



सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया  
Central Bank of India

1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

# ग्राहक सेवा



प्रस्तुति: मुंबई अंचल

# ग्राहक सेवा

वर्ष 2021-22



प्रस्तुति

**मुंबई अंचल**  
(राजभाषा विभाग)



## मार्गदर्शक एवं प्रेरणास्रोत

**श्री राजेश कुमार**

फील्ड महाप्रबंधक, मुंमआंका

**विशेष पथप्रदर्शक**

सुश्री काकोली दास

उप आंचलिक प्रबंधक

**सतत पथप्रदर्शक**

श्री एन. उन्निकृष्णन, वक्षेप्र

श्री जयशंकर प्रसाद, वक्षेप्र

श्री सुधांशु शेखर, क्षेप्र

श्री बिरेन्द्र मेहता, क्षेप्र

**विशेष परामर्शदाता**

श्री पी.के. दास, समप्र

श्री अचिंत कुमार, समप्र

श्री जी. भास्कर राव, समप्र

**विशेष सलाहकार**

श्री राजीव गर्ग, मुप्र-सूप्रौ

श्री बी.पी.जाटवा, मुप्र

श्री षण्मुगम, मुप्र-विधि

श्री पंकज जायसवाल, मुप्र

**प्रधान परामर्शदाता**

श्री सुधीर पाठक

पूर्व मुख्य प्रबंधक-राजभाषा

**संपादक**

प्रदीप कुमार गोयल, मुप्र-राजभाषा

**संपादकीय सहयोग**

सुश्री जयश्री पाठक, वप्र-राजभाषा

सुश्री रंजना चौधरी, प्रबंधक-राजभाषा

सुश्री रेवती आलवे, सप्र-राजभाषा



## विषय सूची

फील्ड महाप्रबंधक महोदय का संदेश	.....4
उप आंचलिक प्रबंधक महोदय का संदेश	.....6
संपादकीय - अपनी बात	.....7
प्रस्तावना	.....9
अपने प्रॉडक्ट की गुणवत्ता और सर्विस को बना कर रखें	.....12
ग्राहक सेवा	.....16
प्रशिक्षण - ग्राहक सेवा का अनिवार्य अंग	.....26
बैंकों में ग्राहक सेवा : उच्च स्तरीय मानदंड अपनाना	.....31
ग्राहक सेवा एवं उसके विभिन्न आयाम	.....35
ग्राहकों को अपने अधिकारों के बारे में जानने का अधिकार	.....44
सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया ग्राहक सेवा केन्द्र 'ग्राहक सेवा' का एक अभिनव एवं सार्थक प्रयास	.....54
कियोस्क बैंकिंग कैसे काम करता है	.....57
ग्राहक सेवा ही व्यवसाय बढ़ाने की सफल विधि	.....61
ग्राहक इस बात के विकल्प चाहते हैं कि वे कैसे बैंक करें	.....65
ग्राहक सेवा संतुष्टि	.....71
बैंकों में ग्राहक सेवा - एक दृष्टिकोण	.....89
ग्राहक सेवा - समितियों का गठन	.....91
ग्राहक सेवा एवं बैंक व्यवहार	.....97



इस बात से सभी सहमत होंगे कि वर्तमान बैंकिंग में सबसे ज्यादा महत्वपूर्ण घटक यदि कोई है तो वह है 'ग्राहक सेवा'. बैंकों से आज के ग्राहक की अपेक्षा केवल उसकी जरूरत के अनुसार उत्कृष्ट ग्राहक सेवा रहती है. वह इस बात पर ज्यादा ध्यान नहीं देता कि बैंक के सेवाओं के लिए उससे प्रभार क्या लिया जाता है; बल्कि उसकी इच्छा रहती है कि वह बैंक परिसर में जैसे ही प्रवेश करे, उसे इंज़टमुक्त सेवा मिल जाए और जब उसे अपने मन-मुताबिक सेवा मिलती है तो वह बहुत प्रसन्न हो जाता है.

गुजरे जमाने की बैंकिंग और आज की बैंकिंग में बहुत अंतर आ गया है. उसका सबसे बड़ा कारण था कि बीते समय में हमारे देश की बैंकिंग व्यवस्था कुछ खास लोगों के लिए हुआ करती थी; जबकि आज बैंकिंग आम लोगों के लिए महती आवश्यकता बन गई है और यही कारण है कि सरकार ने पिछले दशक में सबसे ज्यादा जोर देशवासियों के बैंक खाते होने चाहिए, इस बात पर दिया है.

हम केन्द्रीय कार्यालय का तहेदिल से आभार व्यक्त करते हैं कि उन्होंने मुंबई अंचल को आज के समय का ज्वलंत एवं प्रासंगिक विषय 'ग्राहक सेवा' पर पुस्तक लिखने के लिए हमें सूचित किया है. आधुनिक समय में ऐसे कई बैंक हैं, जो अपने उत्पादों और सेवाओं का प्रचार-प्रसार करने में अंधाधुंध खर्च कर रहे हैं; पर ऐसा मेरा मानना है कि विज्ञापनों के नानाप्रकार के माध्यमों पर खर्च करने के स्थान पर यदि बैंक के प्रशासनिक कार्यालय एवं शाखाएं अपने ग्राहकों को उनकी अपेक्षाओं के अनुकूल सेवाएं दें तो शायद इसके ज्यादा सुखद परिणाम सामने आएंगे.

हम सभी जानते हैं कि वर्तमान दौर में समूची बैंकिंग प्रणाली में चुनौतियां एवं तीव्र प्रतिस्पर्धा विद्यमान है और भविष्य में भी ऐसी ही स्थितियां बैंकों के समक्ष बनी रहेंगी. इनसे निपटने के लिए सभी बैंकों में नए-नए अनुसंधान सतत चल रहे हैं और सभी बाजार की नई-नई उभरने वाली गतिविधियों पर नज़र गढ़ाये रहते हैं ताकि वे उनके समतुल्य अपने उत्पादों और सेवाओं में बराबर परिवर्तन कर जमाने के साथ कदम से कदम मिलाकर चलते रहें. इतिहास इस बात का साक्षी है कि जिन्होंने भी चुनौतियों का डटकर मुकाबला किया है और तदनुसार समय पर सही कदम उठाए हैं, वे ही इस दौर में टिक सके हैं, अन्यथा तो ऐसे कई ब्राण्ड हैं, जिन्होंने अपने आपको परिवर्तनों से अछूता रखा, वे आज बाजार में अपना अस्तित्व ही खो बैठे. वर्तमान में प्रौद्योगिकी में हो रहे नित नए सुधार एवं विकास ने भी बैंकों की चुनौतियां बढ़ा दी हैं. इन सबसे निपटने के लिए बैंकों ने अपने यहां सुदृढ़ सूचना प्रौद्योगिकी विभाग स्थापित किए हुए हैं. इस तमाम प्रक्रिया का सीधा लाभ बैंकों के ग्राहकों को प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से मिल रहा है और प्रत्येक बैंक अत्याधुनिक प्रौद्योगिकी के साथ अपने ग्राहकों को अत्यंत आरामदायक सेवाएं प्रदान कर रहा है.

यह बात भी गौरतलब है कि 'ग्राहक सेवा' से आशय केवल बैंक परिसर में ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवा देना ही नहीं है; अपितु इससे भी आगे यह सोचना है कि हमारे विद्यमान ग्राहकों की भविष्य की जरूरतें क्या होंगी और उस समय तक उनसे सतत संपर्क बनाए रखकर, उन्हें अपने उत्पाद उपलब्ध कराना, ग्राहकों से जीवंत व्यक्तिगत संपर्क रखना, ग्राहकों के निजी कार्यक्रमों या समारोहों में भाग लेकर उनके मनो-मण्डित पर प्रभाव डालना जैसी अनेक बातें हैं, जो ग्राहकों को अपने बैंक से न केवल हमेशा-हमेशा के लिए जोड़े रखता है; अपितु एक संतुष्ट ग्राहक कई संभावित ग्राहकों को अपने बैंक में लाने का सबल माध्यम बन जाता है.

इसलिए, 'ग्राहक सेवा' का विशद एवं व्यापक अर्थ है, जिसका आज की बैंकिंग दुनिया में बड़ा ही महत्व है. जहां तक हमारे बैंक की बात है तो मैं निःसंकोच कह सकता हूं कि हमारे बैंक की 'ग्राहक सेवा' बेहतर है और हमारे बैंक के स्टाफ सदस्य सतत अपने ग्राहकों को अपेक्षित सेवाएं देने में सदैव तत्पर रहते हैं. बैंक ने भी अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा देने के लिए अपने उत्पादों को ग्राहकोनुकूल बनाया है. दूसरे शब्दों में कहूं तो हमारा बैंक अपने ग्राहकों को विश्व स्तरीय सेवाएं देने में सक्षम है और बैंक की प्रौद्योगिकी में बराबर सुधार होने से हम तकनीकी रूप से सेवा देने में सक्षम हैं. मुझे इस बात की बेहद खुशी है कि हमारे राजभाषा विभाग ने हमारे अंचल को प्रदत्त 'ग्राहक सेवा' विषय पर अपनी टीम के साथ बहुत ही उपयोगी एवं ज्ञानबर्द्धक पुस्तक तैयार करने में सफल रहे हैं. पूरी टीम बधाई की पात्र है.

**नव वर्ष 2022 के लिए आप सभी को मेरी ओर से हार्दिक शुभकामनाएं !**

शुभकामनाओं सहित,

राजेश कुमार

फील्ड महाप्रबंधक

मुंबई महानगर आंचलिक कार्यालय, मुंबई





केन्द्रीय कार्यालय द्वारा हमारे अंचल को 'ग्राहक सेवा' नामक प्रदत्त विषय पर पुस्तक तैयार करने का कार्य सौंपा गया. मैं मानती हूँ कि बैंकों के लिए यह विषय आज का सर्वाधिक प्रचलित एवं प्रासंगिक विषय है क्योंकि बगैर उत्कृष्ट ग्राहक सेवा के आज की तारीख में कोई भी बैंक या व्यावसायिक संस्था अपना लक्ष्यांकित व्यवसाय कर ही नहीं सकती.

विश्वविद्यालयों एवं महाविद्यालयों के स्नातकोत्तर एवं विशेषज्ञ पाठ्यक्रमों में इस शीर्ष पर पाठ्यक्रम निर्धारित हैं. प्रबंधन पाठ्यक्रमों में इस विषय पर व्यापकता के साथ शोध प्रबंध कराए जाते हैं और अध्यापन का मुख्य उद्देश्य विद्यार्थियों में ग्राहक सेवा जैसे ज्वलंत विषय पर महारत हासिल करवाना होता है. इससे ही ग्राहक सेवा विषय की अनुकूलता एवं प्रासंगिता सिद्ध होती है.

मेरा ऐसा मानना है कि आज की दुनिया में हर जगह, हर कहीं व्यावसायिक वित्तीय संस्थाओं के विभिन्न उत्पाद एवं सेवाएं प्रायः एक जैसे ही होते हैं. उनके नियम एवं नीतियां भी प्रायः एक समान होती हैं. इनके लागू करने के ढंग भी प्रायः बराबर के ही होते हैं. इनसे सम्बंधित प्रारूप एवं औपचारिकताएं भी प्रायः एक समान होती हैं. अंतर होता है तो केवल बैंकों या व्यावसायिक संस्थाओं में कार्यरत अधिकारियों एवं कर्मचारियों द्वारा अपने हुनर से इन उत्पादों एवं सेवाओं के बिक्री के ढंग में; अंतर होता है तो केवल कार्यरत स्टाफ सदस्यों का ग्राहकों से व्यवहार के ढंग में; और इसे ही 'ग्राहक सेवा' के अंतर्गत लिया जाता है. उत्कृष्ट ग्राहक सेवा से ही हम अपनी संस्था को अन्य संस्थाओं से आगे बढ़ाने में सहायक हो सकते हैं.

मुझे खुशी है कि हमारे अंचल को केन्द्रीय कार्यालय द्वारा आबंटित उक्त विषय पर, हमारे अंचल के राजभाषा अधिकारियों द्वारा इस ज्वलंत एवं प्रासंगिक विषय पर पुस्तक तैयार की गई है. इस पुस्तक की सामग्री पाठकों के ज्ञानबर्द्धन का कारण बनेगी.

वर्ष 2021 अपनी खट्टी-मीठी यादगारों के साथ अस्ताचल की ओर है और वर्ष 2022 का सूर्य उदय के करीब है. मेरी ओर से आप सभी को आगामी नए वर्ष 2022 के लिए हार्दिक शुभकामनाएं. नव वर्ष आपको तथा आपके परिवार के सदस्यों के लिए सुखमय एवं मंगलमय हो. इसी शुभेच्छा के साथ अपनी बात को विराम देती हूँ.

शुभकामनाओं सहित,

काकोलीदास

उप आंचलिक प्रबंधक स्थान : मुंबई महानगर आंचलिक कार्यालय



हमें अपने केन्द्रीय कार्यालय, राजभाषा विभाग से 'ग्राहक सेवा' विषय पर जैसे ही आदेश प्राप्त हुआ, हमने अपने साथियों को इस विषय को तत्काल साझा किया और अपेक्षा की; कि इस विषय के वर्तमान परिदृश्य पर अपने उपयोगी लेख के माध्यम से हमें अवगत कराएं ताकि इसे एक सार्थक पुस्तक का रूप दिया जा सके. मेरा यह हमेशा से विचार रहा है कि व्यवसाय का कोई भी क्षेत्र हो चाहे वह सार्वजनिक क्षेत्र हो अथवा निजी क्षेत्र; हर क्षेत्र में उत्कृष्ट ग्राहक सेवा नितांत आवश्यक है. वर्तमान परिप्रेक्ष्य में व्यवसायिक क्षेत्र में ग्राहक सेवा एक मूल मंत्र बन चुका है. जहां तक बैंकों में ग्राहक सेवा की बात है तो आज के प्रतिस्पर्धात्मक वातवरण में उत्कृष्ट ग्राहक सेवा बहुत जरूरी है, इसके बगैर कोई भी बैंक अपना ग्राहक आधार बढ़ा नहीं सकता. उसका सबसे बड़ा कारण है कि आज बैंकिंग कार्य हेतु बाजार में बैंकों की भरमार है और प्रायः सभी बैंकों के उत्पाद भी प्रतिस्पर्धी हैं और ऐसे में बैंक के व्यवसाय बढ़ाने का एक मात्र आधार केवल बेहतर ग्राहक सेवा ही होगा.

आज के सोशल मीडिया, प्रिंट मीडिया एवं अन्य मीडिया के माध्यम से ग्राहकों को हर तरह की जानकारी उपलब्ध हो जाती है और वे जब चाहें, जहां चाहें गूगल जैसे सर्च इंजन के माध्यमों से अपनी शंकाओं का त्वरित निवारण कर लेते हैं और इसलिए इसे ध्यान में रखना बहुत जरूरी है कि आज का ग्राहक अत्यंत जागरूक ग्राहक है और वह तब तक आपका नहीं होगा; जब तक आप उसे अपने निजी व्यवहार से सही जानकारी के साथ उसका दिल नहीं जीत लेते.

आज की बैंकिंग केवल घरेलू घटकों पर ही आधारित नहीं है, यह अब वैश्विक कारणों से भी प्रभावित होती है. यही कारण है कि आज बैंकों का स्वरूप सतत परिवर्तनशील हो गया है. इसलिए जब तक इन परिवर्तनों के साथ हम भी अपना स्वरूप नहीं बदलेंगे तो निश्चय ही पीछे छूट जाएंगे. इसमें सबसे ज्यादा सूचना प्रौद्योगिकी और प्लास्टिक करंसी जैसे मुद्दे प्रमुख हैं. आधुनिक बैंकिंग केवल जमा लेना और अग्रिम देना इन दो पर ही आधारित नहीं है. अपितु इसका स्वरूप बहुत ही व्यापक हो गया है. तृतीय पक्ष के उत्पादों का विक्रय भी बैंकों का अनिवार्य अंग बन गया है. इसलिए आज के ग्राहकों को एक छत के नीचे विभिन्न प्रकार की सेवाएं देना आवश्यक हो गया है. इसीलिए अब पहले की तरह बैंक परिसर में एक काउंटर पर केवल एक सेवा देने का जमाना चला गया है. अब बैंक के ग्राहकों को परिसर में बैंक के एक काउंटर पर उसकी सभी जरूरतों को पूरा किया जाना जरूरी हो गया है.

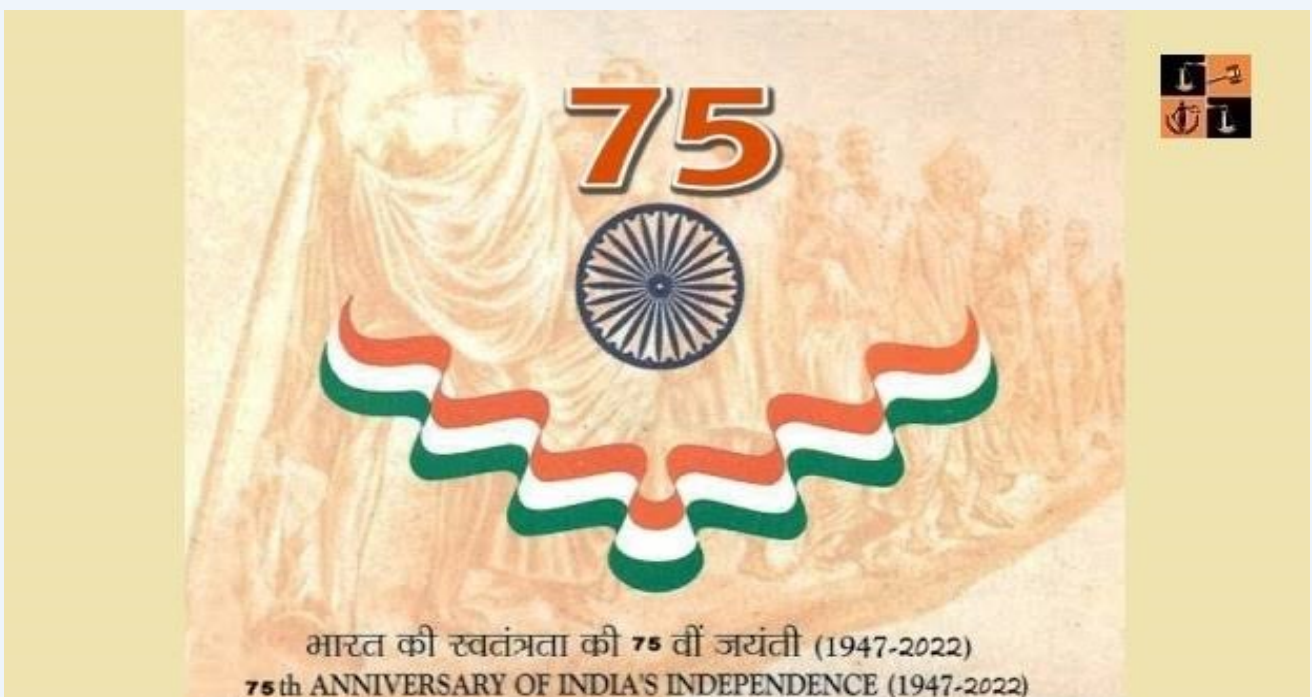
हमने अपनी इस पुस्तक में ग्राहक सेवा के विभिन्न मुद्दों को शामिल किया है और इसे बहुउपयोगी बनाने का पूरा प्रयास किया है. हमारे सुधी पाठकों को इस पुस्तक से ग्राहक सेवा के विभिन्न आयामों की जानकारी मिलेगी और इससे वे इस महत्वपूर्ण मुद्दे को काफी हद तक भली प्रकार से समझ सकेंगे. हमारे प्रयासों का सही मूल्यांकन तो केवल पाठक ही कर सकते हैं. हमें निःसंदेह खुशी होगी यदि यह पुस्तक अपने पाठकों के ज्ञानवर्द्धन में सहायक होती है और वे पुस्तक में उल्लिखित सामग्री से संतुष्ट होते हैं.

अपनी बात को मैं विराम देने से पूर्व यह कहना चाहूंगा कि 'ग्राहक सेवा' जैसे महत्वपूर्ण विषय पर इस पुस्तक के निर्माण में हमारे राजभाषा परिवार के हमारे साथियों को भरपूर सहयोग मिला है और सभी साथी इसके लिए निश्चित ही बधाई के पात्र हैं. साथ ही, यह भी कहना चाहूंगा कि हम बैंकरों को वर्तमान दौर में ग्राहक सेवा का महत्व ठीक तरह से समझ लेना चाहिए क्योंकि बैंक की प्रगति में यही एक सबसे बड़ा औजार है; इसके बिना बैंक की प्रगति असंभव है.

प्रदीप कुमार गोयल



# आज़ादी का अमृत महोत्सव





# प्रस्तावना



ग्राहक सेवा के बारे में राष्ट्रपिता महात्मा गांधी ने कहा है कि ग्राहक हमारे कार्यालय में आने वाला सबसे महत्वपूर्ण व्यक्ति है. हम, उस पर निर्भर हैं, न कि वो हम पर. ग्राहक कभी हमारे काम में बाधा नहीं बन सकता, बल्कि वह हमारे कार्य का हेतु है. हमारे व्यवसाय में वह कोई “बाहर वाला” नहीं है. वह हमारा ही हिस्सा है. ग्राहक को सेवा प्रदान कर हम उस पर कोई एहसान नहीं कर रहे हैं, बल्कि सच तो यह है कि वह हमें सेवा का मौका प्रदान कर रहा है.....

## भारतीय बैंकिंग सेवाओं का इतिहास -

भारत में पहला भारतीय बैंक, जनरल बैंक ऑफ इंडिया था. इसे वर्ष 1786 में स्थापित किया गया था. ईस्ट इंडिया कंपनी ने (1840 ईस्वी में) बैंक आफ मुंबई, (1843 ईस्वी में) बैंक ऑफ मद्रास और (1809 ईस्वी में) बैंक ऑफ बंगाल/कोलकाता की स्थापना की थी. ये तीनों बैंक संयुक्त रूप से प्रेसीडेंसी बैंक के नाम से जाने जाते थे. इसी तरह बैंक ऑफ हिंदुस्तान की स्थापना वर्ष 1870 में की गयी थी. इलाहाबाद बैंक की स्थापना वर्ष 1865 में की गयी थी. साथ ही पंजाब नेशनल बैंक लिमिटेड को 1894 ईस्वी में स्थापित किया गया था. इस बैंक का मुख्यालय लाहौर में था. 1906 और 1913 के मध्य सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया, बैंक ऑफ इंडिया, बैंक ऑफ बड़ौदा, इंडियन बैंक, मैसूर बैंक और केनरा बैंक स्थापित किए गए थे. वर्ष 1921 में, सभी प्रेसीडेंसी बैंकों को विलय करके इम्पीरियल बैंक बना दिया गया जोकि यूरोपीय शेयर धारकों के द्वारा संचालित किया जाता था. इन सभी बैंकों के बैंक, भारतीय रिजर्व बैंक को वर्ष 1935 में स्थापित किया गया था.

भारतीय रिजर्व बैंक एक स्वायत्त निकाय है, जिसमें सरकार से न्यूनतम दबाव है. भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास में कुछ समय के लिए-विशेष रूप से अपनी सेवाओं के क्षेत्र में मजबूत होने की उम्मीद है. बैंकिंग सेवाओं की मांग, विशेष रूप से खुदरा बैंकिंग, बंधक और निवेश सेवाएं मजबूत होने की उम्मीद है.

## ग्राहक सेवा

ग्राहक सहायता को मुख्यतः ग्राहक सेवा के नाम से जाना जाता है. इसमें ग्राहक सेवा प्रतिनिधि किसी ग्राहक को उनके लिए सही उत्पाद का सही तरह से उपयोग करने आदि के बारे में बताते हैं. इसमें उसकी योजना, स्थापित करना, प्रशिक्षण, परेशानी के बारे में और उसे ठीक करना आदि के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं. कई बार इसमें ग्राहक के पास जा कर भी उसकी सहायता की जाती है.

स्वचालित ग्राहक सेवा

स्वचालित ग्राहक सेवा मुख्यतः किसी व्यक्ति (जो बिक्री या ग्राहक सेवा प्रदाता) द्वारा उत्पाद खरीदते समय या समय अन्तराल पर दिया जाता है या किसी इंटरनेट साइट (जालस्थल) में दिया जाता है। इसका लाभ यह होता है कि इससे सेवा देने का समय बढ़ जाता है। यह 24-घंटे उपलब्ध होती है और कोई भी व्यक्ति इसमें जा कर अपनी समस्या या प्रश्न का हल प्राप्त कर सकता है।

इसका दूसरा उदाहरण फोन में मिलता है। कई कंपनी फोन पर कॉल करने से उसमें विकल्प देते हैं। जैसे हिन्दी भाषा चुनने हेतु एक दबाएँ अन्य भाषा हेतु दो दबाएँ। इसी के साथ यह फोन पर अंकों को दबा कर आगे के विकल्प और कई समस्या का हल देते हैं। यह पहले से ही डाला गया होता है कि इस तरह की समस्या आ सकती है और कोई इस तरह के प्रश्न पूछ सकता है। ऑनलाइन और इंटरनेट के समय में इस तरह की सेवा बहुत अधिक उपयोगी बन गई है। जिसमें कोई भी व्यक्ति इंटरनेट के माध्यम से किसी साइट (जालस्थल) में जा कर उत्पाद से जुड़ी जानकारी प्राप्त कर सकता है और यदि कोई अन्य जानकारी भी चाहिए होती है तो वह उसी के माध्यम से बात कर सकता है। इसमें ऑनलाइन बात करने हेतु बॉट भी होते हैं जो कंपनी द्वारा दिये गए निर्धारित सवाल जवाब हेतु कार्य करते हैं।

### त्वरित प्रतिक्रिया -

हाल ही में कुछ संगठन ने प्रतिक्रिया प्राप्त करने हेतु एक चक्र बनाया है जिसमें कुछ नियत समय के पश्चात ग्राहक से वे उनके अनुभाग के बारे में पूछते हैं। इसका लाभ यह होता है कि कोई भी ग्राहक के किसी सेवा में कमी के कारण वह उसे छोड़ने से पहले ही वह संगठन उसे ठीक कर लेता है और ग्राहक उसी सेवा का ही उपयोग करते रहता है।

ग्राहक की समस्या समाप्त होने के कारण ग्राहक अगली बार भी वहाँ आने के बारे में सोचता है। तकनीकी का उपयोग करने से कंपनियों ने ग्राहक के प्रतिक्रिया को प्राप्त करने के तरीके में बहुत लाभ मिला है। इसके द्वारा वे त्वरित ही किसी भी ग्राहक से उसकी समस्या या किसी भी प्रकार के अनुभव की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। ब्लॉग और प्रश्न मंच भी ग्राहकों को अच्छी और विस्तार सहित जानकारी प्रदान करने हेतु सहायक होते हैं।

अपने ग्राहकों को समझने की कोशिश करें: यदि आप सच में अपने ग्राहकों को बार-बार अपने बिज़नेस पर वापस लाना चाहते हैं, तो इस के लिए आप को समझना होगा कि आप का ग्राहक क्या चाहता है, और आप ग्राहक को क्या सेवा प्रदान कर रहे हैं। लोग आप के उत्पादों (प्रॉडक्ट्स) में अन्य की तुलना में ज्यादा रुचि क्यों लेंगे? ग्राहक किसी भी व्यवसाय की ओर इन तीन कारणों में से किसी एक कारण के चलते वापस लौटते हैं। इस अनुभूति को साथ में लेकर, कि आप के प्रॉडक्ट पर उसे छूट (offers) मिलेगी। इस अनुभूति के साथ, कि आप के पास उसे कुछ ऐसे प्रॉडक्ट मिलते हैं, जो शायद उसे कहीं और से ना मिलते हों। इस अनुभूति के साथ, कि आप अपने ग्राहकों के साथ अच्छा व्यवहार करते हैं।

मार्केट में अपने बारे में जानने के लिए और अपने बिज़नेस को ग्राहकों की ज़रूरतों के आधार से ढालने के लिए, आप को अपने बारे में ईमानदारी से कुछ कठोर मूल्यांकन करने की ज़रूरत है। ऐसे बिज़नेस, जिन की पहचान ही संकट में हो या झूठे वादों के साथ बाज़ार में आते हैं, वे कभी भी सफलता प्राप्त नहीं कर पाते। क्या आप को नवीनीकरण की ज़रूरत है? क्या आप को अपने पुराने ग्राहक, जो आप के साथ अच्छी तरह से बँधे हुए हैं, को बनाए रखने के लिए, इसी तरह से आगे बढ़ते जाना चाहिए? इस का निर्णय सिर्फ आप पर और आप के सेवा देने पर निर्भर करता है।

यदि आप किन्हीं पिछड़े हुए इलाकों में जाकर पिज़्ज़ा (pizza) बेचना चाहते हैं, तो आप को उस के लिए आने वाली चुनौतियों का सामना करने की पहले से ही रणनीति बनानी होगी. कैसे आप एक अधिक बिक्री वाला प्रॉडक्ट विकसित कर सकते हैं या फिर कैसे आप के बनाए हुए प्रॉडक्ट के लिए बाज़ार में जगह बनाएँ? मुकाबले में मौजूद प्रॉडक्ट्स की तुलना करते हुए उन्हें अच्छी तरह से देखें. सिर्फ अपनी कॉफी पर "सब से अच्छी कॉफी" लिखना एक अलग बात है, लेकिन क्या आप की कॉफी सब से अच्छी है? जब तक आप इस की तुलना बाज़ार में मौजूद कॉफी से नहीं करेंगे तब तक, ये आप को कैसे पता होगा? इस से कोई फायदा नहीं होगा, यदि यह सच में सब से अच्छी है, तो इस की कीमत उस हिसाब से लगाएँ, वरना बाज़ार में मौजूद अन्य कॉफी के जितनी ही लगाएँ.

