

খুচরা বিক্রয় সহযোগী - মডিউল - ১ - সাধারণ জিজ্ঞাসা (F.A.Q)

১) 'খুচরা ঋণ সুবিধা' কী?

খুচরা ঋণ সুবিধা হল একটি অর্থায়ন পদ্ধতি, যা খুচরা গ্রাহকদের পণ্য ও পরিষেবা কেনার জন্য ঋণ সুবিধা প্রদান করে।

২) ক্রেডিট বিক্রয় চুক্তি কী?

- ক্রেডিট বিক্রয় চুক্তি হল একটি চুক্তি যেখানে পণ্য বিক্রি করা হয় এবং ক্রয়মূল্য বা তার একটি অংশ কিস্তিতে পরিশোধ করতে হয়।

৩) ক্রেডিট বিক্রয় চুক্তিতে কী কী বিবরণ অন্তর্ভুক্ত থাকে?

- এতে ঋণের গ্যারান্টি, ঋণের পরিমাণ, সুদের হার, ঋণের সময়সীমা, ডিফল্ট জরিমানা এবং পরিশোধের শর্তাবলী অন্তর্ভুক্ত থাকে।

৪) গ্রাহকের ভালো আনুগত্য (Better Customer Loyalty) কী?

- গ্রাহকদের ক্রেডিট দেওয়া মানে আপনি তাদের প্রতি আস্থা ও সম্মান প্রদর্শন করছেন যে তারা নির্ধারিত সময়ের মধ্যে পরিশোধ করবে। এই আস্থাভিত্তিক প্রতিদান হিসেবে গ্রাহকরা আপনার কাছ থেকে ক্রয় চালিয়ে যাবেন।

৫) গ্রাহককে ক্রেডিট সুবিধা দেওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় নথিপত্র সঠিকভাবে পূরণ করা কেন গুরুত্বপূর্ণ?

- বিক্রেতা থেকে গ্রাহককে ক্রেডিট সুবিধা পাওয়ার জন্য নথিপত্র সঠিকভাবে পূরণ করা উভয় পক্ষের জন্য অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। অনেক সময়, ভুল তথ্যের কারণে অনুপযুক্তভাবে পূরণ করা নথি বাতিল হয়ে যেতে পারে।

৬) পণ্যের উপর নিরাপত্তা স্বার্থ (Security Interest) কী?

- যেহেতু গ্রাহকরা চুক্তি অনুযায়ী অর্থ পরিশোধ করতে অস্বীকার করতে পারেন, তাই একজন খুচরা বিক্রেতার উচিত নিরাপত্তা স্বার্থ (security interest) ধার্য করা, যাতে অর্থ পরিশোধ নিশ্চিত করা যায়।

৭) ক্রেডিট সীমা এবং অর্থপ্রদানের শর্তাবলী কী?

- ক্রেডিটযোগ্য গ্রাহকদের জন্য একটি নির্দিষ্ট সীমা নির্ধারণ করুন। পাশাপাশি, পণ্য সরবরাহের কতদিন পর সম্পূর্ণ অর্থ পরিশোধ করতে হবে, তা নির্ধারণ করুন।

৮) ক্রেডিট চেক-এর অর্থ কী?

- ক্রেডিট চেক হল একটি অনুসন্ধান পদ্ধতি যা খুচরা বিক্রেতা গ্রাহকের ঋণযোগ্যতা মূল্যায়নের জন্য করে। এই চেকের মাধ্যমে বিক্রেতা বুঝতে পারেন যে গ্রাহক তার আর্থিক দায়িত্ব সঠিকভাবে পরিচালনা করতে পারবেন কিনা এবং ক্রেডিট পাওয়ার যোগ্য কিনা।

৯) ক্রেডিট চেকের মাধ্যমে কী কী তথ্য পাওয়া যায়?

- ক্রেডিট চেকের মাধ্যমে গ্রাহকের বন্ধকী ঋণ, ক্রেডিট কার্ড, অনুমোদিত ওভারড্রাফট, ব্যক্তিগত ঋণ, গাড়ি ঋণ, কিস্তি ক্রয়, ফোন অ্যাকাউন্টের পরিশোধের ইতিহাস ইত্যাদি সংক্রান্ত তথ্য পাওয়া যায়।

১০) পজিটিভ ক্রেডিট রিপোর্টিং কী?

- ক্রেডিট স্কোরটি গ্রাহকের নথিতে থাকা অন্যান্য ক্রেডিট কার্যক্রম, যেমন পূর্বের ক্রেডিট প্রদানকারীদের অনুসন্ধানসহ বিভিন্ন তথ্যের ভিত্তিতে নির্ধারিত হয়। এটি গ্রাহকের আর্থিক অবস্থার একটি স্পষ্ট চিত্র প্রদান করে এবং দেখায় যে গ্রাহক পূর্ববর্তী ঋণ সমস্যাগুলি কাটিয়ে উঠেছেন কি না।

১১) ক্রেডিট চেকের জন্য গ্রাহকদের কাছ থেকে কোন তথ্য সংগ্রহ করতে হয়?

- ক) তথ্য প্রকাশের অনুমতি।
- খ) স্বাক্ষর।
- গ) ঠিকানা।
- ঘ) চাকরির তথ্য।

১২) কিভাবে ক্রেডিট রিপোর্ট সংগ্রহ করা যায়?

- গ্রাহকরা ক্রেডিট কেনার জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য প্রদান করেন। খুচরা বিক্রেতা এই তথ্য বিশ্লেষণ করে একটি রিপোর্ট তৈরি করেন। বিক্রেতা সরাসরি গ্রাহকের ঋণযোগ্যতা সম্পর্কে জানতে পারেন এবং সেটি তাদের ক্রেডিট রিপোর্টে অন্তর্ভুক্ত করতে পারেন।

১৩) গ্রাহকের ক্রয় যাত্রা (Customer Buying Journey) কী?

- এটি সাধারণত চারটি পর্যায় অন্তর্ভুক্ত করে: সচেতনতা, বিবেচনা, ক্রয়, এবং আনুগত্য।
 - সচেতনতা পর্যায়ে, গ্রাহক তার প্রয়োজন সম্পর্কে সচেতন হন এবং তথ্য অনুসন্ধান শুরু করেন।
 - বিবেচনা পর্যায়ে, গ্রাহক বিভিন্ন বিকল্প পর্যালোচনা করেন এবং সেরা পছন্দটি নির্ধারণ করেন।

১৪) পণ্যের উপস্থাপনা ও প্রদর্শনের ধরণ কী কী?

- বিক্রয় পণ্যের উপস্থাপনা ও প্রদর্শন দুটি পদ্ধতিতে করা যায়: মৌখিক (Oral) ও লিখিত (Written)।
 - কম ব্যয়বহুল পণ্যের ক্ষেত্রে সাধারণত মৌখিক উপস্থাপনা ব্যবহার করা হয়।
 - বেশিরভাগ ক্ষেত্রে লিখিত উপস্থাপনাকে সম্পূর্ণ করতে মৌখিক উপস্থাপনা সহায়ক হয়।

১৫) পণ্যের উপস্থাপনা বা প্রদর্শনের কয়টি ধরণ রয়েছে?

- তিনটি ধরণ রয়েছে:
 - (ক) Canned Presentation (প্রস্তুত উপস্থাপনা)
 - (খ) Organized Presentation (সংগঠিত উপস্থাপনা)
 - (গ) Tailored Presentation (গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী উপস্থাপনা)

১৬) বিক্রয় উপস্থাপনা ও প্রদর্শনের ধাপগুলো কী কী?

- যেকোনো বিক্রয় উপস্থাপনা ও প্রদর্শনের জন্য নির্দিষ্ট কিছু ধাপে কাজ করা জরুরি। এই ধাপগুলো হলো:
 - (ক) মনোযোগ আকর্ষণ (Attracting Attention)
 - (খ) আগ্রহ সৃষ্টি (Creating Interest)
 - (গ) চাহিদা উত্সাহিত করা (Arousing Desire)
 - (ঘ) দৃঢ় বিশ্বাস গঠন (Building Conviction)

১৭) একটি পণ্যের বৈশিষ্ট্য এবং সুবিধাগুলি কী কী?

- বৈশিষ্ট্য (**Features**): পণ্যের শারীরিক বা প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্যগুলো বর্ণনা করে।
- সুবিধা (**Benefits**): এই বৈশিষ্ট্যগুলো গ্রাহকের জন্য কীভাবে মূল্য সৃষ্টি করে বা কীভাবে তাদের সমস্যা সমাধান করে, তা ব্যাখ্যা করে।

১৮) পণ্য বা পরিষেবার বৈশিষ্ট্য কী?

- বৈশিষ্ট্য (**Features**) হল একটি পণ্য বা পরিষেবার বৈশিষ্ট্য যা এটি করে বা ধারণ করে।
 - উদাহরণস্বরূপ, কিছু ওভেনে স্ব-পরিষ্কার (**self-cleaning**), মসৃণ স্টোভটপ, উষ্ণতা রাখার বিন, বা কনভেকশন ক্ষমতা অন্তর্ভুক্ত থাকতে পারে।

১৯) পণ্য বা পরিষেবার সুবিধা কী?

- সুবিধা (**Benefits**) হল সেই কারণগুলি যার জন্য গ্রাহক পণ্য বা পরিষেবা ক্রয় করেন।
 - উদাহরণস্বরূপ, কিছু ওভেনের সুবিধাগুলোর মধ্যে থাকতে পারে নিরাপত্তা, ব্যবহার সহজ হওয়া, শাস্ত্রীয় মূল্যের হওয়া, বা স্টেইনলেস স্টিলের আবরণ যা আধুনিক ও টেকসই (যেমন Prestige ব্র্যান্ডের ওভেন)।

২০) পণ্য প্রদর্শন (**Product Demonstration**) কী?

- পণ্য প্রদর্শন হল একটি উপস্থাপনা যা পণ্যের মূল্য, সুবিধা এবং ব্যবহারযোগ্যতা দেখায়।
 - এর প্রধান লক্ষ্য হলো পণ্যের বৈশিষ্ট্য ও কার্যকারিতা তুলে ধরা এবং এটি গ্রাহকের জন্য একটি কার্যকর সমাধান হিসাবে উপস্থাপন করা।

২১) গ্রাহক পরিষেবায় যোগাযোগের মাধ্যম কী কী?

- (ক) ব্যক্তিগত সাক্ষাৎ (**In-person interaction**)
- (খ) ফোন (**Phone**)
- (গ) ইমেইল (**E-mail**)
- (ঘ) চ্যাট ও মেসেজিং (**Chat and messaging**)
- (ঙ) সোশ্যাল মিডিয়া ও কমিউনিটি ফোরাম (**Social media and community forums**)

২২) গ্রাহকের কাছে সময়মতো সাড়া দেওয়ার উপায় কী?

- প্রথম প্রতিক্রিয়া সময় (**First response time**) দ্রুত সমস্যা সমাধান করে এবং সমস্যা সমাধানের সময় কমিয়ে গ্রাহক সন্তুষ্টি বাড়ায়।
- দ্রুত উত্তর প্রদান গ্রাহকের আস্থা ও আনুগত্য বৃদ্ধি করে, যা চমৎকার গ্রাহক পরিষেবার প্রতিশ্রুতি প্রদর্শন করে।

২৩) ২৪/৭ গ্রাহক সহায়তা কী?

- ২৪/৭ গ্রাহক সহায়তা মানে গ্রাহকরা যখনই সমস্যার সম্মুখীন হন, তখনই তারা সহায়তা পেতে পারেন—দিন-রাত ২৪ ঘণ্টা, সপ্তাহে ৭ দিন।
- কোম্পানিগুলো সাধারণত চ্যাটবট, তথ্যভিত্তিক প্ল্যাটফর্ম, লাইভ চ্যাট বা এম্ব্লেডেড মেসেজিং এর মাধ্যমে ২৪/৭ সহায়তা প্রদান করে।

২৪) গ্রাহক পুরস্কার প্রোগ্রাম (**Customer Rewards Program**) কী?

- গ্রাহক আনুগত্য প্রোগ্রাম (**Loyalty Program**) বা পুরস্কার প্রোগ্রাম হল একটি কৌশল, যা গ্রাহকদের বারবার কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করে।
- এই প্রোগ্রামগুলো সাধারণত ছাড়, বিনামূল্যে অফার, বা অন্যান্য সুবিধা প্রদান করে, যা গ্রাহকরা পুনরায় কেনাকাটা করলে উপার্জন করতে পারেন।

২৫) পণ্য প্রদর্শনের শেষে একজন বিক্রয় প্রতিনিধি (**RSA**) কী করবেন?

- প্রদর্শনের শেষে, একজন বিক্রয় প্রতিনিধি (**RSA**) মূল বৈশিষ্ট্য ও সুবিধাগুলো সংক্ষেপে তুলে ধরবেন এবং তা গ্রাহকের চাহিদা ও লক্ষ্যের সাথে সংযুক্ত করবেন।
- এটি নিশ্চিত করবে যে গ্রাহক পণ্যের মূল্য বুঝতে পেরেছেন এবং কেন এটি তাদের জন্য উপযুক্ত হতে পারে।

২৬) পণ্য প্রদর্শনের পরে গ্রাহকের সাথে পেশাদারভাবে কীভাবে ফলো-আপ করবেন?

- (ক) ব্যক্তিগত শুভেচ্ছা (**Personalized Greeting**)
- (খ) আগের আলোচনার উল্লেখ করুন (**Hint about last Interaction**)
- (গ) আপনার উদ্দেশ্য পুনর্ব্যক্ত করুন (**Restate your purpose**)
- (ঘ) অতিরিক্ত মূল্য যোগ করুন (**Add more value**)
- (ঙ) স্পষ্ট কল-টু-অ্যাকশন দিন (**Provide clear call to action**)
- (চ) কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করুন (**Show Gratitude**)
- (ছ) প্রফরিড ও প্রিভিউ করুন (**Proofread and Preview**)

২৭) খুচরা দোকানে কর্মীদের স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা কীভাবে বজায় রাখা যায়?

- (ক) সঠিক কর্মস্থলের ভঙ্গিমা বজায় রাখা (**Correct Employees Posture**)
- (খ) চারপাশ সম্পর্কে সতর্ক থাকা (**Be aware of the surroundings**)
- (গ) নিয়মিত বিরতি নেওয়া (**Take regular breaks**)
- (ঘ) অনিরাপদ পরিস্থিতি রিপোর্ট করা (**Report unsafe conditions**)
- (ঙ) সঠিক সুরক্ষা সরঞ্জাম পরিধান করা (**Wear the correct safety equipment**)
- (চ) কর্মক্ষেত্রের চাপ কমানো (**Reduce workspace stress**)

২৮) স্বাস্থ্য (**Health**) এর সংজ্ঞা কী?

