

நுகர்வோர் திட்டம்(Consumer Plan)

அன்புள்ள உறுப்பினர்களே(Dear Distributors) ,

ஒரு மேன்மையான வாழ்க்கையை நோக்கி மற்றும் ஒரு ஆரோக்கியமான வாழ்க்கையை தேர்ந்தெடுத்ததற்காக DXN உங்களை வரவேற்கிறது .

DXN வணிகத்தில் PPV பராமரிப்பு என்பது , உங்கள் வணிகம் உயிறுடன் மற்றும் ஆரோக்கியமாக இருப்பதற்கு மிக முக்கிய பங்கு வகிக்கிறது. PPV பராமரிப்பு ஒரு எளிய, சுலபமான செயல்முறையாக மற்றும் பன்மடங்கு ஆக்குவதும் முக்கியம் . இதை செய்வதற்கு DXN ல் உள்ள இந்த செயல் வடிவம் உங்களை சரியான இலக்கிற்கு கொண்டு செல்ல உதவிகரமாக இருக்கும்.

DXN போன்ற ஒரு உண்மையான நேரடி விற்பனை தொழிலில், நுகர்வோர்களை உருவாக்குவதற்கு ஒரு செயல் திட்டம் வேண்டும். நுகர்வோர் பட்டியல் திட்டம் அதற்கு ஒரு நல்ல வழிமுறையாக மற்றும் உதவிகரமான திட்டமாக அமையும்.

நுகர்வோர் பட்டியல் (Consumer List)என்றால் என்ன ?

உங்கள் மூலமாகவோ அல்லது உங்கள் உறுப்பினர் எண் மூலமாகவோ DXN பொருட்களை வழக்கமாக வாங்குபவர்களின் பட்டியல் தான் நுகர்வோர் பட்டியல் ஆகும்.

நுகர்வோர் பட்டியலை எவ்வாறு உருவாக்குவது?

இந்த நுகர்வோர் பட்டியலில் முதல் நபர் நீங்கள்தான் ஆதலால் இந்த பட்டியலை உங்கள் பெயர் கொண்டு ஆரம்பிக்க வேண்டும். DXN பொருட்களின் பயனை மற்றும் தேவையை அறிந்து அனைத்து DXN பொருட்களை உபயோகப்படுத்த தங்களால் சாத்தியமான அனைத்து முயற்சிகளையும் மேற்கொள்ள வேண்டும்.

அடுத்தபடியாக, தங்களிடம் DXN பொருட்கள் வாங்குபவர்களின் பெயர் பட்டியலை தயாரிக்க வேண்டும். நுகர்வோர் அட்டவணை தயாரிக்கும் பொழுது அந்த அட்டவணை வெறும் பட்டியலாக இல்லாமல் விசுவாசமான மற்றும் வழக்கமான நுகர்வோரை கொண்டதாகவும் மேலும் கீழ் கண்டதை போல் மிக கவனமாக தயாரிக்க வேண்டும்.

- 1) **செலவிடும் தன்மை** - நுகர்வோரின் பொருளின் தேவை மற்றும் அதற்காக அவர் செலவிடும் தொகை அவர்களின் நிதிநிலைக்கு ஏற்றவாறு இருத்தல் வேண்டும்.
- 2) **பொருளின் தேவை** - பொருளின் தேவையை உணரவைத்து DXN அதற்கு ஒரு நல்ல தீர்வாக இருக்கும் என்பதை தெளிவுபடுத்த வேண்டும்.

நுகர்வோர் பட்டியலின் பயன்பாடு:

| DXN Consumer List | | | | | | | |
|-------------------|---------------|----------------|---|-------------|--------------------|-------------|----------------|
| S.No | Consumer Name | Contact Number | List of Products Consumed | Point Value | Consumption Nature | | Remarks |
| | | | | | Regular | Not Regular | |
| 1 | Babu (Self) | | Spirulina 120-1, Black Coffee-1, Toothpaste-2, Soap-4, Tea Jar-1. | 980.00 | / | | |
| 2 | Alex | xxxxxxxxxx | RG/GL – 1set | 625.00 | | / | Need Follow up |
| 3 | Richard Uncle | xxxxxxxxxx | Tea Jar -1, Cookies -1 | 180.00 | / | | |

மேலே குறிப்பிட்ட நுகர்வோர் பட்டியல் ஒரு தொடர்ச்சியான செயல் இதை 2 அல்லது 3 மாத காலத்தில் 20 க்கும் மேற்பட்ட நுகர்வோரை சேர்க்க வேண்டும். வருங்காலத்தில் இந்த நுகர்வோர் DXN வியாபாரத்தில் விருப்பப்பட்டு ஒரு வெற்றிகரமான உறுப்பினராக வாய்ப்பு உள்ளது.

ஒரு தரமான நுகர்வோர் பட்டியலை தயாரித்த பின், நீங்கள் அடையும் பயன்கள்.

- தங்களின் PPV யை உயர்த்த இது உதவும், ஏனெனில் இது தங்களது சுய உபயோகத்திற்கு மட்டும் அல்லாமல் தங்களது நுகர்வோர் பட்டியலில் உள்ளவர்கள் வாங்கும் பொருட்களிலிருந்தும் PV கிடைக்கும்.
- தங்களின் தொடர்ச்சியான ஊக்குவித்தலின் காரணமாக, தங்களது குழுவில் உறுப்பினர்கள் எண்ணிக்கை உயர்வதோடு தங்களது விற்பனை வளம் மேம்படவும் இது உதவும்.
- தங்கள் நுகர்வோர் பட்டியலை தயாரிப்பதன் விளைவாக, தங்களது குழுவும் இதையே பின்பற்றினால் இதன் விளைவாக தங்களின் வியாபாரம் பன்மடங்காக உயரும்.
- முதல் படியாக நீங்கள் தயாரிக்கும் இந்த நுகர்வோர் பட்டியலின் மூலமாக உங்களின் வியாபாரம் பெருகவும் மேலும் பொருளாதார சுதந்திரம் அடைவீர்கள் என்று நம்புகிறோம்.

உங்களின் சந்தேகங்களை தீர்க்க எங்களை அணுகவும் .

DXN Stockist Department.

Direct Seller Name:
உறுப்பினர் பெயர்:

Direct Seller Code:
உறுப்பினர் எண்

DXN Consumer List / DXN நுகர்வோர் பட்டியல்

| S.No | Consumer Name (நுகர்வோர் பெயர்) | Contact Number (தொலைபேசி எண்) | List of Products Consumed | Point Value | Consumption Nature | | Remarks (சுருத்துக்கள்) |
|------|------------------------------------|----------------------------------|------------------------------|-------------|--------------------|-------------|----------------------------|
| | | | | | Regular | Not Regular | |
| 1 | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | |
| 16 | | | | | | | |
| 17 | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | |