

# సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ హ్యాండ్‌బుక్

**ONDC**  
Open Network for Digital Commerce



ONDC అకాడమీలో చేరండి: [www.ondc.academy](http://www.ondc.academy)

# పరిత్యాగ ప్రకటన

ఈ డాక్యుమెంట్ పాఠకుల సమాచారం కోసం మాత్రమే. ఈ డాక్యుమెంట్లో దేనినీ న్యాయపరమైన అభిప్రాయం లేదా సలహా లేదా పన్ను సలహాగా భావించకూడదు. ఈ డాక్యుమెంట్ని ఉపయోగించే ఏ వ్యక్తి అయినా వారి నిర్దిష్ట వ్యాపార నమూనా, ఒప్పంద ఏర్పాట్లు, కార్పొరేట్ నిర్మాణం మరియు ఇతర సంబంధిత పరిశీలనల ఆధారంగా వారి బాధ్యతలు మరియు సమ్మతుల గురించి వారి స్వంత అంచనాను నిర్వహించాలని సూచించబడింది. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారం సంపూర్ణత లేదా ఖచ్చితత్వాలకి సంబంధించి ఓపెన్ నెట్వర్క్ ఫర్ డిజిటల్ కామర్స్ లిమిటెడ్ ("ONDC") ఎటువంటి క్లెయిమ్లు చేయదు లేదా ఎటువంటి హామీలు లేదా వారెంటీలను ఇవ్వదు. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారం ONDC అభిప్రాయాలుగా ఉన్నాయి. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారాన్ని పాఠకులు ఉపయోగించిన ఫలితంగా పాఠకుడు (లు) లేదా పాఠకుడు(ల) అనుబంధ సంస్థలపై ఏదైనా ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ లేదా సంస్థ వలన కలిగిన ఏదైనా నష్టాలు, పరిణామాత్మక, ప్రత్యేక లేదా సారూప్య నష్టాలకు, క్లెయిమ్లకు (పన్ను అధికారుల క్లెయిమ్లకు పరిమితం కాకుండా వాటితో సహా), కోర్టు ఆదేశాలు/డిక్రీలు లేదా ఏదైనా చర్య కారణంగా (వాటికి పరిమితం కాకుండా వాటితో సహా) ONDC (దాని కన్సల్టెంట్లు, సబ్కాంట్రాక్టర్లు, ఉద్యోగులు మరియు డైరెక్టర్లు మొదలైనవారితో సహా) బాధ్యులు కాదు లేదా బాధ్యత వహించదు. ఈ డాక్యుమెంట్ పాఠకుల సమాచారం కోసం మాత్రమే. ఈ డాక్యుమెంట్లో దేనినీ న్యాయపరమైన అభిప్రాయం లేదా సలహా లేదా పన్ను సలహాగా భావించకూడదు. ఈ డాక్యుమెంట్ని ఉపయోగించే ఏ వ్యక్తి అయినా వారి నిర్దిష్ట వ్యాపార నమూనా, ఒప్పంద ఏర్పాట్లు, కార్పొరేట్ నిర్మాణం మరియు ఇతర సంబంధిత పరిశీలనల ఆధారంగా వారి బాధ్యతలు మరియు సమ్మతుల గురించి వారి స్వంత అంచనాను నిర్వహించాలని సూచించబడింది. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారం సంపూర్ణత లేదా ఖచ్చితత్వాలకి సంబంధించి ఓపెన్ నెట్వర్క్ ఫర్ డిజిటల్ కామర్స్ లిమిటెడ్ ("ONDC") ఎటువంటి క్లెయిమ్లు చేయదు లేదా ఎటువంటి హామీలు లేదా వారెంటీలను ఇవ్వదు. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారం ONDC అభిప్రాయాలుగా ఉన్నాయి. ఈ డాక్యుమెంట్లో ఉన్న సమాచారాన్ని పాఠకులు ఉపయోగించిన ఫలితంగా పాఠకుడు (లు) లేదా పాఠకుడు(ల) అనుబంధ సంస్థలపై ఏదైనా ప్రభుత్వ ఏజెన్సీ లేదా సంస్థ వలన కలిగిన ఏదైనా నష్టాలు, పరిణామాత్మక, ప్రత్యేక లేదా సారూప్య నష్టాలకు, క్లెయిమ్లకు (పన్ను అధికారుల క్లెయిమ్లకు పరిమితం కాకుండా వాటితో సహా), కోర్టు ఆదేశాలు/డిక్రీలు లేదా ఏదైనా చర్య కారణంగా (వాటికి పరిమితం కాకుండా వాటితో సహా) ONDC (దాని కన్సల్టెంట్లు, సబ్కాంట్రాక్టర్లు, ఉద్యోగులు మరియు డైరెక్టర్లు మొదలైనవారితో సహా) బాధ్యులు కాదు లేదా బాధ్యత వహించదు.

# విషయాలు

- సందర్భం & అవలోకనం ..... 1
- అధ్యాయం 1 డిజిటల్ కామర్స్ & ONDC Network పరిచయం..... 2**
  - ఇ-కామర్స్ యొక్క ప్రస్తుత మరియు స్థాపించబడిన మోడల్‌లలో కొనుగోలుదారులు ఆర్డర్ ప్లేస్‌మెంట్‌ను ఎలా భావిస్తారు? ..... 3
  - ఇ-కామర్స్ యొక్క ప్లాట్‌ఫారమ్-సింట్రీక్ మోడల్ నుండి ONDC Network ఎలా భిన్నంగా ఉంటుంది? ..... 5
  - ONDC Network పాల్గొనేవారు ఒకరితో ఒకరు ఎలా కమ్యూనికేట్ చేస్తారు? ..... 7
- అధ్యాయం 2 ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతలు..... 10**
  - విక్రేత ఆన్‌బోర్డింగ్ ప్లానింగ్..... 11
  - చేరడానికి విక్రేతలను ఒప్పించటం..... 14
  - ఆన్‌బోర్డింగ్ సమయంలో విక్రేత సమస్యలు నిర్వహించడం..... 18
  - ఆన్‌బోర్డింగ్ సమయంలో విక్రేతల నుండి సేకరించాల్సిన సమాచారం..... 22
- అధ్యాయం 3 కేటలాగ్ క్రియేషన్..... 24**
  - ఇ-కామర్స్ కేటలాగ్ అంటే ఏమిటి ? ..... 25
  - సమాచార మూలాలు..... 27
  - ఉత్పత్తుల కోసం విశేషణాలను నిర్వహించడం..... 28
  - కేటలాగ్ రూపకల్పనకు మార్గదర్శకాలు..... 30
  - ఉత్పత్తి శీర్షిక..... 30
  - ముఖ్య ఫీచర్లు ..... 32
  - Iచిత్రాలు..... 32
  - ఉత్పత్తి వివరణలు / సాంకేతిక వివరాలు..... 34
  - ఉత్పత్తి వివరణ ..... 35
  - FAQ ..... 36
  - విజువల్ రిప్రజెంటేషన్ ..... 37

<b>అధ్యాయం 4 ఆర్డర్ నిర్వహణ .....</b>	<b>39</b>
విక్రేతలకు ఆర్డర్ విజిబిలిటీ: ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ డాష్‌బోర్డ్ .....	40
ఆర్డర్ నిర్వహణ వ్యవస్థ సామర్థ్యాల మార్గదర్శకాలు .....	41
విక్రేత ప్యానెల్లో సిఫార్సు చేయబడిన నివేదిక .....	41
విక్రేత క్యాన్సిలేషన్ నిర్వహించడం .....	42
కస్టమర్ క్యాన్సిలేషన్‌ను నిర్వహించడం .....	48
రిటర్న్‌లను నిర్వహించడం .....	51
కస్టమర్ రిటర్న్‌లు .....	52
రిటర్న్ టు ఆరిజిన్ (RTO) నిర్వహణ .....	54
<b>అధ్యాయం 5 ప్యాకేజింగ్ .....</b>	<b>57</b>
ఆహారేతర వస్తువుల ప్యాకేజింగ్ .....	58
ఆహారేతర వస్తువుల ప్యాకేజింగ్ కోసం ప్యాకేజింగ్‌లో దశలు .....	59
లోపలి ప్యాకేజింగ్ మెటీరియల్ రకాలు .....	61
ఇతర సాధారణ మార్గదర్శకాలు .....	62
ఆహార పదార్థాల ప్యాకేజింగ్ మార్గదర్శకాలు .....	62
ప్యాకేజింగ్ సంబంధిత డ్రామేజీ సమస్యలను గుర్తించడం, ట్రాక్ చేయడం & సరిదిద్దడం .....	63
ప్రోడక్ట్‌లు షిప్పింగ్ చేసే ముందు ప్యాకింగ్ స్టాఫ్ కోసం చెక్‌లిస్ట్ .....	65
స్ట్రాక్డ్ ఆర్డర్ల విషయంలో చేయల్సిన తనిఖీలు .....	65
<b>అధ్యాయం 6 విక్రేత నిర్వహణ (Seller NP) .....</b>	<b>67</b>
విక్రేత మూల్యాంకనం & వర్గీకరణ .....	68
కీలక భాగస్వామ్య లక్ష్యాలను నిర్ణయించడం .....	69
ఎంత తరచుగా భాగస్వామ్యం అవ్వాలో నిర్ణయించడం .....	70
ముఖ్య లక్ష్యాలు మరియు ఎజెండాను ముందుకు తీసుకెళ్ళడం .....	71
పనితీరును పర్యవేక్షించడం మరియు కీలక ఖాతాలను పెంచడం .....	72
కీలక ఖాతాలతో ప్రక్రియ మార్పును ముందుకు తీసుకెళ్ళడం .....	72

<b>అధ్యాయం 7 కస్టమర్ సపోర్ట్ .....</b>	<b>73</b>
కొనుగోలుదారులు సమస్యలను ఎలా లేవనెత్తుతారు? .....	74
కొనుగోలుదారు లేవనెత్తిన సమస్యల పరిష్కార ప్రక్రియ .....	75
కస్టమర్ సర్వీస్ ఆపరేషన్స్: మెట్రిక్స్ NPలు కస్టమర్ సర్వీస్ .....	77
CRM: సూచించిన కార్యాచరణలు .....	78
<b>అధ్యాయం 8 కార్యకలాపాల కోసం నియమాలను నిర్వచించడం .....</b>	<b>79</b>
షిప్పింగ్ మోడల్‌ను నిర్వచించడం .....	80
విక్రేత యొక్క సేవలందించే సామర్థ్యాన్ని నిర్వచించడం .....	81
<b>అధ్యాయం 9 చెల్లింపులు &amp; సెటిల్మెంట్ .....</b>	<b>82</b>
<b>అధ్యాయం 10 పన్నుల విధింపు .....</b>	<b>87</b>
<b>ముగింపు .....</b>	<b>90</b>
<b>నిర్వచనం .....</b>	<b>98</b>

# సందర్భం & అవలోకనం

**ఓపెన్ నెట్వర్క్ ఫర్ డిజిటల్ కామర్స్ అంటే ఏమిటో అర్థం చేసుకోవడానికి ఈ హ్యాండబుక్ మీకు సహాయపడుతుంది. ఇంకా ONDC Network వివిధ ప్రక్రియలు, విధానాలు మరియు ఉత్తమ ఆచరణల గురించి కూడా తెలుసుకోండి.**

క్రింది లెర్నింగ్ మాడ్యూల్స్ అనేవి ONDC Network ఉండే సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ కోసం అని దయచేసి గమనించండి. వారు మార్కెట్ సెల్లర్ నోడ్ లేదా MSN క్రింద వర్గీకరించబడ్డారు మరియు వారు వికేత అగ్రిగేటర్లు, వారు వికేతలను ఆన్బోర్డ్ చేసి, ఓపెన్ నెట్వర్క్లోని కొనుగోలుదారులకు వారి డిజిటల్ కేటలాగ్ను ప్రదర్శిస్తారు. వారు తమ స్వంత ఇన్వెంటరీని కలిగి ఉండరు మరియు కేవలం మార్కెట్ ప్రదేశాల పాత్రని వహిస్తారు.

అయినప్పటికీ, ఈ మాడ్యూల్ ఇన్వెంటరీ సెల్లర్ నోడ్ లేదా ISN కింద వర్గీకరించబడిన వికేతలకు కూడా ఉపయోగకరం, వారు నెట్వర్క్లో పాల్గొనే భాగస్వాములుగా వారి స్వంత ఇన్వెంటరీని కలిగి ఉన్న మరియు విక్రయించే వికేతలు.

మనం కొనసాగేముందు, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు, టెక్నాలజీ సర్వీస్ ప్రొవైడర్లు మరియు నెట్ వర్క్లోని ఇతర పర్యావరణ వ్యవస్థ భాగస్వాములకు ప్రత్యేక మాడ్యూల్స్ ఉంటాయి.

అధ్యాయం 1

# డిజిటల్ కామర్స్ & ONDC Network కు పరిచయం

ఈ విభాగం ఇ-కామర్స్లో సాధారణంగా పాల్గొనే వివిధ అంశాలను వివరిస్తుంది మరియు ONDC Network యొక్క ఆపరేటింగ్ మోడల్లో సారూప్యతలు మరియు వ్యత్యాసాలను ప్రత్యేకంగా చూపుతుంది.

## ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

- ప్రస్తుత ఇ-కామర్స్ మోడల్లో కొనుగోలుదారుల అనుభవం

---

- ONDC Network మరియు సాంప్రదాయ ఇ-కామర్స్ ప్లాట్‌ఫామ్ల మధ్య వ్యత్యాసం

---

- ONDC Networkని వివిధ సంస్థల మధ్య కమ్యూనికేషన్

# ఇ-కామర్స్ యొక్క ప్రస్తుత మరియు సాపేచబడిన మోడల్లో కొనుగోలుదారులు ఆర్డర్ ప్లేస్మెంట్ను ఎలా భావిస్తారు?

ఇ-కామర్స్ యొక్క ప్రస్తుత మోడల్లో, కొనుగోలుదారు అతని/ఆమె ఫోన్లో మొబైల్ అప్లికేషన్ను డౌన్లోడ్ చేస్తారు లేదా షాపింగ్ వెబ్సైట్ను చూస్తారు. కొనుగోలుదారు ఒక ప్రోడక్ట్ కోసం వెతుకుతారు, దానికి అనుగుణంగా వివిధ విక్రేతల నుండి శోధన ఫలితాలను (ప్రోడక్ట్ల జాబితా) అందుకుంటారు.





కొనుగోలుదారు అందుకున్న అత్యంత అనుకూలమైన శోధన ఫలితాలను ఎంచుకుంటారు, నిర్దిష్ట ఉత్పత్తి జాబితాపై క్లిక్ చేసి, ఉత్పత్తి మరియు ఉత్పత్తి వివరాలను (ధర, చిత్రాలు, ఉత్పత్తి యొక్క వివరణ వంటివి) చూపే వెబ్ పేజీని సందర్శిస్తారు, ఆపై యాడ్ టు కార్ట్ / బై నౌ బటన్పై క్లిక్ చేసి, ఇ-మెయిల్/మొబైల్ నంబర్తో నమోదు చేసుకుంటారు, చివరకు చెల్లింపు ప్రక్రియను పూర్తి చేసి, ఆర్డర్ నిర్ధారణ పొందుతారు.

ఆర్డర్ ప్లేస్ చేసిన తర్వాత మరియు కొనుగోలుదారు క్యాలెన్డర్ చేయకపోతే, ఇ-కామర్స్ ప్లాట్ఫామ్ వికేత స్థానం నుండి ఉత్పత్తిని పిక్-అప్ చేసి కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేస్తారు. కొనుగోలుదారుకు ఉత్పత్తి విజయవంతంగా డెలివరీ చేయబడవచ్చు లేదా కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయడంలో విఫలం కావచ్చు. (డెలివరీ భాగస్వామి డెలివరీ చేయలేకపోయారు లేదా స్వీకరించటానికి కస్టమర్ నిరాకరించారు).

ఆర్డర్ ప్లేస్మెంట్ కోసం ఈ కొనుగోలుదారు చేసే ప్రయాణ ప్రారంభంలో, కొనుగోలుదారు ఇ-కామర్స్ ప్లాట్ఫామ్లో ఉత్పత్తి చూడటానికి ముందు, ఇది ఆన్లైన్లో విక్రయించడానికి సిద్ధంగా ఉన్న వికేతలను ఆన్బోర్డింగ్ చేస్తుంది. ప్రక్రియలో భాగంగా, వికేత తప్పనిసరిగా ఇ-కామర్స్ ప్లాట్ఫామ్తో రిజిస్ట్రేషన్ చేయించుకోవాలి, స్టోర్లోని ఫిజికల్ ఇన్వెంటరీని కేటలాగ్ ని డిజిటల్గా వీక్షించదగిన ఫార్మాట్లోకి మార్చాలి (ఇది కొనుగోలుదారుకు కనిపించే ఉత్పత్తి పేజీ మరియు ఉత్పత్తి చిత్రాలు, ఉత్పత్తి యొక్క శీర్షిక, ఉత్పత్తి వివరణ, ఉత్పత్తి ధర, డెలివరీ ఛార్జీలు, వర్తించే ఇతర ఛార్జీలు మరియు 'బై నౌ' మరియు 'యాడ్-టు-కార్ట్' బటన్లు).

**వికేత ఆన్బోర్డింగ్ నుండి ఆర్డర్ డెలివరీ వరకు వివరించిన ప్రక్రియ నుండి స్పష్టమైనట్లుగా, అన్ని దశలు షాపింగ్ అప్లికేషన్ ద్వారా పూర్తిగా స్వంతం అవుతాయి మరియు నియంత్రించబడతాయి.**

# ONDC అనేది ప్లాట్ ఫామ్ మోడల్ ఆఫ్ ఇ-కామర్స్ నుండి ఎలా భిన్నంగా ఉంటుంది?

## మొదటివ్యత్యాసం - అన్బండిల్డ్ సెటప్

ఇ-కామర్స్ ప్లాట్ఫామ్ మోడల్లో, కొనుగోలుదారు అనుభవం మరియు వికేత నిర్వహణ రెండూ ఒకే సంస్థ ద్వారా నిర్వహించబడతాయి. ఓపెన్ నెట్వర్క్ మోడల్ ఈ ఇంటిగ్రేటెడ్ సెటప్ను అనేక అన్బండిల్డ్ కాంపోనెంట్లుగా విభజిస్తుంది, ఇందులో ప్రతి భాగం విభిన్న సంస్థలతో నిర్వహించబడుతుంది మరియు ప్లే చేయబడుతుంది. ONDC Network వంటి అన్బండిల్డ్ చేయబడిన వాతావరణంలో వారు పోషించగల పాత్రల ఆధారంగా సంస్థలు స్థూలంగా 2 రకాలుగా విభజించబడ్డాయి. ఈ పాత్రలు వారు నిర్వహించడానికి ఎంచుకున్న కార్యచరణల ద్వారా నిర్ణయించబడతాయి, అవి కొనుగోలుదారు అనుభవం, వికేత నిర్వహణ మరియు డెలివరీని పూర్తి చేయటం. ఈ సంస్థలు అన్బండిల్డ్ సెటప్లో నిర్వహించే తమ పాత్రలను నిర్ణయిస్తాయి. ONDC Network యొక్క అన్బండిల్డ్ కన్స్ట్రక్షన్లో ఒక సంస్థ నిర్వహించగల కొన్ని ముఖ్యాంశాలు క్రింద ఇవ్వబడ్డాయి.

### బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్

- బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ కొనుగోలుదారులకు వెబ్సైట్ లేదా మొబైల్ యాప్లో - షాపింగ్ ఇంటర్ఫేస్ - అందిస్తారు అవి ఏమిటంటే.
- ఉత్పత్తులు లేదా సేవలను వెతకడం మరియు తెలుసుకోవడం
- అనేక మంది వికేతల నుండి ఫలితాలను వీక్షించడం
- ఒక నిర్దిష్ట వికేత నుండి కావలసిన ఉత్పత్తి లేదా సేవ కోసం ఆర్డర్ను ఉంచడం మరియు నిర్ధారించడం
- కావలసిన ఉత్పత్తి లేదా సేవ కోసం చెల్లించడం
- అవసరమైతే, ఆర్డర్ సంబంధిత ఫిర్యాదు సమస్యను లేవనెత్తడం.

ఇవి ONDC Network బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ పాత్రతో అనుబంధించబడిన బాధ్యతలు.

### సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్

- ఇవి ONDC Network సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ పాత్రతో అనుబంధించబడిన బాధ్యతలు.
- వికేతలను ఆన్బోర్డింగ్ చేయడం.
  - వికేతలను ఉత్పత్తి కేటలాగ్ యొక్క డిజిటల్ ప్రాతినిధ్యాన్ని సృష్టించడం.
  - వికేతలు ఆర్డర్లను స్వీకరించే మరియు నిర్వహించే డ్రాప్ షిప్మెంట్ అందించడం
  - ఆలస్యమైన డెలివరీ లేదా ఉత్పత్తి నాణ్యతకు సంబంధించిన కస్టమర్ సమస్యను పరిష్కరించడానికి వికేత లేదా లాజిస్టిక్స్ వికేత NP తో సమన్వయం చేయడం.

## లాజిస్టిక్స్

ఆర్డర్ పూర్తి చేయటానికి స్వాట్‌లైట్ మారినప్పుడు కీలకమైన మూడవ అంశం ఉద్భవిస్తుంది. లాజిస్టిక్స్ వికేత NP. ఓపెన్ నెట్‌వర్క్ యొక్క అన్‌బండిల్ సెటప్ డెలివరీ మరియు ఆర్డర్ పూర్తి చేయటం కోసం వికేతలకు రెండు ఎంపికలను అందిస్తుంది.:

i) "ఆన్-నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్" మరియు "ఆఫ్-నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్" నిర్వహించడానికి ONDC Networkని లాజిస్టిక్స్ వికేత NP నుండి లాజిస్టిక్‌లను సేకరించండి.

ii) ఇప్పుడు వికేత NP "ఆన్-నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్"ని ఎంచుకున్నట్లు అనుకుందాము . అప్పుడు ONDC Network తగిన లాజిస్టిక్స్ సొల్యూషన్‌లను అందించే నమోదిత లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NPల జాబితాను హోస్ట్ చేస్తుంది. వికేత వారి లాజిస్టిక్స్ అవసరాలకు సరిపోయేదాన్ని ఎంచుకోవచ్చు.

వికేత NP "ఆఫ్ నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్"ని ఎంచుకుంటే , వారు తమ డెలివరీ ప్లిట్‌ను ఉపయోగించుకోవచ్చు లేదా సాధారణంగా 3PL ప్రొవైడర్‌గా పిలువబడే థర్డ్-పార్టీ లాజిస్టిక్స్ ప్రొవైడర్‌తో ఎంగేజ్ కావచ్చుని ఆర్డం. ఇవి ONDC Network జాబితా చేయబడలేదు.

ఏ సంస్థ అయినా ONDC Network అది పోషించాలనుకుంటున్న పాత్ర ఆధారంగా బయ్యర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్, సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NPగా చేరవచ్చు, ఇది సంస్థ యొక్క సేవా సామర్థ్యాలు లేదా అవసరాల ద్వారా నిర్ణయించబడుతుంది.

**ఇవి ONDCలోని ప్రధాన సంస్థలు మరియు వాటి నిర్దిష్ట పాత్రలు.**



# రెండవ పెద్ద వ్యత్యాసం - అంతర్ కార్యాచరణ

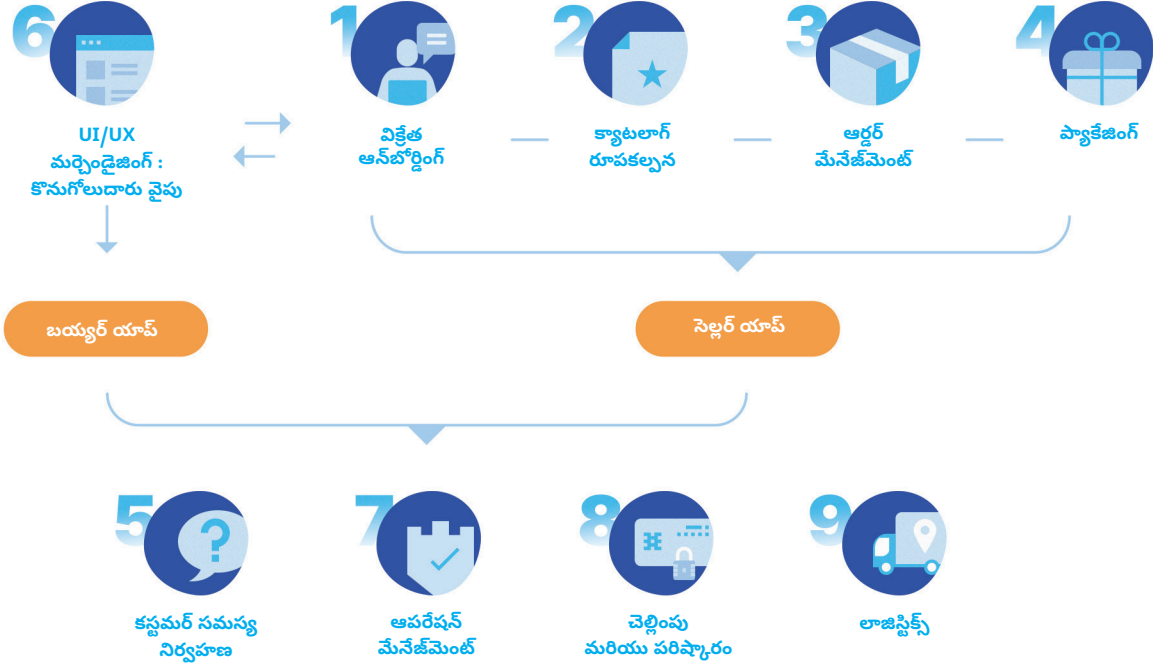
వ్యాపారాన్ని సజావుగా నిర్వహించడానికి మరియు ఈ విభిన్న సంస్థల మధ్య స్పష్టమైన కమ్యూనికేషన్‌ను ప్రారంభించడానికి, ప్రత్యేకించి ఓపెన్ నెట్‌వర్క్ యొక్క అన్ బండిల్ నిర్మాణంలో, నిమగ్నమై ఉన్న అన్ని సంస్థల మధ్య కమ్యూనికేషన్ ప్రోటోకాల్‌ను ఏర్పాటు చేయడం అవసరం.

దీన్ని నిర్ధారించడానికి, ONDC ప్రోటోకాల్ కస్టమ్ APIలను ఉపయోగిస్తుంది. ఒక API వివిధ కంప్యూటర్ అప్లికేషన్లు ఒకదానితో ఒకటి మాట్లాడుకోవడానికి మరియు సమాచారాన్ని ఖచ్చితమైన మరియు స్థిరమైన పద్ధతిలో పంచుకోవడంలో సహాయపడుతుంది.

హోటల్‌లోని సర్వర్ లాగానే మీరు కిచెన్ సందర్శించాల్సిన అవసరం లేదని లేదా మీకు ఆహారం అవసరమని చెఫ్‌కు చెప్పాల్సిన అవసరం లేదని నిర్ధారిస్తుంది, మీరు పూర్తిగా సౌకర్యంగా ఉండేలాచూస్తుంది. ఈ ONDC ప్రోటోకాల్ APIలను ఉపయోగించి, వేర్వేరు సంస్థలు ఒకదానితో ఒకటి కమ్యూనికేట్ చేయగలవు మరియు లావాదేవీలు నిర్వహించగలవు.

ఆన్‌లైన్ అమ్మకం ప్రక్రియను మరింత సరళీకృతం చేయడానికి, ఆన్‌లైన్ అమ్మకంలో ఉండే కార్యకలాపాల జాబితా ఇక్కడ ఉంది, దానితో పాటు ఇ-కామర్స్ పదం మరియు ONDC Network దీన్ని క్రింద విధంగా వర్గీకరిస్తుంది:

డిజిటల్ కామర్స్ కార్యకలాపాలను ప్లో చార్ట్ గా మ్యాప్ చేస్తే:



క్రమ సంఖ్య	సాధారణ కార్యాచరణ వివరణ	ఇకామర్స్ పదకోశం/విధులు సాధారణ కార్యాచరణ వివరణ	ONDC Network పాత్ర
1	ONDC ప్రోటోకాల్పై సెల్లర్ నెట్వర్క్, పార్టనీషింగ్ ద్వారా నడిచే సెల్లర్ అప్లికేషన్ ద్వారా తమ ఉత్పత్తులను అందిస్తున్న ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతలు	ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతలు	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
2	విక్రయానికి అందుబాటులో ఉన్న ఇన్వెంటరీ యొక్క డిజిటల్ ఫార్మాట్ డెటాబేస్‌ను విక్రేత సృష్టిస్తారు	కేటలాగ్ నిర్వహణ	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
3	ఆర్డర్ స్థితి, కొనుగోలుదారు క్యాన్సిలేషన్లు, ఇన్వెంటరీ లభ్యత, డిస్‌సాప్ స్టాక్, రిటర్న్ అభ్యర్థనలు మరియు రిటర్న్ లాజిస్టిక్‌లను నిర్వహించడం	ఆర్డర్ నిర్వహణ మేనేజ్‌మెంట్ డిస్‌సాప్ మేనేజ్ మెంట్ & రిటర్న్ మేనేజ్‌మెంట్	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
4	కొనుగోలుదారులు తాము ఆన్‌లైన్‌లో ఆర్డర్ చేసిన ఉత్పత్తులను షిప్‌మెంట్ స్థూల నుండి రక్షణకు గాను ప్లేయర్‌లు, కార్టన్‌లు మొదలైనవాటిలో ప్యాక్ చేయబడిన ఉత్పత్తులను అందుకుంటారు	ప్యాకేజింగ్	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
5	వ్యాపార నిర్వహణ మరియు విక్రేతల కార్యాచరణ పనితీరు	విక్రేత నిర్వహణ	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
6	కొనుగోలుదారు లేవనెత్తిన డెలివరీ ఆలస్యం, దెబ్బతిన్న ఉత్పత్తిని అందుకోవటం మొదలైన ఆర్డర్ సంబంధిత సమస్యల పరిష్కారం	క్లెయిమ్ సపోర్ట్	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్ బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
7	వివిధ సంస్థలు API ద్వారా ప్రతిస్పందించడానికి, ఆర్డర్‌ని ఆపరేషనల్‌గా అమలు చేయకుండా ఉండటానికి పార్టనీషింగ్/ల వద్ద నిర్దిష్ట కార్యాచరణ లాజిక్‌లు రూపొందించబడాలి.	కార్యాచరణల ప్రణాళిక (వ్యాపారం కోసం నియమాలను నిర్వచించడం)	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్ బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్
8	ఒకసారి ఆర్డర్ కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయబడి, రిటర్న్ విండో మూసివేయబడిన తర్వాత, పాల్సోనే సెల్లర్ యాప్ మరియు బయ్యర్ యాప్ల మధ్య విలువ సెటిల్మెంట్ జరగాలి.	పేమెంట్ & సెటిల్మెంట్	సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్ బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషింగ్

హ్యాండబుక్ పైన పేర్కొన్న ప్రతి కార్యకలాపాన్ని లోతుగా వివరిస్తుంది మరియు పాల్సోనేవారు అవలంబించవలసిన ఉత్తమ ఆచరణలపై మార్గదర్శకత్వాన్ని అందిస్తుంది.

## అధ్యాయం 2

# ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతలు

మునుపటి విభాగంలో చర్చించినట్లుగా, కొనుగోలుదారులు వెబ్‌సైట్ లేదా మొబైల్ అప్లికేషన్‌లో ఉత్పత్తులను వీక్షించడానికి ముందు, విక్రేతలు తప్పనిసరిగా ONDC Networkలో సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్ట్‌సిపెంట్ ద్వారా ఆన్‌బోర్డ్ అయి ఉండాలి. ఈ విభాగం ఈ వ్యాపార ప్రక్రియలో ఉన్న విభిన్న అంశాలను మరియు ఉత్తమ పద్ధతులపై మార్గదర్శకాలను వివరిస్తుంది.

మీ విక్రేత ఆన్‌బోర్డింగ్ ప్రయాణం క్రింది విధంగా ఉంది:

1. ఏ కేటగిరీ విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయాలో నిర్ణయించడం.
2. వనరుల ప్రణాళిక.
3. వాణిజ్య నిబంధనలపై అంగీకరించిన ONDC Network ద్వారా విక్రయించడానికి విక్రేతలను ఒప్పించడం.
4. విక్రేత నమోదును ప్రాసెస్ చేయడం.
5. కేటలాగ్ చేయడం.

### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు :

- ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతల కోసం ప్రణాళిక బృందం/అవసరమైన వనరులు
- ONDC Network ద్వారా ఆన్‌లైన్‌లో విక్రయించడానికి విక్రేతలను ఒప్పించటం/మెప్పించటం
- ఆన్‌బోర్డింగ్ ప్రక్రియలో విక్రేతలు లేవనెత్తిన ప్రాథమిక సమస్యలు పరిష్కరించడం
- ఆన్‌బోర్డింగ్ సమయంలో విక్రేతల నుండి సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్ట్‌సిపెంట్ సేకరించవలసిన సమాచారం యొక్క చెక్‌లిస్ట్

# విక్రేత ఆన్‌బోర్డింగ్ ప్లానింగ్

## ఆన్‌బోర్డింగ్ విక్రేతల కోసం కేటగిరీ ఎంచుకోవడం:

మేము పేర్కొన్నట్లుగా, సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్ట్‌సిపెంట్ తాను ఎలాంటి విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయాలనుకుంటున్నారో మరియు అతను ఆపరేట్ చేయాలనుకుంటున్న కేటగిరీలను నిర్ణయించడంతో ఇది ప్రారంభమవుతుంది. సెల్లర్ యాప్ లేదా సెల్లర్ NP ఆపరేట్ చేయాలని నిర్ణయించే కేటగిరీలు లేదా డొమైన్‌లు ఈ దిగువ పేర్కొన్నట్లు వంటి అనేక కారకాలపై ఆధారపడి ఉంటాయి, అవి:

## డొమైన్ లేదా కేటగిరీ యొక్క గత అనుభవం:

ఇది ఆఫ్‌లైన్ లేదా ఆన్‌లైన్ కావచ్చు. ఒక కేటగిరీని ఎంచుకున్నప్పుడు, విక్రేత లేదా విక్రేత NP బృందం కార్యకలాపాలలో ముందున్న అనుభవం ఉన్న వర్గానికి ప్రాధాన్యత ఇవ్వడం విక్రేత NPకి ప్రయోజనకరంగా ఉంటుంది. ఇది విక్రేత NPకి ఇప్పటికే ఉన్న విక్రేతల మూలాన్ని కలిగి ఉండటం, కేటగిరీ యొక్క కార్యాచరణ నియమాలను అర్థం చేసుకోవడం మరియు కొనుగోలుదారులు సాధారణంగా ఈ కేటగిరీ కోసం చూసే సమాచారంతో విక్రేతల కోసం సంబంధిత కేటలాగ్‌ను రూపొందించడానికి ముందుకు వేయడంలో సహాయపడుతుంది.

## క్యాటగిరీ స్పెసిఫిక్ మార్కెటింగ్ వర్సెస్ ఆపరేషన్స్

### క్యాటగిరీ అర్థం చేసుకోవడం:

మార్కెటింగ్ మరియు సగటు ఆర్డర్ విలువ అనేది కేటగిరీల వ్యాప్తంగా మారుతూ ఉంటుంది. ఒక నిర్దిష్ట నగరం/ప్రాంతం మరియు కేటగిరీలో విక్రేత NP యొక్క కార్యాచరణ ఖర్చు ఎంత అనేదానిపై ఆధారపడి, విక్రేత NP ఆ కేటగిరీలను పార్ట్‌లిస్ట్ చేయడానికి మార్కెటింగ్ మరియు సగటు ఆర్డర్ విలువ నుండి వేసుకకు లెక్కకట్టాలి, ఇది కార్యకలాపాల ఖర్చును కవర్ చేస్తుంది.

ఒక నిర్దిష్ట కేటగిరీ యొక్క ప్రాంతీయ సరఫరాపై దృష్టి పెట్టడం అంటే ఏమిటి? విక్రేత NP ఒక నిర్దిష్ట కేటగిరీ విషయంలో అత్యధిక సరఫరా ఉన్న ప్రాంతంలో పనిచేస్తూ ఉండవచ్చు, కానీ డిమాండ్ భారతదేశం అంతటా ఉండవచ్చు. కొంతమంది విక్రేత NPలు అటువంటి కేటగిరీలోని విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయడానికి ఈ స్థాన ప్రయోజనాన్ని ఉపయోగించుకోవాలని కోరుకోవచ్చు.

హైపర్‌లోకల్ విషయంలో కేటగిరీలో స్థానిక డిమాండ్ లేదా ఖర్చు ఎంత?

ఒక విక్రేత NP హైపర్‌లోకల్ మోడల్‌లో పని చేయాలని నిర్ణయించుకుంటే, విక్రేత NP తప్పనిసరిగా విక్రేతలు సర్వీస్ అందించగల ప్రాంతాలలో తగినంత డిమాండ్ ఉన్న కేటగిరీలను ఎంచుకోవాలి. అలాగే, విక్రేత NP సమీపంలోని ప్రాంతాల నుండి తగినంత డిమాండ్ ఉన్న ప్రాంతాలలో విక్రేత ఆన్‌బోర్డింగ్‌ను ప్లాన్ చేయాలి.

