं। आप बुकिंग टाइम ऑफ से पहले आवश्यक नोटिस की राशि को भी शामिल कर सकते हैं। इन नियमों को विकसित करते समय अपनी कॉर्पोरेट संस्कृति को ध्यान में रखें।

कर्मचारी आचरण के लिए नीतियां और प्रक्रियाएं

यह एक व्यापक विषय है और कई, अलग-अलग नीतियों की आवश्यकता हो सकती है। ड्रग्स और अल्कोहल के उपयोग, धूम्रपान, प्रदर्शन प्रबंधन और अनुशासन पर दिशानिर्देशों सहित कर्मचारियों को यह जानने में मदद मिलती है कि काम पर स्वीकार्य व्यवहार क्या है और क्या नहीं है।

कंपनी संपत्ति के उपयोग के लिए नीतियां और प्रक्रियाएं

जिस तरह से कर्मचारी कंपनी की संपत्ति का दुरुपयोग कर सकते हैं, उनकी संख्या कभी खत्म नहीं होती है। "तीसरे पक्ष को कंपनी के उपकरणों को किराए पर देना, जानबूझकर स्क्रेप उत्पाद का उत्पादन करना जो वास्तव में कर्मचारी द्वारा बेचा जा रहा है, मनोरंजन के लिए वाहनों को लेना, कंपनी सर्वर पर अपनी वेबसाइटों की मेजबानी करना, यहां तक कि अन्य कर्मचारियों को उन कार्यों को पूर्व-रूप देने के लिए निर्देशित करना जो अनजाने में भूत व्यवसाय को लाभ पहुंचाते हैं"

केवल कुछ उदाहरण हैं। एसजी जांच के अनुसार, आपके संगठन को जिन जोखिमों का सामना करना पड़ सकता है।

कर्मचारियों को अपना काम करने के लिए कंपनी की संपत्ति का उपयोग करना पड़ता है। आपके उद्योग के आधार पर, इसमें इलेक्ट्रॉनिक्स, चिकित्सा उपकरण, वाहन, उपकरण और वर्दी शामिल हो सकते हैं। कंपनी की संपत्ति की देखभाल करने के तरीके के बारे में दिशानिर्देश शामिल करें, साथ ही साथ कंपनी की संपत्ति का उपयोग करके कितना (यदि कोई हो) और किस प्रकार के व्यक्तिगत उपयोग की अनुमति है।

उत्पीड़न और भेदभाव के लिए नीतियां और प्रक्रियाएं

क्या आप जानते हैं कि औसत उत्पीड़न मुकदमे की रक्षा करने के लिए नियोक्ता को \$ 250,000 की लागत आती है? नियमों के साथ, आप इन घटनाओं को रोक सकते हैं और अपनी कंपनी और अपने कर्मचारियों दोनों की रक्षा कर सकते हैं।

उत्पीड़न और भेदभाव पूरे कार्यस्थल संस्कृति को प्रभावित करते हैं। कर्मचारियों को सुरक्षित रखें और नीतियों और प्रक्रियाओं को विकसित करके उनके साथ उचित व्यवहार करें जो व्यवहारों को प्रतिबंधित करते हैं जैसे:

यौन उत्पीड़न

डराना-धमकाना

मौखिक और शारीरिक उत्पीड़न

पीछा किराए पर लेना भेदभाव

कार्यस्थल भेदभाव

उत्पीड़न और भेदभाव की रिपोर्ट करने के तरीके के बारे में जानकारी शामिल करें और समझाएं कि कंपनी रिपोर्टिंग के लिए प्रतिशोध नहीं करेगी।

इंटरनेट और सामाजिक मीडिया के उपयोग के लिए नीतियां और प्रक्रियाएं

कर्मचारियों को जागरूक करें कि काम पर किसी भी इंटरनेट का उपयोग निजी नहीं है। कर्मचारियों से व्यक्तिगत इंटरनेट के उपयोग को सीमित करने और यह सुनिश्चित करने का आग्रह करें कि वे कार्यस्थल में ऑनलाइन जो कुछ भी करते हैं वह कानूनी, नैतिक और उपयुक्त है (और समझाएं कि इनका क्या मतलब है)। अपने संगठन के बारे में सोशल मीडिया पर पोस्ट करने के लिए क्या है और क्या उचित नहीं है, इसके बारे में दिशानिर्देश जोड़ें।

Discuss the importance of feedback received from customer/manager

Customer feedback is information provided by clients about whether they are satisfied or dissatisfied with a product or service and about general experience they had with a company. Customer opinion is a resource for improving customer experience and adjusting your actions to their needs. This information can be collected with different kinds of surveys (prompted feedback), but you can also find opinions and reviews your clients post online (unprompted feedback) and collect them using Internet monitoring tools. Both sources are important to get a full picture of how your clients perceive your brand.

1. Customer feedback helps improve products and services
2. Customer feedback helps you measure customer satisfaction
3. Collecting customer feedback shows you value their opinions
4. Customer feedback helps you create the best customer experience
5. Customer feedback helps to improve customer retention
6. Customer feedback is a reliable source for information to other consumers
7. Customer feedback gives you data that helps taking business decisions

ग्राहक / प्रबंधक से प्राप्त प्रतिक्रिया के महत्व पर चर्चा करें

ग्राहक प्रतिक्रिया ग्राहकों द्वारा प्रदान की गई जानकारी है कि क्या वे किसी उत्पाद या सेवा से संतुष्ट या असंतुष्ट हैं और किसी कंपनी के साथ उनके पास सामान्य अनुभव के बारे में हैं। ग्राहक राय ग्राहक अनुभव में सुधार करने और अपनी आवश्यकताओं के लिए अपने कार्यों को समायोजित करने के लिए एक संसाधन है। इस जानकारी को विभिन्न प्रकार के सर्वेक्षणों (प्रेरित प्रतिक्रिया) के साथ एकत्र किया जा सकता है, लेकिन आप अपने ग्राहकों को ऑनलाइन पोस्ट करने के लिए राय और समीक्षा भी पा सकते हैं। (unprompted प्रतिक्रिया) और उन्हें इंटरनेट निगरानी उपकरण का उपयोग कर इकट्ठा. दोनों स्रोतों को एक पूरी तस्वीर प्राप्त करने के लिए महत्वपूर्ण हैं कि आपके ग्राहक आपके ब्रांड को कैसे देखते हैं।

1. ग्राहक प्रतिक्रिया उत्पादों और सेवाओं में सुधार करने में मदद करता है
2. ग्राहक प्रतिक्रिया आप ग्राहक संतुष्टि को मापने में मदद करता है
3. ग्राहक प्रतिक्रिया एकत्र करना आप अपनी राय मूल्य से पता चलता है
4. ग्राहक प्रतिक्रिया आप सबसे अच्छा ग्राहक अनुभव बनाने में मदद करता है
5. ग्राहक प्रतिक्रिया ग्राहक प्रतिधारण में सुधार करने में मदद करता है
6. ग्राहक प्रतिक्रिया अन्य उपभोक्ताओं के लिए जानकारी के लिए एक विश्वसनीय स्रोत है
7. ग्राहक प्रतिक्रिया आप डेटा है कि व्यापार निर्णय लेने में मदद करता है देता है

Describe the protocol for giving suggestions and ideas for improving work processes.

Time Tracking and Analysis

Screenshots which serve as proof of work – An invaluable tool for managing a remote team.

Automatically generated timesheets – No more need to manually log and organize hours.

To-the-second daily or weekly time reports – An incredible feature, ensuring clients are billed accurately, and contractors paid for time actually spent working.

Monitoring Team Performance

In addition to tracking time, you can also use project status tracking to monitor and quantify your team's performance. For example, you can analyze the tasks and projects completed by specific teams. This data could tell you both where bottlenecks arise in your workflow, as well as the root cause of any problems.

Implement a Project Management Process

The key to successful project delivery is consistency of process. Specifically, you can develop a project management process, an approach which breaks down the key stages of every project into precise phases. By setting clear expectations at the outset, every team member knows how to handle their current and future tasks.

Communicate

Sometimes the most crucial strategies are the simplest. With the emergence of remote teams, working in complex structures across the globe, communication is more important than ever before. Optimizing the lines of communication between you and your team is almost the definition of a work process improvement idea: things will get done more efficiently, to a higher standard, with less confusion.

Review and Optimize Constantly

If we're being honest, there's really no limit to how long we could make this list: there is always room for improvement in work processes. That said, even focusing on just those four areas will have an impact. However, if you want that impact to be substantial and enduring, the key is reviewing and optimizing your work processes all the time.

कार्य प्रक्रियाओं में सुधार के लिए सुझाव और विचार देने के लिए प्रोटोकॉल का वर्णन करें।

समय ट्रैकिंग और विश्लेषण

स्क्रीनशॉट जो काम के सबूत के रूप में काम करते हैं - एक दूरस्थ टीम के प्रबंधन के लिए एक अमूल्य उपकरण।

स्वचालित रूप से जेनरेट किए गए टाइमशीट - मैनुअल रूप से लॉग इन करने और घंटों को व्यवस्थित करने की आवश्यकता नहीं है।

टू-द-सेकंड दैनिक या साप्ताहिक समय की रिपोर्ट - एक अविश्वसनीय सुविधा, यह सुनिश्चित करते हुए कि ग्राहकों को सही ढंग से बिल दिया जाता है, और ठेकेदारों ने वास्तव में काम करने में बिताए गए समय के लिए भुगतान किया।

टीम के प्रदर्शन की निगरानी

ट्रैकिंग समय के अलावा, आप अपनी टीम के प्रदर्शन की निगरानी और मात्रा निर्धारित करने के लिए प्रोजेक्ट स्टेटस ट्रैकिंग का भी उपयोग कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, आप विशिष्ट टीमों द्वारा पूर्ण किए गए कार्यों और परियोजनाओं का विश्लेषण कर सकते हैं. यह डेटा आपको दोनों बता सकता है कि आपके वर्कफ़्लो में बाधाएं कहां उत्पन्न होती हैं, साथ ही साथ किसी भी समस्या का मूल कारण भी।

एक परियोजना प्रबंधन प्रक्रिया को लागू करना

सफल परियोजना वितरण की कुंजी प्रक्रिया की निरंतरता है। विशेष रूप से, आप एक परियोजना प्रबंधन प्रक्रिया विकसित कर सकते हैं, एक दृष्टिकोण जो प्रत्येक परियोजना के प्रमुख चरणों को सटीक चरणों में तोड़ता है। शुरुआत में स्पष्ट अपेक्षाओं को स्थापित करके, प्रत्येक टीम का सदस्य जानता है कि उनके वर्तमान और भविष्य के कार्यों को कैसे संभालना है।

कहना

कभी-कभी सबसे महत्वपूर्ण रणनीतियां सबसे सरल होती हैं। दूरस्थ टीमों के उद्भव के साथ, दुनिया भर में जटिल संरचनाओं में काम करते हुए, संचार पहले से कहीं अधिक महत्वपूर्ण है। आपके और आपकी टीम के बीच संचार की लाइनों

को अनुकूलित करना लगभग एक कार्य प्रक्रिया सुधार विचार की परिभाषा है: चीजें कम भ्रम के साथ, उच्च मानक पर अधिक कुशलता से की जाएंगी।

लगातार समीक्षा करें और ऑप्टिमाइज़ करें

यदि हम ईमानदार हो रहे हैं, तो वास्तव में इस सूची को हम कितनी देर तक बना सकते हैं, इसकी कोई सीमा नहीं है: कार्य प्रक्रियाओं में सुधार के लिए हमेशा जगह होती है। उस ने कहा, यहां तक कि सिर्फ उन चार क्षेत्रों पर ध्यान केंद्रित करने का प्रभाव पड़ेगा। हालांकि, यदि आप चाहते हैं कि प्रभाव पर्याप्त और स्थायी हो, तो कुंजी हर समय आपकी कार्य प्रक्रियाओं की समीक्षा और अनुकूलन कर रही है।

Unit - 5

Schedule service appointments

सेवा अपॉइंटमेंट शेड्यूल करें

Learning objective :-

- Outline the technical specifications of OEM vehicles and their variants with their respective service schedules

OEM वाहनों और उनके संस्करणों के तकनीकी विनिर्देशों को उनके संबंधित सेवा शेड्यूल के साथ रेखांकित करें

- Explain the process of extracting vehicle data from Dealer Management System (DMS)

डीलर प्रबंधन प्रणाली (डीएमएस) से वाहन डेटा निकालने की प्रक्रिया की व्याख्या करें

- Summarise the training modules and scripts as specified by OEM for telemarketing activities.

टेलीमार्केटिंग गतिविधियों के लिए OEM द्वारा निर्दिष्ट प्रशिक्षण मॉड्यूल और स्क्रिप्ट को संक्षेप में प्रस्तुत करें।

- Describe the importance of following standard calling scripts while scheduling service and briefing about the offers

सेवा शेड्यूल और ऑफ़र के बारे में ब्रीफ़िंग करते समय मानक कॉलिंग स्क्रिप्ट का पालन करने के महत्व का वर्णन करें

- Recall various ways of ensuring maximum customer engagement and customer retention

अधिकतम ग्राहक सगाई और ग्राहक प्रतिधारण सुनिश्चित करने के विभिन्न तरीकों को याद करें

- Describe the utility of Customer Relationship Management (CRM) software used at OEM/Dealer.

OEM / डीलर पर उपयोग किए जाने वाले ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM) सॉफ्टवेयर की उपयोगिता का वर्णन करें।

- Discuss standard operating procedures pertaining to dealership w.r.t. telemarketing, after-sales process, customer experience and satisfaction

डीलरशिप से संबंधित मानक संचालन प्रक्रियाओं पर चर्चा करें w.r.t. telemarketing, बिक्री के बाद की प्रक्रिया, ग्राहक अनुभव और संतुष्टि

Outline the technical specifications of OEM vehicles and their variants with their respective service schedules

OEM stands for Original Equipment Manufacturer. The OEM is the original producer of a vehicle's components, and so OEM car parts are identical to the parts used in producing a vehicle. Aftermarket parts are produced by other vendors and do not necessarily have a consistent level of quality or compatibility with the vehicle.

Understanding OEM

Consumers replacing damaged vehicle components may choose to purchase OEM parts in order to ensure replacement parts are fully compatible with the vehicle and produced at the same quality standards. As the original suppliers of a vehicle's components, OEMs often have their products sold by branded car dealerships and available for order through the automaker directly. OEM products are endorsed by the automaker and are often significantly more expensive than aftermarket parts. OEM products and aftermarket products both have distinct benefits and disadvantages for the customer. In the future, new technologies such as 3D printing may transform OEM supply chains and improve competitiveness.

The OEM Market

OEM parts are usually guaranteed by the automaker to be compatible with the vehicle; installation of the parts may also be guaranteed in some cases. Aftermarket parts may or may not be compatible and many vendors do not certify compatibility. A broad range of companies produces aftermarket parts at many different price points, which allows for a wide range of choices but can

also make for a confusing experience. OEM parts usually only offer one or two options for consumers, making the experience of replacing parts rather less complicated.

Value-Added Resale

An OEM is different from a value-added reseller (VAR), which is a company that purchases the original or component product from the OEM and then adds to its value by adding features or services to the product, or by incorporating it into a larger product, before finally reselling it, most commonly to end-users.

OEM वाहनों और उनके संस्करणों के तकनीकी विनिर्देशों को उनके संबंधित सेवा शेड्यूल के साथ रेखांकित करें

OEM का पूरा नाम Original Equipment Manufacturer है। OEM एक वाहन के घटकों का मूल निर्माता है, और इसलिए OEM कार भागों एक वाहन के उत्पादन में उपयोग किए जाने वाले भागों के समान हैं। Aftermarket भागों अन्य विक्रेताओं द्वारा उत्पादित कर रहे हैं और जरूरी नहीं कि गुणवत्ता या वाहन के साथ संगतता का एक सुसंगत स्तर है।

OEM को समझना

क्षतिग्रस्त वाहन घटकों को बदलने वाले उपभोक्ता यह सुनिश्चित करने के लिए OEM भागों को खरीदने का विकल्प चुन सकते हैं कि प्रतिस्थापन भाग वाहन के साथ पूरी तरह से संगत हैं और एक ही गुणवत्ता मानकों पर उत्पादित हैं। एक वाहन के घटकों के मूल आपूर्तिकर्ताओं के रूप में, ओईएम के पास अक्सर ब्रांडेड कार डीलरशिप द्वारा बेचे जाने वाले अपने उत्पादों को बेचा जाता है और सीधे ऑटोमेकर के माध्यम से ऑर्डर के लिए उपलब्ध होता है। OEM उत्पादों को ऑटोमेकर द्वारा समर्थित किया जाता है और अक्सर आफ्टरमार्केट भागों की तुलना में काफी अधिक महंगा होता है। OEM उत्पादों और aftermarket उत्पादों दोनों ग्राहक के लिए अलग लाभ और नुकसान हैं। भविष्य में, 3 डी प्रिंटिंग जैसी नई प्रौद्योगिकियां OEM आपूर्ति श्रृंखलाओं को बदल सकती हैं और प्रतिस्पर्धा में सुधार कर सकती हैं।

OEM बाजार

OEM भागों आमतौर पर वाहन निर्माता द्वारा वाहन के साथ संगत होने की गारंटी दी जाती है; भागों की स्थापना भी कुछ मामलों में गारंटी दी जा सकती है. Aftermarket भागों संगत हो सकता है या नहीं हो सकता है और कई विक्रेताओं संगतता प्रमाणित नहीं करते हैं। कंपनियों की एक विस्तृत श्रृंखला कई अलग-अलग मूल्य बिंदुओं पर आफ्टरमार्केट भागों का उत्पादन करती है, जो विकल्पों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए अनुमति देती है लेकिन एक भ्रामक अनुभव के लिए भी बना सकती है।

मूल्य वर्धित पुनर्विक्रय

एक OEM एक मूल्य वर्धित पुनर्विक्रेता (VAR) से अलग है, जो एक ऐसी कंपनी है जो OEM से मूल या घटक उत्पाद खरीदती है और फिर उत्पाद में सुविधाओं या सेवाओं को जोड़कर, या इसे एक बड़े उत्पाद में शामिल करके, अंतमें इसे फिर से बेचने से पहले, आमतौर पर अंत-उपयोगकर्ताओं के लिए इसके मूल्य में जोड़ती है।

Explain the process of extracting vehicle data from Dealer Management System (DMS)

The automotive industry takes in a lot of information for each transaction. Organizing and keeping this data is critical for any car dealership. Dealers rely on the vehicle dealership management system (DMS) to best serve and market to their customers.

