

**NEW**

**Part-III 3-Tier**

**2015**

**SALES ORGANISATION AND MANAGEMENT**

**(Honours in Marketing Management)**

**PAPER—XVI**

*Full Marks : 100*

*Time : 4 Hours*

*The figures in the right-hand margin indicate full marks.*

*Candidates are required to give their answers in their own words as far as practicable.*

*Illustrate the answers wherever necessary.*

1. Answer any *five* of the following questions : 4×5
- (a) What do you mean by decentralised sales organisation ?
- (b) Briefly mention the steps involved in setting up or structure for sales organisation.

*(Turn Over)*

- (c) What are the objectives of sales forces management ?
- (d) What do you mean by Sales-job analysis ?
- (e) What is customer call ?
- (f) What factors are to be considered in the process of recruitment of sales forces ?
- (g) What is integrated direct marketing ?
- (h) What are the benefits of direct marketing ?
- (i) What way is customer relationship management relevant in the current marketing environment ?
- (j) What are the functions of a Salesman ?

2. Answer any *five* of the following questions : 8×5

- (a) Mention the factors to be considered in determining sales organisation structure.
- (b) Point out the considerations involved in determining the optimum size of sales forces in an organisation.
- (c) Outline the process of designing on sales training programme.

- (d) Mention the process of evaluating performance of sales representatives.
- (e) Outline the schemes for dividing line authority in the sales organisation.
- (f) Mention two suitable methods of approaching a customer.
- (g) Discuss the advantages and limitations of Personal selling in an organisation.
- (h) How can the assignment of sales representatives be supervised ?
- (i) How can buyer-seller interactions be made fruitful ?
- (j) Mention the strategies to be formulated in designing the sales forces structure.

3. Answer any *two* of the following questions : 15×2

- (a) Names the methods of compensating sales forces in the organisation. Discuss two suitable methods in this regard.
- (b) (i) Mention the essential qualities required for a successful salesman.

- (ii) Make distinction between transaction oriented marketing and relationship marketing. 7
- (c) Write notes on any *three* of the following : 5×3
- (i) Product knowledge and Customer knowledge.
  - (ii) New Direct Marketing.
  - (iii) Centralised Sales Organisation.
  - (iv) Motivating Sales Representatives.
  - (v) Sales Forces Structure.

**[ Internal Assessment — 10 Marks ]**

## বঙ্গানুবাদ

দক্ষিণ প্রান্তস্থ সংখ্যাগুলি প্রশ্নমান নির্দেশক।

পরীক্ষার্থীদের যথাসম্ভব নিজের ভাষায় উত্তর দেওয়া প্রয়োজন।

১। নীচের যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৪×৫

- (ক) বিকেন্দ্রীভূত বিক্রয় সংগঠন বলতে কি বোঝ?
- (খ) বিক্রয় সংগঠনের কাঠামো স্থিরিকরণে যুক্ত পদক্ষেপগুলি সংক্ষেপে উল্লেখ কর।
- (গ) Sales forces ব্যবস্থাপনার উদ্দেশ্যগুলি কি কি?
- (ঘ) Sales-job বিশ্লেষণ বলতে কি বোঝ?
- (ঙ) Customer Call কি?
- (চ) Sales force recruitment পদ্ধতির ক্ষেত্রে কি কি বিষয় বিবেচনা করতে হয়?
- (ছ) অখণ্ড প্রত্যক্ষ মার্কেটিং কি?

- (জ) প্রত্যক্ষ মার্কেটিং-এর সুবিধাগুলি কি কি?
- (ঝ) বর্তমান বাজারের পরিবেশে Customer relationship ব্যবস্থাপনা কিভাবে প্রাসঙ্গিক?
- (ঞ) একজন বিক্রয়কর্মীর কার্যাবলীগুলি কি কি?

২। নীচের যে-কোনো পাঁচটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

৮×৫

- (ক) বিক্রয় সংগঠনের কাঠামো নির্ধারণের ক্ষেত্রে বিবেচ্য বিষয়গুলি উল্লেখ কর।
- (খ) একটি সংগঠনে Sales force-এর কাম্য আয়তন নির্ধারণে বিবেচ্য বিষয়গুলি উল্লেখ কর।
- (গ) একটি বিক্রয় প্রশিক্ষণ কার্যসূচী প্রণয়নের পদ্ধতি উল্লেখ কর।
- (ঘ) বিক্রয় প্রতিনিধিদের কার্যসম্পাদন মূল্যায়নের পদ্ধতি উল্লেখ কর।
- (ঙ) বিক্রয় সংগঠনের Line authority বণ্টন করার সীমগুলি বর্ণনা কর।
- (চ) একজন খরিদ্দারকে approach করার জন্য দুটি যথাযথ পদ্ধতি উল্লেখ কর।

(ছ) একটি সংগঠনে Personal Selling-এর সুবিধা ও সীমাবদ্ধতাগুলি

আলোচনা কর।

(জ) বিক্রয় প্রতিনিধিগণের assignment কিভাবে তদারকি করা যায়?

(ঝ) ক্রেতা-বিক্রেতার interaction কিভাবে সফল তদারকি করা যায়?

(ঞ) Sales force কাঠামোর রূপরেখা রচনা করার কৌশলগুলি উল্লেখ কর।

৩। নীচের যে-কোনো দুইটি প্রশ্নের উত্তর দাও :

১৫×২

(ক) সংগঠনে বিক্রয়কর্মীদের ক্ষতিপূরণের পদ্ধতিগুলির নাম উল্লেখ কর।

এ ব্যাপারে দুইটি যথাযথ পদ্ধতি ব্যাখ্যা কর।

(খ) (i) একজন সফল বিক্রয়কর্মী হওয়ার জন্য অত্যাৱশ্যক গুণাবলীগুলি উল্লেখ কর।

৮

(ii) Transaction oriented Marketing এবং Relationship Marketing-এর মধ্যে পার্থক্য দেখাও।

৭

(গ) নিম্নের যে কোনো তিনটি বিষয়ের উপর টীকা লিখ : ৫×৩

- (i) Product Knowledge এবং Customer Knowledge.
- (ii) নতুন প্রত্যক্ষ মার্কেটিং।
- (iii) কেন্দ্রীকৃত বিক্রয় সংগঠন।
- (iv) বিক্রয় প্রতিনিধিদের অনুপ্রাণিতকরণ।
- (v) Sales force structure.

[ অভ্যন্তরীণ মূল্যায়ণ — ১০ নম্বর ]