- বিশ্ব স্বাস্থ্য সংস্থা (WHO) অনুযায়ী, স্বাস্থ্য হল সম্পূর্ণ শারীরিক, মানসিক ও সামাজিক সুস্থতার একটি অবস্থা, শুধুমাত্র রোগ বা দুর্বলতা না থাকা নয়।

২৯) নিরাপত্তা (**Safety**) এর সংজ্ঞা কী?

- নিরাপত্তা মানে "নিরাপদ থাকা," অর্থাৎ ক্ষতি বা অনাকাঙ্ক্ষিত পরিস্থিতি থেকে সুরক্ষিত থাকার অবস্থা।
- খুচরা দোকানে নিয়মিত ঝুঁকি মূল্যায়ন করা উচিত, যাতে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা সংক্রান্ত সমস্যা চিহ্নিত করা যায় এবং তা দূর করার উপযুক্ত ব্যবস্থা নেওয়া যায়।

৩০) খুচরা দোকানে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তার অর্থ কী?

- খুচরা দোকানের ক্ষেত্রে, ব্যবসায়ীর দায়িত্ব হলো কর্মচারী ও অন্যান্য ব্যক্তিদের (যেমন গ্রাহক, দর্শনার্থী, শিশু ও সাধারণ জনগণ) স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা যথাসম্ভব নিশ্চিত করা।

৩১) খুচরা দোকানে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা ব্যবস্থা গ্রহণের সময় কোন বিষয়গুলো মাথায় রাখতে হবে?

- (ক) আইনের অনুসরণ করা (**Abiding the Law**)
- (খ) ঝুঁকি মূল্যায়ন করা (**Risk Assessments**)
- (গ) প্রত্যাশিত বিপদের জন্য নিরাপত্তা প্রস্তুতি নেওয়া (**Safety readiness from expected perils**)
- (ঘ) কর্মস্থলের আরামদায়ক ব্যবস্থা (**Ergonomics**)
- (ঙ) বাতাসের গুণমান বজায় রাখা (**Air quality**)
- (চ) স্থানটির ভিজ্যুয়াল পরিদর্শন করা (**Visual inspection of premise**)
- (ছ) অপরাধ প্রতিরোধ করা (**Crime**)
- (জ) প্রশিক্ষণ প্রদান করা (**Training**)
- (ঝ) বীমা ব্যবস্থা রাখা (**Insurance**)

৩২) কর্মীদের স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা নীতি অনুসরণে উৎসাহিত করার উপায় কী?

- (ক) একটি পরিকল্পনা তৈরি করা (**Create a plan**)
- (খ) কর্মক্ষেত্র পরিদর্শন করা (**Workspace inspection**)
- (গ) প্রশিক্ষণ প্রদান করা (**Training**)
- (ঘ) তদারকি করা (**Supervision**)
- (ঙ) অনানুষ্ঠানিক যোগাযোগ বজায় রাখা (**Informal Communication**)
- (চ) কর্মক্ষেত্রে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তার দায়িত্ব পালন করা (**Discharge Health and Safety responsibilities at the workplace**)

৩৩) খুচরা দোকানের ঝুঁকি প্রতিবেদন (**Risk Report**) কী?

- একটি ঝুঁকি প্রতিবেদন (**Risk Report**) হল একটি সারসংক্ষেপ যা খুচরা দোকানের সম্ভাব্য ঝুঁকিগুলো তুলে ধরে।
- এটি গুরুত্বপূর্ণ ঝুঁকিগুলো চিহ্নিত করে, যা মারাত্মক প্রভাব ফেলতে পারে, এবং উদীয়মান ঝুঁকিগুলো শনাক্ত করে, যা ভবিষ্যতে সমস্যা সৃষ্টি করতে পারে যদি সেগুলো নিবিড়ভাবে পর্যবেক্ষণ করা না হয়।

৩৪) খুচরা কোম্পানি কীভাবে সম্ভাব্য ঝুঁকি মোকাবিলা করে?

- ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার পাঁচটি সাধারণ কৌশল রয়েছে:
 - (ক) এড়িয়ে চলা (**Avoidance**)
 - (খ) ঝুঁকি ধারণ করা (**Retention**)
 - (গ) স্থানান্তর করা (**Transferring**)
 - (ঘ) ভাগাভাগি করা (**Sharing**)
 - (ঙ) ক্ষতি হ্রাস করা (**Loss Reduction**)
- প্রতিটি কৌশলের লক্ষ্য হল ঝুঁকি কমানো, যদিও সম্পূর্ণভাবে ঝুঁকি নির্মূল করা সম্ভব নয়।

৩৫) ঝুঁকি প্রতিবেদন কারা পড়ে এবং ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার সিদ্ধান্ত নেয়?

- খুচরা দোকানের উর্ধ্বতন ব্যবস্থাপনা (**Senior Management**), খুচরা বিক্রেতা (**Retailer**), দোকান ব্যবস্থাপক (**Store Manager**) এবং গ্রাহকরাও (**Customer**) ঝুঁকি প্রতিবেদন পড়েন, যাতে যথাযথ ঝুঁকি ব্যবস্থাপনা করা যায় এবং কাঙ্ক্ষিত ফলাফল অর্জন করা সম্ভব হয়।

৩৬) নিরাপত্তা ও স্বাস্থ্য ঝুঁকি কী?

- কর্মক্ষেত্রে নিরাপত্তা ও স্বাস্থ্য ঝুঁকি বলতে বোঝায় এমন পরিস্থিতি, যেখানে কেউ বিপদের সম্মুখীন হয়ে শারীরিক ক্ষতির শিকার হতে পারে বা তার স্বাস্থ্যের ওপর বিরূপ প্রভাব পড়তে পারে।

৩৭) কর্মক্ষেত্রে ঝুঁকি কীভাবে নিয়ন্ত্রণ করা যায়?

- (ক) কাজের পুনর্বিন্যাস করা (**Redesigning the Job**)
- (খ) উপকরণ, যন্ত্রপাতি বা প্রক্রিয়ার পরিবর্তন করা (**Replacing the materials, machinery, or process**)
- (গ) ক্ষতিকর উপাদান বা যন্ত্রপাতির সংস্পর্শ কমানো (**Organizing work to reduce exposure**)
- (ঘ) নিরাপদ কাজের জন্য বাস্তবসম্মত ব্যবস্থা গ্রহণ করা (**Implementing practical safety measures**)
- (ঙ) ব্যক্তিগত সুরক্ষা সরঞ্জাম প্রদান করা এবং তা ব্যবহারের নিশ্চয়তা দেওয়া (**Providing personal protective equipment & ensuring usage**)

৩৮) ঝুঁকি ব্যবস্থাপনার ধাপগুলো কী?

- (ক) ধাপ ১ - বিপদ চিহ্নিত করা (**Identify Hazards**)
- (খ) ধাপ ২ - ঝুঁকি মূল্যায়ন করা (**Assess Risks**)
- (গ) ধাপ ৩ - ঝুঁকি নিয়ন্ত্রণ করা (**Control Risks**)
- (ঘ) ধাপ ৪ - নিয়ন্ত্রণ ব্যবস্থা পর্যালোচনা করা (**Review Control Measures**)

৩৯) দৈনিক ঝুঁকি মূল্যায়ন (**Daily Risk Assessment**) কী?