A DMS is a cloud-based, single platform that dealers use for inventory management, car sales, customer information, credit reports, and printing paperwork. Dealer management software solutions allow dealers to manage their entire business in real-time from a single login platform.

A DMS is the control center for the entire dealership. These systems walk the customer's information from lead generation through the sales process and then on to the service department.

The information found in a DMS reveals every single time a client visited the dealership to spend money. You can filter clients out by the type of service work they ordered, parts they bought, vehicles they purchased, and many other ways. For example, say you wanted to look at repair orders for

everybody who spent over a thousand dollars in customer pay labor. You can extract this data from the DMS. These come standard with most systems.

On the service drive, there are systems today that scan the VIN. It is one of the most foolproof methods for the service department. But you still need to review all the other information with the customer to be sure they don't have two separate accounts in your system.

डीलर प्रबंधन प्रणाली (डीएमएस) से वाहन डेटा निकालने की प्रक्रिया की व्याख्या करें

ऑटोमोटिव उद्योग प्रत्येक लेनदेन के लिए बहुत सारी जानकारी लेता है। इस डेटा को व्यवस्थित करना और रखना किसी भी कार डीलरशिप के लिए महत्वपूर्ण है। डीलर अपने ग्राहकों को सबसे अच्छी सेवा और बाजार के लिए वाहन डीलरशिप प्रबंधन प्रणाली (डीएमएस) पर भरोसा करते हैं।

एक डीएमएस एक क्लाउड-आधारित, एकल प्लेटफॉर्म है जिसका उपयोग डीलर इन्वेंट्री प्रबंधन, कार बिक्री, ग्राहक जानकारी, क्रेडिट रिपोर्ट और प्रिंटिंग पेपरवर्क के लिए करते हैं। डीलर प्रबंधन सॉफ्टवेयर समाधान डीलरों को एक ही लॉगिन प्लेटफॉर्म से वास्तविक समय में अपने पूरे व्यवसाय का प्रबंधन करने की अनुमति देते हैं।

एक डीएमएस पूरे डीलरशिप के लिए नियंत्रण केंद्र है। ये प्रणालियां बिक्री प्रक्रिया के माध्यम से लीड जेनरेशन से ग्राहक की जानकारी को चलती हैं और फिर सेवा विभाग पर चलती हैं।

डीएमएस में मिली जानकारी से पता चलता है कि हर बार जब कोई ग्राहक पैसे खर्च करने के लिए डीलरशिप का दौरा करता है। आप ग्राहकों को उनके द्वारा ऑर्डर किए गए सेवा कार्य के प्रकार, उनके द्वारा खरीदे गए हिस्सों, उनके द्वारा खरीदे गए वाहनों और कई अन्य तरीकों से फ़िल्टर कर सकते हैं। उदाहरण के लिए, कहें कि आप उन सभी के लिए मरम्मत के आदेशों को देखना चाहते थे जिन्होंने ग्राहक वेतन श्रम में एक हजार डॉलर से अधिक खर्च किए थे। आप DMS से इस डेटा को निकाल सकते हैं। ये अधिकांश प्रणालियों के साथ मानक आते हैं

सेवा ड्राइव पर, आज ऐसे सिस्टम हैं जो VIN को स्कैन करते हैं। यह सेवा विभाग के लिए सबसे मूर्खतापूर्ण तरीकों में से एक है। लेकिन आपको अभी भी ग्राहक के साथ अन्य सभी जानकारी की समीक्षा करने की आवश्यकता है ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि आपके सिस्टम में उनके पास दो अलग-अलग खाते नहीं हैं।

Summarise the training modules and scripts as specified by OEM for telemarketing activities.

1. Understand Your Product/Service and Create A Marketing Plan
2. Build a Powerful Introduction
3. Seek Permission for their Time, But Intelligently
4. State the Point of Reference
5. Draft Clear-cut and Precise Questions
6. Establish your Products/Services Need
7. Recapitulate to Further Push Your Products/Services
8. Set Your Limits
9. Prepare for A Convincing Call Closure
10. Request for An Appropriate Call for Action/ Follow Up
11. Keep Enough Space for Improvisation
12. Accommodate Changes in Your Telemarketing Scripts

टेलीमार्केटिंग गतिविधियों के लिए OEM द्वारा निर्दिष्ट प्रशिक्षण मॉड्यूल और स्क्रिप्ट को संक्षेप में प्रस्तुत करें।

1. अपने उत्पाद / सेवा को समझें और एक विपणन योजना बनाएं
2. एक शक्तिशाली परिचय का निर्माण
3. अपने समय के लिए अनुमति लें, लेकिन बुद्धिमानी से
4. संदर्भ बिंदु बताइए
5. ड्राफ्ट क्लियर-कट और सटीक प्रश्न
6. अपने उत्पादों / सेवाओं की आवश्यकता स्थापित करें
7. अपने उत्पादों / सेवाओं को आगे बढ़ाने के लिए पुनरावृत्ति करें
8. अपनी सीमाएं निर्धारित करें
9. एक ठोस कॉल बंद करने के लिए तैयार करें

10. कार्रवाई के लिए एक उपयुक्त कॉल के लिए अनुरोध /
11. आशुरचना के लिए पर्याप्त जगह रखें
12. अपने टेलीमार्केटिंग स्क्रिप्ट में परिवर्तन समायोजित करें

Describe the importance of following standard calling scripts while scheduling service and briefing about the offers

Importantly, using a sales script helps to decrease stress while cold calling and meeting with prospects. Stress will result from entering a situation unprepared and not knowing what to do. When facing tough resistance and objections from prospects, the stress is increased as well.

सेवा शेड्यूल और ऑफ़र के बारे में ब्रीफिंग करते समय मानक कॉलिंग स्क्रिप्ट का पालन करने के महत्व का वर्णन करें

महत्वपूर्ण रूप से, एक बिक्री स्क्रिप्ट का उपयोग करने से ठंड कॉलिंग और संभावनाओं के साथ बैठक करते समय तनाव को कम करने में मदद मिलती है। तनाव एक ऐसी स्थिति में प्रवेश करने के परिणामस्वरूप होगा जो तैयार नहीं है और यह नहीं जानता कि क्या करना है। संभावनाओं से कठिन प्रतिरोध और आपत्तियों का सामना करते समय, तनाव भी बढ़ जाता है।

Recall various ways of ensuring maximum customer engagement and customer retention

Customer retention is the collection of activities a business uses to increase the number of repeat customers and to increase the profitability of each existing customer.

Customer retention strategies enable you to both provide and extract more value from your existing customer base. You want to ensure the customers you worked so hard to acquire stay with you, have a great customer experience, and continue to get value from your products.

अधिकतम ग्राहक सगाई और ग्राहक प्रतिधारण सुनिश्चित करने के विभिन्न तरीकों को याद करें

ग्राहक प्रतिधारण उन गतिविधियों का संग्रह है जो एक व्यवसाय दोहराए जाने वाले ग्राहकों की संख्या बढ़ाने और प्रत्येक मौजूदा ग्राहक की लाभप्रदता को बढ़ाने के लिए उपयोग करता है।

ग्राहक प्रतिधारण रणनीतियाँ आपको अपने मौजूदा ग्राहक आधार से अधिक मूल्य प्रदान करने और निकालने दोनों में सक्षम बनाती हैं। आप यह सुनिश्चित करना चाहते हैं कि जिन ग्राहकों को आपने अपने साथ रहने के लिए इतनी मेहनत की है, उनके पास एक शानदार ग्राहक अनुभव है, और अपने उत्पादों से मूल्य प्राप्त करना जारी रखें।

Describe the utility of Customer Relationship Management (CRM) software used at OEM/Dealer.

CRM is a category of software solutions that spans different customer management systems—such as sales, service, and marketing—and allows them to work together. It streamlines your business processes and connects customer data to help you build relationships, increase productivity, and improve customer engagement.

After you've done a little research, you'll have a good idea what your customers are looking for as well as the tools you should provide to your agents to help them do their jobs better.

Deploy a CRM solution that works to your requirements. Corporate environment CRM solutions manage customer communications for a variety of purposes, including warranty recall, product promotion, and service retention marketing. Sourced from data integration of disparate sources, a variety of tools allow the OEM to segment and analyse their prospect and customer data on demand.

OEM options include a data-integrated dealership CRM which works in lockstep with dealership DMS systems. This solution feeds dealers' customers, vehicle sales, service and parts information back to the OEM – data which is then available for marketing and reporting. Comprehensive reporting tools mean customised reports can be generated on demand, to suit all requirements of brand management.

Solutions for dealer groups ensure consistent brand management.

Fully featured CRM tools for dealer groups' head office environment, including overview of multi-channel customer journeys. Manage clear, consistent communications to all customers of the dealer group, regardless of individual dealership. The CRM tools allow for tactical message rollout and reporting back to head office, to segment and analyse prospect and customer data on demand. Ensure brand consistency through standardisation of campaigns and schedules for all customers across the dealer group.

For dealerships: the information you need, when you need it.

Work with OEMs and dealer groups, no matter their DMS and lead distribution programs. The multifunctional, intuitive dealership solution provides dealership information on customers, vehicle sales, service and parts information – data then made available for marketing and reporting purposes as required. Smart and easy-to-use contact centre modules mean seamless integration with existing systems, and ensure the highest quality customer service is maintained.

OEM / डीलर पर उपयोग किए जाने वाले ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM)**सॉफ्टवेयर की उपयोगिता का वर्णन करें।**

CRM सॉफ्टवेयर समाधानों की एक श्रेणी है जो विभिन्न ग्राहक प्रबंधन प्रणालियों जैसे बिक्री, सेवा और विपणन को फैलाती है- और उन्हें एक साथ काम करने की अनुमति देती है। यह आपकी व्यावसायिक प्रक्रियाओं को सुव्यवस्थित करता है और ग्राहक डेटा को कनेक्ट करता है ताकि आप रिश्ते बनाने, उत्पादकता बढ़ाने और ग्राहक सहभागिता में सुधार करने में मदद कर सकें।

थोड़ा शोध करने के बाद, आपके पास एक अच्छा विचार होगा कि आपके ग्राहक क्या खोज रहे हैं और साथ ही उन उपकरणों को भी जो आपको अपने एजेंटों को प्रदान करने में मदद करनी चाहिए ताकि उन्हें ऐसा काम बेहतर करने में मदद मिल सके।

आपकी आवश्यकताओं के लिए कार्य करता है जो CRM समाधान परिनियोजित करें। कॉर्पोरेट वातावरण CRM समाधान वारंटी रिकॉल, उत्पाद प्रचार और सेवा अवधारण विपणन सहित विभिन्न उद्देश्यों के लिए ग्राहक संचार का प्रबंधन करते हैं। असमान

स्रोतों के डेटा एकीकरण से सोर्स किया गया, विभिन्न प्रकार के उपकरण OEM को मांग पर अपनी संभावना और ग्राहक डेटा को सेगमेंट और विश्लेषण करने की अनुमति देते हैं OEM विकल्पों में एक डेटा-एकीकृत डीलरशिप CRM शामिल है जो डीलरशिप डीएमएस सिस्टम के साथ लॉकस्टेप में काम करता है। यह समाधान डीलरों के ग्राहकों, वाहन बिक्री, सेवा और भागों की जानकारी को OEM पर वापस फीड करता है - डेटा जो तब विपणन और रिपोर्टिंग के लिए उपलब्ध होता है। व्यापक रिपोर्टिंग टूल का मतलब है कि ब्रांड प्रबंधन की सभी आवश्यकताओं के अनुरूप मांग पर अनुकूलित रिपोर्ट उत्पन्न की जा सकती है।

डीलर समूहों के लिए समाधान लगातार ब्रांड प्रबंधन सुनिश्चित करते हैं।

डीलर समूहों के मुख्य कार्यालय के वातावरण के लिए पूरी तरह से चित्रित सीआरएम उपकरण, जिसमें बहु-चैनल ग्राहक यात्राओं का अवलोकन शामिल है। डीलर समूह के सभी ग्राहकों के लिए स्पष्ट, सुसंगत संचार प्रबंधित करें, भले ही व्यक्तिगत डीलरशिप की परवाह किए बिना। CRM उपकरण सामरिक संदेश रोलआउट और प्रधान कार्यालय को वापस रिपोर्ट करने की अनुमति देते हैं, मांग पर संभावना और ग्राहक डेटा को विभाजित और विश्लेषण करने के लिए। डीलर समूह में सभी ग्राहकों के लिए अभियानों और अनुसूचियों के मानकीकरण के माध्यम से ब्रांड स्थिरता सुनिश्चित करें।

डीलरशिप के लिए: आपको जिस जानकारी की आवश्यकता होती है, जब आपको इसकी आवश्यकता होती है।

OEM और डीलर समूहों के साथ काम करें, कोई फर्क नहीं पड़ता कि उनके डीएमएस और लीड वितरण कार्यक्रम। Multifunctional, सहज ज्ञान युक्त dealership समाधान ग्राहकों, वाहन की बिक्री, सेवा और भागों की जानकारी पर डीलरशिप जानकारी प्रदान करता है - डेटा तो विपणन और रिपोर्टिंग उद्देश्यों के लिए आवश्यक के रूप में उपलब्ध कराया. . स्मार्ट और उपयोग में आसान संपर्क केंद्र मॉड्यूल का मतलब मौजूदा प्रणालियों के साथ निर्बाध एकीकरण है, और यह सुनिश्चित करना है कि उच्चतम गुणवत्ता वाली ग्राहक सेवा बनाए रखी जाए।

Discuss standard operating procedures pertaining to dealership w.r.t. telemarketing, after-sales process, customer experience and satisfaction

Customer experience is an evolving standard and measuring customer satisfaction takes more than just recording revenue growth or additional inventory. Since the customer experience is so multidimensional, it is only logical that it would require bench-marking from different angles to get a comprehensive picture of it.

There is a term that is often used in marketing. It is a measure of how products and services are supplied by a company or meet the expectation of customers. Customer satisfaction indicates the fulfillment that customers derive from doing business with a firm. In other words, it is how happy it is for customers to be with their transactions with the company and the overall experience.

डीलरशिप से संबंधित मानक संचालन प्रक्रियाओं पर चर्चा करें w.r.t. telemarketing, बिक्री के बाद की प्रक्रिया, ग्राहक अनुभव और संतुष्टि

ग्राहक अनुभव एक विकसित मानक है और ग्राहकों की संतुष्टि को मापने से अधिक बस राजस्व वृद्धि या अतिरिक्त सूची रिकॉर्डिंग लेता है। चूंकि ग्राहक अनुभव इतना बहुआयामी है, इसलिए यह केवल तार्किक है कि इसकी एक व्यापक तस्वीर प्राप्त करने के लिए इसे विभिन्न कोणों से बेंच-अंकन की आवश्यकता होगी।

एक ऐसा शब्द है जिसका अक्सर विपणन में उपयोग किया जाता है। यह एक उपाय है कि किसी कंपनी द्वारा उत्पादों और सेवाओं की आपूर्ति कैसे की जाती है या ग्राहकों की अपेक्षा को पूरा करती है। ग्राहकों की संतुष्टि उस पूर्ति को इंगित करती है जो ग्राहक एक फर्म के साथ व्यापार करने से प्राप्त करते हैं। दूसरे शब्दों में, यह ग्राहकों को कंपनी के साथ उनके लेनदेन और समग्र अनुभव से कितना खुश है।

Demonstrate how to use Dealer Management System (DMS) for extraction of vehicle data with customer contact details.

