

Department of Empowerment of Persons with Disabilities (Divyangjan)  
Ministry of Social Justice & Empowerment



कौशल शलगुणव ताताप्रगति



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



RE → IMAGINE FUTURE



Skill Council for Persons with Disability

# प्रतिभागी पुस्तिका

क्षेत्र  
टेलिकॉम

उप-क्षेत्र  
सर्विस प्रोवाइडर

व्यवसाय  
ग्राहक सेवा

SCPwD संदर्भ सूचक.: PWD/TEL/Q0100,

सर्प्स सॉक : TEL/Q0100, Version 1.0 , NSQF Level 4



ग्राहक सेवा अधिकारी  
(कॉल सेंटर)  
(दिव्यांगजन)

लोकोमोटर डिसेबिलिटी के लिए  
लौ विज्ञान के लिए  
विसुआल इम्पेरेड के लिए

प्रकाशक—

सर्वाधिकार सुरक्षित  
प्रथम संस्करण, मई 2016

सर्वाधिकार

टेलीकॉम सेक्टर स्किल काउंसिल और यूनिफ़ायर्स सोशल वेंचर्स प्रा. लि.  
सेक्टर स्किल काउंसिल संपर्क विवरण:  
पता: दूसरी मज़िल, पॉलट न0 105, सेक्टर 44, गुडगाँव –122003, हरियाणा, इंडिया  
ईमेल: tssc@tsscindia.com  
फोन% +91 124-4148029/4375891

टेलीकॉम सेक्टर स्किल काउंसिल की अनुमति के बिना इस पुस्तक का कोई भी अंश पुनः मुद्रित, भंडारित, या किसी भी प्रकार से वितरित नहीं किया जा सकता है।

नोट: SCPwD

SCPwD ने AMHSSC से योग्यता उधार ली है जिसे 25 अगस्त 2022 को NSQC की 22वीं बैठक में NCVET द्वारा अनुमोदित किया गया है (MOM का लिंक)  
<https://ncvet.gov.in/sites/default/files/MoM%2022nd%20NSQC%20held%20on%2025%20August%202022.pdf>  
और एनक्यूआर पर अपलोड किया गया

पुस्तक नीचे उल्लिखित एनक्यूआर कोड के अनुसार निम्नलिखित अक्षमताओं से जुड़ी नौकरी की भूमिका को पूरा करती है।

LD के लिए— 2022/PWD/SCPWD/05851

LV के लिए— 2022/PWD/SCPWD/05853





**श्री नरेंद्र मोदी**  
भारत के प्रधानमंत्री

“

कौशल विकास एक बेहतर भारत का निर्माण है। यदि हमें भारत को उन्नति की ओर अग्रसर करना है, तो कौशल विकास हमारा लक्ष्य होना चाहिए।

”



## Certificate

### COMPLIANCE TO QUALIFICATION PACK – NATIONAL OCCUPATIONAL STANDARDS

is hereby issued by the

**Skill Council for Persons with Disability**

for

### SKILLING CONTENT: PARTICIPANT HANDBOOK

Complying to National Occupational Standards of

Job Role/ Qualification Pack: 'Customer Care Executive (Call Centre)Divyangjan' QP No. PWD/TEL/Qo100  
NSQF Level 4'

Date of Issuance: **27/12/2021**

Valid up to\*: **27/01/2026**

*\*Valid up to the next review date of the Qualification Pack or the  
'Valid up to' date mentioned above (whichever is earlier)*

Authorised Signatory

(Skill Council for Persons with Disability)



## आभार

टेलीकॉम सेक्टर स्किल काउंसिल सभी व्यक्तियों और संस्थाओं द्वारा इस 'प्रतिभागी पुस्तिका' के निर्माण में दिए गए अलग-अलग तरह के योगदान के प्रति अपनी ओर से आभार व्यक्त करती है। सभी लोगों द्वारा दिए गए सहयोग व योगदान के बिना यह कार्य पूर्ण नहीं हो सकता था। अलग-अलग तरह के मॉड्यूल बनाने वाले सहयोगियों का विशेष धन्यवाद और साथ ही उन सहयोगियों की भी प्रशंसा है, जिन्होंने अलग-अलग मॉड्यूल की समकक्ष समीक्षा की है। इस पुस्तिका की तैयारी टेलीकॉम उद्योग के समर्थन के बिना संभव नहीं थी।

इंडस्ट्री के द्वारा दी गई जानकारी आरंभ से निष्कर्ष तक अत्यंत ही उत्साहित करने वाली थी और इसी जानकारी ने आज की इंडस्ट्री में देखे जाने वाले कौशल की कमी को पूरा करने का कार्य किया है।

यह पुस्तिका विशेषतः उन आकांक्षी युवाओं को समर्पित है, जो विशेष कौशल प्राप्त करने के इच्छुक हैं और यह उनके भविष्य के प्रयासों के लिए एक आजीवन परिसंपत्ति के रूप में कार्य करेगी।

## पुस्तिका के विषय में

पिछले पाँच वर्षों में भारतीय दूरसंचार क्षेत्र की विकास दर आर्थिक विकास दर से आगे निकल गई है। इस क्षेत्र में 2013—17 के दौरान छोटी अवधि में लगभग 15 प्रतिशत की मजबूत वृद्धि आई है, यह संगठित रिटेल, तकनीकी प्रगति, उपभोक्ता की वरीयताओं के बदलने और सरकार के समर्थन के कारण संभव हुआ। 1 अरब से अधिक ग्राहकों के साथ भारत दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा दूरसंचार बाज़ार है।

2013 के अनुसार इस क्षेत्र में 20 लाख 80 हजार से अधिक कर्मचारी को नौकरी प्रदान हुई और 2022 तक 41 लाख 60 हजार लोगों को नौकरी देने का लक्ष्य है। इस 9 साल की अवधि में साथ ही 20 लाख 10 हजार नौकरियों का अलग से निर्माण होने की उम्मीद है।

इस प्रतिभागी पुस्तिका की रूपरेखा उन छात्रों को व्यावहारिक और सैद्धांतिक का ज्ञान देने के लिए की गई है, जो कि टेलीकॉम सेक्टर में ग्राहक सेवा अधिकारी (कॉल सेंटर) बनेंगे। टेलीकॉम उद्योग में एक ग्राहक सेवा अधिकारी को ग्राहक सेवा प्रतिनिधि/ग्राहक सेवा सलाहकार/ग्राहक संबंध अधिकारी/कॉल सेंटर एग्ज़िक्यूटिव के नाम से भी जाना जाता है। संगठन में एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते आपको फोन पर ग्राहकों को सेवा प्रदान करती होती है और समय के अनुसार ग्राहकों की समस्याओं, प्रश्नों और शिकायतों का निवारण भी करना होता है।

यह प्रतिभागी पुस्तिका ग्राहक सेवा अधिकारी (कॉल सेंटर) क्वालिफिकेशन पैक (TEL/Q0100) और नेशनल ऑक्यूपेशनल स्टैन्डर्ड (NOS) पर आधारित है।

1. ग्राहकों के साथ कॉल करना/उठाना - TEL/N0100
2. ग्राहकों के प्रश्न, अनुरोध व शिकायत को हल करना - TEL/N0101
3. ग्राहकों के साथ संबंध बढ़ाना व मजबूत करना - TEL/N0102
4. रिपोर्ट और रिव्यू - TEL/N0103
5. प्रो-एक्टिव विक्रय - TEL/N0104

प्रमुख शिक्षा के परिणाम व छात्रों द्वारा ग्रहण किए गए कौशल संबंधित यूनिट में परिभाषित किए जाएंगे। इस प्रशिक्षण के उपरांत प्रतिभागी कॉल करने व उठाने, ग्राहकों के प्रश्न, अनुरोध व शिकायत को हल करने और साथ ही उनके साथ अपने संबंधों को मजबूत करने के कौशल का ज्ञान अर्जित कर चुके होंगे।

हम आशा करते हैं कि यह प्रतिभागी पुस्तिका आपके उन सभी युवा दोस्तों, जो अपना भविष्य टेलीकॉम उद्योग में बनाना चाहते हैं, उन्हें आजीविका देने में सहायक सिद्ध होगी।

## पुस्तक में प्रयोग किए गए चिह्न



प्रमुख शिक्षा  
उद्देश्य



चरण



यूनिट के  
उद्देश्य



गतिविधि



अभ्यास



टिप्पणी



<b>5. कंप्यूटर का ज्ञान और अभ्यास (TEL/N0100, TEL/N0101, TEL/N0102, TEL/N0103, TEL/N0104)</b>	<b>71</b>
यूनिट 5.1 – कंप्यूटर का परिचय	73
यूनिट 5.2 – एमएस वर्ड	79
यूनिट 5.3 – एमएस पावरप्वॉइंट	90
यूनिट 5.4 – एमएस एक्सेल	100
यूनिट 5.5 – इंटरनेट और नेटवर्क	118
यूनिट 5.6 – कंप्यूटर टाइपिंग अभ्यास	121
<b>6. भाषा कौशल (TEL/N0100, TEL/N0101, TEL/N0102, TEL/N0103, TEL/N0104)</b>	<b>127</b>
यूनिट 6.1 – सुनने का कौशल	129
यूनिट 6.2 – बोलने का कौशल	132
यूनिट 6.3 – पढ़ने और समझने का कौशल	135
यूनिट 6.4 – लिखने का कौशल	138
<b>7. कॉल करना व उठाना (TEL/N0100)</b>	<b>139</b>
यूनिट 7.1 – परिचय	141
यूनिट 7.2 – कॉल करना व उठाना	142
<b>8. क्यूआरसी का समाधान (TEL/N0101)</b>	<b>147</b>
यूनिट 8.1 – परिचय	149
यूनिट 8.2 – सत्यापन	154
यूनिट 8.3 – क्यूआरसी का समाधान	156
यूनिट 8.4 – कॉल को आगे बढ़ाना (एस्केलेशन)	157
<b>9. कस्टमर रिलेशनशिप (TEL/N0102)</b>	<b>159</b>
यूनिट 9.1 – परिचय	161
यूनिट 9.2 – ग्राहक की श्रेणियां	163
यूनिट 9.3 – ग्राहक की प्रतिक्रिया	167
यूनिट 9.4 – ग्राहक संतुष्टि	171
यूनिट 9.5 – ग्राहकों को नई सेवाओं की जानकारी देना	177











**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 1. परिचय

यूनिट 1.1 – परिचय

यूनिट 1.2 – कॉल सेंटर में विभाग और नौकरियां

यूनिट 1.3 – सहायता केंद्र और ग्राहक सेवाएं



## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कार्यक्रम के उद्देश्यों को समझना
2. भारतीय दूरसंचार उद्योग के बारे में चर्चा
3. कॉल सेंटर और सहायता केंद्र की अवधारणा को समझना
4. एक कॉल सेंटर में पदानुक्रम और ग्राहक सेवा अधिकारी (सीसीई) के कैरियर में प्रगति पर चर्चा करना
5. सीसीई की जिम्मेदारियों और भूमिका को समझना
6. एक सीसीई के कार्य में ग्राहक सेवा की अवधारणा और महत्व को समझना

## यूनिट 1.1: परिचय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. प्रोग्राम के महत्व और लक्ष्य को समझना
2. भारत में दूरसंचार उद्योग का अवलोकन करना
3. नियामक ढाँचे को समझना
4. प्रमुख कंपनियों व उनके बाज़ार में शेयर के बारे में जानना

### 1.1.1 कार्यक्रम का महत्व

इस कार्यक्रम से आप जानेंगे:-

1. टेलीकॉम कॉल सेंटर।
2. प्रभावी कार्य के लिए आवश्यक व्यावहारिक, व्यावसायिक तथा तकनीकी योग्यताएँ।
3. कॉल कैसे उठायें/करें।
4. समय पर ग्राहक के प्रश्नों के उत्तर देना और समस्या का समाधान करना।
5. ग्राहक की समस्याओं को सुलझाना व ग्राहक से अच्छे संबंध बनाए रखना।
6. रिपोर्ट, अवलोकन की प्रक्रिया से अपनी कार्य कुशलता पर नज़र रखना।

### 1.1.2 दूरसंचार उद्योग का अवलोकन

#### दूरसंचार पर एक नज़र

- विश्वभर में किसी भी राष्ट्र की सामाजिक-आर्थिक उन्नति में दूरसंचार महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- दूरसंचार सेवा को एक महत्वपूर्ण माध्यम माना जाता है तथा कई आर्थिक क्षेत्रों के नवीनीकरण व तीव्र उन्नति में दूरसंचार सेवा का विशेष योगदान है।
- यह किसी अर्थव्यवस्था के तीव्र विकास और आधुनिकीकरण में सहायता प्रदान करता है।

#### भारत में दूरसंचार

- पिछले कुछ वर्षों में, भारतीय दूरसंचार उद्योग ने अभूतपूर्व उन्नति की है।
- हमारे देश में सही औद्योगिक वातावरण, लोगों के सही दृष्टिकोण तथा राजनीतिक स्थिरता से औद्योगिक उन्नति में वृद्धि आई है।
- भारत को दुनिया में सबसे सस्ती कॉल दर, सबसे तेज गति से 10 लाख मोबाइल फोन विक्रय तथा संसार में सबसे कम दाम के मोबाइल फोन व सबसे सस्ता कलर फोन विक्रय होने का गौरव प्राप्त है।
- भारत में दूरसंचार क्षेत्र में भारी परिवर्तन हुए हैं जिसके कारण कई नीतियों में सुधार लाए गए, विशेष रूप से 1994 में घोषित NTP यानि नेशनल टेलीकॉम पॉलिसी और दोबारा 1999 में NTP पर अधिक महत्व दिया गया।

### 1.1.3 दूरसंचार उद्योग में नियामक अधिकारी

#### TRAI (टेलीकॉम रेगुलेटरी ऑथोरिटी ऑफ इंडिया)

- सेवा प्रदाता की स्पर्धा को एकरूप रखने के लिए यह विभाग पारदर्शी तथा न्यायिक नीतियाँ बनाती है।
- सेवा प्रदाता को शुल्क, अंतःसंपर्क व सेवा गुणवत्ता के प्रति निर्देश देती है।
- उपभोक्ताओं के हितों को निष्पक्ष व्यापार के माध्यम से संरक्षित करना सुनिश्चित करती है।

#### COAI (सेल्युलर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया)

- यह संघ विश्वस्तरीय सेल्युलर की आधारिक व्यवस्थाओं में सहयोग देती है जिसके माध्यम से भारत के नागरिक सही दर पर अच्छी मोबाइल फोन की सेवाएँ प्राप्त कर सकें।

#### TDSAT (टेलीकॉम डिस्प्यूट्स सेटेलमेंट एण्ड ऐपेलैट ट्रिब्युनल)

- टेलीकॉम इंडस्ट्री में विवाद की स्थिति में ग्राहक व सेवा प्रदाताओं के हितों की रक्षा करना सुनिश्चित करता है।

#### DOT (डिपार्टमेंट ऑफ टेलिकम्युनिकेशन्स)

- यह विभाग दूरसंचार के लिए विकासात्मक नीतियाँ बनाता है।

#### काल सेन्टर पर TRAI नियमावली

- 121 साधारण जानकारी (121 पर कॉल करने के लिए ग्राहक पर शुल्क लागू है)
- 198 ग्राहक सुविधा नंबर (टोल फ्री)
- सेवा अनुरोध:-
  - » प्लान में बदलाव।
  - » वैल्यू एड सर्विस/सप्लीमेंट्री सेवा/विशेष सेवा शुरू या बंद कराने के लिए।
  - » ऑपरेटर/सेवा प्रदाता द्वारा दी गई सेवाओं शुरू कराना।
  - » शिफ्टिंग/सेवा का निष्क्रिय होना/बिलिंग डिटेल।

### 1.1.4 दूरसंचार उद्योग में प्रमुख कंपनियाँ

क्रम सं.	कम्पनी का नाम	स्थापना वर्ष	रेवेन्यू मार्केट शेयर 2013
1	भारती एयरटेल	1985	30.44 %
2	वोडाफोन ऐस्सार	2007	23.19%
3	आइडिया सेल्युलर	1995	18.19 %
4	रिलाएन्स संचार	1999	6.07%
5	टाटा टेलीसर्विस	1996	7.41 %
6	बीएसएनएल/एमटीएनएल	2000	6.12/3.04%
7	ऐयरसेल	1999	7 %





चित्र 1.1.1 प्रमुख कम्पनियों के प्रतीक

## अभ्यास



निम्न प्रश्नों के उत्तर दीजिए:

1. किस दूरसंचार कम्पनी का सबसे ज्यादा मार्केट शेयर है?

---



---

2. किस दूरसंचार कम्पनी का 8 शीर्ष कम्पनियों के मुकाबले सबसे कम मार्केट शेयर है?

---



---

3. भारत की किन्हीं 5 दूरसंचार कम्पनियों के नाम लिखिए।

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) \_\_\_\_\_
- e) \_\_\_\_\_

4. निम्न में सही उत्तर भरें:

भारत ने पूरे संसार में ..... दरों की कॉल का गौरव स्थान प्राप्त किया है।

5. निम्न का पूरा नाम लिखिए।

- a) TRAI - \_\_\_\_\_
- b) DoT - \_\_\_\_\_
- c) COAI - \_\_\_\_\_
- d) TDSAT - \_\_\_\_\_

6. भारतीय दूरचंर उद्योग में वर्तमान परिदृश्य क्या है?

---

---

---

---

टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 1.2: टेलीकॉम कॉल सेंटर में विभाग तथा नौकरियां

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीसीई की भूमिका और उसके लिए आवश्यक कौशल को समझना
2. टेलीकॉम कॉल सेंटर में विभाग और नौकरियों को समझना
3. एक कॉल सेंटर में पदानुक्रम और ग्राहक सेवा अधिकारी (सीसीई) के कैरियर में प्रगति पर चर्चा करना
4. एक कॉल सेंटर की अवधारणा को समझना
5. सहायता केंद्र के कार्यों को समझना

### 1.2.1 टेलीकॉम कॉल सेंटर में नौकरी के मानदंड

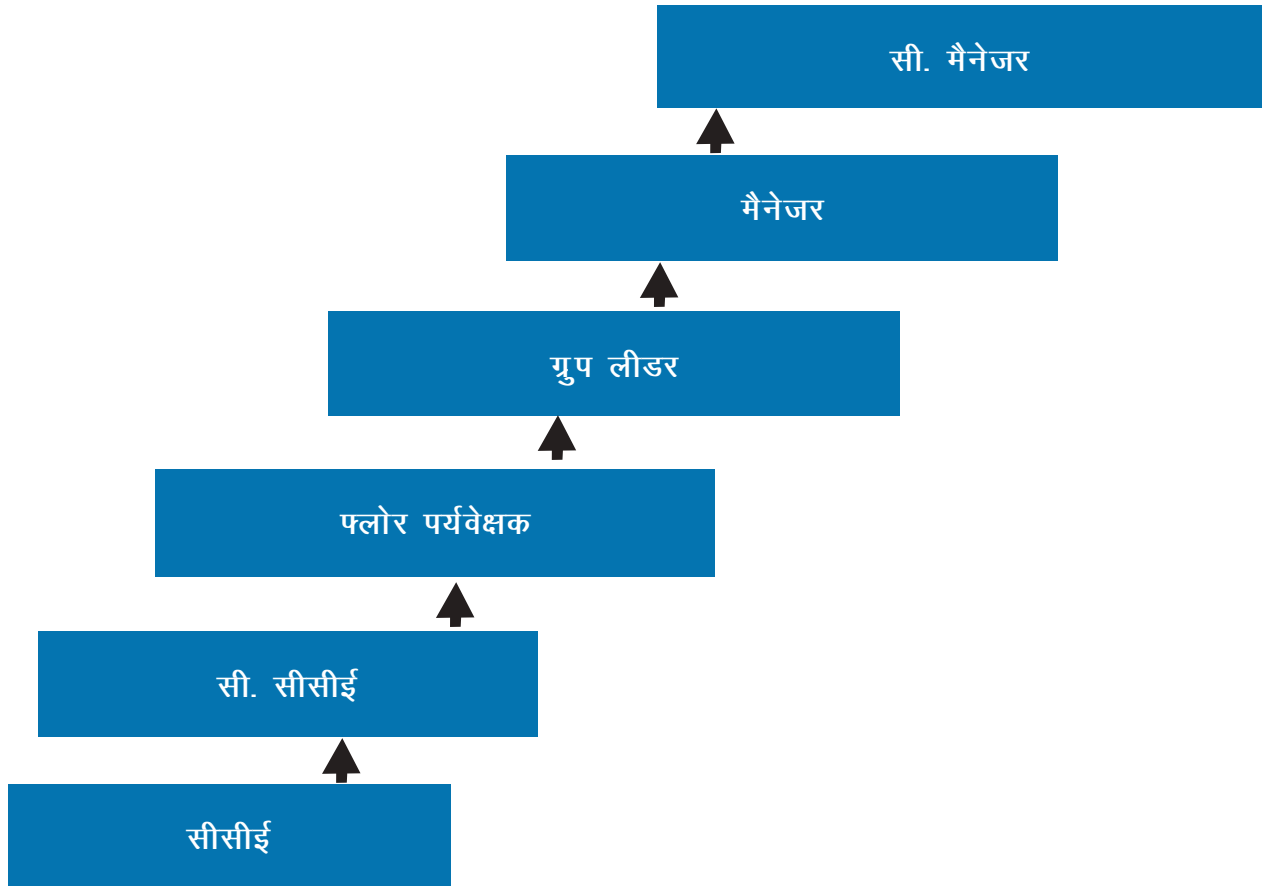
एक ग्राहक सेवा अधिकारी ग्राहक और संगठन को जोड़ने का कार्य करता है। वह ग्राहक की अपेक्षाओं व आवश्यकताओं को संगठन के द्वारा दिए गए दिशा-निर्देशों के अधीन पूर्ण करने का प्रयास करता है।

- ग्राहक की कॉल ले सके। ग्राहक को कॉल कर सकें।
- ग्राहक को सेवाओं व उत्पादों की जानकारी दे सकें।
- ग्राहक की समस्या निवारण व उनके निवेदन पर काम कर सकें।
- सीआरएम पर ग्राहक से हुई चर्चा को दर्ज कर सकें।
- रिपोर्ट के माध्यम से जाँच व सुधार कर सकें।
- ग्राहक से संबंध स्थापित कर सकें।

### 1.2.2 टेलीकॉम कॉल सेंटर में विभाग

- ऑपरेशन
- एडमिन व सुविधा
- मानव संसाधन
- वित्त
- ट्रेनिंग तथा क्वालिटी
- आई.टी.
- प्रोसेस विकास
- उत्कृष्टता

### 1.2.3 टेलीकॉम कॉल सेंटर में कैरियर



चित्र 1.2.1 सीसीई की कैरियर प्रगति लैडर

### 1.2.4 कॉल सेंटर

कंपनियों द्वारा स्थापित सहायता केन्द्र जो विशेषतः— हैल्पडेस्क, ग्राहक सहायता, लीड जनरेशन, आपातकालीन, फोन कॉल सेवा आदि आने वाली कॉल का जवाब देना और टेली मार्केटिंग/मार्केटिंग आदि सेवाएं प्रदान करते हैं, कॉल सेन्टर कहलाते हैं। कॉल सेन्टर बड़े पैमाने पर बहुत सारी कॉल एक ही समय संभालने में सक्षम होते हैं, साथ ही इन कॉल की छंटनी करके यथायोग्य व्यक्ति तक पहुँचना और आखिर में उनका लिखित रिकार्ड रखने की सुविधाओं से परिपूर्ण होते हैं। यह एक संगठन का वह हिस्सा है जिस पर ग्राहक के साथ इनबाऊंड व आऊटबांड कॉल करने का दायित्व रहता है।

### 1.2.5 हैल्प डेस्क

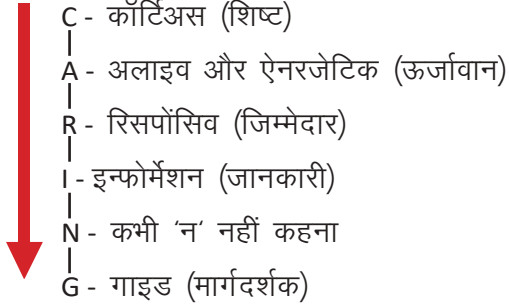
एक व्यापारिक संस्थान में हैल्प डेस्क ऐसी जगह है जहाँ उस कम्पनी के उपभोक्ता आवश्यकतानुसार सीसीई से संपर्क करके प्रश्न पूछ सकते हैं व शिकायत या अनुरोध दर्ज कर सकते हैं। साधारणतया एक सहायता डेस्क से मतलब है – प्रशिक्षित CCE जो कम्प्यूटर की पूरी जानकारी रखता हो व आने वाले प्रश्नों का उत्तर कुशलतापूर्वक दे सके।

### 1.2.6 ग्राहक सेवा प्रतिनिधि (सीसीई)

CCE किसी सेन्टर या संगठन का प्रतिनिधि होता है तथा ग्राहक व संगठन को जोड़ने का माध्यम है। वह संगठन के प्रबंधन के नियमों की सीमा में रहते हुए ग्राहक की जरूरतों को पूरा करता है।

सीसीई अपने अनुभव और योग्यता के आधार पर ग्राहक को उत्तम सेवा प्रदान करता है तथा इसके आधार पर कम्पनी व अपनी उत्तम छवि ग्राहक पर छोड़ता है। ग्राहक के साथ संबंध स्थापित करने या तोड़ने में सीसीई की अहम भूमिका होती है।

एक सीसीई को निम्न केयरिंग अप्रोच को ध्यान में रखना चाहिए:



## अभ्यास

- इनमें से कौन-सी सीसीई की जिम्मेदारियों में शामिल हैं?
  - अच्छे ग्राहक संबंध बनाना
  - ग्राहक शिकायत दूर करना
  - उत्पादों की सही जानकारी
  - ग्राहक क्वैरी को हल करना
  - टेक्निकल जानकारी का होना
  - ग्राहकों के साथ तालमेल होना
- सीसीई के कार्यों से जुड़ी कुछ महत्वपूर्ण योग्यताएं बताएं।
 

---



---
- टेलीकॉम कॉल सेंटर में कार्य करने के लिए तीन महत्वपूर्ण बातें कौन-सी होती हैं?
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
  - \_\_\_\_\_
- एक \_\_\_\_\_ में कॉल सेंटर एजेंट ग्राहकों को व्यापार या क्लाइंट के तौर पर कॉल करता है।
- \_\_\_\_\_ ग्राहक समर्थन, ऑनलाइन सहायता, बुकिंग, ऑर्डर करना, समस्या निवारण आदि को करता है। (इंबाउंड कॉल सेंटर/आउटबाउंड कॉल सेंटर)
- \_\_\_\_\_ टेलीमार्केटिंग, ऋण वसूली, बिक्री, कोष जुटाने और अन्य कार्य जिसमें ग्राहक के साथ संपर्क की आवश्यकता नहीं होती है। (इंबाउंड कॉल सेंटर/आउटबाउंड कॉल सेंटर)
- \_\_\_\_\_ विशेष या मुख्यतः रूप से अंदरूनी कॉल करने के लिए जिम्मेदार होते हैं। (इंबाउंड कॉल सेंटर/आउटबाउंड कॉल सेंटर)



## यूनिट 1.3: सहायता केंद्र और ग्राहक सेवाएं

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक सेवा के महत्व और अवधारणा को समझना

#### 1.3.1 ग्राहक

- ग्राहक राजा है।
- ग्राहक, उपभोक्ता या व्यापारी दोनों हो सकता है।
- ग्राहक बढ़ाना हर व्यापार का परम उद्देश्य होता है “जितने ग्राहक, उतना ही लाभ होने के अवसर”।

#### 1.3.2 ग्राहक सेवा

ग्राहक की अपेक्षा के अनुसार सेवा प्रदान करने की क्षमता ग्राहक सेवा कहलाती है। ग्राहक को उत्पाद बेचने के बाद दी जाने वाली सेवाएं ग्राहक सेवा कहलाती हैं।

- हर संगठन का एकमात्र उद्देश्य हैं, ग्राहक की जरूरतों को पूरा करना है। अतः ग्राहक की संतुष्टि किसी भी व्यापार के लिए महत्वपूर्ण है।
- गतिविधियों की एक कतार जो ग्राहक संतुष्टि को बढ़ती है – वह स्थिति जब उत्पाद या सेवा ग्राहक की अपेक्षाओं को पूर्ण कर सकें।
- एक ऐसा व्यवहार बनाए रखना, जो दिखाए कि आप ग्राहक का ध्यान और उसके लिए कुछ करने के लिए करने को तैयार है।

ग्राहक सेवा कौन देता है?

- ग्राहक सेवा सेंटर
- ग्राहक सेवा अधिकारी
- ग्राहक सेवा और ग्राहक की देखभाल दोनों शब्द एक ही अर्थ के लिए प्रयोग होते हैं।
- सर्वप्रथम सभी अधिकारियों, वे भी जिनका ग्राहकों के साथ सीधे तौर पर संपर्क नहीं होता, को प्रशिक्षित करने से ही अति उत्कृष्ट ग्राहक सेवा को पाया जा सकता है।
- ध्यान रहे कि खुश अधिकारी ही एक ग्राहक को खुश कर सकता है।

#### 1.3.3 ग्राहक सेवा का महत्व

- हर संगठन का एकमात्र उद्देश्य हैं ग्राहक की जरूरतों को पूरा करना है। अतः ग्राहक की संतुष्टि किसी भी व्यापार के लिए महत्वपूर्ण है।
- ग्राहक के द्वारा व्यापार का उद्देश्य पूरा होता है।
- ग्राहक के द्वारा ही व्यापार में आमदनी होती है।

### 1.3.4 अच्छी ग्राहक सेवा की विशेषताएं

वार्तालाप	स्पष्ट व सुविधापूर्ण तरीके से जानकारी देना।
समरूपता	सेवा प्रदान करने की गुणवत्ता हमेशा एक जैसी होनी चाहिए।
निर्भरता	जैसा कहा जाए, सेवा वैसी हो।
मैत्रीपूर्ण	सकारात्मकता तथा सहयोग।
न्यायशीलता	कम्पनी या संगठन के फायदे व ग्राहक का फायदा ध्यान में रखते हुए पूरी ईमानदारी से सेवा प्रदान करना।
निष्पक्षता	यह कार्य कुछ परिभाषित तरीकों की कार्यप्रणाली हैं जो कार्यकर्ता उद्योग के क्षेत्र में मिलते-जुलते या एक जैसे तरीकों से एक भूमिका के रूप में निभाते हैं। इसलिए नियम प्रधान सेवा दें।
लचीलापन	ग्राहक की जरूरत के अनुसार सेवाएं प्रदान करना आवश्यक है।
प्रतिक्रिया	ग्राहक के अनुरोध व जरूरत पूरा करने के लिए जल्द से जल्द कार्यवाही करें व प्रभावकारी कदम उठाएं।
सम्मान	ग्राहक का समय नष्ट ना करें तथा उसकी बात सुनें। बीच में रोक-टोक न करें।
ईमानदारी	ग्राहक की जरूरतों के प्रति ईमानदारी व सच्ची दिलचस्पी से सेवा प्रदान करें।
विशेषता	विशेष जरूरतों को पूरी करें।
संवेदना	पूरी जागरुकता तथा सोच से ग्राहक सेवा प्रदान करें।
समाधान	शीघ्र व निर्णायक समाधान दें।

### 1.3.5 ग्राहकों के साथ संबंध मजबूत करना

एक सीसीई होने के नाते आपको ग्राहक को जितनी हो सके उतनी उत्तम सेवा प्रदान करनी चाहिए। उनकी सहायता करना अपने आप में बहुत महत्व रखता है। आपको कुछ बातें ध्यान में रखनी होती हैं या जब आपसे समस्या का निवारण ना हो तो समस्या को आगे बढ़ा देने का कार्य करना होता है। अर्थात: सेवा ही आपके कार्य का मुख्य घटक है।

### 1.3.6 अच्छी छवि बनाना

क्या करें	क्या ना करें
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ग्राहक के नाम का प्रयोग करना</li> <li>• विनम्र रहें</li> <li>• ईमानदार बनें</li> <li>• मुस्कुराते रहें</li> <li>• पूर्ण ध्यान दें</li> <li>• स्वामित्व बनें</li> <li>• कार्य का फोलो-अप करें</li> <li>• खुश व सकारात्मक रहकर कार्य करें</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• व्यक्तिगत तौर पर बातों को न लें</li> <li>• नकारात्मक शब्दों का प्रयोग न करें</li> <li>• व्यंग्यात्मक प बनें</li> <li>• बहाने न बनाएं</li> <li>• झूठ न बोलें</li> <li>• उत्तरदायित्व से न हटें</li> <li>• टकराव न करें</li> <li>• चेहरे पर गुस्सा न लाएं</li> </ul>

### अभ्यास



1. उन नियमों का वर्णन करें जिनसे एक अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान की जा सकती है।

---



---



---



---

2. ग्राहक सेवा – क्या यह आपके लिए जरूरी है? कोई ऐसा अवसर सोचें जब आपको एक अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान की गई हो। उस सेवा में क्या अच्छा था? उस कंपनी या व्यक्ति ने आपको क्या अनुभव दिया? नीचे उन अनुभवों का वर्णन करें जो आपको याद हैं। इन अनुभवों को अपने साथियों के साथ बाँटें।

---



---



---



---

3. अब आप किसी बुरे अनुभव के बारे में याद करें। उसके बुरे होने के कारणों का विवरण करें। उन कारणों की सूची बनाएं व इन्हें अपने साथियों के साथ बाँटें।

---



---



---



---

4. क्या आप बुरी ग्राहक सेवा के बारे में शिकायत करते हैं?

हाँ

नहीं

5. क्या आप अति उत्तम ग्राहक सेवा को स्वीकार करते हैं?

हाँ

नहीं

टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---







**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape

## 2. मुख्य अवधारणाएं



यूनिट 2.1 – मोबाइल प्रौद्योगिकी

यूनिट 2.2 – उत्पाद और सेवा

यूनिट 2.3 – दस्तावेज

यूनिट 2.4 – कॉल सेंटर की विशिष्ट धारणा

यूनिट 2.5 – कार्यस्थल पर उपस्थिति

यूनिट 2.6 – दस्तावेजों की गोपनीयता



## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. टेलीकॉम इंडस्ट्री से संबंधित मुख्य भागीदारों के बारे में जानना
2. विभिन्न प्रकार के मोबाइल और डेटा तकनीकों को समझना
3. विभिन्न प्रकार के ऑफर जैसे प्रीपेड, पोस्ट पेड, वैल्यू ऐडेड सेवा इत्यादि को समझना
4. मोबाइल ग्राहकों द्वारा दिये जाने वाले दस्तावेजों को समझना
5. सीसीई के कार्य से संबंधित अवधारणाओं को समझना
6. कार्यस्थल में कर्मचारी के परिस्थिति विज्ञान का महत्व समझना
7. डाटा गोपनीयता के महत्व को समझना

## यूनिट 2.1: मोबाइल प्रौद्योगिकी

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. विभिन्न प्रकार के मोबाइल और डेटा तकनीकों को समझना

### 2.1.1 मोबाइल तकनीक

टेलीकॉम उद्योग में दो तरह की तकनीकों का प्रयोग होता है –

1. मोबाइल तकनीक
  - a) जी.एस.एम
  - b) सी.डी.एम.ए
2. डेटा तकनीक
  - a) 1G
  - b) 2G
  - c) 3G
  - d) 4G

#### जी.एस.एम

- जी.एस.एम का पूरा अर्थ है— ग्लोबल सिस्टम फॉर मोबाइल कम्युनिकेशन। यह अंतरराष्ट्रीय स्तर पर सबसे अधिक उपयोग की जाने वाली तकनीकी प्रणाली है। यह नियमों व सुझावों का संकलन है जो सुनिश्चित करते हैं कि मोबाइल कैसे कार्य करता है।
- जी.एस.एम 900 एम.एच.जेड, 1800 एम.एच.जेड और 1900 एम.एच.जेड पर कार्य करता है।
- जी.एस.एम तकनीक, चिप पर निर्भर करती है।
- जी.एस.एम हैंडसेट में सिम कार्ड का प्रयोग होता है।

#### जी.एस.एम की संरचना

जी.एस.एम के निर्देशानुसार इसके नेटवर्क के चार क्षेत्र हैं –

- मोबाइल स्टेशन (MS)
- बेस-स्टेशन सबसिस्टम (BSS)
- नेटवर्क एंड स्विचिंग सबसिस्टम (NSS)

- ऑपरेशन और सपोर्ट सबसिस्टम (OSS)
- कॉल राउटिंग

### जी.एस.एम सिस्टम के भाग:

मोबाइल स्टेशन मोबाइल के उपकरण व सिम कार्ड का संयोजन है। लल बेस स्टेशन में दो तत्व होते हैं, बी.टी.एस. और बी.एस.सी। यह उपतंत्र नेटवर्क के मोबाइलों से संपर्क रखने में सहायता करता है।

बी.टी.एस. में रेडियो ट्रान्सफर और रिसीवर आदि संदेश भेजने व प्राप्त करने वाले यंत्र होते हैं। बी.टी.एस. हैंडसेट डेटा और आवाज़ के सिग्नल का आदान प्रदान करता है।

बी.एस.सी., जी.एस.एम नेटवर्क में अगली अवस्था का काम शुरू करता है। यह बी.टी.एस. के समूह को नियंत्रित करता है और बी.टी.एस. समूह के किसी एक बी.टी.एस. यंत्र से जुड़ा होता है। यह रेडियो संसाधनों तथा कंट्रोल आइटम, जैसे BTS समूहों को संभालता है तथा चैनल निर्धारित करता है।

नेटवर्क सबसिस्टम— नेटवर्क की सबसे महत्वपूर्ण व्यवस्था हैं तथा इसके कई तत्व हैं। एन.एस.एस. मुख्य नियंत्रण तथा यंत्रों को आपस में मिलाए रखता है। एन.एस.एस. के मुख्य काम हैं — कॉल नियंत्रण, चार्जिंग, मोबाइल चालन, सिग्नल साधे रखना तथा ग्राहक के डेटा का विवरण रखना। इसके विशेष तत्व हैं — एस.एस.सी, वी.एल.आर, एच.एल.आर, ए.यू.सी. तथा ई.आइ.आर।

मोबाइल स्विचिंग सेन्टर— मोबाइल नेटवर्क में एस.एम.सी कॉल नियंत्रण का काम संभालती है। इससे ही ज्ञात होता है कि कॉल कहाँ से की गई है। जहाँ एस.एम.सी, मोबाइल नेटवर्क से स्थिर नेटवर्क को जोड़ती है। इसे गेटवे एम.एस.सी कहते हैं।

नेटवर्क स्विचिंग सबसिस्टम— एच.एल.आर (होम लोकेशन रजिस्टर) वह डेटाबेस है जहाँ ग्राहक की संपूर्ण जानकारी जैसे परिचय नंबर, भुगतान नंबर, सेवाएं तथा सेवा क्षेत्र आदि निहित रहती है। जब मोबाइल प्रयोगकर्ता फोन स्विच ऑन करता है तो फोन नेटवर्क में यह पहचान दायर कर देता है कि कौन से बी.टी.एस से बात हो रही है और फिर उसी के अनुसार सही तरीके से कॉल रूटिंग होती है।

विज़िटर लोकेशन रजिस्टर— वी.एल.आर. वह डेटाबेस है जिसमें ग्राहक के एस.एस.सी/ वी.एल.आर. सेवा क्षेत्र होने का पता लगता है। वी.एल.आर. तथा एम.एस.सी समन्वय से स्थानीय रजिस्ट्रेशन और सूचना अपडेट करता है।

### सी.डी.एम.ए

सी.डी.एम.ए यानि कोड डिविज़न मल्टिपल ऐक्सेस — सेल फोन तथा मोबाइल नेटवर्क में लोग अक्सर दो मोबाइल स्टैंडर्ड को आपस में बदलते रहते हैं। यह दो स्टैंडर्ड हैं सी.डी.एम.ए1 या सी.डी.एम.ए2000।

### जी.एस.एम व सी.डी.एम.ए में अंतर

इन दोनों तकनीकों में मुख्य अंतर एयर इंटरफेस है जो कि आपके फोन तथा बेस स्टेशन में होता है, लेकिन दोनों की मूल नेटवर्क तकनीक एक जैसी हैं।

### डेटा टेक्नोलॉजी

1. 1G: सेल्यूलर नेटवर्क की पहली पीढ़ी है जिसे 1980 में प्रयोग किया जाता था। यह एनालॉग सिग्नल से केवल साउंड डेटा स्थानान्तरित करती थी। इसके तत्व सीमित थे जैसे —

- कूटलेखन का न होना।
- आवाज़ का स्पष्ट न होना।
- स्थानांतरण धीरे होना।

2. 2G: यह दूसरी पीढ़ी की तकनीक है जिसने अंकीय स्वरपरिवर्तन यानि डिजिटल मॉड्यूलेशन (आवाज को डिजिटल व एनालॉग सिग्नल में बदलना) शुरू किया। इससे 1G की सीमित तकनीक से आगे बढ़ाने का मौका मिला, जैसे फोन का रेडियो सिग्नल मुक्त होना जिससे स्वास्थ्य का खतरा कम हुआ और व्यक्तिगत सुरक्षा बढ़ी।

3. 3G: आधुनिक मोबाइल दूरसंचार स्टैंडर्ड 3G है, इससे ध्वनि तथा डेटा सेवा का एक साथ प्रयोग किया जा सकता है। इसके अनुसार 2 Mbps तक का डेटा पाया जा सकता है। 3G में वीडियो कॉल, मोबाइल, टी.वी., मोबाइल इंटरनेट तथा डाउनलोडिंग जैसी सुविधाएँ प्राप्त होती हैं। 3G के अंतर्गत कुछ तकनीकें हैं जैसे – WCDMA, EV-DO, HSPA आदि।
4. 4G: आधुनिक पीढ़ी है जो कि 3G पर आधारित है। 4G तेज़ और विश्वसनीय कनेक्शन लेकर आया है। 4G के माध्यम से फिल्म या संगीत डाउनलोड आसानी से कर सकते हैं, यू-ट्यूब पर वीडियो तथा फेसबुक पर फोटो अपलोड किया जा सकता है। पहले की तकनीकों की अपेक्षा 4G अत्यंत प्रभावकारी है।

### अभ्यास

1. सही या गलत?
  - a) एम.एस.सी. जी.एस.एम नेटवर्क का मुख्य भाग है।
  - b) मोबाइल स्टेशन मोबाइल के उपकरण व सिम कार्ड का संयोजन है।
  - c) जी.एस.एम चिप पर निर्भर तकनीक नहीं है।

### टिप्पणी

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 2.2: उत्पाद एवं सेवाएं

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. विभिन्न प्रकार के ऑफर जैसे प्रीपेड, पोस्ट पेड, वैल्यू ऐडेड सेवा इत्यादि को समझना

### 2.2.1 प्रीपेड सेवा

- प्रीपेड सेवा भुगतान के बाद दी जाने वाली सेवा है। यहाँ उपभोक्ता अपनी जरूरत के अनुसार कम्पनी से रिचार्ज कराता है।
- ग्राहक अपनी दी गई राशि के अनुसार कॉल करता है, राशि समाप्त होने के पश्चात वह कॉल नहीं कर सकता है।
- रोमिंग, एसटीडी, आईएसडी सेवाएं प्रीपेड में पहले से ही सक्रिय होती हैं।

### 2.2.2 पोस्ट पेड सेवा

- इस सेवा के उपभोक्ता पहले सेवा का प्रयोग करते हैं फिर उसका भुगतान करते हैं।
- इस सेवा में ग्राहक की डायनामिक क्रेडिट लिमिट को सुनिश्चित किया जाता है। इसे ग्राहक की सेवा प्रदाता के साथ समय सुरक्षा जमा राशि और उपयोग के आधार पर सुनिश्चित किया जाता है।
- कुछ विशेष सेवाएं, जैसे अंतर्राष्ट्रीय रोमिंग और क्रेडिट लिमिट बढ़ाने के लिए ग्राहक को सुरक्षा जमा राशि देनी होती है।
- क्रेडिट लिमिट समाप्त होने पर ग्राहक की कॉल बार कर दी जाती है।
- बिल की निश्चित तारीख पर हर महीने के अंत में बिल भेजा जाता है, ग्राहक को भुगतान की अवधि दी जाती है, भुगतान की अवधि पूरी होने के बाद कॉल करने की सुविधा रुक जाती है।
- पोस्ट पेड सेवा के अन्य कई लाभ भी होते हैं जैसे डायरेक्ट डायलिंग, वॉइस मेल, मैसेज – नेट पैक इत्यादि।

#### आउटगोइंग कॉल ना कर पाना

यह ऑपरेटर द्वारा कुछ चीजें ना की जाने पर सामने आती है। आउटगोइंग कॉल ना कर पाने के कुछ निम्न कारण हैं:

#### 1. पोस्ट पेड

- बिल का भुगतान ना करना
- क्रेडिट लिमिट से अधिक खर्च करना

#### 2. प्रीपेड

- दस्तावेज़ जमा ना करना
- दस्तावेज़ों का स्पष्ट ना होना (जैसे ग्राहक द्वारा दी गई फोटो का स्पष्ट ना दिखना)

### 2.2.4 रोमिंग

रोमिंग का अर्थ सेवाओं के विस्तार से हैं सेवा प्रदाता द्वारा अपने मूल स्थान से दूरसंचार रोमिंग मोबाइल फोन। दूरभाष उपकरण को बिना रोकटोक नेटवर्क के संपर्क में रखा जाना सुनिश्चित करता हैं।

#### प्रीपेड रोमिंग

1. राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय रोमिंग पहले से चालू रहती है।
2. सिम्योरिटी शुल्क देने की आवश्यकता नहीं है।
3. TRAI के अनुसार जम्मू-कश्मीर व उत्तर-पूर्वी क्षेत्रों में रोमिंग की सुविधा नहीं है।

#### पोस्टपेड रोमिंग

- राष्ट्रीय रोमिंग पहले से चालू रहती है।
- अंतर्राष्ट्रीय रोमिंग चालू कराने के लिए ग्राहक को रिक्वेस्ट करनी होती है और सिम्योरिटी राशि जमा करता है।
- सेवा शुल्क और सेवा शुरू करने की प्रक्रिया विभिन्न सेवा प्रदाताओं के अनुसार भिन्न हो सकती है।

#### नोट:

- विशेष अथवा प्रोमो (एस एम एस/कॉल पैक की दरें रोमिंग में नहीं मान्य होगी)
- अंतर्राष्ट्रीय रोमिंग के लिए ट्राई बैड हैंडसेट आवश्यक है।

### 2.2.5 वैल्यू ऐडेड सर्विस

1. सामान्य फोन कॉल के अतिरिक्त दी जाने वाली सेवाओं को वैल्यू ऐडेड सर्विस कहते है।
2. मोबाइल वैल्यू ऐडेड सेवा की श्रेणियाँ:
  - a) एस.एम.एस सर्विस
  - b) सूचना सेवा – समाचार एलर्ट, रेल/जहाज टिकट सूचना, बैंक संबंधी सूचना, लेन-देन एलर्ट आदि।
  - c) मनोरंजन सर्विस – गाना, रिंगटोन, कॉलर ट्यून या वॉलपेपर, गेम्स, चुटकुले आदि।
  - d) एम-कार्मस सर्विस – एम-पेमेंट, एम-बैंकिंग आदि।

नोट:— विशेष नंबर जैसे:— 57827 पर मैसेज शुल्क 3 रूपये प्रति मैसेज के चुकाने पड़ते हैं।

### 2.2.6 डेटा सर्विसिस

1. एम.एम.एस
2. जी.पी.आर.एस
3. पॉकेट इंटरनेट

### एम.एम.एस

- एम.एम.एस का अर्थ मल्टी मैसेजिंग सर्विस है।
- जी.पी.आर.एस. वाले फोन पर भेज सकते हैं।

### जी.पी.आर.एस

- जी.पी.आर.एस. का अर्थ जनरल पैकेट रेडियो सर्विस है।
- जी.पी.आर.एस. से ग्राहक को मोबाइल इंटरनेट सेवा तथा कम्प्यूटर दोनों का प्रयोग करने का अवसर मिलता है।
- जी.पी.आर.एस. एक साथ कई लागों को एक ही इंटरफेस साझा करने की सुविधा प्रदान करता है।

### पॉकिट इंटरनेट

पॉकिट इंटरनेट के लाभ हैं:—

- पोर्टेबिलिटी
- तीव्र मोबाइल ब्रॉडबैंड सेवा

## 2.2.7 कॉल प्रबंध सेवाएं

यहाँ हम सीखेंगे:

- कॉल वेटिंग
- कॉल होल्ड
- सीएलआईपी (क्लिप) और सीएलआईआर
- कॉल डाइवर्ट/कॉल फॉरवर्डिंग
- कॉल कान्फ्रेंस
- कॉल फिल्टर
- कॉल बारिंग
- एम.सी.आई

### कॉल वेटिंग

- यह फोन पर पहले से ही सक्रिय सेवा हैं।
- इस सेवा को शुरू करने के लिए ग्राहक को फोर मेन्यू में जाकर कॉल वेटिंग शुरू करने को कहें।

### कॉल होल्ड

- इस सुविधा का उपयोग चालू कॉल को होल्ड अथवा रोकने और नयी कॉल करने तथा वेटिंग कॉल का उत्तर देने के लिए किया जाता है।
- यह सुविधा ऑपरेटर द्वारा निशुल्क दी जाती है जो इस सुविधा को सपोर्ट करते हैं।



## सीएलआईपी (क्लिप) और सीएलआईआर

कॉलिंग लाइन आइडेंटिटी प्रेसेंटेशन (क्लिप) द्वारा आ रही कॉल की जानकारी के लिए प्रयुक्त होती है।

- यह प्रीपेड उपभोक्ताओं के लिए निशुल्क है।
- लल पोस्टपेड सेवाओं में दरें सेवा प्रदाता के अनुसार बदल सकती हैं।

कॉलिंग लाइन आइडेंटिटी रिस्ट्रिक्शन सेवा से ग्राहक का नंबर दूसरे किसी के मोबाईल पर दिखाई नहीं देता है। इसका मतलब है कि यदि यह सेवा किसी व्यक्ति के नंबर पर चालू है तथा वह किसी दूसरे व्यक्ति को कॉल करता है तो उसका नंबर रिसीवर के फोन में अदृश्य रहता है।

- जब कोई सी एल आई आर सक्रिय नंबर से किसी को कॉल किया जाता है तो सुनने वाले के फोन पर उसके नंबर के बजाय “Restricted Call” या “Private Number” के जैसा मैसेज दिखाई देता है। इस सेवा को पाने के लिए भारत सरकार की अनुमति आवश्यक है। यह सेवा किसी भी नंबर पर पहले से चालू नहीं होती है। यह सेवा ऑपरेटर के द्वारा निश्चित मापदण्ड के अंतर्गत चालू करायी जा सकती है।
- इस सेवा का शुल्क विभिन्न सर्विस प्रोवाइडर के अनुसार भिन्न-भिन्न हो सकता है।

## कॉल डाइवर्ट / कॉल फॉर्वेडिंग

इस सुविधा से ग्राहक अपने फोन पर आने वाली कॉल को दूसरे मोबाइल या लैंडलाइन पर डाइवर्ट कर सकता है।

एक्टिवेशन प्रक्रिया – ग्राहक अपने हैंडसेट से डाइवर्ट कर सकता है।

- कॉल डाइवर्ट में जाएं
- विकल्प चुनें, जिस नंबर पर कॉल डाइवर्ट या फॉर्वेड करना चाहते हैं।

ग्राहक अपने फोन से किसी एक विकल्प को चुन सकते हैं।

- पहुँच से बाहर होने पर कॉल डाइवर्ट।
- व्यस्त होने पर कॉल डाइवर्ट।
- यदि कोई उत्तर न आ रहा हो तो कॉल डाइवर्ट का विकल्प।

## कॉल कान्फ्रेंस

- इस सेवा के उपयोग द्वारा उपभोक्ता एक साथ 5 व्यक्तियों से एक साथ बात कर सकता है।
- प्रत्येक व्यक्ति जिससे बात हो रही है वह अन्य पाँच व्यक्तियों से संपर्क बना सकता है। प्रत्येक व्यक्ति को सामान्य कॉल दरें देनी होती हैं।





### कॉल फिल्टर

- यह एक विशेष सेवा है जो सभी प्रदाताओं/ऑपरेटरों द्वारा प्रदान की जाती है। इस सेवा के माध्यम से संदिग्ध या बल्क लिस्टेड नंबरों से की गई कॉल को फिल्टर किया जा सकता है।
- इसके लिए मासिक शुल्क सर्विस प्रोवाइडर के अनुरूप परिवर्तित हो सकते हैं।

### कॉल बारिंग

कॉल बारिंग नेटवर्क से संबंधित फंक्शन है जो मोबाइल के मीनू (यदि मीनू में दिया गया है तो) द्वारा सक्रिय या निष्क्रिय किया जा सकता है। इसके लिए व्यक्ति को 4 अंकों के पासवर्ड का उपयोग करना होता है या फिर ऑपरेटर द्वारा दिये गये मोबाइल के USSD कोड द्वारा भी सक्रिय या निष्क्रिय किया जा सकता है।

- यह फंक्शन व्यक्ति को आउटगोइंग व इनकमिंग कॉल रोकने की सुविधा प्रदान करता है।
- यह फोन को संभावित दुरुपयोग से बचाता है।
- इसके द्वारा ग्राहक आउटगोइंग कॉल, इनकमिंग कॉल या ISD कॉल को बंद कर सकता है। ग्राहक STD कॉल बंद नहीं कर सकता है।

### एम.सी.आई

सेवा के माध्यम से उपभोक्ता फोन बंद होने, बैटरी समाप्त होने अथवा नेटवर्क क्षेत्र से बाहर होने की अवस्था में आयी कॉल की सूचना, जैसे कॉलर का नाम व नंबर और कॉल का समय आदि प्राप्त कर सकता है।

## 2.2.8 मोबाइल नंबर पोर्टेबिलिटी (MNP)

मोबाइल नंबर पोर्टेबिलिटी वह सुविधा है जिससे सब्सक्राइबर अपना पुराना नंबर, अन्य सेवा प्रदाता के साथ अथवा एक स्थान से दूसरे स्थान पर बिना मोबाइल टेक्नोलॉजी बदले रख सकता है।

पोर्टेबिलिटी की प्रक्रिया में तीन पार्टियां शामिल हैं:-

- इच्छुक सब्सक्राइबर
- डोनर ऑपरेटर जिसे सब्सक्राइबर बदलना या छोड़ना चाहता है।
- रेसीपिएंट ऑपरेटर (नया सेवा प्रदाता, जिससे सब्सक्राइबर जुड़ना चाहता हो)।



पोर्टिंग प्रक्रिया:-

एक सब्सक्राइबर जो नंबर बदलने का इच्छुक है उसे करना चाहिए -

- रेसीपिएंट ऑपरेटर जिससे वह जुड़ना चाहता है सम्पर्क करें।
- क्षेत्रीय कार्यालय से कस्टमर एक्टिवेशन फार्म और पोर्टिंग फार्म प्राप्त करें।
- पोर्टिंग की प्रक्रिया की शर्तों को अच्छे से समझ लें।
- जिस नंबर को पोर्ट करना है उससे एस एम एस कर यूनिक कोड प्राप्त करें।

10 अंको की मोबाइल संख्या लिखकर यू.पी.सी. के लिए 1900 पर पोर्ट एस एम एस करें। यू.पी.सी. केवल 15 दिनों के लिए मान्य होगा, जबकि जम्मू कश्मीर, उत्तर पूर्वी राज्यों और आसाम के लिए 30 दिनों के लिए मान्य होगा।

- जम्मू कश्मीर के प्री-पेड एस एम एस सुविधा उपलब्ध नहीं है। यू.पी.सी. के लिए 1900 पर कॉल करें, 1900 पर ग्राहक की CLI पर पुष्टि के अपरांत यू.पी.सी. नंबर दिया जाएगा।
- पूर्ण रूप से भरा पोर्टिंग फार्म और सी.ए.एफ. फार्म दस्तावेज़ लगा कर रेसीपिएंट ऑपरेटरों को दें।
- पोस्टपेड सब्सक्राइबर अपने पिछले बिल के भुगतान की कॉपी पोर्टिंग तथा सी.ए.एफ. फार्म के साथ जमा करें।
- सी.ए.एफ. ऑपरेटरों से नया सिम कार्ड प्राप्त करें।

पोर्टिंग के लिए शर्तें:

1. एक उपभोक्ता नया नंबर लेने के 90 दिन बाद ही पोर्टिंग के लिए आवेदन कर सकता है। यदि नंबर एक बार पोर्ट हो गया है तो उसके 90 दिनों के बाद ही दूसरी पोर्टिंग का आवेदन दिया जा सकता है।
2. पोर्टिंग के समय सब्सक्राइबर एक शपथपत्र देता है जिसके अनुसार वह स्पष्ट करता है कि वह डोनर ऑपरेटर का बकाया अदा कर चुका है।
3. यदि प्री-पेड सब्सक्राइबर हो तो उसे शपथपत्र देना होगा जिसके अनुसार सब्सक्राइबर यह समझ गया है कि पोर्टिंग के समय उसके फोन में बकाया राशि समाप्त हो जाएगी।

### पोर्टिंग निवेदनों को अस्वीकार करने के कारण:

पोर्टिंग निवेदन निम्न कारणों से अस्वीकार किया जा सकता है –

1. यदि बकाया राशि भुगतान न किया हो।
2. यदि आवेदन नया कनेक्शन लेने के 90 दिनों से पहले किया गया हो।
3. यदि मोबाइल नंबर किसी दूसरे सब्सक्राइबर को न दिया गया हो।
4. यदि मोबाइल नंबर किसी दूसरे को हस्तांतरित कर दिया गया होगा तो यह प्रक्रिया रद्द कर दी जाएगी।
5. यदि पोर्ट किया जाने वाला नंबर कानून द्वारा प्रतिबंधित न हो।
6. यदि जोनर ऑपरेटर द्वारा दिया गया यूनिक पोर्टिंग कोड, पोर्टिंग रिक्वेस्ट से भिन्न हो या यूनिक पोर्टिंग कोड की वैधता समाप्त हो गयी हो।
7. यदि ऑपरेटर द्वारा तय की गई शर्तें पूरी न करता हो।

### अभ्यास



रिक्त स्थान भरिए:-

1. प्रीपेड सर्विस को \_\_\_\_\_ सर्विस कहते हैं।
2. \_\_\_\_\_ सर्विस के उपभोक्ता पहले सर्विस के फायदे लेते हैं और बाद में भुगतान देते हैं।
3. वह सर्विस जो वॉइस कॉल्स कराने में सक्षम होती है उसका नाम \_\_\_\_\_ होता है।
4. एम.एम.एस और जी.पी.आर.एस \_\_\_\_\_ के प्रकार हैं।

### टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 2.3: दस्तावेज़ीकरण

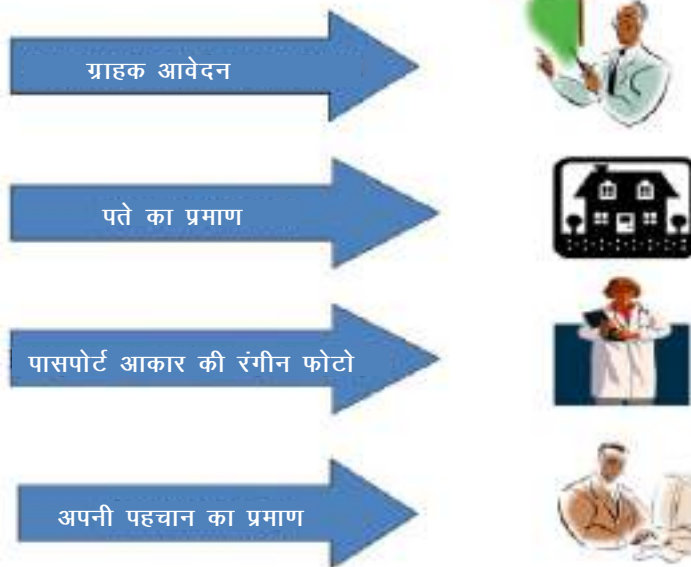
### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. मोबाइल ग्राहकों द्वारा दिये जाने वाले दस्तावेजों को समझना

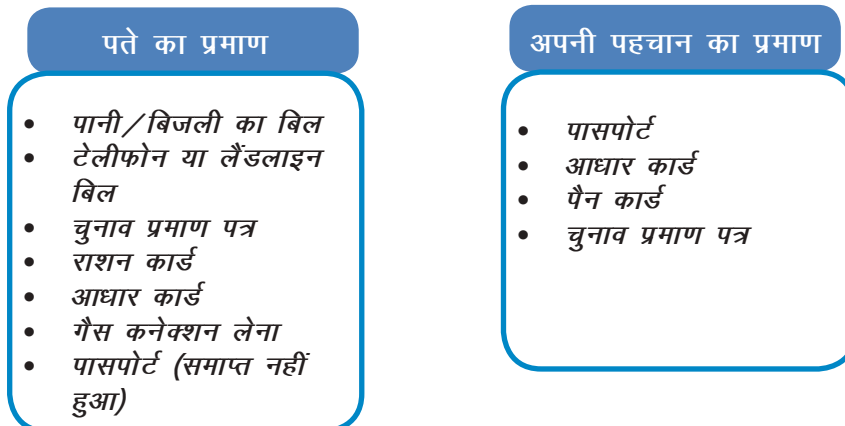
### 2.3.1 दस्तावेज़ प्रक्रिया

केवाईसी (अपने ग्राहक को जानें) दस्तावेज़



चित्र 2.3.1 केवाईसी दस्तावेज़

दस्तावेज़ों की सूची



चित्र 2.3.2 दस्तावेज़ों की सूची

ऊपर दी हुई पी.ओ.ए और पी.ओ.आई, दोनों सूची में से एक प्रूफ का जमा कराना ज़रूरी है।

### जम्मू और कश्मीर प्रदेश के लिए जरूरी दस्तावेज़

दूरसंचार मंत्रालय ने जम्मू कश्मीर प्रदेश के लिए विशेष निर्देश जारी किए हैं। मंत्रालय द्वारा अधिकृत दस्तावेज़ निम्नलिखित हैं:

पहचान पत्रों के लिए (सभी प्रमाणों में फोटो होनी चाहिए)		पतों के लिए (सभी प्रमाणों में फोटो होनी चाहिए)	
1	पासपोर्ट	1	पासपोर्ट
2	आर्म लाइसेन्स	2	आर्म लाइसेन्स
3	ड्राइविंग लाइसेन्स	3	ड्राइविंग लाइसेन्स
4	चुनाव आयोग पहचान पत्र	4	चुनाव आयोग पहचान पत्र
5	राशन कार्ड (फोटो के साथ मान्य है)	5	राशन कार्ड (फोटो के साथ मान्य हैं)
6	सी.जी.एच.एस/ई.सी.एच.एस कार्ड	6	सी.जी.एच.एस/ई.सी.एच.एस कार्ड
7	सरकार द्वारा जारी किया गया पता कार्ड फोटो के साथ	7	सरकार द्वारा जारी किया गया पता कार्ड फोटो के साथ
8	बैंक या पास्ट ऑफिस में चालू खाता या बैंक में अन्य खाते की पासबुक फोटो के साथ	8	बैंक या पास्ट ऑफिस में चालू खाता या बैंक में अन्य खाते की पासबुक फोटो के साथ
9	फोटो पहचान कार्ड (केंद्र सरकार/पी.एस.यू या राज्य सरकार/केवल पी.एस.यू)	9	फोटो पहचान कार्ड (केंद्र सरकार/पी.एस.यू या राज्य सरकार/केवल पी.एस.यू)
10	पेंशन कार्ड फोटो के साथ	10	पेंशन कार्ड पते के साथ
11	स्वतंत्रता सेनानी कार्ड फोटो के साथ	11	स्वतंत्रता सेनानी कार्ड पते के साथ
12	किसान पॉसबुक फोटो के साथ	12	किसान पॉसबुक पते के साथ
13	आयकर पैन कार्ड	13	आयकर टैक्स ऐसेसमेंट ऑर्डर
14	फोटो क्रेडिट कार्ड	14	क्रेडिट कार्ड स्टेटमेंट (3 माह से पुराना मान्य नहीं)
15	सी.एस.डी, सुरक्षा आयोग/सैनिक सेवाओं द्वारा जारी स्मार्ट कार्ड	15	टेलीफोन बिल या फिक्स लाइन (3 माह से पुराना मान्य नहीं)
16	सरकार द्वारा स्वीकृत शिक्षा संस्था के द्वारा जारी फोटो पहचान पत्र (केवल विद्यार्थियों के लिए)	16	जम्मू कश्मीर सरकार के द्वारा जारी परमानेंट पता कार्ड

### उत्तर-पूर्वी राज्यों के लिए आवश्यक दस्तावेज़:

1. कृपया नीचे दिए हुए किसी भी दस्तावेज़ के व्यवहार से प्रमाण-पत्र सम्पन्न कीजिए:-

- आयकर पैन
- फोटो क्रेडिट कार्ड
- फोटो पहचान पत्र
- पासपोर्ट
- आर्म लाइसेन्स
- ड्राइविंग लाइसेन्स

- फोटो के साथ कोई अन्य दस्तावेज़
- 2. भारत सरकार के अंतर्गत आने वाले सरकारी अफसर/राज्य सरकार अधिकारियों को पिछले पृष्ठ पर वर्णित दस्तावेज देने की आवश्यकता नहीं पड़ती है। इनके लिए विभागीय लेटर हैड के कागज़ पर स्वयं का परिचय काफी होता है। केवल सरकारी पद का परिचय देना होता है जिससे आवश्यकता पड़ने पर जाँच पड़ताल हो सके।
- 3. भारत में विदेशी मिशन हो या अन्य विदेशी ऐजेंसियां उनको सैल्यूलर मोबाइल फोन प्राप्त करने के लिए अफसर का नाम, पद, व अन्य व्यक्तिगत विवरण देना आवश्यक होता है।
- 4. विदेशियों के लिए किसी स्थानीय वर्तमान ग्राहक की गारंटी देनी पड़ती है।

संसाधन – अरुणाचल प्रदेश का स्टेट पोर्टल

### अभ्यास



1. पते के प्रमाण के किन्हीं 4 दस्तावेजों का नाम लिखिए।

---



---



---



---

2. पहचान के प्रमाण के किन्हीं 4 दस्तावेजों का नाम लिखिए।

---



---



---



---

### टिप्पणी




---



---



---



---



---



---

## यूनिट 2.4: कॉल सेन्टर से संबंधित अवधारणाएं

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीसीई के कार्य से संबंधित अवधारणाओं को समझना
2. प्रथम कॉल पर समस्या का निवारण, सेवा स्तर समझौता और टीएटी की अवधारणा को समझना

### 2.4.1 ऑफिस में उपस्थिति तथा समय

#### ऑफिस समय

- सी.सी.ई को ऑफिस समय पर पहुँचना चाहिए।
- शिफ्ट के पंद्रह मिनट पहले ही ऑफिस में पहुँचना चाहिए।
- कॉल सेन्टर के ऑफिस में कार्य अवधि प्रायः नौ घंटों की रहती है।

#### कॉल लॉग-इन समय

- अधिकतर संगठनों में लॉग-इन समय प्रायः आठ घंटे का रहता है।
- लॉगइन समय, वह समय है जब कोई कार्यकर्ता सिस्टम पर लॉग-इन करके कॉल लेने के लिए तैयार रहता है। कॉल होल्ड व समाप्त करने का समय भी उसी अंतराल में होता है।

#### टाइम ज़ोन (कॉल का समय)

- कम्पनी के कॉल का तालमेल ग्राहक के कालसमय के मुताबिक होना चाहिए। उदाहरण के लिए, अगर ग्राहक चाहता है कि उसका कार्य अमेरिका के समयानुसार हो तो कॉल सेन्टर में काम करने वाले व्यक्तियों की समय नियुक्ति अमेरिका के समय के अनुसार होनी चाहिए।
- कॉल सेन्टर के स्टाफ की छुट्टी ग्राहक की भौगोलिक स्थिति के अनुसार होती है। उदाहरण के लिए, भारत के दक्षिण भाग में दी गई ग्राहक सेवा के लिए छुट्टियों की लिस्ट दक्षिण भारतीय रीति-रिवाज के हिसाब से होनी चाहिए।

### 2.4.2 कॉल सेन्टर मेट्रिक्स

- ए.सी.एच.टी को ग्राहक सेवा प्रतिनिधि की कॉल अवधि के हिसाब से मापा जाता है।
- ए.एच.टी वह अवधि है जब अधिकारी ग्राहक को किसी कारणवश होल्ड कराते हैं।
- ए.सी.एच.टी का महत्व कम्पनी में पूरी तरह वित्तीय तथा सेवा संबंधी सर्विस लेवल एग्रीमेंट से है। ऊँची ए.सी.एच.टी दर का प्रभाव कम्पनी की आमदनी पर पड़ता है। इसलिए जरूरी है कि ग्राहक की समस्या का समाधान नियमित समय में हो।
- ए यू एक्स सहायक कार्यवस्था दर्शाता है। यह उस समय को दर्शाता है जब एजेंट कॉल नहीं उठाता है तथा न ही कॉल समाप्त करता है और न ही अन्य किसी काम में व्यस्त है। कुछ कॉल सेंटरों में को AUX कोड द्वारा आराम,

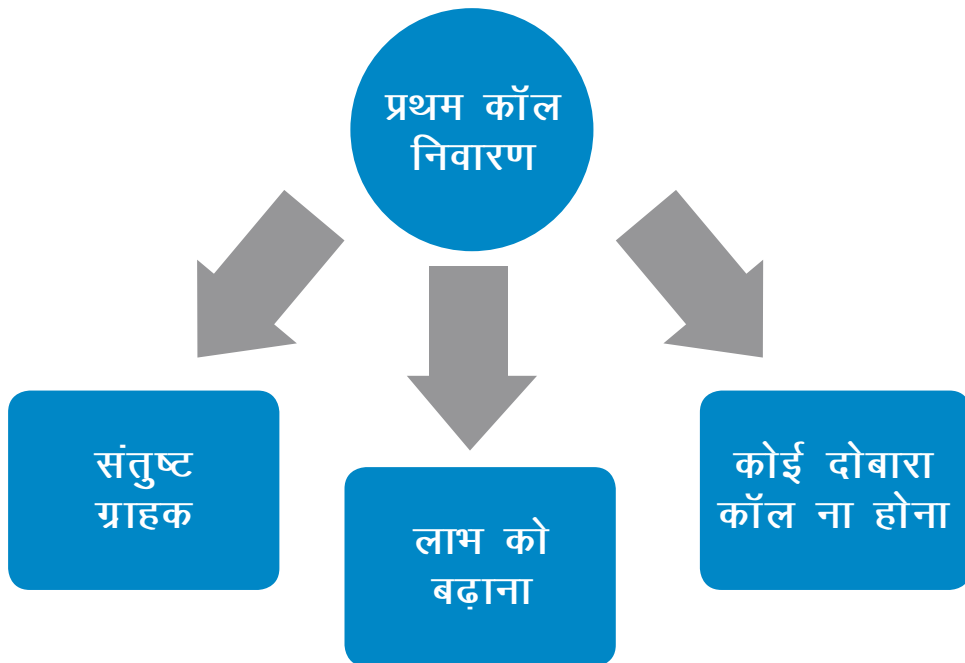


लंच, प्रशिक्षण या किसी विशेष कार्य में दिये गये समय का विवरण रखा जाता है।

- सी एस आर टी सर्वे ग्राहक की संतुष्टि के अनुसार सेवा व उत्पादों की गुणवत्ता जानने के लिए किया जाता है। टेलीकॉम कॉल सेंटर में एजेंट के कॉल पूरी कर देने के बाद ग्राहक को एक मैसेज भेजा जाता है। इस संदेश से यह सुनिश्चित किया जाता है कि ग्राहक कॉल सेंटर की सेवाओं से संतुष्ट है या नहीं। संदेश कुछ इस प्रकार होता है:—  
“हाय, अभी आपकी एबीसी\_9236 प्रतिनिधि से बात हुई। क्या आप वार्तालाप के अनुभव से खुश है। हाँ या ना जवाब के साथ रिप्लाई करें।

### 2.4.3 पहली कॉल पर समाधान

#### एफसीआर – फर्स्ट कॉल रेजोल्यूशन (प्रथम कॉल निवारण)



चित्र 2.4.1 प्रथम कॉल निवारण के परिणाम

### 2.4.4 सर्विस लेवल एग्रीमेंट

1. एस.एल.ए ग्राहक तथा सेवा प्रदाता या व्यक्तियों में से किसी के साथ भी हो सकता है।
2. एस.एल.ए में शामिल बातें:
  - a) कुछ निश्चित कॉलों को निश्चित समय में समाप्त करना। उदाहरणतया:— X प्रतिशत कॉल्स को Y सैकेण्ड या उससे कम समय में समाप्त करना।
  - b) कॉल सेन्टर में यह सेवाओं की स्थिति जानने के लिए बहुत महत्वपूर्ण है।

### 2.4.5 टी.ए.टी / कार्यवाही समय

1. ग्राहकों के द्वारा शिकायतें दर्ज कराते समय उन्हें टी.ए.टी बताना अनिवार्य है। शिकायत दर्ज करने तथा शिकायत सुलझाने या कार्यवाही के बीच के समय को टी.ए.टी कहते हैं।
2. प्रक्रियाओं, उत्पादों और सर्विस के लिए टी.ए.टी सेवा सुविधाएं अलग अलग सेवा प्रदाताओं पर निर्भर करती हैं। फिर भी, साधारण अनुरोध, जैसे वॉइस मेल शुरु कराना, आईएसडी आदि करीब चार घंटे का समय लेते हैं, जिसके बाद ही ग्राहक अपने हैंडसेट पर इन सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं।

### अभ्यास



रिक्त स्थान भरिये:

1. आमतौर पर ऑफिस का समय कॉल सेन्टर में \_\_\_\_\_ होता है।
2. \_\_\_\_\_ वह समय होता जिसमें अधिकारी सिस्टम में लॉग-इन करता है और कॉल करने या लेने के लिए तैयार रहता है।
3. \_\_\_\_\_ और \_\_\_\_\_ नीतियों के दो कोड हैं।
4. ए.सी.एच.टी. का पूरा अर्थ \_\_\_\_\_ है।
5. \_\_\_\_\_ वह अवधि होती है जब सीसीई ग्राहक को होल्ड पर रखता है।
6. सी.एस.ए.टी \_\_\_\_\_ के द्वारा या टेक्सट मैसेज के माध्यम से बाहर पहुँचता है।
7. \_\_\_\_\_ वह समय होता है जो शिकायत दर्ज और शिकायत हल के बीच का होता है।
8. आपकी कम्पनी ने अपने ग्राहकों के लिए एक नई स्किम निकाली है। आप यह कैसे सुनिश्चित करेंगे कि आपको उस स्किम के बारे में पूर्ण रूप से जानकारी है?

---



---



---

### टिप्पणी




---



---



---



---



---

## यूनिट 2.5: आपका कार्यस्थल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कार्यस्थल में कर्मचारी के परिस्थिति विज्ञान का महत्व समझना

### 2.5.1 कार्यस्थल में काम करने की परिस्थितियाँ

कार्यस्थल की जरूरी बातें:-

#### ऑफिस फर्नीचर

- काम करने में सुगम-सहायक तथा जरूरत के अनुसार अदल-बदल किए जाने वाले फर्नीचर।
- फिक्स डेस्क, जिसे ऊपर-नीचे घुमाया जा सके।

#### मॉनिटर

- स्क्रीन का ऊपरी हिस्सा दृष्टि स्तर पर या उससे थोड़ा नीचे हो।
- मॉनिटर इस प्रकार से रखा हो कि उस पर रोशनी ना चमके और न ही परछाईं पड़े।
- अपनी शारीरिक स्थिति अदलते-अदलते रहें तथा लगातार बैठे रहने से बचें।

#### पर्याप्त कार्यस्थल

- काम के लिए जगह कम न हो।
- काम का सामान तथा अपना सामान रखने के लिए पूरी जगह या अलमारियों में लॉकर हों।

#### कार्य का वातावरण

- अंदर का तापमान सही हो।
- शोर ना हो।
- ऑफिस में प्रकाश सही हो।
- ताज़ी हवा मिलती रहे।

### 2.5.2 कार्य-समय

सी.सी.ई को पूरे दिन में एक घंटे की छुट्टी मिलती है जो तीन भागों में बंटी रहती है। इसमें 15-15 मिनट के दो छोटे अवकाश और खाना खाने के लिए आधे घंटे का अवकाश मिलता है।

### 2.5.3 कार्यस्थल पर सम्मान

कार्यस्थल पर सम्मान की आवश्यकता क्यों है?

- टीम में संचार सुधार।
- कर्मचारी की सोच मजबूत करना।
- संगठनात्मक स्वास्थ्य में वृद्धि।
- मनोबल बढ़ाना।
- अनुपस्थिति में कमी।
- कॉर्पोरेट कल्चर व प्रतिष्ठा बढ़ाना।
- उत्पादकता बढ़ाना।

### अभ्यास



1. कार्यस्थल परिस्थिति से आप क्या समझते हैं?

---



---



---



---

2. बीच में विराम की आवश्यकता क्यों पड़ती है?

---



---



---



---

3. कार्यस्थल पर सम्मान किस प्रकार किया जा सकता है? कोई पाँच विधि बताएं।

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) \_\_\_\_\_
- e) \_\_\_\_\_

4. निम्नलिखित का उत्तर दीजिए:

a) आपके सहकर्मी की तबियत ठीक नहीं है तथा उसे तुरंत छुट्टी चाहिए। आप क्या करेंगे?

---



---



---



---

b) आपकी टीम के किसी सदस्य को कॉल के समय कोई तकनीकी परेशानी हो रही है, आप उसकी किस प्रकार सहायता करेंगे?

---



---



---



---

टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 2.6: डेटा गोपनीयता

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. डेटा गोपनीयता के महत्व को समझना

### 2.6.1 जानकारी की सुरक्षा

डेटा किसी भी संस्था की प्राथमिक संपत्ति होती है और इसकी सुरक्षा अति महत्वपूर्ण है। डेटा हो सकता है:

- ग्राहक की जानकारी जैसे उसका संपर्क नंबर, वित्तीय जानकारी, व्यक्तिगत जानकारी आदि।
- आपकी संस्था के कार्य करने का तरीका जैसे प्रवाह, विभागों के कार्य करने का तरीका, लोगों के नाम और सभी से संपर्क करने की जानकारी आदि।
- कंपनी की नीतियाँ और प्रक्रियाएँ आदि।

एक ग्राहक सेवा प्रतिनिधि होने के नाते आपको सूचनाओं को सुरक्षित रखने के लिए सभी उपाय करने चाहिए। सूचना की सुरक्षा प्रक्रिया में मि सूचना तक अनधिकृत पहुँच, उपयोग, प्रकटीकरण, विघटन, संशोधन, रिकार्डिंग या विनाश आदि से उसे रक्षा प्रदान करते हैं। यह डेटा इलेक्ट्रॉनिक या फिज़िकल रूप में हो सकता है।

- खाताधारक के अलावा अन्य किसी को ग्राहक की व्यक्तिगत और वित्तीय जानकारी किसी के सामने प्रकट नहीं करनी चाहिए।
- किसी भी ग्राहक/प्रतियोगी/दूसरे व्यक्ति आदि के समक्ष कोई भी अनधिकृत जानकारी लिखित या मौखिक रूप से प्रकट ना करे। उदाहरण के लिए, ग्राहक की जानकारी की शीट की फोटोकॉपी आदि।
- किसी एक ग्राहक की जानकारी दूसरे ग्राहक से साझा ना करें।

### 2.6.2 ग्राहक की गोपनीयता

ग्राहक अपनी जानकारी देने से पहले संस्था और ग्राहक सेवा प्रतिनिधि पर पूर्ण विश्वास रखता है। इसलिए एक ग्राहक सेवा प्रतिनिधि के लिए ग्राहक की सूचना की गोपनीयता को बनाए रखना अति महत्वपूर्ण होता है।

डाटा की सुरक्षा बनाए रखने के लिए संस्था को निम्नलिखित उपाय करने चाहिए:

- हार्ड डिस्क या सॉफ्ट कॉपी में क्लाइंट के पास से मिले डेटा को कार्य पूर्ण होने पर वापस या नष्ट कर दिया जाना चाहिए।
- किसी भी कर्मचारी को कार्यस्थल से किसी भी तरह की स्टोरेज डिवाइस जैसे— पैन्ड्राइव, सीडी, मेमोरी कार्ड, डीवीडी, ब्लू रे डिस्क, एक्सटर्नल हार्ड डिस्क, फ्लोपी आदि ले जाने की अनुमति ना दें।
- प्रवेश और निकास द्वार पर सुरक्षा गार्ड को हर कर्मचारी की जाँच करनी चाहिए, जिससे किसी भी प्रकार का भण्डारण उपकरण बाहर ना ले जाया जा सकें।
- बिना किसी अधीकृत प्रबंधन टीम के मेम्बर की अनुमति के बिना किसी भी प्रकार के भण्डारण उपकरण को किसी भी कार्यालय के अन्य किसी कंप्यूटर में प्रयोग न करें।

- व्यावसायिक फायरवॉल्ल्स प्रणाली इंटरनेट पर किसी भी अनाधिकृत वेबसाइट सेवा को रोकता है।
- फायरवॉल सभी उपयोगकर्ताओं के अधिकारों को कंपनी के अनुसार पाबंद में रखता है।
- हर एक कर्मचारी से नियुक्ति से पहले लिखित रूप में नॉन डिस्क्लोजर एग्रीमेन्ट (एनडीए) लिया जाना चाहिए।
- गोपनीयता के मानदंडों के अनुसार फिंगर प्रिंट सॉफ्टवेयर के माध्यम से ऑपरेशन क्षेत्र में प्रवेश और उस पर आवश्यकता के अनुसार प्रतिबंध रखना चाहिए।
- वेबसाइट के लिए सर्वर को भी सुरक्षित रखना चाहिए और एक सीसीई को किसी भी प्रकार की अनधिकृत जानकारी निकालकर उसका उपयोग नहीं करना चाहिए।
- किसी नेटवर्क पर दी गई पहचान और पासवर्ड के द्वारा सीमित समय एक्सेस करे।
- अधिकृत व्यक्ति को पासवर्ड और अभिगम नियंत्रण के बारे में अच्छे से परिभाषित करे।

### अभ्यास



1. कंपनियों द्वारा डेटा गोपनीयता के लिए उपाय क्यों किए जाते हैं? आप क्या सोचते हैं?

---



---



---



---

### टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---







**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



### 3. सॉफ्ट स्किल्स व प्रोफेशनल स्किल्स

यूनिट 3.1 – दूरभाष शिष्टाचार

यूनिट 3.2 – विभिन्न प्रकार के ग्राहकों को संभालना

यूनिट 3.3 – समय प्रबंधन और व्यवस्थित रहना

यूनिट 3.4 – संचार कौशल

यूनिट 3.5 – दृढ़ता और निर्णय लेने का कौशल

यूनिट 3.6 – आलोचनाओं से निपटना

यूनिट 3.7 – समझना और समस्या का समाधान करना

यूनिट 3.8 – विक्रय कौशल



TEL/N0100, TEL/N0101,  
TEL/N0102, TEL/N0103,  
TEL/N0104

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सी.सी.ई के लिए आवश्यक दूरभाष शिष्टाचार को समझना
2. ग्राहकों के व्यवहार और स्वभाव को समझना
3. परिस्थिति के अनुसार उनको संभालना
4. कार्यस्थल पर संयोजित रहने और समय प्रबंधन के महत्व को समझना
5. कार्यस्थल पर संचार कौशल के महत्व व उसे प्राप्त करना
6. दृढ़ता का महत्व समझना
7. निर्णय लेने का महत्व समझना
8. आपत्तियों और आलोचनाओं से निपटना
9. ग्राहक के साथ सहानुभूति रखना
10. ग्राहक की समस्या और उसका हल निकालना
11. ग्राहकों की जरूरतों का आंकलन करना और उन्हें आकर्षित करना

## यूनिट 3.1: दूरभाष शिष्टाचार

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सी.सी.ई के लिए आवश्यक दूरभाष शिष्टाचार को समझना

### 3.1.1 दूरभाष शिष्टाचार

एक ग्राहक का किसी संगठन या सी.सी.ई से प्रभावित होना इस बात पर निर्भर करता है कि सी.सी.ई क्या कह रहा है और खासकर कैसे बात कर रहा है। एक सी.सी.ई की आवाज़ या बातचीत के ढंग से उसकी सोच का प्रदर्शन भी होता है, चाहे वह जैसे भी शब्दों या भाषा का प्रयोग करे।

- फोन उठाते ही अपना और अपने संगठन का परिचय दें।
- अनौपचारिक भाषा का प्रयोग कम से कम करें।
- क्या मैं आपकी सहायता कर सकता हूँ, आपका स्वागत है और धन्यवाद जैसे शब्दों का प्रयोग करें।
- फोन पटकें नहीं बल्कि धीरे से रखें।
- स्पष्ट और साफ शब्दों में बोलें जिससे दूसरा व्यक्ति आपकी बात आसानी से समझ सके।
- कॉल ट्रांसफर करने से उसकी सही विधि अच्छे से जान लें। कॉल होल्ड करने से पहले ग्राहक को इसकी सूचना जरूर दें। जिस व्यक्ति की कॉल ट्रांसफर कर रहें हैं उसका परिचय अपने अन्य सहकर्मी को दें।
- कॉल पर ध्यान दें तथा प्रसन्नचित होकर बात करें।
- फोन करने वाले की बात को बीच में न काटें।
- कोई भी कॉल करने से पहले तैयारी कर लें। इससे आपको यह मालूम हो जाएगा कि आपको क्या और कैसे कहना है।

### 3.1.2 सेल्स कॉल शिष्टाचार

एक सेल्स कॉल पर, एक ग्राहक को आपको मनाना होता है और यह तभी हो सकता है, जब उसका आप पर विश्वास हो। उसका आप पर विश्वास ही उसको आपको पैसे देने में सहायता या कम से कम अपाईटमेंट देने में सहयोग करेगा।

इसे सुनिश्चित करने के लिए, आपको निम्न दी गई सेल्स कॉल स्क्रिप्ट का पालन करना होगा:

#### स्क्रिप्ट को आरंभ करना

“सुप्रभात मिस्टर ठाकुर, मैं श्रुति सोफ्टटैल की तरफ से बात कर रही हूँ। मैंने आपको विशेष रूप से कुछ अपने नए आईटी उत्पादों के बारे में जानकारी देने के लिए कॉल किया है, जो आपकी कंप्यूटर व आईटी की आवश्यकताओं के साथ मेल खाती हैं। क्या आपके लिए यह बात करने का सही समय है?” जारी रखने के लिए हमेशा आज्ञा लें।

#### स्क्रिप्ट का पालन

“सुप्रभात श्रीमान ठाकुर, मैं श्रुति सोफ्ट टैल से। मैं आपको आज कॉल इसलिए कर रही हूँ क्योंकि पिछली बार ..... आपने मुझे बात करने के लिए समय दिया था। क्या गुरुवार को 1 PM ठीक रहेगा आपके लिए?”

## होल्ड

एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते यह आवश्यक है कि हम किसी भी कॉल को होल्ड पर ना रखे। हमें केवल तीन परिस्थितियों में ही कॉल को होल्ड पर रखना चाहिए:

- किसी भी वर्तमान अनुपलब्ध जानकारी को खोजने के लिए
- ट्रान्स्फर प्रोटोकॉल के अनुसार
- ग्राहक के अकाउंट की जानकारी प्राप्त करने के लिए

### होल्ड पर डालने से पहले:

ग्राहक को होल्ड पर रखने से पहले तीन महत्वपूर्ण बातों को ध्यान में रखें:

- आज्ञा लें।
- उनको होल्ड का अनुमानित समय बताएं (2 मिनट से कम)।
- कॉल होल्ड रखने का कारण बताएं।

### होल्ड पर डालने की स्क्रिप्ट

“इंजीनियरिंग विभाग से आपकी इच्छा के अनुसार आपके कंप्यूटर को तैयार होने में लगने वाले समय के बारे में पता लगाने के लिए क्या मैं दो मिनट के लिए कॉल होल्ड पर रख सकती हूँ?”

होल्ड से वापस आने के बाद:

- ग्राहक को उसके धैर्य के लिए धन्यवाद कहें।
- उसके धैर्य की सराहना करें और क्षमा मांगें (अगर आपको अधिक समय लगा हो या यदि आपने उसे बार-बार होल्ड पर रखा हो)।

“मैं आपका प्रतिक्षा और धैर्य के लिए धन्यवाद करती हूँ। आपको जो जानकारी चाहिए वो मेरे पास आ गई है। इंजीनियरिंग टीम के अनुसार वो दस दिन में आपको आपके कंप्यूटर की कन्फीगरेशन तैयार करके दे देंगे।”

यदि अधिक समय लग रहा हो तो दो मिनट के बाद होल्ड बटन को दबाएं और ग्राहक से अतिरिक्त समय के लिए अनुरोध करें।

### मूक (म्यूट)

यह फोन पर शांति की स्थिति होती है।

कृपया नोट करें: किसी भी ग्राहक को फोन पर मूक स्थिति पसंद नहीं होती है। सुनिश्चित कर लें कि केवल छींकने, थूकने, ख़ाँसी आदि स्थिति में ही म्यूट का बटन दबाएं।

### स्थानांतरित करना

आपको ग्राहक के सभी प्रश्नों, निवेदनों और शिकायतों को दूर करने की कोशिश करनी चाहिए। आपकी भूमिका की भी कुछ सीमाएँ और परिस्थितियाँ होती हैं। ऐसे में आपको दूसरों के हस्तक्षेप की आवश्यकता पड़ सकती है। यह तब होता है, जब आपको ग्राहक की कॉल किसी दूसरे विभाग और सुपरवाइजर के पास ट्रान्सफर करनी होती है। जब सीसीई ग्राहक की सहायता करने में असमर्थ हो जाता है तो ऐसी स्थिति उत्पन्न होती है।

### सुनिश्चित करें कि आप:

1. ग्राहक को इसके बारे में सूचित करते हैं।
2. ग्राहक की कॉल होल्ड पर रखते हैं।

### स्थानांतरण की स्क्रिप्ट

“क्या मैं आपकी कॉल को 2 मिनट के लिए होल्ड पर रख सकती हूँ, ताकि मैं इस बारे में अपने सुपरवाइजर को सूचित कर सकूँ?”

1. लाईन का नंबर डायल करें, यदि आप ग्राहक को दिए गए समय पर सुपरवाइजर को सूचित करने में असमर्थ हैं तो इसकी सूचना ग्राहक को दें (ऐसा केवल ट्रांसफर की स्थिति में करें)।
2. ऐजेंट और सुपरवाइजर को उस ग्राहक के बारे में बताएं, जिसकी कॉल आप उन्हें ट्रांसफर कर रहे हैं।
3. ग्राहक को ऐजेंट और सुपरवाइजर से परिचित कराएं।
4. अपनी तरफ से कॉल को समाप्त कर दें।

### कॉल समाप्त करना

कॉल को इस तरह समाप्त करें कि ग्राहक को भविष्य में भी आपसे बात करने में खुशी हो।

“श्रीमान ठाकुर आपसे बात करके बहुत खुशी हुई। एक बार पुनः आप श्रुति से बात कर रहे थे। यदि आगे भी आपको कंप्यूटर से जुड़ी कोई परेशानी हो तो मेरे इस नंबर पर दोबारा कॉल करें। हमें आपकी मदद करने में खुशी होगी। आपके कीमती समय के लिए धन्यवाद! सॉफ्टकॉल में कॉल करने के लिए धन्यवाद, आपका दिन शुभ हो।”

### अभ्यास



1. कॉल का उत्तर देने से पहले आप क्या कहेंगे, अपना नाम और .....?
  - a) कम्पनी का नाम
  - b) “हेलो!”
  - c) “आज आप कैसे हैं?”
2. टेलिफोन पर अभिवादन करना क्यों आवश्यक है?
  - a) यह आपकी पहली छवि बनाता है।
  - b) यह दिखाता है कि आप खुश हैं।
  - c) यह आपको विनम्र प्रस्तुत करता है।
3. कॉलर को होल्ड पर डालने से पहले आपको क्या कहने या पूछने की आवश्यकता है?
  - a) क्या मैं आपकी कॉल को होल्ड पर डाल सकता हूँ?
  - b) क्या आप होल्ड पर आना चाहेंगे?
  - c) मुझे असुविधा के लिए खेद चाहता हूँ।
4. कॉल ट्रान्सफर करने के लिए क्या बेहतर है?
  - a) सीधा ग्राहक की कॉल को अन्य शाखा में या व्यक्ति के पास ट्रान्सफर करें।
  - b) अपने द्वारा अन्य शाखा या व्यक्ति से जुड़ें, ग्राहक की क्वैरी/शिकायत का विवरण दें और व्यक्तिगत रूप से ग्राहक का परिचय अन्य शाखा से कराएं।
5. आप किसी इन्बाउंड कॉल सेंटर में सीसीई हैं। यदि आपको कोई ग्राहक कॉल करता है तो आप वार्तालाप की शुरुआत कैसे करेंगे?




---



---



---

## यूनिट 3.2: विभिन्न प्रकार के ग्राहकों को संभालना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहकों के स्वभाव को समझना तथा परिस्थिति और व्यवहार के अनुसार उनको संभालना

### 3.2.1 ग्राहक का व्यवहार

किसी भी ग्राहक से संपर्क करने से पहले वह कारण समझना जरूरी है जो ग्राहक के व्यवहार को प्रभावित करते हैं। सही दृष्टिकोण से सकारात्मक और प्रभावी परिणाम पाए जा सकते हैं जिससे कार्य में संतुष्टि मिलती है।

#### नाराज़ ग्राहक

एक छोटी गलती से ग्राहक को गुस्सा आ जाता है।

#### कैसे संभालेंगे:

- ग्राहक को अपनी बात कहने दें व बीच में न बोलें। प्रेशर कुकर विधि का प्रयोग करें।
- आप स्पष्ट और विनम्र बनें रहें अन्यथा ग्राहक नाराज़ हो सकते हैं।

#### माँग रखने वाले ग्राहक

उपलब्ध सेवा से अधिक की उम्मीद करने वाले ग्राहक इस श्रेणी में आते हैं। ऐसे ग्राहकों को आप आसानी से संतुष्ट नहीं कर सकते हैं।

#### कैसे संभालेंगे:

- इनके साथ नम्र रहकर स्थिर और प्रोफेशनल बने रहें।
- इनसे ज्यादा विनम्र न हो और ना ही ज्यादा असभ्य हो।

#### सहनशील ग्राहक

वह ग्राहक जो आपकी बात सुनते हैं व जरूरत से ज्यादा विनम्र रहते हैं। जो हर शिकायत से पहले माफी मांगते हैं।

#### कैसे संभालेंगे:

- उनकी बात ध्यान से सुनिए।
- व्यावसायिक व्यवहार बनाए रखिए और उन्हें अनदेखा न करें।
- उनका विश्वास जीतिए।

### 3.2.2 शिकायतों से निपटना

#### आवेगी ग्राहक

इन ग्राहकों को राय देना बहुत अलग होता है, क्योंकि इन ग्राहकों को उत्पाद की कोई विशेष जानकारी नहीं होती परंतु ये खरीदारी करना चाहते हैं।

#### कैसे संभालेंगे:

- इनके समक्ष सभी उपयोगी उत्पादों का प्रदर्शन करें।

- जितना हो सके जानकारी प्रदान करें।

### जरूरतों पर आधारित ग्राहक

इस प्रकार के ग्राहकों को विशेष प्रकार के उत्पाद लेने होते हैं और इन्हें अपनी आदतों या जरूरतों को पूरा करने हेतु ही उत्पाद खरीदना होता है।

### कैसे संभालेंगे:

- इन्हें सकारात्मक तरीके से संभालना और दूसरे उत्पाद के विभाग में बदलने के लिए सही तरीका और कारण बताना चाहिए।
- ग्राहक की आशाओं को पहचानें और सुनिश्चित करें।

क्या करें	क्या ना करें
<ul style="list-style-type: none"> <li>● गहरी सांस लें।</li> <li>● अपनी आवाज़ में उत्साह और दोस्ताना अंदाज़ रखें।</li> <li>● जो कहा जा रहा है उसे समझें।</li> <li>● नोट करें।</li> <li>● ग्राहक का नाम और नंबर लें।</li> <li>● यदि संगठन की गलती है तो माफी मांगिए।</li> <li>● बहाने मत बनाइए।</li> <li>● जो काम की जिम्मेदारी ली है उसे निभाएं।</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● इसमें मेरी कोई गलती नहीं है।</li> <li>● मैंने ऐसा कुछ नहीं किया।</li> <li>● एक तो पहले ही इतनी मुसीबत हैं, ऊपर से आपकी समस्या और आ गई।</li> <li>● गुस्सा होना।</li> <li>● सहानुभूति मांगना।</li> <li>● एक झटके में परिणाम पर पहुँचना।</li> <li>● टोकना।</li> </ul>

### अभ्यास



आप ग्राहकों को कैसे हैंडल करेंगे जो:

1. महसूस कर रहे हैं कि आप उनको अपने उत्पादों या सेवाओं से बेवकूफ बना रहे हैं।

---

2. नहीं जानते हैं कि उन्हें सेवा से क्या चाहिए।

---

3. सेवा के बारे में सब जानते हैं और किसी कारण से गुस्सा हैं।

---

### गतिविधि



आप इन परिस्थितियों में क्या करेंगे:

1. अप्रसन्न ग्राहक जो सी.सी.ई द्वारा दी गई सेवाओं से खुश नहीं है, चाहता है कि वह सीसीई उससे माफी मांगे।
2. ग्राहक अपने नंबर पर लगी रिंगटोन हटाने की रिक्वेस्ट करता है जो उसकी इच्छा के बिना लगा दी गई है और उसकी यह समस्या 31 दिन से हल नहीं हुई है।
3. ग्राहक अपना प्लान बदलना चाहता है और वह जान नहीं पा रहा है कि किस प्लान को चुने, सही प्लान को चुनने में उसकी सहायता करें।

## यूनिट 3.3: समय प्रबंधन और व्यवस्थित रहना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कार्यस्थल पर संयोजित रहने और समय प्रबंधन के महत्व को समझना

### 3.3.1 समय प्रबंधन

समय प्रबंधन क्या है?

- समय का इस प्रभावकारी ढंग से बंटवारा करना कि सही समय में सही काम हो जाए।
- प्रभावकारी समय प्रबंधन से व्यक्ति हर काम को उसके महत्व और जरूरत के अनुसार समय में पूरा कर सकता है।
- समय प्रबंधन से तात्पर्य है समय के बढ़ते अभाव में समय का उत्तम प्रयोग।

समय प्रबंधन के तत्व हैं:

1. प्रभावकारी नियोजन
2. लक्ष्य निर्धारण व उद्देश्य निर्धारित करना
3. समय निर्धारण
4. दायित्वों का विभाजन
5. महत्वानुसार कार्यों की प्राथमिकताएँ
6. सही समय पर सही काम करना

तत्कालिक और महत्वपूर्ण कार्य	गैरतत्कालिक व महत्वपूर्ण कार्य
<p><b>तुरंत करे:</b> ग्राहक की समस्याओं व परेशानियों को निपटायें। वरिष्ठ अधिकारियों से आवश्यक चीजों की मांग करें। वरिष्ठ अधिकारियों के साथ मीटिंग।</p>	<p><b>कार्य के लिए योजना बनाएं:</b> अगले दिन के कार्यों की सूची बनायें। डेली रिपोर्ट तैयार करें।</p>
<p><b>सामान्य व तत्कालिक कार्य</b></p>	<p><b>सामान्य व गैरतत्कालिक कार्य</b></p>
<p><b>अस्वीकार करें व कारण बताएं:</b> ग्राहक की बिना वजह की शिकायतें। आपातकालीन स्थिति का स्पष्टीकरण। कार्य के समय जाग्रित गलतफहमियां। व्यर्थ की कार्यप्रणाली व प्रक्रियाएं।</p>	<p><b>विरोध करें व छोड़ें:</b> कंप्यूटर पर गेम खेलना। इंटरनेट चलाना। बिना मतलब सिगरेट ब्रेक। सामाजिक संचार, बातचीत व गपशप। व्यर्थ और बेकार की सामग्री पढ़ना।</p>

### 3.3.2 समय का पाबंद होना

- यह आपकी इमानदारी और कर्मठता दिखाता है।
- आपका भरोसेमंद होना दिखाता है।



- आपका आत्मविश्वास बढ़ाता है।
- दूसरों के प्रति सम्मान दर्शाता है।
- आपकी विनम्रता को दिखाता है।

### 3.3.3 संयोजित होना

- लक्ष्य तथा ध्यान केन्द्रित होना।
- कार्यक्षमता बढ़ाना।
- आपके सहकर्मियों तथा आपके लिए काम करने वालों के लिए उदाहरणनीय होना।
- नियोजित कार्य प्रणाली (सामयिक भुगतान और हर्जाना न भरना)।
- ना उलझनें ना चिन्ता जिससे तनाव में कमी आए।
- संतुलित कार्य प्रणाली से सुगम जीवन और अच्छा स्वास्थ्य।
- लक्ष्य धारण करना और प्राप्त करना।
- अधिक सकारात्मक व्यवसायिक दृष्टिकोण प्रस्तुत करना और अच्छा नाम पाना।
- काम की उपयुक्त प्राथमिकता।
- रचनात्मक और सजग बनना।
- अपने कार्यक्षेत्र के लिए अधिक उत्साह और शक्ति।
- काम की दुर्व्यवस्था और गड़बड़ी से छुटकारा।
- कई फालतू या जिसकी जरूरत न हो उसमें कमी होना।
- सही दिशा में कार्यक्षमता से व्यापार बढ़ाना जिससे कम्पनी की आय बढ़ती है, तथा ग्राहक संतुष्टि बनाए रखना।

### अभ्यास



1. दिन की चार गतिविधियों का उल्लेख करें और उन सभी को उनकी प्राथमिकता के अनुसार व्यवस्थित करें। पहचानें क्या ज्यादा ज़रूरी हैं और क्या नहीं।

---



---

2. समय को व्यवस्थित करने के लिए आप क्या करेंगे?

---



---

- प्राथमिकता
- समय के मुताबिक कार्य करना

## यूनिट 3.4: संचार कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कार्यस्थल पर संचार कौशल का महत्व समझना व उसे प्राप्त करना

### 3.4.1 संचार कुशलता

संचार क्या है?

- लोगो में सूचना के आदान-प्रदान की प्रक्रिया को संचार कहते हैं।
- संचार का उद्देश्य है आपकर संदेश दूसरों तक पहुँचाना, सही शब्दों में संदेश तभी सफल होता है जब इसका आदान-प्रदान होता है।

संचार क्यों महत्वपूर्ण है?

- व्यक्तिगत तथा व्यवसायिक जीवन में यह आवश्यक तत्व है।
- आत्मविश्वास की ओर प्रेरित करता है।
- व्यापारिक तथा सामाजिक जीवन में सम्मान बढ़ाता है।
- मित्र बनाने में सहायक होता है।
- व्यक्तित्व में विशिष्ट सुधार होता है।
- योग्यता दर्शाता है।

अच्छे संचार के गुण

एक प्रभावशाली संचार के लिए सीसीई को चार प्रमुख बातों को ध्यान में रखना चाहिए। वे हैं:

1. ग्राहक के वार्तालाप करने के तरीके को समझना
2. संचार में स्पष्टता
3. सुनने की कला
4. प्रश्न पूछने की कला

### 3.4.2 संचार में स्पष्टता

ग्राहक सेवा अधिकारी को कॉल सेंटर पर दिए गए कार्य के बारे अपने साथी/वरिष्ठ से स्पष्टता के साथ बातचीत करनी चाहिए। इस तरह से बातचीत करें कि आप जो भी कहना चाह रहे हैं उसका अर्थ सुनने वाले को आसानी से समझ में आ जाए। यह आपके प्रति शिष्टाचार व्यक्त करता है। स्पष्टता के साथ बोलने के लिए आप सुनिश्चित करें कि:

- आप अपने बिंदुओं को जानें। बातचीत में जो भी कहना चाहते हैं उसमें पारदर्शिता रखें।
- अपने मुख्य बिंदुओं पर ही बात करें। अगर आप उस बिंदु से हटेंगे तो आपको सुनने वाला भ्रमित हो जाएगा। यदि कुछ कमी हुई तो इससे आपके संदेश का मतलब बदल जायेगा।

- व्यक्तियों के व्यवहार पर केंद्रित रहें और किसी भी प्रकार की निंदापूर्ण बातों से बचें।

### 3.4.3 सुनने की कला

प्रभावशाली सुनना एक सक्रिय प्रयास है। जब ग्राहक कुछ बोलता है तो वह केवल सुनने से बहुत अधिक होता है। यदि आप अच्छे श्रोता हैं तो आप स्वयं की छवि का प्रभाव ग्राहक पर डालने में सफल हो जाते हैं। जब आप ग्राहक को प्रभावशाली तरीके से सुनेंगे तो आप उसकी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए उसके समक्ष उपयुक्त सेवाओं का प्रदर्शन कर पाएंगे।

सक्रियता से सुनने की तकनीक में शामिल है:

- जानकारी को दोहराना या दोबारा से बोलना
- बातचीत का सारांश
- खामोश रहना

### 3.4.4 प्रश्न पूछने की कला

प्रतिनिधि विभिन्न कारणों के लिए प्रश्न पूछ सकता है। पहले, प्रश्नों से ग्राहक सेल्स की प्रक्रिया में भाग लेता है। प्रश्न पूछने पर प्रतिनिधि को ग्राहक को चुपचाप सुनने की बजाय बातचीत में सक्रिय रूप से भाग लेना चाहिए और जो भी कहा या बोला जा रहा हो उसे अच्छे से याद रखना चाहिए। दूसरे, प्रश्न ग्राहक का सेल्स करने वाले व्यक्ति में अपनी रुचि दिखाते हैं। अंततः सेल्स करने वाले व्यक्ति प्रश्नों के माध्यम से सभी महत्वपूर्ण जानकारियां एकत्र कर लेते हैं।

प्रभावशाली प्रश्न के पूछने के लिए कुछ निर्देश निम्नलिखित दिए गए हैं:

- लम्बे उत्तरों के लिए प्रोत्साहित करें। साधारण उत्तर जैसे— हाँ या नहीं उत्तर वाले प्रश्न ना पूछें। उदाहरण के लिए, “क्या आपने इस ब्रांड के बारे में सुना है?” के बजाय “आप ब्रांड के बारे में क्या जानते हैं?” पूछें।
- हर एक प्रश्न के बीच में कुछ समय रखें। यदि प्रतिनिधि ग्राहक से एक के बाद एक प्रश्न पूछेगा तो ग्राहक इससे विचलित हो सकता है। प्रश्नों के बीच कुछ समय देना एक प्रकार की विधि होती है, जिससे ग्राहक लम्बे उत्तर देने के लिए प्रोत्साहित होता है।
- छोटे और साधारण प्रश्न पूछें। ऐसे प्रश्नों को न पूछें जिनके दो या दो से अधिक हिस्से हों। यदि ऐसे प्रश्न पूछे जाते हैं तो ग्राहक भ्रमित हो जाता है और वह यह नहीं समझ पाता कि प्रश्न के किस हिस्से का उत्तर दे। इससे प्रतिनिधि को पता नहीं चलता कि ग्राहक द्वारा किस भाग का उत्तर दिया जा रहा है?
- लीडिंग प्रश्नों को पूछने से बचें। लीडिंग प्रश्न वह होते हैं, जो शब्दों को ग्राहक के मुँह तक तो लाते हैं परंतु वे जवाब नहीं दे सकते और इससे सेल्स करने वाले व्यक्ति को ज्ञात नहीं होता कि सामने वाला व्यक्ति वास्तव में क्या सोच रहा है। उदाहरण— आप क्यों सोचते हो कि यह एक अच्छी सेवा है? ग्राहक इस प्रश्न के उत्तर में सकारात्मक विचार आवश्यक लाएगा परंतु इसकी सच्चाई वह बाहर नहीं निकालेगा।

## अभ्यास

1. संचार क्यो महत्वपूर्ण है?

---

---

---

---

## गतिविधि

1. अपना कोई ऐसा अनुभव बताएं जिसमें जब आप बोल रहे हो और कोई आपकी बातों पर ध्यान न दें रहा हो।

---

---

---

---

## टिप्पणी

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 3.5: दृढ़ता और निर्णय लेने का कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. दृढ़ता के महत्व को समझना
2. निर्णय लेने के कौशल के महत्व समझना

### 3.5.1 दृढ़ता

कभी कभी ग्राहक विशेष ध्यान चाहते हैं और हर तरह का फायदा उठाना चाहते हैं। एक सी.सी.ई में यह योग्यता होनी चाहिए कि वह स्पष्ट रूप से यह बता सके कि ग्राहक के लिए कैसा व्यवहार स्वीकार्य है और कैसा नहीं। इसका यह मतलब नहीं कि ग्राहक का सामना उग्रता से हो या वह उनसे भिड़ जाए। एक सी.सी.ई को अपनी बात को दृढ़ता और शांत तरीके से ग्राहक तक पहुँचाने की कोशिश करनी चाहिए।

#### दृढ़ व्यक्ति

- दूसरे के अधिकार को सम्मान देते हुए अपने अधिकारों पर डटा रहता है।
- अपनी बातों को स्पष्ट रूप से रखता है।
- स्वाभिमानि होता है और आत्मसम्मान रखता है।

#### दृढ़ बनना

- फोन पर बात करते समय आवाज़ में दृढ़ता और मधुरता रखें, स्पष्ट उच्चारण और नियंत्रित आवाज़ में उपयुक्त सूचना दें।

### 3.5.2 निर्णय लेने का कौशल

ग्राहक सेवा का एक अच्छा गुण सही और अच्छा निर्णय लेना है। जब आपके ग्राहक को कोई समस्या है तो आपको यह सुनिश्चित करना है कि समस्या को सुलझाने के लिए क्या किया जाए। अगर आप कुछ नहीं कर सकते हैं तो ग्राहक आप से चिढ़ जायेगा।

आपको यह देखना है कि आपके किस निर्णय से सबसे अधिक फायदा होगा। खुद से यह सवाल पूछिए कि किस निर्णय का प्रभाव सकारात्मक होगा। हमेशा प्रतिक्रिया दें।

ग्राहक सेवा प्रतिनिधि होने के नाते ग्राहक की सहायता करना आपकी जिम्मेदारी है। सहायता के कई मतलब हो सकते हैं—आपको उन्हें कुछ तथ्य बताने हों या आपको ग्राहक को सही विभाग द्वारा सहायता दिलानी हों। किसी भी स्थिति में अच्छी से अच्छी सहायता प्रदान करें।

#### निर्णय लेने के मुख्य चरण

1. समस्या को परिभाषित कीजिए।
2. समस्या पर विचार-विमर्श कीजिए।
3. जानकारी इकट्ठा कीजिए।
4. अन्य विकल्पों पर भी विचार कीजिए।

5. सही विकल्प का चुनाव कीजिए।
6. निर्णय को कार्यान्वित कीजिए।

## अभ्यास

### दृढ़ता प्रदर्शित करने वाले वाक्य चुनें:

1. निम्न स्टेटमेंट को पढ़िए जो 1 से 5 प्रतिनिधियों द्वारा दी गई है। अब स्वीकारात्मक स्टेटमेंट पर निशान लगाइये। मैनेजर कहता है 'अभी शाम के 7 बजे हैं, मैं चाहता हूँ कि आप आज यह कार्य पूरा करें।
  - a) प्रतिनिधि 1: यह बहुत मुश्किल है। मैं माफी चाहता हूँ लेकिन मैं यह नहीं कर सकता। मेरा काम करने का समय 5:30 तक होता है।
  - b) प्रतिनिधि 2: ठीक है लेकिन यह बहुत मुश्किल है फिर भी आग्रह कर रहें हैं तो मैं कर दूँगा।
  - c) प्रतिनिधि 3: नहीं, यह नहीं हो सकता है। मेरी पत्नी बीमार हैं। मुझे अभी घर जाना होगा। मैं पहले से ही लेट हूँ।
  - d) प्रतिनिधि 4: हाँ, मैं समझता हूँ लेकिन मेरे लिए पीछे हटना मुश्किल है। मैं कुछ कार्य घर ले जाऊँगा। मैं कल ऑफिस जल्दी आ जाऊँगा और बाकी बचा कार्य कर दूँगा।
  - e) प्रतिनिधि 5 : यह कल होना जरूरी है। अगर आप दबाव डालेंगे तो मैं सहायता नहीं कर पाऊँगा।
2. सोचिए कि आप एक सी.सी.ई हैं और आप एक ग्राहक को कह रहे हैं कि आपकी समस्या का हल एक घंटे में नहीं बल्कि एक दिन में होगा। ग्राहक बहस करता है कि उसकी समस्या जल्द से जल्द हल हो जाए। आप क्या करेंगे?
 

---



---



---
3. अपनी निजी जिन्दगी से जुड़ी स्थिति के निर्णय के बारे में सोचिए। आपने निर्णय लेने से पहले क्या विचार किया था। अपना अनुभव बाँटें।
 

---



---



---

## टिप्पणी

---



---



---



---

## यूनिट 3.6: आलोचनाओं से निपटना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप:

1. आपत्तियों और आलोचनाओं से निपटना

### 3.6.1 आलोचना से निपटना

जब आप अपने व्यापार में कोई उत्पाद या सेवा बेच रहे होते हैं, तो आपको किसी भी आलोचना के उत्पन्न होने पर अपने ग्राहकों को संभालना होता है। आपकी ग्राहक को पहचानने की योग्यता, फोलो-अप और अच्छी लीड को सेल में बदलने के कौशल से भी व्यापार में लाभ होता है।

### 3.6.2 आलोचना का सामना करना

अनुचित आलोचना का उत्तर शांति और चेतना से देना:

#### अपनी प्रारंभिक प्रतिक्रियाओं से डील करना

आपकी तुरंत प्रतिक्रिया अति महत्वपूर्ण है – चीजों को बेहतर या खराब बनाने में इसकी एक बहुत बड़ी भूमिका होती है। इससे आपको अपने गुस्से और लड़ने की इच्छा को कम करने की प्रेरणा मिलती है।

- शांत रहें
- दोहराए गए बिंदुओं पर ध्यान दें
- दोनों के दृष्टिकोण पर ध्यान दें
- विनम्र रहें

### 3.6.3 ग्राहक के समक्ष सहानुभूति प्रकट करना

#### सहानुभूतिपूर्ण मुहावरों का प्रयोग

- मैं देख सकता हूँ कि आप ऐसा क्यों महसूस कर रहे हैं।
- मैं जानता हूँ कि आपका क्या मतलब है?
- यह बहुत परेशान करने वाली बात है।
- मैं समझ सकता हूँ कि यह कितना परेशान करने वाली बात है।
- मुझे इसके लिए खेद है।

उदाहरण के लिए: एक ग्राहक कॉल सेंटर में कॉल करता है और कोई विशेष सेवा के ना मिलने पर उसकी शिकायत दर्ज करवाता है। आप उसको इस प्रकार उत्तर देंगे।

“मैं इस बात को समझता हूँ, आप इस समय थोड़ा परेशान है क्योंकि हमने जो सेवा पिछले सप्ताह आपको देने का वादा

किया था, वो पूरा नहीं कर पाए हैं”

“हम समझते हैं कि आप क्यों परेशान हैं। मैं भी इस बात से परेशान हूँ। मैं आपको सही समय पर सेवा न देने के लिए क्षमा चाहता हूँ।”

“मैं अभी आपकी शिकायत की संबंधित विभाग में बात करता हूँ।

“यह अगले तीन घंटों में हल हो जाएगी।”

## अभ्यास



रिक्त स्थान भरें।

1. आलोचनाओं से अच्छे तरह से निपटने पर आप एक ..... कार्य करते हैं।
2. .... रवैया आपको ग्राहक को यह समझाने में सहायता करेगा कि आप उसे एक अच्छा उत्पाद या सेवा बेच रहे हैं।

## गतिविधि



1. एक क्रोधित ग्राहक आपके पास शिकायत लेकर आता है कि उसे यात्रा के दौरान पूरे रास्ते भर नेटवर्क की बड़ी दिक्कत होती है। आप इस स्थिति को किस प्रकार संभालेंगे?

---

---

---

---

## टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---



## यूनिट 3.7: समझना और समस्या का समाधान करना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक की समस्या और उसका हल निकालने के तरीके की पहचान करना

### 3.7.1 समस्या के समाधान के लिए आवश्यक कौशल

एक सीसीई के लिए उसका कार्य तभी आसान व प्रभावी हो सकता है, जब वह समस्या को पहले चरण में ही अच्छी तरह समझ ले। इससे सीसीई के कार्य करने में समय की भी बचत होती है।

#### समस्या समाधान

- सुनिश्चित करें कि समस्या है।
- पता लगायें कि समस्या क्या है।
- समाधान के विकल्प बतायें।
- विकल्पों में से एक का चुनाव करें।
- चुने हुए समाधान को कार्यान्वित कीजिए।
- समाधान का मूल्यांकन कीजिए।

#### समस्या समाधान के उदाहरण:

- ग्राहक धीमी रफ्तार से बढ़ रहे हैं – सी.सी.ई. इधर-उधर की बातें न करके ग्राहक के उलझे मुद्दे सीधा हैल्पडेस्क को देता है।
- अप्रसन्न ग्राहक जो सेवा से खुश नहीं हैं— सी.सी.ई. को चाहिए कि नाराज़गी का कारण जाने तथा हर संभव समाधान दे।
- ग्राहक के अकाउंट में भुगतान सही तरह से क्रेडिट नहीं हुआ है— सी.सी.ई. को जल्द ही इसका पता लगाने वाली प्रक्रिया पर काम करना शुरू कर देना चाहिए।
- ग्राहक के अकाउंट की सूचना गायब है— सी.सी.ई. को चाहिए की वो सभी फाइलों की जाँच करे और अपने सहकर्मियों से पूछताछ करके गायब हुई फाइल को ढूँढे।
- दिन के अंत में कैश/अकाउंट में गड़बड़ी है – सी.सी.ई. के लिए जरूरी है कि वह गड़बड़ी को पहचाने यदि गड़बड़ी की पहचान न हो तो कम्पनी और ग्राहक आपसी मतभेद सुलझा लेंगे।

## अभ्यास



1. ऊपर बताए गए उदाहरणों में किसी एक का चुनाव कर निम्न दिए गए तीन चरणों की सहायता से समाधान निकालें:
  - a. समस्या को पहचानना और समझना
  - b. समस्या निवारण प्रक्रिया
  - c. ग्राहक के साथ संवाद स्थापित करने में शिक्षित होना
2. प्रभावी ढंग से समस्या का समाधान करते समय की दो मुख्य बाधाएं लिखें।
  - a. \_\_\_\_\_
  - a. \_\_\_\_\_

## गतिविधि



1. सोचिए कि ग्राहक के अकाउंट में भुगतान पूरी तरह से क्रेडिट नहीं हुआ है। आप समस्या को हल करने के लिए क्या करेंगे?

