

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট হ্যান্ডবুক

ONDC
Open Network for Digital Commerce

ONDC অ্যাকাডেমীতে যোগদান করুন: www.ondc.academy

স্বত্বপরিত্যাগকারী

নথিটি শুধুমাত্র পাঠকের তথ্যের জন্য। এই নথির কিছুই আইনি মতামত বা পরামর্শ, বা ট্যাক্স পরামর্শ হিসাবে তৈরী করা হয়নি। নথিটি ব্যবহার করা যেকোনো ব্যক্তিকে তাদের নির্দিষ্ট ব্যবসায়িক মডেল, চুক্তিভিত্তিক ব্যবস্থাপনা, কর্পোরেট কাঠামো এবং অন্যান্য প্রাসঙ্গিক বিবেচনার ভিত্তিতে তাদের দায়বদ্ধতা এবং অনুবর্তিতার নিজস্ব মূল্যায়ন পরিচালনা করার পরামর্শ দেওয়া হয়। ওপেন নেটওয়ার্ক ফর ডিজিটাল কমার্স লিমিটেড ("ONDC") নথিতে থাকা তথ্যের সম্পূর্ণতা বা নির্ভুলতা সম্পর্কে কোনও দাবি করে না বা কোনও গ্যারান্টি বা ওয়ারেন্টি দেয় না। নথিতে থাকা তথ্যগুলি ONDC-এর মতামত। এই নথিতে থাকা তথ্য ব্যবহারের ফলে পাঠক বা পাঠকদের সহযোগীদের বিরুদ্ধে আনীত কোনও ক্ষতি, ফলাফল, বিশেষ বা অনুরূপ ক্ষতি, দাবি (কর কর্তৃপক্ষের দ্বারা করা দাবি সহ কিন্তু এর মধ্যে সীমাবদ্ধ নয়), আদালতের আদেশ/ডিক্রি, বা কোনও সরকারী সংস্থা বা কর্তৃপক্ষের (সহ কিন্তু সীমাবদ্ধ নয়) যে কোনও কারণে নেওয়া কোনো পদক্ষেপের জন্য ONDC (এর পরামর্শদাতা, উপ-কন্ট্রোলার, কর্মচারী এবং পরিচালক ইত্যাদি সহ) দায়ী বা দায়বদ্ধ থাকবে না।

বিষয়বস্তু

প্রসঙ্গ এবং পর্যালোচনা	1
অধ্যায় 1 ডিজিটাল কমার্স এবং ONDC নেটওয়ার্কের সাথে পরিচয়	2
ক্রেতার কীভাবে ই-কমার্সের বর্তমান এবং প্রতিষ্ঠিত মডেলগুলিতে অর্ডার প্লেসমেন্টের অভিজ্ঞতা পান?	3
ONDC নেটওয়ার্ক ই-কমার্সের প্ল্যাটফর্ম-কেন্দ্রিক মডেল থেকে কীভাবে আলাদা?	5
ONDC নেটওয়ার্কে অংশগ্রহণকারীরা একে অপরের সাথে কিভাবে যোগাযোগ করে?	7
অধ্যায় 2 বিক্রেতা অনবোর্ড করা	10
বিক্রেতা অনবোর্ড পরিকল্পনা	11
বিক্রেতাদের যোগদান করতে রাজি করান.....	14
অনবোর্ড করার সময় বিক্রেতার উদ্বেগগুলি পরিচালনা করা	18
অনবোর্ড করার সময় বিক্রেতাদের কাছ থেকে যেই তথ্য সংগ্রহ করতে হবে.....	22
অধ্যায় 3 ক্যাটালগ তৈরি	24
একটি ই-কমার্স ক্যাটালগ কি?	25
তথ্যের উৎস.....	27
পণ্যের জন্য গুণাবলী সংজ্ঞায়িত করা	28
ক্যাটালগ তৈরির নির্দেশিকা.....	30
পণ্যের শিরোনাম.....	30
মুখ্য সুবিধাগুলি.....	32
ছবি	32
পণ্যের সবিস্তার বিবরণী /টেকনোলজিগত বিবরণ.....	34
পণ্যের বর্ণনা	35
FAQ	36
চাক্ষুষ উপস্থাপনা	37

অধ্যায় 4 অর্ডার ব্যবস্থাপনা	39
বিক্রেতাদের কাছে অর্ডারের দৃশ্যমানতা: অর্ডার ম্যানেজমেন্ট ড্যাশবোর্ড	40
অর্ডার ম্যানেজমেন্ট সিস্টেম ক্ষমতা নির্দেশিকা	41
বিক্রেতা প্যানেলে প্রস্তাবিত রিপোর্ট রিপোর্ট	41
বিক্রেতা বাতিলকরণ ব্যবস্থাপনা	42
গ্রাহক বাতিলকরণ পরিচালনা করা	48
রিটার্ন ব্যবস্থাপনা	51
গ্রাহক রিটার্ন করে	52
রিটার্ন টু অরিজিন (RTO) পরিচালনা করা	54
অধ্যায় 5 প্যাকেজিং	57
অ খাদ্য প্যাকেজিং	58
নন-ফুড প্যাকেজিংয়ের জন্য প্যাকেজিংয়ের পদক্ষেপ	59
অভ্যন্তরীণ প্যাকেজিং উপাদানের প্রকার	61
কয়েকটি জেনেরিক নির্দেশিকা	62
খাদ্য প্যাকেজিং নির্দেশিকা	62
প্যাকেজিং সম্পর্কিত ক্ষতির সমস্যাগুলি সনাক্তকরণ, ট্র্যাকিং ও সংশোধন করা	63
পণ্য শিপ করার আগে প্যাকিং কর্মীদের জন্য চেকলিস্ট	65
প্যাক করা অর্ডারগুলির জন্য চেক	65
অধ্যায় 6 বিক্রেতা ব্যবস্থাপনা (সেলার NP)	67
বিক্রেতা মূল্যায়ন ও শ্রেণিবিন্যাস	68
মূল ব্যস্ততার উদ্দেশ্যগুলি নির্ধারণ করা	69
ব্যস্ততার ফ্রিকোয়েন্সি নির্ধারণ করা	70
মূল উদ্দেশ্য এবং এজেন্ডা চালানো	71
পারফরম্যান্স পর্যবেক্ষণ এবং মূল অ্যাকাউন্ট বৃদ্ধি	72
মূল অ্যাকাউন্টগুলির সাথে প্রক্রিয়া পরিবর্তন করুন	72

অধ্যায় 7 গ্রাহক সমর্থন	73
ক্রেতারা কীভাবে সমস্যা তুলে ধরবে?	74
ক্রেতা দ্বারা উত্থাপিত সমাধানের প্রক্রিয়া.....	75
গ্রাহক সেবা অপারেশন মেট্রিক্স NPগুলি গ্রাহক সেবা	77
CRM: প্রস্তাবিত কার্যকারিতা	78
অধ্যায় 8 অপারেশন জন্য নিয়ম সংজ্ঞায়িত	79
শিপিং মডেল সংজ্ঞায়িত করা	80
বিক্রেতার সার্ভিসযোগ্যতা সংজ্ঞায়িত করা.....	81
অধ্যায় 9 পেমেন্ট এবং সেটেলমেন্ট	82
অধ্যায় 10 ট্যাক্সেশন	87
উপসংহার	90
সংজ্ঞা	98

প্রসঙ্গ এবং পর্যালোচনা

হ্যান্ডবুকটি আপনাকে ওপেন নেটওয়ার্ক ফর ডিজিটাল কমার্স কী তা বুঝতে সাহায্য করবে, এবং ONDC নেটওয়ার্কে বিভিন্ন প্রক্রিয়া, নীতি এবং সর্বোত্তম অনুশীলন সম্পর্কেও জানতে আপনাকে সাহায্য করবে।

অনুগ্রহ করে মনে রাখবেন যে নিম্নলিখিত শেখার মডিউলগুলি ONDC নেটওয়ার্কে লাইভ সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের জন্য। এগুলিকে মার্কেট সেলার নোড বা MSN-এর অধীনে ক্যাটাগরীবদ্ধ করা হয় এবং তারা বিক্রেতা সমষ্টিকারী যারা বিক্রেতাদের অনবোর্ড করে এবং ওপেন নেটওয়ার্ক জুড়ে ক্রেতাদের কাছে তাদের ডিজিটাল ক্যাটালগ প্রদর্শন করে। তারা তাদের নিজস্ব কোনো তালিকা রাখে না এবং বিশুদ্ধ মার্কেটপ্লেস হিসেবে কাজ করে

যাইহোক, এই মডিউলটি ইনভেন্টরি সেলার নোড বা ISN-এর অধীনে শ্রেণীবদ্ধ বিক্রেতাদের জন্যও কার্যকর, যারা বিক্রেতা এবং যারা নেটওয়ার্কে অংশগ্রহণকারী হিসাবে তাদের নিজস্ব ইনভেন্টরির মালিক এবং তা বিক্রি করে।

আমরা যখন আরো এগিয়ে যাবো, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের, টেকনোলজি সার্ভিস প্রোভাইডার এবং নেটওয়ার্কে অন্যান্য ইকোসিস্টেম অংশগ্রহণকারীদের জন্য আলাদা মডিউল থাকবে।

অধ্যায় 1

ডিজিটাল কমার্স এবং ONDC নেটওয়ার্কের সাথে পরিচয়

এই খন্ডটি এমন বিভিন্ন দিক বর্ণনা করে যা সাধারণত ই-কমার্সের সাথে জড়িত এবং ONDC নেটওয়ার্কের অপারেটিং মডেলের মিল এবং পার্থক্যগুলিকে হাইলাইট করে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- বর্তমান ই-কমার্স মডেলে ক্রেতাদের অভিজ্ঞতা
- ONDC নেটওয়ার্ক এবং ঐতিহ্যগত ই-কমার্স প্ল্যাটফর্মের মধ্যে পার্থক্য
- ONDC নেটওয়ার্কে বিভিন্ন সত্তার মধ্যে যোগাযোগ

ক্রেতারা কীভাবে ই-কমার্সের বর্তমান এবং প্রতিশ্রুিত মডেলগুলিতে অর্ডার প্লেসমেন্টের অভিজ্ঞতা পান?

ই-কমার্সের বর্তমান মডেলে, একজন ক্রেতা হয় তার ফোনে একটি মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন ডাউনলোড করেন অথবা শপিং ওয়েবসাইট পরিদর্শন করেন। এরপর ক্রেতা একটি পণ্য অনুসন্ধান করে এবং সেই অনুযায়ী বিভিন্ন বিক্রেতার কাছ থেকে অনুসন্ধান ফলাফল (পণ্যের তালিকা) পায়।



ক্রেতা প্রাপ্ত সবচেয়ে উপযুক্ত অনুসন্ধানের ফলাফলটি বেছে নেয়, নির্দিষ্ট পণ্যের তালিকায় ক্লিক করে, পণ্য এবং পণ্যের বিশদ (যেমন মূল্য, ছবি, পণ্যের বিবরণ) দেখায় এমন ওয়েব পেজে যান, তারপরে অ্যাড টু কার্ট/বাই নাউ বোতামে ক্লিক করে, ই-মেইল/মোবাইল নম্বর দিয়ে রেজিস্টার করে, এবং অবশেষে পেমেন্ট প্রক্রিয়া সম্পূর্ণ করে এবং একটি অর্ডার কনফারমেশন পায়।

অর্ডার দেওয়ার পরে এবং ক্রেতা কর্তৃক বাতিল না হলে, ই-কমার্স প্ল্যাটফর্ম বিক্রেতার অবস্থান থেকে পণ্যের পিক-আপ শুরু করে এবং এটি ক্রেতার কাছে পৌঁছে দেয়। পণ্যটি সফলভাবে ক্রেতার কাছে পৌঁছে দেওয়া হতে পারে বা ক্রেতার কাছে ডেলিভারী করতে ব্যর্থ হতে পারে। (ক্রেতা গ্রহণ করা প্রত্যাখ্যান করে বা ডেলিভারি পার্টনার ডেলিভার করতে অক্ষম হয়)।

ক্রেতার এই অর্ডার দেওয়ার যাত্রার শুরুতে, ক্রেতা ই-কমার্স প্ল্যাটফর্মে পণ্যটি দেখতে পাওয়ার আগের মধ্যে অনলাইনে বিক্রি করতে ইচ্ছুক বিক্রেতাদের অনবোর্ড করা হয়। প্রক্রিয়াটির অংশ হিসাবে, বিক্রেতাকে অবশ্যই ই-কমার্স প্ল্যাটফর্মের সাথে রেজিস্টার করতে হবে, স্টোরের প্রকৃত ইনভেন্টরিকে ক্যাটালগ নামে একটি ডিজিটালভাবে দর্শনযোগ্য রূপে রূপান্তর করতে হবে (যা পণ্যের সেই পৃষ্ঠাটি যা ক্রেতার কাছে দৃশ্যমান এবং যেটাতে পণ্যের ছবি, পণ্যের টাইল, পণ্যের বিবরণ, পণ্যের মূল্য, ডেলিভারি চার্জ, অন্যান্য প্রযোজ্য চার্জ এবং 'বাই নাউ' এবং 'অ্যাড-টু-কার্ট' বোতাম অন্তর্ভুক্ত রয়েছে)।

বিক্রেতার অন-বোর্ডিং থেকে অর্ডার ডেলিভারি পর্যন্ত বর্ণিত যাত্রা থেকে যেমনটি স্পষ্ট হয়ে গিয়েছে, সমস্ত ধাপ সম্পূর্ণরূপে শপিং অ্যাপ্লিকেশনের মালিকানাধীন এবং দ্বারা নিয়ন্ত্রিত হয়।

ই-কমার্সের প্ল্যাটফর্ম মডেল থেকে ONDC কীভাবে আলাদা?

প্রথম পার্থক্য - আনবানডেল্ড সেটআপ

ই-কমার্সের প্ল্যাটফর্ম মডেলে, ক্রেতার অভিজ্ঞতা এবং বিক্রেতা ব্যবস্থাপনা উভয়ই একটি একক সত্তা দ্বারা পরিচালিত হয়। ওপেন নেটওয়ার্ক মডেল এই সমন্বিত সেটআপটিকে বেশ কয়েকটি আনবানডেল্ড উপাদানে ভেঙ্গে দেয়, যেখানে প্রতিটি উপাদান বিভিন্ন সত্তার দ্বারা পরিচালিত এবং চালানো হয়। ONDC নেটওয়ার্ক এর মতো আনবানডেল্ড পরিবেশে তারা যে ভূমিকা পালন করতে পারে তার উপর ভিত্তি করে সংস্থাগুলিকে বিস্তৃতভাবে 2 প্রকারে বিভক্ত করা হয়েছে। এই ভূমিকাগুলি তারা যে ক্রিয়াকলাপগুলি সম্পাদন করতে বেছে নেয় তার দ্বারা নির্ধারিত হয়, যেমন, ক্রেতার অভিজ্ঞতা, বিক্রেতা ব্যবস্থাপনা এবং ডেলিভারী পরিপূর্ণতা। এই সত্তাগুলি সে ভূমিকাগুলিকে নির্ধারণ করবে যা তারা আনবানডেল্ড সেটআপে পালন করতে চায়। নিচে এমন কিছু মুখ্য ভূমিকা দেওয়া হল, যেগুলো কোনো সত্তা ONDC নেটওয়ার্কের আনবানডেল্ড সংকলনে পালন করতে খেলতে পারে।

🛒 বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট

- একজন বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ক্রেতাদের যা প্রদান করে তা হল - একটি শপিং ইন্টারফেস - ওয়েবসাইট বা মোবাইল অ্যাপো।
 - পণ্য বা সার্ভিসগুলি অনুসন্ধান এবং আবিষ্কার করতে
 - একাধিক বিক্রেতার ফলাফল দেখতে
 - একটি নির্দিষ্ট বিক্রেতার কাছ থেকে একটি পছন্দসই পণ্য বা সেবার জন্য অর্ডার স্থাপন এবং নিশ্চিত করতে
 - বাঁছিত পণ্য বা সার্ভিসের মূল্য পরিশোধ করতে
 - প্রয়োজনে অর্ডার সংক্রান্ত অভিযোগের সমস্যা উত্থাপন করা।
- এগুলি হল ONDC নেটওয়ার্কে একজন বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের ভূমিকার সাথে জড়িত দায়িত্বগুলি।

🏠 সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট

- এগুলি হল ONDC নেটওয়ার্কে সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের ভূমিকার সাথে জড়িত দায়িত্ব।
- অন বোর্ডিং বিক্রেতা।
 - একটি বিক্রেতার পণ্যের ক্যাটালগের একটি ডিজিটাল উপস্থাপনা তৈরি করা।
 - অর্ডার গ্রহণ এবং পরিচালনা করার জন্য বিক্রেতাদের একটি ড্যাশবোর্ড ডেলিভার করা
 - একটি বিলম্বিত ডেলিভারি বা পণ্যের মানের সাথে সম্পর্কিত কাস্টমারের সমস্যা সমাধানের জন্য বিক্রেতার বা লজিস্টিক সেলার NP এর সাথে সমন্বয় করা।

রসদ

যখন অর্ডার পূরণের কথা আসে তখন একটি গুরুত্বপূর্ণ তৃতীয় সত্তার আবির্ভাব ঘটে। লজিস্টিক সেলার NP। ওপেন নেটওয়ার্কের আনবানডেল্ড সেটআপ বিক্রেতাদের ডেলিভারি এবং অর্ডার পূরণের জন্য দুটি বিকল্প প্রদান করে:

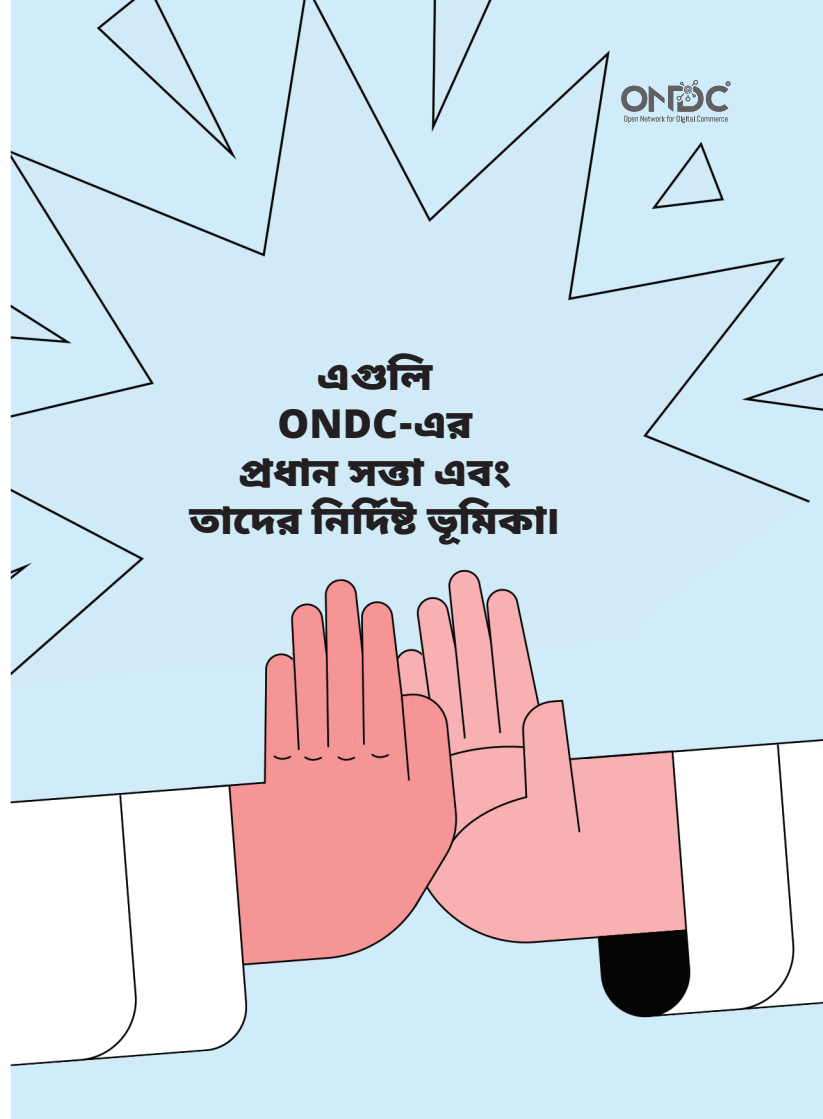
i) 'অন-নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস' এবং 'অফ-নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস' সম্পাদন করতে ONDC নেটওয়ার্কে লাইভ রয়েছে এমন একজন লজিস্টিক সেলার NP থেকে লজিস্টিক সংগ্রহ করুন।

ii) এখন ধরা যাক সেলার NP "অন-নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস" বেছে নেয়। তারপরে ONDC নেটওয়ার্ক রেজিস্টার করা লজিস্টিক সেলার NPগুলির একটি তালিকা হোস্ট করে, যা উপযোগী লজিস্টিক সমাধান প্রদান করে। বিক্রেতা তাদের লজিস্টিক প্রয়োজনীয়তা অনুসারে একটি বেছে নিতে পারেন।

এবং যদি একজন সেলার NP "অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস" বেছে নেয় এর অর্থ হল তারা তাদের ডেলিভারি ফ্লিট নিয়োগ করতে পারে বা তৃতীয়-পক্ষীয় লজিস্টিক সরবরাহকারির সাথে যুক্ত হতে পারে, যা সাধারণত 3PL প্রোভাইডার হিসাবে পরিচিত। এগুলি ONDC নেটওয়ার্কে তালিকাভুক্ত নয়।

যেকোন সত্তা ONDC নেটওয়ার্কে একজন বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট, একজন সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট, অথবা একটি লজিস্টিক সেলার NP হিসাবে যোগদান করতে পারে, যে ভূমিকা/ এটি পালন করতে চায় তার ভিত্তিতে, যা পরিবর্তিতভাবে সত্তার সেবা ক্ষমতা বা প্রয়োজনীয়তা দ্বারা নির্ধারিত হবে।

এগুলি ONDC-এর প্রধান সত্তা এবং তাদের নির্দিষ্ট ভূমিকা।



দ্বিতীয় বড় পার্থক্য - আন্তঃক্রিয়াশীলতা

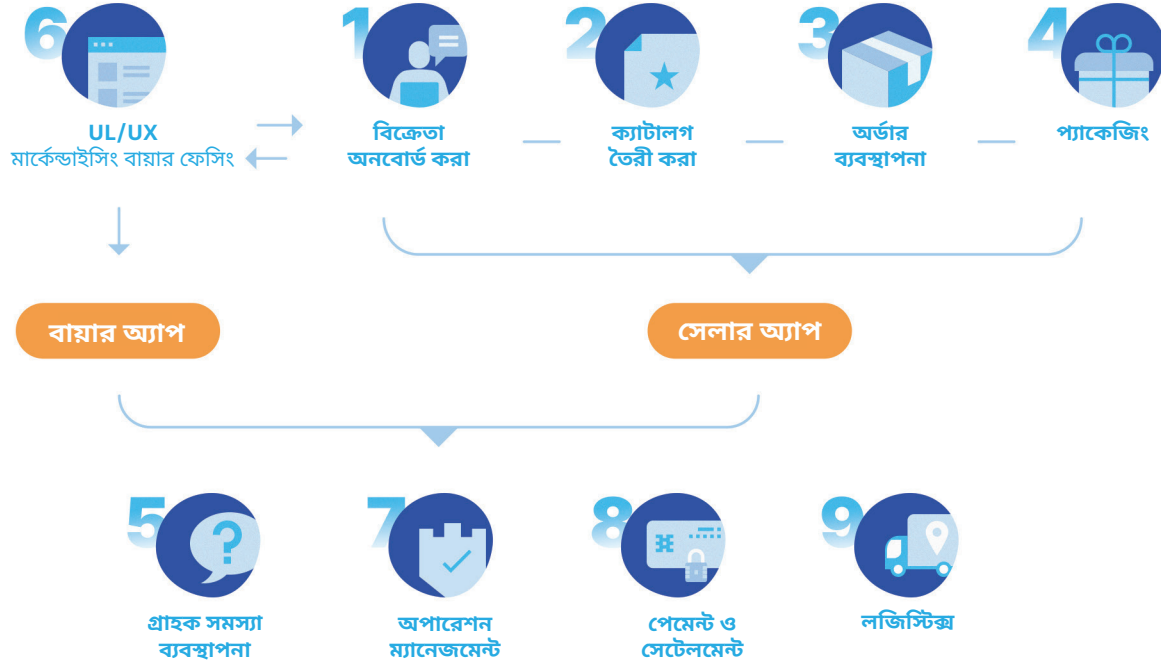
সুষ্ঠুভাবে ব্যবসা পরিচালনা করতে এবং এই বিভিন্ন সত্তার মধ্যে স্পষ্ট যোগাযোগ সক্ষম করতে, বিশেষ করে একটি উন্মুক্ত নেটওয়ার্কের একটি আনবানডেল্ড গঠনে, আমাদের জড়িত সমস্ত সংস্থার মধ্যে যোগাযোগের প্রটোকল প্রয়োজন।

এটি নিশ্চিত করতে, ONDC প্রোটোকল কাস্টম API ব্যবহার করে। একটি API বিভিন্ন কম্পিউটার অ্যাপ্লিকেশনগুলিকে, সঠিক এবং সামঞ্জস্যপূর্ণ পদ্ধতিতে, একে অপরের সাথে কথা বলতে এবং তথ্য ভাগ করে নিতে সাহায্য করে।

ঠিক একটি হোটেলের বেয়ারার মতো যে আপনাকে যাতে রান্নাঘরে যেতে না হয় বা শেফকে বলতে না হয় যে আপনার খাবারের প্রয়োজন হবে তা নিশ্চিত করে এবং আপনি যা চান তা যেন আপনি আরামে বসে থেকে পেয়া যান তাও নিশ্চিত করে। এই ONDC প্রোটোকল APIগুলি ব্যবহার করে, পৃথক সংস্থাগুলি একে অপরের সাথে যোগাযোগ এবং লেনদেন করতে পারে।

অনলাইন সেলিং প্রক্রিয়াটিকে আরও সহজ করার জন্য, এখানে অনলাইন বিক্রির সাথে জড়িত কার্যকলাপের একটি তালিকা রয়েছে, এর সাথে ই-কমার্সের সম্পর্কিত শব্দ এবং ONDC নেটওয়ার্ক এটিকে কিভাবে শ্রেণিবদ্ধ করে তাও রয়েছে :

যদি আমরা একটি ফ্লো চার্ট হিসেবে ডিজিট্যাল কমার্সের কার্যাবলী ম্যাপ করি,



ক্রমিক নং	সাধারণ কার্যকলাপ বিবরণ	ইকমার্স টারমিনোলজি / ফাংশনস	ONDC নেটওয়ার্ক এ ভূমিকা
1	ONDC প্রোটোকলে সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা চালিত একটি বিক্রোতা অ্যাপ্লিকেশনের মাধ্যমে তাদের পণ্য অফার করছে এমন বিক্রোতাদের অনবোর্ড করা	বিক্রোতা অনবোর্ড করা	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
2	বিক্রোতা বিক্রয়ের জন্য উপলব্ধ ইনভেন্টরির একটি ডিজিটাল ফরম্যাটের ডাটাবেস তৈরি করে	ক্যাটালগ ব্যবস্থাপনা	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
3	অর্ডার স্থিতি, ক্রোতা বাতিলকরণ, ইনভেন্টরি প্রাপ্যতা, প্রেরণের স্থিতি, রিটার্ন অনুরোধ এবং রিটার্ন লজিস্টিক পরিচালনা	অর্ডারব্যবস্থাপনা প্রেরণ ব্যবস্থাপনা এবং রিটার্ন ব্যবস্থাপনা	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
4	ক্ষয়ক্ষতির হাত থেকে চালান রক্ষার জন্য ক্রোতারা অনলাইনে অর্ডার করা পণ্যগুলি ফ্লায়ার, কার্টন ইত্যাদিতে প্যাক করা অবস্থায় পান	প্যাকেজিং	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
5	ব্যবসা পরিচালনা এবং বিক্রোতাদের অপারেশনাল কর্মক্ষমতা	বিক্রোতা ব্যবস্থাপনা	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
6	ক্রোতা দ্বারা উত্থাপিত অর্ডার সংক্রান্ত সমস্যাগুলির সমাধান যেমন বিলম্বিত ডেলিভারি, ক্ষতিগ্রস্ত পণ্য প্রাপ্ত হওয়া, ইত্যাদি	গ্রাহক সমর্থন	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
7	API-এর মাধ্যমে প্রতিক্রিয়া জানাতে বিভিন্ন সত্তার জন্য, অর্ডারটি কার্যকরীভাবে কার্যকর করা এড়াতে অংশগ্রহণকারী/ অংশগ্রহণকারীদের পক্ষ থেকে কিছু অপারেশনাল লজিক তৈরি করতে হবে	অপারেশন পরিকল্পনা (ব্যবসার জন্য নিয়ম সংজ্ঞায়িত করা)	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট
8	একবার অর্ডারটি ক্রোতার কাছে পৌঁছে দেওয়া হলে এবং রিটার্ন উইন্ডো বন্ধ হয়ে গেলে, অংশগ্রহণকারী বিক্রোতা অ্যাপ এবং বায়ার অ্যাপের মধ্যে মূল্যের নিষ্পত্তি করতে হবে	অর্থপ্রদান ও নিষ্পত্তি	সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট

হ্যান্ডবুকটি উপরের প্রতিটি ক্রিয়াকলাপের বিষয়ে গভীরভাবে বর্ণনা করে এবং অংশগ্রহণকারীদের দ্বারা গ্রহণ করার জন্য সর্বোত্তম অভ্যাসগুলির বিষয়ে নির্দেশিকা প্রদান করে।

অধ্যায় 2

বিক্রেতা অনবোর্ড করা

পূর্ববর্তী খন্ডে যেমন আলোচনা করা হয়েছে, ক্রেতার একটি ওয়েবসাইট বা মোবাইল অ্যাপ্লিকেশনে পণ্য দেখতে পাওয়ার আগে, বিক্রেতাদের অবশ্যই ONDC নেটওয়ার্কে একজন সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের দ্বারা অনবোর্ড হতে হবে। এই খন্ডটি এই ব্যবসায়িক প্রক্রিয়ার সাথে জড়িত বিভিন্ন দিক এবং সর্বোত্তম অনুশীলনের দিকনির্দেশনার বিবরণ দেয়।

আপনার বিক্রেতা অনবোর্ড করার যাত্রাপথ নিম্নরূপ:

1. কোন ক্যাটেগরীর বিক্রেতাদের অনবোর্ড করা হবে তা নির্ধারণ করা।
2. সম্পদের পরিকল্পনা।
3. বাণিজ্যিক শর্তাবলীতে সম্মত হয়ে ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিক্রয় করতে বিক্রেতাদের রাজী করানো।
4. বিক্রেতা রেজিস্টার করার প্রক্রিয়াকরণ।
5. ক্যাটালগিং।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- বিক্রেতাদের অনবোর্ড করার জন্য প্রয়োজনীয় পরিকল্পনা দল/সম্পদ
- ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিক্রেতাদের অনলাইনে বিক্রি করতে রাজি করা/প্রস্তাব উপস্থাপন করা
- অনবোর্ড করার প্রক্রিয়া চলাকালীন বিক্রেতাদের দ্বারা উত্থাপিত প্রাথমিক উদ্বেগের সমাধান করা
- সেই তথ্যের চেকলিস্ট যা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের অনবোর্ড করার সময় বিক্রেতাদের কাছ থেকে সংগ্রহ করা উচিত

বিক্রেতা অনবোর্ড পরিকল্পনা

বিক্রেতাদের অনবোর্ড করার জন্য ক্যাটাগরী নির্বাচন

করা: যেমনটি আমরা উল্লেখ করেছি, এটি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট কী ধরনের বিক্রেতাকে অনবোর্ড করতে চায় এবং সে কোন ক্যাটাগরীতে কাজ করতে চায় তা দিয়ে শুরু হয়। বিক্রেতা অ্যাপোর সেলার NP যে ক্যাটাগরী বা ডোমেনে কাজ করার সিদ্ধান্ত নেয় তা বিভিন্ন বিষয়ের উপর নির্ভর করে, যেমন:

একটি ডোমেন বা ক্যাটাগরীর বিষয়ে পূর্ব অভিজ্ঞতা:

এটি অফলাইন বা অনলাইন হতে পারে। একটি ক্যাটাগরী নির্বাচন করার সময়, একজন সেলার NP-এর জন্য সেই পছন্দের ক্যাটাগরীতে থাকা সুবিধাজনক হয় যেখানে বিক্রেতা বা সেলার NP টিমের অপারেশনে পূর্ব অভিজ্ঞতা রয়েছে। এটি সেলার NP কে একটি বিদ্যমান বিক্রেতার ভিত্তি, ক্যাটাগরীটির অপারেশনাল নিয়মগুলি বোঝার এবং ক্রেতার সাধারণত এই ক্যাটাগরীতে যা খোঁজেন এমন তথ্য সহ বিক্রেতার জন্য একটি প্রাসঙ্গিক ক্যাটালগ তৈরি করার ক্ষেত্রে সুবিধা প্রদান করবে দেবে।

ক্যাটাগরী নির্দিষ্ট মার্জিন বনাম অপারেশনের খরচ বোঝা:

মার্জিন এবং গড় অর্ডার মান বিভিন্ন ক্যাটাগরীতে পরিবর্তিত হয়। একটি নির্দিষ্ট শহর/অঞ্চল এবং ক্যাটাগরীতে একজন সেলার NP-এর অপারেশনের খরচের উপর নির্ভর করে, সেলার NP-কে অবশ্যই বিভিন্ন ক্যাটাগরীতে মার্জিন এবং গড় অর্ডার মান থেকে পিছনের দিকে কাজ করতে হবে যাতে সেই ক্যাটাগরীগুলিকে বেছে নেওয়া যায় যেগুলি অপারেশনের খরচ কভার করবে।

একটি নির্দিষ্ট ক্যাটাগরীর আঞ্চলিক সাপ্লাই

এর ঘনত্বের দ্বারা আমরা কী বুঝি? তো, সেলার NP একটি নির্দিষ্ট ক্যাটাগরীর জন্য সরবরাহের উচ্চ ঘনত্ব রয়েছে এমন একটি অঞ্চলে কাজ করতে পারে, তবে চাহিদা ভারত জুড়ে হতে পারে। কিছু সেলার NPs এই ধরনের একটি ক্যাটাগরীতে বিক্রেতাদের অনবোর্ড করার জন্য এই অবস্থানগত সুবিধা নিতে চাইতে পারে।

হাইপারলোকালের ক্ষেত্রে ক্যাটাগরিতে স্থানীয় চাহিদা বা খরচ কত?

