

# ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂ ಟ್ಸ್ ಕೈವಿಡಿ

**ONDC**  
Open Network for Digital Commerce



ONDC ಅಕಾಡೆಮಿಗೆ ಸೇರಿ: [www.ondc.academy](http://www.ondc.academy)

# ಹಕ್ಕು ನಿರಾಕರಣೆ

ಈ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್ ಓದುಗರ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಮಾತ್ರ. ಈ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದನ್ನೂ ಕಾನೂನು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಅಥವಾ ಸಲಹೆ, ಅಥವಾ ತೆರಿಗೆ ಸಲಹೆ ಎಂದು ಅರ್ಥೈಸಬಾರದು. ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುವ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಅವರ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವ್ಯವಹಾರ ಮಾದರಿ, ಒಪ್ಪಂದದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಳು, ಕಾರ್ಪೊರೇಟ್ ರಚನೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಬಂಧಿತ ಪರಿಗಣನೆಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅವರ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆಗಳ ಸ್ವಂತ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಸಲಹೆ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಓಪನ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಫಾರ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಮರ್ಸ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್ ("ONDC") ಯಾವುದೇ ಕ್ಲೈಮ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂಪೂರ್ಣತೆ ಅಥವಾ ನಿಖರತೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಯಾವುದೇ ಗ್ಯಾರಂಟಿ ಅಥವಾ ವಾರಂಟಿಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದಿಲ್ಲ. ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್ ನಲ್ಲಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯು ONDC ಯ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು. ONDC (ಅದರ ಸಲಹೆಗಾರರು, ಉಪಗುಪ್ತಿದಾರರು, ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಮತ್ತು ನಿರ್ದೇಶಕರು ಇತ್ಯಾದಿ) ಯಾವುದೇ ನಷ್ಟಗಳಿಗೆ ಜವಾಬ್ದಾರರಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಜವಾಬ್ದಾರರಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ, ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ವಿಶೇಷ ಅಥವಾ ಅಂತಹುದೇ ಹಾನಿಗಳು, ಕ್ಲೈಮ್‌ಗಳು (ತೆರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳಿಂದ ಕ್ಲೈಮ್‌ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಆದರೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿಲ್ಲ), ನ್ಯಾಯಾಲಯದ ಆದೇಶಗಳು/ಡಿಕ್ರಿಗಳು, ಅಥವಾ ಈ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಓದುಗರು ಬಳಸುವುದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಓದುಗರ (ರು) ಅಥವಾ ಓದುಗರ (ರು) ಅಂಗಸಂಸ್ಥೆಗಳ ವಿರುದ್ಧ ಯಾವುದೇ ಸರ್ಕಾರಿ ಸಂಸ್ಥೆ ಅಥವಾ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಿಂದ ಯಾವುದೇ ಕ್ರಮದ ಕಾರಣ (ನೇರಿದಂತೆ ಆದರೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿಲ್ಲ).

# ಪರಿವಿಡಿ

ಸಂಘರ್ಭ ಮತ್ತು ಸಮೀಕ್ಷೆ .....	1
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 1: ಡಿಜಿಟಲ್ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಗೆ ಪರಿಚಯ .....</b>	<b>2</b>
ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಸ್ಥಾಪಿತ ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಆರ್ಡರ್ ಪ್ಲೇಸ್‌ಮೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾರೆ? .....	3
ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್-ಕೇಂದ್ರಿತ ಮಾದರಿಯಿಂದ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ? .....	5
ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಪರಸ್ಪರ ಹೇಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುತ್ತಾರೆ? .....	7
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 2: ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಮಾರಾಟಗಾರರು .....</b>	<b>10</b>
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಯೋಜನೆ .....	11
ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸೇರಲು ಮನವೊಲಿಸುವುದು .....	14
ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು .....	18
ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿ .....	22
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 3: ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ .....</b>	<b>24</b>
ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಎಂದರೇನು? .....	25
ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲಗಳು .....	27
ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ .....	28
ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು .....	30
ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಶೀರ್ಷಿಕೆ .....	30
ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು .....	32
ಚಿತ್ರಗಳು .....	32
ಉತ್ಪನ್ನದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟತೆ/ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿವರಗಳು .....	34
ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ .....	35
FAQ .....	36
ದೃಶ್ಯ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ .....	37

<b>ಅಧ್ಯಾಯ 4: ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್</b> .....	<b>39</b>
ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಆರ್ಡರ್ ಗೋಚರತೆ: ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್ .....	40
ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಿಸ್ಟಮ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು .....	41
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲಿನಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಲಾದ ವರದಿಗಳು .....	41
ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು .....	42
ಗ್ರಾಹಕ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು .....	48
ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ನಿರ್ವಹಣೆ .....	51
ಗ್ರಾಹಕ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ .....	52
ಮೂಲಕ್ಕೆ ಹಿಂತಿರುಗುವಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು (RTO) .....	54
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 5: ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್</b> .....	<b>57</b>
ಆಹಾರೇತರ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ .....	58
ಆಹಾರೇತರ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳಿಗಾಗಿ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿನ ಹಂತಗಳು .....	59
ಆಂತರಿಕ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಸ್ತುಗಳ ವಿಧಾನಗಳು .....	61
ಇತರೆ ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು .....	62
ಆಹಾರ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು .....	62
ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಂಬಂಧಿತ ಹಾನಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಸರಿಪಡಿಸುವುದು .....	63
ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಾಗಿಸುವ ಮೊದಲು ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಸಿಬ್ಬಂದಿಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ .....	65
ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ .....	65
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 6: ಸೆಲ್ಲರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ (ಮಾರಾಟಗಾರ NP)</b> .....	<b>67</b>
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣ .....	68
ಪ್ರಮುಖ ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು .....	69
ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಅವರ್ತನವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು .....	70
ಜಾಲನೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಸೂಚಿ .....	71
ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಖಾತೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು .....	72
ಪ್ರಮುಖ ಖಾತೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಡ್ರೈವ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಬದಲಾವಣೆ .....	72

<b>ಅಧ್ಯಾಯ 7: ಗ್ರಾಹಕ ಬೆಂಬಲ</b> .....	<b>73</b>
ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಎತ್ತುತ್ತಾರೆ? .....	74
ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ .....	75
ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳು: ಮೆಟ್ರಿಕ್ಸ್ NP ಗಳು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು .....	77
CRM: ಸೂಚಿಸಲಾದ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳು .....	78
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 8: ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು</b> .....	<b>79</b>
ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಮಾಡೆಲ್ ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು .....	80
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸೇವೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು .....	81
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 9: ಪಾವತಿಗಳು ಮತ್ತು ಇತ್ಯರ್ಥ</b> .....	<b>82</b>
<b>ಅಧ್ಯಾಯ 10: ಕೆರಿಗೆ</b> .....	<b>87</b>
<b>ತೀರ್ಮಾನ</b> .....	<b>90</b>
<b>ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ</b> .....	<b>98</b>

# ಸಂದರ್ಭ ಮತ್ತು ಅವಲೋಕನ

**ಓಪನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಫಾರ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಮರ್ಸ್ ಏನೆಂದು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಹ್ಯಾಂಡ್‌ಬುಕ್ ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ನೀತಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ.**

ದಯವಿಟ್ಟು ಕೆಳಗಿನ ಲರ್ನಿಂಗ್ ಮೋಡ್ಯೂಲ್‌ಗಳು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಎಂದು ಗಮನಿಸಿ. ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೋಡ್ ಅಥವಾ MSN ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಸೆಲ್ಲರ್ ಅಗ್ರೀಗೇಟರ್ಸ್ ರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ತೆರೆದ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಾಡ್ಯಂಟ್ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಅನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಯಾವುದೇ ದಾಸ್ತಾನುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಪ್ಯೂರ್-ಪ್ಲೇ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಪ್ಲೇಸಸ್ ಆಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಆದಾಗ್ಯೂ, ಈ ಮಾಡ್ಯೂಲ್ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೋಡ್ ಅಥವಾ ISN ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸಲಾದ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಹ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆ, ಅವರು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಂತೆ ತಮ್ಮ ಸ್ವಂತ ದಾಸ್ತಾನುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಮಾರಾಟಗಾರರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ನಾವು ಮುಂದುವರಿದಂತೆ, ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್, ಟೆಕ್ನಾಲಜಿ ಸರ್ವಿಸ್ ಪ್ರೊವೈಡರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಪರಿಸರ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಮಾಡ್ಯೂಲ್‌ಗಳು ಇರುತ್ತವೆ.

ಅಧ್ಯಾಯ 1

# ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗೆ ಪರಿಚಯ

ಈ ವಿಭಾಗವು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿನ ಹೋಲಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ವ್ಯತ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ.

## ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕಾಂಶಗಳು:

- ಪ್ರಸ್ತುತ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರ ಅನುಭವ
- ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮತ್ತು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸ
- ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ಘಟಕಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂವಹನ

# ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಸ್ಥಾಪಿತ ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಆರ್ಡರ್ ಪ್ಲೇಸ್ ಮೆಂಟ್ ಅನ್ನು ಹೇಗೆ ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾರೆ?

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ, ಖರೀದಿದಾರನು ಅವನ /ಅವಳ ಫೋನ್ ನಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಅನ್ನು ಡೌನ್ ಲೋಡ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಅಥವಾ ಶಾಪಿಂಗ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಖರೀದಿದಾರರು ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸರ್ಚ್ ರಿಸಲ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು (ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪಟ್ಟಿ) ಪಡೆಯುತ್ತಾನೆ.





ಖರೀದಿದಾರರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತವಾದ ಸರ್ಚ್ ರಿಸಲ್ಟ್ ಅನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನ ಪಟ್ಟಿಯ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವ ವೆಬ್ ಪೇಜ್ ಭೇಟಿ ನೀಡುತ್ತಾರೆ (ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಬೆಲೆ, ಚಿತ್ರಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆ), ನಂತರ ಕಾರ್ಟ್‌ಗೆ ಸೇರಿಸು/ಈಗ ಖರೀದಿಸಿ ಬಟನ್, ಇಮೇಲ್/ವೊಬ್ಲೆಲ್ ಸಂಖ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಪೇಮೆಂಟ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್ ದೃಢೀಕರಣವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತದೆ.

(ಗ್ರಾಹಕರು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ನಿರಾಕರಿಸುತ್ತಾರೆ ಅಥವಾ ಡೆಲಿವರಿ ಪರ್ಫಾರ್ಮೆನ್ಸ್ ತಲುಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ).

ಈ ಖರೀದಿದಾರರ ಆರ್ಡರ್ ಫ್ಲೋಮೆಂಟ್‌ನ ಪ್ರಯಾಣದ ಪ್ರಾರಂಭದಲ್ಲಿ, ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ನಲ್ಲಿ ನೋಡುವ ಮೊದಲು, ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಅನ್ನು ಇದು ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಭಾಗವಾಗಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ನೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಣಿಗಾಗಿ ಒಳಗಾಗಬೇಕು, ಅಂಗಡಿಯಲ್ಲಿನ ಭೌತಿಕ ದಾಸ್ತಾನುಗಳನ್ನು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಎಂಬ ಡಿಜಿಟಲ್ ಆಗಿ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾದ ಸ್ವರೂಪಕ್ಕೆ ಪರಿವರ್ತಿಸಬೇಕು (ಇದು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಕಾಣುವ ಉತ್ಪನ್ನ ಪೇಜ್ ಆಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಉತ್ಪನ್ನ, ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ಬೆಲೆ, ವಿತರಣಾ ಶುಲ್ಕಗಳು, ಇತರ ಅನ್ವಯವಾಗುವ ಶುಲ್ಕಗಳ ಟೈಲ್ ಮತ್ತು 'ಬೈ ನೌ' ಮತ್ತು 'ಆಡ್ -ಓ-ಕಾರ್ಟ್' ಬಟನ್‌ಗಳು).

**ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್‌ನಿಂದ ಆರ್ಡರ್ ಡೆಲಿವರಿಯವರೆಗೆ ವಿವರಿಸಿದ ಪ್ರಯಾಣದಿಂದ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ಎಲ್ಲಾ ಹಂತಗಳು ಶಾಪಿಂಗ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಿಂದ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅಂಗೀಕರಿಸಲಾಗಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲ್ಪಡುತ್ತವೆ.**

# ONDC ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಮೌಡೆಲ್ ನಿಂದ ಹೇಗೆ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ?

## ಮೊದಲನೆಯ ವ್ಯತ್ಯಾಸ - ಅನ್ಬಂಡಲ್ ಸೆಟಪ್

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ, ಬಯರ್ ಎಕ್ಸಿಝಿಯನ್ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಎರಡನ್ನೂ ಒಂದೇ ಘಟಕದಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಓಪನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮಾದಲ್ ಈ ಸಂಯೋಜಿತ ಸೆಟಪ್ ಅನ್ನು ಹಲವಾರು ಅನ್ ಬಂಡಲ್ ಮಾಡದ ಘಟಕಗಳಾಗಿ ಒಡೆಯುತ್ತದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಘಟಕವನ್ನು ವಿಭಿನ್ನ ಘಟಕಗಳಿಂದ ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ಲೇ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಂತಹ ಅನ್‌ಬಂಡಲ್ ಮಾಡದ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಅವರು ವಹಿಸಬಹುದಾದ ಪಾತ್ರಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಘಟಕಗಳನ್ನು ವಿಶಾಲವಾಗಿ 2 ಪ್ರಕಾರಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಎಂಟಿಟಿಗಳನ್ನು ಅವರು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಬಯರ್ ಎಕ್ಸಿಝಿಯನ್ ಸೆಲ್ಲರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಮತ್ತು ಡೆಲಿವರಿ ನೆರವೇರಿಕೆ. ಈ ಎಂಟಿಟಿಗಳು ಅನ್ಬಂಡಲ್ ಮಾಡದ ಸೆಟಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಅವರು ಆಡಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತವೆ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಅನ್ಬಂಡಲ್ ಕಾನ್ಸ್ಟ್ರಕ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಎಂಟಿಟಿ ವಹಿಸಬಹುದಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರಗಳನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

### ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್

- ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ವೆಬ್ ಸೈಟ್ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ - ಕಾಪಿಂಗ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ ಅನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಾರೆ.
  - ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಮತ್ತು ಅನ್ವೇಷಿಸಲು
  - ಹಲವಾರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಫಲಿತಾಂಶಗಳನ್ನು ಬೀಕ್ಷಿಸಲು
  - ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಬಯಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಾಗಿ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಪ್ಲೇಸ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಖಚಿತಪಡಿಸಲು
  - ಬಯಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಗೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡಲು
  - ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ, ಆರ್ಡರ್-ಸಂಬಂಧಿತ ದೂರೀನ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹೇಳಲು.
- ಇವುಗಳು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರವರ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಾಗಿವೆ.

### ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್

- ಇವುಗಳು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರವರ ಪಾತ್ರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳಾಗಿವೆ.
- ಆನ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ಮೆಂಟ್ ಮಾರಾಟಗಾರರು.
  - ಮಾರಾಟಗಾರರ ಉತ್ಪನ್ನ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ಡಿಜಿಟಲೈಸ್ಡ್ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯವನ್ನು ರಚಿಸುವುದು.
  - ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು

## ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್

ಸ್ವಾಟ್ಲೈಟ್ ಆರ್ಡರ್ ನೆರವೇರಿಕೆಗೆ ತಿರುಗಿದಾಗ ಅಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದ ಮೂರನೇ ಎಂಟಿಟಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮುತ್ತದೆ. ಅದು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP. ತೆರೆದ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಅನ್ವಂಡಲ್ ಸೆಟಪ್ ವಿತರಣೆ ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್ ಪೂರೈಸುವಿಕೆಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಎರಡು ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

i) ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ "ಆನ್-ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್" ಮತ್ತು "ಆಫ್-ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್" ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಯಿಂದ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಿ ಅಥವಾ

ii) ಈಗ ಸೆಲ್ಲರ್ NP "ಆನ್-ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್" ಅನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಎಂದು ಹೇಳೋಣ. ನಂತರ ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ನೋಂದಾಯಿತ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NPs, ಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಹೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಅದಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರನು ತಮ್ಮ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಒಂದನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು.

ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯು "ಆಫ್-ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್" ಅನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಂಡರೆ ಇದರರ್ಥ ಅವರು ತಮ್ಮ ಡೆಲಿವರಿ ಫ್ಲೀಟ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಅಥವಾ ಥರ್ಡ್ ಪಾರ್ಟಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಇದನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ 3PL ಪ್ರೊವೈಡರ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇವುಗಳನ್ನು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ.

ಯಾವುದೇ ಎಂಟಿಟಿ ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗೆ ಬಯೆರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪೆಂಟಿಯಾಗಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪೆಂಟಿಯಾಗಿ ಅಥವಾ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯಾಗಿ ಅದು ವಹಿಸಲು ಉದ್ದೇಶಿಸಿರುವ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಸೇರಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಇದನ್ನು ಎಂಟಿಟಿಯ ಸೇವಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳು ಅಥವಾ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಂದ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

**ಇವು ONDC ಯಲ್ಲಿನ ಮುಖ್ಯ ಘಟಕಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪಾತ್ರಗಳಾಗಿವೆ.**



# ಎರಡನೇ ದೊಡ್ಡ ವ್ಯತ್ಯಾಸ - ಪರಸ್ಪರ ಕಾರ್ಯಸಾಧ್ಯತೆ

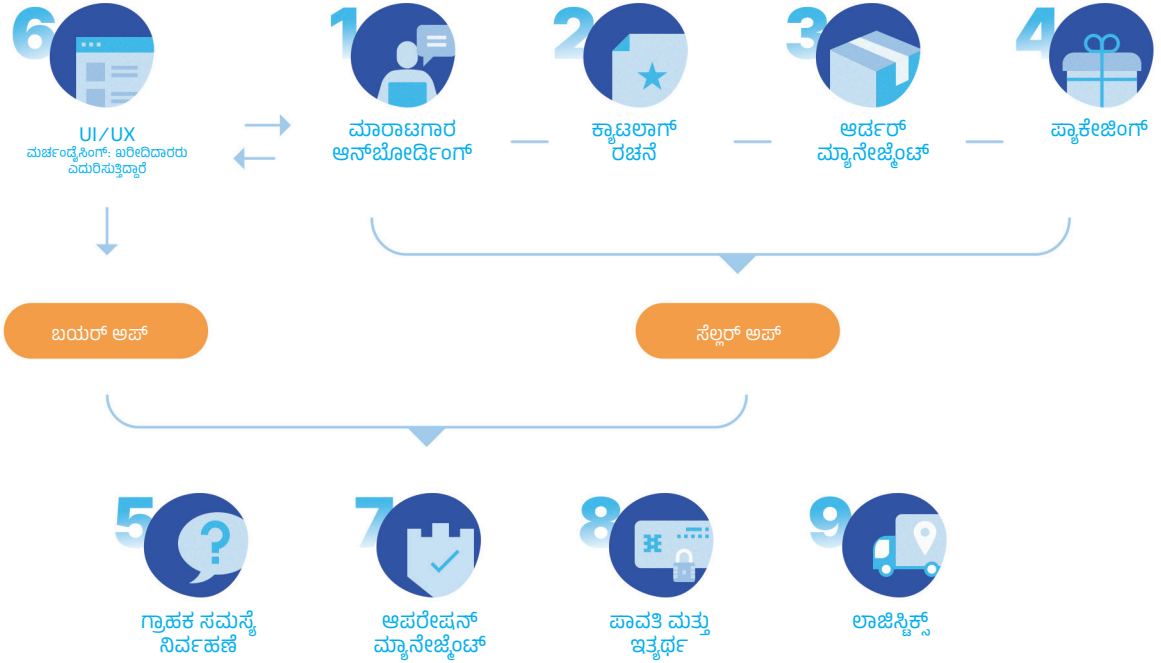
ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಸುಗಮವಾಗಿ ನಡೆಸಲು ಮತ್ತು ಈ ವಿಭಿನ್ನ ಘಟಕಗಳ ನಡುವೆ ಸ್ಪಷ್ಟವಾದ ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು, ನಮಗೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಓಪನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಅನ್ವಂಡಲ್ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ, ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಘಟಕಗಳ ನಡುವೆ ಸಂವಹನದ ಸ್ಥಾಪಿತ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲನ ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

ಇದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ONDC ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ ಕಸಮ್ ಏಪಿಐ ಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತದೆ. ಏಪಿಐ ವಿಭಿನ್ನ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಮಾತನಾಡಲು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು, ನಿಖರವಾದ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರವಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಹೇಗೆ ಹೋಟೆಲ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಸರ್ವರ್ ನಿಮ್ಮನ್ನು ಅಡುಗೆಮನೆಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಲು ಬಿಡುವುದಿಲ್ಲವೋ ಅಥವಾ ನಿಮಗೆ ಆಹಾರ ಬೇಕು ಎಂದು ಚಿಫ್ ಗೆ ಹೇಳುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲವೋ ಆದರೆ ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದುದನ್ನು ನೀವು ಪಡೆಯುವುದಕ್ಕೂ ಖಚಿತಪಡಿಸಿ, ನಿಮ್ಮನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಅರವಾಗಿಸುತ್ತಾರೋ ಹಾಗೆಯೇ ಈ ONDC ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ ಏಪಿಐ ಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಪ್ರತ್ಯೇಕ ಘಟಕಗಳು ಪರಸ್ಪರ ಸರಾಗವಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಬಹುದು ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸಬಹುದು.

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಸರಳಗೊಳಿಸಲು, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪಟ್ಟಿ ಇಲ್ಲಿದೆ, ಜೊತೆಗೆ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಟರ್ಮ್ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಅದನ್ನು ಯಾವ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸುತ್ತದೆ:

ನಾವು ಡಿಜಿಟಲ್ ವಾಣಿಜ್ಯದ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಫ್ಲೋ ಚಾರ್ಟ್ ಆಗಿ ಮ್ಯಾಪ್ ಮಾಡಿದರೆ:



ಕ್ರ.ಸಂ.	ಸಾಮಾನ್ಯ ಚಟುವಟಿಕೆ ವಿವರಣೆ	ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಟರ್ಮಿನಾಲ್/ಫಂಕ್ಷನ್‌ಗಳ	ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಭಾರ
1	ONDC ಪೋರ್ಟಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಿಂದ ನಡೆಸಲ್ಪಡುವ ಸೆಲ್ಲರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮೂಲಕ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟಗಾರರು	ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟಗಾರರು	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
2	ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ದಾಸ್ತಾನುಗಳ ಡಿಜಿಟಲ್ ಫಾರ್ಮಾಟ್ ಡೆಟಾಬೇಸ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸುತ್ತಾನೆ	ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ನಿರ್ವಹಣೆ	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
3	ಆರ್ಡರ್ ಸ್ಥಿತಿ, ಖರೀದಿದಾರರ ರದ್ದತಿ, ದಾಸ್ತಾನು ಲಭ್ಯತೆ, ರವಾನೆ ಸ್ಥಿತಿ, ರಿಟರ್ನ್ ವಿನಂತಿಗಳು ಮತ್ತು ರಿಟರ್ನ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು	ಆರ್ಡರ್ ನಿರ್ವಹಣೆ/ರವಾನೆ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ರಿಟರ್ನ್ ನಿರ್ವಹಣೆ	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
4	ಖರೀದಿದಾರರು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪಾಕೆಟ್ ಹಾನಿಯಿಂದ ರಕ್ಷಿಸಲು ಫೈಯರ್‌ಗಳು, ಪೆಟ್ಟಿಗೆಗಳಲ್ಲಿ ಇತರ ಪ್ಯಾಕೆಟ್ ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ	ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
5	ವ್ಯಾಪಾರ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ	ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಿರ್ವಹಣೆ	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
6	ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ವಿಳಂಬವಾದ ವಿತರಣೆ, ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದು ಇತ್ಯಾದಿಗಳಂತಹ ಆರ್ಡರ್-ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಪರಿಹಾರ	ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಬೆಂಬಲ	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ & ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
7	ವಿಭಿನ್ನ ಘಟಕಗಳು ಏಕೀಕರಣ ಮೂಲಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯಿಸಲು, ಅದೇಶವನ್ನು ಕಾರ್ಯಗತಗೊಳಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ಭಾಗವಹಿಸುವವರ/ರ ಕಡೆಯಿಂದ ಕೆಲವು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ತಪ್ಪುಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಬೇಕು.	ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಯೋಜನೆ (ಇದಕ್ಕಾಗಿ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು ವ್ಯಾಪಾರ)	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ & ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್
8	ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ತಲುಪಿಸಿದ ನಂತರ ಹಾಗೂ ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋವನ್ನು ಮುಚ್ಚಿದ ಮೇಲೆ, ಭಾಗವಹಿಸುವ ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ನಡುವೆ ಮೌಲ್ಯ ಇತ್ಯರ್ಥವು ಸಂಭವಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ	ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ಸೆಟ್ಲೆಮೆಂಟ್	ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ & ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್

ಕೈಪಿಡಿಯು ಮೇಲಿನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಒಳಗೆ ಅಳವಡಿಸಿ ಇಳಿದು ಹಾಗೂ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ನೀಡುತ್ತದೆ.

## ಅಧ್ಯಾಯ 2

# ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಬೋರ್ಡ್‌ಮಾಡುವುದು

ನಾವು ಹಿಂದಿನ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಿದಂತೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುವ ಮೊದಲು, ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸೆಲ್ಯುಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಿಂದ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಈ ಭಾಗವು ಈ ವ್ಯವಹಾರ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಪ್ರಯಾಣವು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ:

1. ಯಾವ ವರ್ಗದ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು.
2. ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಯೋಜನೆ.
3. ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಮನವೊಲಿಸುವುದು ವಾಣಿಜ್ಯ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳುವುದು.
4. ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೋಂದಣಿಯನ್ನು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುವುದು
5. ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಮಾಡುವುದು.

### ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದಾದ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

- ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಯೋಜನಾ ತಂಡ/ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು
- ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಮನವೊಲಿಸುವುದು/ಪಿಚಿಂಗ್ ಮಾಡುವುದು
- ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಎತ್ತಿದ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸುವುದು
- ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿಯ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ

# ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್‌ಗೆ ಯೋಜನೆ

## ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್‌ಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ವರ್ಗವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವುದು:

ಇದು ನಾವು ಹೇಳಿದಂತೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅವರು ಯಾವ ರೀತಿಯ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬಯಸುವ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸೆಲ್ಲರ್ ಅಪ್ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸುವ ಭಾಗಗಳು ಅಥವಾ ಡೊಮೇನ್‌ಗಳು ಹಲವಾರು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿರುತ್ತದೆ, ಉದಾಹರಣೆಗೆ:

## ಡೊಮೇನ್ ಅಥವಾ ವರ್ಗದ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವ.

ಇದು ಆಫ್ಲೈನ್ ಅಥವಾ ಆನ್ಲೈನ್ ಆಗಿರಬಹುದು. ಒಂದು ವರ್ಗವನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವಾಗ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಂಡವು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯಲ್ಲಿ ಪೂರ್ವ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡಲು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಹೆಡ್‌ಕ್ವಾರ್ಟರ್ಸ್ ಅನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ, ವರ್ಗದ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ನಿಯಮಗಳ ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಈ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಹುಡುಕುವ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸುತ್ತದೆ.

## ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ವೆಚ್ಚದ ವಿವರದ ವರ್ಗದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರ್ಜಿನಗಳ ತಿಳುವಳಿಕೆ:

ಮಾರ್ಜಿನಗಳು ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯವು ವರ್ಗದಾದ್ಯಂತ ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಾಗಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ನಗರ/ಪ್ರದೇಶ ಮತ್ತು ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ವೆಚ್ಚ ಎಷ್ಟು ಎಂಬುದರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಆ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಶಾರ್ಟ್‌ಲಿಸ್ಟ್ ಮಾಡಲು ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿ ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದಿಂದ ಹಿಮ್ಮುಖವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಬೇಕು, ಅದು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

## ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವರ್ಗದ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಪೂರೈಕೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಣ

ಇದರ ಅರ್ಥವೇನು? ಸರಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಂದ್ರತೆಯ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿರಬಹುದು, ಆದರೆ ಬೇಡಿಕೆಯು ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಇರಬಹುದು. ಕೆಲವು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳು ಅಂತಹ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಈ ಸ್ಥಳದ ಲಾಭವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ತರಲು ಬಯಸಬಹುದು.

## ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಬೇಡಿಕೆ ಅಥವಾ ಖರ್ಚು ಏನು?

ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ಮಾಡಲ್ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸಬಹುದಾದ ಪ್ರದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಬೇಡಿಕೆ ಇರುವ ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಅಲ್ಲದೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಹತ್ತಿರದ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ಸಾಕಷ್ಟು ಬೇಡಿಕೆಯಿರುವ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್‌ಗೆ ಅನ್ನು ಯೋಜಿಸಬೇಕು.

## ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಅಖಿಲ ಭಾರತ ಪೂರೈಕೆ

F&B ಮತ್ತು ದಿನಸಿಗಳಂತಹ ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ವರ್ಗಗಳಿಗೆ, ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ವಿತರಣೆಗಳು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಪ್ರದೇಶಗಳಿಂದ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬೇಕು. ಅಖಿಲ ಭಾರತ ವಿತರಣಾ ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ - ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಯಾವುದೇ ಪಟ್ಟಣ ಮತ್ತು ನಗರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡಬಹುದು.

ಸಹಜವಾಗಿ, ಈ ಮುಕ್ತ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಮಲ್ಟಿ-ಡೊಮೈನ್ ಸ್ವಭಾವದೊಂದಿಗೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳು ವಿಭಾಗಗಳು ಮತ್ತು ಡೊಮೇನ್‌ಗಳಾದ್ಯಂತ ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು.



ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳು ಈ ವರ್ಗಗಳಿಂದ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಲೈವ್ ಡೊಮೇನ್‌ಗಳಿಂದ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು (ವರ್ಗಗಳು ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳಾಗಿ ಕಾಣಬಹುದು).  
ಜಿಲ್ಲೆ ಡೊಮೇನ್‌ನಲ್ಲಿ ನಾವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೇವೆ: F&B - ದಿನಸಿ - ಮನೆ ಮತ್ತು ಅಡಿಗೆ - ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್ - ಫ್ಯಾಷನ್ - ಸೌಂದರ್ಯ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಆರೈಕೆ

ಇದರ ಜೊತೆಗೆ ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮತ್ತೊಂದು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಡೊಮೇನ್ ಅನ್ನು ಕೂಡ ಸೇರಿಸಿದೆ- ಮೊಬಿಲಿಟಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವಿಕಸನಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಂತೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ನಾವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಡೊಮೇನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮೊದಲು ಆನ್ ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ಕೊನೆಯದಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನೂ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಪೂರೈಸಿದಾಗ ಇದು ಒಂದು ಸಂಪೂರ್ಣ ಪ್ರಯಾಣವಿದೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ, ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ 10 ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಬೇಕಾದರೆ 100 ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು ಅಥವಾ 20 ಲೈವ್ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಗುರಿಯಿದ್ದರೆ 200 ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಯೋಜನೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದಲೂ ಉದ್ದೇಶಿತ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳಿಂದ ಹಿಂದಕ್ಕೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಮಾಡಬೇಕು.

### ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳೆಂದರೆ:

ಹಂತ  
**1**

#### → ತಲುಪಿತು:

ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವ ಮಾರಾಟಗಾರರು

ಹಂತ  
**2**

#### 🌱 ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುವವರು

ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ವವರ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಯಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿಯನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಮಾರಾಟಗಾರರು

ಹಂತ  
3

### ಹಂಚಿಕೊಂಡ ಮಾಹಿತಿ:

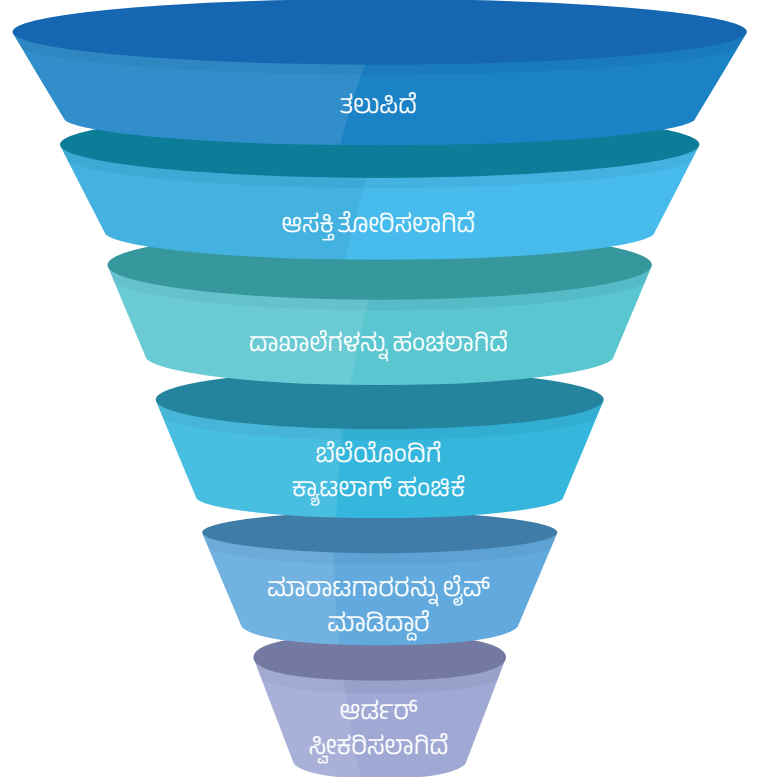
ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯೊಂದಿಗೆ ಅಗತ್ಯ ದಾಖಲೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು (KYC, GST, ರದ್ದಾದ ಚೆಕ್, ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ನಿಯಮಗಳ ಮೇಲಿನ ಒಪ್ಪಂದ - ಪಾವತಿ ನಿಯಮಗಳು) ಹಸ್ತಾಂತರಿಸುವ ಆಸಕ್ತ ಮಾರಾಟಗಾರರು

ಹಂತ  
4

### ಹಂಚಿದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಮಾಹಿತಿ:

ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ, MRP, ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು, ಬ್ರಾಂಡ್, ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಗಾಗಿ ದಾಸ್ತಾನು ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು (ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ನಲ್ಲಿನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉತ್ಪನ್ನ ಪುಟ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಈಗ ಖರೀದಿಸಿ/ಕಾಟ್‌ಗೆ ಸೇರಿಸು ಬಟನ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ). ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ವಿವಿಧ ಭಾಗಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ವಿವರಗಳನ್ನು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಯ ಮುಂದಿನ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವಾರು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ವಿವಿಧ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಇದು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮೂಲವನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ, ವೇಗವಾದ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಕೈಗೆಟುಕುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಫನಲ್‌ನ ಮೇಲ್ಭಾಗದಲ್ಲಿ ತಲುಪಬೇಕಾದ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅಧರಿಸಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಸಿಂಗ್ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಪರ್ಕ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ಗಾಗಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಯೋಜಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ - ಕರೆ ಅಥವಾ ಫಿಲ್ಡ್‌ನಲ್ಲಿರುವರು



# ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸೇರಲು ಮನವೊಲಿಸುವುದು

ಯೋಜನೆಯು ಮುಗಿದ ನಂತರ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಂಡವು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತದೆ, ತಂಡವು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಅವರು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಏಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು (ಈಗಾಗಲೇ ಮಾರಾಟ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ) ಮತ್ತು ನಂತರ ಅವರು ONDC ಮೂಲಕ ಏಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಈ ಭಾಗವು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮನವೊಲಿಸಲು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಂಡಕ್ಕೆ ಪ್ರಮುಖ ಮೌಲ್ಯದ ಪ್ರಸ್ತಾಪಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

## ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಕಾರಣಗಳು

2022 ರಲ್ಲಿ ಚಿಲ್ಲರೆ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ಭಾರತದ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವಲಯವು 21.5% ವಾರ್ಷಿಕ ಬೆಳವಣಿಗೆಯೊಂದಿಗೆ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ವಲಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ (ಉದಾ: ಭಾರತೀಯ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಇಕ್ವಿಟಿ ವರದಿ ಆಗಸ್ಟ್ '22) ಮತ್ತು \$74.8 Bn ತಲುಪುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿದೆ. 2021 ರ ಹಬ್ಬದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ,

ಭಾರತೀಯ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು US\$ 9.2 ಶತಕೋಟಿಯ ಒಟ್ಟು ಮರ್ಚೆಂಡೈಸ್ ಮೌಲ್ಯದೊಂದಿಗೆ (GMV) ಮಾರಾಟವನ್ನು ಉತ್ಪಾದಿಸಿವೆ, ಇದು ಕಳೆದ ವರ್ಷದ US\$ 7.4 ಶತಕೋಟಿಗಿಂತ 23% ಹೆಚ್ಚಳವಾಗಿದೆ. ಭಾರತದ ಗ್ರಾಹಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಆಫೀಕರತೆಯು 2030 ರ ವೇಳೆಗೆ US\$ 1 ಟ್ರಿಲಿಯನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಾಗಲಿದೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ, ಇದು 2020 ರಲ್ಲಿ US \$ 537.5 ಶತಕೋಟಿಯಿಂದ ಬೆಳೆಯುತ್ತದೆ, ಇದು ದೇಶದಲ್ಲಿ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಎಡ್ವೆಂಟ್ ನಂತಹ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸೇವೆಗಳ ಬಲವಾದ ಅಳವಡಿಕೆಯಿಂದ ನಡೆಸಲ್ಪಡುತ್ತದೆ. ಈ ಬಲವಾದ ಸೂಚಕಗಳೊಂದಿಗೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಆದಾಯದ ಹೊಸ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಚಾನಲ್ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಇದೆ ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲು ಕೆಲವು ಪ್ರಮುಖ ಕಾರಣಗಳು ಇಲ್ಲಿವೆ:

## 1 ಹೆಚ್ಚಿದ ಭೌಗೋಳಿಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿ

ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮೊದಲು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ, NPGಳು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಒದಗಿಸಿದ ಹೆಚ್ಚಿನ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡಬೇಕು - ಹೈಪರ್‌ಲೋಕಲ್ ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಸೇವಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ತ್ರಿಜ್ಯವು ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಾಹಕರ ನೆಲೆಯನ್ನು ಸೆರೆಹಿಡಿಯುತ್ತದೆ, ಪ್ಲಾನ್ ಇಂಡಿಯಾ ವಿತರಣಾ ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ, ಭಾರತದಾದ್ಯಂತ ಎಲ್ಲಾ ಲೈವ್ ಸೇವೆಯ ಕೋಡ್‌ಗಳಿಗೆ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ತೆರೆಯುತ್ತದೆ

## 2 COVID-19 ನಂತರ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಬದಲಾಗಿರುವುದು

COVID-19 ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಚಲನೆಯ ನಿರ್ಬಂಧಗಳಿಂದಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬೇಡಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಏರಿಕೆ ಕಂಡುಬಂದಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಖರೀದಿಗೆ ಒಂದು ಭಾಗವು ಬದಲಾವಣೆದ ನಿರಂತರವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಬೇಡಿಕೆಯು ಶಾಶ್ವತ ಗೇರ್ ಶಿಫ್ಟ್ ಅನ್ನು ಕಂಡಿದೆ. ಈಗ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಖರೀದಿಸುತ್ತಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಂಗಡಿಯನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಪ್ರತಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರುವುದು ಮುಖ್ಯ.

## 3 ಡಿಜಿಟಲ್ ಸ್ಟೋರ್ ಉಪಸ್ಥಿತಿ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಸ್ಟೋರ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಭೌತಿಕ ಚಿಲ್ಲರೆ ಅಂಗಡಿಗೆಂತೆ ಸುಲಭವಾಗಿದೆ, ಇದು ಮಾನವಶಕ್ತಿ, ಸ್ಥಳಾವಕಾಶ, ಬಾಡಿಗೆಗಳು, ದಾಸ್ತಾನು ನಿರ್ವಹಣೆ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆಯ ಅಗತ್ಯವಿರುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಸಂಪೂರ್ಣ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಅನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಂಗಡಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

## 4 ಹೆಚ್ಚಿದ ಖರೀದಿ ಆವರ್ತನ

ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡುವ ಅನುಕೂಲದೊಂದಿಗೆ, ಗ್ರಾಹಕರು ಈಗ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಶಾಪಿಂಗ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಹೊಸ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಡೆಯಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಗರಿಷ್ಠ ಪ್ರಯೋಜನ ತರಬಹುದು ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಖರೀದಿಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಬಹುದು. ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಪ್ರಸ್ತುತ ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಆಫ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿರುವಂತೆಯೇ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಖ್ಯಾತಿಯನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ನಿಷ್ಕಾವಂತ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ರಚಿಸಬಹುದು.

# ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಏಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕು?

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಒಮ್ಮೆ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡರೆ ಮುಂದಿನ ತಾರ್ಕಿಕ ಪ್ರಶ್ನೆಯೆಂದರೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ಇತರ ಚಾನೆಲ್ ಗಳು/ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ಇರುವಾಗ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಏಕೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದು. ಈ ಭಾಗವು ಈ ಪ್ರಶ್ನೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

## 1 ಒಂದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಬಹು ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳಿಗೆ ಒಡ್ಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಆನ್-ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡಲಾದ ಮಾರಾಟಗಾರನು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಗಳಾದ್ಯಂತ ಗೋಚರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಪಡೆಯಲು, ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಕಲಿಯುವ ಮತ್ತು ಬಹು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಸಿಂಗಲ್ ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಮೂಲಕ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ದೇಶಾದ್ಯಂತ ಎಲ್ಲಾ ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಪ್ರವೇಶಿಸಬಹುದು. [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3.3(i)&(k), 2.4.6]

## 2 ರೇಟಿಂಗ್ ಮಾಲೀಕತ್ವ

ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವಾಗ ಖರೀದಿದಾರರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಖರೀದಿಸುವ ಖರೀದಿದಾರರ ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಆದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ನಿಂದ ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಬೇರೆ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗೆ ಹೋಗಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ, ಅವನು/ಅವಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಸ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗೆ ಸಾಗಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಶೂನ್ಯದಿಂದ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಇದು ಹಾಗಲ್ಲ. ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳ ಮಾಲೀಕತ್ವವು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬಳಿ ಇರುತ್ತದೆ. ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಬೇರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗೆ ಹೋಗಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಪ್ರಸ್ತುತ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಬಹುದು. [ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವೆಬ್ ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.5; ಮುಂಬರುವ ಸ್ಟೋರಿಂಗ್/ಬ್ಯಾಡ್ಜಿಂಗ್ ನೀತಿ]

### 3 ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನ್ಯಾಯಯುತ ಅವಕಾಶ

ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅಂತಿಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಮಾನ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ. ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಫಿಲ್ಟರ್ ಮಾಡಲು/ವಿಂಗಡಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುವ ಪ್ರತಿ ಪ್ಯಾರಾಮೀಟರ್‌ನ ನಿಯತಾಂಕಗಳು ಮತ್ತು ತೂಕವನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಸಮಾನ ಗೋಚರತೆ ಮತ್ತು ಅವಕಾಶವಿದೆ. [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3.3(j)&(k), 2.3.4, 2.4.6]

### 4 ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸುತ್ತಾರೆ

ಎಲ್ಲಾ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ರಾಡ್ಡ್‌ನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ ಗೊಳಿಸಲು ನಮ್ಮತೆಯೊಂದಿಗೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ಸ್ ರನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡುವಾಗ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು. ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮನಬಂದಂತೆ ವಲಸೆ ಹೋಗುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ರೇಟಿಂಗ್/ಖ್ಯಾತಿಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3.5, 2.4.4]

### 5 ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನ್ಯಾಯಯುತ ಅವಕಾಶ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಮರ್ಸ್‌ನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಂತವನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಇತರ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಸೇವೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತಿಸದೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಪ್ರಮುಖ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಬಹುದು. (ಉದಾ: ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಕುಂದುಕೊರತೆ ಪರಿಹಾರ, ಇತ್ಯಾದಿ). ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3 ಮತ್ತು 2.4 (NP ಗಳ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜವಾಬ್ದಾರಿಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುವುದು) ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಕೋರ್ ಅರ್ಕಿಟೆಕ್ಚರ್ ಹಲವಾರು ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು, ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

### 6 ನಿಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳಿ

ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿವರಗಳನ್ನು ತಿಳಿದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ (ಗ್ರಾಹಕರ ಹೆಸರು, ಫೋನ್ ಸಂಖ್ಯೆ, ವಿಳಾಸ, ಇಮೇಲ್ ಐಡಿ) [ONDC ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್ ವಿಶೇಷಣಗಳು] ಖರೀದಿದಾರ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಅಥವಾ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಹೊರಗೆ ವಿತರಣೆ ನಡೆಯುತ್ತದೆಯೇ. [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 4 (ನಡತೆ ಸಂಹಿತೆ ಮತ್ತು ನೀತಿಶಾಸ್ತ್ರ): 4.7; ಚ 7 (ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಡೇಟಾ ಆಡಳಿತ)]

# ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಮಯದಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಗೆ ಸೇರಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ  
ಪಿಚ್ ಮಾಡುವಾಗ ಮತ್ತು ಮನವೊಲಿಸುವಾಗ,  
ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಕಾಳಜಿ ಇರುತ್ತದೆ.  
ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಂಡವು ಅಂತಹ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು  
ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ  
ಮನವರಿಕೆಯಾಗುವ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ನೀಡಲು  
ಸಿದ್ಧರಾಗಿರಬೇಕು. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ  
ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಸಂಬಂಧಿಸಿದ  
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಮುಖ ಕಾಳಜಿಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ  
ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವಿಭಾಗವು ಅಂತಹ  
ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು  
ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.



## ಕಾಳಜಿ 1:

### ಈಗಾಗಲೇ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಟಗಾರರಿಂದ ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಮಿಷನ್ ವಿಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮುಖ್ಯ ಕಾಳಜಿಯೆಂದರೆ ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಆಟಗಾರರು ವಿಧಿಸುವ ಹೆಚ್ಚಿನ ಶುಲ್ಕಗಳು ಉಳಿದ ಆಟಗಾರರಿಗೆ ಗಮನಾರ್ಹವಾದ ನಷ್ಟದ ಅಂತರಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. NP ಯವರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಹೈಲ್ಯೆಟ್ ಮಾಡಬಹುದು:

- ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರೊಂದಿಗೆ ಮಾತ್ರ ವ್ಯವಹರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಪಾರದ ಆದ್ಯತೆಯ ನಿಯಮಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಸೆಲ್ಲರ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅವರ ನಡುವೆ ಮನಬಂದಂತೆ ಚೆಲಿಸಲು ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಲಾಟ್ ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ [ಮುಂಬರುವ ಸ್ಟೋರಿಂಗ್/ಬ್ಯಾಡ್ಜಿಂಗ್ ನೀತಿ] ಮನಬಂದಂತೆ ವಲಸೆ ಹೋಗುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ರೇಟಿಂಗ್/ಖ್ಯಾತಿಯನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.
- ಮತ್ತೊಂದು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅವರಿಗೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಗೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಅನ್ವೇಷಣೆಯ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಮಾಯಕಟ್ಟಿ ಶಕ್ತಿಗಳು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅನ್ನು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ದರಗಳನ್ನು ನೀಡುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ವರ ಹೊರತಾಗಿಯೂ, ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸಂಬಂಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೈಲ್ಯೆಟ್ ಮಾಡುವ ಎಲ್ಲಾ ಬಯರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ರ ಮೇಲೆ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ.
- ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮೌಲ್ಯ ಸರಪಳಿಯ ಎಲ್ಲಾ ಕಾಲುಗಳನ್ನು ಬಿಚ್ಚಿಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಬಹುದು. ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರೊಂದಿಗೆ, ರೋಮಾಂಚಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮಾರ್ಜಿನ್ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

## ಕಾಳಜಿ 2:

### ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ರಿಟರ್ನ್ಸ್

ಈ ಹಿಂದೆ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಬಿಟ್ಟುಹೋದ ಮಾರಾಟಗಾರ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಕಾಳಜಿಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ ಅಥವಾ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡದ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಆದರೆ ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ನಲ್ಲಿ ನಷ್ಟದ ನಿರ್ದೇಶನಗಳನ್ನು ಕೇಳಿದ್ದಾರೆ.

NP ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಬಗ್ಗೆ ಶಿಕ್ಷಣ ನೀಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತೆ ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಹೈಲ್ಯೆಟ್ ಮಾಡಬೇಕು:

- ವಿಭಿನ್ನ ವರ್ಗಗಳು ವಿಭಿನ್ನ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ದರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ವರ್ಗವು ಕಡಿಮೆ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ದರವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು
- ರಿಟರ್ನ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಲಿವರ್‌ಗಳನ್ನು ವಿವರ:
  - ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್
  - ಸಮಯಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸುವುದು
  - ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು COD ಆರ್ಡರ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಕಡಿಮೆ ಹಿಂದಿರುಗಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಹೀರಿಕೊಳ್ಳಲು ಉತ್ಪನ್ನ /ವರ್ಗದಲ್ಲಿನ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು
  - ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸಂಪೂರ್ಣ ಮತ್ತು ಸರಿಯಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು
  - ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಬಹುದು/ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗದು ಎಂದು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು.
- ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹಿಂದಿರುಗಿಸುವ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಬಹುದು



### ಕಾಳಜಿ 3:

#### ಪಾವತಿ ವಸಾಹತು ಅವಧಿ

ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಕೆಲಸದ ಬಂಡವಾಳದ ಬಗ್ಗೆ ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅದು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟ ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಸಿಕ್ಕಿ ಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್ ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ನಂತರ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಕಾಲಿಕ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. [\[ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: ನೋಡಲ್-ರೀತಿಯ ಖಾತೆಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಮಾಣವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ Ch 3: ವಾಣಿಜ್ಯ ಮಾದರಿ \(ಮುಂಬರುವ ಪರಿಷ್ಕರಣೆ\)\]](#) ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪಾವತಿಗಳಿಂದ ತನ್ನದೇ ಆದ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಡಿಲಿಂಕ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನವೀನ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು:

- ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ ರಚಿಸಿ: ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದಾಗ ವೇಗವಾದ ಪಾವತಿಗಳಿಗಾಗಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರಾಟದ ಪರಿಮಾಣದ ಸಂವಹನದೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ-ಅವಲಂಬಿತ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ವೇಗವಾಗಿ ಪಾವತಿಗಳು. [\[ONDC ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್ ಸ್ಟೆಕ್ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ/ಸೆಟಲ್‌ಮೆಂಟ್ ಫ್ರೇಮ್‌ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ\]](#)
- ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ಶುಲ್ಕ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಿ

### ಕಾಳಜಿ 4:

#### ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವಾಗ ಪ್ರಾಕೇಜ್ ಗಳ/ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಹಾನಿಯ ವೆಚ್ಚ

ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹಾನಿ ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗೆ ವಿವರಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP VS ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಯೋಜಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸಬೇಕು.

#### ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡಿ:

- ಸರಿಯಾದ ಪ್ರಾಕೇಜಿಂಗ್
- ಕಳುಹಿಸುವ ಮೊದಲು ಪ್ರಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನ ಚಿತ್ರಗಳು/ವೀಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಸೆರೆಹಿಡಿಯುವುದು
- ಹಾನಿಗೊಳಗಾದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಿದರೆ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪ್ರೂಫ್ ಆಫ್ ಡೆಲಿವರಿ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ನಮೂದಿಸಿ
- ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಟೈಮ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗೆ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು

ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಅವನು/ಅವಳು ಮಾರಾಟದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ವಿರುದ್ಧ ಹಾನಿಯ % ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಾಗ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಅವನ/ಅವಳ ಮಾರ್ಜಿನಗಳಿಗೆ ಹಾನಿಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಸಹ ನಿರ್ಮಿಸಬಹುದು

## ಕಾಳಜಿ ಸಂಖ್ಯೆ 5:

**ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ನೀತಿಯ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಇದನ್ನು ಸಹ ನಿಷೇಧಿಸಲಾಗಿದೆ.**

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಸೆಟಪ್‌ನಲ್ಲಿ, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ತಮ್ಮ ಖಾಸಗಿ ಲೇಬಲ್ ಗಳ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಅಥವಾ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟವನ್ನು ತಳ್ಳಲು ಬಯಸಬಹುದು; ONDC ನೆಟ್ ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಡಿಕೌನ್ಟಿಂಗ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಹುಡುಕಾಟ ಫಲಿತಾಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಆದ್ಯತೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

## ಕಾಳಜಿ ಸಂಖ್ಯೆ 6:

**ಮಧ್ಯದಿಂದ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಜಿನಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಅವರು ತಮ್ಮ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಂದ ಉತ್ತಮ ಬೆಲೆಗಾಗಿ ಮಾತುಕತೆ ನಡೆಸಬಹುದು.**

ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರಚಾರಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರದ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು. ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಾರಾಟವು ವಿವಿಧ ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳಾದ್ಯಂತ ನಿರ್ಮಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಪರಿಮಾಣ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ,

## ಕಾಳಜಿ ಸಂಖ್ಯೆ 7:

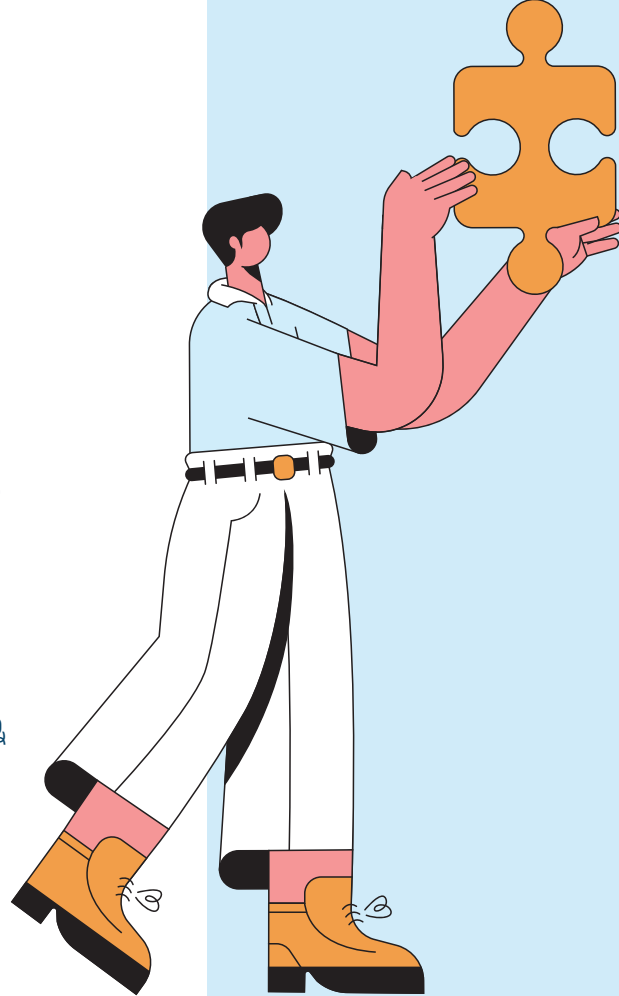
**ಆದ್ದರಿಂದ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸಮಾನ ಗೋಚರತೆಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಲ್ಲಿ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುವುದು ಅನಿವಾರ್ಯವಲ್ಲ.**

ತಮ್ಮ ಹುಡುಕಾಟ ಶ್ರೇಯಾಂಕವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರನು ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ ಖರ್ಚು ಮಾಡಬೇಕೆ? ಇತರ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿ, ONDC ನೆಟ್ ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸಂಭಾವ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಗೋಚರಿಸಲು ಸಮಾನ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾನೆ ಏಕೆಂದರೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಫಿಲ್ಟರ್ ಮಾಡಲು ಅಥವಾ ವಿಂಗಡಿಸಲು ಬಳಸುವ ತರ್ಕವನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಲು ಬಾಧ್ಯತೆ ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

ಆದಾಗ್ಯೂ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇನ್ನೂ ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದರೆ, ಅವರು ಯಾವುದೇ ಖರೀದಿದಾರ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ರಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ಮಾಡುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ.

# ಮಾರಾಟಗಾರ ರಿಂದ ಅಗತ್ಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದು:

ಮಾರಾಟಗಾರ NP ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್‌ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡಲು ಮನವೊಲಿಸಿದ ನಂತರ ಮತ್ತು ಅವರ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಕಾಳಜಿಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಿದ ನಂತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಪ್ರಮುಖ ವಿವರಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಸಮಯ ಬಂದಿದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ನೀವು ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಸವಾಲುಗಳು ಅಥವಾ ವಿಳಂಬಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಸಲಹೆಯ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಕೆಳಗಿನ ಟೇಬಲ್ ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ.



ಕ್ರ.ಸಂ.	ಮಾಹಿತಿ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ (V/N) ✔ ✘
1	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಹೆಸರು - ನೋಂದಣಿಗಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
2	ವ್ಯಾಪಾರದ ಹೆಸರು - ನೋಂದಣಿಗಾಗಿ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
3	ಮಾರಾಟಗಾರರ PAN ಕಾರ್ಡ್ ವಿವರಗಳು - ನೋಂದಣಿಗಾಗಿ ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿದೆ	
4	ಮಾರಾಟಗಾರ GST	
5	ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆರವೇರಿಕೆ ಕವರೇಜ್ - ಸೇವೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
6	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸ್ಟೋರ್ ಪಿನ್ ಕೋಡ್ ಮತ್ತು ವಿಳಾಸ - ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮೂಲಕ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
7	ಪ್ರಾಮಿಸ್ ಸ್ಥಿತಿಗಾಗಿ ಸಮಯ	
8	ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಅಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನ ವರ್ಗಗಳು	
9	ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ SKU ನ ವಿವರವಾದ ಮಾಹಿತಿ - ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. (ಮುಂದಿನ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ನಾವು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಯನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತೇವೆ)	
10	ಮಾರಾಟಗಾರರು ಈಗಾಗಲೇ ಅನ್ವೇಷಿಸಿರುವ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆಯೇ - ತರಬೇತಿ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
11	ದಾಖಲಾತಿ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ನವೀಕರಣದ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ತರಬೇತಿ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ - ಲಭ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
12	ಆರ್ಡರ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ತರಬೇತಿ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ - ಆರ್ಡರ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	
13	ಪೋಸ್ಟ್ ಆರ್ಡರ್ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಕೆಲವು ಪರಿಹಾರಗಳು, ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ವೆಚ್ಚ - ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್, ರಿಟರ್ನ್ಸ್, ಹಾನಿ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.	
14	ವ್ಯಾಪಾರ ಚರ್ಚೆಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರ SPOC ಹೆಸರು, ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್ - ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದ ಕುರಿತು ಚರ್ಚೆಗಾಗಿ	
15	ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಿಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರ SPOC (ಹೆಸರು, ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್) - ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪಿನ್‌ಕೋಡ್, ಆರ್ಡರ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮೇಲೆ ಅನುಸರಿಸಿ ಇತ್ಯಾದಿ - ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	

ಕ್ರ.ಸಂ.	ಮಾಹಿತಿ ಅಗತ್ಯವಿದೆ	ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ (V/N) ✔ ✘
16	ಖಾತೆ ವಿವರಗಳಿಗಾಗಿ ಚೆಕ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ	
17	ವರ್ಗದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಿನಿಯಂತ್ರಕ ಇತರ ವಿವರಗಳು - ಉದಾ. F&B ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಎಫ್ ಯಸ್ ಯಸ್‌ಎಜ ಪರವಾನಗಿ ಸಂಖ್ಯೆ	
18	ಕುಂದುಕೊರತೆ ಪರಿಹಾರ ಕಚೇರಿ ವಿವರಗಳು (ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆಗಳು) (ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ನಿಯಮಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ)	

ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ನಂತರ, ಮುಂದಿನ ಹಂತ ಸೆಲ್ಫ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ತನ್ನ ಕಡೆಯ ಸೆಲ್ಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕು.

GST ಯ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ವಿಶಾಲವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, GST ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಅವನ/ಅವಳ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾಗಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ:

ಕಾನೂನುಬದ್ಧತೆ: GST ನೋಂದಣಿಯು ಅಸಂಘಟಿತ ವಲಯದ ಅನೌಪಚಾರಿಕ ಕೆಲಸಗಾರರು ಅಥವಾ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ಕಾನೂನು ಮಾನ್ಯತೆ ಮತ್ತು ನ್ಯಾಯಸಮ್ಮತತೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಗ್ರಾಹಕರು ಮತ್ತು ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಂಕುಗಳಿಂದ ಸಾಲ ಅಥವಾ ಸಾಲವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿದ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆ: ನೋಂದಾಯಿತ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಸಂಘಟಿತ ವ್ಯವಹಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಮತಟ್ಟಾದ ಆಟದ ಮೈದಾನದಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಿಸಬಹುದು, ಏಕೆಂದರೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ GST ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು: ಜಿಎಸ್‌ಟಿ ನೋಂದಣಿಯು ಇತರ ನೋಂದಾಯಿತ ಘಟಕಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಏಕೆಂದರೆ ಬಹು ಪರಿಚಿತತೆಗೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹರಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶ: ನೋಂದಾಯಿತ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ವಿವಿಧ ಸರ್ಕಾರಿ ಯೋಜನೆಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು, ಇದು ಅವರ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಣೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

## ಅಧ್ಯಾಯ 3

# ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ನಂತರ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಡಿಜಿಟಲ್ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸುವುದು ಮುಂದಿನ ಹಂತವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಭಾಗವು ಈ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪೇಜಿಸ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ.

### ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

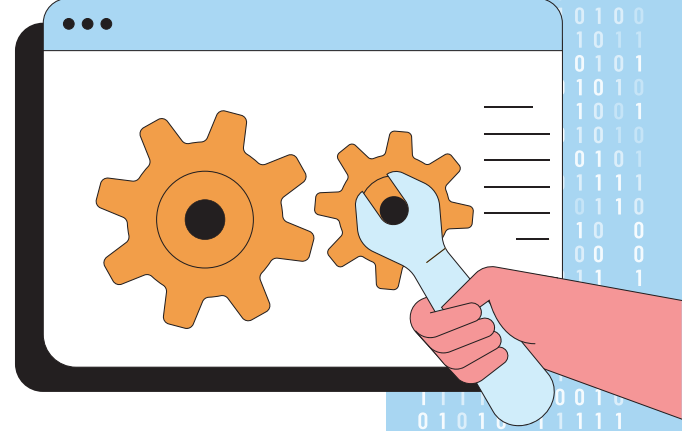
- ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಎಂದರೇನು ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
- ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ವಿವಿಧ ಅಂಶಗಳಿಗಾಗಿ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳು: ಉತ್ಪನ್ನದ ಶೀರ್ಷಿಕೆ, ಚಿತ್ರಗಳು, ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿಶೇಷಣಗಳು, ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಮತ್ತು ಫಿಲ್ಟರ್‌ಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ, FAQ
- ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಗಾಗಿ ಅನುಸರಿಸ ಬೇಕಾದ ಮತ್ತು ಬೇಡವಾದದ್ದು

# ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಎಂದರೇನು?

ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಎರಡು ವಿಭಿನ್ನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ: ಬ್ಯಾಕೆಂಡ್ ಅನ್ನು ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ (ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಕಾಣುವುದಿಲ್ಲ), ಮತ್ತು ಮುಂಭಾಗವನ್ನು ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ (ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಕಾಣಿಸುತ್ತದೆ).

## ಡೇಟಾಬೇಸ್

ಇದು ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾಹಿತಿಯ ಡೇಟಾಬೇಸ್ ಆಗಿದೆ. ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನವು ಡೇಟಾಬೇಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಮಾಹಿತಿಯು ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು (ಶೀರ್ಷಿಕೆ), MRP, ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ, ಲಭ್ಯವಿರುವ ದಾಸ್ತಾನು, ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆ, ಪದೇ ಪದೇ ಕೇಳಲಾಗುವ ಪ್ರಶ್ನೆ (FAQ) ಇತ್ಯಾದಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ನಾವು ಈ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಈ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಅಂಶಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಆಳವಾಗಿ ನೋಡಿ ಮತ್ತು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.



## ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ / ಯೂಸರ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್

ಬ್ಯಾಕೆಂಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವೆಬ್‌ಪೇಜ್ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಪೇಜ್ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತೋರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ನೋಡುವ ಪೇಜ್ ಇದು: ಈ ವೆಬ್‌ಪೇಜ್/ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಪೇಜ್ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ವಿಶಿಷ್ಟವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಚಿತ್ರಗಳು, ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ MRP ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. 'ಈಗ ಖರೀದಿಸಿ' ಮತ್ತು 'ಕಾರ್ಟ್‌ಗೆ ಸೇರಿಸು' ಬಟನ್‌ಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ರಚಿಸಲಾದ ಅನನ್ಯ ವೆಬ್ ಪೇಜ್/ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಪೇಜ್ ಅನ್ನು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಡಕ್ಟ್ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ (PDP) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

## ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿಸುವಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು, ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಭೇಟಿಯಾಗಲು ಅಥವಾ ಭೌತಿಕವಾಗಿ ಅಂಗಡಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಲು ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ಅನುಮಾನಗಳನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟಪಡಿಸಲು ನೇರವಾಗಿ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಹೀಗಾಗಿ, ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ರಚನಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗುತ್ತದೆ.

ಖರೀದಿದಾರರು ಭೌತಿಕ ಸಂಪರ್ಕವಿಲ್ಲದೆ ಖರೀದಿಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಖರೀದಿಯ ಕೆಲವು ದಿನಗಳ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮೊದಲು ಪಾವತಿಯನ್ನು ಮಾಡಬಹುದು, ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟಗಾರರಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

## ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ

- ಮಾರಾಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಸಮಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಮಾರಾಟಗಾರರ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಿ ಅದು ಪುನರಾವರ್ತಿತ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನೂ ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ

# ಮಾಹಿತಿಯ ಮೂಲಗಳು

ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾಹಿತಿಯ ರಚನೆಗೆ ಅಗತ್ಯವಿದೆ, ಕೆಳಗೆ ಸೂಚಿಸಲಾದ ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಈ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು:

- ಬ್ರಾಂಡ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ಭೌತಿಕ ಪ್ರತಿಗಳು ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿ/ವಿಶೇಷತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ
- ಅನೇಕ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸ್ಟೋರ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ
- ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ತಯಾರಕರು ತನ್ನದೇ ಆದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ
- ಥರ್ಡ್ ಪಾರ್ಟಿ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಸೇವೆ ಒದಗಿಸುವವರಿಂದ ಸಹಾಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು: ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಂದ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಕ್ರೋಢೀಕರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅವರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಉತ್ತಮ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಮಾತುಕತೆ ಮಾಡಬಹುದು

- ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಆಂತರಿಕ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ ತಂಡವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಬಹುದು. ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್‌ಬೋರ್ಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಪೆಟ್ಟಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸಲು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಅವರು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಕನಿಷ್ಠ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಬಹುದು. ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಬ್ರಾಂಡ್ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ಗಾಗಿ ಡೇಟಾವನ್ನು ರಚಿಸುವ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಅದೇ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬಯಸುವ ಬಹು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಈ ಡೇಟಾವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು

- ಇದು ಅದೇ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಅಗತ್ಯತೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೊಸ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಸಮಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಏಕ ಉತ್ಪನ್ನ ಪುಟ ರಚನೆಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಬಹು ಮಾರಾಟಗಾರರಾದ್ಯಂತ ಹರಡಬಹುದಾದ್ದರಿಂದ ಪ್ರತಿ ಮಾರಾಟಗಾರನ ವೆಚ್ಚವೂ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತದೆ. ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಆದ್ಯತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಬದಲಾಯಿಸಲು/ಸುಧಾರಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು

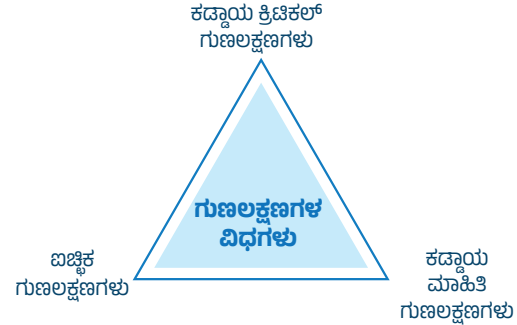


# ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು

ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಪ್ರತಿ ಅನನ್ಯ SKU ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು/ಮಾಹಿತಿಗಳಾಗಿವೆ. ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಇವುಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ. ಈ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ:

- SKU ನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಿ
- ಗ್ರಾಹಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಅವರು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಅವರ ಖರೀದಿಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ
- ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಿಂದ ಫಿಲ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಇದು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಅವರ ಅವಶ್ಯಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಉತ್ಪನ್ನವು ಸಂಬಂಧಿತ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಈ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯ ಕೊರತೆಯಿಂದಾಗಿ ಖರೀದಿಸದಿರಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು.

- ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಅನುಪಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ, ಉತ್ಪನ್ನವು ಫಲಿತಾಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಣಿಸದಿರಬಹುದು, ನಂತರದ ಫಿಲ್ಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತಾರೆ, ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ನಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ.



## ಕಡ್ಡಾಯ ಕ್ರಿಟಿಕಲ್ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

ಇವು ಉತ್ಪನ್ನದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳಾಗಿದ್ದು, ಗ್ರಾಹಕರು ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಕಾರದ ಶೂಂಗಿ, ಶೂ ಗಾತ್ರವು ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ಏರ್ ಕಂಡಿಷನರ್‌ಗೆ AC ಯ ಟನ್‌ಗಳು ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣವಾಗಿದೆ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಪ್ರತಿ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಮೌಲ್ಯಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಖರೀದಿದಾರ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ತಮ್ಮ ಖರೀದಿದಾರ ಅನುಭವವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಕೆಲವು ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಘೋಷಿಸಬಹುದು. [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3.3(k)]

## ಮಾದರಿ ಕಡ್ಡಾಯ ನಿರ್ಣಾಯಕವಾದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು: F&B

ಗುಣಲಕ್ಷಣದ ಹೆಸರು ಕಡ್ಡಾಯವಾಗಿದೆ	ಕಡ್ಡಾಯ
ಐಟಂ ಹೆಸರು	ಹೌದು
ಆಹಾರದ ಪ್ರಕಾರ	ಹೌದು
ಸೇವೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತದೆ	ಹೌದು
ಭಾಗದ ಗಾತ್ರ	ಹೌದು
ಪ್ರಮುಖ ಪದಾರ್ಥಗಳು	ಹೌದು

## ಕಡ್ಡಾಯವಲ್ಲದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

ಇದು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತೋರಿಸಬೇಕಾದ ನಿಯಂತ್ರಣದ ಮೂಲಕ ಕಡ್ಡಾಯವಾದ ಮಾಹಿತಿಯಾಗಿದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರ NP BIS ಲೇಬಲಿಂಗ್ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು, ಕಾನೂನು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರದ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ (ಇ - ಕಾನ್ಸೂಂ ನಿಯಮಗಳು), 2020, ಎಫ್‌ಎಸ್‌ಎಸ್‌ಎಐಸಿಎಂ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಲೇಬಲಿಂಗ್ ನಿಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಬೇಕು. ಇದರ ಒಂದೆರಡು ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಹೆಸರು, ಮೂಲದ ದೇಶಗಳಂತಹ ವಿವರಗಳಾಗಿವೆ.

## ಕಡ್ಡಾಯ ಮಾಹಿತಿ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು:

ಇವುಗಳು ಗ್ರಾಹಕರು ಖರೀದಿಯ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಮಾಡದೆಯೇ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಾಗಿವೆ ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ವಿವರವಾಗಿ ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಯಸಿದರೆ ಅಥವಾ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳಾದ್ಯಂತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಸಲು ಬಯಸಿದರೆ ಅದನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಒಳ್ಳೆಯದು.

ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಖರೀದಿಸುವಾಗ, ಗ್ರಾಹಕರು ಬ್ಯಾಟರಿಯ ಮಿಲಿಯಂಪಿಯರ್-ಅವರ್ (mAh) ರೇಟಿಂಗ್ ಅನ್ನು ನೋಡಬಹುದು, ಜೊತೆಗೆ ತಯಾರಕರು ಒದಗಿಸಿದ ಅಂದಾಜು ಟಾಕ ಟೈಮ್ ಮತ್ತು ಸ್ಟ್ಯಾಂಡ್‌ಬೈ ಸಮಯವನ್ನು ನೋಡಬಹುದು, ಯಾವ ಫೋನ್ ಹೆಚ್ಚು ಬ್ಯಾಟರಿ ಅವಧಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು.

ವಿಭಿನ್ನ ಮಾದರಿಗಳಲ್ಲಿ ಈ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಹೋಲಿಸುವ ಮೂಲಕ, ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವ ಫೋನ್ ತಮ್ಮ ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆ ಉತ್ತಮ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಎಲ್ಲಾ ಗ್ರಾಹಕ ಪ್ರಕಾರಗಳು/ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಸಾಕಷ್ಟು ಪೂರ್ಣಗೊಂಡಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಲು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿಶೇಷಣಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲಾಗುವ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡುವಾಗ ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಮೊದಲು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು ಸೂಚಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಕಡ್ಡಾಯವಲ್ಲದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿವರಗಳಿಗೆ ಹೋಗಿ. ONDC ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಉದ್ಯಮದ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಪ್ರತಿ ವರ್ಗಕ್ಕೂ ಕಡ್ಡಾಯ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಿದೆ.

# ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು

ನಾವು ಚರ್ಚಿಸಿದಂತೆ, ಉತ್ಪನ್ನದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಚಿತ್ರಗಳು, ಶೀರ್ಷಿಕೆ, ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ, ಪದೇ ಪದೇ ಕೇಳಲಾಗುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಂತಹ ವಿವಿಧ ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಕೆಳಗಿನ ವಿಭಾಗವು ಈ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಭಾಗಗಳು ಮತ್ತು ಈ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಭಾಗಗಳಿಗೆ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ.

## ಉತ್ಪನ್ನ ಶೀರ್ಷಿಕೆ

ಇದು ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನ ಪೇಜ್ ಹೆಡರ್ ಅಗಿದೆ ಹಾಗೂ ಇದು ಯಾವ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಪೇಜ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ.

ಉತ್ಪನ್ನ ಸಂಬಂಧಿತ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ರಚಿಸುವುದು ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ?

ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ನಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ಹುಡುಕುತ್ತಾರೆ

ಖರೀದಿದಾರರು ಸರ್ಚ್ ರಿಸಲ್ಟ್ ಗಳ ಪಟ್ಟಿಯ ಮೂಲಕ ಬ್ರೌಸ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ

## ಖರೀದಿದಾರನ ಖರೀದಿ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ

ಪ್ರತಿ ಸರ್ಚ್ ರಿಸಲ್ಟ್ ಗಳಲ್ಲಿನ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಶೀರ್ಷಿಕೆ

ಖರೀದಿದಾರರು ಖರೀದಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ಒಂದು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಂಗಡಿ/ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೇಲೆ ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದರೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತದೆ.

## ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ರಚಿಸುವುದು?

ಶೀರ್ಷಿಕೆಯು ಕೆಳಗಿನ ಕೆಲವು ಅಥವಾ ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳ ಸಂಯೋಜನೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು:

- ಬ್ರಾಂಡ್/ಮೇಕ್
- ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು
- ಉತ್ಪನ್ನ ID/ಮಾದರಿ
- ಅತ್ಯಂತ ನಿರ್ಣಾಯಕ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯ/ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು (ಬಣ್ಣ/ಗಾತ್ರ/ಲಿಂಗ/ಶೈಲಿ/USP ಇತ್ಯಾದಿ.)
- ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಕಾರ (ಕ್ಯಾಶುವೆಲ್ ಶೂ, ಟಿ ಶರ್ಟ್, ಬರ್ಗರ್, ಗೋಧಿ)

ವರ್ಗದೊಂದಿಗೆ ಈ ಅಂಶಗಳ ಆಯ್ಕೆ ಮತ್ತು ನಂತರದ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯು ಬದಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ನಿಯಮದಂತೆ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ರಚನೆಕಾರರು ಗ್ರಾಹಕರು ಹುಡುಕುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಪಟ್ಟಿಯು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಭರವಸೆ ನೀಡುವ ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ತವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಶೀರ್ಷಿಕೆಯನ್ನು ರಚಿಸಲು ಅಂಶಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಜೋಡಿಸಿ.

ಶ್ರೇಣಿ	ಉತ್ಪನ್ನ	ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯಿಂದ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಲಾದ ಅಂಶಗಳು	ಸೂಚಿಸಿದ ಶೀರ್ಷಿಕೆ
ದಿನಸಿ	ಗೋಧಿ	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು: ಅಟ್ಟಾ /ಗೋಧಿ ಬ್ರಾಂಡ್: ಅಶೀರ್ವಾದ್ ವ್ಯತಿಷ್ಠ: ಇಡೀ ಗೋಧಿ, ಗಾತ್ರ: 10 ಕೆಜಿ	POB ಅಶೀರ್ವಾದ್ - ಇಡೀ ಗೋಧಿ, 10 ಕೆಜಿ ಚೀಲ
ಫ್ಯಾಷನ್	ಶರ್ಟ್	ಬ್ರಾಂಡ್: ಪೀಟರ್ ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್ ಗುಣಲಕ್ಷಣ- ಲಿಂಗ: ಪುರುಷ, ಫಿಟ್: ಸ್ಲಿಮ್, ಬಣ್ಣ: ಬಿಳಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಕಾರ: ಶರ್ಟ್	ಪೀಟರ್ ಇಂಗ್ಲೆಂಡ್, ಪುರುಷರ ಸ್ಲಿಮ್ ಫಿಟ್ ಬಿಳಿ ಶರ್ಟ್
ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್	ಮೊಬೈಲ್	ಬ್ರಾಂಡ್: Apple ಮಾದರಿ: iPhone 12 ನಿರ್ಣಾಯಕ ಲಕ್ಷಣಗಳು- ಬಣ್ಣ: ನೇರಳೆ ಸಂಗ್ರಹಣೆ: 64	Apple iPhone12 Black, 64 GB ಸಂಗ್ರಹಣೆ

## ಮಾಡಬಾರದ ವಿಷಯಗಳು :

- X ಯಾವುದೇ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಸೇರಿಸದ ಪದಗಳನ್ನು ತುಂಬಬೇಡಿ
- X ಕಾಗುಣಿತ ಮತ್ತು ವ್ಯಾಕರಣ ದೋಷಗಳನ್ನು ಮಾಡಬೇಡಿ
- X ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಬಲವಂತವಾಗಿ ಹೊಂದಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಡಿ, ಬದಲಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿತ ಮತ್ತು ನಿರ್ಣಾಯಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ಆರಿಸಿ

# ಪ್ರಮುಖ ಲಕ್ಷಣಗಳು

ಈ ಭಾಗವು ಉತ್ಪನ್ನ/ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಅನನ್ಯ ಮಾರಾಟದ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್ ಫಾರ್ಮ್ಯಾಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮಾರಾಟದ ಪಿಚ್‌ಗಾಗಿ ಈ ಭಾಗವನ್ನು ಒಂದು ವಿಭಾಗವಾಗಿ ಪರಿಗಣಿಸಿ.

## ಶಿಫಾರಸುಗಳು (ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರಕಾರ/ವರ್ಗದ ಅವಶ್ಯಕತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಆಯ್ಕೆಮಾಡಿ):

- ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಕಾರಕ್ಕಾಗಿ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಿಂದ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು: ಉದಾ., ಉಡುಪುಗಳಿಗೆ - ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಬಣ್ಣ, ಬೆವರು ಹೀರಿಕೊಳ್ಳುವ ಬಣ್ಣ, ಕಾಳಜಿ ವಹಿಸುವುದು ಸುಲಭ. ಆಹಾರ/ದಿನಸಿಗಾಗಿ - ಪದಾರ್ಥಗಳು/ ಬಳಕೆ ಶಿಫಾರಸು/ ಪ್ರಯೋಜನಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.
- ಉತ್ಪನ್ನ/ಉಚಿತ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ವರ್ಷಗಳ ವಾರಂಟಿ ಅಥವಾ ಗ್ಯಾರಂಟಿ.
- ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ಕಸ್ಟಮರ್ ಕೇರ್ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆ (ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ).
- ಬ್ರಾಂಡ್ ಸಂಪರ್ಕ ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಲಭ್ಯವಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನಿಂದ ಇನ್ಸ್ಟಾಲ್ಲೇಷನ್ ವಿವರಗಳು (ಉದಾ., ಉಪಕರಣಗಳು)
- ಪ್ರಮುಖ ಮಾಹಿತಿ: ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಮುಖ ವಿಶೇಷಣಗಳು

ಭಾಗವನ್ನು -5 ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ. ನೀವು ಹೆಚ್ಚಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಪ್ರಮುಖವಾದವುಗಳನ್ನು ಆರಿಸಿ.

# ಚಿತ್ರಗಳು

## ಉತ್ಪನ್ನ ಪೇಜ್ ನಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರಗಳ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ

ಉತ್ಪನ್ನದ ಚಿತ್ರಗಳು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ದೃಶ್ಯ ಅಂಶಗಳಾಗಿವೆ. ಖರೀದಿದಾರರು ಖರೀದಿಯಿಂದ ಏನನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ತೋರಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ, ಉತ್ತಮ-ಗುಣಮಟ್ಟದ ಚಿತ್ರವು ಮಾರಾಟಗಾರನ ನೈಜತೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

## ಭಾರತದ ಪ್ರಮುಖ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಟಗಾರರೊಬ್ಬರು 63% ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆಗಳು ಅಥವಾ ವಿವರಣೆಗಳಿಗಿಂತ ಚಿತ್ರಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಮುಖ್ಯವೆಂದು ಭಾವಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಸಂಶೋಧಿಸಿದ್ದಾರೆ.

ಆದ್ದರಿಂದ, ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಉತ್ಪನ್ನ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಪ್ರಮುಖ ಆಟಗಾರರು ತಮ್ಮಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವಾದ ವಸ್ತುಗಳ ಪೈಕಿ 80% ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ವಸ್ತುಗಳು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅಂತೆಯೇ, ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ಮತ್ತೊಂದು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ನಡೆಸಿದ ಸಂಶೋಧನೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸುವುದರಿಂದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಲಾಭವನ್ನು 14% ರಷ್ಟು ಸುಧಾರಿಸಿದೆ.

## ಪ್ರಮುಖ ಸಲಹೆಗಳು:

- ಉತ್ಪನ್ನದ ಕನಿಷ್ಠ 4 ಚಿತ್ರಗಳು (ವರ್ಗದ ಪ್ರಕಾರ ಬದಲಾಗಬಹುದು, ಕೆಲವು ವರ್ಗಗಳಿಗೆ 1-2 ಚಿತ್ರಗಳು ಸಹ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬಹುದು) ಉದಾ. ಬರ್ಗರ್‌ನಂತಹ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು). ಮುಂಭಾಗದ ನೋಟ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿನ ನೋಟದ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.
- ಕಣ್ಣಿನ ಲೆವೆಲ್ ವೀಕ್ಷಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಮುಂಭಾಗ ಮತ್ತು ಹಿಂಭಾಗ ಸೇರಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ಕೋನಗಳಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಚಿತ್ರಗಳು
- ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾಹಿತಿ ಚಿತ್ರ, ಉದಾ, ದಿನಸಿ ಉತ್ಪನ್ನವು ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ವಿಷಯ, ಪದಾರ್ಥಗಳ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು
- ಅಗತ್ಯವಿದ್ದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಇನ್‌ಫೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಉದಾ., ಕಛೇರಿಯ ಕುರ್ಚಿ ಹಿಂಭಾಗದ ಬೆಂಡ್ ಕೋನಗಳು, ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸ್ಟೆಜ್ ಹೋಲಿಕೆಗಳು, ಉದಾಹರಣೆಗಾಗಿ ಸ್ಟೆಜ್ ಚಾರ್ಟ್.
- ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಾಪೇಕ್ಷ ಸ್ಟೆಜ್ ಅನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುವ ಇನ್‌ಫೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್/ಚಿತ್ರ. ಉದಾ, ಒಂದು ಪೆನ್ ವಿರುದ್ಧ ಫೋನ್
- ಚಿತ್ರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಅಂಶಗಳು/ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಡಿ, ಚಿತ್ರವು ಖರೀದಿದಾರರು ಏನೋ ಬೇಕೋ ಅದು ಮಾತ್ರ ಪ್ರತಿನಿಧಿಸಬೇಕು.
- ಆಹಾರ, ದಿನಸಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ತಯಾರಕ/ಆಮದುದಾರರ ಎಫ್ ಯಸ್ ಯಸ್‌ಎಚ್ ಪರವಾನಗಿ ಸಂಖ್ಯೆ

## ಚಿತ್ರಗಳಿಗೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ನಿಯತಾಂಕ:

- ✓ ಇದು ಉತ್ತಮ ರೆಸಲ್ಯೂಶನ್ ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸರಿಯಾದ ಸ್ಟೆಜ್ ಆಗಿರಬೇಕು (ಖರೀದಿದಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಜೂಮ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಪಿಕ್ಸೆಲೇಟ್ ಆಗಬಾರದು).
- ✓ ಇದು ವ್ಯತಿರಿಕ್ತ ಹಿನ್ನೆಲೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು
- ✓ ಇದು ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ನೆರಳುಗಳು ಅಥವಾ ಸಬ್‌ಟೈಲ್ ಇರಬಾರದು
- ✓ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಚಿತ್ರದ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಯವಾಗಿ ಜೋಡಿಸಬೇಕು
- ✓ ಇದನ್ನು ಕಣ್ಣಿನ ಮಟ್ಟದ ಕೋನದಲ್ಲಿ ಸೆರೆಹಿಡಿಯಬೇಕು
- ✓ ಮೊದಲ ಚಿತ್ರವು ಆಂತರಿಕ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಕೋನ್-ಅಪ್ ಚಿತ್ರವಾಗಿರಬಾರದು

# ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿಶೇಷಣಗಳು / ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿವರಗಳು

ಖರೀದಿದಾರರು ತಮ್ಮ ಖರೀದಿಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಲು, ಖರೀದಿಯನ್ನು ಮಾಡಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ವಭಾಗವು ಬ್ರಾಂಡ್ ಬಾಕ್/ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ನಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿಶೇಷಣಗಳನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಬೇಕು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಖರೀದಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ನೀವು ಶೇಖರಣಾ ಸ್ಥಳ, ಶೀರ್ಷಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಆರ್ ಎ ಎಂ ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳ ವಿಭಾಗಗಳಂತಹ ಪ್ರಮುಖ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳನ್ನು ಸೇರಿಸಬಹುದು ಆದರೆ ಈ ಭಾಗವು ಇವುಗಳನ್ನು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ತಯಾರಕರು ಒದಗಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ತಾಂತ್ರಿಕ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬೇಕು, ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಪರದೆಯ ಗಾತ್ರ, ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಗುಣಮಟ್ಟ, ಕ್ಯಾಮೆರಾಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ಪ್ರೊಸೆಸರ್ ವಿವರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ.

ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ನ ಈ ವಿಭಾಗವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಯಂತ್ರಗಳು, ಉಪಕರಣಗಳು, ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಮತ್ತು ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಪರಿಕರಗಳು, ಮೊಬೈಲ್ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ಪರಿಕರಗಳು, IT ಮತ್ತು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ಸ್ ವಿಭಾಗಗಳಂತಹ ತಾಂತ್ರಿಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

## ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಾಗಿ ಮಾದರಿ ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ ಟೇಬಲ್

ಆಪರೇಟಿಂಗ್ ಸಿಸ್ಟಮ್:	OxygenOS
ಆಂತರಿಕ ಸಂಗ್ರಹಣೆ:	128 GB
ಆರ್ ಎ ಎಂ:	8 GB
ಉತ್ಪನ್ನದ ಆಯಾಮಗಳು:	7.6 x 0.8 x 16.3 cm
ಬಣ್ಣ ಮಾಡೆಲ್ ಸಂಖ್ಯೆ:	OnePlus Nord 3 5G
ವೈರ್‌ಲೆಸ್ ಸಂವಹನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು:	ಸೆಲ್ಯುಲಾರ್
ವಿಶೇಷ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು:	ಫಿಂಗರ್‌ಪ್ರಿಂಟ್ ಸ್ಕ್ಯಾನರ್, ಗೊರಿಲ್ಲಾ ಗ್ಲಾಸ್, ಕ್ಯಾಮೆರಾ, ಫಾಸ್ಟ್ ಚಾರ್ಜಿಂಗ್
ಬಣ್ಣ:	ಕಪ್ಪು
ಬ್ಯಾಟರಿ ಪವರ್ ರೇಟಿಂಗ್:	5000 mAh
ಬಾಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವಿವರ:	ಪವರ್ ಅಡಾಪ್ಟರ್, ಸಿಮ್ ಎಜೆಕ್ಟರ್, ವಾರಂಟಿ ಕಾರ್ಡ್
ಪರದೆಯ ಸೈಜ್:	6.74 ಇಂಚುಗಳು
ತಯಾರಕ:	OnePlus
ಮೂಲದ ದೇಶ:	ಭಾರತ
ಬಣ್ಣ ತೂಕ:	192 ಗ್ರಾಂ

# ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆ

ಹೆಸರೇ ಸೂಚಿಸುವಂತೆ, ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆಯು ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್ ಫಾರ್ಮಾಟ್ ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತ ವಿವರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆಯು ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಂಕೀರ್ಣತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಕೇವಲ 1 ಸಾಲು ಅಥವಾ ಬಹು ಸಾಲುಗಳಾಗಿರಬಹುದು. 'ರಾಜ್ಯಾ' ಅಥವಾ 'ದೋಸಾ' ದಂತಹ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಒಂದೇ ಸಾಲು ಸಾಕಾಗಬಹುದು ಆದರೆ ಪ್ರಿಂಟರ್, ಸೆಕ್ಯೂರಿಟಿ ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಅಥವಾ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಷನ್ ಕುರ್ತಾದಂತಹ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು 4-5 ಸಾಲುಗಳು ಬೇಕಾಗಬಹುದು. ಸಂಪೂರ್ಣ ಆದರೆ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿರಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಇದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಓದುವಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ವ್ಯಯಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆಯು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ, ಅದು ಕೇವಲ ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿಶೇಷಣಗಳ ಮರು-ಬರಹವಲ್ಲ ಬದಲಿಗೆ ಅದು ಖರೀದಿದಾರನ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಇರಬೇಕು. ನಿಮಗೆ ಅತಿಶಯೋಕ್ತಿಗಳ ಬಳಕೆ, ಅನನ್ಯವಾಗಿರುವುದು, ಕಥೆ ಹೇಳುವಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಪುರಾವೆಗಳು ಈ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಬರೆಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಬಹುದು.

## ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ ಕೆಳಗಿನದ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿ:

- ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನವು ಯಾವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತದೆ?
- ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಯಾವಾಗ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ?
- ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿನ ಇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗಿಂತ ಈ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹೇಗೆ ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ?
- ಉತ್ಪನ್ನವು ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ?

## ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಬರೆಯುವಾಗ ಕೆಳಗಿನವುಗಳನ್ನು ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ:

- × ಅನಗತ್ಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು
- × ವ್ಯಾಕರಣ ದೋಷಗಳು
- × ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಷ್ಟಕರವಾದ ಪದಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು
- × ವಿವರಣೆಯನ್ನು ಬೇರೆಡೆಯಿಂದ ನಕಲಿಸುವುದು- ನಕಲಿ ವಿಷಯವನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ



## FAQ

ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಹೊಂದಿರುವ ಅಥವಾ ಹೊಂದಿರಬಹುದಾದ ಕೆಲವು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ಗುರಿಪಡಿಸುವುದು ಈ ವಿಭಾಗದ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಇದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪುಟದಲ್ಲಿಯೇ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸರ್ಚ್ ಎಂಜಿನ್ ಅಥವಾ ಇತರ ಪೋರ್ಟಲ್ ಗಳಿಗೆ ಹೋಗುವುದನ್ನು ತಡೆಯುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಹಾರುವುದರ ಅಪಾಯವೆಂದರೆ ಅವರು ತಮ್ಮ ಹುಡುಕಾಟದಲ್ಲಿ ಕೆಳಮಹೋಗುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಖರೀದಿಯ ಪ್ರಯಾಣದಿಂದ ಹೊರ ಇಳಿಯುತ್ತಾರೆ ಹಾಗಾಗಿ ಅವರು ಉತ್ಪನ್ನದ ಪುಟಕ್ಕೆ ಎಂದಿಗೂ ಹಿಂತಿರುಗುವುದಿಲ್ಲ.

### ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, FAQ ಫಾರ್ಮ್ಯಾಟ್ :

- ಸಾಮಾನ್ಯ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಗಳನ್ನು ಹುಡುಕುವಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಖರೀದಿ ನಿರ್ಧಾರದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಗ್ರಾಹಕರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಅವರ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮೇಲೆ ನಂಬಿಕೆಯನ್ನು ಬೆಳೆಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- ಉತ್ಪನ್ನ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ

## FAQ ಉದಾಹರಣೆ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು

### ವರ್ಗ - ಉಡುಪು

FAQ 1: ಇದು ದಪ್ಪವಸ್ತುವೇ?

FAQ 2: ನಾನು ಇದನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ತೊಳೆಯಬಹುದೇ?

FAQ 3: ತೊಳೆಯುವ ನಂತರ ಇದು ಚಿಕ್ಕದಾಗುತ್ತದೆಯೇ?

FAQ 4: ಪ್ಯಾಂಟ್‌ನ ಉದ್ದ ಎಷ್ಟು?

### ವರ್ಗ - ಪ್ರಿಂಟರ್

FAQ 1: ಪ್ರಿಂಟರ್ ಸ್ಕ್ಯಾನಿಂಗ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆಯೇ?


FAQ 2: ಪ್ರಿಂಟರ್ ಎಲ್ಲಾ ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್‌ಗಳಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುತ್ತದೆಯೇ?

FAQ 3: ನಾನು ಈ ಪ್ರಿಂಟರ್ ಅನ್ನು ನನ್ನ ಮೊಬೈಲ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಕನೆಕ್ಟ್ ಮಾಡಬಹುದೇ ?


# ದೃಶ್ಯ ಪ್ರಾತಿನಿಧ್ಯ

## ಚಿತ್ರದ ಹಿನ್ನೆಲೆ

ಕಾಂಟ್ರಾಸ್ಟ್ ಇಲ್ಲದ ಹಿನ್ನೆಲೆ ❌




ಕಾಂಟ್ರಾಸ್ಟ್ ಹಿನ್ನೆಲೆ ✔️




## ಚಿತ್ರದ ಗುಣಮಟ್ಟ:

ಉದಾ., ರೂಮ್ ಇನ್ ಮಾಡುವಾಗ ಪಿಕ್ಸಲೇಟ್ ಆಗಬಾರದು.

ಕಡಿಮೆ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಚಿತ್ರ, ಜೂಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಿಕ್ಸಲೇಟ್ ಗಳು ❌



ರೂಮ್ ಮಾಡುವಾಗ ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಚಿತ್ರವು ಪಿಕ್ಸಲೇಟ್ ಆಗುವುದಿಲ್ಲ ✔️



## ವಿಷಯದ ಸ್ಪಷ್ಟತೆ:

ಉದಾ., ಅಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ಮೌಲ್ಯವು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಗೋಚರಿಸಬೇಕು

ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ವಿಷಯದ ಕಡಿಮೆ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಚಿತ್ರ ❌



ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶದ ವಿಷಯದ ಕೋಣ್ ಅಪ್ ಮತ್ತು ಸ್ಪಷ್ಟ ಚಿತ್ರ ✔️

Sample Text	0
Sample Text	140
Sample Text	0
% Daily Value	
Total Fat 0 G	0
Sample Text	0
Sample Text	0
Sample Text 0 Mg	0
Sample Text 120 Mg	5
Sample Text 3 G	123
Sample Text 0 Mg	0
Sample Text	0
Sample Text	0
Vitamin A	0

## ಮೊದಲ ಚಿತ್ರ:

ಮೊದಲ ಚಿತ್ರವು ಕೋಣ್-ಅಪ್ ಮತ್ತು ಭಾಗಶಃ ಚಿತ್ರವಾಗಿರಬಾರದು

ಮೊದಲ ಚಿತ್ರವು ಉತ್ತಮ ಕೋಣ್-ಅಪ್ ಮತ್ತು ಅಪೂರ್ಣ ಚಿತ್ರವಾಗಿದೆ ❌



ಮೊದಲ ಚಿತ್ರವು ಉತ್ತಮ ಸಂಪೂರ್ಣ ಚಿತ್ರವಾಗಿದೆ ✔️



## ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು

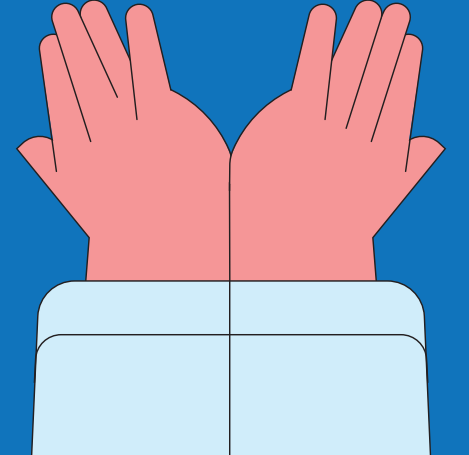
- ಶೀಪೀಕೆ/ಬುಲೆಟ್ ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳು/ಉತ್ಪನ್ನ ವಿವರಣೆಯಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನ USP ಅನ್ನು ಮುಂಗಡವಾಗಿ ಒದಗಿಸಿ
- ಸೈಜ್ ಹೋಲಿಕೆಗಳಂತಹ ಚಿತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಇನ್ಫೋಗ್ರಾಫಿಕ್ಸ್ ಬಳಸಿ
- ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಖರೀದಿದಾರರು ಏನನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಶೀಪೀಕೆಯಲ್ಲಿ ಕೀವರ್ಡ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದು
- ಮಾಡಿದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ನು ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದದ್ದು ಇದೆಯೆಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು

ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು ಕೆಲವು ಕನಿಷ್ಠ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ: [Ch 2 \(ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು\): 2.4.13, 2.4.14, 2.4.15](#)]. ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಬಳಸಲಾದ ವಿಂಗಡಣೆ ಮತ್ತು ಫೈಲಿಂಗ್ ಲಾಜಿಕ್ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ ಉತ್ತಮ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು.

ದಯವಿಟ್ಟು ಇದನ್ನು ಸಹ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ:

- ಆಹಾರ ಸಂಬಂಧಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಎಫ್ ಯಸ್ ಯಸ್‌ಎಐ ಲೇಬಲಿಂಗ್ ಅಗತ್ಯತೆಗಳು.
- BIS ಲೇಬಲಿಂಗ್ ಕಾನೂನು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು
- ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಮಾಡಲು ಮಾಪನಶಾಸ್ತ್ರ

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪ್ಯಾನ್‌ಗಳು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಅದರ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಆಸ್ ಎ ಸರ್ವೀಸ್ [CAAS] ಉಪಕ್ರಮದ ಮೂಲಕ ಬೆಂಬಲವನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತವೆ. ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸೂಕ್ತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸೇವೆಯ ಬಗ್ಗೆ ತಿಳಿಸಲಾಗುವುದು.



## ಅಧ್ಯಾಯ 4

# ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್ ಮೆಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್

ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಮತ್ತು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಲೈವ್ ಆಗಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಸಿದ್ಧರಾಗಿದ್ದಾರೆ - ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ ರ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಂಬಂಧಿತ ಹುಡುಕಾಟಗಳಿಗೆ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಗೋಚರಿಸುತ್ತದೆ.

ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್‌ಗಾಗಿ ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಒಮ್ಮೆ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಇರಿಸಿದರೆ, ಅವರು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಸಕಾಲಿಕವಾಗಿ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಒಮ್ಮೆ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ ಇರಿಸಿದಾಗ ಅದನ್ನು ತಲುಪಿಸುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ನಂತರ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿದರೆ ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಪೂರ್ಣ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯು ಬರುತ್ತದೆ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನಾವು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

### ಈ ವಿಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

- ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್ ಮತ್ತು ಡ್ಯಾಶ್ ಬೋರ್ಡ್‌ನ ಪ್ರಮುಖ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ವರದಿಗಳು
- ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು SOP
- ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ರಿಟರ್ನ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು
- ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮತೆಯನ್ನು ಅಳಿಯಲು ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಯಾವ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ

# ಆಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್ ಮೆಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್ ಬೋರ್ಡ್:

ಒಮ್ಮೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮೇಲೆ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಇರಿಸಿದಾಗ, ಆರ್ಡರ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಗೋಚರಿಸಬೇಕು ಇದರಿಂದ ಅವರು ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯರ್ NP/ ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಗೆ ಹಸ್ತಾಂತರಿಸಬಹುದು. ಇದು ಸಂಭವಿಸಲು, ಸೆಲ್ಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಡ್ಯಾಶ್ ಬೋರ್ಡ್ ಅನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು, ಅಲ್ಲಿ ಅವರು ಲೈವ್ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಬಹುದು, ರವಾನೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ನಂತರದ ರವಾನೆಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬಹುದು. [ONDC ವೆಬ್ ಸೈಟ್ ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch2 ನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾನ್ಯ ಬಾಧ್ಯತೆ (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.4.1]

ಸೆಲ್ಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್ ಬೋರ್ಡ್ (ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್ ಮೆಂಟ್ ಸಿಸ್ಟಮ್) ಅನ್ನು ರಚಿಸಲು ಎರಡು ಮಾರ್ಗಗಳಿವೆ:

- ಆಂತರಿಕ ತಾಂತ್ರಿಕ ತಂಡದ ಮೂಲಕ ಇದನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ
- ಆಂತರಿಕ ತಾಂತ್ರಿಕ ತಂಡವು ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಅಥವಾ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದ ಅಂತರವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಮೂರನೇ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ತಾಂತ್ರಿಕ ಸೇವಾ ಪ್ರಾರ್ಥಿಕೆದಾರರಿಗೆ ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆ ನೀಡಿ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿ



# ಆಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಿಸ್ಟಮ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು

[ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.4.1, 2.4.3, 2.4.9, 2.4.13]

ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಒದಗಿಸಿದ ಆಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಸಿಸ್ಟಮ್ ಕೆಳಗಿನ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು:

- ಮಾರಾಟಗಾರರ ಇನ್‌ಟೆಂಟಿಯಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಒಳಬರುವ ಆಡರ್‌ಗಳ ಗೋಚರಣೆ. ಹೊಸ ಒಳಬರುವ ಆಡರ್‌ಗಳಿಗಾಗಿ Order Dashboard/App ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಅಧಿಸೂಚನೆ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನ.
- ರಶೀದಿಯಿಂದ ಅಂತಿಮ ಡೆಲಿವರಿಯವರೆಗೆ ಹರಿದುಬರುವುದರಿಂದ ಆಡರ್‌ನ ಸ್ಥಿತಿಯ ನವೀಕರಣ.
- ಆಡರ್‌ನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಹಂತಗಳ ಚಲನೆ-ಲೇಬಲ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡುವುದು - ಉತ್ಪನ್ನದ ರವಾನೆಗಾಗಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಅರ್ಜಿಗಳಿಗೆ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನೊಳಗೆ ಇರಿಸಬೇಕಾದ ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಪ್ರಿಂಟ್ ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಳಾಸದೊಂದಿಗೆ ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಲೇಬಲ್ ಸ್ಟಿಕ್‌ಅಪ್ ಅನ್ನು ಪ್ರಿಂಟ್ ಮಾಡಬೇಕು. ಆಡರ್ ಡ್ಯಾಶ್ ಬೋರ್ಡ್ ಪ್ರತಿ ಆಡರ್‌ಗೆ ಈ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಮುದ್ರಿಸುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.
- ಟ್ರಾನ್ಸಿಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಡೆಲಿವರಿ ಆದ ಆಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಮಾಡುವುದು: ಆಡರ್‌ನ ನಂತರದ ಸಾಗಣೆ ಮತ್ತು ವಿತರಣೆಯ ಮೊದಲು ಆಡರ್‌ನ ನವೀಕರಿಸಿದ ಸ್ಥಿತಿಯು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಗೋಚರಿಸಬೇಕು.
- ಟ್ರ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿರುಗಿದ ಆಡರ್‌ಗಳು: ಒಮ್ಮೆ ಆಡರ್ ಹಿಂತಿರುಗಿದಾಗ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಯಾವ ಆಡರ್‌ಗಳು ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ.

- ಆಡರ್‌ಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎತ್ತುವುದು ಮತ್ತು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು: ಮಾರಾಟಗಾರನು ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ನಿಂದ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಆಡರ್ ವಿರುದ್ಧ ಟಿಕೆಟ್‌ಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕು.
- ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಲೈವ್‌ಗೆ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ದಾನ್ಯಾನು ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ನವೀಕರಿಸಬೇಕು. ದಾನ್ಯಾನು ನವೀಕರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ.

## ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ನಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಲಾದ ರಿಪೋರ್ಟ್

### ಅನುಷ್ಠಾನ ರಿಪೋರ್ಟ್

- ಆಡರ್ ವರದಿ: ಎಲ್ಲಾ ಆಡರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಷ್ಠಾನ ಸ್ಥಿತಿಯ ವಿವರವಾದ ರಿಪೋರ್ಟ್
- ಪಿಕಪ್ ರಿಪೋರ್ಟ್: ಪಿಕಪ್ ಮಾಡಬೇಕಾದ/ಪಿಕಪ್ ಮಾಡಲು ಮರುಪ್ರಯತ್ನಿಸಬೇಕಾದ ಎಲ್ಲಾ ಆಡರ್‌ಗಳು
- ರಿಟರ್ನ್ಸ್: ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ಆಡರ್‌ಗಳ ವಿವರಗಳು ಮತ್ತು ರಿವರ್ಸ್ ಶಿಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುತ್ತವೆ

### ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್ ಮತ್ತು ಪಾವತಿ ವರದಿಗಳು

- ಕಮಿಷನ್ ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್‌ಗಳು: ಎಲ್ಲಾ ಮಾಸಿಕ ಕಮಿಷನ್ ಇನ್ ವಾಯ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಇಲ್ಲಿ ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬಹುದು
- ವಹಿವಾಟುಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಮಿಷನ್ ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್‌ಗಳ ರಿಪೋರ್ಟ್ : ಕಮಿಷನ್ ಇನ್‌ವಾಯ್ಸ್‌ಗೆ ಲಿಂಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ಆಡರ್ ಗಳ ವಹಿವಾಟು ಮಟ್ಟದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಲು
- ವಹಿವಾಟು ID ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ UTR ವಿವರಗಳೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿ ವರದಿಗಳು

ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿರುವ, ರದ್ದುಪಡಿಸಿದ ಮತ್ತು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿದ ಆರ್ಡರ್ ವರದಿ: ಆರ್ಡರ್ ರದ್ದತಿ, ಪಾವತಿ ವಿಂಡೋ ಮುಚ್ಚಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಆರ್ಡರ್ ಹಿಂದಿರುಗಿಸುವಿಕೆಯಿಂದಾಗಿ ಇನ್ನೂ ಪಾವತಿಸಲಾಗದ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ವಿವರಗಳು

### ತೆರಿಗೆ ವರದಿಗಳು

GSTR ರಿಟರ್ನ್ ಫೈಲ್ ಮಾಡುವ ಸಹಾಯಕ್ಕಾಗಿ ಸಾರಾಂಶ ಮಾಹಿತಿ

### ದಾಸ್ತಾನು ಆರೋಗ್ಯ ವರದಿ

ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿನ ಪ್ರಸ್ತುತ ದಾಸ್ತಾನು, ಬಳಕೆಯ ದರ, ಉಳಿದಿರುವ ದಿನಗಳು, ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಆರೋಗ್ಯ ಸ್ಥಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ವರದಿ

# ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು

## ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗಳು:

ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಆರ್ಡರ್ ರದ್ದತಿಗೆ ವಿಭಿನ್ನ ಕಾರಣಗಳು ಯಾವುವು ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ ಸಂದರ್ಭಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು Standard Operating Procedures ಯಾವುವು ಎಂಬುದನ್ನು ನೋಡೋಣ.

ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗೆ ಕಾರಣ	ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ	ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ
ದಾಸ್ತಾನು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ	ಆರ್ಡರ್ ಬಂದಾಗ ಮಾರಾಟಗಾರನು ದಾಸ್ತಾನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ಹಲವಾರು ಕಾರಣಗಳಿರಬಹುದು - ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಆಗಿಲ್ಲ, ಎಂಡ್ ಆಫ್ ಲೈಫ್ ಪ್ರಾಡಕ್ಟ್ ಇತರ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನು ಮಾರಾಟವಾಗಿದೆ.	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಡೆಯಿಂದ SOP ಸಮಸ್ಯೆ. ಮಾರಾಟಗಾರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ಅಗತ್ಯವಿದೆ: SOP ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿ, ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ ಕೆಳಗೆ SOP 1 ಅನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ
ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ	ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ದಾಸ್ತಾನುಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ನಬೀಕರಿಸಿದ್ದರೂ, ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್‌ನಿಂದ ಆರ್ಡರ್ ಪ್ಲೇಸ್‌ಮೆಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ, ನಿಜವಾದ ಭೌತಿಕ ದಾಸ್ತಾನು ಶೂನ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸುತ್ತಾನೆ. ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಬೇಕಾಗಬಹುದು.	ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆ. ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ದಾಸ್ತಾನು ಏಕೆ ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ ಎಂದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು

ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗೆ ಕಾರಣ	ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ	ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ
<p><b>ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತಪ್ಪುಗಳು</b></p>	<p>ಮಾರಾಟಗಾರನು ಒಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟದಿಂದ ಗಳಿಸಲು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುವ ಕನಿಷ್ಠ ಮಾರ್ಜಿನ್. ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ತಪ್ಪಿದ್ದರೆ ಅದು ಮಾರ್ಜಿನ್ ಅನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕನಿಷ್ಠ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಿಂತ ಕಡಿಮೆಯಾದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಸಿದ್ಧರಿರುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಬಹುದು.</p>	<p>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಡೆಯಿಂದ SOP ಸಮಸ್ಯೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿಯ ಅಗತ್ಯವಿದೆ: SOP ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿ, SOP 2 ಅನ್ನು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ</p>
<p><b>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಮಸ್ಯೆ</b></p>	<p>ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಕೆಲವು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸದೇ ಇರಬಹುದು/ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವುದನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಬಹುದು, ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಆರ್ಡರ್ ರದ್ದುಗೊಳಿಸ ಬಹುದು.</p>	<p>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಉದ್ದೇಶದ ಸಮಸ್ಯೆ. (ಎಚ್ಚರಿಕೆ - ಸುಧಾರಣೆಯ ಅವಧಿ &gt; ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವಿಕೆ)</p>

ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾದ ಸಂಬಂಧಿತ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳೊಂದಿಗೆ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಸ್ಟೇಟಸ್ ರಿಪೋರ್ಟ್ ಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಡೌನ್ ಲೋಡ್ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ವರದಿಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಮತ್ತು ಓದಲು ತರಬೇತಿ ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ, ದಾಸ್ತಾನು ವರದಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಳಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ

**ಸೂಚಿಸಲಾದ SOP 1 a:** ಸ್ಟಾಕ್ ಔಟ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು (ತಕ್ಷಣ ರವಾನೆ ಇಲ್ಲದ ಉದ್ದುಗುಳಂತಹ ವಿಭಾಗಗಳು): ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ನಿಯಮಿತ ಅವರ್ತನದಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ನಿಂದ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಹೆಲ್ತ್ ರಿಪೋರ್ಟ್ ಅನ್ನು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಎಲ್ಲಾ ಕಾಲಮ್‌ಗಳನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ವೊಂದಲೇ ಭರ್ತಿ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಲಭ್ಯವಾಗುವಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು.



ಉತ್ಪನ್ನ ID	ಉತ್ಪನ್ನ ಹೆಸರು	ಶ್ರೇಣಿ	ಪ್ರಸ್ತುತ ದಾಸ್ತಾನು (A)	ಕೊನೆಯ ದಿನಗಳು/ ಗಂಟೆಗಳು ದೈನಂದಿನ ಸರಾಸರಿ ಆರ್ಡರ್ ಗಳು (B)	ನಿರೀಕ್ಷಿತ 10 ದಿನಗಳು (C = B*10)	ದಾಸ್ತಾನು Gap (D= A-C)	ದಾಸ್ತಾನು ಸ್ಥಿತಿ
ABC1	XYZ	F&B	100	8	80	20	ಹಸಿರು
ABC2	PQR	ದಿನಸಿ	50	6	60	-10	ಕೆಂಪು
ABC3	RST	ಉಡುಪು	75	7	70	5	ಹಳದಿ

ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ನಿಂದ ದಾಸ್ತಾನು ವರದಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.

## ವರದಿಯನ್ನು ರಚಿಸುವ ಹಂತಗಳು:

### ಹಂತ 1:

ಕಾಲಮ್ A: ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ನಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟದ ದಾಸ್ತಾನು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿ. ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪನ್ನ ID ಯ ವಿರುದ್ಧ ಕಾಲಮ್ A ನಲ್ಲಿರುವ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಅದೇ ಕಾಲಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವ ನಿಜವಾದ ಭೌತಿಕ ದಾಸ್ತಾನುಗಳೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿ. ಮಾರಾಟಗಾರ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ಮೂಲಕ ಸರಿಯಾದ ದಾಸ್ತಾನು ನವೀಕರಿಸ ಬೇಕು.

### ಹಂತ 2:

ಕಾಲಮ್ B: ಈ ಅಂಕಣದಲ್ಲಿ, ನೀವು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರತಿ ಸ್ಟಾಕ್ ಮಾಡಿದ ಐಟಂಗಳಿಗೆ "ದೈನಂದಿನ ಸರಾಸರಿ ಮಾರಾಟ" ವನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಹಿಂದಿನ 10 ದಿನಗಳ ದೈನಂದಿನ ಸರಾಸರಿ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಈ ಕಾಲಮ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

### ಹಂತ 3:

ಕಾಲಮ್ ಸಿ: '10 ದಿನಗಳವರೆಗೆ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು' ಎಂಬ ಅಂಕಣದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ನೋಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರನು ಯಾವುದೇ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಸ್ವೈಕ್ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿನ ಕುಸಿತಕ್ಕೆ ಸರಿಹೊಂದಿಸಬೇಕು. ಮುಂಬರುವ ಮಾರಾಟದ ಸೀಸನ್ ಅಥವಾ ಹಬ್ಬದ ಮಾರಾಟದ ಅಂತ್ಯ, ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಳ ಅಥವಾ ಕಾಲೋಚಿತ ಬದಲಾವಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಸ್ವೈಕ್ ಅಥವಾ ಡಿಪ್ಪೆ ಕಾರಣಗಳು ಆಗಿರಬಹುದು. ಮಾರಾಟಗಾರನು ಈ ಕಾಲಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಸರಿಹೊಂದಿಸಲಾದ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕು.

### ಹಂತ 4:

ಕಾಲಮ್ D: ಇನ್ನೆಂಟರಿ ಗ್ಯಾಪ್ ಕಾಲಮ್ ಮುಂದಿನ 10 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ದಾಸ್ತಾನು ಕೊರತೆ ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಕೆಂಪು ವಲಯದಲ್ಲಿದ್ದರೆ, ಸಮಸ್ಯೆ ಇದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚುವರಿ ದಾಸ್ತಾನು ಇದ್ದಾಗ, ಅದು ಹಸಿರು ವಲಯದಲ್ಲಿ ಬೀಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ದಾಸ್ತಾನು ಸಿಕ್ಕಿ ಉತ್ತಮವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಹಳದಿ ವಲಯದ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ದಾಸ್ತಾನು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರಾಟಕ್ಕಿಂತ ಸ್ವಲ್ಪ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ ಎಂದರ್ಥ. ನಿಮ್ಮ ಬಳಿ ಇರುವುದು ಸಾಕು. ಅಲ್ಲದೆ, ಹಳದಿ ಮತ್ತು ಕೆಂಪು ವಲಯದ ನಡುವಿನ ರೇಖೆಯನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರ ವ್ಯಾಪಾರ/ವರ್ಗದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ.

### ಹಂತ 5:

#### ಕೆಂಪು ಬಣ್ಣದಲ್ಲಿರುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿರ್ಧಾರಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ:

- ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿ, ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಹಿಡಿದು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನಿಜವಾದ ಡೆಲಿವರಿಯವರೆಗೆ ಸಮಯವನ್ನು ಅಪವರ್ತನೆ ಮಾಡಿ.
- ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ನಿರ್ಧರಿಸಿ.

### ಹಂತ 6:

#### ಹಳದಿ ಬಣ್ಣದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಅಪಾಯವನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಕರೆ ಮಾಡಿ

- ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆಧಾರದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಆದೇಶಿಸಿ
- ಈಗ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಬೇಡಿ

ನಿಯಮಿತ ಮಧ್ಯಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಅನುಸರಿಸಿದರೆ, ಯೋಜಿತವಲ್ಲದ ಸ್ಟಾಕ್ ಔಟ್‌ಗಳ ಕಾರಣದಿಂದ ಯಾವುದೇ ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗಳಿಲ್ಲ ಎಂದು ಇದು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

## ಸೂಚಿಸಲಾದ SOP 1 b: ಸ್ಟಾಕ್ ಔಟ್ಲಿನ್‌ಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು (F&B ನಂತಹ ತಕ್ಷಣದ ರವಾನೆ ವಿಭಾಗಗಳು)

ಮಾರಾಟಗಾರನು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ತಕ್ಷಣದ ರವಾನೆಯನ್ನು ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಆಹಾರದ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಯಾವುದೇ ಜೊತೆಯಲ್ಲಿ ನಕ್ಷೆ ಮಾಡುವುದು ಕಷ್ಟಕರವಾದ ಕಾರಣ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಆಹಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳ ಘಟಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸಲು ಒಂದು ಆಯ್ಕೆ ಇಲ್ಲದಿರಬಹುದು. ಘಟಕಗಳ (ಉದಾ. ಹಿಟ್ಟು /ಹಿಟ್ಟು ಹಲವಾರು ದೋಸೆಯೊಂದಿಗೆ). ಈ ವರ್ಗಗಳು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ಯಾನೆಲ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯ ಮತ್ತು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಗುರುತಿಸುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಉತ್ಪನ್ನದ ಕಚ್ಚಾ ವಸ್ತು ಮುಗಿದ ತಕ್ಷಣ ದಾಸ್ತಾನು ಫಲಕವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯು ಸಮಯೋಚಿತವಾಗಿ ಹರಿಯುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ. (ಉದಾ. ಎಫ್ ಮತ್ತು ಬಿ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಅಡುಗೆಮನೆಯಿಂದ)

### ಫಲಕವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯು ಈ ಕೆಳಗಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ:

- ಅಂಗಡಿ ತೆರೆಯುವ ಗಂಟೆಯ ಮೊದಲು, ತಂಡದೊಂದಿಗೆ ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಅಥವಾ ದಿನಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ.
- ತೆರೆದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ SKU ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂಬ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ತಕ್ಷಣ, ಉತ್ಪನ್ನವು ತಕ್ಷಣವೇ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿ.
- ಕೆಟ್ಟ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸದಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಆದೇಶವನ್ನು ಪೂರೈಸಲಾಗದಿದ್ದರೆ, ಈ ಮಾಹಿತಿಯ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಉತ್ಪನ್ನ ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿ. ಮಿಸ್‌ಗಳನ್ನು ಸೆರೆಹಿಡಿಯಿರಿ, ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದಲ್ಲಿ ಮಿಸ್‌ಗಳು ಸಂಭವಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಠಿಣ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿ.

## ಸೂಚಿಸಿದ SOP 2 : ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು

ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸರಿಯಾದ ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ನವೀಕರಿಸದಿದ್ದರೆ ಎರಡು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಂಭವಿಸಬಹುದು:

- ಬೆಲೆಗಳು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ಸಂಭಾವ್ಯ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಪಡೆಯದಿರಬಹುದು
- ಬೆಲೆಗಳು ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿದ್ದರೆ, ಅಪೇಕ್ಷಿತ ಮಾರ್ಜಿನ್ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಪೂರೈಸದಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಮಾರಾಟಗಾರನು ಪೂರೈಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಉತ್ಪನ್ನವು ಹೆಚ್ಚು ಮಾರಾಟವಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನವಾಗಿದ್ದರೆ ಮತ್ತು ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಾಗಿ ಕಾನ್ಸಿಗರ್ ಮಾಡಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು, ಇವೆಲ್ಲವೂ ಕಡಿಮೆ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳಿಂದ ರದ್ದುಗೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಅಂತಹ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕಲಾಗಿದೆ/ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ನಿಯಮಿತ ಮಧ್ಯಂತರಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರಗೊಳಿಸಲು ಕೆಳಗಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

## ಮಾರಾಟಗಾರ ಪ್ಯಾನೆಲ್‌ನಿಂದ ಕೆಳಗಿನ ಬೆಲೆಯ ಮ್ಯಾಪಿಂಗ್ ವರದಿಯನ್ನು (ಕಾಲಮ್‌ಗಳು A ಯಿಂದ D) ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಈ ವರದಿಯ ವಿರುದ್ಧ ಕಾಲಮ್‌ಗಳನ್ನು E ರಿಂದ G ಗೆ ರಚಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು.

ಉತ್ಪನ್ನ ID (A)	ಉತ್ಪನ್ನ ಹೆಸರು (B)	ಶ್ರೇಣಿ (C)	ಇತ್ತೀಚಿನ ಮಾರಾಟ ಬೆಲೆ (D)	ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬೆಲೆ (E)	ಖರೀದಿ ಬೆಲೆ (F)	ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರ್ಜಿನ್ (D-F/D) (G)	ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಲಾಭದ ಮಾರ್ಜಿನ್ (H)

### ಬೆಲೆಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಲು/ಬದಲಾಯಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕೆಳಗಿನ ಹಂತಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕು:

#### ಹಂತ 1

ಇತ್ತೀಚಿನ ಖರೀದಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ (ಕಾಲಮ್ F)

#### ಹಂತ 2

ಕಾಲಮ್ G ನಲ್ಲಿರುವ ಸೂತ್ರಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನವೀಕರಿಸಿ

#### ಹಂತ 3

ಮಾರಾಟಗಾರ ಕಾಲಮ್ H ನಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಮಾರ್ಜಿನ್‌ಗಳನ್ನು ನಕ್ಷೆ ಮಾಡಬೇಕು

#### ಹಂತ 4

ಮಾರಾಟಗಾರನು ಬೆಲೆ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕತೆಯನ್ನು ಕಲುಷಲ ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನಕ್ಷೆ ಮಾಡ ಬೇಕು

#### ಹಂತ 5

ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಂಶ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಅಂಶಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡಿ

#### ಹಂತ 6

ಆಧಾರ ಹಂತ 4 ಮತ್ತು 5 ವ್ಯಾಪಾರದ ಆಧಾರಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತದೆ

#### ಹಂತ 7

ಮಾರಾಟಗಾರ ಪ್ಯಾನೆಲ್ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಿದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಉತ್ಪನ್ನದ ವಿರುದ್ಧ ಹೊಸ ಬೆಲೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸ ಬೇಕು

ಮೆಟ್ರಿಕ್	ಏಕೆ ಟ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತ
ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ ದರ	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಸಮರ್ಪಕತೆಯಿಂದಾಗಿ ವೈಫಲ್ಯದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ರದ್ದುಪಡಿಸಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ದೃಢೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಹೆಚ್ಚಿನ ಆರ್ಡರ್ ರದ್ದತಿ ದರದೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಶೇಕಡಾವಾರು	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	(> % SC/ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುವ ಮಾರಾಟಗಾರರು) X 100	ಸೆಲ್ಲರ್ NP

ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ ನಿರ್ದೇಶನಗಳಲ್ಲಿ ಮರುಪಾವತಿಯನ್ನು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ನಿಯಮಗಳು 4(10), 6(3), 7(4), 8(10) ನಿಯಂತ್ರಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ

ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ (ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್) ನಿಯಮಗಳು, 2020 4(11) ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಬೆಲೆ ಕುಶಲತೆಯನ್ನು ಅನುಮತಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ; ಮತ್ತು [ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್- Ch 2 (Business Rules): 2.4.13(h)]

# ಗ್ರಾಹಕರ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು

ಖರೀದಿದಾರರು ಆದೇಶವನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವ ಮೊದಲು ಗ್ರಾಹಕರ ಖರೀದಿ ಉದ್ದೇಶವು ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚುವರಾದ ಆದೇಶಗಳಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ರದ್ದತಿಗಳು ತನಿಖೆಗೆ ಮುಖ್ಯವಾಗಿವೆ. ಕೆಲವು ಕಾರಣಗಳು ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ನಿಯಂತ್ರಿಸಲಾಗದಿರಬಹುದು ಆದರೆ ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವಿಕೆಯನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಲು ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಕೆಲವು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ರದ್ದತಿ ಕಾರಣ	ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ	ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ
<p><b>ಸಾಗಣೆಯಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬ</b></p>	<p>ಖರೀದಿದಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಡೆಲಿವರಿಗಾಗಿ ಟೈಮ್ಲೈನ್ ಖರೀದಿದಾರನು ಬದ್ಧನಾಗಿರುತ್ತಾನೆ. ಆದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸದಿದ್ದರೆ ಅಥವಾ ಸಮಯಾವಧಿಯೊಳಗೆ ತಲುಪಿಸದಿದ್ದರೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಆದೇಶವನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು.</p>	<p>ರವಾನೆ ಟೈಮ್ಲೈನ್ಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ರವಾನೆ ತಂಡದೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ. ದಾಸ್ತಾನು ಪರಿಶೀಲನೆ SOP 1 ಅನ್ನು ಅಳವಡಿಸಲಾಗಿದೆಯೇ ಮತ್ತು ಅನುಸರಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.</p>
<p><b>ಖರೀದಿದಾರರು ಅದೇ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಬೇರೆಡೆ ಅಗ್ಗದ ಬೆಲೆಗೆ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.</b></p>	<p>ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಖರೀದಿದಾರರು ಇತರ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರ ಪಟ್ಟಿಗಳ ಮೂಲಕ ಬ್ರೌಸ್ ಮಾಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಆಪ್ಲೈನ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಲ್ಲಿ ಅದೇ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸಬಹುದು. ಖರೀದಿದಾರರು ಈ ಸ್ಥಳಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದಾದರೂ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡರೆ, ಅವರು ಪ್ರಸ್ತುತ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಈ ಪರ್ಯಾಯ ಮೂಲಗಳಿಂದ ಕಡಿಮೆ ಬೆಲೆಗೆ ಖರೀದಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು.</p>	<p>ಮಾರಾಟದ ಬೆಲೆಗಳು ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚುವರಾದವು ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದಲ್ಲಿ ಮೂಲವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ.</p>

ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ರದ್ದತಿ ಕಾರಣ	ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ	ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ
<p><b>ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಆದೇಶದ ದೃಢೀಕರಣವು ಅಧಿಕವಾಗಿತ್ತು</b></p>	<p>ಖರೀದಿದಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡುವ ಮೊದಲು ಡೆಲಿವರಿ ETA ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸದೇ ಇರಬಹುದು, ಖರೀದಿದಾರನು ವಿತರಣೆಯ ETA ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿದರೆ ಮತ್ತು ಅವನ/ಅವಳ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿಂದ ಅದು ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಕಂಡುಹಿಡಿದರೆ, ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ಖರೀದಿದಾರನು ಆದೇಶವನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು.</p>	<p>ರವಾನೆಗಾಗಿ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲಾದ 'ರವಾನೆಗಾಗಿ ಸಮಯ' ವಾಸ್ತವಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿದೆಯೇ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಸರಿಯಾಗಿದೆಯೇ ಎಂದು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ರವಾನೆಗೆ ನಿಜವಾದ ಸಮಯವು ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೆ, ಸಮಯಾವಧಿಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ರವಾನೆಗಾಗಿ ಸಮಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ರವಾನೆ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ. ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವಿತರಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೆ, ಅದು ಪುನರಾವರ್ತಿತ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದ್ದರೆ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಪಾಲುದಾರನನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿ.</p>
<p><b>ಖರೀದಿದಾರನು ತನ್ನ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದನು</b></p>	<p>ಈ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರನು ಖರೀದಿಯನ್ನು ಮಾಡುವ ಬಗ್ಗೆ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು.</p>	<p>ಅನಿಯಂತ್ರಿತ</p>
<p><b>ಖರೀದಿದಾರರು ತಪ್ಪಾಗಿ ಆದೇಶಿಸಿದ್ದಾರೆ</b></p>	<p>ಗ್ರಾಹಕರು ತಪ್ಪಾಗಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿರಬಹುದು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿರಬಹುದು.</p>	<p>ಅನಿಯಂತ್ರಿತ</p>
<p><b>ಖರೀದಿದಾರರು ಪ್ರೊಮೋ-ಕೋಡ್/ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಮರುಕ್ರಮಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ ನಂತರ ವಿಳಾಸ</b></p>	<p>ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಖರೀದಿದಾರನು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡುವಾಗ ಅವನು/ಅವಳು ಅನ್ವಯಿಸುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಕೆಲವು ಪ್ರಚಾರ/ಆಫರ್ ಚಾಲನೆಯಲ್ಲಿರುವುದನ್ನು ನೋಡುತ್ತಾನೆ. ಖರೀದಿದಾರರು ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅದರಿಂದ ಪ್ರಸ್ತುತ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ.</p>	<p>ಅನಿಯಂತ್ರಿತ</p>

ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಾಗ, ಸೆಲ್ಯೂರ್ NP ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಸಹಾಯದಿಂದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳಿಯುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ನಾವು ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಯೂರ್ NP ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳು ಹದಗೆಟ್ಟರೆ ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

ಮೆಟ್ರಿಕ್	ಏಕೆ ಕ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಪ್ರಸ್ತುತೆ
<b>ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ ದರ</b>	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಸಮರ್ಥತೆಯಿಂದಾಗಿ ವೈಫಲ್ಯದ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ರದ್ದುಪಡಿಸಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ದೃಢಪಡಿಸಲಾದ ಟೋಟಾ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
<b>&lt;x% ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ (SC) ಹೊಂದಿರುವ % ಮಾರಾಟಗಾರರು</b>	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಳಿಯುತ್ತದೆ	(<x% SC/ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ))(100)	ಸೆಲ್ಲರ್ NP
<b>ಗ್ರಾಹಕ ರದ್ದತಿ ದರ</b>	ಗ್ರಾಹಕರ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	(ಗ್ರಾಹಕರು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢಪಡಿಸಲಾಗಿದೆ) X100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP

ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವಿಕೆ, ಮರುಪಾವತಿ ನೀತಿಯನ್ನು ಮುಂಗಡವಾಗಿ ಘೋಷಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ. ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ (ಇಕಾಮರ್ಸ್) ನಿಯಮಗಳು, 2020 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a)

ಸಹ [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ: Ch 2 (ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16]



# ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಿದ ನಂತರ, ಕೆಳಗಿನ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದನ್ನು ಸಂಭವಿಸಬಹುದು:

- ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ಪನ್ನದಿಂದ ತೃಪ್ತರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಮತ್ತು ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ವಿಂಡೋ ಮುಚ್ಚುವ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತಾರೆ
- ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಿದಾಗ ಖರೀದಿದಾರರು ಅದನ್ನು ಹಿಂದಿರುಗಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾನೆ (ಖರೀದಿದಾರರು ತಮ್ಮ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದ್ದಾರೆ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ನಲ್ಲಿ ತೋರಿಸಿದ್ದಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ, ಉತ್ಪನ್ನವು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗಬಹುದು) ಈ ಆದಾಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ
- ಖರೀದಿದಾರರು ಆದೇಶವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ನಿರಾಕರಿಸಿದ ಕಾರಣ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಟರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ತಲುಪಲು/ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿಲ್ಲ, ಖರೀದಿದಾರರ ವಿಳಾಸ ತಪ್ಪಾಗಿದೆ/ಅಪೂರ್ಣವಾಗಿದೆ. ಈ ರಿಟರ್ನ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಬಿಫೋರಾ ಡೆಲಿವರಿ (RBD) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಈ ವಿಭಾಗವು ಮೇಲಿನ ಕೊನೆಯ ಎರಡು ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ರಿಟರ್ನ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಈ ರಿಟರ್ನ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತದೆ.

## ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಹೊಂದಿಸಬೇಕಾದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ರಿಟರ್ನ್ ಸಂಭವಿಸಿದಾಗ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಟರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸುತ್ತದೆ. ನಂತರ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸುಗಮ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಹ್ಯಾಂಡ್ಲಿಂಗ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಾಗಿ ಕೆಳಗಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಬೇಕು:

### ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 1:

ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿದಾಗ, ಅದು ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ಅಥವಾ ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಅಥವಾ ರಿವರ್ಸ್ ಟ್ರಾನ್ಸಿಟ್‌ನಲ್ಲಿರುವಾಗ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿರಬಹುದು. ರವಾನೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು (ವೀಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲಕ) ರವಾನೆ ಮಾಡಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಪುರಾವೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾನೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇದು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪುರಾವೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ.



## ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 2 (ಎ):

ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ರಿಟರ್ನ್ ಆರ್ಡರ್ ಸ್ವೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟರೆ ಮತ್ತು ಹೊರಗಿನ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗೋಚರಿಸುವ ಹಾನಿಯು ತಪ್ಪಾಗಿ ನಿರ್ವಹಣೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಹಾನಿಯನ್ನು ಸೂಚಿಸಿದರೆ, ಅದನ್ನು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪ್ರೊಫೆಸ್ ಅಥವಾ ಡೆಲಿವರಿ ಡಾಕ್ಯುಮೆಂಟ್ (POD) ನಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಬೇಕು.

## ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ 2 (ಬಿ):

ಹೊರಗಿನ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಯಾವುದೇ ಹಾನಿಯಾಗದಿದ್ದಲ್ಲಿ, ಆದರೆ ನಂತರ ಮಾರಾಟಗಾರನು ನಿಜವಾದ ಉತ್ಪನ್ನ /ಬ್ರಾಂಡ್ ಬಾಕ್ಸು ಹಾನಿಯಾಗಿದೆ ಎಂದು ಅರಿತುಕೊಂಡರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಅದನ್ನು ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP ಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ ಟ್ರೇಮ್ ನಳಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಟ್ರೇಮ್ ನ್ನು ಮೀರಿದ ಹಕ್ಕುಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆಯಾ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಟ್ರೇಮ್ ನಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಟ್ರೇಮ್ ನಳ ಪ್ರಕಾರ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಗೆ ಸಮನ್ವಯವನ್ನು ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯವಿದೆ.