# 75 आज़ादी का अमृत महोत्सव

सपनों को जियो  
और जीतो

## रिटेल मॉन्सून जैकपाट

(5 जुलाई से 31 अगस्त 2021)

### RETAIL MONSOON JACKPOT

शून्य प्रक्रिया शुल्क  
ZERO PROCESSING FEE

**सेन्ट होम ऋण**  
Cent Home Loan

आकर्षक नियम एवं शर्तें  
ON ATTRACTIVE TERMS  
& CONDITIONS

न्यूनतम ब्याज दर  
**6.85%** से शुरू  
Lowest ROI  
Starting from 6.85%

**सेन्ट पर्सनल ऋण**  
Cent Personal Loan

₹ 15 लाख तक के वेतनभोगी  
कर्मचारियों के लिए  
For salaried employees  
up to ₹ 15 lakh

**सेन्ट पर्सनल  
गोल्ड ऋण**  
Cent Personal  
Gold Loan

₹ 20 लाख तक की वैयक्तिक आवश्यकताओं  
को पूरा करने के लिए ब्याज दर 7.80%  
To meet personal exigencies  
up to ₹ 20 lakh ROI is 7.80%

टोल फ्री नम्बर 1800-22-1911  
[www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)

हमें लाइक करें: [f https://www.facebook.com/CentralBankofIndia](https://www.facebook.com/CentralBankofIndia)

हमें फॉलो करें: [t https://twitter.com/centralbank\\_in](https://twitter.com/centralbank_in)

# अपने प्रॉडक्ट की गुणवत्ता और सर्विस को बना कर रखें

अधिकांश लोग हर एक चीज़ को एक बार ज़रूर उपयोग करते हैं लेकिन बाद में वापस उसी प्रॉडक्ट पर लौटकर आते हैं, जो उन की ज़रूरतों को अच्छी तरह से पूरा कर सकें. आप के प्रॉडक्ट्स की क्वालिटी और कीमत, व्यवसाय के अन्य पहलुओं से कहीं ज़्यादा मायने रखती है तो इसे सोच-समझकर कुछ ऐसा रखें, जिस पर आप के ग्राहक आँख बंद कर के भरोसा कर सकें, ना की कभी दोबारा इस की ओर मुड़ के भी ना देखें, फिर यह कोई मायने नहीं रखता, कि आप की दुकान कितनी साफ है, आप के कर्मचारी कितने सक्रिय हैं और आप का प्रॉडक्ट कितना सस्ता है। गुणवत्ता के सख्त मानक बनाएँ, और उन्हें बनाए रखने के तरीकों को खोजें. यदि आप खाद्य पदार्थ बना रहे हैं, तो आप के सैंडविच को भले ही कोई अनुभवी कर्मचारी बनाए या एक नया कर्मचारी, इस का स्वाद हर दिन एक समान होना चाहिए.

किसी भी बढ़ते हुए बिज़नेस के लिए, अपने ग्राहकों की पसंद, नापसंद के बारे में जानना सब से ज़रूरी है तो ऐसा करने के लिए, अपने ग्राहकों को अपनी प्रतिक्रिया लिखने के लिए एक कार्ड दें या फिर अपने बिज़नेस का ईमेल एड्रेस दें. अपने बिज़नेस पर हाल ही में मिली सलाहों या शिकायतों के बारे में जानकारी रखने के लिए और इन पर अमल करने के लिए, ग्राहकों की शिकायतों का रिकॉर्ड रखें. अधिकांश मामलों में यदि प्रॉडक्ट की सर्विस में सुधार आता जाता है, तो शिकायतों में भी कमी आती जाती है. यदि एक ही शिकायत बार-बार सुनने को मिल रही हो, तो अपने बिज़नेस को बढ़ाने के लिए कुछ नये प्रयोग करने का यही समय है.

अपनी ऑनलाइन प्रतिष्ठा पर ध्यान दें -

आजकल हर एक बिज़नेस में तरक्की पाने के लिए सोशल नेटवर्किंग साइट्स का उपयोग कर रहे हैं. इस तरह से ये अपने ग्राहकों की ऑनलाइन मिली प्रतिक्रिया के ज़रिए अपने व्यवसाय को बढ़ाने के लिए नए रास्तों की तलाश करते हैं. आप को ऐसा लग सकता है, कि आप अपने ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए हर संभव प्रयास कर रहे हैं, लेकिन अपनी ऑनलाइन प्रतिष्ठा के बारे में ना भूलें. अपने ग्राहकों के साथ जुड़ें और उन की प्रतिक्रिया और शिकायतों का उपयोग अपने व्यवसाय की तरक्की के लिए करें. ऐसे व्यवसाय जिन का निर्माण तरक्की की आशा से किया गया हो, उन के लिए एक प्रोफेशनल वेबसाइट का होना बहुत ज़रूरी है. इस वेबसाइट पर अपने प्रॉडक्ट्स की जानकारी के साथ-साथ कुछ बहुत ही बेसिक जानकारी, जैसे कि कार्यकारी घंटे वगैरह की जानकारी रखें. यद्यपि, यह एक मजबूत प्रलोभन हो सकता है, लेकिन फिर भी झूठे रिव्यू ना लिखें. यदि लोग आप के व्यवसाय के बारे में कुछ बुरा कह रहे हैं, तो इस में आप की ही ग़लती है. ऐसा करने के बजाय अपने व्यवसाय में परिवर्तन लाएँ.

बहुत सारे व्यवसायों को ग्राहक बनाए रखने के लिए अन्य किसी नियम के बजाय, सिर्फ अपने ग्राहकों की बातों का अनुसरण करने की ज़रूरत होती है. आप को मार्किट में मौजूद अन्य प्रोडक्ट के हिसाब से अपने प्रॉडक्ट की कीमत, इस की गुणवत्ता, इस के मानकों को निर्धारित करना होता है. यदि आप किसी छोटे बाज़ार में अपना सब से महंगा प्रॉडक्ट प्रस्तावित कर रहे हैं, तो आप को सुनिश्चित करना होगा, कि बाज़ार में आप का प्रॉडक्ट किसी ना किसी तरह से आकर्षण का केंद्र बना रहे. आप के प्रॉडक्ट की क्वालिटी और कीमत ग्राहकों को बनाए रखने के लिए बहुत मायने रखती है. यदि आप अपने प्रॉडक्ट को एक से ज़्यादा जगह पर प्रस्तावित करते हैं, तो आप को अपने प्रॉडक्ट को आकर्षक और हर जगह

उपलब्ध बनाना होगा, और ग्राहक बनाए रखने के लिए इस की मार्केटिंग, स्थिरता और ग्राहक सेवा एक अहम हिस्सा साबित होती हैं.

### **अच्छी ग्राहक-सेवा प्रस्तावित करना -**

अपने कर्मचारियों को, ग्राहकों के साथ सम्मान से पेश आना चाहिए. कर्मचारियों को ग्राहक बनाए रखने के तरीकों को जानना होगा. आप के कर्मचारी ही, ग्राहकों का संपर्क आप के व्यवसाय के साथ रखते हैं, कर्मचारी ही ग्राहकों के सामने आप के प्रॉडक्ट को प्रदर्शित करते हैं, तो इस बात की पुष्टि जरूर कर लें, कि वे ग्राहकों के साथ सम्मान से पेश आ रहे हैं कि नहीं. ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध बनाए रखने के लिए, अपने कर्मचारियों को समय-समय पर ट्रेनिंग देते रहें. इन्हें ग्राहकों के साथ अच्छा व्यवहार करने के लिए वीडियो दिखाएँ, ग्राहक सेवा संबंधी एक नाटक तैयार करें, और इन्हें नोट्स भी प्रदान करें. नए कर्मचारियों को सिखाने के लिए, एक अच्छे और अनुभवी कर्मचारी को नामित करें. यदि आप का कर्मचारी ग्राहकों के साथ अच्छे से पेश आता है, तो उस को "महीने के सर्वश्रेष्ठ कर्मचारी" या "ग्राहकों का मनपसंद कर्मचारी" की उपाधि दें. अपने ग्राहकों के साथ जहाँ तक हो सके अनुकूल और वास्तविक स्वर में बात करने की कोशिश करें.

### **विवादों को ढंग से सुलझाएँ -**

ग्राहकों के विवाद तो होते ही रहते हैं. इन्हें सुलझाने के तरीके से ही यह निर्णय होगा कि आप ग्राहकों को बनाए रखेंगे या उन्हें पूरी तरह से खो देंगे. आप के ग्राहक क्या कहना चाहते हैं, उसे सुनें. किसी भी परिणाम पर पहुँचने से पहले, उन की बातों पर अच्छे से विचार कर लें. अपने ग्राहकों को खुश कर के उनके वापस पाने का कोई तरीका हो, तो उसे अपनाने की कोशिश करें. विवादों को मित्रभाव से और सकारात्मक रवैये से सुलझाने की कोशिश करें. ग्राहक को यह बात समझ में आने दें, कि उन की खुशी में ही आप की खुशी है.

### **सच्चाई के साथ विक्रय करना सीखें -**

ग्राहक का भरोसा सिर्फ आप के प्रॉडक्ट पर ही नहीं बल्कि आप के द्वारा कही गई बातों पर भी होना चाहिए. आप का प्रॉडक्ट ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करेगा या नहीं, इस का समर्थन भी सिर्फ आप ही दे सकते हैं. ग्राहक उस प्रॉडक्ट को किस तरह से उपयोग करते हैं या करना चाहते हैं, इस की जानकारी पाने के लिए अपने कर्मचारियों को शिक्षण प्रदान करें. अपने ग्राहकों पर ध्यान केन्द्रित करने के लिए, उन से अपनी सर्विस के बारे में सवाल-जवाब करें, उन से इस में सुधार लाने के लिए भी सुझाव मांगें. प्रॉडक्ट को ज्यादा से ज्यादा बेचना भी व्यवसाय के लिए जरूरी है, लेकिन सिर्फ उतना ही जितना आप के ग्राहक के लिए उचित हो, जबरदस्ती ना करें. कोई भी इंसान जबरदस्ती उन चीजों को नहीं खरीदना चाहेगा, जिन की उन्हें जरूरत ही नहीं.

अपनी सेवा प्रदान करने के तरीके को ऐसा कोई तरीका अपनाएं जिससे एक ग्राहक को अपने घर जैसा महसूस हो सकें. हाँ लेकिन एक बात है, जो आप को नियमित तौर पर अपनानी होगी, अपनी सेवा देने के तरीके को हर दिन बदलना होगा और इसमें एक प्रोफेशनल तरीके से सुधार लाना होगा. इस के लिए आप चाहे जिस भी स्टाइल का चयन करें, लेकिन इसमें साफ-सुथरा व्यवहार भी नियमित होना चाहिए.

### **अपने ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध स्थापित करें -**

ग्राहकों को खरीददारी करना और पहचाने जाना अच्छा लगता है. भले ही किसी और जगह पर कुछ और

भी अच्छे प्रॉडक्ट्स मिलते हों, लेकिन ग्राहक वहीं जाना पसंद करते हैं, जहाँ पर उनके साथ में अच्छा व्यवहार किया जाता हो या उन्हें अच्छी सेवाएं प्रदान की जाती हो. अपने ग्राहकों के नाम याद रखें, और उन्हें अभिवादन करें. ग्राहकों को अच्छा लगता है, जब आप उन का नाम और उनको याद रखते हैं, तो यदि आप अपने ग्राहकों को वापस बुलाना चाहते हैं, तो उन का नाम याद रखें और उनके द्वारा खरीदे जाने वाले सामानों को भी याद रखें, उन के कुछ कहने से पहले ही उन्हें अपेक्षित आवश्यक सेवाएं प्रदान करें.

किसी को भी "छोटा या बड़ा" ग्राहक ना समझें, सारे ग्राहकों के साथ एक समान पेश आएँ. भले ही वे आप से कुछ भी ना लेकर जाएँ, लेकिन फिर भी उन को सम्मान दें. फिर भले ही कुछ ना बिक रहा हो लेकिन इस के साथ ही आप अपनी मार्केटिंग तो कर ही रहे हैं.

### **ग्राहकों को वापस बुलाने के लिए, एक विशेष वित्तीय प्रलोभन -**

ग्राहकों को वापस बुलाने के लिए, उन्हें इस तरह महसूस कराएँ कि वे आप के बिज़नेस के लिए बहुत ही मायने रखते हैं. नियमित ग्राहकों को दी गई भारी छूट या पुरस्कार, उन्हें बनाए रखने में आप की मदद करेगा.

### **ई-मेल या एसएमएस (sms) की एक लिस्ट रखें -**

जब भी कोई ग्राहक आप की दुकान पर आए, तो किसी भी तरह से उन्हें एक मेलिंग (mailing) लिस्ट में जोड़ लें, ताकि वे आगे आने वाले ऑफर्स की जानकारी पा सकें. यदि आप ग्राहकों को वापस आने का मौका देंगे, तो वो जरूर वापस आएँगे. सोशल नेटवर्किंग साइट पर भी अपने पेज बनाकर आप अपने बिज़नेस को बढ़ावा दे सकते हैं, अपने ग्राहकों से उस पेज को "लाइक" करने का कहें. इस तरह से भी आप उन के संपर्क में रह सकेंगे और उन्हें अपनी ग्राहक सेवा का मौका भी दें सकेंगे.

### **वादों के अनुसार ही काम करें -**

यह एक ऐसी ग़लती है, जो हर एक बिज़नेस में की जाती है, यदि आप जानते हैं, कि किसी प्रॉडक्ट को आप कल दे सकते हैं, तो उसे अपने ग्राहक को परसों देने का वादा करें. ऐसा कुछ भी ना कहें कि आप का प्रॉडक्ट अच्छा नहीं है यह किसी काम का नहीं है, भले ही आप के अपने ग्राहक के साथ में कितने ही अच्छे संबंध ही क्यों ना हों, लेकिन इस तरह से आप अपने ग्राहकों को नहीं रोक सकते. यदि आप जानते हैं कि आप की मिठाइयाँ सब से अच्छी हैं, तो आप को यह खुद से कहने की जरूरत नहीं है. आप के ग्राहकों को तारीफ करने दें. इन का उचित दाम लगाकर, इन्हें हर जगह पर बेचने की कोशिश करें. यदि लोगों को यह पता चलेगा कि उन्हें उचित दाम पर अच्छी चीज़ मिल रही है, तो ये खुद-ब-खुद प्रसिद्ध हो जाएँगी.

### **कर्मचारियों का पेशेवर व्यवहार -**

कुछ बैंकों / दुकानों पर कर्मचारी अपने ग्राहकों के साथ बहुत ही बुरा बर्ताव करते हैं, जैसे आपस में या फ़ोन पर बात करते रहना, ग्राहकों पर ध्यान ना देना और कुछ बैंकों/दुकानों में, कर्मचारी अपने ग्राहकों के साथ, जॉक की तरह चिपके रहते हैं और उन्हें अकेला ही नहीं छोड़ते. ग्राहकों को ये दोनों ही व्यवहार नहीं पसंद आते. अपने कर्मचारियों को ऐसा प्रशिक्षण दें, कि वे अपने ग्राहकों के बुलाए जाने पर तुरंत मौजूद रह सकें. कर्मचारियों को सलीके से भी पेश आना चाहिए. काम के दौरान उन्हें अच्छे कपड़ों में और साफ-सफाई के साथ रहना चाहिए. अपने कर्मचारियों के सलीके का ध्यान रखें, वे क्या पहन रहे हैं, कैसे तैयार

हो रहे हैं, उन पर ध्यान दें. यदि आप अपने ग्राहकों को वापस बुलाना चाहते हैं, तो अपने कार्यालय में सभी तरह के लोगों का प्रतिनिधित्व करें. ग्राहकों को बढ़ाने और इन्हें बनाए रखने के लिए अपननी सेवा प्रदान करने के तरीके को अपने किसी पूरक व्यवहार के साथ बढ़ावा दें. जैसे यदि आप की कपड़े की दुकान है, तो किसी लॉड्री के पास में अपनी दुकान का पोस्टर लगाएँ या फिर किसी बेकरी के प्रॉडक्ट्स को अपनी कॉफी की दुकान में बेचें और इस के बदले बेकरी में अपनी कॉफी बेचें.

मुफ्त Wi-Fi सेवा प्रदान करें -

विशेष रूप से बड़े शहरों में ज़्यादातर लोग हर समय किसी ना किसी चीज़ के लिए ऑनलाइन रहना पसंद करते हैं, और यदि आप के बैंक की किसी भी शाखा में आप मुफ्त Wi-Fi सेवा प्रदान करेंगे, तो और भी ज़्यादा ग्राहक आकर्षित होंगे. Wi-Fi के साथ में एक समस्या यह है, कि कभी-कभी ग्राहक कुछ बहुत ही कम व्यवहार कर कई घंटों तक बैठे रहते हैं और मुफ्त Wi-Fi का उपयोग करते हैं. तो इस समस्या से बचने के लिए Wi-Fi का उपयोग करने के लिए एक समय-सीमा निर्धारित करें.

सलाह - अपने ग्राहकों में रुचि दिखाकर अपने बैंकिंग कार्य को आगे लेकर जाएँ. ग्राहकों को ऐसे अनुभव प्रदान करें कि वे वापस आने से खुद को ना रोक पाएँ. अपने ग्राहकों की ज़रूरतों को पहले से ही समझने की कोशिश करें.

वैचारिक बेरुखी -

दुखद है कि राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था के केंद्र में होने के बावजूद भी पीएसबी का महत्व निरंतर कम करके ही आंका जा रहा है. इनका मजाक उड़ाया जाता है और आर्थिक चर्चा के दौरान भी इन्हें कमतर दिखाया जाता है. उनकी विफलताओं को बढ़ा-चढ़ा कर दिखाया जाता है जबकि विशेषताओं को दबा दिया जाता है. पीएसबी के प्रति बेरुखी वैचारिक अधिक हैं और तार्किक कम हैं. पीएसबी को लेकर सबसे बड़ी आपत्ति यह है कि ये सरकारी स्वामित्व में हैं. सिद्धांत यह है कि अगर पीएसबी को निजी क्षेत्र के अधीन कर दिया जाए तो ये स्वतः दक्ष मान लिए जाएंगे क्योंकि बाजार की दक्षता का सिद्धांत सार्वजनिक नियंत्रण को तुच्छ मानता है. यहां यह बात गौर करने लायक है कि अमरीका में दुनिया भर के श्रेष्ठ और बड़े माने जाने वाले बैंको ने 2008 में दिवालियेपन की घोषणा की. उन्हें बचाने के लिए सरकार को आगे आना पड़ा. निजी स्वामित्व भले ही दक्षता का राग अलापे पर वे सम्पन्नता की गारंटी नहीं दे सकते हैं. इसके विपरीत उनकी यह अतिदक्षता ही उन्हें दिवालियेपन की ओर धकेल रही है.

हाल ही में, ब्लूमबर्ग ने एक भयावह विश्लेषण करते हुए लिखा है कि "यूरोपीय बैंको का भविष्य अंधकार में है." ये सभी नामी बैंक हैं. रॉयल बैंक ऑफ स्कॉटलैंड, बार्कलेज, यूबीएस, क्रेडिट सुइस, डॉएचे बैंक, यूनिक््रेडिट और स्टैंडर्ड चार्टर्ड बैंक. इन सभी नामी बैंको ने 2008 के बाद करीब 75 हजार कर्मचारियों को नौकरी से निकाला है. विशेषज्ञों की मानें तो 2008 का संकट नियम कायदे से न चलने के कारण पैदा हुआ. ब्लूमबर्ग विश्लेषण के अनुसार 'निष्कर्ष यह था कि बैंकिंग उद्योग को इस जटिलता की कीमत चुकानी पड़ रही है. इसलिए इस क्षेत्र में इतनी समस्याएं हैं.' आरबीआई: - हमारे बैंकिंग तंत्र पर ऐसे मानक लागू कर रहा है, जो पश्चिम की जटिल बैंकिंग प्रणाली के लिए बनाए गए हैं, ये सरल किन्तु व्यवस्थित हैं. वैधानिक तरलता अनुपात और नकद आरक्षित अनुपात में संयुक्त रूप से बैंक जमा का 27.5 प्रतिशत हिस्सा समाहित है. फिर भारतीय बैंक निजी गारंटी और ऋणाधार के बल पर ही स्वयं को सुरक्षित और जोखिम से परे रखते हैं.

# ग्राहक सेवा



आज की दुनिया में ग्राहक सेवा को अनन्य साधारण महत्व प्राप्त हो गया है. ग्राहक हर क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है. दुकान, होटल तथा अन्य जगह पर ग्राहकों पर विशेष रूप से ध्यान दिया जा रहा है. व्यवसाय में वृद्धि के लिये ग्राहक सेवा पर बारीकी से नजर रखना अनिवार्य है.

ग्राहक सेवा सुधार के लिये अनेक जगहों पर सेमिनार का सफल आयोजन किया जा रहा है. ग्राहकों की अपेक्षाएं बेशुमार बढ़ रही हैं. भारत की बैंकिंग प्रणाली आज ऐसी सबसे बड़ी प्रणाली है ज्यो व्यापक स्तर पर वित्तीय सेवाएँ प्रदान कर रही हैं तथा उन्हें अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रही है. वित्तीय सेवाओं का आधार दिनों दिन व्यापक होता जा रहा है. इस वजह से ग्राहक सेवा की गुणवत्ता पर काफी दबाव बढ़ रहा है. रिज़र्व बैंक ऑफ़ इंडिया ने जमाकर्ताओं के हितों को संरक्षण देने की पहल की है. ग्राहक सेवा में सुधार को बढ़ावा देने के लिए बैंकों को प्रकटीकरण मानदंड के जरिए प्रोत्साहन भी देने की व्यवस्था की गई है. रिज़र्व बैंक ऑफ़ इंडिया ने पिछले दशकों में समय-समय पर अपने विनियामक कदमों के जरिए बैंक ग्राहकों को दी जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता पर अपनी चिंता दर्शाई है. ग्राहक बैंक का चयन करते समय बैंक की छवि एवं सेवा की गुणवत्ता की जाँच अवश्य करता है.

## 1.1 मूलमंत्र:-

ग्राहक के लिए प्रतिस्पर्धा परम आवश्यक है. प्रौद्योगिकी अपनाने, श्रम शक्ति की गुणवत्ता, बुनियादी सुविधाओं की उपलब्धता, भौगोलिक विस्तार और स्वामित्व पैटर्न में विविधता के कारण अपूर्ण बाजार की



स्थिति पैदा होती है. ग्राहक सेवा में हमेशा पारदर्शी तथा न्यायसंगत व्यवहार होना चाहिए. ग्राहक सेवा सदैव समस्या रहित होनी चाहिए. ग्राहक एक संतुष्ट मुस्कान के साथ अपने घर लौट सके इसका भी ध्यान रखा जाना चाहिए. ग्राहक सेवा एक चुनौतीपूर्ण कार्य है. ग्राहक सेवा का मूलमंत्र और कुछ नहीं बल्कि ग्राहक के प्रति हमारा मानवी व्यवहार और सकारात्मक नजरिया होना चाहिए. हमें ग्राहक की जरूरत, अपेक्षा, मांग और हैसियत के प्रति संवेदनशील रहना चाहिए. हमेशा याद रखें की ग्राहक छोटा या बड़ा नहीं होता, ग्राहक एक ग्राहक ही होता है. बदलते परिवेश में ग्राहक सेवा में स्वयं आगे बढ़कर कुछ नया कर दिखाने का प्रयास होना चाहिए. सेमिनार में यह सफलता की कुंजी होती है. ग्राहकों की जरूरतें पूरी करने के लिए जी-जान से कोशिश करनी चाहिए. उनके विकास के लिये विशेष ध्यान देना जरूरी है. ग्राहक भी यही निष्ठा चाहता है. हम उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान कर उसका ही भला नहीं करते बल्कि अपना ही भला करते हैं. अच्छे कार्य करने से हमें जो संतोष मिलता है, वह अतुलनीय है. हमें कभी भी सराहना की उम्मीद नहीं करनी चाहिए. बैंक अगर ग्राहक सेवा पर थोड़ा ध्यान दें और प्रयास करें तो बहुत बड़ी संख्याओं में ग्राहक बना सकते हैं और उनका विश्वास जीत सकते हैं. इसमें कोई गुंजाईश नहीं होगी कि ग्राहक सेवा के लिए बैंकों को कुछ और काम की जरूरत है और ये है टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल किया जाना. टेक्नोलॉजी के सही और बेहतर इस्तेमाल से हम उपेक्षित ग्रामीण इलाकों के एक बड़े वर्ग का विश्वास जीत सकते हैं और उन्हें एक अच्छी सेवा प्रदान कर सकते हैं.