---



---



---



---

## टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 3.8: विक्रय कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहकों की जरूरतों का आंकलन करना और उन्हें आकर्षित करना

### 3.8.1 विक्रय कौशल

#### विक्रय क्या हैं?

किसी को मनाकर उसे एक उत्पाद या सेवा को बेचना सेलिंग या विक्रय है। इसके कई भाग हैं जैसे विज्ञापन या प्रसार, प्रचार, जन-संपर्क तथा सीधे संपर्क से बेचना। यह सारी प्रक्रिया एक सेल्समैन की होती है जो ग्राहक की जरूरत अनुसार उसे उत्पाद या सेवा प्रदान करता है और साथ में ग्राहक के ताल-मेल के हिसाब से उपलब्ध सेवा का विक्रय करता है।

#### विक्रय प्रक्रियाएं

##### विक्रय से पहले की तैयारी:

- अपने उत्पाद और प्रतिद्वंदियों की पूरी जानकारी लें।
- ग्राहक की जानकारी लें।
- वर्तमान बिक्री और योजना के बारे में जानकारी लें।
- भुगतान किस प्रकार से और किन दशाओं में जिस किसी प्लान द्वारा हो रहा है उसकी जानकारी रखें।

##### विक्रय के समय अभिवादन और आग्रह:

- प्रोडक्ट प्लान और उसकी विशेषताओं का विवरण दें।
- ग्राहक को सही प्लान चुनने की सलाह दें और उसकी सहायता करें।

##### विक्रय के बाद:

- ग्राहक के प्रश्न व शिकायतें।
- अप-सेलिंग
- क्रॉस-सेलिंग

### 3.8.2 सेलिंग स्किल्स (विक्रय कौशल)

यह वह स्थिति है जब कोई ग्राहक कुछ खरीदने के लिए ऑर्डर करता है। इस समय आपको एक अच्छा श्रोता होना आवश्यक है तथा आपको उसकी बात ध्यान से सुननी चाहिए। यदि आप अपनी कंपनी के सभी उत्पादों के बारे में जानते हैं तो यह आपके लिए लाभदायक है और आप ग्राहक को विभिन्न विकल्प दे सकते हैं। ऐसी स्थिति में –

**चरण 1:** कॉल उठाते समय ग्राहक का हमेशा अभिवादन करें। सुनिश्चित करें कि कॉल उत्पाद खरीदने के लिए की गई है तथा उत्पाद का नाम भी जानें।

**चरण 2:** स्क्रिप्ट को आराम से व स्पष्ट रूप से पढ़ें। जल्दबाजी न करें। ग्राहक से उसके बारे में जानें। यदि वह आपका निरंतर ग्राहक है तो कंप्यूटर पर उसका रिकॉर्ड मिल जायेगा।

**चरण 3:** ग्राहक के द्वारा दी गई डिटेल्स कंप्यूटर में स्पष्ट रूप से लिखें।

**चरण 4:** ग्राहक को आश्वस्त करें कि आप उसे सबसे अच्छा उत्पाद बेच रहे हैं।

**चरण 5:** सुनिश्चित करें कि ग्राहक पेमेंट चैक द्वारा कर रहा है या कैश।

**चरण 6:** ऑर्डर के बारे में ग्राहक को दोबारा बतायें। उसके द्वारा की जाने वाली पेमेंट की जानकारी भी उसे दें।

**चरण 7:** वर्किंग दिनों के अनुसार ग्राहक को डिलीवरी का समय बतायें। ग्राहक को डिलीवरी समय बताने से पहले इसके बारे में स्वयं सुनिश्चित कर लें।

**चरण 8:** अंत में ग्राहक को कंपनी का हेल्पलाइन नंबर दें। उससे पूछें कि क्या आप उसकी कोई और मदद कर सकते हैं।

## अभ्यास



1. आपके हिसाब से विक्रय करने का उद्देश्य क्या होता है?

---



---



---

2. विक्रय कौशल में आने वाली बाधाओं का वर्णन करें।

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) \_\_\_\_\_

3. सही या गलत?

- a. किसी सेवा का विक्रय करने के लिए संचार एक महत्वपूर्ण यंत्र नहीं है।
- b. मार्केटिंग और सेलिंग की शुरुआत व अंत ग्राहक से होता है न कि उत्पाद से।
- c. एक प्रोडक्ट या सेवा का विक्रय करते समय ग्राहक को सलाह देना जरूरी होता है।
- d. एक ग्राहक सी.सी.ई से चाहता है कि वह पहले उसकी जरूरतें सुने, उत्पाद या सेवा के सुझाव बाद में दें।

## अभ्यास

1. आप एक ग्राहक को कॉल करके आपकी कंपनी द्वारा आरंभ की गई स्कीम बेचते हैं। आप कैसे बेचेंगे?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## टिप्पणी

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 4. तकनीकी कौशल

यूनिट 4.1 – सीआरएम की समझ

यूनिट 4.2 – कॉल करना एवं उठाना

यूनिट 4.3 – उत्पादों, सेवाओं और प्रक्रियाओं की जानकारी लेना



TEL/N0100, TEL/N0101,  
TEL/N0102, TEL/N0103,  
TEL/N0104

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीआरएम के सिद्धांत को समझना
2. कॉल करने व उठाने के सिद्धांत को समझना
3. ग्राहक को उत्पादों, प्रक्रियाओं और सेवाओं की जानकारी देने की प्रक्रिया को समझना



## यूनिट 4.1: सीआरएम की समझ

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीआरएम के सिद्धांत को समझना

### 4.1.1 सीआरएम

#### सीआरएम क्या है?

सीआरएम कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेन्ट का शॉर्ट फार्म है, इसका अर्थ एक सुनियोजित तरीके से कस्टमर रिलेशनशिप को संभालना है।

### 4.1.2 सीआरएम के लाभ

#### सीआरएम आपके व्यापार को कैसे फ़ायदा पहुँचाता है?

सीआरएम से होने वाले फ़ायदों को अक्सर एक एप्लिकेशन या यंत्र के रूप में गलत समझ लिया जाता है। लेकिन सही अर्थों में यह व्यापार करने का एक तरीका है। व्यापार में सीआरएम को उपयोग करने के कई कारण हैं। सीआरएम से होने वाले कुछ स्पष्ट फ़ायदे निम्नलिखित हैं:

- व्यापार पर 360° का व्यापक दृष्टिकोण
- संगठनात्मक स्तर पर डाटा शेयरिंग
- केन्द्रीयकृत ग्राहक संपर्क
- बेहतर ग्राहक सहायता
- ग्राहक संतुष्टि में बढ़ोतरी
- ग्राहक बनाए रखने की उच्च दर
- नए व्यवसाय को बढ़ावा देना
- कम लागत तथा राजस्व में वृद्धि

सीआरएम को सटीकता और प्रभावपूर्ण तरीके से प्रयोग करने पर ऊपर दिए गए लाभ प्राप्त होते हैं। परंतु इसे हम कैसे प्रभावशाली तरीके से प्रयोग कर सकते हैं:

- सूचना सही से अपडेट करना
- पूरी सूचना अपडेट करना
- ग्राहकों की जरूरतें अपडेट करना
- सूचना सुरक्षित व एकत्रित हो, सुनिश्चित करना
- जरूरत पड़ने पर पुरानी सूचना को नई सूचना से नवीनीकरण की जाँच करना
- अधूरी सूचना के नवीनीकरण की जाँच करना

सीआरएम में ग्राहक की किसी भी जानकारी को अपडेट करने से पहले सुनिश्चित कर लें कि आप सही व्यक्ति से बात कर रहे हैं। आप कैसे जानेंगे कि आप सही व्यक्ति से बात कर रहे हैं?

पहचान और सत्यापन की प्रक्रिया का प्रयोग यह जानने के लिए होता है कि क्या सही व्यक्ति से बात हो रही है या नहीं। टेलीकॉम इंडस्ट्री में कॉलर की पहचान और सत्यापन के लिए पूछे जाने वाले कुछ आम सवाल निम्नलिखित हैं:

- पूरा नाम
- जन्म तिथि
- पिछला अदा किया हुआ बिल
- पता

कॉल समाप्त होने पर ग्राहक ने जिस कारण से कॉल की है उसे श्रेणियों में वर्गीकृत करना बहुत जरूरी होता है। यह टेलीकॉम कम्पनी को ग्राहक की जरूरतों और समस्याओं को समझने में सहायता करती है।

सीआरएम की प्रणाली और प्रक्रिया में ग्राहकों के सभी तरह के सवालों के लिए एक कॉल टैग होता है। बस आपको ग्राहक से पूछताछ कर उसकी जरूरतों को समझना होता है और उसे CRM में उपलब्ध श्रेणियों में बाँटना होता है। उदाहरणतः – टेरिफ प्लान, वेल्थू ऐडिड सेवाएँ, शिकायतें, बिलिंग जानकारी, एक्टिव वी ए एस, सामान्य, ब्लैक कॉल इत्यादि।

## अभ्यास

1. सीआरएम क्या है?

---



---



---

2. सुरक्षा संबंधी सामान्य प्रश्न क्या हैं?

---



---



---

3. किसी ग्राहक का सत्यापन क्यों जरूरी है?

---



---



---

## टिप्पणी

---



---



---

## यूनिट 4.2: कॉल करना एवं उठाना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कॉल करने व उठाने के सिद्धांत को समझना

### 4.2.1 कॉल करना व उठाना

#### कॉल कैसे करते व उठाते हैं?

किसी भी कॉल सेंटर में तकनीक के प्रयोग से काम करना अत्यंत महत्वपूर्ण है और तकनीक का केवल कम्प्यूटर से ही जुड़ा होना जरूरी नहीं है। वर्तमान कॉल सेंटरों में काफी विकसित टेलीफोनो का उपयोग होने लगा है। टेलीफोन सेट भले ही देखने में उलझे हुए लगें लेकिन असल में वो काफी आसानी से प्रयोग होते हैं। कुछ टेलीफोन सेट और बड़े सेवा प्रदाताओं को देखें:



सीसको



अवाया



ऐसवेक्ट

चित्र 4.2.1 टेलीफोन के प्रकार

मोबाईल की तरह ही इन सेटों में भी एक बटन होता है जिससे कॉल का जवाब दिया जा सके। हालांकि अधिकतर कॉल सेंटर में ऑटो आन्सर मोड उपलब्ध होता है जिसमें एक रिंग डिफॉल्ट सेट होता है। यदि आपके पास मैनुअल सेट हैं तो ध्यान रहे कि आपको दो रिंग पर कॉल उठाना है। आपको इससे इतना समय मिल जाएगा कि आपको क्या बोलना है और ग्राहक को भी ज्यादा प्रतिक्रिया नहीं करनी पड़ेगी।

### 4.2.2 कॉल ट्रान्सफर, कॉल होल्ड और कॉल फॉरवर्ड की अवधारणा

हब सब जानते हैं कि टेलीकॉम इंडस्ट्री में काम करना बहुत ही जटिल प्रक्रिया है क्योंकि सारे विवादों का समाधान एक व्यक्ति द्वारा नहीं किया जा सकता है। ऐसी अवस्था में कॉल को दूसरी शाखा में ट्रान्सफर करना पड़ता है। इसलिए ऐसे टेलीफोन सेट बनाए गए हैं जो बहुत सरल और आसानी से काम करते हैं। आइए जानें कॉल हस्तांतरण के लिए किस बटन का प्रयोग होता है:

1. होल्ड बटन को दबाएं।
2. संबंधित डिपार्टमेंट का नंबर मिलाएं।
3. कॉन्फ्रेंस बटन दबाएं।
4. रिलीज़ व ट्रान्सफर बटन दबाकर कॉल समाप्त करें।

अभ्यास



1. आपको कितने समय में एक कॉल का उत्तर देना होता है?

---

---

---

गतिविधि



1. मोबाईल से कॉल उठाने और होल्ड की प्रक्रिया को समझाएं।

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

2. मोबाईल से कॉल ट्रान्सफर की प्रक्रिया को प्रदर्शित करें।

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 4.3: उत्पादों, सेवाओं और प्रक्रियाओं की जानकारी लेना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक को उत्पादों, प्रक्रियाओं और सेवाओं की जानकारी देने की प्रक्रिया को समझना

### 4.3.1 उत्पादों, प्रक्रियाओं और सेवाओं की जानकारी लेना

यहाँ कुछ तरीके दिए गए हैं जिनसे आप जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। आइए उन्हें देखते हैं:

- कम्पनी इंटरनेट और लोगों से बातें करना
- ग्राहक सेवा जानकारी प्रणाली और अकाउंट जानकारी
- कॉल लॉग और बिलिंग प्रणाली

#### कम्पनी इंटरनेट

कम्पनी इंटरनेट वो पहली जगह है जहाँ उत्पादों और सेवाओं की बाजार में लॉन्च की तिथि के अनुसार अपडेट किया जाता है। यह जानकारी प्राप्त करने की सबसे सही जगह है।

#### लोगो से बातें करना

अपने सहभागियों और गाइड से बात करें, यह दिन प्रतिदिन कुछ नया सिखाता है।

#### अन्य विभागों से संपर्क

जब भी आपके पास खाली समय हो तो दूसरे विभागों में संपर्क करें और जानें कि वे जटिल प्रश्नों के लिए क्या कदम उठाते हैं। यह आपकी जानकारी और FCR को बढ़ाने में मदद करेगा।

#### नोटिस बोर्ड पर नज़र रखना

ऑफिस के अन्दर नोटिस बोर्ड पर नज़र बनाए रखें। कंपनियों द्वारा नोटिस बोर्ड पर ज्यादातर उपयोग में लाए जाने स्थानों व रास्तों पर लगाया जाता है जिससे विभिन्न उत्पादों की जानकारी समय-समय पर प्राप्त होती है।

### 4.3.2 स्वैपिंग

कॉल के दौरान एप्लिकेशन पर स्वैप करना आपके एएचटी को कम करने में सहायता करता है। निम्न स्क्रीन को स्वैप करने के कुछ सुझाव दिए गए हैं।

- कीबोर्ड का प्रयोग
- पहले ही ही अनुरोधित जानकारी के बारे में पता होना
- सुनिश्चित करना कि आपने हर जगह लॉगिन किया हो
- कॉल के पूर्ण होने के बाद सुनिश्चित करना कि आपने उसे टैग किया हो
- सुनिश्चित करें कि आप अपने कम्प्यूटर को कॉल के दौरान अनलॉक रखें

अभ्यास



1. एक ग्राहक सेवा अधिकारी को कौन से विभिन्न एप्लिकेशन प्रयोग करने होते हैं?

---



---



---



---

2. विभिन्न एप्लिकेशन में स्विपिंग का क्या महत्व होता है?

---



---



---



---

टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---







**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape

## 5. कंप्यूटर का ज्ञान और अभ्यास



- यूनिट 5.1 – कंप्यूटर का परिचय
- यूनिट 5.2 – एमएस वर्ड
- यूनिट 5.3 – एमएस पावरप्वाइंट
- यूनिट 5.4 – एमएस एक्सेल
- यूनिट 5.5 – इंटरनेट और नेटवर्क
- यूनिट 5.6 – कंप्यूटर टाइपिंग अभ्यास



TEL/N0100, TEL/N0101,  
TEL/N0102, TEL/N0103,  
TEL/N0104

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कम्प्यूटर के परिचय को समझना
2. एमएस-वर्ड के मूल तत्वों को समझना
3. एमएस-पावरप्वाइंट के मूल तत्वों को समझना
4. एमएस-एक्सेल के मूल तत्वों को समझना
5. इंटरनेट और नेटवर्क के मूल तत्वों को समझना
6. कम्प्यूटर टाइपिंग अभ्यास करना

## यूनिट 5.1: कम्प्यूटर का परिचय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कम्प्यूटर के परिचय को समझना

### 5.1.1 कम्प्यूटर का परिचय

यह एक इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस होती है, जिसका आविष्कार चार्ल्स बाबैज ने किया था। कम्प्यूटर एक तरह की मशीन है जो डाटा लेती है, उस पर प्रतिक्रिया देती है और अंत में परिणाम के रूप में एक नई जानकारी उत्पन्न करती है। यह एक सामान्य प्रयोजन डिवाइस है, जो स्वचालित रूप से गणित या तार्किक संचालन कर प्रोग्राम का एक सेट बाहर निकालता है। इसमें कार्य का क्रम बिना किसी समस्या के होता है और यह एक समय पर कई कार्य कर सकता है। एक कम्प्यूटर सामान्य तौर पर इनपुट और आउटपुट के लिए अंग्रेजी भाषा का प्रयोग करता है।



चित्र 5.1.1 कम्प्यूटर

### 5.1.2 कम्प्यूटर हार्डवेयर

कंप्यूटर हार्डवेयर में वे फिजिकल कम्पोनेंट्स शामिल होते हैं जिससे एक कंप्यूटर सिस्टम बनता है। ये एक कंप्यूटर सिस्टम के फिजिकल और मैकेनिकल कम्पोनेंट्स होते हैं, जैसे कि इलेक्ट्रॉनिक सर्किट, चिप, मॉनीटर, डिस्क, डिस्क ड्राइव, की-बोर्ड, मोडम और प्रिंटर। कंप्यूटर के सभी उपकरणों को हार्डवेयर डिवाइस के निम्नलिखित पांच वर्गों में बांटा जा सकता है:

#### इनपुट उपकरण

ये उपकरण मानव को कंप्यूटर में डाटा डालने की सुविधा देते हैं, ताकि कंप्यूटर उसे संसाधित करके सूचना में बदल सके।

की-बोर्ड: की-बोर्ड कंप्यूटरों के साथ इस्तेमाल होने वाला प्रमुख इनपुट उपकरण है।

माउस: माउस एक प्वाइंटिंग उपकरण है, जो आपको कंप्यूटर से अधिक सहज और चित्रात्मक तरीके से संवाद करने में मदद करता है।



चित्र 5.1.2 की-बोर्ड एवं माउस

प्रसंस्करण उपकरण: ये उपकरण आपके डाटा (कच्चे तथ्यों) को सूचना (मानव के लिए उपयोगी) में बदलते हैं।

सीपीयू (सेंट्रल प्रोसेसिंग यूनिट): यह कंप्यूटर का दिमाग होता है, वह कम्पोनेंट जो सारे काम करता है।

मदरबोर्ड (मेन सर्किट बोर्ड): यह सर्किट बोर्ड सभी अलग-अलग कम्पोनेंट्स को एक बॉक्स (सिस्टम यूनिट) के अंदर जोड़ता है।

#### आउटपुट उपकरण

ये उपकरण कंप्यूटर द्वारा प्रसंस्कृत की गई सूचना को मानव के सामने अलग-अलग माध्यमों से प्रस्तुत करते हैं।

मॉनीटर: मॉनीटर या कंप्यूटर स्क्रीन हमें कंप्यूटर के आउटपुट नतीजों को तुरंत प्रदर्शित करते हैं।

प्रिंटर: कंप्यूटर द्वारा प्रसंस्कृत जानकारियों को छापकर देने का कार्य करता है।

### स्टोरेज उपकरण

हार्ड ड्राइव (सेकेंडरी/परमानेंट स्टोरेज): हार्ड ड्राइव या हार्ड डिस्क डाटा को सहेज लेता है, ताकि बाद में हम कंप्यूटर से ये सूचना हासिल कर सकें। कंप्यूटर बंद करने पर भी इसकी सामग्री नष्ट नहीं होती।

इंटरनल मेमोरी (प्राइमरी/टेंपरेरी स्टोरेज): रैंडम एक्सेस मेमोरी (RAM) कंप्यूटर के भीतर लगी एक चिप होती है, जिसमें कंप्यूटर द्वारा प्रसंस्करण के बाद तात्कालिक तौर पर सूचना सहेजी जाती है और कंप्यूटर के बंद करते ही ये सूचना नष्ट हो जाती है।

यूएसबी ड्राइव (रिमूवेबल स्टोरेज): रिमूवेबल मीडिया कंप्यूटर द्वारा प्रसंस्कृत सूचना को कॉपी या मूव करके दूसरी जगह सहेजने की सुविधा देते हैं, ताकि इसे नष्ट होने से बचाया जा सके। पेन ड्राइव यूएसबी ड्राइव का उदाहरण है।



चित्र 5.1.3 मॉनीटर



चित्र 5.1.4 प्रिंटर



चित्र 5.1.5 हार्ड डिस्क



चित्र 5.1.6 आरएएम (रैम)



चित्र 5.1.7 यूएसबी ड्राइव

## 5.1.3 सॉफ्टवेयर

सॉफ्टवेयर निर्देशों का समूह होता है, जो कंप्यूटर पर संचालित होते हैं। ये निर्देश ही कंप्यूटर को बताते हैं कि क्या करना है। सॉफ्टवेयर वह निर्देश होते हैं, जो कंप्यूटर हार्डवेयर को बताते हैं कि क्या करना है। सॉफ्टवेयर दो तरह के होते हैं:

1. सिस्टम सॉफ्टवेयर
2. एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर

**सिस्टम सॉफ्टवेयर:** एक ऑपरेटिंग सिस्टम या OS वह सिस्टम सॉफ्टवेयर है, जो कंप्यूटर हार्डवेयर को एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर या उपयोगकर्ता के साथ संवाद करने के काबिल बनाता है। कंप्यूटर सिस्टम सॉफ्टवेयर के बिना एक कंप्यूटर और इसके सभी एप्लीकेशन



चित्र 5.1.8 अप्लिकेशन सॉफ्टवेयर इन विंडो

प्रोग्राम बेकार हो जाएंगे। यह हार्डवेयर और उपयोगकर्ता/एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर के बीच इंटरफेस या समझ के माध्यम के तौर पर कार्य करता है। विंडोज XP, विंडोज 7, विंडोज 8 ए मैक OS, Linux, Unix आदि सिस्टम सॉफ्टवेयर के तौर पर इस्तेमाल होने वाले ऑपरेटिंग सिस्टम हैं। अन्य तरह के सिस्टम सॉफ्टवेयरों में सिस्टम यूटीलिटी और लैंग्वेज ट्रांसलेटर आते हैं।

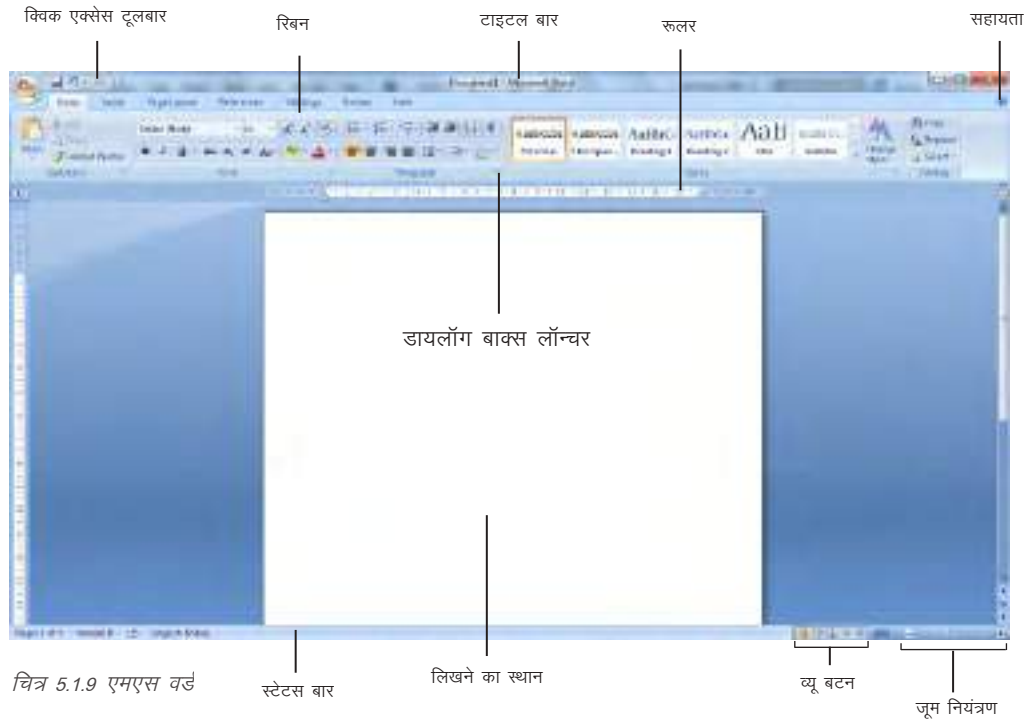
**एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर:** एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर प्रोग्राम या प्रोग्रामों का वह समूह है, जिन्हें अंतिम उपयोगकर्ता के इस्तेमाल के लिए बनाया गया है। एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर, सिस्टम सॉफ्टवेयर पर निर्भर होते हैं, जिनमें प्रोग्राम, वर्ड प्रोसेसर्स, स्प्रेडशीट्स आदि शामिल हैं। एप्लीकेशन सॉफ्टवेयर को सिस्टम सॉफ्टवेयर के साथ भी समझा जा सकता है और अलग से भी। इस यूनिट के अध्यायों में आप डे ऑफिस पैकेज के हिस्सों MS वर्ड, MS एक्सेल और MS पावर प्वाइंट जैसे एप्लीकेशन सॉफ्टवेयरों के बारे में विस्तार से पढ़ेंगे। हालांकि डे ऑफिस पैकेज के बारे में बुनियादी जानकारी यहां दी जा रही है।

- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस वर्ड
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेल

- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पावरप्वाइंट
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस ऑउटलुक
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पब्लिशर
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेस
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस वननोट
- माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस इनफोपाथ

इस यूनिट में हम MS वर्ड, MS एक्सेल और MS पावरप्वाइंट के बारे में सीखेंगे।

**MS वर्ड:** वर्ड प्रोसेसिंग—अक्षरों, रिपोर्टों, फैक्स कवर शीट और अन्य चीजों की टाइपिंग, एडिटिंग और फॉर्मेटिंग— ये कंप्यूटरों के माध्यम से किए जाने वाले आम तरह के कार्य हैं। चाहे आपको कार्यालय में कोई मेमो तैयार करना हो या घर में बैठे-बैठे कोई पत्र लिखना हो, कंप्यूटर और वर्ड प्रोसेसिंग प्रोग्राम आपका समय बचाने और पेशेवर उत्पादन करने के साथ-साथ कहीं अधिक फायदेमंद साबित होता है। इसके फुटनोट्स और अन्य आसान तरह की खूबियां आपको तेजी से डॉक्यूमेंट टेक्स्ट लिखने और उनमें बदलाव करने, सजाने-संवारने का मौका देती हैं। आप इस यूनिट में आगे चलकर वर्ड के कार्यों के साथ-साथ इसकी दमदार खूबियों के बारे में जानेंगे।



- टैम्प्लेट्स— टैम्प्लेट शुरुआती डॉक्यूमेंट होता है, जो डॉक्यूमेंट डिज़ाइन, टेक्स्ट फॉर्मेटिंग और स्थानापन्न या सुझावकारी शब्द या विषय दर्ज करने की सुविधा मुहैया करवाता है। अपना विषय या शब्द इसमें दर्ज करो और डॉक्यूमेंट मुकम्मल हो गया!
- स्टाइल्स— अगर आपको कुछ फॉर्मेटिंग सेटिंग्स अच्छे लगे और उन्हें कुछ शब्दों या दस्तावेजों पर लागू किया है, तो आप इस कांबिनेशन को भविष्य में किन्हीं शब्दों या लेख पर लागू करने के लिए सहेज सकते हैं।
- टेबल्स— टेक्स्ट को रो और कॉलम में दर्ज करने के लिए आप एप्लाइ फॉर्मेटिंग का इस्तेमाल करके टेबल ग्रिड बना सकते हैं।
- ग्राफिक्स— आप अपने दस्तावेज में किसी भी तरह की तस्वीरें जोड़ सकते हैं और यहां तक कि लेख-चित्र (चार्ट) और आरेख (डायग्राम) भी लगा सकते हैं।
- मेल मर्ज— अपने लिए विशिष्ट "फॉर्म लेटर" दस्तावेज बनाएं, जिसमें हरेक प्राप्तकर्ता (या सूची के नामों) के लिए हरेक कॉपी स्वतः ही विशिष्ट रूप से तैयार हो जाती है। वर्ड की मर्जर खूबी आपको एक जैसे लिफाफे और लेबल बनाने में सक्षम बनाती है।

- दस्तावेज की सुरक्षा और पुनर्निरीक्षण— एक दस्तावेज को अनचाहे बदलावों से बचाने और किसी दूसरे द्वारा किए गए बदलावों के बारे में सूचना प्राप्त करने में आपको सक्षम बनाता है। इस तरह एक सहयोगी प्रक्रिया की बदौलत आप दस्तावेज की सामग्री पर नियंत्रण रख सकते हैं।

MS एक्सेल: ये ऐसे स्प्रेडशीट प्रोग्राम हैं, जिनमें फॉर्मूले और फंक्शन की बदौलत संख्यात्मक आंकड़ों की गणना की जाती है और ये व्यापारिक गणनाओं में तेजी लाने के लिए अहम तकनीक है। बिक्री और वित्त संबंधी गणनाओं के लिए अब कंपनी के लोगों को मशीनों, साइंटिफिक कैलकुलेटर्स या



चित्र 5.1.10 एमएस एक्सल

अकाउंटेंटों पर निर्भर रहने की जरूरत नहीं है। यहां तक कि एक नौसिखिया सेल्समैन भी स्प्रेडशीट ग्रिड में कुछ अंक लिखकर और कुछ नये फॉर्मूले डालकर आंकड़ों की गणना कर सकता है। माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेल में आपको गणना योग्य आंकड़े दर्ज करने होते हैं और यह निर्देशित करना होता है कि किन गणितीय विधियों के माध्यम से उन आंकड़ों की गणना की जाए और यह पलों में ही गणना कर देता है। एक्सेल में और भी कार्य किए जा सकते हैं, जैसे पहले से निर्धारित फॉर्मूले जो आपको अर्जित ब्याज निकालने जैसी जटिल गणनाएं करके देते हैं। एक्सेल ना सिर्फ आपको दोषरहित स्प्रेडशीट फॉर्मूले बनाने में सक्षम बनाता है, बल्कि ये आपकी स्प्रेडशीट में दर्ज डाटा की फॉर्मेटिंग करने और उन्हें अधिक पठनीय और पेशेवर रूप देने में भी मदद करता है। इस यूनिट में आगे आप एक्सेल की अनिवार्यताओं और एक्सेल की अहम खूबियों के बारे में पढ़ेंगे:

- वर्कशीट— हरेक फाइल के अंदर आप अपने विस्तृत डाटा को अलग-अलग वर्कशीट्स या पन्नों में दर्ज सूचना के रूप में बांट सकते हो।
- रेंज— एक वर्कशीट में दर्ज डाटा के एक वर्ग को आप नामित कर सकते हो, ताकि बाद में आप किसी फॉर्मूले में इस्तेमाल के लिए उस वर्ग को केवल नाम से चिन्हित करके अपना समय बचा सकते हो।
- नंबर और डाटा वैल्यू फॉर्मेटिंग— आप एक्सेल में नंबर फॉर्मेटिंग कर सकते हो। यह एक्सेल को निर्देशित करेगा कि किसी अंक को कैसे दिखाना है, उनमें कितने दशमलव अंक दिखाए जाने चाहिए और क्या उनमें प्रतिशत या डॉलर का चिन्ह दिखाया जाना चाहिए। आप यह निर्दिष्ट करने के लिए भी डाटा फॉर्मेट कर सकते हैं कि एक डाटा कैसा दिखाई दे।
- चार्ट्स — एक्सेल में एक चार्ट के जरिये आप अपने डाटा को अर्थपूर्ण तस्वीर में बदल सकते हो। एक्सेल विभिन्न तरह के चार्ट प्रकार, लेआउट और फॉर्मेट उपलब्ध करवाता है, जिनकी बदौलत आप अपने नतीजों को स्पष्ट तरीके से दर्शा सकें।

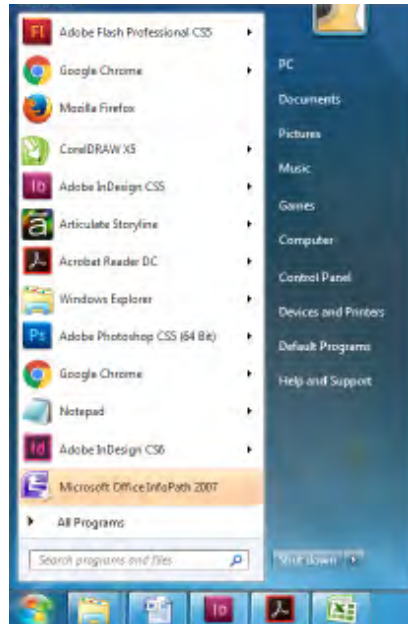
माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पावर प्वाइंट— माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पावर प्वाइंट प्रेजेंटेशन ग्राफिक्स प्रोग्राम आपको सूचना और विचारों को ऑनस्क्रीन स्लाइड शो के रूप में और मुद्रित पृष्ठों के प्रदर्शित करने में सक्षम बनाते हैं। हर स्लाइड में एक मुख्य विषय और उसके समर्थन में कुछ बिंदुओं को दर्ज करने और उन्हें प्रभावशाली तरीके से व्यक्त करने के लिए चार्ट और तस्वीरें लगाने का स्थान होता है। इस तरह, पावर प्वाइंट आपको अपनी सूचना को अलग-अलग हिस्सों में बांटने में मदद करता है, जिससे कि सुनने या देखने वाले लोग इन्हें आसानी से समझ सकें। यूनिट में आगे आप ना सिर्फ बुनियादी प्रेजेंटेशन का ढांचा बनाने और उसमें जानकारीयां दर्ज करने के बारे में सीखेंगे, बल्कि पावर प्वाइंट की निम्नलिखित खूबियों के इस्तेमाल के बारे में भी जानेंगे:

- लेआउट्स — थीम्स और मास्टर्स पावर प्वाइंट की ये खूबियां सामग्री की प्रेजेंटेशन को नियंत्रित करती हैं और यह एक या सभी स्लाइडों पर दिखाई देती हैं। आप त्वरित रूप से एक स्लाइड या पूरी प्रेजेंटेशन पर इन्हें लागू कर सकते हो।
- टेबल और चार्ट — वर्ड और एक्सेल के ही समान पावर प्वाइंट भी आपको अपनी जानकारीयां को रो और कॉलम में दर्ज करके टेबल के रूप में प्रदर्शित करने की सुविधा देता है। चार्ट के रूप में आंकड़ों को दिखाने के लिए पावर प्वाइंट एक्सेल के साथ काम करता है। इसलिए एक्सेल में चार्ट बनाने का हुनर आपको पावर प्वाइंट में चार्ट बनाने में सुविधा देगा।



चित्र 5.1.11 एमएस पावर प्वाइंट

- एनीमेशन और ट्रांजीशन – शब्द और अन्य चीजों का स्लाइड में प्रवेश को विशेष बनाया जा सकता है, जैसे कि जब आप स्लाइड शो चलाएं तो वे स्क्रीन पर उड़ते हुए अंदर आएंगे। उसके अलावा, स्लाइड में एनीमेशन का इस्तेमाल करके आप स्लाइड की स्क्रीन पर प्रस्तुति का तरीका तय कर सकते हैं, जैसे कि घुलता हुए या पोंछते हुए अंदर आना।
- लाइव प्रेजेंटेशन – पावर प्वाइंट कई सारे विकल्प देता है, जिससे हम स्क्रीन पर स्लाइड शो की प्रस्तुति को नियंत्रित, सजावटी और प्रभावी बना सकते हैं। आप स्क्रीन पर स्लाइडों को छुपाने या स्लाइडों को जम्प करवाने जैसे तरीकों का इस्तेमाल सकते हैं।



चित्र 5.1.12 स्टार्ट मेन्यू

### एक एप्लीकेशन शुरू करना (विंडोज 7 या उससे पहले का)

1. विंडोज टास्कबार के बाईं तरफ अंत में बने स्टार्ट बटन पर क्लिक करें या विंडोज की को दबाएं। टास्कबार विंडो के डेस्कटॉप के निचली तरफ प्रकट होता है। स्टार्ट मेन्यू खुलता है।
2. प्रोग्राम्स/ऑल प्रोग्राम्स पर क्लिक करें। प्रोग्रामों की एक सूची दिखाई देगी। XP में यह स्टार्ट मेन्यू के सब मेन्यू के तौर पर दिखेगा। विंडोज 7 में यह सूची स्टार्ट मेन्यू के बाईं तरफ की कतार में दिखेगी।
3. माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पर क्लिक करने पर उपलब्ध ऑफिस प्रोग्राम प्रकट होंगे।
4. इच्छित ऑफिस प्रोग्राम पर क्लिक करें। उस प्रोग्राम की विंडो स्क्रीन पर खुल आएगी।

प्रोग्राम को सीधे शुरू करने के लिए, आप कंप्यूटर के डेस्कटॉप पर उसका एक शॉर्टकट आइकन भी बना सकते हो। इसके लिए स्टार्ट मेन्यू से एप्लीकेशन के नाम ड्रैग करते हुए डेस्कटॉप पर लाएं। एक शॉर्टकट आइकन उभर आएगा। अब प्रोग्राम को चालू करने के लिए आइकन पर दो बार क्लिक करें।

**एप्लीकेशन को बंद करना:** जब आप एप्लीकेशन में काम खत्म कर लेते हैं तब एप्लीकेशन को बंद करने पर वह सिस्टम मेमोरी में से हट जाता है और अन्य कार्यों के लिए मेमोरी में स्थान खाली कर देता है। एप्लीकेशन को बंद करने से एक फायदा यह भी होता है कि कोई भी अवांछित व्यक्ति सुरक्षित दस्तावेज को नहीं देख पाता। आप एप्लीकेशन को बंद करने के लिए निम्नलिखित तीन तरीकों में से कोई अपना सकते हो:

- Alt+F4 और प्रोग्राम विंडो फाइल मेन्यू के उपर बाएं किनारे पर दर्ज माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस बटन (इस किताब में ऑफिस बटन के तौर पर दर्ज) को दबाएं (देखें चित्र 1–14) और फिर एग्जिट प्रोग्राम नेम पर क्लिक करें।
- उपर दाएं किनारे पर बने प्रोग्राम विंडो (X) क्लोज बटन पर क्लिक करें।

अगर आपको एक मैसेज बॉक्स दिखाई दे तो इसका अर्थ है कि आपने फाइल में किए गए सभी बदलावों को सेव नहीं किया है। बदलावों को सेव करने के लिए “YES” पर क्लिक करें। फाइल और एप्लीकेशन, दोनों ही बंद हो जाएंगे।



अभ्यास



1. इनपुट डिवाइस को पहचाने:
  - a. मॉनीटर
  - b. प्रिंटर
  - c. की-बोर्ड
  - d. माउस
5. आउटपुट डिवाइस को पहचाने:
  - a. मॉनीटर
  - b. प्रिंटर
  - c. की-बोर्ड
  - d. माउस
3. इनमें से कौन सा एक स्टोरेज उपकरण नहीं है?
  - a. पेन ड्राइव
  - b. हार्ड ड्राइव
  - c. माउस
  - d. आरएएम

टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## यूनिट 5.2: एमएस वर्ड

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. एमएस-वर्ड के मूल तत्वों को समझना

### 5.2.1 माइक्रोसॉफ्ट वर्ड

माइक्रोसॉफ्ट वर्ड एक वर्ड प्रोसेसिंग सॉफ्टवेयर पैकेज है। आप इसे पत्र, रिपोर्ट और अन्य तरह के दस्तावेज लिखने में इस्तेमाल कर सकते हो। यह मॉड्यूल माइक्रोसॉफ्ट की बुनियादी बातें सिखाता है। माइक्रोसॉफ्ट वर्ड पिछले संस्करणों से इतना भिन्न है कि अनुभवी उपयोगकर्ता भी इसे लाभप्रद पाएंगे।



चित्र 5.2.1 एमएस वर्ड

### 5.2.2 एमएस वर्ड पर साथ कार्य करना

#### वर्ड को खोलना

यह हो सकता है, आपके डेस्कटॉप पर वर्ड का शॉर्टकट हो, अगर है तो उसके आइकॉन पर डबल क्लिक करें और वर्ड खुल जाएगा। अगर नहीं, तो नीचे लिखे कार्यों का अनुसरण करें:

1. Start बटन पर क्लिक करें
2. Programs को हाइलाइट करें।
3. Micr को हाइलाइट करें।
4. Micr पर क्लिक करें।

नया डॉक्यूमेंट बनाना

5. File टैब पर और फिर New पर क्लिक करें।
6. उपलब्ध टेम्प्लेट्स के नीचे Blank Document पर क्लिक करें।
7. Create पर क्लिक करें।

#### डॉक्यूमेंट को खोलना

1. File टैब पर और फिर Open पर क्लिक करें।
2. खुले हुए डायलॉग बॉक्स के बाएं किनारे पर, ड्राइव या फोल्डर पर क्लिक करें जिसमें दस्तावेज है।
3. ओपन डायलॉग बॉक्स के दाईं तरफ से वह फोल्डर खोलें जिसमें आपका इच्छित दस्तावेज मौजूद है।
4. डॉक्यूमेंट पर और फिर Open पर क्लिक करें।

### 5.2.3 टाइटल बार

विंडो के सबसे ऊपर अंकित टाइटल बार उस फाइल का नाम दिखाता है, जिसका इस्तेमाल हो रहा है। उदाहरण के तौर पर, जैसा कि निचली तस्वीर में देखा जा सकता है, टाइटल बार उस प्रोग्राम और डॉक्यूमेंट का नाम दिखा रहा है, जिसे फिलहाल एडिट किया जा रहा है।

क्विक एक्सेस टूलबार: क्विक एक्सेस टूलबार में कुछ ऐसी कमांड्स होती हैं, जो उंगलियों पर रखी जा सकती हैं। यह फाइल के बाईं ओर सबसे उपर फाइल और होम टैब के उपर स्थित होती हैं।

आप क्विक एक्सेस टूलबार के दाईं तरफ ऐरो पर क्लिक करके इन कमांड को जोड़ या हटा सकते हैं। अगर आप दस्तावेज में कोई गलती कर बैठे हैं, तो बस Undo कमांड पर क्लिक करें और यह आपके द्वारा की गई अंतिम चीज को हटा देगा।

विंडोज कंट्रोल बटन: यह वे बटन हैं जो हमेशा एप्लीकेशन के दाईं तरफ के कोने पर सबसे उपर दिखाई देते हैं। हम इन बटनों को एप्लीकेशन को छोटा-बड़ा करने, रेस्टोर करने, मूव करने या बंद करने के लिए इस्तेमाल कर सकते हैं।



चित्र 5.2.2 टाइटल बार

### 5.2.4 रिबन

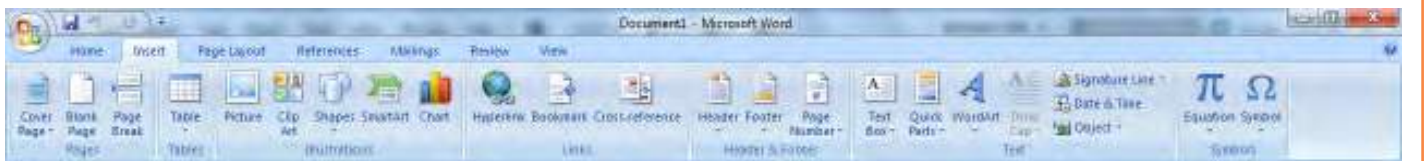
रिबन की समझ हमें MS ऑफिस के संस्करण में हुए बदलावों को समझने में बहुत अहम मदद करती है। रिबन में माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस के पिछले संस्करणों के बारे में सारी जानकारी दर्ज होती है। यह जानकारी अधिक दृश्यपरक और क्रमबद्ध तरीके से कई सारे टैब में दर्ज होती है, जिनमें प्रोग्राम फीचर्स की अनगिनत किस्में होती हैं।

होम टैब: फॉन्ट और पैराग्राफ बदलाव जैसी सभी टेक्स्ट फॉर्मेटिंग खूबियों वाला यह टैब सबसे अधिक इस्तेमाल किया जाता है।



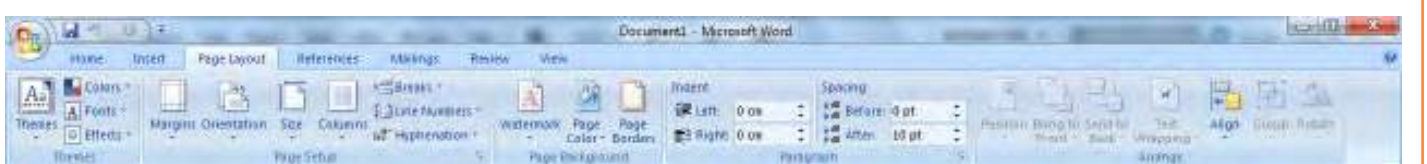
चित्र 5.2.3 होम टैब

इंsert टैब: यह टैब आपको एक दस्तावेज के भीतर तस्वीरों, क्लिप आर्ट, तालिका और हैडर-फुटर के रूप में बहुत सी चीजें डालने की सुविधा देता है।



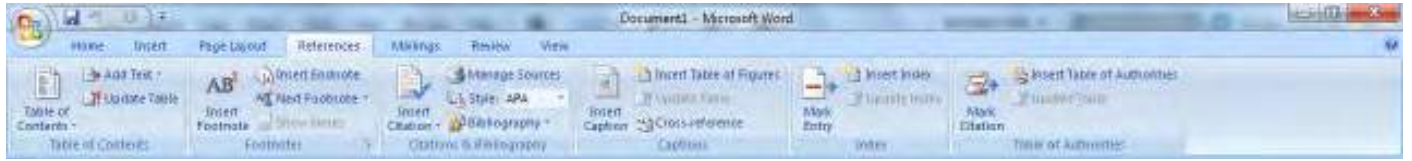
चित्र 5.2.4 इनसर्ट टैब

पेज लेआउट टैब: यह टैब पन्ने का आकार संतुलित करने में जैसे कि मार्जिन, ओरिएंटेशन, कॉलम जोड़ने, पृष्ठभूमि और थीम तैयार करने में मदद करने वाली कमांड्स उपलब्ध करवाता है।



चित्र 5.2.5 पेज लेआउट टैब

रेफरेंस टैब: इस टैब वे कमांड्स होती हैं, जिनका इस्तेमाल किसी पन्ने के लिए विषय सूची और उद्धरण पृष्ठ की तालिका बनाने के लिए किया जाता है। ये दस्तावेज निर्माण के इस कठिन कार्य के लिए आसान समाधान मुहैया करवाते हैं।



चित्र 5.2.6 रेफरेंस टैब

मेलिंग टैब: यह टैब ई-मेल भेजते समय मदद करने के लिए डॉक्यूमेंट बनाना आपके लिए संभव बनाता है, जैसे लिफाफों, लेबलों को प्रिंट करना और मेल मर्ज को प्रोसेस करना।



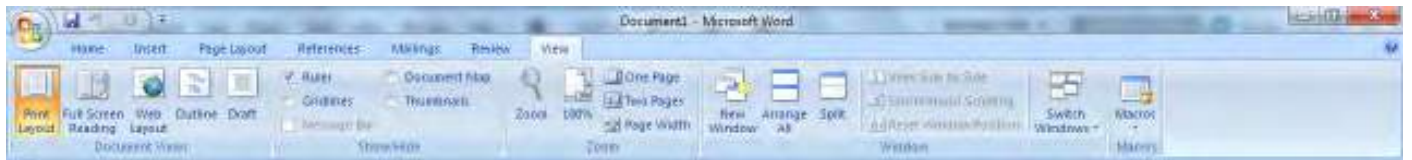
चित्र 5.2.7 मेलिंग टैब

रिव्यू टैब: यह टैब आपको किसी दस्तावेज की वर्तनी और व्याकरण संबंधी गलतियों को दूर करने में मदद करता है। यह आपको बदलाव की जानकारी दर्ज करने और शब्द के साथ दिखाई देने वाली टिप्पणी लिखने की भी सुविधा देता है, ताकि दस्तावेज का इस्तेमाल करने वाला कोई अन्य व्यक्ति इस बदलाव के बारे में समझ सके।



चित्र 5.2.8 रिव्यू टैब

व्यू टैब: यह टैब आपके दस्तावेज के दृश्य को दो पन्नों के दस्तावेज में बदलने या उसे जूम करने में मदद करता है।



चित्र 5.2.9 व्यू टैब

## 5.2.5 टेक्स्ट लिखना

दस्तावेज में पन्ने के बायें कोने पर झपकती खड़ी रेखा को देखो, जो यह दिखाती है कि आपके द्वारा टाइप किया गया शब्द कहां दर्ज हुआ है। वर्ड आपके द्वारा टाइप किए जाने की प्रतीक्षा करता है। अगर आप पन्ने के आरंभ की बजाय नीचे किसी जगह से लिखना शुरू करना चाहते हैं, तो की-बोर्ड की ENTER की को दबाते रहें, जब तक कि कर्सर लिखने की वांछित जगह तक ना पहुंच जाए।

जैसे ही आप टाइप करना या लिखना शुरू करेंगे, कर्सर दाईं ओर आगे बढ़ने लगेगा। अगर आप पंक्ति के अंत में पहुंच गए हो, तो भी लिखना जारी रखें। शब्द और कर्सर स्वतः ही अगली पंक्ति में पहुंच जाएगा।

जब आप पहला पैरा खत्म कर लें, तो दूसरे पैरे में लिखने के लिए फिर से ENTER की दबाएं। अगर आप दोनों पैरों (या किन्ही भी दो पैरों) में ज्यादा जगह चाहते हैं, तो एक बार फिर से ENTER दबाएं और तब अपना दूसरा पैरा लिखना शुरू करें।



चित्र 5.2.10 वर्ड के एक डॉक्यूमेंट में टेक्स्ट लिखना

अगर आपने लिखते समय कोई गलती कर दी, तो सिर्फ BACKSPACE बटन को दबाकर आप कर्सर के बाईं ओर दिखाई दे रहे उन गलत अक्षरों या शब्दों को मिटा सकते हैं। अगर आप इंसर्शन लाइन के दाईं ओर के शब्दों या अक्षरों को मिटाना चाहते हैं, तो DELETE बटन को दबाएं।

## 5.2.6 टेक्स्ट की फॉर्मेटिंग

### टेक्स्ट फॉर्मेटिंग

- फॉन्ट: एक जैसे दिखने वाले अक्षरों का समूह।
- फॉन्ट ऐट्रिब्यूट्स: फॉन्ट को उन्नत करने वाले सुधार या जोड़।
- फॉन्ट साइज: अक्षरों का आकार।
- टाइप फेस: समान अंदाज और डिजाइन वाले अक्षरों का समूह
- बोल्ड/बोल्डफेस: फॉर्मेटिंग विकल्प, जिससे कि चिन्हित अक्षरों को आम अक्षरों से अधिक गहरा रंग दिया जा सकता है।
- इटैलिक्स: अक्षरों को हल्का सा दाएं तरफ टेढ़ा किया जाता है।
- सबस्क्रिप्ट: शब्दों को खड़े रूप में छोटा करके  $H_2O$ , 2 जैसा सबस्क्रिप्ट रूप दिया जाता है।
- सुपरस्क्रिप्ट: शब्दों को खड़े रूप में बड़ा करके  $X^2$ , 2 जैसा सबस्क्रिप्ट रूप दिया जाता है।
- अंडरलाइन: शब्द के नीचे एक समानांतर रेखा लगाई जाती है।
- बुलेटिड लिस्ट: अहम बिंदुओं की सूची, हरेक बिंदु को महत्व देने के लिए उनके आगे एक चिन्ह लगाया जाता है।
- मॉडिफाइंग फॉन्ट्स: फॉन्ट्स का समूह, जो आपको अक्षरों और शब्दों का फॉन्ट शैली, आकार, रंग और अन्य तत्व बदलने की छूट देता है।
- जिन शब्दों या लेख को आप बदलना चाहते हैं, उसे चिन्हित करें और फॉन्ट स्टाइल के ड्रॉप डाउन ऐरो पर क्लिक करें और फॉन्ट आकार और अन्य बदलावों को चुनें, जो आप करना चाहते हैं।
- जब अक्षर या लेख चिन्हित किया हुआ है, तब आप टेक्स्ट को और ज्यादा बदलने के लिए कलर, बोल्ड, इटैलिक या अंडरलाइन पर क्लिक कर सकते हैं।



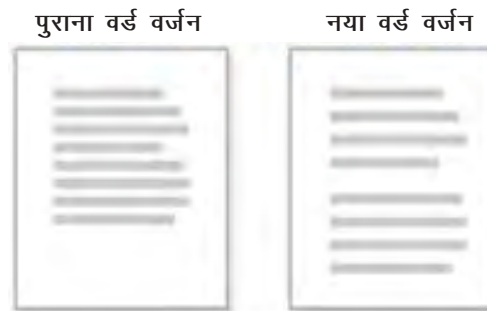
चित्र 5.2.11 टेक्स्ट को फॉर्मेट करना

## 5.2.7 डॉक्यूमेंट की फॉर्मेटिंग

लाइन स्पेसिंग को एडजस्ट करना: दो डिफाल्ट स्पेसिंग 1.15 लाइन स्पेसिंग और प्रत्येक पैराग्राफ के बाद 10 प्वाइंट्स है। पूर्ववती डै वर्ड डॉक्यूमेंट्स में डिफाल्ट स्पेसिंग थी, पंक्तियों के बीच 1.0 और पैराग्राफों के बीच कोई रिक्त लाइन नहीं।

पूरे दस्तावेज में लाइन स्पेसिंग को बदलने का आसान तरीका उस पूरे डॉक्यूमेंट या पैराग्राफ को हाइलाइट करना है। जिसमें आप लाइन स्पेसिंग को बदलना चाहते हैं।

1. Home टैब पर, Paragraph ग्रुप में Line Spacing पर क्लिक करो।
2. आप जितनी लाइन स्पेसिंग चाहते हैं, उस पर क्लिक करें।
  - अपने अनुसार लाइनों के बीच की दूरी देने के लिए नम्बर संख्या पर क्लिक करें। उदाहरण के तौर पर, 1.0 पर क्लिक करके दो पंक्तियों में एक पंक्ति का रिक्त स्थान बन जाता है, जैसे कि पुराने वर्ड संस्करणों में होता था। इसी तरह 2.0 पर क्लिक करके दो पंक्तियों के बराबर रिक्त स्थान बन जाता है। वर्ड में पूर्व निर्धारित स्पेसिंग के लिए 1.15 पर क्लिक करें। पूर्व निर्धारित तौर पर पैराग्राफ के साथ जुड़ी हुई किसी अतिरिक्त लाइन को खत्म करने के लिए Remove Space Before Paragraph पर क्लिक करें।



चित्र 5.2.12 लाइनों के बीच की दूरी को एडजस्ट करना



चित्र 5.2.13 लाइन स्पेसिंग ऑप्शन



## पैराग्राफ फार्मेटिंग

- एलाइमेंट: यह लाइनों में टेक्स्ट की दिशा को नियंत्रित करता है, जैसे दाएं, बाएं, बीच।
- फुल जस्टिफाइड: इससे लाइनों में टेक्स्ट को बाएं और दाएं दोनों तरफ रखा जा सकता है।
- बाएं जस्टिफिकेशन: डॉक्यूमेंट को बाएं स्लाइड को बाएं तरफ करना।
- दाएं जस्टिफिकेशन: डॉक्यूमेंट को बाएं स्लाइड को दाएं तरफ करना।
- सेंटर जस्टिफिकेशन: यह प्रक्रिया टेक्स्ट को बीच में जगह देती है।
- लाइन स्पेसिंग: दो लाइनों की बीच की स्पेसिंग आदि दूरी को बढ़ाना
- पेज ब्रेक: पेज को दो हिस्सों में बांटने का कार्य करता है।
- टैब की: यह लिखे गए टेक्स्ट में कर्सर को आगे ले जाने में सहायता करता है।



चित्र 5.2.14 पैराग्राफ फार्मेटिंग

## पेज ओरिएंटेशन

पूरे दस्तावेज या उसके किसी भाग के लिए, आप पोर्ट्रेट (वर्टिकल) या लैंडस्केप (हॉरीज़ेंटल) ओरिएंटेशन को चुन सकते हैं। पेज ओरिएंटेशन को बदलने के लिए:

1. Page Setup समूह में Page Layout टैब में Orientation पर क्लिक करें।
2. Portrait या Landscape पर क्लिक करें।

## बुलेटिड या नम्बर्ड लिस्टसूची

आप टेक्स्ट की लाइनों के लिए आसानी से बुलेट या नंबर डाल सकते हैं, या आपके द्वारा टाइप किए जाने के साथ-साथ वर्ड स्वतः ही यह कार्य कर देगा। डिफाल्ट के रूप में, यदि आप एक नंबर या तारक चिह्न के साथ पैराग्राफ शुरू करते हैं। वर्ड समझ जाता है कि आप बुलेटिड या नम्बर्ड लिस्ट से शुरुआत करना चाहते हैं। अगर आप अपने टेक्स्ट को एक लिस्ट में नहीं बदलने देना चाहते हैं, तो आप दिखाई दे रहे ऑटो करेक्ट ऑप्शन बटन पर क्लिक कर सकते हैं

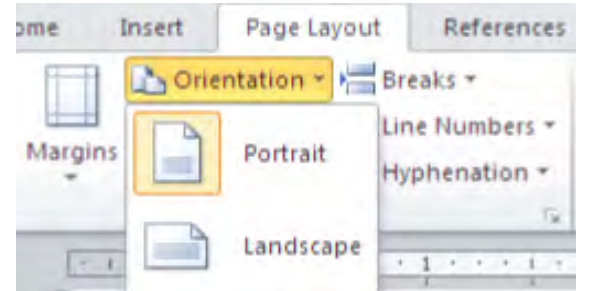
1. बुलेट कमांड
2. नम्बर्ड कमांड

बुलेट या नम्बर इनसर्ट करना:

1. उस स्थान पर क्लिक करें, जहां आप अपनी लिस्ट को देखना चाहते हैं या उस टेक्स्ट को हाइलाइट करें, जिसे आप एक लिस्ट में चाहते हैं।
2. Home टैब पर जायें, Paragraph ग्रुप में Bullets या Numbering पर क्लिक करें।
3. बुलेट (तारांकन) या नंबर (क्रमांकन) दर्ज हो जाएंगे।

बुलेट और नम्बरिंग स्टाइल का चुनाव करना:

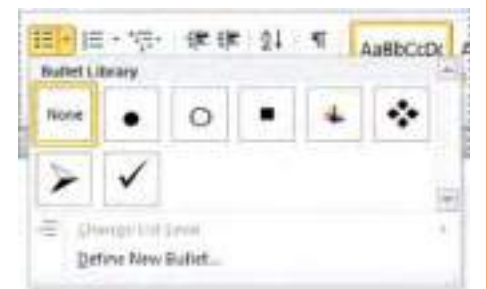
1. उन आइटमों को सेलेक्ट करें, जिनमें आप बुलेट या नंबर डालना चाहते हैं।
2. Home टैब पर, Paragraph ग्रुप में, बुलेट्स या Numbering कमांड के साथ मौजूद ऐरो पर क्लिक करें।



चित्र 5.2.15 पेज ओरिएंटेशन



चित्र 5.2.16 बुलेट और नम्बर्ड सूची



चित्र 5.2.17 बुलेट और नम्बर्ड स्टाइल

3. उस बुलेटया नंबर फॉर्मेट को चुनें, जो आप डालना चाहेंगे।

### ग्राफिक्स के साथ काम करना

आकृतियां डालना: आप जटिल आकृति या ड्राइंग बनाने के लिए अपनी फाइल में एक या एक से अधिक आकृतियों को एकसाथ जोड़ सकते हैं। उपलब्ध आकृतियों में रेखाएं, बुनियादी ज्यामितीय आकार, तीर, समीकरणीय आकार, अनुक्रमीय चार्ट आकार, तारे, बैनर और कॉलआउट शामिल हैं। एक या एक से अधिक आकार जोड़ने के बाद, आप उसमें शब्द, तारांकन, क्रमांकन और अन्य प्रारूप जोड़ सकते हैं।

1. Insert टैब पर, Illustra ग्रुप में, Shapes पर क्लिक करें।
2. एक ड्रॉप डाउन मेन्यू दिखाई देगा, इच्छित आकृति पर क्लिक करें।
3. दस्तावेज में कहीं भी क्लिक करें, और फिर आकृति को वहां रखने के लिए ड्रैग करें या खींच कर लाएं।

ड्राइंग टूल फॉर्मेट टैब आपके लिए आकृति बदलना, किनारे भरना, एफेक्ट्स डालना और यह सेलेक्ट करना संभव बनाता है कि आपके डॉक्यूमेंट में टेक्स्ट किस तरह से आकृति के चारों ओर लिपटा होगा।

शेप्स डिलीट करना: यदि आपको कोई शेप डिलीट करनी है तो केवल आपको उसे सिलेक्ट करके डिलीट बटन दबाने की आवश्यकता होती है।



चित्र 5.2.18 विभिन्न प्रकार की शेप्स डालना



चित्र 5.2.19 टेक्स्ट बॉक्स

टेक्स्ट बॉक्स इनसर्ट करना: यह बॉक्स इनसर्ट करने के बाद आप डॉक्यूमेंट में कहीं भी लिख सकते हैं।

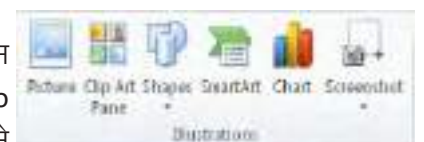
1. Insert टैब के Text ग्रुप में Text Box पर क्लिक करें और एक ड्रॉप डाउन मेन्यू दिखाई देगा।
2. अपना टेक्स्ट बॉक्स बनाने के लिए मेन्यू में से टेक्स्ट बॉक्स टैम्पलेट पर क्लिक करें या ड्रॉप डाउन मेन्यू में नीचे Text Box पर क्लिक करें।
3. अगर आप अपना टेक्स्ट बॉक्स बनाना चाहते हैं, तो आपको पहले डॉक्यूमेंट पर क्लिक करना होगा और फिर ड्रैग करके उस आकृति का टेक्स्ट बॉक्स बनाना होगा जो आप चाहते हैं।
4. एक टेक्स्ट बॉक्स में टेक्स्ट डालने के लिए, टेक्स्ट बॉक्स के अंदर क्लिक करें, और फिर टाइप करें या टेक्स्ट को पेस्ट करें।
5. एक टेक्स्ट बॉक्स के भीतर टेक्स्ट को फॉर्मेट करने के लिए, टेक्स्ट को सेलेक्ट करें, और फिर Home टैब पर Font ग्रुप में फॉर्मेटिंग के विकल्पों का इस्तेमाल करें।
6. अगर आप बॉक्स को हिलाना चाहते हैं, तो पहले उस पर क्लिक करें। जब प्वाइंटर एक तीर जैसा बन जाए, तो बॉक्स को ड्रैग करते या खींचते हुए नए स्थान तक ले जाएं।

वर्ड आर्ट: वर्ड आर्ट का इस्तेमाल आपके दस्तावेज को विशेष टेक्स्ट एफेक्ट्स देने के लिए किया जा सकता है। उदाहरण के तौर पर आप एक शीर्षक को खींच सकते हो। शब्दों को तिरछा कर सकते हो। पूर्वनिर्धारित स्थान के भीतर शब्दों को समा सकते हो या एक ग्रेडिएंट फिल डाल सकते हो। अपने दस्तावेज में क्लिप आर्ट डालने के लिए निम्नलिखित चरणों का अनुसरण करें:

1. Insert टैब पर, Text ग्रुप में Word Art पर क्लिक करें।
2. एक ड्रॉप डाउन मेन्यू दिखाई देगा, उस Word Art Style पर क्लिक करें जो आप चाहते हैं।
3. एक टेक्स्ट बॉक्स दिखाई देगा, जिसमें लिखा होगा "Enter your text here" अपना टेक्स्ट एंटर करें।

क्लिप आर्ट इनसर्ट करना:

1. Insert टैब पर, Illustra ग्रुप में Clip Art पर क्लिप करें।
2. आपकी स्क्रीन की दाईं तरफ एक क्लिप आर्ट टास्कपैन दिखाई देगा, इसके सर्च बॉक्स में वह नाम या वाक्य लिखें, जो आपके इच्छित क्लिप आर्टका वर्णन करता हो। Go पर क्लिक करें। नतीजों की सूची में से उस क्लिप आर्ट पर डबल क्लिक करें जिसे आप अपने डॉक्यूमेंट में एंटर करना चाहते हैं।



चित्र 5.2.20 क्लिप आर्ट

फोटो इनसर्ट करना:

1. Insert टैब पर, Illustra ग्रुप में, Picture पर क्लिक करें। उस तस्वीर को ढूँढें जिसे आप डालना चाहते हैं। उदाहरण के तौर पर आपके पास माई डॉक्यूमेंट्स फोल्डर में वह तस्वीर है, जो आप चाहते हैं। जिस तस्वीर को आप डालना चाहते हैं, उस पर डबल क्लिक करें और वह आपके डॉक्यूमेंट में दिखने लगेगी।

## 5.2.8 एडवांस तकनीक फॉर्मेटिंग

### कॉलम बनाना

ब्रोशर, न्यूज़लैटर जैसे डॉक्यूमेंट्स में या सूचियां बनाते समय स्थान बचाने के लिए कॉलमों को इस्तेमाल किया जा सकता है।

1. Page Layout टैब पर जाएं, Page Setup ग्रुप में, Columns पर क्लिक करें।
2. जो लेआउट आप चाहते हैं, उस पर क्लिक करें। आपका दस्तावेज कॉलम के रूप में फॉर्मेट हो जाएगा।

### स्मार्ट आर्ट ग्राफिक

एक स्मार्ट आर्ट ग्राफिक आपकी सूचना का सचित्र निरूपण है, जिसे आप अनेक ग्राफिक लेआउट्स में से चुनकर आसानी से और जल्दी से बना सकते हैं, ताकि आप अपने संदेश या विचारों को असरदार ढंग से सूचित कर सकें। आप एक्सेल, आउटलुक, पावर प्वाइंट और वर्ड में स्मार्ट आर्ट ग्राफिक्स बना सकते हैं।

### स्मार्टआर्ट ग्राफिक बनाना

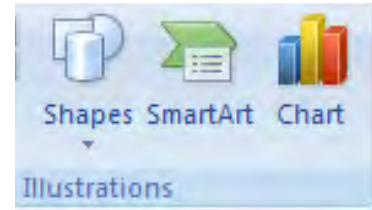
1. Insert टैब पर, Illustra group में, SmartArt पर क्लिक करें।
2. Choose a SmartArt Graphic डायलॉग बॉक्स में क्लिक करके इच्छित लेआउट और उसकी किस्म को चुनें।
3. निम्नलिखित का अनुसरण करते हुए अपना टेक्स्ट एंटर करें।
4. टेक्स्ट पैन में क्लिक (Text) करें और अपना टेक्स्ट टाइप करें।
5. किसी दूसरे स्थान से शब्द कॉपी करें और टेक्स्ट पैन में क्लिक (Text) करें और फिर अपना टेक्स्ट पेस्ट करें।

### स्मार्टआर्ट ग्राफिक शेप को डालना और हटाना

1. अगर आप दूसरी आकृति के रूप में डालना चाहते हैं तो SmartArt graph को क्लिक करें।
2. उस मौजूदा आकृति पर क्लिक करें जो उस जगह के सबसे करीब है जहां आप नई आकृति डालना चाहते हैं।
3. Design टैब पर, SmartArt Tools के Create Graphic group में Add Shape पर क्लिक करें।
4. सेलेक्टड आकृति या शेप के बाद आकृति डालने के लिए er पर क्लिक करें।
5. सेलेक्टड आकृति से पहले नई आकृति डालने के लिए er पर क्लिक करें।
6. निम्न में से एक करें:
  - I. यदि आपको एक शेप में और शेप आगे डालनी है तो उसे सिलेक्ट करके एड शेप ऑप्टर
  - II. यदि आपको एक शेप में और शेप पीछे डालनी है तो उसे सिलेक्ट करके एड शेप बिफोर



चित्र 5.2.21 फॉर्मेटिंग तकनीक



चित्र 5.2.22 स्पष्टीकरण



चित्र 5.2.23 स्मार्टआर्ट बनाना

## 5.2.9 टेबल

वर्ड में तालिकाओं का इस्तेमाल किसी भी डॉक्यूमेंट में आपको अतिरिक्त तत्व उपलब्ध करा सकता है। सूचियां बनाने और एक सुव्यवस्थित तरीके से टेक्स्ट को फॉर्मेट करने के लिए तालिकाओं को इस्तेमाल किया जा सकता है।

### टेबल इनसर्ट करना

1. Insert टैब पर, Tables ग्रुप में, Table पर क्लिक करें।
2. एक ड्रॉप डाउन बॉक्स दिखाई देगा, (वहां क्लिक करें और माउस को थामकर रखें, फिर कतारों एवं कॉलमों की उस संख्या को ड्रैग करें जो आप अपने डॉक्यूमेंट में डालना चाहते हैं। जब आप ग्रिड को ड्रैग करेंगे, तब आपको डॉक्यूमेंट में तालिका प्रकट होती हुई दिखाई देगी।
3. जब आप इच्छित संख्या में कॉलमों और कतारों को हाइलाइट कर लेते हैं, तो उसके बाद माउस को छोड़ दें और आपके डॉक्यूमेंट में तालिका या टेबल दर्ज हो जाएगी।

टेबल में रो/कॉलम डालना

1. Table पर क्लिक करें।
2. टेबल टूल्स के अंतर्गत आते Layout टैब पर जाएं।
3. एक पंक्ति जोड़ने के लिए Insert Above या Insert Below पर क्लिक करें। कॉलम जोड़ने के लिए Insert Left या Insert Right पर क्लिक करें।
4. कॉलम, पंक्ति या कोई सेल हटाने के लिए Delete पर क्लिक करें।

### टेबल को डिलीट करना

1. प्वाइंटर को तब तक टेबल पर रखें, जब तक कि मूव हैंडल दिखाई ना दे, और तब Table move handle पर क्लिक करें।
2. अपने की-बोर्ड पर बैकस्पेस दबाएं।

टेबल की सामग्री को मिटाना: आप एक टेबल की सामग्री, उसके सेल, पंक्ति या कॉलम या पूरा टेबल ही मिटा सकते हैं। जब आप किसी टेबल की सामग्री मिटाते हैं, तो उसकी पंक्तियां और कॉलम उसी तरह डॉक्यूमेंट में बनी रहती हैं।



चित्र 5.2.25 टेबल में एडिटिंग करना



चित्र 5.2.24 टेबल इंसर्ट करना

### 5.2.10 हेडर, फुटर और पेज नम्बर

आप कई तरीकों से हेडर, फुटर और पेज नंबर दर्ज कर सकते हैं। सबसे आसान तरीका है कि पेज के उपर या नीचे दोहरा क्लिक करने पर हेडर और फुटर क्षेत्र सामने आ जाता है। जो भी सामग्री आप हर पेज के उपर या नीचे दिखाना चाहते हैं, वह लिखें।

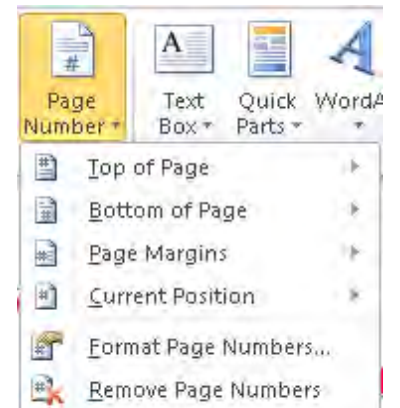
पेज नम्बर डालना:

अगर आप हर पन्ने पर पेज नंबर चाहते हैं, तो आप गैलरी में से आसानी से पेज नंबर डाल सकते हैं।

1. Insert टैब पर, हेडर और फुटर ग्रुप में, Page Number पर क्लिक करें।
2. इच्छित पेज नंबर स्थान पर क्लिक करें।
3. गैलरी में विकल्पों में जाएं, और इच्छित पेज नंबर फॉर्मेट पर क्लिक करें।
4. डॉक्यूमेंट में वापस आने के लिए वहां पर क्लिक करें, जहां आपके पेज नंबर डाला है।
5. Design टैब में हेडर और फुटर को बंद करें। (हेडर और फुटर टूल्स के तहत)



चित्र 5.2.26 हेडर और फुटर



चित्र 5.2.27 पेज नम्बर एडिट करना



## हैडर और फुटर एड करना

1. Insert टैब के पर, हैडर और फुटर ग्रुप में, Header या Footer पर क्लिक करें।
2. उस हैडर या फुटर पर क्लिक करें, जो आप डॉक्यूमेंट में लगाना चाहते हैं और हैडर या फुटर क्षेत्र खुल जाएगा।
3. हैडर या फुटर क्षेत्र में अपना टेक्स्ट दर्ज करें।
4. डॉक्यूमेंट में वापस आने के लिए Design टैब में Close Header और Footer पर क्लिक करें। (हैडर और फुटर टूल्स के अधीन)



चित्र 5.2.28 हैडर और फुटर को बंद करना

## पेज नम्बर, हैडर और फुटर को हटाना

1. Header, Footer, या Page Number कमांड पर क्लिक करें।
2. एक मेन्यू नीचे खुल जाएगा।
3. मेन्यू के सबसे अंत में दर्ज Remove पर क्लिक करें।



चित्र 5.2.29 हैडर और फुटर

## 5.2.11 डॉक्यूमेंट को अंतिम टच देना

### स्पेल चैक करना

जैसे ही आप डॉक्यूमेंट में कुछ लिखते हो, एक लाल लहरदार रेखा शब्द के नीचे दिखाई देने लगती है, जो दिखाती है कि आपका लिखा शब्द गलत है। वर्तनी के हिसाब से गलत शब्द को ठीक करने का सबसे तेज तरीका है कि:

1. गलत शब्द के उपर अपना कर्सर रखो और राइट क्लिक करो।
  2. नीचे की तरफ एक बॉक्स दिखाई देगा, जिसमें उस शब्द की सही वर्तनी के शब्द लिखे होंगे।
  3. उस शब्द को हाइलाइट करें और उस पर लेफ्ट क्लिक करें, ताकि वह गलत शब्द से बदला जाए।
- यदि आपको ओर अच्छे से ग्रामर चैक करना है तो स्पेलिंग और ग्रामर फीचर का प्रयोग कर सकते हैं:

1. Review टैब पर क्लिक करें।
2. Spelling & Grammer कमांड पर क्लिक करें। (एक नीला चेक मार्क जिस पर ABC लिखा हो)
3. एक स्पेलिंग और ग्रामर बॉक्स सामने आएगा।
4. स्पेलिंग और ग्रामर से संबंधित किसी भी समस्या को आप इस बॉक्स के भीतर सही कर सकते हैं।

### प्रिंट प्रिव्यू

जैसे ही आप Print टैब पर क्लिक करेंगे प्रिंट प्रिव्यू अपनेआप दिख जाएगा। जब भी आप प्रिंट संबंधी कोई सेटिंग करते हैं, प्रिव्यू अपने आप अपडेट हो जाएगा।

5. File टैब और फिर Print पर क्लिक करें। डॉक्यूमेंट में वापिस जाने के लिए File टैब पर क्लिक करें।
6. डॉक्यूमेंट का एक प्रिव्यू स्वतः ही दिख जाता है। हरेक पेज को देखने के लिए प्रिव्यू के नीचे बने ऐरो पर क्लिक करें।

### प्रिंट

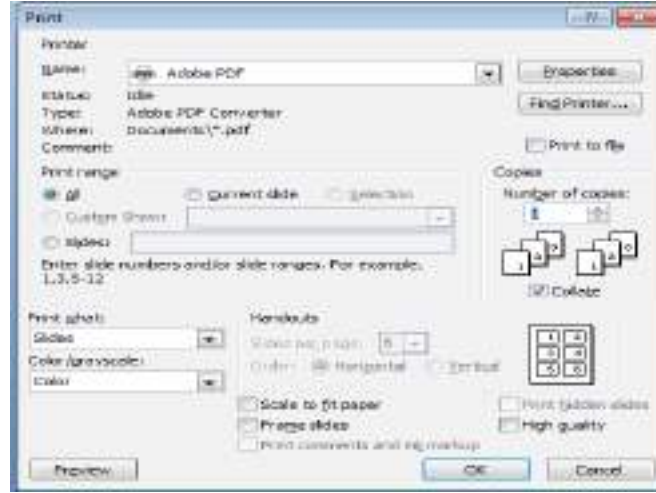
1. प्रिंट टैब यह सुनिश्चित करने के लिए है कि आप जो चाहते हैं, उसे ही प्रिंट कर रहे हैं।
2. File टैब पर क्लिक करें।
3. डॉक्यूमेंट प्रिंट करने के लिए Print कमांड पर क्लिक करें।



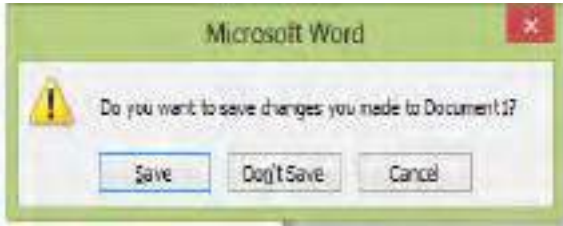
चित्र 5.2.30 स्पेल चैक

यह ड्रॉप डाउन बॉक्स मौजूदा प्रिंटर को दिखाता है। बॉक्स पर क्लिक करने पर अन्य उपलब्ध प्रिंटरों की सूची भी सामने आ जाती है। यह ड्रॉप डाउन मेन्यू मौजूदा चुनी गई सेटिंग्स को दिखाता है। सिर्फ किसी फीचर के नाम की बजाय, ये नीचे उभरे मेन्यू यह भी दिखाते हैं कि फीचर की स्थिति क्या है और इसका विस्तृत वर्णन भी करते हैं। यह आपको चुनने में मदद करते हैं कि मौजूदा सेटिंग्स ही रखनी है या उन्हें बदलना है।

कौन से टैब में बोल्ड, इटैलिक और अंडरलाइन के विकल्प उपलब्ध हैं?



चित्र 5.2.31 प्रिंट प्रिव्यू



चित्र 5.2.32 डॉक्यूमेंट को सेव करना

### डॉक्यूमेंट को सेव करना

वर्ड में एक डॉक्यूमेंट को सेव करने के लिए निम्न चरण करें

1. फाइल टैब पर क्लिक करें
2. सेव एज़ पर क्लिक करें
3. फिर नेम बॉक्स में अपने अनुसार नाम डालें
4. सेव पर क्लिक करें

### गतिविधि

1. अपने ट्रेनर को एक छुट्टी आवेदन पत्र लिखें, निम्न विनिर्देशों को ध्यान में रखते हुए:
  - a. विषय को बोल्ड और इटैलिक करें
  - b. दिनांक को बोल्ड करें
  - c. अक्षर जस्टिफाइड होने चाहिए
  - d. भाषा: कैलेबरी
  - e. फॉन्ट का आकार: 12

---



---



---

---



---



---



---



---



---



---

### अभ्यास

1. कौन सी टैब में बोल्ड, इटैलिक और अंडरलाइन करने का विकल्प होता है?
  - a. होम
  - b. इनसर्ट
  - c. व्यू
  - d. रिव्यू
2. Ctrl+V कमांड का प्रयोग करते हैं:
  - a. कॉपी
  - b. पेस्ट
  - c. कट
  - d. प्रिंट
3. सेव एज़ करने की कमांड उपलब्ध होती है:
  - a. फाइल टैब
  - b. होम टैब
  - c. इनसर्ट टैब
  - d. इनमें से कोई नहीं

### टिप्पणी

---



---



---



---



---

## यूनिट 5.3: एमएस पावरप्वाइंट

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. एमएस पावरप्वाइंट के मूल तत्वों को समझना

### 5.3.1 एमएस पावरप्वाइंट

पावरप्वाइंट असल में माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पैकेज की एक एप्लीकेशन है, जो आपको ऑफिस मीटिंग में, लेक्चर और सेमिनार के दौरान कम समय में अधिक और प्रभावी सूचना देने के काबिल बनाता है। पावरप्वाइंट प्रेजेंटेशन आपके मैसेज के प्रभाव को बढ़ाता और सूचना को जल्दी समझने योग्य बनाता है। यह समझ को बढ़ाकर जल्द फैसले लेने में सक्षम बनाता है। जब आप एक प्रेजेंटेशन खोलते हैं, तो यह नॉर्मल व्यू में दिखती है। इस व्यू में पावर पॉइंट विंडो में तीन पैन दिखाई देते हैं, जैसा कि आप चित्र में देख सकते हैं।



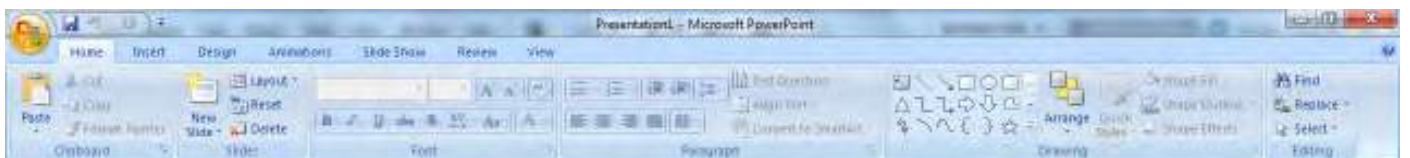
चित्र 5.3.1 एमएस पावरप्वाइंट

- स्लाइड पैन: यह पैन मौजूदा स्लाइड दिखाता है। स्लाइड को अधिकतम सीमा तक जूम करने, लेकिन पैन में ही फिट रखने के लिए Fit Slide to Current Window बटन पर क्लिक करें।
- नेवीगेशन पैन: यह पैन बाई ओर दिखता और इसमें दो टैब होते हैं, स्लाइड्स और आउटलाइन। यह स्लाइड टैब आपको हरेक स्लाइड की थम्बनेल तस्वीर दिखाती है। जिनमें से किसी पर भी क्लिक करके आप स्लाइड को स्लाइड पैन में देख सकते हैं। आउटलाइन टैब प्रेजेंटेशन की आउटलाइन दिखाता है, जिससे आप जल्दी और आसानी से प्रेजेंटेशन का टेक्स्ट बना सकते हैं। आउटलाइन टैब में भी आप किसी स्लाइड को स्लाइड पैन में देखने के लिए उस पर क्लिक कर सकते हैं।
- नोट्स पैन: यह पैन विंडो के सबसे नीचे स्लाइड पैन के नीचे दिखाई देता है। यहां आप स्लाइड से जुड़े नोट तैयार कर सकते हैं।

### 5.3.2 रिबन

रिबन में प्रेजेंटेशन का डिजाइन बदलने और इसकी फॉर्मेटिंग के लिए कई अलग-अलग कैटेगरी होती हैं। इनमें होम, इंसर्ट, डिजाइन, ट्रांजिशन, एनीमेशन, स्लाइड शो, रिव्यू और व्यू शामिल हैं। ये आइकॉन आसान होते हैं, लेकिन वे डायलॉग बॉक्स नहीं दिखाते, जिसमें कि आप इन सेटिंग्स को बदलकर इनका कार्य बदल सकें। आप उस विधि को चुन सकते हैं, जो आपके लिए सर्वोत्तम हो।

होम: यह फीचर आपको स्लाइड्स, फॉन्ट्स, पैराग्राफ, ड्राइंग और एडिटिंग की सुविधा देता है।



चित्र 5.3.2 होम टैब

इनसर्ट: यह फीचर आपको टेबल, इमेज, इलस्ट्रेशन, लिंक्स, वर्ड आर्ट और मीडिया क्लिप्स डालने की सुविधा देता है।



चित्र 5.3.3 इनसर्ट टैब

डिजाइन: यह आपकी प्रेजेंटेशन की दिखावट बदलने की सुविधा देता है। इसमें पेज सेटअप, थीम्स और बैकग्राउंड स्टाइल्स जैसे फीचर होते हैं।



चित्र 5.3.4 डिजाइन टैब

एनीमेशंस: यह आपको प्रेजेंटेशन में कस्टम एनीमेशंस जोड़ने की सुविधा देता है। आप प्रिव्यू, एनीमेशंस, एडवांस एनीमेशंस और एनीमेशन टाइमिंग में से विकल्प चुन सकते हैं।



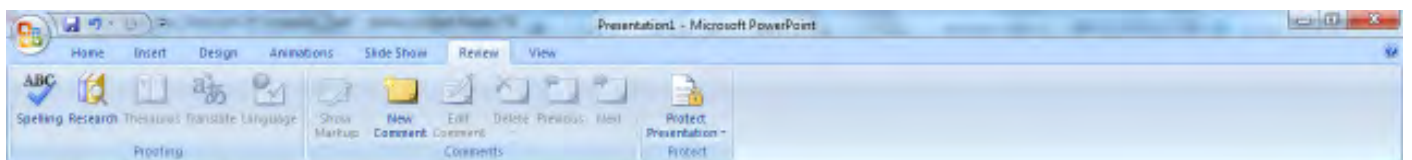
चित्र 5.3.5 एनीमेशन टैब

स्लाइड शो: इसमें खूबियां हैं कि ये प्रेजेंटेशन का प्रस्तुतीकरण तय करने की सुविधा देता है। यहां से आप अपने स्लाइड शो के आरंभ होने और डिस्प्ले होने का तरीका तय कर सकते हैं और मॉनीटर सेटिंग्स एडजस्ट कर सकते हैं।



चित्र 5.3.6 स्लाइड शो टैब

रिव्यू: यह आपको भाषा की जांच करने, भाषाओं का अनुवाद करने, स्लाइड्स पर टिप्पणी लिखने और प्रेजेंटेशन की तुलना करने के विकल्प देता है।



चित्र 5.3.7 रिव्यू टैब

व्यू: यह फीचर आपको अपनी प्रेजेंटेशन का व्यू तय करने, मास्टर व्यू बनाने, शो/हाइड फीचर्स, जूम, रंगदार से श्वेत-श्याम करने, विंडो को एडजस्ट करने और मैक्रोज जोड़ने की सुविधा देता है।



चित्र 5.3.8 व्यू टैब

### 5.3.3 एक नई प्रेजेंटेशन बनाना

एक नई प्रेजेंटेशन बनाने के लिए आप बैकस्टेज में न्यू पैन का इस्तेमाल कर सकते हैं। बैकस्टेज खोलने के लिए File टैब पर और फिर नये पैन के बाईं ओर कॉलम में दिख रहे New item पर क्लिक करें।

ब्लैंक प्रेजेंटेशन: ब्लैंक प्रेजेंटेशन बनाने के लिए, )परी हिस्से में बने Blank presenta आइटम पर और फिर Create बटन पर क्लिक करें।

रेसेंट टैम्पलेट: हाल ही में इस्तेमाल किए गए टैम्पलेट को देखने के लिए इस आइटम पर क्लिक करें। उस टैम्पलेट पर क्लिक करें, जिसे आप देखना चाहते हैं और फिर Create बटन पर क्लिक करें।

सैंपल टैम्पलेट्स: चुने गए सैंपल टैम्पलेट्स को देखने के लिए पर Sample templates आइटम पर क्लिक करें। जो आप चाहते हैं, उस थीम पर और फिर Create बटन पर क्लिक करें। पावरप्वाइंट सैंपल टैम्पलेट के सारे कंटेंट के साथ नई प्रेजेंटेशन बना देता है। उसके बाद आप सभी टेक्स्ट प्लेसहोल्डर्स को कस्टमाइज़ कर सकते हैं, स्लाइड्स को जोड़ या हटा सकते हैं और प्रेजेंटेशन को बनाने के लिए अन्य कई तरह के बदलाव कर सकते हैं।

थीम्स: पावरप्वाइंट में पहले से दर्ज अलग-अलग तरह की विजुअल थीम्स को देखने के लिए Themes आइटम पर क्लिक करें। अपनी नई प्रेजेंटेशन पर जो थीम लगाना चाहते हैं, उस पर क्लिक करें और फिर नई प्रेजेंटेशन बनाने के लिए Create बटन पर क्लिक करें।

जब आप नया पावरप्वाइंट डॉक्यूमेंट खोलेंगे, तो आपको सिर्फ एक ही स्लाइड दिखाई देगी। और नई स्लाइड जोड़ने के लिए आपको उन्हें बनाना होगा और यह करने के लिए आपके पास कई विकल्प हैं।

- New Slide कमांड के सबसे उपर Home टैब पर क्लिक करना सबसे आसान तरीका है, क्योंकि ऐसा करने से एक नई स्लाइड तुरंत जुड़ जाएगी। पावरप्वाइंट स्वतः ही स्लाइड जोड़ने की इस विधि का इस्तेमाल करके टाइटल और कंटेंट स्लाइड जोड़ देगा। आप इसके लिए Ctrl+M का विकल्प भी चुन सकते हो।
- जब आप न्यू स्लाइड कमांड के निचले हिस्से में क्लिक करते हो, तो एक बॉक्स दिखाई देता है। यह लेआउट्स की गैलरी होती है, जिसमें से आप इच्छित विकल्प चुन सकते हो और यह पिछली स्लाइड के बाद स्वतः जुड़ जाएगी।



### 5.3.4 फॉर्मेटिंग टेक्स्ट

कई सारी स्लाइड्स में आपके द्वारा प्लेसहोल्डर बॉक्स में टेक्स्ट दर्ज करना अनिवार्य होता है।

1. टेक्स्ट टाइप करते समय, पावरप्वाइंट स्वतः ही टेक्स्ट को बुलेटिड लिस्ट में बदल देगा, ताकि निम्न बिंदु, मुख्य बिंदुओं के अधीन दिखाई दें। पावरप्वाइंट स्वतः ही टेक्स्ट को बॉक्स में फिट करने के लिए फॉन्ट साइज घटाने और लाइन स्पेसिंग को फिट करने जैसे कार्य कर देगा।



चित्र 5.3.9 फॉर्मेटिंग टेक्स्ट

2. टेक्स्ट फॉन्ट, कलर और साइज बदलने के लिए फॉन्ट ग्रुप की कमांड्स का इस्तेमाल करें।
3. बुलेट टाइप, टेक्स्ट आइडेंटेशन और लाइन स्पेसिंग जैसी पैराग्राफ फॉर्मेटिंग के लिए पैराग्राफ ग्रुप की कमांड्स का इस्तेमाल करें।

### 5.3.5 डिजाइन थीम इनसर्ट करना

एक थीम में एक पैकेज के रूप में बैकग्राउंड डिजाइन, कलर स्कीम, फॉन्ट टाइप, फॉन्ट साइज और प्लेस होल्डर पोजीशन शामिल होते हैं। हरके नई प्रेजेंटेशन पूर्व निर्धारित थीम से शुरू होती है, जिसे ऑफिस थीम कहते हैं। इसकी बैकग्राउंड सफेद और अक्षर काले होते हैं। हालांकि आप उपलब्ध विकल्पों में से अपना पसंदीदा थीम चुन सकते हो। थीम चुनने और उसे लागू करने के लिए रिबन पर बने Design टैब पर क्लिक करें।



चित्र 5.3.10 डिजाइन थीम

1. थीम्स ग्रुप अलग-अलग डिजाइन विकल्पों का थम्बनेल दिखाता है।
2. अतिरिक्त थीम देखने के लिए ग्रुप के दाईं तरफ More ऐरो बटन पर क्लिक करें।
3. जब आप किसी थीम पर कर्सर रखते या मंडराते हैं, तो उस थीम का एक प्रिव्यू स्लाइड पर दिखाई देगा। स्लाइड पर वह थीम लागू करने के लिए इच्छित थम्बनेल डिजाइन पर क्लिक करें।

### 5.3.6 ग्राफिक के साथ कार्य करना

क्लिप आर्ट इनसर्ट करना

अगर आप अपनी पावरप्वाइंट स्लाइड को अलग आयाम देना चाहते हैं, तो आप उसमें क्लिप आर्ट जोड़ सकते हैं। क्लिप आर्ट में तस्वीरें, आवाज और वीडियो शामिल होते हैं। आप ग्राफिक को स्लाइड में कहां लगाना चाहते हैं, उस आधार पर इसके दो तरीके हैं।



चित्र 5.3.11 क्लिप आर्ट

पहला तरीका Insert रिबन पर जाकर Clip Art कमांड पर क्लिक करना है। आप Audio or Video कमांड्स पर भी क्लिक करके और क्लिप आर्ट गैलरी में से विकल्प चुन सकते हैं। दूसरा तरीका है कि प्लेस होल्डर में से क्लिप आर्ट आइकॉन पर क्लिक करना।

- दाईं तरफ क्लिक आर्ट टास्क पैन खुल जाएगा। सर्च बॉक्स में एक की-वर्ड लिखें, जो आपके द्वारा इच्छित क्लिप की किस्म के बारे में बताए। आए नतीजों में से नीचे के विकल्प को चुनकर फिर Go पर क्लिक करें।
- की-वर्ड के साथ मेल खाने वाली क्लिप नीचे बॉक्स में दिखने लगेंगी। उस क्लिप पर क्लिक करें, जिसे आप स्लाइड में चाहते हैं और यह स्वतः ही दिखाई देने लगेगी।

ऊपर दी गई जानकारी आपकी एक नई पावरप्वाइंट प्रेजेंटेशन बनाने में सहायता करेगी। हालांकि, पावरप्वाइंट में प्रेजेंटेशन को

और आकर्षक बनाने के लिए बहुत अधिक फीचर दिए गए होते हैं। इनमें से काफी सारे फीचर वर्ड व एक्सेल और एमएस से और दूसरे सॉफ्टवेयर में भी होते हैं।

### शेप इनसर्ट करना

किसी आकृति के कोने पर क्लिक करके और उसे माउस से ड्रैग करके स्लाइड में इच्छित स्थान पर लगाया जा सकता है। आकृति के किनारे पर बने सर्कल को खींचकर या उसे पीछे धकेलकर या ड्रैग करके आकृति को छोटा-बड़ा भी किया जा सकता है।

1. इनसर्ट टेब पर जाएं
2. शेप कमांड पर क्लिक करें
3. ड्राप डाउन मेन्यू में आपको काफी सारे शेप नजर आएंगे
4. जो शेप इनसर्ट करने हो उसका चुनाव कर डबल क्लिक करें
5. आपको शेप स्लाइड में नजर आ जाएगी
6. शेप को किनारों से पकड़कर आप उसे स्लाइड में कहीं भी रख सकते हैं



चित्र 5.3.12 क्लिप आर्ट इनसर्ट करना

नोट: बॉक्स डालने का तरीका भी वही है, लेकिन जब इसे डाला जाता है, तो समें एक कर्सर दिखाई देने लगता है, जहां आप शब्द लिख सकते हैं।

### तसवीर (पिक्चर) इनसर्ट करना

एक पावरप्वाइंट प्रेजेंटेशन में ग्राफिक्स डालने का एक और तरीका तस्वीरें हैं। कई लोग अपनी प्रेजेंटेशन को विशिष्ट बनाने के लिए पावरप्वाइंट की इस खूबी का इस्तेमाल करते हुए अपने निजी संग्रह से कुछ तस्वीरें इसमें जोड़ देते हैं।

1. इनसर्ट टेब पर जाएं
2. पिक्चर कमांड पर क्लिक करें
3. इनसर्ट पिक्चर का बॉक्स खुल जाएगा
4. जो पिक्चर आपको डालनी हो उसे ब्राउज करके फोल्डर में से लाकर इनसर्ट कर दें
5. ओपन पर क्लिक करें
6. आपको पिक्चर स्लाइड में दिखाई देगी
7. तस्वीर के कोने पर क्लिक करने के बाद उसे माउस से ड्रैग करते हुए इच्छित स्थान पर स्थिर किया जा सकता है। इसी तरह किनारे पर दिखाई देने वाले सर्कल की मदद से उसे ड्रैग करते हुए तस्वीर को छोटा या बढ़ाया भी जा सकता है।



चित्र 5.3.13 तसवीर इनसर्ट करना

### ग्राफिक्स को मॉडिफाइंग करना

पावरप्वाइंट में दर्ज किसी भी ग्राफिकल एलीमेंट में स्पेशलजाइज्ड टैब्स की मदद से बदलाव किया जा सकता है। ये टैब ग्राफिक्स पर काम करते समय दिखते हैं। उदाहरण के तौर पर, पिक्चर टूल्स और फॉर्मेट टैब आपको शेप बदलने, एफेक्ट्स देने और डाली गई तस्वीर का रंग बदलने की सुविधा देते हैं।

### वर्ड आर्ट इनसर्ट करना

वर्ड आर्ट का इस्तेमाल कुछ खास शब्दों पर प्रभाव या दबाव डालने के लिए होता है, जैसे कि प्रेजेंटेशन का टाइटल।

1. Insert टैब पर जाएं और Word Art कमांड पर क्लिक करें।
2. टैक्स्ट के विकल्पों का ड्रॉप डाउन मेन्यू दिखाई देगा।
3. इच्छित टेक्स्ट डिजाइन पर क्लिक करें और आपकी स्लाइड पर एक टेक्स्ट बॉक्स बन जाएगा व टेक्स्ट को बदलने के लिए टेक्स्ट बॉक्स में क्लिक करें।
4. वर्ड आर्ट के कोने पर क्लिक करने के बाद उसे माउस से ड्रैग करते हुए इच्छित स्थान पर स्थिर किया जा सकता है। इसी तरह किनारे पर दिखाई देने वाले सर्कल की मदद से उसे ड्रैग वर्ड आर्ट को छोटा या बढ़ाया भी जा सकता है।





चित्र 5.3.14 टेबल और चार्ट को इनसर्ट करना

### स्मार्ट आर्ट इनसर्ट करना

स्मार्ट आर्ट का इस्तेमाल एक ग्राफिक की ही तरह तय स्थान पर स्मार्ट आर्ट डिजाइन और टेक्स्ट दर्ज करने के लिए किया जा सकता है। यह किसी हाइआर्की क्रम या प्रक्रिया दर्शाने में बेहद मददगार साबित होता है।

1. इनसर्ट टैब पर जाएं
2. स्मार्ट आर्ट कमांड पर क्लिक करें
3. स्मार्ट आर्ट ग्राफिक बॉक्स सामने खुल जाएगा
4. जो ग्राफिक आप रखना चाहते हैं, वो क्लिक करने के बाद स्लाइड में दिखाई देगी
5. स्मार्ट आर्ट ग्राफिक के क्षेत्र में कुछ लिखने के लिए उस पर क्लिक करके लिखें

### टेबल और चार्ट इनसर्ट करना

प्रेजेंटेशन में डाटा को दर्शाने के लिए टेबल और चार्ट का इस्तेमाल किया जा सकता है। पहले Insert टैब पर जाएं:

1. चार्ट कमांड पर क्लिक करें
2. इनसर्ट चार्ट बॉक्स सामने खुल जाएगा
3. जो चार्ट डालना चाहते हो उसका चुनाव करके डालें
4. एक एक्सेल वर्कशीट खुलेगी, इसमें वह डाटा दर्ज करें जो आप चार्ट में दिखाना चाहते हैं।

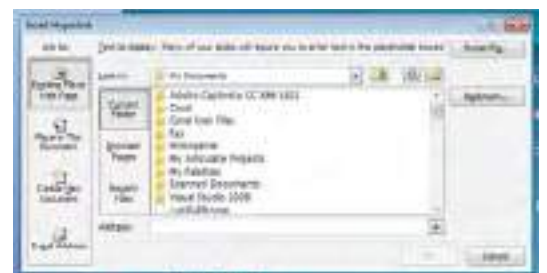
टेबल इनसर्ट करने के लिए

1. टेबल कमांड पर क्लिक करें
2. जितने सेल का आपको टेबल चाहिए, उतने का चुनाव करें
3. टेबल पर क्लिक करके स्लाइड में इनसर्ट करें
4. सेल में क्लिक करके उसमें अपने डाटा डालें

### 5.3.7 हाइपरलिंक इनसर्ट करना

हाइपरलिंक का इस्तेमाल तब किया जाता है जब एक प्रस्तुतकर्ता अपनी प्रेजेंटेशन के दौरान स्लाइड के अंदर दर्ज एक लिंक पर क्लिक करके किसी वेबसाइट को खोलने का विकल्प रखना चाहे।

1. इंसर्ट हाइपरलिंक बॉक्स के बाईं तरफ Exis File या Web Page कमांड पर क्लिक करें।
2. यह जांच लें कि डिस्प्ले बॉक्स में टेक्स्ट की सूचना सही है।



चित्र 5.3.15 हाइपरलिंक

3. एड्रेस बुक में दर्ज वेब एड्रेस को दर्ज करें और फिर OK पर क्लिक करें।
4. हाइपरलिंक आपकी स्लाइड पर दर्ज टेक्स्ट में दिखाई देने लगेगा। इसका रंग बदलकर नीला हो जाएगा और यह अंडरलाइन किया हुआ दिखाई देगा।
5. लिंक का इस्तेमाल करने के लिए जरूरी है कि आप स्लाइड शो को देख रहे हों।

### 5.3.8 फोटो एलबम बनाना

एक पावरप्वाइंट एलबम वह प्रेजेंटेशन है, जिसे आप अपनी निजी या व्यापारिक तस्वीरों दिखाने के लिए पावरप्वाइंट प्रेजेंटेशन के फन फीचर्स का इस्तेमाल करते हुए बना सकते हैं। स्लाइड शो के दौरान एक स्लाइड से दूसरी स्लाइड पर जाते वक्त एनीमेटेड प्रभाव देने के लिए स्लाइड ट्रांजिशन का इस्तेमाल किया जाता है। ट्रांजिशन के बहुत सी किस्में हैं, जिनमें आवाज भी शामिल होती है और इन्हें एक या सभी स्लाइड में लगाया जा सकता है।

1. इनसर्ट टैब पर क्लिक करें
2. फोटो एलबम कमांड पर क्लिक करें और न्यू फोटो एलबम पर क्लिक करें
3. फाइल/डेस्क कमांड का प्रयोग करके अपने कम्प्यूटर पर सेव्ड फोटो तक जाएं, यह फोटो आप अपनी एलबम में इनसर्ट कर सकेंगे। जब आप फोटो का चुनाव कर लेंगे तो वह फोटो एलबम की सूची में दिखाई देगी। अब क्रिएट कमांड पर क्लिक करके फोटो एलबम को बना सकते हैं।



चित्र 5.3.16 फोटो एलबम बनाना

### 5.3.9 स्लाइड ट्रांजिशन (एमएस 2010 के लिए ही लागू)

स्लाइड शो के दौरान स्लाइड एनीमेशन टेक्स्ट और ग्राफिक्स को एनीमेटेड प्रभाव देते हैं। एक शब्द से लेकर पूरे टेक्स्ट तक में बदलाव के लिए पावरप्वाइंट में बहुत सारे एनीमेशन विकल्प हैं, जिन्हें टेक्स्ट या ग्राफिक पर लागू किया जा सकता है।



चित्र 5.3.17 स्लाइड ट्रांजिशन

1. स्लाइड ग्रुप के ये ट्रांजिशन स्लाइड ट्रांजिशन विकल्पों के थम्बनेल उपलब्ध करवाते हैं। इस ग्रुप के दाईं तरफ मोर एरो बटन पर ऊपरी या निचले एरो पर क्लिक करके सभी ट्रांजिशन विकल्पों को देखा जा सकता है।
2. जब आप किसी ट्रांजिशन थम्बनेल पर कर्सर रोकते हो, तो एक प्रिव्यू दिखने लगता है। ट्रांजिशन को स्लाइड पर लगाने के लिए इच्छित थम्बनेल पर क्लिक करें।
3. उसी ट्रांजिशन को अपनी सभी स्लाइड्स पर लागू करने के लिए अपनी इच्छित ट्रांजिशन स्टाइल चुनने के बाद Apply To All कमांड पर क्लिक करें।
4. स्लाइड में साउंड डालने के लिए साउंड ड्राप डाउन एरो पर क्लिक करें। फिर उस आवाज को चुनें, जो आप स्लाइड ट्रांजिशन के समय चलाना चाहते हैं। सभी ट्रांजिशन के समय वह आवाज चलाने के लिए कमांड पर क्लिक करें।
5. एडवांस्ड स्लाइड ग्रुप आपको यह विकल्प देता है कि ट्रांजिशन माउस के क्लिक पर चालू हो या निर्धारित समय के बाद। अगर माउस क्लिक का विकल्प चुनना है तो On Mouse Click Box पर क्लिक करें और पांच सैकंड या 1 मिनट के बाद ट्रांजिशन बदलने के विकल्प का चुनाव करने के लिए er box पर क्लिक करें। और अंत में, जब आपने सब ट्रांजिशन लगा दी हैं, आप प्रिव्यू कमांड पर क्लिक करके मौजूदा स्लाइड का प्रिव्यू देख सकते हैं।

### 5.3.10 स्लाइड एनीमेशन

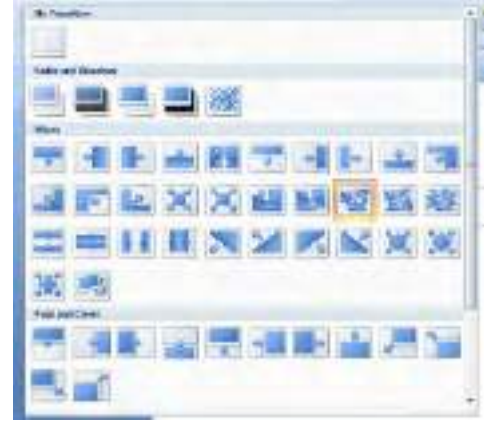
स्लाइड शो के दौरान स्लाइड एनीमेशन टेक्स्ट और ग्राफिक्स को एनीमेटेड प्रभाव देते हैं। एक शब्द से लेकर पूरे टेक्स्ट तक में बदलाव के लिए पावरप्वाइंट में बहुत सारे एनीमेशन विकल्प हैं, जिन्हें टेक्स्ट या ग्राफिक पर लागू किया जा सकता है।

1. हरेक स्लाइड में दर्ज टेक्स्ट या ग्राफिक पर एनीमेशन लागू करने के लिए एनीमेशन ग्रुप बहुत सारे विकल्प देता है।



चित्र 5.3.18 स्लाइड एनीमेशन

- एनीमेशन के सभी विकल्प देखने के लिए एनीमेशन ग्रुप के दाईं तरफ बने Up Row, Down Row और More arrows पर क्लिक करें।
  - एफेक्ट ऑप्शन्स कमांड एनीमेशन ग्रुप में हरेक एनीमेशन कमांड के लिए अतिरिक्त एनीमेशन विकल्प देते हैं।
  - टेक्स्ट या ग्राफिक्स की शुरुआत और समाप्ति के समय तथा उन्हें प्रभावी तरीके से एनीमेटेड दिखाने के लिए Add Anima कमांड कई सारे विजुअल एनीमेशन विकल्प उपलब्ध करवाती है।
2. जब आप किसी एनीमेशन कमांड पर कर्सर ठहराते हैं, तो यह सुनहरे रंग में हाईलाइट हो जाता है और एनीमेशन का एक प्रिव्यू दिखने लगता है। एनीमेशन लगाने के लिए, टेक्स्ट को हाईलाइट करें या उस ग्राफिक को चुनें, जिस पर आप एनीमेशन लगाना चाहते हैं। फिर कमांड पर क्लिक करें। वह चुनी हुई कमांड सुनहरे रंग में ही हाईलाइट की हुई दिखाई देगी।
3. टाइमिंग ग्रुप आपको चुनी हुई एनीमेशनों का क्रम बदलने और उनका समय बदलने का विकल्प देता है। आप यह चुन सकते हैं कि एनीमेशन माउस के क्लिक पर उभरे या निर्धारित समय के बाद। आप यह भी तय कर सकते हैं कि टेक्स्ट एक साथ एनीमेटेड रूप में दिखाई दे या अलग-अलग क्रमवार एनीमेशन के रूप में। एनीमेशन को क्लिक पर उभारने या किन्हीं अन्य टेक्स्ट के साथ चलाने के लिए स्टार्ट ड्रॉप डाउन ऐरो का इस्तेमाल करें। निर्धारित समय पर टेक्स्ट और ग्राफिक दिखाने के लिए Dura x पर क्लिक करें।
4. एनीमेशन पैन उन सभी एनीमेशन को दिखाता है, जिन्हें आपने हरेक स्लाइड पर लगाया है। यह आपको यह भी विकल्प देता है कि आप टाइमिंग ग्रुप के हिसाब से हरेक स्लाइड को बदल सकें और स्लाइड के लिए तय की गई एनीमेशन को चला सकें।
5. और अंत में, जब सब एनीमेशन लगा दिए गए हों, आप मौजूदा स्लाइड का प्रिव्यू देखने के लिए Preview कमांड पर क्लिक कर सकते हैं।

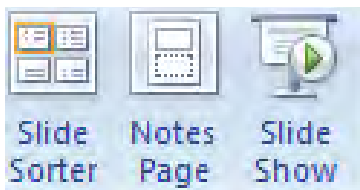


चित्र 5.3.19 स्लाइड एनीमेशन इफेक्ट

### 5.3.11 स्लाइड शो शुरू करना

चाहे आप अपने डॉक्यूमेंट्स का प्रिव्यू कर रहे हों या दर्शकों के सामने प्रस्तुत कर रहे हों, स्लाइड शो के रूप में देखना का बेहतरीन तरीका है— रिबन पर Slide Show टैब पर क्लिक करना।

1. अपने स्लाइड शो को देखने के लिए Start Slide Show ग्रुप पर जाएं। पहली स्लाइड से शुरू करने के लिए From Beginning कमांड पर क्लिक करें। मौजूदा स्लाइड से शुरू करने के लिए Current Slide कमांड पर क्लिक करें। या (F5) दबाएं।



चित्र 5.3.20 स्लाइड शो शुरू करना



चित्र 5.3.21 स्लाइड शो

- आपकी कंप्यूटर स्क्रीन गायब हो जाएगी और कंप्यूटर स्क्रीन पर एक स्लाइड शो दिखने लगेगा। स्लाइड से स्लाइड मूव करने के लिए, आप स्क्रीन के बाईं तरफ नीचे की ओर बने स्लाइड शो टूलबार का इस्तेमाल कर सकते हैं। नेवीगेशन ऐरो तब उभरते हैं, जब अपने कर्सर को उस क्षेत्र में लेकर जाते हो। आप माउस बटन क्लिक करके भी एक से दूसरी स्लाइड पर मूव कर सकते हो और की-बोर्ड के नीचे-उपर वाले ऐरो बटन से भी। स्लाइड शो को खत्म करने के लिए की-बोर्ड पर बने ESC बटन को दबाएं। यह आपको आपकी कंप्यूटर स्क्रीन पर वापस ले आएगा।

नोट: स्लाइड का प्रिव्यू जल्दी से देखने का एक विकल्प पावर पॉइंट विंडो के दाईं तरफ नीचे की ओर Slide Show बटन पर क्लिक करना भी है। स्लाइड शो स्लाइड टैब पर चुनी गई स्लाइड से शुरू हो जाएगा।

### 5.3.12 प्रेजेंटेशन को अंतिम टच देना

#### प्रिंटिंग स्लाइड

- पावरप्वाइंट कई सारे प्रिंटिंग विकल्प देता है जैसे कि अपने डॉक्यूमेंट का ऑटोमैटिक प्रिव्यू और स्लाइड को प्रिंट करने के लिए विशिष्ट फॉर्मेट चुनना।
- जब आप फाइल टैब के अंतर्गत प्रिंट कमांड चुनते हैं, तो आपका डॉक्यूमेंट स्वतः ही सामने आ जाता है, जिसे कि प्रिंट किया जाना है। अगर आप प्रिंटिंग विकल्प बदलते हैं, तो प्रिव्यू भी स्वतः ही उसके मुताबिक बदल जाता है। हरेक पेज को देखने के लिए पेज नंबर के बाद स्क्रीन के नीचे बीच के हिस्से में स्थित बॉक्स में बने बाएं या दाएं ऐरो पर क्लिक करें।

#### प्रिंट प्रिव्यू/प्रिंट लेआउट

Fill Page Slides कमांड के नीचे ड्रॉप डाउन ऐरो में से विकल्प चुनकर आप यह तय कर सकते हैं कि आपका डॉक्यूमेंट किस तरह प्रिंट हो। इसके बाद आप उस फॉर्मेट पर क्लिक करें, जिसमें आप प्रिंट करना चाहते हो। विभिन्न विकल्प हैं:

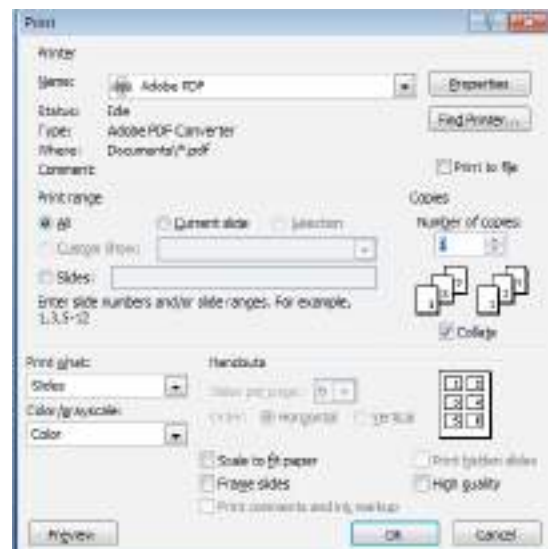
- फुल पेज स्लाइड्स: हरेक स्लाइड को एक पूरे पन्ने पर प्रिंट करें।
- हैंड-आउट्स: एक पन्ने पर नौ स्लाइड्स तक प्रिंट करें।
- नोट्स पेज: एक पन्ने पर एक स्लाइड और उसके साथ उन नोट्स को भी प्रिंट करना, जिन्हें आपने नोट पैन में प्रेजेंटेशन बनाते समय डाला गया था।
- आउटलाइन व्यू: अपनी सभी स्लाइड्स में आउटलाइट फॉर्मेट में दर्ज टैक्स्ट को प्रिंट करें।

जैसे ही आप एक प्रिंटिंग फॉर्मेट चुनें, आपकी स्लाइड का प्रिव्यू दिखाई देगा। जब आप प्रिंट करने के लिए तैयार हों, Print कमांड पर क्लिक करें।

#### स्लाइड को सेव करना

अपनी स्लाइड को सेव करने के लिए, File टैब पर जाएं और Save या Save As को चुनें।

- सेव एज़: इसे चुनें, जब आप पहली बार किसी डॉक्यूमेंट को सेव कर रहे हैं, यह स्वतः ही आपसे पूछेगा कि डॉक्यूमेंट को कंप्यूटर में किस स्थान पर और किस नाम से सेव करना है।
- सेव: स्वतः ही डॉक्यूमेंट को पूर्व निर्धारित या डिफॉल्ट लोकेशन पर उसी नाम से सेव करता है, जिस स्थान का चयन और फाइल का नाम आपने Save As का इस्तेमाल करते हुए तय किया था।



चित्र 5.3.22 प्रिंट लेआउट

## गतिविधि



1. निम्न विषयों में से अपनी पसंद के विषय पर प्रस्तुति बनाएं।
  - a) टाइटल पेज डालें: हैडिंग को बोल्ड और इटैलिक करें, कंटेनट स्लाइड डालें, स्लाइड में पिक्चर डालें, स्लाइड ट्रांजिशन प्रदान करें और एनिमेशन डालें।

---



---



---



---



---

## अभ्यास



1. पॉवरप्वाइंट में कौन सा पैन होता है:
  - a. स्लाइड पैन
  - b. नैविगेशन पैन
  - c. नोट पैन
  - d. ऊपर दिए गए सभी
2. निम्न में से कौन सी टैब पावरप्वाइंट में उपलब्ध नहीं होती है?
  - a. होम
  - b. डाटा
  - c. एनिमेशन
  - d. ट्रांजिशन
3. स्मार्ट आर्ट विकल्प उपलब्ध होता है:
  - a. एनिमेशन टेब
  - b. होम टेब
  - c. इनसर्ट टेब
  - d. ऊपर दिए गए सभी

## टिप्पणी




---



---



---



## यूनिट 5.4: एमएस एक्सेल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. एमएस एक्सेल के मूल तत्वों को समझना

### 5.4.1 एमएस एक्सेल

MS एक्सेल माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस पैकेज की स्प्रेडशीट एप्लीकेशन है। MS एक्सेल आपको अपने घरेलू और व्यापारिक कार्यों के लिए वर्कबुक में डाटा को सुव्यवस्थित तरीके से रखने, सहेजने, कुशलतापूर्वक विश्लेषण करने की सुविधा देता है। डै एक्सेल में कई अतिरिक्त खूबियां और टूल्स भी होते हैं, जो MS वर्ड में नहीं मिलते। वे सभी इस पाठ में बताए गए हैं।

#### क्विक एक्सेस टूलबार

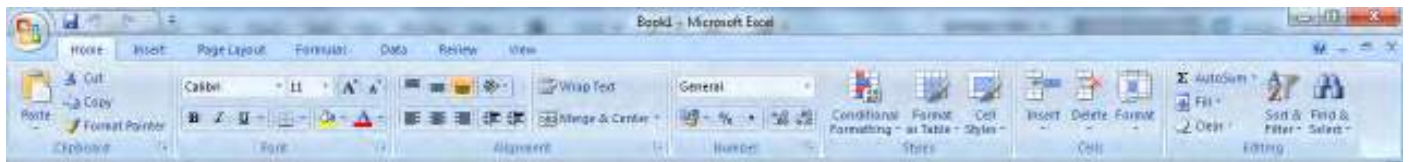
चाहे आप किसी भी टैब में हों, क्विक एक्सेस टूलबार आपको कॉमन कमांड्स के त्वरित इस्तेमाल की सुविधा देता है। पूर्व निर्धारित रूप से यह सेव, अनडू और रिपीट कमांड दिखाता है। अपने लिए आसान बनाने के लिए आप इसमें और कमांड भी जोड़ सकते हैं।



चित्र 5.4.1 एमएस एक्सेल

### 5.4.2 रिबन

रिबन में वे सभी कमांड होती हैं, जिनकी आम कार्य करने के लिए जरूरत होती है। इसमें विभिन्न टैब होते हैं और हरेक में कमांड्स के कई समूह होते हैं। इतना ही नहीं इसमें आप अपनी पसंद की कमांड्स को जोड़ भी सकते हैं। कुछ गुप्स में दाईं तरफ नीचे की ओर एक ऐरो होता है, जिसमें क्लिक करके आप और विकल्प देख सकते हैं।