## ಡೆಲಿವರಿ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ರಿಟರ್ನ್

ಈ ವಿಭಾಗವು ಗ್ರಾಹಕರ ರಿಟರ್ನ್ ಕಾರಣಗಳನ್ನು ಜೂಮ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಂತಹ ರಿಟರ್ನ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ವೆಚ್ಚ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವೆಚ್ಚ ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹಾನಿಗಳ ಅಪಾಯವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುವ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಇವುಗಳು ಶೂನ್ಯ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವುದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರ ರಿಟರ್ನ್ ಅನ್ನು ತನಿಖೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಡೆಲಿವರಿ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ರಿಟರ್ನ್ ಗೆ ಕಾರಣ	ಸಮನ್ವಯ ವಿವರಣೆ	ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು
ತಪ್ಪಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ	ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನ ತಪ್ಪಿನಿಂದಾಗಿ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ, ತಪ್ಪಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತಲುಪಿಸಲಾಗಿದೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ಅರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ಮೊದಲು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನುಮೋದಿಸಿಯೇ ಟ್ರೇಮ್ ಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ. ಅದನ್ನು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಪ್ರದೇಶದ ಬಳಿ ಇರಿಸಿ</li> </ul>
ಉತ್ಪನ್ನವು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗುತ್ತದೆ	ಈ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಪಡೆದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಕಳುಹಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗಿದೆ ಅಥವಾ ಸಾಣೆಯಲ್ಲಿ ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗಿದೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ% ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. % ಹೆಚ್ಚಿನ ಭಾಗದಲ್ಲಿದ್ದರೆ, ಇದು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಸಮನ್ವಯ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿರಬಹುದು - ಅವರು ಹ್ಯಾಂಡ್ಲಿಂಗ್ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ವಿಭಾಗವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>○ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಉತ್ತಮವಾಗಿದ್ದರೆ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಟ್ಟದ ಹಾನಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಬದಲಾಯಿಸಿ ಅಲ್ಲಿ ಹಾನಿ ಕಡಿಮೆ</li> </ul>

ಡೆಲಿವರಿ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರಿಂದ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಗೆ ಕಾರಣ	ಸಮಸ್ಯೆಯ ವಿವರಣೆ	ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು
<p>ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನದ ಪೇಜ್ ಪ್ರಕಾರ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಡೆಲಿವರಿ ಮಾಡಿಲ್ಲ</p>	<p>ವಿತರಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತವೆ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಪ್ರದರ್ಶಿಸಿದ್ದಾನೆ - ಇದು ನೋಡುವ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನದ ಫೈಶಿಬಲ್ ಗಳ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ಆಗಿರಬಹುದು</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಒದಗಿಸಿದ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಡೇಟಾ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಅಂತರವಿಧಿಲ್ಲಿ ನಿಜವಾದ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನ ಪುಟವನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿ</li> </ul>
<p>ಉತ್ಪನ್ನ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ</p>	<p>ಗ್ರಾಹಕರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಡೆಡ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ: ದೋಷಪೂರಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬ್ರಾಂಡ್ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸಮಸ್ಯೆಯ ಬ್ರಾಂಡ್ ಸಹಾಯವಾಣಿ ಸಂಖ್ಯೆಯೊಂದಿಗೆ ನಮೂದಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ</li> <li>○ ತಯಾರಕರಿಂದ ನೇರವಾಗಿ ಸರಬರಾಜುದಾರರಿಂದ ಪಡೆದ ಖಾಸಗಿ ಲೇಬಲ್‌ಗಾಗಿ: ಇದು ಒಂದು-ಆಫ್ ಉತ್ಪಾದನಾ ದೋಷವಾಗಿದ್ದರೆ, ಯಾವುದೇ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮಟ್ಟದ ಕ್ರಿಯೆಯ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ಸಮಸ್ಯೆಯ ಅವರ್ತನವು ಅಧಿಕವಾಗಿದ್ದರೆ, ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ತಯಾರಕರೊಂದಿಗೆ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಸುಧಾರಣೆಯಾಗುವವರೆಗೆ ಮಾರಾಟವನ್ನು ನಿಲ್ಲಿಸಿ</li> </ul>
<p>ಅಪೂರ್ಣ ಆದೇಶವನ್ನು ವಿತರಿಸಲಾಗಿದೆ</p>	<p>ಗ್ರಾಹಕರು ಬಹು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ ಅಥವಾ ಒಂದೇ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬಹು ಘಟಕಗಳು ಆದರೆ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಸಂಪೂರ್ಣ ಆದೇಶದ ಒಂದು ಭಾಗ ಮಾತ್ರ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅಸೋಸಿಯೇಟ್‌ಗಳಿಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ರವಾನಿಸುವ ಮೊದಲು. ಅದನ್ನು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಪ್ರದೇಶದ ಬಳಿ ಇರಿಸಿ</li> <li>○ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪ್ರಕರಣಕ್ಕಾಗಿ, ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಮುಚ್ಚಲು ಗ್ರಾಹಕರು ಉಳಿದ ಆದೇಶವನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಕಳುಹಿಸಲು ಒಪ್ಪಿದರೆ ಅವರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ.</li> </ul>
<p>ಗ್ರಾಹಕರ ಮನಸ್ಸು ಬದಲಾಯಿತು</p>	<p>ವಿತರಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಗ್ರಾಹಕರು ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಅನುಭವಿಸುವುದಿಲ್ಲ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ % ಕಡಿಮೆಯಿದ್ದರೆ ಯಾವುದೇ ಕ್ರಮದ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ</li> <li>○ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ತುಂಬಾ ಹೆಚ್ಚಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕರೆ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಕೇವಲ ಪ್ರಿಪೇಯ್ ಮಾಡಿ <ul style="list-style-type: none"> <li>- ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತವೆ ಆದರೆ ರಿಟರ್ನ್ಸ್‌ಗಳು ಕಡಿಮೆಯಾಗುತ್ತವೆ</li> <li>- ಮಾರಾಟಗಾರರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸದಂತೆ ಮಾಡಬಹುದು</li> </ul> </li> </ul>
<p>ಫಿಟ್/ಸೈಜ್ ಸಮಸ್ಯೆ</p>	<p>ಇದು ಫ್ಯಾಷನ್ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ ಅಲ್ಲಿ ವಿತರಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಗಾತ್ರವು ಹೊಂದಿಕೆಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಗ್ರಾಹಕ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಸ್ವೀಕರಿಸಿ</li> <li>○ ವಿನಿಮಯವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಅನುಮತಿಸಿ</li> <li>○ ಗಾತ್ರದ ಜಾರ್ಜ್ ಅನ್ನು ನವೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿದೆಯೇ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು PDP ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ.</li> </ul>

## ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮದ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಎರಡು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬಹುದು:

- ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು: ಗ್ರಾಹಕರು ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ, ತಪ್ಪಾದ, ದೋಷಪೂರಿತ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಪ್ರಕರಣಗಳಿಗೆ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತಬಹುದು.
- ಹಿಂತಿರುಗಿಸಬಹುದಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು: ಗ್ರಾಹಕರು ಹಿಂತಿರುಗಲು ಕಾರಣಗಳ ಎಲ್ಲಾ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಸಾಧ್ಯ. ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕರು ನೇರವಾಗಿ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ವಿನಂತಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದು
- ಕೆಳಗೆ ವಿವರಿಸಿರುವ ಈ ಕೆಳಗಿನ ಸಂದರ್ಭಗಳು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ನಿಯಮಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಅಥವಾ ಮರುಪಾವತಿಗಳನ್ನು ನೀಡುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತವೆ:
  - ತಪ್ಪಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಅನ್ನು ತಲುಪಿಸಲಾಗಿದೆ
  - ಖರೀದಿದಾರರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಹಾನಿಯಾಗಿದೆ
  - ವಿತರಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನವು ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ನಲ್ಲಿನ ಉತ್ಪನ್ನ ಪ್ರದರ್ಶನಕ್ಕಿಂತ ಭಿನ್ನವಾಗಿದೆ
  - ದೋಷಪೂರಿತ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ್ದಾರೆ
  - ಸಂಪೂರ್ಣ ಆದೇಶದ ಒಂದು ಭಾಗವನ್ನು ಮಾತ್ರ ವಿತರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ
  - ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ
  - ಇದು ಗಾತ್ರ ಅಥವಾ ಫಿಟ್ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದೆ

## ಡೆಲಿವರಿ ಮೊದಲು ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ನಿರ್ವಹಣೆ (RTB)

RBD ಎಂದರೆ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಲುಪಿಸದೆ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಹಿಂದಿರುಗಿದ ಆದೇಶಗಳು. RBD ಸಂಖ್ಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಶೇಕಡಾವಾರು ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟವಾಗಿರುವುದರಿಂದ ಅದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ/ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಭರಿಸಬೇಕು.

ಈ ವಿಭಾಗವು ಕಾರಣಗಳನ್ನು ತನಿಖೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ ಏನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದನ್ನು ಹೇಗೆ ನಿಯಂತ್ರಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ.

RBD ಗೆ ಕಾರಣಗಳು	ಕಾರಣ ವಿವರಣೆ	ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು
ವಿತರಣಾ ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ETA ಯಿಂದ ವಿಳಂಬವಾಗಿದೆ	ETA ಯಿಂದ ಆರ್ಡರ್ ಡೆಲಿವರಿ ತಡವಾಗಿ ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದರೆ ಆದೇಶವನ್ನು ನೀಡುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲಾಗಿದೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಆದೇಶವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸದಿರಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಸ್ಥಳೀಯದಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬ - SOP 1 ಅನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> <li>○ ಪೂರೈಕೆ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ವಿಳಂಬಗೊಳಿಸಿ - ಪೂರೈಕೆ ಆರ್ಡರ್ ಡೆಲಿವರಿ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಟ್ಟದ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಅನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ. ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಸರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಂದಿಗೆ ಪರಿಹರಿಸಿ ಅಥವಾ ಉತ್ತಮ ETA ವಿತರಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಸರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಬದಲಾಯಿಸಿ</li> </ul>
ಗ್ರಾಹಕರ ವಿಳಾಸ ತಪ್ಪು/ಅಪೂರ್ಣ	ತಪ್ಪಾದ ವಿಳಾಸ/ತಲುಪಲಾಗದ ಅಥವಾ ತಪ್ಪಾದ ಸಂಪರ್ಕ ಸಂಖ್ಯೆಯಿಂದಾಗಿ ವಿತರಣಾ ಪಾಲುದಾರರಿಗೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ದೀರ್ಘಾವಧಿಯವರೆಗೆ ಪರಿಹರಿಸಲು ವಿಳಾಸ ಪುಟದ UI/UX ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಂದಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಖರೀದಿದಾರ NP ಯಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆ ಬರುತ್ತದೆಯೇ ಎಂದು ಖರೀದಿದಾರ NP ಶೋಡ್ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>○ ರವಾನೆಯಲ್ಲಿ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ಸೇರಿಸಿ. ಕಳುಹಿಸುವ ಮೊದಲು ಸಂಪೂರ್ಣ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ನಾಡಿ</li> </ul>
ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಮುಕ್ತ ವಿತರಣೆ - ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ನಿರಾಕರಿಸಲಾಗಿದೆ	ವಿತರಣೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ತೆರೆಯಲು ಗ್ರಾಹಕರು ಕೇಳಿದರು, ಅದನ್ನು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಸರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ನಿರಾಕರಿಸಿತು ಮತ್ತು ಆದ್ದರಿಂದ ಆದೇಶವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗಿದೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಸರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವ್ಯವಹಾರ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>○ ಮುಕ್ತ ವಿತರಣೆಯನ್ನು ಅನುಮತಿಸದಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಮಾಹಿತಿಯಲ್ಲಿ ಘೋಷಿಸಿ</li> </ul>

RBD ಗೆ ಕಾರಣಗಳು	ಕಾರಣ ವಿವರಣೆ	ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು
ಡೆಲಿವರಿ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ನಗದು/ಪಾವತಿ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ	ಗ್ರಾಹಕರು ಕ್ಯಾಶ್ ಆನ್ ಡೆಲಿವರಿ (COD) ಪಾವತಿ ಮೋಡ್ ಅನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ ಆದರೆ ಡೆಲಿವರಿ ಏಜೆಂಟ್ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ತಲುಪಿದಾಗ ಖರೀದಿದಾರರ ಬಳಿ ನಗದು ಅಥವಾ ವಿತರಣೆಯಲ್ಲಿ ಪಾವತಿ ಮಾಡಲು ಕಾರ್ಡ್ ಇರಲಿಲ್ಲ	ಯಾವುದೇ ಕ್ರಮವಿಲ್ಲ, ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವ ವೆಚ್ಚ
ಗ್ರಾಹಕ ನಿರಾಕರಿಸಲಾಗಿದೆ - ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಅಂತರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಉದ್ದೇಶ ಸಮಸ್ಯೆ	ಅವನು/ಅವಳು ತನ್ನ ಮನಸ್ಸನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದ್ದರಿಂದ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿರಾಕರಿಸಿದರು.	ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಅಥವಾ ಭಾಗಶಃ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡದಿರಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು

ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಾಗ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಸಹಾಯದಿಂದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಅಳತೆ ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಮತ್ತು ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳು ಹದಗೆಟ್ಟರೆ ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ.

ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸೋಣ, ಹಾಗೆಯೇ ಅದಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳು.

ಮೆಟ್ರಿಕ್	ಏಕೆ ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ
RBD%	ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ % ಅಳತೆಗಳು ನಂತರದ ಸಾಗಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಯಿತು	ಯಾವುದೇ ಕ್ರಮವಿಲ್ಲ, ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವ ವೆಚ್ಚ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಸರಾಸರಿ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿರುವ ಸಮಯ	ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿನ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಮತ್ತು ದೃಢೀಕರಣದ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯಲ್ಲಿನ ಅಂತರದಿಂದಾಗಿ ವಿಳಂಬಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ RBD ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.	ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸಂಪೂರ್ಣ ಅಥವಾ ಭಾಗಶಃ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡದಿರಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP

ಮೆಟ್ರಿಕ್	ಏಕೆ ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ
ಸಮಯ ಉಲ್ಲಂಘನೆ % ರವಾನೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಲು ಆದೇಶ	ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಟೈಮ್‌ಲೈನ್ ವಿರುದ್ಧವಾಗಿ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿನ ವಿಳಂಬದಿಂದಾಗಿ ವ್ಯವಹಾರವನ್ನು ಅಳಿಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು RBD ಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ	ಇಳಿವೆ ನಂತರ ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಒಟ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಮಾರಾಟಗಾರ NP
ರವಾನೆ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಾಗಿಸಲು ಸರಾಸರಿ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ	ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್‌ನಿಂದ ಪಿಕಪ್ ಮಾಡಲು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಮಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪೋಸ್ಟ್ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಸಾಗಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ. ವಿಳಂಬವು RBD ಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ	ರೆಡಿ ಟು ಶಿಪ್ ಸ್ಥಳ ಮತ್ತು ಶಿಪ್ ಸ್ಥಳ ನಡುವಿನ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಮಾರಾಟಗಾರ NP
ETA ಉಲ್ಲಂಘನೆ % ರವಾನೆ ಮಾಡಲು ಆರ್ಡರ್ ಗಳು ಸಿದ್ಧವಾಗಿವೆ	ಪಿಕಪ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್‌ನಿಂದ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯ ದರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈ ಉಲ್ಲಂಘನೆಗಳು RBD ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ	(ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ನಂತರ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ETA/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಲಾಗಿದೆ) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಮಾರಾಟಗಾರ NP

ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ: ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವಿಕೆ, ಮರುಪಾವತಿ ನೀತಿಯನ್ನು ಮುಂಗಡವಾಗಿ ಘೋಷಿಸಬೇಕು. ಇಕಾಮರ್ಸ್ ನಿಯಮಗಳು 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a) ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: [Ch 2 \(ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು\): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16](#)

**ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು**

- ನಿಯಮಿತ ಮಧ್ಯಂತರಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮತ್ತು ನವೀಕರಿಸಲು ಪ್ರಮುಖ ವರದಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು
- ರದ್ದತಿಗಳನ್ನು ಕನಿಷ್ಠವಾಗಿ ಇರಿಸುವುದು - ದಾಸ್ತಾನು, ಬೆಲೆ, ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಸರಿಯಾಗಿರುವುದನ್ನು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಿ
- ವಿತರಣೆ ಸಮಯಗಳು ಮತ್ತು ಭರವಸೆಯ ಸಮಯದ ವಿರುದ್ಧ ನಿಜವಾದ ವಿತರಣಾ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಿ
- ಗ್ರಾಹಕರ ರಿಟರ್ನ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಮರುಕಳಿಸುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿ
- ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬಹುದಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸರಿಪಡಿಸಿ

## ಅಧ್ಯಾಯ 5

# ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಉದ್ದೇಶವೆಂದರೆ ಉತ್ಪನ್ನವು ಸಾರಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಹಾನಿಗಳಿಲ್ಲದೆ ಕೊನೆಯ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿ ತಲುಪುತ್ತದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು. ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ವಿತರಣಾ ಪಾಲುದಾರರಿಗೆ ಹಸ್ತಾಂತರಿಸಿದ ನಂತರ ಖರೀದಿದಾರರನ್ನು ತಲುಪಲು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಯಾರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ನ ಬಹು ಹಬ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಚಲಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಈ ಪ್ರಯಾಣದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಅದು ಹಲವಾರು ಬಾರಿ ವಾಹನಗಳಿಂದ ಲೋಡ್ ಆಗಬಹುದು ಮತ್ತು ಇಳಿಸಬಹುದು. ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಉತ್ಪನ್ನದ ಪ್ರಕಾರಕ್ಕೆ ಅಗತ್ಯವಾದ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾರಿಗೆ ಹಾನಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಬಹುದು, ಇದು ಕೆಟ್ಟ ಖರೀದಿದಾರ ಅನುಭವ, ಹೆಚ್ಚಿನ ರಿಟರ್ನ್ಸ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ನಷ್ಟವನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡಬಹುದು.

### ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕಾಂಶಗಳು:

- ಸರಿಯಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದು ಏಕೆ ಮುಖ್ಯ
- ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಹಂತಗಳು ಯಾವುವು - ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಪಾನೀಯ ಮತ್ತು ಆಹಾರೇತರ ವಸ್ತುಗಳು
- ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಿಧಗಳು ಮತ್ತು ಅವುಗಳ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್
- ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಂಬಂಧಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿಸುವುದು ಹೇಗೆ

ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗ್ರಾಹಕರ ವಿತರಣಾ ವಿಳಾಸ, ಮಾರಾಟಗಾರನ ಹಿಂದಿರುಗಿದ ವಿಳಾಸ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನ ಮಾಹಿತಿಯಂತಹ ಇತರ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಸಹ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ, ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮೇಲೆ ಹಾಕಲಾದ ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಲೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುವಂತೆ ಇದನ್ನು ನೋಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕೆಳಗಿನ ಅಂಶಗಳು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ವ್ಯವಹಾರಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಹೇಳುತ್ತವೆ:

- **ಕಂಪನಿಯ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:** ಉತ್ತಮ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಾರಿಗೆ ಹಾನಿಯಿಂದಾಗಿ ನಷ್ಟವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಆದ್ದರಿಂದ ಆದಾಯವನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ
- **ಗ್ರಾಹಕರ ನಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:** ಉತ್ತಮ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಪ್ರತಿದ್ಧನಿಸಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ರೇಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತದೆ
- **ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗುರುತನ್ನು ರಚಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುತ್ತದೆ:** ಸರಿಯಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಬಲವಾದ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಗುರುತನ್ನು ರಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಉತ್ತಮ-ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮುದ್ರಣ, ಉತ್ತಮ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಸ್ತುಗಳ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ವಿಶಿಷ್ಟ ವಿನ್ಯಾಸವು ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಇದರಿಂದಾಗಿ ಒಬ್ಬರ ಬ್ರ್ಯಾಂಡ್ ಅನ್ನು ಇತರರಿಂದ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಪ್ರೀಮಿಯಂ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನೋಟ ಮತ್ತು ಅನುಭವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಉತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು.

## ಆಹಾರೇತರ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್

ವಿತರಣೆಗಾಗಿ ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿದ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಈ ವಿಭಾಗವು ಹೈಲೈಟ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ಪ್ರಮುಖ ಅಂಶವೆಂದರೆ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಸಾಗಿಸಲು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸುವಾಗ ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್ ಅನ್ನು ರೆಕಾರ್ಡ್ ಮಾಡುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಯಿದೆ. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ನಲ್ಲಿ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಕಾಣೆಯಾದ ಐಟಂಗಳು/ಆರ್ಡರ್‌ಗಿಂತ ಭಿನ್ನವಾದ ವಸ್ತುಗಳಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಹಿಂದಿರುಗಿಸುವುದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ತಪ್ಪಿದ ಮೂಲವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲು, ಐಟಂನ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನ ವಿಡಿಯೋ ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪುರಾವೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಕಳುಹಿಸಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಕ್ಕೆ ಸೀಮಿತ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರ ಒದಗಿಸುವುದರಿಂದ ಇದು ಸಹ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದ, ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಈ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಿತಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯಕ್ಕೆ (ವರ್ಗವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ) ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ದುರ್ಬಲವಾದ ವಸ್ತುಗಳಿಗೆ.

# ಆಹಾರೇತರ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗಾಗಿ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿನ ಹಂತಗಳು

**1 ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಿ**  
 ಉತ್ಪನ್ನ ಮತ್ತು ಬ್ರಾಂಡ್ ಬಾಕ್ಸ್‌ಗೆ ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ರಕ್ಷಣೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಫ್ಲೈಯರ್ ಬ್ಯಾಗ್ ಅಥವಾ ಸುಕ್ಕುಗಟ್ಟಿದ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯಾಗಿದೆ. ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಅನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಲು ಮಾದರಿ ಮಾನದಂಡಗಳು: ಅವರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನೋಟ ಮತ್ತು ಭಾವನೆ.

ತೂಕ	ದುರ್ಬಲತೆ	
	ನಾಜೂಕು	ನಾನ್ ಫ್ರಾಜಿಲ್
0-1.5 kg	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 3 ಗುಡ್ಡೆ	ಫ್ಲೈಯರ್ ಬ್ಯಾಗ್‌ಗಳು/ ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 3 ಗುಡ್ಡೆ
1.5 kg-3kg	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 3 ಗುಡ್ಡೆ	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 3 ಗುಡ್ಡೆ
3-10 kg	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 5 ಗುಡ್ಡೆ	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 3 ಗುಡ್ಡೆ
>10 kg	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 5 ಗುಡ್ಡೆ	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 5 ಗುಡ್ಡೆ
>5 kg+ Liquid	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 7 ಗುಡ್ಡೆ	ಕರುಗಟೆಡ್ ಬಾಕ್ಸ್ 7 ಗುಡ್ಡೆ

**ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಸ್ತುಗಳ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ರವಾನೆಯಾಗುವ ಉತ್ಪನ್ನದ ದುರ್ಬಲತೆ ಮತ್ತು ತೂಕದ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ.**



**2** ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು 2-3 ಪ್ಲೈಸ್ ಅಥವಾ ಇತರ ಮೆತ್ತನೆಯ ವಸ್ತುಗಳಲ್ಲಿ ಸುತ್ತಿ ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಬಾಹ್ಯ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಇರಿಸಿ

**3** ಬಹು ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯನ್ನು ಕಾರ್ಡ್‌ಬೋರ್ಡ್ ತುಂಡುಗಳೊಂದಿಗೆ ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಿ ಮತ್ತು ನಂತರ ಪ್ರತಿ ಸಣ್ಣ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ರಚಿಸಿದ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಇರಿಸಿ

**4** ಖಾಲಿ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಫಿಲ್ಲರ್ ಮೆಟೀರಿಯಲ್ (ಪುಡಿಮಾಡಿದ ಪೇಪರ್/ಏರ್ ದಿಂಬುಗಳು/ಫೋಮ್ ಬಾಲ್) ಹಾಕಿ

**5** ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನ 6 ಬದಿಗಳ ಆಂತರಿಕ ಮೇಲ್ಮೈಗಳಲ್ಲಿ ದುರ್ಬಲವಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗೆ ನೀವು ಮೆತ್ತನೆಗಾಗಿ ಫೋಮ್ ಶೀಟ್‌ಗಳನ್ನು ಅಥವಾ ಥರ್ಮೋಕೋಲ್ ಪದರವನ್ನು ಇರಿಸಬಹುದು

**6** ಉತ್ಪನ್ನದ ಸರಕುಪಟ್ಟಿ ಬಾಹ್ಯ ಬಾಕ್ಸ್ ಒಳಗೆ ಇರಿಸಿ

**7** ಪೆಟ್ಟಿಗೆಗಳನ್ನು ಮುಚ್ಚಲು ಕನಿಷ್ಠ 3-ಇಂಚಿನ ಟೇಪ್ ಬಳಸಿ

**8** ಬಾಹ್ಯ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯ ಗೋಚರ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಲೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಅಂಟಿಸಿ

**9** ಉತ್ಪನ್ನವು ದುರ್ಬಲವಾಗಿದ್ದರೆ, ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಅನ್ನು 'ಫ್ರಾಗೈಲ್' ಸ್ಟಿಕ್ಕರ್ ಮತ್ತು ಸೂಚಕ ಲೇಬಲ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಲೇಬಲ್ ಮಾಡಿ.

# ಆಂತರಿಕ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಸ್ತುಗಳ ವಿಧಗಳು

ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಬಾಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಾಗಿಸುವಾಗ, ಅನೇಕ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಚಲಿಸದಂತೆ ಮತ್ತು ಹಾನಿಗೊಳಗಾಗುವುದನ್ನು ತಡೆಯಲು ನೀವು ಆಂತರಿಕ ಭರ್ತಿಸಾಮಗ್ರಿ /ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಪ್ಯಾಕೇಟ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಮೆತ್ತನೆಯ ಮತ್ತು ಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ನೀಡಲು ಆಂತರಿಕ ಭರ್ತಿಸಾಮಗ್ರಿಗಳು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಇದಕ್ಕಾಗಿ ಎಲ್ಲಾ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿಗೆ ಸರಿಹೊಂದುವ ಯಾವುದೇ ಗಾತ್ರದ ವಿಲ್ಲ, ನಿಮ್ಮ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನಲ್ಲಿ ಒಳಗಿನ ಫಿಲ್ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಬಳಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ವಿಶಾಲವಾದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಯನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

	ಬಬಲ್ ಹೊದಿಕೆ	ಥರ್ಮೋಕೋಲ್ ಲೇಯರ್	ಕಾರ್ಡ್‌ಬೋರ್ಡ್ ತುಂಡುಗಳು	ಕ್ರಾಫ್ಟ್ ಪೇಪರ್	ಫೋಮ್ ಥರ್ಮೋಕೋಲ್ ಚೆಂಡುಗಳು	ಏರ್ ದಿಂಬುಗಳು
<b>ಕೂನ್ಯ ತುಂಬುವಿಕೆ</b>	ಇಲ್ಲ	ಇಲ್ಲ	ಇಲ್ಲ	ಹೌದು	ಹೌದು	ಇಲ್ಲ
<b>ಪ್ರತ್ಯೇಕತೆ</b>	ಹೌದು	ಇಲ್ಲ	ಹೌದು	ಇಲ್ಲ	ಇಲ್ಲ	ಇಲ್ಲ
<b>ಕುಷನಿಂಗ್</b>	ಹೌದು	ಹೌದು	ಇಲ್ಲ	ಇಲ್ಲ	ಹೌದು	ಹೌದು
<b>ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳು</b>	ಯಾವುದೇ ಅಕಾರದ ನಾಜೂಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ರಕ್ಷಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಇದು ಹಗುರವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬಳಸಲಾಗುವ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ತೂಕಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದಿಲ್ಲ -	ಇವುಗಳನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಬಹು ನಾಜೂಕ ಅಥವಾ ಸಣ್ಣ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು	ಅತ್ಯಂತ ವಿವಿಧ ಮತ್ತು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ತುಂಬುವ ವಸ್ತುಗಳು. ನೀವು ಅದನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಹರಿದು ಹಾಕಬಹುದು ತುಂಬಲು ಅಗತ್ಯವಿರುವಷ್ಟು ಯಾವುದೇ ಸೈಜ್ ಗೆ ಹರಿಬಹುದು ಅಥವಾ ಸರಿಹೊಂದುವಂತೆ ಅದನ್ನು ಮುದುರಬಹುದು	ಬಳಸಲು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿವಿಧ ಉತ್ಪನ್ನ ಗಾತ್ರಗಳು	ಹೆಚ್ಚು ಸೇರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಉಳಿತಾಯಕ್ಕೆ ತೂಕ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವೆಚ್ಚ

## ಕೆಲವು ಇತರ ಸಾಮಾನ್ಯ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು

### ಮೊನಚಾದ ವಸ್ತುಗಳು:

ಬಬಲ್ ಹೊದಿಕೆಯ ಬಹು ಪದರಗಳಲ್ಲಿ ಮತ್ತು

### ದ್ರವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು:

ಟೋಪಿಗಳನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಬಿಗಿಗೊಳಿಸಿ, ಪ್ಲಾಸ್ಟಿಕ್ ಶೀಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಸೀಲ್ ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ಟೇಪ್‌ನಿಂದ ಸೀಲ್ ಮಾಡಿ

### ದುರ್ಬಲವಾದ ವಸ್ತುಗಳು:

ಬಹು ಪದರಗಳಲ್ಲಿ ಬಬಲ್ ಹೊದಿಕೆಯನ್ನು ಸೇರಿಸಿ, ಬಲವಾದ ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಬಳಸಿ, ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮೇಲಿನ ಭಾಗವಾಗಿರುವ ಲೇಬಲ್, 'ಫ್ರಾಗೈಲ್', ಸ್ಪಿಕ್ಲರ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಲೇಬಲ್ ಮಾಡಿ

# ಆಹಾರ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು

ಆಹಾರ ಮತ್ತು ಪಾನೀಯಗಳ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಅಂಶಗಳಿವೆ, ಅದು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಅನನ್ಯವಾಗಿದೆ:

- F&B ವರ್ಗದಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ಗಳಿವೆ, ಅವುಗಳು ತಯಾರಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿವೆ ಮತ್ತು ರೆಸ್ಟೋರಂಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲ್ಪಟ್ಟಿವೆ ಮತ್ತು ಮೆಷಿನ್ ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಿಲ್ಲ. ಸಾರಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಸೋರಿಕೆಯಾಗದಂತೆ ಎಲ್ಲಾ ಮುಚ್ಚಳಗಳನ್ನು ಟೇಪ್‌ನಿಂದ ಮುಚ್ಚುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ

- ಆಹಾರವು ತಾಪಮಾನದ ಅಂಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ - ಬಿಸಿ ಅಥವಾ ಶೀತ, ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ರಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತೆ ಆಹಾರ ಉತ್ಪನ್ನದ ತಾಪಮಾನವನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಇನ್ಸುಲೇಟೆಡ್ ಕಂಟೈನರ್‌ಗಳು, ಐಸ್ ಪ್ಯಾಕ್‌ಗಳು - ಬಳಸಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಬಿಸಿ ಮತ್ತು ತಣ್ಣನೆಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರತ್ಯೇಕಿಸಿರುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು
- ರವಾನೆಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸೇವಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ - ಆದ್ದರಿಂದ ಆಹಾರ ಪದಾರ್ಥಗಳಿಗೆ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ವಸ್ತು ಸೂಕ್ತವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ
- ದಯವಿಟ್ಟು ನಿಮ್ಮ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಎಫ್ ಯಸ್ ಯಸ್‌ಎಫ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಕಾನೂನು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ

# ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್-ಸಂಬಂಧಿತ ಹಾನಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು, ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಸರಿಪಡಿಸುವುದು

ಹಾನಿಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಕ್ರಿಯೆಯ ಪ್ರದೇಶಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಒಳನೋಟಗಳನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಹಾನಿ ಡೇಟಾವನ್ನು ಹೇಗೆ ನೋಡಬೇಕು ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಈ ವಿಭಾಗವು ಮಾತನಾಡುತ್ತದೆ.

## 1 ಉತ್ಪನ್ನ ಮಟ್ಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ

- ಎಲ್ಲಾ SKU ಗಳಿಗಾಗಿ ಕೆಳಗಿನ ಕೋಷ್ಟಕವನ್ನು ರಚಿಸಿ:
- ಹಾನಿ % ಅನ್ನು ಒಟ್ಟು ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿ: (ಒಟ್ಟು ಹಾನಿಗಳು/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ರವಾನಿಸಲಾಗಿದೆ) X 100
- ಪ್ರತಿ ಉತ್ಪನ್ನದ ಹಾನಿಯ ಶೇಕಡಾವನ್ನು ಇತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ % ನೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡಿ.
- ನೀವು ಇತರರಿಗಿಂತ ಶೇಕಡಾವಾರು ಮತ್ತು ಸರಾಸರಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ನೋಡುವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ. ಹಾನಿಯ ಕಾರಣವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಈ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಅಳವಾಗಿ ಮುಳುಗಿಸಿ.



ಕ್ರ. ಸಂಖ್ಯೆ	ಉತ್ಪನ್ನದ ಹೆಸರು	ಶಿಪ್ ಮಾಡಿದ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು (A)	ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು (B)	% ಹಾನಿ (B/A)X100
-------------	----------------	---------------------------------	---------------------------------	------------------

## 2 ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ

ಹೆಚ್ಚಿನ % ಹಾನಿಯ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುರುತಿಸಿದ ನಂತರ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಟ್ಟದ ದೇಟಾವನ್ನು ಅಳವಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ (ನೀವು ಬಹು ಮೂರನೇ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದರೆ).

ಸಮಸ್ಯೆಯು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ನಲ್ಲದೆಯೇ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಲು ಕೆಳಗಿನ ಟೇಬಲ್ ಅನ್ನು ರಚಿಸಿ.

ಕ್ರ. ಸಂಖ್ಯೆ	ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP / ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಹೆಸರು	ಒಟ್ಟು ಶಿಪ್‌ಡ್	ಒಟ್ಟು ಹಾನಿ	% ಹಾನಿ (B/A)X100
-------------	--	---------------	------------	------------------

ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಚರ್ಚಿಸಿ ಪರಿಹಾರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಿ ಅಥವಾ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕಾಗಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನು ನಿಷ್ಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿ.

## 3 ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ

ಹಂತ 1 ರಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಸಮಸ್ಯೆಯು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ನಾಜೂಕತೆ ಮತ್ತು ತೂಕದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಬಾಹ್ಯ ಮತ್ತು ಅಂತರಿಕ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ, . ಸುಧಾರಣೆಯ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳನ್ನು ನೋಡಿದರೆ ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸರಿ ಮಾಡಲು ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಿ.

# ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಬಳಸಬೇಕಾದ ಚೆಕ್ ಲಿಸ್ಟ್

ಕ್ರ.ಸಂ	ಚಟುವಟಿಕೆ	ಚೆಕ್‌ಬಾಕ್ಸ್
1	ಉತ್ಪನ್ನದ ತೂಕವನ್ನು ಸರಿಯಾಗಿ ಸೆರೆಹಿಡಿಯಲಾಗಿದೆ	<input type="checkbox"/>
2	ಆರ್ಡರ್ ನಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಸರಿಯಾದ SKU ಗಳನ್ನು ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ	<input type="checkbox"/>
3	SKU ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ VS ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಡರ್ ಘಟಕಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ	<input type="checkbox"/>
4	ಇನ್‌ವಾಯ್ ಅನ್ನು ಹೊರಗಿನ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ	<input type="checkbox"/>
5	ಸರಿಯಾದ ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಲೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನಲ್ಲಿ ಹಾಕಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ	<input type="checkbox"/>
6	ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಲೇಬಲ್ ಟೆಕ್ಸ್ಟ್/QR ಕೋಡ್/ಬಾರ್‌ಕೋಡ್ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಬಾಕ್ಸ್ ತೆರೆಯುವ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಅಂಟಿಕೊಳ್ಳುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಿ	<input type="checkbox"/>

# ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಡರ್ ಗಳಿಗೆ ಪರಿಶೀಲನೆ

ವಿಸ್ತೀರ್ಣ	ಕಾರಣದ ವಿವರಣೆ
ಫ್ಲಾಪ್	ಬಾಹ್ಯ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಗಳ ಫ್ಲಾಪ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಹಾನಿ ಇರಬಾರದು
ಉಬ್ಬು	ಒಳಗೆ ಇರಿಸಲಾದ ಉತ್ಪನ್ನದ ಕಾರಣದಿಂದಾಗಿ ಬಾಹ್ಯ ಪ್ಯಾಕೇಜ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಉಬ್ಬುಗಳು ಇರಬಾರದು
ದಿಗ್ಭ್ರಮೆಗೊಂಡ	ಒಳಗಿನ ಉತ್ಪನ್ನದ ಆಕಾರದಿಂದಾಗಿ ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯನ್ನು ದಿಗ್ಭ್ರಮೆಗೊಳಿಸಬಾರದು. ಆಕಾರವು ಚದರ ಅಥವಾ ಅಯಿತಾಕಾರದ ಉಳಿಯಬೇಕು
ಪೆಟ್ಟಿಗೆಯ ಆಕಾರ	ಕಾರ್ಟನ್ ಒಡ್ಡಿಯಾಗಿ, ಹರಿದ ಅಥವಾ ಡೆಂಟ್‌ಗಳಿಂದಾಗಿ ಇರಬಾರದು
ಇತರ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಗಳು	ಬೇಷ್ಪ ಅಂಟಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಗುಣಮಟ್ಟವು ಉತ್ತಮವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ವಿವಿಧ ಸ್ಥಳಗಳಿಂದ ಹೊರಬರಬಾರದು

ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವಾಗ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ತಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಸಹಾಯದಿಂದ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳಿಯುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ. ಈ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ NP ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳಿಯಲು ಮತ್ತು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡಲು ಬಳಸಬಹುದಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ನಾವು ನೋಡುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳು ಹದಗೆಟ್ಟರೆ ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತೇವೆ.

ಮೆಟ್ರಿಕ್	ಏಕೆ ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	RELEVANCE FOR
ಹಾನಿಯ ಶೇ.	ಮುಂದಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ವಾಪಸ್ಸು ಸಾಗಣೆಯಲ್ಲಿ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ	(ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಮತ್ತು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಒಟ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆ / ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP

### ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು

- ಹೊರಗಿನ ಪ್ಯಾಕೇಜ್ ಹಾನಿಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು 'ವಿತರಣೆಯ ಪುರಾವೆ'ಯಲ್ಲಿ ನಮೂದಿಸಿ
- ಬ್ರಾಂಡ್ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸುವ ಉತ್ಪನ್ನಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ
- ಅಗತ್ಯವಿರುವಲ್ಲಿ 'ಥಾಜಿಲ್' ಲೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಅಂಟಿಸುವುದು



## ಅಧ್ಯಾಯ 6

# ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಿರ್ವಹಣೆ

ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಅನೇಕ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆನ್ ಬೋರ್ಡ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಹುಶಃ ವರ್ಗಗಳಾದ್ಯಂತ ಇರುತ್ತದೆ. ಈ ಭಾಗವು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಈ ತರಹದ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹೇಗೆ ವರ್ಗೀಕರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಹೊಡೆಕೆ ಮಾಡಿದ ಸಮಯದ ಗರಿಷ್ಠ ಲಾಭಕ್ಕಾಗಿ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು (ಜನರು ಮತ್ತು ಸಮಯ) ಅತ್ಯುತ್ತಮವಾಗಿ ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಸಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ.

### ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

ಮಾರಾಟಗಾರರ ವರ್ಗೀಕರಣ, ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥವನ್ನು ಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮೂಲಕ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಜಾಲನೆ ಮಾಡುವ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳು



# ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣ

ಖಾತೆ ನಿರ್ವಹಣೆಯ ಮೊದಲ ಹಂತವೆಂದರೆ ನಿಮ್ಮ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ವಿವಿಧ ಬಕೆಟ್‌ಗಳಾಗಿ ವರ್ಗೀಕರಿಸುವುದು. ವರ್ಗೀಕರಣವನ್ನು ಇದರ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾಡಬಹುದು:

<p><b>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ</b></p>	<p><b>ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ In ಸ್ಟಾಕ್ SKU</li> <li>○ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟ</li> <li>○ ಗ್ರಾಹಕರ ಹೆಚ್ಚಳದ ನಿರ್ವಹಣೆ</li> <li>○ ರದ್ದತಿಗಳು</li> <li>○ ಸಮಯಕ್ಕೆ ರವಾನೆ</li> </ul>
<p><b>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರಮಾಣ</b></p>	<p>ಸ್ಟೇಲ್ ಅನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಾರಾಟದ ಕೊಡುಗೆಯಾಗಿ ನೋಡಬಹುದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮೂಲಕ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಒಟ್ಟಾರೆ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ</p>
<p><b>ಸೆಲ್ಲರ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ</b></p>	<p><b>ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಡಿಮೆ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಕಡಿಮೆ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯಲ್ಲಿರಬಹುದು ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿರಬಹುದು. ಇದನ್ನು ಇದರಲ್ಲದರ ವಿರುದ್ಧ ಅಳೆಯಬಹುದು:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ ವರ್ಗ ಬೆಳವಣಿಗೆ - ಮಾರಾಟಗಾರ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ವರ್ಗದಲ್ಲಿ</li> <li>○ ಮಾರಾಟಗಾರರ ತರಬೇತಿ - ಬದಲಾವಣೆಗಳು/ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಸಿದ್ಧತೆ</li> <li>○ ಮಾರಾಟಗಾರ ಹಿಂದಿನ ಅನುಭವ</li> <li>○ ಇತರ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಸ್ತುತ ವ್ಯಾಪಾರದ ಸೈಜ್</li> <li>○ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಸ್ತುತ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಿಳುವಳಿಕೆ</li> <li>○ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಮಾಡಿದ ಹೂಡಿಕೆ: ವಿಂಗಡಣೆ ಸೈಜ್, ತಂಡದ ಸೈಜ್ ಮತ್ತು ಸೈಜ್ ಇತ್ಯಾದಿ.</li> </ul>

ಮೇಲಿನ 3 ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ, ಮಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಎಂದು ವರ್ಗೀಕರಿಸಿ.

# ಪ್ರಮುಖ ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು

ವರ್ಗೀಕರಣದ ನಂತರ ಮುಂದಿನ ಹಂತವು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರತಿ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಪ್ರಕಾರ ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು:

ವರ್ಗೀಕರಣ	ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳು
ಹೆಚ್ಚು	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ನಿರೀಕ್ಷೆಯ ಮುಂದಿನ ಹಂತ: 6 ರಿಂದ 12-30ಗಳ ಯೋಜನೆ</li> <li>○ ಭವಿಷ್ಯದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುವುದು</li> <li>○ ಮಧ್ಯಮ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಮಿಸಿ ಯಶಸ್ಸಿನ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು</li> </ul>
ಮಾಧ್ಯಮ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಈ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ ರೇಟಿಂಗ್ ತಳ್ಳಲು 3-6 ತಿಂಗಳ ಯೋಜನೆ</li> <li>○ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೆ ಸಲಹೆ ಮತ್ತು ವಿಂಗಡಣೆ ಯೋಜನೆ</li> <li>○ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ನಿರ್ಣಯದ ಕುರಿತು ಚರ್ಚೆ</li> <li>○ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿನ ಅಂತರಗಳ ಕುರಿತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಶಿಫಾರಸು</li> <li>○ ಉನ್ನತ ವರ್ಗೀಕರಣದ ಮಾರಾಟಗಾರರ ವರ್ಗಕ್ಕೆ ತೆರಳಲು ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳ ಕುರಿತು ತರಬೇತಿ</li> </ul>
ಕಡಿಮೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ಈ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಮಧ್ಯಮ ರೇಟಿಂಗ್ ತಳ್ಳಲು 1-3 ತಿಂಗಳ ಯೋಜನೆ</li> <li>○ ಗುರಿ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷೆ ಮರು-ಜೋಡಣೆ</li> <li>○ ಮಾರಾಟಗಾರ ಮತ್ತು ತಂಡದ ತರಬೇತಿ</li> <li>○ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ - SOP ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು, ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿಗಳನ್ನು</li> <li>○ ರಚಿಸುವುದು/ಮಾಡಬೇಕಾದವುಗಳು</li> <li>○ ಸುಧಾರಣೆಗಳಿಗಾಗಿ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಒಳನೋಟಗಳು</li> <li>○ ನಿರಂತರ ವೈಫಲ್ಯಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳು/ ಪರಿಣಾಮಗಳು</li> </ul>

# ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಅವರ್ತನವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವುದು

ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಒಮ್ಮೆ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಿದ ನಂತರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳು ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಅವರ್ತನವನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಗೆ ಕಪ್ಪು ಮತ್ತು ಬಿಳುಪು ಮಾನದಂಡಗಳಿಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ನಿಮಗೆ ಕೆಳಗಿನ ಈ ಉದಾಹರಣೆಗಳು ನಿರ್ಧಾರಕ್ಕಾಗಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ನಿರ್ದೇಶನದೊಂದಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ:

ಉದಾಹರಣೆ	ಮಾದರಿ	ಎಂಗೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಪ್ರೀಕ್ಷೆ
1	ಕಡಿಮೆ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ + ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ	ಆಗಾಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ - ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ವಿಸ್ತೀರ್ಣ
2	ಎಲ್ಲಾ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು	ಎಂದಿನಂತೆ ವ್ಯಾಪಾರವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ - ಬೇಕಾದಾಗ ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ ಮಾಡಿ
3	ಕಡಿಮೆ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ + ಕಡಿಮೆ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ	ಬ್ಯಾಂಡ್‌ವಿಡ್ ಪ್ರಕಾರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ



# ಪ್ರಮುಖ ಉದ್ದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಜಾಲನೆ ಮಾಡುವುದು

**ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಕೆಳಗಿನ ಪರಿಕರಗಳನ್ನು ಬಳಸಲು  
ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು:**

## ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕಗಳು:

ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಗಾಗಿ ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುವುದು ಇದು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಬೆಳೆಯಲು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಪ್ರೇರೇಪಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಕಗಳು ಪ್ರಮಾಣಪತ್ರಗಳು/ಟ್ರೋಫಿಗಳು, ಉಡುಗೊರೆಗಳು ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾನದಂಡವನ್ನು ಪೂರೈಸಿದಾಗ ರಿಯಾಯಿತಿಯಂತಹ ಇತರ ವಿತ್ತೀಯ ಪ್ರಯೋಜನಗಳಿಂದ ಬದಲಾಗಬಹುದು - ಬೆಳವಣಿಗೆ/ಪ್ರಮಾಣ ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ

## ತರಬೇತಿಗಳು:

ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ, ದಾಸ್ತಾನು ನಿರ್ವಹಣೆ, ಬೆಲೆ ನಿಗದಿ, ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ರಚನೆ ಮುಂತಾದ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಮೂಲಭೂತ ವಿಷಯಗಳ ಬಗ್ಗೆ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿದಾಗ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ.

## ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳು:

ಮಾರಾಟಗಾರರು ನಿರೀಕ್ಷೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದಿರುವ ಪರಿಣಾಮಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅವರಿಗೆ ಸಮಯೋಚಿತ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯನ್ನು ಕಳುಹಿಸಬೇಕು ಇದರಿಂದ ಅವರು ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಮಯವನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ

## ದಂಡನೆ:

ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ತರಬೇತಿ, ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ರಯತ್ನಗಳ ಹೊರತಾಗಿಯೂ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ವಿಫಲವಾದರೆ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಅಗತ್ಯವಾದ ಬದಲಾವಣೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು NP ಯಿಂದ ಪರಿಶೀಲಿಸುವವರೆಗೆ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಗೆ ಡಿಲಿನ್ಕ್ ಮಾಡುವಂತಹ ದಂಡನೆಯ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗಬಹುದು.

## ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಪ್ರಮುಖ ಖಾತೆಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು

- ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಮೇಲ್ವಿಚಾರಣೆ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ವರ್ಗೀಕರಣಗಳಾದ್ಯಂತ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸರಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದ್ದರೂ, ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳಾದ್ಯಂತ ಪ್ರತಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಖಾತೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯುವುದು ಇನ್ನೂ ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ (ಈ ಕೃಷಿಡಿಯಲ್ಲಿ ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಮೆಟ್ರಿಕ್ಸ್ ವಿಭಾಗವನ್ನು ನೋಡಿ)
- ಮುಂದಿನ ಹಂತದಿಂದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳಲ್ಲಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ವರ್ಗೀಕರಣಕ್ಕೆ ಸರಿಸಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಪರಿಯಾ ಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ
- ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಯೋಜಿತ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉನ್ನತ ವರ್ಗೀಕರಣಕ್ಕೆ ಸ್ಥಳಾಂತರಿಸಲು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಗುರಿಯಾಗಿದೆ

## ಪ್ರಮುಖ ಖಾತೆಗಳಲ್ಲಿ ಡ್ರೈವ್ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಬದಲಾವಣೆ

ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳಿಗೆ ಕಲಿಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ವಿವಿಧ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಂಯೋಜಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಇತರ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ.

ಇದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ನಿರಂತರ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಸುಧಾರಣೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

### ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು

- ಹೆಚ್ಚಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ವಲಯಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ, ಕಾಣಿಯಾದ ಆಯ್ಕೆ, ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಕುರಿತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಶಿಫಾರಸುಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಿ
- ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಣೆಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿ/ಮಾರ್ಗದರ್ಶಿ

## ಅಧ್ಯಾಯ 7

# ಗ್ರಾಹಕ ಬೆಂಬಲ

ಒಮ್ಮೆ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರು ತೃಪ್ತರಾಗದ ನಿದರ್ಶನಗಳು ಇರಬಹುದು. ಅತ್ಯಪ್ಪಿಯು ಉತ್ಪನ್ನದ ಸಕಾಲಿಕ ವಿತರಣೆ, ಮರುಪಾವತಿಗಳು ಅಥವಾ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿನ ವಿಳಂಬಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿರಬಹುದು. ಈ ವಿಭಾಗವು ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಅಳಿಯುವ ಅಂಶವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ.

### ಈ ವಿಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕಾಂವೇಗಳು:

- ಇಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎತ್ತುತ್ತಾರೆ
- ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಪರಿಹಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ
- ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು ಅಳಿಯಲು ಯಾವ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು
- CRM ಟೂಲ್ ಎಂದರೇನು (ಗ್ರಾಹಕ ಸಂಬಂಧ ನಿರ್ವಹಣೆ) ಮತ್ತು CRM ಟೂಲ್ ಹೊಂದಿರಬೇಕಾದ ಮೂಲಭೂತ ಕಾರ್ಯಗಳು

# ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಎತ್ತುತ್ತಾರೆ?

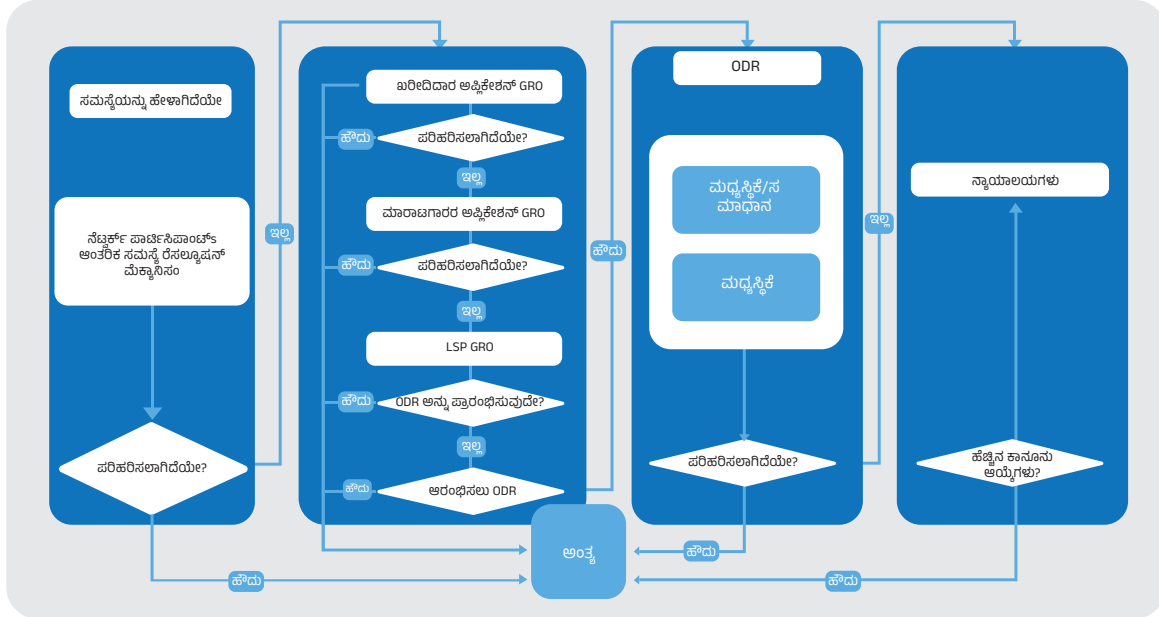
ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ಸ್ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಂಬಂಧಪಟ್ಟ ಐಟಂ(ಗಳು) ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತಲು ಕೋರಿರುವ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಸಮರ್ಥರಾಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಅಥವಾ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ವಹಿವಾಟು ಅಥವಾ ಆರ್ಡರ್ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ತಾಂತ್ರಿಕ ವೈಫಲ್ಯಗಳಿಂದಾಗಿ ಪಾವತಿ ವಿಫಲವಾದರೆ, ಬಯರ್ ಅಪ್ ಚಾಟ್ ಬೆಂಬಲದ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತುವ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಒದಗಿಸಬೇಕು, ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪ್ಯಾಂಟ್ಸ್ ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ (ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು) ಎತ್ತಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗೊಳಿಸುತ್ತಾರೆ. ಖರೀದಿದಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವವರು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಖರೀದಿದಾರರು ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವುದು, ಮರುಪಾವತಿ ಮಾಡುವುದು, ಹಿಂತಿರುಗಿಸುವುದು ಅಥವಾ ವಿನಿಮಯ (ಅನ್ವಯವಾಗಲೆಲ್ಲಾ) ಅಥವಾ ಇತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎತ್ತುವ ಕಾರ್ಯಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬೇಕು.

ದಯವಿಟ್ಟು ಗ್ರಾಹಕ ರಕ್ಷಣೆ (ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್) ನಿಯಮಗಳು, 2020 4(2); ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್](#): [Ch 2 \(ವ್ಯಾಪಾರ ನಿಯಮಗಳು\): 2.1.10, 2.3.3\(a\)to\(c\), 2.3.11, 2.3.12, 2.4.3, 2.4.10, 2.4.13\(a\)to\(c\), 2.4.16\(a\)](#)



# ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಎತ್ತಲ್ಪಟ್ಟ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಪರಿಹಾರದ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ

ಖರೀದಿದಾರ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹಿಂದೆ ಚರ್ಚಿಸಿದ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಎತ್ತಿದರೆ ಸಮಸ್ಯೆಯು ಈ ರಿಸಲ್ಯೂಶನ್ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಹಾದುಹೋಗುತ್ತದೆ.





ಹಂತ

1

## ಖರೀದಿದಾರರು ಬಯರ್ ಅಪ್ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತುತ್ತಾರೆ

ಖರೀದಿದಾರರು ಬಯರ್ ಅಪ್ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತುತ್ತಾರೆ. ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಪರಿಹರಿಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ರಿಸಲ್ಯೂಶನ್ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ವ್ಯವಹಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಮತ್ತೊಂದು ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ್ದರೆ, ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅವರಿಗೆ ರವಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪರಿಹಾರವು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಿಗೆ ಹಂಚಲಾಗುತ್ತದೆ, ನಂತರ ಅದನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಕಳುಹಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಹಂತ

2

## ರಿಡ್ರೆಸ್ಪಲ್ ಆಫಿಸಸ್

ರಿಡ್ರೆಸ್ಪಲ್ ಆಫಿಸಸ್ : ಸಮಸ್ಯೆಯು ಹಂತ 1 ರಲ್ಲಿ ಪರಿಹರಿಸಲ್ಪಡದಿದ್ದರೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಪ್ರತಿ NP ಯಿಂದ ನೇಮಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಗ್ರೀವನ್ಸ್ ರಿಡ್ರೆಸ್ಪಲ್ ಅಧಿಕಾರಿಗಳ ಬಳಿಗೆ ಹೋಗಬಹುದು. ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸುವ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ NP ಯು ಗ್ರೀವನ್ಸ್ ರಿಡ್ರೆಸ್ಪಲ್ ನಿವಾರಣಾ ಅಧಿಕಾರಿಯ ವಿವರಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ದಯವಿಟ್ಟು Ch 6 (ಸಮಸ್ಯೆ ಮತ್ತು ಗ್ರೀವನ್ಸ್ ನಿರ್ವಹಣೆ ನೀತಿ) ಅನ್ನು ಸಹ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿ, ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ

ಹಂತ

3

## ODR

ಹಂತ 2 ರಲ್ಲಿ ಪರಿಹರಿಸದಿದ್ದರೆ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ODR ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ವರ್ಗಾಯಿಸಬಹುದು: ಇವರು ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆ, ರಾಜಿ ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಸ್ಥಿಕೆಯಂತಹ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುವ NP ಗಳು.

ಹಂತ

4

## ನ್ಯಾಯಾಲಯವನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಿ

ಇದರ ನಂತರ, ಸಮಸ್ಯೆಯು ಬಗೆಹರಿಯದಿದ್ದರೆ, ದೂರುದಾರನು ಸೂಕ್ತವಾದ ನ್ಯಾಯವ್ಯಾಪ್ತಿಯೊಂದಿಗೆ ನ್ಯಾಯಾಲಯವನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬಹುದು.

# ಮೆಟ್ರಿಕ್ಸ್ NP ಗಳು ಗ್ರಾಹಕ ಸೇವಾ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಟ್ರಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು

- ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ
- ಖರೀದಿದಾರರ % ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿವೆ = ಸಮಯಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು/ NP ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
- ಸರಾಸರಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಸಮಯ: ನಿರ್ಣಯದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿದ ಸಮಯ ಅಥವಾ ಮುಂದಿನ ಹಂತ - ಭಾಗವಹಿಸುವ NP ಯಿಂದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಸಮಯ
- ಸರಾಸರಿ ಸ್ವೀಕೃತಿ ಸಮಯ: ಸಮಸ್ಯೆಯ ಸ್ವೀಕೃತಿಯನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಲು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಮಯ
- ಸರಾಸರಿ ರೆಸಲ್ಯೂಶನ್ ಸಮಯ: ಭಾಗವಹಿಸುವ NP ಗೆ ರೆಸಲ್ಯೂಶನ್ ಸಂವಹನವನ್ನು ಕಳುಹಿಸಲು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಮಯ
- ಖರೀದಿದಾರರ % ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸಮಯಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿಲ್ಲ = ಸಮಯಕ್ಕೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
- ಖರೀದಿದಾರರ % ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸಲಾಗಿದೆ: ಖರೀದಿದಾರರ ಅನುಮೋದನೆಯೊಂದಿಗೆ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲಾಗಿದೆ / ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ
- % ಸಮಸ್ಯೆಗಳು GRO ಗೆ ಸರಿಸಲಾಗಿದೆ = GRO ಗೆ ಸರಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳು
- % GRO ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ NP ವಿರುದ್ಧ ಮುಚ್ಚಲಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು = GRO ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ NP ವಿರುದ್ಧದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳು / ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗಿದೆ
- ಒಡಿಆರ್‌ಗೆ ಸರಿಸಿದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ (ಅನ್ವೇಷಣೆ ವಿವಾದ ಪರಿಹಾರ)
- % ಸಮಸ್ಯೆಗಳು ODR ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ NP ವಿರುದ್ಧ ಮುಚ್ಚಲಾಗಿದೆ = ODR ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ NP ವಿರುದ್ಧದ ಮುಚ್ಚಲಾದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಒಟ್ಟು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ

# CRM ಸೂಚಿಸಿದ ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳು

**1** ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಟೈಮ್ಲೈನ್ಗಳಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಸ್ವೀಕೃತಿಯನ್ನು ಅಂಗೀಕರಿಸಲು NP ಗಳು ಸಕ್ರಿಯ CRM ಅನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

**2** ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಲು ಮತ್ತು ಇತರ NPS ಮೂಲಕ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾದ ಸಂವಹನ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ಅಗತ್ಯವಿರುವಂತೆ ಇತರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆ ಪ್ಯಾಕೆಟ್ ಅನ್ನು ಫಾರ್ವರ್ಡ್ ಮಾಡುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು CRM ಹೊಂದಿರಬೇಕು. (ಉದಾ. ಇಮೇಲ್ ಐಡಿ)

**3** NP ಗಳು ಎಲ್ಲಿ ಅದು NP ಯ ತಪ್ಪು ಅಲ್ಲ ಆದರೆ ಇತರ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ತಪ್ಪಾದಾಗ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ಬೇರೆಡೆಗೆ ತಿರುಗಿಸಲು ತರ್ಕಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಖರೀದಿದಾರರು 'DelayedDelivery' ಬಕೆಟ್ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿದರೆ, ಬಯರ್ NP ಅದನ್ನು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿ ಮತ್ತು ತಕ್ಷಣವೇ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ನಿರ್ದೇಶಿಸಬಹುದು.

ಈ CRM ಕಾರ್ಯಚಟುವಟಿಕೆಗಳು ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುವಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವಾಗುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು NP ಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

## ಪ್ರಮುಖವಾಗಿ ಮಾಡಬೇಕಾದದ್ದು

- ಖರೀದಿದಾರರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳಿಗೆ ಸಮಯೋಚಿತ ಪರಿಹಾರ/ಅಂಗೀಕಾರ/ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು
- ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಕಠಿಣತೆಯನ್ನು ಖಾತರಿಪಡಿಸುವುದು: ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಎದ್ದಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಕಾಲಿಕ ರವಾನೆ, ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವಿಕೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆಗೊಳಿಸುವುದು, ಸರಿಯಾದ ಉತ್ಪನ್ನ ರವಾನೆ, ಸರಿಯಾದ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್

ಅಧ್ಯಾಯ 8

# ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ನಲ್ಲಿ  
ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ  
ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಲು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಕೆಲವು  
ವ್ಯವಹಾರ ನಿಯಮಗಳನ್ನು  
ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು. ಈ ವಿಭಾಗವು ಸೆಲ್ಲರ್  
NP ನೀತಿ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ  
ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕಾದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು  
ಪರಿಶೀಲಿಸುತ್ತದೆ.

## ಈ ವಿಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

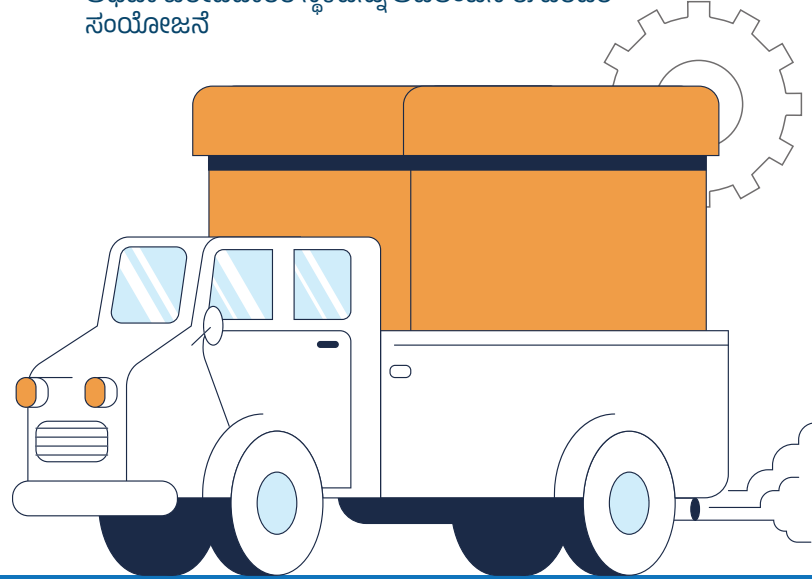
- ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು  
ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ನಡೆಸಲು ಯಾವ  
ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬೇಕು  
ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವುದು
- ಮಾರಾಟಗಾರರ ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಮಾದರಿಯನ್ನು  
ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು: ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ vs ಆನ್  
ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಡೆಲಿವರಿ ಪಾಲುದಾರರು

# ಶಿಪಿಂಗ್ ಮಾಡರಿಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು

ವಿತರಣಾ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಸಾಗಿಸುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ನಾವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸುತ್ತೇವೆ. ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಾಗಿಸಲು ಕೆಳಗಿನ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ:

ಮಾರಾಟಗಾರನು ತನ್ನ ಉದ್ಯೋಗಿ/ಏಜೆಂಟರ ಮೂಲಕ ಸ್ವಂತವಾಗಿ ಸಾಗಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು, ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ರವಾನಿಸಲು ಮೂರನೇ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಪಾಲುದಾರರೊಂದಿಗೆ (ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್) ಆಫ್-ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬಹುದು ಅಥವಾ

ನೆಟ್ವರ್ಕ್ (ಆನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್) ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NPs ಗಳಿಂದ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್ ಮೂಲಕ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಸೇವೆಯನ್ನು ಖರೀದಿಸಿ. ಆನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಆಯ್ಕೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ವಿತರಣಾ ಟೈಮ್ಸ್ ಮತ್ತು ಶುಲ್ಕಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ವಹಿವಾಟಿನ ನಿಯಮಗಳೊಂದಿಗೆ ಎಲ್ಲಾ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಪೂರೈಕೆದಾರರ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ, ನಂತರ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಉತ್ಪನ್ನ ವಿತರಿಸಲು ಆಯ್ಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಖರೀದಿದಾರರ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ಈ ಎರಡರ ಸಂಯೋಜನೆ



# ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸೇವೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸುವುದು

ನೀತಿ ಅನುಷ್ಠಾನ: ನೀತಿಯ ಹಂತದಲ್ಲಿ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ದೇಶಾದ್ಯಂತ ಸಾಗಣೆಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುತ್ತವೆಯೇ ಅಥವಾ ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ (ಹತ್ತಿರದ ಪಿನ್ ಕೋಡ್‌ಗಳಿಗೆ ನಿರ್ಬಂಧಿಸಲಾಗಿದೆ) ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು. ಹೈಪರ್ಲೋಕಲ್ ಮಾಡಲ್ ನಲ್ಲಿ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಅಂಗಡಿ ತೆರೆಯುವ ಸಮಯವನ್ನು (ಎಲ್ಲಾ ಸಮಯ VS ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಮಯ) ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರನ ಸ್ಥಳದಿಂದ ತ್ರಿಜ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು, ಅದರವರೆಗೆ ಆರ್ಡರ್ ಸೇವೆಯನ್ನು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಮಾರಾಟಗಾರನು ಪೂರೈಸಲು / ಸಾಗಿಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನು ಮಾಡಬಾರದು ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

## ಅಧ್ಯಾಯ 9

# ಪಾವತಿಗಳು ಮತ್ತು ಇತ್ಯರ್ಥ

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಿಂದ ಸುಗಮಗೊಳಿಸಲಾದ ಯಾವುದೇ ಆದೇಶವು ಈ ಕೆಳಗಿನ ವಾಣಿಜ್ಯ ಘಟಕಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ [ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ: Ch:3 ವಾಣಿಜ್ಯ ಮಾಡೆಲ್]

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಖರೀದಿಸಿದ ಯಾವುದೇ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಯು ಯಾವಾಗಲೂ ಕೆಲವು ವಾಣಿಜ್ಯ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ ಅದನ್ನು ನಾವು ನಿಮಗಾಗಿ ಐದು ವಿಶಾಲ ಉಪಗುಂಪುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಸರಳೀಕರಿಸಿದ್ದೇವೆ.

1. ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆ
2. ಬಯರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ
3. ಸೆಲ್ಲರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ
4. ಗೇಟ್ವೇ ಶುಲ್ಕ
5. ONDC ಶುಲ್ಕಗಳು

ಡೆಲಿವೆರಿಯನ್ನು ಸಹ ಖರೀದಿದಾರರು ಪಾವತಿಸಿದರೆ, ಅದು ಕೂಡ ಅದೇ 5 ಘಟಕಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ. ಆರಂಭಿಕ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ, ಯಾವುದೇ ಗೇಟ್ವೇ ಅಥವಾ ONDC ಶುಲ್ಕಗಳಿಲ್ಲ.