### 1.2 बदलता परिवेश:-

ग्राहक सेवा में ग्राहक सन्तुष्टी निहित होनी चाहिए. बैंकिंग परिदृश्य और ग्राहक उम्मीदों पर खरा उतरना हमारा दायित्व है. बता दें की ग्राहक ही हमारी रोजी रोटी है और वह हमारा पे-पैकेट है. ग्राहक को अपने धन का पूरा मूल्य मिलना चाहिए. साथ ही, इसके अतिरिक्त वैल्यु-ऐडेड सेवाएँ भी मिलनी चाहिए. हम ग्राहकों को जो वायदे करते हैं उसे क्या पूरा करने की कोशिश करते हैं. हमारा अस्तित्व ही ग्राहक के विश्वास पर टिका है. हम ग्राहकों पर जितना ध्यान देंगे उतना ही सुखद सम्बन्ध बनेगा. आजकल ग्राहक विदेशी कम्पनियों की वस्तु खरीदता है क्योंकि विदेशी कम्पनी पर उनका विश्वास होता है. याद रहें की ग्राहकों की तकलीफ हमेशा दूर करें. ग्राहकों की मुश्किलें को नजर के सामने रखें. उनको नजरअंदाज न करें. ग्राहक ही कंपनी का असली साथीदार होता है. कंपनी को मुनाफा सिर्फ ग्राहक ही देता है. उत्तम / बढ़िया ग्राहक सेवा प्रदान कर ग्राहक संतुष्ट होता है. अगर व्यवसाय में वृद्धि करनी हो तो ग्राहक का समाधान करना आवश्यक है. ग्राहकों को वही देना जो उसे पसंद है. विदेशी कंपनी का प्रचार न होने के बावजूद ग्राहक विदेशी वस्तु खरीदता है. क्योंकि विदेशी वस्तुओं से ग्राहक का आकर्षण अधिक होता है. ग्राहक सेवाओं के माध्यम से उन्हें भारतीय माल खरीदने हेतु प्रेरित करना चाहिए. विदेश में संघटन का बड़ा महत्व होता है. यदि कोई वस्तु खराब होती है तो संघटन उसे तुरन्त रोक लेता है. यह स्थिति भारत में नहीं है.

### 1.3 अटूट विश्वास:-

विदेश में सही समय पर काम न होने पर भुगतान नहीं किया जाता. बल्कि मुफ्त में काम किया जाता है. सही समय पर काम होना अनिवार्य होता है. अतः समय पर किया गया काम हमें खुशी प्रदान करता है. भारत में धीरे-धीरे विकास हो रहा है. कहीं क्षेत्र में विकास असाधारण रूप में हो रहा है. ग्राहक हमेशा तत्पर सेवा चाहता है. ग्राहक जब खुश होता है तो उनके पर खुशी जाहिर होती है. संतुष्ट ग्राहक अन्य

जगहों पर प्रचार करता है. संतुष्ट ग्राहक प्रचार की निशानी है. प्रचार करना हो तो उसे समाधानकारक सेवाएँ प्रदान करें ताकि व्यवसाय में अधिक वृद्धि हो. ग्राहक हमेशा कार्यालय में आता जाता रहता है. सेवा प्रदान करना हमारा नैतिक अधिकार है. नाराज ग्राहक से व्यवसाय में बाधा हो सकती है. नाराज होने के कई कारण हो सकते हैं. प्रमुख कारण तो नजरअंदाज करना. चेहरे पर मुस्कान न होना. काम विलम्ब से करना. कानून को महत्व देना. पत्राचार का उत्तर न देना. आदि कारणों से ग्राहक नाराज होता है. इसलिये हमेशा ग्राहकों के साथ नम्रता से पेश आना अनिवार्य है. ग्राहक संतुष्ट तब होता है जब उन्हें बेहतरीन सेवाएँ प्राप्त होती हैं. ग्राहक अपना अपमान किसी भी हालत में सहन नहीं करता है. सरकार ग्राहक सेवाओं पर अधिक जोर दे रही है.

सकारात्मक विचार:-

सरकार ने एक समिति का गठन किया है. समिति ने शिफारस की है कि सरकार की विभिन्न शिफारिश के अनुसार अच्छी सेवा तब कहीं जा सकती जब उसमें गति. समय, सत्यता और विनम्रता हो. अच्छी ग्राहक सेवा से ग्राहक कार्यालय में आता है. कार्यालय में 'मे आई हेल्प यू' काउंटर पर तत्पर कर्मचारी को नियुक्त करना चाहिए. तत्पर कर्मचारी से बैंक की छबी प्रकाशित होती है. ज्ञान के अभाव से बैंक मलिन भी हो सकता है.

अच्छी जानकारी से सेवाएं जलद सेवाएं दी जा सकती है. सकारात्मक विचार, अच्छे बर्ताव आदि से ग्राहक सेवाएँ दी जा सकती हैं. हर बार ग्राहकों को परेशानी न हो ऐसी सेवाएँ दें. ग्राहक सेवा प्रदान करने हेतु टीम वर्क का होना जरूरी है. प्रबंधन तंत्र, उच्च अधिकारियों को भी ग्राहक सेवा पर ध्यान देना अनिवार्य है.

ग्राहक क्या चाहता है? ग्राहकों को अपने उत्पाद के बारे में जानकारी विधिवत रूप से देनी चाहिए. यह बहुत जरूरी है कि ग्राहकों के शंका का समाधान अविलम्ब करना चाहिए. ग्राहकों के विभिन्न प्रकार की त्रुटियों पर निगरानी करनी चाहिए. अपने विभिन्न प्रकार के उत्पाद का अभ्यास कर ग्राहकों को बहुविध उत्पाद खरीदने हेतु प्रेरित करना चाहिए. ग्राहकों को जब उत्पाद की सही जानकारी प्राप्त होगी तब ग्राहक उत्पाद लेने के लिए राजी हो जाएंगे. ग्राहकों को सेवा आसानी से देने के लिए अभ्यास जरूरी है. हर व्यवसाय में उतार-चढ़ाव आता रहता है. ग्राहक भी आते-जाते रहते हैं. बैंकिंग क्षेत्र आज पूरी तरह बदल चुका है. ग्राहकों को अपने अधिकार की जानकारी हो चुकी है. इसलिए ग्राहक वक्त आने पर सर्वोच्च प्रबंधन के सामने अपनी शिकायत करने लगा है और प्रबंधन तंत्र भी इस बारे में सजग हो चुका है.

2.1 व्यवसाय वृद्धि:-

उच्च प्रबंधन तंत्र कई बार अपने कर्मचारीगण को ग्राहकों की शिकायत पर कड़े शब्दों में फटकार लगाते हैं. ग्राहकों को बेहतरीन ग्राहक सेवा देने के लिए कर्मचारीगण की मानसिकता बदलनी चाहिए.

ग्राहकों का समाधान तब संभव होगा जब हमें उसकी जरूरतों का पता चलेगा. अनगिनत ग्राहकों से व्यवसाय बनता है. अनगिनत ग्राहकों से व्यवसाय की वृद्धि होती है. ग्राहक सेवा देने हेतु इन बिन्दुओं पर ध्यान देना उचित होगा. बैंक, कंपनी, रेल, एयर इंडिया तथा अन्य क्षेत्र में विभिन्न प्रकार के कर्मचारी कार्यरत होते हैं. ग्राहक सेवा देने के लिए छोटे से बड़े अधिकारी तत्पर रहते हैं. ग्राहक सेवा देने हेतु अलग विभाग कार्यरत होता है. कारोबार की वृद्धि करने के लिए कर्मचारी की अहम भूमिका होती है. ग्राहक कार्यालय में आने से कर्मचारियों को कुछ नियम का पालन करना अनिवार्य है. जैसे सुप्रभात, नमस्ते, आप

का दिन शुभ हो. इस प्रकार की भाषा का प्रयोग करना चाहिए. कर्मचारी भाषा के माध्यम से ग्राहकों को अपनी ओर खींच सकते हैं. भाषा एक सशक्त माध्यम है. कर्मचारी को भाषा पर पकड़ होनी चाहिए. ग्राहकों को अपनी भाषा में वार्तालाप करना हमेशा अच्छा लगाता है. ग्राहक यहीं चाहता है की जो भाषा उनके समज में आनी चाहिए.

ग्राहक कितना भी बुद्धिमान हो, होशियार हो उसे कुशलतापूर्वक बातचीत करके आसानी से सेवा प्रदान कर सकते हैं. कर्मचारी को सदा नम्रतापूर्वक ग्राहक के सामने पेश आना चाहिए. वे नम्रता से पूरी दुनिया पर राज कर सकते हैं. ग्राहक सेवा प्रदान करते समय चहरे पर हल्की सी मुस्कान होनी चाहिए. साथ ही, कुंठित मानसिकता का त्याग कर ग्राहक सेवा के लिए हाजिर होना चाहिए.

## 2.2 ग्राहक सेवा एक माध्यम:-

ग्राहक सेवा एक मानवता की सेवा है. जो कर्मचारी ग्राहक सेवा के लिए तत्पर होता है, उसे हर पल एक अलग सी अनुभूति का एहसास होता रहता है. वह हर जगह एक समान अपनी कृति का परिचय देता है. वह कर्मचारी सदा खुश रहता है, जो ग्राहक को सेवा के माध्यम से अपना बना लेता है.

आज का युग प्रतियोगिता का युग है. हर क्षेत्र में प्रतियोगिता के माध्यम से कर्मचारी सदस्य की नियुक्ति की जाती है. सेवा भाव एक सहज माध्यम बन गया है. हाथ जोड़कर ग्राहकों का स्वागत करना एक आम बात बन गई है. ग्राहक सेवा से ग्राहकों की अपेक्षा पूरी की जा रही है. अविलम्ब सेवा कर के, ब्याज प्रतिशत कम करके, ग्राहकों को खुश रखने में हर क्षेत्र में होड़ लगी हुई हैं.

## 2.3 पुरस्कार और सम्मान:-

ग्राहकों को चेक भुगतान हेतु अनेक प्रकार के साधन उपलब्ध कराए जा रहे हैं. सुबह ठीक समय से पहले बैंक ग्राहकों के लिए खुला करना आवश्यक है. प्रत्येक ग्राहकों की विचारधारा अलग होती है. ग्राहक बैंक में अनेक प्रकार की सेवा का लाभ उठता है. फिर भी, किसी कारणवश कर्मचारी पर अपना गुस्सा निकालता

**सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया**  
Central Bank of India

**क्रेडिट आउटरीच कार्यक्रम**

**ऋण सुविधा**  
**आसान शर्तों पर**

गृह एवं वाहन ऋण  
कृषि ऋण  
एमएसएमई ऋण

अभियान 21.10.2021 से  
31.12.2021 तक

अधिक जानकारी के लिए निकटतम शाखा में सम्पर्क करें

ऋण के लिए  
922 390 1111  
पर मिस्ड कॉल दें

Visit : [www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in) हमें फॉलो करें : [f](#) [t](#) [i](#) [l](#) [y](#) [t](#) CentralBankofIndia टॉल फ्री नम्बर : 1800-22-1911

हैं. ग्राहक को पहले से ज्यादा अधिकार प्राप्त हो चुके हैं.

अधिकार के माध्यम से ग्राहक कर्मचारी पर कभी-कभी ज्यादाती करता है. अपशब्द का प्रयोग करने में संकोच नहीं करता. प्रति वर्ष बैंक / शाखाएं कई समारोह का आयोजन उच्च प्रबंधन तंत्र के आदेश के अनुसार करता है. जिस ग्राहक ने बैंक के लिए अच्छा कार्य किया है. बैंक को मजबूत करने के लिए उत्साहवर्धक कार्य किया है जिससे बैंक के व्यवसाय में वृद्धि/प्रगति होती रहती है, उसीका पूर्ण श्रेय ग्राहक को जाता है. बैंक हमेशा सम्मानित, आदरणीय ग्राहकों का ही आदर करता है. उन्हें सर्वोत्तम ग्राहकों का सम्मान करने हेतु समारोह में आमंत्रित किया जाता है. उच्च प्रबंधन के करकमलों द्वारा प्रमाणपत्र, शाल, श्रीफल आदि देकर गौरवान्वित किया जाता है. सम्मानित ग्राहक इस ग्राहक सेवा को हमेशा याद रखता है. साथ ही, बैंक के साथ उसका रिश्ता भी मजबूत होता है.

पुरस्कार से सम्मानित किये जाने से ग्राहक संस्था को कभी भूलता नहीं. ग्राहक अपना यह सुखद अनुभव दूसरे ग्राहकों के साथ शेअर करता है.

अतः उक्त पुरस्कार / सम्मान देने में ग्राहक सेवा का महत्त्व बढ़ता रहता है.

### 3 व्यवसाय क्षेत्र:-

मन की शांति और सफलता एक ही सिक्के के दो पहलू हैं. ग्राहक सेवा करनी हो तो मन की शांति और जिम्मेदारी होनी चाहिए. शांति से जोश और उर्जा मिलती है. इसलिए यह बात हमेशा याद रखनी चाहिए की ग्राहक सेवा आसान नहीं है. तनावमुक्त होकर, भय, चिंता या बदले की भावना को त्यागकर निस्वार्थ भाव से ग्राहक सेवा करनी चाहिए. शांति से संवाद होता है. शांति से शरीर-प्रणाली से तनाव छूट जाता है.

ग्राहक सदा शांतिप्रिय कर्मचारी के पास जाकर अपना कामकाज पूरा करता है. किसी भी मौजूदा हालत में शांतिप्रिय कर्मचारी ग्राहक को सन्तुष्ट कराता है. वह ग्राहक की सेवा को एक व्रत की तरह ही मानता है. उसको समाज-सेवा का दर्जा देता है. ग्राहक सेवा करने के लिये मन की शांति होना परम अत्यावश्यक है. शांति से मानसिक स्थिति संतुलित रहती है. चिरस्थायी शांति से ग्राहक सेवा करनी चाहिए. शांति से नफरत की भावना दूर होती है.

#### 3.1 बुद्धिमान ग्राहक:

ग्राहक संतुष्टि में अक्सर प्रयुक्त किया जाने वाला शब्द है विपणन. व्यवसाय में ग्राहकों के लिए एक प्रतिस्पर्धा होती है. व्यवसाय को प्रभावी ढंग से ग्राहकों की संतुष्टि का प्रबंधन करने के लिए यह आवश्यक है. ग्राहकों को उच्च उम्मीदें होती हैं, और वास्तविकता कम होती हैं. निराश ग्राहक संतुष्टि का आधार होता है. संतोषजनक सेवा से ग्राहक संतुष्टि पाता है.

ग्राहक कभी छोटे-छोटे बातों पर गुस्सा करता है. उनकी निराशा दूर करने के लिए तुरंत उपाय निकालने चाहिए अन्यथा वह दूसरे जगह अपना कारोबार ले जाने के लिए तैयार रहता है. ग्राहक संतुष्टि ग्राहक सेवा का एक महत्वपूर्ण भाग है. ग्राहक संतुष्टि के बैंक को लाभ ही होता है. इसलिए ग्राहक संतुष्टि का संस्था में प्रावधान होना आवश्यक है. असंतुष्ट ग्राहक से व्यवसाय में कमी हो सकती है. असंतुष्ट ग्राहक से दूसरे ग्राहकों पर बुरा असर पड़ता है. असंतुष्ट ग्राहक यानि ग्राहक सेवा में कमी हो.

#### 3.2 समय-पालन:-

कोई भी संस्था हो, समय पालन का महत्व जरूरी है। ग्राहक सेवा में समय पालन करना आवश्यक है। समय पालन से व्यवसाय की वृद्धि होती है। समय पालन से ग्राहक संतुष्ट हो जाता है। कर्मचारी सदस्य को चाहिए समय का पालन सुनिश्चित करना। जब कर्मचारी समय का पालन करेगा तब वह ग्राहक सेवा सर्वोत्तम कर सकता है। समय पालन न करने से बड़े-बड़े व्यापार, वित्तीय संस्था तथा अनेक कारोबार का पतन हो गया है। ग्राहकों से प्राप्त शिकायत/समस्या के निपटान के लिए एक पद्धति बनाई गई है। ग्राहकों से शिकायत विभिन्न माध्यमों से प्राप्त होती है। जैसे कि लोकपाल, वित्त मंत्रालय, आर्थिक कार्य विभाग (बैंकिंग प्रभाग), मंत्रिमंडल सचिवालय, भारतीय रिज़र्व बैंक आदि। बैंक भारतीय बैंकिंग संहिता एवं मानक बोर्ड इन सभी संस्थाओं में समय पालन सुनिश्चित होना चाहिए। ग्राहक को उक्त संस्था से न्याय ठीक समयावधि में मिलेगा। ग्राहक यही चाहता है की हर कार्य समय में हो।

### 3.3 वैज्ञानिक युग:-

आज के इस वैज्ञानिक युग में विज्ञापन का महत्व काफी बढ़ गया है। जिससे फलस्वरूप विज्ञापन एजेंसियों की लोकप्रियता भी काफी बढ़ गयी है। आज उपभोक्ताओं को प्रभावित करने के लिए उत्पाद विज्ञापन की झड़ी लगा रहा है। ग्राहक सेवा में विज्ञापन का महत्व सर्वोपरि है। विज्ञापन से लाभ और हानि दोनों शामिल होता है। विज्ञापन से प्रचार-प्रसार होता है। गुणहीन वस्तुओं को भी गुणयुक्त वस्तुओं की बराबरी में ला दिया जाता है। ग्राहक के मन में विज्ञापन से संशय उत्पन्न होता है कि कोई एक वस्तु गुणयुक्त है या नहीं। व्यापार की दृष्टि से प्रचार-प्रसार वांछित है। लेकिन अर्थ से अनर्थ भी हो सकता है। बड़ी कंपनी साधारण वस्तुओं का इतना भारी भरकम विज्ञापन देती है की आम आदमी उसके झांसे में आ जाते हैं।

विज्ञापन के चमक-दमक में आदमी ठगा भी जा सकता है। यह भी सच है कि विज्ञापन द्वारा ही ग्राहकों से संपर्क किया जा सकता है।

### 4. ग्राहकों के प्रकार:-

ग्राहक सेवा के अंतर्गत वरिष्ठ नागरिक समाज की अमूल्य निधि है। उन्होंने अपने जीवन में राष्ट्र और समुदाय के विकास के लिये कड़ी मेहनत की होती है। उन्हें जीवन के विभिन्न क्षेत्रों का व्यापक अनुभव होता है। ग्राहक सेवा में युवा वर्ग राष्ट्र को ऊंचाईयों पर ले जाने के लिए वरिष्ठ नागरिकों के अनुभव से लाभ उठा सकते हैं। अपने जीवन की इस अवस्था में उन्हें देखभाल और यह अहसास कराए जाने की जरूरत होती है कि हमारे लिए खास महत्व रखते हैं।

भारत सरकार उन्हें अपनी योजना के माध्यम से विकास के विभिन्न क्षेत्रों में कई लाभ मुहैया कराती है। भारत सरकार ने ग्राहक सेवा के तहत वरिष्ठ नागरिकों के लिए कई तरह के कर, लाभों, यात्रा और स्वास्थ्य की देखभाल की सुविधा की व्यवस्था करने के साथ-साथ उनके जीवन में खुशी का अहसास भरने के प्रयोजन से कई कार्य किये हैं। वरिष्ठ नागरिकों से संबंधित इस कोने का उद्देश्य उनसे संबंधित विभिन्न पहलुओं पर विस्तार से जानकारी प्रदान करना है।

### 4.1 ग्राहक प्रबंधन:-

ग्राहक सेवा के क्षेत्र में कुल मिलकर अधिकतम सुधार हुआ है। दो दिन की एक कार्यशाला में परिवर्तन पूरा नहीं हो सकता। ग्राहक सेवा एक विस्तृत सेवा है। कार्यशाला में विभिन्न प्रकार के अधिकारी वर्ग शामिल होते हैं। ग्राहक सेवा के संदर्भ में विचारों का आदान-प्रदान होता है। कार्यशाला सभी क्षेत्र में आयोजित की जाती है। कार्यशाला का मुख्य उद्देश्य ग्राहक सेवा में सुधार करना है।

विपणन से जुड़े विद्वान लोग इस समारोह में शामिल होकर ग्राहक सेवा विषय को संबोधित करते हैं। इससे ग्राहक सेवा में सुधार कर ग्राहकों की सेवा में वृद्धि होती है। कार्यशाला एक ऐसा मंच है कि ग्राहक सेवा अधिक बेहतर हो सकती है। कार्यशाला में प्रशिक्षण शुल्करहित दिया जाता है। ग्राहक सेवा सुधार के लिए उक्त कार्यशाला का आयोजन करना आवश्यक है।

#### 4.2 मोबाइल सेवा:-

आज प्रत्येक क्षेत्र में प्रौद्योगिकी युग ने प्रवेश किया है। प्रचार-प्रसार के माध्यम भी प्रौद्योगिकी से शुरुआत हो रही है। जैसे कंप्यूटर, मोबाइल, वाई-फाई, मोबाइल बैंकिंग आदि ने सब जगहों पर धूम मचा दी है। ग्राहक सेवा से इसका संबंध जुड़ा हुआ है। मोबाइल की सेवा न सिर्फ टेलीफोन की भूमिका निभा रहा है बल्कि शत-प्रतिशत कार्य मोबाइल द्वारा भी हो रहा है।

मोबाइल से ग्राहक सेवा तुरंत मिल रही है। जैसे खाते की शेष राशि की जानकारी चाहिए। ग्राहकों को अविलम्ब जानकारी प्रेषित की जा रही है। ग्राहक आज घर बैठे ऑनलाइन खाते कंप्यूटर के माध्यम से खोल सकते हैं। घर बैठे बैंक की पूर्ण जानकारी मोबाइल मिल रही है। ग्राहक को बैंक आने की जरूरत नहीं है। सिर्फ एक फोन कॉल करने से जानकारी के साथ कर्मचारी के खिलाफ शिकायत भी कर सकता है। इस युग ने एक अनोखी दुनिया निर्माण की है। मार्केटिंग एवं गैर व्यावसायिक क्षेत्रों में प्रौद्योगिकी का विस्तार खूब हो रहा है।

इस युग ने प्रिंट मीडिया, रेडियो या टीवी में विज्ञापन की तुलना में अधिक शामिल है। सूचना प्रौद्योगिकी आकड़ों की प्राप्ति-सूचना (इन्फोर्मेशन) संग्रह, सुरक्षा, परिवर्तन, आदान-प्रदान, अध्ययन, डिज़ाइन आदि कार्यों का निष्पादन के लिए आवश्यक कंप्यूटर हार्डवेयर एवं सॉफ्टवेयर के माध्यम से पूर्ण जानकारी ग्राहकों को तुरंत मिल जाती है।

ग्राहक सेवा के लिए कई बार प्रौद्योगिकी सूचना पर डिपेंड रहना पड़ता है। सूचना प्रौद्योगिकी, सेवा अर्थतंत्र (SERVICE ECONOMY) का आधार है। पिछड़े देशों के सामाजिक और आर्थिक विकास के लिए सूचना प्रौद्योगिकी एक सम्यक तकनीकी (APPROPRIATE TECHNOLOGY) है। गरीब जनता को सूचना-संपन्न बनाकर ही निर्धनता का उन्मूलन किया जा सकता है। सूचना-सम्पन्नता से सशक्तिकरण (EMPOWERMENT) होता है। ग्राहक सेवा में उक्त सभी साधन अभिप्रेत हैं।

भारतीय रिज़र्व बैंक की बैंकिंग लोकपाल नीति में यदि ग्राहक से प्राप्त उत्तर से संतुष्ट नहीं है या बैंक के पास शिकायत दर्ज करने के एक महीने की अवधि देकर उसे उत्तर नहीं मिला तो ग्राहक बैंकिंग लोकपाल योजना के अंतर्गत बैंकिंग लोकपाल से संपर्क कर सकते हैं। भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा बैंकिंग लोकपाल योजना का निरूपण बैंक के ग्राहकों को एक शीघ्र शिकायत निवारण व्यवस्था प्रदान करने के लिए किया गया है। योजना के अंतर्गत निर्धारित बैंकिंग सेवाओं और अन्य मुद्दों से सम्बंधित शिकायतों के समाधान के लिए यह एक संस्थागत और विधिक रूपरेखा प्रदान करता है,

बैंकिंग सेवाओं में किसी प्रकार की कमी के खिलाफ ग्राहक की शिकायत के निवारण के लिए बैंकिंग लोकपाल की नियुक्ति भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा अपने ही वरिष्ठ अधिकारियों में से की जाती है। अब तक 15 बैंकिंग लोकपाल को नियुक्त किया गया है, जिनके कार्यालय ज्यादातर राज्य की राजधानी में ही स्थित है।

#### 4.3 कूरियर सेवा:-

ग्राहक सेवा में कूरिअर सेवा का एक अलग महत्व साबित किया है. डाक से कूरिअर सेवा बेहतरीन होती है. ग्राहक कूरिअर सेवा पसंद करते हैं. कूरिअर सेवा पर ग्राहकों का विश्वास होता है. कूरिअर सेवा हर क्षेत्र में कार्यरत है. कूरिअर सेवा पर भरोसा किया जा सकता है. कूरिअर सेवा में अगर कुछ गड़बड़ हो गई तो आसानी से पता लगाया जा सकता है.

कूरिअर सेवा से पत्र महत्वपूर्ण कागजात दूसरे दिन मिल जाता है. कूरिअर सेवा द्वारा रसीद भी दी जाती है. कूरिअर सेवा आज बहुत प्रचलित हो गई है. ग्राहक सेवा करते समय स्पीड पोस्ट से कूरिअर सेवा बेहतरीन सेवा प्रदान कर रही है. कूरिअर सेवा का प्रचालन तार विभाग और डाक विभाग से कई गुना अच्छा है. बैंक में प्रेषण सेवा हेतु उक्त की सेवा का प्रयोग हो रहा है.

विशेष ग्राहकों के लिए ग्राहक सेवा बहुत आवश्यक है. पेंशनभोगी और वरिष्ठ नागरिक, बैंक अपनी सभी शाखाओं में भीड़/लोगों के प्रभावी प्रबंधन द्वारा वरिष्ठ नागरिकों और अक्षम ग्राहकों को प्राथमिकता देते हुए पहले उन्हें सेवा प्रदान करने का प्रयास करेगा. यदि वरिष्ठ नागरिक /अक्षम ग्राहकों ने बैंक में अपने मोबाइल नंबर को पंजीकृत करवाया है और एसएमएस सुविधा का लाभ ले रहे हैं तो बैंक उन्हें साप्ताहिक आधार पर एसएमएस के माध्यम से खातों में शेष राशि की जानकारी के साथ-साथ लेन-देन का विवरण भी प्रदान कर सकता है. जैसे कि एक सामान्य ग्राहक को प्रदान किया जाता है. पेंशनभोक्ताओं को वार्षिक जीवन प्रमाणपत्र जमा कने की अनुमति केवल मूल शाखा में ही नहीं बल्कि किसी भी शाखा में दी जाएगी.

## 5. वरिष्ठ नागरिक:-

पेंशनभोक्ताओं / वरिष्ठ नागरिकों में प्रतिगामी बंधक योजना के प्रति जागरूकता उत्पन्न करने हेतु बैंक प्रतिबद्ध है. वित्तीय बैंक कार्यालय का ज्यादातर स्थान वरिष्ठ नागरिकों और अक्षम लोगों के लिए सुविधाक्षम है. कार्यालयों में सभी प्रकार की सुविधा की गई है. पानी, बैठने के लिए खुर्सियां आदि की व्यवस्था की गई है. बैंक के अन्य सभी कार्यालयों में ऐसी सुविधाओं का विस्तार प्रदान करने के लिए अनुकूल रूप से संवेदनशील है.