హైపర్‌లోకల్ వర్సెస్ ఆల్ ఇండియా ఫిల్‌మెంట్ F&B మరియు గ్రోసరీస్ వంటి హైపర్‌లోకల్ లాజిస్టిక్స్ అవసరమయ్యే కేటగిరీల కోసం, ONDC Network ద్వారా హైపర్‌లోకల్ డెలివరీలు అందుబాటులో ఉన్న ప్రాంతాల నుండి విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయాలని సెల్లర్ NP ఎంచుకోవచ్చు. ఆల్ ఇండియా డెలివరీ కేటగిరీల కోసం - ఏ పట్టణం మరియు నగరంలోనైనా సెల్లర్ NP విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయవచ్చు. వాస్తవానికి, ఈ ఓపెన్‌నెట్‌వర్క్ యొక్క బహుళ-డొమైన్ స్వభావంతో, కేటగిరీలు మరియు డొమైన్‌ల నుండి విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డ్ చేయాలని సెల్లర్ NPలు ఎంచుకోవచ్చు.



ప్రస్తుతం నెట్వర్క్లో ఉన్న ఈ కేటగిరీలు మరియు డొమైన్ల నుండి వికేత NPలు ఎంచుకోవచ్చు (కేటగిరీలు బుల్లెట్ పాయింట్లుగా కనిపిస్తాయి). రిటైల్ డొమైన్లో మనకు ఈ క్రింది కేటగిరీలు ఉన్నాయి: F&B - గ్రోసరీ - హోమ్ & కిచెన్ - ఎలక్ట్రానిక్స్ - ఫ్యాషన్ - బ్యూటీ & పర్సనల్ కేర్

దీనితో పాటుగా ONDC Network మరొక అభివృద్ధి చెందుతున్న - మొబిలిటీ - డొమైన్ని కూడా జోడించింది. నెట్వర్క్ అభివృద్ధి చెందుతున్నందున, మేము సెల్లర్ NP ఎంచుకోవడానికి మరిన్ని డొమైన్లు మరియు కేటగిరీలను జోడిస్తాము.

వికేత ఆన్బోర్డింగ్ ప్రక్రియ - సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మొదట ఆన్బోర్డింగ్ కోసం వికేతను సంప్రదించి మరియు చివరకు వికేత ఆర్డర్లను స్వీకరించి దానిని నెరవేర్చడంలో ఒక పూర్తి ప్రక్రియ నిమగ్నమై ఉంటుంది.

అందువల్ల, నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ 10 మంది వికేతలను యాక్టివ్గా మార్చాలంటే 100 మంది వికేతలతో కనెక్ట్ కావాలి లేదా 20 మంది లైవ్ వికేతలను పొందడం లక్ష్యం అయితే 200 మంది వికేతలతో కనెక్ట్ అవ్వాలి. ఈ ప్లానింగ్ను లక్ష్యంగా పెట్టుకున్న వికేతలు మరియు ఆర్డర్ల నుండి వెనుక నుంచి పని చేయడం ద్వారా ప్రారంభించాలి.

వివిధ దశలు:

స్థాయి  
**1**

➔ **చేరుకోవడం :**

వికేత NP కనెక్షన్లను ఏర్పరచుకోగల వికేతలు

స్థాయి  
**2**

 **ఆసక్తిని చూపినవారు:**

ఆన్లైన్లో విక్రయించడానికి సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ప్రతిపాదనపై ఆసక్తి చూపే వికేతలు

స్థాయి  
3

### పంచుకున్న సమాచారం:

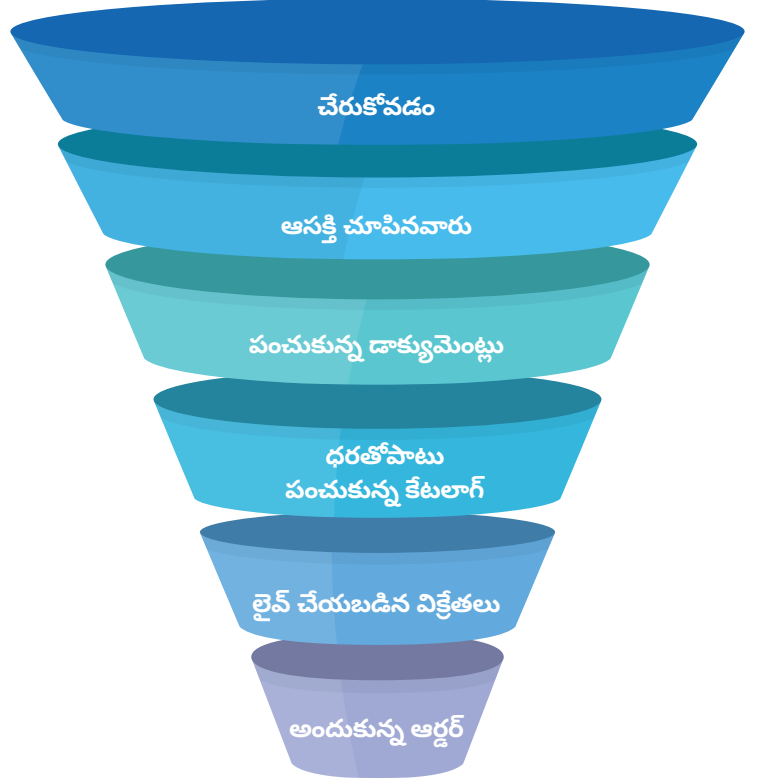
వికేత NPతో అవసరమైన పత్రాలు మరియు సమాచారాన్ని (KYC, GST, క్యాన్సిల్ చేయబడిన చెక్, నిమగ్నతకు సంబంధించిన పత్రాలు - చెల్లింపు నిబంధనలపై ఒప్పందం) అందజేసే ఆసక్తిగల వికేతలు

స్థాయి  
4

### పంచుకున్న కేటలాగ్ సమాచారం:

సెల్లర్ NP ద్వారా విక్రయించదలచిన ఉత్పత్తుల అమ్మకం ధర, MRP, ఉత్పత్తి పేరు, బ్రాండ్, డిజిటల్ కేటలాగ్ (ఉత్పత్తి గురించి మరియు బై నౌ/యాడ్ టు కార్డ్ బటన్ వివరాలను కలిగి ఉన్న వెబ్సైట్/ అప్లికేషన్లోని డిజిటల్ ఉత్పత్తి పేజీ) రూపకల్పన కోసం ఇన్వెంటరీ వివరాలతో కూడిన సమాచారాన్ని వికేతలు షేర్ చేయాలి. కేటలాగ్ రూపకల్పనపై తర్వాతి విభాగంలో కేటలాగ్లోని వివిధ విభాగాలు మరియు ఉత్తమ అభ్యాసాల వివరాలు ఉన్నాయి. ONDC Network విభిన్న సర్వీస్ ప్రొవైడర్లకి కేటలాగ్ రూపకల్పనతో సహా అనేక సేవలను అందించడానికి వీలు కల్పిస్తుంది, ఇది డిజిటల్ మూలాధారాన్ని సులభంగా, వేగంగా రూపొందించేలా మరియు వికేతలకు అందుబాటులో ఉండేలా చేస్తుంది.

ఫన్నెల్ ఎగువన చేరుకోవాల్సిన వికేతల సంఖ్య ఆధారంగా, సెల్లర్ నెట్ వర్క్, పార్టసిపెంట్లు సెల్లర్ కనెక్ట్ మరియు కాలిఫ్ లేదా ఫీల్డ్లో ఆన్బోర్డింగ్ కోసం వనరులను ప్లాన్ చేయాలి.



# చేరడానికి విక్రేతలను ఒప్పించటం

ప్లానింగ్ పూర్తయిన తర్వాత మరియు సెల్లర్ NP బృందం విక్రేతలను సంప్రదించిన తర్వాత, వారు ఆన్‌లైన్‌లో ఎందుకు విక్రయించాలి (ఇప్పటికే విక్రయించకపోతే) మరియు వారు ONDC ద్వారా ఎందుకు విక్రయించాలి అనే విషయాన్ని బృందం విక్రేతలకు తెలియజేయాలి. ఈ విభాగం విక్రేతలను ఒప్పించేందుకు విక్రేత NP బృందం కోసం కీలక విలువ ప్రతిపాదనలను అందిస్తుంది.

## ఆన్‌లైన్‌లో విక్రయించడానికి కారణాలు

భారతదేశ ఇ-కామర్స్ రంగం 21.5% వార్షిక వృద్ధితో 2022లో రిటైల్ రంగం అత్యంత వేగంగా అభివృద్ధి చెందుతున్న రంగాలలో ఒకటిగా ఉంది (రిఫరెన్స్: ఇండియన్ బ్రాండ్ ఈక్విటీ రిపోర్ట్ ఆగస్టు '22) మరియు \$74.8 బిలియన్లకు

చేరుకుంటుందని ఆశించబడింది. 2021 పండుగ సీజన్ కోసం, భారతీయ ఇ-కామర్స్ ప్లాట్‌ఫామ్ లు US\$ 9.2 బిలియన్ల స్థూల వ్యాపార విలువ (GMV)తో అమ్మకాలను సృష్టించాయి, ఇవి గత సంవత్సరం US\$ 7.4 బిలియన్ల నుండి 23% పెరిగాయి. భారతదేశంలో ఇ-కామర్స్ మరియు ఎడ్‌టెక్ వంటి ఆన్‌లైన్ సేవలను బలంగా స్వీకరించడం ద్వారా 2020లో US\$ 537.5 బిలియన్ డాలర్ల నుండి వృద్ధి చెందుతూ 2030 నాటికి భారతదేశ వినియోగదారుల డిజిటల్ ఎకానమీ US\$1 ట్రిలియన్ మార్కెట్‌గా మారుతుందని భావిస్తున్నారు. ఈ బలమైన సూచికలతో, డిజిటల్ ఉనికిని కలిగి ఉండటం విక్రేతల రాబడికి కొత్త మరియు సమర్థవంతమైన మార్గం అవుతుంది. విక్రేతలు డిజిటల్ ఉనికిని కలిగి ఉండటానికి ఇక్కడ కొన్ని ప్రధాన కారణాలు ఉన్నాయి:

## 1 పెరిగిన భాగోళిక పరిధి

వికేతలు ఇంతకు ముందు ఇ-కామర్స్ లో పని చేయకుంటే, NPలు ఇ-కామర్స్ అందించిన ఎక్కువ యాక్సెస్ ను హైలైట్ చేయాలి - హైపర్ లోకల్ వ్యాపారం కోసం సర్వీస్ బిలిటీ యొక్క పరిధి మరింత కస్టమర్ బేస్ ను ఆకట్టుకోవటాన్ని పెంచుతుంది, పాస్ ఇండియా డెలివరీ కేటగిరీల కోసం, భారతదేశంలోని అన్ని లైవ్ సర్వీస్ బుల్ కోడ్లను ఇ-కామర్స్ తెరుస్తుంది.

## 2 COVID-19 తర్వాత ఆన్ లైన్ కి మారిన కొనుగోళ్ళు

COVID-19 సమయంలో, కదలికలపై ఉన్న పరిమితుల కారణంగా ఆన్ లైన్ డిమాండ్ పెరిగింది. డిజిటల్ బయింగ్కు మారిన కొనుగోళ్ళలో కొంత భాగం కొనసాగింది, అయితే ఆన్ లైన్ డిమాండ్ శాశ్వతంగా మారుతుండడం కనిపిస్తోంది. ప్రతి వికేత ఆన్ లైన్ లో ఉండటం ముఖ్యం, తద్వారా ఇప్పుడు ఆన్ లైన్ లో కొనుగోలు చేస్తున్న కస్టమర్లు వికేత దుకాణాన్ని తెలుసుకోవచ్చు.

## 3 డిజిటల్ స్టోర్ ఉనికి

మానవశక్తి, స్థలం, అద్దెలు, ఇన్వెంటరీ మేనేజ్ మెంట్ మొదలైనవాటిలో పెట్టుబడి అవసరం అయ్యే ఫిజికల్ రిటైల్ స్టోర్ కంటే డిజిటల్ స్టోర్ ను నిర్వహించడం చాలా సులభం. వికేతలు తమ మొత్తం కేటలాగ్ ను ఇప్పటికే ఉన్న మరియూ కొత్త కస్టమర్లతో ప్రదర్శించడానికి పరపతి గల డిజిటల్ సెల్లర్ స్టోర్ పొందుతారు.

## 4 పెరిగిన కొనుగోలు తరచుదనం

ఇంటి వద్దనే ఉండి ఆర్డర్ చేసే సౌలభ్యంతో, కస్టమర్లు ఇప్పుడు ఆన్ లైన్ లో మరింత తరచుగా షాపింగ్ చేస్తున్నారు. వికేతలు ఆన్ లైన్ లో కొత్త కస్టమర్లను పొందడానికి మరియు ఇప్పటికే ఉన్న కస్టమర్లను మరింత తరచుగా కొనుగోలు చేసేలా వారి డిజిటల్ ఉనికిని ఉపయోగించుకోవచ్చు. కాలక్రమేణా, వికేతలు నమ్మకంగా పేరు ఏర్పరుచుకోవచ్చు మరియు తమ ప్రస్తుత కస్టమర్లతో ఆఫ్ లైన్ లో కలిగి ఉన్నట్లుగా నమ్మకమైన ఆన్ లైన్ కమ్యూనిటీని సృష్టించవచ్చు.

# ONDC Network ద్వారా ఆన్‌లైన్‌లో ఎందుకు విక్రయించాలి?

ఆన్‌లైన్‌లో విక్రయించడం వల్ల కలిగే ప్రయోజనాలను విక్రేతలు అర్థం చేసుకున్న తర్వాత, ఆన్‌లైన్ విక్రయాలను సులభతరం చేసే ఇతర ఛానెల్‌లు/ప్లాట్‌ఫామ్‌లు ఉన్నప్పుడు ONDC Network ద్వారా ఎందుకు అమ్మాలి అనే తదుపరి తార్కిక ప్రశ్న వస్తుంది. ఈ విభాగం ఈ ప్రశ్నను పరిష్కరించడానికి ఉద్దేశించబడింది.

## 1 ఒకేసారి బహుళ కొనుగోలుదారుల అప్లికేషన్ లకు బహిర్గతం కావడం

ONDC Network ద్వారా ఆన్‌బోర్డు అయిన విక్రేత ONDC Network యాక్టివ్‌గా ఉన్న అన్ని కొనుగోలుదారు అప్లికేషన్‌లలో కనిపిస్తారు. విక్రేత బహుళ ఆన్‌లైన్ ప్లాట్‌ఫామ్‌లలో ఆన్‌బోర్డ్ కావడం, కార్యకలాపాలు మరియు సంబంధాల నిర్వహణను నేర్చుకోవాల్సిన అవసరం లేదు.

సింగిల్ ఆన్‌బోర్డింగ్ ద్వారా, విక్రేతను దేశవ్యాప్తంగా ఉన్న అన్ని కొనుగోలుదారు అప్లికేషన్‌ల ద్వారా చేరుకోవచ్చు. [ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి : Ch 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.3.3(i)&(k), 2.4.6]

## 2 రేటింగ్ యాజమాన్యం

ప్లాట్‌ఫామ్‌లో పని చేస్తున్నప్పుడు వ్యాపార కొనుగోలుదారులు విక్రేతలకు మరియు విక్రయించబడుతున్న ఉత్పత్తులకు రేటింగ్‌లు ఇస్తారు. విక్రేతల నుండి కొనుగోలు చేసే కొనుగోలుదారుల నిర్ణయంలో రేటింగ్‌లు కీలక పాత్ర పోషిస్తాయి. కానీ ఒక విక్రేత విక్రయించడానికి ఇప్పటికే ఉన్న ప్లాట్‌ఫామ్ నుండి వేరే ప్లాట్‌ఫామ్‌కు వెళ్ళాలని నిర్ణయించుకుంటే, అతను/ఆమె ప్రస్తుత రేటింగ్‌లను కొత్త ప్లాట్‌ఫారమ్‌కి తీసుకువెళ్ళలేదు మరియు మంచి రేటింగ్‌లను పొందడానికి సున్నా నుండి ప్రారంభించాలి. ONDC Networkలో అలా కాదు, రేటింగ్స్ యాజమాన్యం విక్రేతల దగ్గరే ఉంటుంది . భవిష్యత్తులో విక్రేత వేరే విక్రేత NPకి వెళ్ళాలని నిర్ణయించుకుంటే, విక్రేత ప్రస్తుత రేటింగ్‌లను ఉపయోగించడం కొనసాగించవచ్చు. [ONDC Network వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలు చూడండి : Ch 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.5; రాబోయే స్కీరింగ్/బ్యూజ్‌నింగ్ విధానం]

### 3 వికేతలందరికీ సముచిత అవకాశం

ONDC Network తుది వినియోగదారులకు విక్రయించడానికి వికేతలందరికీ సమాన అవకాశం ఉంది. ప్రతి వికేత సమానమైన విజిబిలిటీ, అవకాశం కలిగి ఉండేందుకు బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు వికేతలను ఫిల్టర్ చేయడానికి/క్రమబద్ధీకరించడానికి ఉపయోగించే ప్రతి పరామితి యొక్క పారామీటర్లు మరియు వెబ్సైట్లోని బహిర్గతం చేయాలి.

[ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి : Ch 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.3.3(j)&(k), 2.3.4, 2.4.6]

### 4 వికేతలు వారి స్వంత నిబంధనలను సెట్ చేస్తారు

అన్ని బయ్యర్ అప్లికేషన్ల అంతటా ఫీచర్ చేసే సౌలభ్యంతో, సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లని ఎంచుకునే సమయంలో వికేతలు తమ స్వంత నిబంధనలను నిర్ణయించుకోవచ్చు. వికేత ప్లాట్ఫామ్ల వ్యాప్తంగా ఆవరోధం లేకుండా వచ్చినందున వికేతలు తమ రేటింగ్/ఖ్యాతిని నిలుపుకుంటారు [ONDC వెబ్సైట్లోని పాలన మరియు విధానాలను చూడండి : Ch 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.3.5, 2.4.4]

### 5 ధర-ప్రభావిత ఇ-కామర్స్ వ్యాల్వ్యూ చైన్

డిజిటల్ కామర్స్లోకి చేరుతున్న ప్రతి భాగంతో, వికేతలు ఇ-కామర్స్ వ్యాల్వ్యూ చైన్ పూర్తి చేయడానికి ఇతర సేవల గురించి చింతించకుండా వారి ప్రధాన కార్యకలాపాలపై దృష్టి పెట్టవచ్చు. (ఉదా: మార్కెటింగ్, లాజిస్టిక్స్, ఆన్ లైన్ స్పిర్యాదుల పరిష్కారం, మొదలైనవి). ఉదాహరణకు, ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి : Ch 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.3 మరియు 2.4 (NPE వ్యక్తిగత బాధ్యతలను వివరిస్తుంది) ONDC Network కోర్ఆర్గిటెక్చర్ అనేక మంది భాగస్వాములతో పోటీతత్వ ధరతో విస్తృతమైన సేవలను అందించడం వలన వికరందారుల అమ్మకాల ఒత్తిడి గణనీయంగా తగ్గుతుంది.

### 6 మీ కస్టమర్ల గురించి తెలుసుకోండి

బయ్యర్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా డెలివరీ ఆన్ లేదా ఆఫ్ నెట్వర్క్లో జరుగుతుందా అనే దానితో సంబంధం లేకుండా వికేతలు తమ కస్టమర్ వివరాలను (కస్టమర్ పేరు, ఫోన్ నంబర్, చిరునామా, ఇమెయిల్ ID) [ONDC ప్రోటోకాల్ స్పెసిఫికేషన్లు] తెలుసుకుంటారు. [ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు పాలసీలను చూడండి : Ch 4 (ప్రవర్తనా నియమావళి మరియు నైతిక విలువలు): 4.7; Ch 7 (నెట్వర్క్ డెటా గవర్నెన్స్)].

# ఆన్‌బోరింగ్ సమయంలో విక్రేత సమస్యలు నిర్వహించడం

ONDC Network చేరడానికి విక్రేతలను మెప్పించడం, ఒప్పించడం చేస్తుండగా విక్రేతలు లేవనెత్తే ఆందోళనలు ఉంటాయి. విక్రేత NP బృందం అటువంటి ప్రశ్నలను పరిష్కరించడానికి మరియు విక్రేతకు నమ్మదగిన కారణాలను అందించడానికి సిద్ధంగా ఉండాలి. ఈ విభాగంలో, ఆన్‌లైన్‌లో విక్రయించడానికి సంబంధించిన విక్రేతల ప్రధాన సమస్యలు జాబితా చేయబడ్డాయి మరియు అటువంటి సమస్యలను ఎలా పరిష్కరించాలో ఈ విభాగం వివరిస్తుంది.



## సమస్య 1:

### ప్రస్తుతం ఉన్న ఇ-కామర్స్ వ్యాపారులు అధిక కమీషన్లు వసూలు చేస్తారు

వికేతల యొక్క ప్రధాన సమస్యలలో ఒకటి, ప్రస్తుత వ్యాపారులు వసూలు చేసే అధిక రుసుము, ఇది వ్యాపారులకు గణనీయమైన మార్జిన్ నష్టానికి దారి తీస్తుంది. వికేతలకు NP ఈ క్రింది వాటిని హైలైట్ చేయవచ్చు:

- వికేతలు వికేత నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్తో మాత్రమేడిల్ చేస్తారు, అయితే వ్యాపారానికి సంబంధించిన ప్రాధాన్యతా నిబంధనల ప్రకారం పాల్గొనే వికేతల మధ్య నిరంతర కదలికకు సంపూర్ణ స్వేచ్ఛను పొందుతారు. వికేత ప్లాట్ఫామ్లలోకి [రాబోయే స్కొరింగ్/బ్యాడ్జింగ్ విధానం] ఆటంకం లేకుండా మారి వచ్చినందున వికేతలు వారి రేటింగ్/ఖ్యాతిని నిలుపుకుంటారు.
- మరొక సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ కి వెళ్లడం అనేది కనుగొనే సామర్థ్యాన్ని ప్రభావితం చేయదు. అందువల్ల, మార్కెట్ శక్తులు సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్స్ పోటీ ధరలను అందించేలా చేస్తాయి. సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్తో సంబంధం లేకుండా, వికేతలందరూ అన్ని బయర్స్ అప్లికేషన్లలో ప్రదర్శించబడతారు, కొనుగోలుదారుకు అవసరమైన సంబంధిత ఉత్పత్తులను హైలైట్ చేస్తారు.
- ఇ-కామర్స్ వ్యాల్యూ ఛైన్ కు చెందిన అన్ని విభాగాల ప్రారంభంతో, వికేతలు తమ ఉత్పత్తుల యొక్క ప్రధాన సమర్థతపై దృష్టి పెట్టవచ్చు. పోటీతత్వ ధరకి అనేక మంది పాల్గొనేవారు అనేక రకాల సేవలను అందించడంతో, ఒక శక్తివంతమైన నెట్వర్క్ వికేతల లాభంపై ఒత్తిడిని గణనీయంగా తగ్గిస్తుంది.

## సమస్య 2:

### ఇ-కామర్స్ వ్యాపారంలో ప్రతిఫలాల

గతంలో ఇ-కామర్స్లో విక్రయించి, విడిచిపెట్టిన వికేతలు లేదా ఇ-కామర్స్లో పని చేయని వికేతలు అయితే వారి వికేత సంఘంలో అధిక రాబడి కారణంగా నష్టపోయిన సందర్భాలను విన్న వికేతల ప్రాథమిక సమస్యలలో ఇది ఒకటి.

NP వికేతలకు ప్రతిఫలాల గురించి అవగాహన కల్పించాలి మరియు అవసరమైన విధంగా క్రింది అంశాలను వివరించాలి:

- వివిధ కేటగిరీలు వేర్వేరు ఆదాయ రేట్లను కలిగి ఉంటాయి మరియు నిర్దిష్ట వికేత ఆన్లైన్లో విక్రయించడానికి ఆసక్తి గల కేటగిరీకి తక్కువ రాబడి రేటును కలిగి ఉండవచ్చు
- రాబడిని నియంత్రించడానికి మరియు నిర్వహించడానికి ఉపయోగించే కారకాలను వివరిస్తోంది:
  - సరైన సమాచారంతో కూడిన అధిక నాణ్యత గల కేటలాగ్,
  - ఉత్పత్తులను సరైన సమయానికి పంపిణీ చేయడం,
  - ప్రీమియం ఆర్డర్లు COD ఆర్డర్ల కంటే గణనీయంగా తక్కువ రాబడిని కలిగి ఉంటాయి.
  - రిటర్న్స్ కాస్టును గ్రహించడం కోసం ఉత్పత్తి/కేటగిరీలోని మార్జిన్ల ఆధారంగా నిర్ణయాలు తీసుకోవచ్చు,
  - వికేత పూర్తి మరియు సరైన ఆర్డర్లను పంపుతున్నాడని నిర్ధారించుకోవడం,
  - ఉత్పత్తిని వాపసు ఇవ్వగలిగింది/వాపసు ఇవ్వలేనిదిగా చేయాలా వద్దా నిర్ణయించడం.
- రిటర్న్స్ వచ్చే ఉత్పత్తుల ఖర్చును వికేతలు తమ మార్జిన్లలో ఏర్పాటు చేసుకోగలరు



### సమస్య 3:

#### చెల్లింపు పరిష్కార వ్యవధి

విక్రేతలు ప్రధానంగా ఆన్‌లైన్ విక్రయాల వ్యాపారంలో చిక్కుకుపోయే వారి వర్కింగ్ క్యాపిటల్ గురించి ఆందోళన చెందుతారు. సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్‌లు తప్పనిసరిగా తమ విక్రేతలతో చెల్లింపు నిబంధనలను నిర్వచించాలి మరియు విశ్వాసాన్ని పెంపొందించడానికి వారి విక్రేతలకు సకాలంలో చెల్లింపును నిర్ధారించాలి. [\[ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు పాలసీలను చూడండి : నోడల్ లాంటి ఖాతాలో నిర్మాణాన్ని ప్రారంభించడం Ch 3: వాణిజ్య నమూనా \(రాబోయే రివిజన్\)\]](#) సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్ విక్రేత చెల్లింపుల నుండి తన స్వంత చెల్లింపును డీలింక్ చేయాలనుకోవచ్చు. అలాగే, సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్ విక్రయదారులతో వినూత్న పరిష్కారాలను అనుసరించవచ్చు, అవి:

- స్టాబ్‌లను రూపొందించండి: ఇతర విక్రేతలకు వేగవంతమైన చెల్లింపుల కోసం ఊహించిన అమ్మకాల పరిమాణంపై కమ్యూనికేషన్‌తో అధిక డిపెండెన్సీ గల విక్రేతలకు వేగవంతమైన చెల్లింపులు. [\[ONDC ప్రొటోకాల్ స్పెసిఫికేషన్ మరియు చెల్లింపు/సెటిల్‌మెంట్ ప్రీమ్‌వర్క్ ద్వారా ప్రారంభించబడింది\]](#)
- శీఘ్ర చెల్లింపుల కోసం కొంచెం ఎక్కువ విక్రేత రుసుము యొక్క ఎంపికను అందించండి

### సమస్య 4:

#### ఇ-కామర్స్‌లో పని చేస్తున్నప్పుడు ప్యాకేజీలు/ఉత్పత్తులకు జరిగే నష్టాల ఖర్చు

సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్ తప్పనిసరిగా సెల్లర్ NPకు నష్టపరిహారం పెంచే ప్రక్రియను మరియు లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP వరెస్ విక్రేత మధ్య బాధ్యత ఎలా కేటాయించబడుతుందో విక్రేతలకి వివరించాలి.

#### దీని ప్రాముఖ్యతను వివరించండి:

- సరైన ప్యాకేజింగ్
- డిస్పాచ్‌కు ముందు ప్యాకేజింగ్ యొక్క చిత్రాలు/వీడియోలను క్యాప్చర్ చేయడం, అందుకున్నవి
- పాడైపోయినట్లయితే, వాటిని లాజిస్టిక్స్ పై పేర్కొనడం, పూర్వ ఆఫ్ డెలివరీ డాక్యుమెంట్,
- నిర్ణీత సమయపాలనలో విక్రేత NPకి టిక్కెట్‌లను రైజ్ చేయడం

విక్రేతలు అమ్మకాల పరిమాణం వరెస్ దెబ్బతిన్న సందర్భాల శాతాన్ని అర్థం చేసుకున్న తర్వాత కాలక్రమేణా అతని/ఆమె మార్జిన్‌లలో నష్టం వల్ల అయిన ఖర్చుని కూడా పెంచుకోవచ్చు.

## సమస్య సంఖ్య 5:

**ONDC Network పాలసీ ప్రకారం కూడా ఇది నిషేధించబడింది.**

సాంప్రదాయ ఇ-కామర్స్ ఏర్పాటులో, ఇప్పటికే ఉన్న ప్లాట్‌ఫామ్‌లు తమ ప్లేవేబిల్ లేబుల్ అమ్మకాలను లేదా నిర్దిష్ట విక్రేతలకు విక్రయాలు అందించాలనుకోవచ్చు; ONDC Network ద్వారా, బయ్యర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ల డిక్లెయిర్‌తో బయ్యర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ శోధనలో ప్రాధాన్యత ఫలితాలను ఇవ్వలేరు.

## సమస్య సంఖ్య 6:

**మధ్య నుండి దీర్ఘకాలాల మధ్య మార్జిన్‌లను మెరుగుపరచడం.**

ONDC Network అమ్మకందారులకు ప్రోత్సాహకాలను అందించడానికి వీలు కల్పిస్తుంది మరియు విక్రేతలు వారి వ్యాపార స్థిరత్వానికి అనుగుణంగా ధర పాయింట్‌పై నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు. కాలక్రమంలో విక్రేతల అమ్మకాలు వివిధ బయ్యర్ ఆప్టికేషన్‌లలో పెరుగుతాయి మరియు వాల్యూమ్‌లు పెరిగే కొద్దీ వారు తమ సరఫరాదారుల నుండి మెరుగైన ధరలకు బేరాలు చేసుకోగలరు.

## సమస్య సంఖ్య 7:

**అందువల్ల, విక్రయదారులు సమాన విజిబిలిటీ కోసం ప్రకటనలలో పెట్టుబడి పెట్టవలసిన అవసరం లేదు.**

ఒక విక్రేత వారి శోధన ర్యాంకింగ్‌ను మెరుగుపరచడానికి అదనంగా ఖర్చు చేయాల్సి ఉంటుందా? ఇతర ప్లాట్ ఫామ్‌ల మాదిరిగా కాకుండా, ONDC Network ప్రతి విక్రేతకు పోటెన్షియల్ కస్టమర్‌లుగా కనిపించేందుకు సమాన అవకాశం ఉంది ఎందుకంటే బయ్యర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు విక్రేతలను ఫిల్టర్ చేయడానికి లేదా క్రమబద్ధీకరించడానికి ఉపయోగించే లాజిక్‌ను బహిర్గతం చేయడానికి బాధ్యత వహిస్తారు.

అయినప్పటికీ, విక్రేతలు ఇప్పటికీ అలా చేయాలనుకుంటే, వారు ఏ బయ్యర్ ఆప్టికేషన్‌పై అయినా ప్రకటన చేసే అవకాశం ఉంది.

# వికేతల నుండి అవసరమైన సమాచారాన్ని సేకరించడం:

వికేత NP మీ వికేతలను ఆన్బోర్డ్ చేయమని మరియు వారి క్లిష్టమైన ఆందోళనలకు సమాధానమిచ్చిన తర్వాత, వికేతల నుండి ముఖ్యమైన వివరాలను సేకరించడానికి ఇది సరైన సమయం, కాబట్టి మీరు ఆన్బోర్డింగ్ ప్రక్రియలో ఎటువంటి కార్యాచరణ సవాళ్లు లేదా జాప్యాలను ఎదుర్కోరు. ONDC Network ద్వారా అమ్మకం నుండి వికేతలను నమోదు చేయడానికి మరియు వారి ఉత్పత్తులను లైవ్ చేయడానికి అవసరమైన సూచిత సమాచారం దిగువ పట్టికలో హైలైట్ చేయబడింది.



క్ర. సం.	అవసరమైన సమాచారం	సేకరించబడింది (అవును/కాదు) ✓ ✗
1	విక్రేత పేరు - రిజిస్ట్రేషన్ కోసం అవసరం	
2	వ్యాపారం పేరు - రిజిస్ట్రేషన్ కోసం అవసరం	
3	PAN కార్డ్ వివరాలు - రిజిస్ట్రేషన్ కోసం తప్పనిసరి	
4	విక్రేత GST	
5	విక్రేత నెరవేర్చు కవరేజ్ - సేవా సామర్థ్యాన్ని నిర్ణయించడానికి అవసరం	
6	విక్రేత స్టోర్ పిన్ కోడ్ మరియు అడ్డన్ - లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ ద్వారా ఆర్డర్ పికప్ కోసం అవసరం	
7	వార్గానం చేసిన పిప్పింగ్ సమయం	
8	విక్రయించడానికి ఆసక్తి కలిగి ఉన్న ఉత్పత్తి కేటగిరీలు	
9	విక్రయ ధరతో విక్రేత వద్ద SKU యొక్క వివరణాత్మక సమాచారం అందుబాటులో ఉంది - కేటలాగ్ రూపకల్పనకు అవసరం. (తరువాతి విభాగంలో మేము కేటలాగ్ క్రియేషన్ ని వివరంగా కవర్ చేస్తాము)	
10	విక్రేత ఇప్పటికే ఆన్లైన్లో విక్రయిస్తున్నారా - శిక్షణా అవసరాలను నిర్ణయించడం కోసం అవసరం	
11	జాబితా మరియు ధరల నవీకరణపై విక్రేత శిక్షణా అవసరాన్ని తనిఖీ చేయండి - లభ్యత మరియు ధరపై సరైన సమాచారాన్ని నిర్ధారించడానికి అవసరం	
12	ఆర్డర్ ప్రాసెసింగ్లో విక్రేత శిక్షణా అవసరాన్ని తనిఖీ చేయండి - ఆర్డర్ ప్రాసెసింగ్ కోసం అవసరం	
13	ఆర్డర్ తరువాత సమస్యలను పరిష్కరించడానికి కమీషన్లు, కార్యకలాపాల ఖర్చు - వ్యాజీజింగ్, రిటర్న్లు, నష్టాలు మొదలైన వాటిపై విక్రేత అవగాహనను తనిఖీ చేయండి.	
14	వ్యాపారం గురించి చర్చించడానికి విక్రేత SPOC : పేరు, సంప్రదింపు సంఖ్య మరియు ఇమెయిల్ - వృద్ధి మరియు వ్యాపారంపై చర్చ కోసం	
15	కార్యకలాపాల కోసం విక్రేత SPOC (పేరు, సంప్రదింపు సంఖ్య మరియు ఇమెయిల్) - లాజిస్టిక్స్ పికప్, ఆర్డర్ ప్రాసెసింగ్పై ఫాలో అప్ మొదలైనవి - నిర్వహణ కార్యకలాపాలు మరియు కోనుగిలుదారుల హెచ్చుదలల కోసం అవసరం	

క్ర. సం.	అవసరమైన సమాచారం	సేకరించబడింది (అవును/కాదు) ✓ ✗
16	ఖాతా వివరాల కోసం క్యాన్సిల్ చేసిన చెక్కు	
17	కేటగిరీ నిర్దిష్ట అవసరాలు వంటి ఇతర వివరాలు - ఉదా: F&B విక్రేతల కోసం FSSAI లైసెన్స్ నంబర్	
18	పిర్వాయ పరిష్కార కార్యాలయ వివరాలు (సంప్రదింపు సంఖ్య) (ఇ-కామర్స్ నిబంధనల ప్రకారం)	

సమాచారాన్ని తదుపరి దశగా స్వీకరించిన తర్వాత, విక్రేత NP విక్రేత నెట్ వర్క్, పార్టీసిపెంట్లో విక్రేతను తన వైపు నుంచి నమోదు చేసుకుని విక్రేత యొక్క కేటలాగ్ను రూపొందించాలి.

GST యొక్క ప్రాముఖ్యతను అర్థం చేసుకోవడానికి విక్రేతకు సహాయం చేయడం ముఖ్యం. స్థూలంగా చెప్పాలంటే, GST విక్రేతకు అతని/ఆమె వ్యాపారాన్ని ఆప్టిమైజ్ చేయడానికి సహాయపడుతుంది మరియు క్రింది ప్రయోజనాలను కలిగి ఉంది:

చట్టబద్ధత: GST రిజిస్ట్రేషన్ అనేది అసంఘటిత రంగంలోని అసాధికారిక కార్మికులు లేదా వ్యాపారులకు చట్టపరమైన గుర్తింపు మరియు చట్టబద్ధతను ఇస్తుంది. ఇది కష్టమరీలు మరియు సరఫరాదారులతో నమ్మకాన్ని పెంపొందించడంలో సహాయపడుతుంది మరియు బ్యాంకుల నుండి రుణాలు లేదా అప్పును పొందడం కూడా సులభతరం చేస్తుంది.

పెరిగిన పోటీతత్వం: నమోదు చేసుకున్న వ్యాపారులు తమ కష్టమరీలకు GST ప్రయోజనాలను అందించగలవు కాబట్టి, అవి వ్యవస్థీకృత వ్యాపారులతో ఒక స్థాయిలో పోటీపడగలవు.

సులభంగా వ్యాపారం చేయడం: GST రిజిస్ట్రేషన్ ఇతర నమోదిత సంస్థలతో వ్యాపారాన్ని సులభతరం చేస్తుంది, ఎందుకంటే అనేక పరోక్ష పన్ను అధికారులతో వ్యవహరించాల్సిన అవసరం ఉండదు.