- এটি প্রতিদিন দোকান বা কর্মস্থলের চারপাশে হেঁটে পর্যবেক্ষণ করা, যেমন টিলা তার, আলোর বাস্তু প্রতিস্থাপন, পড়ে যাওয়ার ঝুঁকি ইত্যাদি চেক করা।

৪০) সাপ্তাহিক ও মাসিক ঝুঁকি মূল্যায়ন (**Weekly and Monthly Risk Assessment**) কী?

- এটি সম্ভাব্য ঝুঁকির মূল্যায়ন করে, যা নতুন কিছু যুক্ত হওয়ার ফলে ঘটতে পারে।
 - যেমন গ্রীষ্মের জন্য ভারী গার্ডেন ফার্নিচার সরবরাহ করা হচ্ছে বা নতুন মার্চেন্ডাইজিং সরঞ্জাম ইনস্টল করা হচ্ছে।

৪১) গ্রাহকদের জন্য প্রধান বিপদ ও ঝুঁকিগুলো কী কী?

- (ক) দোকানের মেঝেতে পিছলে পড়া বা পড়ে যাওয়া (**Slips and falls on the store floor**)
- (খ) তার বা প্যাকেজিংয়ে হেঁচট খাওয়া (**Tripping over cables or packaging left on the floor**)
- (গ) উঁচু স্থান থেকে পণ্য পড়ে গিয়ে গ্রাহক বা বিক্রয় প্রতিনিধির ক্ষতি হওয়া (**Merchandise falling from a height**)

৪২) ঝুঁকি সংক্রান্ত প্রতিবেদনের জন্য কী কী নথিভুক্ত করা উচিত?

- (ক) ঝুঁকি রিপোর্ট করার তারিখ (**The date of Risk was reported**)
- (খ) কে রিপোর্ট করেছে এবং কার কাছে রিপোর্ট করা হয়েছে (**By whom and to whom**)
- (গ) ঝুঁকির বিস্তারিত বিবরণ (**Details of Risk should be reported**)
- (ঘ) ঝুঁকি দূর করার দায়িত্ব কার (**Person responsible for eliminating the Risk**)
- (ঙ) ঝুঁকি মোকাবিলার জন্য গৃহীত পদক্ষেপ (**Action taken to overcome the Risk**)

- (চ) ঝুঁকি দূর করার তারিখ (**The date the Risk was removed**)

৪৩) খুচরা দোকানের পণ্য উপস্থাপনা (**Product Demonstration**) কীভাবে অনুশীলন করা যায়?

- পণ্য উপস্থাপনার অনুশীলন করা খুবই গুরুত্বপূর্ণ, কারণ এটি সম্ভাব্য সমস্যাগুলো দূর করতে সাহায্য করে এবং লাইভ উপস্থাপনার জন্য সবাইকে প্রস্তুত করে।
- যদি কোনো সমস্যা দেখা দেয়, তবে কর্মীরা পুনরায় অনুশীলন করতে পারে, যাতে উপস্থাপনা সফল হয়।

৪৪) পণ্য উপস্থাপনায় দর্শকদের কীভাবে সম্পৃক্ত করা যায়?

- গ্রাহকদের পণ্য সম্পর্কে আগ্রহী করার একটি কার্যকর উপায় হল তাদের নিজেই পণ্যটি ব্যবহার করার সুযোগ করে দেওয়া।
- তাদেরকে পণ্যটি স্পর্শ, অনুভব, চেষ্টা বা স্বাদ নেওয়ার সুযোগ দিন (যদি তা খাওয়ার জিনিস হয়)।
- তাদের মতামত, প্রতিক্রিয়া ও প্রশ্ন জানতে চান।

৪৫) পণ্য উপস্থাপনা (**Product Demonstration**) কী?

- পণ্য উপস্থাপনা হল বিক্রয় কৌশলের একটি অংশ, যেখানে কোম্পানিগুলো সম্ভাব্য গ্রাহকদের জন্য একটি পণ্য বা পরিষেবার মূল বৈশিষ্ট্য ও মান তুলে ধরে।
- এটি সাধারণত একটি প্রদর্শনী বা উপস্থাপনা হয়, যেখানে গ্রাহকরা কেনার আগে পণ্যটির বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে জানতে পারেন।

৪৬) পণ্য উপস্থাপনার সুবিধাগুলো কী?

- (ক) বিক্রয় প্রক্রিয়াকে আরও কার্যকর করে (**Makes sales processes more efficient**)
- (খ) পণ্যটি কার্যকর কিনা তা প্রমাণ দেয় (**Offers evidence that the product works**)
- (গ) সরাসরি গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া পাওয়া যায় (**Provides direct feedback**)
- (ঘ) গ্রাহকদের কাছে মালিকানার অনুভূতি সৃষ্টি করে (**Allows customers to experience ownership**)
- (ঙ) কোম্পানির ব্র্যান্ড প্রচার করে (**Promotes the company's brand**)

৪৭) অভিজ্ঞতামূলক খুচরা কৌশল (**Experiential Retail Strategy**) কী?

- দোকানে পণ্য প্রদর্শন ও নমুনা বিতরণ সাধারণত একটি বিস্তৃত অভিজ্ঞতামূলক খুচরা কৌশলের অংশ, যা খুচরা বিক্রয়ের ক্ষেত্রে সবসময়ই গুরুত্বপূর্ণ ছিল।

৪৮) খুচরা দোকানের প্রদর্শনী এলাকা কীভাবে প্রস্তুত করা যায়?

- ব্র্যান্ড ও খুচরা বিক্রেতারা দোকানের নির্দিষ্ট প্রদর্শনী এলাকায় গ্রাহকদের সাথে সরাসরি যোগাযোগ স্থাপন করেন, যাতে তারা পণ্যগুলি ব্যবহার ও পরীক্ষা করতে পারেন কেনার আগে।

৪৯) কেন খুচরা দোকানের প্রদর্শনী এলাকায় স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা বজায় রাখা গুরুত্বপূর্ণ?

- যে কোনো পণ্য উপস্থাপনার ক্ষেত্রে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা বজায় রাখা জরুরি।
- এটি শুধু খুচরা বিক্রেতা, বিক্রয় সহকারী এবং গ্রাহকদের সুস্থতার জন্য নয়, বরং এমন একটি স্বাস্থ্যকর পরিবেশ তৈরির জন্যও গুরুত্বপূর্ণ, যেখানে গ্রাহকরা স্বচ্ছ আসতে ও পণ্য পরীক্ষা করতে আগ্রহী হন।

৫০) কার্যকর পণ্য উপস্থাপনার মূল উদ্দেশ্য কী?

- গ্রাহকের আগ্রহ সৃষ্টি করা।
- একটি সফল পণ্য উপস্থাপনা গ্রাহকের কাছে পণ্যটির আকর্ষণ তৈরি করতে পারে এবং এটি তাদের ব্যবহারের উপযোগিতা তুলে ধরতে সাহায্য করে।

৫১) খুচরা দোকানে পণ্য উপস্থাপনার (Product Demonstration) উদ্দেশ্য কী?

- এর মূল লক্ষ্য হল গ্রাহকদের পণ্যের সাথে পরিচয় করানো এবং তাদের পণ্যটি কেনার জন্য আগ্রহী করে তোলা।
- এই ধরনের উপস্থাপনায় নতুন পণ্য, বিদ্যমান পণ্যের নতুন সংস্করণ, অথবা নতুন বাজারে চালু হওয়া পণ্যগুলো গ্রাহকদের সামনে উপস্থাপন করা হয়।

৫২) পণ্য উপস্থাপনার প্রধান লক্ষ্য কী?