ग्राहक सेवा के अंतर्गत दक्ष अधिकारियों की नियुक्ति की गई है. वे किसी भी शाखा में खाता खोल सकते हैं. हमारे उत्पाद उनकी व्यक्तिगत आवश्यकताओं को ध्यान में रख कर तैयार किये गए हैं. सभी शाखाएं पूर्णतः कंप्यूटरीकृत है. बैंक में तथा बैंक के परिसर में एटीएम की सुविधा उपलब्ध है.

ग्राहक खाता खोलने से पहले बैंक का जायजा लेता है. बैंक का पूर्व इतिहास जानता है. अन्य खातेदारों से परिचय लेता है. जब उसे एहसास होता है कि बैंक अच्छी सेवा प्रदान करता है. तब वह बैंक में जाकर खाता खोलता है. हर जगह पर बैंक की छबी निर्माण होती है. निर्माण हुई छबी के अनुसार ग्राहक निर्णय लेता है कि खाता खोलना उचित है या नहीं. बैंक का हर कर्मचारी अपने बैंक के बारे में सोचता है.

ग्राहकों को अच्छी सेवा देने से ग्राहक बैंक को कभी नहीं भूलता. प्रभावी सेवा ग्राहकों को स्थायी बनाए रखता है. ग्राहक बैंक का आकर्षक स्लोगन और रंगीन पत्रिका नहीं देखता बल्कि उसे प्रदान की जा रही शीघ्र एवं प्रभावी सेवा के लिए आता है.

### 5.1 व्यवहार:-

वर्तमान समय में बैंक मुख्य रूप से समाज की वित्तीय एवं गैर-वित्तीय सेवा आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु कार्यरत संस्था है. कहा जाता है कि बैंकिंग कारोबार में ग्राहक सेवा का केन्द्रीय स्थान है.

ग्राहक सेवा क्या है? इसका कार्य अनुकूल, प्रभावी एवं सहायक ढंग से उच्चस्तरीय सेवा प्रदान करना एवं इसका आशय यह है कि ग्राहकों से किये गए सभी लेन-देनों के दौरान उनके साथ मर्यादा, सम्मान और विनम्रता से व्यवहार किया जाए. इसको प्रभावशाली बनाने के लिए वित्तीय संस्था ने ग्राहकों की शंकाओं के निवारण हेतु एक केंद्रीकृत ग्राहक सेवा केंद्र की स्थापना की है. यह केंद्र सक्रीय रूप से यह प्रयास करता है कि ग्राहकों की शंकाओं तथा शिकायत का प्रभावी रूप से निपटान किया जा सके.

ग्राहक सेवा को विश्व स्तर पर पहुंच को बढ़ाना. ग्राहक सेवा हेतु निरंतर प्रयास करना. ग्राहक सेवा में नैतिकता, पारदर्शिता एवं जवाबदेही तरीके से कार्य करते हुए कॉर्पोरेट अभिशासन के लिए आदर्श मॉडल बनाना. ग्राहक सेवा हेतु प्रतिबद्ध रहना.

ग्राहक सेवा सिद्धांत के लिए सुनियोजित ग्राहक सेवा के साथ यह जरूरी है कि वह अच्छे ढंग से दी जाने वाली वित्तीय संस्था की ग्राहक सेवा नीति ग्राहक आनंद सुनिश्चित करने का प्रयास कराती है और इसीलिए यह कई सिद्धांतों पर आधारित है.

ग्राहक की आवश्यकता की पूर्ति यथाशीघ्र की जानी चाहिए. अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करने में सबसे बड़ी बाधा ग्राहक के अनुरोध पर कार्रवाई करने में हुई देरी होती है. समय पर काउंटर -सेवाओं का खुलना और बैंकिंग कारोबार की शुरुआत तथा कारोबार समय के दौरान अबाधित सेवा प्रदान करना ही अच्छी ग्राहक सेवा का आंतरिक पक्ष है.

## 5.2 पारदर्शिता:-

बैंक द्वारा ग्राहकों को प्रदान की गई सूचना तथ्यपरक, सटीक और सुस्पष्ट होनी चाहिए यदि परिवर्णी (एक्रोनिम्स) शब्दों का प्रयोग किया गया है तो ग्राहकों को उसका मतलब बताया जाए. किसी सूचना के सही होने से विषय में यदि कोई सन्देह हो तो उसे जारी करने से पहले विवरणी की जाँच कर उसे ऑथोराइज्ड किया जाए.

बैंक की मौजूदा नीति के अनुसार ग्राहकों को उनके प्रश्नों एवं शिकायतों के उत्तर में स्पष्ट और सटीक



**सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया**  
Central Bank of India

1911 से आगे के लिए केंद्रित "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



प्रधानमंत्री जन धन योजना



भारत सरकार

**सभी जनधन खाताधारक, अब बीमा का भी लाभ उठायें.**  
भारत सरकार की पीएमएसबीवाई एवं पीएमजेजेबीवाई योजनाओं में  
आज ही नामांकन करने के लिए हमारी निकटतम शाखा में आइये

**विशेषताएं :**

**प्रधान मंत्री सुरक्षा बीमा योजना ( पीएमएसबीवाई )**

- मात्र रु. 12 प्रति वर्ष पर रु. 2 लाख का दुर्घटना बीमा
- यह दुर्घटना में, मृत्यु, पूर्ण दिव्यांगता एवं आंशिक दिव्यांगता को कवर करता है
- प्रीमियम रु. 12/- प्रतिवर्ष है
- आयु सीमा रु.18 से 70 वर्ष

**प्रधान मंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना ( पीएमजेजेबीवाई )**

- रु. 330 प्रति वर्ष पर रु. 2 लाख का जीवन बीमा
- सावधि जीवन बीमा
- प्रीमियम रु. 330/- प्रतिवर्ष है
- आयु सीमा रु. 18 से 50 वर्ष तक है, जिसका 55 वर्ष तक नवीकरण कराया जा सकता है.

अधिक जानकारी हेतु हमारी निकटतम शाखा या बीसी पॉइंट में आइये

[www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)



सूचना प्रदान करना आवश्यक है. पारदर्शिता उत्तम ग्राहक सेवा की आधारशिला का निर्माण करते हैं. ग्राहक सेवा और ग्राहक संतोष स्थिर अवधारणा नहीं है. बदलते समय और ग्राहकों की अपेक्षाओं के स्तर में परिवर्तन के साथ यह अवधारणा भी बदलती रहती है. अब तक जिसे संतोषजनक ग्राहक सेवा माना जाता था, वैश्विक प्रतिस्पर्धा बाजार के संदर्भ में अब उसे असंतोषजनक समझा जा सकता है. ऐसा नहीं है कि एक बार जिस ग्राहक को उचित आदर दिया गया हो, उसे अगली बार अनदेखा किया जाए.

उत्तम ग्राहक सेवा एक अंतहीन प्रक्रिया है. ग्राहकों के सुझाव महत्वपूर्ण हो तो उसपर विचार करने के उपरांत कार्यान्वित भी किए जा सकते हैं. पारदर्शिता से ग्राहकों के मन में शंकाएँ नहीं होती. अतः वे बैंक के प्रति विश्वास को बनाएँ रखते हैं.

### 5.3 वित्तीय समावेशन:-

वित्तीय समावेशन के वंचित और कम आय वाले समूहों के लिए एक सस्ती कीमत पर बैंकिंग सेवाओं की उपलब्धता है. भारत में वित्तीय समावेशन की बुनियादी अवधारणा या किसी भी बैंक के साथ एक मौजूदा खाते की बचत हो रही है. वास्तविकता में यह ऋण बीमा सेवाओं में भी शामिल है.

वित्तीय समावेशन में गरीबों को सुलभ बनाना था. उक्त खाते में शून्य या न्यूनतम शेष राशि होनी चाहिए जो गरीबों के लिए काफी फायदेमंद साबित हुए. वित्तीय समावेशन मुख्य रूप से गरीब जो औपचारिक वित्तीय संस्थागत समर्थन और उन्हें स्थानीय साहूकारों के चंगुल से बाहर नहीं हो रही हैं. इस पर ध्यान केन्द्रित किया गया कि वित्तीय समावेशन के तहत खाताधारकों को रुपये कार्ड का वितरण भी किया गया. उक्त खाता खोलने के लिए भारतीय रिज़र्व बैंक के दिशानिर्देश के अनुसार केवाईसी मानदंडों (अपने ग्राहकों का पता) अनिवार्य किया गया था. बैंक द्वारा यह एक बेहतरीन सेवा का मौका था जो बैंक अच्छी तरह से निभाया गया है.

वित्तीय समावेशन का सपना पूरा करने के लिए आज भी कर्मचारी वर्ग सेवा कर रहा है. बैंकों की वित्तीय लाभ और उत्पाद जो कम आय वर्ग के लिए फायदेमंद होते हैं के बारे में उपभोक्ताओं को शिक्षित करने के लिए अपनी क्षमता का दोहन करने के लिए एक महान कदम साबित हुआ. गरीबी दूर करने के लिए वित्तीय समावेशन एक अनोखा उपक्रम है. इस महान लक्ष्य को हासिल करने के लिए सरकार ने एक कम परिप्रेक्ष्य वातवरण में बैंकों के लिए कम आय वाले उपभोक्ताओं तक पहुंचाने के लिए कदम उठाया है. इस सरल प्रक्रिया को जो सभी एक साथ खातों में रु.50,000/- से अधिक संतुलन रखने का इरादा करने के लिए उपलब्ध है. बैंक कर्मचारी द्वारा गरीब लोगों को अर्थजगत में लाने के लिए जो मेहनत की है. वह राष्ट्र के हित में बेजोड़ है. अच्छी ग्राहक सेवा देने के लिए पहल की जानी चाहिए. सभी शाखाओं में ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवा प्रदान करने के लिए इन दिशानिर्देश को अपनाया गया है - पर्याप्त स्थान, समुचित फर्नीचर, पीने योग्य पानी आदि सुविधाओं को सुनिश्चित करके आधारभूत सुविधाएं प्रदान करना और साथ ही पेंशनभोक्ता, वरिष्ठ नागरिकों को, अक्षम व्यक्तियों आदि को विशेष महत्व देना.

### 6. सहायता:-

यह सुनिश्चित करना है कि हमारे बैंक की सभी शाखाएं निर्धारित समय पर खुलें और सम्पूर्ण कारोबार समय तक परिचालित रहें. बड़ी शाखाओं में नियमित "क्या मैं आपकी सेवा कर सकता हूँ" काउंटर के साथ अलग 'पूछ-ताछ' काउंटर उपलब्ध करना. सभी काउंटर्स पर, अंग्रेजी, हिंदी के साथ-साथ सम्बंधित क्षेत्रीय

भाषा में संकेतक बोर्ड प्रदर्शित करना, हमारा यह भी प्रयास रहेगा कि अर्ध-शहरी एवं ग्रामीण शाखाओं में, सम्बंधित क्षेत्रीय भाषा में कारोबार पोस्टर दिए जाये.

ग्राहकों को भेजे गए पत्रादि सहित बैंक द्वारा ग्राहकों के साथ कारोबारिक लेन-देन में हिंदी या क्षेत्रीय भाषा का प्रयोग करना. कर्मचारी ग्राहक को उचित ढंग से जवाब दे रहा है या नहीं और उनके लेन-देन निष्पादन में उन्हें आवश्यक सलाह/मार्गदर्शन प्रदान किया जा रहा है या नहीं, यह सुनिश्चित करने के लिए ग्राहक पहुंच बिन्दुओं पर आवधिक रूप से रहस्यमयी (मिस्ट्री) शॉपिंग अभ्यासों का आयोजन किया जाता है.

जनता और कर्मचारियों में भरोसा जगाने के लिए शाखाओं को मौजूदा सुरक्षा प्रणाली की समीक्षा और सुधार करना. कर्मचारियों द्वारा पहचान पत्र पहनना जो उनकी फोटो, नाम और पदनाम प्रदर्शित करता है. कार्य-आवर्तन सुनिश्चित करने के लिए आवधिक डेस्क परिवर्तन करना जरूरी है.



## 6.1 प्रशिक्षण- ग्राहक सेवा का अनिवार्य अंग

स्टाफ को ग्राहक सेवा उन्मुख प्रशिक्षण बैंकिंग के तकनीकी क्षेत्रों और सेवा प्रदान करने के स्थान पर स्टाफ को उत्पाद की जानकारी का प्रशिक्षण देना. शाखाओं द्वारा प्रदान की जा रही सेवा की गुणवत्ता के स्पॉट अध्ययन हेतु आवधिक अंतरालो पर नियंत्रण कार्यालयों और मुख्यालयों के वरिष्ठ अधिक्रियाओं द्वारा शाखाओं के दौरे करना. नियमित अंतरालो पर ग्राहक सर्वेक्षण संचालित करना. ग्राहक सेवा को उन्नत बनाने के लिए कार्रवाई के मुद्दे अभिनिर्धारित करने हेतु विभिन्न वर्ग के ग्राहकों के साथ बातचीत करने के लिए ग्राहक संपर्क कार्यक्रमों और आवधिक बैठकों का आयोजन करना. उत्पाद एवं सेवा अनुमोदन प्रक्रिया का होना. ऐसे अधिकारियों की नियुक्ति करना जो यह सुनिश्चित करें कि नीति के प्रयोजन की परिणति वास्तविक कार्यवाही में हो सके. विविध बैंकिंग लेन-देन/सेवाओं के लिए समय मानदंड प्रदर्शित करना. बैंक के पास ग्राहक शिकायत/पूछताछ दर्ज करने के लिए ग्राहक अनुकूल फॉर्म भी है जिसे बैंक की वेबसाइट पर भी दिया गया है. इसके अतिरिक्त, मुख्य शिकायत निवारण अधिकारी का संपर्क विवरण भी बैंक की वेबसाइट [www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in) पर उपलब्ध किया गया है.

### 6.2 शिष्टाचार:-

बैंक के कर्मचारियों का शिष्ट व्यवहार, शाखा में आए अभ्यागत की न्यूनतम अपेक्षा होती है. अतः सबसे पहले प्रत्येक ग्राहक से शिष्ट व्यवहार किया जाए, चाहे बैंक उसकी आवश्यकताओं की पूरा करने की स्थिति में हो या न हो. समस्त परिस्थितियों में शिष्टाचार का प्रदर्शन किया जाए, विषम स्थिति में भी, जहाँ ग्राहक के बर्ताव में उसी प्रकार की शिष्टता न दिखाई दें. कर्मचारियों की भाषा, चाल-ढाल एवं व्यवहार में सदैव विनम्रता होनी चाहिए.

ग्राहकों की कठिनाईयों का पूर्वानुमान लगाकर उसका मार्गदर्शन करना प्रदर्शित करता है कि बैंक को उनका खयाल है और बैंक भी उनके बारे में उतना ही फिक्रमंद है. ग्राहक सेवा का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है. ग्राहकों के साथ प्रभावी संवाद होना चाहिए. हर बैंक ग्राहकों के मतों एवं सुझावों का स्वागत करता है.

यदि सुझाव व्यवहार्य हो तो स्वीकृत किया जाता है. शिष्टाचार से ग्राहकों के मन में स्टाफ के प्रति आदरभाव होता है.

### 6.3 उत्पाद एवं सेवा:-

ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए बैंक विविध उत्पाद एवं सेवाएँ उपलब्ध कराता है. नए उत्पाद की शुरुआत करने के साथ-साथ ही बैंक निरंतर बाजार की स्थिति एवं सभी अंशधारकों से प्राप्त प्रतिपुष्टि के आधार पर मौजूदा उत्पादों में सुधार लाने के भी प्रयास करता है. इस प्रयोजन के लिए एक अलग उच्च अधिकारप्राप्त समिति का गठन किया गया, जिसमें बैंक के वरिष्ठ कार्यपालक भी शामिल होते हैं. यह समिति बैंक के नए उत्पाद को अनुमोदित कराती है तथा ग्राहकों को प्रस्तावित किए जानेवाले उत्पादों की भी आवधिक समीक्षा कराती है. बैंक द्वारा प्रस्तावित सभी उत्पादों एवं सेवाओं का विवरण ग्राहकों को दिया जाता है. सभी उत्पाद ग्राहकों के लिए बनाए गए हैं.

ग्राहक सेवा किसी सामान को खरीदने के बाद उसके उपयोग करने या उससे जुड़ी किसी भी परेशानी हेतु सहायता करने हेतु होता है. यह किसी भी प्रकार के समान से जुड़ी समस्या या प्रश्न हेतु होता है, जिसमें

कोई भी व्यक्ति जो उस सामान को खरीदना चाहता है या खरीद चुका है, वह इस सेवा का उपयोग कर सामान से जुड़ा कोई प्रश्न पूछ सकता है या उससे जुड़ी समस्या बता कर सहायता प्राप्त कर सकता है.

ग्राहक सहायता मुख्यतः ग्राहक सेवा के नाम से जाना जाता है. इसमें ग्राहक सेवा प्रतिनिधि किसी ग्राहक को उनके लिए सही उत्पाद का सही तरह से उपयोग करने आदि के बारे में बताते हैं. इसमें उसकी योजना, स्थापित करना, प्रशिक्षण, परेशानी के बारे में और उसे ठीक करना आदि के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं. कई बार इसमें ग्राहक के पास जा कर भी उसकी सहायता की जाती है. बैंकिंग सेवाएं भी मुख्यतः ग्राहक सेवा पर आधारित हैं.

बैंकिंग उद्योग भारतीय अर्थव्यवस्था के सबसे महत्वपूर्ण स्तंभों में से एक है. बैंकिंग उद्योग मुख्य रूप से एक सेवा क्षेत्र (service sector) है जिसमें ग्राहक राजा है. किसी भी सेवा क्षेत्र की तरह, बैंकिंग उद्योग भी मुख्य रूप से अपने ग्राहकों पर निर्भर करता है, चाहे वह ग्राहक कोई कॉर्पोरेट यूनिट हो या ग्रामीण क्षेत्र का कोई व्यक्ति. किसी भी अन्य ग्राहक-केंद्रित व्यवसाय मॉडल (customer-centric business model) की तरह, बैंकों को भी अपने ग्राहकों को बनाए रखने के लिए उन्हें गुणवत्तापूर्ण सेवाएं प्रदान करनी होती हैं. बैंकिंग सेवाओं और संपूर्ण बैंकिंग उद्योग के महत्व को ध्यान में रखते हुए, बैंक कर्मचारियों द्वारा अपने ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली सेवाएं भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए बड़े मायने में और भी महत्वपूर्ण हो जाती हैं.

यदि हम ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली बैंकिंग सेवाओं की बात करें तो बैंक के कर्मचारी इस मामले में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. उन्हें ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवाएँ तो प्रदान करनी ही होती हैं बल्कि यह भी सुनिश्चित करना होता है कि वे अपने ग्राहकों की अपेक्षाओं / आवश्यकताओं को पूरा करें. ऐसा करने के लिए, बैंक कर्मचारियों को प्रमुख ग्राहक सेवा कौशल (core customer service skills) विकसित करने की आवश्यकता होती है जो उन्हें अपने ग्राहकों को सर्वोत्तम संभव तरीके से बैंकिंग सेवाएँ उपलब्ध कराने में मदद करती हैं. बैंक के सभी कर्मचारियों में ग्राहक सेवा कौशल को विकसित किया जाना चाहिए ताकि वे अपने ग्राहकों को निर्बाध, यादगार और प्रफुल्लित बैंकिंग अनुभव प्रदान कर सकें.

वर्तमान समय में बैंकिंग का स्वरूप पूरी तरह बदल चुका है. भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा दिनोंदिन बढ़ती ही जा रही है. तकनीकी विकास के साथ साथ ग्राहकों की अपेक्षाएं भी बढ़ती जा रही हैं. इस गला काट प्रतिस्पर्धा के बीच सर्वश्रेष्ठ तकनीक और बेहतरीन ग्राहक सेवा ही व्यवसाय में लंबे समय तक टिकने का माध्यम है. इन दो पहलुओं पर थोड़ी सी भी लापरवाही से बैंक को नुकसान हो सकता है. आज ग्राहकों के पास विकल्पों की कमी नहीं है. विदेशी बैंक और निजी बैंक पहले से ही उन्नत तकनीक से लैस हैं. उनकी शाखाओं और कार्यालयों की संख्या भी सरकारी बैंकों की तुलना में बहुत कम है इसलिए उनकी ग्राहक सेवा का स्तर बहुत अच्छा है. ग्राहकों को उत्तम एवं कुशल ग्राहक सेवा प्रदान करने से ही बैंक व्यवसाय क्षेत्र और ग्राहकों में अपनी पहचान बना सकता है.

श्रेष्ठ ग्राहक सेवा हेतु कुछ प्रमुख बिन्दु हैं जिनका अनुसरण करने से ग्राहक सेवा का स्तर अवश्य ही बेहतर हो सकता है.

ग्राहकों की समस्याओं तथा शिकायतों का संतोषजनक समाधान.

ग्राहक द्वारा अपेक्षित सभी सूचनाओं को शीघ्र प्रदान करना.

ग्राहकों के खातों की गोपनीयता बनाए रखना

कर्मचारियों, विशेष तौर पर काउंटर पर बैठने वाले कर्मचारियों में शालीनता एवं विनम्रता होना.

काउंटर पर बैठने वाले कर्मचारियों को ग्राहक संबंध प्रबंधन पर विशेष प्रशिक्षण देना.

ग्राहकों को उनकी आवश्यकतानुसार योजनाओं को बताना.

सभी योजनाओं की जानकारी उद्यतन रखना.

योजनाओं से संबन्धित प्रचार सामग्री तैयार रखना.

शाखा का परिवेश ग्राहक के अनूकूल रखना.

शाखा परिसर स्वच्छ, आरामदेह रखना.

सर्वश्रेष्ठ तकनीक का इस्तेमाल करना.

ग्राहक को अनावश्यक रूप से प्रतीक्षा कराने से बचना

ग्राहक की हर शंका /प्रश्न का संतोषजनक उत्तर देना.

तृतीय पक्ष उत्पाद लेने के लिए विवश करना.

ग्राहकों से सौजन्यतापूर्ण व्यवहार करना.

ग्राहकों के बैठने की समुचित व्यवस्था और अन्य सुविधाएं जैसे पीने का शीतल जल, पर्याप्त स्टेशनरी इत्यादि उपलब्ध कराना.

एकल काउंटर पर संतोषजनक ग्राहक सेवा उपलब्ध कराना.

7. निष्कर्ष:-

ग्राहक सेवा के 10 अनुपम नियम

ग्राहक राजा है.

ग्राहकों का हर समय आदर करें.

ग्राहक बैंक पर निर्भर नहीं है.

ग्राहक के माध्यम से कर्मचारीगण को वेतन मिलाता है.

ग्राहक आने से कर्मचारी के काम में बाधा नहीं आती.

ग्राहकों के पास अनेक पर्याय खुले हैं.

ग्राहकों के साथ शालीनता व नम्रता से बात करें.

ग्राहकों की शिकायत एवं समस्या पर ध्यान दें.

ग्राहकों को बैठने के लिए आसन प्रदान करें.

बैंक का विकास/वृद्धि/उन्नति ग्राहकों के आगमन से होता है.

उपर्युक्त के अतिरिक्त ऐसे कई अन्य बिन्दु भी हैं जो ग्राहक सेवा को बेहतर बनाते हैं. आज के दौर में यह

बहुत आवश्यक हो गया है कि ग्राहक सेवा प्रदान करते समय एक प्रोफेशनल की तरह पेश आएंगे। बैंकों का अस्तित्व ही ग्राहकों पर टिका है। यदि नींव ही कमजोर होगी तो अस्तित्व बनाए रखना मुश्किल होगा। व्यवसाय में टिके रहने के लिए चुनौतियों का सामना करने के लिए तैयार रहना होगा। ग्रामीण एवं अर्द्ध-शहरी क्षेत्रों के ग्राहक तकनीक से बहुत ज्यादा परिचित नहीं होते हैं। ऐसे ग्राहकों को उचित प्रशिक्षण देकर जागरूक करना होगा। वित्तीय साक्षरता के माध्यम से अधिक से अधिक जनता को बैंकिंग सुविधाओं की परिधि में लाना होगा।

भारतीय रिजर्व बैंक भी जनता को बेहतर ग्राहक सेवा उपलब्ध करने के लिए तत्पर है। भारतीय रिजर्व बैंक ने अपने यहां ग्राहक सेवा विभाग की स्थापना भी की है। यह विभाग ग्राहक सेवा के संबंध में समय समय पर दिशानिर्देश जारी करता है तथा ग्राहकों की शिकायतों के शीघ्र निपटान हेतु कदम भी उठाता है।

आज आवश्यकता है ग्राहकों की अपेक्षाओं का अनुमान लगाना और उनकी अपेक्षाओं एवं आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पाद तैयार करना। आज रिटेल बैंकिंग, टेली बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, डिजिटल बैंकिंग, तत्काल बैंकिंग, डोर-स्टेप बैंकिंग इत्यादि नए आयाम बैंकिंग क्षेत्र में हैं। ग्राहक सेवा को इन सभी आयामों के साथ कदम से कदम मिलाकर चलना होगा। एक संतुष्ट ग्राहक कदाचित बैंक को नया व्यवसाय न भी दे पाए लेकिन एक असंतुष्ट ग्राहक कई भावी ग्राहकों को आने से रोक सकता है।

आधुनिक तकनीक और मानव संसाधन की पूरी क्षमता का उपयोग करते हुए उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान की जा सकती है। हमें सर्वश्रेष्ठ तकनीक के साथ साथ मानव संसाधन को भी ग्राहक सेवा में प्रशिक्षित करना होगा ताकि वे ग्राहकों का उचित आदर एवं सम्मान करें।

# आज़ादी का अमृत महोत्सव



**सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया**  
Central Bank of India

1811 में आरंभ किया "केन्द्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



**NETC FASTag**  
NATIONAL ELECTRONIC TOLL COLLECTION EASY TO CRUISE



75  
आज़ादी का  
अमृत महोत्सव

## निर्बाध गति के लिए सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया फास्टेग

सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया की नजदीकी शाखा में आकर फास्टेग का आवेदन कीजिये अथवा बैंक की वेबसाइट (centralbankofindia.co.in) इंटरनेट बैंकिंग वेबसाइट (पी लॉगइन) (www.centralbank.net.in) सेन्ट्रल मोबाइल एप (पी लॉगइन) में दिये गए लिंक Apply for FASTag पर क्लिक करें।

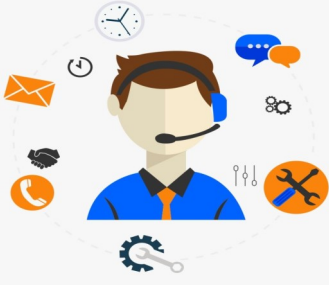


(१) टोल भुगतान के लिए नकदी रहित, अत्यधिक सुरक्षित एवं सुविधाजनक। (२) आज टोल प्लाज़ा से निकलें और अगले दिन (टी+१) भुगतान करें। (३) अपने खाते को NETC FASTag से जोड़ें और निश्चित हो जायें।

**मुख्य आकर्षण**

(१) ऑटो टॉपअप सुविधा | (३) अलग से राशि रखने की जरूरत नहीं  
(२) धारित राशि पर ब्याज अर्जित करें | (४) राशि अगले दिन (टी+१) में नामे होगी

[www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)



## बैंकों में ग्राहक सेवा : उच्च स्तरीय मानदंड अपनाना

भारत सरकार एवं भारतीय रिज़र्व बैंक समय-समय पर बैंकों में ग्राहक सेवा के उच्चस्तरीय मानदंड अपनाने के लिए परिपत्र-पत्र के माध्यम से निर्देश प्रदान करते रहे हैं. इस सम्बंध में बीसीएसबीआई में भी बैंकों को ग्राहक सेवा से सम्बंधित मानदंडों के बारे में विस्तार से वर्णन दिया गया है और भारतीय बैंकों से अपेक्षित है कि वे इनका अक्षरसः अनुपालन सुनिश्चित करें.