ప్రభుత్వ పథకాలకు ప్రాప్యత: నమోదిత వ్యాపారులు వివిధ ప్రభుత్వ పథకాలు మరియు ప్రయోజనాలను పొందవచ్చు, ఇవి వారి వృద్ధి మరియు విస్తరణకు సహాయపడతాయి.

### అధ్యాయం 3

# కేటలాగ్ క్రియేషన్

విక్రేత ఆన్‌బోర్డింగ్ పూర్తయిన తర్వాత, సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ద్వారా విక్రేత విక్రయించాలనుకునే ఉత్పత్తుల యొక్క డిజిటల్ డేటాబేస్‌ను రూపొందించడం తదుపరి దశ. ఈ విభాగం ఈ డిజిటల్ పేజీలను రూపొందించడానికి ఉత్తమ పద్ధతులను పరిశీలిస్తుంది.

#### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

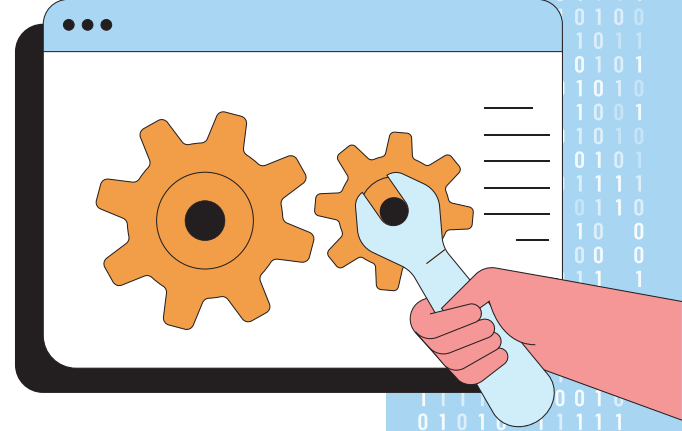
- కేటలాగ్ అంటే ఏమిటో మరియు మంచి నాణ్యత గల కేటలాగ్ యొక్క ప్రాముఖ్యతను అర్థం చేసుకోవటం
- కేటలాగ్ యొక్క విభిన్న అంశాల కోసం కంటెంట్ ను రూపొందించడానికి ఉత్తమ పద్ధతులు: ఉత్పత్తి శీర్షిక, చిత్రాలు, ముఖ్యఫీచర్లు, ఉత్పత్తి ప్రత్యేకతలు, విశేషణాలు & ఫిల్టర్లు, ఉత్పత్తి వివరణ, తరచుగా అడిగే ప్రశ్నలు
- కేటలాగ్ రూపొందించడానికి అనుసరించడానికి చేయదగినవి మరియు చేయకూడనివి

# ఇ-కామర్స్ కేటలాగ్ అంటే ఏమిటి ?

కేటలాగ్ రెండు విభిన్న భాగాలను కలిగి ఉంటుంది: బ్యూకెండ్, డేటాబేస్ (కొనుగోలుదారులకు కనిపించదు) అని పిలుస్తారు మరియు ఫ్రంటెండ్, డిస్ప్లే/యూజర్ ఇంటర్ఫేస్ (కొనుగోలుదారులకు కనిపిస్తుంది) అని సూచించబడుతుంది.

## డేటాబేస్

ఇది ఉత్పత్తి సమాచారం యొక్క డేటాబేస్. ఆన్ లైన్లో విక్రయించబడే ప్రతి ఉత్పత్తికి నిర్దిష్ట సమాచారం ఉంటుంది, అది తప్పనిసరిగా డేటాబేస్లో నిల్వ చేయబడాలి. ఆ సమాచారంలో ఉత్పత్తి పేరు (శీర్షిక), MRP, అమ్మకపు ధర, అందుబాటులో ఉన్న ఇన్వెంటరీ, ఉత్పత్తి యొక్క ముఖ్య ఫీచర్లు & వివరణ, తరచుగా అడిగే ప్రశ్న (FAQ) మొదలైనవి ఉంటాయి. మనం ఈ విభాగంలోని ఈ అంశాలలో ప్రతి ఒక్కదానిని మరింత లోతుగా పరిశీలిస్తాము మరియు ఉత్తమ ఆచరణలను షేర్ చేసుకుందాము .



## డిస్ప్లే/యూజర్ ఇంటర్ఫేస్

బ్యూకెండ్లో నిల్వ చేయబడిన సమాచారం కొనుగోలుదారులకు వెబ్పేజీ లేదా మొబైల్ అప్లికేషన్ పేజీ రూపంలో చూపించబడుతుంది . కొనుగోలుదారు వెబ్సైట్లో లేదా మొబైల్ అప్లికేషన్లో చూసే పేజీ ఇదే: ఈ వెబ్పేజీ/మొబైల్ అప్లికేషన్ పేజీ ఒక నిర్దిష్ట ఉత్పత్తికి ప్రత్యేకమైనది మరియు ఉత్పత్తి చిత్రాలు, విక్రయ ధర మరియు ఉత్పత్తి MRP వంటి ఉత్పత్తికి సంబంధించిన వివరాలను కలిగి ఉంటుంది. ఈ పేజీలో 'బై నౌ' మరియు 'యాడ్ టు కార్ట్' బటన్లు ఉంటాయి. నిర్దిష్ట ఉత్పత్తి కోసం రూపొందించబడిన ఏకైక వెబ్ పేజీ/మొబైల్ అప్లికేషన్ పేజీని ఇ-కామర్స్ భాషలో ప్రోడక్ట్ డిస్ప్లే పేజీ (PDP) అంటారు.

## ఆన్‌లైన్ విక్రయాలలో అధిక-నాణ్యత కేటలాగ్ యొక్క ప్రాముఖ్యత

ఆన్‌లైన్‌లో ఒక ఉత్పత్తిని కొనుగోలు చేస్తున్నప్పుడు, కస్టమర్ విక్రేతను, వ్యక్తిగతంగా కలవలేరు లేదా దుకాణాన్ని భౌతికంగా సందర్శించలేరు మరియు ఏవైనా సందేహాలను స్పష్టం చేయడానికి నేరుగా ప్రశ్నలు అడగలేరు.

అందువల్ల, కొనుగోలు నిర్ణయం తీసుకోవడానికి అవసరమైన సమాచారం అంతటినీ నిర్మాణాత్మకంగా మరియు సంక్షిప్త పద్ధతిలో కొనుగోలుదారుకు అందించటం కీలకం అవుతుంది.

కొనుగోలుదారు భౌతిక కనెక్షన్ లేకుండా కొనుగోలు చేస్తున్నందున మరియు కొనుగోలు చేసిన కొన్ని రోజుల తర్వాత ఉత్పత్తి అందుకుంటారు మరియు ఉత్పత్తి అందుకోవడానికి ముందే చెల్లింపు కూడా చేయవచ్చు కాబట్టి, మంచి నాణ్యమైన కేటలాగ్ కూడా విక్రేతపై మరియు ఉత్పత్తి నాణ్యతపై నమ్మకాన్ని పెంచడంలో సహాయపడుతుంది.

## అధిక నాణ్యత గల కేటలాగ్ విక్రేతల సహాయపడుతుంది

- అమ్మకాలు మెరుగుపరచడం
- రిటర్న్స్ తగ్గించడం
- సరైన ఉత్పత్తిని ఎంచుకోవడానికి కస్టమర్లకు తక్కువ సమయం పట్టేలా చూడటం
- కస్టమర్ ప్రశ్నలు మరియు సంప్రదింపులను తగ్గించడం
- విక్రేత రేటింగ్లను మెరుగుపరచడం, అది రిపీట్ మరియు కొత్త ఆర్డర్లను మెరుగుపరచడంలో సహాయపడుతుంది

# సమాచార మూలాలు

కేటలాగ్ రూపొందించడానికి ఉత్పత్తి సమాచారం అవసరం అవుతుంది, విక్రేత మరియు విక్రేత NP ఈ సమాచారాన్ని పొందడానికి సూచిత మూలాలు మరియు మార్గాలు క్రింద ఇవ్వబడ్డాయి:

- బ్రాండ్ ఉత్పత్తుల కోసం బ్రాండ్ యొక్క కేటలాగ్ యొక్క భౌతిక కాపీలు మొత్తం సమాచారం/ప్రత్యేకతలను కలిగి ఉంటాయి
- అనేక బ్రాండ్లకి తమ ఉత్పత్తుల గురించిన సమాచారంతో ఆన్‌లైన్ స్టోర్లు ఉన్నాయి
- ONDC Network ద్వారా విక్రయించే ఉత్పత్తి తయారీదారు దాని స్వంత కంటెంట్‌ను రూపొందించాలి
- థర్డ్ పార్టీ కేటలాగ్ సర్వీస్ ప్రొవైడర్ల నుండి సహాయం తీసుకోవడం: విక్రేత NP తమ విక్రేతల కోసం అవసరాన్ని ఏకీకృతం చేయడానికి మరియు ఉత్తమమైన డీల్‌ను చర్చించడానికి సర్వీస్ ప్రొవైడర్‌తో టైఅప్ కావచ్చు

- విక్రేత NP తమ విక్రేతల కోసం ఒక ఇన్-హౌస్ కేటలాగ్ క్రియేషన్ బృందాన్ని ఏర్పాటు చేయవచ్చు. విక్రేతల ఆన్‌బోర్డింగ్ & లిస్టింగ్‌ను ప్రోత్సహించడానికి మరియు పెంచుకోవడానికి తమ విక్రేతల నుండి కనీస రుసుములను వసూలు చేస్తారు. నిర్దిష్ట బ్రాండ్ కేటలాగ్ కోసం విక్రేత NP సృష్టించే డేటాను బ్రాండ్‌కు చెందిన అవే ఉత్పత్తులను ఆన్‌లైన్‌లో విక్రయించాలనుకునే బహుళ విక్రేతలు ఉపయోగించుకోవచ్చు
  - దీని వలన అదే కేటలాగ్ అవసరాలు గల నూతన విక్రేతలకు మార్కెట్ చేయడానికి సమయం ఆదా అవుతుంది
  - సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టసిపెంట్ ఒకే ఉత్పత్తి పేజీని రూపొందించే ధరను బహుళ విక్రేతలలో విస్తరించడం వల్ల ప్రతి విక్రేతకు అయ్యే ఖర్చు కూడా తగ్గుతుంది. వ్యక్తిగత విక్రేతలు తమ ప్రాధాన్యత ప్రకారం కేటలాగ్ నాణ్యతను మరింత మార్చడానికి/మెరుగుపరచడానికి ఎంచుకోవచ్చు

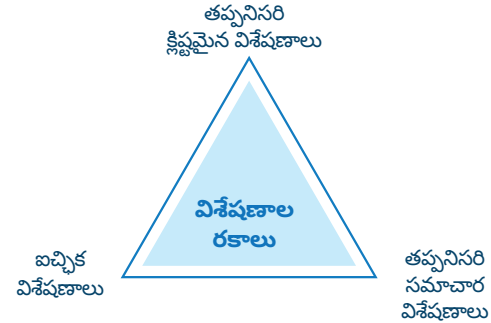


# ఉత్పత్తుల కోసం విశేషణాలను నిర్వచించడం

విశేషణాలు అనేవి ప్రతి ప్రత్యేక SKUని నిర్వచించడంలో సహాయపడే ఉత్పత్తి ఫీచర్లు/సమాచారం. ఇవి కేటలాగ్ ను రూపొందించే సమయంలో నిర్వచించబడ్డాయి. ఈ ఉత్పత్తి విశేషణాలు ఈ విధంగా సహాయపడతాయి:

- SKU యొక్క ఫీచర్లు నిర్వచించండి
- కస్టమర్ దృక్కోణం నుండి వారు కస్టమర్లు ఉత్పత్తిని బాగా అర్థం చేసుకోవడంలో సహాయపడతారు మరియు వారి కొనుగోలు గురించి సమాచారం తెలుసుకుని నిర్ణయం తీసుకుంటారు
- బయ్యర్ అప్లికేషన్ ద్వారా ఫిల్టర్లను రూపొందించడానికి విశేషణాలు ఉపయోగించబడతాయి, ఇవి కొనుగోలుదారులకు వారి అవసరాలకు అనుగుణంగా ఉత్పత్తుల ఎంపిక నిర్ణయం తీసుకోవడంలో సహాయపడతాయి
- ఒక ఉత్పత్తికి తగిన విశేషణాలు లేకుంటే, కొనుగోలుదారులు ఉత్పత్తి గురించి పూర్తి సమాచారాన్ని పొందలేకపోవటానికి దారితీస్తుంది మరియు ఈ స్పష్టత లేకపోవడం వల్ల కొనుగోలు చేయకూడదని నిర్ణయించుకోవచ్చు.

- ముఖ్యమైన విశేషణాలు లేకుంటే, కస్టమర్ ద్వారా బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టనీషిపెంట్లపై ఫిల్టర్లు వర్తింపజేసిన తరువాత ఫలితాలలో ఆ ఉత్పత్తి కనిపించకపోవచ్చు, ఫలితంగా విక్రేత & విక్రేత NPకి అమ్మకానికి నష్టం వాటిల్లుతుంది.



## కీలకమైన తప్పనిసరి విశేషణాలు:

ఇవి ఉత్పత్తి యొక్క ఫీచర్లు , ఇవి లేకుండా కస్టమర్ కొనుగోలు నిర్ణయం తీసుకోలేరు. ఉదాహరణకు, ప్రొడక్ట్ టైప్ షూన్ కోసం, షూస్ జే అనేది తప్పనిసరి విశేషణం. ఎయిర్ కండిషన్ కోసం AC యొక్క టన్నేజీ తప్పనిసరి విశేషణం. ONDC Network ప్రతి వర్గానికి తప్పనిసరి విశేషణాలను నిర్వచిస్తుంది మరియు సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్స్ ప్రతి ఉత్పత్తికి తప్పనిసరిగా విలువలను జోడించాల్సి ఉంటుంది. అలాగే బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ వారి కొనుగోలుదారు అనుభవాన్ని నిర్వహించడానికి కొన్ని తప్పనిసరి విశేషణాలను ప్రకటించవచ్చు.

[\[ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి :  
Ch 2 \(వ్యాపార నియమాలు\): 2.3.3\(k\)\]](#)

## కీలకమైన తప్పనిసరి విశేషణాల నమూనా: F&B

విశేషణం పేరు	తప్పనిసరి
ఐటమ్ పేరు	అవును
పుడ రకం	అవును
నర్స్ చేసే	అవును
పోర్షన్ పరిమాణం	అవును
ప్రధాన పదార్థాలు	అవును

## ఐచ్చిక విశేషణాలు

ఇది కొనుగోలుదారులకు చూపించాల్సిన నియంత్రణ ద్వారా తప్పనిసరి చేయబడిన సమాచారం. విక్రేత NP BIS లేబులింగ్ అవసరాలు, లీగల్ మెట్రాలజీ నియమాలు మరియు వినయోగదారుల రక్షణ (E - కామర్స్ నియమాలు), 2020, వీటిపై మార్గదర్శకాల కోసం FSSAI నుండి ప్యాకేజింగ్ మరియు లేబులింగ్ నిబంధనలను చూడాలి. దీనికి కొన్ని ఉదాహరణలు విక్రేత పేరు, పుట్టిన దేశం వంటి వివరాలు ఉంటాయి.

## తప్పనిసరి సమాచారాత్మక విశేషణాలు:

ఈ విశేషణాల వివరాలు లేకుండా కస్టమర్లు కొనుగోలు నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు, అయితే వినయోగదారుడు ఉత్పత్తిని మరింత వివరంగా అర్థం చేసుకోవాలనుకుంటే లేదా ఉత్పత్తులను విశేషణాల అంతటా సరిపోల్చాలని అనుకున్నప్పుడు సౌలభ్యంగా ఉంటే మంచిది. ఉదాహరణకు మొబైల్ ఫోన్ ను కొనుగోలు చేసేటప్పుడు, ఏ ఫోన్ లో ఎక్కువ బ్యాటరీ లైఫ్ ఉందో నిర్ణయించడానికి ఒక కస్టమర్ బ్యాటరీ యొక్క మిల్లియంపియర్-గంట (mAh) రేటింగ్ ని, అలాగే తయారీదారు అందించిన అంచనా టాక్ టైమ్ మరియు స్టాండ్ బై సమయంను చూడవచ్చు. వివిధ మోడళ్లలో ఈ విశేషణాలను సరిపోల్చడం ద్వారా, కస్టమర్లు ఏ ఫోన్ వారి అవసరాలకు అనుగుణంగా ఉంటుందో మరియు మొత్తం మీద ఉత్తమ విలువను అందిస్తాయో తెలుసుకుని నిర్ణయం తీసుకోవచ్చు.

అన్ని రకాల/విభాగాల కస్టమర్ కోసం కేటలాగ్ తగినంతగా పూర్తి చేయబడిందని నిర్ధారించుకోవడానికి విక్రేతలు వీలైనన్ని ఎక్కువ విశేషణాలను జోడించాలని సూచించబడింది. ఉత్పత్తి పేజీలో ప్రధాన ఫీచర్లు లేదా ఉత్పత్తుల స్పెసిఫికేషన్ల క్రింద ప్రదర్శించబడే విశేషణాలను జాబితా చేస్తున్నప్పుడు తప్పనిసరిగా ముందుగా తప్పనిసరి విశేషణాలను జాబితా చేయాలని మరియు ఆపై తప్పనిసరి కాని విశేషణాల యొక్క మరిన్ని వివరాలలోకి వెళ్ళాలని సూచించబడింది.

ONDC Network పరిశ్రమ అభ్యాసాల ఆధారంగా ప్రతీ కేటగిరికి తప్పనిసరి విశేషణాలను ఏర్పాటు చేసింది.

# కేటలాగ్ రూపకల్పనకు మార్గదర్శకాలు

చర్చించినట్లుగా, ఉత్పత్తి యొక్క కేటలాగ్ లో చిత్రాలు, శీర్షిక, ముఖ్యఫీచర్లు, ఉత్పత్తి వివరణ, తరచుగా అడిగే ప్రశ్నలు వంటి వివిధ విభాగాలు ఉన్నాయి. దిగువన ఉన్న విభాగం ఈ విభాగాల్లో ప్రతి ఒక్కటి ఏమిటో మరియు ఈ విభాగాలలో ప్రతిదానికీ ఉత్తమమైన అభ్యాసాలను వివరిస్తుంది.

## ఉత్పత్తి శీర్షిక

ఇది ఉత్పత్తి ప్రదర్శన పేజీ యొక్క హెడర్, ఇది దేనికైతే పేజీ రూపొందించబడిందో ఆ ఉత్పత్తిని సూచిస్తుంది.

సంబంధిత ఉత్పత్తి శీర్షికను రూపొందించటం ఎందుకు ముఖ్యం?

ఒక బయ్యర్ యాప్ లో కొనుగోలుదారులు వెతుకుతారు

కొనుగోలుదారు శోధన ఫలితాల జాబితా ద్వారా బ్రౌజ్ చేస్తారు



కొనుగోలుదారు యొక్క కొనుగోలు ప్రయాణంలో

ప్రతి శోధన ఫలితాలలోని ప్రధాన అంశాలలో ఒకటి శీర్షిక

కొనుగోలుదారు కొనుగోలును పూర్తి చేయడం కోసం విశ్లేత స్టోర్/ఉత్పత్తిపై క్లిక్ చేస్తారా అనేది సంబంధిత శీర్షిక నిర్ణయిస్తుంది.

## శీర్షికను ఎలా రూపొందించాలి?

శీర్షిక తప్పనిసరిగా క్రింది మూలకాల నుండి కొన్నిటి లేదా అన్నిటి కలయికను కలిగి ఉండాలి:

- బ్రాండ్/తయారీ
- ఉత్పత్తి పేరు
- ఉత్పత్తి ID/మోడల్
- అత్యంత క్లిష్టమైన ఫీచర్ / విశేషణాలు (రంగు/పరిమాణం/లింగం/స్టైల్/USP మొదలైనవి)
- ఉత్పత్తి రకం (కాజువల్ షూ, టీషర్ట్, బర్గర్, గోధుమ)

ఈ మూలకాల యొక్క ఎంపిక మరియు అమరిక అనేది కేటగిరీతో మారుతూ ఉంటుంది. సాధారణ నియమంగా, టైటిల్ రూపకర్త కస్టమర్ వెతుకుతున్న దానిని లిస్టింగ్ సూచిస్తుందని కస్టమర్ కు భరోసా ఇచ్చే అత్యంత సంబంధిత సమాచారాన్ని ఇవ్వాలని గుర్తుంచుకోవడం ముఖ్యం, ఆపై టైటిల్ ను రూపొందించడానికి ఎలిమెంట్లను ఎంచుకుని, సమానంగా ఉంచండి.

కేటగిరీ	ఉత్పత్తి	బెచిత్త్యం ద్వారా ఎంపిక చేయబడిన అంశాలు	సూచించబడిన శీర్షిక
కిరాణా	గోధుమలు	ఉత్పత్తి పేరు: అట్టా/గోధుమ బ్రాండ్: ఆశీర్వాద్ ఫీచర్: హోల్ వేట్, పరిమాణం: 10 కిలోలు	PQR ఆశీర్వాద్ - మొత్తం గోధుమలు, 10 కిలోల బ్యాగ్
ఫ్యాషన్	షర్ట్	బ్రాండ్: పీటర్ ఇంగ్లాండ్ విశేషణం - లింగం: పురుషుడు, ఫిట్: స్లిమ్, రంగు: తెలుపు ఉత్పత్తి రకం: షర్ట్	పీటర్ ఇంగ్లాండ్, పురుషుల స్లిమ్ ఫిట్ వైట్ షర్ట్
ఎలక్ట్రానిక్స్	మొబైల్	బ్రాండ్: Apple మోడల్: iPhone 12 క్రిటికల్ ఫీచర్లు- రంగు: ఊదారంగు, స్టోరేజి: 64 GB	Apple iPhone 12 బ్లాక్ , 64 GBS స్టోరేజీ

## చేయకూడనివి:

- X ఎటువంటి విలువను జోడించని పదాలను నింపవద్దు
- X స్పెల్లింగ్ & వ్యాకరణ దోషాలు లేకుండా చూడండి
- X అన్ని వివరాలను బలవంతంగా సరిపోయేలా ప్రయత్నించవద్దు, బదులుగా సంబంధిత & కీలకమైన సమాచారాన్ని మాత్రమే ఎంచుకోండి

# ముఖ్య ఫీచర్లు

ఈ విభాగం ఉత్పత్తి/బ్రాండ్ యొక్క ఏకైక విక్రయ ప్రతిపాదనను హైలైట్ చేస్తుంది. ఈ విభాగాన్ని బుల్లెట్ పాయింట్ ఫార్మాట్ లో కొనుగోలుదారుకు అమ్మకాల పిచ్ కోసం ఒక విభాగంగా పరిగణించండి.

## సిఫార్సులు (ఉత్పత్తి రకం/కేటగిరీ అవసరం ప్రకారం ఎంచుకోండి):

- ఉత్పత్తి రకం కోసం తుది వినియోగదారు విలువైన ఫీచర్ లు: ఉదా, దుస్తుల కోసం - అత్యుత్తమ నాణ్యత గల ఫాబ్రిక్, స్వెట్ అబ్సార్బెంట్ ఫాబ్రిక్, సంరక్షణ సులభం. ఆహారం/కిరాణా కోసం - పదార్థాలు/వినియోగ సిఫార్సు/ప్రయోజనాలు మొదలైనవి.
- ఉత్పత్తి/ఉచిత సేవలకు సంవత్సరాల వారంటీ లేదా హామీ.
- బ్రాండ్ యొక్క కస్టమర్ కేర్ సంప్రదింపు నంబర్ (అందుబాటులో ఉంటే & అవసరమైతే).
- అందుబాటులో ఉంటే & అవసరమైతే (ఉదా, ఉపకరణాలు) బ్రాండ్ సంప్రదింపు వివరాలతో బ్రాండ్ నుండి ఇన్ స్ట్రక్షన్ లు వివరాలు
- ముఖ్యమైన సమాచారం: ఉత్పత్తి యొక్క ముఖ్య వివరణలు

విభాగాన్ని - 5 బుల్లెట్ పాయింట్లకు పరిమితం చేయడానికి ప్రయత్నించండి. మీకు మరిన్ని పాయింట్లు ఉంటే, ముఖ్యమైన వాటిని ఎంచుకోండి.

# చిత్రాలు

## ఉత్పత్తి పేజీలో చిత్రాల ప్రాముఖ్యత

ఉత్పత్తిని ప్రదర్శించడానికి ఉత్పత్తి ప్రదర్శన పేజీలో ఉత్పత్తి చిత్రాలు ప్రాథమిక దృశ్యమాన అంశాలుగా ఉంటాయి. కొనుగోలుదారు కొనుగోలు నుండి ఏమి ఆశించవచ్చో స్పష్టంగా చూపడంతో పాటు, అధిక-నాణ్యత గల చిత్రం వికేత యొక్క వాస్తవికత మరియు ఉత్పత్తి నాణ్యతపై నమ్మకాన్ని పెంపొందించడానికి కూడా సహాయపడుతుంది. ఇది మరిన్ని ఆర్డర్లను పొందడంలో సహాయపడుతుంది.

## భారతదేశంలోని ఒక ప్రధాన ఇ-కామర్స్ ప్లేయర్ 63% మంది కస్టమర్లు ఉత్పత్తి సమీక్షలు లేదా వివరణల కంటే చిత్రాలే ముఖ్యమైనవని భావిస్తున్నారని పరిశోధన చేశారు.

అందువల్ల, అధిక నాణ్యత కలిగిన ఉత్పత్తి చిత్రాలను కలిగి ఉండటం ముఖ్యం. మరొక ప్రధాన వికేత తమ విక్రయించిన వస్తువులలో 80% అధిక నాణ్యత గల చిత్రాలతో ఉన్నాయని పేర్కొన్నారు. అదేవిధంగా, ఇప్పటికే ఉన్న మరొక ఇ-కామర్స్ మార్కెట్ ప్లేస్ యొక్క ఇ-కామర్స్ వికేతల మధ్య నిర్వహించిన పరిశోధన ప్రకారం, ఉత్పత్తి వీడియోలను చేర్చడం ద్వారా ఆన్లైన్ మార్కెట్ప్లేస్ లాభాలు 144% మెరుగుపడ్డాయి.

## ముఖ్య సూచనలు:

- ఉత్పత్తికి చెందిన కనీసం 4 చిత్రాలు (కేటగిరీని బట్టి మారవచ్చు, నిర్దిష్ట కేటగిరీలకు 1-2 చిత్రాలు కూడా సరిపోతాయి ఉదా, బర్గర్ వంటి ఆహార ఉత్పత్తులు). ముందు వీక్షణ & వెనుక వీక్షణ చిత్రాలను అందించాలి.
- కంటి స్థాయి వీక్షణతో ముందు & వెనుకతో సహా వివిధ కోణాల నుండి ఉత్పత్తి యొక్క చిత్రాలు
- అవసరమైతే ఉత్పత్తి సమాచార చిత్రం, ఉదా, కిరాణా ఉత్పత్తిలో పోషకాహార కంటెంట్, పదార్థాల చిత్రాలు ఉండాలి
- అవసరమైతే ఉత్పత్తి లక్షణాలను చూపే ఇన్ఫోగ్రాఫిక్స్. ఉదా, ఆఫీస్ షైర్ బ్యాక్బెండ్ కోణాలు, ఉత్పత్తుల కోసం సైజు పోలికలు, దుస్తుల కోసం సైజు చార్ట్.
- ఉత్పత్తి యొక్క సాపేక్ష పరిమాణాన్ని సూచించే ఇన్ఫోగ్రాఫిక్/చిత్రం. ఉదా, పెన్నుతో పాటు ఫోన్
- చిత్రంలో అదనపు అంశాలు/ఉత్పత్తులను చేర్చవద్దు, కొనుగోలుదారు స్వీకరించే వాటిని మాత్రమే చిత్రం సూచించాలి.
- ఆహారం, కిరాణా ఉత్పత్తుల కోసం తయారీదారు/దిగుమతిదారు యొక్క FSSAI లైసెన్స్ నంబర్

## చిత్రాల నాణ్యత పరామితి:

- ✓ దీనికి మంచి రిజల్యూషన్ ఉండాలి & సరైన సైజులో ఉండాలి (బయ్యర్ యాప్లో జూమ్ చేసినప్పుడు పిక్సెల్స్ కాకూడదు).
- ✓ దీనికి విరుద్ధమైన బ్యాక్గ్రౌండ్ ఉండాలి
- ✓ బ్యాక్గ్రౌండ్లో నీడలు లేదా కంటెంట్ ఉండకూడదు
- ✓ చిత్రం మధ్యలో ఉత్పత్తిని సమానంగా ఉంచాలి
- ✓ ఇది కంటి స్థాయి కోణంలో సంగ్రహించబడాలి
- ✓ మొదటి చిత్రం పాక్షిక ఉత్పత్తిని చూపుతున్న క్లోజప్ చిత్రంగా ఉండకూడదు

# ఉత్పత్తి వివరణలు/ సాంకేతిక వివరాలు

కొనుగోలుదారులు తమ కొనుగోళ్లకు సంబంధించి అవగాహనతో నిర్ణయాలు తీసుకోవడంలో సహాయ పడటానికి, కొనుగోలు నిర్ణయం తీసుకోవడానికి అవసరమైన అన్ని సాంకేతిక వివరాలను అందించడం చాలా ముఖ్యం, కాబట్టి ఈ విభాగం బ్రాండ్ బాక్స్/ప్యాకేజింగ్ పై పేర్కొన్న అన్ని సాంకేతిక వివరణలను పొందుపరచాలి. ఉదాహరణకు, మొబైల్ ఫోన్ కొనుగోలు విషయంలో మీరు స్టోరేజీ స్పేస్, టైటిల్ లో RAM, కీ ఫీచర్ల విభాగాలు వంటి అతి ముఖ్య విశేషణాలను జోడించవచ్చు, అయితే ఈ విభాగంలో ఇవి మాత్రమే కాకుండా తయారీదారు అందించిన అన్ని సాంకేతిక వివరాలు ఉండాలి, ఉదాహరణకు స్క్రీన్ సైజు, కెమెరా నాణ్యత, కెమెరాల సంఖ్య, ప్రాసెసర్ వివరాలు మొదలైనవి.

యంత్రాలు, ఉపకరణాలు, కంప్యూటర్ & కంప్యూటర్ ఉపకరణాలు, మొబైల్ & మొబైల్ ఉపకరణాలు, IT మరియు ఎలక్ట్రానిక్ విభాగాలు వంటి సాంకేతిక ఉత్పత్తుల కోసం కేటలాగ్ లోని ఈ విభాగం సాధారణంగా అవసరం.

## మొబైల్ ఫోన్ కోసం నమూనా ఉత్పత్తి వివరణ పట్టిక

అపరేటింగ్ సిస్టమ్:	ఆక్సిజన్ OS
ఇంటర్నల్ స్టోరేజీ:	128 GB
RAM:	8 GB
ఉత్పత్తి కొలతలు	7.6 x 0.8 x 16.3 cm
బటమ్ మోడల్ సంఖ్య:	OnePlus Nord 3 5G
వైబ్రేషన్ కమ్యూనికేషన్స్ టెక్నాలజీస్:	సెల్యులార్
ప్రత్యేక ఫీచర్లు :	ఫింగర్ ప్రింట్ స్కానర్, గోరిల్లా గ్లాస్, కెమెరా, పాస్ వార్డింగ్
రంగు:	నలుపు
బ్యాటరీ పవర్ రేటింగ్:	5000 mAh
బాక్స్ లో అదనంగా ఏముంది:	పవర్ అడాప్టర్, SIM ఎజెక్టర్, వారంటీ కార్డ్
స్క్రీన్ సైజ్:	6.74 అంగుళాలు
తయారీదారు:	OnePlus
మూలం దేశం:	భారతదేశం
వస్తువు బరువు:	192 గ్రా

# ఉత్పత్తి వివరణ

పేరు సూచించినట్లుగా, ఉత్పత్తి వివరణ అనేది పారాగ్రాఫ్ ఆకృతిలో ఉత్పత్తి యొక్క సంక్షిప్త వివరణగా ఉంటుంది. ఉత్పత్తి యొక్క సంక్షిప్తతను బట్టి ఉత్పత్తి వివరణ కేవలం 1 లైన్ లేదా బహుళ లైన్స్ కావచ్చు. 'రాజ్క' లేదా 'దోశ' వంటి ఆహార ఉత్పత్తికి ఒకే లైన్ సరిపోతుంది, అయితే ప్రింటర్, సెక్యూరిటీ కెమెరా లేదా డిజైన్ కుర్తా వంటి ఉత్పత్తులకు ఉత్పత్తి గురించి పూర్తిగా కమ్యూనికేట్ చేయడానికి 4-5 లైన్స్ అవసరం కావచ్చు. పూర్తిగా కానీ క్లుప్తంగా ఉండటానికి ప్రయత్నించండి, తద్వారా కస్టమర్ చదవడానికి తక్కువ శ్రమను వెచ్చిస్తూ ఉత్పత్తిని అర్థం చేసుకుంటాడు.

ఉత్పత్తి వివరణ ఉత్పత్తి యొక్క ప్రయోజనాలను విశదంగా వివరిస్తుంది, అయితే అది కేవలం ఉత్పత్తి వివరణలను తిరిగి వ్రాయడం కాకుండా కొనుగోలుదారు యొక్క మనస్సును ఆకర్షించేదిగా ఉండాలి. అతిశయోక్తిని ఉపయోగించడం, ప్రత్యేకంగా ఉండటం, కథ చెప్పడం మరియు సామాజిక రుజువు ఈ విభాగాన్ని గురించి బాగా వ్రాసేటప్పుడు మీకు సహాయపడతాయి.

## ఉత్పత్తి వివరణను వ్రాసేటప్పుడు వీటిపై దృష్టి పెట్టండి:

- కొనుగోలుదారు కోసం ఉత్పత్తి ఏ సమస్యను పరిష్కరిస్తుంది?
- కొనుగోలుదారు ఉత్పత్తులను ఎక్కడ మరియు ఎప్పుడు ఉపయోగించబోతున్నారు?
- కొనుగోలుదారు కోసం మార్కెట్లోని ఇతర ఉత్పత్తుల కంటే ఈ ఉత్పత్తి ఎలా మెరుగ్గా ఉంటుంది?
- కొనుగోలుదారుల సమస్యను పరిష్కరించడానికి ఉత్పత్తి ఎలా పని చేస్తుంది?

## ఉత్పత్తి యొక్క వివరణను వ్రాసేటప్పుడు క్రింది వాటిని చేయవద్దు:

- × అనవసరంగా చాలా పదాలను ఉపయోగించడం
- × వ్యాకరణ దోషాలు
- × అర్థం చేసుకోవడానికి కష్టమైన పదాలను ఉపయోగించడం
- × వేరే చోట నుండి వివరణను కాపీ చేయడం వలన డూప్లికేట్ కావటాన్ని నివారించడం



# FAQ

ఉత్పత్తి లేదా ఉత్పత్తి కేటగిరీకి సంబంధించి వినియోగదారులు కలిగి ఉన్న లేదా కలిగి ఉండే కొన్ని సాధారణ ప్రశ్నలను నేరుగా లక్ష్యంగా చేసుకోవడం ఈ విభాగం యొక్క లక్ష్యం. ఇది ఉత్పత్తి పేజీలో వినియోగదారుని నిలుపుకోవడంలో సహాయపడుతుంది మరియు సాధారణ ప్రశ్నలకు సమాధానాలు పొందడానికి అతను/ఆమె సెర్చ్ ఇంజిన్లు లేదా ఇతర పోర్టల్లకు వెళ్లకుండా నిరోధించడంలో సహాయపడుతుంది. వినియోగదారులు బౌన్స్ అయ్యే ప్రమాదం ఏమిటంటే, వారు తమ శోధనలో నిమగ్నమై, కొనుగోలు ప్రయాణం నుండి తప్పుకోవడంతో వారు ఉత్పత్తి పేజీకి ఎప్పటికీ తిరిగి రాకపోవచ్చు.

**సంగ్రహంగా చెప్పాలంటే, FAQ ఫార్మాట్ ఈ విధంగా సహాయపడుతుంది:**

- సాధారణ ప్రశ్నలకు సమాధానాలను కనుగొనడంలో వినియోగదారుల సమయాన్ని తగ్గిస్తుంది
- కొనుగోలు నిర్ణయంపై విశ్వాసాన్ని పెంచుతుంది
- వినియోగదారు ప్రశ్నలపై వారి అవగాహనను హైలైట్ చేయడం ద్వారా విక్రేతపై నమ్మకాన్ని పెంచుతుంది
- ఉత్పత్తి పేజీలో కస్టమర్లను నిలుపుతుంది

## FAQ ప్రశ్నల ఉదాహరణ

### కేటగిరీ - దుస్తులు

FAQ 1: ఇది మందపాటి పదార్థమా?

FAQ 2: నేను దానిని సులభంగా ఉతకవచ్చా?

FAQ 3: ఉతికిన తర్వాత అది ప్రింక్ అవుతుందా?

FAQ 4: ప్యాంటు పొడవు ఎంత?

### కేటగిరీ - ప్రింటర్

FAQ 1: ప్రింటర్కు స్కానింగ్ సామర్థ్యం ఉందా?

FAQ 2: ప్రింటర్ అన్ని ల్యాప్టాప్లకు అనుకూలంగా ఉంటుందా?

FAQ 3: నేను ఈ ప్రింటర్ని నా మొబైల్తో కనెక్ట్ చేయవచ్చా?