## 1 ಖರೀದಿದಾರ ಬೆಲೆ:

ಖರೀದಿದಾರನ ಬೆಲೆ 1 ನೇ ಅಂಶವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಇದು ಸರಳವಾಗಿ, ಗ್ರಾಹಕರು ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಅಂತಿಮ ಬೆಲೆಯಾಗಿದೆ. ಅಂಶ 2,3, 4 ಮತ್ತು 5 + ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ತಿಳಿದುಕೊಂಡ ನಿವ್ವಳ 1 ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕುಡಿಸುತ್ತದೆ : ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಅರಿತುಕೊಂಡ ನಿವ್ವಳ ಮೊತ್ತ, ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅರ್ಜಿ ಶುಲ್ಕ , ಖರೀದಿದಾರರ ಅರ್ಜಿ ಶುಲ್ಕ , ಗೇಟ್ವೇ ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ONDC ಶುಲ್ಕಗಳು.

GST ಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆಯು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಘೋಷಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ಅಂತಿಮ ಬೆಲೆಯಾಗಿದೆ. ಈ ಬೆಲೆ ಎಂದಿಗೂ ಗರಿಷ್ಠ ಚಿಲ್ಲರೆ ಬೆಲೆಯನ್ನು (MRP) ಮೀರಬಾರದು ಎಂಬುದನ್ನು ನೆನಪಿನಲ್ಲಿಡಿ.

ನಂತರ ನೀವು ವಿತರಣಾ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದೀರಿ ಅದು ವಿತರಣಾ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ವಿಧಿಸುವ ಶುಲ್ಕವಾಗಿದೆ.

ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಅನುಕೂಲಕರ ಶುಲ್ಕಗಳು ಇತರ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಸೇರುತ್ತವೆ.

ಮತ್ತು ಅಂತಿಮವಾಗಿ, ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಒದಗಿಸಿದ ರಿಯಾಯಿತಿಗಳನ್ನು ಸಹ ನಾವು ಸೇರಿಸುತ್ತೇವೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಎಷ್ಟು ಪಾವತಿಸಬೇಕು ಎಂಬುದನ್ನು ಇದು ನಿಖರವಾಗಿ ನಿಮಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ.

## 2 ಬಯರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ:

ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದ ಶೇಕಡಾವಾರು (ಮೊದಲ ನಾಲ್ಕು ಉಪ-ಪಾಯಿಂಟ್‌ಗಳ ಸಂಚಿತ) ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಿಂದ ಪ್ರತಿ ಯಶಸ್ವಿ ಆರ್ಡರ್ ಗೆ ನಿಗದಿತ ಮೊತ್ತವಾಗಿ ಪೈಂಡರ್ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಬಹುದು. ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಪ್ರಸ್ತಾವಿತ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ಒಪ್ಪದಿದ್ದರೆ, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರು ವಹಿವಾಟನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಲು ನಿರಾಕರಿಸಬಹುದು.



### 3 ಸೆಲ್ಲರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ:

ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ತಮ್ಮ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಐಟಂಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಯಶಸ್ವಿ ಆರ್ಡರ್ ಗೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಬಹುದು, ಅದರ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ನಿರ್ಧರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅಂತಹ ನಿರ್ಣಯದಲ್ಲಿ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅವರು ಹಾಗೆ ಮಾಡಲು ಬಯಸಿದರೆ ಅಂತಹ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ತಮ್ಮ ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿಸಲು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು.

ಈ ಶುಲ್ಕದ ಮೊತ್ತ ಮತ್ತು ಮಾದರಿಯನ್ನು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ನಡುವೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಬಯಸಿದಲ್ಲಿ ಈ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಬೆಲೆಗೆ ಸೇರಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಈ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ನಿರ್ಧರಿಸುವಲ್ಲಿ ONDC ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ಮೇಲಿನ ಪಾಯಿಂಟಿಂಗ್‌ಗಳನ್ನು ವಿವರಿಸಲು ಒಂದು ಉದಾಹರಣೆ ಕೆಳಗಿನಂತಿದೆ:

ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯೊಂದಿಗೆ ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

### 4 ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್:

ಇದರರ್ಥ ವಿತರಣಾ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ - ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ಆದೇಶವನ್ನು ಹೇಗೆ ರವಾನಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚುವರಿ ವೆಚ್ಚಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ವಿತರಣಾ ಪಾಲುದಾರರನ್ನು ನೇಮಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಅವರ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಅವರು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಶುಲ್ಕ ವಿಧಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ವಿಧಿಸಬಾರದು.

## 5

**ONDC ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ಗೇಟ್ವೇ ಶುಲ್ಕ:** ಗೇಟ್ವೇಗಳು ಮತ್ತು ONDC ಗಳು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಇಬ್ಬರಿಗೂ ಅವರ ಒಪ್ಪಂದಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸಬಹುದು. ಆರಂಭಿಕ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ಗೇಟ್ವೇ ಮತ್ತು ONDC ಸೇವೆಗಳು ಉಚಿತವಾಗಿ ಲಭ್ಯವಿವೆ.

ಈ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಗೆ ಸೇರಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಪಾವತಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಈ ಕೆಳಗಿನ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಒಪ್ಪುತ್ತಾರೆ (ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ, ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಸಂಗ್ರಹಣೆ ಮತ್ತು ವಸಾಹತು ನಿಯಮಗಳು):

- **ಬಯರ್ ಅಪ್ ಶುಲ್ಕ:** ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದ ಶೇಕಡಾವಾರು ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಯಶಸ್ವಿ ಆದೇಶಕ್ಕೆ ನಿಗದಿತ ಮೊತ್ತ
- **ಈವೆಂಟ್ ಟ್ರಿಗ್ಗರ್:** ಆರ್ಡರ್ ಡೆಲಿವರಿ, ಆರ್ಡರ್ ರಿಟರ್ನ್, ರಿಟರ್ನ್ ಅವಧಿಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸುವುದು ಇತ್ಯಾದಿ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ (ಭಾಗಶಃ ಅಥವಾ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ) ರಿಸೀವರ್ನೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಗೊಳಿಸಲು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಈವೆಂಟ್ ಅನ್ನು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾಗಿದೆ

- **ಸೆಟಲೆಂಟ್ ವಿಂಡೋ:** ಈವೆಂಟ್ ಟ್ರಿಗ್ಗರ್ ಮತ್ತು ಪಾವತಿಗಳ ಇತ್ಯರ್ಥದ ನಡುವಿನ ಸಮಯದ ಅವಧಿ. ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಸಾಗಣೆ, ಅಥವಾ ವಿತರಣೆಯ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಕೆಲಸದ ದಿನಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಅಥವಾ ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋದ ಅಂತ್ಯ
- **ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮೊತ್ತ:** ಈವೆಂಟ್ ಟ್ರಿಗ್ಗರ್ ಆಗುವವರೆಗೆ ಪಾವತಿಯ ಸಂಗ್ರಹಕರು ತಡೆಹಿಡಿಯುವ ಶೇಕಡಾವಾರು ಮೊತ್ತವನ್ನು ತಡೆಹಿಡಿಯುವ ಮೊತ್ತವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಖರೀದಿದಾರ NP 50% ನಂತರದ ವಿತರಣೆಯನ್ನು ಮತ್ತು ಉಳಿದ 50% ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋದ ನಂತರದ ಅಂತ್ಯವನ್ನು ವಿತರಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು
- **ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋ:** ಡೆಲಿವರಿ ಅಥವಾ ಸಾಗಣೆ ಅಥವಾ ಸಂಗ್ರಹಣೆಯಿಂದ ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್ ದಿನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ (ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತೆ) ಅದರೊಳಗೆ ಖರೀದಿದಾರರು ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಬಹುದು (ಹಿಂತಿರುಗಿಸಬಹುದಾದರೆ)

## ರದ್ದತಿ ಮತ್ತು ಮರುಪಾವತಿ:

ರಿಟರ್ನ್ಸ್, ರದ್ದತಿಗಳು, ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಐಟಂಗಳ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಮರುಪಾವತಿಯನ್ನು ಈ ಕೆಳಗಿನಂತೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ:

- **ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಆರ್ಡರ್:** ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ (ಅಂದರೆ, ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್) ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಘಟಕವು ಆರ್ಡರ್ ದೃಢೀಕರಣದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರೊಂದಿಗೆ ಒಪ್ಪಿದಂತೆ ಯಾವುದೇ ರದ್ದತಿ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಕಡೆಮೆ ಮಾಡಲು ಜವಾಬ್ದಾರಾಗಿರುತ್ತಾರೆ. , ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ. ಅಂತಹ ಮರುಪಾವತಿಗಳಿಗಾಗಿ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ ಸೇರಿದಂತೆ ಆದರೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ವಸಾಹತು ನಿಯಮಗಳು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ನಡುವೆ ಮಾತ್ರ ಇರುತ್ತದೆ.
- **COD ಆರ್ಡರ್ ವಿತರಣೆಯ ಮೊದಲು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ:** ವಿತರಣೆಯ ಮೊದಲು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ, ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪಾವತಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ ಹಾಗಾಗಿ ಯಾವುದೇ ಮರುಪಾವತಿ ಇರುವುದಿಲ್ಲ. ಶಿಪ್ಪಿಂಗ್ ಮತ್ತು RTO ಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಎಲ್ಲಾ ಶುಲ್ಕಗಳು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯಿಂದ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮತ್ತು ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ನಡುವಿನ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಆಧರಿಸಿರುತ್ತದೆ .
- **COD ಆರ್ಡರ್:** ಡೆಲಿವರಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ನಂತರ ಖರೀದಿದಾರನು COD ಆರ್ಡರ್‌ಗಾಗಿ ಮರುಪಾವತಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರೆ, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NPOಯ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಘಟಕವು ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯಿಂದ ಖರೀದಿದಾರನ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಮರುಪಾವತಿಯನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುತ್ತದೆ. ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ , ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ , ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ವೆಚ್ಚ ಸೇರಿದಂತೆ ಎಲ್ಲಾ ವಸಾಹತು ನಿಯಮಗಳು, ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ನಡುವೆ ಮಾತ್ರ ಇರುತ್ತದೆ.
- ಒಮ್ಮೆ ವಸಾಹತು ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಯಾವುದೇ ಮರುಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ನಡೆದ ನಂತರ ಆರ್ಡರ್ ಪ್ರಯಾಣವನ್ನು ಮುಚ್ಚಲಾಗುತ್ತದೆ.



## ಅಧ್ಯಾಯ 10

# ತೆರಿಗೆ

ದೇಶದೊಳಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ ಯಾವುದೇ ವ್ಯಾಪಾರವು ತೆರಿಗೆ ಕಾನೂನುಗಳಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಅದರ ತೆರಿಗೆ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಸಮಯೋಚಿತವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು. ಆದ್ದರಿಂದ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅದರ ತೆರಿಗೆ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಸರಣೆ ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿನ ಅವರ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಗೆ ಅನ್ವಯಿಸುವ ಎರಡು ಮುಖ್ಯ ವಿಧದ ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಗಳು (i) ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ 1961 ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ತೆರಿಗೆ ಕಡಿತ (TDS) ಕಟ್ಟುಪಾಡುಗಳು ಮತ್ತು (ii) GST ಕಾನೂನುಗಳು. GST ಕಾನೂನುಗಳಲ್ಲಿ, ಎಲ್ಲಾ NP ಗಳು CGST ಕಾಯಿದೆ 2017 (ಮತ್ತು ಅದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಮಾಡಿದ ನಿಯಮಗಳು) ನಿಬಂಧನೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬೇಕು. ರಾಜ್ಯ GST ಕಾನೂನುಗಳು ಸಹ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು NP ಗಳು ಅವುಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಗಮನ ಹರಿಸಬೇಕು, ಈ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳು ರಾಜ್ಯದಿಂದ ರಾಜ್ಯಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತವೆ.

### ಈ ಭಾಗದಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಪ್ರಮುಖ ಟೀಕ್‌ಅವೇಗಳು:

- ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುವ ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆ
- ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬದಿಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಗಳು ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟು ಮಟ್ಟದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರ ಅನುಕೂಲಕ್ಕಾಗಿ, ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ ಮತ್ತು GST ಕಾನೂನುಗಳ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾದ ಅನ್ವಯಿಕೆ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಯ ಕುರಿತು ONDC ಸೂಚನೆಯ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವನ್ನು ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿದೆ. ಸ್ಥೂಲವಾಗಿ, ONDC ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ತೆರಿಗೆ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳಲ್ಲಿನ ಯಾವುದೇ ವಹಿವಾಟನ್ನು ಎರಡು ತಲೆಗಳಾಗಿ ವಿಂಗಡಿಸಬಹುದು:

## 1 ನಿಜವಾದ ಸಜ್ಜೆ ಮೇಲೆ ತೆರಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಗಳು

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಘಟಕಗಳು ಅಂದರೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಖರೀದಿದಾರರಿಂದ ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವೆಯ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ತೆರಿಗೆಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಗಳಾಗಿವೆ.

## 2 ವಿವಿಧ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ಸ್ ವಿಧಿಸುವ ಕಮಿಷನ್ /ಶುಲ್ಕಗಳ ಮೇಲಿನ ತೆರಿಗೆ ಪರಿಣಾಮಗಳು

ಇವು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಘಟಕಗಳು ಅಂದರೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಲಾದ ಪೂರೈಕೆಯ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತಮ್ಮ ಗಳಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೈಗೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ತೆರಿಗೆ

ಅನುಸರಣೆಗಳು. ಬೇರೆ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಹೇಳುವುದಾದರೆ, ಇವು ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕಗಳು ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಶುಲ್ಕಗಳಿಗೆ ಅನ್ವಯವಾಗುವ ತೆರಿಗೆಗಳಾಗಿವೆ.

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ತೆರಿಗೆ ಕಾನೂನುಗಳನ್ನು ಓದುವುದು ಮತ್ತು ಅಸ್ತಿತ್ವದಲ್ಲಿರುವ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸುವುದು ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಲಾದ ಎರಡು ಮುಖ್ಯಸ್ಥರಿಗೆ ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಯು ಎರಡು ವರ್ಗಗಳ ಪರಿಗಣನೆಗಳಿಂದ ಪ್ರಭಾವಿತವಾಗಿರುತ್ತದೆ ಎಂದು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬದಿಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಗಳು ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟು ಮಟ್ಟದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು. ಈ ಎರಡನ್ನೂ ಕೆಳಗೆ ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

## 1 ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಡೆಯ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಗಳು

ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಡೆಯ ಮಾದರಿಗಳು ಮೂರು ವಿಧಗಳಾಗಿವೆ, ಅವುಗಳೆಂದರೆ.

- ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಮಾದರಿ - ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ತನ್ನದೇ ಆದ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದು ಅಲ್ಲಿ ಅದರ ಸರಕುಗಳು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ONDC ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ, ಇದು ಎಲ್ಲಾ ಇನ್ವೆಂಟರಿ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ತೆರಿಗೆ ಕಾನೂನುಗಳ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ, ಸರಕು/ಸೇವೆಗಳ ಪೂರೈಕೆಯು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಪರೇಟಿಂಗ್‌ನಿಂದ ಆಗಿದೆ.

- **ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮಾದರಿ** - ಈ ಮಾದರಿಯಲ್ಲಿ, ಖರೀದಿದಾರರು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಪರೇಟರ್ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಸರಕು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಬಹುದು. ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ, ಚಲನಶೀಲತೆ ಮತ್ತು F&B ವರ್ಗಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ, ಇದು Marketplace ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ತೆರಿಗೆ ಕಾನೂನುಗಳ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ, ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯು ತನ್ನ ಸೇವೆಗೆ ಶುಲ್ಕವನ್ನು ವಿಧಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸರಕು/ಸೇವೆಗಳ ನಿಜವಾದ ಪೂರೈಕೆಯು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಇರುತ್ತದೆ.
- **ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್ ಮಾದರಿ** - ಅಗ್ರಿಗೇಟರ್ ಮಾದರಿಯು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಹೋಲುತ್ತದೆ ಅಂದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಪರೇಟರ್ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಸರಕು/ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, GST ಕಾನೂನಿನ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ, ಕೆಲವು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಸೇವೆಗಳ ಮೇಲೆ, ಕೆಲವು ಷರತ್ತುಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಿದರೆ, ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಆಪರೇಟರ್ ಮೇಲೆ GST ಪಾವತಿಸುವ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆ ಇರುತ್ತದೆ. ವ್ಯಾಪಾರ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ, ಈ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಸಂಗ್ರಾಹಕರು ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ. ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ, ಇವರು F&B ಅಥವಾ ಮೊಬೈಲಿಟಿ ಸೆಕ್ಟರ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುವ Marketplace ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್.

## 2

### ವಹಿವಾಟು ಮಟ್ಟದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು

ಅನೇಕ ವಹಿವಾಟು-ಹಂತದ ಗುಣಲಕ್ಷಣಗಳು ತೆರಿಗೆ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಬಹುದು:

- ಪಾವತಿಯನ್ನು ಯಾರು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ್ದಾರೆ?

- ಸಪ್ಲೈ ರಾಜ್ಯದೊಳಗೆ ಅಥವಾ ಅಂತರ-ರಾಜ್ಯವೇ?
- ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನು ಯಾರು ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದರು?
- ರಿಯಾಯಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿದ್ದರೆ, ಅದನ್ನು ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರು ನೀಡುತ್ತಾರೆಯೇ?
- ಯಾವುದೇ ವಹಿವಾಟಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ತಮ್ಮ ತೆರಿಗೆ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯನ್ನು ನಿರ್ಣಯಿಸಲು NP ಉತ್ತರಿಸಬೇಕಾದ ಕೆಲವು ಪ್ರಶ್ನೆಗಳು ಇವು.

ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಘಟಕಗಳಾಗಿದ್ದು, ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆಯ ಸೆಕ್ಷನ್ 194-ಒ ಮತ್ತು ಸಿಜಿಎಸ್ಸಿ ಕಾಯಿದೆಯ ಸೆಕ್ಷನ್ 52 ರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಅವರ ಅನುಸರಣೆ ಹೊರಗಟ ಬಗ್ಗೆ ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಗಮನ ಹರಿಸಬೇಕು.

ತೆರಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಯ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚಿನ ವಿವರವಾದ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನಕ್ಕಾಗಿ, ದಯವಿಟ್ಟು ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಿಂದ ಲಭ್ಯವಿರುವ ತೆರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ದಾಖಲೆಗಳನ್ನು ನೋಡಿ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ತೆರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು, NP ಯಾವಾಗಲೂ ತಮ್ಮ ತೆರಿಗೆ ಬಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಚಾರ್ಟರ್ಡ್ ಅಕೌಂಟೆಂಟ್ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ತೆರಿಗೆ ಸಲಹೆಗಾರರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸಬೇಕು. ಈ ವಿಷಯದಲ್ಲಿ ONDC ಯು ಮಾರ್ಗದರ್ಶನವು ಸಮಗ್ರವಾಗಿರುವುದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ನಿಯಮಿತವಾಗಿ ನವೀಕರಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

# ತೀರ್ಮಾನ

ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಸಮರ್ಥವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಆಂತರಿಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್ ಪ್ರಯಾಣದ ವಿವಿಧ ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಹ್ಯಾಂಡ್ಲು ಉದ್ದೇಶವು ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸ್ಟೋರ್ ಅನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮತ್ತು ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಕೆಳಗಿನ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ:

- ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆನ್ ಬೋರ್ಡಿಂಗ್
- ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ನಿರ್ವಹಣೆ
- ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್
- ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್
- ಗ್ರಾಹಕರ ಸಮಸ್ಯೆ ನಿರ್ವಹಣೆ
- ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆ ಯೋಜನೆ
- ಬಯರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಗಳಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರ ಅನುಭವವನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು
- ಪಾವತಿ ಮತ್ತು ಇತ್ಯರ್ಥ

ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಉತ್ತಮ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸುತ್ತಾರೆ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆಯನ್ನು ಕಾಣಬೇಕು. ಮೇಲಿನ ಯಾವುದೇ ಹಂತದ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆ ಕುಸಿತಗಳು ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯಲ್ಲಿ ಸುಧಾರಣೆ ಅಗತ್ಯವಿದ್ದರೆ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಈ ಕೈಪಿಡಿಗಿ ಹಿಂತಿರುಗಬೇಕು. ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಮಿಸ್ಸಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ದೈನಂದಿನ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಬೇಕೆಂದು ನಾವು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡುವ ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಕೆಳಗೆ ನೀಡಲಾಗಿದೆ.

ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ			
Sno	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ವಿಧಿಯಾ	ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್	ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ
1	ಸಾಗಣೆಯಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬ	<p>ರವಾನೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ಗ್ರಾಹಕರು ಆಡರ್ ಅನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟ ನಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಭವಿಷ್ಯದ ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಟ್ಟದ ಆಡರ್ ಬಾಕಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ (ಆಡರ್ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಬಾಕಿ ಇರುವ ಆದೇಶಗಳ ಸರಾಸರಿ ವಯಸ್ಸಾದ)</li> <li>ವೇಗದ ಸಾಗಣೆಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಾಕಿ ಇರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿ.</li> </ul>
2	ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗಳು	<p>ಹೆಚ್ಚಿನ ರದ್ದತಿಯು ಇದಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಭವಿಷ್ಯದ ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ.</li> <li>ಬಯರ್ ನೆಟ್ಟರ್ಕ್ ಪಾರ್ಸಿಸಿಪಾಂಟ್ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸದ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಫಿಲ್ಟರ್ ಮಾಡಲು ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬಹುದು, ನಂತರ ಅವರು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಗೋಚರಿಸುವುದಿಲ್ಲ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗೂ ನಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ (ರದ್ದತಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ರದ್ದತಿಗಳು, ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪ್ರಕಾರ ಮಾರಾಟಗಾರರ NP ಗಾಗಿ ರದ್ದತಿಗಳ % ಪಾಲು)</li> <li>ಡೇಟಾದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ</li> <li>ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಿ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯು ಸುಧಾರಣೆಗಳನ್ನು ಶಿಫಾರಸು ಮಾಡಿ, ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿಗಳು, ದಾಸ್ತಾನು ನಿರ್ವಹಣೆ, ಆಡರ್ ನಿರ್ವಹಣೆ ಅಥವಾ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಬೆಲೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ತಲೆಬೀಜಿ ನಡೆಸುವುದು</li> <li>ಪುನರಾವರ್ತಿತ ವೈಫಲ್ಯಗಳ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಎಚ್ಚರಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಿ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಸರಿಪಡಿಸುವ ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಹೊರತು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಯಿಂದ ಪರಿಶೀಲಿಸದ ಹೊರತು ಸ್ವೀಯಗೊಳಿಸಿ</li> </ul>
3	ಬಿಂಗಡಣೆ ಪರಿಶೀಲನೆ	<p>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಬಿಂಗಡಣೆಯ ಕಡಿಮೆಯಾದರೆ ಅದು ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗಾಗಿ ಮಾರಾಟ/ಸಂಭಾವ್ಯ ಭವಿಷ್ಯದ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿ ಇಳಿಕೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಟ್ಟದ ಬಿಂಗಡಣೆ ಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಬಿಂಗಡಣೆಯ ಹಿಂದಿನ ಡೇಟಾದೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಕೆ ಮಾಡಿ</li> <li>ಅಂತರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಮತ್ತು ದಾಸ್ತಾನು ಅಗಲ ಮತ್ತು ಅಳವಡನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸಲು/ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ</li> </ul>



### ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ

Sno	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ಬರಿಯಾ	ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್	ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ
4	ಖರೀದಿದಾರ ಹೆಚ್ಚಳ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸಮಯಕ್ಕೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸದಿರುವುದು ಅಂತಹ ವಿನಂತಿಗಳಿಗಾಗಿ SLA ಉಲ್ಲಂಘನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>SLA ಯ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯು ಅನುಸರಣೆ ಉಲ್ಲಂಘನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ, ಅಲ್ಲಿ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ IGM ನೀತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಖರೀದಿದಾರರು ವೃದ್ಧಿಗೊಂಡ ತೆರೆದ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಖರೀದಿದಾರನ ರಿಟರ್ನ್/ಮರುಪಾವತಿ/ರದ್ದತಿ ವಿನಂತಿಗಳ ಮೇಲೆ ಸಕಾಲಿಕ/ಸೂಕ್ತವಾಗಿ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಿ</li> <li>ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಚರ್ಚಿಸಿ/ಕೆಲಸ ಮಾಡಿ.</li> </ul>
5	ಕರಾರುಗಳು	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಹೆಚ್ಚಿನ ಕಾರ್ಯ ಬಂದವಾಳವನ್ನು ಹೊಡೆಕೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡುವ ವಿಚ್ಛೇದನ ಪ್ರಮಾಣಾನುಗುಣವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಖರೀದಿದಾರರ NP ಯಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಬಾಕಿಯಿರುವ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ರಚಿಸಿ/ಡೆ/ಸೆಲ್ಲರ್ ಮಾಡಿ</li> <li>ವಿಳಂಬಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರ NP ಗಳಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ</li> <li>ಹಳೆಯ ಮುಕ್ತ ಪಾವತಿ ಬಾಕಿಯಿರುವ ಏರಿಕೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> </ul>
6	ಪಾವತಿಗಳು	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಮಯೋಚಿತವಾಗಿ ಪಾವತಿಸದಿದ್ದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ತೆಗೆದುಹಾಕುತ್ತಾರೆ ಅಥವಾ ಪರ್ಯಾಯ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಹೋಗುತ್ತಾರೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರ ಬಾಕಿ ಪಾವತಿ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>SLA ಪ್ರಕಾರ ಪಾವತಿಗೆ ಹೊಂದಿಸಿ ಮತ್ತು UTR ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ನವೀಕರಿಸಿ</li> </ul>
7	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಏರಿಕೆಗಳು	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸದಿರುವುದು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಮತ್ತು NP ಯಿಂದ ಸಂಭವಿಸಿಯ ನಿರ್ಗಮನಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬ್ಯಾಂಡ್ವಿಡ್ ಬೆಳವಣಿಗೆಯ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಬದಲು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಮೇಲೆ ಹೋಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಪಡೆದ ಹೆಚ್ಚಳವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ; ಪಾವತಿ ವಿಳಂಬಗಳು, ಸಾರಿಯಲ್ಲಿನ ಕಾನೂನು, ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಅಪ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ದ ವಿತರಣಾ ವಿಳಂಬಗಳು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಿಷಯವನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ</li> </ul>
8	ಕಡಿಮೆ ಪ್ರದರ್ಶನಕಾರರನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವುದು	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಾಗಿ ಉತ್ತಮ ಪ್ರದರ್ಶನ ನೀಡದ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಟ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಮುಖ್ಯವಾಗಿದೆ</li> <li>ಅಂತಹ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸುವುದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಕಾರ್ಯ ಕ್ಷಮತೆಯ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಎಳೆಯುವ ಉನ್ನತ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಒಳನೋಟಗಳನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮಟ್ಟದ ಡೇಟಾವನ್ನು ರಚಿಸಿ.</li> <li>ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಣೆ ಮಾಡದ ಉನ್ನತ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಸಭೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ (ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಮಯ ಸಾಗಣೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಸ್ಕಾಟ್ ಹೊರಗಿದೆ)</li> <li>ಮಾರಾಟಗಾರ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡಿ</li> <li>ಎಚ್ಚರಿಕೆಗಳನ್ನು ಸಂವಹನ ಮಾಡಿ</li> <li>ಸಮಸ್ಯೆಯು ತೀವ್ರತೆಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ನಿಷ್ಪಿಯಗೊಳಿಸಿ</li> <li>ಹಿಂದಿನ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> </ul>

### ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ಧೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ

Sno	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ವಿಧಿಯಾ	ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್	ಧೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ
9	ಮಾರಾಟಗಾರರ ತರಬೇತಿ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ತರಬೇತಿಯು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ, ಇದು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ಉತ್ತಮ ಒಟ್ಟಾರೆ ಕಾರ್ಯ ಕ್ಷಮತೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ</li> <li>ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಡ್ಯಾಶ್‌ಬೋರ್ಡ್ ಬಳಸಿ ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್, ಇನ್‌ವೆಂಟರಿ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ಅವಧಿಗಳನ್ನು ನಡೆಸುವುದು</li> </ul>
10	ಮಾರಾಟಗಾರರ ವಿಸ್ತರಣೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಈ ವ್ಯಾಯಾಮವು NP ಗಳು ಪ್ರಸ್ತುತ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತವಾಗಿರಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಕ್ಕಾಗಿ ಅವರ ವಿಂಗಡಣೆಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಇದು ಹೊಸ ವಿಂಗಡಣೆಯ ಮೂಲಕ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿನ ಅಂತರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ</li> <li>ಹೊಸ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅನ್ವೇಷಣೆಗಾಗಿ BD ತಂಡವನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ</li> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸ್ವಾಧೀನ ಕೊಠಡಿಯಲ್ಲಿ ಪೈಪ್‌ಲೈನ್ ಮತ್ತು ಜಲನೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ವ್ಯಾಪಾರ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳಿಗಾಗಿ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯೊಂದಿಗೆ ಹೊಸ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ತರಬೇತಿ ನೀಡಿ</li> </ul>
11	ಖಾತೆ ನಿರ್ವಹಣೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಇದು ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಭಾವ್ಯ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಈ ಮಾರಾಟಗಾರರು ಮತ್ತು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಗಳಿಗೆ ಗರಿಷ್ಠ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಹೊರತೆಗೆಯಲು ಅವರನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂತಹ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸಲು ಮತ್ತು ಸುಧಾರಿಸಲು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಪ್ರಮುಖ ಖಾತೆಗಳ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ (ಆಧಾರಿತ ಪ್ರಸ್ತುತ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಕ್ಕೆ, ವಿಂಗಡಣೆ, ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮತ್ತು ಇತರ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮಾಣ, ಆರ್ಥಿಕ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರಾಟದಲ್ಲಿನ ಅನುಭವ)</li> <li>ಈ ಮಾರಾಟಗಾರರೊಂದಿಗೆ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಾಗಿ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ</li> <li>ಹಿಂದಿನ ಚರ್ಚೆಗಳ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> </ul>

### ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ

Sno	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ವಿರಿಯಾ	ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್	ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ
1	ಆರ್ಡರ್ ಪೆಂಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ರದ್ದತಿ	<p>ರವಾನೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ಗ್ರಾಹಕರು ಆದೇಶವನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul> <p>ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಳ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್ ರೇಟಿಂಗ್ ಇದು ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಭವಿಷ್ಯದ ಮಾರಾಟದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ</li> </ul>	<p>ರವಾನೆಗಾಗಿ ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿರುವ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಸಾಗಣೆಗೆ ಹೊಂದಿಸಿ:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ರವಾನೆಗಾಗಿ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಸಿದ್ಧಗೊಳಿಸಿ: ಇನ್ವಾಯ್‌ಗಳನ್ನು ಮುದ್ರಿಸುವುದು, ಸರಕುಪಟ್ಟಿಯೊಂದಿಗೆ ಪ್ಯಾಕಿಂಗ್, ಸಾಗಣೆ ಲೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಅಂಟಿಕೊಳ್ಳಿ</li> <li>ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಮೂಲಕ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ರವಾನೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಿ ಅಥವಾ</li> <li>ಸ್ವಯಂ ಸಾಗಣೆಯ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಸಮನ್ವಯಗೊಳಿಸಿ</li> </ul> <p>ದಾಸ್ತಾನು ಲಭ್ಯವಿಲ್ಲದಿದ್ದರೆ, ನಂತರ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ಆರ್ಡರ್ ರವಾನೆಯ ಟ್ರೆಮ್‌ನ ಪ್ರಕಾರ ಮೂಲ ದಾಸ್ತಾನು</li> <li>ಆದೇಶವನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಿ ಮತ್ತು ಭವಿಷ್ಯದ ಆದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ರದ್ದತಿಯ ಕಾರಣವನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿ</li> </ul>
2	ಗ್ರಾಹಕರ ದಿನಾಂಕಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದು	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸಮಯಕ್ಕೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸದಿರುವುದು ಅಂತಹ ದಿನಾಂಕಿಗಳಿಗಾಗಿ SLA ಉಲ್ಲಂಘನೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.</li> <li>SLA ಯ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯು ಮಾರಾಟಗಾರರ ರೇಟಿಂಗ್ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇದು ಅನುಸರಣೆ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯಾಗಿದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ IGM ನೀತಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಖರೀದಿದಾರರು ಸಮಯವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಖರೀದಿದಾರರ ರಿಟರ್ನ್ ಮತ್ತು ರದ್ದತಿ ದಿನಾಂಕಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟಿನ ಆಧಾರದ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ರಿಟರ್ನ್ ದಿನಾಂಕಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ / ತಿರಸ್ಕರಿಸಿ</li> <li>ರದ್ದತಿ ದಿನಾಂಕಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಿ / ತಿರಸ್ಕರಿಸಿ</li> </ul>
3	ಇನ್ವೆಂಟರಿ/ರಾವಸ್ತು ಪರಿಶೀಲನೆ & ನವೀಕರಿಸಿ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ದಾಸ್ತಾನು/ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸದಿರುವುದು ಸ್ಟಾಕ್ ಇನ್ವೆಂಟರಿಯಿಂದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಇರಿಸಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ಹಂತ 1 ರಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ವಿಳಂಬಗಳು ಮತ್ತು ರದ್ದತಿಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಪ್ಲಾನೆಲ್ಲಲ್ಲಿರುವ ದಾಸ್ತಾನುಗಳೊಂದಿಗೆ ನಕ್ಷೆ ಭೌತಿಕ ದಾಸ್ತಾನು ಲಭ್ಯವಿದೆ</li> <li>ಮಾರಾಟಗಾರರ ಫಲಕದಲ್ಲಿ ಸರಿಯಾದ ದಾಸ್ತಾನು/ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ನವೀಕರಿಸಿ.</li> </ul>
4	ದಾಸ್ತಾನು ಯೋಜನೆ & ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ದಾಸ್ತಾನು ಯೋಜನೆ ಮಾಡದಿದ್ದರೆ, ಮಾರಾಟಗಾರನು ಸ್ಟಾಕ್ ಇಲ್ಲದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ಇದು ಸ್ಟಾಕ್ ಔಟ್ ಅವಧಿಯವರೆಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ದಾಸ್ತಾನು ಕೊರತೆಗಳನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯಲು ಪರಿಮಾಣವನ್ನು ಕ್ರಮಗೊಳಿಸಲು ಪ್ರಸ್ತುತ ದಾಸ್ತಾನು / ಕಟ್ಟಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ನಕ್ಷೆ ಮಾಡಿ</li> <li>ಗುರುತಿಸಲಾದ ಅಂತರಗಳ ಪ್ರಕಾರ ವ್ಯಾಪಾರಕ್ಕಾಗಿ ದಾಸ್ತಾನು/ಕಟ್ಟಾ ವಸ್ತುಗಳನ್ನು ಆರ್ಡರ್ ಮಾಡಿ</li> <li>ನಿಮ್ಮ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಮಾಡಿದ ಹಳೆಯ ಆದೇಶಗಳ ವಿತರಣೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> </ul>