इस सम्बंध में उल्लेखनीय है कि बीसीएसबीआई ने बैंकों में ग्राहक सेवा के बारे में जागरूकता को बढ़ाने में अहम भूमिका निभाई है. ग्राहकों के प्रति बैंकों की वचनबद्धता-संहिता और सूक्ष्म तथा लघु उद्यमों के प्रति बैंकों की वचनबद्धता संहिता इन दोनों संहिताओं में बीसीएसबीआई द्वारा बैंकों में ग्राहक सेवा के न्यूनतम सामान्य मानक निर्धारित किए गए.

बीसीएसबीआई द्वारा निगरानी की जाती है कि सदस्य बैंकों द्वारा इन संहिताओं का अनुपालन किया जाता है और इसे पूरा करने के लिए बीसीएसबीआई के प्राधिकृत प्रतिनिधियों द्वारा कुछ प्रतिनिधि शाखाओं का दौरा किया जाता है. इस प्रकार बीसीएसबीआई इन बैंकों की मदद उन परिपाटियों के अनुपालन पर स्वतंत्र समीक्षा और फीडबैक देकर करता है, जो परिपाटियां बैंकों ने स्वयं के लिए निर्धारित की हैं. वर्ष 2013 से ही बीसीएसबीआई द्वारा शाखाओं के दौरों और ग्राहकों के फीडबैक से मिले इनपुट के आधार पर संहिता अनुपालन के सम्बंध में बैंकों की रेटिंग की जाती रही है. इस रेटिंग में इन संहिताओं के खास प्रावधानों को लागू करने के स्तर को बताया जाता है, जो बैंक में ग्राहक के साथ प्रथम संपर्क स्थल पर होता है. अब इन रेटिंग को जनता के समक्ष प्रस्तुत करने का मंतव्य है, ताकि पारदर्शिता को बढ़ाया जा सके, जनता को जागरूक किया जा सके और सदस्य बैंकों के बीच ग्राहक सेवा क उच्चतर स्तर को प्राप्त करने हेतु स्पर्धा की भावना पैदा की जा सके; हालांकि रेटिंग का अवलोकन करने से यह प्रकट नहीं होता है कि बैंकों की ग्राहक सेवा रेटिंग में कोई खास सुधार हुआ है. बीसीएसबीआई द्वारा रेटिंग किए गए 46 बैंकों में से केवल 12 बैंकों को कार्यनिष्पादन की दृष्टि से 'उच्च' रेटिंग मिली, जबकि 24 को औसत से ऊपर मिली और 10 बैंकों ने 'औसत' कार्यनिष्पादन किया.

ग्राहकों के प्रति बैंकों की वचनबद्धता को संहिताबद्ध करके ग्राहक सेवा के लिए न्यूनतम मानकों की रूपरेखा तय कर देने के बावजूद हमने पाया है कि बैंकिंग लोकपाल कार्यालयों में प्राप्त हो रही शिकायतों की संख्या में बढ़ोतरी हुई है. बैंकिंग लोकपाल की स्थापना के बाद से यह देखा गया है कि विगत साल पहली बार ऐसा हुआ है कि बैंकिंग लोकपाल कार्यालयों में प्राप्त होने वाली शिकायतों की संख्या बढ़ गई है. बीसीएसबीआई द्वारा किए गए एक सर्वे में ऐसा पता चला है कि यह बढ़ोतरी सदस्य बैंकों के अग्रिम पंक्ति के स्टाफ में इन संहिताओं की समझ और अनुप्रयोग में असम्बद्धता के कारण है. ऐसा लगता है कि इन संहिताओं को अपने-अपने बैंकों में लागू करने में शीर्षस्थ प्रबंधन वर्ग की सक्रियता में भी कमी आई है. यह जरूरी है कि शीर्षस्थ प्रबंधनवर्ग भी पर्याप्त रुचि लेते हुए अग्रिम पंक्ति के स्टाफ में अधिकाधिक जागरूकता और समझ पैदा करने के लिए प्रभावी कदम उठाएं.

कुछ ऐसे उपाय हैं, जो ग्राहक सेवा के निम्नलिखित सिद्धांतों को आगे बढ़ाने में बैंकों द्वारा कार्यवाही की जा सकती है :

ए) बीसीएसबीआई द्वारा समय-समय पर बैंकिंग क्षेत्र के संगत दिशानिर्देशों, गतिविधियों को शामिल करते हुए और ग्राहकों की अपेक्षाओं को समाहित करते हुए बैंकों की वचनबद्धता संहिता की नवीकृत किया जाता है. भारतीय रिज़र्व बैंक ने 'ग्राहक-अधिकारों का चार्टर' जारी किया था, जिसमें बैंकों के ग्राहकों के संरक्षण हेतु व्यापक, परिव्यापी सिद्धांतों के रूप में बैंक-ग्राहकों के पांच मूलभूत अधिकारों की घोषणा की गई थी. तब से आईबीओ और बीसीएसबीआई द्वारा संयुक्त रूप से निरूपित से इस चार्टर के आधार पर सभी बैंकों ने 'आदर्श ग्राहक अधिकार-नीति' को स्वीकार/समाहित कर लिया है.

बी) वित्तीय समावेशन, खासकर बैंक रहित/अल्प बैंक वाले क्षेत्रों के लिए कारोबारी प्रतिनिधि (बीसी) मॉडल एक प्रमुख सुविधा प्रदाता रहा है. 'शाखा प्राधिकृतिकरण नीति को औचित्यपूर्ण बनाने' के बारे में रिज़र्व बैंक के हाल ही के परिपत्र में देश के कम-बैंक वाले क्षेत्रों में बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने में बीसी की भूमिका को स्वीकार किया गया है. बैंकिंग प्रणाली ने बीसी पर जो भरोसा किया, उस भरोसे को कुछ बीसी ने तोड़ा और अपने ग्राहकों से धोखाधड़ी की. चूंकि बीसी सामान्यतया 'वित्तीय साक्षरता' की कमी वाले लोगों को साथ व्यवहार करते हैं, इसलिए बैंकों को चाहिए कि बीसी के क्रियाकलापों पर बारीक नजर रखें. बैंकों का उन कारोबारी प्रतिनिधियों का स्वामित्व लेना होगा, जिन्हें वे नियोजित करते हैं और जिन मामलों में ये लोग शामिल हैं. उनसे जुड़ी शिकायतों का निपटारा करने उचित व्यवस्था करनी होगी.

सी) भारत सरकार के अध्यादेश का अनुसरण करते हुए भारतीय रिज़र्व बैंक ने हाल ही में 'सूक्ष्म, लघु और मध्यम उद्यमों के पुनरुत्थान और पुनर्वसन हेतु व्यवस्था' विषय पर दिशानिर्देश निर्धारित किए हैं ताकि एमएसएमई के खातों पर पड़ रहे दबाव का जल्दी से समाधान किया जा सके. इस व्यवस्था के तहत 25 करोड़ रुपये तक की ऋण सीमा वाली एमएसएमई का पुनरुत्थान और पुनर्वासन करने की कल्पना की गई है. इसके अलावा अपने जीवन-चक्र के दौरान वित्तीय कठिनाइयों का सामना कर रही एमएसएमई को समय रहते वित्तीय सहायता प्रदान करने की दृष्टि से रिज़र्व बैंक ने बैंकों को सूचित किया है कि वे अपनी ऋण देने की अपनी विद्यमान नीतियों की समीक्षा करें और उनमें अन्य तथ्यों के साथ-साथ सावधि-ऋणों के मामले में समर्थक क्रेडिट सुविधा, अतिरिक्त कार्यशील पूंजी सीमा की मंजूरी के लिए प्रावधानों और नियमित कार्यशील पूंजी सीमाओं की मध्यावधि समीक्षा और क्रेडिट-निर्णयों की समयबद्धता को प्रावधान करें.

डी) बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक-शिकायत निवारण व्यवस्था कई प्रकार की संरचनागत असंगतियों से ग्रस्त दिखाई देती है. बैंकों में पीसीसीओ और आईबीओ जिस तरह से परिचालन करते हैं, उसमें भूमिका को स्पष्ट करने और तालमेल बनाने की काफी गुंजाईश है. सदस्य बैंकों में पीसीसीओ का कार्य बीसीएसबीआई के लिए नोडल संपर्क स्थल की तरह है और बैंकों में सभी स्तरों पर इस संहिता के कार्यान्वयन की निगरानी करने हेतु बीसीएसबीआई की विस्तारित भुजा के तौर पर कार्य कर रहे पीसीसीओ को अधिक संरक्षक भूमिका निभानी चाहिए. इसके लिए जरूरी है कि पदानुक्रम में पीसीसीओ पर्याप्त रूप से वरिष्ठ हो और सीधे ही सीईओ/बोर्ड की ग्राहक सेवा समिति को रिपोर्ट करें. यह भी देखा जा रहा है कि बैंकों में आंतरिक बैंकिंग लोकपाल के कार्यालय स्थापित हुए हैं; परंतु वे भी कोई प्रभावी मंच नहीं बन पाये हैं. आईबीओ कार्यालय को संस्थागत रूप देने का प्रयास यह सुनिश्चित करने के लिए था कि अधिकांश शिकायतों को बैंक के स्तर पर ही निपटा दिया जाए. आईबीओ कार्यालय एक तरह से सर्वोच्च प्राधिकारी



है, जिसके पास सीमा अनसुलझी/आंशिक रूप से सुलझाई गई शिकायतों को लाया जा सकता है और फिर शिकायतकर्ता को अंतिम फैसला दिया जा सकता है. ग्राहक को केवल उन्हीं मामलों में बैंकिंग लोकपाल के पास जाने की जरूरत होनी चाहिए, जिन मामलों के समाधान से वह असंतुष्ट हो. बीओ के पास पहुंचने वाली शिकायतों में लगातार बढ़ती होने से ऐसा मालूम पड़ता है कि आईबीओ बहुत प्रभावी नहीं है या फिर प्रबंधन वर्ग ने इन्हें पर्याप्त शक्ति नहीं दी है.

बैंकों को चाहिए कि वह एक ऐसी दक्ष तकनीकी व्यवस्था के लिए कुछ निवेश करे, जो न केवल शिकायतों का समेकन और शिकायतों की निगहबानी करे बल्कि प्राप्त हुई विभिन्न शिकायतों के मूल कारणों का विश्लेषण भी करे, इससे एक सक्रिय संरक्षक कार्रवाई संभव हो सकेगी. पीसीसीओ और आईबीओ मिलकर ऐसे क्षेत्रों की शिनाख्त करे, जहां अग्रिमपंक्ति के स्टाफ को परिचालन संबंधी स्पष्ट अनुदेश चाहिए, तथा उन्हें प्रशिक्षण/सतत सहायता प्रदान की जाए. ऐसे परिदृश्य में यह निहायत ही महत्वपूर्ण है, जहां स्टाफ अलगाव/स्टाफ रोटेशन उल्लेखनीय रूप से बढ़ चुका है. प्रौद्योगिकी समर्थित प्रायः पूछे गए सवालों के लिए प्लेटफॉर्म हेतु भी निवेश किया जा सकता है ताकि ग्राहकों के सवालों के लिए अग्रिम पंक्ति का स्टाफ वहां परामर्श करे और ग्राहकों को गलत जानकारी देने से बचा जाए.

ई) पिछले कई वर्षों में बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने में प्रौद्योगिकी का प्रयोग बढ़ता गया है. हालांकि इसके साथ सुरक्षा संबंधी कुछ जोखिम भी आ गए हैं, जो इस बात से स्पष्ट हैं कि विगत समय में कुद काफी बड़े सायबर-अपराध हुए हैं. व्यक्तिगत जानकारी की चोरी, एटीएम के जरिए धोखाधड़ी, नेट बैंकिंग धोखाधड़ी, एटीएम/डेबिट कार्ड जालसाजियां या बैंक के सर्वर तक अप्राधिकृत पहुंच जैसी कई घटनाएं हुई हैं. इसलिए तत्काल जरूरत इस बात की है कि तकनीक-सक्षम सेवा प्रदान करने में सभी खामियां और कमजोरियों को दूर किया जा सके.

डिजिटल बैंकिंग पर अधिकाधिक जोर, खासकर निर्दिष्ट बैंक नोटों की विधिमान्य हैसियत समाप्त करने के कारण पैदा हुई स्थिति और अप्राधिकृत / कपटपूर्ण लेनदेन से संबंधित शिकायतों में बढ़ती को देखते हुए यह जरूरी हो गया है कि ग्राहकों की देयता को सीमा करने हेतु समेकित नीति बनाने की जरूरत को नजर अंदाज नहीं किया जा सकता है. भारतीय रिज़र्व बैंक ने 'ग्राहक संरक्षण-अप्राधिकृत इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग लेनदेन में ग्राहकों की देयता को सीमित करना' - विषय पर प्रारूप परिपत्र पहले ही जारी किया है और सम्बद्ध स्टेकधारकों से प्राप्त फीडबैक के आधार पर शीघ्र ही अंतिम दिशानिर्देश जारी किए जाने की संभावना है. दिशानिर्देशों की बाध्यता को देखते हुए बैंकों के लिए यही विवेकपूर्ण होगा कि वे अपनी आईटी सुरक्षा प्रणाली और संचालन पद्धति को आंतरिक रूप से मजबूत बनाएं ताकि शिकायतों को कम किया जा सके. यहां गौरतलब है कि यद्यपि न्यूनतम औसत शेषराशि का अथवा प्रीमियम सेवाओं के लिए शुल्क का निर्धारण करने के लिए बैंकों को स्वायत्ता दी गई है, लेकिन इस बहाने से आम आदमी को सेवा देने से मना करना या उसे दूर नहीं रखा जाए.

एफ) बैंकिंग के क्षेत्र में नई गतिविधियों को देखते हुए बीसीएसबीआई को ऐसे क्षेत्रों का निरूपण सक्रियतापूर्वक करना होगा, जिनमें इन संहिताओं के संशोधन और इनको समवर्ती बनाने की जरूरत है. बैंकों को चाहिए कि वे आगामी वर्ष में ग्राहक सेवा कार्यसूची निर्धारित करें और पीसीसीओ के लिए विशेष तौर पर कुछ कार्य रखे जाएं. इसके लिए कुछ सुझाव निम्नानुसार दिए जा सकते हैं :

पूछताछ के लिए एक पोर्टल संचालित करने का कार्य अग्रिम पंक्ति के अनुभवहीन स्टाफ के लिए उपयोगी होगा, विशेषतौर पर अधिकाधिक रोटेशन को देखते हुए. ऐसा करने से वे सक्षम बनेंगे और वे गलत

जानकारी देने से बचेंगे तथा सही जानकारी प्रदान करेंगे.

सूक्ष्म और लघु-उद्यमों के प्रति बैंक की वचनबद्धता संहिता को नवीनतम बनाते समय इसमें एमएसएमई के पुररुत्थान और पुनर्वसन व्यवस्था तथा जीवनचक्र के दौरान वित्त व्यवस्था के प्रति बचनबद्धता को शामिल किया जाए.

यद्यपि बीओ द्वारा क्रेडिट-संबंधी निर्णयों में हस्तक्षेप नहीं किया जाता है, तथापि एमएसएमई को शिक्षा और आवास ऋणों के मामले में ऋण प्रदान करने में देरी के बारे में कई शिकायतें प्राप्त होती हैं. ऐसे ऋणों पर निर्णय लेने हेतु समय सीमा निर्धारित करने के बारे में इस संहिता में उचित प्रावधान किया जाए.

भुगतान प्रणाली काफी हद तक गैर-बैंक प्लेयर्स के ग्राहकों के साथ समायोजित हो गई है, जो अपने ई-वालेट आदि में रकम डालने के लिए बैंकिंग चैनल का प्रयोग करते हैं. यदि अड़चन पैदा होने की स्थिति आती है तो सीनियर और काफी लम्बे समय से विद्यमान प्लेयर्स अर्थात बैंकों से यह अपेक्षित रहेगा कि शीघ्र समाधान का प्रयास किया जाना चाहिए ताकि ग्राहक को परेशानी नहीं हो.

यह देखा जाता है कि कॉल सेंटर्स या स्वचालित प्रतिउत्तर प्रणाली के कारण ग्राहकों के सामने बहुत परेशानी आती है, इसलिए इस तकलीफ को कम किया जाना चाहिए.

## निष्कर्ष

ग्राहक संरक्षण और ग्राहकों की शिकायतों के निवारण हेतु नीति-निरूपण के क्षेत्र में बीसीएसबीआई की भूमिका सराहनीय रही है. वर्तमान परिदृश्य में इस संहिता से बैंकिंग क्षेत्र में तीन अहम गतिविधियों का आगाज हुआ है (1) प्रौद्योगिकी को अपनाने से बढ़ती हुई चुनौतियां और वास्तविकताएं; (2) वित्तीय समावेशन प्रयासों के कारण औपचारिक बैंकिंग संरचना में नए ग्राहकों का आगमन; और (3) भुगतान बैंकों का और लघु वित्त बैंक जैसी नवीन संस्थाओं का प्रादुर्भाव.

# अमृत महोत्सव

**सपनों को जियो और जीतो**

**रिटेल मानसून जैकपांट**

**(5 जुलाई से 31 अगस्त 2021)**

**शून्य प्रक्रिया शुल्क**

**सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया Central Bank of India**  
1911 से आपके लिए "केन्द्रित" "CENTRAL TO YOU SINCE 1911"

**सेन्ट्रल होम ऋण**  
आकर्षक नियम एवं शर्तें  
न्यूनतम ब्याज दर 6.85% से शुरू

**सेन्ट्रल व्हीकल ऋण**  
दो पहिया वाहन के लिए  
रु. 10 लाख तक एवं  
चार पहिया वाहन के लिए  
रु. 7.5 लाख तक  
न्यूनतम ब्याज दर 7.25% से शुरू

**सेन्ट्रल पर्सनल ऋण**  
₹ 15 लाख तक के वेतनभोगी कर्मचारियों के लिए

**सेन्ट्रल पर्सनल गोल्ड ऋण**  
₹ 20 लाख तक की वैयक्तिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए  
ब्याज दर 7.80%

टोल फ्री नम्बर 1800-22-1911  
www.centralbankofindia.co.in

हमें लाइक करें: <https://www.facebook.com/CentralBankofIndia>

हमें फॉलो करें: [https://twitter.com/centralbank\\_in](https://twitter.com/centralbank_in)



# ग्राहक सेवा एवं उसके विभिन्न आयाम

ग्राहक सहायता मुख्यतः ग्राहक सेवा के नाम से जाना जाता है. इसमें ग्राहक सेवा प्रतिनिधि किसी ग्राहक को उनके लिए सही उत्पाद का सही तरह से उपयोग करने आदि के बारे में बताते हैं. इसमें उसकी योजना, स्थापित करना, प्रशिक्षण, परेशानी के बारे में और उसे ठीक करना आदि के बारे में जानकारी प्रदान करते हैं. कई बार इसमें ग्राहक के पास जा कर भी उसकी सहायता की जाती है. वर्तमान समय में बैंकों में भी अपने प्रतिष्ठित ग्राहकों, वरिष्ठ नागरिक श्रेणी के ग्राहकों इत्यादि को विशिष्ट प्रकार की सेवाएं उनके द्वार पर मुहैया कराई जा रही हैं.

## स्वचालित ग्राहक सेवा

विश्व के कुछ देशों में मोबाइल बैंकिंग सेवाएं प्रदान की जा रही हैं. ये बैंकिंग सेवाएं विशिष्ट वाहनों के माध्यम से ग्राहकों को दी जाती हैं. इस स्वचालित ग्राहक सेवा मुख्यतः किसी व्यक्ति (जो बिक्री या ग्राहक सेवा प्रदाता) द्वारा उत्पाद खरीदते समय या समय अन्तराल पर दिया जाता है या किसी इंटरनेट साइट में दी जाती है. इसका लाभ यह होता है कि इससे सेवा देने का समय बढ़ जाता है. यह 24-घंटे उपलब्ध होती हैं और कोई भी व्यक्ति इसमें जा कर अपनी समस्या या प्रश्न का हल प्राप्त कर सकता है.

इसका दूसरा उदाहरण फोन में मिलता है. कई कंपनी फोन पर कॉल करने से उसमें विकल्प देते हैं. जैसे हिन्दी भाषा चुनने हेतु एक दबाएँ अन्य भाषा हेतु दो दबाएँ. इसी के साथ यह फोन पर अंकों को दबा कर आगे के विकल्प और कई समस्या का हल देते हैं. यह पहले से ही डाला गया होता है कि इस तरह की समस्या आ सकती है और कोई इस तरह के प्रश्न पूछ सकता है.

ऑनलाइन और इंटरनेट के समय में इस तरह की सेवा बहुत अधिक उपयोगी बन गई है. जिसमें कोई भी व्यक्ति इंटरनेट के माध्यम से किसी साइट (जालस्थल) में जा कर उत्पाद से जुड़ी जानकारी प्राप्त कर सकता है और यदि कोई अन्य जानकारी भी चाहिए होती है तो वह उसी के माध्यम से बात कर सकता है. इसमें ऑनलाइन बात करने हेतु बॉट भी होते हैं जो कंपनी द्वारा दिये गए निर्धारित सवाल जवाब हेतु कार्य करते हैं.

## ग्राहक की त्वरित प्रतिक्रिया जानना

हाल ही में कुछ संस्थाओं, संगठनों, बैंकों ने प्रतिक्रिया प्राप्त करने हेतु एक सुंदर व्यवस्था बनाई है, जिसमें कुछ नियत समय के पश्चात ग्राहक से वे उनके अनुभाग के बारे में पूछते हैं. इसका लाभ यह होता है कि कोई भी ग्राहक के किसी सेवा में कमी के कारण वह उसे छोड़ने से पहले ही वह संगठन उसे ठीक कर लेता है और ग्राहक उसी सेवा का ही उपयोग करते रहता है. ग्राहक की समस्या समाप्त होने के कारण ग्राहक अगली बार भी वहाँ आने के बारे में सोचता है. तकनीकी का उपयोग करने से संस्थाओं को ग्राहक की प्रतिक्रिया को प्राप्त करने के तरीके में बहुत लाभ मिला है. इसके द्वारा वे त्वरित ही किसी भी ग्राहक

से उसकी समस्या या किसी भी प्रकार के अनुभव की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं. ब्लॉग और प्रश्न मंच भी ग्राहकों को अच्छी और विस्तार सहित जानकारी प्रदान करने हेतु सहायक होते हैं.

इसका महत्व

ग्राहकों की प्रतिक्रिया प्राप्त हो जाने से कई प्रकार के फायदे होते हैं.

यदि ग्राहक को इमरजेंसी में बैंकिंग सेवा की आवश्यकता होती है, तो बैंक उसके लिए समुचित समाधान देने में सक्षम हो जाते हैं. इससे बैंकों के प्रति ग्राहकों का विश्वास बढ़ता है.

हमेशा सकारात्मकता में वृद्धि होती है.

हमेशा ग्राहकों को उनकी आवश्यकता के मुताबिक सेवा मिल जाती है.

वर्तमान दौर में ग्राहक किसी संस्था से किसी भी वस्तु को खरीदने अथवा सेवा लेने के पूर्व हमेशा दो बातों पर विशेष ध्यान देता है; पहली, संस्था अथवा दुकानदार से वस्तु को खरीदते अथवा सेवा लेते समय संस्था के अधिकारी अथवा दुकानदार का ग्राहक के प्रति व्यवहार और खरीद के उपरांत मिलने वाली सेवा. इन दोनों पर विचार करने के बाद ही वह वस्तु अथवा सेवा खरीदने के बारे में संस्था अथवा दुकान का चुनाव करता है. ग्राहक सेवा से तात्पर्य; किसी सामान को खरीदने के बाद उसके उपयोग करने या उससे जुड़ी किसी भी परेशानी हेतु सहायता करने हेतु होता है.

हम अब यह जानते हैं कि विशिष्ट व्यवहार विशेषताओं के आधार पर, ग्राहक कितने प्रकार के हो सकते हैं :

वफादार ग्राहक - इस श्रेणी के ग्राहक बहुत ही नेक एवं अच्छे माने जाते हैं और ये एक प्रकार से चलते-फिरते विज्ञापन का कार्य बखूबी निभाते हैं. इस प्रकृति के ग्राहक प्रत्येक संस्था में बहुत होते हैं.

डिस्काउंट ग्राहक- इस श्रेणी के ग्राहक बड़े सम्मानित ग्राहक होते हैं और इनके साथ सम्मानित बरताव करके इनके दिल को जीता जा सकता है. ऐसे ग्राहकों को सम्मान मिलने पर वे हमेशा संस्था के साथ बने रहते हैं.

आवेग ग्राहक-इस श्रेणी के ग्राहक हमेशा जल्दवाजी में रहते हैं और इनके साथ यदि धैर्य के साथ व्यवहार किया जाये तो ये संस्था के साथ बने रहते हैं. इसके लिए चाहिए कि उनकी सब सुनो और अपनी उनसे कम कहो तथा उन्हें यह भरोसा मिले कि उनका कार्य हो जाएगा.

भटकने वाला ग्राहक- इस श्रेणी के ग्राहक बड़े ही असंतुष्ट प्रकृति के होते हैं. इनके साथ कितना भी अच्छा बरताव किया जाए पर वे अपने मिजाज के कारण इधर-उधर भटकते ही रहते हैं. ऐसे ग्राहकों के साथ ज्यादा सफाई देने अथवा ज्यादा मनाने जैसी प्रतिक्रिया से बच कर धैर्य के साथ साफ बोलकर उचित व्यवहार देकर ही काम चलाया जाना चाहिए.

अपने ग्राहकों से कैसे बात करें, उनके साथ किस प्रकार का व्यवहार किया जाए?

ग्राहकों के साथ निम्नानुसार पांच प्रकार से व्यवहार किया जाना चाहिए. इससे आप अपने ग्राहक को संतुष्ट रखने में सफल हो सकते हैं :

पहले बेहतर व्यवहार कर दिल जीतो फिर उनकी जरूरत के मुताबिक अपना उत्पाद दिखाओ - यह एक बेहतर तरीका है. ग्राहक को उसके आगमन के साथ ही उससे मृदु आवाज में स्वागत करें और उसे बैठने अथवा प्रिय संबोधन के साथ उससे उसकी जरूरी पूछें तो आप बेहतर ग्राहक सेवा देने में सक्षम रहेंगे. उसके पश्चात, उसकी जरूरत के अनुसार सटीक अपना उत्पाद बताएं.