# దృశ్య ప్రాతినిధ్యం

## ఇమేజ్ బ్యాక్గ్రౌండ్

నాన్-కంట్రాస్టింగ్ బ్యాక్గ్రౌండ్ ❌



కాంట్రాస్టింగ్ బ్యాక్గ్రౌండ్ ✔️



## ఇమేజ్ నాణ్యత

ఉదా. జూమింగ్ ఇన్ చేసినప్పుడు పిక్చిలేట్ కాకూడదు

తక్కువ నాణ్యత గల ఇమేజ్ జూమింగ్ చేయటంపై పిక్చిలేట్ కావటం ❌



అధిక నాణ్యత గల ఇమేజ్ జూమ్ చేసినప్పుడు పిక్చిలేట్ కాదు ✔️



## కంటెంట్ పట్ల సృష్టత

ఉదా. ఆహార ఉత్పత్తులకు పౌష్టిక విలువలు స్పష్టంగా కనబడాలి

పౌష్టిక వివరాల సృష్టత లేకుండా చిత్రం ❌



పౌష్టిక వివరాల క్లోజ్-అప్ మరియు సృష్టమైన చిత్రం ✔️

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

## మొదటి ఇమేజ్

మొదటి ఇమేజ్ క్లోజ్-అప్ మరియు సాక్షిక ఇమేజ్ కారాదు

ఉత్పత్తి యొక్క మొదటి ఇమేజ్ క్లోజ్-అప్ మరియు అసంపూర్ణ చిత్రం ❌



ఉత్పత్తి యొక్క మొదటి ఇమేజ్ సూర్తి చిత్రంగా ఉంది ✔️



## చేయవలసిన ముఖ్యమైన పనులు

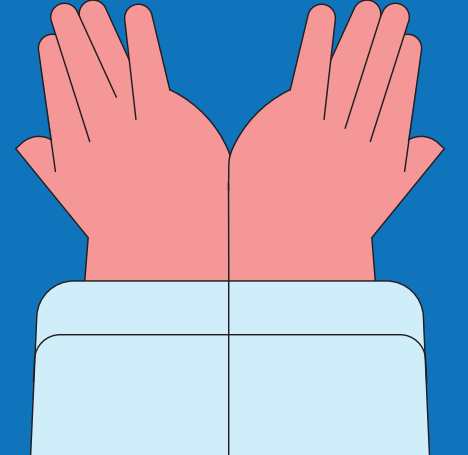
- ట్రైటిల్/బులెట్ పాయింట్లు/ఉత్పత్తి వివరణలో ఉత్పత్తి USPని అప్స్టాంట్ని అందించండి
- సైజ్ పోలికలు వంటి చిత్రాలలో ఇన్ఫోగ్రాఫిక్స్ ఉపయోగించండి
- ఉత్పత్తులను శోధించడానికి కొనుగోలుదారు ఏమి ఉపయోగిస్తారనే విషయాన్ని దృష్టిలో ఉంచుకుని ట్రైటిల్లో కేలక పదాలను ఉపయోగించడం
- కేటలాగ్ సమాచారంలో ఖచ్చితత్వాన్ని నిర్ధారించడం ఆమోదించబడింది

బయర్స్ నెట్వర్క్లో పార్టిసిపెంట్స్ జాబితా కోసం కొన్ని కనీస ప్రమాణాలను కలిగి ఉండవచ్చని దయచేసి గమనించండి [\[ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు పాలసీలను సందర్శించండి: Ch 2 \(వ్యాపార నియమాలు\): 2.4.13, 2.4.14, 2.4.15\]](#). మెరుగైన నాణ్యమైన కేటలాగ్ బయర్స్ అప్లికేషన్లలో ఉపయోగించిన సార్టింగ్ మరియు ఫిల్టరింగ్ లాజిక్ ఆధారంగా బయర్స్ అప్లికేషన్లపై మెరుగైన విజిబిలిటీ కలిగిస్తుంది.

దయచేసి వీటిని కూడా చూడండి:

- ఆహార సంబంధిత ఉత్పత్తులకు FSSAI లేబులింగ్ ఆవశ్యకతలు
- కేటలాగింగ్ కోసం
- లీగల్ మెట్రాలజీ యొక్క BIS లేబులింగ్ అవసరాలు

ONDC Network దాని కేటలాగ్ యాజ్ ఏ సర్వీస్ [CAAS] కార్యక్రమం ద్వారా కాటలాగ్ క్రియేషన్లో పాల్గొనేవారికి మద్దతును అందించడానికి ప్రణాళికలు వేసింది. పాల్గొనేవారికి తగిన సమయంలో సేవ గురించి తెలియజేయబడుతుంది.



## అధ్యాయం 4

# ఆర్డర్ నిర్వహణ

విక్రేతలు ఆన్‌బోర్డు చేయబడి, కేటలాగ్ లైవ్ అయిన తర్వాత, విక్రేతలు కొనుగోలుదారుల నుండి ఆర్డర్లను స్వీకరించడానికి సిద్ధంగా ఉంటారు - బయ్యర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్స్ పై కొనుగోలుదారుల సంబంధిత శోధనల కోసం కేటలాగ్ కనిపిస్తుంది.

విక్రేతలు తమ ఉత్పత్తి కేటలాగ్ కోసం కొనుగోలుదారు ఆర్డర్ చేసిన తర్వాత, కొనుగోలుదారుకు సకాలంలో ఆ మెటీరియల్‌ను పంపగలరని విక్రేతలు నిర్ధారించుకోవాలి. ఒక ఆర్డర్‌ను కస్టమర్ ద్వారా విజయవంతంగా ఉంచబడి తర్వాత అది డెలివరీ అయ్యే వరకు మరియు ఆపై అది వాపసు వస్తే అంత వరకు గల ఆపరేషన్స్‌ను నిర్వహించే మొత్తం ప్రక్రియ ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ కిందకు వస్తుంది. ఈ విభాగంలో, మనం ఆర్డర్‌లను నిర్వహించడానికి ఉత్తమ పద్ధతుల గురించి తెలుసుకుందాము.

### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

- ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ డాష్‌బోర్డ్ మరియు డాష్‌బోర్డ్ యొక్క ముఖ్య ఫీచర్లు మరియు నివేదికలు
- విక్రేత ఆర్డర్ల క్యాన్సిలేషన్ నిర్వహించడానికి అవగాహన మరియు SOP
- ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్‌లో రిటర్న్స్ మేనేజ్ చేయడానికి అవగాహన మరియు మార్గదర్శకాలు
- ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ పనితీరును కొలవడానికి మరియు నియంత్రించడానికి ఏ కొలమానాలను అనుసరించాలో అర్థం చేసుకోండి

# విక్రేతలకు ఆర్డర్ విజిబిలిటీ: ఆర్డర్ మేనేజ్మెంట్ డాష్బోర్డ్

విక్రేత ప్రోడక్ట్స్పై ఆర్డర్ చేసిన తర్వాత, ఆర్డర్ విక్రేతకు కనిపించాలి, తద్వారా అతను ఆర్డర్ను పంపడానికి సిద్ధంగా ఉంచే ప్రక్రియను ప్రారంభించవచ్చు మరియు కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయడానికి లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కు అందజేయవచ్చు. ఇది జరగాలంటే, సెల్లర్ నెట్ వర్క్ పార్టిసిపెంట్ తప్పనిసరిగా విక్రేతలకు డ్యాష్బోర్డ్ను అందించాలి, అక్కడ వారు ప్రత్యక్ష ఆర్డర్లను పర్యవేక్షించగలరు, వాటిని పంపడానికి సిద్ధంగా ఉన్నాయని గుర్తుపెట్టి, పంపిన తర్వాత ఆర్డర్ స్థితిని ట్రాక్ చేయవచ్చు. [\[ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి: Ch2లో సాధారణ బాధ్యత \(వ్యాపార నియమాలు\): 2.4.1\]](#)

సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు డాష్బోర్డ్ (ఆర్డర్ నిర్వహణ వ్యవస్థ ) సృష్టించడానికి రెండు మార్గాలు ఉన్నాయి:

- ఇంటర్నల్ టెక్నాలజీ బృందం ద్వారా దీన్ని అభివృద్ధి చేయండి
- ఇంటర్నల్ టెక్నాలజీ బృందం దీని కోసం సామర్థ్యం లేదా సామర్థ్య అంతరాలను కలిగి ఉంటే, థర్డ్ పార్టీ టెక్నికల్ సర్వీస్ ప్రొవైడర్లకు అవుట్సోర్స్ చేసి దానిని అభివృద్ధి చేయండి



# ఆర్డర్ నిర్వహణ వ్యవస్థ సామర్థ్యాల మార్గదర్శకాలు

[ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి:  
అధ్యాయం 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.4.1, 2.4.3, 2.4.9, 2.4.13]

వికేతలకు సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టిసిపెంట్ అందించిన ఆర్డర్ మేనేజ్ మెంట్ సిస్టమ్ వికేతలకు క్రింది విధులు ఉండాలి:

- వికేత ఇన్వెంటరీలో ఉంచబడుతున్న కొత్త ఇన్‌కమింగ్ ఆర్డర్లవిజిబిలిటీ . కొత్త ఇన్‌కమింగ్ ఆర్డర్ల కోసం ఆర్డర్ డ్యూమ్ బోర్డ్/యాప్‌లో వికేతలకు నోటిఫికేషన్ మెకానిజం.
- ఆర్డర్ ప్రక్రియ ఆర్డర్ అందుకోవటం నుండి ఆర్డర్ యొక్క చివరి డెలివరీ వరకు ఉన్నందున ఆర్డర్ స్థితిపై అప్డేట్.
- సిస్టమ్‌లో ఆర్డర్లను ప్రాసెస్ చేయడం మరియు ప్యాకింగ్ చేయడం మరియు కదలిక దశలు - లేబుల్‌లు మరియు ఇన్ వాయిస్‌లను డాన్‌లోడ్ చేయడం - ఒక ఉత్పత్తిని పంపడం కోసం, వికేత ఆర్డర్ యొక్క ఇన్‌వాయిస్‌ను ప్యాకేజీ లోపల ఉంచడానికి ప్రింట్ చేయగలగాలి మరియు కస్టమర్ యొక్క చిరునామా వివరాలతో పిప్పింగ్ లేబుల్‌తో స్టిక్కర్‌ను ముద్రించగలగాలి. ప్రతి ఆర్డర్ కోసం ఈ పత్రాలను రూపొందించడానికి మరియు ప్రింట్ చేయడానికి ఆర్డర్ డాప్‌బోర్డ్ కార్యాచరణను అందించాలి.
- రవాణాలో మరియు డెలివరీ చేయబడిన ఆర్డర్లను ట్రాక్ చేయడం: ఆర్డర్ షిప్‌మెంట్ తర్వాత మరియు డెలివరీకి ముందు ఆర్డర్ యొక్క అప్డేట్ చేయబడిన స్థితి వికేతకు కనిపించాలి.
- రిటర్న్ లో ఉన్న ఆర్డర్స్ మరియు రిటర్న్ అయిన ఆర్డర్ ట్రాకింగ్: ఆర్డర్ వాపసు చేయబడిన తర్వాత వికేత ఏ ఆర్డర్లు వికేతకు తిరిగి వస్తున్నాయో ట్రాక్ చేయగలగాలి.

- ఆర్డర్లకు సంబంధించిన సమస్యల రైజ్ చేయడం మరియు ట్రాక్ చేయడం: వికేత తప్పనిసరిగా డ్యాష్‌బోర్డ్ నుండి సెల్లర్ NPకి ఆర్డర్‌కు వ్యతిరేకంగా టిక్కెట్‌లను రైజ్ చేయగలగాలి.
- ప్రతి ఉత్పత్తి లైవ్‌కి వ్యతిరేకంగా అమ్మకపు ధర మరియు ఇన్వెంటరీ పరిమాణాన్ని నవీకరించాలి. ఇన్వెంటరీని అప్‌డేట్ చేస్తూ ఉండాలి.

## వికేత ప్యానెల్లో సిఫార్సు

### చేయబడిన నివేదిక నెరవేర్చబడిన నివేదికలు

- ఆర్డర్ నివేదిక: అన్ని ఆర్డర్లు మరియు నెరవేర్చిన స్థితికి చెందిన వివరణాత్మక నివేదిక
- పికప్ నివేదిక: పికప్ కోసం/పికప్ కోసం మళ్లీ ప్రయత్నించాల్సిన అన్ని ఆర్డర్లు
- రిటర్న్స్: వాపసు చేయబడిన మరియు ట్రాక్ చేస్తున్న రివర్స్ షిప్‌మెంట్ స్థితికి చెందిన అన్ని ఆర్డర్ల వివరాలు

### ఇన్వాయిస్ & చెల్లింపు నివేదికలు

- కమీషన్ ఇన్‌వాయిస్‌లు: అన్ని నెలవారీ కమీషన్ ఇన్‌వాయిస్‌లను ఇక్కడ ట్రాక్ చేయవచ్చు
- లావాదేవీలతో కమీషన్ ఇన్‌వాయిస్ రిపోర్ట్: కమీషన్ ఇన్ వాయిస్‌తో లింక్ చేయబడిన అన్ని ఆర్డర్స్‌కు చెందిన లావాదేవీల స్థాయి వివరాలను తనిఖీ చేయడానికి
- లావాదేవీ ID స్థాయిలో UTR వివరాలతో చెల్లింపు నివేదికలు

పెండింగ్లో ఉన్న క్యాన్సిల్ చేయబడిన మరియు వాపసు ఇవ్వబడిన ఆర్డర్ రిపోర్ట్: ఆర్డర్ క్యాన్సిలేషన్, చెల్లింపు విండో క్లోజ్ కాకపోవడం లేదా ఆర్డర్ రిటర్న్ కారణంగా ఇంకా చెల్లించబడని అన్ని ఆర్డర్ల వివరాలు

### పన్ను నివేదికలు

GSTR రిటర్న్స్ ఫైల్ చేయడంలో సహాయపడానికి సమాచార సంగ్రహం

### ఇన్వెంటరీ ఆరోగ్య నివేదిక

సిస్టమ్లో ప్రస్తుత ఇన్వెంటరీ, వినియోగ రేటు, మిగిలి ఉన్న రోజులు, ఇన్వెంటరీ ఆరోగ్య స్థితితో నివేదిక

# విక్రేత క్యాన్సిలేషన్ నిర్వహించడం

## విక్రేత క్యాన్సిలేషన్లు:

విక్రయదారుడు ఆర్డర్ క్యాన్సిల్ చేయడానికి గల వివిధ కారణాలు ఏమిటి మరియు వివిధ రకాల విక్రేత క్యాన్సిలేషన్ పరిస్థితులను తగ్గించడానికి ప్రామాణిక ఆపరేటింగ్ విధానాలు ఏమిటో చూద్దాం.

విక్రేత క్యాన్సిలేషన్ కి కారణం	సమస్య యొక్క వివరణ	గైడెన్స్
ఇన్వెంటరీ అందుబాటులో లేదు	ఆర్డర్ వచ్చినప్పుడు విక్రేత వద్ద ఇన్వెంటరీ సౌలభ్యంగా ఉండకపోవచ్చు. దీనికి అనేక కారణాలు ఉండవచ్చు. అందులో - ఇన్వెంటరీ నవీకరించబడలేదు, ఉత్పత్తి జీవిత కాలం ముగియటం, ఇతర ఛానెల్లలో ఇన్వెంటరీ విక్రయించబడటం.	విక్రేత శిక్షణ అవసరం: SOPని నిర్వచించడంలో సహాయం చేయండి, SOP 2ని చూడండి
సాంకేతిక సమస్య	ఉదాహరణకు, విక్రేత సరైన ఇన్వెంటరీని అప్డేట్ చేసినప్పటికీ, డ్యాష్ బోర్డ్ నుండి ఆర్డర్ ఫ్లెక్స్ మెంట్ పై ఇన్వెంటరీ తగ్గకపోతే, అసలు భౌతిక ఇన్వెంటరీ సున్నా అయినప్పటికీ విక్రేత ఆర్డర్లను స్వీకరిస్తూనే ఉంటారు. అటువంటి పరిస్థితిలో విక్రేత ఆర్డర్లను క్యాన్సిల్ చేయాల్సి ఉంటుంది.	సాంకేతిక సమస్య అమ్మకం తరువాత ఇన్వెంటరీ ఎందుకు తగ్గడం లేదో విక్రేత NP తనిఖీ చేయాలి విక్రేత వైపున SOP సమస్య.

విక్రేత క్యాన్సిలేషన్ కి కారణం	సమస్య యొక్క వివరణ	రైడెన్స్
<p><b>ఉత్పత్తి ధరలో తప్పులు</b></p>	<p>ఒక ఉత్పత్తి అమ్మకం నుండి విక్రేత ఆశించే కనీస మార్జిన్ ఉంది. ధరలో పొరపాటు ఉంటే, అది మార్జిన్‌ను తగ్గించి, అంచనా వేసిన కనిష్ట మార్జిన్ కంటే తక్కువ అయితే, విక్రేత ఆర్డర్‌ను పూర్తి చేయడానికి ఇష్టపడరు మరియు దానిని క్యాన్సిల్ చేయవచ్చు.</p>	<p>విక్రేత వైపున SOP సమస్య. విక్రేత శిక్షణ అవసరం: SOPని నిర్వచించడంలో సహాయం చేయండి, SOP 2ని చూడండి</p>
<p><b>విక్రేత సమస్య</b></p>	<p>ఒక ఆర్డర్ చేసినప్పుడు కొంతమంది విక్రేతలు ప్రతిస్పందించకపోవచ్చు/ప్రతిస్పందించడం ఆపివేయకపోవచ్చు, ఫలితంగా విక్రేత NP ఆర్డర్‌ను క్యాన్సిల్ చేయవలసి వస్తుంది.</p>	<p>విక్రేత ఉద్దేశం సమస్య. (హెచ్చరిక &gt; మెరుగుదల కాలం&gt; డియాక్టివేట్ చేయటం)</p>

విక్రేత ప్యానెల్‌లో అందించబడిన సంబంధిత ఫీల్డ్‌లతో ఇన్వెంటరీ స్థితి నివేదికలను విక్రేత డాన్‌లోడ్ చేసుకోగలరని **విక్రేత NP** నిర్ధారించుకోవాలి & విక్రేత నివేదికలను రూపొందించడానికి & చదవడానికి శిక్షణ పొందారు, ఇన్వెంటరీ నివేదికను రూపొందించడానికి మరియు విక్రేతలు దానిని ఎలా ఉపయోగించడానికి మార్గదర్శకాలు.

**సూచిత SOP 1 a:** అమ్మకం అయిన నిల్వలను నిర్వహించటం (దుస్తులు లాంటి తక్షణం డిస్పాచ్ కాని కేటగిరీలు): ప్యానెల్ నుండి విక్రేతలు ఇన్వెంటరీ హెల్త్ రిపోర్ట్‌ను క్రమ అవధులలో డాన్లోడ్ చేసుకోవాలి. అన్ని కాలమ్స్ ని సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్ ముందే పూరించవచ్చు మరియు అందుబాటులో ఉంచవచ్చు.



ఉత్పత్తి ID	ఉత్పత్తి పేరు	కేటగిరీ	ప్రస్తుత ఇన్వెంటరీ (A)	గత n రోజులు/గంటలు, రోజువారీ సగటు ఆర్డర్లు (B)	10 రోజుల కోసం అంచనా వేయబడింది (C = B*10)	ఇన్వెంటరీ గ్యాప్ (D= A-C)	ఇన్వెంటరీ స్థితి
ABC1	XYZ	F&B	100	8	80	20	ఆకుపచ్చ
ABC2	PQR	కిరాణా	50	6	60	-10	ఎరుపు
ABC3	RST	దుస్తులు	75	7	70	5	పసుపు

విక్రేత NP విక్రేత ప్యాలెట్ నుండి ఇన్వెంటరీ నివేదికను అందించాలి.

### నివేదికను రూపొందించడానికి దశలు:

#### దశ 1:

కాలమ్ A: విక్రేత ప్యాలెట్ నుండి ఉత్పత్తి స్థాయి ఇన్వెంటరీని డాన్లోడ్ చేయండి. ప్రతి ప్రోడక్ట్ IDకి ఎదురుగా ఉన్న కాలమ్ Aలోని నంబర్‌ని తనిఖీ చేయండి మరియు అదే కాలమ్లో అందుబాటులో ఉన్న వాస్తవ భౌతిక ఇన్వెంటరీతో దాన్ని సరి చేయండి. విక్రేత ప్యాలెట్ ద్వారా సరైన ఇన్వెంటరీని విక్రేత అప్డేట్ చేయాలి.

#### దశ 2:

కాలమ్ B: ఈ కాలమ్లో, ప్రతి విక్రేతకు సంబంధించి స్టాక్ చేసిన వస్తువుల కోసం “రోజువారీ సగటు అమ్మకాలు” చూడవచ్చు. గత 10 రోజుల రోజువారీ సగటు అమ్మకాలను లెక్కించడం ద్వారా ఈ కాలమ్ రూపొందించబడింది.

### దశ 3:

కాలమ్ C: '10 రోజులకు ఆశించిన ఆర్డర్లు' అనే కాలమ్‌లో, విక్రేత ఊహించిన మొత్తం ఆర్డర్లను చూడగలగాలి. అమ్మకాలలో ఆశించిన హెచ్చు, తగ్గుల కోసం విక్రేత తప్పనిసరిగా సర్దుబాటు చేసుకోగలగాలి. హెచ్చు తగ్గులకు గల కారణాలు రాబోయే సేల్ సీజన్ లేదా పండుగ విక్రయాల ముగింపు, ధరలో తగ్గుదల లేదా పెరుగుదల లేదా కాలానుగుణ మార్పుల వల్ల కావచ్చు. విక్రేత ఈ కాలమ్‌లో తప్పనిసరిగా సర్దుబాటు చేసిన నంబర్‌ను జోడించాలి.

### దశ 4:

కాలమ్ D: ఇన్వెంటరీ గ్యూప్ కాలమ్ ఇన్వెంటరీ లోటును లేదా తదుపరి 10 రోజులలో ఎక్కువగా అంచనా వేయడాన్ని చూపుతుంది. ఇది రెడ్ జోన్‌లో ఉన్నట్లయితే, అక్కడ సమస్య ఉందని సూచిస్తుంది. ఇన్వెంటరీ అధికంగా ఉన్నప్పుడు, అది గ్రీన్ జోన్‌లోకి వస్తుంది మరియు మీ ఇన్వెంటరీ స్థితి బాగుందని సూచిస్తుంది. ఇది ఎల్లో జోన్ పరిధిలోకి వస్తే, మీ ఇన్వెంటరీ ఊహించిన అమ్మకాల కంటే కొంచెం ఎక్కువగా ఉందని అర్థం. మీకు కేవలం తగినంత ఉంది. అలాగే, పసుపు మరియు ఎరుపు జోన్ల మధ్య లైన్ విక్రేత వ్యాపారం/కేటగిరీ స్థాయిని నిర్వచించిందని నిర్ధారించుకోండి.

### దశ 5:

**ఎరుపు రంగులో ఉన్న ఉత్పత్తుల కోసం క్రింది నిర్ణయాలలో ఒకదాన్ని తీసుకోండి:**

- ఆర్డర్ చేయడం నుండి విక్రేతకు అసలు డెలివరీ వరకు సమయాన్ని లెక్కలోకి తీసుకుని, సరైన సమయంలో ఎక్కువ ఆర్డర్ చేయండి.
- అమ్మకం నష్టానికి సిద్ధంగా ఉండాలని నిర్ణయించుకోండి.

### దశ 6:

**పసుపు రంగులో ఉన్న ఉత్పత్తుల కోసం ఉత్పత్తి స్థాయిలో ప్రమాదాన్ని అంచనా వేయండి మరియు నిర్ణయం తీసుకోండి**

- ఉత్పత్తి యొక్క అంచనా వేరియబిలిటీ ఆధారంగా మరింత ఆర్డర్ చేయండి
- ఇప్పుడు ఆర్డర్ చేయవద్దు

క్రమమైన వ్యవధిలో దీనిని అనుసరిస్తే, ప్లాన్ చేయని స్టాక్ అవుట్ల కారణంగా సెల్లర్ అమ్మకాల క్యాన్సిలేషన్లు కనీసంగా ఉండేలా చూడవచ్చు.

## సూచించబడిన SOP 1 b: స్టాక్ ఔట్లను నిర్వహించడం (F&B వంటి తక్షణ డిస్పాచ్ కేటగిరీలు)

విక్రేత ఉత్పత్తులను తక్షణమే డిస్పాచ్ చేయడం వలన అందుబాటులో ఉన్న ఆహార పదార్థాల యూనిట్ల సంఖ్యను అప్డేట్ చేసే ఎంపిక ఉండకపోవచ్చు మరియు ఆహారం యొక్క ముడి పదార్థాన్ని యూనిట్ల సంఖ్యతో (ఉదా. తడిపిండి/పిండి దోసల సంఖ్య) మ్యాప్ చేయడం కష్టం. ఈ కేటగిరీలు విక్రేత ప్యానెల్లో అమ్మకానికి అందుబాటులో ఉన్న ఉత్పత్తులను మరియు అందుబాటులో లేని ఉత్పత్తులను గుర్తించే ఎంపికను కలిగి ఉండాలి. ఉత్పత్తి యొక్క ముడి పదార్థం పూర్తయిన వెంటనే ఇన్వెంటరీ ప్యానెల్ను నిర్వహించే వ్యక్తికి సకాలంలో సమాచారం అందించడం చాలా ముఖ్యం. (ఉదా. F&B కేటగిరీ కోసం కిచెన్ నుండి)

### ప్యానెల్ని నిర్వహించే వ్యక్తి క్రింది దశలను అనుసరించడం ముఖ్యం:

- స్టోర్ ఓపెన్ చేసే గంటకు ముందు, టీమ్తో సమన్వయమై ఆ రోజు అమ్మకానికి అందుబాటులో ఉన్న లేదా అమ్మకానికి అందుబాటులో లేని ఉత్పత్తులను గుర్తించండి.
- తెరిచియున్న సమయాల్లో SKU అందుబాటులో లేదని సమాచారం అందిన వెంటనే, ఆ ఉత్పత్తి అందుబాటులో లేదు అని వెంటనే గుర్తు పెట్టండి.
- సమాచారం సమయానికి అందక, ఆర్డర్ను పూర్తి చేయలేకపోతే, ఈ సమాచారం ఆధారంగా ఉత్పత్తి అందుబాటులో లేదని గుర్తు పెట్టండి. మిస్ అయిన వాటిని తెలుసుకోండి, ఉత్పత్తి స్థాయిలో ప్యాట్రిన్స్ గుర్తించండి మరియు భవిష్యత్తులో అలా మిస్ కాకుండా కఠినమైన ప్రక్రియలను నిర్వహించండి.

## సూచించబడిన SOP 2: ధరలను నిర్వహించడం

ఒక నిర్దిష్ట ఉత్పత్తికి విక్రేత సరైన ధరలను అప్డేట్ చేయకపోతే, రెండు సందర్భాలలో ఒకటి సంభవించవచ్చు:

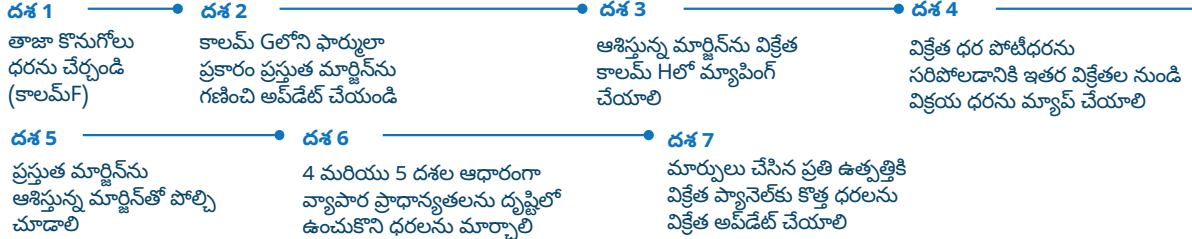
- ధరలు పోటీపడేలా లేకుంటే, విక్రేత ఆ ఉత్పత్తులకు సంభావ్య ఆర్డర్లను పొందలేకపోవచ్చు
- ధరలు పోటీపడేలా ఉన్నప్పటికీ, ఆశించిన మార్జిన్ అంచనాలను అందుకోలేకపోతే, విక్రేత ఆర్డర్లను స్వీకరిస్తారు కానీ వాటిని నెరవేర్చలేక ఆర్డర్ల రద్దుకు దారితీస్తుంది. ఒకవేళ ఉత్పత్తి ఎక్కువగా అమ్ముడవుతున్న ఉత్పత్తి అయి, ధరలను తప్పుగా కాన్సిగర్ చేసినట్లయితే, విక్రేత ఉత్పత్తి కోసం అధిక మొత్తంలో ఆర్డర్లను పొందవచ్చు కానీ ఆ ఆర్డర్లను తక్కువ మార్జిన్ల కారణంగా క్యాన్సిల్ చేస్తారు.

అటువంటి సందర్భాలను తప్పనిసరిగా తొలగించడానికి/తగ్గించడానికి విక్రేతలు క్రమమైన వ్యవధిలో అమలు చేయడానికి క్రింద కొన్ని దశలు సూచించబడ్డాయి.

**సెల్లర్ ప్యానెల్ నుండి, విక్రేత క్రింద ఉన్న ఫ్రైస్ మ్యాపింగ్ రిపోర్ట్ (కాలమ్ A నుండి D వరకు) డౌన్లోడ్ చేసి మరియు ఈ నివేదికకు వ్యతిరేకంగా E నుండి G కాలమ్స్ సృష్టిస్తారు.**

ప్రోడక్ట్ ID (A)	ప్రోడక్ట్ పేరు (B)	కేటగిరీ (C)	ప్రస్తుత అమ్మకపు ధర (D)	అమ్మడం ఇతర ధర విక్రేతలు (E)	కొనడం ధర (F)	ప్రస్తుత మార్జిన్ (D-F/D) (G)	ఆశించిన లాభం మార్జిన్ (H)

**ధరలను సరిదిద్దడానికి/మార్చడానికి విక్రేత క్రింద దశలను అనుసరించాలి:**



మెట్రిక్	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
సెల్లర్ క్యాన్సిలేషన్ రేట్	విక్రేత అసమర్థత కారణంగా సంభవించిన వైఫల్య రేటును గుర్తించడానికి సహాయపడుతుంది	విక్రేత రద్దు చేసిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/విక్రేత ధృవీకరించిన మొత్తం ఆర్డర్లు	విక్రేత, విక్రేత NP
అధిక ఆర్డర్ క్యాన్సిలేషన్ రేటును కలిగి ఉన్న విక్రేతల శాతం	విక్రేత క్వాలిటీ కొలుస్తుంది	(X% SC కంటే ఎక్కువ కలిగి ఉన్న విక్రేత/ఆర్డర్లను ధృవీకరించిన విక్రేతల మొత్తం) X 100	విక్రేత NP

విక్రేత క్యాన్సిల్ చేసి సందర్భాలలో రీఫండ్ ఇ-కామర్స్ నియమాలు 4(10), 6(3), 7(4), 8(10)ను అనుసరించి ఉంటుందని దయచేసి గమనించండి

అలాగే వినియోగదారుల రక్షణ (ఈ-కామర్స్) నియమాలు, 2020 4(11) ప్రకారం ధరను తారుమారు చేయడం అనుమతించబడదు; మరియు [ONDC వెబ్ సైట్ లో పాలన మరియు విధానాలు చూడండి : అధ్యాయం 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.4.13(h)]

# కస్టమర్ క్యాన్సిలేషన్లను నిర్వహించడం

కొనుగోలుదారు ఆర్డర్ను క్యాన్సిల్ చేయడానికి ముందు వారి కొనుగోలు ఉద్దేశం చాలా ఎక్కువగా ఉన్న ఆర్డర్లు కాబట్టి కస్టమర్ క్యాన్సిలేషన్లను దర్శిస్తూ చేయడం చాలా ముఖ్యం. వికేత లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ దృక్పథం నుండి కొన్ని కారణాలను నియంత్రించలేకపోవచ్చు కానీ క్యాన్సిలేషన్లను నియంత్రించడానికి మరియు నిర్వహించడానికి కొన్ని చర్యలు తీసుకోవచ్చు

కస్టమర్ క్యాన్సిల్ చేయడానికి గల కారణం	సమస్య యొక్క వివరణ	రైడెస్
<p><b>షిప్మెంట్ ఆలస్యం కావడం</b></p>	<p>కొనుగోలుదారు ఒక ఆర్డర్ చేసినప్పుడు ఆ కొనుగోలుదారుడికి ఒక నిర్దిష్ట గడువు సమయం ఇవ్వబడుతుంది. ఆర్డర్ ఒకవేళ డిస్పాచ్ కాకపోయినా లేదా ఇచ్చిన గడువు సమయంలోగా డెలివరీ కాకపోయినా ఆ ఆర్డర్ను క్యాన్సిల్ చేయడానికి కొనుగోలుదారు ఎంచుకోవచ్చు.</p>	<p>ప్యాకేజింగ్ మరియు డిస్పాచ్ టీమ్తో కలిసి పనిచేస్తూ డిస్పాచ్ టైమ్లైన్లను మెరుగుపరుచుకోవాలి. ఇన్వెంటరీ చెక్ SOP 1 అమలు చేయబడి అనుసరించబడుతుందో లేదో పరిశీలించండి.</p>
<p><b>కొనుగోలుదారు అదే ప్రొడక్ట్ను వేరే దగ్గర చౌక ధరకు చూశారు</b></p>	<p>ఆర్డర్ చేసిన తర్వాత, కొనుగోలుదారు ఇతర సెల్లర్ నెట్ వర్క్ పార్టీసిపెంట్ లిస్టింగ్ల ద్వారా బ్రౌజ్ చేయవచ్చు లేదా ఆఫ్లైన్ మార్కెట్లలో అదే ఉత్పత్తి ధరను అన్వేషించవచ్చు. కొనుగోలుదారుకి ఈ ప్రదేశాలలో ఎక్కడైనా తక్కువ ధర ఉందని తెలిస్తే, అతను ప్రస్తుత ఆర్డర్ను రద్దు చేసి, ఈ ప్రత్యామ్నాయ మూలాల నుండి తక్కువ ధరకు కొనుగోలు చేయవచ్చు.</p>	<p>విక్రయ ధరలు చాలా ఎక్కువగా ఉన్నాయో లేదో పరిశీలించి అందుబాటులో ఉన్న బేసిస్ మార్జిన్లను మార్చండి అవసరమైతే తక్కువ ధరను అందిస్తున్న మూలానికి సమానమైన ధరను సెట్ చేయండి</p>

కస్టమర్ క్యాన్సిల్ చేయడానికి గల కారణం	సమస్య యొక్క వివరణ	రైడెస్
<b>ఆర్డర్ ధృవీకరణలో తెలిపిన గడువు సమయం మరీ అధికంగా ఉండటం</b>	<p>కొనుగోలుదారు ఆర్డర్ ఇవ్వడానికి ముందు డెలివరీ యొక్క ETAని చూసి ఉండకపోవచ్చు, కొనుగోలుదారు డెలివరీ ETAని పరిశీలించి, అతడు/ఆమె అనుకున్న దాని కంటే ఎక్కువగా ఉన్నట్లు గుర్తించినట్లయితే, ఆర్డర్ చేసిన తర్వాత, ఆ ఆర్డర్ని క్యాన్సిల్ చేయడానికి ఎంచుకోవచ్చు.</p>	<p>డిస్పాచ్ కోసం తెలిపిన 'డిస్పాచ్ సమయం' అసలు కంటే ఎక్కువగా ఉండే లేదో పరిశీలించి అవసరమైతే సరిదిద్దండి. అసలు డిస్పాచ్ సమయం ఎక్కువగా ఉంటే, గడువు సమయాన్ని తగ్గించడానికి మరియు డిస్పాచ్ కోసం పట్టే సమయాన్ని తగ్గించడానికి డిస్పాచ్ కార్యకలాపాలపై పని చేయండి. లాజిస్టిక్స్ వికేత NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కు డెలివరీకి ఎక్కువ సమయంఉంటే, అది పునరావృతమయ్యే సమస్య అయితే ఆ కేటగిరీకి భాగస్వామిని మార్చండి.</p>
<b>కొనుగోలుదారు అతని/ఆమె మనసు మార్చుకున్నారు</b>	<p>అసలు పూర్తిగా కొనుగోలు చేసే విషయంలోనే కొనుగోలుదారు ప్రస్తుతానికి తన మనసు మార్చుకున్నారు.</p>	<p>నియంత్రించలేనిది</p>
<b>కొనుగోలుదారు పొరపాటున ఆర్డర్ చేశారు</b>	<p>కస్టమర్ పొరపాటున ఆర్డర్ చేసి ఉండవచ్చు మరియు అది ప్రస్తుతం వారికి అవసరం ఉండకపోవచ్చు.</p>	<p>నియంత్రించలేనిది</p>
<b>కొనుగోలుదారు తర్వాత ప్రొమో-కోడ్/వేరీ చిరునామాతో మళ్ళీ ఆర్డర్ చేస్తారు</b>	<p>ఆర్డర్ చేసిన తర్వాత, తాను ఆర్డర్ చేసేటప్పుడు అతను/ఆమె అప్లై చేయని ఏదైనా ప్రమోషన్/ఆఫర్ ఆ ప్రొడక్ట్ పై నడుస్తున్నట్లు కొనుగోలుదారు చూస్తారు. కొనుగోలుదారు ప్రమోషన్ను అప్లై చేసి ఆర్డర్ చేయాలనుకుంటున్నారు అందువల్ల ప్రస్తుత ఆర్డర్ను రద్దు చేస్తారు.</p>	<p>నియంత్రించలేనిది</p>

ఈ విభాగంలో పేర్కొన్న మార్గదర్శకాలను అనుసరిస్తూ, వికేత NP తమ వికేతలు పనితీరును ప్రదర్శిస్తున్నట్లు నిర్ధారించుకోవచ్చు, కొలమానాల సహాయంతో పనితీరును కొలవడం ముఖ్యం. ఈ విభాగంలో, మనం కొలవడానికి మరియు పర్యవేక్షించడానికి ఉపయోగించే కొలమానాలను పరిశీలిద్దాం. వికేత మరియు వికేత NP స్థాయిలో పనితీరు మరియు కొలమానాలు మరింత దిగజారితే దిద్దుబాటు చర్యలు తీసుకోండి.