प्रदर्शित करें कि ग्राहक संपर्क विवरण के साथ वाहन डेटा के निष्कर्षण के लिए डीलर प्रबंधन प्रणाली (डीएमएस) का उपयोग कैसे करें

Unit – 6

carry out post service activities

सेवा के बाद की गतिविधियों को अंजाम देना

Learning objective :-

- List various parameters to review the post service data such as repairs done on customer's demand, etc.

पोस्ट सेवा डेटा की समीक्षा करने के लिए विभिन्न मापदंडों को सूचीबद्ध करें जैसे कि ग्राहक की मांग पर की गई मरम्मत, आदि।

- Explain the importance of making post service call and updating customer's feedback as per OEM specified format

पोस्ट सेवा कॉल करने और OEM निर्दिष्ट प्रारूप के अनुसार ग्राहक की प्रतिक्रिया को अपडेट करने के महत्व को समझाएं।

- List the different platforms to check customer feedback such as instant feedback card (IFC), email, social media, etc

ग्राहक प्रतिक्रिया की जांच करने के लिए विभिन्न प्लेटफार्मों को सूचीबद्ध करें जैसे कि त्वरित प्रतिक्रिया कार्ड (आईएफसी), ईमेल, सोशल मीडिया, आदि

- Discuss the procedure to report customer's issues/complaints, seek resolution plan and process concern closure

ग्राहक के मुद्दों / शिकायतों की रिपोर्ट करने के लिए प्रक्रिया पर चर्चा करें, समाधान योजना की तलाश करें और चिंता बंद करने की प्रक्रिया करें

- Discuss the importance of collecting customer satisfaction note after resolution

संकल्प के बाद ग्राहक संतुष्टि नोट एकत्र करने के महत्व पर चर्चा करें

- Summarise the follow up and escalation procedure for open concerns as specified by OEM

OEM द्वारा निर्दिष्ट के रूप में खुली चिंताओं के लिए अनुवर्ती और एस्केलेशन प्रक्रिया सारांशित करें

- Discuss the computer skills required at workplace.

कार्यस्थल पर आवश्यक कंप्यूटर कौशल पर चर्चा करें।

List various parameters to review the post service data such as repairs done on customer's demand, etc.

Customer Satisfaction Score (CSAT)

CSAT score is the most popular and straightforward way to measure customer satisfaction. It's a metric that measures sentiment towards your product, service or a specific interaction. To measure CSAT, you'll ask a simple question, such as: On a scale of 1-5, how satisfied are you with your recent purchase/support interaction/service? You'll want to carefully review the interactions for people who responded with low scores to analyze what went wrong to update procedures and responses or conduct additional agent training.

Customer Effort Score (CES)

Minimizing disruption in a person's life and requiring minimal effort on their part are the cornerstones of good customer service. CES measures how much effort your customer had to put in to resolving a particular issue or answering a specific question. CES depends on a myriad of factors including time spent, total back-and-forth interactions, and the number of times a person has to reach out.

To determine CES, you'll ask your customers, On a scale from "Very Easy" to "Very Difficult", how was your experience? If you find that you have a low CES score, identify how to remove obstacles and friction.

Employee Satisfaction Score (ESAT)

Customer service has one of the highest attrition rates of any industry. Measuring employee satisfaction with their job, processes and team can alert you to any issues or attrition risks, and as a result retain your agents (and keep

recruiting, training and onboarding costs at bay). Take frequent employee surveys, have 1-on-1 check-ins and encourage open communication to understand your employee satisfaction.

पोस्ट सेवा डेटा की समीक्षा करने के लिए विभिन्न मापदंडों को सूचीबद्ध करें जैसे कि ग्राहक की मांग पर की गई मरम्मत, आदि।

ग्राहक संतुष्टि स्कोर (CSAT)

CSAT स्कोर ग्राहक संतुष्टि को मापने का सबसे लोकप्रिय और सीधा तरीका है। यह एक मीट्रिक है जो आपके उत्पाद, सेवा या एक विशिष्ट बातचीत के प्रति भावना को मापता है। सीसैट को मापने के लिए, आप एक साधारण प्रश्न पूछेंगे, जैसे: 1-5 के पैमाने पर, आप अपनी हालिया खरीद / समर्थन इंटरैक्शन / सेवा से कितने संतुष्ट हैं? आप उन लोगों के लिए इंटरैक्शन की सावधानीपूर्वक समीक्षा करना चाहेंगे जिन्होंने कम स्कोर के साथ जवाब दिया, यह विश्लेषण करने के लिए कि क्या गलत हुआ प्रक्रियाओं और प्रतिक्रियाओं को अद्यतन करें या अतिरिक्त एजेंट प्रशिक्षण का संचालन करें।

ग्राहक प्रयास स्कोर (CES)

किसी व्यक्ति के जीवन में व्यवधान को कम करना और उनकी ओर से न्यूनतम प्रयास की आवश्यकता अच्छी ग्राहक सेवा की आधारशिला है। सीईएस मापता है कि आपके ग्राहक को किसी विशेष मुद्दे को हल करने या किसी विशिष्ट प्रश्न का उत्तर देने के लिए कितना प्रयास करना पड़ा। सीईएस असंख्य कारकों पर निर्भर करता है जिसमें खर्च किए गए समय, कुल आगे-पीछे बातचीत, और किसी व्यक्ति को पहुंचने की संख्या शामिल है।

सीईएस को निर्धारित करने के लिए, आप अपने ग्राहकों से पूछेंगे, "बहुत आसान" से "बहुत मुश्किल" तक के पैमाने पर, आपका अनुभव कैसा रहा? यदि आप पाते हैं कि आपके पास कम सीईएस स्कोर है, तो पहचानें कि बाधाओं और घर्षण को कैसे दूर किया जाए।

कर्मचारी संतुष्टि स्कोर (ESAT)

ग्राहक सेवा में किसी भी उद्योग की उच्चतम एट्रिशन दरों में से एक है। अपनी नौकरी, प्रक्रियाओं और टीम के साथ कर्मचारी की संतुष्टि को मापने से आपको किसी भी मुद्दे या एट्रिशन जोखिमों के लिए सतर्क किया जा सकता है, और परिणामस्वरूप अपने एजेंटों को बनाए रख सकते हैं (और खाड़ी में भर्ती, प्रशिक्षण और ऑनबोर्डिंग लागत रखते हैं)। लगातार कर्मचारी सर्वेक्षण लें, 1-ऑन-1 चेक-इन करें और अपने कर्मचारी की संतुष्टि को समझने के लिए खुले संचार को प्रोत्साहित करें।

Explain the importance of making post service call and updating customer's feedback as per OEM specified format

Customer feedback is important because it serves as a guiding resource for the growth of your company. Don't you want to know what you're getting right — and wrong — as a business in the eyes of your customers?

Within the good and the bad, you can find gems that make it easier to adjust and adapt the customer experience over time. In short, feedback is the way to keep your community at the heart of everything you do.

पोस्ट सेवा कॉल करने और OEM निर्दिष्ट प्रारूप के अनुसार ग्राहक की प्रतिक्रिया को अपडेट करने के महत्व को समझाएं।

ग्राहक प्रतिक्रिया महत्वपूर्ण है क्योंकि यह आपकी कंपनी के विकास के लिए एक मार्गदर्शक संसाधन के रूप में कार्य करता है। क्या आप यह जानना नहीं चाहते हैं कि आप अपने ग्राहकों की नजर में एक व्यवसाय के रूप में क्या सही और गलत प्राप्त कर रहे हैं?

अच्छे और बुरे के भीतर, आप ऐसे रत्न पा सकते हैं जो समय के साथ ग्राहक अनुभव को समायोजित करना और अनुकूलित करना आसान बनाते हैं। संक्षेप में, प्रतिक्रिया आपके समुदाय को आपके द्वारा की जाने वाली हर चीज के दिल में रखने का तरीका है

List the different platforms to check customer feedback such as instant feedback card (IFC), email, social media, etc

Voice of the Customer (VoC) tools

Voice of the Customer (VoC) tools are a top priority among online companies, as these customer feedback tools have become a critical element in customer

experience initiatives. These customer feedback tools make it easy for visitors to communicate about their customer experience directly and help avoid interrupting the online journey. They are also great for collecting 'in-the-moment' feedback. Ready to get your voice of the customer program started? Try one of these tools.

Community Feedback

Also referred to as online forums, community feedback is a type of customer feedback tool that is collected via your website or mobile app and published either in your community or on a public forum. Visitors are usually able to comment on feedback that has been published which often turn into discussions. They can also provide suggestions or notify you of problems they're experiencing on your website. Thanks to their transparency and social effect, these tools have become quite popular in recent years.

Visual Feedback Tools

Looking to capture more visual input regarding your website performance? Then perhaps a visual feedback tool is something you should consider. These customer feedback tools work in many different ways. Some provide the option submit a screenshot while others involve virtual sticky notes that highlight certain elements on the page such as text, images or buttons. While these provide a lot of support in terms of design (where are all my web designers out there?) they are somewhat basic in terms of extracting deep customer experience insights.

User Testing Tools

User Testing Tools, on the other hand, involve all aspects of user interaction – whether that is with your company, products and/or services. For many businesses, supplying a good user experience is only achievable by making use of user testing tools. These kinds of customer feedback tools do a great job of measuring these interactions for the user. However, these insights are limited to the amount of pageviews users are allotted and they also often lack in the analysis and action management area.

ग्राहक प्रतिक्रिया की जांच करने के लिए विभिन्न प्लेटफार्मों को सूचीबद्ध करें जैसे कि त्वरित प्रतिक्रिया कार्ड (आईएफसी), ईमेल, सोशल मीडिया, आदि

ग्राहक की आवाज (वीओसी) उपकरण

वॉयस ऑफ द कस्टमर (वीओसी) टूल ऑनलाइन कंपनियों के बीच एक सर्वोच्च प्राथमिकता है, क्योंकि ये ग्राहक प्रतिक्रिया उपकरण ग्राहक अनुभव पहल में एक महत्वपूर्ण तत्व बन गए हैं। ये ग्राहक प्रतिक्रिया उपकरण आगंतुकों के लिए सीधे अपने ग्राहक अनुभव के बारे में संवाद करना आसान बनाते हैं और ऑनलाइन यात्रा को बाधित करने से बचने में मदद करते हैं। वे 'इन-द-पल' प्रतिक्रिया एकत्र करने के लिए भी बहुत अच्छे हैं। ग्राहक कार्यक्रम की अपनी आवाज शुरू करने के लिए तैयार हैं?

सामुदायिक प्रतिक्रिया

ऑनलाइन फ़ोरम के रूप में भी जाना जाता है, सामुदायिक प्रतिक्रिया एक प्रकार का ग्राहक प्रतिक्रिया उपकरण है जो आपकी वेबसाइट या मोबाइल ऐप के माध्यम से एकत्र किया जाता है और या तो आपके समुदाय में या सार्वजनिक मंच पर प्रकाशित होता है। आगंतुक आमतौर पर प्रकाशित होने वाली प्रतिक्रिया पर टिप्पणी करने में सक्षम होते हैं जो अक्सर चर्चाओं में बदल जाते हैं। वे सुझाव भी प्रदान कर सकते हैं या आपको आपकी वेबसाइट पर अनुभव की जा रही समस्याओं के बारे में सूचित कर सकते हैं। उनकी पारदर्शिता और सामाजिक प्रभाव के लिए धन्यवाद,, ये उपकरण हाल के वर्षों में काफी लोकप्रिय हो गए हैं।

दृश्य प्रतिक्रिया उपकरण

अपनी वेबसाइट के प्रदर्शन के बारे में अधिक दृश्य इनपुट कैप्चर करना चाहते हैं? फिर शायद एक दृश्य प्रतिक्रिया उपकरण कुछ ऐसा है जिस पर आपको विचार करना चाहिए। ये ग्राहक प्रतिक्रिया उपकरण कई अलग-अलग तरीकों से काम करते हैं। कुछ विकल्प प्रदान करते हैं एक स्क्रीनशॉट सबमिट करते हैं जबकि अन्य में आभासी चिपचिपा नोट्स शामिल होते हैं जो पृष्ठ पर कुछ तत्वों जैसे पाठ, छवियों या बटन को उजागर करते हैं। जबकि ये डिजाइन के मामले में बहुत समर्थन प्रदान करते हैं (मेरे सभी वेब डिजाइनर कहां हैं?)। वे गहरे ग्राहक अनुभव अंतर्दृष्टि निकालने के मामले में कुछ हद तक बुनियादी हैं।

उपयोगकर्ता परीक्षण उपकरण

दूसरी ओर, उपयोगकर्ता परीक्षण उपकरण, उपयोगकर्ता इंटरैक्शन के सभी पहलुओं को शामिल करते हैं - चाहे वह आपकी कंपनी, उत्पादों और / या सेवाओं के साथ हो। कई व्यवसायों के लिए, एक अच्छा उपयोगकर्ता अनुभव प्रदान करना केवल उपयोगकर्ता परीक्षण उपकरणों का उपयोग करके प्राप्त करने योग्य है। इस प्रकार के ग्राहक प्रतिक्रिया उपकरण उपयोगकर्ता के लिए इन इंटरैक्शन को मापने का एक बड़ा काम करते हैं। हालांकि, ये अंतर्दृष्टि उपयोगकर्ताओं को आवंटित किए गए पेजव्यू की मात्रा तक सीमित हैं और उनमें अक्सर विश्लेषण और कार्रवाई प्रबंधन क्षेत्र में भी कमी होती है।

Discuss the procedure to report customer's issues/complaints, seek resolution plan and process concern closure

Dig deeper by asking the right questions

Complaints — even angry ones — can contain insights, and it's your job to seek out the point of friction. Socratic questioning can help you get to the source of the issue.

Ask your customer questions like:

What do you mean by...?

Could you provide an example?

Could you expand on that point further?

And ask yourself questions like:

What other information do I need?

What am I assuming here?

Why is this complaint important?

Identify the type of customer you're dealing

A study from the University of Florida found that when dealing with customer complaints, you may run into one of the following types of customers, each "motivated by different beliefs, attitudes, and needs":

Customers who aren't shy about letting you know they're upset. When responding, avoid mirroring their confrontational behavior; instead, react with firm politeness.

Customers who pay well and demand premium support for it. When responding, avoid excuses and just get to the solution. Consider creating a VIP folder and workflow to make it easy to identify and respond to their complaints.

Customers who contact you frequently. Stay patient and avoid coming across as frustrated when responding to these customers. When satisfied, they often become repeat customers and advocates for your company.

Respond to the customer quickly

When it comes to unhappy customers, a speedy response goes from being a nice-to-have to a necessity. Complaints are best resolved as soon as possible. A customer leaving a feature request won't mind at all if it takes you a day to respond, but customers who are in a "pulling my hair out" situation want a resolution yesterday. Make responding to them a priority.

Present a solution, and verify that the problem is solved

After you've identified the root cause of the customer's complaint, found a solution, and sent that solution to the customer, it's important to verify that the solution you proposed actually solved the problem. There are a couple of ways to do this:

If you can't verify that the solution is working, add this line to the end of your communication: "Please let me know if there's anything else I can do for you. I'm happy to help!"

Log the complaint so you can track trends

If you've gotten one complaint from one customer about one specific issue over the last 10 years, that issue might not be worth addressing. But if you're getting multiple messages from multiple customers who all shared the same complaint, that's the beginning of a narrative.

**ग्राहक के मुद्दों / शिकायतों की रिपोर्ट करने के लिए प्रक्रिया पर चर्चा करें,
समाधान योजना की तलाश करें और चिंता बंद करने की प्रक्रिया करें**

सही सवाल पूछकर गहरी खुदाई करें

शिकायतें - यहां तक कि नाराज लोग - अंतर्दृष्टि हो सकती हैं, और घर्षण के बिंदु की तलाश करना आपका काम है। सोक्रेटिक पूछताछ आपको इस मुद्दे के स्रोत तक पहुंचने में मदद कर सकती है।

अपने ग्राहक से ऐसे प्रश्न पूछें जैसे:

आपका क्या मतलब है...?

क्या आप एक उदाहरण प्रदान कर सकते हैं?

क्या आप उस बिंदु पर आगे विस्तार कर सकते हैं?

और अपने आप से सवाल पूछें जैसे:

मुझे और कौन सी जानकारी चाहिए?

मैं यहाँ क्या मान रहा हूँ?

यह शिकायत क्यों महत्वपूर्ण है?