चित्र 5.4.2 रिबन

### एमएस एक्सल में उपलब्ध टूल

होम टैब: यह सबसे ज्यादा इस्तेमाल होने वाला टैब है। इसमें सारे टेक्स्ट और सेल फार्मेटिंग फीचर जैसे कि फॉन्ट और पैराग्राफ बदलने के फीचर होते हैं। होम टैब में बुनियादी स्प्रेडशीट फार्मेटिंग तत्व जैसे कि टेक्स्ट रैप, मर्जिंग सेल्स और सेल स्टाइल आदि होते हैं।



चित्र 5.4.3 होम टैब

इनसर्ट टैब: यह टैब आपको विभिन्न तरह की चीजें डालने की सुविधा देता है, जैसे कि तस्वीरें, क्लिप आर्ट, आकृतियां, हेडर और फुटर, चार्ट, टेक्स्ट बॉक्स और विशिष्ट चिन्ह।



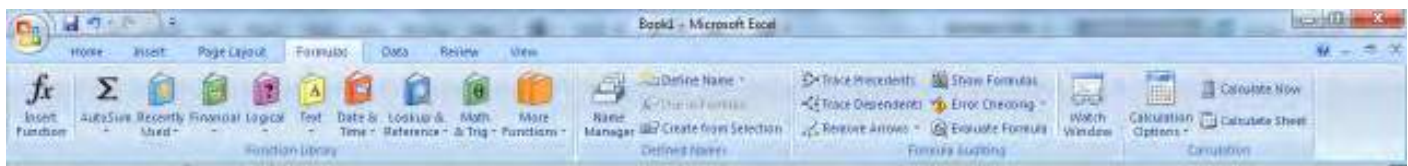
चित्र 5.4.4 इनसर्ट टैब

पेज लेआउट टैब: इस टैब में पेज के मार्जिन, ओरिएंटेशन और थीम संतुलित करने की कमांड होती हैं।



चित्र 5.4.5 पेज लेआउट टैब

फॉर्मूला टैब: इस टैब में फॉर्मूला बनाने की कमांड होती हैं। इस टैब में बहुत प्रभावी और शानदार फंक्शन लाइब्रेरी होती है, जो आपको स्प्रेडशीट में काम के लिए फॉर्मूला या फंक्शन बनाने में सहायता करती है।



चित्र 5.4.6 फॉर्मूला टैब

डाटा टैब: यह टैब आपको भारी मात्रा में डाटा वाले स्प्रेडशीट में डाटा के वर्गीकरण और छानने तथा विश्लेषण और समूहीकरण की सुविधा देता है।



चित्र 5.4.7 डाटा टैब

रिव्यू टैब: यह टैब आपको सुरक्षा विकल्प और स्पेलिंग व ग्रामर संबंधी दोषों को दूर करने के लिए विकल्प मुहैया करवाता है। यह ट्रैक बदलाव और नोट फीचर भी देता है, जिससे आप नोट बनाने और किसी दूसरे के डॉक्यूमेंट में बदलाव करने में सक्षम हो पाते हैं।



चित्र 5.4.8 रिव्यू टैब

व्यू टैब: यह टैब आपको डॉक्यूमेंट का व्यू बदलने के साथ-साथ फ्रीजिंग, पैन को अलग-अलग करने, ग्रिडलाइन देखने और सेल को गायब करने के विकल्प भी देता है।

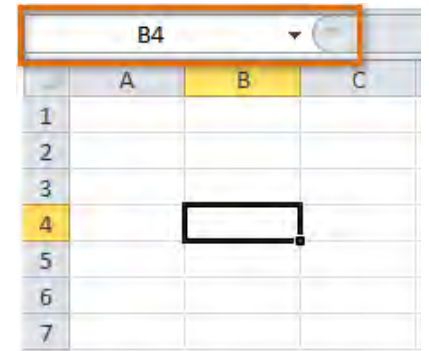


चित्र 5.4.9 व्यू टैब

### 5.4.3 वर्कबुक के तत्व

#### नेम बॉक्स

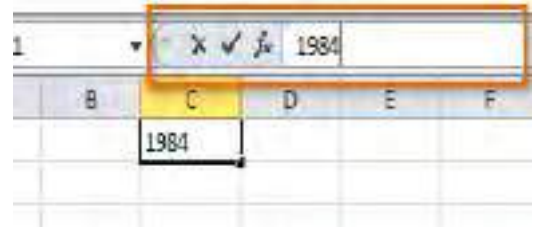
नेम बॉक्स आपको सेलेक्टेड सेल की लोकेशन या नाम बता देता है। नीचे दिए गए चित्र में सेल B4 नेम बॉक्स में है। ध्यान दें कि B4 वहां है, जहां कॉलम B और पंक्ति 4 एक दूसरे को काटते हैं



चित्र 5.4.10 नेम बॉक्स

#### फॉर्मूला बार

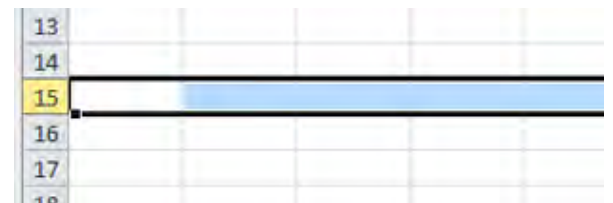
फॉर्मूला बार में, आप कोई डाटा, फॉर्मूला या फंक्शन डाल और एडिट कर सकते हैं, जो एक विशिष्ट सेल में दिखाई देगा। नीचे दिए गए चित्र में C1 सेल चिन्हित है और 1984 फॉर्मूला बार में डाला गया है। अब कैसे डाटा फॉर्मूला बार और C1 सेल दोनों में दिखाई देता है।



चित्र 5.4.11 फॉर्मूला बार

#### रो

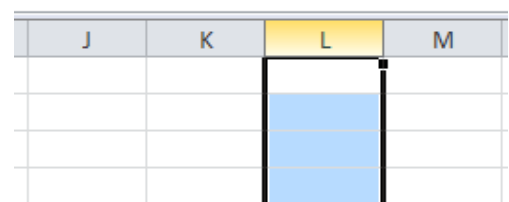
रो सेल्स का समूह है, जो पेज पर बाएं से दाएं चलता है। एक्सल में रो या पंक्तियां नंबरों से पहचाने जाते हैं। नीचे दिए चित्र में रो या पंक्ति 15 को चिन्हित किया गया है।



चित्र 5.4.12 रो

#### कॉलम

एक कॉलम सेल्स का समूह होता है, जो पेज में उपर से नीचे की ओर बने होते हैं। एक्सल में कॉलम लेटर्स या अक्षरों से पहचाने जाते हैं। कॉलम L नीचे के चित्र में चिन्हित किया गया है।



चित्र 5.4.13 कॉलम



## वर्कशीट

एक्सेल की फाइलों को वर्कबुक कहा जाता है। हरेक वर्कबुक में एक या उससे ज्यादा वर्कशीट्स होती हैं। (स्प्रेडशीट्स के तौर पर भी जानी जाती हैं)

तीन वर्कशीट्स पूर्व निर्धारित तरीके से सामने आती हैं, जब एक एक्सेल वर्कबुक खोली जाती है। आप वर्कशीट्स का नाम रख, नाम बदल या नाम मिटा सकते हो।



चित्र 5.4.14 वर्कशीट

## 5.4.4 शुरुआत करना

एक एक्सेल डॉक्यूमेंट को बनाने के निम्न चरणों को क्रम में करें।

एक्सेल खोलना

आपके डेस्कटॉप पर एक्सेल का शॉर्टकट हो सकता है, अगर है तो उसके आइकॉन पर डबल क्लिक करें और एक्सेल खुल जाएगा। अगर नहीं, तो निम्नलिखित तरीका अपनाएं:

1. स्टार्ट बटन पर क्लिक करें, प्रोग्राम को हाइलाइट करें, माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस को हाइलाइट करें और एमएस एक्सेल पर क्लिक करें

### एक नई वर्कबुक बनाएं

1. File टैब और फिर New पर क्लिक करें।
2. उपलब्ध टेम्पलेट के नीचे, Blank Workbook या Create पर डबल क्लिक करें।



चित्र 5.4.15 एक्सल के साथ शुरुआत करना

### टेम्पलेट को ढूंढें और लागू करें

एक्सेल आपको टेम्पलेट बनाने में सक्षम बनाता है। यदि आपको टेम्पलेट को ढूंढना हो तो, निम्न चीजे करें:

1. फाइल टैब पर जाकर न्यू पर क्लिक करें
2. उपलब्ध टेम्पलेट के अंदर, निम्न चीजें करें:
  - हाल ही में इस्तेमाल किए गए टेम्पलेट को दोबारा खोलने के लिए Recent Templates पर क्लिक करें और फिर वांछित टेम्पलेट पर क्लिक करके फिर Create पर क्लिक करें।
  - अपने द्वारा इंस्टॉल टेम्पलेट को इस्तेमाल करने के लिए My Templates पर क्लिक करें। इच्छित टेम्पलेट को चुनें और फिर OK पर क्लिक करें।
  - .com पर .com Templates के अंतर्गत आते टेम्पलेट्स में से टेम्पलेट चुनने के लिए टेम्पलेट कैटेगरी पर क्लिक करें, अपन इच्छित टेम्पलेट चुनें और फिर .com से अपने कंप्यूटर पर टेम्पलेट डाउनलोड करने के लिए Download पर क्लिक करें।
3. इच्छित टेम्पलेट पर एक बार आप क्लिक करेंगे, तो यह आपकी स्क्रीन पर न्यू डॉक्यूमेंट के तौर पर दिख जाएगा।

## 5.4.5 वर्कशीट में डाटा एंटर करना

एक्सेल के सेल्स और सेल सामग्री के साथ गणना, विश्लेषण और डाटा को सुव्यवस्थित करने जैसे काम करने के लिए आपको बुनियादी तरीकों का ज्ञान होना जरूरी है। यहां, आप सेल्स को सेलेक्ट करना, उनमें सामग्री डालना और सेल्स व उनमें दर्ज सामग्री मिटाना सीखेंगे।

## सेल

वर्कशीट का हरेक चौकोर डिब्बा एक सेल कहलाता है। एक सेल पंक्ति और कॉलम का इंटरसेक्शन है। हरेक सेल का एक नाम या एड्रेस होता है, जो पंक्ति और कॉलम के कटाव पर आधारित होता है। चिन्हित सेल का एड्रेस नेम बॉक्स में दिखता है। यहां आप B3 को सेलेक्ट किया हुआ देख सकते हैं।

## सेल कंटेंट

हर सेल में इसका अपना टेक्स्ट, फॉर्मेटिंग, कमेंट्स, फॉर्मूला और फंक्शन हो सकते हैं।

- टेक्स्ट: सेल में अक्षर, अंक और तारीख दर्ज हो सकती है।
- फॉर्मेटिंग एट्रीब्यूट्स: एट्रीब्यूट्स सेल्स पर फॉर्मेटिंग एट्रीब्यूट्स लागू हो सकते हैं, जो अक्षरों, अंकों और तारीखों को बदले फॉर्मेट में दिखाने में सहायक होते हैं। उदाहरण के तौर पर तारीखों को इस तरह फॉर्मेट किया जा सकता है: महीना/दिन/साल या दिन/महीना/साल
- कमेंट्स: सेल्स में विभिन्न निरीक्षकों की टिप्पणियां लिखी जा सकती हैं।
- फॉर्मूला और फंक्शन: सेल्स में फॉर्मूला और फंक्शन दर्ज हो सकते हैं, जो सेल की वैल्यू या अंकों की गणना करते हैं। उदाहरण के तौर पर SUM (cell 1, cell 2...) एक फॉर्मूला है, जो विभिन्न सेल्स की वैल्यू या अंकों का जोड़ एक ही बार में लगा सकता है।

कंटेंट इनसर्ट करने के लिए:

1. सेल को सिलेक्ट करने के लिए उस पर क्लिक करें
2. की-बोर्ड की मदद से कंटेंट या सामग्री को चिन्हित सेल में डालें। कंटेंट सेल और फॉर्मूला बार में दिखाई देने लगता है। आप सेल की सामग्री को फॉर्मूला बार से ही एंटर और एडिट कर सकते हैं।

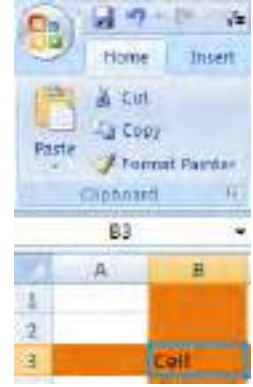
सेल में कंटेंट को डिलीट करने के लिए:

1. जिस सेल में से कंटेंट को डिलीट करना है, उसका चुनाव करें
2. रिबन पर जाकर क्लियर कमांड का प्रयोग करें। एक डायलॉग बॉक्स दिखाई देगा।
3. क्लियर कंटेंट का चुनाव करें

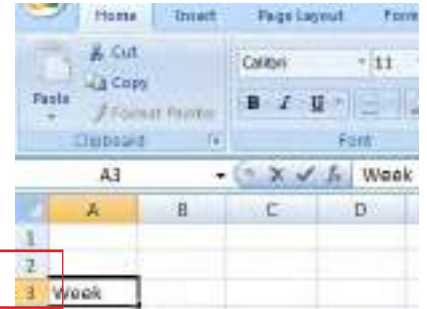
आप अपने की-बोर्ड के बैकस्पेस बटन का इस्तेमाल एक सेल के कंटेंट या एक से अधिक सेल के कंटेंट को मिटाने के लिए कर सकते हैं।

सेल डिलीट करने के लिए:

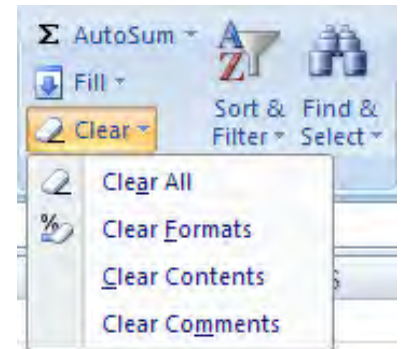
1. जिस सेल को डिलीट करना हो उसका चुनाव करें
2. रिबन पर जाकर डिलीट कमांड का प्रयोग करें



चित्र 5.4.16 सेल



चित्र 5.4.17 सेल में कंटेंट इनसर्ट करना



चित्र 5.4.18 सेल में से कंटेंट को डिलीट करना



चित्र 5.4.19 सेल को डिलीट करना

### 5.4.6 डाटा को कट, कॉपी और पेस्ट करना

आप माइक्रोसॉफ्ट एक्सेल में कट, कॉपी और पेस्ट कमांड का इस्तेमाल सभी सेल्स को या उनकी सामग्री को कॉपी या मूव करने के लिए कर सकते हैं।

मूव/कॉपी सेल

जब आप किसी सेल को कॉपी या मूव करते हैं, एक्सेल सारे सेल को मूव या कॉपी कर देता है, जिसमें फॉर्मूला और उसके नतीजे, सेल फॉर्मेट और टिप्पणियां शामिल होती हैं।

1. जिस सेल को आपको मूव और कॉपी करना हो उसका चुनाव करें
2. होम टैब पर, क्लिपबोर्ड ग्रुप के अंदर, निम्न चीजें करें:
  - मूव करने के लिए सेल को कट करें
  - कॉपी करने के लिए कॉपी करें
3. यदि आपको कोई सूचना सेल में डालनी हो तो बीच में क्लिक करें
4. होम टैब पर जाकर, क्लिपबोर्ड के अंदर क्लिक करने से पेस्ट करें



चित्र 5.4.20 डाटा को कट, कॉपी और पेस्ट करना

### 5.4.7 कॉलम की ऊंचाई और चौड़ाई

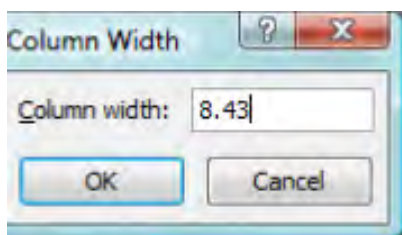
एक वर्कशीट में आप कॉलम की चौड़ाई 0 से 255 और पंक्ति की खड़ाई 0 से 409 तक कर सकते हैं। यह वैल्यू बताती है कि आप एक मानक फॉन्ट पर आधारित कितने अक्षरों को एक सेल के बीच दर्ज कर सकते हो। कॉलम की पूर्व निर्धारित चौड़ाई 8.43 अक्षर और पंक्ति की खड़ाई 12.75 पॉइंट होती है। अगर किसी कॉलम या पंक्ति की चौड़ाई 0 हो तो यह दिखाई नहीं देता।

कॉलम और रो की चौड़ाई/ऊंचाई को सेट करना

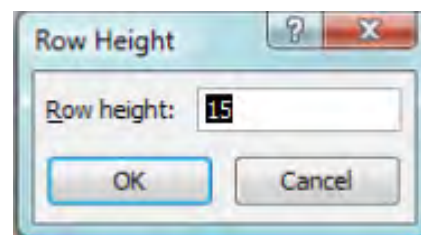
1. जिस रो और कॉलम को आपको बदलना हो उसका चुनाव करें
2. होम टैब के अंदर सेल ग्रुप में फॉर्मेट पर क्लिक करें
3. सेल की टैब में जाकर, कॉलम या रो की ऊंचाई व चौड़ाई को बदलें
4. एक कॉलम विड्थ और रो हाइट बॉक्स दिखाई देगा।
5. कॉलम विड्थ या रो हाइट बॉक्स में वह आकार दर्ज करें, जो आप कॉलम या रो के लिए चाहते हैं।



चित्र 5.4.21 कॉलम की चौड़ाई और रो की ऊंचाई



चित्र 5.4.22 कॉलम की चौड़ाई को सेट करना



चित्र 5.4.23 रो की ऊंचाई को सेट करना

स्वचालित कॉलम/रो के कंटेंट को फिट करना

1. सिलेक्ट ऑल के बटन पर क्लिक करें
2. रो/कॉलम की हैडिंग की बाउंडरी पर कहीं भी डबल क्लिक करें
3. सभी कॉलम/रो का आकार पूरी वर्कशीट में बदल जाएगा

माउस के प्रयोग से कॉलम/रो की चौड़ाई व ऊंचाई सेट करना

एक कॉलम/रो की चौड़ाई बदलने के लिए करें:

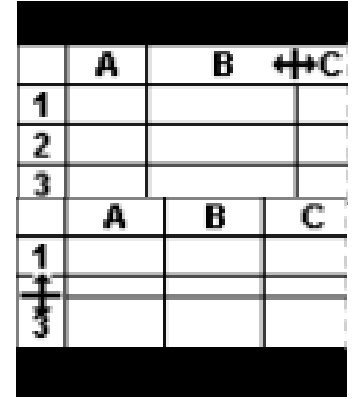
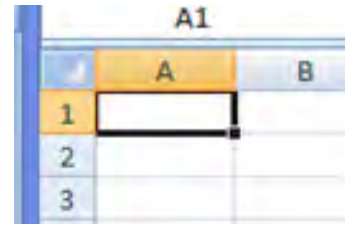
1. दो रो या कॉलम के बीच की लाइन पर कर्सर को रखें
2. एक चिन्ह जो छोटे अक्षर 't' के समान दिखाई देता है, वह हॉरिजेंटल लाइन के उपर ऐरो के साथ दिखाई देगा।
3. बाउंड्री को कॉलम/रॉ के दाईं तरफ तब तक ड्रैग करो जब तक कि कॉलम/रॉ इच्छित आकार तक ना पहुंच जाएं।

काफी सारी रो/कॉलम की चौड़ाई बदलने के लिए करें:

1. उस रो/कॉलम का चुनाव करें, जिसे आप बदलना चाहते हैं
2. बाउंडरी को सिलेक्टड कॉलम या रो हैडिंग के राइट में लेकर आकर डबल क्लिक करें
3. सभी सिलेक्ट कॉलम/रो का आकार बदल जाएगा

कॉलम/रो के अंदर कंटेंट को फिट करने के लिए चौड़ाई बदलना:

1. उस रो/कॉलम का चुनाव करें, जिसे आप बदलना चाहते हैं
2. बाउंडरी को सिलेक्टड कॉलम या रो हैडिंग के राइट में लेकर आकर डबल क्लिक करें
3. कॉलम और रॉ सबसे लंबे/ऊंचे टेक्स्ट लंबाई/ऊंचाई को स्वतः ही बदल देंगे।



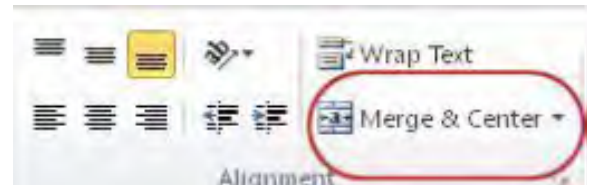
चित्र 5.4.24 कॉलम/रो के बीच के कंटेंट को एडजस्ट करना

### 5.4.8 सेल को मर्ज और स्प्लिट करना

जब आप एक साथ स्थित दो या दो से ज्यादा सेल्स को हॉरिजेंटल या वर्टिकल रूप से मर्ज करते हो, तो ये एक से ज्यादा कॉलम या रॉ में एक ही सेल के रूप में दिखाई देने लगता है। जब आप सेल्स को मर्ज करते हो, तो केवल एक ही सेल का कंटेंट दिखाई देता है।

#### मर्ज एंड सेंटर सेल

1. दो या दो से अधिक सेल जिसे आप मर्ज करना चाहते हो, उसका चुनाव करें
2. होम टैब पर एलाइनिंग ग्रुप में Merge and Centre पर क्लिक करें।
3. रॉ और कॉलम में यह सेल मर्ज हो जाएंगे और सेल का कंटेंट मर्ज्ड सेल के मध्य में दिखने लगेगा।



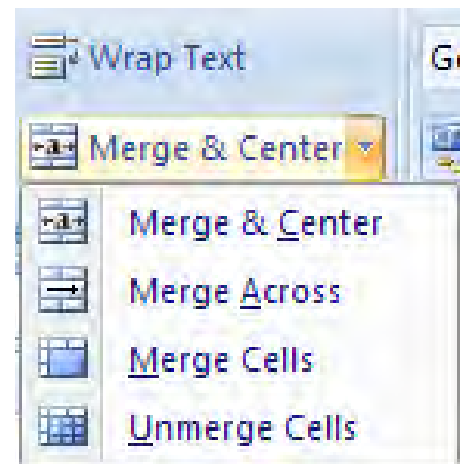
चित्र 5.4.25 मर्ज एंड सेंटर सेल

#### मर्ज सेल

केवल सेल्स को मर्ज करने के लिए मर्ज एंड सेंटर के बाद बने ऐरो को क्लिक करें और फिर Merge Across या Merge Cells पर क्लिक करें।

#### स्प्लिट सेल

1. उन सेल का चुनाव करें, जिसे आप स्प्लिट करना चाहते हैं
2. मर्ज या मिलाए गए सेल्स को अलग करने के लिए Merge and Centre पर क्लिक करें। सेल एक-दूसरे से अलग बक्सों के रूप में दिखने लगेगे और इनका कन्टेंट सबसे उपर बाईं तरफ के अलग हुए सेल में दिखाई देगा।



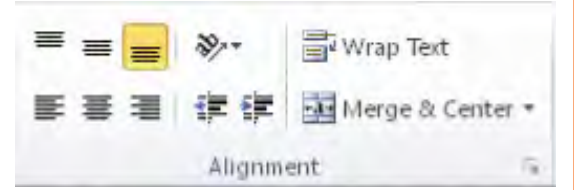
चित्र 5.4.26 मर्ज सेल

## 5.4.9 फॉर्मेटिंग तकनीक

अपनी स्प्रेडशीट को प्रभावशाली बनाने के लिए आप इसमें कई तरह के बदलाव कर सकते हैं, जैसे कि टेक्स्ट, नंबर, कलर और टेबल स्टाइल्स। स्प्रेडशीट्स को कंपनी की बैठकों और पब्लिशिंग के लिए प्रोफेशनल डॉक्यूमेंट्स का रूप दिया जा सकता है।

### रैप टेक्स्ट

आप सेल रैपिंग का विकल्प इस्तेमाल करके एक ही सेल में टेक्स्ट की एक से ज्यादा पंक्तियां लिख सकते हैं। एक सेल में रैपिंग टेक्स्ट के इस्तेमाल से दूसरे सेल्स पर प्रभाव नहीं पड़ता।



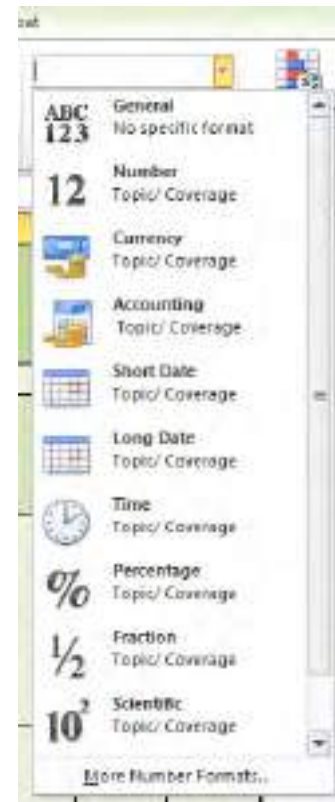
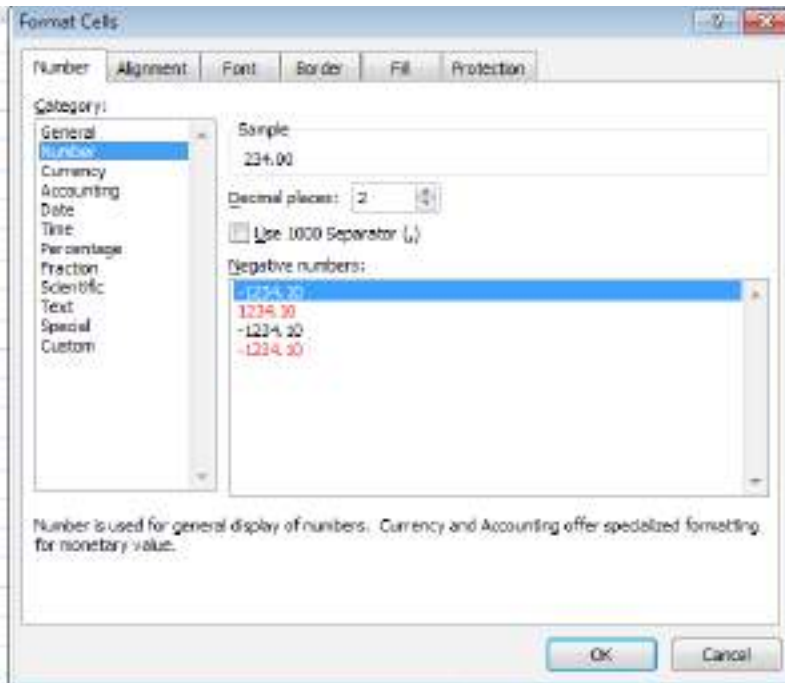
चित्र 5.4.27 रैप टेक्स्ट

1. जिस सेल को आप रैप करना चाहते हो उसका चुनाव करें
2. होम टैब में जाकर, एलाईमेंट ग्रुप में जाकर रैप टेक्स्ट पर क्लिक करें
3. आपके सेल का टेक्स्ट रैप हो जाएगा

### फॉर्मेट नम्बर

1. उन सेल या सेल्स पर क्लिक करें, जिनमें कंटेंट है और आप उनकी फॉर्मेटिंग करना चाहते हैं।
  2. होम टैब पर नंबर ग्रुप में नंबर फॉर्मेट बॉक्स के बाद बने ऐरो पर क्लिक करें और फिर इच्छित फॉर्मेट पर क्लिक करें।
- अगर आप दिखाई दे रहे विकल्पों में से अपने नंबरों को फॉर्मेट नहीं कर पा रहे, तो आप नंबर फॉर्मेट ड्रॉप डाउन बॉक्स लिस्ट के नीचे बने More Number Formats पर क्लिक कर सकते हैं।

कैटेगरी सूची में इच्छित फॉर्मेट पर क्लिक करें और फॉर्मेट सेल्स डायलॉग बॉक्स में जाकर सेटिंग्स को संतुलित करें। उदाहरण के तौर पर आप करेंसी फॉर्मेट में आप अलग करेंसी सिंबल चुन सकते हैं, कम या ज्यादा दशमलव स्थान दिखा सकते हैं या नेगेटिव नंबरों को दर्शाने का तरीका बदल सकते हैं।



चित्र 5.4.28 फॉर्मेट सेल



## सेल बॉर्डर

पूर्व-निर्धारित बॉर्डर स्टाइल्स में से आप अपने सेल या सेल्स पर बॉर्डर या किनारे लगा सकते हैं। अगर पूर्व निर्धारित स्लाइल्स आपकी जरूरत के हिसाब से नहीं हैं, तो आप अपने मुताबिक बॉर्डर स्टाइल बना सकते हैं।

### सेल बॉर्डर पर लागू

1. बॉर्डर का चुनाव करें
2. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप पर जाए
3. बॉर्डर से आगे ऐरो पर क्लिक करें
4. बॉर्डर स्टाइल पर क्लिक करें
5. सेल या सेल की रेंज पर बॉर्डर स्टाइल लागू हो जाएगा

### सेल बॉर्डर को हटाना

1. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप पर जाए
2. बॉर्डर से आगे ऐरो पर क्लिक करें
3. नो बॉर्डर पर क्लिक करें

### सेल और टेक्स्ट की कलरिंग

आप सेल में कई प्रकार के रंग मैनुअली भर सकते हैं।

### सेल फिल

1. जिस सेल का रंग बदलना हो उसका चुनाव करें
2. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप पर जाकर निम्नलिखित करें:
  - सेल्स को रंग से भरने के लिए फिल कलर के बाद बने ऐरो पर क्लिक करें और फिर थीम कलर या स्टैंडर्ड कलर्स के अंतर्गत दिख रहे रंगों में से चुनाव करें।
  - सेल को अपने द्वारा निर्धारित किए गए रंग में करने के लिए फिल कलर के बाद दिख रहे ऐरो पर क्लिक करें। फिर More Colours पर क्लिक करें और फिर कलर डायलॉग बॉक्स में जाकर इच्छित रंग का चुनाव करें।
  - यदि आपको हाल में ही प्रयोग हुए रंग को भरना हो तो केवल फिल कलर पर क्लिक करें

### सेल फिल को हटाना

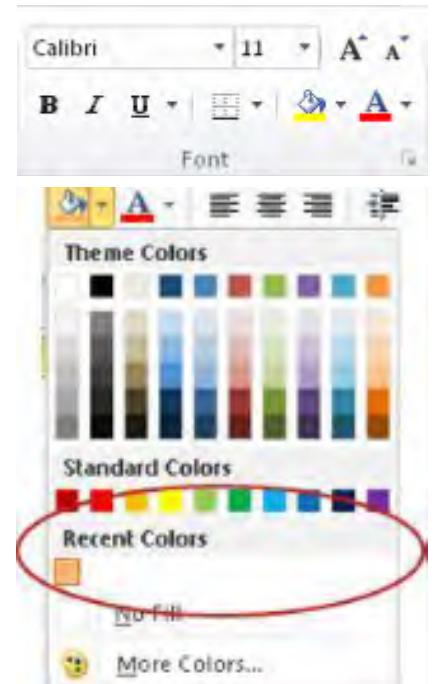
1. जिस सेल के रंग या पैटर्न को हटाना हो उसका चुनाव करें
2. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप में जाकर, नो फिल कर दें।

### टेक्स्ट कलर

1. उस सेल का चुनाव करें, जिसको आपको विभिन्न प्रकार के रंग या पैटर्न देने हैं
2. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप पर जाकर निम्नलिखित करें:
  - यदि आपको हाल में ही प्रयोग हुए रंग को भरना हो तो केवल फिल कलर पर क्लिक करें
  - टेक्स्ट का रंग बदलने के लिए फॉन्ट कलर के बाद बने ऐरो पर क्लिक करें और फिर थीम कलर्स या स्टैंडर्ड कलर्स के नीचे दर्शाए गए रंगों में से अपने मुताबिक रंग चुनें।



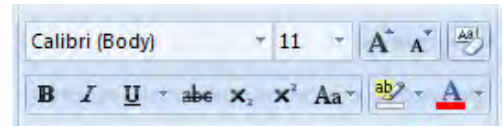
चित्र 5.4.29 सेल बॉर्डर



चित्र 5.4.30 सेल की कलरिंग

टेक्स्ट को बोल्ड, अंडरलाइन और इटैलिक करना

1. होम टैब पर जाकर, फॉन्ट ग्रुप पर जाकर चुनाव करें
2. बोल्ड, इटैलिक और अंडर लाइन पर क्लिक करें
3. सिलेक्टेड कमांड लागू हो जाएगी



चित्र 5.4.31 बोल्ड, अंडरलाइन और इटैलिक करना

### वर्कशीट टैब

1. शीट टैब बार पर जाकर राइट क्लिक करके कस्टमाइज़ पर क्लिक करें
2. शीट का नाम बदलने के लिए रीनेम पर क्लिक करें। टैब का रंग बदलने के लिए भी।
3. अपने अनुसार रंग को बदले और सूचना स्प्रेडशीट के बीच में आ जाएगी

## 5.4.10 एक्सेल में फॉर्मूला

वर्कशीट में दर्ज वैल्यू या अंकों की गणना का कार्य करने वाली विधियों को फॉर्मूला कहते हैं। एक फॉर्मूला हमेशा एक चिन्ह (=) के साथ शुरू होता है। उदाहरण के तौर पर एक साधारण फॉर्मूला है— =5+2\*3 जो दो अंकों को जोड़कर और एक अंक से गुणा करके नतीजा दिखाता है। माइक्रोसॉफ्ट ऑफिस एक्सेल गणित कार्य के मानक क्रम का अनुसरण करता है। पहले दिए गए उदाहरण में पहले (2\*3) गुणा का कार्य किया गया और फिर आए नतीजे को 5 से जोड़कर अंतिम नतीजा दिया गया।

1. फंक्शन: एक फंक्शन जैसे कि PI() या SUM(), (=) इस चिन्ह के साथ शुरू होता है।
2. सेल रेफरेंस: सेल रेफरेंसिस: वर्कशीट में दर्ज अलग-अलग सेल्स पर कोई फॉर्मूला लगाने के लिए आप उनका नाम फॉर्मूला में सेल रेफरेंस फीचर के जरिये डाल सकते हैं। उदाहरण के तौर पर सेल रेफरेंसिस A2 उस सेल की वैल्यू का गणना में इस्तेमाल करता है या फिर गणना के बाद उस सेल में नतीजा लिख देता है।



चित्र 5.4.32 एक्सेल में फॉर्मूला

फॉर्मूले का उदाहरण	यह क्या करता है
=5+2	पांच और दो को जोड़ता है
=5-2	पांच से दो को घटाता है
=5/2	पांच को दो से भाग करता है
=5*2	पांच को दो से गुणा करता है
=5^2	पांच को दो से बड़ा करता है

सेल रेफरेंस के साथ फॉर्मूला बनाना

1. पहला सेल रेफरेंस है B3, रंग नीला है और सेल रेंज को चौकोर कोनों पर नीला रंग दिया गया है।
2. दूसरा सेल रेफरेंस है C3, रंग हरा है और सेल की रेंज को चौकोर कोनों पर हरा रंग दिया गया है।
3. फॉर्मूला बनाने के लिए:
  - सेल का चुनाव करें
  - (=) चिन्ह का प्रयोग करें
  - पहले सेल का चुनाव करें, जिसमें फॉर्मूला डालना है और एक ऑपरेटर एंटर करो जैसे कि ए या \*
  - अगले सेल पर क्लिक करो, जिस पर फॉर्मूला लगाना चाहते हो। तब तक चरण 3-5 का अनुसरण करो, जब तक फॉर्मूला पूरा नहीं हो जाता।

#### 4. कीबोर्ड पर एंटर की को दबाएं

फॉर्मूले का उदाहरण	यह क्या करता है
=A1+A2	सेल ए1 और ए2 की वैल्यू को एड करने के लिए
=A1-A2	सेल ए1 में से ए2 की वैल्यू को हटाने के लिए
=A1/A2	ए1 की वैल्यू को सेल ए2 से भाग करने के लिए
=A1*A2	ए1 की वैल्यू को सेल ए2 से गुणा करने के लिए
=A1^A2	सेल ए1 की वैल्यू को ए2 में दी गई निर्दिष्ट वैल्यू के लिए बढ़ाना

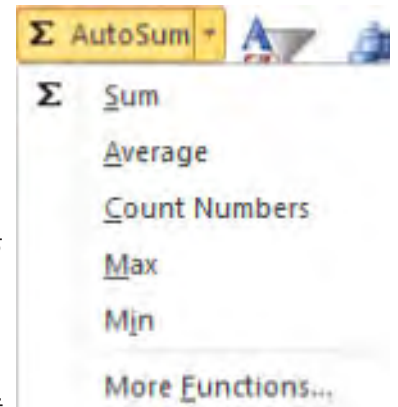
#### ऑटो सम का प्रयोग करें

त्वरित जोड़ के परिणाम के लिए इसका प्रयोग करें:

1. सेल का चुनाव करें
2. होम टैब पर जाकर एडिंग ग्रुप में जाएं
3. अंकों को जोड़ने के लिए AutoSum पर क्लिक करें या इच्छित फंक्शन लागू करने के लिए ऑटोसम के बाद बने ऐरो पर क्लिक करें।

#### आम समस्याओं को अनदेखा करना

नीचे दी गई तालिका में आम तौर पर फॉर्मूला दर्ज करते समय की जाने वाली कुछ गलतियों के उदाहरण दिए गए हैं और यह भी बताया गया है कि उन्हें कैसे सही करना है:



चित्र 5.4.33 ऑटो सम

सुनिश्चित करें कि आप _____	अधिक जानकारी
सभी खुले और बंद कोष्ठकों का मिलान करें	सुनिश्चित बनाएं कि सभी कोष्ठक एक जैसी जोड़ियों का हिस्सा हैं। जब आप एक फॉर्मूला बनाते हो, एक्सेल कोष्ठकों को दर्ज करने के साथ ही रंगीन रूप में दिखा देता है।
एक रेंज को दर्शाने के लिए कॉलन का इस्तेमाल करें।	सेल्स की रेंज दर्शाते समय कॉलन (:) का इस्तेमाल रेफरेंस रेंज के पहले सेल और आखिरी सेल को दर्शाने के लिए करें। उदाहरण के तौर पर A1:A5
सभी जरूरी तर्कों को लिखें	कुछ कार्यों या फंक्शन में तर्कों की जरूरत होती है। यह भी ध्यान रखें कि आपने बहुत ज्यादा तर्क ना डाल दिए हों।
64 से ज्यादा कार्यों को एकसाथ ना करें।	अगर फॉर्मूला में कुछ ऐसे अंकों या सेल्स का जिक्र है, जो किन्हीं दूसरी वर्कशीट्स या वर्कबुक्स में हैं और उनके नाम में नॉन एल्फाबैटिकल कैरेक्टर हैं, तो आपको इनका नाम दर्ज करते समय एकल कोटेशन मार्क (') से उसे घेरना चाहिए।
अन्य शीट नामों को एकल कोटेशन चिन्ह में रखें।	फॉर्मूला में डालने से पहले नंबरों को फॉर्मेट ना करें। उदाहरण के तौर पर, अगर आपके द्वारा दर्ज की जाने वाली वैल्यू +1,000 है, तो भी फॉर्मूला में 1,000 ही दर्ज करें।



### 5.4.11 एक्सेल में चार्ट

एक्सेल में चार्ट बनाने के लिए, वर्कशीट में चार्ट के लिए अंकीय डाटा दर्ज करने से शुरुआत करें। इसके बाद आप चार्ट की किस्म तय करके इंसर्ट टैब के चार्ट्स ग्रुप को चुनकर डाटा को उसमें डाल सकते हैं।

1. वर्कशीट डाटा
2. वर्कशीट डाटा से चार्ट बनाना

#### चार्ट बनाना

1. वर्कशीट में चार्ट में डाले जाने वाले डाटा को व्यवस्थित करें। डाटा को कॉलम और पंक्तियों के रूप में दर्ज कर सकते हैं। एक्सेल स्वतः ही डाटा को चार्ट में दर्ज करने का बेहतर तरीका चुन लेगा।
2. जिस सेल से आपको चार्ट बनाना है, उसे सिलेक्ट करें।
3. इंसर्ट टैब पर जाकर, चार्ट में जाएं।
4. चार्ट के प्रकार पर क्लिक करें, फिर चार्ट के सब टाइप पर जाएं और अब आपके सामने ड्राप डाउन आ जाएगा।
5. एंबेडेड चार्ट में कहीं भी क्लिक करके इसे आरंभ कर सकते हैं। जब आप चार्ट पर क्लिक करेंगे, तो चार्ट टूल्स दिखाई देने लगेंगे, जिसमें डिजाइन, लेआउट और फॉर्मेट टैब्स शामिल होते हैं।
6. चार्ट स्वचालित तौर पर वर्कशीट में एड हो जाएगा और अपने आप ही चार्ट को एक नाम मिल जाएगा।

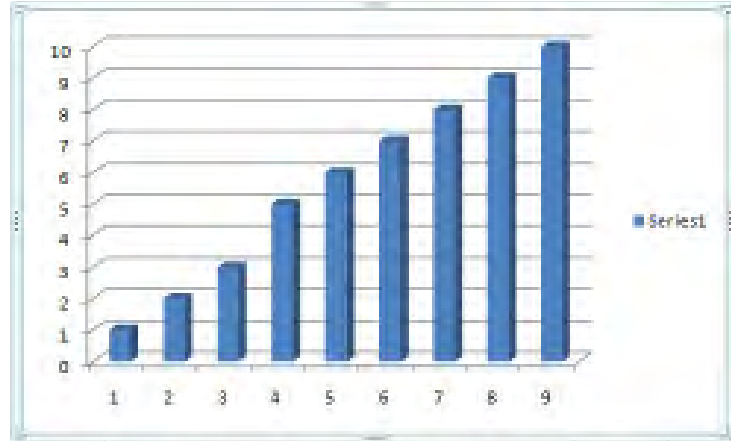


चित्र 5.4.34 एक्सेल में चार्ट के प्रकार

#### चार्ट के एलिमेंट्स को जानना

एक चार्ट में कई अवयव होते हैं। इनमें से कुछ अवयव या एलेमेंट पूर्व निर्धारित रूप में दिखाई दे जाते हैं, जबकि बाकियों को जरूरत के अनुसार जोड़ा जा सकता है। आप चार्ट एलेमेंट्स का डिस्प्ले उन्हें चार्ट में दूसरी जगह मूव करके, उनका साइज बदलकर या फॉर्मेट बदलकर चेंज कर सकते हैं। आप अनचाहे चार्ट तत्वों को हटा भी सकते हो।

1. चार्ट एरिया चार्ट और उसे एलिमेंट का पूर्ण क्षेत्र होता है।
2. प्लोट एरिया चार्ट का वह एरिया होता है, जो एक्सिस से बाउंड होता है।
3. हॉरिज़ेंटल (कैटेगिरी) और वर्टिकल (वैल्यू) धुरी वे आयाम हैं, जिनके साथ-साथ डाटा को चार्ट में दर्ज किया जाता है।
4. चार्ट और अक्ष शीर्षक वर्णनकारी शब्द होते हैं, जो चार्ट और अक्ष के लिए होते हैं।
5. एक डाटा सीरीज के भीतर उसकी विस्तृत जानकारी हासिल करने और सूचना दर्ज करने के लिए डाटा लेबल का इस्तेमाल किया जाता है।



चित्र 5.4.35 चार्ट के एलिमेंट्स

6. लेआउट टैब पर जाकर, प्रोपर्टी ग्रुप में जाकर, चार्ट टेक्स्ट बॉक्स नेम पर क्लिक करें।
7. नया चार्ट का नाम डालें।
8. एंटर प्रेस करें।

### चार्ट का लेआउट बदलना

1. चार्ट में कहीं भी क्लिक करें।
2. टूल्स में जाकर डिजाइन ग्रुप में जाएं।
3. चार्ट लेआउट में, इच्छित चार्ट लेआउट पर क्लिक करें। अन्य उपलब्ध लेआउट देखने के लिए More पर क्लिक करें।



चित्र 5.4.36 चार्ट का नेम



चित्र 5.4.37 चार्ट लेआउट

### चार्ट का स्टाइल बदले

1. चार्ट में कहीं भी क्लिक करें।
2. डिजाइन टैब में चार्ट स्टाइल ग्रुप में इच्छित चार्ट स्टाइल पर क्लिक करें। पूर्व निर्धारित सभी चार्ट स्टाइल देखने के लिए More पर क्लिक करें।



चित्र 5.4.38 चार्ट स्टाइल

## 5.4.12 एडवांस्ड स्प्रेडशीट मॉडीफिकेशन

एक बार आपने बुनियादी वर्कशीट बना ली, फिर आपका काम आसान और सुगम बनाने के लिए इसमें ढेर सारी चीजें उपलब्ध हैं। इनमें से कुछ तत्व हैं— सेल्स को छुपाना, जमाना और अलग-अलग करना या तोड़ना। आप डाटा को छान्ट और छान भी सकते हो। बड़ी मात्रा में डाटा पर कार्य करते समय ये खूबियां बेहद कारगर साबित होती हैं।



चित्र 5.4.39 एडवांस्ड स्प्रेडशीट मॉडीफिकेशन

### रो या कॉलम को हाइड और डिस्प्ले करना

आप एक पंक्ति या कॉलम को हाइड कमांड का इस्तेमाल करते हुए छुपा भी सकते हो या इसकी चौड़ाई या लंबाई 0 करके भी इसे अदृश्य कर सकते हो। आप इसे फिर से अनहाइड कमांड से दिखा सकते हो। आप एक बार में एक या एक से अधिक निर्धारित सेल्स, कॉलम या पंक्तियों को दिखा और छुपा सकते हो।

### रो या कॉलम को हाइड करना

1. जिस रो या कॉलम को आपको हाइड करना हो, उसका चुनाव करें।
2. होम टैब पर जाकर, सेल ग्रुप में फॉर्मेट पर क्लिक करें।
3. विजिबिलिटी के अंतर्गत हाइड और अनहाइड को पॉइंट करो और फिर Hide Rows or Hide Columns पर क्लिक करो।

नोट: आप रो या कॉलम पर राइट क्लिक भी कर सकते हो। (या एक से अधिक रो या कॉलम को सेलेक्ट करके) और तब Hide या Unhide पर क्लिक करो।

### पैन को फ्रीज करना

- वर्कशीट पर स्क्रॉल करते समय दिखाई देने वाले रो और कॉलम को चुनें।
- विंडो ग्रुप में View टैब पर फ्रीज पैन के नीचे ऐरो पर क्लिक करें।
- अब निम्न करें:
  - एक रो को लॉक करने के लिए, टॉप रो को ही फ्रीज करें
  - एक कॉलम को लॉक करने के लिए, टॉप कॉलम को ही फ्रीज करें
  - यदि एक से अधिक रो या कॉलम को लॉक करना है तो एक ही समय पर तो फ्रीज पैन पर क्लिक करें।
- व्यू टैब पर जाकर, विंडो ग्रुप पर, ऐरो बिलो फ्रीज पैन पर क्लिक करें।
- यदि अनफ्रीज करना हो तो केवल अनफ्रीज पर क्लिक करें।



चित्र 5.4.40 फ्रीज पैन

### सोर्टिंग डाटा

वर्गीकरण या छंटाई डाटा विश्लेषण का अभिन्न हिस्सा है। हो सकता है कि आप नामों की सूची को एल्फाबेटिकल क्रम में रखना चाहें, किन्हीं सामानों की सूची को उपर से नीचे के क्रम में दर्ज करना चाहें या फिर पंक्तियों को कलर या आइकोन के अनुसार तरतीब देना चाहें। डाटा का वर्गीकरण आपको डाटा को बेहतर तरीके से सुव्यवस्थित करने, समझने और जल्द ढूढने में सहायता करता है, जिसका नतीजा बेहतर और प्रभावी फैसलों के रूप में सामने आता है।

### एक कॉलम में डाटा को सोर्ट करना

- जिस सेल के डाटा को सोर्ट करना हो उसका चुनाव करें
- डाटा टेब में जाकर, सोर्ट व फिल्टर ग्रुप में, निम्न करें
  - एसेंडिंग में सोर्ट करने के लिए ए टू जेड पर क्लिक करें
  - डिसेंडिंग में सोर्ट करने के लिए जेड टू ए पर क्लिक करें
- डाटा वर्गीकरण की किसी विधि को फिर से लागू करने के लिए किस टेबल या सेल की रेंज पर क्लिक करें। फिर Sort & Filter ग्रुप में त्रिचक्र पर क्लिक करें।

### विभिन्न कॉलम या रो में डाटा सोर्ट करना

हो सकता है कि आप ऐसे एक या एक से ज्यादा कॉलम या पंक्तियों को व्यवस्थित और समूहीकरण करना चाहते हों, जिनमें डाटा हो और ये डाटा एक समान मूल्यों वाला हो। और फिर उस समूह में एक समान मूल्यों वाले अन्य कॉलम या पंक्तियों के समूहों को व्यवस्थित करना हो।

- जिस एक से दो सेल या कॉलम के डाटा को सोर्ट करना हो उसका चुनाव करें
- डाटा टेब के अंदर, सोर्ट एंड फिल्टर ग्रुप में जाकर सोर्ट पर क्लिक करें
- सोर्ट डायलॉग बॉक्स खुल जाएगा
- कॉलम के अधीन सोर्ट बाई बॉक्स में पहला कॉलम चुनो, जिसे आप व्यवस्थित करना चाहते हो।
- सोर्ट ऑन के अंदर, सोर्ट के प्रकार को सिलेक्ट करें
  - टेक्स्ट, नम्बर, या दिनांक में सोर्ट करने के लिए वेल्यू को सिलेक्ट करें
  - फॉर्मट में सोर्ट करने के लिए सेल का रंग, फॉन्ट का रंग या सेल आइकन को सिलेक्ट करें
- ऑर्डर के अंदर, अपने हिसाब से सोर्ट करें
  - टेक्स्ट के लिए, ए टू जेड या जेड टू ए को सिलेक्ट करें।



चित्र 5.4.41 डाटा को सोर्ट करना

## फिल्टर का प्रयोग करना

डाटा की कई पंक्तियों या रो वाली वर्कशीट पर काम करते समय डाटा को देखना और उसका विश्लेषण करना बहुत मुश्किल हो सकता है। छानना या फिल्टरिंग करना खोजने और एक्सेल रेंज में डाटा का एक सबसेट बनाकर काम करना थोड़ा आसानी ला सकता है। फिल्टर आपको किसी विशिष्ट चीज की एंट्रियों की त्वरित तलाश करने में मदद करते हैं। उदाहरण के तौर किसी बड़ी



चित्र 5.4.42 विभिन्न रो और कॉलम में डाटा को सोर्ट करना

वर्कशीट में किसी कर्मचारी या वस्तु का नाम। सोर्टिंग के समान फिल्टरिंग आपके डाटा को दोबारा व्यवस्थित नहीं करता, यह केवल उन पंक्तियों और कतारों को छुपा देता, जिनकी आपको जरूरत नहीं होती।

## फिल्टर को तैयार करना

सुनिश्चित बनाएं कि आपकी वर्कशीट का डाटा साफ—सुथरा और संक्षिप्त है और आप इसकी छानबीन आसानी से कर सकेंगे। अपना डाटा बनाने के लिए निम्नलिखित निर्देशों का पालन करें:

- हैडिंग का प्रयोग: टॉप में हैडिंग का होना जरूरी होता है
- डाटा को मिक्स ना करें: टेक्स्ट और नम्बर को मिक्स ना करें
- रूकें नहीं: बीच में खाली रो या कॉलम ना छोड़े।
- अलग रखें: छाने जाने वाले डाटा को उसकी अपनी वर्कशीट में रखना चाहिए। अगर नहीं, तो इसे अन्य डाटा से अलग करने के लिए बीच में खाली पंक्ति या कॉलम डालें।

## ऑटोफिल्टर की फिल्टरिंग करना

ऑटोफिल्टर करने का फीचर आपको त्वरित तौर पर फिल्टर को बनाने में सक्षम बनाता है।

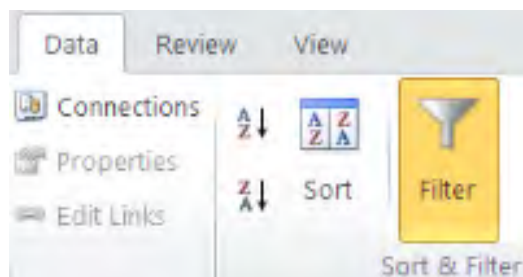
### टेक्स्ट को फिल्टर करना

ऑटो फिल्टर का इस्तेमाल करने के लिए, उस सेल पर क्लिक करें, जिसमें टेक्स्ट डाटा आइटम है। फिर डाटा टैब में फिल्टर चुनें। फिल्टर ऐरो हर कॉलम हैडिंग के बाद में उभर आएंगे।

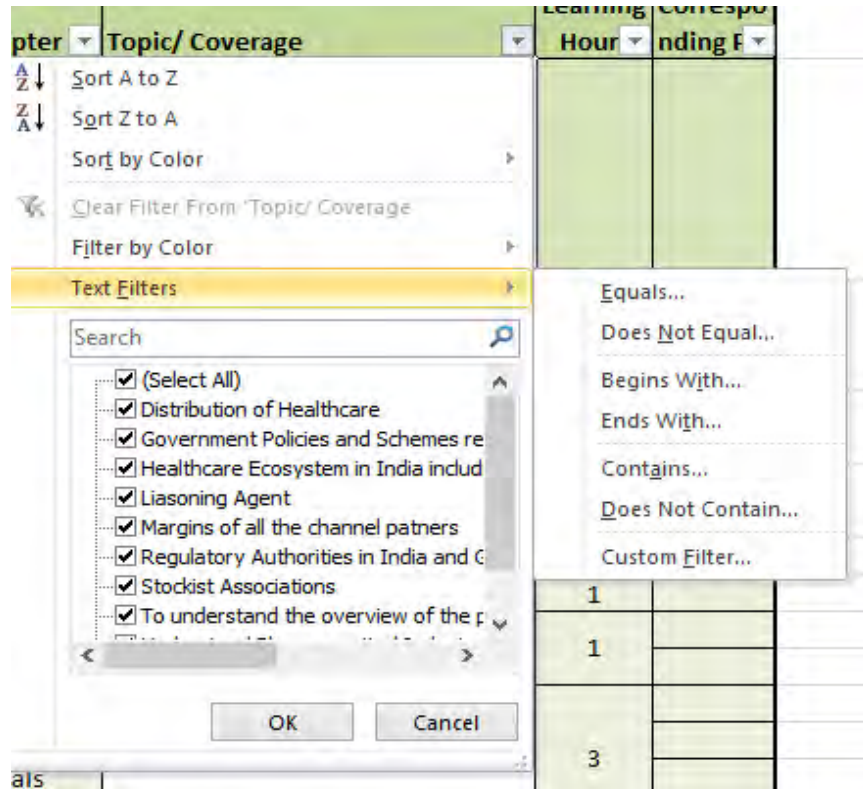
छानने की विधि शुरू करने के लिए कॉलम शीर्षक के बाद बने डाउन ऐरो पर क्लिक करें। एक्सेल विकल्पों की एक पूरी सूची और सभी चीजों पर कॉलम में दिखा देगा।

- केवल एक आइटम में डाटा देखने के लिए निम्न चीजे करे:
  - » जिसे आपको नहीं दिखाना हो उसे टिक ना करें
  - » टेक्स्ट फिल्टर पर जाएं, = के साइन के साथ रो या कॉलम की संख्या डालकर उसे कहीं भी दिखा सकते है
- वर्कशीट में सभी दूसरे रो और कॉलम हाइड हो जाएंगे

जहां आपने फिल्टर लगाया, कतार के नंबर नीले दिखाई देने लगेंगे और ड्रॉप डाउन ऐरो फिल्टर का चिन्ह बदल देगा। आप स्क्रीन के नीचे स्टेटस बार में खोजे गए रिकॉर्ड की सूची भी देख पाएंगे।



चित्र 5.4.43 फिल्टरिंग



चित्र 5.4.44 टेक्स्ट को फिल्टर करना

### 5.4.13 स्प्रेडशीट को अंतिम टच देना

स्प्रेडशीट को पूरा करने और यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपका डॉक्यूमेंट पूरा हो गया है, वहां कुछ चरण हैं।

स्पेल चेक फीचर का प्रयोग करना

एक्सेल में वर्ड और पावरप्वाइंट की तरह स्पेल चेक फीचर नहीं होता। स्पैलिंग और ग्रामर जांच के लिए आपको स्पैलिंग और ग्रामर फीचर का इस्तेमाल करना होगा।

1. रिव्यू टैब पर क्लिक करें
2. Spelling & Grammar कमांड पर क्लिक करें। (नीला चेकमार्क जिस पर ABC लिखा हो)
3. एक स्पैलिंग और ग्रामर बॉक्स दिखाई देगा, इस बॉक्स की मदद से स्पैलिंग या ग्रामर संबंधी किसी दोष को दूर करें।

**स्प्रेडशीट को सेव करना**

एक डॉक्यूमेंट को एक्सेल के फॉर्मेट में सेव करने के लिए निम्न करें:

1. फाइल टैब पर क्लिक करें
2. सेव एज़ पर क्लिक करें
3. फाइल नेम बॉक्स के अंदर अपने अनुसार डॉक्यूमेंट का नाम डालें
4. सेव पर क्लिक करें



चित्र 5.4.45 स्पेल चेक

## प्रिंट प्रिव्यू

प्रिंट प्रिव्यू आपके Print टैब पर क्लिक करते ही दिख जाएगा। जब भी आप प्रिंट संबंधी सेटिंग्स में कोई बदलाव करेंगे, प्रिव्यू भी इसके अनुसार स्वतः अपडेट हो जाएगा।

1. फाइल टैब और फिर प्रिंट पर क्लिक करें। वापस अपने दस्तावेज पर जाने के लिए फाइल टैब पर क्लिक करें।
2. आपके डॉक्यूमेंट का एक प्रिव्यू स्वतः ही उभर आएगा। सभी पन्नों को देखने के लिए प्रिव्यू के नीचे बने ऐरो पर क्लिक करें।

## वर्कशीट को प्रिंट करना

1. जिस वर्कशीट को आपको प्रिंट करना हो उसका चुनाव करें
2. फाइल पर क्लिक करें
3. प्रिंट पर क्लिक करें या सिलेक्शन करके Ctrl P की कमांड दें
4. जब आपके सामने प्रिंट स्क्रीन आ जाए तो प्रिंटिंग विकल्पों का चुनाव करें:
  - प्रिंटर को बदलने के लिए, प्रिंटर के नीचे उभरने वाले बॉक्स पर क्लिक करें और अपनी इच्छानुसार प्रिंटर का चुनाव करें।
  - पन्ने की ओरिएंटेशन, उसके आकार, मार्जिन के साथ-साथ किसी और तरह के पेज सेटअप बदलावों के लिए सेटिंग्स के अंतर्गत आने वाले विकल्पों का चयन करें।
  - अगर आप पूरी वर्कशीट को एक ही पन्ने पर फिट करके प्रिंट करना चाहते हैं, तो सेटिंग्स के अंतर्गत आते उन विकल्पों पर क्लिक करें, जिन्हें आप इस्तेमाल करना चाहते हैं।
  - विशिष्ट सूचना को प्रिंट करने के लिए, प्रिंट एक्टिव शीट्स या प्रिंट एंटायर वर्कबुक का विकल्प चुनें।
  - प्रिंट पर क्लिक करें



चित्र 5.4.46 वर्कशीट को प्रिंट करना

## गतिविधि

1. एक एक्सेल स्प्रेडशीट बनाएं। उसमें सभी प्रतियोगियों के नाम, उम्र और योग्यता दी गई हो। सूची को Alphabetical Order में व्यवस्थित करें। अब फाइल को फॉर्मेट करें और सेव करें।
2. टेबल को दोबारा बनाएं और कुल अमाउंट, डिपोजिट और शेष को जोड़ें।



	A	B	C	D	E	F
1	चैक नम्बर	दिनांक	वर्णन	अमाउंट	डिपोजिट	बैलेंस
2			ओपनिंग बैलेंस		Rs 500.00	Rs 500.00
3	100	4/7/04	ऑफिस सप्लाई	Rs 78.50		Rs 421.50
4	101	4/7/04	फोन स्टोर	Rs 180.98		Rs 240.52

### अभ्यास

- एक्सेल रिबन में टैब होता है:
  - डाटा पेन
  - फार्मूला पेन
  - पेज लेआउट पेन
  - ऊपर दिए गए सभी
- सोर्ट विकल्प का प्रयोग होता है:
  - बढ़ती हुए आर्डर में डाटा को सोर्ट करना
  - घटते हुए आर्डर में डाटा को सोर्ट करना
  - एनिमेशन
  - ट्रांजिशन
- चार्ट का विकल्प उपलब्ध होता है:
  - डाटा टैब
  - होम टैब
  - इनसर्ट टैब
  - इनमें से कोई नहीं

### टिप्पणी

---



---



---



---

## यूनिट 5.5: इंटरनेट और नेटवर्क

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. इंटरनेट और नेटवर्क को समझना
2. इंटरनेट के विभिन्न एप्लीकेशन को समझना

### 5.5.1 नेटवर्क

एक नेटवर्क आपस में जुड़े एक या एक से अधिक कंप्यूटरों का समूह है। कई तरह के कंप्यूटर नेटवर्क उपलब्ध हैं, जिनमें शामिल हैं:

- लोकल एरिया नेटवर्क्स (LANs): भौगोलिक रूप से कंप्यूटर एक दूसरे के समीप होते हैं। (आम तौर पर एक ही इमारत में)
- वाइड एरिया नेटवर्क्स (WANs): कंप्यूटर एक दूसरे से बहुत दूर होते हैं और टेलीफोन लाइन या रेडियो तरंगों के माध्यम से जुड़े होते हैं।
- मेट्रोपोलिटन एरिया नेटवर्क (MANs): एक टाउन या शहर के लिए बनाया गया डाटा नेटवर्क।

### 5.5.2 इंटरनेट

इंटरनेट अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर बना नेटवर्कों का नेटवर्क है, जिसमें करोड़ों निजी, सार्वजनिक, शैक्षणिक, व्यापारिक और सरकारी पैकेट आधारित नेटवर्क शामिल होते हैं। ये सभी इलेक्ट्रॉनिक, वायरलेस या ऑप्टिकल नेटवर्किंग तकनीकों के माध्यम से जुड़े होते हैं। इंटरनेट सेवाओं और सूचना स्रोतों का एक विस्तृत संसार मुहैया करवाता है, जैसे कि हाइपरटेक्स्ट डॉक्यूमेंट्स और वर्ल्ड वाइड वेब (www) के एप्लीकेशन्स, ई-मेल सेवा के लिए बुनियादी ढांचा, फाइलों के आदान-प्रदान के लिए कंप्यूटर दर कंप्यूटर जुड़ाव और टेलीफोनी। यह एक-दूजे से जुड़े कंप्यूटरों की एक वैश्विक व्यवस्था है जो स्टैंडर्ड इंटरनेट प्रोटोकॉल (TCP/IP) के माध्यम से विश्व के अरबों उपकरणों को जोड़ता है।



चित्र 5.5.1 इंटरनेट

#### इंटरनेट के एप्लीकेशन

काम: जनसंख्या का एक बड़ा हिस्सा काम या रोजगार के लिए इंटरनेट पर निर्भर है। मीडिया जगत में काम करने वाले व्यक्ति जैसे कि पत्रकार और शोधकर्ता और उनके जैसे तमाम अन्य लोग खुद को सामयिक घटनाओं से अवगत रखने के लिए इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं। कहानी या घटना का स्रोत और घटना से जुड़ी तथ्यपरक जानकारियां हासिल करने के लिए वे सबसे पहले इंटरनेट पर ही खोज करते हैं।

सामाजिक पक्ष: इंटरनेट को रोजाना इस्तेमाल करने का यह सबसे बड़ा कारण है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स जैसे कि फेसबुक और ट्विटर के विश्व स्तर पर करोड़ों उपयोगकर्ता हैं, जो इनकी सेवाओं का इस्तेमाल अपने परिवार और दोस्तों से संपर्क करने के लिए करते हैं। इन वेबसाइटों को सेलफोन के माध्यम से इस्तेमाल करने की सहूलियत इनका रोजाना इस्तेमाल सुनिश्चित बनाती है। Skype और MSN Messenger जैसे इंटरनेट प्रोग्रामों ने ऑनलाइन उपयोगकर्ताओं को इन सेवाओं के माध्यम से चैट करने का साधन दे दिया है।



शिक्षा: स्कूलों के भीतर शिक्षा देने के मामले में इंटरनेट तेजी से प्रभावी बनता जा रहा है। ज्यादातर स्कूल अब इलेक्ट्रॉनिक प्रोजेक्टर सिस्टम का इस्तेमाल कर रहे हैं, जो अध्यापक को कमरे में लगे एक बड़े सफेद बोर्ड पर पूरी क्लास को ऑनलाइन प्रोग्राम दिखाने के काबिल बनाता है। इसके साथ-साथ विद्यार्थी क्लासरूम से संबंधित अपनी रिपोर्ट और प्रोजेक्ट बनाने के लिए रोजाना इंटरनेट का इस्तेमाल करते हैं।

मनोरंजन: एक बटन पर क्लिक करने मात्र से कोई गाना ऑनलाइन खरीदने के विकल्प ने लोगों के अपने पसंदीदा कलाकारों को सुनने के तरीके को ही बदल दिया है। लोग रोजाना की तर्ज पर गाने डाउनलोड करते हैं और यू-ट्यूब जैसी वेबसाइट बिना किसी शुल्क के लोगों को अचंभित कर देने वाले वीडियो उपलब्ध करवा रही हैं।

नोट: रेलवे आरक्षण, ऑनलाइन बैंकिंग, बिलों का भुगतान और मोबाइल रिचार्ज, मनोरंजन और शिक्षा इंटरनेट की सबसे आम एप्लीकेशन हैं

### ई-मेल क्या है?

इलेक्ट्रॉनिक मेल, आम तौर पर ईमेल या ई-मेल के तौर जानी-बोली जाने वाली वह सेवा है जिसके माध्यम से डिजिटल संदेश को एक व्यक्ति से दूसरे या एक से ज्यादा व्यक्तियों तक पहुंचाया जा सकता है। मॉडर्न ई-मेल इंटरनेट या अन्य कंप्यूटर नेटवर्क पर संचालित होती है। कुछ शुरुआती ई-मेल सेवाओं में यह बंधन था कि भेजने और प्राप्त करने वाले को एक ही समय में ऑनलाइन रहना पड़ता था, ताकि तुरंत संदेशों का आदान-प्रदान कर सकें।

### वेब सर्च इंजन क्या है?

वेब सर्च इंजन एक सॉफ्टवेयर सिस्टम है, जिसे वर्ल्ड वाइड वेब पर कोई जानकारी ढूंढने के लिए बनाया गया है। खोजे गए नतीजों को नतीजों को एक कतार में प्रस्तुत किया जाता है और आम तौर पर सर्च इंजन रिजल्ट पेजिस (SERPs) कहा जाता है। जानकारी वेब पन्नों, तस्वीरों और अन्य तरह की फाइलों का मिश्रण हो सकता है। कुछ खोज इंजन डाटाबेस और खुली डायरेक्टोरियों में मौजूद डाटा को भी खोज लेते हैं। पांच प्रमुख सर्च इंजन हैं—

1. Google
2. Yahoo
3. Bing
4. Ask.com
5. AOL

### इंटरनेट के लाभ

- इंटरनेट बड़े पैमाने पर नेटवर्क सेवाएं उपलब्ध करवाता है, जिसमें वर्ल्ड वाइड वेब, इलेक्ट्रॉनिक मेल, इंटरनेट फोन, ऑडियो, वीडियो और फाइल स्थानांतरण सेवाएं शामिल हैं।
- इंटरनेट पर उपलब्ध सेवाओं में ई-मेल एक महत्वपूर्ण संचार माध्यम है। पार्टियों के बीच एनालॉग संदेश भेजने के चलन को इलेक्ट्रॉनिक टेक्स्ट मैसेज भेजने, लेटर या मेमो भेजने की सुविधा ने तोड़ा है और यह इंटरनेट के कारण ही मुमकिन हो पाया है। ई-मेल की अटैचमेंट के तौर पर तस्वीरें, दस्तावेज या अन्य किसी तरह की फाइलें या डाटा भेजा जा सकता है। ई-मेल को CC करने की सुविधा के कारण कई लोगों को एकसाथ भेजा जा सकता है।
- इंटरनेट टेलीफोनी संचार का एक और माध्यम बनकर उभर है और यह भी इंटरनेट के अस्तित्व में आने के कारण ही संभव हो पाया है।

## गतिविधि



1. google.com इंटरनेट चलाएं और दस टेलीकॉम की कंपनियों के सीईओ के नाम ढूँढें।

---

---

---

---

---

---

---

---

## अभ्यास



1. नेटवर्क के विभिन्न प्रकार के नाम हैं:

- LAN
- WAN
- MAN
- ऊपर दिए गए सभी

2. www का पूरा नाम क्या लिखते हैं:

- वर्क विद वर्क
- वर्ल्ड वाइड वेब
- वर्ल्ड वाइड वर्क
- वर्ल्ड वेब विशर

3. इनमें से कौन सा एक सर्च इंजन नहीं है?

- गूगल
- याहू
- माइक्रोसॉफ्ट
- बिंग

## टिप्पणी



---

---

---

## यूनिट 5.6: कंप्यूटर टाइपिंग अभ्यास

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. की-बोर्ड को समझना
2. प्रभावी रूप से टाइपिंग करना

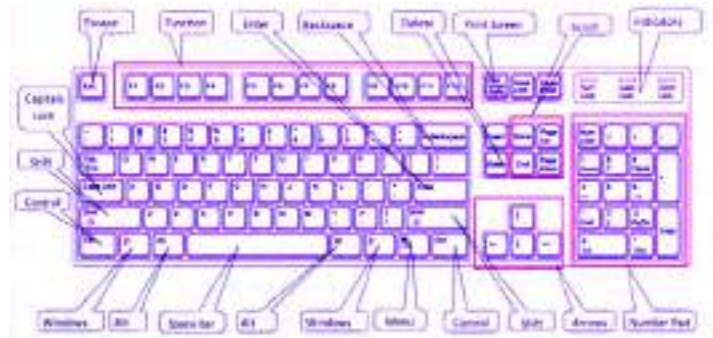
### 5.6.1 की-बोर्ड को जानें

एक की-बोर्ड कई सारे बटनों का समूह होता है, जो आपको कंप्यूटर में डाटा या सामग्री डालने में सक्षम बनाता है। कंप्यूटर के की-बोर्ड इलेक्ट्रिक टाइपराइटर की-बोर्ड के समान ही होते हैं, लेकिन इसमें अतिरिक्त बटन होते हैं। कंप्यूटर की-बोर्ड के बटनों को निम्नलिखित वर्गों में बांटा जा सकता है:



चित्र 5.6.1 कीबोर्ड

- अक्षरांकीय की: लेटर और नम्बर
- पंचुएशन की: कोमा, पीरियड, सेमीकोलन और भी
- स्पेशल की: फंक्शन की, कंट्रोल की, ऐरो की, केप्स की, और भी



चित्र 5.6.2 विभिन्न की का दृश्य

### 5.6.2 कुछ स्पेशल की और उनके की-बोर्ड पर प्रयोग

#### कर्सर मूवमेंट की

होम: करंट लाइन को शुरू करने के लिए

एंड: करंट लाइन के एंड में जाने के लिए

अप: सिंगल लाइन में ऊपर जाने के लिए

डाउन: सिंगल लाइन में नीचे जाने के लिए

लेफ्ट: लेटर को बाएं करने के लिए

राइट: लेटर को दाएं करने के लिए

Ctrl+Up: एक पैराग्राफ में ऊपर स्कॉल करने के लिए

Ctrl+Down: एक पैराग्राफ में नीचे स्कॉल करने के लिए

Ctrl+Le एक को लेफ्ट करने के लिए

Ctrl+Right: एक को राइट करने के लिए

एडिट कमांड

एंटर: एक नया पैराग्राफ बनाना

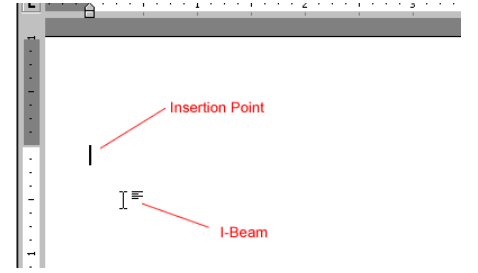
डिलीट: कर्सर के प्रयोग से आगे का कुछ भी हटाना

बैकस्पेस: कर्सर के प्रयोग से पीछे का कुछ भी हटाना

इनसर्ट: टेक्स्ट को रिप्लेस करना

### 5.6.3 कर्सर और इनसर्शन प्वाइंट

स्क्रीन पर इनसर्शन प्वाइंट वह स्थान होता है, जहां अगला टाइप किया जाना वाला अक्षर दर्ज किया जाना है। यह स्थान किसी दस्तावेज, फॉर्म, वेब ब्राउज़र के एड्रेस बार या स्क्रीन के किसी अन्य ऐसे हिस्से में हो सकता है, जहां लिखने का स्थान हो।

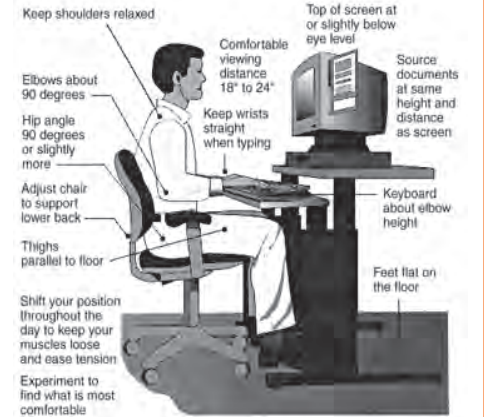


चित्र 5.6.3 कर्सर

### 5.6.4 शारीरिक मुद्रा

सुनिश्चित करें कि आप सीधे बैठे हैं और पैर जमीन पर समतल रखे हैं। अपनी कोहनियों को शरीर के निकट रखें, कलाई को सीधा और अपने बाजूओं को बराबरी पर रखें। नियमित अंतराल पर विश्राम लेना न भूलें।

जब आप शुरुआत के लिए तैयार हों, तब एक अभ्यास शुरू करें और दिखाये गए बटन को दबाएं। की-बोर्ड की तरफ देखने की चेष्टा ना करें। शुरुआत में यह मुश्किल होगा, लेकिन जैसे-जैसे अभ्यास बढ़ता जाएगा, आपको यह आसान लगने लगेगा और आपकी अंगुलियां बिना किसी परेशानी या असामंजस्य के यह समझने लगेंगी कि कौन सी अंगुली किस बटन से जुड़ती है। बटन को दबाने के साथ उसका नाम उच्चरित करने को भी आप लाभप्रद पाएंगे। आपकी गलतियों को मायूसी का सबब ना बनने दें, टाइपिंग एक हुनर है जो लगातार अभ्यास से ही निखारा जा सकता है।



चित्र 5.6.4 सही शारीरिक मुद्रा

### अभ्यास



1. निम्न में कौन सी एक स्पेशल की नहीं है:

- F6
- Ctrl
- A
- Alt

2. निम्न में कौन सी एक की पंचुएशन की से संबंध रखती है:
  - a. Alt
  - b. Ctrl
  - c. F11
  - d. .
3. एंटर की का प्रयोग होता है:
  - a. एक नया पैराग्राफ बनाने
  - b. डिलीट करने
  - c. कर्सर को हटाने
  - d. इनमें से कोई नहीं

## गतिविधि



की-बोर्ड की होम रो या कतार टच-टाइपिस्ट के लिए बहुत ही महत्वपूर्ण है। टाइपिस्ट की अंगुलियां जब सुस्ता रही होती हैं, तब भी बाएं हाथ की अंगुलियां A-S-D-F और दाएं हाथ की अंगुलियां J-K-L-; पर ही स्थिर होती हैं।

- बाईं तर्जनी F और G बटनों को और दाईं तर्जनी J और H बटनों को नियंत्रित करेगी।
- बाईं मध्यम अंगुली D को और दाईं मध्यम अंगुली K बटन को नियंत्रित करेगी।
- बाईं अनामिका अंगुली S और दाईं अनामिका अंगुली L बटन को नियंत्रित करेगी।
- बाईं कनष्ठिका या छोटी अंगुली A बटन को और दाईं छोटी अंगुली Y बटन को नियंत्रित करेगी।
- स्पेस बार (spacebar) दाएं अंगूठे से नियंत्रित होता है।



चित्र 5.6.5 टाइपिंग

होम रो									
लेफ्ट हैंड					राइट हैंड				
LF	RF	MF	IF	IF	IF	IF	MF	RF	LF
A	S	D	F	G	H	J	K	L	;

F और J बटन आम तौर पर थोड़े से उभरे होते हैं, जिससे टाइपिस्ट को थोड़ी राहत मिलती है। दूसरे बटनों की स्थिति इन दो बटनों के आधार पर ही सीखी या तय की जाती है। टाइपिस्ट को छूकर होम बटनों को पहचानने में सक्षम होना चाहिए। F और J बटनों के उभारों की मदद लेते और उन्हें मार्गदर्शक के तौर पर इस्तेमाल करते हुए बिना की-बोर्ड की तरफ देखे और चालाकी किए होम बटनों पर अपनी अंगुलियां रखने की चेष्टा करें। क्या आप कर पाते हैं:

1. asdfg hjkl; asdfg hjkl; ;lkjh gfdsa asdfg hjkl; ;lkjh gfdsa ;lkjh gfdsa
2. ah had lag slag ah had lag slag ah had ah had lag slag
- 3.
4. dash gash lash dash gash lash dash gash lash dash gash lash
- 5.

## गतिविधि

की-बोर्ड की तीसरी कतार है Q-W-E-R-T-Y कतार।

- बाईं तर्जनी अंगुली R और T बटनों को और दाईं तर्जनी अंगुली Y और U बटनों को नियंत्रित करेगी।
- बाईं मध्यम अंगुली E बटन को और दाईं मध्यम अंगुली I को नियंत्रित करेगी।
- बाईं अनामिका अंगुली W को और दाईं अनामिका अंगुली O बटनों को नियंत्रित करेगी।
- कनष्ठिका या छोटी अंगुली Q को और दाईं कनष्ठिका P बटनों को नियंत्रित करेगी।

QWERTY रो									
लेफ्ट हैंड					राइट हैंड				
LF	RF	MF	IF	IF	IF	IF	MF	RF	LF
Q	W	E	R	T	Y	U	I	O	P
A	S	D	F	G	H	J	K	L	;

निम्न का अभ्यास करें:

1. qwert yuiop qwert yuiop ; poiuy trewq poiuy trewq qwert yuiop qwert
2. quail t yell; will those feat lake hash quail t yell; will wire this y queue; there rail sale gypsy is wire this y queue; there
3. usher wake ya ; quash their light rash that usher wake ya ;
4. slit guide tale rage; the depth quest your these slit guide tale rage;
5. tale trash slide day; take urge wages wake typist tale trash slide day;

## गतिविधि

आपके की-बोर्ड में दो शिफ्ट बटन होने चाहिए, एक इसके बाईं तरफ और दूसरी दाईं तरफ। जब बड़े अक्षर लिखने हों तो टाइपिस्ट को अपनी निष्क्रिय हाथ की छोटी अंगुली या कनष्ठिका से इस शिफ्ट बटन को दबाना होता है। इसलिए अगर आपको बड़े अक्षरों में R लिखना है, तो आपको अपनी छोटी अंगुली से शिफ्ट बटन को दबाते हुए R बटन को अपनी तर्जनी अंगुली से दबाना चाहिए। बाईं तर्जनी अंगुली V और B बटन को और दाईं तर्जनी अंगुली N और M बटन को नियंत्रित करेंगी।

- बाईं मध्यम अंगुली C बटन को और दाईं मध्यम अंगुली, बटन को नियंत्रित करेगी।
- शुरुआत में कुछ लोगों के लिए अंगुलियों को नीचे की तरफ को ले जाना कष्टकारी होगा, लेकिन जल्द ही उन्हें आदत पड़ जाती है।
- पहले तीन सत्रों में हमने की-बोर्ड की पहली तीन कतारों के बारे में जानकारी प्राप्त की। यह हमारा चौथा पाठ था, हमने चौथी कतार को जाना। नंबरों की कतार।
- बाईं तर्जनी 4 एवं 5 नंबर के बटनों को और दाईं तर्जनी 6 एवं 7 नंबर के बटनों को नियंत्रित करेगी।

थर्ड रो									
लेफ्ट हैंड					राइट हैंड				
LF	RF	MF	IF	IF	IF	IF	MF	RF	LF
Q	W	E	R	T	Y	U	I	O	P
A	S	D	F	G	H	J	K	L	;
Z	X	C	V	B	N	M	,	.	/

निम्न वर्ड का अभ्यास करें:

1. zxcvb nm,./ zxcvb nm,./ /,./,mn bvcxz /,./,mn bvcxz zxcvb nm,./ zxcvb
2. by, zip wean trying stump shrink rice ping/ mail by, zip wean trying

3. king fan crick, chill block. back abbot. a king fan crick, chill
4. zest win, thump skunk. plain knight/ exit zest win, thump skunk.
5. daring. choke bishop. admit twine sultan, sing/ roman daring. choke

टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---







**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 6. भाषा कौशल

यूनिट 6.1 – सुनने का कौशल

यूनिट 6.2 – बोलने का कौशल

यूनिट 6.3 – पढ़ने और समझने का कौशल

यूनिट 6.4 – लिखने का कौशल



TEL/N0100, TEL/N0101,  
TEL/N0102, TEL/N0103,  
TEL/N0104

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीसीई के लिए सुनने के कौशल के महत्व और उसकी अवधारणा को समझना
2. बोलने के कौशल की अवधारणा और महत्व को समझना
3. पढ़ने और समझने के कौशल की अवधारणा और उसके महत्व को समझना
4. लिखने के कौशल की अवधारणा और उसके महत्व को समझना

## यूनिट 6.1: सुनने का कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सीसीई के लिए सुनने के कौशल के महत्व और उसकी अवधारणा को समझना

### 6.1.1 सुनने का कौशल

#### सुनना क्या है?

सुनना हमारे महत्वपूर्ण कौशलों में से एक है लेकिन हम प्रायः इसकी अनदेखी कर देते हैं। सुनने की प्रक्रिया से हम किसी भाषा को कानों से सुनते हैं। सुनने की प्रक्रिया में बोलने की ध्वनियां और शब्द और वाक्यों में उन पर प्रतिक्रिया देना आता है। संचार प्रक्रिया में संदेश को ठीक प्रकार से ग्रहण करना श्रवण या सुनने की कला है। एक अच्छा श्रोता केवल वही नहीं सुनता है जो बोला गया है बल्कि वह जो शब्द नहीं कहे गये हैं या आंशिक रूप से कहे गये हैं उन्हें भी सुनता है। श्रवण में शारीरिक भाषा को समझना तथा मौखिक व अमौखिक संदेशों में प्रयुक्त विसंगतियों को ध्यान में रखना सम्मिलित है। उदाहरण के लिए— यदि कोई आपसे दौत पीसते हुए या आँखों में आँसू भरकर कहता है कि वे अपनी जिंदगी में खुश हैं तो आपको समझना चाहिए कि मौखिक व अमौखिक संदेश में गड़बड़ है। आपका अच्छा सुनना आपके कार्य पर तथा आपके ग्राहक साथ संबंधों पर प्रभाव डालता है।

हम सुनते हैं:

- सूचना ग्रहण करने के लिए
- समझने के लिए
- सीखने के लिए

#### आपकी भूमिका के लिए सुनने के कौशल का महत्व

एक ग्राहक सबसे पहले ग्राहक सेवा प्रतिनिधि से मिलता है। कॉल सेंटर में कॉल करने के पीछे ग्राहक का उद्देश्य अपने प्रश्नों, अनुरोध और शिकायतों को बताना होता है। इसलिए अच्छी तरह से सुनना आपकी भूमिका में बहुत महत्वपूर्ण होता है। एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते, आपको:

- ग्राहक की आवश्यकताओं की व्याख्या करना और उन्हें नए उत्पाद/ऑफर/योजना के बारे में जानकारी प्रदान करना चाहिए।
- एक उपयुक्त जवाब के साथ ग्राहक की क्यूआरसी (क्वेरी, रिक्वेस्ट, कम्प्लेंट) पर प्रतिक्रिया देना चाहिए।
- ग्राहक के संचार करने के तरीके को समझना और उस पर उचित प्रतिक्रिया देते हुए अपने व्यवहार को विनम्र रखना चाहिए।
- ग्राहक को स्पष्ट निर्देश देना चाहिए।

#### प्रभावी श्रवण के लिए निर्देश

यदि आप यह दिशा-निर्देशों का प्रयोग करते हैं तो आप एक अच्छे श्रोता बन सकते हैं:

1. बात करना बंद करें

हमारे पास दो कान हैं, लेकिन एक मुँह है। जब तक ना बोलें तब तक आपको स्पष्ट करने की आवश्यकता ना हो। ऐसा तभी करें जब ग्राहक अपनी बात पूर्ण कर लें।

2. अपने आपको ग्राहक की बातों सुनने के लिए तैयार रखना

वक्ता की बातों पर ध्यान दें। अपने दिमाग से अन्य बातों को निकाल दें।

3. वक्ता को आराम से बोलने दें

वक्ता को ऐसी स्थिति में रखें कि उसे महसूस हो कि वह आराम से बोल पा रहा है और यह ग्राहक वाले मामलों में अधिक महत्वपूर्ण है। ऐसा अपने सहकर्मियों के साथ भी करें। उनकी आवश्यकताओं और समस्याओं को ध्यान में रखें। अन्य प्रकार के गैस्चर का प्रयोग करके उनका प्रोत्साहन करें।

4. जल्दबाजी (व्याकुलता) ना करें

कही जाने वाली बात पर ध्यान दें नाकि अन्य गतिविधि जैसे कागज़ पर कुछ लिखना, कागज़ को मोड़ना, अपने डेस्क को सही करना, खिड़की से बाहर देखना आदि ना करें। अन्य गैर-जरूरत गतिविधियां ना करें, जो बाधा बनती हैं।

5. सहानुभूति

सामने वाले व्यक्ति की बातों को समझने की कोशिश करें। उसकी समस्या को देखें। पहले से ही वार्तालाप का परिणाम निकालने का प्रयास ना करें।

6. विनम्र रहें

एक दम से वक्ता का चुप हो जाना, चाहे वह थोड़ी अधिक देर के लिए चुप हो जाए – ऐसी स्थिति में यह ना समझें कि वार्तालाप पूर्ण हो गई है। अपनी तरफ से वार्तालाप को खत्म ना करें, जब तक कि ग्राहक ऐसा करने को ना कहें।

7. बातों को व्यक्तिगत ना लें

निष्पक्ष होने का प्रयास करें। व्यक्ति के दृष्टिकोण या व्यवहार के वजह से पक्षपाती ना बनें।

8. आवाज़ की टोन को सुनें

व्यक्ति द्वारा कही जाने वाली आवाज़ की ध्वनि के स्तर और टोन को समझें।

9. विचार के लिए सुनें – मात्र शब्दों के लिए ना सुनें

आपको पूरी समस्या या बातों को सुनना चाहिए ऐसा नहीं कि मात्र कुछ टुकड़ों में बातों को सुनके परिणाम पर आए।

10. गैर-मौखिक संचार के लिए प्रतिक्षा करें और देखें भी

इशारे, चेहरे और आँखों के भाव भी महत्वपूर्ण होते हैं। यह आपकी अपने दोस्तों, सहकर्मियों और वरिष्ठों के साथ बातचीत करते समय काम में आते हैं।

अब हम एक सीसीई और ग्राहक के बीच की वार्तालाप को देखेंगे, जो सक्रिय सुनने के कौशल का ज्ञान प्रदान करती है। ग्राहक लीना ने ग्राहक सेवा सेंटर में कॉल की है:

सीसीई: नमस्कार! मेरा नाम किरन है, मैं आपकी कैसे सहायता कर सकती हूँ?

लीना: नमस्कार किरन। मेरा नाम लीना कपूर है।

सीसीई: क्षमा करें, मैंने सुना नहीं!

लीना: मेरा नाम लीना कपूर है।

सीसीई: आपका नाम लीना कपूर है?

लीना: हाँ, सही।

सीसीई: लीना जैसे कि मैं अपने सिस्टम पर देख पा रहा हूँ, आपका वीसी नंबर 01501571890 है, क्या यह सही है?

लीना: हाँ।

सीसीई: मिस लीना, यह कनेक्शन मेरे सिस्टम पर आपके नाम से दिखा रहा है और आपका नम्बर 9811112345 है, क्या यह सही है?

लीना: हाँ।

सीसीई: और आपकी ई-मेल आईडी name@hotmail.com है, क्या यह सही है?

लीना: हाँ।

सीसीई: हमें जानकारी देने के लिए धन्यवाद। असुविधा के लिए खेद है। श्रीमती लीना, मैं आपकी किस प्रकार से सहायता कर सकता हूँ?

लीना: मेरे एम टेरिफ प्लान की निष्क्रिय होने की तिथि 23 फरवरी है, मैं आपसे जानना चाहती हूँ कि मुझे इसे अपने प्लान को चालू करने के लिए कब रिचार्ज करना पड़ेगा?

क्षण भर के लिए रूकें।

सीसीई: क्षमा करें?

लीना: टेरिफ प्लान को दोबारा चालू करने का मतलब कि मैं अपने सिम को कब रिचार्ज करूँ?

सीसीई: ठीक है, आप टैरिफ प्लान के बारे में पूछ रही हैं।

लीना: हाँ।

सीसीई: क्या मैं सही हूँ?

लीना: हाँ! हाँ! यह सही है!

सीसीई: आपको रिचार्ज 25 मार्च 2014 को करना पड़ेगा।

लीना: ठीक है। आपका धन्यवाद..... बाय।

सीसीई: मिस लीना आप अपने पैकेज की अंतिम तिथि संदेश या नेट पर माई एम प्लेन पर क्लिक करके जांच सकती हैं। मैं असुविधा के लिए आपसे माफी चाहता हूँ। मिस लीना, क्या आप मुझसे कोई अन्य जानकारी प्राप्त करना चाहती हैं?

लीना: नहीं, मैं आपका बहुत-बहुत धन्यवाद करती हूँ, धन्यवाद।

सीसीई: धन्यवाद! मिस लीना एबीसी ग्राहक सेवा सेंटर में कॉल करने के लिए धन्यवाद। आपका दिन शुभ हो!

लीना: धन्यवाद, बाय!

## अभ्यास



1. प्रभावी सुनने के किन्हीं तीन गुणों को विस्तार से लिखें।

---



---

## गतिविधि



### कार्य से संबंधित वार्तालाप

- वक्ता ग्राहक और श्रोता सेल्समैन होगा। वक्ता ग्राहक अपनी जरूरतों और आवश्यकताओं की व्याख्या करेगा, लेकिन बिना किसी उत्पाद या सेवा के बारे में बताए।
- आपको वार्तालाप करने के लिए पाँच मिनट दिए जाते हैं – वक्ता को ध्यान लगाकर सक्रिय रूप से सुनकर श्रोता को अंत में उसका समाधान करना होगा।

---



---



---

## यूनिट 6.2: बोलने का कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. बोलने के कौशल की अवधारणा और महत्व को समझना

### 6.2.1 बोलने का कौशल

#### बोलना क्या है?

बोलना शब्दार्थ तैयार करने की परस्पर संवादात्मक प्रक्रिया है जिसमें मौखिक रूप से सूचना को प्राप्त करना, तैयार करना तथा उसकी प्रक्रिया शामिल हैं।

#### आपकी भूमिका के लिए बोलने के कौशल का महत्व

एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते, प्रभावी रूप से बोलना महत्वपूर्ण होता है। आप एक ग्राहक से कैसे बात करते हैं, यह ग्राहक के मन में आपकी छवि बना देता है। इसलिए प्रभावी रूप से बोलना आवश्यक होता है। प्रभावी बोलने के लिए अभ्यास करना जरूरी होता है। सभी अच्छे श्रोता और सफलता पाने वाले व्यक्ति बोलने से पहले अभ्यास करते हैं। आपको भी करना चाहिए। यदि सुनने वाला आपकी बातों को समझ नहीं पाता है तो बोलने के कौशल का कोई प्रयोग नहीं है।

एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते आपको:

- तैयार रहना चाहिए।
- अपने ज्ञान से परिचित रहना चाहिए।
- सामान्य भाषा का प्रयोग करना चाहिए।

उदाहरणों का प्रयोग करना चाहिए। जब आप उदाहरणों का प्रयोग करेंगे ग्राहक आपको समझेगा।

- अपनी शारीरिक भाषा से अवगत रहें, जिससे वो आपकी बोली में दिखाई दे।
- पर्यवेक्षक के साथ आत्म-प्रदर्शन मापदंड के ऊपर चर्चा करें।
- ग्राहकों के साथ समस्या के कारण को समझने के लिए उचित रूप से बात करें।
- ग्राहकों के साथ बात करते समय शब्दजाल, तकनीकी शब्द और बेकार की बातों के प्रयोग न करें।
- सुबह अपने साथियों/वरिष्ठों से मिलते समय स्पष्ट रहें।

#### बोलने के कौशल के घटक

बोलने के कौशल के महत्वपूर्ण घटक हैं:

- स्वर
- समझ
- व्याकरण
- शब्दावली
- उच्चारण
- प्रवाह

- शारीरिक भाषा
- बोलने की गति

### स्वर

बातचीत करते समय बोलने की तीव्रता, स्तर, हाव-भाव, बोलने का तरीका तथा मुँह से निकलने वाले शब्दों पर जोर देना स्वर में सम्मिलित हैं। यदि आप बहुत कम ताकत और उदास स्वर में बात करेंगे तो काफी सारे ग्राहक इससे विचलित हो जाएंगे।

### समझ

मौखिक संचार में, आरंभ करने के लिए एक विषय और साथ ही उस पर प्रतिक्रिया देने की आवश्यकता होती है।

### व्याकरण

बातचीत में वाक्यों को सही ढंग से पेश करने की जरूरत होती है। भाषा के मौखिक और लिखित रूप में व्याकरण का उपयोग करना भाषा में सटीक बनाता है।

### शब्दावली

कोई भी व्यक्ति बिना शब्दावली के अपने विचारों और संचार को लिखित व मौखिक दोनों तरीकों से प्रभावशाली नहीं कर सकता है। बिना शब्दावली के कुछ भी जानकारी नहीं दी जा सकती है। इसलिए, अंग्रेजी यदि आपको अंग्रेजी के शब्दों की जानकारी नहीं है तो न तो आप अंग्रेजी बोल पायेंगे और ना ही लिख पायेंगे।

### उच्चारण

आपके बात करते समय उच्चारण आपकी भाषा को स्पष्ट बनाता है। यह ध्वनि प्रक्रिया के साथ डील करता है, जो जुड़े होते हैं— व्याकरण के घटकों से बने तत्वों और सिद्धांतों जो भाषा में ध्वनि और पैटर्न का बदलाव करते हैं। उच्चारण शब्दों को विशेष भाषा में बोलते समय उसको स्पष्ट रूप प्रदान करने का ज्ञान है। बोलते समय, संवाद प्रक्रिया को आसानी से समझने में उच्चारण महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

### प्रवाह

ठीक प्रकार से व बिना रुके बोलने की क्षमता को प्रवाह के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। प्रवाह का मतलब है— बिना किसी झिझक, दोहराव व सुधार के सामान्य गति से बोलते रहना। धाराप्रवाही होने के लिए, फिलर शब्दों जैसे— 'मेरा मतलब', 'तुम जानते हो', 'उम्म्म', 'औररररर', 'आह' आदि का प्रयोग न करें।

### शारीरिक भाषा

शारीरिक भाषा के अंतर्गत शारीरिक भाव, इशारे, चेहरे के भाव और आवाज़ के स्तर आदि जैसी बातें शामिल हैं। शरीर के हाव-भाव का हमारे बोले गए शब्दों के साथ ताल-मेल होना चाहिए अन्यथा वह दूसरे व्यक्ति को भ्रमित कर सकती हैं।

सकारात्मक हाव-भाव हमारे शब्दों के समर्थन में महत्वपूर्ण होते हैं और सुनिश्चित करते हैं कि हमारा संदेश सही समझा गया है।

### बोलने की गति

यदि बोलने की दर सामान्य से कम है तो यह बातचीत को रुचिहीन बना सकती है। हमेशा मध्यम गति से व सामान्य आवाज में बोलें। एक अधिकारी को अपने बोलने की दर को ग्राहक के बोलने की दर के अनुकूल रखना चाहिए।

## अभ्यास

1. एक सीसीई के लिए शारीरिक भाषा का ज्ञान होना क्यों आवश्यक होता है?

---



---



---

2. बोलने के किन्हीं पाँच घटकों को लिखें।

---



---



---

## गतिविधि

### आई, मी, माइसैल्फ

- अपनी कक्षा में जोड़े से बैठें।
- हर जोड़े में से किसी भी एक को अपनी पसंदीदा चीज के ऊपर लगातार बिना रुके 2 मिनट तक बोलना है, हालांकि वह कुछ शब्दों का उपयोग नहीं कर सकता है: मैं, मुझे, मेरा, मेरी, मुझको।
- श्रोता और वक्ता दोनों पक्षों को किसी भी तरह के प्रश्न करने की अनुमति नहीं है।
- श्रोता को किसी भी तरह के चेहरे के भाव जैसे— हिलना, अपने सर को हिलाना, हँसना को नहीं करना है।

### एक विषय चुनें

- हर किसी को चुने गए विषय पर 1 मिनट तक बोलना है। अपने विचारों को बोलने से पहले आपको उससे पहले पिछले व्यक्ति के विचारों का संक्षेप करना होगा। हालांकि, इस चरण में यदि कोई गलती करता देता है और सारांश में रुक जाता है, तो उसको चर्चा से बाहर हो जाना होगा। अंत में आमने-सामने दो व्यक्तियों के रह जाने या विषय के समाप्त होने पर चर्चा समाप्त हो जाएगी।

## टिप्पणी

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



## यूनिट 6.3: पढ़ने और समझने का कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. पढ़ने और समझने के कौशल की अवधारणा और उसके महत्व को समझना

### 6.3.1 पढ़ने का कौशल

#### पढ़ने का कौशल क्या है?

पढ़ने का मतलब विशेष क्षमता है, जिससे एक व्यक्ति स्वतंत्र रूप से पढ़ सकता है तथा लिखित संदेशों के माध्यम से बातचीत कर सकता है।

- टैरिफ, ऑफर और योजना से संबंधित डेटा पढ़ना होता है।
- दैनिक, साप्ताहिक और मासिक रिपोर्ट पढ़नी होती है।
- दैनिक, साप्ताहिक और मासिक रिपोर्ट का विश्लेषण करना और समझना।
- नेट पोर्टल के माध्यम से संगठन द्वारा दी जारी नई सेवाओं और उत्पादों के बारे में जानकारी पढ़ना।
- ब्रोशर और पेमप्लेट को पढ़कर अपने आप को अपडेट रखना।

#### अच्छे पढ़ने के कौशल के लिए तकनीक

प्रभावी रूप से पढ़ने की निम्न तीन तकनीक हैं:

- स्कैनिंग
- स्कीमिंग
- विस्तारपूर्वक पढ़ना

**स्कैनिंग:** स्कैनिंग का प्रयोग किसी भी दस्तावेज में से विशेष जानकारी को प्राप्त करने के लिए किया जाता है। स्कैनिंग करने के लिए, केवल आवश्यकतानुसार चयन की गई जानकारी को ही पढ़ा जाता है, लेकिन इसे ध्यानपूर्वक करना होता है। एक बार आवश्यक जानकारी को ढूँढ लेने के बाद तुरंत ही पढ़ना बंद कर दें। स्कैनिंग एक त्वरित पढ़ने का तरीका है, जिसमें हर टेक्स्ट में दी गई जानकारी को विस्तार से नहीं देख जाता है।

**स्कीमिंग:** स्कीमिंग भी स्कैनिंग की तरह ही जल्दी पढ़ने का तरीका है। स्कैनिंग के विपरीत, स्कीमिंग का लक्ष्य एक बड़े चयनित हिस्से में से मुख्य बिंदुओं को जानना होता है, ना कि एक विशेष प्रश्न का उत्तर देना। जब आप दूध को मिलाते हैं, आप टॉप के सबसे सर्वोत्तम भाग को लेते हैं। वैसे ही, जब आप किसी पैसेज को पढ़ते हैं, आपको उसमें से सबसे आवश्यक जानकारी को निकालना होता है। एक पैसेज की स्कीमिंग करने का सबसे सीधा तरीका उसके सबसे पहले और आखिरी के अनुच्छेद को पूर्ण रूप से पढ़ना और बीच में अतिरिक्त दिए गए अनुच्छेदों की पहली लाइन को पढ़ना चाहिए। ऐसा करने पर आपको पैसेज की थीम के बारे में पता लग जाएगा।

**विस्तारपूर्वक पढ़ना:** ध्यान से पढ़ना या विस्तारपूर्वक पढ़ने की नीति आमतौर पर प्रयोग किया जाता है। पढ़ने की यह प्रक्रिया काफी मंद होती है, जिसमें पैसेज के प्रथम वाक्य से लेकर अंतिम वाक्य तक पढ़ा जाता है। जब आप विस्तारपूर्वक पढ़ रहे होते हैं तो आपको हर वाक्य को पढ़ना पड़ता है, लेकिन आपको हर शब्द के अर्थ को जानने की कोशिश नहीं करनी चाहिए। कई

वक्ता पढ़ते समय अज्ञात शब्दों के अर्थ की खोजने की कोशिश नहीं करते हैं।

निम्न दोनों वाक्यांशों को पढ़कर अभ्यास कीजिए और उसके बाद दिए गए प्रश्नों के उत्तर दीजिए:

### वाक्यांश 1

आई.सी.टी. (इनफॉर्मेशन और कम्यूनिकेशन टेक्नोलॉजी) उद्योग की मार्केट सबसे सक्रिय और गतिशील बनी हुई है। ज्यादा से ज्यादा लोग इससे जुड़े रहे हैं, नई एप्लीकेशन और सेवाएं बन रही हैं और संसार में ऑनलाइन अनुभव फैलता जा रहा है। एक नेटवर्क से जुड़े समाज में रहने से निश्चित रूप से रोमांचक संभावनाएं बनी रहती हैं, लेकिन प्रश्न यह है कि कैसे नई तकनीकों और सेवाओं का सबसे बेहतर प्रयोग कर समाज से जुड़े लक्ष्यों को पूरा किया जा सके। इस तेजी से बढ़ते डिजिटल वातावरण में, कुछ अहम सवालों को देश के कानून की तत्परता का आंकलन करने और नियामक ढाँचे के लिए संबोधित किया जाना चाहिए और नीति निर्माताओं (पॉलिसी मेकर) और नियामकों (रेगुलेटर) को अपने राष्ट्रीय डिजिटल एजेंडा से एक-दूसरे को जोड़ने के लिए उनकी सहायता करनी चाहिए।

#### प्रश्न:

a. आई.सी.टी. उद्योग किस विषय से संबंधित है?

---



---

b. आई.सी.टी. उद्योग की मार्केट वैश्विक स्तर पर अभी भी सक्रिय और गतिशील क्यों है?

---



---

c. नेटवर्क सोसाइटी में रहने के क्या फायदे और नुकसान हैं?

---



---

d. दूरसंचार उद्योग से जुड़े प्रमुख प्रश्नों की पहचान के लिए कौन जिम्मेदार होते हैं?

---



---

### वाक्यांश 2

कोई भी अन्य उद्योग टेक्नोलॉजी से संबंधित बिज़नेस को इतना छू नहीं पाया है जितना दूरसंचार। परिभाषा के अनुसार, इसमें केवल पारंपरिक स्थानीय क्षेत्र या लंबी दूरी की टेलिफोन सेवा ही शामिल नहीं है बल्कि इसमें उत्तम टेक्नोलॉजी के द्वारा जैसे वायरलेस संचार, इंटरनेट, फाइबर-ऑप्टिक्स और सैटेलाइट आदि मिलने वाले लाभ भी शामिल हैं। टेलीकॉम, हर प्रकार के मनोरंजन के साथ गहरे तरीके से जुड़ा हुआ है। केबल टी.वी. सिस्टम जैसे— कॉमकास्ट, स्थानीय टेलिफोन सेवा और उच्च गति के इंटरनेट के उपयोग की अच्छी सुविधा दे रहे हैं। टेलीकॉम और केबल सेक्टर का संबंध और भी ज्यादा जटिल हो गया है क्योंकि पुरानी संस्थाएं जैसे ए.टी. एंड टी., जो टी.वी को ऑनलाइन बेच रहे हैं और डॉलर के लिए केबल उपभोक्ताओं के खिलाफ सीधे प्रतिस्पर्धा कर रहे हैं।

#### प्रश्न

a. कौन सा उद्योग टेक्नोलॉजी बिज़नेस के उच्च स्तर को छू पाया है?

---



---

b. दूरसंचार की परिभाषा क्या है?

---



---

c. केबल टी.वी. सिस्टम क्या सुविधा दे रहे हैं?

---



---

d. उत्तम टेक्नोलॉजी पर आधारित कौन सी सेवाएं हैं?

---



---

e. टेलीकॉम और केबल सैक्टर के बीच का संबंध इतना जटिल क्यों हो गया है?

---



---

### अभ्यास



1. प्रभावशाली पढ़ने की तीन तकनीकों का वर्णन करें।

---



---



---



---

2. पढ़ते समय स्कीम करने के तरीको को उजागर करें।

---



---



---



---

### टिप्पणी




---



---



---

## यूनिट 6.4: लिखने का कौशल

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. लिखने के कौशल की अवधारणा और उसके महत्व को समझना

### 6.4.1 लिखने का कौशल

#### लिखने का कौशल क्या है?

लिखना संचार का माध्यम है जो संचार की भाषा को संकेतों व प्रतीकों के लेख द्वारा दर्शाता है।

#### लिखने के कौशल का महत्व

एक कॉल सेंटर अधिकारी के रूप में आप काम करते समय अपने लेखन कौशल का प्रयोग मेल लिखने, रिपोर्ट तैयार करने व प्रभावी रूप से संचार में करेंगे। एक सीसीई होने के नाते, आपके अंदर प्रभावशाली लेखन कौशल का होना महत्वपूर्ण होता है क्योंकि आपको संगठन में अन्य लोगों के साथ मेल या लिखित रिपोर्ट के माध्यम से संचार करना होता है। संक्षिप्त लेखन शैली के लिए, अनावश्यक शब्दों के प्रयोग से बचें, जहां जरूरी हो वाक्यों को जोड़ें तथा एक अच्छे तरीके से वाक्यों को व्यवस्थित करें।

उदाहरण के लिए: “हमारा उद्देश्य बिक्री बढ़ाना है। विशेषतः उद्देश्य यह है कि हम अगले पाँच सालों में एक सफल व्यवसायी बनकर बिक्री को दोगुनी करें।” इसके स्थान पर, “हमारा उद्देश्य अगले पाँच सालों में बिक्री को दोगुना करना है।” बोल सकते हैं।

एक ग्राहक सेवा अधिकारी होने के नाते आप:

- योजना बनायें, संगठित करें और लिखें।
- सुनिश्चित करें कि क्या महत्वपूर्ण है।
- सीआरएम/एमएस एक्सेल में ग्राहक के साथ हुई चर्चा को सटीक और पूर्ण लिखें।
- बिना किसी व्याकरण गलती के वाक्यों को तैयार करें। दूसरे विभागों द्वारा शीघ्र व सरल विश्लेषण के उपयोग के लिए स्पष्ट व पूर्ण नोट तैयार करें।

### अभ्यास

1. एक सीसीई के लिए लिखने का कौशल क्यों महत्वपूर्ण है?

---



---



---



---



**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 7. कॉल करना व उठाना

यूनिट 7.1 – परिचय

यूनिट 7.2 – कॉल करना व उठाना



TEL/N0100

## मुख्य शिक्षा

इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. इनबाउंड व आउटबाउंड कॉल की अवधारणा को समझना
2. कॉल करने व सुनने की अवधारणा व महत्व को समझना

## यूनिट 7.1: परिचय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. इनबाउंड व आउटबाउंड कॉल की अवधारणा को समझना

### 7.1.1 इनबाउंड व आउटबाउंड कॉल की समझ

#### इनबाउंड

इनबाउंड कॉल्स वे कॉल्स हैं जो कॉल सेंटर में आती हैं। इसका मतलब यह हुआ कि एजेंट कॉल सेंटर के बाहर कॉल नहीं कर सकता, बल्कि जिन ग्राहकों ने दिये गये नम्बरों पर कॉल किया है उनकी कॉल को सुनता है। उदाहरण के लिए: एक व्यक्ति वोडाफोन को कॉल करके अपने बिल की जानकारी लेता है। इस स्थिति में एजेंट उस व्यक्ति की कॉल सुन तो सकता है परंतु स्वयं उसको वापस कॉल नहीं कर सकता है।

#### आउटबाउंड

आउटबाउंड कॉल्स वे कॉल्स हैं जो कॉल सेंटर से किसी व्यक्ति के घर या दफ्तर में की जाती हैं। एजेंट को फोन नंबरों की एक सूची दी जाती है। इन नंबरों पर एजेंट को कॉल करके अपनी कंपनी की सर्विस के बारे में बताना होता है। उदाहरण के लिए:— कॉल सेंटर से किसी व्यक्ति को फोन करके बीमा पॉलिसी बेचना।

### अभ्यास

1. इनबाउंड कॉल क्या है?

---



---



---



---

2. आउटबाउंड कॉल क्या है?

---



---



---



---

## यूनिट 7.2: कॉल करना व उठाना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कॉल करने व सुनने की अवधारणा व महत्व को समझना

### 7.2.1 कॉल शुरू करना

- कॉल करते समय मुस्कुराएं। ग्राहक से बात करते समय आपकी खुशी का आभास उसे आपके बोलने से होगा।
- ग्राहक का अभिवादन करें जैसे:- गुड मॉर्निंग, गुड आफ्टरनून व गुड ईवनिंग।
- जिस भाषा में ग्राहक बात कर रहा है उसी भाषा में बात करें। यदि अभिवादन के बाद ग्राहक हिन्दी में बात करता है तो आप भी हिन्दी में ही बात करें।

#### कॉल करना

कस्टमर केयर एग्ज़िक्यूटिव (ग्राहक सेवा प्रतिनिधि) के पास कॉल करने के विभिन्न कारण होते हैं। यह मुख्यतः दो प्रकार की कॉल करता है:-

- वर्तमान ग्राहक को कॉल करना।
- किसी संभावित ग्राहक को कॉल करके उसे कंपनी के उत्पाद व सेवाओं के बारे में बताना। इसे 'टेली मार्केटिंग' भी कहते हैं।

#### कॉल करने की प्रक्रिया

ध्यान रखने योग्य तीन P's:- Prepara (तैयारी), Planning (योजना) व Purpose (उद्देश्य)।

#### तैयारी

- मानसिक रूप से सजग रहें व कॉल पर ध्यान दें।
- हैंडसेट को ठीक प्रकार से लगाकर रखें।
- यह सुनिश्चित कर लें कि आपका फोन आपकी पहुँच में है।
- हमेशा पेन व कागज अपने पास रखें ताकि आप बात करते हुए नोट भी कर सकें।
- आपके पास ग्राहक का नाम, फोन नम्बर व बाकी जानकारी होनी चाहिए। (यह जानकारी डेटाबेस या लीड शीट से मिल सकती है)

#### योजना

कॉल करते समय कस्टमर केयर एग्ज़िक्यूटिव निम्नलिखित बातों को ध्यान में रखें:

- नमस्कार करें।
- अपना नाम बताएं।
- कंपनी का नाम बताएं
- ग्राहक से पूछें कि क्या वह अभी बात कर सकता है, जैसे: "क्या यह समय बात करने के लिए उचित है?"
- आगे की बात तभी शुरू करें जब ग्राहक आपको अनुमति दे।

**उद्देश्य:** ग्राहक को कॉल करने का कारण बतायें कि आपने उसे फोन क्यों किया है और सुनिश्चित करें कि ग्राहक आपके कॉल करने का उद्देश्य समझ चुका है।



## 7.2.2 कॉल का जबाव देना

- तीसरी घंटी बजने से पहले फोन उठाये।
- ग्राहक को नमस्कार करके उसका अभिवादन करें, न कि हैलो बोलकर।
- ग्राहक की बात ध्यान से सुनें, बीच में दखलअंदाजी न करें।
- स्पष्ट बोलें औपचारिक भाषा का प्रयोग करें।
- जरूरत पड़ने पर कॉल होल्ड करें। लाइन चालू रखकर फोन न छोड़ें।
- ग्राहक को जल्दी से उत्तर देने की कोशिश करें।

### होल्ड करने की प्रक्रिया

बिना आवश्यकता के फोन होल्ड न करें। कॉल होल्ड करने से पहले निम्नलिखित बातों का ध्यान रखें:-

- कॉल होल्ड करने से पहले ग्राहक से उसकी अनुमति लें। जैसे:- 'क्या मैं समस्या का समाधान ढूँढने के लिए आपकी कॉल होल्ड कर सकता हूँ।'
- ग्राहक को होल्ड की समय सीमा बतायें।
- कॉल होल्ड करने का कारण भी बतायें।
- दोबारा कॉल लेते समय ग्राहक को होल्ड करने के लिए धन्यवाद दें।

उदाहरण के लिए: "क्या मैं आपको दो 2 मिनट के लिए होल्ड पर रख सकता हूँ जिससे मैं समस्या के बारे में जानकारी एकत्रित कर सकूँ?"

"मिस्टर 'क ख ग' क्या मैं आपको कुछ क्षणभर होल्ड पर रख सकता हूँ जिससे मैं आपके अकाउंट की जाँच कर सकूँ?"

जब आप वापस आएँ तो:

उदाहरण के लिए:

- मिस्टर 'क ख ग' धैर्यपूर्वक इन्तजार करने के लिए धन्यवाद!
- होल्ड पर रहने के लिए धन्यवाद मि. क ख ग!

### स्क्रिप्ट की मदद लेना

1. स्क्रिप्ट में लिखे शब्दों को बोलने से पहले अच्छी तरह से समझ लें ताकि बोलते समय उसे अपने शब्दों में ठीक प्रकार से बयान कर सकें।
2. ग्राहक से बात करते समय यह जान लें कि किस भाषा में बात कर रहा है तथा उससे उसी की भाषा में बात करें।
3. स्क्रिप्ट को याद रखने के बजाय उसे समझें।

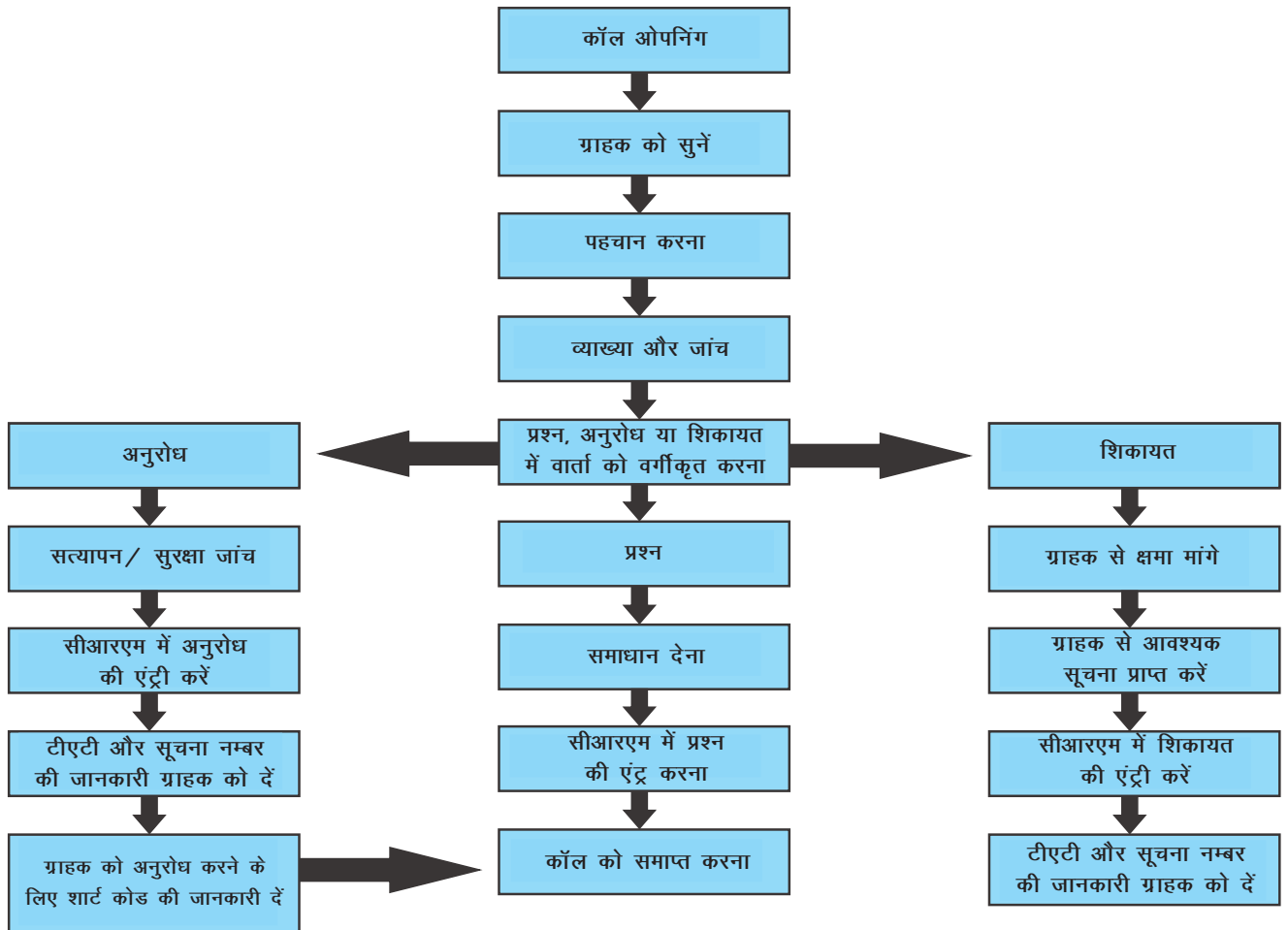
### कॉल समापन

1. ग्राहक की समस्या हल करने के बाद अंत में ग्राहक को धन्यवाद दें उसके बाद फोन रखें। उदाहरण: "आप अ ब स से बाद कर रहे थे। अपना कीमती समय देने के लिए धन्यवाद! आपका दिन शुभ रहे।"

## 7.2.3 इनबाउंड कॉल फ्लो

पैरामीटर	स्टैंडर्ड वर्बियाज
ओपनिंग	गुड मॉर्निंग/आफ्टरनून/ईवनिंग, मेरा नाम 'अबस' है, मैं आपकी किस प्रकार सहायता कर सकता हूँ?