మెట్రిక్	ఎందుకు తెలుసుకోవాలి	గణన	రిలవెన్స్
సెల్లర్ క్యాన్సిలేషన్ రేట్	విక్రేత అసమర్థత కారణంగా సంభవించిన వైఫల్య రేటును గుర్తించడానికి సహాయపడుతుంది	విక్రేత రద్దు చేసిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ విక్రేత ధృవీకరించిన మొత్తం ఆర్డర్లు	విక్రేత, విక్రేత NP
X% సెల్లర్ క్యాన్సిలేషన్ (SC) కంటే తక్కువ ఉన్న విక్రేతల శాతం	విక్రేత క్వాలిటీ కొలుస్తుంది	(X% SC కంటే తక్కువ కలిగి ఉన్న విక్రేత/ఆర్డర్లను ధృవీకరించిన విక్రేతల మొత్తం)/(100	విక్రేత NP
కస్టమర్ క్యాన్సిలేషన్ రేట్	కస్టమర్ల క్యాన్సిలేషన్లను ట్రాక్ చేయడానికి సహాయపడుతుంది	(కస్టమర్లు క్యాన్సిల్ చేసిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ధృవీకరించిన మొత్తం ఆర్డర్లు) X100	విక్రేత, విక్రేత NP

దయచేసి క్యాన్సిలేషన్, రిటర్న్, రీఫండ్ విధానం ముందుగా ప్రకటించాలని గమనించండి. వినియోగదారుల రక్షణ (ఇకామర్స్) నియమాలు, 2020 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a)

అలాగే [ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలను సందర్శించండి: అధ్యాయం 2 (వ్యాపార నియమాలు): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16]



# రిటర్నలను నిర్వహించడం

ఉత్పత్తులను విక్రేత పంపిన తర్వాత, దిగువ సందర్భాలలో ఏదైనా ఒకటి జరగవచ్చు

- ఉత్పత్తి కొనుగోలుదారుకు పంపిణీచేయబడింది , కొనుగోలుదారు ఉత్పత్తితో సంతృప్తి చెంది రిటర్న్ విండో ముసివేసి ఉత్పత్తిని అంగీకరిస్తారు
- ఉత్పత్తిని కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేసినప్పుడు, కొనుగోలుదారు దానిని తిరిగి ఇవ్వాలనుకుంటారు (కొనుగోలుదారు వారి మనసు మార్చుకోవడం, ఉత్పత్తులు కేటలాగ్లో చూపిన దానితో సరిపోలక పోవడం, ఉత్పత్తి పాడైపోవడం వంటి అనేక కారణాల వల్ల కావచ్చు), ఈ రిటర్నలను కస్టమర్ రిటర్న్స్ అంటారు.
- కొనుగోలుదారు ఆర్డర్‌ను అంగీకరించడానికి నిరాకరించినందున, లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్ కొనుగోలుదారుని చేరుకోలేకపోయింది/సంప్రదించలేకపోయింది, కొనుగోలుదారు చిరునామా తప్పు/అసంపూర్ణంగా ఉన్నందున ఉత్పత్తి కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయబడలేదు. ఈ రిటర్నలను రిటర్న్ బిఫోర్ డెలివరీ (RBD) అని అంటారు.

ఈ విభాగంలో పైన ఉన్న చివరి రెండు పాయింట్‌లలోని సందర్భాలలో జరిగే రిటర్నలను గురించి, అలాగే అలాంటి రిటర్నలను ఎలా నిర్వహించాలనే దాని గురించి మార్గదర్శకాలను చూద్దాం.

## రిటర్నలకు ఒక ప్రక్రియను ఏర్పాటు చేయాలి

రిటర్న్ చోటుచేసుకున్నప్పుడు, లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్ ఉత్పత్తిని సేకరించి, విక్రేతకు తిరిగి డెలివరీ చేస్తుంది. రిటర్నల హ్యాండ్లింగ్ ప్రక్రియ సాఫీగా జరగడం కోసం ఈ క్రింది కార్యకలాపాలను నిర్వహించడానికి విక్రేత తప్పనిసరిగా ప్రక్రియను ఏర్పాటు చేయాలి:

### ప్రక్రియ 1:

ఉత్పత్తిని విక్రేతకు తిరిగి పంపినప్పుడు, అది కస్టమర్ నుండి లేదా ఆ ఉత్పత్తిని కొనుగోలుదారుకు మొదటి సారి పంపించేటప్పుడు లేదా విక్రేతకు తిరిగి పంపేటప్పుడు దెబ్బతినే అవకాశం ఉంది. డిస్పాచ్ చేసే సమయంలో, విక్రేత సరైన ఉత్పత్తిని డిస్పాచ్ చేస్తున్నట్లు మరియు ఆ ప్యాకేజింగ్ యొక్క నాణ్యత సరిగా ఉన్నట్లు తగిన ఋజువులను (వీడియోలు మరియు ఫోటోలు తీయడం ద్వారా) కలిగి ఉండేలా జాగ్రత్త వహించాలి. ఇది విక్రేత క్లెయిమ్‌లను ఏర్పాటు చేయడంలో సహాయపడుతుంది మరియు ఉత్పత్తి పాడైపోయినట్లయితే అది రుజువుగా పనిచేస్తుంది.



## ప్రక్రియ 2 (a):

విక్రేత రిటర్న్స్ ఆర్డర్ను అందుకుని, సరిగా హ్యాండిల్ చేయకపోవడం మరియు ప్రోడక్ట్కు నష్టం జరిగిందని సూచించే బాహ్య ప్యాకేజింగ్ దెబ్బతిన్నట్లు కనిపించినట్లయితే, లాజిస్టిక్స్ ప్రూఫ్ ఆఫ్ డెలివరీ డాక్యుమెంట్ (POD)లో ఆ విషయాన్ని పేర్కొనాలి.

## ప్రక్రియ 2 (b):

బయటి ప్యాకేజింగ్కు ఎటువంటి నష్టం జరగక, అసలు ప్రొడక్ట్/బ్రాండ్ బాక్స్కు నష్టం వాటిల్లినదని విక్రేత గ్రహించినట్లయితే, విక్రేత దానిని పేర్కొన్న సమయంలోగా విక్రేత NPకు తెలియజేయాలి. తెలిపిన గడువు దాటి చేసే దావాలు ఆమోదించబడవు. విక్రేత NP సంబంధిత విక్రేతలతో టైమ్లైన్ లను సెట్ చేయాలి. లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ గడువు సమయాల్లోగా విక్రేత NP లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కు సమస్యను లేవనెత్తాలి.

## డెలివరీ తర్వాత కస్టమర్ రిటర్న్లు

ఈ విభాగం కస్టమర్ రిటర్న్లకు గల కారణాలను నిశితంగా పరిశీలించి అలాంటి రిటర్న్లను నిర్వహించడానికి మార్గదర్శకాలను సూచిస్తుంది. కార్యకలాపాల ఖర్చు, లాజిస్టిక్స్ ఖర్చు మరియు రవాణాలో నష్టాల ప్రమాదాన్ని భరించాల్సిన రావడమే కాకుండా ఇవి విక్రయం కూడా కాని కారణంగా కస్టమర్ రిటర్న్లను పరిశోధించి తగ్గించడం చాలా ముఖ్యం.

డెలివరీ తర్వాత కస్టమర్ రిటర్న్ల కారణాలు	సమస్య యొక్క వివరణ	మెరుగుపరచుకోవడానికి మార్గదర్శకాలు
తప్పు ప్రోడక్ట్ డెలివరీ అవ్వడం	ఈ సందర్భంలో, విక్రేత పక్షం నుండి తప్పు జరిగిన కారణంగా, ఒక తప్పు ప్రోడక్ట్ డెలివరీ చేయబడుతుంది	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఆర్డర్లు డిస్పాచ్ చేసే ముందు ప్యాకేజింగ్ అసోసియేట్లకు చెక్లిస్టును తయారు చేయండి. దాని పాకేజింగ్ చేసే స్థలానికి సమీపంలో ఉంచండి</li> </ul>
ప్రోడక్ట్ దెబ్బతినడం	ఈ సందర్భంలో విక్రేత అందుకున్న ప్రొడక్ట్ దెబ్బతిని ఉంటుంది. విక్రేత డిస్పాచ్ చేసిన ప్రోడక్ట్ ప్యాకెటింగ్ లేదా రవాణాలో దెబ్బతింది	<ul style="list-style-type: none"> <li>దెబ్బతిన్న ప్రోడక్ట్ల % చెక్ చేయండి. % ఎక్కువగా ఉన్నట్లయితే, అది ప్యాకేజింగ్ నాణ్యత సమస్యల వల్ల కావచ్చు - హ్యాండిల్మెంట్లోని ప్యాకేజింగ్ మార్గదర్శకాల విభాగాన్ని చెక్ చేయండి</li> <li>ప్యాకేజింగ్ బాగుంటే, లాజిస్టిక్స్ స్టాఫ్ సమస్యలను చెక్ చేసి సమస్యలు తక్కువగా ఉన్న లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కు మారండి</li> </ul>

డెలివరీ తర్వాత కస్టమర్ రిటర్న్ల కారణాలు	సమస్య యొక్క వివరణ	మెరుగుపరచుకోవడానికి మార్గదర్శకాలు
ప్రోడక్ట్ డిస్క్రిప్షన్ పేజీలో ఉన్న ప్రకారం లేని ప్రోడక్ట్ డెలివరీ చేయబడింది	డెలివరీ అయిన ప్రోడక్ట్లు, ప్రోడక్ట్ డిస్క్రిప్షన్ పేజీలో ప్రోడక్ట్ వికేత ప్రదర్శించిన వాటికి భిన్నంగా ఉన్నాయి - ఇది కనిపించే తీరు లేదా ప్రోడక్ట్ లక్షణాల పరంగా ఉండవచ్చు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ అందించిన కేటలాగ్ డేటా మరియు సమాచారాన్ని పరిశీలించండి. వ్యత్యాసం ఉన్నట్లయితే, అసలు ప్రోడక్ట్లకు అనుగుణంగా ప్రోడక్ట్ డిస్క్రిప్షన్, పేజీని సరి చేయండి</li> </ul>
ప్రోడక్ట్ పనిచేయకపోవడం	కస్టమర్లు అందుకున్న ప్రోడక్ట్ పని చేయడం లేదు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ బ్రాండెడ్ ప్రోడక్ట్లకు: ఇలాంటి సందర్భంలో బ్రాండ్ హెల్ప్‌లైన్ నంబర్ తోపాటు దెబ్బతిన్న ప్రోడక్ట్లకు సంబంధించి బ్రాండ్ మార్గదర్శకాలు కూడా పేర్కొని ఉండేలా చూడండి.</li> <li>○ తయారీదారు నుండి నేరుగా సప్లయర్ ద్వారా పొందిన ప్రైవేట్ లేబుల్ కు: ఇది ఒక తయారీ లోపం అయితే, ప్రక్రియ స్థాయి చర్య అవసరం లేదు. సమస్య ఎక్కువ తరచుగా ఏర్పడుతూ ఉంటే, నాణ్యతను మెరుగుపరచడానికి తయారీదారుని సంప్రదించి, నాణ్యత మెరుగుపడే వరకు అమ్మకాలను నిలిపివేయండి</li> </ul>
అసంపూర్ణ ఆర్డర్ డెలివరీ చేయబడటం	కస్టమర్ అనేక ప్రోడక్ట్లు లేదా ఒకే ప్రోడక్ట్ యొక్క బహుళ యూనిట్లను ఆర్డర్ చేసినా కానీ పూర్తి ఆర్డర్లో కొంత భాగాన్ని మాత్రమే అందుకున్నారు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ఆర్డర్లు డిస్పాచ్ చేసే ముందు ప్యాకేజింగ్ అసోసియేట్లకు చెక్‌లిస్టును తయారు చేయండి. దాని పాకేజింగ్ చేసే స్థలానికి సమీపంలో ఉంచండి</li> <li>○ నిర్దిష్ట సందర్భంలో, సమస్యను పరిష్కరించడానికి మిగిలిన ఆర్డర్‌ని విడిగా పంపడానికి కస్టమర్ అంగీకరిస్తారేమో కస్టమర్‌తో చర్చించండి.</li> </ul>
కస్టమర్ మనసు మార్చుకుంటే	డెలివరీ చేయబడిన ప్రోడక్ట్ అవసరం ఉందని కస్టమర్లు భావించడంలేదు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ రిటర్న్ % తక్కువగా ఉంటే ఎటువంటి చర్య అవసరం లేదు, కానీ రిటర్న్లు శాతం చాలా ఎక్కువగా ఉంటే, వికేతలు ఈ క్రింది నిర్ణయాలు తీసుకోవచ్చు</li> <li>○ ప్రోడక్ట్‌ను ప్రీమియం విధానంలో మాత్రమే విక్రయానికి అందుబాటులో ఉంచడం <ul style="list-style-type: none"> <li>- ఆర్డర్లు తగ్గుతాయి, అలాగే రిటర్న్లు కూడా తగ్గిపోతాయి</li> <li>వికేతలు ప్రోడక్ట్‌ను రిటర్న్ చేయడానికి వీలులేని ప్రాతిపదికన</li> <li>- విక్రయానికి అందుబాటులో ఉంచవచ్చు.</li> </ul> </li> </ul>
ఫిట్/సైజు సమస్య	డెలివరీ చేయబడిన ప్రోడక్ట్ సైజు కస్టమర్‌కు సరిపోని సందర్భంతో ఇది ఫ్యాషన్ కేటగిరీకి వర్తిస్తుంది	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ రిటర్న్లను అంగీకరించండి</li> <li>○ ఎక్స్‌ఛేంజీని మాత్రమే అనుమతించండి</li> <li>○ సైజ్ చార్ట్ అప్‌డేట్ చేయబడిందని మరియు ఆ ప్రోడక్ట్కు సంబంధించినదేనని నిర్ధారించుకోవడానికి PDPని చెక్ చేయండి.</li> </ul>

## వ్యాపార నియమ స్థాయిలో నిర్వచించబడిన కస్టమర్ రిటర్న్లు రెండు సందర్భాలకు చెందినవై ఉండవచ్చు:

- రిటర్న్ చేయడానికి వీలు లేని ప్రోడక్ట్లు: కస్టమర్లు ప్రత్యేకంగా దెబ్బతిన్న తప్పుగా ఉన్న, పాడైన ప్రోడక్ట్లను అందుకున్న సందర్భాలలో బయర్ల యాప్ ద్వారా సమస్యను లేవనెత్తవచ్చు
- రిటర్న్ చేయడానికి వీలున్న ప్రోడక్ట్లు: కస్టమర్ రిటర్న్ కారణాల యొక్క అన్ని సందర్భాలు సాధ్యమే. బయర్ల యాప్ ద్వారా కస్టమర్లు నేరుగా రిటర్న్ రిక్వెస్ట్లను చేయవచ్చు.
- దిగువ వివరించిన పరిస్థితులు భారతదేశంలో ఇ-కామర్స్ నిబంధనల ప్రకారం రిటర్న్లు లేదా వాపసుల సదుపాయాన్ని అందించే బాధ్యతను ఏర్పరుస్తాయి:
  - తప్పు ప్యాకేజీ డెలివరీ కావడం
  - కొనుగోలుదారు అందుకున్న ప్రోడక్ట్ దెబ్బతిన్న స్థితిలో ఉండటం
  - డెలివరీ చేయబడిన ప్రోడక్ట్ కేటలాగ్లోని ప్రదర్శించిన ప్రోడక్ట్కు భిన్నంగా ఉండటం
  - కొనుగోలుదారు పాడైన ప్రోడక్ట్లను అందుకోవడం
  - పూర్తి ఆర్డర్లో కొంత భాగం మాత్రమే డెలివరీ కావడం
  - కస్టమర్కు ఇక ప్రోడక్ట్ అవసరం ఉండకపోవడం
  - అది సైజు లేదా ఫిట్ సమస్య

## రిటర్న్ బిఫోర్ డెలివరీ (RTB)లను నిర్వహించడం

RBD అనేది కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయకుండా విశ్రేణి తిరిగి ఇచ్చే ఆర్డర్లు. RBD సంఖ్యలు మరియు శాతాన్ని పరిశీలించడం చాలా ముఖ్యం, ఎందుకంటే ఇది అమ్మకంలో నష్టం, ఈ సందర్భంలో విశ్రేణి/విశ్రేణి NP తప్పనిసరిగా కార్యకలాపాలు మరియు లాజిస్టిక్స్ ఖర్చును భరించాల్సి ఉంటుంది.

ఈ విభాగం కారణాలను పరిశోధించి ప్రతి సందర్భంలో వేటిని చెక్ చేయాలి మరియు వాటిని ఎలా నియంత్రించాలో మార్గదర్శకాలను సూచిస్తుంది.

RBD కి కారణాలు	కారణాల వివరణ	మెరుగుపరచుకోవడానికి మార్గదర్శకాలు
ETA నుండి డెలివరీ ప్రయత్నాలు ఆలస్యం కావడం	ఆర్డర్ ఇచ్చే సమయంలో కొనుగోలుదారుకు తెలియజేయబడిన ETA నుండి ఆర్డర్ డెలివరీ ఆలస్యంగా ప్రయత్నించినట్లయితే, కొనుగోలుదారు ఆర్డర్లను అంగీకరించకూడదని ఎంచుకోవచ్చు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ షిప్మెంట్లో జాప్యం - SOP 1ని అనుసరించండి</li> <li>○ షిప్మెంట్ అసంతోర ఆలస్యం - షాప్స్ ఆర్డర్ డెలివరీ టైమ్లైన్లపై లాజిస్టిక్స్ స్థాయి మెట్రిక్స్ చెక్ చేయండి. లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్లో పరిష్కరించండి లేదా మెరుగైన ETA డెలివరీతో కూడిన లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కి మారండి</li> </ul>
కస్టమర్ చిరునామా తప్పు/అసంపూర్ణంగా ఉండటం	డెలివరీ భాగస్వామి, తప్పు చిరునామా/చేరుకోలేని లేదా తప్పు సంప్రదింపు సంబర్ కారణంగా కస్టమర్ను చేరుకోలేకపోయారు	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ దీర్ఘకాలికంగా పరిష్కరించడానికి చిరునామా పేజీ యొక్క UI/UX సమస్యల కారణంగా నిర్దిష్ట కొనుగోలుదారు NP నుండి సమస్య వస్తుందేమోనని కొనుగోలుదారు NP కోడ్ స్థాయిలో పరిశీలించండి</li> <li>○ డిస్టాంట్ వద్ద ఉంచే చెక్‌స్టిల్లో చేర్చండి. డిస్టాంట్ చేయడానికి ముందు పూర్తి చిరునామాను పొందడానికి కస్టమర్లను సంప్రదించండి</li> </ul>
కస్టమర్ ఓపెన్ డెలివరీ కోసం అడుగుతున్నారని - లాజిస్టిక్స్ తిరస్కరించారు	కస్టమర్ డెలివరీ సమయంలో ప్రోడక్ట్లను తెరవమని అడిగారు, దానిని లాజిస్టిక్స్ విశ్రేణి NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ తిరస్కరించడం కారణంగా ఆర్డర్ తిరిగి వచ్చింది	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ వ్యాపార నియమాలు కోసం చూడండి</li> <li>○ ఓపెన్ డెలివరీ అనుమతించబడకపోతే ప్రోడక్ట్ సమాచారంలో ప్రకటించండి</li> </ul>

RBD కి కారణాలు	కారణాల వివరణ	మెరుగుపరచుకోవడానికి మార్గదర్శకాలు
డెలివరీ సమయంలో కస్టమర్ కి నగదు/చెల్లింపు సామర్థ్యం లేదు	కస్టమర్ క్యాష్ ఆన్ డెలివరీ (COD) చెల్లింపు మోడ్ ను ఎంచుకున్నారు కానీ డెలివరీ విజిట్ కోసుగోలుదారు చేరుకున్నప్పుడు కోసుగోలుదారు వద్ద నగదు లేదా డెలివరీ సమయంలో చెల్లింపు చేయడానికి కార్డ్ లేదు	ఎటువంటి చర్య ఉండదు, వ్యాపారానికయ్యే ఖర్చు
కస్టమర్ నిరాకరించారు - కార్యకలాపాల వ్యవధితో సంబంధం లేని ఉద్దేశ్య సమస్య	అతను/ఆమె మనసు మార్చుకున్నందున కస్టమర్ తిరస్కరించారు.	రిటర్న్ చేయలేని ఉత్పత్తుల కోసం, విక్రేత పూర్తి లేదా పాక్షిక విలువను తిరిగి చెల్లించకూడదని ఎంచుకోవచ్చు

ఈ విభాగంలో పేర్కొన్న మార్గదర్శకాలను అనుసరిస్తూ, విక్రేత NP తమ విక్రేతలు పనితీరును ప్రదర్శిస్తున్నట్లు నిర్ధారించుకోవచ్చు, కొలమానాల సహాయంతో పనితీరును కొలవడం ముఖ్యం. ఈ విభాగంలో, మనం కొలవడానికి మరియు పర్యవేక్షించడానికి ఉపయోగించే కొలమానాలను పరిశీలిద్దాం. విక్రేత మరియు విక్రేత NP స్థాయిలో పనితీరు మరియు కొలమానాలు మరింత దిగజారితే దిద్దుబాటు చర్యలు తీసుకోండి.

మీ పనితీరును మూల్యాంకనం చేయడానికి మరియు ట్రాక్ చేయడానికి ఉపయోగించే కొలమానా(మెట్రిక్)లను, అలాగే మీ విక్రేతల పనితీరును గురించి తీసుకునే దిద్దుబాటు చర్యలను అన్వేషిద్దాం.

మెట్రిక్	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
RBD%	షిప్ మెంట్ తర్వాత కస్టమర్ కు డెలివరీ చేయబడకుండా విక్రేతకు రిటర్న్ పంపే ప్రక్రియ ప్రారంభమైన ఆర్డర్ల % ను కొలుస్తుంది	ఎటువంటి చర్య ఉండదు, వ్యాపారానికయ్యే ఖర్చు	విక్రేత, విక్రేత NP
షిప్ చేయాల్సిన సమయానికి సిద్ధంగా ఉన్న సగటు ఆర్డర్లు	ప్యాకేజింగ్ టైమ్ లైన్లలో అసమర్థత మరియు ధృవీకరణ తర్వాత ఉత్పత్తుల లభ్యతలో అంతరాలను గుర్తించడంలో ఇది సహాయపడుతుంది, దీని ఫలితంగా సగటుకి RBD పెరుగుతుంది	రిటర్న్ చేయలేని ఉత్పత్తుల కోసం, విక్రేత పూర్తి లేదా పాక్షిక విలువను తిరిగి చెల్లించకూడదని ఎంచుకోవచ్చు	విక్రేత, విక్రేత NP

మెట్రిక్	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
షిప్ చేయాల్సిన సమయానికి సిద్ధంగా ఉండని ఆర్డర్లు %	ఊహించిన సమయానికి ప్యాకేజింగ్ లో ఆలస్యం కారణంగా వైఫల్యాన్ని కొలవడానికి సహాయపడుతుంది దీని ఫలితంగా RBD పెరుగుతుంది	ETA తర్వాత ప్యాక్ చేయబడిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ప్యాక్ చేయబడిన ఆర్డర్ల మొత్తం సంఖ్య	విక్రేత, విక్రేత NP
డిస్మాంద్ చేయాల్సిన సమయానికి సిద్ధంగా ఉన్న సగటు ఆర్డర్లు	లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ ప్యాకేజింగ్ తర్వాత పిక్ప్ చేసుకొని షిప్పింగ్కు సిద్ధం చేయడానికి పట్టే సమయాన్ని గుర్తించడంలో సహాయపడుతుంది. RBD పెరుగుదలను ఆలస్యం చెస్తుంది	షిప్ చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్న దశకు మరియు షిప్ చేయబడిన దశకు మధ్య అన్ని ఆర్డర్ల యొక్క సగటు సమయాన్ని లెక్కించండి	విక్రేత, విక్రేత NP
షిప్ చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్న ఆర్డర్లు డిస్మాంద్ ETA ఉల్లంఘనకు %	పిక్ప్లు చేసుకోవడంలో లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్ వర్క్, లాజిస్టిక్స్ ద్వారా టైమ్లైన్ల ఉల్లంఘన రేటును గుర్తించడంలో సహాయపడుతుంది. ఈ ఉల్లంఘనల ఫలితంగా RBD పెరుగుతుంది	(లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ నుండి ఆశించిన ETA/మొత్తం షిప్ చేయబడిన ఆర్డర్లు) X 100	విక్రేత, విక్రేత NP

దయచేసి గమనించండి: క్యాన్సిల్లేషన్, రిటర్న్, రీఫండ్ పాలసీని ముందుగా ప్రకటించాలి. ఇకామర్స్ నియమం 5(3)(c), 6(5)(g), 7(1)(a) అలాగే ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు పాలసీలను చూడండి: [అధ్యాయం 2 \(వ్యాపార నియమాలు\): 2.3.1, 2.3.10, 2.3.12, 2.4.1, 2.4.2, 2.4.8, 2.4.16](#)

### చేయవలసిన ముఖ్యమైన పనులు

- క్రమమైన వ్యవధులలో నిర్వహించడానికి మరియు అప్ డేట్ చేయడానికి ముఖ్య నివేదికలను గుర్తించడం
- క్యాన్సిల్లేషన్లు తక్కువగా ఉండడం - ఇన్వెంటరీ, ధర, కేటలాగ్ ఖచ్చితత్వాన్ని ట్రాక్ చేయండి
- హామీ ఇచ్చిన సమయానికి డెలివరీ సమయాలను మరియు అసలు డెలివరీ తేదీని ట్రాక్ చేయండి
- కస్టమర్ రిటర్న్లను ట్రాక్ చేయండి మరియు పునరావృతమయ్యే సమస్యలను పరిష్కరించండి
- రేటింగ్లను గమనిస్తూ ఉండండి మరియు అదుపుచేయదగిన సమస్యలను పరిష్కరించండి

## అధ్యాయం 5

# ప్యాకేజింగ్

ప్రోడక్ట్ అంతిమ వినియోగదారునికి రవాణాలో ఎటువంటి నష్టాలు లేకుండా సురక్షితంగా చేరేలా చేయడమే ఇ-కామర్స్ లో ఉత్పత్తిని ప్యాకేజింగ్ చేయడం యొక్క ప్రాథమిక లక్ష్యం. ఉత్పత్తిని డెలివరీ భాగస్వామికి అప్పగించిన తర్వాత కొనుగోలుదారుని చేరుకోవడానికి లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ యొక్క బహుళ హబ్ల ద్వారా తరలించబడవచ్చు మరియు ఈ ప్రయాణంలో, అది చాలాసార్లు వాహనాలలోనికి లోడ్ చేయబడవచ్చు మరియు అన్ లోడ్ చేయబడవచ్చు. ప్రోడక్ట్ రకానికి కావాల్సినంత నాణ్యతను ప్యాకేజింగ్ కలిగి ఉండకపోతే, ఆ ప్రోడక్టుల రవాణాలో అధిక నష్టం కలుగవచ్చు, ఫలితంగా కొనుగోలుదారులకు చెడు అనుభవం కలగటం, రిటర్న్లు అధికం కావడం మరియు విక్రేతకు నష్టం కలగడం జరుగుతుంది.

### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు :

- సరైన ప్యాకేజింగ్ కలిగి ఉండటం ఎందుకంత ముఖ్యం?
- ప్యాకేజింగ్ లో అవసరమైన దశలు ఏమిటి - ఆహారం & పానీయాలు మరియు ఆహారేతర వస్తువులు
- ప్యాకేజింగ్ రకాలు మరియు వాటి అనువర్తనాలు
- ప్యాకేజింగ్ సంబంధిత సమస్యలను గుర్తించడం, ట్రాక్ చేయడం మరియు మెరుగుపరచడం ఎలా

ప్యాకేజింగ్ వినియోగదారు యొక్క డెలివరీ చిరునామా, విక్రేత యొక్క రిటర్న్ చిరునామా మరియు ఉత్పత్తి సమాచారం వంటి ఇతర వివరాలను కూడా కలిగి ఉంటుంది. ఇ-కామర్స్లో, ఇది బాహ్య ప్యాకేజింగ్పై షిప్పింగ్ లేబుల్ను ఉపయోగించడం ద్వారా పరిష్కరించబడుతుంది. కింది అంశాలు ప్యాకేజింగ్ యొక్క ప్రాముఖ్యతను మరియు ఇ-కామర్స్ వ్యాపారాలను మెరుగుపరచగల మార్గాలను తెలియజేస్తాయి:

- **కంపెనీ ఖర్చులను తగ్గించడంలో సహాయపడుతుంది:** మంచిగా ప్యాకేజింగ్ చేయడం రవాణాలో డ్యామేజ్ కారణంగా నష్టాలను తగ్గించడంలో సహాయపడటమే కాక రిటర్న్లను తగ్గిస్తుంది
- **కస్టమర్ లాయల్టీని పెంపొందించడంలో సహాయపడుతుంది:** మంచి ప్యాకేజింగ్ కస్టమర్లను విక్రేత బ్రాండ్ను గురించి మంచి మాట్లాడుకునేలా ప్రభావితం చేయడమే కాక విక్రేత రేటింగ్లను మెరుగుపరుస్తుంది
- **బ్రాండ్ గుర్తింపును సృష్టించి బ్రాండ్ విలువను ప్రచారం చేస్తుంది:** సరైన ప్యాకేజింగ్ మరింత బలమైన బ్రాండ్ గుర్తింపును సృష్టించేందుకు సహాయపడుతుంది. అధిక-నాణ్యత ప్రింటింగ్, మంచి ప్యాకేజింగ్ మెటీరియల్స్ని ఉపయోగించడం మరియు విలక్షణమైన డిజైన్ అనేవి వినియోగదారులను ఆకర్షించడంలో సహాయపడతాయి, తద్వారా ఒకరి బ్రాండ్ను వేరే బ్రాండ్లనుండి ప్రత్యేకంగా నిలుపుతుంది. ఉదా., వారి ఉత్పాదనలు కనిపించే తీరు మరియు అనుభూతిని మెరుగుపరచడానికి అధిక-నాణ్యమైన ప్యాకేజింగ్ను ప్రీమియం ఉత్పత్తుల విక్రేత వాడవచ్చు.

## ఆహారేతర వస్తువుల ప్యాకేజింగ్

డెలివరీ కోసం ఆర్డర్ చేసిన వస్తువులను ప్యాక్ చేయడానికి విక్రేతలు ఉపయోగించగల ఉత్తమ పద్ధతులను ఈ విభాగం ప్రత్యేకంగా తెలుపుతుంది. గుర్తుంచుకోవలసిన ముఖ్య విషయాలలో, సరుకులను రవాణా చేయడానికి సిద్ధంగా ఉంచేటప్పుడు వాటి ప్యాకింగ్ను రికార్డ్ చేయడం ఒకటి. దెబ్బతిన్న ఉత్పత్తులు/మిస్ అయిన వస్తువులు/ఆర్డర్ చేసిన వాటికి భిన్నమైన వస్తువుల కారణంగా కస్టమర్ చేసే రిటర్న్లు ఇ-కామర్స్లో సర్వసాధారణం మరియు ఎక్కడ నుండి మిస్ అయిందో సమర్థవంతంగా గుర్తించడానికి, వస్తువు యొక్క ప్యాకేజింగ్ యొక్క వీడియో రికార్డింగ్ నిశ్చయాత్మక రుజువును అందించడంలో సహాయపడుతుంది. లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ షిప్పింగ్ చేసిన ఆర్డర్కు పరిమిత బాధ్యతను మాత్రమే కలిగి ఉంటుంది కాబట్టి ఇది కూడా ముఖ్యమైనది. అందువల్ల, విక్రేతలను ప్రత్యేకించి నిర్దిష్ట పరిధి కంటే ఎక్కువ విలువ (కేటిగరీని బట్టి) మరియు/లేదా పెళుసుగా ఉండే వస్తువులకు ఈ వ్యవస్థను సెటప్ చేయమని ప్రోత్సహిస్తారు.

# ఆహారేతర వస్తువుల ప్యాకేజింగ్ కోసం ప్యాకేజింగ్లో దశలు

## 1 బాహ్య ప్యాకేజింగ్పై నిర్ణయం తీసుకోవడం

ప్రోడక్ట్ మరియు బ్రాండ్ బాక్స్కు బాహ్య ప్యాకేజీ అనేది ప్రాథమిక రక్షణ. ఈ ప్యాకేజింగ్ సాధారణంగా ఫ్లేయర్ బ్యూగ్ లేదా కరోగేటెడ్ పెట్టె. బాహ్య ప్యాకేజీని నిర్ణయించడానికి నమూనా ప్రమాణాలు: వారి ప్రోడక్ట్లు కనిపించే మరియు అనుభూతిని కలిగించే విధానం

బరువు	పెళుసుదనం (ప్రజిలిటీ)	
	పెళుసైన	పెళుసుగా లేని
0-1.5 kg	3 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టె	ఫ్లేయర్ బ్యూగులు/3 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టెలు
1.5 kg-3kg	3 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టె	3 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టెలు
3-10 kg	5 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టె	3 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టెలు
>10 kg	5 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టె	5 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టెలు
>5 kg+ లిక్విడ్	7 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టె	7 ప్లైల కరోగేటెడ్ పెట్టెలు

ప్యాకేజింగ్ మెటీరియల్ ఎంత బలంగా ఉండాలనేది రవాణా చేయబడే ప్రోడక్ట్ యొక్క పెళుసుదనం (ప్రజిలిటీ) & బరువుపై ఆధారపడి ఉంటుంది.



2 ప్రోడక్ట్ను 2-3 ప్లేలు లేదా ఇతర కుషనింగ్ మెటీరియల్లో చుట్టి ఎక్స్టర్నల్ బాక్స్లో ఉంచండి

3 బహుళ సంఖ్యలో ఉన్న చిన్న ప్రోడక్ట్ల విషయంలో బాక్స్ను కార్డ్బోర్డ్ ముక్కలతో వేరు చేసి, ఆపై ప్రతి చిన్న ప్రోడక్ట్ను ఏర్పడిన స్థలాలలో ఉంచండి

4 ఖాళీ ప్రదేశాల్లో ఫిల్లర్ మెటీరియల్ (పిండిచేసిన కాగితం/ఎయిర్ పిల్లోలు/ఫోమ్ బాల్స్) ఉంచండి.

5 పెళుసుగా ఉండే ప్రోడక్ట్లకు బాహ్య ప్యాకేజింగ్ యొక్క 6 వైపుల ఉండే లోపలి వైపు మీరు కుషనింగ్ కోసం ఫోమ్ పీల్లు లేదా థర్మోకోల్ లేయర్ను ఉంచవచ్చు.

6 ప్రోడక్ట్ ఇన్వాయిస్ను ఎక్స్టర్నల్ బాక్స్ లోపల ఉంచండి

7 బాక్స్లను మూసివేయడానికి కనీసం 3-అంగుళాల టేప్ని ఉపయోగించండి

8 ఎక్స్టర్నల్ బాక్స్ యొక్క కనిపించే వైపున షిప్పింగ్ లేబుల్ను అతికించండి

9 ప్రోడక్ట్ పెళుసు(ప్రజైల్)గా ఉన్నట్లయితే, ప్యాకేజీని 'ప్రజైల్' స్టిక్కర్తో పైవైపు ఎటువైపు ఉందో సూచిక లేబుల్తో లేబుల్ చేయండి

# లోపలి ప్యాకేజింగ్ మెటేరియల్ రకాలు

మీ ప్రోడక్ట్లను ఎక్స్‌టర్నల్ ప్యాకేజింగ్ బాక్స్‌లో షిప్పింగ్ చేస్తున్నప్పుడు, అనేక సందర్భాల్లో, షిప్పింగ్ సమయంలో ఉత్పత్తులు కదలకుండా మరియు పాడవకుండా చూడటానికి మీరు ఇంటర్నల్ ఫిల్లర్లను/ప్యాకేజింగ్‌ను జోడించాల్సి ఉంటుంది. ప్యాకేజీకి అదనపు కుషనింగ్ మరియు పటుత్వాన్ని అందించడంలో ఇంటర్నల్ ఫిల్లర్లు సహాయపడతాయి. దీని మార్గదర్శకాలన్నింటికీ ఒకే సైజు వర్తించదు, మీ ప్యాకేజింగ్‌లో ఇన్సర్ట్ ఫిల్ పదార్థాన్ని ఉపయోగించడం కోసం విస్తృత మార్గదర్శకాలు క్రింద అందించబడ్డాయి.