- সম্ভাব্য গ্রাহকদের কাছে পরিষ্কারভাবে বোঝানো যে পণ্যটি কী কাজ করে এবং এটি কীভাবে তাদের উপকারে আসতে পারে।

৫৩) ইন-স্টোর পণ্য উপস্থাপনার সুবিধাগুলো কী?

- ইন-স্টোর পণ্য উপস্থাপনা কর্মচারীদের গ্রাহকদের সাথে যুক্ত হতে এবং খুচরা দোকানের পণ্য ও পরিষেবাগুলোর মানোন্নয়নে সাহায্য করে। এর সুবিধাগুলো হলো:
 - (ক) নতুন ব্র্যান্ড বা পণ্য পরীক্ষা করা।
 - (খ) ইন-স্টোর অভিজ্ঞতা উন্নত করা।
 - (গ) গ্রাহকের আনুগত্য বৃদ্ধি করা।
 - (ঘ) বিক্রয় বৃদ্ধি করা।
 - (ঙ) গ্রাহকদের প্রতিক্রিয়া সংগ্রহ করা।

৫৪) পণ্য উপস্থাপনার গুরুত্ব কী?

- পণ্য উপস্থাপনা বিভিন্ন চ্যানেলের মাধ্যমে করা যায়, যেমন—শারীরিকভাবে বা অনলাইনে।
- এর উদ্দেশ্য হল সম্ভাব্য গ্রাহকদের পণ্যটি কেনার জন্য উৎসাহিত করা।

৫৫) কোথায় পণ্য উপস্থাপনা করা উচিত?

- খুচরা দোকানের পণ্য উপস্থাপনা সাধারণত বড় খুচরা বিক্রয় কেন্দ্র, যেমন—ডিপার্টমেন্টাল স্টোর, ডিসকাউন্ট স্টোর, সুপারমার্কেট এবং শপিং মলে করা হয়।

৫৬) পণ্য উপস্থাপনার জন্য প্রয়োজনীয় পণ্য বা সরঞ্জামের উদাহরণ কী?

- বিদ্যুৎ চালিত যন্ত্রপাতির প্রদর্শনী একটি ভালো উদাহরণ।
- যেমন, রিটেইল স্টোরে ইলেকট্রিক অ্যাপ্লায়েন্স চালিয়ে দেখানো হয়, যাতে গ্রাহক তার কার্যকারিতা অনুভব করতে পারেন এবং কেনার সিদ্ধান্ত নিতে পারেন।

৫৭) পণ্য উপস্থাপনার বিভিন্ন ধরন কী কী?

- (ক) ইন-স্টোর পণ্য উপস্থাপনা।
- (খ) ইন-হোম পণ্য উপস্থাপনা।

- (গ) ট্রেড শো ও মেলায় প্রদর্শনী।
- (ঘ) টেলিভিশন ও অনলাইন বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে উপস্থাপনা।

৫৮) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনা হলে কীভাবে সামলাতে হবে?

- (ক) আহত ব্যক্তিকে মেডিকেল সহায়তা প্রদান করা।
- (খ) ব্যক্তিকে নিরাপদ স্থানে সরিয়ে নেওয়া বা আশপাশের এলাকা পরিষ্কার করা।
- (গ) দুর্ঘটনা রেকর্ড বইতে রিপোর্ট সম্পন্ন করা।
- (ঘ) খুচরা দোকানের বীমা প্রদানকারী ও অন্যান্য সংশ্লিষ্ট পক্ষকে দুর্ঘটনার তথ্য জানানো।
- (ঙ) দুর্ঘটনার কারণ বিশ্লেষণ করা।

৫৯) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনার কারণ কী কী?

- (ক) ছাদ থেকে পানি চুইয়ে পড়ার ফলে মেঝেতে পিচ্ছিলতা সৃষ্টি হওয়া।
- (খ) সরু পথ বা ওয়াকওয়ে।
- (গ) অসমান মেঝে।
- (ঘ) বৈদ্যুতিক শর্ট-সার্কিটের কারণে অগ্নিকাণ্ড।

৬০) খুচরা দোকানে জরুরি পরিস্থিতির অর্থ কী?

- জরুরি পরিস্থিতি বলতে এমন বিপজ্জনক বা গুরুতর পরিস্থিতিকে বোঝানো হয় যা অবিলম্বে ব্যবস্থা গ্রহণের প্রয়োজন হয়।
- যেমন, একটি দুর্ঘটনা জরুরি পরিস্থিতির সৃষ্টি করতে পারে, যেখানে খুচরা বিক্রেতাকে তাৎক্ষণিকভাবে প্রতিরোধমূলক ব্যবস্থা নিতে হয়।

৬১) খুচরা দোকানে জরুরি পরিস্থিতির শর্তাবলী কী কী?

- খুচরা দোকানে এমন অনেক জরুরি পরিস্থিতি তৈরি হতে পারে যা স্টোর, কর্মচারী এবং গ্রাহকদের জন্য হুমকির কারণ হতে পারে।
- এমন জরুরি অবস্থা মানুষের ভুলের কারণে হতে পারে, আবার কখনও কখনও প্রাকৃতিক দুর্যোগের কারণেও সৃষ্টি হয়।

৬২) খুচরা দোকানে জরুরি পরিস্থিতির বিভিন্ন ধরন কী কী?

- (ক) বিস্ফোরণ।
- (খ) পোকামাকড়ের কামড়।
- (গ) ইঁদুরের উপদ্রব।
- (ঘ) বিদ্যুৎস্পৃষ্ট হওয়া।
- (ঙ) পিচ্ছিলে পড়ে যাওয়া।
- (চ) সরঞ্জাম বিকল হওয়া।
- (ছ) চরম আবহাওয়া পরিস্থিতি।
- (জ) বিপজ্জনক পদার্থ ও রাসায়নিক ছড়িয়ে পড়া।
- (ঝ) বিদ্যুৎ, পানি সরবরাহ বা ভবনের কাঠামোগত ধস।
- (ঞ) ডাকাতি ও গোলাগুলি।

৬৩) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনা কীভাবে সামলাতে হয়?

- (ক) একটি প্রাথমিক পরিকল্পনা তৈরি করা।
- (খ) সাহায্যের জন্য ফোন করা।
- (গ) চিকিৎসকের সঙ্গে যোগাযোগ করা।
- (ঘ) স্টোরের বিন্যাস পরিবর্তন করা।
- (ঙ) জরুরি পরিস্থিতি মোকাবিলার জন্য নতুন নীতিমালা তৈরি করা।

৬৪) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনা প্রতিরোধের উপায় কী?

- (ক) পিছলে পড়া ও পড়ে যাওয়া এড়ানো।
- (খ) বিদ্যুৎ সংক্রান্ত বিপদ সম্পর্কে সতর্ক থাকা।
- (গ) ভারী মালামাল হাতে বহন ও উত্তোলন সীমিত রাখা।
- (ঘ) খুচরা দোকানে একটি পর্যাপ্ত প্রথম চিকিৎসা কিট রাখা।
- (ঙ) একটি জরুরি পদক্ষেপ পরিকল্পনা তৈরি করা।
- (চ) অগ্নি নিরাপত্তা নিশ্চিত করা।

৬৫) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনা ও জরুরি পরিস্থিতিতে প্রতিক্রিয়া জানানোর পদ্ধতি কী?

- (ক) প্রতিরোধমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ।
- (খ) শান্ত থাকা।
- (গ) নির্ধারিত নীতিমালা অনুসরণ করা।
- (ঘ) প্রাথমিক চিকিৎসা প্রদান করা।

৬৬) দুর্ঘটনা ও জরুরি পরিস্থিতির সময় অনুসরণযোগ্য নীতিমালাগুলো কী?