যদি একটি সেলার NP একটি হাইপারলোকাল মডেলে কাজ করার সিদ্ধান্ত নেয়, তাহলে সেলার NP-কে অবশ্যই এমন ক্যাটাগরীগুলি নির্বাচন করতে হবে যেখানে বিক্রেতার সার্ভিসযোগ্য অঞ্চলগুলিতে যথেষ্ট চাহিদা রয়েছে। এছাড়াও, সেলার NP-এর উচিত সেই অঞ্চলে বিক্রেতা অনবোর্ড করার পরিকল্পনা করা যেখানে কাছাকাছি এলাকা থেকে যথেষ্ট চাহিদা রয়েছে।

হাইপারলোকাল বনাম সর্বভারতীয় অর্ডার পূরণ

যে ক্যাটাগরীগুলির জন্য হাইপারলোকাল লজিস্টিকস প্রয়োজন হয়, যেমন F&B এবং গ্রসারিস, সেলার NP সেই অঞ্চলগুলি থেকে বিক্রেতাদের অনবোর্ড করা বেছে নিতে পারে যেখানে ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে হাইপারলোকাল ডেলিভারি পাওয়া যায়। সমস্ত ভারত দেশ জুড়ে ডেলিভারি করার ক্যাটাগরীর জন্য - সেলার NP যেকোন শহর ও নগরে বিক্রেতাদের অনবোর্ড করতে পারে।

অবশ্যই, এই ওপেন নেটওয়ার্কের মাল্টি-ডোমেন প্রকৃতির সাথে, সেলার NPs ক্যাটাগরী এবং ডোমেন জুড়ে বিক্রেতাদের অনবোর্ড করা বেছে নিতে পারে।

সেলার NPs এই ক্যাটাগরীগুলি এবং বর্তমানে নেটওয়ার্কে লাইভ থাকা ডোমেনগুলি থেকে বেছে নিতে পারে (ক্যাটাগরীগুলি বুলেট পয়েন্ট হিসাবে উপস্থিত হয়)।
রিটেইল ডোমেনে আমাদের নিম্নলিখিত ক্যাটাগরীগুলি রয়েছে:
F&B - গ্রসারি - বাড়ি এবং রান্নাঘর - ইলেকট্রনিক্স - ফ্যাশন - সৌন্দর্য এবং ব্যক্তিগত যত্ন

এর পাশাপাশি ONDC নেটওয়ার্ক আরও একটি ক্রমবর্ধমান ডোমেন যুক্ত করেছে- গতিশীলতা
নেটওয়ার্কের বিকাশের সাথে সাথে আমরা সেলার NP-এর দ্বারা বেছে নেওয়ার জন্য আরও ডোমেন এবং ক্যাটাগরী যোগ করব।

বিক্রেতা অনবোর্ড করার প্রক্রিয়া
যখন একজন সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট প্রথমে বিক্রেতার কাছে অনবোর্ড করার জন্য যান এবং অবশেষে বিক্রেতা অর্ডার গ্রহণ করে এবং তা পূরণ করে, তার মধ্যে একটি সম্পূর্ণ যাত্রা রয়েছে।

অতএব, নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে 100 জন বিক্রেতার সাথে সংযোগ করতে হবে যদি 10 জন বিক্রেতাকে সক্রিয় করতে হয় অথবা লক্ষ্যমাত্রা যদি 20 জন লাইভ বিক্রেতা পাওয়া হয় তাহলে 200 বিক্রেতার সাথে যোগাযোগ করতে হবে। লক্ষ্যযুক্ত বিক্রেতা এবং অর্ডারগুলির থেকে পিছনের দিকে কাজ করে এই পরিকল্পনাটি শুরু থেকেই করতে হবে।

বিভিন্ন পর্যায়গুলি হল:

পর্যায়
1

→ পৌঁছানো:

যে বিক্রেতাদের সাথে সেলার NP সংযোগ স্থাপন করতে সক্ষম

পর্যায়
2

📍 আগ্রহ দেখায়:

যে বিক্রেতারা অনলাইনে বিক্রির জন্য সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের প্রস্তাবে আগ্রহ দেখান

পর্যায়
3

শেয়ার করা তথ্য:

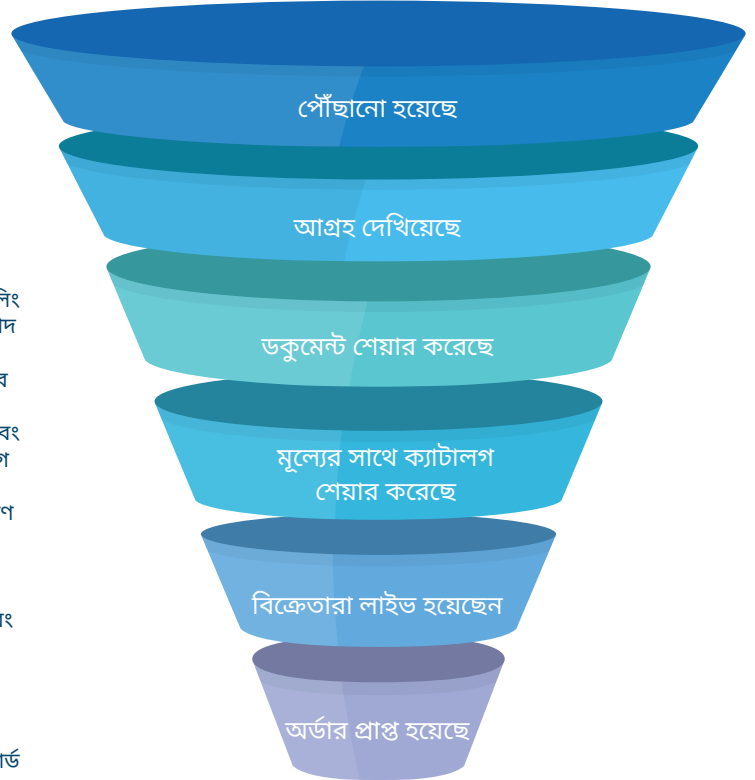
আগ্রহী বিক্রেতাদের মধ্যে, যারা সেলার NPর সাথে প্রয়োজনীয় নথি এবং তথ্য (KYC, GST, বাতিল চেক, চুক্তির শর্তাবলী - অর্থপ্রদানের শর্তাবলী) হস্তান্তর করে

পর্যায়
4

শেয়ার করা ক্যাটালগের তথ্য:

বিক্রেতাদের ডিজিটাল ক্যাটালগ তৈরির জন্য সেলিং প্রাইস, MRP, পণ্যের নাম, ব্র্যান্ড, ইনভেন্টরির বিশদ বিবরণ সহ সেলার NP-এর মাধ্যমে যে পণ্যগুলি বিক্রি করতে চান সেগুলির তথ্য শেয়ার করতে হবে (একটি ওয়েবসাইট/অ্যাপ্লিকেশনে সেই ডিজিটাল প্রোডাক্ট পেজ যাতে পণ্য সম্পর্কে বিশদ রয়েছে এবং বাই নাউ /অ্যাড টু কার্ট বোতাম রয়েছে)। ক্যাটালগ তৈরির পরবর্তী ক্যাটাগরীতে ক্যাটালগের বিভিন্ন ক্যাটাগরী এবং সর্বোত্তম অনুশীলনের বিশদ বিবরণ শেয়ার করা হয়েছে। ONDC নেটওয়ার্ক বিভিন্ন সার্ভিস প্রোভাইডারদের ক্যাটালগ তৈরি সহ এমন অনেক সার্ভিস ডেলিভার করতে সক্ষম করবে যা একটি ডিজিটাল উৎস তৈরি করা সহজ, দ্রুত, এবং বিক্রেতাদের জন্য সাশ্রয়ী মূল্যের করে তুলে।

ফানেলের শীর্ষে পৌঁছানোর জন্য বিক্রেতাদের সংখ্যার ভিত্তিতে, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের বিক্রেতার সংযোগ এবং অনবোর্ড করার জন্য সংস্থানগুলির পরিকল্পনা করতে হবে - কলে বা ফিল্ডে।



বিক্রেতাদের যোগদান করতে রাজি করান

একবার পরিকল্পনা করা হয়ে গেলে এবং সেলার NP টিম বিক্রেতাদের কাছে গেলে, টিমকে বিক্রেতাদের সাথে যোগাযোগ করে জানাতে হবে যে কেন তাদের অনলাইনে বিক্রি করা উচিত (যদি আগে থেকে বিক্রি না হয়) এবং তারপর কেন তাদের ONDC-এর মাধ্যমে বিক্রি করা উচিত। এই সেকশনটি বিক্রেতাদের বোঝানোর জন্য সেলার NP টিমের পক্ষে মূল মূল্য প্রস্তাবগুলি প্রদান করে।

অনলাইনে বিক্রির কারণ

ভারতের ই-কমার্স সেক্টর হল 2022 সালে খুচরা বিক্রেতার জন্য সবচেয়ে দ্রুত বর্ধনশীল সেক্টরগুলির মধ্যে একটি যার বার্ষিক বৃদ্ধি 21.5% (রেফারেন্স: ইন্ডিয়ান ব্র্যান্ড ইকুইটি রিপোর্ট অগাস্ট '22) এবং \$74.8 বিলিয়ন পৌঁছানোর

আশা করা হচ্ছে। 2021 উৎসবের মরসুমের জন্য, ভারতীয় ই-কমার্স প্ল্যাটফর্মগুলি US\$ 9.2: বিলিয়ন গ্রস মার্চেন্ডাইজ ভ্যালু (GMV) এর বিক্রয় করেছে, যা গত বছরের US\$ 7.4 বিলিয়ন থেকে 23% বৃদ্ধি পেয়েছে। ভারতের ভোক্তা ডিজিটাল অর্থনীতি যা 2020 সালে US\$ 537.5 বিলিয়ন ছিল তা বৃদ্ধি পেয়ে 2030 সালের মধ্যে US\$1 ট্রিলিয়ন বাজারে পরিণত হবে বলে আশা করা হচ্ছে, যা দেশে ই-কমার্স এবং এডটেকের মতো অনলাইন সার্ভিসগুলির দৃঢ় গ্রহণের দ্বারা চালিত হবে। এই শক্তিশালী সূচকগুলির সাথে, একটি ডিজিটাল উপস্থিতি বিক্রেতাদের আয়ের একটি নতুন এবং কার্যকর চ্যানেল যোগ করবে।

বিক্রেতাদের ডিজিটাল উপস্থিতি বিবেচনা করার জন্য এখানে কয়েকটি মুখ্য কারণ রয়েছে:

1 বর্ধিত ভৌগলিক পরিসর

বিক্রেতারা যদি আগে ই-কমার্সে কাজ না করে থাকেন, তাহলে NPদের উচিত ই-কমার্স প্রদত্ত বৃহত্তর নাগালের অ্যাক্সেস সম্পর্কে হাইলাইট করা - একটি হাইপারলোকাল ব্যবসার জন্য সার্ভিসযোগ্যতার পরিধি আরও বৃদ্ধি পাবে যার ফলে আরো বেশি গ্রাহকদের কাছে পৌঁছানো যাবে, সারা ভারতবর্ষ জুড়ে ডেলিভারির ক্যাটাগরীগুলির জন্য, ইকমার্স সমগ্র ভারতে সমস্ত লাইভ সার্ভিসযোগ্য কোড এর পথ খুলে দেয়।

2 COVID-19-এর পরে অনলাইনে খরচ করার দিকে শিফট করা

COVID-19 চলাকালীন, চলাচলের বিধিনিষেধের কারণে অনলাইনে কেনাকাটার চাহিদার মধ্যে একটি বৃদ্ধি দেখা গিয়েছিল। ডিজিটাল কেনাকাটায় স্থানান্তরের একটি অংশ টিকে আছে এবং অনলাইন চাহিদায় একটি স্থায়ী বৃদ্ধি দেখা গেছে। প্রতিটি বিক্রেতার জন্য অনলাইনে উপস্থিত থাকা গুরুত্বপূর্ণ যাতে গ্রাহকরা যারা এখন অনলাইনে কেনাকাটা করছেন তারা বিক্রেতার দোকান খুঁজে পেতে পারেন।

3 ডিজিটাল স্টোরের উপস্থিতি

একটি ডিজিটাল স্টোর রক্ষণাবেক্ষণ করা একটি ফিজিক্যাল রিটেল স্টোরের তুলনায় অনেক সহজ যার জন্য লোকবল, স্থান, ভাড়া, ইনভেন্টরি ব্যবস্থাপনা ইত্যাদির ক্ষেত্রে বিনিয়োগের প্রয়োজন হয়। বিক্রেতারা একটি ডিজিটাল বিক্রেতা স্টোর পান যা বিদ্যমান এবং নতুন গ্রাহকদের সাথে তাদের সম্পূর্ণ ক্যাটালগ প্রদর্শনের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে।

4 কেনার বারংবারতায় বৃদ্ধি

ঘরে বসে অর্ডার করার সুবিধার সাথে, গ্রাহকরা এখন আরও ঘন ঘন অনলাইনে কেনাকাটা করে। বিক্রেতারা অনলাইনে নতুন গ্রাহকদের সম্মুখে তাদের ডিজিটাল উপস্থিতি ব্যবহার করতে পারে এবং তাদের বিদ্যমান গ্রাহকদের আরও ঘন ঘন কেনাকাটা করতে উৎসাহিত করতে পারে। সময়ের সাথে সাথে, বিক্রেতারা একটি নির্ভরযোগ্য খ্যাতি প্রতিষ্ঠা করতে পারে এবং একটি বিশ্বস্ত অনলাইন সম্প্রদায় তৈরি করতে পারে, ঠিক যেমনটি তাদের বর্তমান গ্রাহকদের সাথে অফলাইনে রয়েছে।

কেন ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে অনলাইনে বিক্রি করবেন?

একবার বিক্রেতারা অনলাইনে বিক্রির সুবিধা বুঝতে পারলে পরবর্তী যৌক্তিক প্রসঙ্গ হতে পারে কেন ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বিক্রি করবেন যখন অনলাইনে বিক্রয়ের সুবিধা প্রদান করে এমন আরো অন্যান্য চ্যানেল/প্ল্যাটফর্ম আছে। এই অধ্যায়টি এই প্রশ্নের সমাধান করার লক্ষ্যে।

1 একবারে একাধিক বায়ার অ্যাপ্লিকেশনের লাভ নেওয়ার সুবিধা

ONDC নেটওয়ার্ক-এর মাধ্যমে একজন বিক্রেতা ONDC নেটওয়ার্কে সক্রিয় সমস্ত বায়ার অ্যাপ্লিকেশন জুড়ে দৃশ্যমান থাকে। বিক্রেতাকে একাধিক অনলাইন প্ল্যাটফর্মে অনবোর্ড হতে, অপারেশন শিখতে এবং সম্পর্ক পরিচালনা করতে হবে না।

একক অনবোর্ড করার মাধ্যমে, বিক্রেতা সারা দেশ জুড়ে সমস্ত বায়ার অ্যাপ্লিকেশনের মাধ্যমে অভিজ্ঞ হয়। [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন: অধ্যায় 2\(ব্যবসায়িক নিয়ম\): 2.3.3\(i\) এবং\(k\), 2.4.6\]](#)

2 রেটিং-এর মালিকানা

একটি প্ল্যাটফর্মে কাজ করার সময় ব্যবসায়ীরা বিক্রেতা এবং বিক্রি হওয়া পণ্যগুলিকে রেটিং দেয়। রেটিংগুলি ক্রেতাদের বিক্রেতার কাছ থেকে কেনার সিদ্ধান্তে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। কিন্তু যদি একজন বিক্রেতা বিদ্যমান প্ল্যাটফর্ম থেকে বিক্রির জন্য একটি ভিন্ন প্ল্যাটফর্মে যাওয়ার সিদ্ধান্ত নেন, তবে তিনি বর্তমান রেটিংগুলিকে নতুন প্ল্যাটফর্মে নিয়ে যেতে পারবেন না এবং ভাল রেটিং তৈরি করতে শূন্য থেকে শুরু করতে হবে। ONDC নেটওয়ার্কে এমনটা হয় না, রেটিং-এর মালিকানা বিক্রেতাদের সাথে থেকে যায়। ভবিষ্যতে যদি বিক্রেতা ভিন্ন সেলার NPতে যাওয়ার সিদ্ধান্ত নেন তাহলে বিক্রেতা বর্তমান রেটিং ব্যবহার করা চালিয়ে যেতে পারেন। [\[ONDC নেটওয়ার্ক ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক নিয়ম\):2.5; আসন্ন স্কেরিং/ব্যাজিং নীতি\]](#)

3 সমস্ত বিক্রেতার জন্য নিরপেক্ষ সুযোগ-সুবিধা

ONDC নেটওয়ার্কে সমস্ত বিক্রেতাদের কাছে গ্রাহকদের বিক্রি করার সমান সুযোগ রয়েছে। বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের বিক্রেতাদের ফিল্টার/সর্ট করার জন্য ব্যবহৃত প্রতিটি প্যারামিটারের প্যারামিটার এবং ওজন প্রকাশ করতে হবে যাতে প্রতিটি বিক্রেতার সমান দৃশ্যমানতা এবং সুযোগ থাকে। [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন: অধ্যায় 2\(ব্যবসায়িক নিয়ম\): 2.3.3\(j\) এবং \(k\), 2.3.4, 2.4.6\]](#)

4 বিক্রেতারা তাদের নিজস্ব শর্তাবলী সেট করে

সমস্ত বায়ার অ্যাপ্লিকেশনগুলি জুড়ে বৈশিষ্ট্যের নমনীয়তার সাথে, বিক্রেতারা একটি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট নির্বাচন করার সময় তাদের নিজস্ব শর্তাবলীর জন্য সিদ্ধান্ত নিতে পারে। বিক্রেতারা তাদের রেটিং/খ্যাতি বজায় রেখে বিক্রেতা প্ল্যাটফর্মগুলি জুড়ে নির্বিঘ্নে স্থানান্তরিত হয়ে থাকে [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক নিয়ম\): 2.3.5,2.4.4\]](#)

5 একটি খরচ-সামগ্রী ই-কমার্স ভ্যালু চেইন

ডিজিটাল কমার্সের প্রতিটি লেগ আনবানডেল্ড থাকায়, বিক্রেতারা ই-কমার্স ভ্যালু চেইন সম্পূর্ণ করার জন্য অন্যান্য সক্ষম সার্ভিসের বিষয়ে চিন্তা না করেই তাদের মূল ক্রিয়াকলাপের উপর মনোনিবেশ করতে পারেন। (যেমন: মার্কেটিং, লজিস্টিকস, অনলাইন অভিযোগ নিষ্পত্তি, ইত্যাদি)।
উদাহরণস্বরূপ, [ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক নিয়মাবলী\): 2.3 এবং 2.4 \(NPS-এর ব্যক্তিগত দায়িত্বগুলি বর্ণনা করে\)](#) ONDC নেটওয়ার্ক কোর আর্কিটেকচার বেশ কিছু অংশগ্রহণকারীর সাথে প্রতিযোগিতামূলক খরচে বিস্তৃত সার্ভিস প্রদান করে, একটি প্রাণবন্ত নেটওয়ার্ক বিক্রেতাদের মার্জিন প্রেসার বেশি কিছুটা কমাতে পারে।

6 নিজের গ্রাহকদের চিনুন

বিক্রেতারা তাদের গ্রাহকের বিবরণ (গ্রাহকের নাম, ফোন নম্বর, ঠিকানা, ইমেল আইডি) [\[ONDC প্রোটোকল স্পেসিফিকেশন\]](#) বায়ার বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট নির্বিশেষে বা অন বা অফ নেটওয়ার্কে ডেলিভারি হয় কিনা তা নির্বিশেষে জানতে পারে। [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন: অধ্যায় 4 \(আচরণবিধি এবং নৈতিকতা\): 4.7; অধ্যায় 7 \(নেটওয়ার্ক ডেটা গভর্নেন্স\)\]](#)

অনবোর্ড করার সময় বিক্রেতার উদ্ব্গগুলি পরিচালনা করা

বিক্রেতাদের ONDC নেটওয়ার্কে যোগদান করার জন্য ব্যবসায়িক ধারণা উপস্থাপন করা এবং রাজি করানোর সময়, বিক্রেতারা উদ্ব্গ উত্থাপন করবে। সেলার NP দলকে এই ধরনের প্রশ্নগুলি পরিচালনা করার জন্য প্রস্তুত থাকতে হবে এবং বিক্রেতাকে বিশ্বাসযোগ্য কারণ দিতে হবে। এইখন্ডে, অনলাইনে বিক্রির সাথে সম্পর্কিত বিক্রেতাদের মূল উদ্ব্গগুলি তালিকাভুক্ত করা হয়েছে এবং খন্ডটি বর্ণনা করে যে এই ধরনের সমস্যাগুলি কীভাবে পরিচালনা করা যেতে পারে।



উদ্বেগ 1:

বিদ্যমান ই-কমার্স সেবা প্রদানকারীদের দ্বারা চার্জ করা হাই কমিশন

বিক্রেতাদের প্রধান উদ্বেগের মধ্যে একটি হল বিদ্যমান সেবা প্রদানকারীদের দ্বারা উচ্চ ফি চার্জ করা যা সেবা প্রদানকারীদের জন্য উল্লেখযোগ্য মার্জিনগত ক্ষতির দিকে পরিচালিত করে। NP বিক্রেতাদের কাছে নিচের বিষয়গুলো হাইলাইট করতে পারে:

- বিক্রেতারা শুধুমাত্র সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের সাথে লেনদেন করার পাশাপাশি বাণিজ্যের পছন্দের শর্তাবলী হিসাবে বিক্রেতা অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে স্বচ্ছন্দে চলাফেরা করার সম্পূর্ণ স্বাধীনতা পায়। বিক্রেতারা তাদের রেটিং/খ্যাতি ধরে রাখবে যখন তারা নির্বিল্পে সমগ্র বিক্রেতার প্ল্যাটফর্মগুলি [আসন্ন স্কোরিং/ব্যাঞ্জিং নীতি] স্থানান্তরিত করে।
- অন্য সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এ স্থানান্তরিত হওয়া আবিষ্কারযোগ্যতাকে প্রভাবিত করবে না। অতএব, বাজার শক্তি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের প্রতিযোগিতামূলক হার অফার করবে। সেলার নেটওয়ার্কের পার্টিসিপেন্ট নির্বিশেষে, সমস্ত বিক্রেতারা ক্রেতার প্রয়োজনীয়তা অনুসারে প্রাসঙ্গিক পণ্যগুলিকে হাইলাইট করে সমস্ত বায়ার অ্যাপ্লিকেশনে পাওয়া যাবে।
- ই-কমার্স ভ্যালু চেইনের সমস্ত অংশকে আনবানডেল্ড করে, বিক্রেতারা তাদের পণ্যের মূল দক্ষতার উপর মনোনিবেশ করতে পারে। বেশ কিছু অংশগ্রহণকারী প্রতিযোগিতামূলক খরচে বিস্তৃত সার্ভিস প্রদান করে, একটি প্রাণবন্ত নেটওয়ার্ক বিক্রেতাদের জন্য মার্জিনের চাপকে উল্লেখযোগ্যভাবে কমাতে পারে।

উদ্বেগ 2:

ই-কমার্স বিজনেসে রিটার্নগুলি

অতীতে যারা ই-কমার্সে বিক্রি করেছেন এবং যারা ই-কমার্সে কাজ করেননি কিন্তু বিক্রেতা সম্প্রদায়ের মধ্যে উচ্চ রিটার্নের কারণে ক্ষতির ঘটনা শুনেছেন এমন বিক্রেতাদের জন্য এটি একটি প্রাথমিক উদ্বেগ।

NP এর উচিত বিক্রেতাদের রিটার্ন সম্পর্কে শিক্ষিত করা এবং প্রয়োজন অনুসারে নিম্নোক্ত বিষয়গুলোকে হাইলাইট করা:

- বিভিন্ন ক্যাটাগরির বিভিন্ন রিটার্নের হার থাকে এবং যে ক্যাটাগরিতে একজন নির্দিষ্ট বিক্রেতা অনলাইনে বিক্রি করতে আগ্রহী হয় তার রিটার্নের হার কম হতে পারে
- সেই লিভারগুলি ব্যাখ্যা করা যা আয় নিয়ন্ত্রণ ও পরিচালনা করতে ব্যবহার করা যেতে পারে:
 - সঠিক তথ্য সহ উচ্চ মানের ক্যাটালগ
 - সময়মত পণ্য পাঠানো
 - প্রিপেইড অর্ডারের র সিওডি অর্ডারের তুলনায় উল্লেখযোগ্যভাবে কম রিটার্ন রয়েছে। রিটার্ন খরচ শোষণের জন্য পণ্য / বিভাগের মার্জিনের উপর ভিত্তি করে সিদ্ধান্ত নেওয়া যেতে পারে
 - বিক্রেতা সম্পূর্ণ এবং সঠিক অর্ডার পাঠাচ্ছেন তা নিশ্চিত করা
 - সিদ্ধান্ত নেওয়া যে পণ্যটিকে ফেরতযোগ্য / ফেরতযোগ্য নয় করা হবে কিনা।
- বিক্রেতারা তাদের মার্জিনে রিটার্নের খরচ তৈরি করতে পারে

উদ্বেগ 3:

পেমেন্ট নিষ্পত্তির সময়কাল

বিক্রেতার মূলত তাদের কার্যকরী মূলধন নিয়ে উদ্ভিগ্ন হয় যা অনলাইন বিক্রয় ব্যবসায় আটকে যেতে পারে। সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের অবশ্যই তাদের বিক্রেতাদের সাথে অর্থপ্রদানের শর্তাবলী সংজ্ঞায়িত করতে হবে এবং তারপর তাদের বিক্রেতাদের বিশ্বাস তৈরি করতে সময়মত অর্থ প্রদান নিশ্চিত করতে হবে।

[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন::

নোডাল-সদৃশ অ্যাকাউন্টে নির্মাণ সক্ষম করা অধ্যায়

3: বাণিজ্যিক মডেল (আসন্ন সংশোধন)] সেলার

নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টবিক্রেতার পেআউট থেকে তার নিজস্ব অর্থপ্রদান ডিলিঙ্ক করতে চাইতে পারে।

এছাড়াও, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট

বিক্রেতাদের সাথে উদ্ভাবনী সমাধান গ্রহণ করতে

পারে যেমন:

- স্ল্যাব তৈরি করুন: উচ্চ নির্ভরশীল বিক্রেতাদের জন্য দ্রুত পে-আউটের সাথে অন্য বিক্রেতাদের জন্য দ্রুত পে-আউটের জন্য প্রত্যাশিত বিক্রয়ের পরিমাণে সম্পর্কে জানানো। [ONDC প্রোটোকল বিশেষত্ব এবং পেমেন্ট/সেটেলমেন্ট ফ্রেমওয়ার্কের মাধ্যমে সক্ষম]
- আগে অর্থপ্রদানের জন্য সামান্য বেশি বিক্রেতার ফি-র বিকল্প প্রদান করুন

উদ্বেগ 4:

ই-কমার্চে কাজ করার সময় প্যাকেজ/পণ্যের ক্ষতির খরচ

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে অবশ্যই বিক্রেতাদের কাছে সেলার NP এর ক্ষতির বিষয়ে জানানোর প্রক্রিয়া এবং লজিস্টিক সেলার NP বনাম বিক্রেতার মধ্যে কীভাবে দায়িত্ব ভাগ করা হবে তা ব্যাখ্যা করতে হবে।

এর গুরুত্ব হাইলাইট করুন:

- সঠিক প্যাকেজিং
- পাঠানোর আগে প্যাকেজিংয়ের ছবি / ভিডিও ক্যাপচার করা,
- যদি ক্ষতিগ্রস্ত হয়ে থাকে, লজিস্টিক ডেলিভারির প্রমাণের নথিতে সেই বিষয়ে উল্লেখ করা
- নির্ধারিত টাইমলাইনে সেলার NP এর কাছে টিকিট বাড়ানো

বিক্রেতা সময়ের সাথে সাথে তার মার্জিনে ক্ষতির খরচও তৈরি করতে পারে একবার সে শুনে বিক্রির পরিমাণ বনাম ক্ষতির% ক্ষেত্রে।

উদ্বেগ নম্বর 5:

এটি ONDC নেটওয়ার্ক নীতির অধীনেও নিষিদ্ধ।

একটি প্রথাগত ই-কমার্স সেটআপে, বিদ্যমান প্ল্যাটফর্মগুলি তাদের ব্যক্তিগত লেবেলের বিক্রয় বা নির্দিষ্ট বিক্রেতাদের কাছে বিক্রয় করতে চাইতে পারে; ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের ডিকাপলিংএর সাথে বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট অনসন্ধান ফলাফলে অগ্রাধিকারমূলক আচরণ দিতে পারে না।

উদ্বেগ নম্বর 6:

মাঝারী থেকে দীর্ঘমেয়াদে মার্জিন উন্নত করা।

ONDC নেটওয়ার্ক বিক্রেতাদের প্রচার অফার করতে সক্ষম করবে, এবং বিক্রেতারা তাদের ব্যবসার স্বাস্থ্য অনুযায়ী মূল্যের বিষয়ে সিদ্ধান্ত নিতে পারবে। সময়ে সাথে সাথে যখন বিক্রেতাদের বিক্রি বিভিন্ন বায়ার অ্যাপ্লিকেশন জুড়ে বৃদ্ধি পায় এবং পরিমাণেও বৃদ্ধি ঘটে তখন তারা তাদের ডেলিভারকারীদের কাছ থেকে আরও ভাল দাম নিয়ে আলোচনা করতে পারে,

উদ্বেগ নম্বর 7:

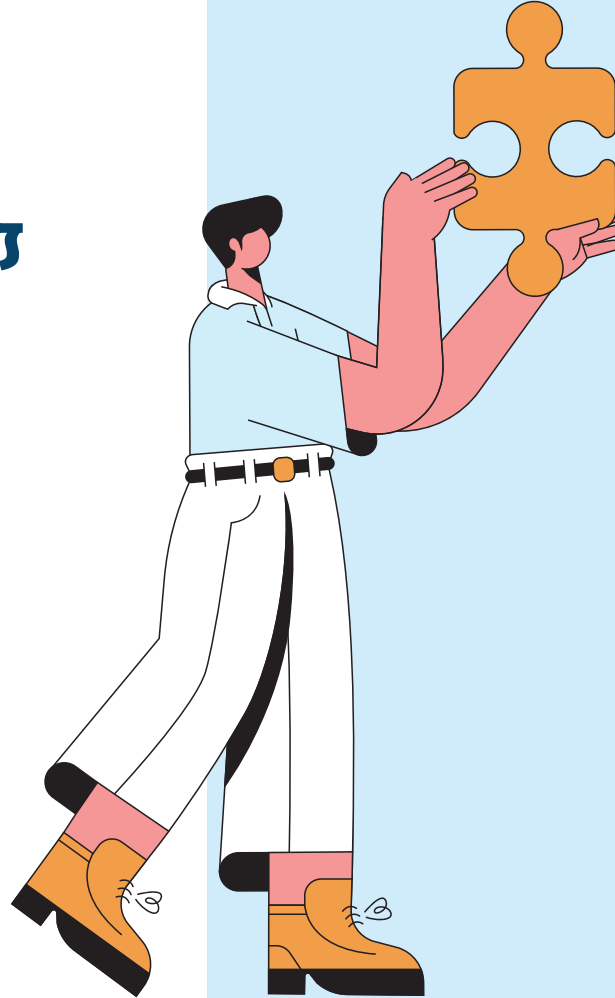
অতএব, বিক্রেতাদের সমান দৃশ্যমানতার জন্য বিজ্ঞাপনে বিনিয়োগ করার প্রয়োজন নেই।

একজন বিক্রেতাকে কি তাদের অনুসন্ধান র‍্যাঙ্কিং উন্নত করতে অতিরিক্ত ব্যয় করতে হবে? অন্যান্য প্ল্যাটফর্মের বিপরীতে, ONDC নেটওয়ার্কে প্রতিটি বিক্রেতার সম্ভাব্য গ্রাহকদের কাছে দৃশ্যমান হওয়ার জন্য সমান সুযোগ রয়েছে কারণ বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টরা বিক্রেতাদের ফিল্টার বা সাজানোর জন্য যে যুক্তি ব্যবহার করে তা প্রকাশ করতে বাধ্য।

যাইহোক, যদি বিক্রেতারা এখনও তা করতে চান, তাদের কাছে যেকোনো বায়ার অ্যাপ্লিকেশনে বিজ্ঞাপন দেওয়ার বিকল্প আছে।

বিক্রেতাদের কাছ থেকে প্রয়োজনীয় তথ্য সংগ্রহ করা:

একবার যখন সেলার NP আপনার বিক্রেতাদের অনবোর্ড হতে রাজি করান এবং তাদের সমালোচনামূলক উদ্বেগের উত্তর দেওয়ার পর বিক্রেতাদের কাছ থেকে গুরুত্বপূর্ণ বিশদ সংগ্রহ করার সময় আসে, যাতে আপনি অনবোর্ড করার প্রক্রিয়ায় কোনো অপারেশনাল চ্যালেঞ্জ বা বিলম্বের সম্মুখীন না হন। নীচে টেবিলে সেই প্রস্তাবিত তথ্য হাইলাইট করা হয়েছে যা বিক্রেতাদের রেজিস্টার করার জন্য এবং তাদের পণ্যগুলিকে ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে লাইভ বিক্রি করার জন্য প্রয়োজন হতে পারে



ক্রম নং	প্রয়োজনীয় তথ্য	সংগৃহীত (Y/N)
		✓ ✗
1	বিক্রেতার নাম - নিবন্ধনের জন্য প্রয়োজনীয়	
2	ব্যবসার নাম - নিবন্ধনের জন্য প্রয়োজনীয়	
3	বিক্রেতার PAN কার্ডের বিশদ - নিবন্ধনের জন্য বাধ্যতামূলক	
4	বিক্রেতা GST	
5	বিক্রেতার পরিপূর্ণতা কভারেজ সার্ভিসযোগ্যতা সংজ্ঞায়িত করার জন্য প্রয়োজনীয়	
6	বিক্রেতার দোকানের পিন কোড এবং ঠিকানা - লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক দ্বারা অর্ডার নেওয়ার জন্য প্রয়োজনীয়	
7	প্রতিশ্রুত শিপিং সময়	
8	বিক্রি করতে আগ্রহী পণ্য ক্যাটাগরী	
9	বিক্রয় মূল্য সহ বিক্রেতার কাছে উপলব্ধ SKU-এর বিস্তারিত তথ্য- ক্যাটালগ তৈরির জন্য প্রয়োজনীয়। (আমরা পরবর্তী খন্ড তে বিস্তারিতভাবে ক্যাটালগ তৈরির বিষয়ে বর্ণনা করেছি)	
10	বিক্রেতা কি ইতিমধ্যেই অনলাইনে বিক্রি করছেন - প্রশিক্ষণের প্রয়োজনীয়তা নির্ধারণের জন্য প্রয়োজনীয়।	
11	ইনডেন্টরি এবং মূল্য আপডেট করার জন্য বিক্রেতার প্রশিক্ষণের প্রয়োজনীয়তা পরীক্ষা করুন - প্রাপ্যতা এবং মূল্যের সঠিক তথ্য নিশ্চিত করার জন্য প্রয়োজনীয়	
12	অর্ডার প্রক্রিয়াকরণের বিষয়ে বিক্রেতার প্রশিক্ষণের প্রয়োজনীয়তা পরীক্ষা করুন - অর্ডার প্রক্রিয়াকরণের জন্য প্রয়োজনীয়	
13	অর্ডারের পরের সমস্যাগুলি নিশ্চিত করতে কমিশন, অপারেশনের খরচ - প্যাকেজিং, রিটার্ন, ক্ষতি ইত্যাদি সম্পর্কে বিক্রেতার বোঝাপড়া পরীক্ষা করুন	
14	ব্যবসায়িক আলোচনার জন্য বিক্রেতা SPOC: নাম, যোগাযোগ নম্বর এবং ইমেল - বৃদ্ধি এবং ব্যবসা নিয়ে আলোচনার জন্য	
15	অপারেশনের জন্য বিক্রেতার SPOC (নাম, যোগাযোগ নম্বর এবং ইমেল) - লজিস্টিক পিকআপ, অর্ডার প্রক্রিয়াকরণ ইত্যাদি অনুসরণ করুন - অপারেশন পরিচালনা এবং ক্রেতা দ্বারা জানানো সমস্যাগুলির জন্য প্রয়োজনীয়	

ক্রম নং	প্রয়োজনীয় তথ্য	সংগৃহীত (Y/N)
		✓ ✗
16	অ্যাকাউন্টের বিবরণের জন্য বাতিল করা চেক	
17	অন্যান্য বিবরণ যেমন ক্যাটাগরী নির্দিষ্ট প্রয়োজনীয়তাগুলি-যেমন F&B বিক্রেতাদের জন্য FSSAI লাইসেন্স নম্বর	
18	অভিযোগ নিষ্পত্তি অফিসের বিবরণ (যোগাযোগ নম্বর) (ই-কমার্স নিয়মের অধীনে)	

তথ্যটি প্রাপ্ত হওয়ার পর পরবর্তী পদক্ষেপ হিসাবে, সেলার NP -কে সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের প্রান্তে বিক্রেতাকে রেজিস্টার করতে হবে এবং বিক্রেতার একটি ক্যাটালগ তৈরি করতে হবে।

বিক্রেতাকে GST-এর গুরুত্ব বুঝতে সাহায্য করা গুরুত্বপূর্ণ। বিস্তৃতভাবে বলতে গেলে, GST বিক্রেতাকে তার ব্যবসা অপ্টিমাইজ করতে সাহায্য করে এবং এর নিম্নলিখিত সুবিধা রয়েছে:

বৈধতা: GST নিবন্ধন অসংগঠিত ক্ষেত্রের অনানুষ্ঠানিক কর্মী বা ব্যবসাকে আইনি স্বীকৃতি এবং বৈধতা দেয়। এটি গ্রাহকদের এবং ডেলিভারকারীদের সাথে বিশ্বাস গড়ে তুলতে সাহায্য করতে পারে এবং ব্যাঙ্ক থেকে ঋণ বা ক্রেডিট পাওয়া সহজ করে তুলতে পারে।

বর্ধিত প্রতিযোগিতা: নিবন্ধিত ব্যবসাগুলি সংগঠিত ব্যবসাগুলির সাথে একটি সমান স্তরে প্রতিদ্বন্দ্বিতা করতে পারে, কারণ তারা তাদের গ্রাহকদের কাছে GST সুবিধাগুলি প্রেরণ করতে সক্ষম হবে।

ব্যবসা করার সহজতা: GST নিবন্ধন অন্যান্য নিবন্ধিত সংস্থার সাথে ব্যবসা করা সহজ করে তোলে, কারণ একাধিক প্যারামিটার কর্তৃপক্ষের সাথে মোকাবিলা করার প্রয়োজন হয়না।

সরকারি স্কিমগুলির অভিজ্ঞতা: নিবন্ধিত ব্যবসাগুলি বিভিন্ন সরকারি স্কিম এবং সুবিধাগুলি পেতে পারে, যা তাদের বৃদ্ধি এবং প্রসারণে সহায়তা করতে পারে।

অধ্যায় 3

ক্যাটালগ তৈরির

একবার বিক্রেতার অনবোর্ড করা সম্পূর্ণ হলে পরবর্তী ধাপ হল বিক্রেতার Seller নেটওয়ার্ক অংশগ্রহণকারীর মাধ্যমে যে পণ্যগুলি বিক্রি করতে চায় তার একটি ডিজিটাল ডেটাবেস তৈরি করা। এই খন্ডটিতে এই ডিজিটাল পেজগুলি তৈরি করার জন্য সর্বোত্তম অভ্যাসগুলির বিষয়ে বলা হয়েছে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

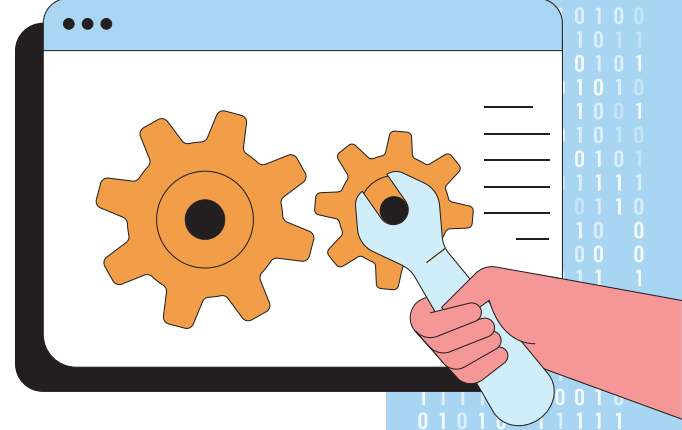
- একটি ক্যাটালগ কী এবং একটি ভাল মানের ক্যাটালগের গুরুত্ব কী তা বোঝা
- ক্যাটালগের বিভিন্ন দিকগুলির জন্য সামগ্রী তৈরি করার জন্য সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি: পণ্যের শিরোনাম, চিত্র, মূল বৈশিষ্ট্য, পণ্যের বৈশিষ্ট্য, বৈশিষ্ট্য এবং ফিল্টার, পণ্যের স্পেসিফিকেশন, FAQ
- ক্যাটালগ তৈরির জন্য কী করতে হবে এবং কী করবেন না

একটি ই-কমার্স ক্যাটালগ কি?

একটি ক্যাটালগ দুটি স্বতন্ত্র উপাদান নিয়ে গঠিত হয়: ব্যাকএন্ড, ডাটাবেস নামে পরিচিত (ক্রেতাদের কাছে দৃশ্যমান নয়), এবং ফ্রন্টএন্ড, ডিসপ্লে/ইউজার ইন্টারফেস (ক্রেতাদের কাছে দৃশ্যমান) হিসাবে উল্লেখ করা হয়।

ডেটাবেস

এটি পণ্যের তথ্যের ডাটাবেস। অনলাইনে বিক্রি করা প্রতিটি পণ্যের নির্দিষ্ট কিছু তথ্য থাকে যা অবশ্যই ডাটাবেসে সংরক্ষণ করতে হবে। সেই তথ্যের মধ্যে রয়েছে পণ্যের নাম (শিরোনাম), MRP, বিক্রয় মূল্য, উপলব্ধ ইনভেন্টরি, পণ্যের মূল বৈশিষ্ট্য এবং বিবরণ, প্রায়শই জিজ্ঞাসিত প্রশ্ন (FAQ) ইত্যাদি। আমরা এই খন্ড তে এই প্রতিটি উপাদানের মধ্যে মনোনিবেশ করবো এবং সেরা অনুশীলনগুলি শেয়ার করব।



ডিসপ্লে/ইউজার ইন্টারফেস

ব্যাকএন্ডে সংরক্ষিত তথ্য একটি ওয়েবপেজ বা মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন পেজের আকারে ক্রেতাদের দেখানো হয়। এটি এমন একটি পেজ যা একজন ক্রেতা একটি ওয়েবসাইট বা মোবাইল অ্যাপ্লিকেশনে দেখেন: এই ওয়েবপেজ/মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন পেজটি একটি নির্দিষ্ট পণ্যের জন্য অনন্য এবং এতে পণ্য সম্পর্কিত বিশদ যেমন পণ্যের ছবি, বিক্রয় মূল্য এবং পণ্যের MRP অন্তর্ভুক্ত থাকবে। একটি 'বাই নাউ' এবং 'অ্যাড-টু-কার্ট' বোতামও এই পৃষ্ঠটিতে রয়েছে। একটি নির্দিষ্ট পণ্যের জন্য তৈরি করা অনন্য ওয়েব পেজ/মোবাইল অ্যাপ্লিকেশন পেজকে ই-কমার্স ভাষায় প্রোডাক্ট ডিসপ্লে পেজ (PDP) বলা হয়।

অনলাইন বিক্রয়ে উচ্চ-মানের ক্যাটালগের গুরুত্ব

অনলাইনে একটি পণ্য কেনার সময়, গ্রাহক বিক্রেতার সাথে দেখা করতে পারে না, ব্যক্তিগতভাবে, বা দোকানে শারীরিকভাবে পরিদর্শন করতে পারে না এবং যেকোনো ধরনের সন্দেহের ব্যাখ্যা করতে সরাসরি প্রশ্ন করতে পারে না।

এইভাবে, এটি গুরুত্বপূর্ণ হয়ে ওঠে যে ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নেওয়ার জন্য প্রয়োজনীয় সমস্ত তথ্য ক্রেতার কাছে কাঠামোগত এবং সংক্ষিপ্তভাবে উপস্থাপন করা হয়।

যেহেতু ক্রেতা শারীরিক সংযোগ ছাড়াই ক্রয় করছেন এবং ক্রয়ের কয়েক দিন পরে পণ্যটি পাবেন এবং পণ্যটি গ্রহণের আগে অর্থপ্রদানও করতে পারে, তাই একটি ভাল মানের ক্যাটালগ পণ্যের বিক্রেতা এবং পণ্যের গুণমানের উপর আস্থা তৈরি করতে সহায়তা করে।

একটি উচ্চ মানের ক্যাটালগ বিক্রেতাদের সাহায্য করবে

- বিক্রয় উন্নত করতে
- রিটার্ন কমাতে
- গ্রাহকদের সঠিক পণ্য নির্বাচন করার জন্য নেওয়া সময় কমাতে
- গ্রাহকদের অনুসন্ধান এবং পরিচিতি হ্রাস করতে
- বিক্রেতার রেটিং উন্নত করতে যার ফলে পুনরাবৃত্তি এবং নতুন অর্ডার উন্নত করতে সাহায্য করে

তথ্যের উৎস

ক্যাটালগ তৈরির জন্য পণ্যের তথ্যের প্রয়োজন হয়, নীচে বিক্রেতা এবং সেলার NP এই তথ্য পেতে পারে এমন প্রস্তাবিত উৎস এবং উপায়গুলি রয়েছে:

- ব্র্যান্ড পণ্যের জন্য ব্র্যান্ডের স্ক্যাটালগের ফিজিক্যাল কপিগুলিতে সমস্ত তথ্য/স্পেসিফিকেশন থাকে
- অনেক ব্র্যান্ডের পণ্য সম্পর্কে বিবরণ সহ তাদের অনলাইন স্টোর রয়েছে
- ONDCনেটওয়ার্ক-এর মাধ্যমে পণ্য বিক্রি করে এমন একজন প্রস্তুতকারককে তার নিজস্ব সামগ্রী তৈরি করতে হবে
- তৃতীয় পক্ষের ক্যাটালগিং সার্ভিস প্রোভাইডারদের থেকে সাহায্য নেওয়া: সেলার NP তাদের বিক্রেতাদের জন্য সর্বোত্তম চুক্তির প্রয়োজনীয়তা একত্রিত করার জন্য একটি সার্ভিস প্রোভাইডারের সাথে চুক্তি করতে পারে
- সেলার NP তাদের বিক্রেতাদের জন্য একটি ইন-হাউস ক্যাটালগ তৈরি দল করতে পারে। তারা বিক্রেতাদের থেকে ন্যূনতম ফি নিতে পারে যাতে তারা বিক্রেতাদের অনবোর্ড করা এবং লিস্টিং করা উৎসাহিত করতে পারে এবং বাড়াতে পারে। যেই সেলার NP একটি নির্দিষ্ট ব্র্যান্ডের ক্যাটালগের জন্য ডেটা তৈরি করে এই ডেটা সেইসব বিবিধ বিক্রেতার ব্যবহার করতে পারেন যারা সেই ব্র্যান্ডের একই পণ্য অনলাইনে বিক্রি করতে চান
 - এটি একই ক্যাটালগের প্রয়োজনীয়তা রয়েছে এমন নতুন বিক্রেতাদের বাজার করার সময় কমিয়ে দেবে
 - প্রতিটি বিক্রেতার খরচও হ্রাস করে কারণ সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট একাধিক বিক্রেতা জুড়ে একক প্রোডাক্ট পেজ তৈরি খরচ ভাগ করে দিতে পারে। স্বতন্ত্র বিক্রেতার তারপর তাদের পছন্দ অনুযায়ী ক্যাটালগের গুণমান আরও পরিবর্তন/উন্নত করতে বেছে নিতে পারেন

পণ্যের জন্য গুণাবলী সংজ্ঞায়িত করা

গুণাবলী হল পণ্য বৈশিষ্ট্য/তথ্য যা প্রতিটি অনন্য SKU কে সংজ্ঞায়িত করতে সাহায্য করে। ক্যাটালগ তৈরির সময় এগুলি সংজ্ঞায়িত করা হয়। এই পণ্য বৈশিষ্ট্যগুলি সাহায্য করে:

- SKU এর বৈশিষ্ট্যগুলি সংজ্ঞায়িত করতে
- গ্রাহকের দৃষ্টিকোণ থেকে তারা গ্রাহকদের পণ্যটি আরও ভালভাবে বুঝতে এবং তাদের ক্রয়ের বিষয়ে একটি অবগত সিদ্ধান্ত নিতে সহায়তা করে
- বায়ার অ্যাপ্লিকেশন দ্বারা ফিল্টার তৈরি করার জন্য বৈশিষ্ট্যগুলি ব্যবহার করা হয় যা ক্রেতাদের তাদের প্রয়োজন অনুসারে পণ্যের নির্বাচনকে সংকুচিত করতে সহায়তা করে
- একটি পণ্যের প্রাসঙ্গিক বৈশিষ্ট্য না থাকলে, ক্রেতারা পণ্য সম্পর্কে সম্পূর্ণ তথ্য পেতে অক্ষম হবে এবং এই স্বচ্ছতার অভাবের কারণে ক্রয় না করার সিদ্ধান্ত নিতে পারে

- গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্যগুলির অনুপস্থিতিতে, গ্রাহক দ্বারা বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের উপর ফিল্টার ব্যবহার করার পর পণ্যটি ফলাফলে প্রদর্শিত নাও হতে পারে যার ফলে বিক্রেতা এবং সেলার NPS বিক্রয়ের ক্ষতি হয়



বাধ্যতামূলক সমালোচনামূলক বৈশিষ্ট্য:

এগুলি পণ্যের সেই বৈশিষ্ট্যগুলি যা ছাড়া গ্রাহক ক্রয়ের সিদ্ধান্ত নিতে সক্ষম হবে না। উদাহরণস্বরূপ, জুতার মত পণ্যের জন্য, জুতার আকার একটি বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্য হবে। একটি এয়ার কন্ডিশনার জন্য AC এর টেনেজ বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্য হবে। ONDC নেটওয়ার্ক প্রতিটি ক্যাটাগরীর জন্য বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্যগুলি সংজ্ঞায়িত করে এবং সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের প্রতিটি পণ্যের জন্য বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্য ক্ষেত্রগুলির মান যুক্ত করতে হবে। এছাড়াও বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টরা তাদের ক্রেতার অভিজ্ঞতা পরিচালনা করার জন্য কিছু বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্য ঘোষণা করতে পারে। [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন: অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক নিয়ম\): 2.3.3\(k\)\]](#)

নমুনা বাধ্যতামূলক সমালোচনামূলক বৈশিষ্ট্য: F&B

বৈশিষ্ট্যের গুণ	বাধ্যতামূলক
আইটেমের নাম	হ্যাঁ
খাবারের ধরন	হ্যাঁ
কতজন কে পরিবেশন করে	হ্যাঁ
অংশ আকার	হ্যাঁ
মুখ্য উপাদানগুলি	হ্যাঁ

ঐচ্ছিক বৈশিষ্ট্যগুলি

এটি ক্রেতাদের দেখানোর জন্য প্রবিধান দ্বারা বাধ্যতামূলক তথ্য। সেলার NP-এর উচিত BIS লেবেলিং প্রয়োজনীয়তা, আইনি পরিমাপবিদ্যা নিয়ম এবং গ্রাহক সুরক্ষা (ই-কমার্স নিয়ম), 2020, FSSAI-এর প্যাকেজিং এবং লেবেলিং প্রবিধানগুলির নির্দেশিকাগুলির জন্য নির্দেশিকাগুলি মেনে চলা। এর কয়েকটি উদাহরণ বিক্রেতার নাম, উৎপত্তি দেশের মতো বিশদ বিবরণগুলি হবে।

বাধ্যতামূলক তথ্যগত বৈশিষ্ট্য:

এগুলি এমন বৈশিষ্ট্য যা ছাড়াই গ্রাহকরা কেনার সিদ্ধান্ত নিতে পারেন তবে যদি কোনও গ্রাহক পণ্যটিকে আরও বিশদভাবে বুঝতে চান, গুণাবলী জুড়ে পণ্যগুলির তুলনা করতে চান তবে এটি থাকা ভাল। উদাহরণ স্বরূপ, একটি মোবাইল ফোন কেনার সময়, কোন ফোনের ব্যাটারি লাইফ সবচেয়ে বেশি তা নির্ধারণ করতে একজন গ্রাহক একটি ব্যাটারির মিলি অ্যাম্পিয়ার-আওয়ার (mAh) রেটিং, সেইসাথে প্রস্তুতকারকের দেওয়া আনুমানিক কথা বলার সময় এবং স্ট্যান্ডবাই টাইম দেখতে পারেন। বিভিন্ন মডেল জুড়ে এই বৈশিষ্ট্যগুলির তুলনা করার মাধ্যমে, গ্রাহকরা কোন ফোন তাদের চাহিদা মেটাতে এবং সামগ্রিকভাবে সর্বোত্তম মূল্য প্রদান করবে সে সম্পর্কে একটি সচেতন সিদ্ধান্ত নিতে পারেন।

সমস্ত গ্রাহকের ধরন/সেগমেন্টের জন্য ক্যাটালগ পর্যাপ্তভাবে সম্পূর্ণ হয়েছে তা নিশ্চিত করতে বিক্রেতারা যতটা সম্ভব গুণাবলী যোগ করার পরামর্শ দেওয়া হয়। মূল বৈশিষ্ট্য বা পণ্যের বৈশিষ্ট্যগুলির অধীনে পণ্যের পেজের প্রদর্শিত বৈশিষ্ট্যগুলির তালিকা করার সময় প্রথমে বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্যগুলি তালিকাভুক্ত করার এবং তারপরে অ-বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্যগুলির আরও বিশদে যাওয়ার পরামর্শ দেওয়া হয়।

ONDC নেটওয়ার্ক শিল্প অনুশীলনের উপর ভিত্তি করে প্রতিটি ক্যাটাগরীর জন্য বাধ্যতামূলক বৈশিষ্ট্য স্থাপন করেছে।

ক্যাটালগ তৈরির নির্দেশিকা

যেমন আলোচনা করা হয়েছে, একটি পণ্যের ক্যাটালগে চিত্র, শিরোনাম, মূল বৈশিষ্ট্য, পণ্যের বিবরণ, প্রায়শই জিজ্ঞাসিত প্রশ্নগুলির মতো বিভিন্ন খন্ড রয়েছে। নীচের খন্ড তে এই খন্ড গুলির প্রতিটি কী এবং এই খন্ডের প্রতিটির জন্য সেরা অনুশীলনগুলি বর্ণনা করা হয়েছে।

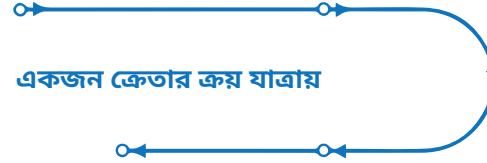
পণ্যের শিরোনাম

এটি প্রোডাক্ট ডিসপ্লে পেজের শিরোনাম যা পণ্যটির প্রতিনিধিত্ব করে যার জন্য পেজটি তৈরি করা হয়েছে।

কেন একটি প্রাসঙ্গিক পণ্য শিরোনাম তৈরি করা গুরুত্বপূর্ণ?

একটি বায়ার
অ্যাপে ক্রেতাদের
অনুসন্ধান

ক্রেতা অনুসন্ধান
ফলাফলের তালিকার
মাধ্যমে ব্রাউজ করে



একজন ক্রেতার ক্রয় যাত্রায়

প্রতিটি অনুসন্ধানের
ফলাফলের একটি
বিশিষ্ট উপাদান হল
শিরোনাম

প্রাসঙ্গিক শিরোনাম
নির্ধারণ করে যে ক্রেতা
ক্রয় সম্পূর্ণ করার জন্য
বিক্রেতার দোকান/পণ্য
ক্লিক করেন কিনা।

কিভাবে একটি শিরোনাম তৈরি করতে হয়?

শিরোনামে নিম্নলিখিত উপাদানগুলি থেকে কয়েকটির বা সবগুলিরসংমিশ্রণ অন্তর্ভুক্ত করা আবশ্যিক:

- ব্র্যান্ড/মেক
- পণ্যের নাম
- পণ্যের আইডি/মডেল
- সর্বাধিক সমালোচনামূলক বৈশিষ্ট্য/গুণাবলী (রঙ/আকার/লিঙ্গ/শৈলী/ USP ইত্যাদি)
- পণ্যের ধরন (ক্যাসুয়াল জুতো, টিশার্ট, বাগার, গম)

এই উপাদানগুলির নির্বাচন এবং তারপর ফরম্যাট ক্যাটাগরী অনুসারে পরিবর্তিত হবে। সাধারণ নিয়ম হিসাবে শিরোনাম নির্মাতার জন্য সবচেয়ে প্রাসঙ্গিক তথ্য মনে রাখা গুরুত্বপূর্ণ যা গ্রাহককে আশ্বস্ত করে যে তালিকাটি গ্রাহক যা খুঁজছে তার প্রতিনিধিত্ব করে এবং তারপর শিরোনাম তৈরি করতে উপাদানগুলিকে নির্বাচন ও সারিবদ্ধ করা।

ক্যাটেগরী	পণ্য	প্রাসঙ্গিকতা দ্বারা নির্বাচিত উপাদান	প্রস্তাবিত শিরোনাম
মুদিখানা	গম	পণ্যের নাম: আটা/গমের ব্র্যান্ড: আশীর্বাদ বৈশিষ্ট্য: সমগ্র গম, আকার: 10 kg	PQR আশীর্বাদ - হোল ছইট, 10 kg ব্যাগ
ফ্যাশন	শার্ট	ব্র্যান্ড: পিটার ইংল্যান্ড অ্যাট্রিবিউট- লিঙ্গ: পুরুষ, ফিট: স্লিম, রঙ: সাদা পণ্যের ধরন: শার্ট	পিটার ইংল্যান্ড, পুরুষদের স্লিম ফিট হোয়াইট শার্ট
ইলেকট্রনিক্স	মোবাইল ফোন	ব্র্যান্ড: Apple মডেল: iPhone 12 সমালোচনামূলক বৈশিষ্ট্য- রঙ: বেগুনি স্টোরেজ: 64 GB	Apple iPhone 12 কালো, 64 GB স্টোরেজ

করবেন না:

- X এমন শব্দ অন্তর্ভুক্ত করবেন না যা কোনো মূল্য যোগ করেনা
- X বানান ও ব্যাকরণগত ভুল করবেন না
- X সমস্ত তথ্য জোর করে ফিট করার চেষ্টা করবেন না, বরং শুধুমাত্র প্রাসঙ্গিক এবং সমালোচনামূলক তথ্য বেছে নিন

মুখ্য সুবিধাগুলি

এই খন্ডটি পণ্য/ব্র্যান্ডের অনন্য বিক্রয় প্রস্তাব তুলে ধরে। এই খন্ডটিকে বুলেট পয়েন্ট ফরম্যাটে ক্রেতার কাছে বিক্রয় পিচের একটি ভাগ হিসাবে বিবেচনা করুন।

সুপারিশ (পণ্যের ধরন/ক্যাটাগরীর প্রয়োজনীয়তা অনুযায়ী নির্বাচন করুন):

- পণ্যের প্রকারের জন্য শেষ ব্যবহারকারীর দ্বারা মূল্যবান বৈশিষ্ট্যগুলি: যেমন, পোশাকের জন্য - শীর্ষ মানের ফ্যাব্রিক, ঘাম শোষণকারী কাপড়, যত্ন সহজ। খাদ্য/প্রসারির জন্য - উপাদান/ব্যবহারের সুপারিশ/সুবিধা ইত্যাদি।
- পণ্য/বিনামূল্যে সেবার জন্য কত বছরের ওয়ারেন্টি বা গ্যারান্টি রয়েছে।
- ব্র্যান্ডের গ্রাহক সেবার যোগাযোগ নম্বর (যদি উপলব্ধ এবং প্রয়োজন হয়)।
- ব্র্যান্ড এর যোগাযোগের বিবরণ সহ ব্র্যান্ড থেকে ইনস্টলেশনের বিশদ যদি উপলব্ধ এবং প্রয়োজন হয় (যেমন, যন্ত্রপাতি)
- গুরুত্বপূর্ণ তথ্য: পণ্যের মূল স্পেসিফিকেশন

বিভাগটি -5 বুলেট পয়েন্টের মধ্যে সীমাবদ্ধ রাখার চেষ্টা করুন। আপনার যদি আরও পয়েন্ট থাকে তবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণগুলি বেছে নিন।

ছবি

পণ্যের পাতায় ছবির গুরুত্ব

পণ্যের ছবি হল প্রোডাক্ট ডিসপ্লে পেজের পণ্য দেখানোর জন্য প্রাথমিক ভিজ্যুয়াল উপাদান। ক্রেতা ক্রয় থেকে কী আশা করতে পারে তা স্পষ্টভাবে দেখানোর পাশাপাশি, একটি উচ্চ-মানের চিত্রও বিক্রেতার সত্যতা এবং পণ্যের গুণমানের উপর আস্থা তৈরি করতে সহায়তা করে। এটি আরও অর্ডার পেতে সাহায্য করে।

ভারতের একটি প্রধান ই-কমার্স প্লেয়ার গবেষণা করে পেয়েছে যে 63% গ্রাহক মনে করেন যে ছবিগুলি পণ্যের পর্যালোচনা বা বিবরণের চেয়ে বেশি গুরুত্বপূর্ণ।

অতএব, উচ্চ মানের পণ্যের ছবি থাকা গুরুত্বপূর্ণ। অন্য একজন প্রধান প্লেয়ার উদ্ধৃত করেছেন যে তাদের বিক্রি হওয়া আইটেমগুলির 80% এর উচ্চ মানের চিত্র রয়েছে। একইভাবে, অন্য একটি বিদ্যমান ই-কমার্স মার্কেটপ্লেসের ই-কমার্স বিক্রেতাদের মধ্যে পরিচালিত গবেষণা অনুসারে, কর্পোরেট পণ্যের ডিডিও অন্তর্ভুক্ত করায় অনলাইন মার্কেটপ্লেস মুনাফা 144% বৃদ্ধি পেয়েছে।

মূল পরামর্শগুলি:

- পণ্যের কমপক্ষে 4টি ছবি (ক্যাটাগরী অনুসারে পরিবর্তিত হতে পারে, নির্দিষ্ট ক্যাটাগরীর জন্য 1-2টি ছবিও কাজ করতে পারে যেমন, বার্গারের মতো খাদ্য পণ্য)। সামনের দৃশ্য এবং পিছনের দৃশ্যের ছবি প্রদান করতে হবে।
- সামনে এবং পিছনে চোখের লেভেল দৃশ্য সহ বিভিন্ন কোণ থেকে পণ্যের ছবি
- প্রয়োজনে পণ্যের তথ্যের ছবি, যেমন, গ্রসারি পণ্যের পুষ্টি উপাদান, উপাদানের ছবি থাকা উচিত
- ইনফোগ্রাফিক্স পণ্যের বৈশিষ্ট্য দেখায় যদি প্রয়োজন হয়। যেমন, অফিস চেয়ার ব্যাকবেল্ড কোণ, পণ্যের আকারের তুলনা, পোশাকের আকারের চার্ট।
- ইনফোগ্রাফিক/ইমেজ পণ্যের আপেক্ষিক আকারের প্রতিনিধিত্ব করে। যেমন, একটি কলমের বিরুদ্ধে ফোন
- ছবিতে অতিরিক্ত উপাদান/পণ্য অন্তর্ভুক্ত করবেন না, ছবিটির শুধুমাত্র ক্রেতা যা পাবে তা উপস্থাপন করা উচিত।
- খাদ্য, গ্রসারি পণ্যের জন্য প্রস্তুতকারক/আমদানিকারকের FSSAI লাইসেন্স নম্বর

ছবির জন্য গুণমান পরামিতি:

- ✓ এটির ভাল রেজোলিউশন থাকা উচিত এবং সঠিক আকারের হওয়া উচিত (বায়ার অ্যাপে জুম করার সময় পিক্সেল করা উচিত নয়)।
- ✓ এটি একটি বিপরীত পটভূমি থাকা উচিত
- ✓ এটির পটভূমিতে ছায়া বা কোনো লেখা থাকা উচিত নয়
- ✓ পণ্য কেন্দ্রীয়ভাবে ছবির উপর সারিবদ্ধ করা উচিত
- ✓ এটি চোখের স্তরের কোণে ক্যাপচার করা উচিত
- ✓ প্রথম ছবিটি একটি ক্লোজ-আপ ছবি হওয়া উচিত নয় যা আংশিকভাবে পণ্যটিকে দেখাচ্ছে

পণ্যের সবিস্তার বিবরণী / টেকনোলজিগত বিবরণ

ক্রেতাদের তাদের কেনাকাটা সম্পর্কে সচেতন সিদ্ধান্ত নিতে সাহায্য করার জন্য ক্রয় করার জন্য প্রয়োজনীয় সমস্ত টেকনোলজিগত বিবরণ প্রদান করা গুরুত্বপূর্ণ, তাই এই খন্ডতে ব্র্যান্ড বক্স/প্যাকেজিং-এ উল্লিখিত সমস্ত টেকনোলজিগত বৈশিষ্ট্য অন্তর্ভুক্ত করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, একটি মোবাইল ফোন কেনার ক্ষেত্রে আপনি স্টোরেজ স্পেস, শিরোনামে RAM এবং মূল বৈশিষ্ট্যগুলির খন্ড গুলির মতো সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্যগুলি যোগ করতে পারেন তবে এই খন্ড তে কেবল এইগুলি নয় তবে সমস্ত টেকনোলজিগত বিবরণ অন্তর্ভুক্ত করা উচিত যা নির্মাতার দ্বারা ডেলিভার করা হয়, উদাহরণস্বরূপ পর্দার আকার, ক্যামেরার গুণমান, ক্যামেরার সংখ্যা, প্রসেসরের বিবরণ ইত্যাদি।

ক্যাটালগের এই খন্ডটি সাধারণত টেকনোলজিগত পণ্য যেমন মেশিন, অ্যাপ্লায়েন্স, কম্পিউটার এবং কম্পিউটার আনুষঙ্গিক, মোবাইল এবং মোবাইল আনুষঙ্গিক, IT এবং ইলেকট্রনিক্স ক্যাটাগরীগুলির জন্য প্রয়োজনীয় হয়।

একটি মোবাইল ফোনের জন্য নমুনা পণ্য সবিস্তার বিবরণী টেবিল

অপারেটিং সিস্টেম:	OxygenOS
আভ্যন্তরীণ স্টোরেজ:	128 GB
RAM:	8 GB
পণ্যের ভাইমেনশনগুলি:	7.6 x 0.8 x 16.3 cm
আইটেমের মডেল নম্বর:	OnePlus Nord 3 5G
ওয়্যারলেস কনিউনিকেশনস টেকনোলজিস:	সেলুলার
বিশেষ বৈশিষ্ট্যগুলি:	ফিঙ্গারপ্রিন্ট স্ক্যানার, পোরিলা গ্লাস, ক্যামেরা, ফাস্ট চার্জিং
রঙ:	কালো
ব্যাটারী পাওয়ার রেটিং:	5000 mAh
বাক্সে অভিরিক্ত আর কি আছে:	পাওয়ার অ্যাডাপ্টর, SIM ইজেক্টর, ওয়ারেন্ট কার্ড
স্ক্রীন সাইজ:	6.74 inches
ম্যানুফ্যাকচারার:	OnePlus
উৎপত্তির দেশ:	ভারত
আইটেমের ওজন:	192 g

পণ্যের বর্ণনা

নাম অনুসারে, পণ্যের বিবরণ হল একটি অনুচ্ছেদ ফরম্যাটে পণ্যের সংক্ষিপ্ত বিবরণ। পণ্যের জটিলতার উপর নির্ভর করে পণ্যের বিবরণ শুধুমাত্র 1 লাইন বা একাধিক লাইন হতে পারে। 'রাজমা' বা 'ধোসা'-এর মতো একটি খাদ্য পণ্যের জন্য একটি একক লাইন যথেষ্ট হতে পারে কিন্তু একটি প্রিন্টার, নিরাপত্তা ক্যামেরা বা ডিজাইনার কুর্তার মতো একটি পণ্যের জন্য পণ্য সম্পর্কে সম্পূর্ণ বিবরণ জানাতে 4-5 লাইনের প্রয়োজন হতে পারে। সম্পূর্ণ কিন্তু সংক্ষিপ্ত হওয়ার চেষ্টা করুন যাতে গ্রাহক পড়ার ক্ষেত্রে ন্যূনতম প্রচেষ্টা ব্যয় করে পণ্যটি বুঝতে পারেন।

যদিও পণ্যের বিবরণ পণ্যের সুবিধাগুলিকে হাইলাইট করে, এটি যেটি নয় তা হল কেবলমাত্র পণ্যের সবিস্তার বিবরণীর পুনঃলিখন, বরং তার পরিবর্তে এটি ক্রেতার মনকে আকর্ষণ করার জন্য আরও অনেক কিছু হওয়া উচিত। শ্রেষ্ঠত্বের ব্যবহার, অনন্য হওয়া, গল্প বলা, এবং সামাজিক প্রমাণ এই খন্ডটি ভালভাবে লেখার সময় আপনাকে সাহায্য করতে পারে।

পণ্যের বিবরণ লেখার সময় মনোনিবেশ করুন:

- পণ্যটি ক্রেতার জন্য কোন সমস্যা সমাধান করে?
- কোথায় এবং কখন ক্রেতা এই পণ্যটি ব্যবহার করতে যাচ্ছে?
- ক্রেতার কাছে বাজারের অন্যান্য পণ্যের চেয়ে এই পণ্যটি কীভাবে ভালো?
- ক্রেতাদের সমস্যা সমাধানে পণ্যটি কীভাবে কাজ করে?

পণ্যের বিবরণ লেখার সময় নিম্নলিখিতগুলি করা এড়িয়ে চলুন:

- × অযথা অনেক শব্দ ব্যবহার করা
- × ব্যাকরণগত ভুল
- × বোঝা কঠিন এমন শব্দ ব্যবহার করা
- × অন্য কোথাও থেকে বর্ণনা অনুলিপি করা নকল সামগ্রী এড়িয়ে চলুন

FAQ

এই খন্ডের উদ্দেশ্য হল পণ্য বা পণ্যের ক্যাটাগরী সম্পর্কিত গ্রাহকদের কাছে থাকা বা থাকতে পারে এমন কিছু সাধারণ প্রশ্ন সরাসরি উটার দেওয়া। এটি গ্রাহককে পণ্যের পেজের ধরে রাখতে এবং সাধারণ প্রশ্নের উত্তর পেতে সার্চ ইঞ্জিন বা অন্যান্য পোর্টালে যেতে বাধা দিতে সহায়তা করে। একজন গ্রাহক বেড়িয়ে যাওয়ার ঝুঁকি হল যে তারা হয়তো কখনই পণ্যের পেজে ফিরে আসবে না কারণ তারা তাদের অনুসন্ধান হারিয়ে ফেলে এবং ক্রয়ের যাত্রা থেকে বাদ পড়ে যায়।

সংক্ষেপে, FAQ ফরম্যাট সাহায্য করে:

- সাধারণ প্রশ্নের উত্তর খুঁজতে গ্রাহকদের সময় কমিয়ে দেয়
- ক্রয়ের সিদ্ধান্তে আস্থা তৈরি করে
- গ্রাহকদের প্রশ্ন সম্পর্কে তাদের বোঝাপড়া তুলে ধরে বিক্রেতার প্রতি আস্থা তৈরি করে
- পণ্য পেজের গ্রাহকদের ধরে রাখে

FAQ প্রশ্নগুলির উদাহরণ

ক্যাটাগরী - পোশাক

FAQ 1: এটা কি পুরু উপাদান?