विश्वास और रिश्ते मजबूत करें - अपने ग्राहक को बेहतर व्यवहार से उसका विश्वास जीतें और जब भी वह शाखा परिसर में आए, उसी तरह का सद्व्यवहार एवं नम्र भाषा का प्रयोग करते हुए हमेशा-हमेशा के लिए रिश्ते मजबूत करें.

वादे के अधीन और अधिक वितरण - अपने ग्राहक के साथ सदा ईमानदार रहें और जब भी जैसा वादा करें तदनुसार उसके कार्य को अंजाम दें, इससे ग्राहक को आपके साथ सदैव बने रहने का भाव पैदा होता है.

अनुवर्ती कार्रवाई (फॉलोअप) - किसी भी ग्राहक के साथ अपने कार्य के लिए नम्र भाव से अनुवर्ती कार्रवाई करते रहें इससे वह आपके द्वारा की जाने वाली अनुवर्ती कार्रवाई के लिए प्रतिसाद देने के लिए तैयार रहेगा. उदहारण के लिए; यदि किसी ग्राहक की एफडी किसी नियत तिथि को समाप्त हो रही है और यदि आप उसे याद दिला दें. इसी तरह, यदि किसी अच्छे ग्राहक को उसके किसी विशेष दिन पर उसे बधाई दे दें तो वह ग्राहक आपका मुरीद हो जाएगा.

**सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया**  
Central Bank of India  
1911 से आपके लिए "केन्द्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

न्यूनतम 1 करोड़ रु. / Minimum Rs 1crore  
अधिकतम 25 करोड़ रु. / Maximum Rs 25 crores

ब्याज दर 7% / Interest Rate 7%

पुनर्भुगतान: / Repayment: Maximum 120 months  
अधिकतम 120 माह

पात्रता: / Eligibility:  
एमएसएमई उत्पादक / MSME Manufacturers  
ट्रेडर्स/सेवा प्रदाता, / traders/Service Providers  
एग्रो फूड/फल संसाधक / Agro Food / Fruit Processors

अन्य समकक्ष बैंकों की तुलना में श्रेष्ठ सुविधाएं एवं शर्तें / Best Facilities and Terms compared to other peer banks

एमएसएमई की प्रगति है देश की शक्ति  
MSME ki pragati hain desh ki shakti

www.centralbankofindia.co.in | हमें फॉलो करें: f i t i n YouTube CentralBankofindia | टोल फ्री नम्बर 1800-22-1911 | Missed Call For Loan 922 390 1111

अपने ग्राहक से सतत संपर्क में रहें - आप जानते हैं कि आपका कोई ग्राहक रिटायर हो रहा है या कोई ग्राहक अपने किसी कार्य से कहीं से कुछ अच्छी धनराशि प्राप्त करने जा रहा है तो ऐसे ग्राहकों से सदैव संपर्क में रहें ताकि जैसे ही उनके पास किसी विशिष्ट तिथि को धनराशि प्राप्त होती है तो वह आपके पास आकर उसे आपकी योजनाओं में जमा करने के लिए खुशी महसूस करेगा.

अपने ग्राहकों को संतुष्ट करने और अपने व्यापार को बढ़ाने के पांच सर्वश्रेष्ठ तरीकों पर चर्चा करते हैं :

हमारे तथा हमारे समकक्षों के पास प्रायः एक ही प्रकृति के उत्पाद रहते हैं; परंतु अपने उत्पादों और सेवाओं को अधिक से अधिक बेचने की कुंजी क्या है तो इसके लिए यह जरूरी है कि आप ऐसे ग्राहक बनाइए, जो आपको जानते हो, आपके उत्पादों को पसंद करते हों और आप पर सही मायने में विश्वास करते हों। इसके लिए यह जरूरी है कि सबसे पहले आप अपने ग्राहक को संतुष्ट एवं प्रसन्न कैसे किया जाए, यह करना सीखें और ऐसे खुशहाल ग्राहक बनाएं, जो आपको इतना पसंद और विश्वास करते हों कि हर बार आपसे अपनी खरीद एवं जरूरत को पूरा करने के लिए आपकी राय पर निर्भर करते हों। अनेक बार ऐसा भी होता है कि आपका ग्राहक आप पर इतना ज्यादा भरोसा करने लगता है कि आपके पास उसकी जरूरत को पूरा करने के लिए उत्पाद नहीं भी है तो भी वह आपसे ही राय मांगता है कि आप बताइए, किससे संपर्क किया जाए। इसे कहा जाता है कि ग्राहक द्वारा आप पर पूर्ण विश्वास होना।

रिलेशनशिप मार्केटिंग के तहत यह ज्ञान दिया जाता है कि अपने ग्राहक के साथ मजबूत एवं टिकाऊ रिश्ते बनाए रखें और नए ग्राहक ढूंढने की जगह मौजूदा ग्राहकों से अपने रिश्ते बेहतर बनाए रखें। रिलेशनशिप मार्केटिंग वहां लागू होती है जहाँ ग्राहक के पास एक ही प्रोडक्ट और सर्विस के कई सारे ऑप्शन होते हैं और ग्राहक अपने निर्णय लेने का हकदार होता है। इसलिए यह जरूरी है कि संस्था को चाहिए कि वह अपने यहां रिलेशनशिप मैनेजर रखे और उसका प्रमुख कार्य लोगों से बेहतर संपर्क स्थापित कर उनकी आर्थिक जरूरतों को अपने बैंक के माध्यम से पूरा करने के लिए राजी करे। आज की तारीख में रिलेशनशिप की बहुत ही बड़ी जरूरत है और इसका बड़ा महत्व भी है। आज की तारीख में बैंकों में इस पद पर एक डेस्क रखी जाती है।

शेको पार्टनर होने के तौर पर, बैंकों को भी इस चुनौती का सामना करना पड़ रहा है, वह यह कि कई सारे बैंक एक ही उत्पाद को एक ही ग्राहक को बेचने को तत्पर रहते हैं। यहां सोचने वाली बात यह है कि फिर आप कैसे खुद को इन सबसे अलग बनाएंगे, कैसे अपने ग्राहक को संतुष्ट करेंगे ताकि वह दूसरे विक्रेताओं से हटकर आपको चुन सके।

आइए, विचार करें कि अपने ग्राहक को प्रसन्न रखने के पांच तरीके क्या हैं -

जब ग्राहक के सामने कई सारे विक्रेता के रूप में विकल्प होते हैं तो वह उस बैंक को चुनता है, जिसको वह ठीक तरह से जानता है, पसंद करता है और उस पर विश्वास करता है या फिर किसी ऐसे व्यक्ति, जो उस बैंक का पहले से ही ग्राहक हो, के साथ उसका कोई संबंध है। पसंदगी और विश्वास के कारणों में से एक प्रमुख कारण है कि अमुक बैंक या संस्था की ग्राहक सेवा एवं प्रतिष्ठा कितनी है। यहां कुछ पांच सुझाव दिए जा रहे हैं कि आप अपने ग्राहक को कैसे संतुष्ट कर सकते हैं:

पहले सहायक बनो, फिर अपने उत्पाद के बारे में बात करो

ग्राहक के साथ अपना रिश्ता अच्छा बनाने का सबसे बेहतरीन तरीका यह है कि आप सबसे पहले ग्राहक की आवश्यकताओं को समझे और फिर उन्हें कैसे पूरा कर सकते हैं, यह सोचें। कई सेलर नए ग्राहक के साथ सीधे उत्पाद को बेचने की बात करने की गलती करते हैं। इससे ग्राहक पर विश्वास कायम नहीं हो पाता है।

अगर आप सही मौके पर अपने ग्राहक की आवश्यकताओं को नहीं समझेंगे और आप यह नहीं समझ पाए कि कैसे अलग-अलग हालातों में उनकी आवश्यकता बदलती है तो आप असफल हो सकते हैं. अपने ग्राहक को संतुष्ट करने का सबसे बेहतरीन तरीका है कि सबसे पहले आप अपने ग्राहक को जानें. ग्राहक से बात या चैट करें, उनके बारे में अधिक जानकारी प्राप्त करें ताकि आप अपने ग्राहक को उसकी आवश्यकता की चीजें ऑफर कर सकें; बजाए इसके कि आप उन्हें उन उत्पादों के लिए मना रहे हैं, जो आप उन्हें बेचना चाहते हैं.

## 2. ग्राहकों के मन में विश्वास और उनसे रिश्ते मजबूत करें

अगर आपका अपने ग्राहक के साथ अच्छा संबंध है तो वह अपनी जरूरतों को समझने के लिए और उस आधार पर अपनी जरूरतों को पूरा करने के लिए आपसे सर्वोत्तम उत्पाद और सर्विस की उम्मीद करता है और इसके लिए आप पर भरोसा भी करता है. कभी भी अपने मन मुताबिक कमीशन पर अपने ग्राहक को प्रोडक्ट सेल करने की कोशिश ना करें, इस कारण से आप निश्चित तौर पर अपने ग्राहक के साथ अपने रिश्ते खराब कर लेंगे.

अगर आप अपने ग्राहक के विश्वास को हार जाते हैं तो लाजमी है कि वह आपसे दोबारा सम्बंध न रखे. ग्राहकों को खुश रखने की कुंजी यही है कि आप विश्वास के आधार पर अपने रिश्तों को और बेहतर करें. ऐसे अनेक कार्यालय-प्रमुख एवं शाखा-प्रमुख देखे जाते हैं, जो अपने ग्राहकों के कार्यक्रमों/समारोहों/उत्सवों में जाकर उनकी सदभावना कायम करने में सफल रहते हैं. यही वजह है कि फिर ऐसे ग्राहक उस बैंक अथवा संस्था से कभी किनारा नहीं करते हैं तथा वे सदैव उनके साथ बने रहते हैं.



आज़ादी का  
अमृत महोत्सव

## अपने सपनों को हमारे साथ साकार करें!

### MAKE YOUR DREAMS COME TRUE WITH US!



सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया  
Central Bank of India

1911 से आपके लिए "सेंट्रल" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



आओ, अद्भुत ऋण और लाभ प्राप्त करें

सेंट्रल बैंक 'एमएसएमई नई पहल' योजना

**1 अक्टूबर 2021 से 31 दिसंबर 2021**

Come, avail amazing loans and benefits with  
Central Bank "MSME NAYEE PAHAL" Scheme

**1<sup>st</sup> October 2021 to 31<sup>st</sup> December 2021**

**एक नए दृष्टि से अपना व्यवसाय शुरू करें**

- ★ सभी प्रतिबंधों (एफबी और एनएफबी) पर प्रसंस्करण शुल्क में 50% की छूट।
- ★ ब्याज दर 7% से शुरू (नियम और शर्तें लागू)

**Start your business on a brand new note with**

- ★ 50% waiver in processing charges on all sanctions (FB and NFB)
- ★ Interest Rates starting from 7% (Terms and Conditions apply)

www.centralbankofindia.co.in | हमें फॉलो करें: 

Centralbankofindia | टोल फ्री नंबर 1800-22-1911

**Missed Call For Loan**  
**922 390 1111**

## 3. ग्राहक के साथ किए गए वादे को निभाएं -

आप अपने ग्राहक को जितना दे सकते हैं उससे अधिक का कभी वादा न करें. यदि आप उत्पाद या सेवा को गलत तरीके से पेश करते हैं तो आपके पास सिर्फ खराब समीक्षा और ग्राहकों की शिकायतें ही रह जायेंगी और आप अपनी कम्प्युनिटी और कस्टमर का विश्वास खो देंगे. अनेक बारे ऐसा देखा जाता है कि

आप अपने ग्राहकों को अपनी सीमा से अधिक का वादा कर देते हैं और जब वक्त आता है तो उसे पूरा करने में मुकुर जाते हैं. ऐसे में ग्राहकों पर बहुत ही खराब प्रभाव पड़ता है और वे फिर आप पर कभी अपना भरोसा नहीं रखते हैं.

हमेशा सुनिश्चित करें कि आप जो उत्पाद या सेवा बेच रहे हैं उसकी सुविधाओं, लाभों और सीमाओं को जानते हैं. कभी भी फायदे से समझौता ना करें. हमेशा कम का वादा करें ताकि जब असल परिणाम आए तो उसे देखकर आपके ग्राहक खुश हो जाएं. अनेक ऐसे उदाहरण हैं, जब आप अपने ग्राहकों के वक्त पर उसकी अपेक्षा से ज्यादा मदद कर देते हैं तो वे आपके मुरीद हो जाते हैं; यद्यपि यह सही है कि ऐसा कोई भी कार्य अपने नियमों की सीमा के अंदर ही होना चाहिए.

#### 4. अनुवर्ती कार्रवाई -

कई कार्यालय-प्रमुख एवं शाखा-प्रमुख का अपने ग्राहकों के प्रति व्यवहार ऐसा होता है कि जैसे वह सिर्फ एक रात की बात हो. यदि आप केवल अपने उत्पादों की बिक्री के बारे में चिंतित हैं और अपने ग्राहक की संतुष्टि के बारे में परवाह नहीं करते हैं तो आप अपने ग्राहक को दोबारा खुद से संपर्क करने में हिचकिचाएंगे. इसलिए यह जरूरी है कि आप अपने ग्राहकों से ऐसा व्यवहार रखिए ताकि आप जब चाहें तब उससे संपर्क कर सकें. इसलिए अपने उत्पादों की बिक्री के बाद भी अपने ग्राहक से संपर्क बनाए रखिए और उनसे बातचीत करते रहिए. अगर ग्राहक खुश नहीं है तो आप उनका फीडबैक लीजिए ताकि आप उनकी नाखुशी के कारणों की कमियों को दूर कर सकें. यदि उन्हें दूर करने में कोई कठिनाई या नियम के विरुद्ध वाली बात है तो उन्हें उसके बारे में तफसील से बताइए और बेहतर होगा यदि आप कोई अन्य संभव सही मार्ग बताने में उनकी मदद कर सकें.

यह ध्यान देने योग्य बात है कि अगर एक बार आप ग्राहक का विश्वास पा लेते हैं तो उनका दूसरे किसी अन्य बैंक या संस्था के पास जाने की संभावनाएं कम हो जाती है. वह आपसे हर समय अपनी जरूरत पर बात करेंगे और अगर आप किसी दिन उपलब्ध नहीं भी हुए तो वे आपसे संपर्क करने के लिए इंतजार भी करेंगे. आपके प्रगाढ़ सम्बंध होने पर आपका ग्राहक आपके बैंक या संस्था को छोड़कर कहीं नहीं जाएगा. यदि आपके बैंक या संस्था का उत्पाद आपके समकक्ष बैंक या संस्था के बराबर है अथवा मामूली अंतर भी है तो इसके बावजूद भी आपका ग्राहक आपके सम्बंधों की वजह से आप से ही उत्पाद क्रय करने के लिए तत्पर रहेगा. यह कमाल केवल आपकी बेहतर ग्राहक सेवा के कारण ही संभव हो पाता है. इसके लिए यह भी जरूरी है कि आप अपने चुनिंदा प्रतिष्ठित एवं अच्छे ग्राहकों के व्यक्तिगत विवरण अपनी किसी व्यक्तिगत डायरी में नोट करके रखें और उनके उत्पादों में किसी भी प्रकार के परिवर्तन अथवा नवीनीकरण इत्यादि की तारीख के समय उन्हें यदि समय के एक-दो दिन पूर्व व्हाटसअप अथवा एसएमएस के जरिए सूचना दे देते हैं तो वह आपकी इस त्वरित एवं तत्पर ग्राहक सेवा से बहुत प्रसन्न हो जाएगा और सदैव आपके पास बने रहने के लिए भावनात्मक रूप से बाध्य भी हो जाएगा.

#### 5. ग्राहक से संपर्क में बने रहें -

संपर्क विपणन (रिलेशनशिप मार्केटिंग) से आशय केवल रिश्ते बनाना और ग्राहकों को अपने उत्पाद और सेवा देने के लिए आकर्षित करना ही नहीं है; बल्कि साथ ही ग्राहकों के साथ सकारात्मक अनुभव बनाना और ग्राहकों को बनाए रखने के लिए कई तरीकों का उपयोग करना भी है.



अपने पेशे में सफल होने के लिए आपको यह पता होना चाहिए कि आपका ग्राहक क्या चाहता है और भविष्य में उसकी और क्या आवश्यकता हो सकती है. अगर वह आपके द्वारा दिए गए विचार पर वह अभी कुछ उत्पाद नहीं ले रहा है तो यह ध्यान में रखिए कि वह भविष्य में कब ले सकता है. उस समय के बीच में अपने ग्राहक से किसी भी त्यौहार आदि के मौके पर दुआ-सलाम करते रहिए यानी आप उनसे संपर्क बनाए रखिए और अपने संबंध बेहतर करने का सदैव प्रयास करते रहिए. अगर वह आपकी सर्विस से संतुष्ट है तो आपको एक अच्छा ग्राहक आपका प्रचार प्रसार करेगा और बातचीत में बाकी लोगों से भी आप की सिफारिश करेंगे.

एक शोध के अनुसार, एक पुराने ग्राहक को बनाए रखने की लागत एक नए ग्राहक को प्राप्त करने की लागत का केवल 10% है और सबसे अधिक लागत तब होती है जब आप नए ग्राहकों को पाने की कोशिश कर रहे हो, जैसे अपने परिवार और दोस्तों के साथ संबंध बनाने में समय और प्रयास लगता है वैसे ही ग्राहकों के साथ रिलेशनशिप मार्केटिंग समय, प्रयास और ग्राहकों को खुश रखने की वास्तविक इच्छा की मांग करता है. इन टिप्सों का प्रयोग करिए कि कैसे आप अपने ग्राहक को संतुष्ट कर सकते हैं और कैसे एक संतुष्ट और खुशहाल ग्राहक बनाए, जो अपने प्रत्येक आर्थिक संबंधी काम के लिए हर बार आपको ही चुने.

आइए, हम विचार करते हैं कि अच्छे ग्राहक सेवा का अर्थ क्या है? इसकी परिभाषा क्या हो सकती है?

सामान्य रूप से 'ग्राहक सेवा' किसी सामान को खरीदने के बाद उसके उपयोग करने या उससे जुड़ी किसी भी परेशानी हेतु सहायता करने हेतु होता है, जिसमें कोई भी व्यक्ति जो उस सामान या सेवा को खरीदना चाहता है या खरीद चुका है, वह इस सेवा का उपयोग कर सामान या सेवा से जुड़ा कोई प्रश्न पूछ सकता है या उससे जुड़ी समस्या बताकर सहायता प्राप्त कर सकता है.

आपने अनुभव किया होगा कि प्रायः मध्यम एवं बड़े श्रेणी के उद्यम एवं संस्थाएं 'कस्टमर सेंटर' रखती हैं. ये 'कस्टमर सेंटर' क्या है? सभी बैंकों ने भी यह अनुभव किया कि उन्हें अपने ग्राहकों की समस्याओं के त्वरित समाधान के लिए तथा अपने ग्राहकों को बैंक सेवा से संतुष्ट करने के लिए यह जरूरी है कि 'कस्टमर सेंटर' रखे जाएं और इस समाधान के लिए उन्होंने अपने कॉर्पोरेट स्तर पर अथवा बड़े शहरों में, जहां उनकी शाखाओं का जाल बहुत अधिक फैला है, 'कस्टमर सेंटर' खोल लिए हैं. कई बड़ी शाखाओं में तो 'में आपकी क्या सेवा कर सकता हूं (ग्राहक में आई हैल्प यू)' काउंटर खोल रखे हैं. इन काउंटर्स से संभावित ग्राहक को शाखा परिसर के विभिन्न काउंटर्स की जानकारी मिल जाती है और प्रायः इन काउंटर्स से ग्राहकों के उपयोग में आने वाले सभी प्रकार के प्रारूप भी उपलब्ध हो जाते हैं.

उपर्युक्त वर्णन से यह तथ्य सामने आता है कि किसी भी कंपनी या बैंक या संस्था के 'कस्टमर केयर सेंटर' पर जब आप बात करते हैं तो उसको उस कंपनी का 'कॉल सेंटर' कहा जाता है और उसमें कार्य करने वाले सभी ग्राहक सेवा प्रतिनिधि उस कंपनी के 'कॉल सेंटर' में नौकरी करने वाले कर्मचारी होते हैं.

बैंकों या संस्थाओं में बदलते परिवेश एवं परिदृश्य के कारण समय-समय पर स्टाफ सदस्यों को प्रशिक्षण दिलवाए जाते हैं और उनमें अन्य बातों के साथ-साथ अपने ग्राहकों एवं नव आगन्तुक ग्राहकों से कैसे बात करें? इस विषय पर विशेष बल दिया जाता है क्योंकि यह सही है कि किसी भी संस्था की रीढ़ की हड्डी

उसके ग्राहक ही होते हैं. हमने अब तक यह जाना कि ग्राहकों को प्रसन्न रखने के कौन से तरीके हैं, जिनसे ग्राहकों को संतुष्ट रखा जा सकता है. आइए, हम जानते हैं कि इस 'कॉल सेंटर' का प्रमुख कार्य क्या होता है.

कॉल सेंटर में तैनात कर्मचारियों के लिए खास शब्दों की ट्रेनिंग दी जाती है. जिसे उन्हें ग्राहकों से बातचीत के दौरान इस्तेमाल करना जरूरी होता है. जैसे- नमस्कार, मैं आपकी क्या सेवा कर सकता हूँ, ठीक है, हां जी, धन्यवाद, आपका दिन शुभ रहे, हमें उम्मीद है कि हम आपकी जिज्ञासा का समाधान में सफल रहे हैं, सर आप और कुछ जानना चाहते हैं आदि. इन्हीं सब प्रकार के विशेष वाक्यों की एक स्क्रिप्ट तैयार की जाती है तथा प्रशिक्षण देते समय व्यवहार्य प्रशिक्षण दिया जाता है ताकि कर्मचारी अपनी हर प्रकार की झिझक को दूर कर सकें.

टेलीकॉलर बीपीओ क्या है?

बीपीओ को इनफार्मेशन टेक्नोलॉजी इनेबल्ड सर्विसेज के नाम में भी जाना जाता है. बीपीओ एक बिजनेस प्रैक्टिस है जिसमें एक संगठन किसी अन्य कंपनी को काम करने के लिए काम पर रखता है जिसे काम पर रखने वाले संगठन को सफलतापूर्वक संचालित करने के लिए अपने खुद के बिजनेस की आवश्यकता होती है.

हमने 'ग्राहक बाजार' के बारे में सुना है ये 'ग्राहक बाजार' क्या होता है

'ग्राहक बाजार' के अंतर्गत, खरीदार व्यक्ति, समूह, व्यवसाय या संगठन हो सकते हैं. "ग्राहक बाजार" किसी दिए गए उत्पाद के लिए सभी संभावित ग्राहकों का गठन करता है. संभावित ग्राहक एक सामान्य समस्या या व्यवसाय की आवश्यकता को साझा करते हैं जो आपके उत्पाद को संबोधित कर सकते हैं, और वे अन्य विशेषताओं को भी साझा करते हैं. अब प्रश्न होता है कि ग्राहक कौन होते हैं और इनके क्या अधिकार होते हैं? सामान्य रूप से लोग ग्राहक और उपभोक्ता को एक ही समझते हैं, परंतु ग्राहक एवं उपभोक्ता में थोड़ा सा अंतर है.

वास्तव में ग्राहक वस्तु या उत्पाद या सेवा खरीदने वाले को बोलते हैं, जबकि उपभोक्ता उस वस्तु अथवा सेवा के उपभोग करने वाले को कहते हैं; यद्यपि ग्राहक एवं उपभोक्ता में आपसी संबंध होता है. जैसे सभी व्यापारी जब माल खरीदते हैं तो ग्राहक बन जाते हैं. जब एक दुकानदार किसी थोक व्यापारी से माल खरीदता है तो वो उस थोक व्यापारी का ग्राहक बन जाता है और जब उस दुकानदार से कोई उपभोक्ता खरीदता है तो वो उसका ग्राहक होता है. परचून बाजार में ग्राहक ही उपभोक्ता होते हैं. आम बोलचाल की भाषा में ग्राहक शब्द से मंतव्य उपभोक्ताओं से ही होता है, इसलिए हम यहाँ केवल उपभोक्ताओं के ही अधिकारों की चर्चा कर रहे हैं. विवाद की स्थिति में उन्हें सामान्य अदालत में जाना पड़ता है.

वर्तमान में ग्राहकों के अधिकारों को लेकर लोगों के बीच जागरूकता तो बढ़ ही रही है, लेकिन भारत जैसे देश में अधिकतर व्यापारी/दुकानदार उन्हें ये हक देते नहीं है. जानकारी और नियमों के अभाव में अक्सर कोई कुछ बोलता भी नहीं है. वर्तमान में सोशल मीडिया बहुत ही शक्तिशाली माध्यम बन गया है, जो ग्राहकों को अपने आपसी अनुभव साझा करने का संशक्त मंच प्रदान करता है. इंटरनेट पर भी विभिन्न सर्च इंजनों के माध्यम से आज का ग्राहक बहुत ही जागरूक होता चला जा रहा है. हमारी सरकार भी विभिन्न प्रकार के प्रचार माध्यमों से ग्राहकों को जागरूक कर ही है जैसे रेडियो, टेलीविजन के माध्यमों से

यह प्रचार हो रहा है कि 'आप जो भी सामान खरीदें, उसका बिल अवश्य लें क्योंकि बगैर बिल लिए सामान का कोई माई-बाप नहीं होता और आप समस्या होने पर कहीं भी शिकायत नहीं कर सकते हैं'.

ये जागरूकता कुछ दशक पूर्व ही शुरू हुई है और भारत सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 लागू करके इसे समर्थन एवं मान्यता देनी शुरू कर दी. ग्राहकों के लिए व्यापार अधिनियम के अधीन उन्हें अधिकार एवं कर्तव्य दिए जाते हैं. मुख्य रूप से भारत सरकार सभी ग्राहकों/उपभोक्ताओं को ये अधिकार देती है :

किसी भी प्रकार के नुकसानदायक वस्तु अथवा सेवाओं से सुरक्षा का अधिकार.

उपलब्ध कराई गयी किसी भी वस्तु अथवा सेवाओं के बारे में माप एवं गुणवत्ता की सही जानकारी प्राप्त करने का अधिकार.

किसी भी वस्तु अथवा सेवा को स्वतंत्र रूप से चुनने का अधिकार.

उपभोक्ताओं से सम्बंधित किसी भी नियम को बनाने अथवा बदलने में अपने पक्ष को रखने का अधिकार. इस अधिकार का पूरा प्रयोग हो, इसके लिए सरकार ने उपभोक्ताओं का पक्ष सुनना अनिवार्य कर दिया है.

किसी भी प्रकार के धोखे के बदले मुआवजे का अधिकार.

# आज़ादी का अमृत महोत्सव



सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया  
Central Bank of India  
1933 & 1956 Acts, 1957 Act. CENTRAL TO YOU SINCE 1911



75  
आज़ादी का  
अमृत महोत्सव

**सही शिक्षा  
से पूरी करें, अपनी सभी  
आकांक्षाएं**

सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया की शिक्षा  
ऋण योजना सेंट विद्यार्थी का लाभ लें।



अधिक जानकारी के लिए हमारी वेबसाइट या नजदीकी शाखा से संपर्क करें।

[www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)

## ग्राहकों को अपने अधिकारों के बारे में जानने का अधिकार

यदि कभी भी और कहीं भी ग्राहक के अधिकारों के प्रति उदासीनता अथवा अन्य कोई दुर्व्यवहार होता है तो वे उपभोक्ता अदालत में जा सकते हैं.