- (ক) জরুরি পরিকল্পনা অনুসরণ করা।
- (খ) নিরাপদে থাকার জন্য জরুরি পদক্ষেপ গ্রহণ করা।
- (গ) কর্মচারীদের নিরাপত্তা নিশ্চিত করার পর অন্যদের সহায়তা করা।
- (ঘ) উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষকে জানানো এবং তাদের নির্দেশনা অনুসরণ করা।
- (ঙ) পরিস্থিতি নিরাপদ না হওয়া পর্যন্ত অপেক্ষা করা অথবা নিরাপদে সরিয়ে নেওয়া।

৬৭) দুর্ঘটনা ও জরুরি পরিস্থিতিতে প্রাথমিক চিকিৎসা দেওয়া কেন গুরুত্বপূর্ণ?

- প্রাথমিক চিকিৎসা হল দোকানের মধ্যে বা ঘটনাস্থলেই আঘাতপ্রাপ্ত ব্যক্তিকে তাৎক্ষণিক চিকিৎসা প্রদান করা, যাতে গুরুতর ক্ষতি এড়ানো যায়।

৬৮) কর্মীদের দুর্ঘটনা ও জরুরি পরিস্থিতি রিপোর্টিং নীতিমালা সম্পর্কে সচেতন করার উপায় কী?

- (ক) কর্মীদের জন্য একটি নিরাপত্তা প্রশিক্ষণ কর্মসূচি প্রয়োগ করা।
- (খ) কর্মীদের সহজে প্রবেশযোগ্য নীতিমালা ও প্রক্রিয়ার নথি সরবরাহ করা।
- (গ) ব্যবস্থাপক ও কর্মচারীদের প্রশিক্ষণ দিয়ে রিপোর্টিং প্রক্রিয়া শেখানো।
- (ঘ) কর্মীদের সঠিক সময়ে দুর্ঘটনার রিপোর্ট তৈরি করতে উৎসাহিত করা।

৬৯) দুর্ঘটনায় ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তির যত্ন কীভাবে নিতে হবে?

- (ক) রিপোর্টিং শুরু করার আগে দুর্ঘটনায় ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তির যত্ন নিন।
- (খ) তাদের জিজ্ঞাসা করুন তারা কোনো আঘাত পেয়েছে কিনা এবং জরুরি চিকিৎসার প্রয়োজন আছে কিনা।

- (গ) জরুরি চিকিৎসার প্রয়োজন হলে দ্রুত ব্যবস্থা নিন।

৭০) দুর্ঘটনার কারণ কীভাবে তদন্ত করতে হয়?

- দুর্ঘটনার তথ্য সংগ্রহ করে "কেন", "কি" এবং "কিভাবে" প্রশ্নগুলোর উত্তর খোঁজা হয়।
- এই তথ্যগুলো খুচরা প্রতিষ্ঠানকে দুর্ঘটনার মূল কারণ নির্ধারণ করতে ও ভবিষ্যতে একই রকম ঘটনা এড়াতে সাহায্য করে।

৭১) খুচরা দোকানে দুর্ঘটনার কারণ কী কী?

- খুচরা দোকানের অভ্যন্তরে অনেক কারণেই দুর্ঘটনা ঘটতে পারে, যা গ্রাহকদের জন্য বিপজ্জনক হতে পারে। সাধারণ কারণগুলো হলো –
 - (ক) ছাদ থেকে পানি চুঁইয়ে পড়ার ফলে মেঝেতে পিচ্ছিল দাগ তৈরি হওয়া।
 - (খ) সরু পথঘাট, যেখানে চলাচল কঠিন।
 - (গ) অসমান মেঝে, যা হেঁচট খাওয়ার ঝুঁকি বাড়ায়।
 - (ঘ) আকস্মিক অগ্নিকাণ্ড, যা শর্ট-সার্কিটের কারণে হতে পারে।

৭২) খালি করার (evacuation) সময় সঠিক পদ্ধতি কী?

- (ক) সকল কার্যক্রম তাৎক্ষণিকভাবে বন্ধ করুন।
- (খ) নিশ্চিত করুন যে সবাই নিরাপদে এলাকা ত্যাগ করতে পারবে।
- (গ) নিকটতম নিরাপদ প্রস্থান চিহ্ন অনুসরণ করুন।
- (ঘ) সিঁড়ি ব্যবহার করুন, লিফট ব্যবহার করবেন না।
- (ঙ) অন্যদের সিঁড়িতে প্রবেশ করতে দিন।
- (চ) বিপজ্জনক স্থান থেকে দূরে থাকুন।
- (ছ) বিল্ডিং থেকে সরে যান।
- (জ) "সবকিছু নিরাপদ" ঘোষণা না হওয়া পর্যন্ত ফিরে আসবেন না।

৭৩) নিকটতম নিরাপদ প্রস্থান চিহ্ন (Exit Signs) কীভাবে অনুসরণ করবেন?

- নিকটতম প্রস্থান চিহ্ন অনুসরণ করুন এবং লিফট ব্যবহার করবেন না।
- বিশেষ করে কিছু জুতা, যেমন স্লিপার, দ্রুত ও নিরাপদ প্রস্থানে বাধা সৃষ্টি করতে পারে, তাই সচেতন থাকুন।

৭৪) জরুরি কর্মপরিকল্পনা (Emergency Action Plan) কী?

- জরুরি পরিস্থিতি খুব দ্রুত ঘটে, তাই খুচরা বিক্রেতাকে অবশ্যই উপযুক্ত প্রতিক্রিয়া জানাতে হবে।
- প্রতিটি খুচরা দোকানের উচিত তাদের পেশাগত স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা (OHS) নীতির উপর ভিত্তি করে জরুরি প্রতিক্রিয়া প্রক্রিয়া তৈরি করা।
- দোকানদারকে নিশ্চিত করতে হবে যে প্রতিটি কর্মচারী এই কর্মপরিকল্পনার সাথে পরিচিত।
- একটি জরুরি কর্মপরিকল্পনা তৈরি করার সময়, ঝুঁকি মূল্যায়ন (Hazard Assessment) করা জরুরি।

৭৫) জরুরি কর্মপরিকল্পনা কী কী যোগাযোগ করতে হবে?

- (ক) জরুরি অবস্থার সময় প্রস্থানের পদ্ধতি, প্রস্থানের ধরন এবং নির্ধারিত প্রস্থান পথ।
- (খ) গুরুত্বপূর্ণ কার্যক্রম পরিচালনার জন্য যারা থাকবে তাদের জন্য নির্দিষ্ট নির্দেশনা।
- (গ) সমস্ত কর্মচারীকে কীভাবে গণনা করা হবে তা নিশ্চিত করা।

- (ঘ) উদ্ধার বা চিকিৎসা সহায়তা দানের পদ্ধতি।
- (ঙ) অগ্নিকাণ্ড বা অন্যান্য জরুরি পরিস্থিতি রিপোর্ট করার পদ্ধতি।
- (চ) কর্মপরিকল্পনা সম্পর্কে অতিরিক্ত তথ্যের জন্য যাকে যোগাযোগ করা হবে তার নাম বা পদবী।

৭৬) জরুরি কর্মপরিকল্পনা তৈরি ও অনুসরণ করার সময় কী কী বিষয় মনে রাখতে হবে?