FAQ 2: আমি কি এটি সহজে ধুতে পারি?

FAQ 3: ধোয়ার পরে কি এটি সঙ্কুচিত হয়?

FAQ 4: ট্রাউজারের দৈর্ঘ্য কত?

ক্যাটাগরী - প্রিন্টার

FAQ 1: প্রিন্টারের কি স্ক্যান করার ক্ষমতা আছে?

FAQ 2: প্রিন্টার কি সমস্ত ল্যাপটপের সাথে সামঞ্জস্যপূর্ণ?

FAQ 3: আমি কি এই প্রিন্টারটিকে আমার মোবাইলের সাথে সংযুক্ত করতে পারি?

চাক্ষুষ উপস্থাপনা

ছবির পটভূমি

নন-কনট্রাস্টিং ব্যাকগ্রাউন্ড ❌



কনট্রাস্টিং ব্যাকগ্রাউন্ড ✔️



ছবির মান, যেমন

জুম ইন করার সময় যেন পিক্সেল আবছা না হয়ে যায়

খারাপ মানের ছবি-জুম ইন করলে ছবি ফেটে যাচ্ছে ❌



উচ্চ মানের ছবি-জুম ইন করলে ছবি ফেটে যাচ্ছে না ✔️



কনটেন্টের স্বচ্ছতা

যেমন- খাদ্য পণ্যের পুষ্টিগত মান পরিষ্কারভাবে দেখা যেতে হবে

পুষ্টি উপাদানের খারাপ দৃশ্যমানতা সহ ছবি ❌



পুষ্টি উপাদানের ক্লোজ-আপ এবং পরিষ্কার দৃশ্যমানতা সহ ছবি ✔️

Sample Text	0
Sample Text	140
Sample Text	0
	% Daily Value
Total Fat 0 G	0
Sample Text	0
Sample Text 0 Mg	0
Sample Text 120 Mg	5
Sample Text 5 G	12
Sample Text 0 Mg	0
Sample Text	0
Sample Text	0
Vitamin A	0

প্রথম ছবি-

প্রথম ছবিটি যেন ক্লোজ-আপ এবং একটি আংশিক ছবি না হয়

প্রথম ছবিটি ক্লোজ-আপে রয়েছে এবং প্রোডাক্টের একটি অসম্পূর্ণ ছবি ❌



প্রথম ছবিটি পণ্যের একটি সম্পূর্ণ ছবি ✔️



গুরুত্বপূর্ণ করণীয়গুলি

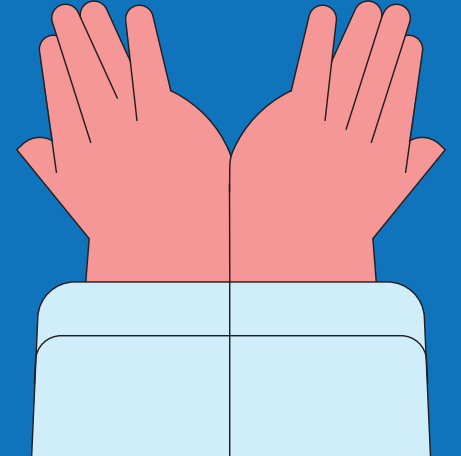
- শিরোনাম/বুলেটপয়েন্ট/পণ্যের বিবরণে পণ্যের USP অগ্রিমভাবে প্রদান করুন
- ছবিতে আকারের তুলনার মতো ইনফোগ্রাফিক ব্যবহার করুন
- পণ্য অনুসন্ধানের জন্য ক্রেতা কী ব্যবহার করবে তা মাথায় রেখে শিরোনামে কীওয়ার্ড ব্যবহার করা
- পাস করা ক্যাটালগ তথ্যের সঠিকতা নিশ্চিত করা

অনুগ্রহ করে মনে রাখবেন বায়ার নেটওয়ার্ক অংশগ্রহণকারীদের তালিকা করার জন্য কিছু ন্যূনতম মান থাকতে পারে [ONDC ওয়েবসাইট: Ch 2 (ব্যবসায়িক নিয়মাবলী): 2.4.13, 2.4.14, 2.4.15]-এ শাসন এবং নীতিগুলি দেখুন। বায়ার অ্যাপ্লিকেশনগুলিতে ব্যবহৃত বাছাই এবং ফিল্টারিং যুক্তির ভিত্তিতে ক্রেতা অ্যাপ্লিকেশনগুলিতে আরও ভাল মানের ক্যাটালগের ফলে আরো ভাল দৃশ্যমানতা পাওয়া যেতে পারে।

এছাড়াও অনুগ্রহ করে পড়ুন:

- খাদ্য সম্পর্কিত পণ্যগুলির জন্য FSSAI লেবেলিং প্রয়োজনীয়তা।
- আইনগত BIS লেবেলিং প্রয়োজনীয়তা
- ক্যাটালগিং জন্য মেট্রোলজি

ONDC নেটওয়ার্ক তার ক্যাটালগ অ্যাজ এ সার্ভিস [CAAS] উদ্যোগের মাধ্যমে ক্যাটালগ তৈরিতে অংশগ্রহণকারীদের সহায়তা দেওয়ার পরিকল্পনা করেছে। অংশগ্রহণকারীদের উপযুক্ত সময়ে সার্ভিস সম্পর্কে অবহিত করা হবে।



অধ্যায় 4

অর্ডার ব্যবস্থাপনা

একবার বিক্রেতারা অনবোর্ড হয়ে গেলে এবং ক্যাটালগটি লাইভ হয়ে গেলে, বিক্রেতারা ক্রেতাদের কাছ থেকে অর্ডার পাওয়ার জন্য প্রস্তুত হয়ে যায় - ক্রেতাদের নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের প্রাসঙ্গিক অনুসন্ধানের জন্য ক্যাটালগটি দৃশ্যমান হবে।

বিক্রেতাদের অবশ্যই নিশ্চিত করতে হবে যে একবার ক্রেতার দ্বারা তাদের পণ্যের ক্যাটালগের জন্য অর্ডার দেওয়া হলে, তারা যেন ক্রেতার কাছে সময়মতো থিমটি পাঠাতে সক্ষম হয়। একবার একটি কাস্টমারের দ্বারা সফলভাবে অর্ডার দেওয়া হলে তা ডেলিভারি না হওয়া পর্যন্ত অপারেশন পরিচালনার সম্পূর্ণ প্রক্রিয়া এবং তারপর ফেরত দিলে তা অর্ডার ব্যবস্থাপনার অধীনে আসে। এই ক্যাটাগরীতে, আমরা অর্ডার পরিচালনার জন্য সেরা অনুশীলনগুলি কভার করব।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- অর্ডার ম্যানেজমেন্ট ড্যাশবোর্ড এবং মূল বৈশিষ্ট্য এবং ড্যাশবোর্ডের প্রতিবেদন
- বিক্রেতা অর্ডার বাতিলকরণ পরিচালনার জন্য বোঝাপড়া এবং SOP
- অর্ডার ব্যবস্থাপনায় রিটার্ন পরিচালনার জন্য বোঝা এবং নির্দেশিকা
- অর্ডার ব্যবস্থাপনা কর্মক্ষমতা পরিমাপ এবং নিয়ন্ত্রণের জন্য কোন মেট্রিক্স ট্র্যাক করতে হবে তা বুঝান

বিক্রেতাদের কাছে অর্ডারের দৃশ্যমানতা: অর্ডার ম্যানেজমেন্ট ড্যাশবোর্ড

একবার বিক্রেতার পণ্যে অর্ডার দেওয়া হলে, অর্ডারটি বিক্রেতার কাছে দৃশ্যমান হওয়া উচিত যাতে তিনি অর্ডারটি প্রেরণের জন্য প্রস্তুত করার প্রক্রিয়া শুরু করতে পারেন এবং ক্রেতার কাছে ডেলিভারি করার জন্য লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকসের কাছে হস্তান্তর করতে পারেন। এটি হওয়ার জন্য, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট কে অবশ্যই বিক্রেতাদের একটি ড্যাশবোর্ড প্রদান করতে হবে যেখানে তারা লাইভ অর্ডার নিরীক্ষণ করতে পারে, তাদের পাঠানোর জন্য প্রস্তুত হিসেবে চিহ্নিত করতে পারে এবং প্রেরণের পরে অর্ডারের অবস্থা ট্র্যাক করতে পারে। [\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন: অধ্যায় 2 তে সাধারণ বাধ্যবাধকতা \(ব্যবসায়িক নিয়ম\): 2.4.1\]](#)

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ড্যাশবোর্ড (অর্ডার ম্যানেজমেন্ট সিস্টেম) তৈরি করার দুটি উপায় রয়েছে:

- অভ্যন্তরীণ প্রযুক্তি দলের মাধ্যমে এটি বিকাশ করুন
- অভ্যন্তরীণ প্রযুক্তি দলের যদি এর জন্য ক্ষমতা বা সামর্থ্যের ফাঁক থাকে তবে তৃতীয় পক্ষের প্রযুক্তিগত পরিষেবা প্রদানকারীদের কাছে আউটসোর্স করুন এবং এটি বিকাশ করুন



অর্ডার ম্যানেজমেন্ট সিস্টেম ক্ষমতা নির্দেশিকা

[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন এবং নীতি দেখুন:
অধ্যায় 2 (ব্যবসায়িক নিয়ম): 2.4.1, 2.4.3, 2.4.9, 2.4.13]

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা বিক্রেতাদের দেওয়া অর্ডার ম্যানেজমেন্ট সিস্টেমে বিক্রেতার জন্য নিম্নলিখিত কার্যকারিতা থাকা উচিত:

- বিক্রেতার তালিকায় নতুন ইনকামিং অর্ডারের দৃশ্যমানতা। নতুন ইনকামিং অর্ডারের জন্য অর্ডার ড্যাশবোর্ড/অ্যাপে বিক্রেতাদের বিজ্ঞপ্তি প্রক্রিয়া।
- অর্ডারের স্থিতির আপডেট যেহেতু এটি অর্ডারের রসিদ থেকে অর্ডারের চূড়ান্ত ডেলিভারি পর্যন্ত প্রবাহিত হয়।
- প্রক্রিয়াকরণ এবং অর্ডার প্যাক করা এবং এই প্রণালীতে পর্যায়গুলির গতিবিধি- লেবেল এবং চালানগুলি ডাউনলোড করা - একটি পণ্য প্রেরণের জন্য, বিক্রেতাকে প্যাকেজের ভিতরে অর্ডার দেওয়ার জন্য একটি চালান প্রিন্ট করতে সক্ষম হতে হবে এবং কাস্টমারের ঠিকানার বিবরণ সহ শিপিং লেবেল সহ স্টিকার প্রিন্ট করতে হবে। অর্ডার ড্যাশবোর্ড প্রতিটি অর্ডারের জন্য এই নথিগুলি তৈরি এবং মুদ্রণের কার্যকারিতা প্রদান করবে।
- ইন-ট্রানজিট এবং ডেলিভারি করা অর্ডার ট্র্যাকিং: অর্ডারের শিপমেন্টের পর এবং ডেলিভারির আগে অর্ডারের হাল নাগাদ করা স্ট্যাটাস বিক্রেতার কাছে দৃশ্যমান হওয়া উচিত।
- রিটার্ন এ থাকা এবং রিটার্ন করা অর্ডার ট্র্যাক করা: একবার অর্ডার রিটার্ন হলে বিক্রেতাকে এটা ট্র্যাক করতে সক্ষম হওয়া উচিত যে কোন অর্ডারগুলি বিক্রেতার কাছে রিটার্ন করা হচ্ছে।

- অর্ডার সম্পর্কিত সমস্যাগুলি উত্থাপন এবং ট্র্যাকিং: বিক্রেতাকে অবশ্যই ড্যাশবোর্ড থেকে সেলার NP এর কাছে একটি অর্ডারের বিপরীতে টিকিট বাড়াতে সক্ষম হতে হবে।
- প্রতিটি লাইভ পণ্যের সাপেক্ষে বিক্রয় মূল্য এবং ইনভেন্টরীর পরিমাণ আপডেট করা। ইনভেন্টরিটি আপডেট করা দরকার।

বিক্রেতা প্যানেলে প্রস্তাবিত রিপোর্ট

ফুলফিলমেন্ট রিপোর্ট

- অর্ডার রিপোর্ট: সমস্ত অর্ডার এবং পরিপূর্ণ অবস্থার বিস্তারিত রিপোর্ট
- পিকআপ রিপোর্ট: সমস্ত অর্ডার যা অবশ্যই পিক আপ করতে হবে/পিকআপের পুনরায় চেষ্টা করতে হবে
- রিটার্নস: ফেরত দেওয়া সমস্ত অর্ডারের বিবরণ এবং রিভার্স শিপমেন্ট স্ট্যাটাস ট্র্যাক করা

চালান এবং পেমেন্ট রিপোর্ট

- কমিশন চালান: সমস্ত মাসিক কমিশন চালান এখানে ট্র্যাক করা যেতে পারে
- লেনদেনের সাথে কমিশন চালান রিপোর্ট: কমিশন চালানোর সাথে সংযুক্ত বরাদ্দকারীদের লেনদেনের স্তরের বিবরণ পরীক্ষা করতে
- লেনদেন আইডি স্তরে UTR বিবরণ সহ পেমেন্ট রিপোর্ট

মূলতুবি, বাতিল এবং ফেরত অর্ডারের বিষয়ে রিপোর্ট: সেই সমস্ত অর্ডারের বিশদ বিবরণ যা অর্ডার বাতিলকরণ, পেমেন্ট উইন্ডো বন্ধ না হওয়া বা অর্ডার ফেরত দেওয়ার কারণে এখনও পরিশোধযোগ্য নয়

ট্যাক্স রিপোর্ট

GSTR রিটার্ন ফাইল করতে সাহায্য করার জন্য সংক্ষিপ্ত তথ্য

ইনভেন্টরি স্বাস্থ্য রিপোর্ট

সিস্টেমে বর্তমান ইনভেন্টরি, খরচের হার, দিন বাকি, ইনভেন্টরি স্বাস্থ্যের অবস্থা সহ রিপোর্ট

বিক্রেতা বাতিলকরণ ব্যবস্থাপনা

বিক্রেতা বাতিলকরণ:

আসুন আমরা দেখি একজন ক্রেতার দ্বারা অর্ডার বাতিলের বিভিন্ন কারণ কী হতে পারে এবং বিভিন্ন ধরনের ক্রেতা বাতিলকরণের পরিস্থিতি কমানোর জন্য স্ট্যান্ডার্ড অপারেটিং প্রসিজিয়ারগুলি কী কী।

ক্রেতা বাতিল করার কারণ	সমস্যার বর্ণনা	গাইডেন্স
ইনভেন্টরী উপলব্ধ নেই	অর্ডার আসার সময় ক্রেতার কাছে ইনভেন্টরী নাও থাকতে পারে। এর একাধিক কারণ থাকতে পারে যার মধ্যে রয়েছে - ইনভেন্টরী আপডেট না হওয়া, লাইভ থাকা পণ্য শেষ হয়ে যাওয়া, অন্যান্য চ্যানেলে ইনভেন্টরী বিক্রি হয়ে গেছে	বিক্রেতাদের দিক থেকে SOP সমস্যা। বিক্রেতা প্রশিক্ষণ প্রয়োজন: SOP সংজ্ঞায়িত করতে সাহায্য করে, নিচে SOP 1 দেখুন
টেক সমস্যা	এই পরিস্থিতিতে, যদিও বিক্রেতা সঠিক ইনভেন্টরী আপডেট করেছেন, যদি ড্যাশ বোর্ড থেকে অর্ডার প্লেসমেন্টে ইনভেন্টরী কম না হয় তবে প্রকৃত ফিজিক্যাল ইনভেন্টরী শূন্য হয়ে গেলেও বিক্রেতা অর্ডার পেতে থাকবে। এমন পরিস্থিতিতে বিক্রেতাকে অর্ডার বাতিল করতে হতে পারে।	টেক সমস্যা সেলার NP কে ইনভেন্টরী বিক্রি ত্রাস করছে না কেন তা পরীক্ষা করতে হবে

ক্রেতা বাতিল করার কারণ	সমস্যার বর্ণনা	গাইডেন্স
পণ্যের প্রাইসিং-এ ভুল	একটি ন্যূনতম মার্জিন রয়েছে যা একজন বিক্রেতা একটি পণ্যের বিক্রয় থেকে উপার্জন করার আশা করেন। যদি মূল্য নির্ধারণে কোনো ভুল হয়ে থাকে যা মার্জিন হ্রাস করে এবং ন্যূনতম প্রত্যাশিত মার্জিনের চেয়ে কম করে দেয় তাহলে বিক্রেতা অর্ডারটি পূরণ করতে ইচ্ছুক হবে না এবং এটি বাতিল করতে পারে।	বিক্রেতার পক্ষে SOP সমস্যা। বিক্রেতা প্রশিক্ষণ প্রয়োজন; SOP সংজ্ঞায়িত করতে সাহায্য করে, SOP 2 দেখুন
বিক্রেতা সমস্যা	যখন একটি অর্ডার দেওয়া হয় তখন কিছু বিক্রেতা প্রতিক্রিয়া নাও দিতে পারে/সাদা দেওয়া বন্ধ করে দিতে পারে যার ফলে সেলার NP অর্ডারটি বাতিল করতে পারে।	বিক্রেতার অভিজ্ঞতায় সমস্যা। (সতর্কতা > উন্নতির সময়কাল > নিষ্ক্রিয়করণ)

সেলার NP এটা নিশ্চিত করতে যে বিক্রেতা প্রাসঙ্গিক ক্ষেত্রগুলির সাথে ইনভেন্টরি স্ট্যাটাস রিপোর্ট ডাউনলোড করতে পারেন যা বিক্রেতা প্যানেলে ডেলিভার করা হয়েছে এবং বিক্রেতাকে প্রতিবেদন তৈরি ও পড়তে প্রশিক্ষণ দেওয়া হয়, ইনভেন্টরি রিপোর্ট তৈরির নির্দেশিকা এবং বিক্রেতার কীভাবে এটি ব্যবহার করতে পারে।

প্রস্তাবিত SOP 1 a: স্টক আউট পরিচালনা করা (পোশাকের মতো অবিলম্বে প্রেরণের ক্যাটাগরীগুলি): নিয়মিত ফ্রিকোয়েন্সিতে বিক্রেতার প্যানেল থেকে ইনভেন্টরি স্বাস্থ্য প্রতিবেদন ডাউনলোড করে। সমস্ত কলাম সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা পূর্বেই ভরে নেওয়া যেতে পারে এবং উপলব্ধ করা যেতে পারে।

পণ্য আইডি	পণ্যের নাম	ক্যাটেগরী	বর্তমান ইনভেন্টরি (A)	গত n দিন/ঘণ্টা দৈনিক গড় অর্ডার (B)	10 দিনের জন্য প্রত্যাশিত (C = B*10)	ইনভেন্টরী গ্যাপ (D= A-C)	ইনভেন্টরি স্ট্যাটাস
ABC1	XYZ	F&B	100	8	80	20	সবুজ
ABC2	PQR	মুদিখানা	50	6	60	-10	লাল
ABC3	RST	পোশাক	75	7	70	5	হলুদ

সেলার NP কে সেলার প্যানেল থেকে ইনভেন্টরি রিপোর্ট প্রদান করা উচিত।

রিপোর্ট তৈরির ধাপ:

ধাপ 1:

কলাম A: বিক্রেতা প্যানেল থেকে পণ্য লেভেল ইনভেন্টরি ডাউনলোড করুন। প্রতিটি প্রোডাক্ট আইডির বিপরীতে কলাম A-তে তার নম্বরটি পরীক্ষা করুন এবং একই কলামে উপলব্ধ প্রকৃত ফিজিক্যাল ইনভেন্টরি দিয়ে এটি সংশোধন করুন। বিক্রেতাকে বিক্রেতা প্যানেলের মাধ্যমে সঠিক ইনভেন্টরি আপডেট করতে হবে।

ধাপ 2:

কলাম B: এই কলামে, আপনি এই বিক্রেতার প্রতিটি স্টক করা আইটেমের জন্য "দৈনিক গড় বিক্রয়" দেখতে পারেন। এই কলামটি আগের 10 দিনের দৈনিক গড় বিক্রয় গণনা করে তৈরি করা হয়েছে।

ধাপ 3:

কলাম C: '10 দিনের জন্য প্রত্যাশিত অর্ডার'-এর কলামে, বিক্রেতার প্রত্যাশিত মোট অর্ডার দেখতে পাওয়া উচিত। বিক্রেতাকে অবশ্যই যে কোনো প্রত্যাশিত স্পাইক বা বিক্রয় হ্রাসের জন্য সামঞ্জস্য করতে হবে। স্পাইক বা ডিপ এর কারণ হতে পারে আসন্ন বিক্রয় মৌসুম বা উৎসব বিক্রয়ের সমাপ্তি, দাম হ্রাস বা বৃদ্ধি বা মৌসুমী পরিবর্তন। বিক্রেতাকে অবশ্যই এই কলামে একটি সামঞ্জস্যপূর্ণ সংখ্যা যোগ করতে হবে।

ধাপ 4:

কলাম D: ইনভেন্টরি গ্যাপ কলাম পরবর্তী 10 দিনের মধ্যে ইনভেন্টরি প্রত্যাশিত ঘাটতি বাঅতিরিক দেখায়। যদি এটি রেড জোনে থাকে, তাহলে এটি নির্দেশ করে যে একটি সমস্যা আছে। যখন অতিরিক্ত ইনভেন্টরি থাকে, তখন এটি গ্রিন জোনে পড়ে এবং এটি নির্দেশ করে যে আপনার ইনভেন্টরির অবস্থা ভালো। যদি এটি হলুদ অঞ্চলের অধীনে পড়ে তবে এর অর্থ হল আপনার ইনভেন্টরি প্রত্যাশিত বিক্রয়ের সামান্য উপরে। আপনার কাছে যথেষ্ট আছে। এছাড়াও, নিশ্চিত করুন যে হলুদ এবং লাল অঞ্চলের মধ্যে রেখাটি বিক্রেতার ব্যবসা/ক্যাটাগরীর স্তরে সংজ্ঞায়িত করা হয়েছে।

ধাপ 5:

লাল রঙের পণ্যগুলির জন্য নিম্নলিখিত সিদ্ধান্তগুলির মধ্যে একটি গ্রহণ করুন:

- বিক্রেতার কাছে অর্ডার দেওয়া থেকে প্রকৃত ডেলিভারি পর্যন্ত সময়ের মধ্যে বিবেচনা করে সঠিক সময়ে আরও অর্ডার করুন।
- বিক্রয় ক্ষতি গ্রহণ করার সিদ্ধান্ত নিন।

ধাপ 6:

হলুদ রঙের পণ্যগুলির জন্য পণ্যের স্তরে কুঁকি মূল্যায়ন করুন এবং সিদ্ধান্ত নিন

- পণ্যের বিক্রির প্রত্যাশিত পরিবর্তনশীলতা ভিত্তিতে আরও অর্ডার করবেন
- এখন অর্ডার করবেন না

যদি নিয়মিত বিরতিতে অনুসরণ করা হয় তবে এটি নিশ্চিত করবে যে অপরিবর্তিত স্টক আউটের কারণে যেন ন্যূনতম বিক্রেতা বাতিল হয় বা কোন বিক্রেতা বাতিলনা হয়।

প্রস্তাবিত SOP 1b: স্টক আউট পরিচালনা করা (F&B এর মতো তাত্ক্ষণিক প্রেরণ বিভাগ)

উপলব্ধ খাদ্য আইটেমগুলির ইউনিটগুলির সংখ্যা আপডেট করার বিকল্প নাও থাকতে পারে কারণ বিক্রেতা পণ্যগুলির তাত্ক্ষণিক প্রেরণ করে এবং খাবারের কাঁচামালের সাথে ইউনিটগুলির (যেমন ব্যাটার/ময়দা এর সাথে দোসার সংখ্যা) ম্যাপ করা কঠিন। এই বিভাগগুলিতে বিক্রেতা প্যানেলে বিক্রয়ের জন্য উপলব্ধ বনাম উপলভ্য নয় এমন পণ্যগুলি চিহ্নিত করার বিকল্প থাকা উচিত। এটি গুরুত্বপূর্ণ যে কোনও পণ্যেরপণ্যের কাঁচামাল শেষ হওয়ার সাথে সাথে যেন ইনভেন্টরি প্যানেল পরিচালনাকারী ব্যক্তির কাছে সময়মত তথ্য প্রবাহিত হয়। (উদাঃ F&B বিভাগের জন্য রান্নাঘর থেকে)

প্যানেল পরিচালনাকারী ব্যক্তির পক্ষে নীচের পদক্ষেপগুলি অনুসরণ করা গুরুত্বপূর্ণ:

- স্টোর খোলার সময়ের আগে, দলের সাথে সমন্বয় সাধন করুন এবং সেই দিনের জন্য বিক্রয়ের জন্য উপলব্ধ রয়েছে বা উপলভ্য নয় এমন পণ্যগুলি চিহ্নিত করুন।
- খোলা থাকার সময় কোনও SKU উপলভ্য নয় এমন তথ্য পাওয়া মাত্রই পণ্যটি অবিলম্বে উপলভ্য নয় তা চিহ্নিত করুন।
- সবচেয়ে খারাপ ক্ষেত্রে যদি সময়মতো তথ্য না পাওয়া যায় এবং অর্ডার পূরণ করা না যায়, তবে এই তথ্যের ভিত্তিতে পণ্যটি উপলভ্য নয় তা চিহ্নিত করুন। মিসগুলি ক্যাপচার করুন, পণ্য স্তরে নিদর্শনগুলি সনাক্ত করুন ও ভবিষ্যতে এই মিসগুলি যাতে না ঘটে তা নিশ্চিত করার জন্য কঠোর প্রক্রিয়াগুলি সংজ্ঞায়িত করুন।

প্রস্তাবিত SOP 2: মূল্য নির্ধারণ পরিচালনা করা

যদি কোনও পণ্যে জন্য বিক্রেতার দ্বারা সঠিক দামগুলি আপডেট না করা হয় তবে দুটি পরিস্থিতির মধ্যে একটি ঘটতে পারে:

- যদি দামগুলি অপ্রতিদ্বন্দ্বী হয় তবে বিক্রেতা সেই পণ্যগুলির জন্য সম্ভাব্য অর্ডার নাও পেতে পারে
- যদি দামগুলি প্রতিযোগিতামূলক হয়, তবে পছন্দসই মার্জিন প্রত্যাশা পূরণ না করে, তবে বিক্রেতা অর্ডার পেতে পারে যা বিক্রেতা পূরণ করতে সক্ষম নাও হতে পারে যার ফলে বিক্রেতা দ্বারা বাতিল করা হয়। একটি চরম ক্ষেত্রে হতে পারে যে যদি পণ্যটি উচ্চ বিক্রয় পণ্য হয় এবং দামগুলি ভুলভাবে কনফিগার করা হয় তবে বিক্রেতা পণ্যটির জন্য উচ্চ পরিমাণে অর্ডার পেতে পারে যা কম মার্জিনের কারণে বাতিল হতে পারে।

এই জাতীয় পরিস্থিতিগুলি নির্মূল / হ্রাস করা হয়েছে তা নিশ্চিত করার জন্য বিক্রেতাদের নিয়মিত বিরতিতে নীচের পদক্ষেপগুলি নেওয়ার জন্য প্রস্তাবিত করা হয়।

বিক্রেতা কে বিক্রেতা প্যানেল থেকে নীচের মূল্য ম্যাপিং রিপোর্ট (কলাম A থেকে D) ডাউনলোড করতে হবে এবং বিক্রেতা কে এই প্রতিবেদনের বিপরীতে E থেকে G কলাম তৈরি করতে হবে।

পণ্য আইডি (A)	পণ্যের নাম (B)	ক্যাটাগরি (C)	বর্তমান বিক্রয় মূল্য (D)	অন্য বিক্রেতাদের বিক্রয় মূল্য (E)	ক্রয় মূল্য (F)	বর্তমান মার্জিন (D-F/D) (G)	প্রত্যাশিত লাভ মার্জিন (H)

দাম সংশোধন/পরিবর্তনের জন্য বিক্রেতাকে নীচের পদক্ষেপগুলি অনুসরণ করতে হবে:

পদক্ষেপ 1

পদক্ষেপ 2

পদক্ষেপ 3

পদক্ষেপ 4

সর্বশেষ ক্রয় মূল্য যোগ করুন (কলাম F)

কলাম G-এর সূত্র অনুযায়ী বর্তমান মার্জিন গণনা করুন এবং আপডেট করুন

বিক্রেতা কে কলাম H-এ প্রত্যাশিত মার্জিন ম্যাপ করতে হবে

প্রতিযোগিতামূলক দামে পৌঁছানোর জন্য বিক্রেতা কে অন্যান্য বিক্রেতাদের কাছ থেকে বিক্রয় মূল্য ম্যাপ করতে হবে

পদক্ষেপ 5

পদক্ষেপ 6

পদক্ষেপ 7

প্রত্যাশিত মার্জিনের সাথে বর্তমান মার্জিন তুলনা করুন

ভিত্তি পদক্ষেপ 4 ও 5 ব্যবসায়ের অগ্রাধিকার অনুযায়ী মূল্য পরিবর্তন করে

বিক্রেতা কে সেই প্রতিটি পণ্যের বিপরীতে বিক্রেতা প্যানেলে নতুন মূল্য আপডেট করতে হবে যেখানে পরিবর্তন করা হয়েছে

মেট্রিক	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
বিক্রেতা বাতিলকরণের হার	বিক্রেতার অদক্ষতার কারণে হওয়া ব্যর্থতার হার সনাক্ত করতে সহায়তা করে	বিক্রেতার দ্বারা বাতিল করা অর্ডারের সংখ্যা / বিক্রেতার দ্বারা নিশ্চিত করা মোট অর্ডার	বিক্রেতা, সেলার NP
উচ্চ অর্ডার বাতিলকরণের হার রয়েছে এমন বিক্রেতাদের শতাংশ	বিক্রেতার গুণমান পরিমাপ করে	(বিক্রেতা যার >X% SC রয়েছে / মোট বিক্রেতার যারা অর্ডার নিশ্চিত করছেন) X100	সেলার NP

অনুগ্রহ করে মনে রাখবেন বিক্রেতার বাতিলকরণের ক্ষেত্রে অর্থ ফেরত ই-কমার্স নিয়ম 4(10), 6(3), 7(4), 8(10) দ্বারা পরিচালিত হয়

এছাড়াও ভোক্তা সুরক্ষা (ই-কমার্স) বিধি, 2020 4(11) এর অধীনে মূল্য হেরফের অনুমোদিত নয়; এবং [ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায় 2 (ব্যবসায়িক বিধি): 2.4.13 (h)]

গ্রাহক বাতিলকরণ পরিচালনা করা

গ্রাহক বাতিলকরণগুলি তদন্ত করা গুরুত্বপূর্ণ কারণ এইগুলি এমন অর্ডার যেখানে ক্রেতা অর্ডার বাতিল করার আগে গ্রাহকের কেনার অভিপ্রায় খুব বেশি ছিল। কিছু কারণ বিক্রেতা বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দৃষ্টিকোণ থেকে অনিয়ন্ত্রিত হতে পারে তবে বাতিলকরণ নিয়ন্ত্রণ এবং পরিচালনা করতে কিছু পদক্ষেপ নেওয়া যেতে পারে।

গ্রাহক বাতিলকরণের কারণ	সমস্যার বিবরণ	গাইডেন্স
চালানে বিলম্ব	ক্রেতা যখন একটি অর্ডার দেয় তখন ক্রেতা কে ডেলিভারির জন্য একটি টাইমলাইনে প্রতিশ্রুতি দেওয়া হয়। যদি অর্ডারটি প্রেরণ না করা হয় বা টাইমলাইনের মধ্যে ডেলিভারি না করা হয়, তাহলে ক্রেতা অর্ডারটি বাতিল করতে পারেন।	প্রেরণের সময়রেখা উন্নত করতে প্যাকেজিং এবং প্রেরণ দলের সাথে কাজ করুন। ইনভেন্টরি চেক SOP 1 প্রয়োগ করা হয়েছে এবং অনুসরণ করা হচ্ছে কিনা তা পরীক্ষা করে দেখুন।
ক্রেতা একই পণ্য অন্যত্র কম দামে খুঁজে পায়।	অর্ডার দেওয়ার পরে, ক্রেতা অন্যান্য সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের তালিকার মাধ্যমে ব্রাউজ করতে পারে বা অফলাইন বাজারে একই পণ্যের দাম অন্বেষণ করতে পারে। যদি কোনও ক্রেতা এই জায়গাগুলির যে কোনও একটিতে পণ্যটি কম দাম খুঁজে পান তবে তিনি বর্তমান অর্ডারটি বাতিল করতে এবং এই বিকল্প উত্সগুলি থেকে কম দামে কিনে নেওয়া বেছে নিতে পারেন।	বিক্রির দাম খুব বেশি কিনা তা পরীক্ষা করুন এবং মূল মার্জিন পরিবর্তন করুন, প্রয়োজনে কম খরচের উৎসের ব্যবহার করুন

গ্রাহক বাতিলকরণের কারণ	সমস্যার বিবরণ	গাইডেন্স
অর্ডার নিশ্চিতকরণের সময় জানানো সময়েরখাটি উচ্চ ছিল	ক্রোতা অর্ডার দেওয়ার আগে ডেলিভারির ETA নাও দেখতে পারে, অর্ডার দেওয়ার পরে যদি ক্রোতা ডেলিভারির ETA পরীক্ষা করে এবং এটি তার প্রত্যাশা থেকে বেশি বলে মনে করে তবে ক্রোতা অর্ডারটি বাতিল করতে বেছে নিতে পারে।	প্রেরণের জন্য যোগাযোগ করা 'টাইম ফর ডিসপ্যাচ' আসলের চেয়ে বেশি কিনা এবং প্রয়োজনে সঠিক কিনা তা পরীক্ষা করুন। যদি প্রেরণের প্রকৃত সময় বেশি হয় তবে সময়সীমা হ্রাস করতে এবং প্রেরণের জন্য লাগা সময় হ্রাস করতে প্রেরণ অপারেশনগুলিতে কাজ করুন। যদি লজিস্টিক সেলার NP / অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকসের ডেলিভারির জন্য বেশি সময় নিয়ে থাকে এবং এটি একটি ব্যর বার পুনরাবৃত্তি হওয়া সমস্যা হলে সেই বিভাগের জন্য অংশীদার পরিবর্তন করুন।
ক্রোতা তার মন পরিবর্তন করেছে	ক্রোতা এই মুহুর্তে বস্তুটি ক্রয় করার বিষয়েও মন পরিবর্তন করতে পারে।	অনিয়ন্ত্রিত
ক্রোতা ভুল করে অর্ডার করেছে	গ্রাহক ভুল করে অর্ডার করে থাকতে পারেন এবং পণ্যটির প্রয়োজনীয়তা নাও থাকতে পারে।	অনিয়ন্ত্রিত
ক্রোতা পরে প্রোমো-কোড/ভিন্ন ঠিকানা দিয়ে পুনরায় অর্ডার করবে	অর্ডার দেওয়ার পর ক্রোতা দেখেন যে পণ্যটির জন্য কিছু প্রমোশন/অফার চলছে যা তিনি অর্ডার দেওয়ার সময় প্রয়োগ করতে পারেননি। ক্রোতা প্রমোশন ব্যবহার করে অর্ডার দিতে চায় এবং তাই বর্তমান অর্ডারটি বাতিল করে।	অনিয়ন্ত্রিত

এই বিভাগে উল্লিখিত নির্দেশিকাগুলি অনুসরণ করার সময় সেলার NP নিশ্চিত করতে পারে যে তাদের বিক্রেতার কাজ করছে, মেট্রিক্সের সাহায্যে কর্মক্ষমতা পরিমাপ করা গুরুত্বপূর্ণ। এই বিভাগে, আমরা সেই মেট্রিকগুলি দেখব যা বিক্রেতা এবং সেলার NP স্তরে কর্মক্ষমতা পরিমাপ এবং নিরীক্ষণের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে এবং মেট্রিকগুলি খারাপ হলে সংশোধনমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ করা যেতে পারে।

মেট্রিক	কেন ক্রয়ক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
বিক্রেতা বাতিলকরণের হার	বিক্রেতার অদক্ষতার কারণে হওয়া ব্যর্থতার হার সনাক্ত করতে সহায়তা করে	বিক্রেতার দ্বারা বাতিল করা অর্ডারের সংখ্যা / বিক্রেতার দ্বারা নিশ্চিত করা মোট অর্ডার	বিক্রেতা, সেলার NP
<x% সেলার ক্যাম্বলেশন (SC) থাকা বিক্রেতার %	বিক্রেতার গুণমান পরিমাপ করে	(<x% SC থাকা বিক্রেতা / মোট বিক্রেতার যারা অর্ডার নিশ্চিত করেছে)(100	সেলার NP
গ্রাহক বাতিলকরণের হার	গ্রাহকদের দ্বারা করা বাতিলকরণগুলি ট্র্যাক করতে সহায়তা করে	(গ্রাহকদের দ্বারা বাতিল করা অর্ডারের সংখ্যা / মোট অর্ডার নিশ্চিত করা হয়েছে) X100	বিক্রেতা, সেলার NP

দয়া করে নোট করুন: বাতিল, রিটার্ন, রিফান্ড নীতি অগ্রিম ঘোষণা করতে হবে।
উপভোক্তা সুরক্ষা (ইকমার্স) বিধিমালা, 2020 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a)

এছাড়াও [ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায় 2
(ব্যবসায়িক বিধি): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16]



রিটার্ন ব্যবস্থাপনা

একবার পণ্যগুলি বিক্রেতার দ্বারা প্রেরণ করা হলে, নীচের পরিস্থিতিগুলির মধ্যে একটি ঘটতে পারে

- পণ্যটি ক্রেতার কাছে বিতরণ করা হয়, ক্রেতা পণ্যটিতে সন্তুষ্ট হয় এবং পণ্যটি গ্রহণ করে যার সাথে রিটার্ন উইন্ডোটি বন্ধ হয়ে যায়
- যখন ক্রেতার কাছে পণ্য ডেলিভারি করা হয় তখন ক্রেতা তা ফেরত দিতে চায় (তা একাধিক কারণে হতে পারে যেমন ক্রেতা তাদের মন পরিবর্তন করেছে, ক্যাটালগে যা দেখানো হয়েছে তার সাথে পণ্যের মিল নেই, পণ্যটি ক্ষতিগ্রস্ত), এই রিটার্নগুলিকে গ্রাহক রিটার্ন বলা হয়
- ক্রেতা অর্ডার গ্রহণ করতে অস্বীকার করায় পণ্যটি ক্রেতার কাছে সরবরাহ করা হয় না, লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস ক্রেতার কাছে পৌঁছাতে / সাথে যোগাযোগ করতে সক্ষম হয়নি, ক্রেতার ঠিকানা ভুল/অসম্পূর্ণ ছিল। এই রিটার্নগুলিকে রিটার্ন বিফোর ডেলিভারি (RBD) বলা হয়।

এই বিভাগটি উপরের শেষ দুটি পয়েন্টে সংঘটিত রিটার্নগুলি দেখায় এবং কীভাবে এই রিটার্নগুলি পরিচালনা করা যায় তার চারপাশের নির্দেশিকাগুলি দেখায়।

রিটার্নের জন্য যেই প্রক্রিয়াটি নির্ধারণ করতে হবে

রিটার্ন হয়ে গেলে, লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস পণ্যটি বাছাই করবে এবং এটি বিক্রেতার কাছে ফিরিয়ে দেবে। বিক্রেতাকে অবশ্যই একটি মসৃণ রিটার্ন হ্যান্ডলিং প্রক্রিয়ার জন্য নীচের ক্রিয়াকলাপগুলি সম্পাদন করার জন্য প্রক্রিয়াটি নির্ধারণ করতে হবে:

প্রক্রিয়া 1:

এটা সম্ভব যে যখন পণ্যটি বিক্রেতার কাছে ফেরত দেওয়া হয়, তখন এটি গ্রাহকের কাছ থেকে বা ফরোয়ার্ড বা বিপরীত ট্রানজিটে থাকা অবস্থায় ক্ষতিগ্রস্ত অবস্থায় থাকে। প্রেরণের সময়, বিক্রেতাকে অবশ্যই নিশ্চিত করতে হবে যে সঠিক পণ্যের প্রেরণ এবং প্যাকেজিংয়ের গুণমান (ভিডিও এবং চিত্রগুলির মাধ্যমে) এর অনুমোদন করার জন্য তার কাছে পর্যাপ্ত প্রমাণ রয়েছে। এটি বিক্রেতার দাবি প্রতিষ্ঠায় সহায়তা করবে এবং কোনও পণ্য ক্ষতিগ্রস্ত হলে প্রমাণ হিসাবে কাজ করবে।

প্রক্রিয়া 2(a):

যদি বিক্রেতা কোনও রিটার্ন অর্ডার পান এবং বাইরের প্যাকেজিংয়ে দৃশ্যমান ক্ষতি হয় যা অপব্যবহার এবং পণ্যটির সম্ভাব্য ক্ষতি নির্দেশ করে, তবে এটি লজিস্টিক প্রুফ অফ ডেলিভারি ডকুমেন্টে (POD) উল্লেখ করা উচিত।

প্রক্রিয়া 2 (b):

যদি বাইরের প্যাকেজিংয়ের কোনও ক্ষতি না হয়, তবে পরে বিক্রেতা বুঝতে পারে যে প্রকৃত পণ্য / ব্র্যান্ড বাক্সের ক্ষতি হয়েছে, বিক্রেতাকে সেলার NP এর সামনে নির্ধারিত সময়সীমার মধ্যে এই সমস্যাটি তুলে ধরতে হবে। নির্ধারিত সময়সীমার বাইরে উত্থাপিত দাবিগুলি গ্রহণ নাও করা হতে পারে। সেলার NP কে সংশ্লিষ্ট বিক্রেতাদের সাথে সময়সীমা নির্ধারন করতে হবে। লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের সময়রেখা অনুসারে সেলার NPকে লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের কাছে বিষয়টি উত্থাপন করতে হবে।

ডেলিভারির পর গ্রাহক রিটার্ন করে

এই বিভাগটি গ্রাহকের রিটার্নের কারণগুলি তুলে ধরে এবং এই জাতীয় রিটার্ন পরিচালনা করার জন্য নির্দেশিকার পরামর্শ দেয়। গ্রাহকের রিটার্নগুলি তদন্ত করা এবং হ্রাস করা গুরুত্বপূর্ণ কারণ এর ফলে অপারেশনগুলির ব্যয়, লজিস্টিক ব্যয় এবং ট্রানজিট ক্ষতির ঝুঁকি বহন করতে হয় কিন্তু শূন্য বিক্রয় হয়।

ডেলিভারির পরে গ্রাহক দ্বারা রিটার্ন করার কারণগুলি	সমস্যার বর্ণনা	উন্নতির জন্য নির্দেশিকা
ভুল পণ্য বিতরণ করা	এই পরিস্থিতিতে, বিক্রেতার প্রান্তে হওয়া একটি মিসের কারণে, একটি ভুল পণ্য বিতরণ করা হয়	<ul style="list-style-type: none"> ○ অর্ডার প্রেরণের আগে প্যাকেজিং সহযোগীদের জন্য একটি চেকলিস্ট তৈরি করুন। এটি প্যাকেজিং অঞ্চলের কাছে রাখুন
পণ্য ক্ষতিগ্রস্ত হওয়া	এই পরিস্থিতিতে, বিক্রেতার দ্বারা প্রাপ্ত পণ্যটি ক্ষতিগ্রস্ত হয়। হয় বিক্রেতার দ্বারা প্রেরিত পণ্যটি ক্ষতিগ্রস্ত ছিল বা এটি ট্রানজিটে ক্ষতিগ্রস্ত হয়েছিল	<ul style="list-style-type: none"> ○ ক্ষতিগ্রস্ত পণ্যের % পরীক্ষা করুন। যদি % উচ্চতর দিকে থাকে তবে এটি প্যাকেজিং মানের সমস্যার কারণে হতে পারে - হ্যান্ডবুকের প্যাকেজিং নির্দেশিকা বিভাগটি পরীক্ষা করুন ○ যদি প্যাকেজিং ভাল হয়, তবে লজিস্টিক স্তরের ক্ষতিগুলি পরীক্ষা করুন এবং লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকগুলিতে স্থানান্তরিত করুন যেখানে ক্ষতি কম হয়

ডেলিভারির পরে গ্রাহক দ্বারা রিটার্ন করার কারণগুলি	সমস্যার বর্ণনা	উন্নতির জন্য নির্দেশিকা
ডেলিভারি করা পণ্য প্রদর্শন পৃষ্ঠায় দেওয়া পণ্য থেকে ভিন্ন	ডেলিভারি করা পণ্যগুলি বিক্রের দ্বারা পণ্য প্রদর্শন পৃষ্ঠায় প্রদর্শিত পণ্য থেকে পৃথক - এটি চেহারা বা পণ্যের বৈশিষ্ট্যগুলির ক্ষেত্রে হতে পারে	<ul style="list-style-type: none"> ○ প্রদত্ত ক্যাটালগ ডেটা এবং তথ্য পরীক্ষা করুন। যদি কোনও ফাঁক থাকে তবে প্রকৃত পণ্যের সাথে সামঞ্জস্য রেখে পণ্য প্রদর্শন পৃষ্ঠাটি সংশোধন করুন
পণ্য কাজ করছে না	গ্রাহকদের দ্বারা প্রাপ্ত পণ্য কাজ করছে না	<ul style="list-style-type: none"> ○ ব্র্যান্ডেড পণ্যগুলির জন্য: ক্রটিযুক্ত পণ্যগুলির জন্য নিশ্চিত করুন যে ব্র্যান্ড নির্দেশিকাগুলি ব্র্যান্ডের হেল্পলাইন নম্বরের সাথে উল্লেখ করা রয়েছে ○ প্রস্তুতকারকের কাছ থেকে সরাসরি সরবরাহকারী দ্বারা প্রাপ্ত ব্যক্তিগত লেবেলের জন্য: যদি এটি একটি ওয়ান-অফ উত্পাদন ক্রটি হয় তবে কোনও প্রক্রিয়া স্তরের পদক্ষেপের প্রয়োজন নেই। যদি সমস্যাটির বার বার পুনরাবৃত্তি হয় তবে গুণমান উন্নত করতে প্রস্তুতকারকের সাথে যোগাযোগ করুন এবং উন্নতি না হওয়া পর্যন্ত বিক্রয় বন্ধ রাখুন
অসম্পূর্ণ অর্ডার বিতরণ করা হয়েছে	গ্রাহক একই পণ্যের একাধিক পণ্য বা একাধিক ইউনিট অর্ডার করেছিলেন তবে সম্পূর্ণ অর্ডারের একটি অংশ পেয়েছিলেন	<ul style="list-style-type: none"> ○ প্যাকেজিং সহযোগীদের জন্য এবং পণ্য প্রেরণের আগে একটি চেকলিস্ট তৈরি করুন। এটি প্যাকেজিং অঞ্চলের কাছে রাখুন ○ নির্দিষ্ট ক্ষেত্রে, গ্রাহকের সাথে আলোচনা করে দেখুন যে তিনি সমস্যাটি বন্ধ করার জন্য বাকী অর্ডারটি আলাদাভাবে প্রেরণের জন্য সম্মত হন কি না।
গ্রাহকের মন বদলে গেছে	গ্রাহকরা আর ডেলিভারি করা পণ্যের প্রয়োজনীয়তা অনুভব করেন না	<ul style="list-style-type: none"> ○ রিটার্ন % কম হলে কোনও পদক্ষেপের প্রয়োজন নেই যদি রিটার্ন খুব বেশি হয় তবে বিক্রের তারা একটি পদক্ষেপ নিতে পারে যাতে ○ পণ্যটি শুধুমাত্র প্রিপেইড করা হবে <ul style="list-style-type: none"> - অর্ডার কমে গেলেও রিটার্নও কমে যাবে - বিক্রের তারা পণ্য ফেরতযোগ্য নয় এমনও করতে পারেন
ফিট/আকারের সমস্যা	এটি ফ্যাশন বিভাগের ক্ষেত্রে হবে যেখানে বিতরণ করা পণ্যের আকার গ্রাহকের ফিট হয় না	<ul style="list-style-type: none"> ○ রিটার্ন গ্রহণ করুন ○ শুধুমাত্র বিনিময়ের অনুমতি দিন ○ আকারের চার্টটি আপডেট হয়েছে এবং পণ্যের জন্য সঠিক কিনা তা নিশ্চিত করতে PDP পরীক্ষা করুন।

ব্যবসায়ের নিয়ম স্তরে সংজ্ঞায়িত গ্রাহকের রিটার্নের জন্য দুটি পরিস্থিতি থাকতে পারে:

- যে পণ্যগুলি ফেরতযোগ্য নয়: গ্রাহক বায়ার অ্যাপের মাধ্যমে, বিশেষত গ্রাহকদের দ্বারা প্রাপ্ত ক্ষতিগ্রস্থ, ভুল, ত্রুটিযুক্ত পণ্যগুলির ক্ষেত্রে, সমস্যা উত্থাপন করতে পারেন
- ফেরতযোগ্য পণ্য যা ফেরতযোগ্য: গ্রাহক রিটার্ন এর কারণগুলির সমস্ত পরিস্থিতিই সম্ভব। বায়ার অ্যাপের মাধ্যমে গ্রাহকরা সরাসরি রিটার্ন রিকোয়েস্ট বাড়াতে পারবেন
- নীচে বর্ণিত নিম্নলিখিত পরিস্থিতিগুলি ভারতে ই-কমার্স নিয়মের অধীনে রিটার্ন বা রিফান্ড দেওয়ার বাধ্যবাধকতা তৈরি করে:
 - ভুল প্যাকেজ বিতরণ করা হয়েছে
 - ক্রেতা দ্বারা প্রাপ্ত পণ্য ক্ষতিগ্রস্থ হয়
 - বিতরণ করা পণ্য ক্যাটালগে প্রদর্শিত পণ্য থেকে পৃথক হয়
 - ক্রেতা ত্রুটিযুক্ত পণ্য প্রাপ্ত করে
 - সম্পূর্ণ অর্ডারের শুধুমাত্র একটি অংশ বিতরণ করা হয়
 - গ্রাহকের সেই পণ্যটির আর প্রয়োজন নেই
 - এটি একটি আকার বা ফিট সংক্রান্ত সমস্যা

রিটার্ন বিফোর ডেলিভারি (RTB) পরিচালনা করা

RBD হ'ল ক্রেতার কাছে সরবরাহ না করে বিক্রেতার কাছে ফেরত দেওয়া অর্ডার। RBD সংখ্যা এবং শতাংশের উপর নজর রাখা গুরুত্বপূর্ণ কারণ এটি বিক্রয়ের ক্ষতি, এবং বিক্রোতা / সেলার NP কে অবশ্যই এই অপারেশন এবং লজিস্টিকের ব্যয় বহন করতে হবে।

এই বিভাগটি কারণগুলি তদন্ত করে এবং প্রতিটি ক্ষেত্রে কী পরীক্ষা করতে হবে এবং কীভাবে এটি নিয়ন্ত্রণ করতে হবে তার নির্দেশিকা প্রস্তুত করে।

RBD এর কারণ	কারণের বিবরণ	উন্নতির জন্য নির্দেশিকা
ডেলিভারি প্রচেষ্টা ETA থেকে বিলম্বিত	অর্ডার দেওয়ার সময় ক্রেতাকে জানানো ETA থেকে যদি অর্ডার ডেলিভারি দেরিতে করার চেষ্টা করা হয় তবে ক্রেতা অর্ডারটি গ্রহণ না করা বেছে নিতে পারে	<ul style="list-style-type: none"> ○ চালানে বিলম্ব - SOP 1 অনুসরণ করুন ○ প্রেরণের পরে বিলম্ব - অর্ডার ডেলিভারির পরে টাইমলাইনে লজিস্টিক স্তরের মেট্রিক পরীক্ষা করুন। লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের সাথে সমাধান করুন বা সরবরাহের আরও ভাল ETA প্রদান করা লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের স্থানান্তরিত করুন
গ্রাহকের ঠিকানা ভুল/অসম্পূর্ণ	ভুল ঠিকানা/অগম্য বা ভুল যোগাযোগের নম্বরের কারণে ডেলিভারি পার্টনার গ্রাহকের কাছে পৌঁছাতে পারছেন না	<ul style="list-style-type: none"> ○ দীর্ঘমেয়াদী সমাধানের জন্য ঠিকানা পৃষ্ঠার UI/UX সমস্যার কারণে সমস্যাটি কোনও নির্দিষ্ট বায়ার NP থেকে আসছে কিনা তা বায়ার NP কোড স্তরে পরীক্ষা করুন ○ এটি প্রেরণের চেকলিস্টে অন্তর্ভুক্ত করুন। প্রেরণের আগে একটি সম্পূর্ণ ঠিকানা পেতে গ্রাহকদের সাথে যোগাযোগ করুন
গ্রাহক ওপেন ডেলিভারি চাইছেন - লজিস্টিক তা প্রত্যাখ্যান করেছে	গ্রাহক সরবরাহের সময় পণ্যটি খোলার জন্য বলেছিলেন যা লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস অস্বীকার করেছে এবং তাই অর্ডারটি রিটার্ন করা হয়েছে	<ul style="list-style-type: none"> ○ লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের ব্যবসায়ের নিয়মগুলি পরীক্ষা করুন ○ ওপেন ডেলিভারির অনুমতি না থাকলে পণ্যের তথ্যে ঘোষণা করবেন

RBD এর কারণ	কারণের বিবরণ	উন্নতির জন্য নির্দেশিকা
ডেলিভারির সময় গ্রাহকের নগদ/অর্থ প্রদানের ক্ষমতা নেই	গ্রাহক একটি ক্যাশ অন ডেলিভারি (COD) পেমেন্ট মোড নির্বাচন করেছিলেন কিন্তু যখন ডেলিভারি এজেন্ট ক্রেতার কাছে পৌঁছেছিল তখন ডেলিভারির সময় অর্থ প্রদানের জন্য ক্রেতার কাছে নগদ বা কার্ড ছিল না	কিছু করার নেই, ব্যবসা করার খরচ
গ্রাহক অস্বীকার করেছে - অভিপ্রায় সমস্যা যা অপারেশনের ফাঁক সম্পর্কিত নয়	গ্রাহক প্রত্যাখ্যান করেছেন কারণ তিনি তার মন পরিবর্তন করেছেন।	অ-ফেরতযোগ্য পণ্যগুলির জন্য, বিক্রেতা সম্পূর্ণ বা আংশিক মূল্য ফেরত না দেওয়া বেছে নিতে পারে

এই বিভাগে উল্লিখিত নির্দেশিকাগুলি অনুসরণ করার সময় সেলার NP নিশ্চিত করতে পারে যে তাদের বিক্রেতার কাঁজ করছে, মেট্রিক্সের সাহায্যে কর্মক্ষমতা পরিমাপ করা গুরুত্বপূর্ণ। এই বিভাগে, আমরা সেই মেট্রিকগুলি দেখব যা বিক্রেতা এবং সেলার NP স্তরে কর্মক্ষমতা পরিমাপ এবং নিরীক্ষণের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে এবং মেট্রিকগুলি খারাপ হলে সংশোধনমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ করা যেতে পারে।

আসুন সেই মেট্রিকগুলি অন্বেষণ করা যাক যা আপনার, পাশাপাশি আপনার বিক্রেতাদের, কর্মক্ষমতা মূল্যায়ন এবং ট্র্যাক করতে ব্যবহার করা যেতে পারে, এবং তার সাথে এর জন্য সংশোধনমূলক ব্যবস্থাগুলি দেখা যাক।

মেট্রিক	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
RBD%	অর্ডারের % পরিমাপ করে যা গ্রাহককে শিপমেন্টের পর ডেলিভারি করা হয়নি এবং বিক্রেতার জন্য রিটার্ন শুরু করা হয়	কিছু করার নেই, ব্যবসা করার খরচ	বিক্রেতা, সেলার NP
অর্ডার করা থেকে শিপ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার গড় সময়	প্যাকেজিং সময়সীমার অদক্ষতা এবং নিশ্চিতকরণের পরে পণ্যগুলির প্রাপ্যতার ফাঁকগুলির কারণে হওয়া সেই বিলম্বগুলি সনাক্ত করতে সহায়তা করে যার ফলস্বরূপ শেষে RBD তে বৃদ্ধি পায়	অ-ফেরতযোগ্য পণ্যগুলির জন্য, বিক্রেতা সম্পূর্ণ বা আংশিক মূল্য ফেরত না দেওয়া বেছে নিতে পারে	বিক্রেতা, সেলার NP

মেট্রিক	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
অর্ডার করার থেকে প্রেরণ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার সময়ের চূড়ান্ত %	প্রত্যাশিত সময়ের বিরুদ্ধে প্যাকেজিং সময়সীমার বিলম্বের কারণে হওয়া ব্যর্থতা পরিমাপ করতে সহায়তা করে। এর ফলে RBD বৃদ্ধি পায়	প্যাক করা অর্ডারের সংখ্যা ETA/মোট প্যাক করা অর্ডার	বিক্রেতা, সেলার NP
গড় প্রেরণের সময় থেকে শিপের জন্য প্রস্তুত হওয়ার সময়	লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক দ্বারা প্যাকেজিং এর পর পিকআপের জন্য এবং শিপের জন্য প্রস্তুত করার জন্য নেওয়া সময় সনাক্ত করতে সহায়তা করে। বিলম্বের ফলে RBD বৃদ্ধি পায়	শিপ করার জন্য প্রস্তুত পর্যায় এবং প্রেরণ পর্যায়ের মধ্যে সমস্ত অর্ডারের জন্য লাগা গড় সময় নিন	বিক্রেতা, সেলার NP
শিপ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার থেকে প্রেরণের সময়ের ETA লঙ্ঘন %	পিকআপগুলির ক্ষেত্রে লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস দ্বারা সময়সীমা লঙ্ঘনের হার সনাক্ত করতে সহায়তা করে। এই লঙ্ঘনের ফলে RBD বৃদ্ধি পায়	(লজিস্টিক সেলার NP / অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস প্রত্যাশিত ETA পরে নেওয়া অর্ডারগুলির সংখ্যা / মোট প্রেরণ করা অর্ডার) X 100	বিক্রেতা, সেলার NP

দয়া করে নোট করুন: বাতিল, রিটার্ন, রিফান্ড নীতি অগ্রিম ঘোষণা করতে হবে। ইকমার্স বিধি 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a) এছাড়াও ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন: [অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক বিধি\): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16](#)

গুরুত্বপূর্ণ করণীয়গুলি

- নিয়মিত বিরতিতে বজায় রাখা ও আপডেট করার জন্য মূল প্রতিবেদনগুলি চিহ্নিত করা
- ন্যূনতম বাতিলকরণ রাখা - ইনভেন্টরি ট্র্যাক করা, মূল্য নির্ধারণ, ক্যাটালগ সঠিকতা
- প্রতিশ্রুত সময়ের বিপরীতে বিতরণের সময় এবং প্রকৃত বিতরণের তারিখ ট্র্যাক করুন
- গ্রাহকের রিটার্নগুলির উপর নজর রাখুন ও পুনরাবৃত্ত হওয়া সমস্যাগুলি ঠিক করুন
- রোটেশনালিতে নজর রাখুন ও নিয়ন্ত্রণযোগ্য সমস্যাগুলি ঠিক করুন

অধ্যায় 5

প্যাকেজিং

ই-কমার্শে কোনও পণ্য প্যাকেজিংয়ের প্রাথমিক উদ্দেশ্য হ'ল পণ্যটি কোনও ট্রানজিট ক্ষতি ছাড়াই নিরাপদে শেষ ভোক্তার কাছে পৌঁছানো নিশ্চিত করা। ডেলিভারি পার্টনারকে হস্তান্তর করার পরে পণ্যটি ক্রেতার কাছে পৌঁছানোর জন্য লজিস্টিক সেলার NP / অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের একাধিক হাবের মধ্য দিয়ে যেতে পারে এবং এই যাত্রার সময়, এটি একাধিকবার যানবাহন থেকে লোড এবং আনলোড হতে পারে। যদি প্যাকেজিং পণ্যের ধরণের জন্য প্রয়োজনীয় মানের না হয় তবে এটি পণ্যগুলির উচ্চ ট্রানজিট ক্ষতির কারণ হয়ে দাঁড়াতে পারে যার ফলে ক্রেতার খারাপ অভিজ্ঞতা, উচ্চ রিটার্ন এবং বিক্রেতার ক্ষতি হতে পারে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- সঠিক প্যাকেজিং থাকা কেন গুরুত্বপূর্ণ
- প্যাকেজিংয়ে কী কী পদক্ষেপের প্রয়োজন রয়েছে - খাদ্য ও পানীয় ও অ-খাদ্য আইটেম
- প্যাকেজিং প্রকারভেদ এবং তাদের ব্যবহার
- প্যাকেজিং সম্পর্কিত সমস্যাগুলি কীভাবে সনাক্ত, ট্র্যাক এবং উন্নত করা যায়

প্যাকেজিংয়ে অন্যান্য উপাদান যেমন ভোক্তার ডেলিভারি ঠিকানা, বিক্রেতার রিটার্ন ঠিকানা এবং পণ্যের তথ্যও রয়েছে। ই-কমার্সে, এটি বাহ্যিক প্যাকেজিংয়ের উপর রাখা একটি শিপিং লেবেল ব্যবহার করে প্রদান করা হয়। নিম্নলিখিত পয়েন্টগুলি প্যাকেজিংয়ের গুরুত্ব এবং এটি ই-কমার্স ব্যবসায়কে উন্নত করতে পারে এমন উপায়গুলি বলে:

- **কোম্পানির খরচ কমাতে সাহায্য করে:** ভাল প্যাকেজিং ট্রানজিট ক্ষতির কারণে হওয়া ক্ষতি কমাতে সাহায্য করে এবং তাই রিটার্ন হ্রাস করে
- **গ্রাহক আনুগত্য তৈরি করতে সহায়তা করে:** ভাল প্যাকেজিং গ্রাহকদের বিক্রেতার ব্র্যান্ডের সাথে অনুরণন করতে এবং বিক্রেতার রেটিং উন্নত করতে প্রভাবিত করতে পারে
- **ব্র্যান্ড পরিচয় তৈরি করে এবং ব্র্যান্ড এর মান প্রচার করে:** সঠিক প্যাকেজিং এছাড়াও ব্র্যান্ড এর একটি ভালো পরিচয় তৈরি করতে সহায়তা করে। উচ্চমানের মুদ্রণ, ভাল প্যাকেজিং উপাদানের ব্যবহার এবং স্বতন্ত্র নকশা ব্যবহারকারীদের আকর্ষিত করতে সহায়তা করে যার ফলে একজনের ব্র্যান্ডকে অন্যদের থেকে আলাদা করা যায়। উদাহরণস্বরূপ, প্রিমিয়াম পণ্যগুলির বিক্রেতা তাদের পণ্যগুলির চেহারা এবং অনুভূতি বাড়ানোর জন্য উচ্চমানের প্যাকেজিং ব্যবহার করতে পারেন।

অ খাদ্য প্যাকেজিং

এই বিভাগটি বিক্রেতার সরবরাহের জন্য অর্ডার করা পণ্যগুলি প্যাক করতে ব্যবহার করতে পারে এমন সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি হাইলাইট করে। মনে রাখার মূল বিষয়গুলির মধ্যে একটি হ'ল শিপের জন্য প্রস্তুত করার সময় পণ্যগুলির প্যাকিং রেকর্ড করার প্রয়োজন রয়েছে। ক্ষতিগ্রস্ত পণ্য / অনুপস্থিত আইটেম / অর্ডার থেকে পৃথক আইটেমগুলির কারণে গ্রাহকের রিটার্ন ই-কমার্সে সাধারণ এবং কার্যকরভাবে মিসের উত্স সনাক্ত করার জন্য, আইটেমটির প্যাকেজিংয়ের একটি ভিডিও রেকর্ডিং চূড়ান্ত প্রমাণ সরবরাহ করতে সহায়তা করে। এটি লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস কেবলমাত্র প্রেরিত অর্ডারের জন্য সীমিত দায়বদ্ধতা সরবরাহ করে। অতএব, বিক্রেতাদের এই প্রক্রিয়াটি সেট আপ করতে উত্সাহিত করা হয়, বিশেষত একটি নির্দিষ্ট থ্রেশহোল্ডের উপরে অর্ডার মান (বিভাগের উপর নির্ভর করে) এবং / অথবা ভঙ্গুর আইটেমগুলির জন্য।

নন-ফুড প্যাকেজিংয়ের জন্য প্যাকেজিংয়ের পদক্ষেপ

1 বাহ্যিক প্যাকেজিং সম্পর্কে সিদ্ধান্ত নিন

বাহ্যিক প্যাকেজিটি পণ্য এবং ব্র্যান্ড বাক্সের জন্য প্রাথমিক সুরক্ষা প্রদান করে। এই প্যাকেজিং সাধারণত একটি ফ্লায়ার ব্যাগ বা একটি চেউতোলা বাক্স হয়ে থাকে। বাহ্যিক প্যাকেজ নির্ধারণের জন্য নমুনা মানদণ্ড: তাদের পণ্যগুলির চেহারা এবং অনুভূতি।

ওজন	ভঙ্গুরতা	
	ভঙ্গুর (ফ্র্যাগাইল)	অ-ভঙ্গুর
0-1.5 kg	চেউতোলা বাক্স 3 প্লাই	ফ্লায়ার ব্যাগ/ চেউতোলা বাক্স 3 প্লাই
1.5 kg-3 kg	চেউতোলা বাক্স 3 প্লাই	চেউতোলা বাক্স 3 প্লাই
3-10 kg	চেউতোলা বাক্স 5 প্লাই	চেউতোলা বাক্স 3 প্লাই
>10 kg	চেউতোলা বাক্স 5 প্লাই	চেউতোলা বাক্স 5 প্লাই
>5 kg + তরল	চেউতোলা বাক্স 7 প্লাই	চেউতোলা বাক্স 7 প্লাই

প্যাকেজিং উপাদানের শক্তিমত্তা যেই পণ্যটি শিপ করা হচ্ছে
টার ভঙ্গুরতা এবং ওজনের উপর নির্ভর করবে।

- 2 পণ্যটি 2-3 প্লাই বা অন্যান্য কুশনিং উপাদানে মোড়ান ও পণ্যটি বাহ্যিক বাক্সে রাখুন
- 3 একাধিক ছোট পণ্যের ক্ষেত্রে, কার্ডবোর্ডের টুকরো দিয়ে বাক্সটি ভাগ করুন এবং তারপরে প্রতিটি ছোট পণ্য তৈরি করা পৃথক স্থানে রাখুন
- 4 ফাঁকা জায়গাগুলিতে ফিলার উপাদান রাখুন (চূর্ণ কাগজ / বায়ু বালিশ / ফোম বল)
- 5 বাহ্যিক প্যাকেজিংয়ের 6 পক্ষের অভ্যন্তরীণ পৃষ্ঠের ভঙ্গুর পণ্যগুলির জন্য আপনি কুশনিংয়ের জন্য ফোম শীট বা থার্মোকলের স্তর রাখতে পারেন

- 6 বাহ্যিক বাক্সের ভিতরে পণ্য চালান রাখুন
- 7 বাক্সগুলি বন্ধ করতে কমপক্ষে 3 ইঞ্চি টেপ ব্যবহার করুন
- 8 বাহ্যিক বাক্সের দৃশ্যমান দিকে শিপিং লেবেলটি আটকে দিন
- 9 যদি পণ্যটি ভঙ্গুর হয় তবে প্যাকেজটি একটি 'ফ্র্যাগাইল' স্টিকার এবং কোন দিকটি উপরে রয়েছে তার সূচক লেবেল দিয়ে লেবেল করুন

অভ্যন্তরীণ প্যাকেজিং উপাদানের প্রকার

বাহ্যিক প্যাকেজিং বা ক্সে আপনার পণ্যগুলি শিপ করার সময়, অনেক ক্ষেত্রে, শিপিংয়ের সময় পণ্যগুলিকে নড়াচড়া করা এবং ক্ষতিগ্রস্ত হওয়া থেকে রোধ করতে আপনাকে অভ্যন্তরীণ ফিলার / প্যাকেজিং যোগ করতে হবে। অভ্যন্তরীণ ফিলারগুলি প্যাকেটে অতিরিক্ত কুশন এবং স্থিতিশীলতা দিতে সহায়তা করে। এর জন্য কোনও একটি এমন আকারের নির্দেশিকা নেই যা সবগুলিতে ফিট আসে, আপনার প্যাকেজিংয়ে অভ্যন্তরীণ ফিল উপাদান ব্যবহারের জন্য একটি বিস্তৃত নির্দেশিকা সরবরাহ করা হয়েছে।

	বাবল র‍্যাপ	থার্মোকল স্তর	কার্ডবোর্ডের টুকরো	ক্র‍্যাফট পেপার	ফোম থার্মোকল বল	এয়ার বালিশ
শূন্যস্থান পূরণ	না	না	না	হ্যাঁ	হ্যাঁ	না
নিষ্ফেদ	হ্যাঁ	না	হ্যাঁ	না	না	না
গদি	হ্যাঁ	হ্যাঁ	না	না	হ্যাঁ	হ্যাঁ
মন্তব্যসমূহ	যে কোনও আকারের ভঙ্গুর পণ্যগুলি রক্ষা করতে সহায়তা করে	হালকা এবং প্যাকেজের ওজনে খুব বেশি যোগ করে না প্রধানত ভঙ্গুর পণ্যগুলির সমতল পৃষ্ঠতল রক্ষা করতে ব্যবহৃত হয়	এগুলি মূলত একাধিক ভঙ্গুর বা ছোট আইটেম পুথক করতে ব্যবহৃত হয়	একাধিক ভঙ্গুর বা ছোট আইটেম পুথক করতে ব্যবহৃত হয় সর্বাধিক বহুমুখী এবং নমনীয় ইনফিলার। আপনি এটিকে যে কোনও আকারে সহজেই ছিঁড়ে ফেলতে পারেন বা কোনও ইনফিলারের প্রয়োজন অনুসারে এটি চূর্ণবিচূর্ণ করতে পারেন	বিভিন্ন পণ্য আকারের জন্য ব্যবহার করা নমনীয়	লজিস্টিক খরচের ক্ষেত্রে সাশ্রয়ী প্যাকেজে অনেক বেশি ওজন যোগ করে না

আরও কয়েকটি জেনেরিক নির্দেশিকা

নির্দেশিত বস্তু:

বাবল র‍্যাপ একাধিক স্তরে
মোড়ান

তরল পণ্য:

ক্যাপগুলি সঠিকভাবে শক্ত করুন, একটি
প্লাস্টিকের শীটে সিল করুন ও টেপ দিয়ে
সিল করুন

ভঙ্গুর জিনিস:

একাধিক স্তরে বাবল র‍্যাপ যোগ করুন,
শক্তিশালী বাহ্যিক প্যাকেজিং ব্যবহার করুন,
প্যাকেজের উপরের দিকটি লেবেল করুন,
'ফ্ল্যাটজাইল' স্টিকার দিয়ে লেবেল করুন

খাদ্য প্যাকেজিং নির্দেশিকা

খাদ্য ও পানীয় বিভাগে অতিরিক্ত উপাদান রয়েছে যা প্যাকেজিংয়ের
দৃষ্টিকোণ থেকে এটিকে অনন্য করে তোলে:

- F&B বিভাগে প্যাকেজ রয়েছে যা তৈরির জন্য প্রস্তুত
এবং রেস্তোরাতে প্যাক করা হয় এবং মেশিনে প্যাক
করা হয় না। পরিবহনের দরুন কোনও স্পিলেজ যেন
না হয় তা নিশ্চিত করার জন্য সমস্ত ঢাকনাগুলি টেপ
দিয়ে সিল করা গুরুত্বপূর্ণ

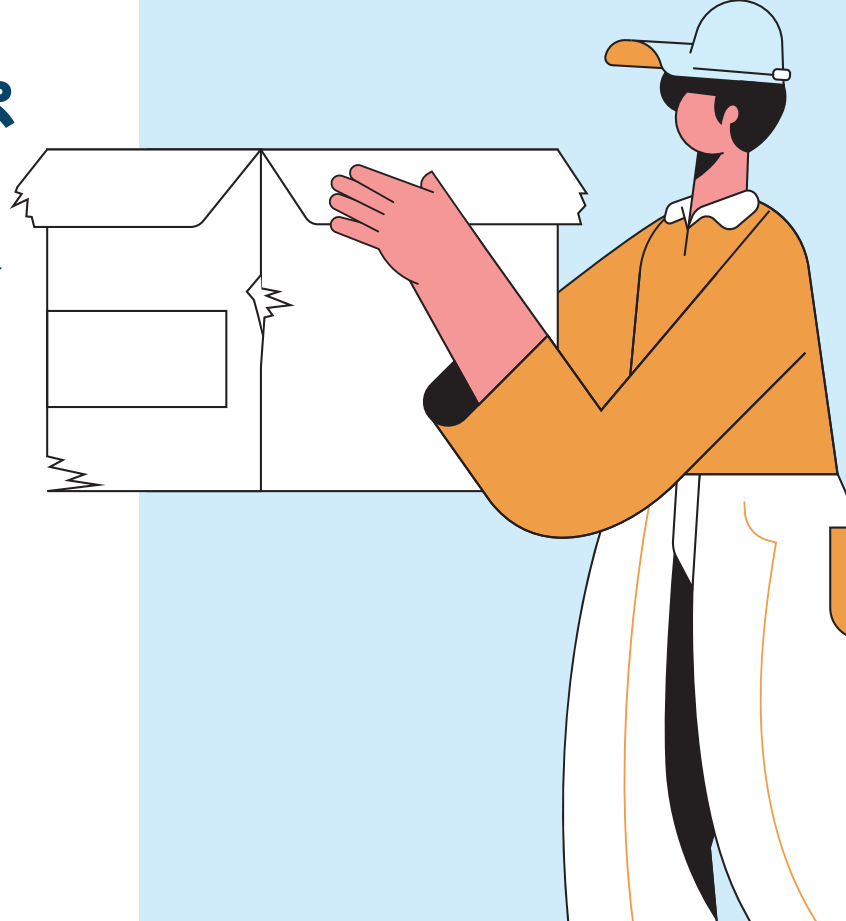
- খাদ্য তাপমাত্রার একটি উপাদান আছে - গরম বা ঠান্ডা, প্যাকেজিং
শুধুমাত্র সুরক্ষা নয় বরং খাদ্য পণ্য তাপমাত্রা বজায় রাখার যত্ন
নিতে হবে। ইনসুলেটেড প্যাঁ, আইস প্যাকগুলি ব্যবহার করা যেতে
পারে। এছাড়াও, বিক্রয়তাকে নিশ্চিত করতে হবে যে গরম এবং
ঠান্ডা পণ্যগুলি পৃথক করা হয়
- প্রেরিত পণ্যটি খাওয়া হবে - তাই এটি পরামর্শ দেওয়া হয় যে
প্যাকেজিং উপাদানটি যেন খাদ্য আইটেমগুলির জন্য উপযুক্ত হয়
- FSSAI এবং অন্যান্য আইনি নির্দেশিকা মেনে আপনার প্যাকেজিং
নিশ্চিত করুন

প্যাকেজিং সম্পর্কিত ক্ষতির সমস্যাগুলি সনাক্তকরণ, ট্র্যাকিং ও সংশোধন করা

এই বিভাগটি ক্ষতি হ্রাস করার জন্য কার্যকরী অঞ্চলগুলি চিহ্নিত করার জন্য অন্তর্দৃষ্টি আঁকতে কীভাবে ক্ষতির ডেটা দেখতে হবে সে সম্পর্কে আলোচনা করে।

1 পণ্য স্তরের সমস্যাগুলি পরীক্ষা করুন

- সমস্ত SKUর জন্য নীচের টেবিলটি তৈরি করুন:
- সামগ্রিক স্তরে ক্ষতি% গণনা করুন:
(মোট ক্ষতি / মোট শিপ করা অর্ডার) X 100
- অন্যান্য পণ্যের সাথে প্রতিটি পণ্যের ক্ষতির শতাংশ এবং সামগ্রিক স্তরে % এর সাথে তুলনা করুন
- এমন পণ্যগুলি সনাক্ত করুন যেখানে আপনি অন্যদের এবং গড় এর চেয়ে বেশি শতাংশ দেখতে পান। ক্ষতির কারণ সনাক্ত করতে এই পণ্যটির বিষয়ে আরো ভালো করে অন্বেষণ করুন



ক্রম নং	পণ্যের নাম	মোট শিপ করা অর্ডার (A)	মোট ক্ষতিগ্রস্থ অর্ডার (B)	% ক্ষতি (B/A) X 100
---------	------------	------------------------	----------------------------	---------------------

2 লজিস্টিক সমস্যাগুলি পরীক্ষা করুন

উচ্চ ক্ষতি % হওয়া পণ্যগুলি সনাক্তকরণের পরে, লজিস্টিক স্তরের ডেটার গভীরভাবে অন্বেষণ করুন (যদি আপনি একাধিক তৃতীয় পক্ষের লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক ব্যবহার করেন)।

সমস্যাটি কোনও নির্দিষ্ট লজিস্টিক সেলার NP এর ক্ষেত্রে রয়েছে কিনা তা সনাক্ত করতে নীচের টেবিলটি তৈরি করুন।

ক্রম নং	লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের নাম	মোট শিপ করা হয়েছে	মোট ক্ষতি	% ক্ষতি (B/A) X 100
---------	---	--------------------	-----------	---------------------

সমাধানের জন্য সমস্যাটি নিয়ে আলোচনা করুন অথবা পণ্যের জন্য লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস নিষ্ক্রিয় করুন

3 প্যাকেজিং সংক্রান্ত সমস্যাগুলি পরীক্ষা করুন

পদক্ষেপ 1 এ চিহ্নিত পণ্যগুলির জন্য যদি সমস্যাটি কোনও লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের জন্য নির্দিষ্ট না হয় তবে বাহ্যিক এবং অভ্যন্তরীণ প্যাকেজিং উভয়ই ভঙ্গুরতা এবং পণ্যের ওজনের উপর ভিত্তি করে প্যাকেজিংয়ের গুণমান পরীক্ষা করুন। আপনি যদি উন্নতির ক্ষেত্রগুলি দেখেন তবে সমস্যাগুলি সমাধান করার জন্য প্যাকেজিং পরিবর্তন বা উন্নতি করুন।

প্যাকেজিংয়ের সময় ব্যবহার করা চেকলিস্ট

ক্রম নং	কার্যকলাপ	
1	পণ্যের ওজন সঠিকভাবে নেওয়া হয়	<input type="checkbox"/>
2	অর্ডারের সমস্ত সঠিক SKU প্যাক করা আছে	<input type="checkbox"/>
3	SKU স্তরে অর্ডার করা বনাম প্যাক করা ইউনিটগুলির সংখ্যা পরীক্ষা করুন	<input type="checkbox"/>
4	চালানটি বাহ্যিক প্যাকেজে স্থাপন করা হয়েছে কি না তা নিশ্চিত করুন	<input type="checkbox"/>
5	সঠিক শিপিং লেবেলটি সঠিক প্যাকেজে রাখা হয়েছে কি না তা নিশ্চিত করুন	<input type="checkbox"/>
6	শিপিং লেবেল এর টেক্সট / QR কোড / বারকোড পরিষ্কার কিনা তা নিশ্চিত করুন এবং বাক্সটি যেখানে খোলে সেখানে এটি লাগানো এড়ান	<input type="checkbox"/>

প্যাক করা অর্ডারগুলির জন্য চেক

এলাকা	কারণের বর্ণনা
ফ্ল্যাপ	বাহ্যিক বাক্সগুলির ফ্ল্যাপগুলির যেন কোনও ক্ষতি না হয়
স্ব্ফীতি	ভিতরে রাখা পণ্যটির কারণে বাহ্যিক প্যাকেজে কোনও স্ব্ফীতি যেন না থাকে
বিকৃত	ভিতরে পণ্যের আকৃতির কারণে কার্টনটি বিকৃত যেন না হয়। তার আকৃতি বর্গক্ষেত্র বা আয়তক্ষেত্রাকার থাকা উচিত
কার্টনের আকৃতি	কার্টনটি ভেজা, ছেঁড়া বা চাপ পর যেন না হয়
অন্যান্য শর্ত	টেপের আনুগত্য গুণমান ভাল হওয়া উচিত এবং বিভিন্ন জায়গা থেকে যেন বেরিয়ে না আসে

এই বিভাগে উল্লিখিত নির্দেশিকাগুলি অনুসরণ করার সময় সেলার NP নিশ্চিত করতে পারে যে তাদের বিক্রেতারা কাজ করছে, মেট্রিক্সের সাহায্যে কর্মক্ষমতা পরিমাপ করা গুরুত্বপূর্ণ। এই বিভাগে, আমরা সেই মেট্রিকগুলি দেখব যা বিক্রেতা এবং সেলার NP স্তরে কর্মক্ষমতা পরিমাপ এবং নিরীক্ষণের জন্য ব্যবহার করা যেতে পারে এবং মেট্রিকগুলি খারাপ হলে সংশোধনমূলক ব্যবস্থা গ্রহণ করা যেতে পারে।

মেট্রিক	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
ক্ষতি %	ট্রানজিট ফরওয়ার্ড বা বিপরীতে ক্ষতিগ্রস্ত প্যাকেজগুলি পরিমাপ করুন	$(\text{মোট অর্ডার যা ক্ষতিগ্রস্ত ও রিটার্ন করা হয়েছে} / \text{শিপ করা মোট অর্ডারের সংখ্যা}) \times 100$	বিক্রেতা, সেলার NP

গুরুত্বপূর্ণ করণীয়গুলি

- বাইরের প্যাকেজের ক্ষতির ক্ষেত্রে 'প্লুফ অফ ডেলিভারি' তে এটি উল্লেখ করবেন
- ব্র্যান্ডের মান প্রতিফলিত করতে পারে এমন পণ্যের সঠিক প্যাকেজিং নিশ্চিত করবেন
- যেখানে প্রয়োজন সেখানে 'ভঙ্গুর' লেবেল লাগিয়ে দেওয়া



অধ্যায় 6

বিক্রেতা ব্যবস্থাপনা

সময়ের সাথে সাথে সেলার NP অনেক বিক্রেতা অনবোর্ড করবে এবং সম্ভবত তা বিভাগ জুড়ে থাকবে। এই বিভাগটি কীভাবে বিক্রেতার এই বিক্রেতাদের শ্রেণিবদ্ধ করতে পারে এবং সেলার NP সময় বিনিয়োগের সর্বাধিক রিটার্নের জন্য সংস্থানগুলি (লোক এবং সময়) সর্বোত্তমভাবে সারিবদ্ধ করতে পারে তা দেখায়।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

বিক্রেতাদের শ্রেণিবদ্ধকরণ, বিক্রেতাদের সাথে ব্যস্ততার পরিকল্পনা এবং বিক্রেতাদের মাধ্যমে সেলার NP এর লক্ষ্য অর্জনের নির্দেশিকা

বিক্রেতা মূল্যায়ন ও শ্রেণিবিন্যাস

অ্যাকাউন্ট ম্যানেজমেন্টের প্রথম পদক্ষেপটি হ'ল আপনার বিক্রেতাদের বিভিন্ন দলে শ্রেণিবদ্ধ করা। শ্রেণিবিন্যাস নিম্নলিখিতের ভিত্তিতে করা যেতে পারে

<p>বিক্রেতার কর্মক্ষমতা</p>	<p>মেট্রিকগুলিতে বিক্রেতাদের পারফরম্যান্স যেমন:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ স্টক SKU তে ○ ক্যাটালগের গুণমান ○ গ্রাহক দ্বারা তুলে ধরে সমস্যার পরিচালনা ○ বাতিলকরণ ○ সময়মতো প্রেরণ
<p>বিক্রেতার বর্তমান হার</p>	<p>সেলার NP এর মাধ্যমে সামগ্রিক বিক্রয়ে বিক্রেতার বিক্রয়ের অবদান হিসাবে হারটি কে দেখা যেতে পারে</p>
<p>বিক্রেতার ক্ষমতা</p>	<p>বিক্রেতার বর্তমানে নিম্ন হার বা নিম্ন পারফরম্যান্সে থাকতে পারে তবে উচ্চ সম্ভাবনা থাকতে পারে। এটি নিম্নলিখিতের বিরুদ্ধে পরিমাপ করা যেতে পারে:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ বিভাগ বৃদ্ধি - দ্রুত বর্ধনশীল বিভাগের বিক্রেতা ○ বিক্রেতার প্রশিক্ষণযোগ্যতা - পরিবর্তন/উন্নতি গ্রহণ করার প্রস্তুতি ○ বিক্রেতার অতীত অভিজ্ঞতা ○ অন্যান্য চ্যানেলে বিক্রেতার বর্তমান ব্যবসায়ের আকার ○ বিক্রেতার বর্তমান ডিজিটাল বোঝাপড়া ○ বিক্রেতার দ্বারা করা বিনিয়োগ: ভাণ্ডারের আকার, দলের আকার এবং গুণমান ইত্যাদি।

উপরের 3 টি ক্ষেত্রের ভিত্তিতে বিক্রেতাদের উচ্চ, মাঝারি এবং নিম্ন শ্রেণিতে শ্রেণিবদ্ধ করুন।

মূল ব্যস্ততার উদ্দেশ্যগুলি নির্ধারণ করা

শ্রেণিবদ্ধকরণের পরে পরবর্তী পদক্ষেপটি হ'ল প্রতিটি শ্রেণিবদ্ধকরণ ধরনের বিক্রেতার সাথে ব্যস্ততার মূল উদ্দেশ্যগুলি সংজ্ঞায়িত করা:

শ্রেণীবিভাগ	মূল উদ্দেশ্যসমূহ
উচ্চ	<ul style="list-style-type: none"> ○ প্রত্যাশার পরবর্তী পর্যায়: 6 থেকে 12 মাসের পরিকল্পনা ○ ভবিষ্যৎ প্রবৃদ্ধির জন্য চ্যালেঞ্জ মোকাবেলা ○ মাঝারি বিক্রেতাদের জন্য পুনরাবৃত্তি জন্য সাফল্যের কারণগুলি বোঝা
মাঝারি	<ul style="list-style-type: none"> ○ এই বিক্রেতাদের উচ্চ রেটিংয়ে পৌঁছানোর জন্য 3-6 মাসের পরিকল্পনা ○ বৃদ্ধির জন্য পরামর্শ ও ভাণ্ডার পরিকল্পনা ○ মেট্রিক্স পর্যালোচনা এবং সংকল্পের উপর আলোচনা ○ প্রক্রিয়াগুলির ফাঁকগুলি সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া ও সুপারিশ ○ উচ্চ শ্রেণির বিক্রেতা বিভাগে যাওয়ার জন্য সর্বোত্তম অনুশীলনের উপর প্রশিক্ষণ
নিম্ন	<ul style="list-style-type: none"> ○ এই বিক্রেতাদের মাঝারি রেটিংয়ে পৌঁছানোর জন্য 1-3 মাসের পরিকল্পনা ○ লক্ষ্য ও প্রত্যাশা পুনঃবিন্যাস ○ বিক্রেতা ও দলের প্রশিক্ষণ ○ মেট্রিক্স সম্পর্কিত পথনির্দেশন - SOP সংজ্ঞায়িত করা, চেকলিস্ট / করণীয় তৈরি করা ○ উন্নতির জন্য নির্দিষ্ট অন্তর্দৃষ্টি ○ ধারাবাহিক ব্যর্থতার ক্ষেত্রে সতর্কতা/প্রভাব

ব্যস্ততার ফ্রিকোয়েন্সি নির্ধারণ করা

একবার প্রবৃত্তির উদ্দেশ্যগুলি সংজ্ঞায়িত হয়ে গেলে, সেলার NP গুলিকে ব্যস্ততার ফ্রিকোয়েন্সি সংজ্ঞায়িত করতে হবে। যদিও ব্যস্ততার সংখ্যার জন্য একটি কালো-সাদা (পরিষ্কার) মানদণ্ড থাকতে পারে না, নীচের উদাহরণগুলি আপনাকে এই সিদ্ধান্তের জন্য দিকনির্দেশনা নিতে সহায়তা করবে:

যেমন	প্রকার	ব্যস্ততার ফ্রিকোয়েন্সি
1	নিম্ন কর্মক্ষমতা + উচ্চ সম্ভাবনা	আরও ঘন ঘন নিযুক্ত করুন - উচ্চ বৃদ্ধির ক্ষেত্র
2	সব বিষয়েই উচ্চ	যথারীতি ব্যবসা হিসাবে কাজ করুন - প্রয়োজনে হস্তক্ষেপ করুন
3	কম পারফরম্যান্স + কম সম্ভাবনা	ব্যান্ডউইথ অনুযায়ী নিযুক্ত করুন



মূল উদ্দেশ্য এবং এজেন্ডা চালানো

সেলার NP বিক্রেতাদের পারফরম্যান্স উন্নত করার জন্য নীচের সরঞ্জামগুলি ব্যবহার করতে বেছে নিতে পারে:

প্রণোদনা:

পারফরম্যান্সের জন্য বিক্রেতাদের উত্সাহিত করা বিক্রেতাদের কর্মক্ষমতা বৃদ্ধি এবং উন্নত করতে অনুপ্রাণিত করতে পারে। যখন বিক্রেতারা পারফরম্যান্সের একটি নির্দিষ্ট মানদণ্ড পূরণ করে - বৃদ্ধি / স্কেল বা অপারেশনাল পারফরম্যান্স তখন সেই ক্ষেত্রে প্রণোদনাগুলি শংসাপত্র / ট্রিফি, উপহার, বা ছাড়ের মতো অন্যান্য আর্থিক সুবিধার মধ্যে যেকোনোটি হতে পারে

প্রশিক্ষণ:

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের জন্য এটি গুরুত্বপূর্ণ যে যখন নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা অর্ডার ব্যবস্থাপনা প্রক্রিয়া, ইনভেন্টরি ব্যবস্থাপনা, মূল্য নির্ধারণ, ক্যাটালগ তৈরি ইত্যাদির মতো ক্রিয়াকলাপের মূল বিষয়গুলিতে কোনও প্রয়োজন চিহ্নিত করা হয় তখন তারা যেন বিক্রেতাদের প্রশিক্ষণ দেয়

সতর্কতা:

বিক্রেতাদের প্রত্যাশা অনুযায়ী সম্পাদন করতে না পারার পরিণতিগুলি বোঝা গুরুত্বপূর্ণ ও সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে তাদের সময়মত সতর্কতা প্রেরণ করা উচিত যাতে তারা উন্নতি করার জন্য সময় পায়

শাস্তি:

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের প্রশিক্ষণ, পথনির্দেশন এবং সতর্কতার সমস্ত প্রচেষ্টা সত্ত্বেও যদি বিক্রেতা কর্মক্ষমতা উন্নত করতে ব্যর্থ হয় তবে সেলার NPকে নির্দিষ্ট সময়ের জন্য তালিকাচ্যুতির মতো শাস্তির পথ নিতে হতে পারে যতক্ষণ না প্রয়োজনীয় পরিবর্তনগুলি বিক্রেতাদের দ্বারা করা হয় এবং NP দ্বারা যাচাই করা হয়

পারফরম্যান্স পর্যবেক্ষণ এবং মূল অ্যাকাউন্ট বৃদ্ধি

- যদিও ক্রমাগত কর্মক্ষমতা নিরীক্ষণ করা এবং শ্রেণিবিন্যাস জুড়ে বিক্রেতাদের সরানো গুরুত্বপূর্ণ, সংজ্ঞায়িত মেট্রিকগুলিতে প্রতিটি বিক্রেতার অ্যাকাউন্টের কার্যকারিতা পরিমাপ করা আরও বেশি গুরুত্বপূর্ণ (এই হ্যান্ডবুকের অর্ডার ম্যানেজমেন্ট বিভাগে মেট্রিক্স বিভাগটি দেখুন)
- পরবর্তী স্তর থেকে মেট্রিকগুলির ফাঁকটি পরিমাপ করুন এবং নির্দিষ্ট অঞ্চলে বিক্রেতাদের সাথে উচ্চতর শ্রেণিবিন্যাসে নিয়ে যাওয়ার জন্য কাজ করুন
- লক্ষ্যটি হ'ল পরিকল্পিত পদ্ধতিতে বিক্রেতাদের উচ্চতর শ্রেণিবিন্যাসে নিয়ে যাওয়ার দিকে ক্রমাগত কাজ করা

মূল অ্যাকাউন্টগুলির সাথে প্রক্রিয়া পরিবর্তন করুন

বিভিন্ন বিক্রেতার সাথে কাজ করার ফলে সেলার NP রা শিখতে পারবে। বিভিন্ন বিক্রেতার সমস্ত ভাল অনুশীলনগুলি ক্রমাগত একীভূত করা এবং অন্যান্য বিক্রেতাদের সাথে ভাগ করে নেওয়ার জন্য প্রক্রিয়া ও নির্দেশিকাগুলি বিকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ।

এটা সেলার NP নেটওয়ার্কে কর্মরত বিক্রেতাদের ক্রমাগত পারফরম্যান্সের উন্নতিতে সহায়তা করবে।

গুরুত্বপূর্ণ করণীয়গুলি

- উচ্চ প্রবৃদ্ধির খাতগুলি চিহ্নিত করুন, অনুপস্থিত নির্বাচন, মূল্য নির্ধারণ ও অপারেশনাল মেট্রিকগুলিতে বিক্রেতাদের পরামর্শ প্রদান করুন
- সক্ষমতার ফাঁকগুলি চিহ্নিত করা এবং উন্নতির জন্য বিক্রেতাদের প্রশিক্ষণ / পথনির্দেশন করা

অধ্যায় 7

গ্রাহক সমর্থন

একবার অর্ডারগুলি প্রাপ্ত হয়ে গেলে এমন উদাহরণ থাকতে পারে যেখানে গ্রাহক সন্তুষ্ট হন না। অসন্তুষ্টি পণ্যের সময়মত বিতরণ, রিফান্ড বা প্রতিক্রিয়াতে বিলম্বের সাথে সম্পর্কিত হতে পারে। এই বিভাগটি ক্রেতাদের সমস্যাগুলি কার্যকরভাবে পরিচালনা এবং পরিমাপের দিকটি নিয়ে আলোচনা করে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- যেখানে ক্রেতারা সমস্যা উত্থাপন করবেন
- গ্রাহকদের জন্য সমস্যার নিষ্পত্তির প্রক্রিয়া
- পারফরম্যান্স পরিমাপ করার জন্য মূল মেট্রিকগুলি ট্র্যাক করতে হবে
- একটি CRM সরঞ্জাম (কাস্টমার রিলেশনশিপ ম্যানেজমেন্ট) কি এবং CRM সরঞ্জামের কি মৌলিক কার্যকারিতা থাকা উচিত

ক্রেতারা কীভাবে সমস্যা তুলে ধরবে?

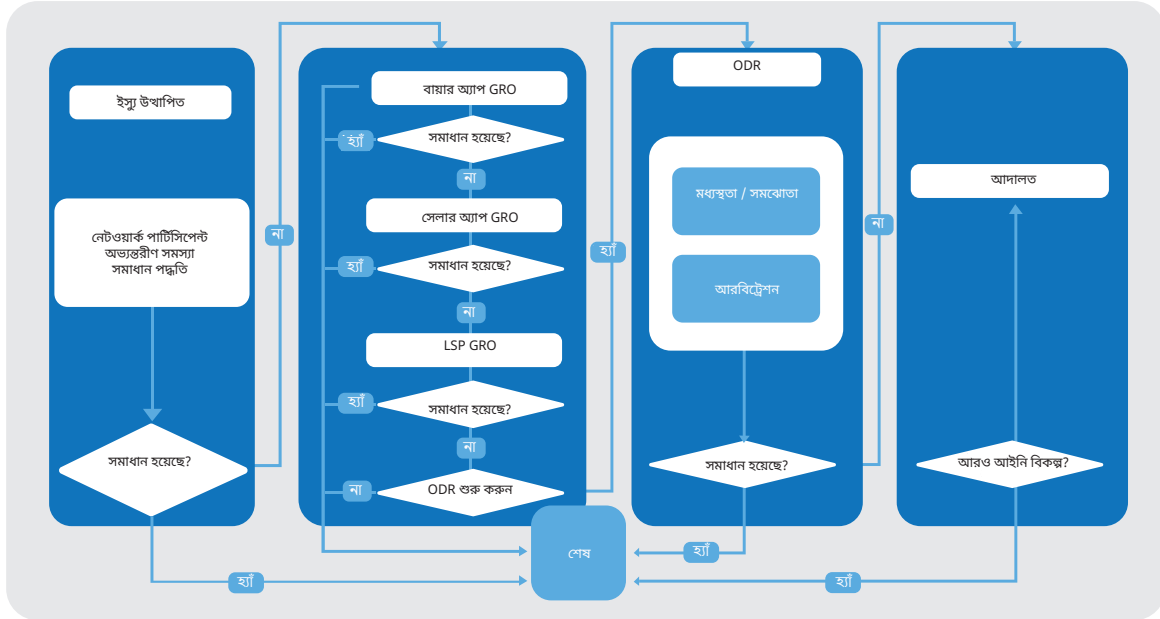
বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের অবশ্যই নিশ্চিত করতে হবে যে ক্রেতা যেন সেই সংশ্লিষ্ট আইটেম (গুলি) বা অর্ডারটি নির্বাচন করতে সক্ষম হয় যার জন্য কোনও সমস্যা উত্থাপন করা হচ্ছে বা যদি ক্রেতাকে কোনও প্রযুক্তিগত ব্যর্থতা যেমন পেমেন্ট ব্যর্থতার কারণে লেনদেন বা অর্ডারের বিশদ সরবরাহ না করা হয়, ক্রেতাকে অবশ্যই অ্যাপ্লিকেশনটিতে চ্যাট সমর্থনের মাধ্যমে সমস্যাটি উত্থাপন করার বিকল্প সরবরাহ করতে হবে, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ক্রেতা দ্বারা উত্থাপিত সমস্ত বিষয় (ক্রেতা সমস্যা) সংগ্রহ এবং প্রক্রিয়া করবে। বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে অবশ্যই ক্রেতাকে ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে বায়ার অ্যাপের মাধ্যমে ক্রেতা দ্বারা কেনা পণ্য এবং সার্ভিসদি সম্পর্কিত কোনও অর্ডার বাতিলকরণ, রিফান্ড, রিটার্ন বা বিনিময় (যখনই প্রযোজ্য) শুরু করতে বা অন্যান্য সমস্যাগুলি উত্থাপন করার জন্য কার্যকারিতা সরবরাহ করতে হবে।

অনুগ্রহ করে দেখুন: ভোক্তা সুরক্ষা (ই-কমার্স) নিয়ম, 2020 4(2); [ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন](#):
[অধ্যায় 2 \(ব্যবসায়িক বিধি\): 2.1.10, 2.3.3 \(a\) থেকে \(c\), 2.3.11, 2.3.12, 2.4.3, 2.4.10, 2.4.13 \(a\) থেকে \(c\), 2.4.16 \(a\)](#)



ক্রেতা দ্বারা উত্থাপিত সমস্যাগুলির সমাধানের প্রক্রিয়া

যদি পূর্বে আলোচিত পদ্ধতির মাধ্যমে ক্রেতা সমস্যাটি উত্থাপিত করে তবে সমস্যাটি এই সমাধান পদ্ধতির মধ্য দিয়ে যাবে।



লেভেল

1

ক্রেতা বায়ার অ্যাপের মাধ্যমে বিষয়টি উত্থাপন করে

ক্রেতা বায়ার অ্যাপের মাধ্যমে বিষয়টি উত্থাপন করে, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট হয় সমাধান করে এবং গ্রাহকের সাথে সমাধানটি ভাগ করে নেয় অন্যথায় যদি সমস্যাটি লেনদেনে অন্য পার্টিসিপেন্ট নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের সাথে সম্পর্কিত হয় তবে তথ্যটি সমাধানের জন্য তাদের কাছে প্রেরণ করা হবে এবং সমাধানটি বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের সাথে ভাগ করা হবে যা তারপরে ক্রেতার কাছে প্রেরণ করা হবে।

লেভেল

2

প্রতিকার অফিস

প্রতিকার অফিস: যদি সমস্যাটি স্তর 1 এ সমাধান না করা হয় তবে ক্রেতা প্রতিটি NP দ্বারা নিযুক্ত অভিযোগ নিষ্পত্তি কর্মকর্তাদের কাছে যেতে পারে। প্রতিটি NP কে ONDC নেটওয়ার্কের সাথে নিবন্ধনের সময় অভিযোগ নিষ্পত্তি কর্মকর্তার বিশদ ভাগ করতে হবে।

অনুগ্রহ করে [অধ্যায় 6 \(সমস্যা এবং অভিযোগ পরিচালনার নীতি\) দেখুন](#), [ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন](#)

লেভেল

3

ODR

যদি স্তর 2 এ সমাধান না করা হয় তবে ক্রেতা সমস্যাটি ODR সার্ভিস সরবরাহকারীদের কাছে স্থানান্তরিত করতে পারে: এগুলি সেই NP রা হবে যারা মধ্যস্থতা, সমঝোতা এবং সালিশের মতো বিরোধ নিষ্পত্তি প্রক্রিয়া সরবরাহ করবে।

লেভেল

4

আদালতের দ্বারস্থ হন

এর পরে, যদি সমস্যাটি অমীমাংসিত হয় তবে অভিযোগকারী উপযুক্ত এখতিয়ার সহ আদালতে যেতে পারেন।

মেট্রিক্স NPগুলি গ্রাহক সেবা অপারেশন দৃষ্টিকোণ থেকে ট্র্যাক করা উচিত

- প্রাপ্ত ক্রেতা সমস্যার সংখ্যা
- যেই ক্রেতা সমস্যাগুলি সময়মতো প্রতিক্রিয়া জানানো হয়েছে তার % = মোট সমস্যাগুলি যেগুলি সময়মতো প্রতিক্রিয়া জানানো হয়েছে / NP দ্বারা প্রাপ্ত মোট সমস্যা
- গড় প্রতিক্রিয়া সময়: যে সময় একটি সমাধান বা পরবর্তী পদক্ষেপের সাথে প্রতিক্রিয়া জানানো হয় - যে সময়ে সমস্যাটি পার্টিসিপেন্ট NP থেকে প্রাপ্ত হয়েছিল
- গড় স্বীকৃতি সময়: কোনও ইস্যু প্রাপ্তি স্বীকার করতে যেই সময় লাগে
- গড় সমাধানের সময়: পার্টিসিপেন্ট NPতে সমাধান জানানোর জন্য যেই সময় লেগেছে
- যেই ক্রেতা সমস্যাগুলি সময়মতো স্বীকৃত করা হয়নি তার % = সময়মতো স্বীকৃত নয় এমন সমস্যাগুলির সংখ্যা/প্রাপ্ত মোট সমস্যা

- যেই ক্রেতা সমস্যাগুলি সন্তোষজনকভাবে সমাধান করা হয়েছে তার %: ক্রেতার অনুমোদনের সাথে ক্রেতার সমস্যাগুলি সমাধান করা হয়েছে / প্রাপ্ত ক্রেতা সমস্যার সংখ্যা
- যেই সমস্যাগুলি GRO-তে সরানো হয়েছে তার % = যেই সমস্যাগুলির GROতে সরানো হয়েছে তার সংখ্যা/ প্রাপ্ত মোট সমস্যা
- GRO স্তরে NP এর বিরুদ্ধে বন্ধ করা সমস্যার % = GRO স্তরে NP এর বিরুদ্ধে বন্ধ করা সমস্যা/ মোট উত্থাপিত সমস্যা
- ODR (অনলাইন ডিসপুট রেজোলিউশন) এ সরানো সমস্যাগুলির সংখ্যা
- ODR স্তরে NP এর বিরুদ্ধে বন্ধ করা সমস্যার % = ODR স্তরে NP এর বিরুদ্ধে বন্ধ হওয়া সমস্যাগুলির সংখ্যা / উত্থাপিত সমস্যাগুলির মোট সংখ্যা

CRM প্রস্তুত কার্যকারিতা

- 1 প্রয়োজনীয় সময়সীমার মধ্যে সমস্যাগুলি প্রাপ্তি স্বীকার করার জন্য NPগুলির একটি সক্রিয় CRM থাকার পরামর্শ দেওয়া হয়।
- 2 CRM-এর কাছে প্রশ্নের উত্তর দেওয়ার কার্যকারিতা থাকা উচিত এবং অন্যান্য NPS দ্বারা শেয়ার করা যোগাযোগের মোডের মাধ্যমে প্রয়োজন অনুযায়ী অন্যান্য নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের কাছে সমস্যার প্যাকেট ফরোয়ার্ড করা উচিত। (যেমন একটি ইমেল আইডি)
- 3 NPগুলিকে সেই ক্ষেত্রে স্বয়ংক্রিয়ভাবে সমস্যাগুলি ডাইভার্ট করার জন্য যুক্তি বিকাশের পরামর্শ দেওয়া হয় যেখানে এটি নিশ্চিত যে এটি NP এর দোষ নয় বরং অন্যান্য পার্টিসিপেন্টদের দোষ। উদাহরণস্বরূপ, যদি ক্রেতা 'বিলম্বিত ডেলিভারি' এর দলের অধীনে কোনও সমস্যা উত্থাপন করে তবে কোনও বায়ার NP এটি স্বয়ংক্রিয়ভাবে এবং তাত্ক্ষণিকভাবে সেলার NP তে নির্দেশ করতে পারে।