हमने ग्राहकों के बारे में अभी तक बहुत सी बातें जानीं. हम अब जानते हैं कि ग्राहक कितने प्रकार के होते हैं, इन्हें कैसे पहचानें?

मौटेतौर पर, ग्राहक तो दो प्रकार के होते हैं; खुदरा ग्राहक एक थोक ग्राहक.

ग्राहक को पहचानने का सिर्फ एक ही तरीका है. जब भी आपसे कोई किसी उत्पाद की मांग करता है तो आपको बदले में उनसे सिर्फ एक ही बात पूछनी है कि आपको उस उत्पाद की कितनी संख्या की आवश्यकता है और इसके पश्चात आप उससे यह जानें कि आपकी दुकान का नाम क्या है और कहां है. किस उद्देश्य के लिए चाहिए वह उत्पाद. जब आप ये बात करेंगे तो आपको पता चल जाएगा कि ग्राहक खुदरा है अथवा थोक ग्राहक है. उनके उद्देश्य को और दुकान के नाम से पता चल जाएगा आपको कि वह किस तरह का ग्राहक है ऐसे में कई बार परेशानी यह होती है कि खुदरा ग्राहक थोक ग्राहक बनकर आता है और उत्पाद का थोक मूल्य जानकर दुकान से वापस उतर जाता है. ऐसे में उससे घुमा फिरा कर बात कर सकते हैं.

ग्राहकों के प्रकार में अच्छे ग्राहक और खराब ग्राहक ये दो प्रकार के ग्राहक भी होते हैं. इनमें क्या अंतर होता है?

सामान्य रूप से यही कहा जाता है कि कि दुकानदार को ग्राहक के साथ कैसा व्यवहार करना चाहिए, हर कहीं ग्राहकों के अधिकारों की ही चर्चा की जाती है, ग्राहक से अच्छा व्यवहार करें, ग्राहक से सम्मान पूर्वक बात करें, ग्राहक को डिस्काउंट दें, ग्राहक को अच्छा माल दें, ग्राहक आज का 'राजा' है, परंतु इस बात पर चर्चा बहुत ही कम होती है कि ग्राहक को क्या करना चाहिए, ग्राहकों की मर्यादा क्या होनी चाहिए? यह कहीं भी चर्चा में नहीं आता है ऐसा क्यों?

हम इन दोनों पहलुओं पर विचार-विमर्श करते हैं. सबसे पहले हम बात करते हैं एक अच्छे ग्राहक की -

अच्छा ग्राहक वह होता है जो घर से निकलते समय अपने विशिष्ट प्रयोजन के साथ आता है तो वह निर्णय करके निकलता है कि उसे किस उत्पाद की आवश्यकता है, उसकी अवधि क्या होनी चाहिए और उसका स्वरूप क्या होना चाहिए. उदाहरण के लिए, एक ग्राहक अपने बैंक के पास आता है तो यह सोचकर कि वह बैंक मैनेजर अथवा स्टाफ से ब्याज दर पूछकर किसी विशिष्ट अवधि के लिए सावधि जमा करा लेगा और उसके गुण-दोष भी जान लेगा कि यदि उसे धनराशि की बीच में आवश्यकता हुई तो वह कैसे प्राप्त कर लेगा और उसके लिए उसे कितना नुकसान उठाना पड़ेगा या नहीं इत्यादि; तदनुसार वह अपनी धनराशि निवेश करता है.

जबकि खराब ग्राहक से आशय एक ऐसे ग्राहक से होता है कि वह केवल पूरी जानकारी लेकर उसमें अच्छा समय लगाकर चला जाता है और जानकारी लेते समय तर्क-कुतर्क करता है. उसका उद्देश्य केवल ज्ञान बढ़ाना होता है. इससे बैंकर का समय एवं प्रयत्न सब बरबाद हो जाते हैं.

बाजार के एक स्वस्थ वातवरण के लिए यह जरूरी है कि ग्राहकों और विक्रेता के बीच सामंजस्य हो. इसके लिए यह भी आवश्यक है कि ग्राहक यह जानें कि उनके अधिकार क्या हैं, जिनसे उन्हें परिचित होना चाहिए?

यह समझने के लिए हम यहां एक प्रसंग उद्धृत करते हैं; श्रीमाली जी के घर "एक बहुचर्चित" कंपनी का फूड प्रोसेसर आया. श्रीमती एवं श्रीमान श्रीमाली जी, खुद अपनी अपनी पसंद से लाएं थे. तकरीबन ₹10,000 का भुगतान कर. तिलक वगैरह भी किया था, पर किस्मत देखो जैसे ही चालू किया, नहीं चला. कितना परेशान हुए बेचारे. इलेक्ट्रिक वाले ने बताया, फूड प्रोसेसर में अंदर से शार्ट शर्किट हो गया है, क्योंकि अंदर से कॉपर की कोट बेकार गुणवत्ता की थी..

लो लग गया, चूना..गए पैसे पानी में, कहकर श्रीमती माली तत्काल रो दी..

पहला प्रश्न : यहां श्रीमती और श्रीमान माली जी कौन हैं?

उत्तर : उपभोक्ता.

पर क्योंकि पक्की रसीद पर, श्रीमती माली जी का नाम लिखा है,

75 आजादी का अमृत महोत्सव

सेण्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया  
Central Bank of India  
1911 से आगे के लिए "सेंट्रल" "सेण्ट्रल" TO YOU SINCE 1911

सपने सजाए. खुशियाँ मनाए.  
Celebrating Dreams. Celebrating Happiness.

सेंट्रल होम लोन  
Cent Home Loan  
@6.5%\*

पूर्व भुगतान प्रभार नहीं  
No Prepayment Charges

कम ब्याज दर  
Low Interest Rate

सेंट्रल व्हीकल लोन  
Cent Vehicle Loan  
@7.0%\*

सेण्ट्रल फेस्टिव  
बोनाजा 2021  
15 सितंबर - 31 दिसंबर 2021

सेण्ट्रल फेस्टिव  
बोनाजा 2021  
15<sup>th</sup> Sep - 31<sup>st</sup> Dec 2021

सेण्ट्रल सुविधाएं और  
हमें  
Best Facilities & Terms

रीप मजूरी  
Quick Sanction

प्रक्रिया शुल्क नहीं No Processing Charges

Need A Loan?  
Give A Missed Call  
922 390 1111

922 390 1111

www.centralbankofindia.co.in हमें फॉलो करें: f i t CentralBankofIndia टोल फ्री नम्बर 1800-22-1911

\*शर्तें लागू  
\*T & C apply

हमने इसके पहले ऊपर जाना था कि ग्राहक और उपभोक्ता में कुछ अंतर होता है. इस सम्बंध में कुछ और भी जानते हैं कि ग्राहक और उपभोक्ता के अंतर के बीच एक बेहद ही पतली लाइन होती है.

ग्राहक उसे कहते हैं जो कि क्रेता से एक दाम पर सामान खरीदता है. इसके भी दो प्रकार होते हैं :

व्यापार ग्राहक : वो ग्राहक जो सामान की खरीददारी केवल और केवल बेचने हेतु करते हैं. वो सामान को खरीद कर अन्तिम ग्राहकों को बेचने का काम करते हैं.

अन्तिम ग्राहक : वो ग्राहक जो सामान की खरीददारी अन्तिम उपभोग के लिए करते हैं.

जबकि उपभोक्ता से आशय होता है कि

उपभोक्ता वे होते हैं, जो उत्पाद अथवा सेवा का अन्तिम उपयोग के लिए लेते हैं अर्थात वे खुद ही सामान का उपभोग करते हैं.

यद्यपि ग्राहक संरक्षण के लिए बहुत से कानून बने हैं और ग्राहक उनका सहारा लेकर अपना भला करता है, पर यहां एक विचार जन्म लेता है कि क्या ग्राहक हमेशा सही है?

ऐसा नहीं है, ग्राहक हमेशा सही नहीं भी होते हैं. कभी-कभी अपने लाभ के लिए ग्राहक झूठ भी बोलता है. उदाहरण से यह बात सिद्ध हो जाती है -

एक बहन जी कपडे की दुकान पर गयी. साड़ी पसंद की. मोल भाव किया और बोली भैया ठीक लगा लो, हमेशा आपके यहाँ से ही लेती हूँ.

दुकानदार बोला, बहन जी, भगवान से डरो. कल ही तो इस दुकान का उद्घाटन हुआ है.

हमने पूर्व में 'ग्राहक सेवा' के विश्लेषण में यह देखा था कि हमें अपने ग्राहक के साथ हमेशा मिलनसार होना चाहिए. पर इसके ऊपर गहन चिंतन के बाद इस पर भी विचार करते हैं कि क्या नए ग्राहक बनाने में मिलनसार होना सहायक हैं?

कभी-कभी ऐसे भी प्रसंग सामने आए हैं कि मिलनसार होना हमेशा आपके लिए नए ग्राहक बनाने में सहायक हो यह जरूरी नहीं है.

मिलनसारिता एक बहुत महत्वपूर्ण गुण अवश्य है, जो लोगों को आपसे जुड़ने में या यूँ कहूँ कि जल्दी जोड़ने में मदद करता है. पर इसके साथ ही नए ग्राहक बनाने के लिए जो बाकी चीजें हैं, आपको उन पर भी ध्यान देना लाजमी होगा.

सबसे पहले, आपका उत्पाद रिकॉग्नाइजेबल होना चाहिए, जो ग्राहक किसी भी जगह पर खरीदारी करते वक्त पहचान पाए यानी इसके लिए आपको अपने उत्पाद की गुण विशेषताओं के साथ लक्ष्य ग्राहकों के बीच इसका प्रचार-प्रसार करना चाहिए.

इसके बाद, आपका उत्पाद रेलीवेंट होना चाहिए कि जब ग्राहक आपके उत्पाद को लेने के लिए तत्पर हो तो आपके उत्पाद की उपयोगिता को लेकर उसके दिमाग में कोई संदेश ना रहे यानी आप अपने उत्पाद के बारे में जो ग्राहकों से कहते हैं, तो वह सच हो और विश्वसनीय हो.

इसके बाद, आपका उत्पाद ग्राहक के लिए कोई अतिरिक्त संतुष्टि प्रदायक होना चाहिए, जो आने वाले समय में उसे बहुउपयोगी साबित हो.

ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम)- कंपनियों द्वारा ग्राहकों के साथ बातचीत करने के लिए प्रयुक्त तरीके हैं। इन पद्धतियों में कर्मचारी प्रशिक्षण और विशेष उद्देश्य के सीआरएम सॉफ्टवेयर शामिल हैं। इसमें ग्राहकों के फ़ोन कॉल और ई-मेल से निपटने पर बल दिया जाता है, हालांकि सीआरएम सॉफ्टवेयर द्वारा एकत्रित जानकारी को बढ़ावा देने और ग्राहक संतुष्टि के लिए मतदान जैसे सर्वेक्षणों के लिए भी इसे इस्तेमाल कर सकते हैं।

कई बार ऐसे उदाहरण सामने आते हैं कि अक्सर नई पहल असफल हो जाती है, क्योंकि कर्मचारियों को बिना कोई संदर्भ, सहायता और शिक्षा प्रदान किए, कार्यान्वयन केवल सॉफ्टवेयर अधिष्ठापन तक ही सीमित रह जाता है। ग्राहक संबंध प्रबंधन के लिए साधनों का कार्यान्वयन "केवल एक अच्छी तरह से तैयार रणनीति और संचालन की योजना के बाद" ही लागू किया जाना चाहिए।



सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया  
Central Bank of India

1911 से आपके लिए 'केबिन' "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



Indian Banks' Association

## अभी रजिस्टर करें\*

आपकी डोरस्टेप बैंकिंग सेवाएं

# और आराम करें !

**टोल फ्री नंबर :**  
1800 10 37 188 or  
1800 12 13 721

*Or*

**विज़िट करें :**  
[www.psbdsb.in](http://www.psbdsb.in)

*Or*

**डाउनलोड करें :**  
DSB Mobile App

GET IT ON Google play

**पिक-उप सेवाएं**

- चेक/ ड्राफ्ट/ पे ऑर्डर
- नए चेक बुक के लिए मांग पर्ची
- फॉर्म 15G और 15H
- IT चालान की स्वीकृति
- जारी किये गए निर्देश अनुसार

**डिलीवरी सेवाएं**

- गैर व्यक्तिक चेक बुक / ड्राफ्ट/ पे ऑर्डर
- सावधि जमा रसीदें
- खाता विवरणी
- TDS/फॉर्म 16 प्रमाणपत्र
- गिफ्ट कार्ड

**अन्य सेवाएं**

- कैश निकासी सेवाएं
- जीवन प्रमाणपत्र



\*Service Charges Applicable

अन्य समस्याएं भी सामने आती हैं जब प्रक्रिया, खुद जिसके अध्ययन की ज़रूरत है, के सृजन के पश्चात ही उसे बिक्री के बारे में न सोचा जाए और स्वचालन की योजना बनाते समय उस पर कई प्रयोग किए जाएं और समस्याओं से निपटने के लिए कारगर योजना बनाई जाए। ]

कंपनी के साथ अन्योन्य क्रिया में आविष्ट ग्राहक, विभिन्न भूमिकाएं निभाने वाले कर्मचारियों और विभागों के साथ बातचीत करने के बावजूद, अक्सर कंपनी को एक इकाई समझते हैं। सीआरएम एक संगठन द्वारा ग्राहकों की पारस्परिक प्रतिक्रियाओं को एकजुट करने तथा ग्राहक संबंधी जानकारी का पता लगाने के साधन को उपलब्ध कराने के लिए कार्यान्वित नीतियों, प्रक्रियाओं और रणनीतियों का संयोजन है। इसमें मौजूदा ग्राहकों के साथ अपने संबंधों को मज़बूत बनाते हुए, नए और फ़ायदेमंद ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग सम्मिलित है।

सीआरएम में ऐसे कई पहलू शामिल हैं, जो सीधे एक दूसरे से जुड़े हैं :

कार्यालय द्वारा आक्रामक प्रचालन - ग्राहकों के साथ सीधा संपर्क, उदा. प्रत्यक्ष बैठकें, फ़ोन कॉल, ई-मेल, ऑन-लाइन सेवाएं आदि

कार्यालय द्वारा पश्चात का प्रचालन - ऐसे संचालन, जो अंततः अग्र कार्यालयीन गतिविधियों को प्रभावित करते हैं (उदाहरण के लिए, बिल बनाना, रख-रखाव, योजना, विपणन, विज्ञापन, वित्त, विनिर्माण आदि)।

व्यापार संबंध - आपूर्तिकर्ता/विक्रेता और खुदरा दुकान/वितरक, उद्योग नेटवर्क (पैरवी दल, व्यापार संघ) जैसी अन्य कंपनियों और साझेदारों के साथ पारस्परिक संपर्क। ये बाहरी नेटवर्क, अग्र तथा पश्च कार्यालयीन गतिविधियों को सहायता देते हैं।

विश्लेषण - विपणन अभियान पर लक्ष्य साधने, व्यापार रणनीतियों की परिकल्पना हेतु, सीआरएम गतिविधियों (उदाहरण के लिए, बाज़ार अंश, ग्राहकों की संख्या तथा प्रकार, राजस्व, लाभप्रदता) की सफलता के लिए मूल सीआरएम डाटा को विश्लेषित किया जा सकता है।

सीआरएम सॉफ्टवेयर के समर्थकों का दावा है कि यह न केवल ग्राहक संबंधों के प्रबंधन के लिए अधिक प्रभावी तरीके अनुमत करता है, बल्कि अधिक ग्राहक-केंद्रित व्यापार करने देता है। अधिकारी अक्सर अपने ग्राहकों की उम्मीदों के अनुरूप कार्यक्षमता में एक बाधा के रूप में समुचित उपकरणों की ज़रूरत का हवाला देते हैं। वर्ष 2009 में किए गए 860 से अधिक कंपनी कार्यपालकों के एक अध्ययन से पता चला है कि केवल 39% यह मानते हैं कि उनके कर्मचारियों के पास ग्राहकों की समस्याएं सुलझाने के लिए उपकरण और प्राधिकार उपलब्ध हैं।

सीआरएम के प्रकार/रूपांतरण

सीआरएम से निबटने के लिए विभिन्न पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करने वाले विशिष्ट सॉफ्टवेयर सहित, कई अलग पद्धतियां मौजूद हैं। आमतौर पर, प्रणाली का महत्वपूर्ण अंश, ग्राहक सेवा, अभियान प्रबंधन और बिक्री बल स्वचालन से संरचित है।

क्रियाशील सीआरएम



क्रियाशील सीआरएम "अग्र कार्यालय" की व्यवसाय प्रक्रियाओं, यथा बिक्री, विपणन और सेवा कर्मचारियों को समर्थन प्रदान करता है. आमतौर पर ग्राहकों के साथ बातचीत को ग्राहकों के संपर्क इतिहास में संग्रहित किया जाता है और आवश्यकता के अनुसार कर्मचारी ग्राहकों की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं.

संपर्क इतिहास, ग्राहकों से सीधे व्यक्तिगत तौर पर सूचना मंगवाने की ज़रूरत को दूर करते हुए, स्टॉफ सदस्यों को ग्राहकों के संबंध में महत्वपूर्ण जानकारी (स्वामित्व वाले उत्पाद, पूर्व समर्थन फोन आदि) तत्काल सुलभ कराता है. सही समय पर, सही जगह ग्राहकों तक पहुंचना बेहतर है.

क्रियाशील सीआरएम विभिन्न प्रयोजनों के लिए ग्राहक डाटा को संसाधित करता है :

विश्लेषणात्मक सीआरएम

विश्लेषणात्मक सीआरएम विभिन्न प्रयोजनों के लिए ग्राहक डाटा का विश्लेषण करता है:

निर्दिष्ट विपणन अभियान को डिज़ाइन तथा क्रियान्वित करना

अभियान को डिज़ाइन और क्रियान्वित करना, उदाहरण, ग्राहक अधिग्रहण, प्रति-विक्रय, उपरि-बिक्री, योजक बिक्री

उत्पाद और सेवाओं (उदाहरण, मूल्य निर्धारण, उत्पाद विकास) के संबंध में निर्णय के लिए, ग्राहक व्यवहार का विश्लेषण करना

प्रबंधन सूचना प्रणाली (उदाहरण, वित्तीय पूर्वानुमान और ग्राहक लाभप्रदता विश्लेषण)

साधारणतया विश्लेषणात्मक सीआरएम, निर्णय लेने में सहायक परिणाम पाने के लिए, भारी मात्रा में डाटा खनन और अन्य तकनीकों का उपयोग करता है. पूर्णतः एकीकृत सीआरएम सॉफ्टवेयर का महत्व, विश्लेषणात्मक चरण में अधिक स्पष्ट हो जाता है. तार्किक रूप से, विश्लेषणात्मक सॉफ्टवेयर के पास जितनी अधिक जानकारी विश्लेषण के लिए उपलब्ध है, उतनी ही बेहतर उसकी भविष्यवाणियां और सिफारिशें रहेंगी.

बिक्री आसूचना सीआरएम

बिक्री आसूचना सीआरएम, विश्लेषणात्मक सीआरएम के समान ही है, लेकिन यह कुछ ज़्यादा प्रत्यक्ष बिक्री उपकरण के रूप में अभिप्रेत है. इसकी विशेषताओं में निम्न के संबंध में बिक्री से संबंधित कर्मचारियों को भेजी गई चेतावनियां शामिल हैं :

प्रति-विक्रय/उपरि-बिक्री/अदला-बदली बिक्री

ग्राहक बहाव

बिक्री प्रदर्शन

ग्राहक रुझान

ग्राहक मुनाफ़ा

## ग्राहक सुयोजन

### अभियान प्रबंधन

अभियान प्रबंधन में क्रियाशील और विश्लेषणात्मक सीआरएम के तत्व संयोजित होते हैं. अभियान प्रबंधन कार्यों में शामिल हैं :

चयनित मानदंडों के अनुसार ग्राहक आधार से लक्ष्य समूहों का गठन

विभिन्न माध्यमों (जैसे ई-मेल, टेलीफोन, एसएमएस, डाक) का उपयोग करते हुए चुनिंदा प्राप्तकर्ताओं को अभियान संबंधी सामग्री (उदाहरण, विशेष प्रस्ताव) भेजना

प्रतिक्रिया और रुझान विश्लेषणों की ट्रैकिंग सहित, अभियान संबंधी आंकड़ों की ट्रैकिंग, संग्रहण और विश्लेषण

### सहयोगपूर्ण सीआरएम

सहयोगपूर्ण सीआरएम, बिक्री, तकनीकी सहायता और विपणन जैसे कंपनी के विभिन्न विभागों द्वारा संचालित ग्राहकों के साथ कंपनी के लेन-देन के पहलुओं को आवृत करता है. ग्राहकों के साथ बातचीत के दौरान संग्रहित जानकारी को विभिन्न विभागों के स्टाफ सदस्य आपस में बांट सकते हैं. उदाहरण के लिए,

75  
आज़ादी का  
अमृत महोत्सव

सेन्ट्रल  
गृह लक्ष्मी  
गृह ऋण  
ब्याज दर  
**6.50%\***  
विशेष आकर्षण 5 ईएमआई  
तक माफ

सेन्ट्रल वाहिनी  
वाहन ऋण  
ब्याज दर  
**7.0%\***

सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया  
Central Bank of India  
1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

त्योहारों के अवसर पर  
**नारी शक्ति**  
अपने सपनों को दे नई उड़ान

महिला उद्यमियों, प्रोफेशनल्स एवं  
कर्मियों के लिए विशेष छूट

योजना 31 जनवरी,  
2022 तक

31 दिसम्बर तक  
शून्य प्रक्रिया शुल्क

922 390 1111 पर मिसड कॉल दें

Visit: [www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in) | Follow us on: [f](#) [@](#) [t](#) [in](#) [You Tube](#) CentralBankofIndia | Toll Free Number: 1800-22-1911

ग्राहक सहायता एजेंटों द्वारा हासिल प्रति-सूचना, अन्य स्टॉफ सदस्यों को ग्राहकों द्वारा मांगी गई अन्य सेवाओं और विशेषताओं के बारे में सूचना उपलब्ध करा सकती है. सहयोगपूर्ण सीआरएम का अंतिम लक्ष्य सभी विभागों द्वारा एकत्रित जानकारी का उपयोग कंपनी द्वारा उपलब्ध कराई जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार है.[7] सीआरएम ग्राहकों, निर्माताओं और साझेदारों के बीच, डाटा वितरक की भूमिका भी निभाता है. निर्माता, उत्पाद के विकास या नए बाज़ार की खोज के लिए सीआरएम सूचना का उपयोग कर

सकते हैं. सीआरएम ई-मेल, लिंक और डाटा बैंक जैसी नई सूचना प्रणाली के उपयोग द्वारा ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और साझेदारों के बीच संचार की सुविधा प्रदान करता है.

### उपभोक्ता संबंध सीआरएम

उपभोक्ता संबंध प्रणाली (सीआरएस), एक कंपनी के भीतर, उपभोक्ता मामले और ग्राहक संबंध संपर्क केन्द्रों द्वारा नियंत्रित, ग्राहकों के साथ कंपनी के लेन-देन संबंधी पहलुओं को आवृत करता है. प्रतिनिधि, गुमनाम उपभोक्ताओं और ग्राहकों के आवक संपर्क को संभालते हैं. उत्पाद संबंधी मुद्दों (जैसे सामग्री की वापसी) के बारे में पूर्व चेतावनी जारी कर सकते हैं और उपभोक्ता की वर्तमान संवेदनाओं (ग्राहकों की आवाज़) पर नज़र रख सकते हैं.

### सरल सीआरएम

वर्ष 2006 में पहली बार प्रदर्शित होने वाला यह पारंपरिक सीआरएम मॉडल का अपेक्षाकृत नया झुकाव है. सीआरएम उपकरण, मूलतः ग्राहक संबंध प्रबंधन के लिए डिज़ाइन किए गए हैं. ऊपर वर्णित तौर पर अनगिनत पूरक सुविधाएं और क्षमताएं मौजूद हैं. सरल सीआरएम, ग्राहकों और भावी ग्राहकों के साथ संपर्क और गतिविधियों के प्रबंधन जैसे बुनियादी मूल्यों पर ध्यान केंद्रित करने के लिए, पारंपरिक सीआरएम प्रणाली को खंडित करती है. ये प्रणालियां, समग्र रूप से संगठन की अपेक्षा, निकटतम अंतिम प्रयोक्ता के लिए अधिक मुनाफ़ा बनाने के उद्देश्य से रूपायित हैं. कई बार वे पूरे संगठन के बजाय, किसी विशिष्ट आला बाजार की जरूरतों, संगठनात्मक इकाई, या किसी विशिष्ट उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं को पूरा करने पर ध्यान केंद्रित करती हैं.