आइडेंटिफिकेशन	1. सर/मैम, क्या आप इसी नंबर के बारे में सूचना लेना चाहते हैं जिससे आप कॉल कर रहे हैं? 2. क्या मैं आपका पूरा नाम जान सकता हूँ?
होल्ड	श्रीमान कखग, कृपया लाइन पर बने रहें, मैं आपकी समस्या का समाधान ढूँढ रहा हूँ।
अनहोल्ड	श्रीमान कखग, कॉल होल्ड करने के लिए धन्यवाद!
रिफ्रैश	आपकी समस्या के समाधान में कुछ और समय लगेगा, क्या मैं आपकी कॉल कुछ देर और होल्ड कर सकता हूँ?
सिक्योरिटी	श्रीमान कखग, सुरक्षा के उद्देश्य से क्या मैं Sec 1, Sec 2, Sec 3 जान सकता हूँ?
क्लोजिंग	श्रीमान कखग, 'पफब' कंपनी में कॉल करने के लिए धन्यवाद!



चित्र 7.2.1 इनबाउंड कॉल का फ्लो

अभ्यास



1. सही या गलत:
  - a) कॉल होल्ड करने का समय कम से कम होना चाहिए।
  - b) कॉल होल्ड करने के बाद आप अपनी इच्छा से दोबारा ग्राहक से संपर्क कर सकते हैं।
  - c) कॉल को कम से कम समय में समाप्त करने के लिए आप अभिवादन प्रक्रिया छोड़कर सीधे काम की बात कर सकते हैं।
  - d) कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव को ग्राहक की भाषा में बात करनी चाहिए।
2. कॉल लॉगइन टाइम का मतलब है:
  - a) कॉल रिसीव करना।
  - b) कॉल रिसीव करना, होल्ड का समय तथा समाप्त करना।
3. 'डेड एयर' का मतलब है:-
  - a) वह समय जब ग्राहक अपनी समस्या के समाधान के लिए इंतजार करता है।
  - b) वह समय जब आप ग्राहक की कॉल रिसीव करने का इंतजार करते हैं।
  - c) जिस समय आप ग्राहक से बात कर रहे हैं।
4. एएचटी का मतलब है:-
  - a) कॉल होल्ड के बाद का समय
  - b) कॉल रिसीव का औसत समय
  - c) कॉल होल्ड का औसत समय
5. होल्ड की गई कॉल फिर से रिसीव करने पर, ग्राहक को ..... दें तथा लाइन पर बने रहने के लिए उसके धैर्य की सराहना करें।

---



---

टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---





**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 8. क्यूआरसी का समाधान

यूनिट 8.1 – परिचय

यूनिट 8.2 – सत्यापन

यूनिट 8.3 – क्यूआरसी का समाधान

यूनिट 8.4 – कॉल को आगे बढ़ाना (एस्केलेशन)



TEL/N0101

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कॉल सेंटर में ग्राहकों द्वारा की गई विभिन्न प्रकार की कॉलों के बारे में जानना
2. कॉल सेंटर में पूछताछ के लिए आने वाली कॉलों के बारे में जानना
3. शिकायत व उनके समाधान की अवधारणा व उनके महत्व को समझना
4. सत्यापन (वैरिफिकेशन) के तरीकों को समझना
5. ग्राहक की क्यू आर सी का समाधान करना
6. एस्केलेशन की विधि को समझना

## यूनिट 8.1: परिचय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. कॉल सेंटर में ग्राहकों द्वारा की गई विभिन्न प्रकार की कॉलों के बारे में जानना
2. कॉल सेंटर में पूछताछ के लिए आने वाली कॉलों के बारे में जानना
3. शिकायत व उनके समाधान की अवधारणा व उनके महत्त्व को समझना

### 8.1.1 परिचय

कॉल सेंटर में काम करने वाले कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव (सीसीई) का मुख्य कार्य ग्राहकों द्वारा उत्पादों व सेवाओं के बारे में की गई पूछताछ का समाधान व उनके प्रश्नों के उत्तर देना है। कॉल सेंटर में सीसीई ही ग्राहक व कंपनी के बीच की संपर्क कड़ी है। वह ग्राहक के साथ संपर्क बनाने में अहम भूमिका निभाते हैं।

### 8.1.2 कॉल सेंटर में विभिन्न प्रकार की कॉलें

#### कॉल सेंटर के प्रकार

कॉल सेंटर में सामान्यतः तीन कारणों से कॉल होती हैं:-

- पूछताछ (क्वैरी)
- निवेदन (रिक्वेस्ट)
- शिकायत (कम्प्लेंट)

### 8.1.3 पूछताछ या क्वैरी

पूछताछ का मतलब है किसी प्रकार की जानकारी या प्रश्न से है। ग्राहक क्वैरी के माध्यम से हमारी सेवाओं व अपने अकाउंट संबंधी जानकारी लेते हैं।

#### कॉल सेंटर में होने वाली सामान्य क्वैरी

कॉल सेंटर में ग्राहकों द्वारा की जाने वाली सामान्य क्वैरी निम्नलिखित हैं:-

- बैलेंस या बिल की जानकारी।
- एकाउंट संबंधी जानकारी।
- वैल्यू ऐडेड सर्विस की जानकारी।
- टैरिफ व रिचार्ज से संबंधित जानकारी।

ग्राहक की शिकायतों को उनके समाधान के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है:

1. ग्राहक कॉल करके कहता है कि वह अपने फोन से कॉल नहीं कर पा रहा है तो यह एक प्रकार की शिकायत है। एजेंट चैक करके बताता है कि उनके फोन में पर्याप्त बैलेंस नहीं है। ग्राहक संतुष्ट होकर कॉल समाप्त करता है। अतः यह एक क्वैरी है।
2. ग्राहक कॉल करके कहता है कि एमएमएस काम नहीं कर रहा है तो यह एक शिकायत है। एजेंट के चैक करने पर पता चलता है कि ग्राहक के फोन की सेटिंग ठीक नहीं है। वह ग्राहक के फोन की सेटिंग ठीक करने में उसकी मदद करता है तथा कॉल समाप्त कर देता है। इस प्रकार यह एक क्वैरी है।

नोट:— एजेंट को ग्राहक की क्वैरी व उसका समाधान सीआरएम में लिखना चाहिए।

### 8.1.4 सिम/पिन/पीयूके संबंधित सूचना

पिन (पर्सनल आइडेंटिफिकेशन नंबर) सिम कार्ड को दी गई विशेष संख्या है। यह मोबाइल पर कार्य करता है। यह नंबर 4 अंकों का होता है जिसे आप अपने सिम कार्ड पर सेट कर सकते हैं। नंबर सेट करने के बाद जब भी मोबाइल को शुरू किया जाता है, हमें पिन नंबर उसमें डालना पड़ता है। यदि पिन 3 बार गलत डाला गया है तो मोबाइल में पीयूके (पर्सनल अनलॉक कोड) नंबर डालना पड़ता है। पीयूके कस्टमर केयर प्राप्त किया जा सकता है। मोबाइल में अगर पीयूके 10 बार गलत डाल दिया जाता है तो सिम ब्लॉक या अवरूद्ध हो जाएगा जिसे मामूली शुल्क देकर बदला जा सकता है। सिम बदलने पर भी वैलिडिटी और बैलेंस पहले जैसे ही रहते हैं। ग्राहक पुराने फोन नंबर प्राप्त कर सकता है यदि उनका बैकअप पहले से ही लिया गया हो। यदि सिम कोड खो गया हो तो पुराना नंबर वापस नहीं प्राप्त किया जा सकता है।

### 8.1.5 ग्राहक का निवेदन या रिक्वेस्ट

निवेदन के द्वारा ग्राहक किसी उत्पाद या सर्विस के बारे में जानने की कोशिश करता है। ग्राहक के द्वारा की गई रिक्वेस्ट के निम्नलिखित प्रकार हो सकते हैं:—

- रिक्वेस्ट ओपन
- रिक्वेस्ट सेल्फ-क्लोज़्ड

#### रिक्वेस्ट ओपन

इसके अंतर्गत एजेंट ग्राहक के निवेदन के आधार पर काम करता है तथा उसे महत्वपूर्ण जानकारी देता है। जैसे, किसी विशेष प्रकार की लागू सेवा को बंद करना जो सामान्यतः ग्राहक के द्वारा नहीं की जा सकती है।

उदाहरण:— ग्राहक कॉल सेंटर पर कॉल करता है तथा एजेंट से टैरिफ प्लान बदलने के लिए निवेदन करता है। एजेंट ग्राहक को बताता है कि यह प्लान अगला बिल जमा करने के बाद ही बदला जा सकता है। इस प्रकार की रिक्वेस्ट को ओपन कहा जाता है क्योंकि एजेंट अपने आप में टैरिफ प्लान नहीं बदल सकता है।



### रिक्वेस्ट सेल्फ-क्लोज़्ड

इस रिक्वेस्ट पर एजेंट ऑनलाइन काम करता है तथा विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करता है जैसे:

1. वेंडर लिंक के द्वारा सेवाओं को बंद करना।
2. वेंडर लिंक के द्वारा सेवाओं को शुरू करना।

उदाहरण:- ग्राहक कॉल सेंटर पर कॉल करके एजेंट से अपने नंबर की कॉलर ट्यून बंद करने का निवेदन करता है। एजेंट ग्राहक का निवेदन स्वीकार करता है तथा कॉलर ट्यून की सेवा बंद कर देता है। अतः यह रिक्वेस्ट सेल्फ क्लोज़्ड है।

### 8.1.6 ग्राहक की शिकायतें (कम्प्लेंट)

जब ग्राहक कंपनी की सेवाओं का उपभोग करने में कुछ समस्याओं का सामना करता है तो वह सामान्यतः कॉल सेंटर में कॉल करके शिकायत करता है।

#### कम्प्लेंट ओपन

किसी शिकायत को एजेंट निम्नलिखित परिस्थितियों में ओपन का दर्जा दे सकता है:-

1. प्राप्त सेवाओं में अंतर।
2. उत्पादों में देरी व अंतर।
3. शिकायतों को निपटाने में देरी।
4. प्रक्रियाओं में देरी।
5. लाभ का न मिलना।

ओपन कम्प्लेंट का समाधान केवल बैक-एंड टीम के द्वारा ही किया जा सकता है।

#### कम्प्लेंट सेल्फ क्लोज़्ड

निम्नलिखित परिस्थितियों में एजेंट किसी शिकायत को सेल्फ क्लोज़ कर सकता है:-

1. ऑनलाइन छूट: सीसीई कुछ सीमाओं के अंतर्गत ग्राहक को सेवाओं व उत्पादों पर छूट दे सकता है जैसे, यदि कोई ग्राहक बिल देरी से मिलने के कारण बिल भुगतान पर आर्थिक दंड नहीं देना चाहता है तो ऐसी स्थिति में सीसीई उसे छूट दे सकता है।
2. नियोजित बंद: यदि किसी क्षेत्र में तकनीकी खराबी/नवीनीकरण के कारण कोई टीम काम कर रही है तो उस क्षेत्र में नेटवर्क नियोजित बंद है। ऐसी स्थिति में कॉल आने पर एजेंट ग्राहक को परिस्थिति से अवगत कराता है तथा कम्प्लेंट क्लोज़ कर देता है।
3. विशेष रिचार्ज पर लाभ न मिलने की शिकायत: 500 रु के रिचार्ज पर 50 रुपये ज्यादा का लाभ मिलना था परंतु ग्राहक की शिकायत के अनुसार उसे यह लाभ नहीं मिलता है। बैकएंड से पता चलता है कि जिसने भी उस रिचार्ज स्कीम के दौरान रिचार्ज करवाया था, उनमें से किसी को भी यह लाभ नहीं मिला है और आने वाले सप्ताह में उन सभी को यह लाभ मिल जायेगा। एजेंट ग्राहक को TAT की जानकारी देकर कम्प्लेंट क्लोज़ कर सकता है।

4. सेवाओं में बाधा: यदि किसी तकनीकी खराबी की वजह से 3G सेवा का इस्तेमाल करने वाले ग्राहकों को रात के समय में कुछ परेशानियों का सामना करना पड़ रहा है और इसे हल करने में एक सप्ताह का समय लगेगा। इस स्थिति में एजेंट ग्राहक को TAT की जानकारी देकर कंप्लेंट क्लोज़ कर सकता है।

### ग्राहक की शिकायतों से निपटना

ग्राहकों की शिकायतों से निपटने के लिए कुछ मुख्य बिन्दु निम्नलिखित हैं:

- ग्राहक की बात ध्यान से सुनें।
- अपनी बात सही ढंग में व्यक्त करें।
- ग्राहक की शिकायत के संबंध में उससे माफी मांगें।
- ग्राहक का आभार व्यक्त करें।
- ग्राहक को यह भी बतायें कि उसकी शिकायत को आप किस प्रकार हल करेंगे।
- ग्राहक को धन्यवाद दें।
- ग्राहक अपनी शिकायत को लेकर आवेशित हो सकता है तथा वह अनुचित बोल सकता है। ध्यान रहे कि वह परेशान है इसलिए वह ऐसा कर रहा है अतः इसे व्यक्तिगत न लें।
- जब तक ग्राहक अपनी पूरी बात न कह दे तब तक ध्यान से व शान्त होकर उसकी बात सुनें।
- ग्राहक की संतुष्टि का ध्यान रखें।

### अभ्यास

1. सही या गलत?
  - a) सभी निवेदन सीसीई द्वारा सेल्फ क्लोज़ किये जा सकते हैं।
  - b) यदि ग्राहक अपने नंबर पर एमएमएस सेवा चालू कराना चाहता है तो एजेंट इसे शिकायत की तरह दर्ज करेगा।
2. अगर कोई चिढ़ा हुआ ग्राहक कॉल सेंटर पर शिकायत करे तो सीसीई को:
  - a) उसे सहानुभूति दिखाकर फोन होल्ड करने को कहें तथा उसकी समस्या हल कराने के लिए सुपरवाइज़र को बुलायें।
  - b) प्रश्न करें।
  - c) फोन काट दें।
3. इनमें से कौन सी शिकायत, निवेदन या क्वैरी है:
  - a) ग्राहक के नेटवर्क में दिक्कत है।
  - b) ग्राहक नई सेवाओं के बारे में जानना चाहता है।
  - c) ग्राहक अपनी कॉलर ट्यून बदलना चाहता है।
  - d) ग्राहक गुस्से में है। वह बताता है कि उसने कोई कॉलर ट्यून अपने फोन में नहीं लगवाई है, जिसके लिए उसके बैलेंस में उसके 30 रुपये काट लिए गये हैं।
4. कोई ऐसा उदाहरण दें जिसमें आपने कभी कुछ पूछने के लिए किसी कॉल सेंटर में कॉल किया हो। सीसीई से की गई वार्ता की जानकारी अपने सहकर्मी को दें।



## यूनिट 8.2: सत्यापन

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सत्यापन (वैरिफिकेशन) के तरीकों को समझना

### 8.2.1 सत्यापन (वैरिफिकेशन)

#### ग्राहक का सत्यापन

हम सभी ने कभी न कभी ग्राहक सेवा केन्द्र में किसी प्रकार की पूछताछ या शिकायत के लिए कॉल किया होगा। हम प्रायः देखते हैं कि सीसीई हमेशा हमारी पहचान के बारे में पूछता है।

कॉल का सत्यापन क्यों आवश्यक है?

ग्राहक का सत्यापन सीसीई व उसके बीच होने वाली बातें, जानकारी व सेवाओं को सुरक्षित करने के लिए किया जाता है। उदाहरण: एजेंट बिना वैरिफिकेशन के ग्राहक के फोन पर कोई सेवा चालू कर देता है और ग्राहक को इसका तब पता चले जब वह इसका बिल भुगतान करे जब उसमें सेवा का शुल्क जुड़ा हो।

ग्राहक का सत्यापन वह विधि है जिसमें सीसीई किसी सेवा को शुरू व समाप्त करने से पहले कंपनी की तरफ से ग्राहक की सत्यता की जांच करता है।

#### सत्यापन के लिए जरूरी परिस्थितियां

निम्नलिखित परिस्थितियों में सीसीई को ग्राहक का वैरिफिकेशन करना आवश्यक है:-

- बैलेंस कम होने पर।
- पीयूके नंबर की जानकारी।
- सेवा शुरू या बंद करने के लिए।
- बी नंबर की सूचना।
- किसी शिकायत या निवेदन दर्ज करते समय।

#### सत्यापन का मापदंड

कोई भी सेवा चालू या बन्द करने के लिए सीसीई निम्नलिखित में से कोई भी प्रश्न पूछकर ग्राहक की सत्यता की जाँच कर सकता है।

- ग्राहक का नाम (सी आर एम के अनुसार)
- ग्राहक का पता (सी आर एम के अनुसार)
- ग्राहक के द्वारा दिया गया सत्यता का प्रमाण।
- ज्यादातर मिलाया गया नंबर।
- पिछली तीन कॉल या मैसेज के नंबर।
- ग्राहक की जन्मतिथि।

अभ्यास 

सही या गलत:

1. सत्यापन द्वारा धोखाधड़ी से बचने में मदद मिलती है।
2. सीसीई बिना सत्यापन, ग्राहक के खाते में कुछ भी बदलाव कर सकते हैं।
3. यदि ग्राहक किसी विभाग का संपर्क नंबर या परिचालन समय पूछ रहा है तो इस परिस्थिति में सत्यापन की आवश्यकता नहीं है।

टिप्पणी 

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## यूनिट 8.3: क्यूआरसी का समाधान

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक की क्यूआरसी का समाधान करना

### 8.3.1 ग्राहक की क्यूआरसी का समाधान

- ग्राहक की कॉल को उसके समाधान के हिसाब से पूछताछ/निवेदन/शिकायत की तरह करें न कि ग्राहक की वीओसी के आधार पर।
- ग्राहक से समस्या का हल निकालने के लिए समय मांगें।
- किसी शिकायत या निवेदन को दर्ज करने से पहले ग्राहक को उसका TAT बतायें।
- शिकायत या निवेदन को दर्ज करने के बाद ग्राहक को उसका रेफरेंस नंबर बतायें।
- ग्राहक की शिकायतों व निवेदनों का सिस्टम की मदद से स्वयं हल निकालने की कोशिश करें।
- ग्राहक के खाते की सत्यता की जाँच कर लें तथा पीयूके संबंधी कॉल भी जाँच लें।

ग्राहकों के सामान्य निवेदन निम्नलिखित हैं:-

- विभिन्न प्रकार की सेवाओं को शुरू या बंद करने का निवेदन।
- प्लान बदलवाने का निवेदन।
- प्रोमो पैक बंद या शुरू करने का निवेदन।

### अभ्यास

स्थिति को संभालना

1. एक ग्राहक आपके ऊपर चिल्लाता है क्योंकि वह अपने मोबाइल के नेटवर्क की सेवाओं से खुश नहीं है। वह पहले भी इस समस्या की शिकायत कर चुका है परंतु कोई समस्या हल नहीं हुई। वह गुस्से में है तथा तुरंत समाधान चाहता है।
2. ग्राहक अपनी कॉलर आईडी बदलवाना चाहता है। आप उसे इसकी विधि समझाते हैं परंतु वह समझ नहीं पा रहा है।

### टिप्पणी

## यूनिट 8.4: कॉल को आगे बढ़ाना (एस्केलेशन)

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. एस्केलेशन की विधि को समझना

### 8.4.1 एस्केलेशन की विधि

एस्केलेशन से पहले सीसीई को ग्राहक की क्यूआरसी को जानने व हल करने की कोशिश करनी चाहिए।

- ग्राहक के साथ सहानुभूति से बात करें।
- ग्राहक की क्यूआरसी को ध्यान से समझें और बीच में दखल न दें।
- ग्राहक का खाता चैक करें तथा शिकायतों से उसका मिलान करें।
- ग्राहक से प्रश्नों के माध्यम से उसकी समस्याओं को अच्छी तरह से समझ लें।

समस्या को हल करने के लिए जरूरी कदम उठाएँ। अगर ग्राहक अभी भी मैनेजर से बात करने के लिए जोर दे रहा है तो:

- ग्राहक से विवाद न करें तथा कॉल सुपरवाइज़र को दें।
- सुपरवाइज़र को ग्राहक व उसकी समस्या के बारे में बतायें।
- यदि समय पर ग्राहक की कॉल लेने के लिए सुपरवाइज़र उपस्थित नहीं है तो ग्राहक को बतायें कि दो घंटे के अंदर प्रबंधन का कोई सदस्य उन्हें कॉल करेगा।
- ग्राहक को बतायें कि आप उसकी कॉल सुपरवाइज़र को दे रहे हैं।

### अभ्यास

#### सही या गलत

- a) ग्राहक को कॉल करने से पहले समस्या या क्वैरी के बारे में जानकारी अपने पर्यवेक्षक को दे दनी चाहिए, जिससे उसे उसके बारे में पहले से ही जानकारी हो।  
\_\_\_\_\_
- b) सीसीई को पीयूके नंबर ग्राहक को देने से पहले उससे उसकी जन्म तिथि के बारे में पूछना चाहिए।  
\_\_\_\_\_
- c) एस्केलेशन क्या सभी शिकायत के लिए आई कॉल में आवश्यक होती है।  
\_\_\_\_\_
- d) आपको ग्राहक के बोलने के दौरान उसे बीच में रोक देना चाहिए।  
\_\_\_\_\_

## गतिविधि

1. ऐसी कुछ स्थितियों के बारे में बताएं, जिस समय आपको समस्या को पर्यवेक्षक के पास भेजना पड़ता है।

---

---

---

---

2. ग्राहक की क्वैरी, अनुरोध और शिकायत का निवारण करने की स्थितियां।

a) ग्राहक शिकायत करता है कि उसका नंबर काम नहीं कर रहा है और उसका फोन पीयूके नंबर माँग रहा है।

---

---

---

---

b) ग्राहक ने अपने नंबर पर डीएनडी सेवा चालू कराई है परंतु फिर भी उसे बीमा कंपनी से कॉल आ रही हैं। वह उन्हें प्रतिबंधित करना चाहता है।

---

---

---

---

## टिप्पणी

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---





**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 9. कस्टमर रिलेशनशिप

यूनिट 9.1 – परिचय

यूनिट 9.2 – ग्राहक की श्रेणियां

यूनिट 9.3 – ग्राहक की प्रतिक्रिया

यूनिट 9.4 – ग्राहक संतुष्टि

यूनिट 9.5 – ग्राहकों को नई सेवाओं की जानकारी देना



TEL/N0102

## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक के साथ कस्टमर रिलेशनशिप की अवधारणा व उसके महत्व को समझना
2. ग्राहकों के वर्गीकरण की अवधारणा व महत्व को समझना
3. कस्टमर फीडबैक की अवधारणा व महत्व को समझना
4. ग्राहक संतुष्टि की अवधारणा व महत्व को समझना
5. नए उत्पादों और सेवाओं की अवधारणा व महत्व को समझना

## यूनिट 9.1: परिचय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक के साथ कस्टमर रिलेशनशिप की अवधारणा व उसके महत्व को समझना

### 9.1.1 कस्टमर रिलेशनशिप

कस्टमर रिलेशनशिप से क्या अभिप्राय है?

कस्टमर रिलेशनशिप किसी संगठन व उपभोक्ता के बीच संपर्क है। कस्टमर रिलेशनशिप को संगठन व उपभोक्ता के बीच उत्पाद व सेवाएं प्रदान करने के लिए स्थापित किया जाता है।

एक ऐसी विधि है जिसके द्वारा ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध बना कर रखे जा सकते हैं।

सीआरएम द्वारा ग्राहक की जरूरतों को समझने में कंपनी को मदद मिलती है। ग्राहक की जरूरतों को सफलतापूर्वक व सही ढंग से पूरा करने में भी कंपनी को इससे मदद मिलती है। सीआरएम प्रक्रिया में ग्राहक, उत्पाद व सेवाओं की सूचना रखने की आवश्यकता होती है जिसके लिए कंपनियां सीआरएम सॉफ्टवेयर का इस्तेमाल करती हैं। सीआरएम के निम्नलिखित लाभ हैं:

#### हिस्ट्री बनाना

ग्राहक द्वारा की जाने वाली खरीदारी व सेवाओं के उपभोग को सीआरएम में दर्ज किया जा सकता है जिसे हिस्ट्री कहा जाता है। इसके आधार पर कंपनी ग्राहक की जरूरतों को समय से व सफलतापूर्वक पूरा कर सकती है, जिससे ग्राहक संतुष्ट रहेंगे तथा कंपनी का मुनाफा बढ़ेगा।



### ग्राहकों का विभाजन

सीआरएम द्वारा ग्राहकों को उनकी जरूरतों के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। इससे संगठन को ग्राहक को दी जाने वाली सेवाओं व उत्पादों का चुनाव करने में आसानी होती है तथा ग्राहक का संगठन के प्रति विश्वास बढ़ता है। ग्राहक के साथ अच्छे संबंध बनाये रखने से ग्राहक कंपनी पर विश्वास करते हैं तथा संतुष्ट रहते हैं। इसका सीधा असर कंपनी के मुनाफे पर होता है। ग्राहक कंपनी की प्रशंसा करके उसका यश व विज्ञापन बढ़ाते हैं। यदि ग्राहक के साथ अच्छे संबंध हैं तो वह संतुष्ट रहता है तथा दूसरे लोगों को भी कंपनी के बारे में सकारात्मक राय देता है। जितने ज्यादा ग्राहक कंपनी के बारे में अच्छा बोलेंगे उतनी ही ख्याति कंपनी को मिलती है।

### अभ्यास



1. वाक्यों को पूरा करें:

a) कस्टमर रिलेशनशिप आवश्यक है क्योंकि \_\_\_\_\_

b) अच्छी कस्टमर रिलेशनशिप बनाने से ग्राहकों को महसूस होगा कि \_\_\_\_\_

2. अच्छी कस्टमर रिलेशनशिप बनाने के पाँच तथ्य बताएं।

i. \_\_\_\_\_

ii. \_\_\_\_\_

iii. \_\_\_\_\_

iv. \_\_\_\_\_

v. \_\_\_\_\_

### टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 9.2: ग्राहक की श्रेणियां

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहकों के श्रेणियों की अवधारणा व महत्व को समझना

#### 9.2.1 ग्राहकों का वर्गीकरण

वर्तमान युग में टेलीकॉम कंपनियों के पास अरबों ग्राहक हैं। हर ग्राहक को उसकी आवश्यकता के अनुसार उत्पाद व सेवा प्रदान करना मुश्किल होता है। उनकी जरूरतों के अनुसार बनाये गये उत्पाद व सेवा को उन तक पहुँचाने के लिए कंपनियों ने ग्राहकों की वर्गीकरण की विधि को अपनाया है। इसका मुख्य आधार लेंडलाइन व सेलफोन सेवा हैं।

#### 9.2.2 ग्राहकों के वर्गीकरण की आवश्यकता

टेलीकॉम कम्पनियां अब कई तरह के उत्पाद व सेवाएं प्रदान कर रही हैं, ग्राहकों को यह सब अनुकूलित तौर पर तब तक प्रदान नहीं किया जा सकता है, जब तक हम ग्राहकों को उनकी आवश्यकताओं के अनुसार ना बांटे व पहचाने। यह कम्पनी की ग्राहक को संतुष्ट करने में सहायता करता है और इससे सीधे-सीधे को कम्पनी को लाभ होता है।

#### 9.2.3 वर्गीकरण के प्रकार

ग्राहकों को उनके रहने की जगह, खर्च करने का तरीका, सेवाओं के प्रकार व उनका उपभोग, वैल्यू ऐडेड सर्विस आदि के आधार पर वर्गीकृत किया जा सकता है। यहां हम सर्विस के प्रकार व उनके उपभोग के लिए आवश्यक तथ्यों के बारे में जानेंगे।



## सर्विस के प्रकार

- लैंड लाइन
- लल मोबाइल

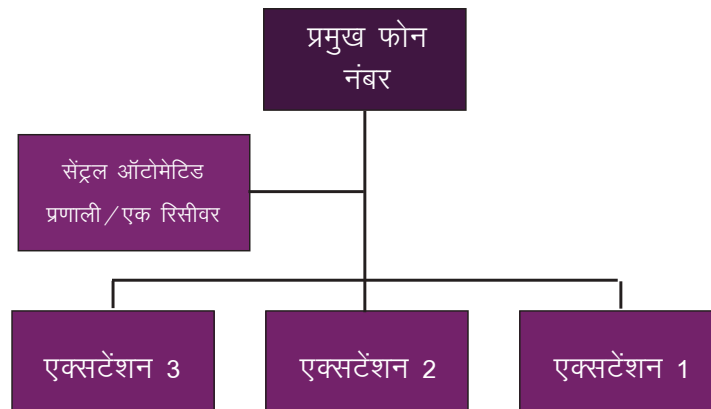
### लैंड लाइन

टेलीफोन, जो तारों के माध्यम से किसी इमारत में लगे होते हैं। सामान्यतः इनका उपयोग निम्नलिखित जगहों पर होता है:

- घर
- ऑफिस
- हॉट लाइन

घर: घर में लगा लैंडलाइन फोन तार वाला या बिना तार का (वायरलैस) होता है। केवल कुछ विशेष कंपनियां ही तार वाली सेवा प्रदान करती हैं, जैसे एमटीएनएल, बीएसएनएल। अधिकतर निजी कंपनियां, जैसे टाटा, रिलायंस, वोडाफोन, एयरटेल व आईडिया वायरलैस सेवा प्रदान करती हैं।

ऑफिस: ऑफिस में फोन का प्रयोग करने वाले ग्राहकों को कॉर्पोरेट कस्टमर कहा जाता है। इन ग्राहकों की कुछ विशिष्ट जरूरतें होती हैं, जैसे एक ही फोन नंबर को ऑफिस में विभिन्न जगहों पर जोड़ना। यह नंबर 8 या 10 अंकों का हो सकता है। विभिन्न जगहों पर प्रयोग के लिए एक्सटेंशन नंबर की आवश्यकता होती है जो प्रत्येक पॉइंट के लिए अलग होता है। एक्सटेंशन नंबर 4 से 7 अंकों का होता है। ऑफिस में लगी लैंड लाइन को चित्र द्वारा दर्शाया गया है।

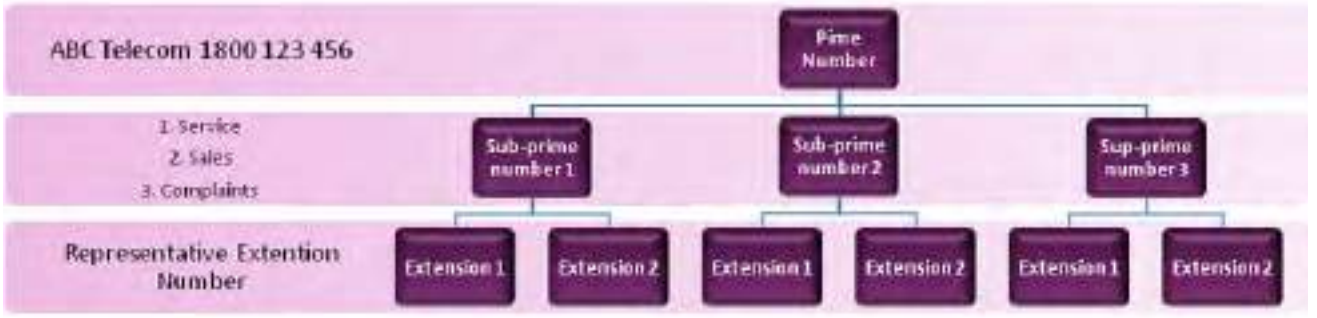


चित्र 9.2.1 एक्सटेंशन के द्वारा कॉल ट्रांसफर करना

हॉट लाइन: यह सेवा ऑफिस लाइन से जटिल है। यह सेवा सामान्यतः कस्टमर सर्विस इंडस्ट्री में सेल्स विभाग द्वारा प्रयोग की जाती है। हॉट लाइन नंबर का निर्माण भी ऑफिस नंबर से कठिन है। यह नंबर 8 या 10 अंकों का हो सकता है जो सामान्यतः 1800 से शुरू होता है। यह नंबर वीआरयू (वॉइस रेस्पॉंस यूनिट) नाम के सिस्टम से जुड़ होता है। इस यूनिट में पहले से कुछ आवाज रिकॉर्ड की जाती हैं जो ग्राहक को सर्विस के लिए कुछ विकल्प देती हैं। उनमें से ग्राहक जो भी विकल्प चुनता है उसके आधार पर कॉल को विकल्प से संबंधित नंबर पर भेज दिया जाता है। संबंधित नंबर से जुड़ा जो एक्सटेंशन सबसे ज्यादा देर से खाली है, उस पर कॉल जोड़ दी जाती है। उदाहरण के लिए:- आप अबस टेलीकॉम को 1800123456 पर कॉल करते हैं। यह कॉल वीआरयू सिस्टम द्वारा उठायी जाती है जो आपको तीन विकल्प देती है:-

1. सर्विस के लिए 1 दबायें
2. सेल्स के लिए 2 दबायें
3. शिकायत के लिए 3 दबायें

आपके पास तीन विभाग हैं जिनमें से किसी एक से आपके चुनाव के अनुसार आपकी कॉल को जोड़ दिया जाता है तथा उस व्यक्ति को भेज दी जाती है जो सबसे ज्यादा देर से खाली है।



चित्र 9.2.2 एक्सटेंशन के द्वारा कॉल ट्रांसफर करना – प्राइम नंबर (प्रमुख नंबर)

## मोबाइल

मोबाइल एक ऐसी सेवा है जिसका प्रयोग पृथ्वी पर कहीं भी किया जा सकता है। इस सेवा को निम्न प्रकार से बाँटा जा सकता है:

- प्री-पेड
- पोस्ट पेड
- प्राइवेट नंबर

**प्री-पेड:** प्री-पेड सेवा एक आसान सेवा है। इस सेवा में ग्राहक कंपनी को पहले कुछ राशि देता है, उसके बाद उतनी ही राशि की कॉल ग्राहक कर सकता है जोकि उसे कंपनी द्वारा दी गई है। एक बार जब ग्राहक उस राशि का इस्तेमाल कर लेता है तो उसके फोन पर कॉल करने की सेवा बंद की दी जाती है। वह केवल आने वाली कॉल व मैसेज का ही लाभ उठा सकता है। प्री-पेड सेवा के द्वारा ग्राहक अपने खर्चों को नियंत्रित कर सकता है।

**पोस्ट पेड:** पोस्ट पेड का मतलब है, पहले इस्तेमाल करें, फिर अपने उपभोग के अनुसार भुगतान करें। ग्राहक पहले सेवाओं का इस्तेमाल करता है तथा हर महीने के अंत में अपने उपभोग के अनुसार बिल का भुगतान करता है। इस सेवा में, ग्राहक के खर्च प्री-पेड की अपेक्षा ज्यादा होते हैं। इस सेवा के बिल के भुगतान के लिए उपभोक्ता को एक सीमित समय सीमा दी जाती है। यदि ग्राहक समय सीमा के अंदर बिल का भुगतान नहीं की पाता है तो उसकी सेवाएं बंद कर दी जाती हैं।

**प्राइवेट (निजी) नंबर:** प्राइवेट नंबर समाज के विशिष्ट वर्ग तथा वी आई पी लोगों को दिये जाते हैं जो समाज के लिए लोकप्रिय व्यक्तित्व रखते हैं। इस प्रकार के नंबर की सर्विस अपने अनुसार चुनी जा सकती है, जैसे सिर्फ चुनिंदा नंबरों से आपके नंबर पर कॉल आ सकती है। यह नंबर आम लोगों के मोबाइल पर नज़र नहीं आता है तथा सुरक्षा की दृष्टि से कुछ संबंधित लोगों के पास ही होता है। ऐसे नंबर से जब किसी को कॉल किया जाता है तो सुनने वाले के फोन पर यह नंबर दिखाई नहीं देता है। निजी नंबर को पृथ्वी पर कहीं भी प्रयोग किया जा सकता है। इस नंबर पर किसी प्रकारकी कोई भी पाबंदी नहीं होती है। यह सेवा आम जनता के लिए नहीं होती है। इसके लिए पुलिस व सरकार की अनुमति आवश्यक है। इस सेवा को पाने के लिए व्यक्ति को अधिक मूल्य चुकाना पड़ता है।

## अभ्यास



सही या गलत

1. 'पहले प्रयोग करें, फिर भुगतान करें' एक प्री-पेड मोबाइल सेवा है।
2. हॉट लाइन नंबर 8 या 10 अंको का कोई भी सामान्य नंबर हो सकता है।
3. ऑफिस लाइन लेने के लिए ग्राहकों को कॉर्पोरेट ग्राहक नहीं कहा जा सकता।
4. घर की लैंड लाइन के लिए तार वाला कनेक्शन होना आवश्यक है।

## गतिविधि



1. ग्राहक आपको कॉल करता है, उसे एक नया प्राइवेट नंबर चाहिए। आप क्या करेंगे?

---

---

---

---

## टिप्पणी



---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



## यूनिट 9.3: ग्राहक की प्रतिक्रिया

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक की प्रतिक्रिया की अवधारणा व महत्व को समझना

### 9.3.1 ग्राहक की प्रतिक्रिया (फीडबैक)

ग्राहक से ली जाने वाली मुख्य जानकारी, जैसे उनकी सोच, सुझाव व उनका कंपनी के प्रति अनुभव को कस्टमर फीडबैक कहा जाता है।

### 9.3.2 कस्टमर फीडबैक का महत्व

टेलीकॉम कंपनियां कस्टमर फीडबैक से यह जान सकती हैं कि ग्राहक उनके उत्पाद व सेवाओं को दूसरी कंपनियों की अपेक्षा क्या दर्जा देते हैं। ग्राहक की उम्मीदों पर कंपनी की सेवाएं व उत्पाद कितने खरे उतरते हैं यह जानने के लिए कस्टमर फीडबैक बहुत आवश्यक है। उदाहरण के लिए – ग्राहकों को किसी टेलीकॉम कंपनी का दूसरी कंपनी की अपेक्षा नेटवर्क कवरेज ज्यादा पसंद हो। इसका मतलब है कि दूसरी कंपनी को नेटवर्क कवरेज सुधारने की जरूरत है।

कस्टमर फीडबैक से यह भी पता चलता है कि कंपनी के कर्मचारी ग्राहकों से कैसे पेश आते हैं। कस्टमर फीडबैक एक प्रकार की मार्केट रिसर्च भी है। उसके द्वारा कंपनी जान सकती है उसके ग्राहकों को उनके प्रश्नों व परेशानियों का हल मिल रहा है। इसके साथ ही यदि कोई एजेंट ग्राहकों से गलत व्यवहार या तरीके से बात कर रहा है तो इसका पता भी कस्टमर फीडबैक के द्वारा लगाया जा सकता है।

### 9.3.3 कस्टमर फीडबैक के लाभ

#### ग्राहक की सोच

टेलीकॉम इंडस्ट्री के लिए कस्टमर फीडबैक आवश्यक है क्योंकि इससे कंपनी के उत्पादों व सेवाओं के बारे में ग्राहक की सोच का पता चलता है। इस प्रकार कंपनी को अलोचनाओं से बचाया जा सकता है।

#### बेहतर संबंध

जब ग्राहकों को लगता है कि कंपनी उनके बारे में ध्यान दे रही है तो ग्राहक कंपनी पर अधिक विश्वास कर सकते हैं। जब किसी बिजनेस में ग्राहक के अनुसार बदलाव आता है तो ग्राहक को लगता है कि कंपनी ने ग्राहक की सोच का सम्मान किया है।

#### सस्ता सुझाव

कुछ कंपनियां उस व्यक्ति पर बहुत ज्यादा खर्च करती हैं जो यह सुझाव देता है कि कंपनी को कैसे आगे बढ़ाया जा सकता है। कस्टमर फीडबैक सबसे सस्ता व्यापारिक सुझाव है जो सीधा ग्राहक से मिलता है।

### ज्यादा ग्राहक

जब कोई व्यवसाय ग्राहक फीडबैक के अनुसार बदलता है तो वह बढ़ता है तथा ज्यादा ग्राहक उससे जुड़ने की कोशिश करते हैं।

### सकारात्मक बदलाव

किसी भी कंपनी को उसकी गलतियों के बारे में बताना पसंद नहीं होता। कस्टमर फीडबैक के द्वारा अच्छे सुझाव दूसरों तक पहुँचते हैं जिसका मतलब है अच्छी ख्याति व बिजनेस में ज्यादा पैसा आना।

### समय पर जानकारी मिलना

आज के युग में जहाँ बहुत सारे प्रतियोगी हैं, भारत में टेलीकॉम मार्केट को समय पर कस्टमर फीडबैक लेना आवश्यक है। इससे कंपनी को अनेक उत्पादों व सेवाओं को बेहतर बनाने में मदद मिलती है जिससे ग्राहक संतुष्ट रहता है।

## 9.3.4 फीडबैक लेने की विधि

किसी टेलीकॉम कंपनी में फ्रंटलाइन स्टाफ ही सारे दिन ग्राहकों से बात करता है। इसलिए कंपनी के लिए यह जरूरी है कि वह फीडबैक ले तथा अपने स्टाफ को ट्रेनिंग दे ताकि वे आक्रामक ग्राहकों के साथ ठीक से पेश आ सकें। फीडबैक लेने की विधियाँ निम्नलिखित हैं:-

### ग्राहक से उसके बारे में जानें

कस्टमर फीडबैक लिखने से पहले ग्राहक से उसकी पूरी जानकारी लें, जैसे उसका नाम, पता व फोन नंबर आदि। इससे यह सुनिश्चित होता है कि फीडबैक आप उसी ग्राहक के नाम पर लिख सकते हैं।

### पुराना फीडबैक चैक करें

चैक करें कि ग्राहक ने पहले भी इस प्रकार की शिकायत की है या नहीं क्योंकि कई बार ऐसा भी होता है कि ग्राहक के फोन में समस्या हो सकती है, न कि सेवाओं में। इससे ग्राहक की समस्या का समाधान जल्दी हो सकता है जिससे ग्राहक अधिक संतुष्ट होता है।

### फीडबैक/शिकायत का रेफरेंस नंबर बनायें

जब भी आप शिकायत या फीडबैक दर्ज कर रहे हैं, कंप्यूटर एक रेफरेंस नंबर देता है, जिसे ग्राहक भविष्य में भी इस्तेमाल कर सकता है। इसकी सहायता से ग्राहक चैक कर सकता है कि उसकी समस्या समाधान हुआ है कि नहीं। इससे शिकायतों को विभिन्न वर्गों में बाँटा जा सकता है जिसके आधार पर समस्या का जल्द से जल्द समाधान किया जा सके।

### फीडबैक को ग्राहक के शब्दों में लिखें

फीडबैक को जितना हो सके, ग्राहक के शब्दों में लिखें। जो व्यक्ति परेशानी से गुजर रहा है केवल वही उसे ठीक से बयान कर सकता है तथा समस्या को विस्तार से समझा सकता है। इससे समाधान निकालने वाली टीम को समस्या हल करने में मदद मिलती है।

### ग्राहक को रेफरेंस नंबर बतायें

यदि ग्राहक की परेशानी तुरंत हल नहीं हो रही है तो वह दोबारा कॉल करेगा



चित्र 9.3.1 फीडबैक को रिकार्ड करने की प्रक्रिया

और अपनी समस्या के हल की स्थिति पूछेगा। यदि वह कॉल करके रेफरेंस नंबर बता देता है तो एजेंट को स्थिति पता करने में आसानी होती है। इस नंबर से एजेंट ग्राहक का फीडबैक फार्म ढूँढ सकता है तथा बिना समय बर्बाद किये ग्राहक का हल निकाल सकता है।

### फीडबैक सेव (सुरक्षित) करें

फीडबैक को सेव करना बहुत ही छोटी सी प्रक्रिया है लेकिन यदि यह नहीं किया गया तो बहुत बड़ी समस्या का सामना करना पड़ सकता है। कस्टमर से पूरी बात होने के तुरंत बाद ही फीडबैक को सेव करें। यदि ऐसा नहीं किया गया तो आप ग्राहक के द्वारा दी गई सूचना खो देंगे तथा उसकी समस्या को हल नहीं कर पायेंगे। इस स्थिति में ग्राहक आपको दोबारा कॉल करेगा जिससे आपका व ग्राहक का समय बर्बाद होता है।

शिकायत करने वाले ग्राहक से बात करने के कुछ महत्वपूर्ण बिन्दु:

- ग्राहक का अभिवादन करें।
- ग्राहक की बात ध्यान से सुनें।
- उसकी शिकायतों को स्वीकार करें।
- माफी मांगे व उसका धन्यवाद व्यक्त करें।
- ग्राहक के द्वारा की गई शिकायत को उससे दोबारा से पूछकर सुनिश्चित कर लें।
- ग्राहक को विश्वास दिलायें

### ग्राहक का अभिवादन

ग्राहक का अभिवादन करके आप बातचीत शुरू कर सकते हैं तथा ग्राहक को विश्वास दिला सकते हैं कि उसकी बात कोई सुन रहा है।

### ग्राहक की बात सुनना

जब ग्राहक फीडबैक देता है तो वह चाहता है कि उसकी बात ध्यान से सुनी जाये व उसकी बात को बीच में काटा न जाये। ग्राहक जो कह रहा है उसे ध्यान से सुनें व बीच में न बोलें।

### ग्राहक की शिकायतों को स्वीकार करें

जब ग्राहक बोल रहा हो तो उसे विश्वास दिलायें कि आप उसकी बात सुन रहे हैं, जैसे हाँ जी, ठीक है जैसे शब्दों का प्रयोग करें। इससे ग्राहक को लगेगा कि आप उसकी बातों पर ध्यान दे रहे हैं।

### धन्यवाद देना व माफी मांगना

यदि ग्राहक किसी परेशानी में है या कोई शिकायत कर रहा है तो ग्राहक से माफी माँगें और उसकी समस्या को जल्द से जल्द हल करने की कोशिश करें। यदि वह कंपनी के लिए अच्छा बोलता है तो उसका धन्यवाद व्यक्त करें।

### सुनिश्चित करें

ग्राहक की बात को समझकर उसे बतायें जिससे उसे पता चल जाये कि आप उसकी बात समझ चुके हैं। इस प्रकार यदि कोई जानकारी छूट गई है तो वह आप जान पायेंगे जिससे आपको समस्या के समाधान में परेशानी नहीं होगी।

### ग्राहक को विश्वास दिलाना

हमेशा “आप चिन्ता न करें”, “भरोसा रखें”, “मैं आपकी मदद करूंगा” जैसे वाक्यों का उपयोग करें। इससे ग्राहक को लगेगा कि आप उसकी बात समझ गये हैं तथा समस्या को हल कर सकते हैं।

## अभ्यास



- नीचे दिए गए मापदंडों में से कम्पनी के और कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव के फीडबैक मापदंडों को अलग करें:—  
सॉफ्ट स्किल्स/वॉइस लाइन क्वालिटी/एग्जिक्यूटिव के इंतजार का समय/उत्पाद की जानकारी/समय से समस्याओं का समाधान/ब्रांड रेटिंग।

कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव	कम्पनी

- सही या गलत
  - ग्राहक ही सबसे बड़ा आलोचक है।
  - कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव के रूप में ग्राहक का फीडबैक मिलना मेरे कार्य के लिए महत्वपूर्ण नहीं है।
  - ग्राहक की संतुष्टि बढ़ाने के लिए समय पर फीडबैक लेना आवश्यक है।
- रिक्त स्थान भरें।  
फीडबैक लेते समय पहला कदम ..... है। (सुनना/लिखना)

## गतिविधि



- किसी ग्राहक ने आपकी संस्था से तीन दिन पहले उसके 3G प्लान को बदलकर उसको 2G बनाने का निवेदन किया था। अब आपको उसका फीडबैक लेना है, लिखना है और उसे सही करने के लिए भेजना है। (ग्राहक का निवेदन पूरा नहीं हुआ था और वह सर्विस से नाखुश था।)

---



---



---



---

## टिप्पणी




---



---



---



---



---

## यूनिट 9.4: ग्राहक संतुष्टि

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. ग्राहक संतुष्टि की अवधारणा व महत्व को समझना

### 9.4.1 ग्राहक संतुष्टि की अवधारणा क्या है?

ग्राहक संतुष्टि या कस्टमर सैटिस्फैक्शन का अर्थ है कि कोई ग्राहक कम्पनी के उत्पाद या सर्विस से कितना संतुष्ट है। ग्राहक और कम्पनी का संबंध लंबे समय के लिए होता है, इसलिए ग्राहक की संतुष्टि बहुत आवश्यक है और ग्राहक का विश्वास बनाए रखने के लिए ग्राहक संतुष्टि का होना आवश्यक है।

### 9.4.2 ग्राहक संतुष्टि सुनिश्चित करना

#### जानकारी और उपलब्धता

टेलीकॉम इंडस्ट्री में, जब ग्राहक किसी कस्टमर सर्विस सेन्टर पर कॉल करता है तो उम्मीद करता है कि उसे सही-सही जानकारी मिले। आपको अपने नए उत्पादों और सर्विस की पूर्ण जानकारी का होना चाहिए। आपको यह भी पता होना चाहिए कि कैसे किसी ग्राहक का खाता खोला जाता है क्योंकि ग्राहक अपने मौजूदा प्लान की जानकारी भी ले सकता है।

#### मैत्रीपूर्ण लोग

सभी चाहते हैं कि उनके साथ मित्रतापूर्ण व्यवहार हो और ग्राहक भी कुछ ऐसा ही चाहते हैं। आपको ध्यान रखना है कि आपकी बोली और आवाज़ में मित्रता का भाव व स्वागत की झलक हो और साथ ही आप व्यवसायी भी लगे। इससे ग्राहक को सहजता का भाव महसूस होता है और उसे लगता है कि आप उसकी सहायता के लिए हमेशा तत्पर हैं।

#### अच्छी कीमत

उसका अर्थ यह नहीं है कि कीमत सही होनी चाहिए पर इसका दूसरा पहलू यह भी है कि पुराने उत्पाद या सर्विस के मुकाबले आपका उत्पाद ग्राहक की जरूरतों को कितना पूरा करता है, क्या उसके लाभ हैं व कितना वह ग्राहकों को भाता है।

#### सरलता

इसका अर्थ है “आसान बनाना”। आजकल ग्राहकों को चाहिए कि उत्पाद आकर्षक, जानने में आसान व उपयोग में साधारण हों। आपका वर्णन जितना सादा होगा उतना ही समझने में आसान होगा रहेगा। सभी नामों के लघुरूप आपको पता होने चाहिए पर ग्राहकों को नहीं, इसलिए जितनी आसान भाषा का प्रयोग करेंगे उतना अच्छा है।

#### जल्द समाप्ति

यहाँ एजेंट्स सबसे सड़ी गलती करते हैं। जैसे ही ग्राहक को जरूरी जानकारी मिल जाती है वह कॉल खत्म करना चाहते हैं बिना समय बर्बाद किए। आप भी उनका समय बर्बाद करने की कोशिश न करें। यदि आपको कोई नई जानकारी या सेवा के विषय में बताना है तो यह अपनी बातचीत के दौरान ही बताएं, न की उसे अंत में बताकर विक्रय बात की तरह दिखाएं।

आज के समय में बहुत सी बातें हमें परेशान करती हैं। ध्यान रहे कि आपके ग्राहकों के साथ भी ऐसा होता है और वह दूसरी ओर व्यावसायिक व्यवहार करना चाहते हैं। वह चाहते हैं कि उनकी बात सुनी जाए और जो व्यापार वो कम्पनी को देते हैं उसके लिए उन्हें सम्मान मिले। यदि आप आसान व सुविधाजनक सेवाएं प्रदान करेंगे तो आप ग्राहक को उसकी अपेक्षा से ज्यादा सेवा दे सकते हैं।

### **अतिरिक्त जानकारी देना**

आजकल टेलीकॉम इंडस्ट्री इतने सारे उत्पाद और सर्विस देती है कि ग्राहकों को अतिरिक्त जानकारी देना अनिवार्य है। इससे ग्राहक सम्मानित महसूस करेंगे व जानेंगे कि आप उनकी सहायता करना चाहते हैं।

### **अतिरिक्त जानकारी देने के फायदे**

ग्राहक संतुष्टि का बढ़ना: ग्राहकों को अधिक जानकारी जो उनकी रिक्वेस्ट/क्वैरी के लिए जरूरी है, देने से उन्हें लगता है कि आप उनकी बात ध्यान से सुन रहे हैं और उनकी समस्या को लेकर उनकी मदद करना चाहते हैं। इस तरह ग्राहक की संतुष्टि बढ़ती है।

### **लाभ**

अगर आप ऐसी सेवा प्रदान करते हैं जो ग्राहकों की उम्मीद पर खरी उतरे तो वह खुश रहते हैं और जब उन्हें दूसरी सेवा की जरूरत पड़ती है तो वह वापस आपके पास ही आते हैं जिससे कम्पनी को लाभ होता है।

### **ग्राहक का विश्वास बढ़ाना**

जिस अधिकतम जानकारी की ग्राहक को सेवा देने वाली कम्पनी से उम्मीद होती है यदि वह पूर्ण रूप से मिल जाए तो ग्राहक का कम्पनी व उसकी सेवाओं पर विश्वास बढ़ता है।

### **कम्पनी की छवि बनाना**

टेलीकॉम इंडस्ट्री में इतने प्रतियोगी हैं कि कम्पनी की छवि के अनुसार ही उसे नए ग्राहक मिलते हैं। जैसे यदि आपका मित्र अपनी कम्पनी की सेवाओं से नाखुश है और वह यह बात आपको बताएगा तो आप भी उस कम्पनी से सेवा लेने का इरादा बदल देंगे।

### **अच्छा महसूस होना**

अगर अतिरिक्त जानकारी देने की वजह से आपके ग्राहक आपकी सराहना करते हैं तो आप अच्छा महसूस करेंगे और इससे आपका प्रदर्शन भी बहतर होगा।

### **संभावित अवसर**

अतिरिक्त जानकारी देने से ग्राहक सर्विस के बारे में खुलकर बात करते हैं। इससे उनकी जरूरत के अनुसार नई सेवाएँ प्रदान करने का अवसर मिलता है।

### 9.4.3 पूर्ण समाधान

आज की टेलीकॉम इंडस्ट्री ग्राहकों को उनकी समस्याओं का पूर्ण समाधान देना चाहती हैं क्योंकि आजकल ग्राहक वही नंबर रखकर अपनी सेवा प्रदान करने वाली कम्पनी को बदल सकता है।

#### पहली कॉल पर समाधान

टेलीकॉम इंडस्ट्री में पहली कॉल पर समाधान (FCR) बहुत महत्त्व रखता है।

#### FCR क्या है?

जब ग्राहक अपनी समस्याओं या मुद्दों को लेकर पहली कॉल करता है उसी समय उसका हल निकालने की विधि को पहली कॉल पर समाधान कहते हैं। जैसे, कोई ग्राहक कॉल करके कहता है कि वह इंटरनेट से नहीं जुड़ पा रहा है तो आप उसे अपनी सेटिंग्स में छोटे छोटे बदलाव लाने को कहते हो और जिससे ग्राहक इंटरनेट से जुड़ जाता है। यहाँ आप ग्राहक की समस्या का हल उसकी पहली कॉल में कर देते हैं।

FCR के चार फायदे हैं –:

1. ग्राहक की संतुष्टि में वृद्धि:– FCR का सीधा असर ग्राहक की संतुष्टि पर पड़ता है। जितनी ज्यादा FCR होती है, उतने ज्यादा कम्पनी के ग्राहक खुश रहते हैं।
2. कॉल हैंडलिंग में कम समय:– FCR देने का मतलब है ग्राहक को अपनी पुरानी समस्या के लिए दुबारा कॉल करने की आवश्यकता नहीं है। यदि ग्राहक अपनी पुरानी समस्या को लेकर दोबारा कॉल करता है तो इसका अर्थ है कि वह अप्रसन्न है और वह अपना गुस्सा कॉल करके निकालेगा जिससे कॉल में व्यतीत समय बढ़ता है।
3. विक्रय के अवसरों में वृद्धि:– FCR देने का अर्थ है ग्राहक का ज्यादा विश्वास होना और कॉल में कम समय व्यतीत होने से विक्रय का मौका मिलना। ग्राहक संतुष्टि होने से विक्रय में सफलता के ज्यादा अवसर होते हैं।
4. ग्राहकों की संख्या को कम होने से बचाना:– टेलीकॉम इंडस्ट्री में आजकल इतने सारे प्रतियोगी होने की वजह से ग्राहकों के पास कई सारे विकल्प होते हैं। FCR देने का मतलब है कि आपके ग्राहक आपके साथ रहेंगे। सर्वे द्वारा पता चला है कि जो कम्पनियाँ FCR देने में विश्वास नहीं रखती हैं वे अपने दो प्रतिशत ग्राहक खो देती हैं और जो कम्पनियाँ FCR पर बिल्कुल ध्यान नहीं देती हैं, वह अपने 19 प्रतिशत ऐसे ग्राहक खो देती हैं, जिन्हें कोई शिकायत या परेशानी थी।

### 9.4.4 एस्केलेशन

#### आप एस्केलेशन शब्द से क्या समझते हैं?

टेलीकॉम इंडस्ट्री में एस्केलेशन का अर्थ है, ग्राहक की समस्या को किसी दूसरे व्यक्ति के पास ट्रान्सफर करना यदि आपसे उसका समाधान न हो। उदाहरण – कोई ग्राहक आपसे कहता है कि उसके बैलेंस में से जो मूल्य घटाया गया है वह उसे वापस कर दिया जाए। एक ऐजेंट को यह अधिकार नहीं है कि वह कोई चार्जस वापस दे सकें, इसके लिए उसे अपने टीम लीडर से यह अधिकार मांगना होगा या फिर समाधान के लिए कॉल टीम लीडर को ट्रान्सफर करनी पड़ेगी।

ऐसी स्थिति में ग्राहक गुस्से में व उत्तेजित होता है। उत्तेजित ग्राहकों को कैसे संभाला जाता है यह हम पहले ही जान चुके हैं, फिर भी एक नज़र डालना आवश्यक होगा।

गुस्से में आए ग्राहकों को संभालने में निम्न चरणों का प्रयोग करें:

- अभिवादन
- सुनना
- स्वीकार करना
- धन्यवाद करना/माफी मांगना
- सुनिश्चित करना
- पुनः सुनिश्चित करना

**अभिवादन:** आप ग्राहक से अभिवादन करके बातचीत कर सकते हैं और ग्राहक को विश्वास दिला सकते हैं कि सच में कोई उसकी बात सुन रहा है।

**सुनना:** जब ग्राहक फीडबैक देता है तो चाहता है कि उसकी बात ध्यान से सुनी जाए और आप बीच में दखल न दें।

**स्वीकार करना:** जब ग्राहक बोल रहा हो तो आप उसकी बात सुन रहे हैं, इस बात का उसे विश्वास दिलाएं। “हाँ”, “ठीक है” शब्दों का इस्तमाल करें। इससे ग्राहक को लगेगा कि आप उसकी बात को ध्यान से सुन रहे हैं और समझ भी रहे हैं।

**धन्यवाद करें/माफी मांगें:** यदि ग्राहक किसी शिकायत या समस्या को लेकर कॉल कर रहा है तो उससे माफी मांगें और यदि वो कोई अच्छी बात या तारीफ कर रहा है तो उसका धन्यवाद करें।