उस ग्राहक के प्रकार की पहचान करें जिससे आप काम कर रहे हैं

फ्लोरिडा विश्वविद्यालय के एक अध्ययन में पाया गया कि ग्राहकों की शिकायतों से निपटने के दौरान, आप निम्नलिखित प्रकार के ग्राहकों में से एक में भाग ले सकते हैं, प्रत्येक "विभिन्न मान्यताओं, दृष्टिकोणों और जरूरतों से प्रेरित":

जो ग्राहक आपको यह बताने के बारे में शर्मिंदा नहीं हैं कि वे परेशान हैं। जवाब देते समय, उनके टकराव के व्यवहार को मिरर करने से बचें; इसके बजाय, दृढ़ विनम्रता के साथ प्रतिक्रिया करें।

ग्राहक जो अच्छी तरह से भुगतान करते हैं और इसके लिए प्रीमियम समर्थन की मांग करते हैं। जवाब देते समय, बहाने से बचें और बस समाधान पर जाएं। उनकी शिकायतों की पहचान करना और उनका जवाब देना आसान बनाने के लिए एक वीआईपी फ़ोल्डर और वर्कफ़्लो बनाने पर विचार करें।

ग्राहक को जल्दी से जवाब दें

जब दुखी ग्राहकों की बात आती है, तो एक त्वरित प्रतिक्रिया एक आवश्यकता के लिए एक अच्छी-से-अच्छी होने से जाती है। शिकायतों का जल्द से जल्द समाधान किया जाता है।

एक सुविधा अनुरोध छोड़ने वाला ग्राहक बिल्कुल भी बुरा नहीं मानेगा यदि आपको जवाब देने में एक दिन लगता है, लेकिन जो ग्राहक "मेरे बालों को बाहर खींचने" की स्थिति में हैं, वे कल एक संकल्प चाहते हैं। उन्हें जवाब देने को प्राथमिकता दें।

ग्राहक जो आपसे अक्सर संपर्क करते हैं। धैर्य रखें और इन ग्राहकों को जवाब देते समय निराश होने से बचें। संतुष्ट होने पर, वे अक्सर आपकी कंपनी के लिए दोहराने वाले ग्राहक और अधिवक्ता बन जाते हैं।

एक समाधान प्रस्तुत करें, और सत्यापित करें कि समस्या हल हो गई है

ग्राहक की शिकायत के मूल कारण की पहचान करने के बाद, एक समाधान मिला, और ग्राहक को उस समाधान को भेजा, यह सत्यापित करना महत्वपूर्ण है कि आपके द्वारा प्रस्तावित समाधान वास्तव में समस्या को हल करता है। ऐसा करने के कुछ तरीके हैं:

यदि आप यह सत्यापित नहीं कर सकते हैं कि समाधान काम कर रहा है, तो इस पंक्ति को अपने संचार के अंत में जोड़ें: "कृपया मुझे बताएं कि क्या कुछ और है जो मैं आपके लिए कर सकता हूँ। मैं मदद करने के लिए खुश हूँ।"

शिकायत लॉग इन करें ताकि आप रुझानों को ट्रैक कर सकें

यदि आपको पिछले 10 वर्षों में एक विशिष्ट मुद्दे के बारे में एक ग्राहक से एक शिकायत मिली है, तो वह मुद्दा संबोधित करने योग्य नहीं हो सकता है। लेकिन अगर आपको कई ग्राहकों से कई संदेश मिल रहे हैं, जिन्होंने सभी एक ही शिकायत साझा की है, तो यह एक कथा की शुरुआत है।

Discuss the importance of collecting customer satisfaction note after resolution

1. Customer feedback gives you data that helps taking business decisions

There is no place for business decisions based on loose guesses on a highly competitive market. Successful business owners gather and manage distinct kind of data that helps them develop future strategies. Only in this way they are able to adjust their products and services to perfectly fit customer needs.

2. Customer feedback is a reliable source for information to other consumers

In the times of social media, consumers do not trust commercials or expert advice so much. Opinions provided by other customers who have already used a product or service are more reliable source for information these days. When you look for an accommodation in a city you visit or you want to find a nice new restaurant to have dinner with friends you read reviews beforehand. When you want to buy new shoes you ask for opinion on Facebook or go to a trustworthy blog to read a review. Many companies today incorporate review system in their services and products. Think of Uber, or AirBnb. They all do their best to ensure that poor service will be detected and excluded from their business.

3. Customer feedback helps to improve customer retention

A satisfied customer will stay with you. An unhappy customer will eventually find a better alternative to your business and leave. Customer feedback benefits are significant. It helps you determine if your clients are satisfied with your service and detect areas where you should improve. Thanks to asking for opinions regularly you can always keep a finger on the pulse. Each time a dissatisfied customer expresses his disappointment you can immediately react and find a solution to fix an issue. This is a perfect moment to win a client back and even increase his level of loyalty. In many cases, an unhappy customer who encountered a problem with your service, but you got it fixed straightaway demonstrates bigger devotion to your brand than a customer who has never been disappointed with your service.

4. Customer feedback helps you create the best customer experience

Today's marketing is heavily based on experiences people have with products, services, and brands. They do not buy Apple products just because they are good. They want to demonstrate their status and affiliation to a particular group. They do not buy Nike clothes because they are durable. They buy courage to extend their boundaries. Therefore, if you focus on providing the

best customer experience at every touchpoint clients will stay loyal to your brand. And naturally, the most effective way to give them an amazing experience is asking them what they like about your service and what should be improved.

संकल्प के बाद ग्राहक संतुष्टि नोट एकत्र करने के महत्व पर चर्चा करें

1. ग्राहक प्रतिक्रिया आपको डेटा देती है जो व्यावसायिक निर्णय लेने में मदद करती है

अत्यधिक प्रतिस्पर्धी बाजार पर ठीले अनुमानों के आधार पर व्यावसायिक निर्णयों के लिए कोई जगह नहीं है। सफल व्यवसाय के मालिक अलग-अलग प्रकार के डेटा को इकट्ठा और प्रबंधित करते हैं जो उन्हें भविष्य की रणनीतियों को विकसित करने में मदद करता है। केवल इस तरह से वे ग्राहकों की जरूरतों को पूरी तरह से फिट करने के लिए अपने उत्पादों और सेवाओं को समायोजित करने में सक्षम हैं।

2. ग्राहक प्रतिक्रिया अन्य उपभोक्ताओं को जानकारी के लिए एक विश्वसनीय स्रोत है

सोशल मीडिया के समय में उपभोक्ता विज्ञापनों या विशेषज्ञों की सलाह पर इतना भरोसा नहीं करते हैं। अन्य ग्राहकों द्वारा प्रदान की गई राय जो पहले से ही किसी उत्पाद या सेवा का उपयोग कर चुके हैं, इन दिनों जानकारी के लिए अधिक विश्वसनीय स्रोत हैं। जब आप किसी ऐसे शहर में आवास की तलाश करते हैं जिसे आप देखते हैं या आप उन दोस्तों के साथ रात का खाना खाने के लिए एक अच्छा नया रेस्तरां ढूंढना चाहते हैं जिन्हें आप पहले से समीक्षा पढ़ते हैं। कई कंपनियां आज अपनी सेवाओं और उत्पादों में समीक्षा प्रणाली को शामिल करती हैं। Uber, या AirBnb के बारे में सोचें। वे सभी यह सुनिश्चित करने के लिए अपनी पूरी कोशिश करते हैं कि खराब सेवा का पता लगाया जाएगा और उनके व्यवसाय से बाहर रखा जाएगा।

3. ग्राहक प्रतिक्रिया ग्राहक प्रतिधारण में सुधार करने में मदद करती है

एक संतुष्ट ग्राहक आपके साथ रहेगा। एक दुखी ग्राहक अंततः आपके व्यवसाय और छोड़ने के लिए एक बेहतर विकल्प ढूंढ लेगा। ग्राहक प्रतिक्रिया लाभ महत्वपूर्ण हैं। यह आपको यह निर्धारित करने में मदद करता है कि क्या आपके ग्राहक आपकी सेवा से संतुष्ट हैं और उन क्षेत्रों का पता लगाते हैं जहां आपको

सुधार करना चाहिए। नियमित रूप से राय मांगने के लिए धन्यवाद आप हमेशा नाड़ी पर एक उंगली रख सकते हैं . हर बार जब एक असंतुष्ट ग्राहक अपनी निराशा व्यक्त करता है तो आप तुरंत प्रतिक्रिया कर सकते हैं और किसी मुद्दे को ठीक करने के लिए समाधान पा सकते हैं। यह एक ग्राहक को वापस जीतने और यहां तक कि वफादारी के अपने स्तर को बढ़ाने के लिए एक आदर्श क्षण है। कई मामलों में, एक दुखी ग्राहक जिसने आपकी सेवा के साथ एक समस्या का सामना किया, लेकिन आपने इसे सीधे तय किया है, आपके ब्रांड के लिए बड़ी भक्ति को दर्शाता है कि एक ग्राहक जो आपकी सेवा से कभी निराश नहीं हुआ है।

4. ग्राहक प्रतिक्रिया आपको सर्वोत्तम ग्राहक अनुभव बनाने में मदद करती है

आज का विपणन उत्पादों, सेवाओं और ब्रांडों के साथ लोगों के अनुभवों पर आधारित है। वे ऐप्पल उत्पादों को सिर्फ इसलिए नहीं खरीदते हैं क्योंकि वे अच्छे हैं। वे किसी विशेष समूह को अपनी स्थिति और संबद्धता का प्रदर्शन करना चाहते हैं। वे नाइकी के कपड़े नहीं खरीदते हैं क्योंकि वे टिकाऊ होते हैं। वे अपनी सीमाओं को बढ़ाने के लिए साहस खरीदते हैं। इसलिए, यदि आप हर टचपॉइंट पर सबसे अच्छा ग्राहक अनुभव प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित करते हैं, तो ग्राहक आपके ब्रांड के प्रति वफादार रहेंगे। और स्वाभाविक रूप से, उन्हें एक अद्भुत अनुभव देने का सबसे प्रभावी तरीका उनसे पूछ रहा है कि उन्हें आपकी सेवा के बारे में क्या पसंद है और क्या सुधार किया जाना चाहिए।

Summarise the follow up and escalation procedure for open concerns as specified by OEM

1. Define decision categories: these can include areas such as finance, staffing, tools, and technical features/functionality. When defining the categories, the project manager should be mindful of the right balance in the number of categories based on the complexity of your organization. Project managers should avoid too many issues to take to the next level to overburden the process, and too few will not provide a meaningful escalation path. This is

especially important in new product development, where there is inherently more risk.

2. In each category, project managers should determine the appropriate escalation procedure by functional responsibility. Project managers should start at the lowest level in the organization, typically an individual contributor. Some decision categories can have parallel communications (functional and cross-functional) and typically this flows from the project manager. This matrix is to be followed for just about any escalation in product management or program management.

3. Define the key organizational contributors and their decision-making authority including the project manager. This can vary based on the size and complexity of the project. In some cases, there will be dual communication paths (functional and project) to ensure rapid decision-making.

4. The project manager then reviews with management to get agreement on the categories, decision authority, and escalation procedure. It is the decision authority and the process to raise an escalation should be signed off by management – this is most important.

OEM द्वारा निर्दिष्ट के रूप में खुली चिंताओं के लिए अनुवर्ती और एस्केलेशन प्रक्रिया सारांशित करें

1. निर्णय श्रेणियों को परिभाषित करें: इनमें वित्त, स्टाफिंग, उपकरण और तकनीकी सुविधाओं / कार्यक्षमता जैसे क्षेत्र शामिल हो सकते हैं। श्रेणियों को परिभाषित करते समय, प्रोजेक्ट मैनेजर को आपके संगठन की जटिलता के आधार पर श्रेणियों की संख्या में सही संतुलन के प्रति सचेत रहना चाहिए। परियोजना प्रबंधकों को प्रक्रिया को ओवरबर्डन करने के लिए अगले स्तर पर ले जाने के लिए बहुत सारे मुद्दों से बचना चाहिए, और बहुत कम एक सार्थक वृद्धि पथ प्रदान नहीं करेंगे। यह नए उत्पाद विकास में विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, जहां स्वाभाविक रूप से अधिक जोखिम है।

2. प्रत्येक श्रेणी में, परियोजना प्रबंधकों को कार्यात्मक जिम्मेदारी द्वारा उचित वृद्धि प्रक्रिया निर्धारित करनी चाहिए। परियोजना प्रबंधकों को संगठन में सबसे निचले स्तर पर शुरू करना चाहिए, आमतौर पर एक व्यक्तिगत योगदानकर्ता। कुछ निर्णय श्रेणियों में समानांतर संचार (कार्यात्मक और क्रॉस-कार्यात्मक) हो सकते हैं और आमतौर पर यह परियोजना प्रबंधक से बहता है। इस मैट्रिक्स का पालन उत्पाद प्रबंधन या कार्यक्रम प्रबंधन में किसी भी वृद्धि के लिए किया जाना है।

3. परियोजना प्रबंधक सहित प्रमुख संगठनात्मक योगदानकर्ताओं और उनके निर्णय लेने के प्राधिकरण को परिभाषित करें। यह परियोजना के आकार और जटिलता के आधार पर भिन्न हो सकता है। कुछ मामलों में, तेजी से निर्णय लेने को सुनिश्चित करने के लिए दोहरे संचार पथ (कार्यात्मक और परियोजना) होंगे।

4. परियोजना प्रबंधक तब श्रेणियों, निर्णय प्राधिकरण और वृद्धि प्रक्रिया पर समझौता करने के लिए प्रबंधन के साथ समीक्षा करता है। यह निर्णय प्राधिकरण है और वृद्धि बढ़ाने की प्रक्रिया पर प्रबंधन द्वारा हस्ताक्षर किए जाने चाहिए - यह सबसे महत्वपूर्ण है।

Discuss the computer skills required at workplace.

1. Microsoft Office.
2. Microsoft Excel.
3. Microsoft PowerPoint.
4. G Suite for Business.
5. Email Management.
6. Information Management.
7. Data Entry.
8. Digital Calendars (Google, Outlook, etc.)

The name itself may seem obvious, but the truth is that most people are too overwhelmed by the vastness of technology to know what an employer might mean when the job description simply says “computer skills.”

Typically, employers want applicants who can use specific programs, such as Adobe Illustrator or WordPress. However, new technological developments can quickly change the preferences of potential employers.

Often, that means that employers are interested in candidates who are quick to pick up on how to use new programs and technology, as well as candidates who are familiar with current programs.

कार्यस्थल पर आवश्यक कंप्यूटर कौशल पर चर्चा करें।

1. माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस।
2. माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल।
3. माइक्रोसॉफ्ट पावरपॉइंट।
4. व्यापार के लिए जी सूट।
5. ईमेल प्रबंधन।
6. सूचना प्रबंधन।
7. डेटा प्रविष्टि।
8. डिजिटल कैलेंडर (Google, Outlook, आदि)

नाम स्वयं स्पष्ट लग सकता है, लेकिन सच्चाई यह है कि ज्यादातर लोग यह जानने के लिए प्रौद्योगिकी की विशालता से बहुत अभिभूत हैं कि नियोक्ता का क्या मतलब हो सकता है जब नौकरी का विवरण बस "कंप्यूटर कौशल" कहता है।

आमतौर पर, नियोक्ता उन आवेदकों को चाहते हैं जो विशिष्ट कार्यक्रमों का उपयोग कर सकते हैं, जैसे कि एडोब इलस्ट्रेटर या वर्डप्रेस। हालांकि, नए तकनीकी विकास संभावित नियोक्ताओं की प्राथमिकताओं को जल्दी से बदल सकते हैं। अक्सर, इसका मतलब है कि नियोक्ता उन उम्मीदवारों में रुचि रखते हैं जो नए कार्यक्रमों और प्रौद्योगिकी का उपयोग करने के तरीके के साथ-साथ उन उम्मीदवारों को चुनने के लिए जल्दी हैं जो वर्तमान कार्यक्रमों से परिचित हैं

Unit – 7

Support sales function

समर्थन विक्रय फ़ंक्शन

Learning objective :-

- Discuss the importance of Data Management Software (DMS) in Customer Relationship Management (CRM).

ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM) में डेटा प्रबंधन सॉफ्टवेयर (DMS) के महत्व पर चर्चा करें.

- List the various sources to collate potential sales leads such as showroom walk-ins, telephonic enquiries, etc.

शोरूम वॉक-इन, टेलीफोनिक पूछताछ, आदि जैसे संभावित बिक्री लीड को इकट्ठा करने के लिए विभिन्न स्रोतों को सूचीबद्ध करें।

- Summarise the role of telecaller in presales process

presales प्रक्रिया में telecaller की भूमिका संक्षेप में

- List the features / advantages / benefits and USPs of the OEM vehicles

OEM वाहनों की सुविधाओं / लाभों / लाभों और यूएसपी की सूची

- State the different activities involved in assisting sales and marketing team such as calling customers for events, sharing schemes/offers, etc

बिक्री और विपणन टीम की सहायता करने में शामिल विभिन्न गतिविधियों जैसे कि घटनाओं के लिए ग्राहकों को कॉल करना, योजनाओं /

- Discuss the importance of responding timely to customer queries in building customer relationships

ग्राहक संबंधों के निर्माण में ग्राहक प्रश्नों के समय पर जवाब देने के महत्व पर चर्चा करें

- Identify the local customer preferences, local market procedures and related information based on geographical nuances

स्थानीय ग्राहक प्राथमिकताओं, स्थानीय बाजार प्रक्रियाओं और भौगोलिक बारीकियों के आधार पर संबंधित जानकारी की पहचान करें

- Discuss the different ways to resolve common customer queries and complaints while ensuring least turnaround time.

कम से कम टर्नअराउंड समय सुनिश्चित करते हुए सामान्य ग्राहक प्रश्नों और शिकायतों को हल करने के विभिन्न तरीकों पर चर्चा करें।

- Explain the importance of maintaining proper records and documentation.
- उचित रिकॉर्ड और प्रलेखन बनाए रखने के महत्व को समझाएं।
- Prepare a database of potential customers from leads collected via different sources.