	బబుల్ రాప్	థర్మోకోల్ లేయర్	కార్డ్‌బోర్డ్ ముక్కలు	క్రాఫ్ట్ పేపర్	ఫోమ్ థర్మోకోల్ బాల్స్	ఎయిర్ పిల్లీలు
ఖాళీలను నింపేవి	కాదు	కాదు	కాదు	అవును	అవును	కాదు
వేరుచేయడం	అవును	కాదు	అవును	కాదు	కాదు	కాదు
కుషనింగ్	అవును	అవును	కాదు	కాదు	అవును	అవును
వ్యాఖ్యలు	ఏ ఆకారంలోనినైనా పెళుసుగా ఉన్న వస్తువులను రక్షించడంలో సహాయపడుతుంది	తేలికైనది మరియు ప్యాకేజీ బరువును పెద్దగా పెంచదు. పెళుసైన ఉత్పత్తుల యొక్క ప్లాట్ ఉపరితలాలను రక్షించడానికి ప్రధానంగా ఉపయోగిస్తారు	ఇవి ప్రధానంగా బహుళ పెళుసుగా లేదా చిన్న వస్తువులను వేరు చేయడానికి ఉపయోగిస్తారు	అత్యంత బహుముఖ మరియు సౌకర్యవంతమైన పూరకం. మీరు దానిని మీకు అవసరమైన పరిమాణంలో సులభంగా చీల్చినట్లు చేయవచ్చు లేదా ఏదైనా పూరక అవసరానికి సరిపోయేలా నలిపేయవచ్చు	విభిన్న ప్రోడక్ట్ల సైజుల కోసం ఉపయోగించడానికి అనువైనది	ప్యాకేజీకి ఎక్కువ బరువును జోడించదు, లాజిస్టిక్స్ ఖర్చును ఆదా చేస్తుంది

## కొన్ని ఇతర సాధారణ మార్గదర్శకాలు

### పదునుగా ఉండే వస్తువులు:

బబుల్ ర్యాప్‌తో ఎక్కువ పొరలలో చుట్టండి

### ద్రవ ప్రొడక్ట్‌లు:

టోప్‌లను సరిగ్గా బిగించి, ప్లాస్టిక్ షీట్‌లో సీల్ చేసి టేప్‌తో సీల్ చేయండి

### పెళుసుగా వస్తువులు:

బబుల్ ర్యాప్‌ని పలు లేయర్లుగా జోడించండి, బలమైన బాహ్య ప్యాకేజింగ్‌ను ఉపయోగించండి, ప్యాకేజీ యొక్క పైభాగంలో ఉండే లేబుల్ పైన, 'ప్రాజెక్ట్' స్టిక్కర్‌తో లేబుల్ చేయండి

# ఆహార పదార్థాల ప్యాకేజింగ్ మార్గదర్శకాలు

ఆహారం & పానీయాల కేటగిరీలో ప్యాకేజింగ్‌కు సంబంధించి ప్రత్యేకమైన అదనపు అంశాలు ఉన్నాయి:

- F&B కేటగిరీలో తయారుకు సిద్ధంగా ఉన్న ప్యాకేజీలు ఉంటాయి, ఇవి మెషిన్‌తో కాకుండా రెస్టారెంట్‌లో ప్యాక్ చేయబడతాయి. రవాణాలో బయటకు చిందకుండా చూడటానికి అన్ని మూతలను టేప్‌తో మూసివేయడం ముఖ్యం

- ఆహారంలో ఉష్ణోగ్రత అనే అంశం ఉంటుంది - వేడి పదార్థమైనా లేదా చల్లని పదార్థాన్నైనా, ప్యాకేజింగ్ అనేది రక్షణను అందించేదిగా మాత్రమే కాకుండా అవసరమైన విధంగా ఆహార పదార్థం యొక్క ఉష్ణోగ్రతను కూడా నిర్వహించగలగాలి. ఇన్సులేటెడ్ కంటైనర్లు, ఐస్ ప్యాక్‌లను ఉపయోగించవచ్చు. అలాగే, వికేత వేడి మరియు చల్లని ఉత్పత్తులను వేరుగా ఉండేలా చూసుకోవాలి
- రవాణా చేయబడిన ప్రొడక్ట్ ఆహారంగా సేవించబడుతుంది - అందువల్ల ప్యాకేజింగ్ మెటీరియల్ ఆహార పదార్థాలకు తగినదిగా ఉండాలని సూచించబడింది
- దయచేసి మీ ప్యాకేజీ FSSAI మరియు ఇతర చట్టపరమైన మార్గదర్శకాలకు అనుగుణంగా ఉందని నిర్ధారించుకోండి

# ప్యాకేజింగ్ సంబంధిత డ్యామేజీ సమస్యలను గుర్తించడం, ట్రాక్ చేయడం & సరిదిద్దడం

నష్టాలను తగ్గించడానికి చర్య తీసుకోగల ప్రాంతాలను గుర్తించడం కోసం విశ్లేషణలను పొందడానికి నష్టాల డేటాను ఎలా చూడాలి అనే దాని గురించి ఈ విభాగం మోల్లాడుతుంది.

## 1 ప్రోడక్ట్ స్థాయి సమస్యలను పరిశీలించండి

- అన్ని SKUల కోసం క్రింది పట్టికను ఏర్పాటుచేయండి:
- మొత్తం స్థాయిలో నష్టం%ని లెక్కించండి: (మొత్తం డ్యామేజీలు/షిప్ చేయబడిన మొత్తం ఆర్డర్లు) X 100
- ప్రతి ప్రోడక్ట్ యొక్క నష్టం శాతాన్ని ఇతర ప్రోడక్టులతో మరియు మొత్తం స్థాయిలో ఉన్న %తో పోల్చండి
- మీరు ఇతర ప్రోడక్ట్ల కంటే ఎక్కువ శాతం మరియు సగటును కలిగి ఉన్నట్లు చూసి ప్రోడక్ట్లను గుర్తించండి. డ్యామేజీకి గల కారణాన్ని గుర్తించడానికి ఈ ప్రోడక్టుపై మరింత లోతైన అధ్యయనం చేయండి



క్ర. సం.	ఉత్పత్తి పేరు	షిప్ చేసిన మొత్తం ఆర్డర్లు (A)	డ్యామేజీ అయిన మొత్తం ఆర్డర్లు (B)	% డ్యామేజీ (B/A)X100
----------	---------------	--------------------------------	-----------------------------------	----------------------

## 2 లాజిస్టిక్స్ సమస్యల కోసం చెక్ చేయండి

అధిక డ్యామేజీ % ఉన్న ప్రొడక్ట్లను గుర్తించిన తర్వాత, లాజిస్టిక్స్ స్థాయి డేటాను లోతుగా అధ్యయనం చేయండి (మీరు బహుళ థర్డ్-పార్టీ లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ని ఉపయోగిస్తుంటే).

సమస్య నిర్దిష్ట లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP వద్ద ఉందో లేదో గుర్తించడానికి క్రింది పట్టికను తయారు చేయండి.

క్ర. సం.	లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP/ ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ పేరు	షిప్ చేసిన మొత్తం	డ్యామేజీ మొత్తం	% డ్యామేజీ (B/A)X100
----------	--	-------------------	-----------------	----------------------

పరిష్కారం కోసం సమస్యను చర్చించండి లేదా ఆ నిర్దిష్ట ప్రొడక్ట్కు లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ను డియాక్టివేట్ చేయండి

## 3 ప్యాకేజింగ్ సమస్యలని పరిశీలించండి

సమస్య లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్కు సంబంధించినదికాకపోతే, దశ 1లో గుర్తించబడిన ప్రొడక్ట్లకు, బయటి మరియు లోపలి ప్యాకేజింగ్ రెండింటిలోనూ ప్రొడక్ట్ యొక్క పెళుసుదనం మరియు బరువు ఆధారంగా ప్యాకేజింగ్ నాణ్యతను తనిఖీ చేయండి. మీరు మెరుగవ్వాలన్న ప్రాంతాలను వేటివైనా కనుగొంటే సమస్యలను క్యాష్పర్ చేయడానికి ప్యాకేజింగ్ను మార్చండి లేదా మెరుగుపరచండి.

# ప్యాకేజింగ్ సమయంలో ఉపయోగించాల్సిన చెక్ లిస్ట్

క్ర. సం.	యాక్షివిటీ	
1	ప్రోడక్ట్ బరువు సరిగ్గా తీసుకోబడింది	<input type="checkbox"/>
2	ఆర్డర్లోని అన్ని సరైన SKUలు ప్యాక్ చేయబడ్డాయి	<input type="checkbox"/>
3	SKU స్థాయిలో ఆర్డర్ చేయబడిన యూనిట్ల సంఖ్య VS ప్యాక్ చేయబడిన యూనిట్ల సంఖ్యను తనిఖీ చేయండి	<input type="checkbox"/>
4	ఇన్వాయిస్ బయటి ప్యాకేజీలో ఉంచారని నిర్ధారించుకోండి	<input type="checkbox"/>
5	ప్యాకేజీపై సరైన పిప్పింగ్ లేబుల్ ఉంచారని నిర్ధారించుకోండి	<input type="checkbox"/>
6	పిప్పింగ్ లేబుల్ టెక్స్ట్/QR కోడ్/బార్కోడ్ స్పష్టంగా ఉందని నిర్ధారించుకోండి, అలాగే బాక్స్ తెరుచుకునే చోట అంటుకోకుండా ఉంచండి	<input type="checkbox"/>

# ప్యాక్ ఆర్డర్ విషయంలో చేయాల్సిన తనిఖీలు

ప్రదేశం	కారణం యొక్క వివరణ
ప్లాస్	బయటి పెట్టెల ప్లాస్లపై ఎటువంటి డ్యామేజీ ఉండకూడదు
ఉబ్బి ఉండటం	లోపల ఉంచిన ప్రోడక్ట్ కారణంగా బయటి ప్యాకేజీ ఉబ్బి ఉండకూడదు
వంకరగా ఉండటం	లోపల ఉన్న ప్రోడక్ట్ ఆకారం కారణంగా కార్టన్ ఆకారం మారి ఉండకూడదు. పెట్టే ఆకారం చతురస్రాకారంగా లేదా దీర్ఘచతురస్రాకారంలో ఉండాలి
కార్టన్ యొక్క ఆకారం	కార్టన్ తడిగా, చిరిగిన స్థితిలో లేదా నొక్కులతో ఉండకూడదు
ఇతర పరిస్థితులు:	టేప్ యొక్క అతుక్కునే నాణ్యత మంచిదిగా ఉండి మరియు వివిధ వైపుల నుండి బయటకు వచ్చి ఉండకూడదు

ఈ విభాగంలో పేర్కొన్న మార్గదర్శకాలను అనుసరిస్తూ, విక్రేత NP తమ విక్రేతలు పనితీరును ప్రదర్శిస్తున్నట్లు నిర్ధారించుకోవచ్చు, కొలమానాల సహాయంతో పనితీరును కొలవడం ముఖ్యం. ఈ విభాగంలో, మనం కొలవడానికి మరియు పర్యవేక్షించడానికి ఉపయోగించే కొలమానాలను పరిశీలిద్దాం. విక్రేత మరియు విక్రేత NP స్థాయిలో పనితీరు మరియు కొలమానాలు మరింత దిగజారితే దిద్దుబాటు చర్యలు తీసుకోండి.

మెట్రిక్	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
డ్యూమేజీ %	పంపేటప్పుడు లేదా రిటర్న్స్ వచ్చేటప్పుడు రవాణాలో దెబ్బతిన్న ప్రోడక్ట్లను గణించండి	(దెబ్బతిన్న మరియు తిరిగి పచ్చిన ఆర్డర్ల మొత్తం సంఖ్య/షిప్పింగ్ చేయబడిన మొత్తం ఆర్డర్లు) X 100	విక్రేత, విక్రేత NP

### చేయవలసిన ముఖ్యమైన పనులు

- బయటి ప్యాకేజీ డ్యూమేజీ అయిన పక్షంలో దానిని 'డెలివరీ రుజువు'లో పేర్కొనండి
- బ్రాండ్ విలువను ప్రతిబింబించేలా ప్రోడక్ట్కు సరైన ప్యాకేజింగ్ ఉండేలా చూసుకోండి
- అవసరమైన చోట 'ప్రజైల్' లేబుల్స్ను అతికించండి



## అధ్యాయం 6

# విక్రేత నిర్వహణ

కాలక్రమేణా విక్రేత NP కేటగిరీల వారీగా చాలా మంది విక్రేతలను ఆన్‌బోర్డింగ్ చేయవచ్చు. ఈ విభాగం విక్రేత NPలు ఈ విక్రేతలను ఎలా వర్గీకరించవచ్చు మరియు విక్రేత NP వారు వెచ్చించే సమయానికి గరిష్ట రాబడి కోసం వనరులను (వ్యక్తులు మరియు సమయం) ఉత్తమంగా ఎలా కూర్పు చేయవచ్చో పరిశీలిస్తుంది.

## ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

విక్రేతల వర్గీకరణ, విక్రేతలతో నిమగ్నత కలిగి ఉండటాన్ని ప్రణాళిక చేయడం మరియు విక్రేతల ద్వారా విక్రేత NP లక్ష్యాలను సాధించడానికి మార్గదర్శకాలు



# విక్రేత మూల్యాంకనం & వర్గీకరణ

ఖాతా నిర్వహణలో మొదటి దశ మీ విక్రేతలను వేర్వేరు తరగతులుగా వర్గీకరించడం. విక్రేత పనితీరు ఆధారంగా:

<p><b>వర్గీకరణ చేయవచ్చు</b></p>	<p><b>ఈ క్రింది వంటి కొలమానాలపై విక్రేతల పనితీరు:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ స్టాక్లో ఉన్న SKU</li> <li>○ కేటలాగ్ నాణ్యత</li> <li>○ కస్టమర్ లేవనెత్తిన ఫిర్యాదులను నిర్వహించడం</li> <li>○ క్వాలిటీస్కోర్</li> <li>○ సమయానికి డిస్పాచ్</li> </ul>
<p><b>విక్రేత ప్రస్తుత స్థితి</b></p>	<p>విక్రేత NP ద్వారా జరిగే మొత్తం అమ్మకాలకు విక్రేత విక్రయాల సహకారంగా స్కోర్ను చూడవచ్చు.</p>
<p><b>విక్రేత సామర్థ్యం</b></p>	<p><b>విక్రేతలు ప్రస్తుతం తక్కువ స్కోర్లో లేదా తక్కువ పనితీరులో ఉండవచ్చు కానీ అధిక సామర్థ్యాన్ని కలిగి ఉండవచ్చు. దీనిని ఈ క్రింది అంశాలతో కొలవవచ్చు:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ కేటగిరీ వృద్ధి - వేగంగా అభివృద్ధి చెందుతున్న కేటగిరీలోని విక్రేత</li> <li>○ శిక్షణ పొందగలిగే విక్రేత సామర్థ్యం - మార్పులు/అభివృద్ధిని అంగీకరించడానికి సంసిద్ధత</li> <li>○ విక్రేత గత అనుభవం</li> <li>○ ఇతర మార్గాలలో విక్రేత యొక్క ప్రస్తుత వ్యాపార పరిమాణం</li> <li>○ విక్రేత యొక్క ప్రస్తుత డిజిటల్ అవగాహన</li> <li>○ విక్రేత పెట్టిన పెట్టుబడి: అసాల్డ్ మెంట్ పరిమాణం, జట్టు పరిమాణం మరియు నాణ్యత మొదలైనవి.</li> </ul>

పైన పేర్కొన్న 3 ప్రాంతాల ఆధారంగా విక్రయదారులను అధిక, మధ్యస్థ మరియు అల్ప తరగతులుగా వర్గీకరించండి.

# కీలక భాగస్వామ్య లక్ష్యాలను నిర్ణయించడం

వర్గీకరణ తర్వాత తదుపరి దశ ప్రతి వర్గీకరణ రకం విశేషతో భాగస్వామ్యాలను ప్రోత్సహించడానికి కీలక లక్ష్యాలను నిర్ణయించడం:

వర్గీకరణ	ముఖ్య లక్ష్యాలు
అధిక	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ అంచనాల తదుపరి దశ: 6 నుండి 12-నెలల ప్రణాళిక</li> <li>○ భవిష్యత్ వృద్ధి కోసం సవాళ్లను పరిష్కరించడం</li> <li>○ ఆచరణలో పెట్టడం కోసం మధ్యస్థ అమ్మకందారుల విషయంలో విజయ కారకాలను అర్థం చేసుకోవడం</li> </ul>
మధ్యస్థ	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ఈ విశేషాలను అధిక రేటింగ్ కు తీసుకురావడానికి 3-6 నెలల ప్రణాళిక</li> <li>○ వృద్ధి కోసం సూచన &amp; అసాఫ్ట్ మెంట్ ప్రణాళిక</li> <li>○ కొలమానాల సమీక్ష మరియు పరిష్కారంపై చర్చ</li> <li>○ ప్రక్రియలోని ఖాళీలపై అభిప్రాయం &amp; సిఫార్సు</li> <li>○ అధిక వర్గీకరణ విశేష వర్గానికి వెళ్లడానికి పాటించాల్సిన ఉత్తమ పద్ధతులపై శిక్షణ</li> </ul>
అల్ప	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ఈ విశేషాలను మధ్యస్థ రేటింగ్ కు తీసుకురావడానికి 1-3 నెలల ప్రణాళిక</li> <li>○ లక్ష్యం మరియు అంచనాల పునర్వ్యవస్థీకరణ</li> <li>○ విశేష మరియు బృందం శిక్షణ</li> <li>○ కొలమానాలపై మార్గదర్శకత్వం - SOPని నిర్వచించడం, చెక్ లిస్ట్ లను/చేయవలసినవాటిని ఏర్పాటు చేయడం</li> <li>○ మెరుగుదలల కోసం నిర్దిష్ట విశ్లేషణలు</li> <li>○ స్థిరమైన వైఫల్యాల విషయంలో హెచ్చరికలు/చిక్కులు</li> </ul>

# ఎంత తరచుగా భాగస్వామ్యం అవ్వాలో నిర్ణయించడం

భాగస్వామ్యం కావడానికి లక్ష్యాలు నిర్వచించబడిన తర్వాత, వికేత NPలు భాగస్వామ్యం యొక్క తరచుదనాన్ని నిర్వచించవలసి ఉంటుంది. భాగస్వామ్యాల సంఖ్యకు సంబంధించి నిర్దిష్ట ప్రమాణాలు లేనప్పటికీ, దిగువ ఉదాహరణలు ఈ నిర్ణయం కోసం తీసుకోవాల్సిన దిశలో మీకు సహాయపడతాయి:

ఉదాహరణ	రకము	భాగస్వామ్యం అయ్యే తరచుదనం
1	తక్కువ పనితీరు + అధిక సామర్థ్యం	మరింత తరచుగా భాగస్వామ్యం అవ్వండి - అధిక పెరుగుదల ప్రాంతం
2	అన్ని కారకాలలో అధికం	యథావిధిగా వ్యాపారంగా పని చేయండి - అవసరమైనప్పుడు జోక్యం చేసుకోండి
3	తక్కువ పనితీరు + అల్ప సామర్థ్యం	బ్యాండ్విడ్త్కు అనుగుణంగా భాగస్వామ్యం అవ్వండి



# ముఖ్య లక్ష్యాలు మరియు ఎజెండాను ముందుకు తీసుకెళ్ళడం

వికేత NP, వికేతలతో పనితీరును పెంచడానికి క్రింది సాధనాలను ఉపయోగించడానికి ఎంచుకోవచ్చు:

## ప్రోత్సాహకాలు:

పనితీరుకై వికేతలను ప్రోత్సహించడం ద్వారా వారు వృద్ధి చెందడానికి మరియు పనితీరును మెరుగుపరచడానికి ప్రేరేపించవచ్చు. ప్రోత్సాహకాలు అనేవి ధృవీకరణ పత్రాలు/ట్రోఫీలు, బహుమతులు లేదా వికేతలు వృద్ధి/స్థాయి లేదా కార్యాచరణ పనితీరు వంటి నిర్దిష్ట ప్రమాణాలకు అనుగుణంగా ఉన్నప్పుడు తగ్గింపు వంటి ఇతర నగదు ప్రయోజనాలకు భిన్నంగా ఉండవచ్చు.

## శిక్షణలు:

ఆర్డర్ల నిర్వహణ ప్రక్రియ, ఇన్వెంటరీ నిర్వహణ, ధరల నిర్ణయం, కేటలాగ్ ఏర్పాటు మొదలైన ఆపరేషన్ల ప్రాథమిక విషయాలపై సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్ట్నెర్షిప్ వికేతలకు శిక్షణ ఇవ్వడం చాలా ముఖ్యం.

## హెచ్చరికలు:

వికేతలు అంచనాల ప్రకారం పని చేయలేకపోవడం వల్ల కలిగే పరిణామాలను అర్థం చేసుకోవడం చాలా ముఖ్యం మరియు వికేత నెట్వర్క్ పార్ట్నెర్షిప్ వారికి సకాలంలో హెచ్చరికను పంపాలి, తద్వారా వారు మెరుగుదలలు చేయడానికి తగిన సమయం పొందుతారు.

## జరిమానాల విధింపు:

వికేత నెట్వర్క్ పార్ట్నెర్షిప్ నుండి శిక్షణ, మార్గదర్శకత్వం మరియు హెచ్చరికల యొక్క అన్ని ప్రయత్నాలు చేస్తున్నప్పటికీ, వికేత పనితీరును మెరుగుపరచడంలో విఫలమైతే, అవసరమైన మార్పులను వికేతలు పూర్తి చేసి, వాటిని వికేత NP ధృవీకరించే వరకు నిర్దిష్ట కాలానికి డిలిస్టింగ్ వంటి జరిమానా విధించే మార్గాన్ని వికేత NP తీసుకోవలసి ఉంటుంది.

# పనితీరును పర్యవేక్షించడం మరియు కీలక ఖాతాలను పెంచడం

- పనితీరును నిరంతరం పర్యవేక్షించడం మరియు విక్రేతలను వివిధ వర్గీకరణలలోనికి మార్పుతూ ఉండటం చాలా ముఖ్యం అయితే, నిర్వచించిన కొలమానాలలో ప్రతి విక్రేత ఖాతా పనితీరును కొలవడం మరింత ముఖ్యం (ఈ హ్యాండ్‌బుక్‌లోని ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ విభాగంలో మెట్రిక్స్ విభాగాన్ని చూడండి)
- తదుపరి స్థాయి నుండి కొలమానాలలో ఏర్పడే ఖాళీని కొలవండి మరియు వాటిని అధిక వర్గీకరణకు తరలించడానికి నిర్దిష్ట ప్రాంతాలపై విక్రేతలతో కలిసి పని చేయండి
- ప్రణాళికాబద్ధంగా అమ్మకందారులను ఉన్నత వర్గీకరణకు మార్చే దిశగా నిరంతరం కృషి చేయడం దీని లక్ష్యం

# కీలక ఖాతాలతో ప్రక్రియ మార్పును ముందుకు తీసుకెళ్ళడం

వివిధ విక్రేతలతో కలిసి పని చేయడం వల్ల విక్రేత NPలు నేర్చుకోవడం జరుగుతుంది. వివిధ విక్రేతల యొక్క అన్ని మంచి అభ్యాసాలను నిరంతరం సమీకరించడం మరియు ఇతర విక్రేతలతో భాగస్వామ్యం చేయడానికి ప్రక్రియలు మరియు మార్గదర్శకాలను అభివృద్ధి చేయడం చాలా కీలకం.

ఇది విక్రేత NP నెట్‌వర్క్‌లో పని చేస్తున్న విక్రేతల పనితీరు నిరంతరం మెరుగుతుండటానికి సహాయం చేస్తుంది.

## చేయవలసిన ముఖ్యమైన పనులు

- అధిక వృద్ధిని కలిగి ఉన్న రంగాలను గుర్తించండి, మిస్ చేసిన ఎంపిక, ధర మరియు కార్యాచరణ కొలమానాలపై విక్రేతలకు సిఫార్సులను అందించండి
- సామర్థ్యాలలో అంతరాలను గుర్తించడం మరియు అభివృద్ధి కోసం విక్రేతలకు శిక్షణ నివ్వడం/మార్గదర్శనం చేయడం

## అధ్యాయం 7

# కస్టమర్ సపోర్ట్

ఆర్డర్లను స్వీకరించిన తర్వాత కస్టమర్ సంతృప్తి చెందని సందర్భాలు ఉండవచ్చు. అసంతృప్తి అనేది ప్రోడక్ట్ యొక్క సకాల డెలివరీ, రీఫండలు లేదా ప్రతిస్పందనలలో జాప్యానికి సంబంధించినది కావచ్చు. ఈ విభాగం కొనుగోలుదారుల సమస్యలను సమర్థవంతంగా నిర్వహించడం మరియు కొలిచే అంశాన్ని పరిశీలిస్తుంది.

### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

- కొనుగోలుదారులు ఎక్కడ సమస్యలను లేవనెత్తుతారు
- వినియోగదారుల కోసం సమస్య పరిష్కార ప్రక్రియ
- పనితీరును కొలవడానికి ఏ కొలమానాలను ట్రాక్ చేయాలి
- CRM టూల్ అంటే ఏమిటి (కస్టమర్ రిలేషన్ షిప్ మేనేజ్మెంట్) మరియు CRM టూల్ కలిగి ఉండవలసిన ప్రాథమిక కార్యాచరణలు

# కొనుగోలుదారులు సమస్యలను ఎలా లేవనెత్తుతారు?

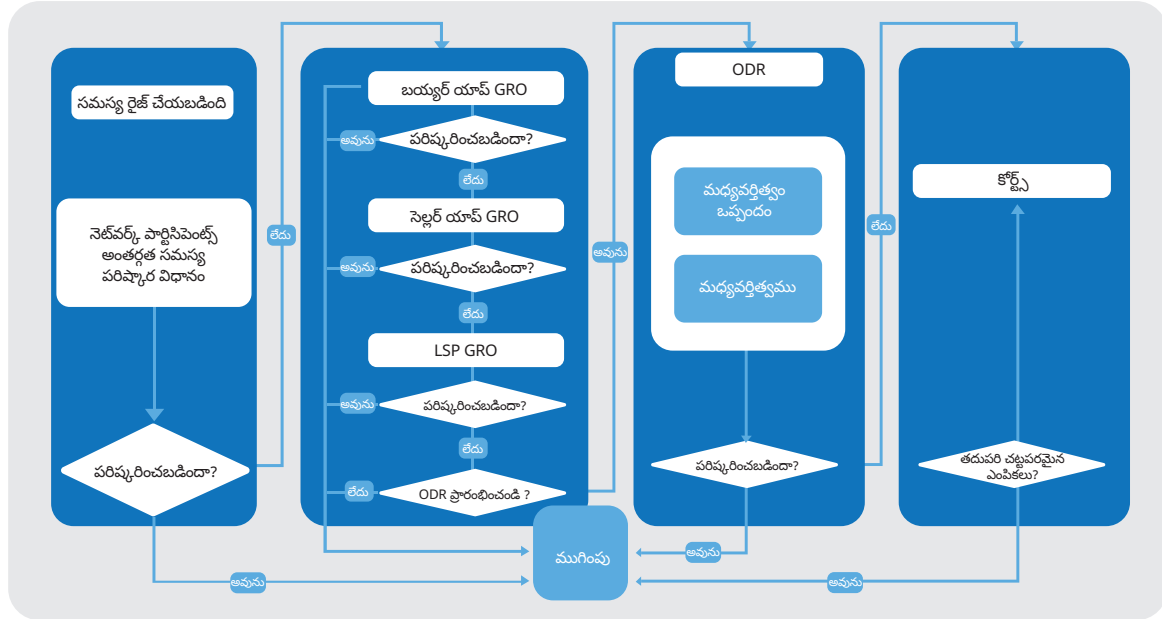
బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్లు, బయ్యర్ సంబంధిత వస్తువు(లు) లేదా సమస్యను లేవనెత్తే ఆర్డర్ను ఎంచుకోగలరని నిర్ధారించుకోవాలి లేదా ఏదైనా సాంకేతిక వైఫల్యాల కారణంగా కొనుగోలుదారుకు లావాదేవీ లేదా ఆర్డర్ వివరాలను అందించకపోతే చెల్లింపు వైఫల్యం, అప్లికేషన్లోని చాట్ సపోర్ట్ ద్వారా సమస్యను లేవనెత్తడానికి కొనుగోలుదారుకు తప్పనిసరిగా ఒక ఎంపికను అందించాలి, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ కొనుగోలుదారు (కొనుగోలుదారు సమస్యలు) ద్వారా లేవనెత్తిన అన్ని సమస్యలను సేకరించి ప్రాసెస్ చేస్తారు. బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ తప్పనిసరిగా ఆర్డర్ను రద్దు చేయడం, రీఫండ్ చేయడం, తిరిగి ఇవ్వడం లేదా మార్పిడి చేయడం (వర్తించినప్పుడల్లా) లేదా బయ్యర్ యాప్ ద్వారా కొనుగోలుదారుడు ONDC Network ద్వారా కొనుగోలు చేసిన ఉత్పత్తులు మరియు సేవలకు సంబంధించి వర్తించే ఇతర సమస్యలను లేవనెత్తడం వంటి కార్యాచరణలను తప్పనిసరిగా కొనుగోలుదారుకు అందించాలి.

దయచేసి వినియోగదారుల రక్షణ (ఇ-కామర్స్) నియమాలు, 2020 4(2)ని చూడండి; [ONDC వెబ్సైట్లో](#) పాలన మరియు విధానాలను చూడండి: [అధ్యాయం 2 \(వ్యాపార నియమాలు\): 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\(a\)](#)



# కొనుగోలుదారు లేవనెత్తిన సమస్యల పరిష్కార ప్రక్రియ

కొనుగోలుదారు సమస్యను గతంలో చర్చించిన విధానం ద్వారా లేవనెత్తినట్లయితే, సమస్య పరిష్కారం ఈ విధానంలో ఉంటుంది.





లెవెల్  
**1**

## కొనుగోలుదారు బయ్యర్ యాప్ ద్వారా సమస్యను లేవనెత్తారు

కొనుగోలుదారుడు బయ్యర్ యాప్ ద్వారా సమస్యను లేవనెత్తారు, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ దానిని పరిష్కరించి, కస్టమర్తో రిజల్యూషన్‌ను పంచుకుంటారు, లేదా ఒకవేళ సమస్య లావాదేవీలో పాల్గొనే మరొక నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్‌కు సంబంధించినది అయితే, పరిష్కరించడానికి సమాచారం వారికి పంపబడి పరిష్కారం బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్‌కు భాగస్వామ్యం చేయబడుతుంది, అక్కడ నుండి అది కొనుగోలుదారుకు పంపబడుతుంది.

లెవెల్  
**2**

## పరిష్కార ఆఫీసులు

పరిష్కార ఆఫీసులు: సమస్య లెవెల్ 1 వద్ద పరిష్కరించబడకపోతే, కొనుగోలుదారు ప్రతి NP ద్వారా నియమించబడిన ఫిర్యాదుల పరిష్కార అధికారుల వద్దకు వెళ్లవచ్చు. ప్రతి NP ONDC Networkతో నమోదు చేసుకునే సమయంలో ఫిర్యాదుల పరిష్కార అధికారి వివరాలను షేర్ చేయాలి.

దయచేసి అధ్యాయం 6 (సమస్యలు మరియు ఫిర్యాదుల నిర్వహణ విధానం) కూడా చూడండి, ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి

లెవెల్  
**3**

## ODR

లెవెల్ 2 వద్ద పరిష్కరించబడకపోతే, కొనుగోలుదారు సమస్యను ODR సర్వీస్ ప్రొవైడర్‌లకు పంపించవచ్చు: వీరు మధ్యవర్తిత్వం, రాజీ మరియు మధ్యస్థంగా ఉండి వివాద పరిష్కార విధానాలను అందించే NPEలు.

లెవెల్  
**4**

## కోర్టును ఆశ్రయించడం

దీని తర్వాత, సమస్య పరిష్కారం కాకపోతే, ఫిర్యాదుదారు తగిన అధికార పరిధితో కోర్టును ఆశ్రయించవచ్చు.

# మెట్రీక్స్ NPలు కస్టమర్ సర్వీస్ ఆపరేషన్స్ కోణం నుండి ట్రాక్ చేయాలి

- కొనుగోలుదారుల నుండి అందుకున్న సమస్యల సంఖ్య
- సకాలానికి స్పందించిన కొనుగోలుదారు సమస్యల % = సమయానికి స్పందించిన మొత్తం సమస్యలు/ NP ద్వారా స్వీకరించబడిన మొత్తం సమస్యలు
- సగటు ప్రతిస్పందన సమయం: పరిష్కారం లేదా తదుపరి దశతో ప్రతిస్పందించిన సమయం - పాల్సోనే NP నుండి సమస్యను స్వీకరించిన సమయం
- సగటు గుర్తించిన సమయం: సమస్య స్వీకరణను గుర్తించడానికి పట్టే సమయం
- సగటు పరిష్కార సమయం: పాల్సోనే NPకి పరిష్కార వివరాలను పంపడానికి పట్టే సమయం
- సమయానికి గుర్తించబడని కొనుగోలుదారు సమస్యల % = సమయానికి అంగీకరించని సమస్యల సంఖ్య/స్వీకరించబడిన మొత్తం సమస్యలు

- సంతృప్తికరంగా పరిష్కరించబడిన సమస్యల %: కొనుగోలుదారు ఆమోదంతో పరిష్కరించబడిన కొనుగోలుదారు సమస్యలు/అందుకున్న కొనుగోలుదారుల సమస్యల మొత్తం సంఖ్య
- GROకి పరిష్కరించబడిన సమస్యల % = GROకి పంపించబడిన సమస్యల సంఖ్య/మొత్తం స్వీకరించబడిన సమస్యలు
- GRO స్థాయిలో NPకి విరుద్ధంగా పరిష్కరించబడిన సమస్యల % = GRO స్థాయిలో NPకి విరుద్ధంగా పరిష్కరించబడిన సమస్యలు/మొత్తం లేవనెత్తబడిన సమస్యలు
- ODRకి తరలించబడిన సమస్యల సంఖ్య (ఆన్లైన్ వివాద పరిష్కారం)
- ODR స్థాయిలో NPకి విరుద్ధంగా పరిష్కరించబడిన సమస్యల % = ODR స్థాయిలో NPకి విరుద్ధంగా పరిష్కరించబడిన సమస్యల సంఖ్య/మొత్తం లేవనెత్తబడిన సమస్యల సంఖ్య

# CRM సూచించిన కార్యాచరణలు

- 1 అవసరమైన గడువులోగా సమస్యల స్వీకరణను గుర్తించడానికి NPలు క్రియాశీల CRMని కలిగి ఉండాలని సూచించబడింది.
- 2 ఇతర NPS ద్వారా భాగస్వామ్యం చేయబడిన కమ్యూనికేషన్ మోడ్ ద్వారా ప్రశ్నలకు ప్రతిస్పందించడానికి మరియు సమస్య ప్యాకెట్ను ఇతర నెట్వర్క్ పార్టనీషిపెంట్లకు ఫార్వార్డ్ చేయడానికి CRM కార్యాచరణను కలిగి ఉండాలి. (ఉదా. ఒక ఇమెయిల్ ID)
- 3 ఇది NP యొక్క తప్పు కాకుండా పాల్గొనే ఇతరులదని ఖచ్చితంగా తెలిసిన సందర్భంలో, సమస్యలను స్వయంచాలకంగా మళ్లించడానికి లాజిక్లను అభివృద్ధి చేయాలని NPలు సూచించబడ్డాయి. ఉదాహరణకు, 'ఆలస్యమైన డెలివరీ' విభాగం కింద కొనుగోలుదారు సమస్యను లేవనెత్తితే, కొనుగోలుదారు NP దానిని వెంటనే స్వయంచాలకంగా వికేత NPకి మళ్లించవచ్చు.

ఈ CRM కార్యాచరణలు సమస్యలకు ప్రతిస్పందించడంలో లేదా సమస్యలకు ప్రతిస్పందించడంలో జాప్యం చేయడంలో మిస్ అయిన వాటిని నివారించడానికి NP లకు సహాయపడతాయి.

## చేయవలసిన ముఖ్యమైన పనులు

- కొనుగోలుదారు సమస్యలకు సకాలంలో పరిష్కారం/గుర్తింపు/ప్రతిస్పందన ఉండేలా చూడటం
- కార్యాచరణ కఠినతను నిర్ధారించడం: సకాలంలో పంపడం, క్యాన్సిలేషన్లను తగ్గించడం, సరైన పోడక్స్ను పంపడం, కొనుగోలుదారులు లేవనెత్తే సమస్యల సంఖ్యను తగ్గించడానికి సరైన ప్యాకేజింగ్ చేయడం

అధ్యాయం 8

# కార్యకలాపాల కోసం నియమాలను నిర్వచించడం

ONDC Network సమర్థవంతంగా పనిచేయడానికి వికేత NP తప్పనిసరిగా కొన్ని వ్యాపార నియమాలను నిర్వచించాలి. ఈ విభాగం వికేత NP తప్పనిసరిగా పాలసీ మరియు టెక్ స్థాయిలలో నిర్వచించాల్సిన నియమాలను పరిశీలిస్తుంది.