গুরুত্বপূর্ণ করণীয়গুলি

- ক্রেতা সমস্যাগুলির সময়োপযোগী সমাধান/স্বীকৃতি/প্রতিক্রিয়া নিশ্চিত করা
- অপারেশনাল কঠোরতা নিশ্চিত করা: সময়মত প্রেরণ, বাতিলকরণ হ্রাস করা, সঠিক পণ্য প্রেরণ, ক্রেতাদের উত্থাপিত সমস্যাগুলির সংখ্যা হ্রাস করার জন্য সঠিক প্যাকেজিং

এই CRM কার্যকারিতাগুলি NPগুলিকে সমস্যার প্রতিক্রিয়া জানানো মিস করতে বা সমস্যার প্রতিক্রিয়া জানাতে বিলম্ব হওয়া এড়াতে সহায়তা করবে।

অধ্যায় ৪

অপারেশন জন্য নিয়ম সংজ্ঞায়িত

ONDC নেটওয়ার্কে কার্যকরভাবে পরিচালনা করার জন্য সেলার NPকে অবশ্যই কিছু ব্যবসায়িক নিয়ম সংজ্ঞায়িত করতে হবে। এই বিভাগটি নীতি এবং প্রযুক্তি উভয় স্তরে সেলার NP কে অবশ্যই সংজ্ঞায়িত করতে হবে এমন নিয়মগুলি ব্যাখ্যা করে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- কার্যকরভাবে অপারেশন চালানোর জন্য কোন নিয়মগুলি সংজ্ঞায়িত করতে হবে তা বোঝা
- বিক্রেতা শিপিং মডেল সংজ্ঞায়িত করা: অফ নেটওয়ার্ক বনাম অন নেটওয়ার্ক ডেলিভারি পার্টনার

শিপিং মডেল সংজ্ঞায়িত করা

বিতরণ দায়িত্ব সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট অথবা বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা নেওয়া যেতে পারে। বেশিরভাগ ক্ষেত্রে আমরা আশা করি যে সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট পণ্যটি শিপ করার দায়িত্ব নেবে। সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের পণ্য শিপ করার জন্য নীচের বিকল্পগুলি থাকবে:

হয় বিক্রেতা তার কর্মচারী/এজেন্টের মাধ্যমে নিজে থেকে পাঠানোর সিদ্ধান্ত নিতে পারেন, পণ্যটি পাঠানোর জন্য তৃতীয় পক্ষের লজিস্টিক পার্টনারদের (নেটওয়ার্কের বাইরে) সাথে অফ-নেটওয়ার্ক ব্যবস্থা রাখতে পারেন অথবা

নেটওয়ার্ক (অন নেটওয়ার্কে) তালিকাভুক্ত লজিস্টিক সেলার NP থেকে প্রোটোকলের মাধ্যমে লজিস্টিক সার্ভিস কিনতে পারে। অন নেটওয়ার্ক লজিস্টিক বিকল্পের ক্ষেত্রে, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ডেলিভারি সময়রেখা এবং চার্জ সহ লেনদেনের শর্তাদি সহ সমস্ত লজিস্টিক সরবরাহকারীর তালিকা পাবেন, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট তারপরে পণ্যটি সরবরাহ করার জন্য বিকল্পগুলির মধ্যে একটির সেবা নির্বাচন করতে পারেন। অথবা ক্রেতার অবস্থানের উপর নির্ভর করে এই দুটির সংমিশ্রণ বেছে নিতে পারেন



বিক্রেতার সার্ভিসযোগ্যতা সংজ্ঞায়িত করা

নীতি বাস্তবায়ন: নীতি স্তরে, সেলার NPকে অবশ্যই বিক্রেতাদের সাথে সিদ্ধান্ত নিতে হবে যে পণ্যগুলি সারা দেশে চালানোর জন্য উপলব্ধ হবে না কি হাইপারলোকাল (নিকটবর্তী পিন কোডগুলিতে সীমাবদ্ধ) হবে। হাইপারলোকাল মোডের ক্ষেত্রে, বিক্রেতাকে অবশ্যই দোকান খোলার সময় (সর্বকালের বনাম নির্দিষ্ট সময়) এবং বিক্রেতার অবস্থান থেকে ব্যাসার্ধ যা অর্ডারটি সার্ভিস করা হবে তা নির্ধারণ করতে হবে। এটি নিশ্চিত করবে যে এমন অর্ডার যেন স্থাপন না করা হয় যা বিক্রেতা পূরণ / শিপ করতে পারবে না।

অধ্যায় 9

পেমেন্ট এবং সেটেলমেন্ট

ONDC নেটওয়ার্ক দ্বারা সহজতর যে কোনও অর্ডার
নিম্নলিখিত বাণিজ্যিক উপাদানগুলিকে জড়িত করবে
[\[ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন: অধ্যায়: 3
বাণিজ্যিক মডেল\]](#)

ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে কেনা যে কোনও পণ্য বা সেবাতে
সর্বদা নির্দিষ্ট বাণিজ্যিক উপাদান থাকবে যা আমরা আপনার
জন্য পাঁচটি বিস্তৃত উপগোষ্ঠীর অধীনে সরলীকৃত করেছি।

1. ক্রেতা মূল্য:
2. বায়ার অ্যাপ্লিকেশন ফি
3. সেলার অ্যাপ্লিকেশন ফি:
4. গেটওয়ে ফি
5. ONDC চার্জ

যদি ডেলিভারিও ক্রেতা দ্বারা প্রদান করা হয় তবে তাতেও একই 5 টি উপাদান থাকবে।
প্রাথমিক মাসগুলিতে, কোনও গেটওয়ে বা ONDC চার্জ নেই।

1 ক্রেতা মূল্য:

ক্রেতা মূল্য 1ম উপাদান তৈরি করে। এটি সহজভাবে, ONDC নেটওয়ার্কে কোনও গ্রাহককে যে চূড়ান্ত মূল্য দিতে হবে সেটি। উপাদান 2,3, 4 এবং 5 + বিক্রেতার দ্বারা উপলব্ধ নেট মিলে 1টি ক্রেতা মূল্য তৈরি করে: বিক্রেতার দ্বারা আদায় করা নেট পরিমাণ, সেলার অ্যাপ্লিকেশন ফি, বায়ার অ্যাপ্লিকেশন ফি, গেটওয়ে ফি ও ONDC চার্জ।

ঘোষিত দাম, যার মধ্যে GST অন্তর্ভুক্ত রয়েছে, হল সেলার অ্যাপ্লিকেশনে বিক্রেতার দ্বারা ঘোষিত এবং তালিকাভুক্ত চূড়ান্ত দাম। মনে রাখবেন যে এই দামটি কখনই সর্বোচ্চ খুচরা মূল্য (MRP) অতিক্রম করা উচিত নয়।

তারপরে আপনার কাছে ডেলিভারি ফি রয়েছে যা বিতরণ সার্ভিসগুলির জন্য চার্জ করা ফি।

প্যাকেজিং এবং সুবিধার ফি অন্যান্য চার্জ তৈরি করে।

এবং অবশেষে, ক্রেতার মূল্য সম্পূর্ণ করতে, আমরা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা প্রদত্ত ছাড়গুলিও অন্তর্ভুক্ত করব। এটি আপনাকে জানাবে যে গ্রাহককে ঠিক কত টাকা দিতে হবে।

2 বায়ার অ্যাপ্লিকেশন ফি:

বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট মোট অর্ডার মানের শতাংশ হিসাবে (প্রথম চারটি উপ-পয়েন্টের সংমিশ্রণ) বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টর কাছ থেকে সফল অর্ডার প্রতি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ হিসাবে একটি ফাইন্ডার ফি চার্জ করতে পারে। যদি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট প্রস্তাবিত বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ফির সাথে একমত না হন তবে বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট লেনদেন সম্পূর্ণ করতে অস্বীকার করতে পারেন।

3 সেলার অ্যাপ্লিকেশন ফি:

সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট তাদের ক্যাটালগ আইটেমগুলি তালিকাভুক্ত করার জন্য বিক্রেতাদের কাছ থেকে সফল অর্ডার প্রতি একটি ফি চার্জ করতে পারে, যার শর্তাদি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং বিক্রেতার মধ্যে সিদ্ধান্ত নেওয়া হবে এবং ONDC নেটওয়ার্ক এই জাতীয় সংকল্পে জড়িত হবে না। বিক্রেতার চাইলে তাদের ঘোষিত দামে এই জাতীয় চার্জ অন্তর্ভুক্ত করার সিদ্ধান্ত নিতে পারেন।

এই ফি পরিমাণ এবং মডেল সেলার অ্যাপ্লিকেশন এবং বিক্রেতার মধ্যে সম্মত হবে এবং বিক্রেতার চাইলে তাদের পণ্যের দামের সাথে এই ফি যুক্ত করতে বেছে নিতে পারেন। ONDC এই ফি নির্ধারণে জড়িত থাকবে না। উপরের পয়েন্টগুলি ব্যাখ্যা করার জন্য একটি উদাহরণ নীচে রয়েছে:

লজিস্টিক সার্ভিসগুলি বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট অথবা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা সংগ্রহ করা যেতে পারে ও সেই অনুযায়ী লজিস্টিক সেলার NPর সাথে নিষ্পত্তি করা হবে।

4 লজিস্টিক:

এর সহজ অর্থ ডেলিভারি প্রক্রিয়া - কীভাবে গ্রাহকের কাছে অর্ডার প্রেরণ করা হয়। এর জন্য অতিরিক্ত ব্যয় জড়িত রয়েছে এবং বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট একটি ডেলিভারি অংশীদার নিয়োগ করতে পারে, যার সার্ভিসগুলি তারা ক্রেতার কাছে চার্জ করতে পারে বা নাও করতে পারে।

5

ONDC ফি এবং গেটওয়ে ফি: গেটওয়ে এবং ONDC তাদের চুক্তি অনুসারে বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট, বা উভয়কেই ফি চার্জ করতে পারে। প্রাথমিক মাসগুলিতে গেটওয়ে এবং ONDC সার্ভিসগুলি বিনামূল্যে উপলব্ধ রয়েছে।

এই ফিগুলি ক্রেতার মূল্যের সাথে যোগ করা হবে না এবং বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা আলাদাভাবে প্রদান করা হবে।

বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট নিম্নলিখিত শর্তাবলীতে পারস্পরিকভাবে সম্মত হবেন (সম্মিলিতভাবে, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট সংগ্রহ এবং নিষ্পত্তির শর্তাদি):

- **বায়ার অ্যাপ ফি:** মোট অর্ডার মূল্যের শতাংশ হিসাবে অথবা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা প্রদত্ত সফল অর্ডার প্রতি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ হিসাবে
- **ইভেন্ট ট্রিগার:** অর্ডার ডেলিভারি, অর্ডার রিটার্ন, রিটার্ন সময়কাল সমাপ্তি ইত্যাদির মতো ইভেন্টগুলি সহ গ্রাহকের সাথে অর্থ প্রদানের নিষ্পত্তির জন্য নির্দিষ্ট ইভেন্টটি (আংশিক বা সম্পূর্ণরূপে)

- **সেটেলমেন্ট উইন্ডো:** ইভেন্ট ট্রিগার এবং পেমেন্ট নিষ্পত্তির মধ্যে সময়কাল। সংগ্রহ, চালান, বা সরবরাহের তারিখ বা রিটার্ন উইন্ডোর শেষ থেকে নির্দিষ্ট সংখ্যক কার্যদিবসের সমন্বয়ে গঠিত
- **উইথহোল্ডিং পরিমাণ:** উইথহোল্ডিং পরিমাণ হ'ল কোনও ইভেন্ট ট্রিগার না হওয়া পর্যন্ত সংগ্রাহক দ্বারা আটকে রাখা অর্থের শতাংশ পরিমাণ। উদাহরণস্বরূপ, একজন বায়ার NP 50% ডেলিভারির পর এবং অবশিষ্ট 50% রিটার্ন উইন্ডোর শেষের পরে বিতরণ করতে বেছে নিতে পারেন
- **রিটার্ন উইন্ডো:** ডেলিভারি বা চালান বা সংগ্রহ থেকে ক্যালেন্ডার দিনের সংখ্যা (প্রয়োজ্য হিসাবে) যার মধ্যে ক্রেতা পণ্যটি ফেরত দিতে বেছে নিতে পারে (যদি ফেরতযোগ্য হয়)

বাতিলকরণ এবং রিফান্ড:

রিটার্ন, বাতিলকরণ, ক্ষতিগ্রস্থ আইটেমগুলির ক্ষেত্রে রিফান্ড নিম্নরূপ শুরু করা হবে:

- প্রিপেইড অর্ডার:** যে সত্তা ক্রেতার কাছ থেকে ক্রেতার মূল্য সংগ্রহ করে (যেমন, বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট) সে ক্রেতাকে ক্রেতার সম্পূর্ণ মূল্য ফেরত দেওয়ার জন্য দায়বদ্ধ থাকবে, অর্ডার নিশ্চিতকরণের সময় ক্রেতার সাথে সম্মত যে কোনও বাতিল চার্জ বাদ দিয়ে। এই জাতীয় রিফান্ডের জন্য বায়ার অ্যাপ ফি এবং সেলার অ্যাপ ফি সহ তবে সম্পর্কিত নয় এমন সমস্ত নিষ্পত্তির শর্তাদি কেবলমাত্র জড়িত নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের মধ্যে থাকবে।
- ডেলিভারির আগে বাতিল করা COD অর্ডার:** ডেলিভারির আগে বাতিলকরণের জন্য, ক্রেতার মূল্য ক্রেতা দ্বারা প্রদান করা হবে না এবং তাই, কোনও রিফান্ড নেই। শিপিং এবং RTO সম্পর্কিত সমস্ত চার্জ লজিস্টিক সেলার NP এবং নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের মধ্যে থাকা লজিস্টিক সেলার NP-র সেবাগুলি গ্রহণের শর্তাবলীর উপর ভিত্তি করে হবে
- ডেলিভারির পরে COD অর্ডার:** যদি কোনও ক্রেতা ডেলিভারি গ্রহণের পরে COD অর্ডার ফেরত দেওয়ার প্রক্রিয়া শুরু করে, তবে লজিস্টিক সেলার NP এর সেবা সংগ্রহকারী এবং লজিস্টিক সেলার NP থেকে ক্রেতার মূল্য গ্রহণকারী সত্তা ক্রেতাকে রিফান্ড দেওয়ার প্রক্রিয়া শুরু করবে। বায়ার অ্যাপ ফি, সেলার অ্যাপ ফি, লজিস্টিক ব্যয়, এই জাতীয় ফেরতের জন্য সমস্ত নিষ্পত্তির শর্তাদি কেবলমাত্র জড়িত নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের মধ্যে থাকবে।
- একবার লেনদেনের জন্য নিষ্পত্তি হয়ে গেলে, প্রয়োজনীয় হিসাবে কোনও রিফান্ড সহ, অর্ডার যাত্রা বন্ধ হয়ে যায়।



অধ্যায় 10

ট্যাক্সেশন

দেশের অভ্যন্তরে পরিচালিত যে কোনও ব্যবসায়কে কর আইন মেনে চলতে হবে এবং সময়মতো তার করের বাধ্যবাধকতাগুলি পালন করতে হবে। সুতরাং প্রতিটি নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে তার করের দায়বদ্ধতা এবং সম্মতির প্রয়োজনীয়তাগুলি মূল্যায়ন করতে হবে।

ONDC নেটওয়ার্কে তাদের ক্রিয়াকলাপের সাথে সম্পর্কিত নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের জন্য প্রযোজ্য দুটি প্রধান ধরণের ট্যাক্স সম্মতি হ'ল (i) আয়কর আইন 1961 এর অধীনে ট্যাক্স ডিডাকশন অ্যাট সোর্স (TDS) বাধ্যবাধকতা এবং (ii) GST আইন। GST আইনগুলির মধ্যে, সমস্ত NPগুলিকে CGST আইন 2017 (এবং এর অধীনে তৈরি বিধি) এর বিধান মেনে চলতে হবে। যদিও রাজ্য GST আইনগুলিও প্রযোজ্য হবে, এবং NP গুলিকে সেগুলি সম্পর্কে সচেতন হতে হবে, এই বাধ্যবাধকতাগুলি রাজ্য থেকে রাজ্যে পৃথক হবে।

এই বিভাগ থেকে প্রত্যাশিত কী শিক্ষণীয় বিষয়:

- নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের জন্য প্রযোজ্য ট্যাক্স সম্মতি
- বিক্রেতা-পার্শ্ব ব্যবসায়িক মডেল এবং লেনদেন-স্তরের বৈশিষ্ট্য

নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের সুবিধার জন্য, ONDC কর মেনে চলার বিষয়ে একটি নির্দেশক নির্দেশিকা প্রকাশ করেছে যা আয়কর আইন এবং GST আইনের অধীনে বিস্তৃত প্রয়োগযোগ্যতা এবং প্রয়োজনীয়তাগুলি অন্তর্ভুক্ত করে। বিস্তৃতভাবে, ONDC নেটওয়ার্ক ট্যাক্স বাধ্যবাধকতার যে কোনও লেনদেন দুটি মাথায় বিভক্ত করা যেতে পারে:

1 প্রকৃত সরবরাহের উপর করে প্রভাব

এগুলি হ'ল কর সম্মতি যা ই-কমার্স সংস্থাগুলি অর্থাৎ বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টকে ক্রেতার দ্বারা ক্রয় করা পণ্য / সেবার বিক্রেতার দ্বারা প্রদেয় করার বিষয়ে গ্রহণ করতে হবে।

2 বিভিন্ন নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের দ্বারা চার্জ করা কমিশন / ফিগুলির উপর করে প্রভাব

এগুলি হ'ল কর সম্মতি যা ই-কমার্স সংস্থাগুলি অর্থাৎ বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট, সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট, এবং লজিস্টিক সেলার NP কে উপরে উল্লিখিত সরবরাহের সুবিধার্থে তাদের

উপার্জনের উপর ভিত্তি করে দিতে হবে। অন্য কথায়, এগুলি হ'ল বায়ার অ্যাপ ফি, সেলার অ্যাপ ফি এবং লজিস্টিক ফিগুলির জন্য প্রযোজ্য কর।

ই-কমার্সের প্রেক্ষাপটে কর আইনগুলি পড়া এবং বিদ্যমান বিধিগুলি পরীক্ষা করা ইঙ্গিত দেয় যে উপরে উল্লিখিত দুটি প্রধানের জন্য কর সম্মতি দুটি বিভাগের বিবেচনার দ্বারা প্রভাবিত হয় যেমন বিক্রেতা-পার্শ্ব ব্যবসায়িক মডেল এবং লেনদেন-স্তরের বৈশিষ্ট্য। এই দুটি নীচে সংক্ষেপে আলোচনা করা হয়েছে।

1 বিক্রেতা-পার্শ্ব ব্যবসায়িক মডেল

বিক্রেতা-পার্শ্ব মডেলগুলি তিন ধরণের হয়, যথা।

- ইনভেন্টরি মডেল - এই মডেলটিতে, বিক্রেতার নিজস্ব প্ল্যাটফর্ম রয়েছে যেখানে তার পণ্য / সেবাগুলি তালিকাভুক্ত করা হয়। ONDC নেটওয়ার্ক প্রসঙ্গে, এতে সমস্ত ইনভেন্টরি সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট অন্তর্ভুক্ত রয়েছে। কর আইনের দৃষ্টিকোণ থেকে, পণ্য / সেবা সরবরাহ ই-কমার্স অপারেটর দ্বারা হয়।

- **মার্কেটপ্লেস মডেল** - এই মডেলটিতে, বিক্রেতারা তাদের পণ্য / সেবাগুলি ই-কমার্স অপারেটরের প্ল্যাটফর্মে তালিকাভুক্ত করতে পারে যা ক্রেতাদের এবং বিক্রেতাদের সাথে সংযোগ স্থাপন করে। ONDC নেটওয়ার্ক প্রসঙ্গে, এর মধ্যে মার্কেটপ্লেস সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট অন্তর্ভুক্ত রয়েছে, গতিশীলতা এবং F&B বিভাগগুলি ব্যতীত। ট্যাক্স আইনের দৃষ্টিকোণ থেকে, মার্কেটপ্লেস তার সেবার জন্য ফি চার্জ করে, এবং পণ্য / সেবাগুলির প্রকৃত সরবরাহ বিক্রেতার কাছ থেকে ক্রেতার কাছে হয়।
- **এগ্রিগেটর মডেল** - এগ্রিগেটর মডেলটি মার্কেটপ্লেস মডেলের অনুরূপ হয় অর্থাৎ, বিক্রেতারা ই-কমার্স অপারেটরের প্ল্যাটফর্ম ব্যবহার করে ক্রেতাদের পণ্য / সেবা সরবরাহ করতে পারে। তবে, GST আইন অনুসারে, কিছু নির্দিষ্ট সেবার ক্ষেত্রে, GST প্রদানের দায়বদ্ধতা ই-কমার্স অপারেটরের উপর রয়েছে, যদি কিছু শর্ত পূরণ করা হয়। ব্যবসায়িক ভাষায়, এই সেবা সরবরাহকারীদের এগ্রিগেটর হিসাবে উল্লেখ করা হয়। ONDC নেটওয়ার্কের প্রসঙ্গে, এগুলি হ'ল মার্কেটপ্লেস সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট যারা F&B বা গতিশীলতা খাতে কাজ করে।

2

লেনদেন-স্তরের বৈশিষ্ট্য

অনেক লেনদেন-স্তরের বৈশিষ্ট্যগুলি করের দায়বদ্ধতার উপর প্রভাব ফেলতে পারে যেমন:

- কারা পেমেণ্ট আদায় করেছে?

- সরবরাহ কি আন্তঃরাজ্য হয় না কি আন্তঃরাষ্ট্রীয়?
- কারা লজিস্টিক সংগ্রহ করেছে?
- যদি কোনও ছাড় দেওয়া হয়, তবে এটি কি বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা দেওয়া হয়েছিল না কি বিক্রেতা দ্বারা?
- যে কোনও লেনদেনের ক্ষেত্রে তাদের করের দায়বদ্ধতা নির্ধারণের জন্য NPকে এই কয়েকটি প্রশ্নের উত্তর দিতে হবে।

বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট এবং সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট ই-কমার্স সংস্থা হওয়ায় আয়কর আইনের ধারা 194-O এবং CGST আইনের ধারা 52 এর অধীনে তাদের সম্মতির বিশদ সম্পর্কে বিশেষভাবে সচেতন হতে হবে।

কর সম্মতি সম্পর্কে আরও বিশদ নির্দেশিকার জন্য, দয়া করে ONDC ওয়েবসাইটে ONDC নেটওয়ার্ক দ্বারা উপলব্ধ ট্যাক্স নির্দেশনের নথিগুলি দেখুন। যাইহোক, ট্যাক্স কর্তৃপক্ষের সাথে সমস্যা এড়ানোর জন্য, NP কে সর্বদা তাদের করের বাধ্যবাধকতাগুলি খুঁজে বের করার জন্য একটি চার্টার্ড অ্যাকাউন্ট্যান্ট এবং / অথবা ট্যাক্স পরামর্শদাতার সাথে পরামর্শ করতে হবে। এই বিষয়ে ONDC নির্দেশিকা সম্পূর্ণ বা নিয়মিত আপডেট করা যায় না।

উপসংহার

দক্ষতার সাথে ই-কমার্স অপারেশন পরিচালনা করার জন্য, নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের অভ্যন্তরীণ প্রক্রিয়া তৈরি করা উচিত এবং একটি অর্ডার যাত্রার বিভিন্ন পর্যায়ে পদক্ষেপ নেওয়া উচিত। হ্যান্ডবুকটির উদ্দেশ্য ছিল পার্টিসিপেন্টদের কাছে ONDC নেটওয়ার্কের সাথে ডিজিটাল স্টোর স্থাপনের সুবিধাগুলি তুলে ধরা এবং ই-কমার্স ক্রিয়াকলাপের অধীনে প্রতিটি পর্যায়ে ONDC নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের দিকনির্দেশনা এবং সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি দেওয়া:

- বিক্রেতা অনবোর্ড করা
- ক্যাটালগ ব্যবস্থাপনা
- অর্ডার ব্যবস্থাপনা
- প্যাকেজিং
- গ্রাহক সমস্যা ব্যবস্থাপনা
- অপারেশন পরিকল্পনা
- বায়ার অ্যাপ্লিকেশনগুলিতে ক্রেতার অভিজ্ঞতা উন্নত করা
- অর্থপ্রদান ও নিষ্পত্তি

নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টরা তাদের ক্রিয়াকলাপগুলিতে সর্বোত্তম অনুশীলনগুলি অনুসরণ করে অপারেশনাল পারফরম্যান্সে উন্নতি দেখতে পারে। উপরের ক্রিয়াকলাপগুলির যে কোনও একটিতে কর্মক্ষমতা হ্রাস বা পারফরম্যান্সের উন্নতির প্রয়োজন হলে পার্টিসিপেন্টকে এই হ্যান্ডবুকটি আবার দেখতে হবে।

নীচে প্রতিদিনের ক্রিয়াকলাপগুলির তালিকা রয়েছে যা আমরা সুপারিশ করি যে সেলার NP এবং বিক্রেতাদের অপারেশনাল মিসগুলি হ্রাস করার জন্য দৈনিক ভিত্তিতে অনুশীলন করা উচিত।

দৈনিক অপারেশন সেলার NP চেকলিস্ট			
ক্রম নং	মনিটরিং ক্ষেত্র	প্রভাব	দৈনিক কার্যকলাপ চেকলিস্ট
1	চালানে বিলম্ব	চালানে বিলম্বের ফলস্বরূপ: <ul style="list-style-type: none"> গ্রাহকের অর্ডার বাতিলকরণের ফলে বিক্রয়ের ক্ষতি হয় নেটওয়ার্কে রেটিংয়ের উপর প্রভাব পরে যা নেটওয়ার্কের মাধ্যমে ভবিষ্যতের বিক্রয়কে প্রভাবিত করবে। 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রেতা স্তরের অর্ডার পেভেন্ডিক্সি পরীক্ষা করুন (অর্ডারের সংখ্যা এবং মূলতুবি অর্ডারগুলির গড় বয়স) সেই বিক্রেতাদের সাথে দ্রুত চালানোর জন্য সমন্বয় সাধন করুন যেখানে পেভেন্ডিক্সি বেশি রয়েছে।
2	বিক্রেতা বাতিলকরণ	উচ্চ বাতিলকরণের ফলস্বরূপ: <ul style="list-style-type: none"> নেটওয়ার্কে রেটিংয়ের উপর প্রভাব পরে যা নেটওয়ার্কের মাধ্যমে ভবিষ্যতের বিক্রয়কে প্রভাবিত করবে। বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট নন-পারফর্মিং বিক্রেতাদের ফিল্টার করার জন্য মানদণ্ড প্রয়োগ করতে পারে যারা তখন ক্রেতাদের কাছে দৃশ্যমান হবে না যার ফলে সেলার NP এরও ক্ষতি হবে 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রেতা বাতিলকরণগুলি পরীক্ষা করুন (বাতিলকরণের সংখ্যা, বিক্রেতার জন্য বাতিলকরণের %, সেলার NP-র জন্য বিক্রেতা অনুসারে বাতিলকরণের % শেয়ার) তথ্যের ভিত্তিতে বিক্রেতাদের সাথে আলোচনা করুন সমস্যাগুলি বুঝুন ও প্রক্রিয়া উন্নতি, চেকলিস্টগুলির সুপারিশ করুন, প্রয়োজনীয়তা হিসাবে ইনভেন্টরি ব্যবস্থাপনা, অর্ডার ব্যবস্থাপনা অথবা মূল্য নির্ধারণের উপর প্রশিক্ষণ পরিচালনা করুন বারবার ব্যর্থতার ক্ষেত্রে সতর্কতা জারি করুন ও তারপরে নিষ্ক্রিয় করুন যদি না বিক্রেতার দ্বারা গৃহীত সংশোধনমূলক পদক্ষেপ নেওয়া হয় ও সেলার NP দ্বারা যাচাই করা হয়
3	ভাণ্ডার পরীক্ষা	যদি বিক্রেতাদের ভাণ্ডার হ্রাস পায় তবে এর ফলে সেলার NP এর বিক্রয় / সম্ভাব্য ভবিষ্যতের বিক্রয় হ্রাস পাবে	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রেতা স্তরের ভাণ্ডারের স্থিতি পরীক্ষা করুন ও ভাণ্ডারের অতীত ডেটার সাথে তুলনা করুন ফাঁকগুলি সনাক্ত করুন ও ইনভেন্টরির প্রশ্ন ও গভীরতা বজায় রাখতে / বাড়ানোর জন্য বিক্রেতাদের সাথে আলোচনা করুন

দৈনিক অপারেশন সেলার NP চেকলিস্ট

ক্রম নং	মনিটরিং ক্ষেত্র	প্রভাব	দৈনিক কার্যকলাপ চেকলিস্ট
4	ক্রোতা দ্বারা সমস্যা তুলে ধরা	<ul style="list-style-type: none"> সময়মতো প্রত্যাবর্তন না করার ফলে এই জাতীয় অনুরোধের জন্য SLA লঙ্ঘন হবে SLA লঙ্ঘনের ফলে সম্মতি লঙ্ঘন হবে যেখানে নেটওয়ার্কের IGM নীতি অনুসারে ক্রোতা সমস্যাটি তুলে ধরতে পারে 	<ul style="list-style-type: none"> ক্রোতা দ্বারা বাড়ানো খোলা কেসগুলি পরীক্ষা করুন, যেখানে বিক্রোতা ক্রোতা রিটার্ন/রিফান্ড/বাতিলকরণের অনুরোধগুলিতে সময়মত/যথাযথভাবে প্রত্যাবর্তন করেনি সমাধানের জন্য বিক্রোতাদের সাথে আলোচনা/কাজ করুন।
5	প্রাপ্য	<ul style="list-style-type: none"> প্রাপ্তিতে বিলম্বের ফলে সেলার NP ব্যবসা চালানোর জন্য উচ্চতর কার্যকরী মূলধন বিনিয়োগ করবে। ব্যবসা করার খরচ আনুপাতিক হারে বাড়বে 	<ul style="list-style-type: none"> বায়ার NP থেকে প্রাপ্ত মূলতুবি থাকা পেমেন্টগুলি তৈরি/ডাউনলোড করুন যেখানে বিলম্ব হয় সেখানে বায়ার NP গুলির সম্মুখে তা তুলে ধরুন পুরানো খোলা পেমেন্ট মূলতুবি বৃদ্ধি অনুসরণ করুন
6	পেমেন্ট	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রোতাদের সময়মতো অর্থ প্রদান না করার ফলে বিক্রোতার সেলার NP এর সাথে তালিকাচ্যুত হবে বা বিকল্প সেলার NP তে যাবে 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রোতার মূলতুবি পেমেন্ট কেসগুলি পরীক্ষা করুন SLA অনুসারে অর্থ প্রদানের জন্য সারিবদ্ধ করুন ও যেখানে UTR পেয়েছেন তা আপডেট করুন
7	বিক্রোতা দ্বারা সমস্যা তুলে ধরা	<ul style="list-style-type: none"> সমস্যাগুলি সমাধান না করা বিক্রোতার অসন্তুষ্টি ও NP থেকে সম্ভাব্য প্রস্থানের দিকে পরিচালিত করবে সেলার NP এর উচ্চতর ব্যান্ডউইথ প্রবৃদ্ধিতে কাজ করার পরিবর্তে সমস্যাগুলিতে যাবে 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রোতাদের কাছ থেকে প্রাপ্ত বর্ধন পরীক্ষা করুন: অর্থ প্রদানের বিলম্ব, ইন-ট্রানজিট ক্ষতি, লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক দ্বারা বিতরণে বিলম্ব এবং এগুলি বন্ধ করা নিশ্চিত করুন
8	নিম্ন পারফরম্যান্সের পরিচালনা করা	<ul style="list-style-type: none"> সেলার NP এর পক্ষে শীর্ষস্থানীয় নন-পারফর্মিং বিক্রোতাদের ট্র্যাক করা এবং তাদের সাথে কাজ করা গুরুত্বপূর্ণ এই জাতীয় বিক্রোতাদের ক্রিয়াকলাপ উন্নত করার ফলে সেলার NP এর পারফরম্যান্সে আরও বেশি প্রভাব পড়বে 	<ul style="list-style-type: none"> সেলার NP স্তরে শীর্ষস্থানীয় বিক্রোতাদের ক্রিয়াকলাপগুলি দেখে তার উপর অন্তর্দৃষ্টি তৈরি করতে বিক্রোতা-স্তরের ডেটা তৈরি করুন। শীর্ষস্থানীয় অ-পারফর্মিং বিক্রোতাদের সাথে মিটিং এর ব্যবস্থা করুন (চালানোর উচ্চ সময়, উচ্চ বিক্রোতা বাতিলকরণ, উচ্চ আর্ডিট অফ স্টক) বিক্রোতার সম্মুখীন হওয়া সমস্যাগুলি সমাধান করতে সহায়তা করুন সতর্কতা জানান সমস্যার তীব্রতা অনুযায়ী অক্ষম করুন পূর্ববর্তী আলোচনাগুলি অনুসরণ করুন

দৈনিক অপারেশন সেলার NP চেকলিস্ট

ক্রম নং	মনিটরিং ক্ষেত্র	প্রভাব	দৈনিক কার্যকলাপ চেকলিস্ট
9	বিক্রেতা প্রশিক্ষণ	<ul style="list-style-type: none"> প্রশিক্ষণ বিক্রেতাদের তাদের ক্রিয়াকলাপ উন্নত করতে সহায়তা করে যার ফলস্বরূপ সেলার NP এর আরও ভাল সামগ্রিক কর্মক্ষমতা হবে 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রেতাদের দক্ষতার ফাঁকগুলি চিহ্নিত করুন অর্ডার ব্যবস্থাপনা ড্যাশবোর্ড ব্যবহার করে বিক্রেতাদের। জন্য অর্ডার ব্যবস্থাপনা, ইনভেন্টারি ব্যবস্থাপনার উপর প্রশিক্ষণ সেশন পরিচালনা করুন
10	বিক্রেতা সম্প্রসারণ	<ul style="list-style-type: none"> এই অনুশীলনটি NP গুলিকে কেবল বর্তমান বিক্রেতাদের এবং বিক্রয়ের জন্য তাদের ভাণ্ডারের উপর নির্ভরশীল হতে সহায়তা করবে না বরং বিক্রেতার নির্ভরতা হ্রাস করতেও সহায়তা করবে। এতে নতুন ভাণ্ডারের মাধ্যমে বিক্রিও বাড়বে 	<ul style="list-style-type: none"> বিক্রেতাদের দক্ষতার ফাঁকগুলি চিহ্নিত করুন নতুন বিক্রেতার অনবোর্ড করার জন্য BD টিম সারিবদ্ধ করুন বিক্রেতা অধিগ্রহণ ফানেলে পাইপলাইন এবং গতিবিধি পর্যালোচনা করুন সেই নতুন বিক্রেতাদেরকে প্রশিক্ষণ দিন যাদের ব্যবসায়ের ক্রিয়াকলাপের জন্য সেলার NP এর সাথে বোর্ড করা হয়েছে
11	হিসাব ব্যবস্থাপনা	<ul style="list-style-type: none"> এটি সেলার NP কে উচ্চ সম্ভাব্য বিক্রেতাদের সাথে কাজ করতে এবং এই বিক্রেতাদের এবং সেলার NPগুলির জন্য সর্বাধিক ব্যবসা বের করার জন্য তাদের বিকাশ করতে সহায়তা করবে। এই জাতীয় বিক্রেতাদের সাথে নিবিড়ভাবে কাজ করা সেলার NP প্রক্রিয়াগুলিকে স্ট্রিমলাইন এবং উন্নত করতে প্রতিক্রিয়া সহ সেলার NP সরবরাহ করবে। 	<ul style="list-style-type: none"> মূল অ্যাকাউন্ট বিক্রেতাদের সনাক্ত করুন (বর্তমান কর্মক্ষমতা, ভাণ্ডার, ONDC নেটওয়ার্ক এবং অন্যান্য চ্যালেঞ্জগুলিতে স্কেল, আর্থিক শক্তি এবং ডিজিটাল বিক্রয়ের অভিজ্ঞতার ভিত্তিতে) এই বিক্রেতাদের সাথে বৃদ্ধির জন্য আলোচনার ব্যবস্থা করুন পূর্ববর্তী আলোচনার আপডেটগুলি অনুসরণ করুন

