

रोल नं.

--	--	--	--	--	--	--	--

Roll No.

परीक्षार्थी कोड को उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर अवश्य लिखें ।

Candidates must write the Code on the title page of the answer-book.

- कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में मुद्रित पृष्ठ 4 हैं ।
- प्रश्न-पत्र में दाहिने हाथ की ओर दिए गए कोड नम्बर को छात्र उत्तर-पुस्तिका के मुख-पृष्ठ पर लिखें ।
- कृपया जाँच कर लें कि इस प्रश्न-पत्र में 18 प्रश्न हैं ।
- कृपया प्रश्न का उत्तर लिखना शुरू करने से पहले, प्रश्न का क्रमांक अवश्य लिखें ।
- इस प्रश्न-पत्र को पढ़ने के लिए 15 मिनट का समय दिया गया है । प्रश्न-पत्र का वितरण पूर्वाह्न में 10.15 बजे किया जाएगा । 10.15 बजे से 10.30 बजे तक छात्र केवल प्रश्न-पत्र को पढ़ेंगे और इस अवधि के दौरान वे उत्तर-पुस्तिका पर कोई उत्तर नहीं लिखेंगे ।
- Please check that this question paper contains 4 printed pages.
- Code number given on the right hand side of the question paper should be written on the title page of the answer-book by the candidate.
- Please check that this question paper contains 18 questions.
- **Please write down the Serial Number of the question before attempting it.**
- 15 minutes time has been allotted to read this question paper. The question paper will be distributed at 10.15 a.m. From 10.15 a.m. to 10.30 a.m., the students will read the question paper only and will not write any answer on the answer-book during this period.

विक्रयकला
(सैद्धान्तिक) प्रश्न-पत्र II
SALESMANSHIP
(Theory) Paper II

निर्धारित समय : 3 घण्टे

अधिकतम अंक : 60

Time allowed : 3 hours

Maximum Marks : 60

सामान्य निर्देश :

- (i) सभी प्रश्न अनिवार्य हैं ।
- (ii) प्रत्येक प्रश्न के अंक उसके सामने लिखे हैं ।

General Instructions :

- (i) *All questions are compulsory.*
- (ii) *Marks allotted to questions are indicated against each of them.*

1. किसी व्यक्ति द्वारा (i) सैल फोन (ii) मोटर साइकिल क्रय करने के किन्हीं दो-दो प्रेरकों का उल्लेख कीजिए । 2
State any two motives each for the purchase of (i) Cell phone (ii) Motor Cycle by a person.
2. विक्रयवार्ता से क्या अभिप्राय है ? 2
What is meant by sales presentation ?
3. किसी उपभोक्ता की आवश्यकताओं को समझने के किन्हीं दो तरीकों की सूची बनाइए । 2
List any two methods of identifying needs of a customer.
4. क्रेताओं की शिकायतों का निवारण करने के किन्हीं दो तरीकों की सूची बनाइए । 2
List any two methods of handling customer's complaints.
5. विभिन्न प्रकार के क्रेताओं की सूची बनाइए । 2
List the different types of customers.
6. विक्रयवार्ता नियोजन का अर्थ दीजिए । 2
Give the meaning of planning sales presentation.
7. जीवन बीमा कम्पनी के विक्रयकर्ता के रूप में आप किसी सम्भावित ग्राहक की आवश्यकता को किस प्रकार जानेंगे ? समझाइए । 3
As a salesperson representing a life insurance company, how would you identify the need of a potential customer ? Explain.
8. उत्पादों व सेवाओं की विक्रयवार्ता की योजना बनाने के लाभों को समझाइए । 3
Explain the advantages of planning a sales presentation for products and services.

9. किसी स्थायी उपभोक्ता उत्पाद के विक्रय में उत्पाद प्रदर्शन किस प्रकार सहायक होता है ? उचित उदाहरणों की सहायता से समझाइए । 3
- How does product demonstration help in the sale of a consumer durable product ? Explain with the help of suitable examples.
10. औद्योगिक उत्पादों के विपणनकर्ताओं द्वारा कौन-कौन सी उत्तरवर्ती क्रियाएँ की जा सकती हैं ? समझाइए । 3
- What follow-up activities can be undertaken by the marketers of industrial products ? Explain.
11. कोई विक्रयकर्ता किसी ग्राहक की आपत्तियों को क्यों आदरपूर्ण तरीके से निवारण करे ? समझाइए । 4
- Why should a salesman treat a customer's objections with respect ? Explain.
12. किसी औद्योगिक उत्पाद के विक्रय प्रस्तुतीकरण बनाने के लिए एक विक्रेता द्वारा क्या कदम उठाए जाते हैं ? समझाइए । 4
- What steps are taken by a salesperson in making a sales presentation of an industrial product ? Explain.
13. किसी दवाई बेचने वाली फर्म के विक्रयकर्ता द्वारा असरदार विक्रय प्रस्तुतीकरण बनाने में किन सहायक प्रमाणों को इस्तेमाल किया जा सकता है ? समझाइए । 4
- What supporting evidence can be used for making effective sales presentation by sales representatives of a drug marketing firm ? Explain.
14. उपभोक्ता उत्पादों के विवेकपूर्ण व भावात्मक क्रय प्रेरकों में अन्तर स्पष्ट कीजिए । 4
- Distinguish between rational and emotional buying motives for consumer products.
15. संगठनात्मक क्रेता कौन हैं ? यह अन्तिम उपभोक्ताओं से किस प्रकार भिन्न हैं ? समझाइए । 4
- Who are organisational buyers ? How are they different from ultimate consumers ? Explain.
16. किसी उत्पाद के विक्रय प्रस्तुतीकरण के नियोजन के लिए आवश्यक सूचना एकत्र करने के महत्वपूर्ण स्रोतों को समझाइए । 4
- Explain the important sources for collecting necessary information for planning sales presentation for a product.

17. विक्रय प्रस्तुतीकरण से क्या अभिप्राय है ? विक्रय प्रस्तुतीकरण के विभिन्न प्रकारों को समझाइए । 6

What do you mean by sales presentation ? What are the different types of sales presentation ? Explain.

18. सम्भावित उपभोक्ताओं की उत्पाद की (i) 'गुणवत्ता' (ii) 'कीमत' के बारे में उठाई गई आपत्तियों का निवारण किस प्रकार किया जा सकता है ? उचित उदाहरणों द्वारा समझाइए । 6

How can the objections of a potential buyer with respect to (i) 'quality' (ii) 'price' of a product be handled ? Explain with suitable examples.