विभिन्न स्रोतों के माध्यम से एकत्र किए गए लीड से संभावित ग्राहकों का एक डेटाबेस तैयार करें।

- Role play a situation on how to call up a customer and convey the right perception about the brand, convince the customer on the USP of the vehicle and respond to the queries.

भूमिका एक ग्राहक को कॉल करने और ब्रांड के बारे में सही धारणा व्यक्त करने, वाहन की यूएसपी पर ग्राहक को मनाने और प्रश्नों का जवाब देने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है।

- Demonstrate how to fix meetings, book the test drive for customers and schedule pick up and drop facility.

प्रदर्शित करें कि बैठकों को कैसे ठीक किया जाए, ग्राहकों के लिए टेस्ट ड्राइव बुक करें और सुविधा को शेड्यूल करें।

- Role play a situation on how to brief the customer on value added services of new vehicle

भूमिका नए वाहन की मूल्य वर्धित सेवाओं पर ग्राहक को संक्षिप्त करने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है

- Role play a situation on how to effectively follow up with customers so as to realize post-sale revenue as per planned payment cycle.

भूमिका ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से अनुवर्ती कार्रवाई करने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है ताकि नियोजित भुगतान चक्र के अनुसार बिक्री के बाद के राजस्व का एहसास किया जा सके।

- Demonstrate how to maintain documentation pertaining to customer problems/queries.

ग्राहकों की समस्याओं / प्रश्नों से संबंधित प्रलेखन को बनाए रखने का तरीका प्रदर्शित करें।

Discuss the importance of Data Management Software (DMS) in Customer Relationship Management (CRM).

Customer relationship management software, or CRM software, enables businesses to improve their relationship with existing customers, find new prospective customers, and win back former customers. There are many advantages to using CRM software, but it's important to find document management software (DMS) that syncs with it. In this article, we'll explore the advantages of using CRM and the relationship between CRM and DMS.

If your organization generates revenues by selling products or services to customers, then CRM software is useful. Unless all of your new customers simply walk into your store, you'll need to spend some time finding customers or clients. Most businesses hire salespeople to get new customers. But in order to be efficient and productive, even the best salespeople require a system to help them. Here are the advantages a CRM system offers to your company:

Improved customer satisfaction

Increased revenues

Improved internal communication

DMS allows you to store and manage your documents in one secure place. The right DMS solution allows you to access files from your laptop, tablet, or

phone. And when you're looking for something, you can find it with a quick text search. Here are additional features DMS can offer:

User-based access

Secure file storage and transfer

Ability to share files with customers or clients

Audit trails

Mobile access to your files

Full-text search of your documents

ग्राहक संबंध प्रबंधन (CRM) में डेटा प्रबंधन सॉफ्टवेयर (DMS) के महत्व पर चर्चा करें.

ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर, या CRM सॉफ्टवेयर, व्यवसायों को मौजूदा ग्राहकों के साथ अपने संबंधों में सुधार करने, नए संभावित ग्राहकों को खोजने और पूर्व ग्राहकों को वापस जीतने में सक्षम बनाता है। CRM सॉफ्टवेयर का उपयोग करने के कई फायदे हैं, लेकिन दस्तावेज़ प्रबंधन सॉफ्टवेयर (DMS) को ढूंढना महत्वपूर्ण है जो इसके साथ सिंक करता है। इस लेख में, हम CRM का उपयोग करने और CRM और DMS के बीच संबंधों के लाभों का पता लगाएंगे।

यदि आपका संगठन ग्राहकों को उत्पाद या सेवाएं बेचकर राजस्व उत्पन्न करता है, तो CRM सॉफ्टवेयर उपयोगी है. जब तक आपके सभी नए ग्राहक बस आपके स्टोर में नहीं जाते हैं, तब तक आपको ग्राहकों या ग्राहकों को खोजने में कुछ समय बिताने की आवश्यकता होगी। अधिकांश व्यवसाय नए ग्राहकों को प्राप्त करने के लिए विक्रेताओं को किराए पर लेते हैं। लेकिन कुशल और उत्पादक होने के लिए, यहां तक कि सबसे अच्छे विक्रेताओं को भी उनकी मदद करने के लिए एक प्रणाली की आवश्यकता होती है। यहां एक CRM सिस्टम आपकी कंपनी को प्रदान किए जाने वाले फायदे हैं:

बेहतर ग्राहक संतुष्टि

राजस्व में वृद्धि

बेहतर आंतरिक संचार

डीएमएस आपको अपने दस्तावेजों को एक सुरक्षित स्थान पर स्टोर और प्रबंधित करने की अनुमति देता है। सही डीएमएस समाधान आपको अपने लैपटॉप, टैबलेट या फोन से

फ़ाइलों तक पहुंचने की अनुमति देता है। और जब आप किसी चीज़ की तलाश में होते हैं, तो आप इसे त्वरित पाठ खोज के साथ पा सकते हैं। यहाँ अतिरिक्त सुविधाओं डीएमएस की पेशकश कर सकते हैं:

उपयोगकर्ता-आधारित पहुँच

सुरक्षित फ़ाइल संग्रहण और स्थानांतरण

ग्राहकों या ग्राहकों के साथ फ़ाइलों को साझा करने की क्षमता

ऑडिट ट्रेल्स

आपकी फ़ाइलों के लिए मोबाइल पहुँच

आपके दस्तावेज़ों की पूर्ण-पाठ खोज

List the various sources to collate potential sales leads such as showroom walk-ins, telephonic enquiries, etc.

1. Referrals

Referrals from your best clients are your best source of quality leads. A referral implies that you are trusted and valued. Your referral source can also confirm what it's like to do business with you.

2. Former Clients

Reach back out to these inactive accounts or find out who some of their competitors are that may be more open to new ideas. They could be your own former clients, or unclaimed former clients that no one at your company is currently working.

3. Competitors

Who is working with your competitors? Study competitors to see who is active in the categories you have decided to target.

4. Business & Sales Intelligence Tools

Use business intelligence tools like Hoovers, Datanyze, and Winmo. To find resources best for your industry, do a search online for “sales intelligence tools.” Be creative with how you use these tools. For example, you might look

for Industry Associations or Board Certified companies in certain categories. Or try searching conferences for sponsors, speakers, and participants that are good prospects for your industry.

5. Google Resources

Google can offer leads in many ways:

Google Alerts can send you email notifications about your prospects or clients.

Google Maps can show you which prospects are in a location you are targeting.

A simple Google search using key phrases such as “top plastic surgeons near me,” can yield results for locations, reviews, and blogs, for the category you are searching.

6. LinkedIn

On LinkedIn, search for groups, job titles and industries you’re targeting. If you are in media sales, you might search for Marketing Director or Marketing Coordinator to see who has this job and then try to connect and message them.

7. Relationship Marketing

While there is a lot to be found online, remember to move from research to building relationships. Think of the prospecting process as Relationship Marketing. Go to industry events to meet people in person, reach out and connect to form online relationships.

शोरूम वॉक-इन, टेलीफोनिक पूछताछ, आदि जैसे संभावित बिक्री लीड को इकट्ठा करने के लिए विभिन्न स्रोतों को सूचीबद्ध करें।

1. रेफरल

अपने सबसे अच्छे ग्राहकों से रेफरल गुणवत्ता लीड का आपका सबसे अच्छा स्रोत हैं। एक रेफरल का तात्पर्य है कि आप विश्वसनीय और मूल्यवान हैं। आपका रेफरल स्रोत यह भी पुष्टि कर सकता है कि आपके साथ व्यवसाय करना कैसा है।

2. पूर्व ग्राहकों

इन निष्क्रिय खातों तक वापस पहुंचें या पता लगाएं कि उनके कुछ प्रतियोगी कौन हैं जो नए विचारों के लिए अधिक खुले हो सकते हैं। वे आपके अपने पूर्व ग्राहक, या लावारिस पूर्व ग्राहक हो सकते हैं कि आपकी कंपनी में कोई भी वर्तमान में काम नहीं कर रहा है।

3. प्रतियोगियों

आपके प्रतिस्पर्धियों के साथ कौन काम कर रहा है? यह देखने के लिए प्रतियोगियों का अध्ययन करें कि आपके द्वारा लक्षित की गई श्रेणियों में कौन सक्रिय है।

4. व्यापार और बिक्री खुफिया उपकरण

हूवर्स, Datanyze, और Winmo जैसे व्यावसायिक खुफिया उपकरणों का उपयोग करें। अपने उद्योग के लिए सर्वोत्तम संसाधनों को खोजने के लिए, "बिक्री खुफिया उपकरण" के लिए ऑनलाइन खोज करें। आप इन उपकरणों का उपयोग कैसे करते हैं, इसके साथ रचनात्मक रहें। उदाहरण के लिए, आप कुछ श्रेणियों में उद्योग संघों या बोर्ड प्रमाणित कंपनियों की तलाश कर सकते हैं। या प्रायोजकों, वक्ताओं और प्रतिभागियों के लिए सम्मेलनों की खोज करने का प्रयास करें जो आपके उद्योग के लिए अच्छी संभावनाएं हैं।

5. गूगल संसाधन

Google कई मायनों में लीड प्रदान कर सकता है:

Google अलर्ट आपको आपकी संभावनाओं या ग्राहकों के बारे में ईमेल सूचनाएं भेज सकता है.

Google मानचित्र आपको दिखा सकता है कि आपके द्वारा लक्षित किए जा रहे स्थान पर कौन सी संभावनाएं हैं.

"मेरे पास के शीर्ष प्लास्टिक सर्जन" जैसे प्रमुख वाक्यांशों का उपयोग करके एक सरल Google खोज, आपके द्वारा खोजी जा रही श्रेणी के लिए स्थानों, समीक्षाओं और ब्लॉगों के लिए परिणाम दे सकती है।

6. लिंकडइन

लिंकडइन पर, उन समूहों, नौकरी के शीर्षकों और उद्योगों की खोज करें जिन्हें आप लक्षित कर रहे हैं। यदि आप मीडिया की बिक्री में हैं, तो आप यह देखने के लिए विपणन निदेशक या विपणन समन्वयक की खोज कर सकते हैं कि यह काम किसके पास है और फिर उन्हें कनेक्ट करने और संदेश भेजने का प्रयास करें।

7. रिलेशनशिप मार्केटिंग

जबकि ऑनलाइन बहुत कुछ पाया जाना है, अनुसंधान से रिश्तों के निर्माण के लिए आगे बढ़ना याद रखें। रिलेशनशिप मार्केटिंग के रूप में पूर्वक्षण प्रक्रिया के बारे में सोचें। व्यक्तिगत रूप से लोगों से मिलने के लिए उद्योग की घटनाओं पर जाएं, ऑनलाइन रिश्ते बनाने के लिए पहुंचें और कनेक्ट करें।

Summarise the role of telecaller in presales process

Telemarketings is a very commonly used of marketing companies to connect with potential customers of their products or services. Historically, telemarketing involves companies to make telephone calls to existing or potential customers. With the new technology, telemarketing, video conferencing calls as well as extensions to include although those are generally conducted with existing customers. Telemarketing is often used to try to sell a product or service, but it can also take the form of surveys or information gathering.

When companies call new customers, activity is asked to call as winter. This means that the consumer has not purchased from the company before nor has they requested a call from the company. The list of companies serves, which is of consumers who have similar interests or purchasing history, which fits the company's target market. You can purchase a list of potential customers to the phone from a list that will provide a list.

presales प्रक्रिया में telecaller की भूमिका संक्षेप में

टेलीमार्केटिंगएँ विपणन कंपनियों के एक बहुत ही आम रूप से उनके उत्पादों या सेवाओं के संभावित ग्राहकों के साथ कनेक्ट करने के लिए इस्तेमाल होता है। ऐतिहासिक, टेलीमार्केटिंग मौजूदा या संभावित ग्राहकों के लिए टेलीफोन कॉल करने के लिए कंपनियों के शामिल। नई तकनीक के साथ, टेलीमार्केटिंग, वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग कॉल के रूप में

अच्छी तरह से शामिल करने के लिए विस्तार हालांकि उन आम तौर पर मौजूदा ग्राहकों के साथ आयोजित की जाती हैं। टेलीमार्केटिंग अक्सर एक उत्पाद या सेवा को बेचने की कोशिश करने के लिए प्रयोग किया जाता है, लेकिन यह भी सर्वेक्षण या जानकारी जुटाने का रूप ले सकता है।

जब कंपनियों के लिए नए ग्राहकों को फोन, गतिविधि सर्दी के रूप में फोन करने के लिए कहा जाता है। यह उपभोक्ता से पहले कंपनी से खरीदा नहीं किया है और न ही वे कंपनी से एक कॉल का अनुरोध किया है इसका मतलब है। कंपनियों की सूची सेवा है, जो उपभोक्ताओं को जो समान हितों या क्रय इतिहास, जो कंपनी का लक्ष्य बाजार फिट है की एक सूची प्रदान करेगा से फोन करने के लिए संभावित ग्राहकों की एक सूची खरीद सकते हैं।

List the features / advantages / benefits and USPs of the OEM vehicles

An original equipment manufacturer (OEM) traditionally is defined as a company whose goods are used as components in the products of another company, which then sells the finished item to users.

The second firm is referred to as a value-added reseller (VAR) because by augmenting or incorporating features or services, it adds value to the original item. The VAR works closely with the OEM, which often customizes designs based on the VAR company's needs and specifications.

An original equipment manufacturer (OEM) provides components for the finished products of another company, known as a value-added reseller (VAR).

In the computer industry, OEM may refer to the company that buys products and then incorporates or rebrands them into a new product under its own name.

Traditionally, OEMs focus on business-to-business sales, while VARs sell to the public or other end users.

In manufacturing industries, OEMs stand in contrast to aftermarket products, which offer replacement parts that are generic and cheaper than OEM parts.

An OEM is also different from an original design manufacturer (ODM), a company that customizes its own products for resale by the client.

Guaranteed Quality. ...

Longevity. ...

Better Performance and Efficiency

OEM वाहनों की सुविधाओं / लाभों / लाभों और यूएसपी की सूची

एक मूल उपकरण निर्माता (OEM) को पारंपरिक रूप से एक ऐसी कंपनी के रूप में परिभाषित किया जाता है जिसका माल किसी अन्य कंपनी के उत्पादों में घटकों के रूप में उपयोग किया जाता है, जो तब उपयोगकर्ताओं को तैयार आइटम बेचता है।

दूसरी फर्म को मूल्य वर्धित पुनर्विक्रेता (वीएआर) के रूप में संदर्भित किया जाता है क्योंकि सुविधाओं या सेवाओं को बढ़ाने या शामिल करने से, यह मूल आइटम में मूल्य जोड़ता है। वीएआर OEM के साथ मिलकर काम करता है, जो अक्सर वीएआर कंपनी की जरूरतों और विनिर्देशों के आधार पर डिजाइन को अनुकूलित करता है।

एक मूल उपकरण निर्माता (OEM) किसी अन्य कंपनी के तैयार उत्पादों के लिए घटक प्रदान करता है, जिसे मूल्य वर्धित पुनर्विक्रेता (VAR) के रूप में जाना जाता है।

कंप्यूटर उद्योग में, OEM उस कंपनी को संदर्भित कर सकता है जो उत्पादों को खरीदती है और फिर उन्हें अपने नाम के तहत एक नए उत्पाद में शामिल या रीब्रांड करती है।

परंपरागत रूप से, ओईएम व्यवसाय-से-व्यवसाय बिक्री पर ध्यान केंद्रित करते हैं, जबकि वीएआर जनता या अन्य अंतिम उपयोगकर्ताओं को बेचते हैं।

विनिर्माण उद्योगों में, OEM aftermarket उत्पादों के विपरीत खड़े होते हैं, जो प्रतिस्थापन भागों की पेशकश करते हैं जो OEM भागों की तुलना में जेनेरिक और सस्ते होते हैं।

एक OEM एक मूल डिजाइन निर्माता (ODM) से भी अलग है, एक कंपनी जो क्लाइंट द्वारा पुनर्विक्रय के लिए अपने स्वयं के उत्पादों को अनुकूलित करती है।

गुणवत्ता की गारंटी. ...

दीर्घायु। ...

बेहतर प्रदर्शन और दक्षता

State the different activities involved in assisting sales and marketing team such as calling customers for events, sharing schemes/offers, etc

A guest speaker event

A speaker presentation is one of the most common forms of B2B event marketing. When it comes to your time and budget, you typically don't have to invest as much when inviting a single speaker to present.

If you're just starting out, invite a speaker who is a leader in their industry to give a presentation. They should be speaking about a topic which is valuable to your customers and prospects.

Networking event sessions

Every business professional knows the importance of networking. It can benefit your current job or your career as a whole. A networking session doesn't require the educational element -- no speakers required! This means all you need on the event day is a space and some catering. (If you're nervous meeting people, having a glass to hold and sip can make all the difference! Read more about my tips for nervous networkers [here](#)

Conferences

Conferences are often used by B2B marketers. They require a lot of work (and budget!), but bigger events also hold the opportunity for bigger gain. People plan to attend conferences well in advance; they are often calculated into a manager's budget under education and training.