ఈ విభాగం నుండి ఆశించే  
ముఖ్య అంశాలు:

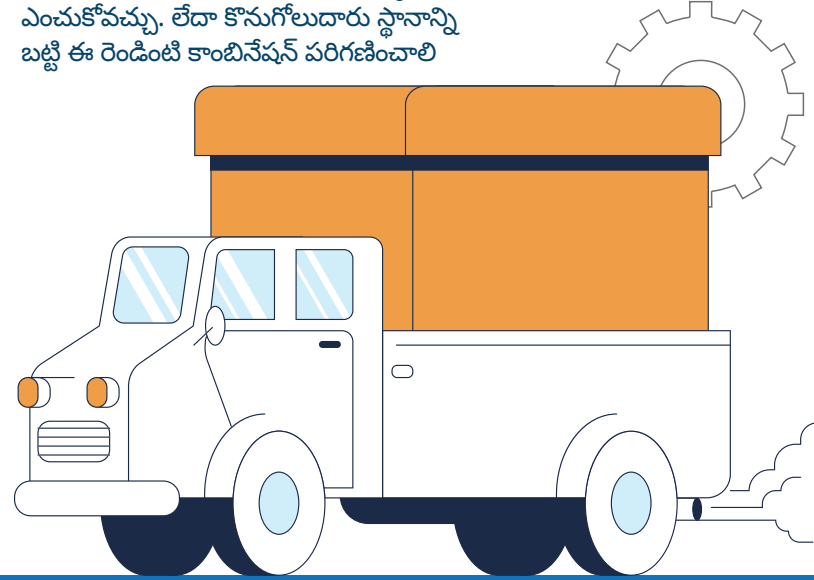
- కార్యకలాపాలను సమర్థవంతంగా అమలు చేయడానికి ఏ నియమాలను నిర్వచించాలో అర్థం చేసుకోవడం
- వికేత షిప్పింగ్ మోడల్‌ను నిర్వచించడం: ఆఫ్ నెట్‌వర్క్ vs ఆన్ నెట్‌వర్క్ డెలివరీ భాగస్వాములు

# షిప్పింగ్ మోడల్ను నిర్వచించడం

డెలివరీ బాధ్యతను సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ తీసుకోవచ్చు. చాలా సందర్భాలలో, ప్రోడక్టును రవాణా చేయడానికి సెల్లర్ నెట్ వర్క్ పార్టిసిపెంట్ బాధ్యత వహించాలని మేము ఆశిస్తున్నాము. సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ప్రోడక్టులను షిప్పింగ్ చేయడానికి క్రింది ఎంపికలను కలిగి ఉంటారు:

విక్రేత తన ఉద్యోగి/ఏజెంట్ ద్వారా స్వయంగా రవాణా చేయాలని నిర్ణయించుకోవచ్చు, ఉత్పత్తిని రవాణా చేయడానికి మూడవ-పక్ష లాజిస్టిక్స్ భాగస్వాములతో (ఆఫ్ నెట్వర్క్) ఆఫ్-నెట్వర్క్ ఏర్పాటును కలిగి ఉండవచ్చు లేదా

నెట్వర్క్లో (నెట్వర్క్లో) జాబితా చేయబడిన లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NPల నుండి ప్రోటోకాల్ ద్వారా లాజిస్టిక్స్ సేవను కొనుగోలు చేయండి. ఆన్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ను ఎంచుకున్నప్పుడు, సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ డెలివరీ వ్యవధి మరియు ఛార్జీలతో సహా లావాదేవీ నిబంధనలతో కూడిన అన్ని లాజిస్టిక్స్ ప్రోవైడర్ల జాబితాను పొందుతారు, అప్పుడు విక్రేత నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ప్రోడక్టును డెలివరీ చేయడానికి ఎంపికలలో ఒకదాని యొక్క సేవలను ఎంచుకోవచ్చు. లేదా కొనుగోలుదారు స్థానాన్ని బట్టి ఈ రెండింటి కాంబినేషన్ పరిగణించాలి



# విక్రేత యొక్క సేవలందించే సామర్థ్యాన్ని నిర్వచించడం

విధానాలను అమలు చేయడం: పాలసీ స్థాయిలో, విక్రయదారు NP తప్పనిసరిగా ప్రోడక్ట్లను దేశవ్యాప్తంగా రవాణా చేయడానికి లేదా హైపర్లోకల్కు (సమీప పిన్ కోడ్ లకు పరిమితం చేయబడే) అందుబాటులో ఉంటుందా అని విక్రేతలతో నిర్ణయించుకోవాలి. హైపర్లోకల్ మోడ్ విషయంలో, విక్రేత తప్పనిసరిగా దుకాణం తెరిచే సమయాన్ని (అన్ని సమయాలలో VS నిర్దిష్ట సమయం) మరియు విక్రేత స్థానం నుండి ఆర్డర్ సర్వీస్ చేయబడే రేడియస్ను తప్పనిసరిగా నిర్వచించాలి. విక్రేత పూర్తి చేయలేని/షిప్పి చేయలేని ఆర్డర్లు చేయడానికి వీలులేకుండా ఇది నిర్ధారిస్తుంది.

## అధ్యాయం 9

# చెల్లింపులు & సెటిల్మెంట్

ONDC Network ద్వారా సదుపాయం చేయబడిన ఏదైనా ఆర్డర్ క్రింది వాణిజ్య భాగాలను కలిగి ఉంటుంది [[ONDC వెబ్‌సైట్‌లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి: అధ్యాయం:3 వాణిజ్య నమూనా](#)]

ONDC Network ద్వారా కొనుగోలు చేయబడిన ఏదైనా ప్రొడక్ట్ లేదా సేవ ఎల్లప్పుడూ నిర్దిష్ట వాణిజ్య అంశాలను కలిగి ఉంటుంది, వీటిని మేము మీ కోసం ఐదు విస్తృత ఉప సమూహాల క్రింద సరళీకృతం చేసాము.

1. కొనుగోలుదారు ధర:
2. కొనుగోలుదారు అప్లికేషన్ ఫీజు
3. విక్రేత అప్లికేషన్ ఫీజు
4. గేట్‌వే ఫీజు
5. ONDC ఛార్జీలు

కొనుగోలుదారు డెలివరీని కూడా చెల్లించినట్లయితే, అది కూడా అదే 5 భాగాలను కలిగి ఉంటుంది. ప్రారంభ నెలల్లో, గేట్వే లేదా ONDC ఛార్జీలు ఉండవు.

## 1 కొనుగోలుదారు ధర:

కొనుగోలుదారు ధర 1వ భాగాన్ని ఏర్పరుస్తుంది. అర్థమయ్యేలా చెప్పాలంటే, ONDC Network కస్టమర్ చెల్లించాల్సిన అంతిమ ధర. భాగాలు 2,3, 4 మరియు 5 + వికేత ద్వారా గ్రహించబడిన నికరం 1 కొనుగోలుదారు ధరను జోడిస్తుంది: వికేత, వికేత అప్లికేషన్ ఫీజు, కొనుగోలుదారు అప్లికేషన్ ఫీజు, గేట్వే ఫీజు & ONDC ఛార్జీల ద్వారా గ్రహించబడిన నికర మొత్తం.

GSTని కలిగి ఉన్న డిక్లెర్డ్ ధర అనేది వికేత అప్లికేషన్పై వికేత ప్రకటించి జాబితా చేసిన అంతిమ ధర. ఈ ధర ఎప్పుడూ గరిష్ట రిటైల్ ధర (MRP)ని మించకూడదని గుర్తుంచుకోండి.

అప్పుడు మీకు డెలివరీ సేవలకు వసూలు చేయబడే ఫీజు అయిన డెలివరీ ఫీజు ఉంటుంది.

ప్యాకేజింగ్ మరియు కన్వీనియన్స్ ఫీజులు ఇతర ఛార్జీలలో ఉంటాయి.

చివరకు, కొనుగోలుదారు ధరను పూర్తి చేయడానికి, మేము సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ లేదా బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ అందించిన తగ్గింపులను కూడా చేర్చుతాము. కస్టమర్ ఎంత చెల్లించాల్సి ఉంటుందో ఇది ఖచ్చితంగా తెలియజేస్తుంది.

## 2 కొనుగోలుదారు అప్లికేషన్ ఫీజు:

బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ మొత్తం ఆర్డర్ విలువలో (మొదటి నాలుగు ఉప-పాయింట్ల సంచితం) శాతంగా లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ నుండి విజయవంతమైన ఆర్డర్ కు నిర్ణీత మొత్తంలో ఫ్రైండర్ రుసుమును వసూలు చేయవచ్చు. సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ ప్రతిపాదించిన బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ రుసుముతో విభేదిస్తే, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ లావాదేవీని పూర్తి చేయడానికి నిరాకరించవచ్చు.



### 3 విక్రేత అప్లికేషన్ ఫీజు:

విక్రేత నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ తమ కేటలాగ్ ఐటెమ్లను జాబితా చేయడానికి విక్రేతల నుండి ఒక్కో విజయవంతమైన ఆర్డర్ కు ఫీజు వసూలు చేయవచ్చు, దీని నిబంధనలు విక్రేత నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు విక్రేత మధ్య నిర్ణయించబడతాయి, అలాంటి నిర్ణయంలో ONDC Network పాల్గొనదు. విక్రేతలు తమ డివైజ్ ధరలో అటువంటి ఛార్జీలను చేర్చాలనుకుంటే, వాటిని చేర్చాలని నిర్ణయించుకోవచ్చు.

ఈ ఫీజు మొత్తం మరియు మోడల్ విక్రేత అప్లికేషన్ మరియు విక్రేతల మధ్య అంగీకరించబడుతుంది మరియు విక్రేతలు కావాలంటే ఈ ఫీజును తమ ప్రోడక్ట్ల ధరకు జోడించడాన్ని ఎంచుకోవచ్చు. ఈ రుసుమును నిర్ణయించడంలో ONDC ప్రమేయం ఉండదు. పై పాయింట్లను వివరించడానికి ఒక ఉదాహరణ క్రింద ఇచ్చాము:

లాజిస్టిక్స్ సేవలను బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ కొనుగోలు చేయవచ్చు మరియు అది తదనుగుణంగా లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP తో పరిష్కరించబడుతుంది.

### 4 లాజిస్టిక్స్:

సులభంగా అర్థమయ్యేలా చెప్పాలంటే దీని అర్థం డెలివరీ ప్రక్రియ - కస్టమర్ కు ఆర్డర్ ఎలా రవాణా చేయబడుతుంది. ఇది అదనపు ఖర్చులను కలిగి ఉంటుంది, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ డెలివరీ పార్ట్నర్ ను నియమించుకోవచ్చు, వారి సేవలకు వారు కొనుగోలుదారు నుండి వసూలు చేయవచ్చు లేదా వసూలు చేయకపోవచ్చు.

# 5

## ONDC ఫీజు & గేట్వే ఫీజు: గేట్వేలు & ONDC వారి

బహుదూల ప్రకారం బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా ఇద్దరికీ రుసుము వసూలు చేయవచ్చు. ప్రారంభ నెలల్లో గేట్వే మరియు ONDC సేవలు ఉచితంగా అందుబాటులో ఉంటాయి.

ఈ ఫీజులు కొనుగోలుదారు ధరకు జోడించబడవు, ఇవి బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ద్వారా విడిగా చెల్లించబడతాయి.

బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ఈ క్రింది నిబంధనలపై పరస్పరం అంగీకరిస్తారు (సమిష్టిగా, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ సేకరణ మరియు పరిష్కార నిబంధనలు):

- **బయ్యర్ యాప్ ఫీజు:** సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ చెల్లించాల్సిన మొత్తం ఆర్డర్ విలువ లేదా విజయవంతమైన ఆర్డర్ కు నిర్ణీత మొత్తంలో శాతంగా ఉంటుంది.
- **ఈవెంట్ ట్రిగ్గర్:** ఆర్డర్ డెలివరీ, ఆర్డర్ రిటర్న్, రిటర్న్ వ్యవధిని పూర్తి చేయడం మొదలైన ఈవెంట్లతో సహా రిసీవర్తో (పాక్షికంగా లేదా పూర్తిగా) చెల్లింపును సెటిల్ చేయడానికి నిర్వచించబడే నిర్దిష్ట ఈవెంట్.

- **సెటిల్మెంట్ విండో:** ఈవెంట్ ట్రిగ్గర్ మరియు చెల్లింపుల సెటిల్మెంట్ మధ్య కాల వ్యవధి. సమీకరణ, షిప్మెంట్ లేదా డెలివరీ తేదీ లేదా రిటర్న్ విండో ముగింపు తేదీ నుండి పేర్కొన్న పనిదినాల సంఖ్యను కలిగి ఉంటుంది
- **విత్హోల్డింగ్ మొత్తం:** విత్హోల్డింగ్ అమౌంట్ అనేది ఈవెంట్ ట్రిగ్గర్ అయ్యే వరకు చెల్లింపును కలెక్టర్ నిలిపి ఉంచే శాతం మొత్తం. ఉదా., కొనుగోలుదారు NP 50% ను డెలివరీ తర్వాత మరియు మిగిలిన 50% ను రిటర్న్ విండో ముగిసిన తర్వాత చెల్లించడానికి ఎంచుకోవచ్చు
- **రిటర్న్ విండో:** డెలివరీ లేదా షిప్మెంట్ లేదా సమీకరణ తర్వాత ప్రోడక్ట్ ను తిరిగి ఇవ్వడానికి కొనుగోలుదారు ఎంచుకోగలిగే క్యాలెండర్ రోజుల సంఖ్య (వర్తించే విధంగా) (వాపసు చేస్తే)

# క్యాన్సిలేషన్ మరియు రీఫండలు

రిటర్న్లు, క్యాన్సిలేషన్లు, ఐటమ్లు డ్రావేజీ అయిన సందర్భాలలో రీఫండ్ ప్రక్రియ ఈ క్రింది విధంగా ప్రారంభించబడుతుంది:

- ప్రీపెయిడ్ ఆర్డర్:** కొనుగోలుదారు నుండి కొనుగోలుదారు చెల్లించే ధరను సేకరించే సంస్థ (అనగా, బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్) ఆర్డర్ నిర్ధారణ సమయంలో కొనుగోలుదారు అంగీకరించిన ఏవైనా క్యాన్సిలేషన్ ఛార్జీలను మిసహాయించి కొనుగోలుదారు ధరను పూర్తిగా రీఫండ్ చేయడానికి బాధ్యతవహిస్తారు. అటువంటి రీఫండ్ల కోసం బయ్యర్ యాప్ రుసుము మరియు సెల్లర్ యాప్ ఫీజుతో సహా అన్ని సెటిల్మెంట్ నిబంధనలు పూర్తిగా నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ల మధ్య మాత్రమే ఉంటాయి.
- COD ఆర్డర్ డెలివరీకి ముందు రద్దు చేయబడినప్పుడు:** డెలివరీకి ముందు క్యాన్సిలేషన్ సందర్భంలో, కొనుగోలుదారు ధరను కొనుగోలుదారు చెల్లించరు మరియు అందువల్ల, రీఫండ్ చేసే అవకాశమే ఉండదు. షిప్పింగ్ మరియు RTOకి సంబంధించిన అన్ని ఛార్జీలు లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP మరియు లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP సేవలను పొందే నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ మధ్య నిబంధనలు మరియు షరతులపై ఆధారపడి ఉంటాయి.
- డెలివరీ తర్వాత COD ఆర్డర్:** COD ఆర్డర్ సందర్భంలో డెలివరీని అంగీకరించిన తర్వాత కొనుగోలుదారు రీఫండ్ను కోరినట్లయితే, లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP యొక్క సేవలను పొందే సంస్థ మరియు లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP నుండి కొనుగోలుదారు ధరను స్వీకరించడం ద్వారా కొనుగోలుదారుకు రీఫండ్ను ప్రారంభిస్తుంది. అటువంటి రీఫండ్ల కోసం బయ్యర్ యాప్ రుసుము, విక్రేత యాప్ ఫీజుతో, లాజిస్టిక్స్ ఖర్చులకు సంబంధించిన వాటితో సహా అన్ని సెటిల్మెంట్ నిబంధనలు పూర్తిగా నెట్వర్క్ పార్టసిపెంట్ల మధ్య మాత్రమే ఉంటాయి.
- అవసరమైన రీఫండ్లతో సహా లావాదేవీకి సెటిల్మెంట్ జరిగిన తర్వాత ఆర్డర్ ప్రయాణం మూసివేయబడుతుంది.



## అధ్యాయం 10

# పన్నుల విధింపు

దేశంలో నిర్వహించే ఏదైనా వ్యాపారం పన్ను చట్టాలకు అనుగుణంగా ఉండాలి మరియు దాని పన్ను బాధ్యతలను సకాలంలో నిర్వర్తించాలి. కాబట్టి ప్రతి నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్ వారి పన్ను బాధ్యతలు మరియు అనుగుణ్యత అవసరాలను అంచనా వేయాలి.

ONDC Network వారి కార్యాచరణకు సంబంధించి నెట్ వర్క్ పార్టీసిపెంట్లకు వర్తించే రెండు ప్రధాన రకాల పన్ను వర్తింపులు (i) ఆదాయపు పన్ను చట్టం 1961 కింద మూలం వద్ద పన్ను మినహాయింపు (TDS) బాధ్యతలు మరియు (ii) GST చట్టాలు. GST చట్టాలలో, NPలు అందరూ CGST చట్టం 2017 (మరియు దాని క్రింద రూపొందించబడిన నియమాలు) నిబంధనలకు లోబడి ఉండాలి. రాష్ట్ర GST చట్టాలు కూడా వర్తిస్తాయి మరియు NP లు వాటిని గుర్తించుకోవాలి, ఈ బాధ్యతలు ఒక్కో రాష్ట్రానికి ఒక్కోలా ఉంటాయి.

### ఈ విభాగం నుండి ఆశించే ముఖ్య అంశాలు:

- నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్లకు పన్ను వర్తిస్తుంది
- విశ్లేత వైపు వ్యాపార నమూనాలు మరియు లావాదేవీ-స్థాయి లక్షణాలు

నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ల ప్రయోజనం కోసం, ONDC పన్ను సమ్మతిపై సూచనాత్మక మార్గదర్శకాన్ని విడుదల చేసింది, ఇది ఆదాయపు పన్ను చట్టం మరియు GST చట్టాల కింద విస్తృత వర్తింపు మరియు అవసరాలను కవర్ చేస్తుంది. స్థూలంగా, ONDC Network పన్ను బాధ్యతలపై ఏదైనా లావాదేవీని రెండు విధాలుగా విభజించవచ్చు:

## 1 వాస్తవ సరఫరాపై పన్ను వర్తింపులు

ఇవి ఇ-కామర్స్ సంస్థలు, అనగా బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ కొనుగోలుదారు కొనుగోలు చేసిన ప్రోడక్ట్/సేవకు సంబంధించి విక్రేత చెల్లించాల్సిన పన్నులకు సంబంధించి వర్తింపజేసే పన్ను.

## 2 వివిధ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు వసూలు చేసే కమీషన్లు/ఫీజులపై పన్ను వర్తింపులు

ఇవి ఇ-కామర్స్ సంస్థలు, అనగా బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్, సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP పైన పేర్కొన్న సప్లైను అందించడం ద్వారా వారికి లభించే ఆదాయాలకు సంబంధించి చెల్లించాల్సిన పన్ను. మరో మాటలో

చెప్పాలంటే, ఇవి బయ్యర్ యాప్ ఫీజు, విక్రేత యాప్ ఫీజు మరియు లాజిస్టిక్స్ ఫీజులపై వర్తింపజేసే పన్నులు.

ఇ-కామర్స్ సందర్భంలో పన్ను చట్టాలను చదవడం మరియు ఇప్పటికే ఉన్న నిబంధనలను పరిశీలించడం అనేది, పైన పేర్కొన్న రెండు హెడ్లకు పన్ను వర్తింపు అనేది విక్రేత వైపు వ్యాపార నమూనాలు మరియు లావాదేవీ స్థాయి లక్షణాలు అనే రెండు వర్గాల పరిశీలనల ద్వారా ప్రభావితమవుతుందని సూచిస్తుంది. ఈ రెండూ క్రింద క్లుప్తంగా చర్చించబడ్డాయి.

## 1 విక్రేత-పక్ష వ్యాపార నమూనాలు

విక్రేత-పక్ష నమూనాలు మూడు రకాలు, అవి.

- ఇన్వెంటరీ మోడల్ - ఈ మోడల్లో, విక్రేత తన వస్తువులు/సేవలు జాబితా చేయబడిన స్వంత స్లాట్ ఫారమ్ను కలిగి ఉంటారు. ONDC Network పరంగా, ఇది మొత్తం ఇన్వెంటరీ సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ను కలిగి ఉంటుంది. పన్ను చట్టాల పరంగా, వస్తువులు/సేవల సరఫరా ఇ-కామర్స్ ఆపరేటర్ ద్వారా జరుగుతుంది

- **మార్కెట్ప్లేస్ మోడల్** - ఈ మోడల్లో, విక్రేతలు తమ వస్తువులు/సేవలను కొనుగోలుదారులు మరియు విక్రేతలను అనుసంధానించే ఇ-కామర్స్ ఆపరేటర్ ప్లాట్ ఫారమ్లో జూబితా చేయవచ్చు. ONDC Network పరంగా, మొబిలిటీ మరియు F&B కేటగిరీలు మినహా, మార్కెట్ప్లేస్ సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ఇందులో ఉంటుంది. పన్ను చట్టాల పరంగా, మార్కెట్ప్లేస్ తన సేవకు మరియు విక్రేత నుండి కొనుగోలుదారుకు వస్తువులు/సేవల యొక్క వాస్తవ సరఫరాకు రుసుములను వసూలు చేస్తుంది.
- **అగ్రిగేటర్ మోడల్** - అగ్రిగేటర్ మోడల్ మార్కెట్ప్లేస్ మోడల్ను పోలి ఉంటుంది అంటే, విక్రేతలు ఇ-కామర్స్ ఆపరేటర్ ప్లాట్ఫారమ్ని ఉపయోగించి కొనుగోలుదారులకు వస్తువులు/సేవలను అందించవచ్చు. అయితే, GST చట్టం ప్రకారం, పేర్కొన్న నిర్దిష్ట సేవలపై, కొన్ని షరతులు పాటిస్తే, GST చెల్లించాల్సిన బాధ్యత ఈ-కామర్స్ ఆపరేటర్పై ఉంటుంది. వ్యాపార పరిభాషలో, ఈ సర్వీస్ ప్రొవైడర్లను అగ్రిగేటర్లుగా సూచిస్తారు. ONDC Network సందర్భంలో, వీరు F&B లేదా మొబిలిటీ రంగాలలో పనిచేసే మార్కెట్ ప్లేస్ సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు.

## 2

### లావాదేవీ స్థాయి లక్షణాలు

అనేక లావాదేవీ-స్థాయి లక్షణాలు పన్ను బాధ్యతలపై ప్రభావం చూపుతాయి:

- చెల్లింపును ఎవరు సేకరించారు?

- సస్టై అనేది రాష్ట్రం పరిధిలో జరిగిందా, వేరే రాష్ట్రాలకు జరిగిందా?
- లాజిస్టిక్స్ను ఎవరు సమీకరించారు?
- డిస్కౌంట్ ఆఫర్ చేయబడితే, అది బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ అందించారా లేదా విక్రేత అందించారా?
- ఏదైనా లావాదేవీకి సంబంధించి తమ పన్ను బాధ్యతను అంచనా వేయడానికి NP సమాధానం ఇవ్వాలన్న కొన్ని ప్రశ్నలు ఇవి.

బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ మరియు సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ ఇ-కామర్స్ ఎంటిటీలు అయినందున, ఆదాయపు పన్ను చట్టంలోని సెక్షన్ 194-O మరియు CGST చట్టంలోని సెక్షన్ 52 ప్రకారం వారి పన్ను భారాలను ప్రత్యేకంగా గుర్తించుకోవాలి.

పన్ను సమ్మతిపై మరింత వివరణాత్మక మార్గదర్శకత్వం కోసం, దయచేసి ONDC వెబ్సైట్లో ONDC Network అందుబాటులో ఉంచిన పన్ను మార్గదర్శక డాక్యుమెంట్లను చూడండి. అయితే, పన్ను అధికారులతో సమస్యలను నివారించడానికి, NP వారి పన్ను బాధ్యతలను తెలుసుకోవడానికి ఎల్లప్పుడూ చార్టర్డ్ అకౌంటెంట్ మరియు/లేదా పన్ను సలహాదారుని సంప్రదించాలి. ఈ విషయంలో ONDC ఎప్పటికప్పుడు మార్గదర్శకత్వం సమగ్రమైనదానికే లేదా క్రమం తప్పకుండా నవీకరించబడుతుందనడానికి వీలు లేదు.

# ముగింపు

ఇ-కామర్స్ కార్యకలాపాలను సమర్థవంతంగా నిర్వహించడానికి నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్లు అంతర్గత ప్రక్రియలను సెటప్ చేయాలి మరియు ఆర్డర్ ప్రయాణం యొక్క వివిధ దశలలో చర్యలు తీసుకోవాలి. ONDC Networkతో డిజిటల్ స్టోర్ని సెటప్ చేయడం వల్ల కలిగే ప్రయోజనాలను పాల్గొనేవారికి ప్రత్యేకంగా తెలియజేయడం మరియు ONDC Network పార్టిసిపెంట్లకు ఈ-కామర్స్ కార్యకలాపాల యొక్క క్రింది ప్రతి దశలలో మార్గదర్శకత్వం మరియు ఉత్తమ అభ్యాసాలను అందించడం హ్యూండ్రెడ్లు యొక్క ఉద్దేశ్యం:

- ఆన్బోర్డింగ్ విక్రేతలు
- కేటలాగ్ నిర్వహణ
- ఆర్డర్ నిర్వహణ
- ప్యాకేజింగ్
- కస్టమర్ సమస్యల నిర్వహణ
- కార్యాచరణల ప్రణాళిక
- బయ్యర్ అప్లికేషన్లపై కొనుగోలుదారు అనుభవాన్ని మెరుగుపరచడం
- పేమెంట్ & సెటిల్మెంట్

నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్లు తమ కార్యకలాపాలలో అత్యుత్తమ అభ్యాసాలను అనుసరిస్తూ కార్యాచరణ పనితీరులో వృద్ధిని చూడాలి. పైన పేర్కొన్న కార్యకలాపాల యొక్క ఏదైనా దశలో పనితీరు తగ్గడం లేదా పనితీరులో మెరుగుదల అవసరమైతే పార్టీసిపెంట్ ఈ హ్యాండ్బుక్‌ని తిరిగి చూడాలి.

విక్రేత NPకు మేము సిఫార్సు చేసి రోజువారీ కార్యకలాపాల జాబితా క్రింద ఉంది మరియు కార్యాచరణలు మిస్ అయిన సందర్భాలను తగ్గించడానికి విక్రేతలు రోజూ సాధన చేయాలి.

రోజువారీ కార్యకలాపాల విక్రేత NP చెక్‌లిస్ట్			
క్ర. సం.	పర్యవేక్షణ ప్రాంతం	ప్రభావం	అనుదిన కార్యాచరణల చెక్‌లిస్ట్
1	షిప్‌మెంట్ అలసత్వం కావడం	షిప్‌మెంట్‌లలో జాప్యం క్రింది పరిణామాలకు దారితీస్తాయి: <ul style="list-style-type: none"> <li>కస్టమర్ ఆర్డర్‌ను క్యాన్సిల్ చేయడం వలన అమ్మకం నష్టం జరుగుతుంది</li> <li>నెట్వర్క్‌పై రేటింగ్‌పై ప్రభావం పడి అది నెట్వర్క్ ద్వారా భవిష్యత్తు విక్రయాలపై ప్రభావం చూపుతుంది.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>విక్రేత స్టాయిలో ఎన్ని ఆర్డర్లు పెండింగ్ ఉంటాయో తనిఖీ చేయండి (ఆర్డర్ సంఖ్య &amp; డిస్పాచ్‌కు నోచుకోకుండా ఉన్న పెండింగ్ ఆర్డర్ల సగటు కాలం)</li> <li>వేగవంతమైన షిప్పింగ్ కోసం ఎక్కువ ఆర్డర్లు పెండింగ్ ఉన్న విక్రేతలతో సమన్వయం చేసుకోండి.</li> </ul>
2	విక్రేతల క్యాన్సిల్‌షన్లు	అధిక క్యాన్సిల్‌షన్లు వీటికి కారణమవుతాయి: <ul style="list-style-type: none"> <li>నెట్వర్క్‌పై రేటింగ్‌పై ప్రభావం పడి అది నెట్వర్క్ ద్వారా భవిష్యత్తు విక్రయాలపై ప్రభావం చూపుతుంది.</li> <li>బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ పనితీరు లేని అమ్మకందారులను ఫిల్టర్ చేయడానికి ప్రమాణాలను వర్తింపజేయవచ్చు, వారు కొనుగోలుదారులకు కనిపించరు, ఫలితంగా విక్రేత NP కూడా నష్టపోతారు</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>విక్రేత క్యాన్సిల్‌షన్లను పరిశీలించండి (క్యాన్సిల్‌షన్ల సంఖ్య, విక్రేతకు అయ్యే క్యాన్సిల్‌షన్లు %, విక్రేత వారిగా విక్రేత NP కోసం క్యాన్సిల్‌షన్లు % వాటా)</li> <li>డేటా ఆధారంగా విక్రేతలతో చర్చలను తగ్గినట్లుగా రూపొందించండి</li> <li>సమన్వయం అర్థం చేసుకోండి మరియు ప్రక్రియ మెరుగుదల, చెక్‌లిస్ట్, ఇన్స్టాటర్ మేనేజ్‌మెంట్, ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ లేదా అవసరమైన ధరలపై శిక్షణ నిర్వహించడం వంటివి సిఫార్సు చేయండి</li> <li>పదే పదే విఫలమైతే సాంఘిక జారీ చేసి, విక్రేత దిద్దుబాటు చర్యలు తీసుకొని, వాటిని విక్రేత NP ద్వారా ధృవీకరించకపోతే నిష్క్రయం చేయండి</li> </ul>
3	అసాఫ్ట్‌మెంట్ తనిఖీ	విక్రేతల అసాఫ్ట్‌మెంట్ తగ్గితే అది విక్రేత NPకి అమ్మకాలు/సంభావ్య భవిష్యత్ అమ్మకాలలో తగ్గుదలకు దారితీస్తుంది	<ul style="list-style-type: none"> <li>విక్రేత స్టాయి అసాఫ్ట్‌మెంట్ స్థితిని మరియు అసాఫ్ట్‌మెంట్ యొక్క గత డేటాతో పోలికను తనిఖీ చేయండి</li> <li>ఇన్స్టాటర్ యొక్క పరిధిని మరియు విస్తృతిని నిర్వహించడానికి/పంచడానికి అంతరాలను గుర్తించి విక్రేతలతో చర్చించండి</li> </ul>



### రోజువారీ కార్యకలాపాల వికేత NP చెక్‌లిస్ట్

క్ర. సం.	పర్యవేక్షణ ప్రాంతం	ప్రభావం	అనుదిన కార్యకలాపాల చెక్‌లిస్ట్
4	కొనుగోలుదారుల ఫిర్యాదులు	<ul style="list-style-type: none"> <li>సమయానికి స్పందించకపోవడం అనేది అట్టి అభ్యర్థనల SLA ఉల్లంఘనకు దారి తీస్తుంది</li> <li>SLA ఉల్లంఘన అనేది అనుగుణ్యత ఉల్లంఘనకు దారి తీస్తుంది, ఈ సందర్భంలో నెట్‌వర్క్ యొక్క IGM విధానం ప్రకారం కొనుగోలుదారు సమస్యను పైస్టాయికి ఫిర్యాదు చేయవచ్చు</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>కొనుగోలుదారు రిటర్న్/వాపసు/రద్దు అభ్యర్థనపై వికేత సకాలంలో/సరిగ్గా స్పందించనప్పుడు, కొనుగోలుదారు లేవనెత్తిన ఫిర్యాదులను తనిఖీ చేయండి</li> <li>పరిష్కారం కోసం వికేతలతో చర్చించండి/పని చేయండి.</li> </ul>
5	అందుకునేవి	<ul style="list-style-type: none"> <li>అందుకునే వాటిలో జాప్యం వలన వ్యాపారాన్ని నడపడానికి వికేత NP అధిక వర్క్లోగ్ క్యాపిటలీస్ పెట్టుబడి పెట్టాల్సి వస్తుంది. వ్యాపారం చేయడానికి అయ్యే ఖర్చు దామాషా ప్రకారం పెరుగుతుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>కొనుగోలుదారు NP నుండి స్వీకరించడానికి పెండింగ్‌లో ఉన్న చెల్లింపులను జాబితా చేసి/డ్రానోట్ చేయండి</li> <li>ఆలస్యం ఉన్న చోట కొనుగోలుదారు NPలకు ఫిర్యాదు చేయండి</li> <li>పెండింగ్‌లో ఉన్న పాత ఫిర్యాదులను ఫాలో అప్ చేయండి</li> </ul>
6	చెల్లింపులు	<ul style="list-style-type: none"> <li>వికేతలకు సకాలంలో చెల్లించకపోవడం వలన వికేతలు, వికేత NP నుండి వైదొలగుతారు లేదా ప్రత్యామ్నాయ వికేత NPకి మారతారు</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>వికేత వైపు నుండి పెండింగ్‌లో ఉన్న చెల్లింపు కేసులను తనిఖీ చేయండి</li> <li>SLA ప్రకారం చెల్లింపులను క్రమపద్ధి UTR అందుకున్న చోట అప్‌డేట్ చేయండి</li> </ul>
7	వికేత ఎస్కలేషన్లు	<ul style="list-style-type: none"> <li>సమస్యలను పరిష్కరించకపోవడం వికేత అసంతృప్తికి దారి తీస్తుంది మరియు NP నుండి నిష్క్రమించే అవకాశం ఉంటుంది</li> <li>వికేత NP యొక్క అధిక బ్యాండ్‌విడ్త్ అనేది వృద్ధిపై పని చేయడం కంటే సమస్యలపై దృష్టిపెడుతుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>వికేతల నుండి స్వీకరించబడిన ఫిర్యాదులను తనిఖీ చేయండి: చెల్లింపు జాప్యాలు, రవాణాలో సమస్యలు, లాజిస్టిక్స్ వికేత NP/ఆప్ నెట్‌వర్క్ లాజిస్టిక్స్ ద్వారా డెలివరీ ఆలస్యాలను తెలుసుకుని వాటిని మూసివేసేలా చూడండి</li> </ul>
8	తక్కువ ప్రదర్శన కనబర్చేవారిని నిర్వహించడం	<ul style="list-style-type: none"> <li>ప్రదర్శన కనబరచని వికేతలను గమనించి వారితో పనిచేయడం వికేత NPకి కీలకం</li> <li>అటువంటి వికేతల కార్యకలాపాలను మెరుగుపరచడం వలన వికేత NP పనితీరుపై గొప్ప ప్రభావం కనిపిస్తుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>సెల్ఫ్ NP స్థాయిలో కార్యకలాపాలలో దిగజారుతున్న ప్రధాన వికేతలపై విశ్లేషణలను పొందడానికి వికేత-స్థాయి డేటాను సృష్టించండి.</li> <li>అత్యుత్తమ పనితీరు కనబరచని అమ్మకందారులతో సమావేశాలను సెటప్ చేయండి (అధిక షిప్‌మెంట్ సమయం, వికేతల నుండి అధిక క్యాన్సిల్‌మెంట్లు, ఎక్కువ స్టాక్ కలిగి ఉండకపోవడం)</li> <li>వికేత ఎదుర్కొంటున్న సమస్యలను పరిష్కరించడంలో సహాయపడండి</li> <li>హెచ్చరికలను తెలియజేయండి</li> <li>సమస్య తీవ్రతను బట్టి అట్టి వారిని డిసేబుల్ చేయండి</li> <li>మునుపటి చర్చలను ఫాలో అప్ చేయండి</li> </ul>

### రోజువారీ కార్యకలాపాల వికేత NP చెక్‌లిస్ట్

క్ర. సం.	పర్యవేక్షణ ప్రాంతం	ప్రభావం	అనుదిన కార్యకలాపాల చెక్‌లిస్ట్
9	వికేత శిక్షణ	<ul style="list-style-type: none"> <li>శిక్షణ వికేతలు తమ కార్యకలాపాలను మెరుగుపరచుకోవడంలో సహాయపడుతుంది, దీని ఫలితంగా వికేత NP యొక్క సమగ్ర పనితీరు మెరుగువుతుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>వికేతల నైపుణ్యాలలో అంతరాలను గుర్తించండి</li> <li>ఆర్డర్ మేనేజ్‌మెంట్ డాష్‌బోర్డ్‌ని ఉపయోగించి ఆర్డర్ మేనేజ్ మెంట్, ఇన్‌వెంటరీ మేనేజ్‌మెంట్‌లో వికేతలకు శిక్షణా సెషన్‌లను నిర్వహించండి</li> </ul>
10	వికేత విస్తరణ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఈ ఆచరణ NP లు కేవలం ప్రస్తుత అమ్మకందారులపై ఆధారపడకుండా మరియు అమ్మకాల కోసం వారి అసాఫ్ట్‌వేర్‌పై ఆధారపడకుండా వికేత డిపెండెన్సీని తగ్గించడంలో సహాయపడతాయి. ఇది కొత్త అసాఫ్ట్‌వేర్ ద్వారా వికేతాలను కూడా పెంచుతుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>వికేతల నైపుణ్యాలలో అంతరాలను గుర్తించండి</li> <li>కొత్త వికేత ఆన్‌బోర్డింగ్ కోసం BD బ్యూడాన్ని అలైన్ చేయండి</li> <li>వికేత సముపార్జన ఫస్ట్‌లో ఫైవ్‌టైన్ మరియు కదలికను సమీక్షించండి</li> <li>వ్యాపార కార్యకలాపాల కోసం వికేత NPతో కొత్త వికేతకు శిక్షణ ఇవ్వండి</li> </ul>
11	ఖాతా నిర్వహణ	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఇది అధిక సామర్థ్యం కల వికేతలతో పని చేయడానికి వికేత NPకి సహాయం చేస్తుంది మరియు ఈ వికేతలు మరియు వికేత NPలు గరిష్ట వ్యాపారాన్ని సమీకరించుకోవడానికి వారిని అభివృద్ధి చేస్తుంది. అటువంటి వికేతలతో సన్నిహితంగా పని చేయడం వలన వికేత NP ప్రక్రియలను క్రమబద్ధీకరించడానికి మరియు మెరుగుపరచడానికి వికేత NPకి అభిప్రాయాన్ని కూడా అందిస్తుంది.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>కీలక ఖాతాల విక్రయదారులను గుర్తించండి (ప్రస్తుత పనితీరు, అసాఫ్ట్‌వేర్, ONDC Network మరియు ఇతర ఛానెల్‌లలో స్కేల్, అద్దక బలం మరియు డిజిటల్ అమ్మకాలలో అనుభవం)</li> <li>ఈ వికేతలతో వృద్ధి కోసం చర్చలను ఏర్పాటుచేయండి</li> <li>మునుపటి చర్చలపై పురోగతులను ఫాలో అప్ చేస్తూ ఉండండి</li> </ul>