**सुनिश्चित करना:** ग्राहक की बात को समझकर उसे बताएं जिससे उसे पता चल जाए कि आप उसकी बात को समझ गए हैं। इस तरह से यदि कोई जानकारी छूट गई होगी तो आप वह भी प्राप्त कर सकेंगे और वह समाधान करने में मददगार होगी।

**पुनः आश्वासन देना:** हमेशा “आप चिंता न करें”, “भरोसा रखें”, “मैं आपकी मदद करूँगा” जैसे वाक्यों का प्रयोग करें, जिससे ग्राहक को लगे कि आप उसकी बात समझ गए हैं और ऐसे आप हल निकाल सकते हैं। सबसे जरूरी बात का ध्यान रहे कि कभी भी “मैं आपकी मदद नहीं कर सकता” या “मुझे इसके लिए अधिकार लेना पड़ेगा” जैसे वाक्यों का प्रयोग न करें। इससे यही लगेगा कि आप समस्या को संभालने के लिए असमर्थ हैं। बल्कि यह कहें “मुझे एक पल का समय दें जब तक मैं कुछ जानकारी प्राप्त कर सकूँ” या “क्या आप मुझे एक या दो मिनट का समय देंगे जब तक मैं कुछ बातों की जाँच कर सकूँ”।

### एस्केलेशन की विधि

**कॉल होल्ड करने की अनुमति लेना:** हमेशा ग्राहक को होल्ड पर डालने से पहले उसकी अनुमति लें और बताएं कि कितनी देर तक उन्हें होल्ड करना पड़ सकता है व ध्यान रखें कि उतनी देर में आप कॉल पर वापस आएँ।

**होल्ड पर डालना:** कॉल पहले म्यूट करके फिर होल्ड पर डालें। आप नहीं चाहेंगे कि ग्राहक आपकी और आपके सीनियर की बातचीत सुने। यदि ऐसा होता है तो ग्राहक आपमें अपना विश्वास खो देगा।

**ट्रान्सफर करने से पहले ग्राहक को सूचित करना:** हमेशा अपने ग्राहक को कॉल सीनियर के पास ट्रान्सफर करने से पहले



सूचित करे जो उनकी समस्या को दूर करने में मदद करेंगे।

ट्रान्सफर करने से पहले सीनियर को ग्राहक का परिचय दें: हमेशा खुद बातचीत से अलग होने से पहले अपने सीनियर को ग्राहक का परिचय दें और स्थिति बताएं। आप ग्राहक से कह सकते हैं कि “मि. कुमार मेरे सहकर्मी अब आगे आपकी मदद करेंगे।”



## अभ्यास

1. सही या गलत बताएं।
  - a) ग्राहक आशा करते हैं कि आप उनकी जरूरत को पूरा करके उन्हें सुखद सेवाएँ प्रदान करेंगे।
  - b) यदि आप कोई उत्पाद या सर्विस को आप बेचना चाहते हैं तो आपको यह सिर्फ कॉल खत्म करने से पहले करना चाहिए।
  - c) जब कोई ग्राहक किसी उत्पाद या सर्विस के मूल्य (वैल्यू) के बारे में पूछता है तो वह सिर्फ उसकी कीमत पूछ रहा है।
  - d) ग्राहक को किसी क्वैरी (नयी सेवा प्लान के बारे में) के लिए इंतजार कराना सही है।
2. रिक्त स्थान भरें।
  - a) FCR का पूरा रूप ..... है।
  - b) FCR का ..... असर ग्राहक की संतुष्टि पर पड़ता है। (सीधा/घुमा-फिरा कर)
  - c) ग्राहकों को खुश रखने के लिए उनकी उम्मीदें ऐजेंट के सेवा स्तर से ..... चाहिए।



## यूनिट 9.5: ग्राहकों को नई सेवाओं की जानकारी देना

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. नए उत्पादों और सेवाओं की अवधारणा व महत्व को समझना

### 9.5.1 नए उत्पाद और सर्विस

टेलीकॉम इंडस्ट्री में सेल्स (विक्रय) भी एक तरह की सेवा है। जैसे जैसे समय बीतता है ग्राहकों की जरूरतें भी बदल जाती हैं। उदाहरण के लिए, आजकल लोग इंटरनेट पर बातें करना पसंद करते हैं और SMS का प्रयोग अब बहुत कम हो गया है। इससे ग्राहक SMS पैक्स छोड़कर इंटरनेट पैक लेने लगे हैं। इस उदाहरण को ध्यान में रखते हुए अब हमारी जिम्मेदारी है कि हम अपने ग्राहकों को अपनी नई योजनाओं (प्लान्स) के बारे बताए जो वे ले सकते हैं और जो उनके लिए फायदेमंद हों। इससे ग्राहक की संतुष्टि और मुनाफा दोनों बढ़ेंगे।

#### उत्पाद का परिचय देना

कॉल सेंटर में कॉल करने वाले ग्राहक जानते हैं कि उनसे कुछ खरीदने के लिए कहा जाएगा इसलिए जैसे ही उनकी क्वैरी का हल मिलता है वे बचने की कोशिश करते हैं। इससे ऐजेंट्स को उन्हें नई सेवा या उत्पाद से अवगत कराने का मौका नहीं मिलता है।

#### परिचय कैसे दें?

यह एक बहुत ही स्वाभाविक और सहज तकनीक है। आइए, इसकी विधि जानते हैं:

1. संबंध स्थापित करें: आप कोई मशीन या कम्प्यूटर नहीं हैं, इसलिए ग्राहक से सहजता से बात करें जैसे आप किसी भी दूसरे व्यक्ति से करते हैं। ऐसा करने से आपको ग्राहक से संबंध स्थापित करने में मदद मिलेगी।
2. ग्राहक की जानकारी की जाँच करना: जब तक आप ग्राहक को उसकी क्वैरी में मदद करते हैं। इसी बीच उसकी जानकारी निकालें और उसके यूसेज व चालू सेवाओं को नोट करें। इससे उसे आप उचित सेवाओं का प्रस्ताव दे सकेंगे।
3. अपने शब्दों का सही उपयोग करें: यह सबसे जरूरी है “क्या मैं आज आपकी कुछ और मदद कर सकता हूँ।” यदि आप ऐसा वाक्य बोलेंगे तो आपको हमेशा असफलता ही मिलेगी। यहाँ ग्राहक बचने की कोशिश करता है और प्रस्ताव को टुकरा देता है। ध्यान रहें कि आप प्रस्ताव तब रखें जब आप ग्राहक की क्वैरी को हल कर चुके हों और आप कुछ इस तरह बोलें – “मैंने देखा कि आप बहुत ज्यादा रोमिंग चार्ज देते आ रहे हैं, क्या आप जानते हैं कि हमारे रोमिंग प्लान भी हैं जिनसे आपके खर्च कम हो सकते हैं।”



चित्र 9.5.1 नए उत्पाद और सर्विस की जानकारी देना

4. डील खत्म करें: ग्राहक कभी नहीं कहेंगे कि “मुझे ये चाहिए”, इसलिए आप ग्राहक को निर्णय लेने में मदद करें। उनकी तरफ से निर्णय न लें लेकिन उन्हें फायदे दिखाएं और उन फायदों को उनके यूसेज में जोड़ें।
5. खरीद की पुष्टि करें: ध्यान रहे कि आप खरीद को दुबारा पक्का ज़रूर करें क्योंकि कभी-कभी ग्राहक फोन पर हाँ करते वक्त आश्वस्त नहीं होते हैं और आप असंतुष्ट ग्राहक नहीं चाहेंगे।
6. धन्यवाद कहें: बातचीत खत्म करते वक्त ग्राहक का धन्यवाद करना न भूलें। बातचीत खत्म करना उतना ही जरूरी है जितना शुरू करना होता है। अंत में ग्राहक को शायद यह ध्यान न रहें कि आपने बात कैसे शुरू की पर कैसे आपने बात खत्म की यह उन्हें ज़रूर ध्यान रहेगा। इसलिए मुस्कुराते हुए उनका धन्यवाद करें।

## अभ्यास



1. सही या गलत
  - i. “मैं आपकी क्या मदद कर सकता हूँ।” कहने के अलावा ग्राहक की क्वैरी का इंतजार करना।
  - ii. बीच में बोलना, जब ग्राहक अपेक्षित सेवाओं की विशेषताओं के बारे में बात कर रहा हो।
  - iii. ग्राहक से विनम्रता से पूछें कि उसने सर्विस जारी न रखने का निर्णय क्यों लिया।
  - iv. ग्राहकों को दूसरे उत्पादों और सर्विस के बारे में बिल्कुल कॉल खत्म होने से पहले बताना।
2. ग्राहकों को नए उत्पादों या सर्विस की तरफ बढ़ाने से पहले किन बातों का ध्यान रखना चाहिए।

---



---



---



---

## गतिविधि



1. आप नीचे दी गई परिस्थितियों को कैसे संभालेंगे?
  - a) आपका ग्राहक आप पर चिल्ला रहा है क्योंकि वह खराब नेटवर्क कनेक्शन से पिछले कुछ दिनों से परेशान है।
- b) आपका ग्राहक आपके सुपरवाइज़र से संपर्क करना चाहता है और अपने खाते में आई समस्या को बताना चाहता है।

---



---



---



---



---



---







**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape



## 10. रिपोर्ट और रिव्यू

यूनिट 10.1 – सेल्फ रिपोर्ट

यूनिट 10.2 – वरिष्ठ अधिकारी के साथ रिव्यू



TEL/N0103

## मुख्य शिक्षा

इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. रिपोर्ट और रिव्यू की अवधारणा को समझना
2. सेल्फ रिपोर्ट की अवधारणा को समझना
3. वरिष्ठ अधिकारी के साथ रिव्यू करना



## यूनिट 10.1: सेल्फ रिपोर्ट

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सेल्फ रिपोर्ट की अवधारणा को समझना

### 10.1.1 मॉड्यूल का परिदृश्य

हर व्यक्ति अपने काम में सबसे श्रेष्ठ बनना चाहता है। कैसे पता चलेगा कि कौन सर्वश्रेष्ठ है? यह कम्पनी द्वारा तय किये गए लक्ष्यों की समीक्षा करने पर ही पता चलता है।

टेलीकॉम सेन्टर में समय-समय पर समीक्षाएं होती रहती हैं। हम यह जानेंगे कि परीक्षण के विभिन्न चरण क्या हैं और वह क्यों किया जाता है।

### 10.1.2 प्रदर्शन के मापदंड

टेलीकॉम इंडस्ट्री के कार्य के आम मापदंड निम्नलिखित हैं:

#### समय पर आधारित

- लॉगिन समय: जितने समय के लिए आपको लॉगिन रहना है और जितने समय के लिए आप लॉगिन रहते हैं, लॉगिन समय कहलाता है। यह प्रतिशत में व्यक्त किया जाता है।

उदाहरण, नौ घंटे की शिफ्ट में एक घंटे का ब्रेक होता है जिसका मतलब है कि आपको रोज़ आठ घंटे तक लॉगिन रहना है। एक माह में काम करने के आपके कुल 25 दिन होते हैं। यह बताता है कि आपने एक माह में 190 घंटों के लिए लॉगिन किया है।

» शिफ्ट का समय – ब्रेक का समय = अपेक्षित लॉगिन समय

$$9 \text{ घंटे} - 1 \text{ घंटा} = 8 \text{ घंटे}$$

» अपेक्षित लॉगिन समय \* 25 दिन = अपेक्षित मासिक लॉगिन समय

$$8 \text{ घंटे} * 25 \text{ दिन} = 200 \text{ घंटे}$$

» वास्तविक लॉगिन समय / अपेक्षित मासिक लॉगिन समय = लॉगिन%

$$190 \text{ घंटे} / 200 \text{ घंटे} = 95\%$$

- ग्राहक संपर्क: समीक्षा अवधि में संपर्क किये गये कुल ग्राहकों की संख्या कस्टमर कॉन्टेक्ट है। आमतौर पर टेलीकॉम कम्पनी ऐसा कोई लक्ष्य नहीं बनाती है कि आपको कितनी कॉल्स का उत्तर देना है क्योंकि यह कार्य AHT करता है। फिर भी इसका ध्यान रखना अच्छा है।

एसीएचटी: AHT और AHT में एक फर्क है। AHT में वह समय भी जुड़ा होता है जो आपने ACW में व्यतीत किया है। ऐसा इसलिए होता है क्योंकि ACW भी कॉल की एक विधि है लेकिन इसमें ग्राहक लाइन पर नहीं होता है। AHT कॉल पर व्यतीत किया गया समय वास्तविक होता है। मतलब AHT में से ACW घटा दिया जाए तो केवल AHT रह जाता है। ये सभी माप सैकेण्ड में होते हैं।

उदाहरण, मान लेते हैं कि आपका मासिक AHT 450 सैकेण्ड है। ACW समय 15 सैकेण्ड है। AHT का लक्ष्य 380 सैकेण्ड है, ACW का 20 सैकेण्ड है और ACHT का 360 सैकेण्ड है। कुछ टेलीकॉम कम्पनियाँ इसका हिसाब प्रतिशत में लगाती हैं।

$$\text{AHT} - \text{ACW} = \text{ACHT}$$

$$450 \text{ सैकेण्ड} - 15 \text{ सैकेण्ड} = 435 \text{ सैकेण्ड}$$

$$\text{वास्तविक AHT} / \text{निर्धारित AHT} = \text{AHT} \%$$

$$450 \text{ सैकेण्ड} / 380 \text{ सैकेण्ड} = 118\% \text{ (इसका अर्थ है कि आपका लक्ष्य और 18\% से लक्ष्य के ऊपर है)}$$

$$\text{वास्तविक ACW} / \text{निर्धारित ACW} = \text{ACW}\%$$

$$15 \text{ सैकेण्ड} / 20 \text{ सैकेण्ड} = 75\% \text{ (इसका अर्थ है— आपने अपना ACW लक्ष्य प्राप्त कर लिया है)}$$

$$\text{वास्तविक ACHT} / \text{निर्धारित ACHT} = \text{ACHT}\%$$

$$435 \text{ सैकेण्ड} / 360 \text{ सैकेण्ड} = 121\% \text{ (इसका अर्थ है कि आपने अपना ACW लक्ष्य पूरा नहीं किया है और 21\% की कमी है)}$$

### सॉफ्ट स्किल

दिए गए उदाहरण से आप अपना ACHT लक्ष्य सुनिश्चित नहीं कर सकते हैं। आपको ACHT लक्ष्य प्राप्त करने के लिए अपना कॉल पर व्यतीत किया गया समय (ग्राहक के साथ) भी कम करना पड़ेगा।

समय पर आधारित प्रदर्शन के अलावा योग्यता या बात करने का अनुभव आपके प्रदर्शन का आधार होता है अर्थात् सॉफ्ट स्किल्स आपके कॉल उठाने का तरीका व कार्य करने की गुणवत्ता है। सॉफ्ट स्किल्स के मापदंड समझना आसान है। चलिए, टेलीकॉम गुणवत्ता के सामान्य मापदंडों को देखें:

- अभिवादन – क्या आपने ग्राहक का ठीक से अभिवादन किया है।
- सुनना – क्या आपने ग्राहक को ध्यान से सुना है या फिर उसे बार-बार बोलने को कहा है।
- समाधान – क्या आपने ग्राहक को सही व पूर्ण जानकारी दी और उसकी समस्या को हल किया।
- नई सेवाओं का प्रस्ताव रखना – क्या आपने ग्राहक की जरूरत के अनुसार नई सेवाओं का प्रस्ताव रखा है।
- अन्य सहायता – क्या आपने ग्राहक से कुछ अन्य सहायता के लिए पूछा है।
- कॉल समाप्त – क्या आपने कॉल सकारात्मक तरीके से समाप्त की है।
- सिस्टम अपडेट – क्या आपने ग्राहक की सभी सूचनाएं कम्प्यूटर में सही-सही दर्ज की हैं।

### अभ्यास



1. टेलीकॉम इंडस्ट्री में प्रदर्शन का मूल्यांकन करने के लिए किन मापदंडों का इस्तमाल होता है?
  - b) समय पर आधारित
  - c) सॉफ्ट स्किल्स
  - d) दोनों
2. समय पर आधारित कोई तीन प्रदर्शन मापदंड बताइए।
  - a) \_\_\_\_\_
  - b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

3. निम्न के पूर्ण नाम लिखें:

a) एएचटी

b) एसीएचटी

c) एसीडब्ल्यू

4. सॉफ्ट स्किल्स के किन्ही तीन प्रदर्शन मापदंडों के नाम लिखें।

a) \_\_\_\_\_

b) \_\_\_\_\_

c) \_\_\_\_\_

5. होल्ड समय क्या है?

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

6. कॉल लॉगिन समय की गणना बताइए।

नौ घंटे की शिफ्ट में एक घंटे का ब्रेक होता है। एक माह में काम करने के आपके कुल 22 दिन होते हैं। आपने एक माह में 185 घंटों के लिए लॉगिन किया। लॉगिन समय और प्रतिशत का हिसाब लगाकर बताइए।

नीचे दिए गए प्रति सैकड़ों की गणना बताइए।

आपका महीने का AHT है 400 सैकेण्ड, ACW समय है 12 सैकेण्ड। AHT का लक्ष्य है 350 सैकेण्ड, ACW का 15 सैकेण्ड और ACHT का 320 सैकेण्ड। AHT, ACW और ACHT की गणना प्रतिशत में करें।

1) एसीएचटी =

2) एएचटी प्रतिशत =

3) एसीडब्ल्यू प्रतिशत =

## टिप्पणी

अपने मोबाइल से कॉल करें और होल्ड व ट्रान्सफर की प्रक्रिया का पालन करें। गणना करके नीचे दी गई जानकारी दें।

1. एक साधारण गणना करें और निम्न की जानकारी प्रदान करें:

a) एसीएचटी

b) एएचटी

c) होल्ड समय

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

## यूनिट 10.2: वरिष्ठ अधिकारी के साथ रिव्यू

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. वरिष्ठ अधिकारी के साथ सेल्फ रिपोर्ट के रिव्यू का अभ्यास और उसे समझना

### 10.2.1 वरिष्ठ अधिकारी के साथ रिव्यू

प्रदर्शन मापदंडों को प्रमुख विधियों द्वारा मापकर आपके प्रदर्शन का अंदाजा लगाया जा सकता है। सही मापदंडों को पहले से ही ध्यान में रखकर आप अपना प्रदर्शन बेहतर कर सकते हैं। अपने सुपरवाइजर के साथ रिव्यू करते समय नीचे दिए गए तथ्यों से आपको सहायता मिलेगी:

- उन मापदंडों को जानें जो आपके प्रदर्शन को बेहतर करने के लिए ज्यादा जरूरी हैं।
- हर मापदंड की परिभाषा, हिसाब और उदाहरण जानें।
- वरिष्ठ अधिकारी के साथ चर्चा के लिए तैयार रहें।
- वरिष्ठ अधिकारी से फीडबैक लें।

### 10.2.2 रिव्यू का समय

चलिए टेलीकॉम सेन्टर में रिव्यू के समय को देखते हैं:

#### मासिक

मासिक समीक्षा यह सुनिश्चित करने के लिए की जाती है ताकि सभी को पता रहे कि कौन कौनसा प्रदर्शन कर रहा है और कौन सबसे अच्छा काम कर रहा है व किसे मार्गदर्शन की आवश्यकता है और उसके प्रदर्शन को कैसे बेहतर बनाया जा सकता है।

#### त्रैमासिक

यह तीन महीने के कुल प्रदर्शन को दर्शाता है। इसके माध्यम से अनुमान लगा सकते हैं कि आपका अर्द्ध-वार्षिक प्रदर्शन कैसा होगा।

#### अर्द्धवार्षिक

यह प्रक्रिया हर छः मास में की जाती है और इसमें प्रतिनिधि को ईनाम भी दिया जाता है। यह परीक्षण बताता है कि आपका कुल वार्षिक प्रदर्शन कैसा होगा यदि आप इसी तरह कार्य करते रहें।

#### वार्षिक

यह रिव्यू वेतन के लिए ध्यान में रखा जाता है। इस रिव्यू से आपके वेतन में बढ़ोत्तरी भी हो सकती है या आपको हटाया भी जा सकता है यदि आपका प्रदर्शन कम्पनी के तय स्तर के नीचे है।

हमेशा सुनिश्चित करें कि आप अपने प्रदर्शन की रिपोर्ट दैनिक आधार पर दें, यदि दैनिक रिपोर्ट उपलब्ध ना हो तो फिर साप्ताहिक रिपोर्ट दें।

## अभ्यास



1. रिव्यू समय क्या होता है?

---



---



---



---

2. रिव्यू क्यों किया जाता है?

---



---



---



---

## गतिविधि



1. वह स्थिति जिससे रिपोर्ट और रिव्यू को चैक किया जा सकता है।

a) ग्राहक यह शिकायत करता है कि जब तक वह घर में रहता है, उसके फोन पर सिग्नल नहीं आते हैं। इस कारण वह ना तो कोई कॉल उठा सकता है और ना ही कोई कॉल कर सकता है।

---



---



---



---

b) ग्राहक ने पहले से ही डीएनडी सेवा अपने नंबर पर सक्रिय कर रखी है, परंतु वह कुछ मार्केटिंग कॉल अपने नंबर पर चाहता है।

---



---



---



---

## टिप्पणी




---



---





**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape

## 11. सक्रिय विक्रय



यूनिट 11.1: सक्रिय विक्रय



TEL/N0104

मुख्य शिक्षा 

इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. सक्रिय विक्रय की अवधारणा को समझना



## यूनिट 11.1: सक्रिय विक्रय

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप:

1. सक्रिय विक्रय की अवधारणा को समझना

### 11.1.1 सक्रिय विक्रय

किसी ग्राहक को कोई उत्पाद या सर्विस बेचना एक चुनौती है। यदि आप किसी व्यक्ति को फोन पर कोई उत्पाद बेच रहे हैं तो यह और भी ज्यादा चुनौतीपूर्ण है। हम इस अध्याय में यह सीखेंगे कि फोन पर कोई उत्पाद या सर्विस कैसे बेचे जा सकते हैं। यदि आप किसी बीपीओ के कर्मचारी हैं तो आपको अपने उत्पाद व सेवाएं फोन के द्वारा ही बेचनी होंगी।

एक ग्राहक किसी टेलीकॉम कंपनी में फोन करता है तथा सुमित से बात करता है जो कि कंपनी में टेलीसेल्स प्रतिनिधि है। सुमित से बात करने के बाद वह किसी दूसरी प्रतियोगी कंपनी में फोन करता है तथा अपूर्व से बात करता है। आईये ग्राहक की दोनों तरफ हुई वार्तालाप का निरीक्षण करें:

- सुमित: गुड मॉर्निंग सर! मैं एक्सिस टेलीकम्यूनिकेशन से सुमित बात कर रहा हूँ। कहिए मैं आपकी किस प्रकार सहायता कर सकता हूँ?
- ग्राहक: मुझे एक पोस्टपेड प्लान चाहिए जो मेरी जरूरतों को पूरा कर सके।
- सुमित: सर! हमारा बेसिक प्लान 350 रु. प्रति माह कर दर में है जिसमें आपको 25 मैसेज भी फ्री मिलेंगे। आप यह प्लान ले सकते हैं।

अब ग्राहक की अपूर्व से हुई बातचीत पर आते हैं:

- अपूर्व: गुड मॉर्निंग सर! मैं डॉट टेलीकॉम से अपूर्व बात कर रहा हूँ। मैं आपकी किस प्रकार सहायता कर सकता हूँ?
- ग्राहक: मुझे एक पोस्टपेड प्लान चाहिए जो मेरी जरूरतों को पूरा कर सके।
- अपूर्व: बिलकुल सर! सर क्या मैं जान सकता हूँ कि आप एक महीने में कितनी बात करते हैं। क्या आप किसी विशेष नंबर पर प्रायः बात करते हैं?
- ग्राहक: नहीं, मैं ज्यादा बात नहीं करता हूँ लेकिन मैं एक नंबर पर अक्सर बात करता हूँ।
- अपूर्व: ठीक है। सर आप हमारा 121 पैकेज इस्तेमाल कर सकते हैं जिसमें आपको 3 घंटे प्रति महीने फ्री टॉकटाइम मिलेगा। इसका मासिक बिल केवल 300 रु. है। सर! क्या आप यह प्लान लेना चाहेंगे? आप देखेंगे कि यह आपकी जरूरतों के अनुसार ठीक प्लान है।

### 11.1.2 विक्रय के चरण

फोन पर सेलिंग करने के लिए कौशल की आवश्यकता होती है। इसके लिए आपको एक अच्छा श्रोता व प्रभावी बोलने वाला होना चाहिए। सेल्स में अच्छा काम करने वाले लोग सेल को क्लोज़ करने के अच्छे गुण जानते हैं। नीचे दिये गये चरणों पर ध्यान दीजिए:

चरण 1-3: सेल्समैन ग्राहक की बात समझने की कोशिश करता है और अधिकतर चुप रहता है	
चरण 1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• सुनें (ग्राहक की जरूरत व परिस्थिति को समझें)</li> <li>• जब आप ग्राहक को अपने बारे में बताते हैं तो ग्राहक की जरूरतों के बारे में उससे जानें</li> </ul>
चरण 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• आवश्यकतानुसार प्रश्न पूछें</li> <li>• जरूरतों को जानने के लिए प्रश्न करें। यह आपकी क्रॉस सेलिंग व अपसेलिंग में मदद करता है</li> </ul>
चरण 3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ठीक प्रकार से विवरण दें ताकि कोई गलतफहमी न हो।</li> <li>• यह बहुत ही नाजुक स्थिति होती है। यदि आपने कोई गलती की, तो आपको कोई दूसरा मौका नहीं मिलेगा। इसलिए समझदारी से काम लें।</li> </ul>
चरण 4-7: सेल्समैन सेल्स की प्रक्रियाओं पर ध्यान देता है	
चरण 4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• प्रस्ताव (जरूरतों के आधार पर समाधान)</li> <li>• यह वह समय है जब आप ग्राहक की जरूरतों को जानने के बाद उसे उत्पाद के बारे में बताते हैं।</li> </ul>
चरण 5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• उत्पाद के बारे में समझाना (समाधान के लाभ)</li> <li>• ग्राहक की जरूरतों के साथ उत्पाद की विशेषताओं की तुलना करना</li> </ul>
चरण 6	<ul style="list-style-type: none"> <li>• नकारात्मकता का सामना करना (परेशानियों को समझें)। जवाब देने के लिए पहले से तैयार रहें।</li> </ul>
चरण 7	<ul style="list-style-type: none"> <li>• उत्पाद या सेवा के चुनाव में ग्राहक की मदद करें (तत्कालिकता की भावना से)।</li> <li>• सेल को क्लोज़ करना बहुत ही महत्वपूर्ण कार्य है। यदि आप सेल क्लोज़ नहीं कर पाते हैं तो उपरोक्त चरणों का उपयोग बेकार है।</li> </ul>

**उदाहरण:** अब हम देखेंगे कि उपरोक्त दिये गये चरणों व कौशल के प्रयोग से किस प्रकार सेल की जा सकती है। पहले चरण में जानकारी हासिल की जाती है। नीचे दिये गये उदाहरण में देखेंगे कि रीता किस प्रकार ग्राहक से जानकारी हासिल करती है:

रीता किसी टेलीकॉम बीपीओ में काम करती है। उसका काम विभिन्न मोबाइल प्लान, वैल्यू ऐडेड सेवाएं, जैसे इंटरनेट, कॉलर ट्यून् आदि बेचना है।

रीता: अपने प्लान बताने से पहले सर मैं जानना चाहती हूँ कि आप अपने फोन में कितना इंटरनेट चलाते हैं। क्या आप इंटरनेट पर सिर्फ ब्राउज़िंग करते हैं या डाउनलोड भी करते हैं। यदि आप मुझे यह बताते हैं तो मैं आपको कुछ विकल्प दूंगी।

ग्राहक: हाँ क्यों नहीं! असल में मैं सिर्फ ई-मेल देखना चाहता हूँ। मुझे नहीं लगता कि मैं कुछ डाउनलोड करूंगा।

रीता: सर! इसके लिए हमारा बेसिक प्लान आपके लिए बेहतर है जिसमें आप अपने फोन पर एक सीमित अवधि के लिए इंटरनेट प्रयोग कर सकते हैं।

प्रश्न पूछने व सुनने से आप जानकारी इकट्ठा कर सकते हैं जो आपकी सेल करने में मदद करती है। उदाहरण में हमने देखा कि हम ग्राहक से किस प्रकार प्रश्न कर सकते हैं तथा उसकी बातों को सुनते हैं। यह हमें ग्राहक को समझने में हमारी मदद करता है।

आईये अब देखते हैं कि दूसरे चरण में किस प्रकार ग्राहक के सामने उत्पाद का विवरण दें तथा ग्राहक का विश्वास जीतें।

रीता: जैसे आपने बताया कि आप इंटरनेट से कुछ भी डाउनलोड नहीं करेंगे और आप सिर्फ ई-मेल चैक करना चाहते हैं, आपके लिए हमारा बेसिक प्लान सबसे अच्छा है जिसमें आप तीन विभिन्न ई-मेल आईडी प्रयोग कर सकते हैं।

ग्राहक: अरे! यह तो बहुत अच्छा है। मुझे सच में इसकी जरूरत है (प्रेम से बात करते हुए)। बहुत धन्यवाद आपका।

प्रभावी रूप से प्रश्न पूछने व सुनने से मिली जानकारी ने रीता को ग्राहक पर विश्वास बनाने के योग्य बनाया। अब ग्राहक रीता की हर बात पर विश्वास कर रहा है।

अंतिम चरण में सेल क्लोज़ की जाती है। आईये देखते हैं कि सेल किस प्रकार क्लोज़ करते हैं।

रीता: सर! मुझे लगता है कि आपको हमारा 'सुपर बिजनेस' पैकेज खरीदना चाहिए। इस पैक का मासिक शुल्क 150 रु. है। आपकी सेवा 24 घंटे में आपके फोन पर चालू हो जायेगी। क्या मैं यह प्लान आपके नंबर पर चालू कर दूँ?

ग्राहक: हाँ, बिलकुल।

रीता: आशा करते हैं कि आपको हमारी सेवाएं पसंद आयेंगी। थैंक्यू सर!

ग्राहक: धन्यवाद

आपने देखा कि रीता ने किस प्रकार कॉल क्लोज़ की। याद रखें, कॉल को क्लोज़ करना उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कॉल उठाकर बात करना। यदि आप कॉल ठीक तरीके से क्लोज़ करते हैं तो ग्राहक अच्छा महसूस करेगा।

### 11.1.3 अपसेलिंग व क्रॉस-सेलिंग

कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव को प्रोएक्टिव सेलिंग के साथ-साथ क्रॉस-सेलिंग व अपसेलिंग की भी जरूरत होती है। इसके लिए प्रतिनिधि को अपनी कंपनी के ऑफरों के साथ दूसरी प्रतियोगी कंपनी की जानकारी होना भी आवश्यक है।

एक ग्राहक कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव को कॉल करता है तथा शिकायत करता है कि उसके फोन का मासिक बिल बहुत ज्यादा आ रहा है। ग्राहक की शिकायत सुनने के बाद कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव सीआरएम की सहायता से पता लगाता है कि बिल ज्यादा आने का कारण उसकी रोमिंग दरें हैं। ऐसी स्थिति में कस्टमर केयर एग्जिक्यूटिव को ग्राहक को दूसरा प्लान बेचने का मौका मिलता है जो उसे लिए लाभदायक है। वह ग्राहक के साथ वार्तालाप शुरू करता है:

सीसीई: सर! आपका मासिक उपभोग क्या है?

ग्राहक: मैं अपने फोन से बहुत कॉल करता हूँ। एक दिन में लगभग 40-50 कॉल।

सीसीई: सर! क्या आप अपने फोन से ISD या STD कॉल भी करते हैं।

ग्राहक: हाँ, मैं अक्सर यात्रा करता हूँ और मेरा फोन अधिकतर रोमिंग में रहता है।

सीसीई: फिर तो आपका बिल भी बहुत आता होगा सर?

ग्राहक: हाँ, यह हमेशा 2500 से ज्यादा आता है।

सीसीई: यह तो बहुत ज्यादा है सर, आप ट्रेवल प्लान क्यों नहीं लेते?

ग्राहक: ये ट्रेवल प्लान क्या है?

सीसीई: सर, ट्रेवल प्लान में 299 का मासिक फिक्स बिल है। अबस से अबस पर कॉल करने पर कॉल रेट 50 पैसे है। अबस से दूसरे नेटवर्क पर 50 पैसे तथा अबस से लैंडलाइन पर भी 50 पैसे ही है। इस प्लान में वीडियो कॉल की दर 3 रु. है। इससे आप सभी STD कॉल 50 पैसे की दर से कर सकते हैं।

ग्राहक: प्लान तो अच्छा है लेकिन यही प्लान मुझे इंडिया फोन्स वाले भी दे रहे हैं तो मैं आपसे यह प्लान क्यों लूँ?

सीसीई: मैं आपसे इंडिया फोन्स के प्लान के बारे में पूछना चाहता हूँ, सर उनके प्लान में वीडियो कॉल कर दर क्या है?

ग्राहक: अरे! यह तो मैंने पूछा ही नहीं।

सीसीई: क्या आप अपने फोन में इंटरनेट चलाते हैं?

ग्राहक: हाँ, ई-मेल और सोशल साइटों की अपडेट चेक करने के लिए मैं फोन में इंटरनेट चलाता हूँ।

सीसीई: तब मैं आपको बताना चाहूँगा कि आपको 199 का मासिक प्लान लेना चाहिए। इसमें आपको 2 GB डाटा फ्री मिलता है जो आपकी जरूरतों के लिए काफी है।

सीसीई: क्या मैं आपको इस प्लान के लिए साईन अप कर दूँ?

ग्राहक: हाँ, बिलकुल।

सीसीई: क्या आप अपने मासिक यूसेज को जानने के लिए आईटमाईज बिल प्राप्त करना चाहेंगे? आपको इसके लिए 30रु अधिक देने होंगे।

ग्राहक: हाँ।

सीसीई: सर, क्या आप अपने फोन पर कोई व्यक्तिगत कॉलर ट्यून लगवाना चाहेंगे?

ग्राहक: यह क्या है?

सीसीई: सर, जब भी कोई आपको कॉल करेगा उसे कोई गाना/भजन सुनने को मिलेगा।

ग्राहक: इसका मासिक शुल्क क्या है?

सीसीई: सर, 30 रु. महीना।

ग्राहक: फिर मुझे इसकी जरूरत नहीं है।

सीसीई: ठीक है सर, आपकी सेवाएं 48 घंटे में आपके फोन पर चालू हो जायेंगी। अबस टेलीकॉम चुनने के लिए धन्यवाद।

## अभ्यास



1. सेलिंग में पालन होने वाले चरणों की सूची बनाए।

---



---



---



---

2. क्रॉस-सेलिंग क्या है?

---



---



---



---

3. अपसेलिंग क्या है?

---



---



---



---



**Skill India**  
कौशल भारत-कुशल भारत



सत्यमेव जयते  
GOVERNMENT OF INDIA  
MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT  
& ENTREPRENEURSHIP



**N · S · D · C**  
National  
Skill Development  
Corporation

Transforming the skill landscape

## 12. कार्यक्रम की समाप्ति और शुरुआत करना



यूनिट 12.1 – साक्षात्कार

यूनिट 12.2 – साक्षात्कार के प्रश्न/एफएक्यू



## मुख्य शिक्षा



इस मॉड्यूल के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. यह जानना कि साक्षात्कार क्या है
2. साक्षात्कार के प्रश्नों (एकएक्यू) के बारे में जानना

## यूनिट 12.1: साक्षात्कार

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. यह जानना कि साक्षात्कार क्या है?

### 12.1.1 साक्षात्कार का महत्व

- साक्षात्कार अपनी सामर्थ्य, उपलब्धियों और व्यक्तिगत गुणों को दिखाने का एक अवसर है।
- साक्षात्कार, उम्मीदवार एवं नियोक्ता के मध्य सामंजस्य (तालमेल) समझने के लिए, (दो-तरफ़ा) पारस्परिक बातचीत एवं संपर्क का अवसर प्रदान करता है।
- साक्षात्कार एक कदम है जो प्रत्येक व्यक्ति को नौकरी प्राप्त करने के लिए देना होता है। अतः प्रत्येक को साक्षात्कार में उपस्थित होने के लिए पूर्ण रूप से तैयार होना चाहिए।

### 12.1.2 साक्षात्कार की प्रक्रिया

किसी भी साक्षात्कार में उपस्थित होने के लिए निम्नलिखित बातों का ध्यान रखें:

- अभिवादन: चेहरे पर मुस्कान रखें और नम्रता से गुड मॉर्निंग या गुड आफ्टरनून (जो भी उचित हो) कहकर साक्षात्कारकर्ता को सम्बोधित करें। हाथ मिलाते समय (यदि अवसर मिलता है) आत्मविश्वास के साथ साक्षात्कारकर्ता से आँखें मिलाएं।
- परिचय: साक्षात्कार आरम्भ होने से पहले साक्षात्कारकर्ता या साक्षात्कार देने वाला अपना संक्षिप्त (बुनियादी) परिचय देता है, उदाहरणार्थ— नाम बताना, पद बताना आदि।
- संक्षिप्त वार्तालाप: साक्षात्कारकर्ता एवं उम्मीदवारे के बीच होने वाली पहली बातचीत।
- प्रश्न: इसमें सभी प्रकार के प्रश्न, चाहे वे सामान्य हों या विशेष, शामिल हैं जो साक्षात्कारकर्ता या उम्मीदवार पूछता है। इन प्रश्नों पर हम अगले अध्याय में विस्तार से चर्चा करेंगे।
- सारांश: साक्षात्कार समाप्त होने से पहले साक्षात्कारकर्ता या उम्मीदवार, साक्षात्कार के दौरान दोनों के मध्य हुई बातचीत को संक्षेप में दोहराकर, साक्षात्कार को समाप्त करता है।
- साक्षात्कार की समाप्ति: साक्षात्कार की समाप्ति के समय उम्मीदवार को संक्षेप में अपनी क्षमताओं के बारे में फिर से दोहराना चाहिए और उन्हें साक्षात्कार में प्रत्येक साक्षात्कारकर्ता को अलग-अलग धन्यवाद करें और संपर्क जानकारी के लिए अनुरोध करें अगर आपको पता नहीं है।
- धन्यवाद व फोलो-अप: 24 घंटे के भीतर एक औपचारिक पत्र या ई-मेल द्वारा धन्यवाद का पत्र—व्यवहार करना आवश्यक है। नियुक्ति के निर्णय की स्थिति जानने के लिए उम्मीदवार को समय-समय पर उसका फोलो-अप लेना चाहिए। यह साक्षात्कार के समय नियोक्ता व उम्मीदवार के बीच तय की गई समय सीमा में होता है।

### 12.1.3 साक्षात्कार के महत्वपूर्ण तथ्य

नीचे दिए वाक्यों को पढ़ें और एक साक्षात्कार के समय 'क्या करें' और 'क्या न करें' के रूप में चिह्नित करें:

टेबल 12.1 क्या करें और क्या ना करें का एक सेम्पल

वाक्य	करें	ना करें
अपने आप में रहना		
बात करते समय डकार लेना		
बहुत ज्यादा मेकअप लगाना		
साक्षात्कार के लिए सही समय पर पहुँचना		
एकदम से केबिन या ऑफिस में घुस जाना		
रिसेप्शनिस्ट को अभिवादन करना भूल जाना या अभिवादन का जवाब न देना		
बोलने से पहले सोचना		
पहले से ही कंपनी की वेबसाइट देख लेना		
सोचने के लिए समय लेना		
साक्षात्कार के दिन भड़कीले/चमकीले रंग के कपड़े पहनना		
अपने सामर्थ्य/क्षमताओं पर ज़ोर देना		
साक्षात्कारकर्ता के साथ बहस करना		
साक्षात्कार के दौरान च्यूइंगम चबाना		
अपने शैक्षिक और कार्य अनुभव की समीक्षा करना/के बारे में बताना		
अपने कागज़ों/दस्तावेज़ों को लापरवाही से फाइल में रखना		
साक्षात्कारकर्ता को धन्यवाद करना/देना		
'उन्हें मेरी ज़रूरत है' ऐसा रवैया रखना		
अच्छी शारीरिक भाषा का उपयोग करना		
एक वाक्य में उत्तर देने की कोशिश करना (सामान्यतः प्रश्न पर निर्भर)		
अपने रिज़्यूम की एक कॉपी अपने पास रखना		
साक्षात्कारकर्ता का नाम याद रखना		
बड़े और भारी आभूषण पहनना		
स्वयं की प्रशंसा करना		
बातचीत का अभ्यास करना		
मानव-भावना को दिखाना (यह साक्षात्कारकर्ता की वरिष्ठता साक्षात्कार पर निर्भर करता है)		
अपनी बारी का इंतज़ार करते हुए बालों में उंगलियाँ घुमाना		
अच्छे तरीके से अपनी आलोचना स्वीकार करना		
ईमानदारी और चतुराई से जवाब देना		



स्वयं को तैयार करना		
घबराते हुए हाथ मिलाना		
च्यूइंगम न चबाना		
24 घंटों के भीतर पत्रव्यवहार करना		
साक्षात्कार के दौरान मुस्कुराना		
साक्षात्कार संक्षेप में न देना		
अपने वेतन से सम्बन्धित प्रश्न पूछना		

### अभ्यास



1. क्या आपने कभी साक्षात्कार दिया है? उसमें क्या हुआ? आपके अनुसार साक्षात्कार में क्या होता है?

---



---



---



---

### टिप्पणी




---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## यूनिट 12.2: साक्षात्कार के प्रश्न (एफएक्यू)

### यूनिट के उद्देश्य

इस यूनिट के समाप्त होने के बाद, आप कर पाएंगे:

1. साक्षात्कार प्रक्रिया के दौरान प्रभावी ढंग से प्रश्नों के उत्तर देने के महत्व को समझना

### 12.2.1 साक्षात्कार में पूछे जाने वाले प्रश्न

1. अपने बारे में कुछ बताएं

या

अपने बायोडाटा के अनुसार कुछ बतायें

- सामान्यतः यह प्रश्न किसी भी साक्षात्कार में पूछे जाने वाला पहला प्रश्न होता है।
- इस प्रश्न का मूल उद्देश्य वार्तालाप को आरम्भ करना और उम्मीदवार को सहज महसूस कराना होता है।

इस प्रश्न का उत्तर अपनी पारिवारिक पृष्ठभूमि, शैक्षिक योग्यता एवं कार्य अनुभव के बारे में जानकारी देने के साथ शुरू करें। प्रशिक्षण के दौरान सीखी गई बातों पर ध्यान दें। इस प्रश्न का उत्तर देते समय आत्मविश्वास का ध्यान रखें। आत्मविश्वास के साथ बात करें और बिना किसी हिचकिचाहट के स्पष्ट रूप से बोलें। 2 मिनट से अधिक बोलने की कोशिश न करें।

#### उदाहरण 1:

मेरा नाम कखग है। मैं नई दिल्ली में रहता हूँ। मैंने क ख ग स्कूल से बारहवीं तक शिक्षा ली है। मेरे पिताजी एक दुकानदार हैं और मेरी माताजी एक गृहणी हैं। मुझे 'डी इ एफ' लिमिटेड कंपनी में कार्य करने का एक वर्ष का अनुभव है। मुझे फुटबॉल/क्रिकेट खेलना और फिल्म देखना पसन्द है।

#### उदाहरण 2:

मेरा नाम क ख ग है। मैं श्रीनगर में रहती हूँ। मैंने क ख ग स्कूल से बारहवीं कक्षा तक शिक्षा प्राप्त की है। मेरे परिवार में मेरे पिता, मेरी माता और एक बड़ी बहन है। मेरे पिता का व्यवसाय है और मेरी माता एक स्कूल अध्यापिका हैं। मेरी बहन भाषा प्रशिक्षक का कार्य करती हैं। मैं फुटबॉल की बहुत बड़ी प्रशंसक हूँ। मैं अपने स्कूल की फुटबॉल टीम की कैप्टन थी।

2. आप स्वयं को एक व्यक्ति के रूप में कैसे परिभाषित करेंगे?

या

आप किस प्रकार के व्यक्ति हैं?

इस प्रश्न का मुख्य उद्देश्य यह देखना है कि आपमें वे सब गुण हैं या नहीं जो एक नियोजता अपने कर्मचारी में देखना चाहता है, जैसे:- अपने कार्य के प्रति निष्ठावान, परिश्रमी इत्यादि। अपने ऐसे ही किसी एक गुण को चुनिए और अपने उत्तर के रूप में प्रस्तुत करें। इस प्रश्न का उत्तर एक पंक्ति में होना चाहिए।

**उदाहरण 1:**

मैं एक महत्वाकांक्षी व्यक्ति हूँ और सीखने की लगन रखता हूँ।

**उदाहरण 2:**

मैं एक मेहनती व्यक्ति हूँ और टीम में काम करना पसन्द करता हूँ।

3. तीन वर्षों बाद आप स्वयं को कहाँ देखते हैं?

या

आप तीन वर्षों के बाद अपने आप को कहाँ देखना चाहते हैं?

इस प्रश्न का उद्देश्य यह देखना है कि आप कितने महत्वाकांक्षी हैं और आपकी कंपनी के प्रति कितनी स्थिरता है।

4. आपकी सबसे बड़ी विशेषता क्या है?

या

आपकी क्या-क्या क्षमताएँ हैं?

इस प्रश्न का उत्तर देने के लिए उस पद की आवश्यकताओं का विश्लेषण करें जिस पद के लिए आपने आवेदन किया है और उन गुणों की एक सूची बनाएँ जो उस पद पर कार्य करने के लिए एक व्यक्ति में होनी चाहिए।

उन गुणों में से वे गुण चुनें जो आप में हैं और उन गुणों को अपने उत्तर के रूप में प्रस्तुत करें। उदाहरण के लिए – रिटेल और बी पी ओ उद्योग में नौकरी/कार्य करने के लिए आवेदन करने वाले व्यक्ति में होने वाले कुछ गुण हैं: धैर्य, अंग्रेजी भाषा में कुशल, सुनने की अच्छी क्षमता, सकारात्मक दृष्टिकोण, टीम में काम करना इत्यादि।

यह प्रश्न अक्सर पूछा जाता है इसलिए इस प्रश्न के उत्तर की पूरी तैयारी पहले से ही कर लें।

**उदाहरण 1:**

दूसरों के साथ बात करने का कौशल मेरी सबसे बड़ी क्षमता है। मैं सभी प्रकार के लोगों के साथ अच्छे से कार्य कर सकता हूँ और यह भी समझता हूँ कि प्रत्येक का कार्य और योजना के प्रति अलग-अलग दृष्टिकोण है। इसलिए जब मैं अन्य लोगों के साथ काम करता हूँ तो यह समझता हूँ कि प्रत्येक व्यक्ति अलग-अलग प्राथमिकताओं और उद्देश्यों के साथ आते हैं। मैं हमेशा इन बातों को ध्यान में रखता हूँ जबकि मैं कोई ऐसा कार्य करता हूँ जिसे पूरा करने के लिए सावधानियों व शुद्धिकरण की आवश्यकता होती है तथा जिस पर पहले से कोई कार्य कर रहा होता है।

कुछ क्षमताएं जो आप में होनी चाहिए:

- परिश्रमी होना
- समय का पाबन्द होना
- दृढ़ संकल्प
- प्राथमिकताओं को समझने में समर्थ
- अपनी असफलताओं से निपटना और अपनी गलतियों से सीखने की कोशिश करने की क्षमता
- अपने कार्य के प्रति वचनबद्ध होना
- नई बातों को सीखने की लगन
- टीम प्लेयर होना और अन्य लोगों के साथ अच्छे से कार्य करना

5. आपकी कमजोरियां क्या हैं?

प्रत्येक व्यक्ति में कुछ कमियाँ होना सामान्य है। यह महत्वपूर्ण है कि उन्हें पहचानें एवं उनमें सुधार के लिए प्रयास करें। इसलिए, यदि साक्षात्कार में आपसे यह प्रश्न पूछा जाता है तो शान्त रहें और अपनी कमियों को स्वीकार करें। इस प्रश्न का उत्तर देने के दो तरीके हैं:

- a) स्वयं से संबन्धित कमियां बताएँ जैसे – “मैं एक बहुत भावुक व्यक्ति हूँ और मैं फिल्म देखते समय कई बार भावुक हो जाता हूँ।”
- b) मुझे लगता है कि मैं अपनी तकनीकी कौशल पर और अधिक काम कर सकता हूँ क्योंकि मुझे विश्वास है कि यह मेरे कैरियर में मुझे मदद करेगा।

#### उदाहरण 1:

मुझे और अधिक धैर्यपूर्ण बनने के लिए कार्य करना होगा और मुझे स्वयं को विश्राम भी देना होगा क्योंकि मैं हमेशा सभी कार्य एक बार में ही पूरा करना चाहता हूँ।

6. क्या आपको शिफ्ट में काम करने में कोई परेशानी है? क्या आपको कोई स्वास्थ्य संबंधी समस्या है? एक बी पी ओ के लिए कार्य करने का अर्थ है कि आप को देश से बाहर के ग्राहकों के लिए अलग-अलग समय पर कार्य करना होगा जिसके कारण कई बार आपको शिफ्ट में काम करना होगा और आपको इसके लिए तैयार रहना होगा। अगर आपको कोई स्वास्थ्य संबंधी समस्या है जिसके कारण आपको शिफ्ट में काम करने में परेशानी हो सकती है उसे स्पष्ट बताएँ।

7. आप अपने संवाद कौशल का मूल्यांकन कैसे करेंगे? लगभग प्रत्येक नौकरी में बात करने/संवाद कौशल की महत्वपूर्ण भूमिका है। कुछ नौकरियों में ज़रूरत होती है आंतरिक रूप से अपनी टीम के सदस्यों, बॉस या प्रबंधन के साथ बात करने की और कुछ नौकरियों में ज़रूरत होती है ग्राहकों से बात करने की।

#### उदाहरण 1:

मेरा संवाद कौशल काफी अच्छा है। मैं सुनकर, पढ़कर एवं लिखकर मेरी संवाद कौशल विकसित करने के अवसरों का लगातार लाभ ले रहा हूँ।

8. क्या आप इनमें से किसी भी विषय पर दो मिनट के लिए बोल सकते हैं? आपकी सवांद निपुणता एवं तुरन्त सोचने की क्षमता को परखने के लिए आपको कुछ सामान्य विषय दिए जाएँगे। अतः खूब पढ़ें और स्वयं को कुछ सामान्य विषयों पर बोलने के लिए तैयार करें।

ये विषय इस प्रकार हो सकते हैं:

- वर्तमान मुद्दे
  - शोक
  - जीवन का सबसे स्मरणीय/यादगार दिवस
  - पसंदीदा फिल्म
  - आपने अपना पिछला सप्ताहांत कैसे बिताया
  - प्रशिक्षण के दौरान मेरा अनुभव
9. आप एक अच्छे श्रोता के रूप में अपना मूल्यांकन कैसे करेंगे? आपका अच्छा श्रोता होना, सवांद और एक अच्छा टीम प्लेयर बनने के लिए महत्वपूर्ण कारकों में से एक है। अगर आप में यह क्षमता/कौशल नहीं है तो उसे विकसित करें। 'औसत से ऊपर या अच्छा' अपने उत्तर के रूप में प्रस्तुत करें।

#### उदाहरण 1:

मैं एक अच्छा श्रोता हूँ। मैं ध्यान से और दखल दिए बिना दूसरों की बात सुनता हूँ और आवश्यकता होने पर ही बोलता हूँ।

10. क्या आप स्वयं को एक टीम प्लेयर मानते हैं?

या

क्या आप एक टीम प्लेयर हैं?

इन दिनों किसी कंपनी के लिए कार्य करने का अर्थ है एक टीम प्लेयर होना। इसलिए, इस प्रश्न का उत्तर 'हाँ' है। आप ऐसे कुछ उदाहरण दे सकते हैं जब आपने एक टीम के जैसे कार्य किया हो।

#### उदाहरण 1:

मुझे दूसरों के साथ काम करना अच्छा लगता है। मुझे ग्रुप में भी काम करना अच्छा लगता है क्योंकि यह मुझे अपने विचार व्यक्त करने का और अलग-अलग दृष्टिकोणों को समझने का अवसर प्रदान करता है।

11. अगर आपको अवसर दिया जाए जो आप कितने समय के लिए हमारे लिए काम करना चाहेंगे? इस प्रश्न का उद्देश्य है आपकी स्टेबिलिटी जानना और यह देखना कि क्या आप अन्य नौकरी की पेशकश का अवसर मिलते ही उसे स्वीकार कर लेंगे या नहीं। इस प्रश्न का उत्तर देने के लिए आप कह सकते हैं— "जब तक मैं सीख रहा हूँ और बढ़ रहा हूँ एव 'हम दोनों काम से खुश हैं तब तक मैं यहाँ रहने की इच्छा रखता हूँ।"

#### उदाहरण 1:

अगर अवसर दिया जाए तो मैं इस कंपनी को दीर्घकालीन कैरियर संभावना और अपने कैरियर निर्माण के रूप में देखता हूँ।

12. हमें आपको क्यों नियुक्त करना चाहिए? इस प्रश्न का उत्तर देने के लिए स्वयं को पहले से ही तैयार कर लें। नौकरी की आवश्यकताओं को अच्छी तरह पढ़ें और अपने गुणों, कौशल/क्षमताओं और अनुभवों को उन आवश्यकताओं के साथ मिलाएँ। और इसे अपने उत्तर के रूप में बताएँ कि आपको क्यों नियुक्त किया जाना चाहिए।

**उदाहरण 1:**

मैं सीखने के लिए बहुत इच्छुक हूँ। मुझे विश्वास है कि मेरे में वे सभी ज़रूरी क्षमताएँ हैं जो मेरे काम में सफल होने के लिए आवश्यक हैं। मैं एक टीम प्लेयर भी हूँ जो मुझे अलग-अलग परिस्थितियों के अनुकूल होने में और बेहतर काम करने के लिए मदद करेगा।

13. क्या आपको लगता है कि आप दबाव में भी कार्य कर सकते हैं? कार्य और कार्य दबाव सदैव से ही एक-दूसरे के पूरक हैं। निजी या कार्य क्षेत्र में दबाव हो सकता है लेकिन उससे निपटने के लिए आप समर्थ होने चाहिए। अतः इस प्रश्न का उत्तर 'हाँ' में दें और कुछ उदाहरण भी दें जब आपने दबाव में भी कार्य किया हो।

**उदाहरण 1:**

जी हाँ, मैं दबाव में भी कार्य कर सकता हूँ। मेरा मानना है कि प्रत्येक नौकरी के साथ ज़िम्मेदारियाँ भी आती हैं और यह दबाव हमेशा ही रहेगा। मैं धैर्य से कार्य दबाव से निपटने में सक्षम हूँ।

14. क्या आप नई तकनीकियों को सीखने में सहज महसूस करते हैं? आधुनिक व्यवसाय तकनीकियों के सहारे चलता है। अतः उन्हें सीखने के लिए सदैव तैयार रहें। इस प्रश्न का उत्तर 'हाँ'

**उदाहरण 1:**

मैं नई तकनीकियों को सीखने में सहज महसूस करता हूँ क्योंकि यह मेरा कार्य बेहतर तरीके से करने में और मेरी क्षमताओं को बढ़ाने में मेरी मदद करेगा।

15. क्या आप यह नौकरी छोड़ देंगे यदि दूसरी कंपनी आपको हमसे दो हजार रूपए ज़्यादा देती है? इस प्रश्न के द्वारा साक्षात्कारकर्ता यह विश्लेषण करना चाहता है कि क्या उम्मीदवार कुछ अतिरिक्त हजार रूपयों के लिए अपनी वर्तमान नौकरी छोड़ देगा।

किसी उम्मीदवार को नियुक्त करने में कंपनी के पैसों का निवेश होता है इसलिए कंपनी किसी ऐसे व्यक्ति को नियुक्त करना चाहती है जो कंपनी के प्रति कुछ निष्ठा रखता हो।

आप इस प्रश्न का उत्तर यह कहकर दे सकते हैं कि आप जानते हैं कि यद्यपि प्रत्येक नौकरी में पैसों का आकर्षण होता है फिर भी आप दोनों नौकरियों में वृद्धि के अवसरों का विश्लेषण करेंगे। यदि आपकी वर्तमान कंपनी उद्योग प्रवृत्ति के साथ वांछित वृद्धि की पेशकश करती है तो आप नौकरी नहीं बदलेंगे। आप अपने सीनियर के साथ इस विषय/मुद्दे पर चर्चा करेंगे और वर्तमान नौकरी में आपकी वृद्धि के बारे में उसके विचार पूछेंगे। और अगर आप यह देखते हैं कि वर्तमान नौकरी में वृद्धि की संभावना है तो आप कार्य करते रहेंगे अन्यथा आप नौकरी छोड़ने के/जीवन में आगे बढ़ने के निर्णय के बारे में विनम्रता से सूचित करेंगे।

**उदाहरण 1:**

मैं समझता हूँ कि पैसे में आकर्षण होता है लेकिन सफल होने के लिए, अनुभव और पदोन्नति भी महत्वपूर्ण कारक हैं। मेरा उद्देश्य जीवन में वरिष्ठता हासिल करना है। इसलिए केवल वेतन में वृद्धि मेरी महत्वाकांक्षा को पूर्ण करने में मदद नहीं करेगा।

## गतिविधि

जोड़े बनाएं। प्रत्येक जोड़े में एक व्यक्ति साक्षात्कारकर्ता बनेगा और एक व्यक्ति उम्मीदवार बनेगा। दोनों को पूरे ग्रुप के सामने साक्षात्कार की पूरी प्रक्रिया प्रस्तुत करनी होगी।

निम्नलिखित प्रश्नों के उत्तर दें:

1. अपने विषय में कुछ बताइए।

---



---



---

2. अब से तीन वर्षों के बाद आप स्वयं को कहाँ देखते हैं?

---



---



---

3. आपकी क्या क्षमताएं हैं?

---



---



---

4. आपकी क्या कमियां हैं?

---



---



---

5. क्या आप शिफ्ट में काम करने में सहज महसूस करते हैं? क्या आपको कोई स्वास्थ्य संबंधी समस्या है?

---



---



---

6. आप अपनी संवाद क्षमता का मूल्यांकन कैसे करेंगे?

---



---



---

7. आप अपने सुनने की क्षमता का मूल्यांकन कैसे करेंगे?

---

---

---

---

8. क्या आप स्वयं को एक टीम प्लेयर मानते हैं?

---

---

---

---

9. यदि आपको अवसर दिया जाए तो आप हमारे साथ कितने समय तक जुड़े रहेंगे?

---

---

---

---

10. हमें आपको क्यों नियुक्त करना चाहिए?

---

---

---

---

11. क्या आपको लगता है कि आप दवाब में भी कार्य कर सकते हैं?

---

---

---

---

टिप्पणी



---

---

---

---

---





सत्यतुतलतु जतुतु  
**GOVERNMENT OF INDIA**  
**MINISTRY OF SKILL DEVELOPMENT**  
**& ENTREPRENEURSHIP**



**N•S•D•C**  
**National**  
**Skill Development**  
**Corporation**

**Transforming the skill landscape**



Department of Empowerment of Persons with  
 Disabilities (Divyangjan)  
 Ministry of Social Justice & Empowerment



**Skill Council for Persons with Disability**

Sector Skill Council Contact Details:

**Address:** 501, City Centre, Plot No. 5 Sector 12 Dwarka New Delhi - 110075

**Website:** [www.scpwd.in](http://www.scpwd.in)

**Phone:** 01120892791



978-1-111-00000-00-0