Conferences feature a number of speakers, which means attendees have multiple leaders and potential topics they can learn from and about.

A seminar or half day event

Instead of a full conference, some businesses may choose to host a half day event. This offers some of the same advantages of a conference, without the high cost.

Workshops and masterclasses

Instead of a speaker talking to attendees, without any "hands-on" interaction, businesses may also offer workshops or classes.

Imagine you are trying to grow business for a small yarn shop. You want to bring people into the shop to increase sales. You could bring in a guest speaker and offer a free class. Then, you can give students a limited-time discount to increase your sales.

बिक्री और विपणन टीम की सहायता करने में शामिल विभिन्न गतिविधियों जैसे कि घटनाओं के लिए ग्राहकों को कॉल करना, योजनाओं /

अतिथि वक्ता कार्यक्रम

एक वक्ता प्रस्तुति B2B घटना विपणन के सबसे आम रूपों में से एक है। जब आपके समय और बजट की बात आती है, तो आपको आमतौर पर एक स्पीकर को पेश करने के लिए आमंत्रित करते समय उतना निवेश करने की आवश्यकता नहीं होती है।

यदि आप अभी शुरू कर रहे हैं, तो एक वक्ता को आमंत्रित करें जो एक प्रस्तुति देने के लिए अपने उद्योग में एक नेता है। उन्हें एक ऐसे विषय के बारे में बात करनी चाहिए जो आपके ग्राहकों और संभावनाओं के लिए मूल्यवान है।

नेटवर्किंग ईवेंट सत्र

हर व्यावसायिक पेशेवर नेटवर्किंग के महत्व को जानता है। यह आपकी वर्तमान नौकरी या आपके करियर को समग्र रूप से लाभान्वित कर सकता है। एक नेटवर्किंग सत्र को शैक्षिक तत्व की आवश्यकता नहीं होती है - कोई वक्ताओं की आवश्यकता नहीं होती है! इसका मतलब है कि आपको घटना के दिन की आवश्यकता है, एक स्थान और कुछ खानपान है। (यदि आप लोगों से मिलने से घबराए हुए हैं, तो पकड़ने और घूंट करने के लिए एक गिलास होने से सभी अंतर हो सकते हैं! यहाँ नर्वस नेटवर्कर्स के लिए मेरी युक्तियों के बारे में और अधिक पढ़ें

सम्मेलनों

सम्मेलनों का उपयोग अक्सर बी 2 बी विपणक द्वारा किया जाता है। उन्हें बहुत सारे काम (और बजट!) की आवश्यकता होती है, लेकिन बड़ी घटनाएं भी बड़े लाभ के लिए अवसर रखती हैं। लोग पहले से ही सम्मेलनों में भाग लेने की योजना बनाते हैं; वे अक्सर शिक्षा और प्रशिक्षण के तहत एक प्रबंधक के बजट में गणना कर रहे हैं।

सम्मेलनों में कई वक्ताओं की सुविधा होती है, जिसका अर्थ है कि उपस्थित लोगों के पास कई नेता और संभावित विषय होते हैं जिनसे वे सीख सकते हैं और इसके बारे में।

एक संगोष्ठी या आधे दिन की घटना

एक पूर्ण सम्मेलन के बजाय, कुछ व्यवसाय आधे दिन की घटना की मेजबानी करना चुन सकते हैं। यह उच्च लागत के बिना एक सम्मेलन के समान लाभों में से कुछ प्रदान करता है।

कार्यशालाओं और masterclasses

उपस्थित लोगों से बात करने वाले वक्ता के बजाय, बिना किसी "हाथों पर" बातचीत के, व्यवसाय भी कार्यशालाओं या कक्षाओं की पेशकश कर सकते हैं।

कल्पना कीजिए कि आप एक छोटे से यार्न की दुकान के लिए व्यवसाय बढ़ाने की कोशिश कर रहे हैं। आप बिक्री बढ़ाने के लिए लोगों को दुकान में लाना चाहते हैं। आप एक अतिथि वक्ता में ला सकते हैं और एक मुफ्त कक्षा की पेशकश कर सकते हैं। फिर, आप अपनी बिक्री बढ़ाने के लिए छात्रों को सीमित समय की छूट दे सकते हैं।

Discuss the importance of responding timely to customer queries in building customer relationships

Reputation

Providing efficient customer service is imperative to earning a positive reputation among consumers as well as competitors. Sustaining a positive reputation for customer service is almost as important as providing quality goods and/or services. When customers are unhappy with the customer service they receive or have a negative experience with a company, they're more likely to make it known versus when they have a positive experience. Angry customers tend to take to Internet forums and leave negative reviews warning other customers, which can ward off any new potential clients. This isn't to say that this comes from a malicious place—these customers are likely just looking out for others as they'd hope others would do for them. As such, it's important to provide each and every individual with a positive customer service experience to avoid any negative connotations around your company and to maintain a good reputation.

Loyalty

Providing great customer service is key in creating a band of loyal customers. The more loyal customers your business has, the steadier your flow of business

will be. Most consumers have admitted that when they're unhappy with a company, they won't voice their frustrations—instead, they'll just leave quietly and take their business to a competitor. Most individuals feel like their voice won't be heard if they bring up their negative experiences to a current provider. Timely and helpful customer service can help prevent customers from having these negative experiences, and make them more likely to stay with your company.

A common mistake that businesses make is thinking that customers who have been with them for a long period of time are loyal. Some of them probably are, but fact is, some of them might just be too lazy to shop around or go through the hassle of switching companies. Therefore, it's important to provide timely customer service to not only newer customers, but older ones as well.

Word-Of-Mouth Advertising

Timely and effective customer service will result in not only a band of loyal customers but can also serve as free advertisement. When customers are happy with the service they receive from your company, they're more likely to recommend you to their friends and members. Word-of-mouth advertising from satisfied clients is invaluable; it can't be bought and sometimes has more power to sway potential customers than the ads that you do pay for. When others hear positive feedback from people that they trust, they're more likely to give your company—rather than the competition—a chance.

ग्राहक संबंधों के निर्माण में ग्राहक प्रश्नों के समय पर जवाब देने के महत्व पर चर्चा करें

प्रतिष्ठा

कुशल ग्राहक सेवा प्रदान करना उपभोक्ताओं के साथ-साथ प्रतियोगियों के बीच सकारात्मक प्रतिष्ठा अर्जित करने के लिए अनिवार्य है। ग्राहक सेवा के लिए एक सकारात्मक प्रतिष्ठा बनाए रखना लगभग उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कि गुणवत्ता वाले सामान और / या सेवाएं प्रदान करना। जब ग्राहक ग्राहक सेवा से नाखुश होते हैं तो वे प्राप्त करते हैं या उनके पास नकारात्मक अनुभव होता है दूसरों के लिए बाहर देख रहे हैं क्योंकि वे आशा करते हैं कि अन्य लोग उनके लिए करेंगे। इस प्रकार, आपकी कंपनी के

आसपास किसी भी नकारात्मक अर्थ से बचने और एक अच्छी प्रतिष्ठा बनाए रखने के लिए प्रत्येक व्यक्ति को सकारात्मक ग्राहक सेवा अनुभव प्रदान करना महत्वपूर्ण है।

निष्ठा

महान ग्राहक सेवा प्रदान करना वफादार ग्राहकों का एक बैंड बनाने में महत्वपूर्ण है। आपके व्यवसाय के पास जितने अधिक वफादार ग्राहक होंगे, आपके व्यवसाय का प्रवाह उतना ही स्थिर होगा। अधिकांश उपभोक्ताओं ने स्वीकार किया है कि जब वे किसी कंपनी से नाखुश होते हैं, तो वे अपनी कुंठाओं को आवाज नहीं देंगे- इसके बजाय, वे चुपचाप छोड़ देंगे और अपने व्यवसाय को एक प्रतियोगी के पास ले जाएंगे। अधिकांश व्यक्तियों को लगता है कि उनकी आवाज नहीं सुनी जाएगी यदि वे अपने नकारात्मक अनुभवों को वर्तमान प्रदाता के लिए लाते हैं। समय पर और सहायक ग्राहक सेवा ग्राहकों को इन नकारात्मक अनुभवों को होने से रोकने में मदद कर सकती है, और उन्हें आपकी कंपनी के साथ रहने की अधिक संभावना बना सकती है। एक आम गलती जो व्यवसाय करते हैं वह यह सोच रहा है कि जो ग्राहक लंबे समय तक उनके साथ रहे हैं, वे वफादार हैं। उनमें से कुछ शायद हैं, लेकिन तथ्य यह है कि उनमें से कुछ चारों ओर खरीदारी करने या कंपनियों को स्विच करने की परेशानी से गुजरने के लिए बहुत आलसी हो सकते हैं। इसलिए, न केवल नए ग्राहकों को, बल्कि पुराने लोगों को भी समय पर ग्राहक सेवा प्रदान करना महत्वपूर्ण है।

वर्ड-ऑफ-माउथ विज्ञापन

समय पर और प्रभावी ग्राहक सेवा के परिणामस्वरूप न केवल वफादार ग्राहकों का एक बैंड होगा, बल्कि मुफ्त विज्ञापन के रूप में भी काम कर सकता है। जब ग्राहक आपकी कंपनी से प्राप्त सेवा से खुश होते हैं, तो वे आपको अपने दोस्तों और सदस्यों को सलाह देने की अधिक संभावना रखते हैं। संतुष्ट ग्राहकों से वर्ड-ऑफ-माउथ विज्ञापन अमूल्य है; इसे खरीदा नहीं जा सकता है और कभी-कभी क्षमता को प्रभावित करने के लिए अधिक शक्ति होती है। आपके द्वारा भुगतान किए जाने वाले विज्ञापनों की तुलना में संभावित ग्राहकों को प्रभावित करने की अधिक शक्ति। जब अन्य लोग उन लोगों से सकारात्मक प्रतिक्रिया सुनते हैं जिन पर वे भरोसा करते हैं, तो वे

आपकी कंपनी को प्रतिस्पर्धा के बजाय-एक मौका देने की अधिक संभावना रखते हैं।

Identify the local customer preferences, local market procedures and related information based on geographical nuances

Geographic segmentation is a marketing strategy used to target products or services at people who live in, or shop at, a particular location. It works on the principle that people in that location have similar needs, wants, and cultural considerations. By understanding what people in that area require, brands can target more relevant marketing messages and suitable products to customers who are then aware and more likely to buy.

It makes your brand relevant: targeted marketing campaigns attract customers and increase revenue because they appeal to the needs and wants within a geographic location, triggering purchases.

You save money: your marketing budget is more efficient when it offers appropriate and available products and services, rather than being wasted on promoting things that nobody needs

It's easy: Location information is objective, easy to measure and analyse, and cheaper than psychographic, demographic or behavioural segmentation

Larger companies: can offer different or more relevant products in different geographic areas, and market them more efficiently there

Smaller companies: can target marketing directly at their specific areas of interest and target audience, rather than taking an inefficient blanket approach

स्थानीय ग्राहक प्राथमिकताओं, स्थानीय बाजार प्रक्रियाओं और भौगोलिक बारीकियों के आधार पर संबंधित जानकारी की पहचान करें

भौगोलिक विभाजन एक विपणन रणनीति है जिसका उपयोग उन लोगों पर उत्पादों या सेवाओं को लक्षित करने के लिए किया जाता है जो किसी विशेष स्थान पर रहते हैं, या खरीदारी करते हैं। यह इस सिद्धांत पर काम करता है कि उस स्थान के लोगों की समान आवश्यकताएं, इच्छाएं और सांस्कृतिक विचार हैं। यह समझकर कि उस क्षेत्र के लोगों

को क्या आवश्यकता होती है, ब्रांड उन ग्राहकों के लिए अधिक प्रासंगिक विपणन संदेशों और उपयुक्त उत्पादों को लक्षित कर सकते हैं जो तब जागरूक होते हैं और खरीदने की अधिक संभावना रखते हैं।

यह आपके ब्रांड को प्रासंगिक बनाता है: लक्षित विपणन अभियान ग्राहकों को आकर्षित करते हैं और राजस्व में वृद्धि करते हैं क्योंकि वे भौगोलिक स्थान के भीतर जरूरतों और इच्छाओं के लिए अपील करते हैं, खरीदारी को ट्रिगर करते हैं।

आप पैसे बचाते हैं: आपका विपणन बजट अधिक कुशल होता है जब यह उचित और उपलब्ध उत्पादों और सेवाओं को प्रदान करता है, बजाय उन चीजों को बढ़ावा देने पर बर्बाद होने के बजाय जिनकी किसी को भी आवश्यकता नहीं है

यह आसान है: स्थान की जानकारी उद्देश्य है, मापने और विश्लेषण करने में आसान है, और मनोवैज्ञानिक, जनसांख्यिकीय या व्यवहार विभाजन की तुलना में सस्ती है
बड़ी कंपनियां: विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों में विभिन्न या अधिक प्रासंगिक उत्पादों की पेशकश कर सकती हैं, और उन्हें वहां अधिक कुशलता से बाजार में ला सकती हैं
छोटी कंपनियां: एक अक्षम कंबल दृष्टिकोण लेने के बजाय ब्याज और लक्षित दर्शकों के अपने विशिष्ट क्षेत्रों में सीधे विपणन को लक्षित कर सकती हैं

Discuss the different ways to resolve common customer queries and complaints while ensuring least turnaround time.

Customer complaints are often a sign that there's a disconnect between what customers expected and what you delivered. Sometimes that disconnect is caused by a customer's unreasonable expectations or incorrect assumptions. Other times, it's caused by something your company is doing wrong.

A customer complaint might be the result of your marketing copy leading them to believe something incorrect about your product/service — or of your user experience setting customers up for failure. Or it could reflect a problem that's happening outside of your direct control

Dig deeper by asking the right questions

Complaints — even angry ones — can contain insights, and it's your job to seek out the point of friction. Socratic questioning can help you get to the source of the issue.

Ask your customer questions like:

What do you mean by...?

Could you provide an example?

Could you expand on that point further?

And ask yourself questions like:

What other information do I need?

What am I assuming here?

Why is this complaint important?

Often, complaints are the result of problems that need to be solved. Asking the right questions helps you get to the root of the complaint, figure out if there's a way to resolve the issue, and determine if the complaint contains genuinely useful feedback.

If you determine that you aren't the right person to help with the customer's complaint and need to transfer them to someone who can, make sure to explain why. This can be as simple as saying, "I'm going to set you up with our specialist who will get that squared away for you right away."

Identify the type of customer you're dealing with

Customers who aren't shy about letting you know they're upset. When responding, avoid mirroring their confrontational behavior; instead, react with firm politeness.

Customers who pay well and demand premium support for it. When responding, avoid excuses and just get to the solution. Consider creating a VIP folder and workflow to make it easy to identify and respond to their complaints.

Customers who contact you frequently. Stay patient and avoid coming across as frustrated when responding to these customers. When satisfied, they often become repeat customers and advocates for your company.

Customers who don't want to complain and may just take their business elsewhere without ever letting you know there was a problem. You'll have to

actively reach out to these customers to solicit and resolve their complaints; otherwise, you may never hear their feedback.

Respond to the customer quickly

When it comes to unhappy customers, a speedy response goes from being a nice-to-have to a necessity. Complaints are best resolved as soon as possible.

A customer leaving a feature request won't mind at all if it takes you a day to respond, but customers who are in a "pulling my hair out" situation want a resolution yesterday. Make responding to them a priority.

Present a solution, and verify that the problem is solved

After you've identified the root cause of the customer's complaint, found a solution, and sent that solution to the customer, it's important to verify that the solution you proposed actually solved the problem. There are a couple of ways to do this:

Log the complaint so you can track trends

If you've gotten one complaint from one customer about one specific issue over the last 10 years, that issue might not be worth addressing. But if you're getting multiple messages from multiple customers who all shared the same complaint, that's the beginning of a narrative.

कम से कम टर्नअराउंड समय सुनिश्चित करते हुए सामान्य ग्राहक प्रश्नों और शिकायतों को हल करने के विभिन्न तरीकों पर चर्चा करें।

ग्राहक शिकायतें अक्सर एक संकेत होती हैं कि ग्राहकों को क्या उम्मीद थी और आपने जो वितरित किया था, उसके बीच एक डिस्कनेक्ट है। कभी-कभी यह डिस्कनेक्ट एक ग्राहक की अनुचित अपेक्षाओं या गलत धारणाओं के कारण होता है। दूसरी बार, यह कुछ ऐसा है जो आपकी कंपनी गलत कर रही है।

एक ग्राहक की शिकायत आपकी मार्केटिंग कॉपी का परिणाम हो सकती है जिससे उन्हें आपके उत्पाद / सेवा के बारे में कुछ गलत विश्वास हो सकता है - या आपके उपयोगकर्ता

अनुभव की विफलता के लिए ग्राहकों को स्थापित करना। या यह एक समस्या को प्रतिबिंबित कर सकता है जो आपके प्रत्यक्ष नियंत्रण के बाहर हो रही है

सही सवाल पूछकर गहराई से खुदाई करें

शिकायतें - यहां तक कि नाराज लोग - अंतर्दृष्टि शामिल कर सकते हैं, और घर्षण के बिंदु की तलाश करना आपका काम है। सॉफ़्टिक पृष्ठताछ आपको इस मुद्दे के स्रोत तक पहुंचने में मदद कर सकती है।

अपने ग्राहक से ऐसे प्रश्न पूछें जैसे:

आप से क्या मतलब है...?