### ಸೆಲ್ಲರ್ NP ಯ ದೈನಂದಿನ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ

Sno	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ವಿವರ	ಇಂಪ್ಯಾಕ್ಟ್	ದೈನಂದಿನ ಚಟುವಟಿಕೆ ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ
5	ಮಾನಿಟರಿಂಗ್ ವೆಬ್ & ಬೆಲೆಯನ್ನು ಮಾರ್ಪಡಿಸುವುದು	ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾವಣೆಯೊಂದಿಗೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸಮಯೋಚಿತ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಬದಲಾಯಿಸದಿದ್ದರೆ ಎರಡು ಸನ್ನಿವೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ: <ul style="list-style-type: none"> <li>ಕಡಿಮೆ ಮಾರ್ಪಡಿಸಲು ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವುದರಿಂದ ಮಾರಾಟಗಾರನಿಗೆ ನಷ್ಟ ಅಥವಾ</li> <li>ಅದೇಶದ ರದ್ದತಿ, ಹಂತ 1 ರಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾದ ಪರಿಣಾಮಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU/ಉತ್ಪನ್ನವಾರು ಬೆಲೆ ಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಬದಲಾವಣೆಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ಯಾವುದೇ ಬೆಲೆ ದೋಷಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಸರಿಪಡಿಸಿ</li> </ul>
6	ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಮಾರಾಟ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸ್ವರೂಪತೃಪ್ತಿಯ ಬೆಲೆ ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ಕೊಡುಗೆಗಳನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸುವುದರಿಂದ ಖರೀದಿದಾರರು ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU/ಉತ್ಪನ್ನವಾರು ಮಾರಾಟ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ಮಾರಾಟವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಬೆಲೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು/ಸಾಧ್ಯವಾದಲ್ಲಿಲ್ಲಾ ಪ್ರಸ್ತಾವವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿ</li> </ul>
7	ಸ್ವೀಕೃತಿ ಚೆಕ್	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸ್ವೀಕೃತಿಗಳಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬವು ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಕೆಲಸದ ಬಂಡವಾಳ/ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.</li> <li>ಇದು ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟವನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಲು ದಾಸ್ತಾನು ಖರೀದಿಗೆ ನಿಧಿಯನ್ನು ನೀಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಸಾಧ್ಯವಾಗುವುದಿಲ್ಲ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಬಾಕಿ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ವಿಳಂಬಗಳಿದ್ದಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ</li> <li>ಹಿಂದಿನ ಮುಕ್ತ ಪಾವತಿ ಏರಿಕೆಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> </ul>
8	ಪಾವತಿ ಸಂಭವಿಸಿದ ಚೆಕ್	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಪೂರೈಕೆದಾರರಿಗೆ ಸಕಾಲಿಕವಾಗಿ ಪಾವತಿಸದಿರುವುದು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಭವಿಷ್ಯದ ಪೂರೈಕೆಯ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಬಹುದು</li> <li>ಸಕಾಲಿಕ ಪೂರೈಕೆಯನ್ನು ಪಡೆಯದಿರುವುದು ಪೂರೈಕೆ ಇಲ್ಲದ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟದ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ನಿಮ್ಮ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಬಾಕಿ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ಅಗತ್ಯವಿರುವಲ್ಲಿ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿ</li> <li>ನಿಮ್ಮ ಪೂರೈಕೆದಾರರೊಂದಿಗೆ ಪಾವತಿಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ UTR ಅನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಿ</li> </ul>
9	ಹಾನಿಯ ಹೆಚ್ಚಳ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಹಾನಿ ಪ್ರಕರಣವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಟೈಮ್ ನ್ಯೂಜ್ ಸಮಯಾವಧಿಯ ನಂತರ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎತ್ತಿರೆ ಬಿನ್ನರಿಕೆಗಳನ್ನು ತಿರಸ್ಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ</li> <li>ನಿರಾಕರಣೆಯ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಯಾವುದೇ ಬೆಂಬಲಿರುವುದಿಲ್ಲ NPrand ಮಾರಾಟಗಾರನು ಹಾನಿಯ ಸಂಪೂರ್ಣ ವೆಚ್ಚವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ ಆದಾಯವನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಹಾನಿಗಾಗಿ ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ಸಾಗಣೆ/ಗ್ರಾಹಕರ ಕಡೆಯ ಹಾನಿಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಹೆಚ್ಚಿಸಿ</li> <li>ಹಳೆಯ ತೆರೆದ ಹಾನಿ ಉಲ್ಲೇಖಿಸಿದ ಪ್ರಕರಣಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ</li> <li>ಹಾನಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುವ ವ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿನ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ</li> <li>ವ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ</li> </ul>
10	ರಿಟರ್ನ್ ಅನಾಲಿಸಿಸ್	<ul style="list-style-type: none"> <li>ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ರಿಟರ್ನ್ ದೇಖಾವನ್ನು ನೋಡುವುದು ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯ ಮಟ್ಟ ಅಥವಾ ಪುನರಾವರ್ತಿತ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಒಂದು ಬಾರಿ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ ಭವಿಷ್ಯಕ್ಕಾಗಿ ಅಂತಹ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ದೀರ್ಘಾವಧಿಯವರೆಗೆ (1 ತಿಂಗಳು) ಗ್ರಾಹಕರ ರಿಟರ್ನ್ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಿ ಮತ್ತು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಉತ್ಪನ್ನ/ವರ್ಗ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ.</li> </ul>

ದಯವಿಟ್ಟು ಗಮನಿಸಿ, ಕೆಲವು ಹಂತಗಳ ಅವರ್ತನ ಮತ್ತು ಅನುಕ್ರಮವು ಕೆಲವು ವರ್ಗಗಳಿಗೆ ಸ್ವಲ್ಪ ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, F&B ವರ್ಗಕ್ಕೆ ಮಾರಾಟಗಾರನು ಮೊದಲು ಲೈವ್ SKU ದಾಸ್ತಾನುಗಳನ್ನು ಪರಿಶೀಲಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಅರ್ಡರ್‌ಗಳು ಹರಿದುಬರಲು ಪ್ರಾರಂಭಿಸುವ ಮೊದಲು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ ಹೊರಗಡೆ ಎಂದು ಗುರುತಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಅರ್ಡರ್ ಪ್ಯಾನೆಲ್‌ನಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರಬೇಕು.

## ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳ ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಪಟ್ಟಿ

ಆರ್ಡರ್ ಮ್ಯಾನೇಜ್‌ಮೆಂಟ್ ವಿಭಾಗದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚಿಸಲಾದ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಏಕೀಕೃತ ಟೇಬಲ್ ಅನ್ನು ಕೆಳಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಈ ಮೆಟ್ರಿಕ್‌ಗಳ ಪಟ್ಟಿಯ ವಿರುದ್ಧ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಯ ಕಾರ್ಯಕ್ಷಮತೆಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬಹುದು. ಏಕೆ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರದ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡುವುದು

ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ ಸೆಲ್ಲರ್ / ಸೆಲ್ಲರ್ NP			
ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಹೆಸರು	ಏಕೆ ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಪ್ರಸ್ತುತತೆ
ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ ದರ	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಸಮರ್ಥತೆಯಿಂದಾಗಿ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ರದ್ದುಪಡಿಸಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ದೃಢೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟ ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
-X% ನೊಂದಿಗೆ ಮಾರಾಟಗಾರರ % ಮಾರಾಟಗಾರರ ರದ್ದತಿ (SC)	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಗುಣಮಟ್ಟವನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	(-X% SC/ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಆರ್ಡರ್ಸ್ ದೃಢೀಕರಿಸುವ ಮಾರಾಟಗಾರರು) X 100	ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಗ್ರಾಹಕ ರದ್ದತಿ ದರ	ಗ್ರಾಹಕರ ರದ್ದತಿಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	(ಗ್ರಾಹಕರು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ) X100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಆರ್ಡರ್ ಬಾಕಿ %	ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗಳು, ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮತ್ತು ರವಾನೆಗಾಗಿ ಬಾಕಿಯನ್ನು ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	(ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ರವಾನಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ - ರದ್ದುಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ) X100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಸರಾಸರಿ ಆರ್ಡರ್ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ ಶಿಪ್ ಸಮಯ (O2S)	ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್‌ನ ಅಸಮರ್ಥತೆ ಮತ್ತು ದೃಢೀಕರಣದ ನಂತರ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಲಭ್ಯತೆಯಲ್ಲಿನ ಅಂತರದಿಂದಾಗಿ ವಿಳಂಬವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಆದೇಶವನ್ನು ದೃಢೀಕರಿಸಿದಾಗ ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್ ಅನ್ನು ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಿದಾಗ ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಅನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿರುವುದರ ನಡುವೆ ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಮಯದ ಸರಾಸರಿ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಮಾರಾಟಗಾರ NP
ಕಳುಹಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿಲ್ಲ ಆರ್ಡರ್ಸ್ ಸಮಯ ಉಲ್ಲಂಘನೆ %	ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಳಂಬದಿಂದಾಗಿ ವ್ಯವಸ್ಥಾಪಕರ ಅಳಿಯಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	ಇತಿವ ನಂತರ ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ / ಒಟ್ಟು ಯಾವುದೇ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಪ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಸರಾಸರಿ ರವಾನೆಗೆ ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ ರವಾನೆ ಸಮಯ	ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಪ್ರೋವೈಡರ್ ಪ್ಯಾಕೇಜಿಂಗ್ ಮೂಲಕ ಪಿಕ್‌ಅಪ್ ಮಾಡಲು ತೆಗೆದುಕೊಂಡ ಸಮಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ರವಾನಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ	ರೆಡಿ ಟು ಶಿಪ್ ಸ್ಟೇಜ್ ಮತ್ತು ಶಿಪ್ ಸ್ಟೇಜ್ ನಡುವಿನ ಎಲ್ಲಾ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳಿಗೆ ಸರಾಸರಿ ಸಮಯವನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಿ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಆರ್ಡರ್‌ಗಳು ಕಳುಹಿಸಲು ಸಿದ್ಧವಾಗಿದೆ ರವಾನೆ ETA ಉಲ್ಲಂಘನೆ %	ಪಿಕ್‌ಅಪ್‌ನಲ್ಲಿ Logistic ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ನಿಂದ ಟೈಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಉಲ್ಲಂಘನೆಯ ದರವನ್ನು ಗುರುತಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ	(ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ETA/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಿದ ನಂತರ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಆರ್ಡರ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ) X100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP

### ಪರಿಶೀಲನಾಪಟ್ಟಿ ಸೆಲ್ಲರ್/ಸೆಲ್ಲರ್ NP

ಮೆಟ್ರಿಕ್ ಹೆಸರು	ಏಕೆ ಟ್ರ್ಯಾಕ್ ಮಾಡಬೇಕು	ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ	ಪ್ರಸ್ತುತತೆ
ಗೆ ಆರ್ಟ್‌ಸೇಲ್ ರವಾನೆ ವಿತರಣೆ ETA ಉಲ್ಲಂಘನೆ %	Logistic ಸೆಲ್ಲರ್ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಆರ್ಟ್‌ಸೇಲ್ ಬದ್ಧವಾದ ಟೈಮ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಪೂರೈಸಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳ % ಅನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	(ಇತಿವ ಉಲ್ಲಂಘಿಸಿದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ/ಶಿಪ್ ಮಾಡಲಾದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳ ಒಟ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆ) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
RTO%	ಗ್ರಾಹಕರಿಗೆ ತಲುಪಿಸದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳ % ಅಳತೆಗಳು ನಂತರದ ಸಾಗಣೆ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರರಿಗೆ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಯಿತು	(ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಡೆಲಿವರಿ ಇಲ್ಲದೆ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಗಿದೆ/ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಲಾಗಿದೆ) X 100	ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಗ್ರಾಹಕ ರಿಟರ್ನ್ %	ವಿತರಣೆಯ ಸ್ವೀಕಾರದ ನಂತರ ಗ್ರಾಹಕರು ಹಿಂದಿರುಗಿದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ	(ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಡೆಲಿವರಿ ನಂತರ ಹಿಂತಿರುಗಿಸಲಾಗಿದೆ/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಲಾಗಿದೆ) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಹಾನಿ %	ಸಾಗಣೆ ಮುಂದಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ಹಿಮ್ಮುಖವಾಗಿ ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ	(ಹಾನಿಗೊಳಗಾದ ಮತ್ತು ಹಿಂದಿರುಗಿಸಿದ ಆರ್ಟ್‌ಗಳ ಒಟ್ಟು ಸಂಖ್ಯೆ/ಒಟ್ಟು ಆರ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ರವಾನಿಸಲಾಗಿದೆ) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಸಕ್ರಿಯ ಮಾರಾಟಗಾರರು %	ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಮಾರಾಟಗಾರರನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ	(ಮಾರಾಟಗಾರರ ಶಿಪ್‌ಮೆಂಟ್ ಕನಿಷ್ಠ 1 ಆರ್ಟ್‌ಗಳು/ಒಟ್ಟು ಮಾರಾಟಗಾರರು) X100	ಸೆಲ್ಲರ್ NP
SKU ಸ್ವಾಚ್ಛಲತೆ %	ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ SKU ಲಭ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯಿರಿ	(SKU ಜೊತೆಗೆ >=1 ಸ್ಟಾಕ್ ಯೂನಿಟ್/ ಒಟ್ಟು SKU) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಸಕ್ರಿಯ SKU %	ವಿಂಗಡಣೆಯ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	(SKU ಸ್ವೀಕರಿಸಿದ >=1 ಆರ್ಟ್‌ಗಳ ಕಳೆದ 30 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ/ಒಟ್ಟು SKU ಜೊತೆಗೆ ದಾಸ್ತಾನು > =1) X 100	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಮಾರಾಟಗಾರರ ಆಳ	NP ಗಾಗಿ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅವಲಂಬನೆಯನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ / (ವರ್ಗ ಅಥವಾ ಉಪ ಬೆಕ್ಕು /ಬ್ರಾಂಡ್ ಪಿನ್ ಕೋಡ್)	ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಪಾವತಿ ಬಾಕಿ (ಸ್ವೀಕಾರಗಳು)	ಪಾವತಿ ಬಾಕಿಯನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	ಆದೇಶದ ಮೌಲ್ಯವು ನಿಗದಿತ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸಿದೆ ಆದರೆ ಪಾವತಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗಿಲ್ಲ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP
ಪಾವತಿ ಬಾಕಿ (ಪಾವತಿಶೀಲಕಾದ ವಸ್ತುಗಳು)	ಪಾವತಿ ಬಾಕಿಯನ್ನು ಅಳೆಯುತ್ತದೆ	ಆದೇಶದ ಮೌಲ್ಯವು ನಿಗದಿತ ದಿನಾಂಕವನ್ನು ಉಲ್ಲಂಘಿಸಿದೆ ಆದರೆ ಪಾವತಿ ಮಾಡಲಾಗಿಲ್ಲ	ಮಾರಾಟಗಾರ, ಸೆಲ್ಲರ್ NP

# ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ

**ಬಯರ್ ಅಪ್** feeಕ ಎಂದರೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್‌ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದ ಶೇಕಡಾವಾರು ಅಥವಾ ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರಿಂದ ಯಶಸ್ವಿ ಆರ್ಡರ್‌ಗೆ ನಿಗದಿತ ಮೊತ್ತವಾಗಿ ವಿಧಿಸುವ ಫೈಂಡರ್ ಶುಲ್ಕ ಎಂದರ್ಥ.

**ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆ** ಎಂದರೆ ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆಯ ಖರೀದಿದಾರರು ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ ಸಂಚಿತ ನಿವ್ವಳ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಸೇವೆಗಳಿಗೆ ಬೆಲೆ ಮತ್ತು/ಅಥವಾ ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ನೀಡುವ ಯಾವುದೇ ಮಾರ್ಕ್‌ಅಪ್ ಅಥವಾ ರಿಯಾಯಿತಿ.

**ಖರೀದಿದಾರರ ಕಡೆಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು / ಬಯರ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್** ಗಳು ಎಂದರೆ ಗ್ರಾಹಕರು ಯಾವುದೇ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಅಥವಾ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ಯಾನ್ಟಾಫೋನ್ ಅಥವಾ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು.

**COD** ಎಂದರೆ ಕ್ಯಾಶ್ ಆನ್ ಡೆಲಿವರಿ ಪಾವತಿಗಳು.

**COD ಆರ್ಡರ್** ಖರೀದಿದಾರನು COD ಮೂಲಕ ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಆರ್ಡರ್ ಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ.

**ಗ್ರಾಹಕ** ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯಿದೆ, 2019 (CPA) ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದಾರೆ.



**ಗ್ರಾಹಕ / ಖರೀದಿದಾರ** ಎಂದರೆ ಬಯರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ನೋಂದಾಯಿತ ಬಳಕೆದಾರರು ಯಾವುದೇ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸಲು ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟಗಾರರು ನೀಡುವ ಯಾವುದೇ ಸೇವೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಅನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತಾರೆ.

**ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆ** ಎಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲಾದ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ಘೋಷಿಸಲಾದ ಅಂತಿಮ ಬೆಲೆ.

**ಎಂಡ್ ಯೂಸರ್** ಗ್ರಾಹಕ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಥವಾ ಆಯಾ ಭಾಗವಹಿಸುವವರೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾದ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

**ಗೇಟ್ವೇ** ಎಂದರೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅನ್ವೇಷಣೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ನಿಂದ ಪಡೆದ ಹುಡುಕಾಟ ವಿನಂತಿಯನ್ನು ಎಲ್ಲಾ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳಿಗೆ ಮಲ್ಟಿಕಾಸ್ಟ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಯಾಗಿ, ಮಾನದಂಡಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ಆದರೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರದೆ, ಸ್ಥಳ, ಲಭ್ಯತೆ, ಮತ್ತು ONDC ಯ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ನೀತಿಗಳಲ್ಲಿ ಒದಗಿಸಲಾದ ಇತರ ಗ್ರಾಹಕರ ಆದ್ಯತೆಗಳು.

**ಗೇಟ್ವೇ ಕುಲುವು** ಅಧ್ಯಾಯ 3, ಷರತ್ತು 3.2.1 (ii) ನಲ್ಲಿ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ

**ಗ್ರೀವನ್ಸ್** ಎಂದರೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಬೇಕಾದ ಪಕ್ಷದಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಅಥವಾ ತೃಪ್ತಿಕರವಾಗಿ ಪರಿಹರಿಸದ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಎತ್ತಿದ ಘಟಕವು ಅದನ್ನು ಕುಂದುಕೊರತೆಯಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿಸಬಹುದು.

**ಗ್ರೀವನ್ಸ್ ರಿಡ್ರೆಸಲ್ ಅಧಿಕಾರಿಯು** ಪ್ರತಿ ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಘಟಕದಿಂದ ನೇಮಕಗೊಂಡ ವ್ಯಕ್ತಿಯಾಗಿದ್ದು, ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ನಿಯಮಗಳು 2020 ರ ಮೂಲಕ ಕಡ್ಡಾಯಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ, ಗ್ರಾಹಕ ವಿವಾದಗಳ ಪರಿಹಾರಕ್ಕಾಗಿ 48 ಗಂಟೆಗಳ ಒಳಗೆ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಮತ್ತು 30 ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಪರಿಹರಿಸಬೇಕು.

**GST ಕಾನೂನುಗಳು** ಕೇಂದ್ರ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ, 2017, ಸಂಬಂಧಿತ ರಾಜ್ಯ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ, 2017, ಸಮಗ್ರ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ, 2017, ಸಂಬಂಧಿತ ಕೇಂದ್ರಾಡಳಿತ ಪ್ರದೇಶದ ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ ಕಾಯಿದೆ, 2017 ಮತ್ತು ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ (ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಪರಿಹಾರ) ಕಾಯಿದೆ, 2017 ಮತ್ತು ಅದರ ಅಡಿಯಲ್ಲಿ ರೂಪಿಸಲಾದ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ನಿಬಂಧನೆಗಳು.

**INR** ಎಂದರೆ ಭಾರತೀಯ ರೂಪಾಯಿ ಎಂದರ್ಥ.



**ಸಮಸ್ಯೆಯು** ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರ ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಅಥವಾ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಖರೀದಿಸಿದ ಉತ್ಪನ್ನ ಅಥವಾ ಸೇವೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರ ಅಥವಾ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಹೊಂದಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಯನ್ನು ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರಶ್ನೆ ಅಥವಾ ದೂರಿಗೆ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಅಥವಾ ಅಂತಿಮ ಬಳಕೆದಾರರಿಂದ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ಅಥವಾ ಕ್ರಿಯೆಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಪರಿಹಾರದ ಅಗತ್ಯವಿರಬಹುದು.

**ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು** ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್, ಯಾವುದೇ ಒಂದು ಅಥವಾ ಹೆಚ್ಚಿನ ರೀತಿಯ ಕ್ಯಾರೇಜ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತಾರೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ರೈಲು/ರಸ್ತೆ/ಸಮುದ್ರ/ವಾಯು ಸಾರಿಗೆ ಅಥವಾ ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸೇವೆಗಳು, ಡೆಲಿವರಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಡರ್‌ಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

**ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ / ಭಾಗವಹಿಸುವವರು** ಎಂದರೆ ಗೇಟ್ವೇಗಳು, ಖರೀದಿದಾರರ ಬದಿಯ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು, ಸೆಲ್ಲರ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಬದಿಯ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್, NP-ISN, NP-MSN, ಮತ್ತು NP-BN ಸೇರಿದಂತೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು.

**ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ನೀತಿ** ಎಂದರೆ ಎಲ್ಲಾ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ಅನುಸರಣೆಯನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕಾದ ನಿಯಮಗಳು ಮತ್ತು ನೀತಿ ಸಂಹಿತೆಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಲು ವಿವಿಧ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಪಾರ್ಟಿಸಿಪಾಂಟ್ ರೊಂದಿಗೆ ಸಮಾಲೋಚಿಸಿ ONDC ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಿದ ನೀತಿ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ. ONDC ಹೇಳಿದ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ನೀತಿಯನ್ನು ಕಾಲಕಾಲಕ್ಕೆ ನವೀಕರಿಸಬಹುದು.

**ಆನ್ಲೈನ್ ಡಿಸ್ಟ್ರಿಬ್ಯೂಟ್ ರೆಸೋಲ್ಯೂಷನ್ ಸರ್ವಿಸ್ ಪೂರೈಕೆದಾರರು (ODR ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು)** ಆನ್ಲೈನ್ ರೆಸೋಲ್ಯೂಷನ್ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಅನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ಒಂದು ಘಟಕವಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ವಿವಾದಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ODR ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ONDC ರೂಪಿಸಿದ ಮಾರ್ಗಸೂಚಿಗಳ ಪ್ರಕಾರ ONDC ODR ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಎಂಪನೇಲ್ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

**ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಮಿಂಗ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ (ಏಪಿಐ)** ಎಂದರೆ ಪ್ರೋಟೋಕಾಲ್‌ಗಳು, ವಿಶೇಷಣಗಳು ಮತ್ತು ONDC ಒದಗಿಸಿದ ಸಂಬಂಧಿತ ದಾಖಲಾತಿಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ONDC ವಿಶೇಷತೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಅನುಸರಣೆಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಪ್ರೋಗ್ರಾಮಿಂಗ್ ಇಂಟರ್‌ಫೇಸ್ ಎಂದರ್ಥ.

**ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್** ಎಂದರೆ ತೆರೆದ, ಇಂಟರ್‌ಆಪರೇಬಲ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಅನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ, ಸುಗಮಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ, ನಿರ್ವಹಿಸಲಾಗಿದೆ, ಲಭ್ಯಗೊಳಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ವಾಣಿಜ್ಯವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಲು ONDC ಯ ಮಾಲೀಕತ್ವವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ

**ಆರ್ಡರ್** ಅಂದರೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ಖರೀದಿದಾರರು ಮಾಡಿದ ಎಲ್ಲಾ ಖರೀದಿಗಳನ್ನು ಖರೀದಿದಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್, ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ, ಗೇಟ್ವೇ ಮತ್ತು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP/ಆಫ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮೂಲಕ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ.

**ಪಕ್ಷ** ಎಂದರೆ ONDC ಅಥವಾ ಒಪ್ಪಂದಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುವ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಮತ್ತು ಒಟ್ಟಾಗಿ ಪಕ್ಷಗಳು ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ.

**ಪ್ರಿಪೇಯ್ಡ್ ಆರ್ಡರ್** ಎಂದರೆ ಖರೀದಿದಾರನು ಆದೇಶದ ಸಾಗಣೆಗೆ ಮೊದಲು ಪಾವತಿ ಮಾಡುವ ಆದೇಶ.

**ಉತ್ಪನ್ನವು** ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ಮಾರಾಟ ಮತ್ತು ಖರೀದಿಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಯಾವುದೇ ಸರಕುಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ.

**ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋವು** ವಿತರಣೆ ಅಥವಾ ಸಾಗಣೆ ಅಥವಾ ಸಂಗ್ರಹಣೆಯಿಂದ (ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತೆ) ಕ್ಯಾಲೆಂಡರ್ ದಿನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯಾಗಿದೆ, ಅದರ ನಂತರ ಯಾವುದೇ ರಿಟರ್ನ್‌ಗಳಿಲ್ಲದಿದ್ದಲ್ಲಿ ತಡೆಹಿಡಿಯುವ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ.

**ಮಾರಾಟಗಾರ** ಎಂದರೆ ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಮೂಲಕ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಅಥವಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸೈಡ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾದ ಯಾವುದೇ ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅರ್ಥ, ಗ್ರಾಹಕ ಸಂರಕ್ಷಣಾ ಕಾಯ್ದೆಯಡಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಲಾದ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರು ಸೇರಿದಂತೆ, ಖರೀದಿದಾರರು ಕಡೆಯ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ನೋಂದಾಯಿಸಲಾದ ಖರೀದಿದಾರರು ಹುಡುಕಬಹುದು, ಕಂಡುಹಿಡಿಯಬಹುದು ಮತ್ತು ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದು.

**ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ಶುಲ್ಕ** ಎಂದರೆ ಮಾರಾಟಗಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದ ಶೇಕಡಾವಾರು ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರರಿಂದ ತಮ್ಮ ಕ್ಯಾಟಲಾಗ್ ಐಟಂಗಳನ್ನು ಪಟ್ಟಿ ಮಾಡಲು ಯಶಸ್ವಿ ಆದೇಶಕ್ಕೆ ನಿಗದಿತ ಮೊತ್ತವಾಗಿ ವಿಧಿಸುವ ಶುಲ್ಕ.

**ಮಾರಾಟಗಾರರ ಸೈಡ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ / ಮಾರಾಟಗಾರರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್** ಎಂದರೆ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವ NP ಯ ಎಲ್ಲಾ ಪ್ಲಾಟ್ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ಅಥವಾ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು

- ISN/ MSN ಮಾರಾಟಗಾರರು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನ/ಸೇವಾ ದಾಸ್ತಾನು, ಬೆಲೆ ಮತ್ತು ವಹಿವಾಟಿನ ಇತರ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ONDC ನೆಟ್ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸಲು ಮಾರಾಟಗಾರರು ಅಥವಾ ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ಸ್ ಮಾರಾಟಗಾರ NP ಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿರದೆ ಯಾವುದೇ ಇತರ ಸೇವಾ ಪೂರೈಕೆದಾರರನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ.

**ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ವಿಂಡೋ** ಎಂದರೆ ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಸಾಗಣೆ ಅಥವಾ ವಿತರಣೆ ಅಥವಾ ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋದ ಅಂತ್ಯದ ದಿನಾಂಕದಿಂದ ನಿಗದಿತ ಕೆಲಸದ ದಿನಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ, ಅದರೊಳಗೆ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಪರಸ್ಪರ ಮತ್ತು ಖರೀದಿದಾರ, ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಥವಾ ONDC ಯಂತಹ ಇತರ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಿಗೆ ನೀಡಬೇಕಾದ ಮೊತ್ತವನ್ನು ಇತ್ಯರ್ಥಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ. ನೆಟ್ವರ್ಕ್, ಅನ್ವಯವಾಗುವಂತೆ.

ಯಶಸ್ವಿ ಆದೇಶವು ಖರೀದಿದಾರರಿಗೆ ಪೂರ್ಣಗೊಂಡ ಅಥವಾ ವಿತರಿಸಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ಆದೇಶಗಳನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ.

**ತೆರಿಗೆ ಅಥವಾ ತೆರಿಗೆ** ಎಂದರೆ ಮಿತಿಮೀರದ ಆದಾಯ ತೆರಿಗೆ, ವಾರ್ಷಿಕ ತೆರಿಗೆಗಳು, ತಡೆಹಿಡಿಯುವ ತೆರಿಗೆ, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧಿತ ತೆರಿಗೆ, ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ, ಕೇಂದ್ರ ಮಾರಾಟ ತೆರಿಗೆ, ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ, ಸರಕುಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ತೆರಿಗೆಯ ಸ್ವರೂಪದಲ್ಲಿನ ಎಲ್ಲಾ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆ, ಹೇರಿಕೆಗಳು, ಸುಂಕಗಳು, ಹೇರಿಕೆಗಳು, ಕೊಡುಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಸುಂಕಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವಾ ತೆರಿಗೆ, ಕಸ್ಟಮ್ ಮತ್ತು ಅಬಕಾರಿ ಸುಂಕಗಳು, ಇತರ ಕಾನೂನು ವಹಿವಾಟು ತೆರಿಗೆಗಳು, ರಿಯಲ್ ಎಸ್ಟೇಟ್ ತೆರಿಗೆಗಳು,

ಇತರ ಪುರಸಭೆಯ ತೆರಿಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಸುಂಕಗಳು, ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ರೀತಿಯ ತೆರಿಗೆಗಳು ಮತ್ತು ಸುಂಕಗಳು, ಅಥವಾ ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ತೆರಿಗೆಗೆ ಬದಲಾಗಿ ಅಥವಾ ಪರ್ಯಾಯವಾಗಿ ಅಥವಾ ಬದಲಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಭವಿಷ್ಯದ ತೆರಿಗೆ ಯಾವುದೇ ಬಡ್ಡಿ, ದಂಡಗಳು, ಹೆಚ್ಚುವರಿ ಶುಲ್ಕಗಳು, ಸೆಸ್ ಅಥವಾ ಅದಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ದಂಡಗಳು, ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ, ಪಾವತಿಸಬೇಕಾದ, ವಿಧಿಸಲಾದ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಸರ್ಕಾರ ಪ್ರಾಧಿಕಾರದಿಂದ ಬಾಕಿ ಉಳಿದಿವೆ ಎಂದು ಹೇಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ತೆರಿಗೆಗಳು ಇವೆಲ್ಲವನ್ನೂ ಅರ್ಥೈಸುತ್ತವೆ.

**ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯವು** ಮಾರ್ಕ್-ಅಪ್/ಡಿಸ್ಕೌಂಟ್‌ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಂತೆ ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯಾಗಿರುತ್ತದೆ ಖರೀದಿದಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು. ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ, ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯವು ಲಾಜಿಸ್ಟಿಕ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಥವಾ ಮಾರಾಟಗಾರ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ವಿಧಿಸುವ ಇತರ ಸೇವಾ ಶುಲ್ಕಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಅಂತಹ ಶುಲ್ಕಗಳು ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಸೇರಿವೆ ಅಥವಾ ಪ್ರತ್ಯೇಕವಾಗಿ ಸೂಚಿಸಲಾಗಿದೆ.

**ವಹಿವಾಟು ಶುಲ್ಕಗಳು** ಅಧ್ಯಾಯ 3, ಪರಕು 3.1.2 ರಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸಿದ ಅರ್ಥವನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು, ONDC ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ನಲ್ಲಿ ಆಡಳಿತ ಮತ್ತು ನೀತಿಗಳನ್ನು ಭೇಟಿ ಮಾಡಿ.

**ತಡೆಹಿಡಿಯುವ ಮೊತ್ತವು** ಒಟ್ಟು ಆರ್ಡರ್ ಮೌಲ್ಯದ ನಿಗದಿತ ಶೇಕಡಾವಾರು ಅಥವಾ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ದಿನದಂದು ಅಥವಾ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಮಾರಾಟಗಾರ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್ ತಡೆಹಿಡಿಯಲಾದ ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಅವಧಿಗೆ ರವಾನಿಸಲಾದ ಅಥವಾ ವಿತರಿಸಲಾದ ಎಲ್ಲಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಘೋಷಿತ ಬೆಲೆಯ ಸಂಚಿತ ಮೊತ್ತದ ಸ್ಥಿರ ಶೇಕಡಾವಾರು. ರಿಟರ್ನ್ ವಿಂಡೋ ಮುಚ್ಚುವವರೆಗೆ ಖರೀದಿದಾರರ ಬೆಲೆಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಘಟಕ.





ONDC | ಓಪನ್ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ ಫಾರ್ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಮರ್ಸ್ © 2023  
ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ [np.feedback@ondc.org](mailto:np.feedback@ondc.org) ನಲ್ಲಿ ನಮಗೆ ಬರೆಯಿರಿ