### రోజువారీ కార్యకలాపాల విశ్లేషణ చెక్‌లిస్ట్

క్ర. సం.	పర్యవేక్షణ ప్రాంతం	ప్రభావం	అనుదిన కార్యాచరణల చెక్‌లిస్ట్
1	ఆర్డర్ పెండ్లింగ్ మరియు క్యాన్సిల్‌మెంట్లు	<p>షిప్‌మెంట్‌లలో జాప్యం క్రింది పరిణామాలకు దారితీస్తాయి:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>కస్టమర్ ఆర్డర్‌ను క్యాన్సిల్ చేయడం వలన అమ్మకం నష్టం పెరగడానికి దారి తీస్తుంది;</li> <li>నెట్‌వర్క్‌పై ఉన్న విశ్లేషణ రేటింగ్‌పై ప్రభావం పడి అది నెట్‌వర్క్ ద్వారా భవిష్యత్తు విక్రయాలపై ప్రభావం</li> </ul>	<p>డిస్‌నాన్ కోసం పెండింగ్‌లో ఉన్న ఆర్డర్‌లను తనిఖీ చేసి షిప్‌మెంట్ కోసం అప్రెన్ చేయండి:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>డిస్‌నాన్ కోసం ఆర్డర్‌లను సిద్ధం చేసుకోండి: ఇన్‌వాయిస్‌లను ముద్రించడం, ఇన్‌వాయిస్‌తో వ్యూకింగ్ చేయడం, షిప్‌మెంట్ లేబుల్ అతికించడం</li> <li>మార్కెట్‌ప్లేస్ ద్వారా లాజిస్టిక్స్‌కు పంపడానికి సిద్ధంగా ఉన్నట్లు గుర్తించండి లేదా</li> <li>స్వీయ రవాణా విషయంలో లాజిస్టిక్స్‌తో సమన్వయం చేసుకోండి</li> </ul> <p>ఇన్వెంటరీ అందుబాటులో లేకపోతే, అప్పుడు</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ఆర్డర్ డిస్‌నాన్ గడువు ప్రకారం ఇన్వెంటరీని పొందండి</li> </ul> <p>ఆర్డర్‌ని క్యాన్సిల్ చేసి భవిష్యత్ ఆర్డర్ కోసం</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>క్యాన్సిల్‌మెంట్ కారణాన్ని పరిష్కరించండి</li> </ul>
2	కస్టమర్ అభ్యర్థనలు & ఫిర్యాదులు	<ul style="list-style-type: none"> <li>సమయానికి స్పందించకపోవడం అనేది అట్టి అభ్యర్థనల SLA ఉల్లంఘనకు దారి తీస్తుంది.</li> <li>SLA ఉల్లంఘన విశ్లేషణ రేటింగ్‌పై ప్రభావం చూపుతుంది మరియు ఇది నెట్‌వర్క్ యొక్క IGM విధానం ప్రకారం కొనుగోలుదారు సమన్వయ తీవ్రతరం చేసి సమ్మతి ఉల్లంఘన కూడా అవుతుంది.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>కొనుగోలుదారు రిటర్న్ &amp; క్యాన్సిల్‌మెంట్ అభ్యర్థనలు &amp; లావాదేవీ యొక్క ప్రాతిపదిక నిబంధనలను తనిఖీ చేయండి</li> <li>రిటర్న్ అభ్యర్థనను అంగీకరించండి / తిరస్కరించండి</li> <li>క్యాన్సిల్‌మెంట్ అభ్యర్థనను అంగీకరించండి / తిరస్కరించండి</li> </ul>
3	ఇన్వెంటరీ/రా మెటీరియల్ తనిఖీ & అప్‌డేట్	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఇన్వెంటరీ/అభ్యర్థనను అప్‌డేట్ చేయకపోవడం వల్ల స్టాక్ ఇన్వెంటరీ పరిధిలో లేని ఆర్డర్‌లు వస్తాయి</li> <li>దశ 1లో పేర్కొన్న జాప్యాలు మరియు క్యాన్సిల్‌మెంట్లు మరియు పరిణామాలకు దారి తీస్తుంది.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>అందుబాటులో ఉన్న భౌతిక ఇన్వెంటరీని వ్యానెల్‌లోని ఇన్వెంటరీతో మ్యాప్ చేయండి</li> <li>విశ్లేషణ వ్యానెల్‌లో సరైన ఇన్వెంటరీ/అభ్యర్థనను అప్‌డేట్ చేయండి.</li> </ul>
4	ఇన్వెంటరీ ప్లానింగ్ & ఆర్డర్ చేయడం	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఇన్వెంటరీ కోసం సరిగ్గా ప్రణాళిక చేయకపోతే, విశ్లేషణ స్టాక్ లేని పరిస్థితిని ఎదుర్కొంటారు</li> <li>దీని వలన స్టాక్ లేని కాలవ్యవధికి విశ్లేషణ అమ్మకానికి నష్టం కలుగుతుంది</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఇన్వెంటరీ లోపాలను కనుగొనడానికి గానూ పరిమాణాన్ని ఆర్డర్ చేయడానికి ప్రస్తుత ఇన్వెంటరీ/ముడి పదార్థాలను మ్యాప్ చేయండి</li> <li>గుర్తించిన ఆంతరం ప్రకారం వ్యాపారం కోసం ఇన్వెంటరీ/ముడి సరుకులను ఆర్డర్ చేయండి</li> <li>మీ సరఫరాదారులతో చేసిన పాత ఆర్డర్‌ల డెలివరీని ఆరా తీయండి</li> </ul>

### రోజువారీ కార్యకలాపాల విశ్లేషణ చెక్‌లిస్ట్

క్ర. సం.	పర్యవేక్షణ ప్రాంతం	ప్రభావం	అనుదిన కార్యాచరణల చెక్‌లిస్ట్
5	పర్యవేక్షణ ధర & ధరను సవరించడం	<p>ధరలో మార్పులకు అనుగుణంగా సకాలంలో ప్రోడక్ట్ ధరను మార్చకపోతే రెండు సంఘటనలలో ఒకటి జరుగుతుంది</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>తక్కువ మార్జిన్‌తో విక్రయించడం వల్ల విక్రేతకు నష్టం కలుగుతుంది లేదా</li> <li>ఆర్డర్ క్యాన్సిలేషన్, ఫలితంగా దశ 1లో పేర్కొన్న పరిణామాలు.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU/ప్రోడక్ట్ వారీగా ధర జాబితాను సమీక్షించండి</li> <li>ధరలో ఏవైనా మార్పులు ఉంటే ధరను రివైస్ చేయండి</li> <li>ధరలోని ఏవైనా దోషాలను పరిశీలించి సరి చేయండి</li> </ul>
6	విక్రయాలను పెంచడం	<p>పోటీ లేని ధర అమ్మకాలను నష్టపరుస్తుంది. ఆఫర్లను వర్తించజేయడం అనేది కొనుగోలుదారు నిర్దిష్ట విక్రేతను ఎంచుకోవడానికి తోడ్పడుతుంది.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SKU/ప్రోడక్ట్ వారీగా అమ్మకాల పరిమాణాన్ని పరిశీలించండి</li> <li>విక్రయాలను పెంచడానికి ధరను తగ్గించండి/నాద్యమైన చోట ఆఫర్‌ని వర్తించజేయండి</li> </ul>
7	అందుకునేవాటి తనిఖీ చేయడం	<p>అందుకునే వాటిలో జాప్యం వలన వ్యాపారాన్ని నడపడానికి విక్రేతలు అధిక వర్కింగ్ క్యాపిటల్/డబ్బును పెట్టుబడి పెట్టాల్సి వస్తుంది. ఇది నెట్‌వర్క్లో అమ్మకాలను కొనసాగించడానికి విక్రేత ఇన్వెంటరీ కొనుగోలుకు నిధులు సమకూర్చలేకపోవడానికి కూడా దారితీయవచ్చు</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>పెండింగ్ చెల్లింపులను పరిశీలించండి</li> <li>ఆలస్యమైన చోట సిల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్‌కి ఎన్క్వెరీ చేయండి</li> <li>పెండింగ్లో ఉన్న పాత ఫిర్యాదులను ఫాలో అప్ చేయండి</li> </ul>
8	చెల్లింపాల్సిన వాటి తనిఖీ చేయడం	<ul style="list-style-type: none"> <li>సప్లయర్లకు సకాలంలో చెల్లించకపోవడం భవిష్యత్తులో ప్రోడక్ట్ల సరఫరాపై ప్రభావం చూపుతుంది</li> <li>సకాలంలో సరఫరా చేయకపోవడం వల్ల సరఫరా లేని సమయంలో నెట్‌వర్క్లో విక్రయ సప్లయ జరుగుతుంది.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>మీ సరఫరాదారు పెండింగ్ చెల్లింపులను పరిశీలించండి</li> <li>అవసరమైన చోట చెల్లింపులను ప్రారంభించండి</li> <li>మీ సరఫరాదారులతో చెల్లింపులు జరిగే UTRని పేర్ చేయండి</li> </ul>
9	డ్యామేజీల ఎన్క్వెరీషన్	<ul style="list-style-type: none"> <li>సప్లయ్ కేసును ఫిర్యాదు చేయడానికి గడావులు నిరవచించబడ్డాయి. గడావులు ముగిసిన తర్వాత సమస్యలు లేనవ్వకపోతే అభ్యర్థనలు తిరస్కరించబడతాయి</li> <li>తిరస్కరణ సందర్భాలలో లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP నుండి ఎటువంటి మద్దతు ఉండదు మరియు విక్రేత సప్లయ్ యొక్క పూర్తి ధరను అంగీకరించాలి</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>అందుకున్న రిటర్న్లను తనిఖీ చేయండి మరియు ఏవైనా నష్టాలు ఉన్నాయో లేదో తనిఖీ చేయండి</li> <li>రవాణా/క్రమరీతి నుండి జరిగిన నష్టాల కోసం సిల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్టీసిపెంట్‌కు ఫిర్యాదు చేయండి</li> <li>డ్యామేజీకి సంబంధించి ఇంకా మూయబడని పాత కేసులను ఫాలో అప్ చేయండి</li> <li>డ్యామేజీకి దారితీసే విధంగా ఉండి ప్యాకేజింగ్ నాణ్యతలో సమస్యలను తనిఖీ చేయండి</li> <li>ప్యాకేజింగ్‌ను మెరుగుపరచడానికి చర్యలు తీసుకోండి</li> </ul>
10	రిటర్న్స్ విశ్లేషణ	<ul style="list-style-type: none"> <li>దీర్ఘకాలిక రిటర్న్స్ డేటాను చూడటం వలన ప్రక్రియ స్థాయిలోని లేదా పునరావృతమయ్యే సమస్యలను గుర్తించి పరిష్కారం కనుగొనడంలో సహాయపడుతుంది, తద్వారా భవిష్యత్తులో ఇటువంటి సమస్యలను తగ్గించవచ్చు.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>ఎక్కువ కాలంగా ఉన్న (1 నెల) క్రమరీతి రిటర్న్స్ సమస్యలను తనిఖీ చేసి చర్యలు తీసుకోవడానికి ఉత్పత్తి/కేటగిరీ స్థాయిలో నమూనాలను గుర్తించండి.</li> </ul>

దయచేసి గమనించండి, కొన్ని కేటగిరీలకు కొన్ని దశల తరచుదనం మరియు క్రమం కొద్దిగా మారవచ్చు. ఉదాహరణకు, F&B కేటగిరీ కోసం విక్రేత మొదట లైవ్ SKU ఇన్వెంటరీని తనిఖీ చేయాలి మరియు ఆపరేటింగ్ సమయాల్లో ఆర్డర్లు రావడం ప్రారంభమయ్యే ముందు ఉత్పత్తులను ప్లాక్‌లో లేవని గుర్తించి ఆర్డర్ ప్యాన్లలో నిరంతరం చూరుకుగా ఉండాలి.

## కార్యకలాపాల మెట్రిక్ జాబితా

ఆర్డర్ నిర్వహణ విభాగంలో చర్చించబడిన కొలమానాల ఏకీకృత పట్టిక దిగువన ఇవ్వబడింది. నెట్వర్క్ పార్ట్నెర్స్ ఓపెన్ మెట్రిక్ల జాబితా పరంగా కార్యాచరణ పనితీరును ట్రాక్ చేయవచ్చు.

వికేత/వికేత NP యొక్క చెక్ లిస్ట్			
మెట్రిక్ పేరు	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
వికేత క్యాన్సిలేషన్ రేట్	వికేత అసమర్థత కారణంగా సంభవించిన వైఫల్య రేటును గుర్తించడానికి సహాయపడుతుంది	వికేత రద్దు చేసిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ వికేత ధృవీకరించిన మొత్తం ఆర్డర్లు	వికేత, వికేత NP
X% సెల్లర్ క్యాన్సిలేషన్ (SC) కంటే తక్కువ ఉన్న వికేతల శాతం	వికేత క్యాన్సిలేషన్లు	(X% SC కంటే తక్కువ కలిగి ఉన్న వికేత/ఆర్డర్లను ధృవీకరించిన వికేతల మొత్తం) X 100	వికేత NP
కస్టమర్ క్యాన్సిలేషన్ రేట్	కస్టమర్ల క్యాన్సిలేషన్లు ట్రాక్ చేయడానికి సహాయపడుతుంది	(కస్టమర్ల క్యాన్సిల్ చేసిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ ధృవీకరించిన మొత్తం ఆర్డర్లు) X 100	వికేత, వికేత NP
పెండింగ్ ఉన్న ఆర్డర్ల %	కార్యకలాపాలు, ప్యాకేజింగ్ & డిస్పాచ్ లో పెండింగ్ ట్రాక్ చేయడంలో సహాయపడుతుంది	(క్యాన్సిల్ చేయని షిప్ చేయబడిన మొత్తం ఆర్డర్లు/ నిర్ధారించిన మొత్తం ఆర్డర్లు- క్యాన్సిల్ చేయబడిన ఆర్డర్లు) X 100	వికేత, వికేత NP
షిప్ చేయాలన్న సమయానికి సిద్ధంగా ఉన్న సగటు ఆర్డర్లు	ప్యాకేజింగ్ లో అసమర్థత మరియు నిర్ధారించిన తర్వాత ప్రొడక్ట్ల బల్యూతలో అంతరాయాల కారణంగా కలిగే ఆలస్యాన్ని గుర్తించడంలో సహాయపడుతుంది	వికేత ద్వారా ఆర్డర్ ధృవీకరించబడి, ఆర్డర్ ప్యాక్ చేయబడి, లాజిస్టిక్స్ వికేత NP/అప్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ ఎంచుకోవడానికి సిద్ధంగా ఉంచడానికి మధ్య తీసుకున్న సగటు సమయం	వికేత, వికేత NP
షిప్ చేయాలన్న సమయానికి సిద్ధంగా ఉండని ఆర్డర్ల %	ఉపయోగించిన సమయానికి ప్యాకేజింగ్ లో ఆలస్యం కారణంగా వైఫల్యాన్ని కొలవడానికి సహాయపడుతుంది	ETA తర్వాత ప్యాక్ చేయబడిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/ప్యాక్ చేయబడిన ఆర్డర్ల మొత్తం సంఖ్య	వికేత, వికేత NP
డిస్పాచ్ చేయాలన్న సమయానికి సిద్ధంగా ఉన్న సగటు ఆర్డర్లు	లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/అప్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ పోస్ట్ ప్యాకేజింగ్ ద్వారా పికప్ చేయడానికి పట్టే సమయాన్ని గుర్తించడంలో సహాయపడుతుంది మరియు రవాణా చేయడానికి సిద్ధంగా ఉంచుతుంది	షిప్ చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్న దశకు మరియు షిప్ చేయబడిన దశకు మధ్య అన్ని ఆర్డర్ల యొక్క సగటు సమయాన్ని లెక్కించండి	వికేత, వికేత NP
షిప్ చేయడానికి సిద్ధంగా ఉన్న ఆర్డర్లకు డిస్పాచ్ ETA ఉల్లంఘనలకు %	పికప్లు చేసుకోవడంలో లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/అప్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ ద్వారా ట్రిమిటైన్ల ఉల్లంఘనల రేటును గుర్తించడంలో సహాయపడుతుంది	(లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/అప్ నెట్వర్క్, లాజిస్టిక్స్ నుండి అశించిన ETA/మొత్తం షిప్ చేయబడిన ఆర్డర్లు) X 100	వికేత, వికేత NP

### వికేత/వికేత NP యొక్క చెక్ లిస్ట్

మెట్రిక్ పేరు	ఎందుకు ట్రాక్ చేయాలి	గణన	రిలవెన్స్
డిస్కాన్ అయిన ఆర్డర్లకు డెలివరీకి ETA ఉల్లంఘన %	లాజిస్టిక్స్ వికేత NP/ఆప్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ ఆర్డర్ కు ఒప్పుకున్న గడువులలో డెలివరీ చేయలేకపోయిన ఆర్డర్ల %ని కొలుస్తుంది	(ETA ఉల్లంఘించిన ఆర్డర్ల సంఖ్య/షిప్ చేయబడిన ఆర్డర్ల మొత్తం) X 100	వికేత, వికేత NP
RTO%	షిప్మెంట్ తర్వాత కస్టమర్ కు డెలివరీ చేయబడకుండా వికేతకు రిటర్న్ పంపే ప్రక్రియ ప్రారంభమైన ఆర్డర్ల % ను కొలుస్తుంది	(డెలివరీ కాకుండా రిటర్న్ ప్రారంభించబడిన ఆర్డర్లు/షిప్ చేయబడిన ఆర్డర్లు) X 100	వికేత NP
కస్టమర్ రిటర్న్ %	డెలివరీని ఆమోదించిన తర్వాత కస్టమర్ రిటర్న్ చేసిన ఆర్డర్లను కొలవండి	(డెలివరీ అయిన తర్వాత రిటర్న్ ప్రారంభించబడిన ఆర్డర్లు/షిప్ చేయబడిన ఆర్డర్లు) X 100	వికేత, వికేత NP
డ్యామేజీ %	పంపేటప్పుడు లేదా రిటర్న్ వచ్చేటప్పుడు రవాణాలో డెబ్బుతిన్న ప్రోడక్టులను గణించండి	(దెబ్బుతిన్న మరియు తిరిగి వచ్చిన ఆర్డర్ల మొత్తం సంఖ్య/షిప్పింగ్ చేయబడిన మొత్తం ఆర్డర్లు) X 100	వికేత, వికేత NP
క్రియాశీలక వికేతలు %	క్రియాశీలకంగా ఉన్న వికేతలను కొలవండి	(కనీసం 1 ఆర్డర్ ను షిప్పింగ్ చేస్తున్న వికేతలు/మొత్తం వికేతలు) X 100	వికేత NP
స్టాక్లోని SKUలు %	అమ్మకానికి ఉన్న SKUల లభ్యతను కొలవండి	(>=1 స్టాక్ యూనిట్ ఉన్న SKU / మొత్తం SKUలు) X 100	వికేత, వికేత NP
క్రియాశీలకంగా ఉన్న SKU%	అసార్వమెంట్ రెలవెన్సిని కొలుస్తుంది	(గత 30 రోజులలో >=1 ఆర్డర్ ను పొందిన SKUలు / >=1 ఇన్వెంటరీ కలిగి ఉన్న మొత్తం SKUలు) X 100	వికేత, వికేత NP
వికేత పరిధి	NPకు వికేతల డిమెండ్స్ ని కొలుస్తుంది	వికేతల సంఖ్య/(కేటగిరీ లేదా సబ్ కేటగిరీ/బ్రాండ్ పిన్ కోడ్)	వికేత NP
చెల్లింపు పెండ్లెస్ (స్వీకరించదగినవి)	చెల్లింపు పెండ్లెస్ ని కొలుస్తుంది	గడువు తేదీని దాటిపోయినప్పటికీ చెల్లింపు అందని ఆర్డర్ విలువ	వికేత, వికేత NP
చెల్లింపు పెండ్లెస్ (స్వీకరించదగినవి)	చెల్లింపు పెండ్లెస్ ని కొలుస్తుంది	గడువు తేదీని దాటిపోయినప్పటికీ చెల్లింపు చేయని ఆర్డర్ విలువ	వికేత, వికేత NP

# నిర్వచనం

**బయ్యర్ యాప్** ఫీజు అంటే కొనుగోలుదారు నెట్‌వర్క్ పార్ట్‌సిపెంట్ మొత్తం ఆర్డర్ విలువలో ఒక శాతంగా లేదా సెల్లర్ నెట్‌వర్క్ పార్ట్‌సిపెంట్ నుండి విజయవంతమైన ఆర్డర్‌కు నిర్ణీత మొత్తంగా వసూలు చేసే ఫైండర్ ఫీజు.

**కొనుగోలుదారు ధర** అంటే డిక్లెర్డ్ ధర మరియు/లేదా లాజిస్టిక్స్ సేవల కోసం కొనుగోలుదారు చెల్లించవలసిన సంచిత నికర ధర మరియు/లేదా కొనుగోలుదారు యాప్ అందించే ఏదైనా మార్కప్ లేదా తగ్గింపు.

**కొనుగోలుదారు-పక్ష అప్లికేషన్లు/బయ్యర్ యాప్‌లు** అంటే ONDC Network ఏదైనా వస్తువులను కొనుగోలు చేయడానికి లేదా ఏదైనా సేవను పొందేందుకు వినియోగదారుని అనుమతించే అన్ని ప్లాట్‌ఫారమ్‌లు లేదా అప్లికేషన్‌లు.

**COD** అంటే క్యాష్ ఆన్ డెలివరీ చెల్లింపులు.

**COD ఆర్డర్** అంటే కొనుగోలుదారు COD ద్వారా చెల్లింపు చేసే ఆర్డర్ అని అర్థం.

**కన్సూమర్ ప్రొటెక్షన్ యాక్ట్, 2019 (CPA)** ప్రకారం కన్సూమర్ అర్థాన్ని కలిగి ఉంది.



**కస్టమర్/కొనుగోలుదారు** అంటే ఏదైనా వస్తువులను కొనుగోలు చేయడానికి లేదా విక్రేత యాప్ లో విక్రేతలు అందించే ఏదైనా సేవను పొందేందుకు బయ్యర్ నెట్ వర్క్ పార్టసిపెంట్ ONDC Networkను యాక్సెస్ చేసే నమోదిత వినియోగదారులు అని అర్థం.

**డిజిటల్ ధర** అంటే విక్రేత యాప్ లో జాబితా చేయబడిన విక్రేత ప్రకటించిన తుది ధర.

**తుది వినియోగదారులో** సంబంధిత పార్టసిపెంట్ తో రిజిస్టర్ చేయబడిన కస్టమర్, విక్రేత లేదా సర్వీస్ ప్రొవైడర్ ఉంటారు.

**గేట్ వే** అంటే ONDC Network విధానాలకు అందించిన ప్రమాణాలు, లొకేషన్ లభ్యత, మరియు ఇతర కస్టమర్ ప్రాధాన్యతల ఆధారంగా బయ్యర్ యాప్ నుండి అందుకున్న సెల్ఫ్ అభ్యర్థనను సెల్లర్ యాప్ కు, అలాగే సెల్లర్ యాప్ నుండి అందుకున్న సెల్ఫ్ అభ్యర్థనలను బయ్యర్ యాప్ కు మల్టి క్యాస్టింగ్ చేయడం ద్వారా ONDC Networkని అన్ని విక్రేతలు కనపడేలా చూసే టెక్నాలజీ ప్రొవైడర్ అని అర్థం.

**గేట్ వే ఫీజు** అర్థం అధ్యాయం 3, క్లాజ్ 3.2.1 (ii) లో ఉంటుంది.

**ప్రతిస్పందించాల్సిన** పార్టీ నుండి స్పందన రాని సమస్యను లేదా సంతృప్తికరంగా పరిష్కరించని సమస్యను గ్రివెన్స్ సూచిస్తుంది. సమస్యను లేవనెత్తిన సంస్థ దానిని గ్రివెన్స్ గా ఫిర్యాదు చేయవచ్చు.

**ఫిర్యాదుల పరిష్కార అధికారి** అనేవారు ఇ-కామర్స్ రూల్స్ 2020 ప్రకారం, వినియోగదారుల వివాదాల పరిష్కారం కోసం వాటిని 48 గంటలలోపు గుర్తించి 30 రోజుల్లో పరిష్కరించడానికి ప్రతి ఇ-కామర్స్ సంస్థచే నియమించబడిన వ్యక్తి.

**GST చట్టాలు** అంటే కేంద్ర వస్తువులు మరియు సేవల పన్ను చట్టం, 2017, సంబంధిత రాష్ట్ర వస్తువులు మరియు సేవల పన్ను చట్టం, 2017, సమీకృత వస్తువులు మరియు సేవల పన్ను చట్టం, 2017, సంబంధిత కేంద్ర పాలిత ప్రాంత వస్తువులు మరియు సేవల పన్ను చట్టం, 2017 మరియు వస్తువులు మరియు సేవల పన్ను (రాష్ట్రాలకు పరిహారం) చట్టం, 2017 మరియు దాని కింద రూపొందించబడిన నియమాలు మరియు నిబంధనలు.

**INR** అంటే భారతదేశపు రూపాయి.



**సమస్య** అనేది ONDC Network ద్వారా కొనుగోలు చేయబడిన ఉత్పత్తి లేదా సేవకు సంబంధించి తుది వినియోగదారు కలిగి ఉన్న ప్రశ్న లేదా తుది వినియోగదారు లేదా నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ కలిగి ఉన్న సమస్యను సూచిస్తుంది. ప్రశ్న లేదా ఫిర్యాదుకు ప్రతిస్పందన లేదా చర్య రూపంలో నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ లేదా తుది వినియోగదారు నుండి పరిష్కారం అవసరం కావచ్చు.

**లాజిస్టిక్ సర్వీస్ ప్రొవైడర్లు సెల్లర్ నెట్వర్క్** పార్టీసిపెంట్లు ఏదైనా ఒకటి లేదా అంతకంటే ఎక్కువ రకాల క్యారేజ్ సర్వీస్ లను అందిస్తారు, ఇందులో రైలు/రోడ్డు/సముద్ర/వాయు రవాణా లేదా అలాంటి ఏదైనా ఇతర సేవలు, డెలివరీ మరియు ONDC Network ద్వారా చేసిన ఆర్డర్లను నెరవేర్చడం కోసం నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్ ద్వారా నిమగ్నమై ఉంటాయి.

**నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్/పార్టీసిపెంట్లు** అంటే గేట్వేలు, కొనుగోలుదారు పక్ష నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్, సెల్లర్ సైడ్ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్, NP-ISN, NP-MSN మరియు NP-BNలతో సహా ONDC Network పాల్గొనేవారు.

**నెట్వర్క్ విధానం** అంటే నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్లందరూ తప్పనిసరిగా పాటించాల్సిన నియమాలు మరియు ప్రవర్తనా నియమావళిని రూపొందించడానికి వివిధ నెట్వర్క్ పార్టీసిపెంట్లతో సంప్రదించి ONDC అభివృద్ధి చేసిన విధానాల ఫ్రేమ్వర్క్. ONDC పేర్కొన్న నెట్వర్క్ పాలసీని ఎప్పటికప్పుడూ అప్డేట్ చేయవచ్చు.

### ఆన్లైన్ వివాద పరిష్కార సర్వీస్ ప్రొవైడర్

**(ODR సర్వీస్ ప్రొవైడర్)** అనేది ఆన్లైన్ పరిష్కార ప్రక్రియను నిర్వహించే మరియు లభ్యపరిచే ఒక సంస్థ మరియు ఇది ఎలక్ట్రానిక్ పద్ధతుల ద్వారా వివాదాలను పరిష్కరించడానికి ODR ప్లాట్ఫారమ్ను అందిస్తుంది. ONDC రూపొందించిన మార్గదర్శకాల ప్రకారం ODR సర్వీస్ ప్రొవైడర్లను ONDC ఎంపానెల్ చేస్తుంది.

**అప్లికేషన్ ప్రోగ్రామింగ్ ఇంటర్ఫేస్ (API)** అంటే ONDC అందించిన ప్రోటోకాల్లు, స్పెసిఫికేషన్లు మరియు సంబంధిత డాక్యుమెంటేషన్తో సహా ONDC స్పెసిఫికేషన్లకు అనుగుణమైన అప్లికేషన్ ప్రోగ్రామింగ్ ఇంటర్ఫేస్ అని అర్థం.

**ONDC Network** అంటే ఓపెన్, ఇంటర్ఆపరబుల్ నెట్వర్క్ స్థాపించబడిన, సులభతరం చేయబడిన, నిర్వహించబడే, అందుబాటులో ఉంచబడిన మరియు డిజిటల్ వాణిజ్యాన్ని ప్రారంభించడం కోసం ONDC స్వంతం చేసుకున్నది.

**ఆర్డర్** అంటే ONDC Network కొనుగోలుదారు యాప్, సెల్లర్ యాప్ మరియు సెల్లర్, గేట్వే మరియు లాజిస్టిక్స్ సెల్లర్ NP/ఆఫ్ నెట్వర్క్ లాజిస్టిక్స్ ద్వారా వర్తించే అన్ని కొనుగోళ్లను సూచిస్తుంది.

**పార్టీ** అంటే ONDC లేదా అగ్రిమెంట్లోకి ప్రవేశించే పార్టీసిపెంట్స్ అని అర్థం మరియు వాటిని సమష్టిగా పార్టీలుగా సూచిస్తారు.

**ప్రీపెయిడ్ ఆర్డర్** అంటే కొనుగోలుదారు షిప్మెంట్ కాకముందే చెల్లింపు చేసే ఆర్డర్ అని అర్థం.

**ప్రోడక్ట్** అంటే ONDC Network ద్వారా పాల్గొనేవారు విక్రయించడానికి మరియు కొనుగోలు చేయడానికి అందుబాటులో ఉంచిన ఏదైనా వస్తువు అని అర్థం.

**రిటర్న్ పిండో** అనేది డెలివరీ లేదా షిప్మెంట్ లేదా సేకరణ (వర్తించే విధంగా) నుండి క్యాలెండర్ రోజుల సంఖ్యగా ఉంటుంది, ఆ తర్వాత రిటర్న్లు లేనట్లయితే విత్‌హోల్డింగ్ మొత్తాన్ని సెటిల్ చేయాల్సి ఉంటుంది.

**విక్రేత** అంటే వినియోగదారు రక్షణ చట్టం ప్రకారం నిర్వచించిన సర్వీస్ ప్రొవైడర్‌తో సహా ONDC Network ద్వారా ఉత్పత్తులు లేదా సేవలను అందించడానికి విక్రేత పక్ష నెట్‌వర్క్ పార్టసిపెంట్‌తో నమోదు చేసుకున్న విక్రేత అని అర్థం. కొనుగోలుదారు పక్ష అప్లికేషన్లలో నమోదు చేసుకున్నవారేవరైనా శోధించవచ్చు, కనుగొనవచ్చు మరియు సేకరించవచ్చు.

**విక్రేత యాప్ షిజా** అంటే విక్రేత నెట్‌వర్క్ పార్టసిపెంట్ మొత్తం ఆర్డర్ విలువలో ఒక శాతంగా లేదా వారి కేటలాగ్ ఐటెంలను జాబితా చేయడానికి విక్రేత నుండి విజయవంతమైన ఆర్డర్‌కు నిర్ణీత మొత్తంగా వసూలు చేసే రుసుము.

**విక్రేత పక్ష అప్లికేషన్లు/సెల్లర్ యాప్** అంటే నెట్‌వర్క్ పార్టసిపెంట్ NP ISN/MSN యొక్క అన్ని ప్లాట్‌ఫారమ్‌లు లేదా అప్లికేషన్లు, ఇది విక్రేతలు తమ ఉత్పత్తి/సేవ జాబితా, ధర మరియు ఇతర లావాదేవీ నిబంధనలను ప్రచురించడానికి అనుమతిస్తుంది మరియు విక్రేతలు లేదా ONDC Network లావాదేవీ చేయడానికి లాజిస్టిక్స్ విక్రేత NP వంటి ఏదైనా ఇతర సర్వీస్ ప్రొవైడర్‌లను ఎనేబుల్ చేస్తుంది.

**సెటిల్మెంట్ పిండో** అంటే సేకరణ, షిప్మెంట్ లేదా డెలివరీ తేదీ లేదా రిటర్న్ పిండో ముగింపు తేదీ నుండి పేర్కొన్న పనిదినాల సంఖ్య అని అర్థం, ఇందులోనే నెట్‌వర్క్ పార్టసిపెంట్లు ఒకరికొకరు మరియు కొనుగోలుదారు, విక్రేత లేదా ONDC Network, వర్తించే విధంగా వంటి ఇతర భాగస్వాములకు చెల్లించాల్సిన మొత్తాలను సెటిల్ చేస్తారు.

విజయవంతమైన ఆర్డర్ అంటే పూర్తి చేయబడిన లేదా కొనుగోలుదారుకు డెలివరీ చేయబడిన అన్ని ఆర్డర్‌లు.

**పన్ను లేదా పన్ను విధింపు** అంటే పరిమితి లేకుండా ఆదాయపు పన్ను, బదిలీ పన్నులు, నిలుపుదల పన్ను, విలువ ఆధారిత పన్ను, అమ్మకపు పన్ను, కేంద్ర అమ్మకపు పన్ను, సేవా పన్ను, వస్తుసేవల పన్ను, కస్టమ్స్ మరియు ఎక్సైజ్ సుంకాలు,

సేవా పన్ను, వస్తుసేవల పన్ను, కస్టమ్స్ మరియు ఎక్సైజ్ సుంకాలు, ఇతర చట్టపరమైన లావాదేవీల పన్నులు, స్థిరాస్తి పన్నులు, ఇతర పురపాలక పన్నులు మరియు సుంకాలతో సహా పన్ను స్వభావంలో అన్ని రకాల పన్నులు, విధింపులు, సుంకాలు, మరియు ఏదైనా ఇతర రకాల పన్నులు మరియు సుంకాలు, లేదా అటువంటి పన్నుకు బదులుగా లేదా భర్తీ చేసే లేదా భర్తీ చేసే ఏదైనా భవిష్యత్తు పన్ను, దానికి సంబంధించిన వడ్డీ, జరిమానాలు, సర్ ఛార్జీలు, సెస్ లేదా జరిమానాలు, చెల్లించాల్సినవి, విధించబడినవి, లేదా ఏదైనా సమర్థవంతమైన అథారిటీ మరియు పన్నుల ద్వారా చెల్లించవలసినవిగా పేర్కొనబడతాయి.

**టోటల్ ఆర్డర్ వాల్యూ** అనేది కొనుగోలుదారుడి ధర, ఇందులో బయ్యర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ అందించే మార్క్-అప్ లు/తగ్గింపులతో సహా మొత్తం ఆర్డర్ విలువ ఉంటుంది. స్పష్టత కోసం, మొత్తం ఆర్డర్ విలువలో ఛార్జీలు డిక్లెర్డ్ ధరలో చేర్చబడినవైనప్పటికీ లేదా విడిగా సూచించబడినప్పటికీ వికేత లేదా సెల్లర్ నెట్వర్క్ పార్టిసిపెంట్ విధించే లాజిస్టిక్స్ మరియు ఇతర సర్వీస్ ఛార్జీలు ఉంటాయి.

**లావాదేవీ రుసుములు** ఆర్డర్ ఛాప్టర్ 3, క్లాజ్ 3.1.2లో వివరించిన విధంగా ఉంటాయి, ONDC వెబ్సైట్లో పాలన మరియు విధానాలను చూడండి.

**విత్ హోల్డింగ్ మొత్తం** మొత్తం ఆర్డర్ విలువలో నిర్ణీత శాతం లేదా ఒక నిర్దిష్ట రోజున సెల్లర్ యాప్ ద్వారా షిప్పింగ్ చేయబడిన లేదా డెలివరీ చేయబడిన అన్ని ఉత్పత్తుల యొక్క డిక్లెర్డ్ ధర యొక్క సంచిత మొత్తంలో నిర్దిష్ట వ్యవధిలో రిటర్న్ విండో మూసివేసే వరకు కొనుగోలుదారు ధరను సేకరిస్తున్న సంస్థ తమ వద్ద అట్టేపెట్టుకునే నిర్ణీత శాతం లేదా నిర్దిష్ట మొత్తాన్ని కలిగి ఉంటుంది.





ONDC | ఓపెన్ నెట్వర్క్ ఫర్ డిజిటల్ కామర్స్ © 2023  
మరింత సమాచారం కోసం మాకు [np.feedback@ondc.org](mailto:np.feedback@ondc.org) వద్ద వ్రాయండి