क्या आप एक उदाहरण प्रदान कर सकते हैं?

क्या आप उस बिंदु पर आगे विस्तार कर सकते हैं?

और अपने आप से सवाल पूछें जैसे:

मुझे और कौन सी जानकारी की आवश्यकता है?

मैं यहाँ क्या मान रहा हूँ?

यह शिकायत महत्वपूर्ण क्यों है? ?

और अपने आप से सवाल पूछें जैसे:

यह शिकायत महत्वपूर्ण क्यों है?

अक्सर, शिकायतें उन समस्याओं का परिणाम होती हैं जिन्हें हल करने की आवश्यकता होती है। सही प्रश्न पूछने से आपको शिकायत की जड़ तक पहुंचने में मदद मिलती है, यह पता लगाने में मदद मिलती है कि क्या समस्या को हल करने का कोई तरीका है, और यह निर्धारित करें कि शिकायत में वास्तव में उपयोगी प्रतिक्रिया है या नहीं।

यदि आप निर्धारित करते हैं कि आप ग्राहक की शिकायत में मदद करने के लिए सही व्यक्ति नहीं हैं और उन्हें किसी ऐसे व्यक्ति को स्थानांतरित करने की आवश्यकता है जो कर सकता है, तो यह समझाना सुनिश्चित करें कि क्यों। यह कहने के रूप में सरल हो सकता है, "मैं आपको अपने विशेषज्ञ के साथ स्थापित करने जा रहा हूँ जो आपके लिए तुरंत उस वर्ग को प्राप्त करेगा।

उस ग्राहक के प्रकार की पहचान करें जिसके साथ आप काम कर रहे हैं

जो ग्राहक आपको यह बताने में संकोच नहीं करते हैं कि वे परेशान हैं। जवाब देते समय, उनके टकराव के व्यवहार को प्रतिबिंबित करने से बचें; इसके बजाय, दृढ़ विनम्रता के साथ प्रतिक्रिया करें।

जो ग्राहक अच्छी तरह से भुगतान करते हैं और इसके लिए प्रीमियम समर्थन की मांग करते हैं। जवाब देते समय, बहाने से बचें और बस समाधान पर जाएं। उनकी शिकायतों की पहचान करना और उनका जवाब देना आसान बनाने के लिए एक वीआईपी फ़ोल्डर और वर्कफ़्लो बनाने पर विचार करें।

ग्राहक जो आपसे बार-बार संपर्क करते हैं। धैर्य रखें और इन ग्राहकों को जवाब देते समय निराश होने से बचें। संतुष्ट होने पर, वे अक्सर आपकी कंपनी के लिए दोहराने वाले ग्राहक और अधिवक्ता बन जाते हैं।

जो ग्राहक शिकायत नहीं करना चाहते हैं और बस अपने व्यवसाय को कहीं और ले जा सकते हैं, उन्हें कभी भी यह बताए बिना कि कोई समस्या थी। आपको अपनी शिकायतों को मांगने और हल करने के लिए इन ग्राहकों तक सक्रिय रूप से पहुंचना होगा; अन्यथा, आप उनकी प्रतिक्रिया कभी नहीं सुन सकते हैं।

ग्राहक को जल्दी से जवाब दें

जब यह दुखी ग्राहकों की बात आती है, तो एक त्वरित प्रतिक्रिया एक आवश्यकता के लिए एक अच्छी-से-अच्छी होने से चली जाती है। शिकायतों को जितनी जल्दी हो सके हल किया जाता है।

एक सुविधा अनुरोध छोड़ने वाले ग्राहक को बिल्कुल भी बुरा नहीं लगेगा यदि आपको जवाब देने में एक दिन लगता है, लेकिन जो ग्राहक "मेरे बालों को बाहर निकालने" की स्थिति में हैं, वे कल एक संकल्प चाहते हैं। उन्हें जवाब देना एक प्राथमिकता बनाएं।

कोई समाधान प्रस्तुत करें, और सत्यापित करें कि समस्या हल हो गई है

आपके द्वारा ग्राहक की शिकायत के मूल कारण की पहचान करने के बाद, एक समाधान खोज लिया गया है, और उस समाधान को ग्राहक को भेजा गया है, यह सत्यापित करना महत्वपूर्ण है कि आपके द्वारा प्रस्तावित समाधान ने वास्तव में समस्या को हल किया है। ऐसा करने के कुछ तरीके हैं:

शिकायत लॉग इन करें ताकि आप रुझानों को ट्रैक कर सकें

यदि आपको पिछले 10 वर्षों में एक विशिष्ट समस्या के बारे में एक ग्राहक से एक शिकायत मिली है, तो वह समस्या संबोधित करने के लायक नहीं हो सकती है। लेकिन अगर आपको कई ग्राहकों से कई संदेश मिल रहे हैं, जो सभी ने एक ही शिकायत साझा की है, तो यह एक कथा की शुरुआत है।

Explain the importance of maintaining proper records and documentation.

Ultimately, Records Management ensures that institutional records of vital historical, fiscal, and legal value are identified and preserved, and that non-essential records are discarded in a timely manner according to established guidelines and identified legislation.

Benefits of Records Management include more effective management of your current records (both paper and electronic); a reduced / eliminated level of record-keeping redundancies; reduced costs for records storage equipment and supplies; and increased usable office space through the elimination of unnecessary file storage. In addition, Records Management provides institutional accountability and timely access to information.

Prevent fraud or theft

Pay your taxes

Comply with laws

Manage your cash flow

Make business decisions

Save time and costs

Prevent loopholes and oversight

उचित रिकॉर्ड और प्रलेखन बनाए रखने के महत्व को समझाएं।

आखिरकार, रिकॉर्ड प्रबंधन यह सुनिश्चित करता है कि महत्वपूर्ण ऐतिहासिक, राजकोषीय और कानूनी मूल्य के संस्थागत रिकॉर्ड की पहचान की जाती है और संरक्षित की जाती है, और गैर-आवश्यक रिकॉर्ड स्थापित दिशानिर्देशों और पहचाने गए कानून के अनुसार समय पर तरीके से छोड़ दिए जाते हैं।

रिकॉर्ड प्रबंधन के लाभों में आपके वर्तमान रिकॉर्ड (कागज और इलेक्ट्रॉनिक दोनों) का अधिक प्रभावी प्रबंधन शामिल है; रिकॉर्ड रखने वाले अनावश्यकताओं का एक कम / समाप्त स्तर; रिकॉर्ड भंडारण उपकरण और आपूर्ति के लिए कम लागत; और अनावश्यक फ़ाइल भंडारण के उन्मूलन के माध्यम से प्रयोग करने योग्य कार्यालय स्थान में वृद्धि हुई। इसके अलावा, रिकॉर्ड प्रबंधन प्रदान करता है संस्थागत जवाबदेही और सूचना तक समय पर पहुंच।

धोखाधड़ी या चोरी को रोकें

अपने करों का भुगतान करें

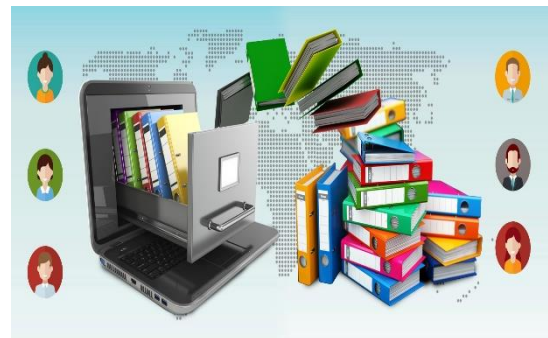
कानूनों का पालन करें

अपने नकदी प्रवाह को प्रबंधित करें

व्यावसायिक निर्णय लें

समय और लागत सहेजें

खामियों और निरीक्षण को रोकें



Prepare a database of potential customers from leads collected via different sources

1. Define the database functions. It's important to define and understand your customer database functions. ...
2. Identify the information sources. ...
3. Select the type of database. ...
4. Structure the data. ...
5. Expand the database. ...
6. Develop a regular maintenance program.

विभिन्न स्रोतों के माध्यम से एकत्र किए गए लीड से संभावित ग्राहकों का एक डेटाबेस तैयार करें।

1. डेटाबेस कार्यों को परिभाषित करें। अपने ग्राहक डेटाबेस कार्यों को परिभाषित करना और समझना महत्वपूर्ण है। ...
2. सूचना स्रोतों की पहचान करें | ...
3. डेटाबेस के प्रकार का चयन करें। ...
4. डेटा की संरचना करें। ...
5. डेटाबेस का विस्तार करें। ...
6. एक नियमित रखरखाव कार्यक्रम विकसित करना



Role play a situation on how to call up a customer and convey the right perception about the brand, convince the customer on the USP of the vehicle and respond to the queries.

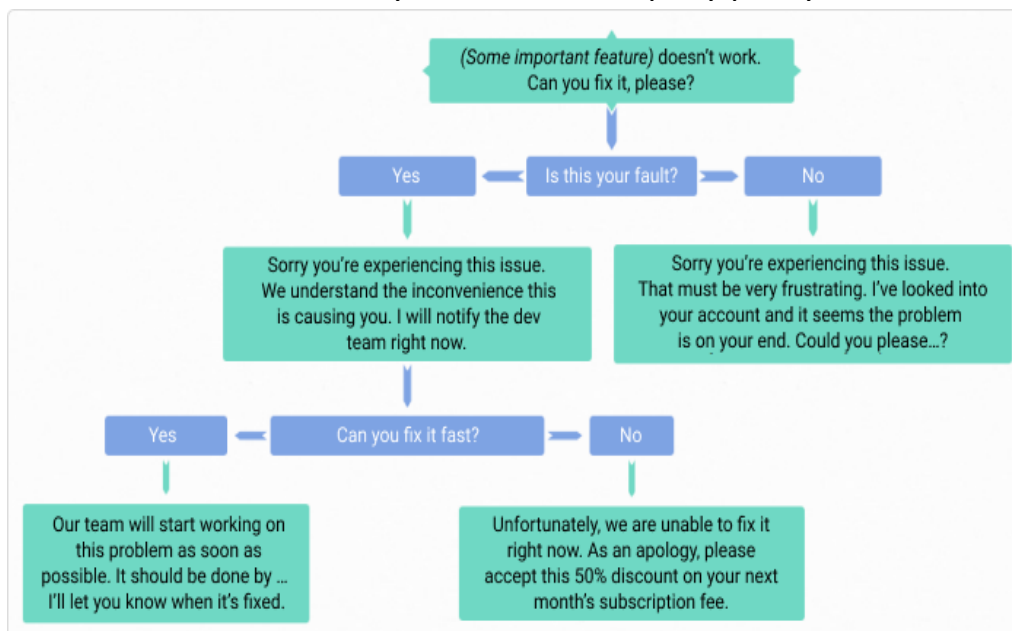
Role playing is one of the most fundamental customer service training exercises. It simulates real conversations that service reps have with customers and it teaches them how to respond to different customer behaviors. When you're just starting out in customer service, these exercises are great for getting you comfortable with speaking with customers and communicating troubleshooting steps over a real-time channel.

In this post, we'll list a few of the most common role play scenarios to review with your service team alongside some example role play scripts that your reps can practice with. But, before we dive into that, let's look at how you should

conduct customer service role play at your business and why it's useful for a customer service team

When training service reps, businesses will conduct customer service role play to prepare reps for potential conversations that they'll have with customers. This not only familiarizes them with common problems and questions that customers will have, but it also teaches them how to navigate situations when they don't know how to respond

1. The customer calls, emails, or messages your customer service team.
2. The customer asks a common service question.
3. The customer shares negative feedback about your product or brand.
4. The customer requests a product, feature, or service that you don't have.
5. The customer asks a question or has a problem that you don't have a solution for.
6. The customer purchases a faulty or incorrect product.
7. The customer needs to be transferred to another rep.
8. The customer wants to speak to a manager.
9. The customer is delighted with their brand experience.
- 10.** The customer asks you to bend company policy.



भूमिका एक ग्राहक को कॉल करने और ब्रांड के बारे में सही धारणा व्यक्त करने, वाहन की यूएसपी पर ग्राहक को मनाने और प्रश्नों का जवाब देने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है।

भूमिका निभाना सबसे मौलिक ग्राहक सेवा प्रशिक्षण अभ्यासों में से एक है। यह वास्तविक वार्तालापों का अनुकरण करता है जो सेवा प्रतिनिधि ग्राहकों के साथ करते हैं और यह उन्हें सिखाता है कि विभिन्न ग्राहक व्यवहारों का जवाब कैसे दिया जाए। जब आप अभी ग्राहक सेवा में शुरू कर रहे हैं, तो ये अभ्यास आपको ग्राहकों के साथ बोलने और वास्तविक समय चैनल पर समस्या निवारण चरणों को संप्रेषित करने के साथ सहज होने के लिए बहुत अच्छे हैं।

इस पोस्ट में, हम कुछ उदाहरण रोल प्ले स्क्रिप्ट के साथ आपकी सेवा टीम के साथ समीक्षा करने के लिए कुछ सबसे आम भूमिका निभाने वाले परिदृश्यों को सूचीबद्ध करेंगे जिनके साथ आपके प्रतिनिधि अभ्यास कर सकते हैं। लेकिन, इससे पहले कि हम उसमें गोता लगाएं, आइए देखें कि आपको अपने व्यवसाय में ग्राहक सेवा भूमिका का संचालन कैसे करना चाहिए और यह ग्राहक सेवा टीम के लिए क्यों उपयोगी है जब प्रशिक्षण सेवा प्रतिनिधि, व्यवसाय ग्राहकों के साथ होने वाली संभावित वार्तालापों के लिए प्रतिनिधि तैयार करने के लिए ग्राहक सेवा भूमिका निभाएंगे। यह न केवल उन्हें सामान्य समस्याओं और प्रश्नों से परिचित कराता है जो ग्राहकों के पास होंगे, बल्कि यह उन्हें यह भी सिखाता है कि उन स्थितियों को कैसे नेविगेट किया जाए जब वे नहीं जानते कि कैसे जवाब देना है -

1. ग्राहक आपकी ग्राहक सेवा टीम को कॉल, ईमेल या संदेश भेजता है।
2. ग्राहक एक सामान्य सेवा प्रश्न पूछता है।
3. ग्राहक आपके उत्पाद या ब्रांड के बारे में नकारात्मक प्रतिक्रिया साझा करता है।
4. ग्राहक किसी ऐसे उत्पाद, सुविधा या सेवा का अनुरोध करता है जो आपके पास नहीं है।
5. ग्राहक एक प्रश्न पूछता है या एक समस्या है जिसके लिए आपके पास समाधान नहीं है।
6. ग्राहक एक दोषपूर्ण या गलत उत्पाद खरीदता है।
7. ग्राहक को किसी अन्य प्रतिनिधि को स्थानांतरित करने की आवश्यकता है।

8. ग्राहक एक प्रबंधक से बात करना चाहता है।
9. ग्राहक अपने ब्रांड अनुभव से खुश है।
10. ग्राहक आपको कंपनी पॉलिसी को मोड़ने के लिए कहता है।

Demonstrate how to fix meetings, book the test drive for customers and schedule pick up and drop facility.

1. Have a clear and concise subject line.
2. Compile your invite list.
3. Start your email with a formal greeting.
4. Introduce yourself to team members you haven't met.
5. Discuss the purpose of the meeting.
6. Offer multiple dates and time options.
7. Ask your recipient to send an RSVP.

प्रदर्शित करें कि बैठकों को कैसे ठीक किया जाए, ग्राहकों के लिए टेस्ट ड्राइव बुक करें और सुविधा को शेड्यूल करें।

1. एक स्पष्ट और संक्षिप्त विषय रेखा है।
2. अपनी आमंत्रित सूची संकलित करें।
3. एक औपचारिक ग्रीटिंग के साथ अपना ईमेल शुरू करें।
4. अपने आप को टीम के सदस्यों से परिचित कराएं जिनसे आप नहीं मिले हैं।
5. बैठक के उद्देश्य पर चर्चा करें।
6. कई तिथियों और समय विकल्पों की पेशकश करें।
7. अपने प्राप्तकर्ता को आरएसवीपी भेजने के लिए कहें

Role play a situation on how to brief the customer on value added services of new vehicle

Introduce the issue

Before you start acting out your role-play, gather people together in a classroom or any other place you use for training and introduce the topic to them. Your role-play can be about everyday situations or unusual cases, depending on the goals you set. Provide the participants with instructions on

the training process. You can also explain why you decided to address the issue, the purpose of the role-play, what results you hope to achieve by the end of the session, and let trainees discuss the issue to warm them up.