দৈনিক ক্রিয়াকলাপ বিক্রেতার চেকলিস্ট

ক্রম নং	মনিটরিং ক্ষেত্র	প্রভাব	দৈনিক কার্যকলাপ চেকলিস্ট
1	অর্ডার মূলতুবি এবং বাতিল	<p>চালানে বিলম্বের ফলস্বরূপ:</p> <ul style="list-style-type: none"> গ্রাহকের অর্ডার বাতিলকরনের ফলে বিক্রয়ের ক্ষতি হয় গ্রাহকের অর্ডার বাতিল করার ফলে বিক্রয় ক্ষতি বিক্রেতা বাতিলকরণের বৃদ্ধি হবে যা: নেটওয়ার্কে বিক্রেতার প্রভাব রেটিং যা নেটওয়ার্কে মাধ্যমে ভবিষ্যতের বিক্রয়কে প্রভাবিত করবে 	<p>প্রেরণের জন্য মূলতুবি থাকা অর্ডারগুলি পরীক্ষা করুন এবং চালানের জন্য সারিবদ্ধ করুন:</p> <ul style="list-style-type: none"> জনা অর্ডারগুলি প্রেরণের জন্য প্রস্তুত করুন: চালান মুদ্রণ, চালান সহ প্যাকিং, চালান লেবেল লাগান মার্কেটপ্লেসের মাধ্যমে লজিস্টিকের জন্য প্রেরণের জন্য প্রস্তুত হিসেবে চিহ্নিত করুন বা স্ব-চালানের ক্ষেত্রে লজিস্টিকের সাথে সমন্বয় সাধন করুন যদি ইনভেন্টরি না পাওয়া যায়, তাহলে অর্ডার প্রেরণের সময়েরা অনুযায়ী ইনভেন্টরি তৈরি করুন অর্ডারটি বাতিল করুন এবং ভবিষ্যতের অর্ডারগুলির জন্য বাতিল করার কারণের সমাধান করুন
2	গ্রাহক অনুরোধ এবং বৃদ্ধি	<ul style="list-style-type: none"> সময়মতো প্রত্যাবর্তন না করার ফলে এই জাতীয় অনুরোধগুলির জন্য SLA লঙ্ঘন হবে। SLA এর লঙ্ঘন বিক্রেতার রেটিংকে প্রভাবিত করবে এবং এটি একটি সম্মতি লঙ্ঘনও হবে যেখানে ক্রেতা নেটওয়ার্কে IGM নীতি অনুসারে সমস্যাটি তুলে পারে 	<ul style="list-style-type: none"> ক্রেতা রিটার্ন ও বাতিলকরণের অনুরোধগুলি পরীক্ষা করুন ও লেনদেনের শর্তাদি অনুসারে পদক্ষেপ নিন রিটার্ন অনুরোধ স্বীকার/প্রত্যাখ্যান করুন বাতিলকরণের অনুরোধ স্বীকার/প্রত্যাখ্যান করুন
3	ইনভেন্টরি / কাঁচামাল চেক ও আপডেট	<ul style="list-style-type: none"> ইনভেন্টরি/প্রাপ্যতা আপডেট না করার ফলে আউট অফ স্টক ইনভেন্টরিতে অর্ডার করা হবে বিলম্ব ও বাতিল এবং পদক্ষেপ 1 এ উল্লিখিত পরিণতির ফলস্বরূপ। 	<ul style="list-style-type: none"> প্যানেলের ইনভেন্টরি এর সাথে উপলব্ধ ফিজিক্যাল ইনভেন্টরি ম্যাপ করুন বিক্রেতা প্যানেলে সঠিক ইনভেন্টরি/উপলভ্যতা আপডেট করুন।
4	ইনভেন্টরি পরিকল্পনা এবং অর্ডারিং	<ul style="list-style-type: none"> যদি ইনভেন্টরির জন্য পরিকল্পনা না করা হয় তবে বিক্রেতা আউট অফ স্টক পরিস্থিতির মুখোমুখি হবে এর ফলে স্টক আউটের সময়কালের জন্য বিক্রেতার জন্য বিক্রয়ের ক্ষতি হবে 	<ul style="list-style-type: none"> ইনভেন্টরি ঘাটতি খুঁজতে ভলিউম অর্ডার করতে বর্তমান ইনভেন্টরি/কাঁচামালি ম্যাপ করুন চিহ্নিত ফাঁক অনুযায়ী ব্যবসায়ের জন্য ইনভেন্টরি/কাঁচামালি অর্ডার করুন আপনার সরবরাহকারীদের সাথে করা পুরানো অর্ডার সরবরাহের অনুসরণ করুন

দৈনিক ক্রিয়াকলাপ বিক্রেতার চেকলিস্ট

ক্রম নং	মনিটরিং ক্ষেত্র	প্রভাব	দৈনিক কার্যকলাপ চেকলিস্ট
5	মনিটরিং খরচ এবং মূল্য সংশোধন	যদি কোনও পণ্যের দাম ব্যয় পরিবর্তনের সাথে সময়মতো ফ্যাশনে পরিবর্তিত না হয় তবে দুটি ঘটনার মধ্যে একটি ঘটবে <ul style="list-style-type: none"> কম মার্জিনে বিক্রয় যার ফলে বিক্রেতার ক্ষতি হয় বা অর্ডার বাতিলকরণ, যার ফলে পদক্ষেপ 1 এ উল্লিখিত পরিণতি হয়। 	SKU/পণ্য অনুযায়ী মূল্য তালিকা পর্যালোচনা করুন <ul style="list-style-type: none"> যেখানে দামের কোনও পরিবর্তন হয় সেখানে দাম সংশোধন করুন দামের যে কোনও ত্রুটি পরীক্ষা করুন এবং সংশোধন করুন
6	বর্ধিত বিক্রি	অপ্রতিযোগী মূল্যের ফলে বিক্রয় ক্ষতি হবে অফার প্রয়োগ করা ক্রেতার বিক্রেতাকে বেছে নেওয়ার সম্ভাবনাতে সহায়তা করে	SKU/পণ্য অনুযায়ী বিক্রয় পরিমাণ পরীক্ষা করুন <ul style="list-style-type: none"> বিক্রয় বাড়ানোর জন্য মূল্য হ্রাস করুন / যেখানে সম্ভব অফার প্রয়োগ করুন
7	প্রাপ্য চেক	প্রাপ্তিতে বিলম্বের ফলে বিক্রেতার ব্যবসা চালানোর জন্য উচ্চতর কার্যকরী মূলধন/অর্থ বিনিয়োগ করবে। এর ফলে বিক্রেতা নেটওয়ার্কে বিক্রয় চালিয়ে যাওয়ার জন্য ইনভেন্টরি ক্রয়ের তহবিল সংগ্রহ করতে সক্ষম নাও হতে পারে	<ul style="list-style-type: none"> মূলতুবি থাকা পেমেণ্ট যাচাই করুন যেখানে বিলম্ব হয় সেখানে সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের সম্মুখে তা তুলে ধরুন পূর্ববর্তী ওপেন পেমেণ্ট বৃদ্ধিগুলি অনুসরণ করুন
8	পরিশোধযোগ্য চেক	<ul style="list-style-type: none"> সরবরাহকারীদের সময়মতো অর্থ প্রদান না করা ভবিষ্যতে পণ্যগুলির সরবরাহকে প্রভাবিত করতে পারে সময়মতো সরবরাহ না পাওয়ার ফলে সরবরাহ না থাকার সময়কালে নেটওয়ার্কে বিক্রয় ক্ষতিগ্রস্ত হবে। 	<ul style="list-style-type: none"> আপনার সরবরাহকারীর মূলতুবি অর্থ পরীক্ষা করুন যেখানে প্রয়োজন সেখানে পেমেণ্ট শুরু করুন আপনার সরবরাহকারীদের সাথে অর্থ প্রদান করা হলে UTR ভাগ করুন
9	ক্ষয়ক্ষতি বৃদ্ধি	<ul style="list-style-type: none"> ক্ষতির মামলা উত্থাপনের জন্য নির্দিষ্ট সময়সীমা রয়েছে। সময়সীমার পরে যদি সমস্যাগুলি উত্থাপিত হয় তবে অনুরোধগুলি প্রত্যাখ্যান করা হবে প্রত্যাখ্যানের ক্ষেত্রে লজিস্টিক বিক্রেতার কাছ থেকে কোনও সমর্থন থাকবে না NP এবং বিক্রেতাকে ক্ষতির সম্পূর্ণ ব্যয় গ্রহণ করতে হবে 	<ul style="list-style-type: none"> প্রাপ্ত রিটার্নগুলি পরীক্ষা করুন ও কোনও ক্ষতির জন্য পরীক্ষা করুন ট্রানজিট/গ্রাহক পার্শ্বের ক্ষতির জন্য সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের সম্মুখে তা তুলে ধরুন পুরানো খোলা ক্ষতি সংক্রান্ত সমস্যা তুলে ধরার মামলাগুলি অনুসরণ করুন প্যাকেজিং মান সংক্রান্ত সমস্যাগুলি পরীক্ষা করুন যার ফলে ক্ষতি হয়েছে প্যাকেজিং উন্নত করার পদক্ষেপ নিন
10	রিটার্ন বিশ্লেষণ	<ul style="list-style-type: none"> দীর্ঘমেয়াদী রিটার্ন ডেটা দেখলে ভবিষ্যতের জন্য এই জাতীয় সমস্যাগুলি হ্রাস করার জন্য প্রক্রিয়া স্তর বা পুনরাবৃত্তি সমস্যাগুলি সনাক্ত করতে সহায়তা পাওয়া যেতে পারে। 	<ul style="list-style-type: none"> দীর্ঘ সময়ের (1 মাস) জন্য গ্রাহক রিটার্ন ইস্যুগুলি পরীক্ষা করুন এবং পদক্ষেপ গ্রহণের জন্য পণ্য/বিভাগ স্তরে নিদর্শনগুলি সনাক্ত করুন।

দয়া করে নোট করুন, কয়েকটি পদক্ষেপের ফ্রিকোয়েন্সি এবং ক্রম কয়েকটি বিভাগের জন্য সামান্য পরিবর্তন হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, F&B বিভাগের জন্য বিক্রেতাকে প্রথমে লাইভ SKU ইনভেন্টরির জন্য চেক করতে হবে এবং অপারেটিং ঘটনায় অর্ডারের প্রবাহ শুরু হওয়ার আগে স্টকে না থাকা পণ্যগুলি চিহ্নিত করতে হবে এবং অর্ডার প্যানেলে অবিচ্ছিন্নভাবে সক্রিয় থাকতে হবে।

অপারেশন মেট্রিক তালিকা

অর্ডার ম্যানেজমেন্ট বিভাগে আলোচিত মেট্রিকগুলির একটি একীভূত তালিকা নীচে দেওয়া হয়েছে। নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট মেট্রিকের এই তালিকার বিরুদ্ধে অপারেশনাল পারফরম্যান্স ট্র্যাক করতে পারে।

চেকলিস্ট বিক্রোতা/সেলার NP			
মেট্রিক নাম	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
সেলার ক্যালেন্ডেশন এর হার	বিক্রোতার অদক্ষতার কারণে হওয়া ব্যর্থতার হার সনাক্ত করতে সহায়তা করে	বিক্রোতার দ্বারা বাতিল করা অর্ডারের সংখ্যা / বিক্রোতার দ্বারা নিশ্চিত করা মোট অর্ডার	বিক্রোতা, সেলার NP
<X%সেলার ক্যালেন্ডেশন (SC) থাকা বিক্রোতার %	বিক্রোতার গুণমান পরিমাপ করে	(<X% SC থাকা বিক্রোতা /মোট বিক্রোতা যারা অর্ডার কনফার্ম করেছে) X 100	সেলার NP
গ্রাহক বাতিলকরণের হার	গ্রাহকদের দ্বারা করা বাতিলকরণগুলি ট্র্যাক করতে সহায়তা করে	(গ্রাহকদের দ্বারা বাতিল করা অর্ডারের সংখ্যা/ মোট অর্ডার যা নিশ্চিত করা হয়েছে) X100	বিক্রোতা, সেলার NP
অর্ডার পেভেলি%	অপারেশন, প্যাকেজিং ও প্রেরণের জন্য মূলতুবি ট্র্যাক করতে সহায়তা করে	(মোট অর্ডার বাতিল করা হয়নি এবং প্রেরণ করা হয়নি / মোট অর্ডার যা নিশ্চিত করা হয়েছে- বাতিল করা হয়েছে) X100	বিক্রোতা, সেলার NP
গড় অর্ডার করার থেকে প্রেরণ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার সময়	প্যাকেজিংয়ের অদক্ষতা ও নিশ্চিতকরণের পরে পণ্যগুলির প্রাপ্যতার ফাঁকগুলির কারণে হওয়া বিলম্বগুলি সনাক্ত করতে সহায়তা করে	বিক্রোতার দ্বারা অর্ডার নিশ্চিত করা এবং অর্ডার প্যাক করা এবং লজিস্টিক বিক্রোতা NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক পিক করার জন্য প্রস্তুত করার সময়ের মধ্যে গড় সময়	বিক্রোতা, সেলার NP
অর্ডার করার থেকে প্রেরণ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার সময়ের চ্যুতি %	প্রত্যাশিত সময়েরখার বিরুদ্ধে প্যাকেজিংয়ে হওয়া বিলম্বের কারণে ব্যর্থতা পরিমাপ করতে সহায়তা করে	ETA এর পর প্যাক করা অর্ডারের সংখ্যা /মোট প্যাক করা অর্ডারের সংখ্যা	বিক্রোতা, সেলার NP
গড় প্রেরণের সময় থেকে শিপের জন্য প্রস্তুত হওয়ার সময়	লজিস্টিক সেলার NP/ অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিক দ্বারা প্যাকেজিং এর পর পিকআপের জন্য এবং শিপের জন্য প্রস্তুত করতে নেওয়া সময় সনাক্ত করতে সহায়তা করে	শিপ করার জন্য প্রস্তুত পর্যায় এবং প্রেরণ পর্যায়ের মধ্যে সমস্ত অর্ডারের জন্য লাগা গড় সময় নিন	বিক্রোতা, সেলার NP
শিপ করার জন্য প্রস্তুত হওয়ার থেকে প্রেরণের সময়ের ETA লঙ্ঘন%	পিকআপগুলির ক্ষেত্রে লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস দ্বারা সময়সীমা লঙ্ঘনের হার সনাক্ত করতে সহায়তা করে	(লজিস্টিক সেলার NP / অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের প্রত্যাশিত ETA এর পরে পিক করা অর্ডার/ মোট শিপ করা অর্ডারের সংখ্যা) X100	বিক্রোতা, সেলার NP

চেকলিস্ট বিক্রেতা/সেলার NP

মেট্রিক নাম	কেন ট্র্যাক করবেন	গণনা	জন্য প্রাসঙ্গিকতা
অর্ডার ডিসপ্যাচ থেকে ডেলিভারিতে ETA লঙ্ঘন%	অর্ডারের % পরিমাপ করে যেখানে লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকস অর্ডারের জন্য প্রতিশ্রুতিবদ্ধ সময়সীমা পূরণ করতে সক্ষম হয়নি	(ETA লঙ্ঘন করা অর্ডারের সংখ্যা / অর্ডারের মোট সংখ্যা যা শিপ করা হয়েছে) X100	বিক্রেতা, সেলার NP
RTO%	অর্ডারের % পরিমাপ করে যা গ্রাহককে শিপমেন্টের পর ডেলিভারি করা হয়নি এবং বিক্রেতার জন্য রিটার্ন শুরু করা হয়	(অর্ডার রিটার্ন ডেলিভারি ছাড়া শুরু করা হয়েছে / অর্ডার শিপ করা হয়েছে) X100	সেলার NP
গ্রাহক রিটার্ন %	ডেলিভারি গ্রহণের পরে গ্রাহক দ্বারা রিটার্ন করা অর্ডারগুলি পরিমাপ করুন	(ডেলিভারির পর অর্ডার রিটার্ন করা হয়েছে / মোট অর্ডার শিপ করা হয়েছে) X 100	বিক্রেতা, সেলার NP
ক্ষতি %	ট্রানজিট ফরওয়ার্ড বা বিপরীতে ক্ষতিগ্রস্থ পণ্যগুলি পরিমাপ করুন	(মোট অর্ডার যা ক্ষতিগ্রস্থ ও রিটার্ন করা হয়েছে / শিপ করা মোট অর্ডারের সংখ্যা) X 100	বিক্রেতা, সেলার NP
সক্রিয় বিক্রেতা%	সক্রিয় বিক্রেতাদের পরিমাপ করুন	(বিক্রেতার শিপিং কমপক্ষে 1 টি অর্ডার / মোট বিক্রেতা) X100	সেলার NP
স্টকে SKU %	বিক্রয়ের জন্য SKU-এর প্রাপ্যতা পরিমাপ করুন	(>= 1 স্টক ইউনিট থাকা SKU / মোট SKU) X 100	বিক্রেতা, সেলার NP
সক্রিয় SKU%	ভাণ্ডার প্রাসঙ্গিকতা পরিমাপ করে	(শেষ 30 দিনে SKU >= 1 টি অর্ডার পেয়েছে/ ইনভেন্টরি সহ মোট SKU >= 1) X 100	বিক্রেতা, সেলার NP
বিক্রেতার গভীরতা	NPর জন্য বিক্রেতাদের নির্ভরতা পরিমাপ করে	বিক্রেতার সংখ্যা / (বিভাগ বা উপ-শ্রেণী / ব্র্যান্ড পিন কোড)	সেলার NP
পেমেন্ট পেন্ডেন্সি (প্রাপ্য)	পেমেন্ট মূলতুবি পরিমাপ করে	অর্ডারের মান যেখানে নির্ধারিত তারিখ ভঙ্গ হয়েছে কিন্তু পেমেন্ট পাওয়া যায়নি	বিক্রেতা, সেলার NP
পেমেন্ট মূলতুবি (প্রদানযোগ্য)	পেমেন্ট মূলতুবি পরিমাপ করে	অর্ডারের মান যেখানে নির্ধারিত তারিখ ভঙ্গ হয়েছে কিন্তু পেমেন্ট করা হয়নি	বিক্রেতা, সেলার NP

সংজ্ঞা

বায়ার অ্যাপ ফি এর অর্থ হ'ল বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট মোট অর্ডার মূল্যের শতাংশ বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের কাছ থেকে সফল অর্ডার প্রতি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ হিসাবে ফাইন্ডার ফি চার্জ করে

ক্রেতার মূল্যের ঘোষিত মূল্য এবং/অথবা লজিস্টিক পরিষেবার মূল্য এবং/অথবা বায়ার অ্যাপ দ্বারা প্রদত্ত যেকোনো মার্কাআপ বা ডিসকাউন্টের ক্রেতা কর্তৃক প্রদেয় ক্রমবর্ধমান নেট মূল্য।

বায়ার সাইড অ্যাপ্লিকেশন / বায়ার অ্যাপস বলতে এমন সমস্ত প্ল্যাটফর্ম বা অ্যাপ্লিকেশনকে বোঝায় যা গ্রাহককে কোনও পণ্য ক্রয় করতে বা ONDC নেটওয়ার্কে কোনও সার্ভিস গ্রহণ করতে সক্ষম করে।

COD মানে ক্যাশ-অন-ডেলিভারি পেমেন্ট।

COD অর্ডারের অর্থ এমন একটি অর্ডার যার জন্য ক্রেতা

COD এর মাধ্যমে অর্থ প্রদান করে।

ভোক্তা এর অর্থ ভোক্তা সুরক্ষা আইন, 2019 (CPA) এর অধীনে রয়েছে।



গ্রাহক / ক্রেতা বলতে বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টর নিবন্ধিত ব্যবহারকারীকে বোঝাবে যে কোনও পণ্য ক্রয় করতে বা সেলার অ্যাপে বিক্রেতাদের দ্বারা প্রদত্ত কোনও সার্ভিস পেতে ONDC নেটওয়ার্ক ব্যবহার করছে।

ঘোষিত দামের অর্থ সেলার অ্যাপে তালিকাভুক্ত বিক্রেতার দ্বারা ঘোষিত চূড়ান্ত দাম।

শেষ ব্যবহারকারীর মধ্যে একজন গ্রাহক, বিক্রেতা বা কোনও সার্ভিস সরবরাহকারী অন্তর্ভুক্ত থাকবে যিনি সংশ্লিষ্ট পার্টিসিপেন্টর সাথে নিবন্ধিত।

গেটওয়ে বলতে এমন প্রযুক্তি সরবরাহকারীকে বোঝাবে যা বায়ার অ্যাপ থেকে প্রাপ্ত অনুসন্ধান অনুরোধকে সমস্ত সেলার অ্যাপে মাল্টিকাস্ট করে এবং তদ্বিপরীত, মানদণ্ডের ভিত্তিতে, যার মধ্যে রয়েছে অবস্থান, প্রাপ্যতা এবং অন্যান্য গ্রাহকের পছন্দগুলি, সহ তবে সীমাবদ্ধ নয়, ONDC নেটওয়ার্ক নীতিগুলিতে প্রদত্ত হিসেবে, ONDC নেটওয়ার্কে সমস্ত বিক্রেতাদের আবিষ্কারযোগ্যতা নিশ্চিত করবে।

গেটওয়ে ফি এর অর্থ অধ্যায় 3, ধারা 3.2.1 (ii) এ বর্ণিত থাকবে

অভিযোগ এমন একটি সমস্যাকে বোঝায় যা সেই পক্ষের কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া পায় না যার প্রতিক্রিয়া জানানোর কথা, বা এমন একটি সমস্যা যা সন্তোষজনকভাবে সমাধান করা হয় না। যে সত্তা বিষয়টি উত্থাপন করেছে তারা এটিকে অভিযোগের দিকে নিয়ে যেতে পারে।

অভিযোগ নিষ্পত্তি কর্মকর্তা হলেন একজন ব্যক্তি যিনি ই-কমার্স বিধি 2020 দ্বারা বাধ্যতামূলক হিসাবে প্রতিটি ই-কমার্স সত্তা দ্বারা নিযুক্ত হন, ভোক্তা বিরোধ নিষ্পত্তির জন্য যা 48 ঘন্টার মধ্যে স্বীকার করতে হবে এবং 30 দিনের মধ্যে সমাধান করতে হবে।

GST আইনগুলির অর্থ হল কেন্দ্রীয় পণ্য ও সার্ভিস কর আইন, 2017, প্রাসঙ্গিক রাজ্য পণ্য ও সার্ভিস কর আইন, 2017, সুসংহত পণ্য ও সার্ভিস কর আইন, 2017, প্রাসঙ্গিক কেন্দ্রশাসিত অঞ্চল গুড অ্যান্ড সার্ভিসেস ট্যাক্স আইন, 2017 এবং পণ্য ও সার্ভিস কর (রাজ্যগুলিকে ক্ষতিপূরণ) আইন, 2017 এবং এর অধীনে প্রণীত নিয়ম ও বিধি।

INR মানে ইন্ডিয়ান রুপি।

সমস্যা বলতে এমন একটি ক্যোয়ারী বোঝায় যা কোনও শেষ ব্যবহারকারীর রয়েছে, বা কোনও শেষ ব্যবহারকারী বা নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টের ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে কেনা কোনও পণ্য বা সার্ভিস সম্পর্কিত সমস্যা রয়েছে। ক্যোয়ারী বা অভিযোগের জন্য নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট বা শেষ ব্যবহারকারীর কাছ থেকে প্রতিক্রিয়া বা ক্রিয়া আকারে সমাধানের প্রয়োজন হতে পারে।

লজিস্টিক সার্ভিস প্রোভাইডার হ'ল সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টরা যে কোনও এক বা একাধিক ধরণের বহন সেবা সরবরাহ করে, যার মধ্যে রেল / সড়ক / সমুদ্র / বিমান পরিবহন, বা এই জাতীয় অন্য কোনও সার্ভিস অন্তর্ভুক্ত রয়েছে, যা ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে দেওয়া অর্ডারগুলি সরবরাহ এবং পূরণের উদ্দেশ্যে নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা নিযুক্ত থাকে।

নেটওয়ার্ক পার্টিসিপ্যান্ট/পার্টিসিপ্যান্ট মানে গেটওয়ে, বায়ার সাইড নেটওয়ার্ক পার্টিসিপ্যান্ট, সেলার সাইড নেটওয়ার্ক পার্টিসিপ্যান্ট, NP-ISN, NP-MSN, এবং NP-BN সহ ONDC নেটওয়ার্কের পার্টিসিপেন্টরা।

নেটওয়ার্ক পলিসি অর্থ হ'ল বিভিন্ন নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের সাথে পরামর্শক্রমে ONDC দ্বারা তৈরি নীতি কাঠামো যা সমস্ত নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টদের অবশ্যই মেনে চলা নিশ্চিত করতে হবে। ONDC সময়ে সময়ে উল্লিখিত নেটওয়ার্ক পলিসি আপডেট করতে পারে।

অনলাইন ডিসপুট রেজোলিউশন সার্ভিস প্রোভাইডার (ODR সার্ভিস সরবরাহকারী) এমন একটি সত্তা যা অনলাইন সমাধানের কার্যক্রম পরিচালনা করে এবং সহজতর করে এবং বৈদ্যুতিন পদ্ধতির মাধ্যমে বিরোধ নিষ্পত্তির জন্য একটি ODR প্ল্যাটফর্ম সরবরাহ করে। ONDC দ্বারা প্রণীত নির্দেশিকা অনুসারে ONDC কিছু ODR সার্ভিস সরবরাহকারীদের তালিকাভুক্ত করবে।

অ্যাপ্লিকেশন প্রোগ্রামিং ইন্টারফেস (API) এর অর্থ ONDC বৈশিষ্ট্যের সাথে সঙ্গতিপূর্ণ অ্যাপ্লিকেশন প্রোগ্রামিং ইন্টারফেস, যার মধ্যে ONDC দ্বারা প্রদত্ত প্রোটোকল, স্পেসিফিকেশন এবং সম্পর্কিত ডকুমেন্টেশন রয়েছে

ONDC নেটওয়ার্ক এর অর্থ হল ডিজিটাল কমার্স সক্ষম করার জন্য ONDC দ্বারা প্রতিষ্ঠিত, সুবিধার্থে, পরিচালিত, উপলব্ধ এবং মালিকানাধীন উন্মুক্ত, আন্তঃব্যবহারযোগ্য নেটওয়ার্ক

অর্ডারের অর্থ হল প্রযোজ্য হিসাবে বায়ার অ্যাপ, সেলার অ্যাপ এবং বিক্রেতা, গেটওয়ে এবং লজিস্টিক সেলার NP/অফ নেটওয়ার্ক লজিস্টিকের মাধ্যমে ONDC নেটওয়ার্কে ক্রেতা দ্বারা করা সমস্ত ক্রয়।

পার্টি মানে ONDC বা পার্টিসিপেন্ট যারা চুক্তিতে প্রবেশ করে এবং সম্মিলিতভাবে পার্টি হিসাবে উল্লেখ করা হবে।

প্রিপেইড অর্ডারের অর্থ এমন একটি অর্ডার যার জন্য ক্রেতা অর্ডারের চালানের আগে অর্থ প্রদান করে থাকে।

পণ্যের অর্থ হল ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে পার্টিসিপেন্টদের দ্বারা বিক্রয় এবং ক্রয়ের জন্য উপলব্ধ যে কোনও পণ্য।

রিটার্ন উইন্ডো ডেলিভারি বা শিপমেন্ট বা সংগ্রহ (প্রযোজ্য হিসাবে) থেকে ক্যালেন্ডার দিনের সংখ্যা হবে, যার পরে কোনও রিটার্ন না পেলে উইথহোল্ডিং পরিমাণ নিষ্পত্তি করতে হবে।

বিক্রেতার অর্থ গ্রাহক সুরক্ষা আইনের অধীনে সংজ্ঞায়িত সার্ভিস সরবরাহকারী সহ ONDC নেটওয়ার্কের মাধ্যমে পণ্য বা সেবাদি সরবরাহ করার জন্য সেলার সাইড নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টর সাথে নিবন্ধিত যে কোনও বিক্রেতা, যা বায়ার সাইড অ্যাপ্লিকেশনগুলির সাথে নিবন্ধিত ক্রেতাদের দ্বারা অনুসন্ধান, আবিষ্কার এবং সংগ্রহ করা যেতে পারে।

সেলার অ্যাপ ফি এর অর্থ সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা মোট অর্ডার মূল্যের শতাংশ হিসাবে বা তাদের ক্যাটালগ আইটেমগুলি তালিকাভুক্ত করার জন্য বিক্রেতাদের কাছ থেকে সফল অর্ডার প্রতি একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ হিসাবে চার্জ করা ফি।

বিক্রেতা সাইড অ্যাপ্লিকেশন / সেলার অ্যাপের অর্থ নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট NP

- ISN/ MSN এর সমস্ত প্ল্যাটফর্ম বা অ্যাপ্লিকেশন যা বিক্রেতাদের তাদের পণ্য / সেবার ইনভেন্টরি, মূল্য নির্ধারণ এবং লেনদেনের অন্যান্য শর্তাদি প্রকাশ করতে দেয় এবং বিক্রেতাদের বা অন্য কোনও সার্ভিস সরবরাহকারী, যার মধ্যে লজিস্টিক সেলার NP ও রয়েছে, তবে এতেই সীমাবদ্ধ নয়, কে ONDC নেটওয়ার্কে লেনদেন করতে সক্ষম করে।

সেটেলমেন্ট উইন্ডোর অর্থ সংগ্রহ, চালান বা ডেলিভারী বা রিটার্ন উইন্ডোর শেষ হওয়ার তারিখ থেকে নির্দিষ্ট সংখ্যক কার্যদিবস, যার মধ্যে নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্টরা একে অপরের এবং অন্যান্য পার্টিসিপেন্টদের যেমন ক্রেতা, বিক্রেতা বা ONDC নেটওয়ার্কের কাছে প্রযোজ্য হিসাবে বকেয়া পরিমাণ নিষ্পত্তি করবে।

সফল অর্ডারের অর্থ সমস্ত অর্ডার যা সম্পন্ন করা হয় বা ক্রেতার কাছে ডেলিভার করা হয়।

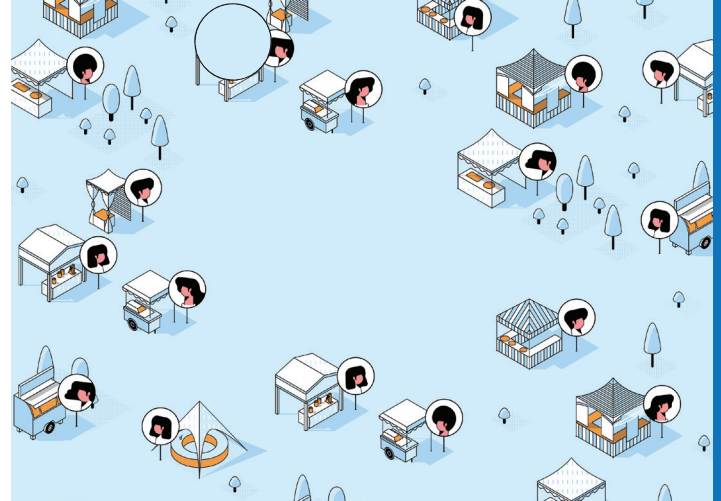
ট্যাক্স বা ট্যাক্সেশন মানে সীমাহীন আয়কর, ট্রান্সফার ট্যাক্স, উইথহোল্ডিং ট্যাক্স, ভ্যালু অ্যাডেড ট্যাক্স, সেলস ট্যাক্স, কেন্দ্রীয় সেলস ট্যাক্স, সার্ভিস ট্যাক্স, পণ্য ও সেবা কর, শুল্ক ও আবগারি শুল্ক, অন্যান্য আইনি লেনদেন কর, রিয়েল এস্টেট কর, অন্যান্য পৌর কর এবং শুল্ক, এবং অন্য

শুল্ক, অন্যান্য আইনি লেনদেন কর, রিয়েল এস্টেট কর, অন্যান্য পৌর কর এবং শুল্ক, এবং অন্য যেকোন ধরনের কর ও শুল্ক, বা ভবিষ্যতের কোনো কর যা এর পরিবর্তে, বা প্রতিস্থাপন বা প্রতিস্থাপন করে কোনো সুদ, জরিমানা, সারচার্জ, সেস বা জরিমানা সহ এই ধরনের কোনো কর, প্রাপ্য, প্রদেয়, ধার্য, কোনো উপযুক্ত কর্তৃপক্ষের দ্বারা আরোপিত বা পাওনা বলে দাবি করা হয় এবং ট্যাক্স বলতে সেগুলিকে বোঝায়।

মোট অর্ডার মান বায়ার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট দ্বারা প্রদত্ত মার্ক-আপ/ডিসকাউন্ট সহ ক্রেতা মূল্য হবে। স্পষ্টতার জন্য, মোট অর্ডার মূল্যের মধ্যে লজিস্টিক এবং অন্যান্য সার্ভিস চার্জ অন্তর্ভুক্ত থাকবে যা বিক্রেতা বা সেলার নেটওয়ার্ক পার্টিসিপেন্ট আদায় করে, এই জাতীয় চার্জগুলি ঘোষিত মূল্যের অন্তর্ভুক্ত হোক বা আলাদাভাবে নির্দেশিত হোক না কেন।

ট্রানজ্যাকশন্ ফি এর অর্থ অধ্যায় 3, ধারা 3.1.2 এ বর্ণিত থাকবে, ONDC ওয়েবসাইটে শাসন ও নীতিগুলি দেখুন।

উইথহোল্ডিং পরিমাণ হবে মোট অর্ডার মূল্যের একটি নির্দিষ্ট শতাংশ বা একটি নির্দিষ্ট দিনে শিপ বা ডেলিভার করা সমস্ত পণ্যের ঘোষিত মূল্যের ক্রমবর্ধমান সমষ্টির একটি নির্দিষ্ট শতাংশ যা একটি নির্দিষ্ট সেলার অ্যাপ এর মাধ্যমে রিটার্ন উইন্ডো বন্ধ না হওয়া পর্যন্ত ক্রেতার মূল্য সংগ্রহকারী সংস্থা দ্বারা আটকে রাখা হয়।





ONDC | ডিজিটাল কমার্সের জন্য ওপেন নেটওয়ার্ক © 2023
আরও তথ্যের জন্য আমাদেরকে np.feedback@ondc.org এ লিখুন