- (ক) গণপ্রস্থানের পরিস্থিতি বিবেচনা করা।
- (খ) দোকানে একটি পরিষ্কার কমান্ড চেইন থাকা।
- (গ) নির্দিষ্ট স্থানে ‘**evacuation warden**’ থাকা, যারা অন্যদের সহায়তা করবে।
- (ঘ) প্রস্থান পথ ও নির্দিষ্ট রুট কর্মচারীদের জন্য সহজলভ্যভাবে পোস্ট করা।
- (ঙ) শারীরিকভাবে অক্ষম কর্মীদের সহায়তার ব্যবস্থা থাকা।
- (চ) কর্মচারীদের জরুরি পরিস্থিতি চিহ্নিত করতে সক্ষম হতে হবে।

৭৭) খুচরা দোকানে প্রধান নিরাপত্তা ঝুঁকি কী কী?

- (ক) ডাকাতি (**Robbery**)।
- (খ) চুরির উদ্দেশ্যে দোকানে অনুপ্রবেশ (**Burglary**)।
- (গ) দোকান থেকে চুরি (**Shoplifting**)।
- (ঘ) কর্মচারী কর্তৃক চুরি।
- (ঙ) গ্রাহক ও কর্মচারীদের নিরাপত্তা।

৭৮) খুচরা দোকানে ডাকাতি (**Robbery**) কী?

- এটি খুচরা দোকানের জন্য সবচেয়ে সাধারণ নিরাপত্তা ঝুঁকির মধ্যে একটি।
- ডাকাতি দোকান খোলার সময় বা বন্ধ হওয়ার পরেও হতে পারে।
- কখনও ডাকাতরা গ্রাহকের ছদ্মবেশে এসে দোকানে প্রবেশ করতে পারে, আবার কখনও তারা জোর করে দোকানে ঢুকে পড়ে।

৭৯) খুচরা দোকানে চুরি (**Burglary**) কী?

- চুরি সাধারণত তখন ঘটে যখন খুচরা দোকান বন্ধ থাকে।
- চোরেরা জানালা বা দরজা ভেঙে দোকানে প্রবেশ করতে পারে।
- দোকানের ভেতরে প্রবেশের পর তারা মূল্যবান জিনিস চুরি করে নিয়ে যায়।

৮০) খুচরা দোকানে পণ্য চুরি (**Shoplifting**) কী?

- পণ্য চুরি খুচরা দোকানের জন্য একটি বড় সমস্যা।
- অনেক ক্ষেত্রে, চোরেরা দোকানের পণ্য নিয়ে চলে যায় টাকা না দিয়েই।
- কিছু চোর নিজেদের পোশাকের ভেতরে পণ্য লুকিয়ে রেখে দোকান ত্যাগ করে, যাতে ধরা না পড়ে।

৮১) খুচরা দোকানে কর্মচারী চুরি (**Employee Theft**) কী?

- কর্মচারী চুরি খুচরা দোকানের আরেকটি বড় নিরাপত্তা ঝুঁকি।
- কখনও কখনও কর্মচারীরা পণ্য চুরি করতে পারে, আবার কখনও তারা ক্যাশ কাউন্টার থেকে টাকা চুরির সুযোগ নিতে পারে।

৮২) খুচরা দোকানে গ্রাহক ও কর্মচারীর নিরাপত্তা কী?

- খুচরা দোকানে সহিংসতার ঝুঁকি রয়েছে।
- কখনও কখনও, গ্রাহকরা খারাপ পরিষেবা পেলে ক্ষুব্ধ হয়ে সহিংস হয়ে উঠতে পারে।
- অন্যান্য ক্ষেত্রে, কর্মচারীরা ডাকাত বা চোর দ্বারা আক্রান্ত হতে পারে।

৮৩) খুচরা দোকানের নিরাপত্তা নীতি (Security Policy) কী?

- (ক) একটি খুচরা প্রতিষ্ঠান নিরাপত্তা নীতি ও পদ্ধতি তৈরি করে, যা নিরাপদ কর্মস্থল বজায় রাখার নির্দেশিকা প্রদান করে।
- (খ) এসব নীতির মধ্যে অন্তর্ভুক্ত – প্রবেশ নিয়ন্ত্রণ, প্রযুক্তির যথাযথ ব্যবহার, ঘটনার রিপোর্টিং, তথ্য সুরক্ষা, ও কর্মচারীদের আচরণ সংক্রান্ত নির্দেশিকা।

৮৪) কর্মস্থলে নিরাপদ কাজের ব্যবস্থা কীভাবে গঠন করবেন?

- নিরাপদ কাজের ব্যবস্থা গুরুত্বপূর্ণ, বিশেষ করে যখন খুচরা বিক্রয় কর্মী বা কর্মচারীরা উচ্চ ঝুঁকির মুখোমুখি হন, যেমন –
 - (ক) ভোরবেলা কাজ শুরু করা বা রাতের দিকে দেরি করে কাজ শেষ করা।
 - (খ) রাতে একা বা নির্জন পরিবেশে কাজ করা।

৮৫) কর্মস্থলে প্রবেশের আগে কী কী বিষয় মাথায় রাখা উচিত?

- (ক) নিজের গাড়ি জনবহুল, উজ্জ্বল আলোয়ুক্ত জায়গায় পার্ক করুন।
- (খ) আশেপাশে কেউ সন্দেহজনকভাবে ঘোরাফেরা করছে কিনা দেখুন।
- (গ) দোকানের প্রবেশপথে জোরপূর্বক ঢোকান চিহ্ন আছে কিনা পরীক্ষা করুন।
- (ঘ) বিরতিতে গেলে, নিশ্চিত করুন যে পর্যাপ্ত নিরাপত্তা ব্যবস্থা রয়েছে।

৮৬) খুচরা দোকানে প্রাকৃতিক সংকট ব্যবস্থাপনা (Natural Crisis Management) কী?

- খুচরা বিক্রেতাদের বিভিন্ন সংকটের সম্মুখীন হতে হয়, যার মধ্যে প্রাকৃতিক দুর্যোগ অন্যতম।
- ভূমিকম্প, বন্যা, খারাপ আবহাওয়ার মতো প্রাকৃতিক দুর্যোগের সময় দোকান পরিচালনার জন্য সঠিক পরিকল্পনা থাকা দরকার।

৮৭) মানবসৃষ্ট সংকট ব্যবস্থাপনা (Human Crisis Management) কী?

- মানবসৃষ্ট সংকট ব্যবস্থাপনা বলতে আগুন, দাঙ্গা ইত্যাদি মানবসৃষ্ট বিপর্যয়ের পূর্ব প্রস্তুতি এবং ব্যবস্থাপনা বোঝায়।

৮৮) খুচরা দোকানে স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তার ঝুঁকি মোকাবিলা করার জন্য কী ব্যবস্থা নেওয়া যেতে পারে?

- (ক) কর্মীদের প্রশিক্ষণ।
- (খ) সঠিক নথিভুক্তকরণ।
- (গ) প্রাথমিক চিকিৎসার ব্যবস্থা।
- (ঘ) বৈদ্যুতিক বিপদ এড়ানো।

- (ঙ) ভারী বস্তু তোলার সময় সতর্কতা অবলম্বন।
- (চ) পিচ্ছিল মেঝে ও পড়ে যাওয়ার ঝুঁকি হ্রাস করা।
- (ছ) পাওয়ার টুল ব্যবহারের ঝুঁকি হ্রাস করা।
- (জ) চুরি ও ডাকাতি প্রতিরোধ ব্যবস্থা গ্রহণ।
- (ঝ) সুরক্ষা ডেটা শিট (SDS) বজায় রাখা।

৮৯) খুচরা দোকানে নিরাপত্তা ঝুঁকি কমানোর জন্য খুচরা বিক্রেতা কী ব্যবস্থা নিতে পারে?