Provide details

Once you complete the preface to the session, provide trainees with background information, more details about the issue, the scenario, and the ways to act during the role-play. Make sure to give enough details for the imaginary situation to make it feel like an actual one.

Assign roles

Introduce the characters involved in the scenario and assign their roles to trainees. For example, if you act out the impatient customer scenario, you will have two roles on different sides of an argument: a customer and a representative. Make sure trainees understand what their role and tasks are according to the assignment.

Act out a scenario

Now, let the trainees act out their roles while others look on. You might advise your trainees to intensify the situation gradually. For example, an impatient customer might start off calm and then get irritated and angry. While this depends on a particular case, such an approach lets trainees practice various social skills and situations, which makes the session more effective and employees more productive in real-life situations.

Discuss the experience

Regardless of the outcome of the role-play, it is essential to discuss it with all the participants. If a person failed to find the correct approach, invite trainees to analyze the reasons, such as lack of persuasion or too aggressive communication, and suggest different strategies. And if a person found the right solution for the issue, discuss what made it effective and whether there could be alternative solutions as well. Different perspectives can lead to truly great solutions that will drive your company to success, so make sure to listen to all the participants in the training session. This type of training is all about collaboration and teamwork.

भूमिका नए वाहन की मूल्य वर्धित सेवाओं पर ग्राहक को संक्षिप्त करने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है

समस्या का परिचय

इससे पहले कि आप अपनी भूमिका-नाटक को अभिनय करना शुरू करें, लोगों को कक्षा या किसी अन्य स्थान पर एक साथ इकट्ठा करें जहां आप प्रशिक्षण के लिए उपयोग करते हैं और विषय को उनसे परिचित कराते हैं। आपकी भूमिका निभाना आपके द्वारा निर्धारित लक्ष्यों के आधार पर रोजमर्रा की स्थितियों या असामान्य मामलों के बारे में हो सकता है। प्रतिभागियों को प्रशिक्षण प्रक्रिया पर निर्देश प्रदान करें। आप यह भी समझा सकते हैं कि आपने इस मुद्दे को संबोधित करने का फैसला क्यों किया, भूमिका-खेलने का उद्देश्य, सत्र के अंत तक आप क्या परिणाम प्राप्त करने की उम्मीद करते हैं, , और प्रशिक्षुओं को उन्हें गर्म करने के लिए इस मुद्दे पर चर्चा करने दें।

विवरण प्रदान करें

एक बार जब आप सत्र की प्रस्तावना पूरी कर लेते हैं, तो प्रशिक्षुओं को पृष्ठभूमि की जानकारी, मुद्दे के बारे में अधिक जानकारी, परिदृश्य और भूमिका-खेल के दौरान कार्य करने के तरीके प्रदान करें। काल्पनिक स्थिति के लिए पर्याप्त विवरण देना सुनिश्चित करें ताकि इसे वास्तविक की तरह महसूस किया जा सके।

भूमिकाएँ असाइन करें

परिदृश्य में शामिल पात्रों का परिचय दें और प्रशिक्षुओं को अपनी भूमिकाएं असाइन करें। उदाहरण के लिए, यदि आप अधीर ग्राहक परिदृश्य को कार्य करते हैं, तो आपके पास तर्क के विभिन्न पक्षों पर दो भूमिकाएं होंगी: एक ग्राहक और एक प्रतिनिधि। सुनिश्चित करें कि प्रशिक्षु समझते हैं कि असाइनमेंट के अनुसार उनकी भूमिका और कार्य क्या हैं।

एक परिदृश्य को अधिनियमित करें

अब, प्रशिक्षुओं को अपनी भूमिकाओं को कार्य करने दें, जबकि अन्य देखते हैं। आप अपने प्रशिक्षुओं को स्थिति को धीरे-धीरे तेज करने की सलाह दे सकते हैं। उदाहरण के लिए, एक अधीर ग्राहक शांत हो सकता है और फिर चिढ़ और गुस्सा हो सकता है। हालांकि यह एक विशेष मामले पर निर्भर करता है, इस तरह के दृष्टिकोण से प्रशिक्षुओं को विभिन्न सामाजिक कौशल और स्थितियों का अभ्यास करने की सुविधा मिलती है, जो सत्र को अधिक प्रभावी बनाता है और कर्मचारियों को वास्तविक जीवन स्थितियों में अधिक उत्पादक बनाता है।

अनुभव पर चर्चा करें

भूमिका-खेल के परिणाम के बावजूद, सभी प्रतिभागियों के साथ इस पर चर्चा करना आवश्यक है। यदि कोई व्यक्ति सही दृष्टिकोण खोजने में विफल रहा, तो प्रशिक्षुओं को कारणों का विश्लेषण करने के लिए आमंत्रित करें, जैसे अनुनय की कमी या बहुत आक्रामक संचार, और विभिन्न रणनीतियों का सुझाव दें। और अगर किसी व्यक्ति को इस मुद्दे के लिए सही समाधान मिला, तो चर्चा करें कि इसे प्रभावी बनाने के लिए क्या बनाया गया है और क्या वैकल्पिक समाधान भी हो सकते हैं। विभिन्न दृष्टिकोण वास्तव में महान समाधानों को जन्म दे सकते हैं जो आपकी कंपनी को सफलता के लिए प्रेरित करेंगे, इसलिए प्रशिक्षण सत्र में सभी प्रतिभागियों को सुनना सुनिश्चित करें। इस प्रकार का प्रशिक्षण सहयोग और टीम वर्क के बारे में है।

Role play a situation on how to effectively follow up with customers so as to realize post-sale revenue as per planned payment cycle.

1. Send a note to say thank you

Some companies send emails. Others say it with a card they enclose with the invoice. Whatever your method, it's important to say thanks after making a sale as part of making it a good experience for your client.

You can include messages such as “We are here for you” in your thank you note. Also make sure the note contains contact details and the name of a person who can be reached in case the client has an issue or question. Ideally, that person should be the account manager or salesperson who handled the transaction since that is the employee the client knows and trusts.

2. Check in

It’s a good strategy to call clients a week or two after the sale and find out how everything is going. Are they happy with their purchase? How was the service they received? Do they have any questions? But don’t overdo it. The customer’s time is precious. Especially, avoid trying to make a sale at this stage. Instead, listen to your customer’s needs and opinions, and try to resolve any issue they might have.

3. Keep the lines of communication open

Ask your clients for permission to communicate with them. Then send helpful information and advice based on their needs and interests. Focus on high-value content, such as guides, articles or educational webinars. This is the phase of consolidating the trust between you and your client.

4. Think second sale

Talking to existing clients who already bought might seem like a waste of time, but it is actually the key to future sales. Regular contact will help you understand their needs, give you ideas about product improvements and set the stage to offer a complementary product.

By creating a relationship, you are going beyond a simple transaction and giving yourself an opportunity to offer more products or services to the client.

5. Ask for referrals

Happy customers will refer you other customers. When a recommendation comes from someone who has actually used your services, it has an extra layer of credibility and trust. Delighted clients make the best advocates because third-party claims of excellence carry more weight than self-promotion. For the most part, customers are willing to refer because they know how important referrals are and people like to help.

भूमिका ग्राहकों के साथ प्रभावी ढंग से अनुवर्ती कार्रवाई करने के तरीके पर एक स्थिति निभाती है ताकि नियोजित भुगतान चक्र के अनुसार बिक्री के बाद के राजस्व का एहसास किया जा सके।

1. धन्यवाद कहने के लिए एक नोट भेजें

कुछ कंपनियां ईमेल भेजती हैं। अन्य लोग इसे एक कार्ड के साथ कहते हैं जो वे चालान के साथ संलग्न करते हैं। आपकी विधि जो भी हो, इसे अपने ग्राहक के लिए एक अच्छा अनुभव बनाने के हिस्से के रूप में बिक्री करने के बाद धन्यवाद कहना महत्वपूर्ण है।

आप अपने धन्यवाद नोट में "हम आपके लिए यहां हैं" जैसे संदेश शामिल कर सकते हैं। नोट में संपर्क विवरण और एक व्यक्ति का नाम भी शामिल है, जिससे ग्राहक को कोई समस्या या प्रश्न होने की स्थिति में पहुंचा जा सकता है। आदर्श रूप से, वह व्यक्ति खाता प्रबंधक या विक्रेता होना चाहिए जिसने लेनदेन को संभाला क्योंकि वह कर्मचारी है जिसे ग्राहक जानता है और भरोसा करता है।

2. चेक इन करें

बिक्री के एक या दो सप्ताह बाद ग्राहकों को कॉल करना और यह पता लगाना एक अच्छी रणनीति है कि सब कुछ कैसा चल रहा है। क्या वे अपनी खरीद से खुश हैं? उन्हें जो सेवा मिली, वह कैसी रही? क्या उनके पास कोई सवाल है? लेकिन इसे अधिक मत करो। ग्राहक का समय कीमती होता है। विशेष रूप से, इस स्तर पर बिक्री करने की कोशिश करने से बचें। इसके बजाय, अपने ग्राहक की जरूरतों और विचारों को सुनें, और उनके पास जो भी समस्या हो सकती है उसे हल करने का प्रयास करें।

3. संचार की लाइनों को खुला रखें

उनके साथ संवाद करने की अनुमति के लिए अपने ग्राहकों से पूछें। फिर उनकी आवश्यकताओं और रुचियों के आधार पर उपयोगी जानकारी और सलाह भेजें। उच्च मूल्य वाली सामग्री पर ध्यान केंद्रित

4. दूसरी बिक्री के बारे में सोचें

मौजूदा ग्राहकों से बात करना जो पहले से ही खरीदे गए हैं, समय की बर्बादी की तरह लग सकते हैं, लेकिन यह वास्तव में भविष्य की बिक्री की कुंजी है। नियमित संपर्क आपको उनकी जरूरतों को समझने में मदद करेगा, आपको उत्पाद सुधार के बारे में विचार देगा और पूरक उत्पाद की पेशकश करने के लिए मंच निर्धारित करेगा।

एक रिश्ता बनाकर, आप एक साधारण लेनदेन से परे जा रहे हैं और अपने आप को ग्राहक को अधिक उत्पादों या सेवाओं की पेशकश करने का अवसर दे रहे हैं।

5. रेफरल के लिए पूछें

खुश ग्राहक आपको अन्य ग्राहकों को संदर्भित करेंगे। जब कोई सिफारिश किसी ऐसे व्यक्ति से आती है जिसने वास्तव में आपकी सेवाओं का उपयोग किया है, तो इसमें विश्वसनीयता और विश्वास की एक अतिरिक्त परत होती है। प्रसन्न ग्राहक सबसे अच्छे अधिवक्ता बनाते हैं क्योंकि उत्कृष्टता के तीसरे पक्ष के दावे आत्म-प्रचार की तुलना में अधिक वजन लेते हैं। अधिकांश भाग के लिए, ग्राहक संदर्भित करने के लिए तैयार हैं क्योंकि वे जानते हैं कि रेफरल कितने महत्वपूर्ण हैं और लोग मदद करना पसंद करते हैं।

Demonstrate how to maintain documentation pertaining to customer problems/queries.

Dig deeper by asking the right questions

Complaints — even angry ones — can contain insights, and it's your job to seek out the point of friction. Socratic questioning can help you get to the source of the issue.

Ask your customer questions like:

What do you mean by...?

Could you provide an example?

Could you expand on that point further?

And ask yourself questions like:

What other information do I need?

What am I assuming here?

Why is this complaint important?

Often, complaints are the result of problems that need to be solved. Asking the right questions helps you get to the root of the complaint, figure out if there's a way to resolve the issue, and determine if the complaint contains genuinely useful feedback.

Identify the type of customer you're dealing with

A study from the University of Florida found that when dealing with customer complaints, you may run into one of the following types of customers, each "motivated by different beliefs, attitudes, and needs":

Customers who aren't shy about letting you know they're upset. When responding, avoid mirroring their confrontational behavior; instead, react with firm politeness.

Customers who pay well and demand premium support for it. When responding, avoid excuses and just get to the solution. Consider creating a VIP folder and workflow to make it easy to identify and respond to their complaints.

Customers who contact you frequently. Stay patient and avoid coming across as frustrated when responding to these customers. When satisfied, they often become repeat customers and advocates for your company.

Respond to the customer quickly

When it comes to unhappy customers, a speedy response goes from being a nice-to-have to a necessity. Complaints are best resolved as soon as possible.

A customer leaving a feature request won't mind at all if it takes you a day to respond, but customers who are in a "pulling my hair out" situation want a resolution yesterday. Make responding to them a priority.

Present a solution, and verify that the problem is solved

After you've identified the root cause of the customer's complaint, found a solution, and sent that solution to the customer, it's important to verify that the solution you proposed actually solved the problem. There are a couple of ways to do this:

If you can't verify that the solution is working, add this line to the end of your communication: "Please let me know if there's anything else I can do for you. I'm happy to help!"

ग्राहकों की समस्याओं / प्रश्नों से संबंधित प्रलेखन को बनाए रखने का तरीका प्रदर्शित करें।

सही सवाल पूछकर गहरी खुदाई करें

शिकायतें - यहां तक कि नाराज लोग - अंतर्दृष्टि हो सकती हैं, और घर्षण के बिंदु की तलाश करना आपका काम है। सोक्रेटिक पूछताछ आपको इस मुद्दे के स्रोत तक पहुंचने में मदद कर सकती है।

अपने ग्राहक से ऐसे प्रश्न पूछें जैसे:

आपका क्या मतलब है...?

क्या आप एक उदाहरण प्रदान कर सकते हैं?

क्या आप उस बिंदु पर आगे विस्तार कर सकते हैं?

और अपने आप से सवाल पूछें जैसे:

मुझे और कौन सी जानकारी चाहिए?

मैं यहाँ क्या मान रहा हूँ?

यह शिकायत क्यों महत्वपूर्ण है?

अक्सर, शिकायतें उन समस्याओं का परिणाम होती हैं जिन्हें हल करने की आवश्यकता होती है। सही प्रश्न पूछने से आपको शिकायत की जड़ तक पहुंचने में मदद मिलती है, यह पता लगाने में मदद मिलती है कि क्या इस मुद्दे को हल करने का कोई तरीका है, और यह निर्धारित करें कि क्या शिकायत में वास्तव में उपयोगी प्रतिक्रिया है

उस ग्राहक के प्रकार की पहचान करें जिसके साथ आप काम कर रहे हैं

फ्लोरिडा विश्वविद्यालय के एक अध्ययन में पाया गया कि ग्राहकों की शिकायतों से निपटने के दौरान, आप निम्नलिखित प्रकार के ग्राहकों में से एक में भाग ले सकते हैं, प्रत्येक "विभिन्न मान्यताओं, दृष्टिकोणों और जरूरतों से प्रेरित":

जो ग्राहक आपको यह बताने के बारे में शर्मिंदा नहीं हैं कि वे परेशान हैं। जवाब देते समय, उनके टकराव के व्यवहार को मिरर करने से बचें; इसके बजाय, दृढ़ विनम्रता के साथ प्रतिक्रिया करें

ग्राहक जो अच्छी तरह से भुगतान करते हैं और इसके लिए प्रीमियम समर्थन की मांग करते हैं। जवाब देते समय, बहाने से बचें और बस समाधान पर जाएं। उनकी शिकायतों की पहचान करना और उनका जवाब देना आसान बनाने के लिए एक वीआईपी फ़ोल्डर और वर्कफ़्लो बनाने पर विचार करें।

ग्राहक जो आपसे अक्सर संपर्क करते हैं। धैर्य रखें और इन ग्राहकों को जवाब देते समय निराश होने से बचें। संतुष्ट होने पर, वे अक्सर आपकी कंपनी के लिए दोहराने वाले ग्राहक और अधिवक्ता बन जाते हैं।

ग्राहक को जल्दी से जवाब दें

जब दुखी ग्राहकों की बात आती है, तो एक त्वरित प्रतिक्रिया एक आवश्यकता के लिए एक अच्छी-से-अच्छी होने से जाती है। शिकायतों का जल्द से जल्द समाधान किया जाता है।

एक सुविधा अनुरोध छोड़ने वाला ग्राहक बिल्कुल भी बुरा नहीं मानेगा यदि आपको जवाब देने में एक दिन लगता है, लेकिन जो ग्राहक "मेरे बालों को बाहर खींचने" की स्थिति में हैं, वे कल एक संकल्प चाहते हैं। उन्हें जवाब देने को प्राथमिकता दें।

एक समाधान प्रस्तुत करें, और सत्यापित करें कि समस्या हल हो गई है

ग्राहक की शिकायत के मूल कारण की पहचान करने के बाद, एक समाधान मिला, और ग्राहक को उस समाधान को भेजा, यह सत्यापित करना महत्वपूर्ण है कि आपके द्वारा प्रस्तावित समाधान वास्तव में समस्या को हल करता है। ऐसा करने के कुछ तरीके हैं: यदि आप यह सत्यापित नहीं कर सकते हैं कि समाधान काम कर रहा है, तो इस पंक्ति को अपने संचार के अंत में जोड़ें: "कृपया मुझे बताएं कि क्या कुछ और है जो मैं आपके लिए कर सकता हूँ। मैं मदद करने के लिए खुश हूँ!"