- (ক) শারীরিক নিরাপত্তা ব্যবস্থা ইনস্টল করা।
- (খ) দোকানের পরিধি সুরক্ষিত করা।
- (গ) ফায়ারওয়াল এবং নেটওয়ার্ক নিরাপত্তা বাস্তবায়ন করা।
- (ঘ) কর্মচারীদের ব্যাকগ্রাউন্ড যাচাই করা।
- (ঙ) নিয়মিত মালপত্রের স্টক চেক করা।

৯০) CISO (Chief Information Security Officer) কে?

- CISO হলো "চিফ ইনফরমেশন সিকিউরিটি অফিসার", যিনি একটি খুচরা প্রতিষ্ঠানের নিরাপত্তার প্রধান দায়িত্ব পালন করেন।
- তাঁর কাজ হলো – ঝুঁকি চিহ্নিত করা, নিরাপত্তা কৌশল নির্ধারণ করা, নীতি প্রণয়ন করা এবং জরুরি পরিকল্পনা নিশ্চিত করা।

৯১) খুচরা দোকানের নিরাপত্তা কীভাবে বজায় রাখা যায়?

- (ক) চুরি রোধে কার্যকর নীতি গ্রহণ।
- (খ) কাস্টমার সার্ভিসকে নিরাপত্তার সুবিধায় ব্যবহার করা।
- (গ) দোকানের বিন্যাস যথাযথভাবে সাজানো।
- (ঘ) চুরির ঝুঁকিপূর্ণ পণ্য চিহ্নিত করা।
- (ঙ) নিয়মিত স্টক পরীক্ষা করা।
- (চ) সতর্কীকরণ চিহ্ন বসানো।
- (ছ) নিরাপত্তা কর্মকর্তা নিয়োগ করা।

৯২) কর্মচারীদের ব্যক্তিগত নিরাপত্তা সম্পর্কে সচেতনতা কী?

- কর্মচারীরা সব সময় ব্যক্তিগত নিরাপত্তা নিয়ে চিন্তা করে না, তাই ব্যবসার মালিকদের উচিত কর্মচারীদের নিরাপত্তা সম্পর্কে প্রশিক্ষণ দেওয়া।
- এই প্রশিক্ষণ কর্মস্থলের ভেতরে ও বাইরে উভয় ক্ষেত্রেই নিরাপত্তা নিশ্চিত করতে সাহায্য করে।
- লিখিত নীতিমালার মাধ্যমে নিশ্চিত করা উচিত যে কর্মচারীরা কখনও অন্য কর্মচারীর ব্যক্তিগত তথ্য প্রকাশ না করে।

৯৩) খুচরা বিক্রয় সহকারী (RSA) কীভাবে স্পষ্ট ও নির্ভুলভাবে পণ্যের তথ্য ব্যাখ্যা করবে?

- (ক) পণ্য সম্পর্কে জানুন।
- (খ) গ্রাহকের সমস্যা বুঝুন।
- (গ) সমস্যার সমাধান গবেষণা করুন।

- (ঘ) তথ্য স্পষ্টভাবে উপস্থাপন করুন।
- (ঙ) গ্রাহকের বোঝার বিষয়টি নিশ্চিত করুন।
- (চ) গ্রাহকের প্রতিক্রিয়া থেকে শিখুন।
- (ছ) অতিরিক্ত বিবেচনার বিষয়গুলো মাথায় রাখুন।

৯৪) সুবিধাজনক পণ্য (Convenience Products) কী?

- যে পণ্যগুলো গ্রাহকরা তাড়াতাড়ি, ঘন ঘন এবং কম পরিশ্রম ও সময় ব্যয় করে কেনেন, সেগুলোকে সুবিধাজনক পণ্য বলা হয়।
- এ ধরনের পণ্য কেনার সময় গ্রাহকরা খুব বেশি ভাবেন না।
- উদাহরণ: সংবাদপত্র, লবণ, ম্যাচবক্স, ওষুধ।

৯৫) শপিং পণ্য (Shopping Products) কী?

- যে পণ্যগুলি কেনার আগে গ্রাহকরা যথেষ্ট সময় ও প্রচেষ্টা ব্যয় করেন, সেগুলো শপিং পণ্য।
- এ ধরনের পণ্য কেনার আগে তুলনা ও বিশ্লেষণ করা হয়।
- উদাহরণ: জুতা, জামাকাপড়, মোবাইল ফোন, গহনা ইত্যাদি।

৯৬) বিশেষায়িত পণ্য (Speciality Products) কী?

- যে পণ্যগুলোর জন্য গ্রাহকরা বিশেষ প্রচেষ্টা করেন এবং এগুলোর অনন্য বৈশিষ্ট্য থাকে, সেগুলো বিশেষায়িত পণ্য।
- এ ধরনের পণ্য সাধারণত ব্যয়বহুল ও অনন্য হয়।
- উদাহরণ: প্রাচীন চিত্রকর্ম, বিলাসবহুল পারফিউম, দামী ঘড়ি, ব্র্যান্ডেড স্নিকার্স ইত্যাদি।

৯৭) খুচরা বিক্রয় সহকারী (RSA) কীভাবে গ্রাহকের কাছে পণ্য ব্যাখ্যা করবে?

- (ক) সংবেদনশীল ভাষা ব্যবহার করুন।
- (খ) গল্পের মাধ্যমে ব্যাখ্যা করুন।
- (গ) সাধারণ কথাবার্তায় অতি ব্যবহৃত শব্দ বা ক্লিশে পরিহার করুন।

৯৮) খুচরা বিক্রয় সহকারী (RSA) কীভাবে গ্রাহকদের প্রশ্ন জিজ্ঞাসা করতে উৎসাহিত করবে?

- (ক) বন্ধুত্বপূর্ণ পরিবেশ তৈরি করুন।
- (খ) প্রসঙ্গ অনুযায়ী আলোচনা করুন।
- (গ) সক্রিয়ভাবে গ্রাহকের কথা শুনুন।
- (ঘ) গ্রাহকের মন্তব্য ও আপত্তিগুলোর যথাযথ উত্তর দিন।
- (ঙ) গ্রাহকদের প্রশ্ন করার সুযোগ তৈরি করুন।

৯৯) পণ্যের বৈশিষ্ট্য (Features) এবং উপকারিতা (Benefits) কী?

- বৈশিষ্ট্য (Features): পণ্যের শারীরিক বা প্রযুক্তিগত বৈশিষ্ট্য ব্যাখ্যা করে।
- উপকারিতা (Benefits): কিভাবে ওই বৈশিষ্ট্যগুলো গ্রাহকের জন্য মূল্যবান তা ব্যাখ্যা করে।

১০০) খুচরা গ্রাহক কীভাবে পণ্য মূল্যায়ন করবে কেনার আগে?

- (ক) পণ্যের লেবেল পরীক্ষা করুন।
- (খ) পণ্য পরীক্ষা করে দেখুন।
- (গ) অন্য পণ্যের সাথে তুলনা করুন।
- (ঘ) পণ্যের রিভিউ পড়ুন।
- (ঙ) বিশেষজ্ঞের পরামর্শ নিন।
- (চ) নিজস্ব অভিজ্ঞতা ও অনুভূতি অনুসরণ করুন।