### सामाजिक सीआरएम

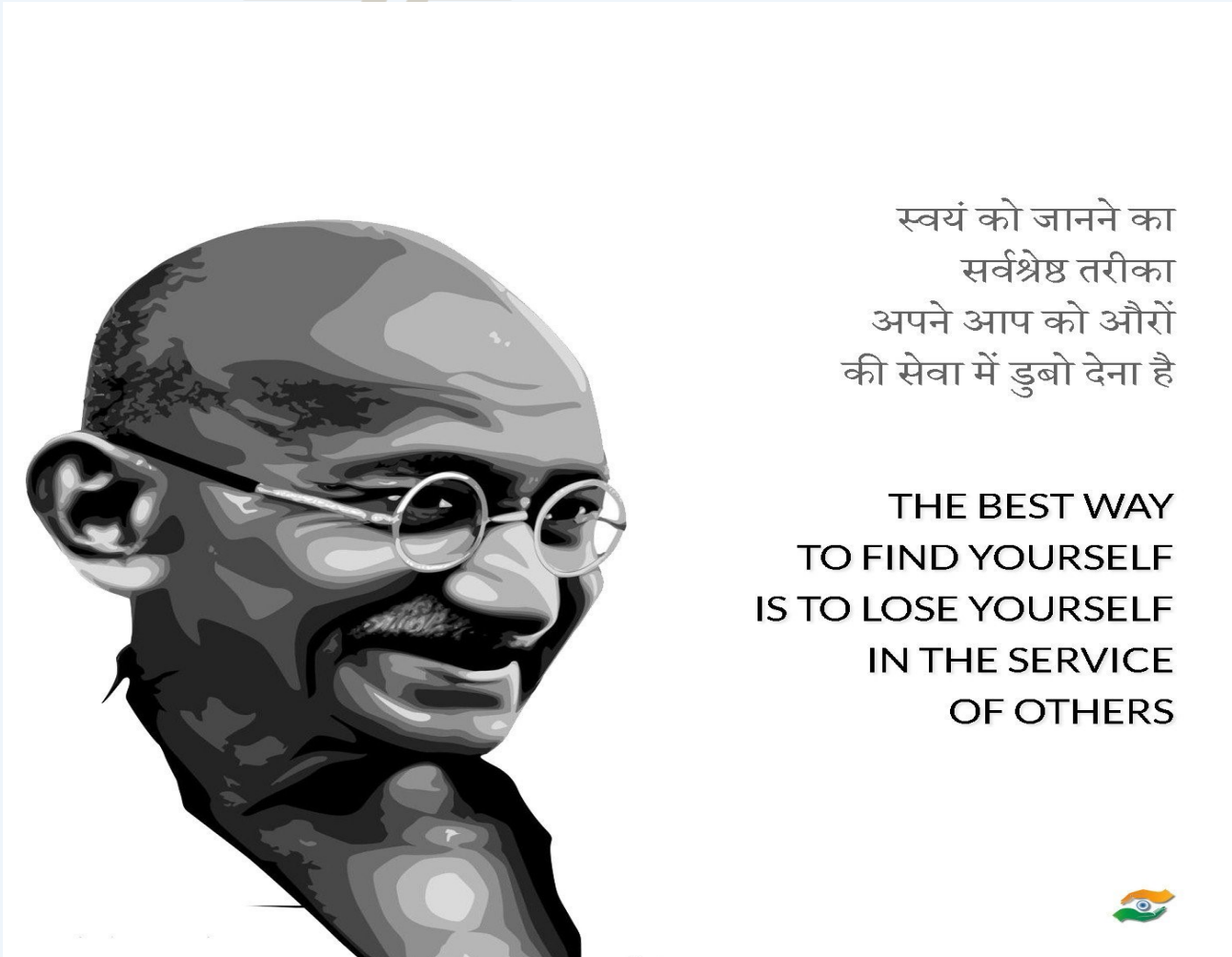
वर्ष 2007 की शुरुआत में, सामाजिक मीडिया और सामाजिक नेटवर्किंग की तेजी से, सीआरएम उत्पाद कंपनियों को, अपने पारंपरिक सीआरएम प्रणालियों में "सामाजिक सुविधाओं" को एकीकृत करने पर मजबूर किया. कुछ प्रारंभिक सुविधाओं में शामिल है, प्रणाली के डैशबोर्ड में विशिष्टतः संयोजित सामाजिक नेटवर्क निगरानी प्रति-सूचना (अर्थात् ट्विटर टाइमलाइन). अन्य उभरती क्षमताओं में शामिल हैं, संदेश भेजना, भावनाओं का विश्लेषण और अन्य विश्लेषिकी. कई उद्योग विशेषज्ञों का तर्क है कि सामाजिक सीआरएम ही भावी तरीका है, लेकिन अभी भी कई संशयवादी हैं. शीर्ष सीआरएम विद्वान इस बात से

सहमत हैं कि ऑन-लाइन समुदाय और सामाजिक संवादों का कंपनियों को भारी परिणाम भुगतना पड़ता है। वास्तविक-समय की बाज़ार राय और रुझानों के लिए उन पर निगरानी रखना ज़रूरी है।

## कार्यनीति

कई सीआरएम सॉफ्टवेयर पैकेज उपलब्ध हैं और सीआरएम के प्रति उनके दृष्टिकोण में भिन्नता है। लेकिन, जैसा कि ऊपर उल्लेख किया है, सीआरएम बस केवल एक तकनीक नहीं है, बल्कि ग्राहकों के साथ व्यवहार के प्रति संगठन के दर्शन पर व्यापक, ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोण है। इसमें नीतियां और प्रक्रियाएं, बढ़-चढ़ कर ग्राहक सेवा कर्मचारी प्रशिक्षण, विपणन, प्रणालियां और सूचना प्रबंधन शामिल हैं। इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि किसी भी सीआरएम कार्यान्वयन संबंधी विचार में, प्रौद्योगिकी से परे व्यापक संगठनात्मक आवश्यकताओं की ओर खिंचाव हो।

सीआरएम रणनीति के उद्देश्यों में कंपनी की विशिष्ट स्थिति और उसके ग्राहकों की जरूरतों और अपेक्षाओं पर विचार करना ज़रूरी है। सीआरएम पहलों के माध्यम से प्राप्त सूचना, ग्राहक समूहों की पहचान, ग्राहक प्रतिधारण, उत्पाद प्रस्तुतिकरण में (ग्राहकों की जरूरतों को अच्छी तरह समझते हुए) सुधार और संगठन के



लिए फ़ायदेमंद ग्राहकों की पहचान जैसे क्षेत्रों में संगठन की समझ को विकसित करते हुए विपणन रणनीति को समर्थन दे सकती है।

सीआरएम रणनीति आकार, जटिलता और गुंजाइश में भिन्न हो सकती है। कुछ कंपनियों की राय में सीआरएम रणनीति केवल अपने बिक्री दल के प्रबंधन पर ध्यान केंद्रित करने का उपाय है। तथापि, अन्य सीआरएम रणनीति पूरे संगठन में ग्राहक अन्योन्य-क्रिया को आवृत कर सकती हैं। कई वाणिज्यिक सीआरएम सॉफ्टवेयर पैकेजों में बिक्री, विपणन, इवेंट मैनेजमेंट, परियोजना प्रबंधन और वित्त उद्योगों को सेवा प्रदान करने वाली विशिष्टताएं शामिल हैं।

इस दृष्टिकोण से, सीआरएम को कुछ समय से कई बिक्री प्रक्रिया निर्माण प्रयासों में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हुए देखा गया है।

### कार्यान्वयन मुद्दे

कई सीआरएम परियोजना "विफलताएं" डाटा गुणवत्ता और उपलब्धता से जुड़े हुए हैं। डाटा सफाई एक प्रमुख मुद्दा है। यदि किसी कंपनी की सीआरएम रणनीति, जीवन-चक्र राजस्व, लागत, मुनाफा और व्यक्तिगत ग्राहकों के साथ पारस्परिक प्रतिक्रिया का पता लगाना है, तो यह सभी व्यापार प्रक्रियाओं में परिलक्षित होनी चाहिए। डाटा को एकाधिक स्रोतों से निकाला जाना चाहिए (उदाहरण बिक्री, विनिर्माण, आपूर्ति श्रृंखला, संभार-तंत्र, वित्त, सेवा आदि जैसे विभागीय/प्रभागीय डाटाबेस), जिसके लिए संपूर्णतः परिभाषित संरचनाओं और उच्च गुणवत्ता वाले डाटा सहित एकीकृत, व्यापक व्यवस्था की आवश्यकता है। समुचित अंतर-फलकों का इस्तेमाल करते हुए अन्य प्रणालियों से डाटा को सीआरएम प्रणालियों में अंतरित किया जा सकता है।

कंपनी-व्यापी आकार और कई सीआरएम कार्यान्वयनों की व्याप्ति की वजह से, निर्बाध कार्यान्वयन के लिए महत्वपूर्ण पूर्व-योजना अत्यावश्यक है। इस पूर्व-योजना में, उपलब्ध आंकड़ों का तकनीकी मूल्यांकन और मौजूदा प्रणालियों में कार्यरत तकनीक शामिल हैं। डाटा में इसके समाकलन के लिए अपेक्षित प्रयास के स्तर को निर्धारित करने हेतु यह मूल्यांकन बहुत ही ज़रूरी है।

इसी के समान महत्वपूर्ण है कार्यान्वयन का मानवीय पहलू। एक सफल कार्यान्वयन के लिए ज़रूरी है कि इसमें शामिल हितधारकों की अपेक्षाओं और जरूरतों को समझें। एक कार्यकारी प्रायोजक को भी हासिल किया जाए, ताकि सीआरएम परियोजना का उच्च स्तरीय प्रबंधन प्रतिनिधित्व उपलब्ध कराया जा सके।

पूर्व कार्यान्वयन सूची, सीआरएम परियोजना की शुरुआत से पहले, तकनीकी और मानव कारकों की पहचान के लिए प्रभावी उपकरण है। प्रक्रिया के प्रारंभिक चरण में ही संभावित समस्याओं की पहचान सुनिश्चित करने में जांच-सूची मदद दे सकता है।

### गोपनीयता और डाटा सुरक्षा प्रणाली

सीआरएम सॉफ्टवेयर के प्राथमिक कार्यों में से एक है, ग्राहकों के बारे में जानकारी इकट्ठा करना। जब सीआरएम समाधान के अंश के रूप में डाटा एकत्र किया जा रहा हो, तो कंपनी को ग्राहकों की गोपनीयता तथा डाटा सुरक्षा और साथ ही विधायी और सांस्कृतिक मानदंडों को जानने के प्रति भी विचार करना चाहिए। कुछ ग्राहक आश्वस्त होना चाहते हैं कि उनके डाटा को बिना उनकी पूर्व सहमति के अन्य पक्षों के साथ साझा नहीं किया जाएगा और यह कि अन्य पक्षों द्वारा अवैध रूप से उपयोग के प्रति समुचित सुरक्षा-उपाय उपलब्ध हैं।

# सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया ग्राहक सेवा केन्द्र 'ग्राहक सेवा' का एक अभिनव एवं सार्थक प्रयास

उदारीकरण और भूमंडलीकरण के इस दौर में बैंकिंग सेवाओं में भी विस्तार की गति सतत बनी हुई है. बैंकिंग व्यवस्था को दुरुस्त करने के साथ ही ग्राहकों को बेहतरीन सुविधाएं उपलब्ध कराने के लिए ग्राहक सेवा पर हमेशा जोर दिया जाता रहा है. ग्राहकों को बैंकों के उत्पादों एवं सेवाओं की जानकारी के लिए शहरों की अधिकांश शाखाओं के परिसरों में एलसीडी लगाई जाती हैं और इनमें जिंगल, घूमते हुए स्लाइड्स चालू रहती हैं.

इस सेवा के शुरु हो जाने से ग्राहकों को एक ही स्थान पर खाते खोलने, पेंशन खाता, मोबाईल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, डीमेट एकाऊंट, म्युचुअल फंड, दुर्घटना बीमा, ई-फाइलिंग आदि सभी सुविधाएं की जानकारी मिल जाती है. इस हेतु बैंकों ने अपने यहां ग्राहक सेवा केन्द्र की शुरुआत की है.



बैंकों में यह व्यवस्था की गई है कि ग्राहक अपनी किसी भी शिकायत को लेकर बैंक के पास जा सकते हैं और बैंक उन समस्याओं का विभिन्न माध्यमों से निवारण करेगा. सेन्ट्रल

The advertisement features a red background with white text and icons. At the top, it reads 'स्काई नेट सर्विसेस ग्राहक सेवा केन्द्र'. Below this, there are six circular icons representing different services: 'मिल भुजान' (Milk Distribution), 'मनी टूलफर' (Money Transfer), 'डैश जप' (Dash Jap), 'सेवा निरपत्ते' (Service Assurance), 'मोबाईल, डीटीएच सेवाएँ' (Mobile, DTH Services), and 'रेल बुकिंग' (Rail Booking). At the bottom, it says 'सभी बैंकों के लिए उपलब्ध' (Available for all banks) and lists logos for various banks including SBI, State Bank of India, Punjab National Bank, Union Bank, and others. The website address 'www.sbi.com' is also visible.

बैंक ऑफ़ इंडिया में भी शीर्ष प्रबंधतंत्र ने सभी फील्ड प्रमुखों को स्पष्ट निर्देश जारी किए हैं कि प्रत्येक माह की 15 तारीख को ग्राहक बैठक की जाए और उसमें ग्राहकों की समस्याएं, यदि कोई हैं, का निराकरण किया जाए. साथ ही, यह भी निर्देश हैं कि देशभर में अलग-अलग जगहों पर ग्राहक सम्मेलन आयोजित

किए जाएं. ऐसे सम्मेलनों में उपस्थित जन-समुदाय को बैंक के आला अधिकारियों द्वारा उनकी समस्याओं के लिए बैंक में क्या-क्या सुविधाएं उपलब्ध हैं और उनका आसान प्रयोग कैसे किया जा सकता है, तमाम जानकारी विस्तार से दी जाती है.

भारत के सबसे पुराने और सबसे बड़े वाणिज्यिक बैंक में से एक, सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया की देशभर में 4650 से अधिक शाखाएं, 5319 एटीएम हैं. यूआईडीएआई ने ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों के लिए माइक्रो एटीएम और कियोस्क बैंकिंग का प्रस्ताव दिया है. वित्तीय समावेशन की संकल्पना के अनुसार, बैंक ने ग्रामीण क्षेत्रों में बीसी को नियुक्त किया है. बैंक का अपना सुदृढ ग्राहक सेवा केन्द्र है, जो बैंक के ग्राहकों की समस्याओं का निराकरण करने में अपनी स्पष्ट नीति के अनुसार सतत 24X7 सेवाएं प्रदान कर रहा है. बैंक अपने विद्यमान एवं संभावित ग्राहकों को बैंक के उत्पादों एवं सेवाओं की जानकारी के साथ-साथ निम्न लिखित बैंकिंग कार्यों के लिए उनके मांग के अनुसार जानकारी उपलब्ध कराता है.

सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया ग्राहक सेवा केन्द्र

- नो फ्रिल खाता खोलना
- नकद जमा
- नकदी निकलना
- आवर्ती जमा खाता

ग्राहकों को लाभ :

- केआईओएसके बैंकिंग मॉडल के माध्यम से 'नो फ्रिल पीएनबी खाते'

चालू खाता / सावधि जमा / आवर्ती जमा

नो-फ्रिल्स खाता - जहां कोई न्यूनतम शेष राशि या शुल्क नहीं लगाया जाता है. अधिकतम बैलेंस 50000 रुपये हो सकता है. (इससे ऊपर के शेष को बनाए रखा जा सकता है, लेकिन फिर खाते को एक नियमित बैंक खाते में बदल दिया जाता है और बैंक की शर्तें और दस्तावेज इन खातों पर लागू हो जाएंगे).

मिनिमम बैलेंस - जीरो बैलेंस.

अधिकतम लेनदेन की सीमा प्रति दिन 10,000 रुपये है.

कोई चेक बुक जारी नहीं की जाती है

पासबुक की सुविधा उपलब्ध

एटीएम सुविधा उपलब्ध नहीं

खाताधारक द्वारा केवल नकद लेनदेन किया जा सकता है.

किसी भी हस्ताक्षर की आवश्यकता नहीं है और खाते तक पहुंचने / उपयोग करने के लिए केवल इलेक्ट्रॉनिक अंगूठे के निशान का उपयोग किया जाता है.

ग्राहक को लंबे बैंकिंग घंटों से भी लाभ होता है: जब तक केंद्र खुला रहता है

बैंक मित्र बनना चाहते हैं

नवीनतम अद्यतन के अनुसार, सरकार की योजना थी कि वर्ष 2020 तक पूरे भारत में विभिन्न बैंकों के 5 लाख ग्राहक सेवा केन्द्र (सीएसपी) खोलने की है. इन सीएसपी के द्वारा हमारे देश में लगभग 10 लाख नौकरियां पैदा हुई हैं. सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया ने अपनी ग्रामीण क्षेत्रों में बैंक मित्रों की नियुक्ति भी की है.

बैंक मित्र की इयूटी -

खाता खोलना

नकद जमा

नकद निकासी

सूक्ष्म बीमा

अटल पेंशन खाता

सुरक्षा बीमा

जीवन ज्योति बीमा

# 75 आज़ादी का अमृत महोत्सव




सेन्ट गृह लक्ष्मी गृह ऋण ब्याज दर **6.50%\***  
विशेष आकर्षण 5 ईएमआई तक माफ

सेन्ट वाहिनी वाहन ऋण ब्याज दर **7.0%\***



योजना 31 जनवरी, 2022 तक

31 दिसम्बर तक शून्य प्रक्रिया शुल्क



सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया  
Central Bank of India  
1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

त्योहारों के अवसर पर  
**नारी शक्ति**  
अपने सपनों को दे नई उड़ान

महिला उद्यमियों, प्रोफेशनल्स एवं कर्मियों के लिए विशेष छूट

922 390 1111 पर मिस्ड कॉल दें

Visit: [www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in) | Follow us on:      CentralBankofIndia | Toll Free Number: 1800-22-1911



बैंक मित्र को निम्नलिखित सेवाएं प्रदान करने के लिए अनुमोदित किया गया है

बैंकिंग सेवा- कियोस्क बैंकिंग बीसी योजना के माध्यम से अपनी मिनी बैंक की दुकान का निर्माण करें. वे अपने ग्राहकों को शाखा रहित बैंक सेवाएं प्रदान कर सकते हैं.

रिचार्ज सर्विस- बैंक मित्र को रिटेलर्स और क्रेता के लिए एंड्रॉइड एप्लिकेशन प्रदान किया गया है. ग्राहक अपनी उंगलियों पर पोर्टेबल और डीटीएच रिचार्ज कर सकते हैं.

ट्रैवल बुकिंग सेवाएँ - बैंक मित्र को भारत भर में यात्रा बुकिंग सेवाओं के लिए आईआरसीटीसी द्वारा अनुमोदित किया जाता है.

बिल भुगतान सेवाओं- बिजली, फोन, मोबाइल, गैस, पानी और अन्य संबंधित बिलों का भुगतान बैंक मित्र के माध्यम से किया जा सकता है. प्रत्येक परिवार को प्रति माह 2-5 बिलों का भुगतान करने की अनुमति है.

मनी ट्रांसफर सेवाएं- मनी ट्रांसफर सेवा को सक्षम करने के लिए बैंक मित्र को बैंक वॉलेट प्रदान किया गया है.

आपको सीएसपी क्यों खोलना चाहिए

आप बैंक के लिए एक एजेंट बन जाएंगे और कमीशन के साथ एक निश्चित वेतन प्रोत्साहन प्राप्त करेंगे.

सीएसपी बैंक मित्र बीसी कई बैंकों के लिए प्रौद्योगिकी ठेकेदार और व्यापार संचारक है. हमारा संगठन सुदूर क्षेत्रों में लोगों को सर्वोत्तम बैंकिंग सुविधाएं प्रदान करने के एकमात्र उद्देश्य के साथ स्थापित किया गया था. हम योग्य लोगों की जरूरतों के अनुसार अपनी सेवाएं प्रदान करने के लिए प्रतिबद्ध हैं. हम अपनी सबसे बड़ी सुविधाओं के साथ कई बैंकों के ग्राहकों की सेवा करते हैं. हमारा उद्देश्य समाज के निचले वेतन समूहों जैसे मजदूरों और कर्मचारियों को वित्तीय सहायता देना है, जिनके पास उचित दस्तावेज न होने के कारण बचत खाता नहीं है.

यदि आप अपने गाँव या कस्बे में एक छोटा बैंक शुरू करना चाहते हैं, तो आपको बैंक पंजीकरण फॉर्म का विवरण पढ़ने के बाद उपयुक्त जानकारी देनी पड़ सकती है. सीएसपी बैंक मित्रा बीसी को खोलने और बनाए रखने के लिए आपको पात्रता को पूरा करना पड़ सकता है.

- सीएसपी आवेदन जमा करने के समय आपकी आयु 15 वर्ष से अधिक होनी चाहिए.
- आपको कंप्यूटर का बेसिक ज्ञान होना चाहिए.
- अपने सीएसपी आवेदन के दौरान, आपको परियोजना में कुछ नकदी निवेश करने के लिए उत्सुक होना चाहिए.
- आपको बेरोजगार, श्रमशील और जिम्मेदार माना जाता है.

CSP बैंक के लिए ऑनलाइन आवेदन करते समय कुछ दस्तावेजों की आवश्यकता होती है:

- आईडी प्रूफ, जैसे कि पैन कार्ड, ड्राइविंग लाइसेंस, पासपोर्ट, आधार कार्ड, चुनाव कार्ड या सरकार द्वारा जारी किया गया कोई अन्य प्रमाण.
- आवासीय प्रमाण, जैसे बिजली बिल, आधार कार्ड, टेलीफोन बिल, राशन कार्ड और चुनाव कार्ड.
- आपको कम से कम 10 वीं कक्षा उत्तीर्ण होना चाहिए और आपको अंक पत्र और अन्य शैक्षिक दस्तावेजों की ज़ेरॉक्स कॉपी जमा करनी चाहिए.
- अन्य विविध दस्तावेज, जैसे पुलिस सत्यापन प्रमाण पत्र, पासबुक कॉपी, व्यवसाय पता, और दो पासपोर्ट आकार की तस्वीरें.

कियोस्क बैंकिंग कैसे काम करता है?

कियोस्क बैंकिंग भारतीय रिजर्व बैंक का आविष्कारक है. यह उन गांवों या अन्य दूरदराज के क्षेत्रों में रहने वाले लोगों के लिए शुरू किया गया है जो अपने पड़ोस में बैंक शाखा की प्राप्ति नहीं होने के कारण बैंकिंग सेवाएं प्राप्त करने में असमर्थ हैं. ऐसी प्रणाली में, व्यक्ति बैंकिंग सेवाओं को प्राप्त करने के लिए बैंक जाने के लिए बाध्य नहीं होता है. विकल्प के रूप में, बैंक उस गाँव में आएगा जहाँ व्यक्ति सौदा कर सकता है.

सीएसपी बैंक मित्रा बीसी कई बैंकों के अधिकृत प्रतिनिधि हैं जो दूरस्थ क्षेत्रों के लोगों को उन सभी बैंकिंग सुविधाओं के साथ प्रदान करते हैं जिनकी उन्हें ज़रूरत है. हमारी कियोस्क बैंक सेवा उन क्षेत्रों में लोगों की संपूर्ण वित्तीय जरूरतों को पूरा करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है, जहां बैंक शाखाएं नहीं हैं. हम वित्तीय सेवाओं तक पहुंचने और अधिक सस्ती या कम लागत पर क्रेडिट प्राप्त करने के लिए सभ्य सेवाओं के कमजोर वर्गों या कम-राजस्व समूहों को समर्पित सेवाएं प्रदान करते हैं. हमारे कियोस्क छोटे इंटरनेट संचालित बूथ हैं जो दूरदराज के गांवों में स्थापित किए जाते हैं, जहां लोग बैंकिंग सेवाओं में आ सकते हैं

कियोस्क बैंकिंग कार्य करने के पीछे विचार यह है कि यह बैंकों द्वारा सार्वजनिक, निजी और साथ ही सहकारी क्षेत्रों में सीएसपी बैंक मित्रा बीसी दुकानों का उपयोग करके समर्थित है. हमारी दुकानें ग्राहक और एक बैंक के बीच एक स्पर्श बिंदु के रूप में कार्य करती हैं, जहां बैंकों की विभिन्न सेवाएं, जिनमें माइक्रो-क्रेडिट, ओवरड्राफ्ट और बीमा सेवाएं शामिल हैं, के अलावा निकासी, जमा, प्रेषण.

हम यह सीएसपी बैंक मित्रा बीसी में करते हैं, जहां हम एक रिटेलर के रूप में अपनी सेवाओं की पेशकश करने और ग्राहकों के लिए तामझाम के बिना बैंक खाते खोलने और अपनी उंगलियों के निशान और ग्राहकों के अन्य आवश्यक विवरण दर्ज करने के लिए प्रतिबद्ध हैं. फिर हम इन विवरणों को प्रसंस्करण के लिए आवश्यक दस्तावेजों के साथ बैंक को भेजेंगे. जैसे ही खाता बनाया

जाता है, उपभोक्ता किसी भी समय उपभोक्ता बैंक की इंटरनेट सक्रिय कियोस्क शाखा में ऑनलाइन अपना पैसा जमा या निकाल सकते हैं.

मिशन सीएसपी बैंक मित्रा बीसीआईएस का मुख्य मिशन एक ऐसा बैंक बनना है जो श्रमिकों, उपभोक्ताओं, और शेयरधारकों की संतुष्टि को अधिकतम करने में सक्षम है, जो वित्तीय सेवाओं के लिए एक सुपरमार्केट विधि का पालन करके बाजार में एक मजबूत स्थिति, स्थिति और कॉर्पोरेट विशेषताओं के लिए है. साथ में .

कौन बन सकता है सीएसपी एजेंट?

कोई भी फर्म, संगठन और व्यक्ति सीएसपी एजेंट बन सकते हैं. वे सोसायटी या ट्रस्ट अधिनियम के तहत गैर सरकारी संगठन हो सकते हैं.

- डाक घर
- पंजीकृत बैंक कर्मचारी
- सेवानिवृत्त सरकारी अधिकारी
- भूतपूर्व सैनिकों
- छोटी बचत योजनाओं या बीमा कंपनी के एजेंट
- व्यक्तिगत किराने / चिकित्सा या उचित मूल्य की दुकान
- माइक्रोफाइनेंस संस्था
- ग्राम ज्ञान केंद्र
- कृषि विज्ञान केंद्र
- पंचायत
- एनबीएफसी स्वयं सहायता समूह
- केवल उन व्यक्तियों को बैंक द्वारा अनुमति नहीं दी जाती है जो सामान्य सेवा केंद्रों को बी.सी.

सीएसपी के लिए न्यूनतम शारीरिक आवश्यकता क्या है?

- एक कंप्यूटर या लैपटॉप
- मॉडेम, ब्रॉडबैंड या डोंगल के माध्यम से इंटरनेट कनेक्टिविटी होनी चाहिए.
- स्कैनर के साथ प्रिंटर
- कार्यालय स्थान न्यूनतम क्षेत्र 100 वर्ग फीट.
- बीसी के रूप में मेरी जिम्मेदारी क्या होगी?
- बचत खाता, एफडी, ऋण आदि जैसे बैंकिंग उत्पादों के बारे में जागरूकता पैदा करना.
- ग्रामीणों को पैसे बचाने और कर्ज का प्रबंधन करने की सलाह देना.
- संभावित ग्राहक की पहचान करने की जिम्मेदारी.
- ग्राहक का केवाईसी सत्यापन.
- अनुप्रयोगों और अन्य बैंकिंग औपचारिकताओं को भरना.

- समय-समय पर नो फ्रिल खाते और अन्य खाते खोलना.
- न्यूनतम राशि शून्य और प्रति लेनदेन INR2000 की अधिकतम राशि का संग्रह और भुगतान.
- लघु मूल्य प्रेषण सेवा.
- अन्य वित्तीय उत्पादों जैसे बीमा, पेंशन आदि की क्रॉस-सेलिंग.

सीएसपी या बैंक मित्र या BC कौन है?

सीएसपी "ग्राहक सेवा बिंदु" को बैंक मित्र के रूप में भी जाना जाता है. इस अवधारणा को पीपीपी (पब्लिक प्राइवेट पार्टनरशिप) के तहत शुरू किया गया था, जहाँ बैंक मित्र या सीएसपी या व्यवसाय संवाददाता बैंक के एजेंट या प्रतिनिधि के रूप में काम करते हैं. उन्हें बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने के लिए नियुक्त किया जाता है जैसे खाता खोलना, नकद जमा, नकद निकासी आदि. वे ग्रामीणों को बैंकिंग लेनदेन में मदद करते हैं.

क्या बैंक मित्र के लिए कोई वेतन है?

हां, सभी बैंक मित्र को रु.2000 से रु. 5000 के बीच एक निश्चित वेतन मिलेगा, यह बैंक या शाखा हो. इसके अलावा, वह विभिन्न बैंकिंग सेवाओं पर बैंक से कमीशन प्राप्त करेगा जैसे कि एक नया खाता खोलना, ऋण आवेदन, आदि. प्रधानमंत्री जन धन योजना के तहत, बैंक मित्र वाहन के लिए रु. 1.25 लाख का ऋण ले सकते हैं, रु. 50000 काम करने के लिए उपकरण और रु. 25000 के लिए.





## ग्राहक सेवा ही व्यवसाय बढ़ाने की सफल विधि

बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक सेवा का महत्व :

आज के प्रतिस्पर्धा के दौर में जहाँ हमें मार्केट में जगह बनाने हेतु लड़ने की जरूरत है वहीं ग्राहक के साथ संबंध बनाना भी महत्वपूर्ण है. बैंकिंग उद्योग मुख्य रूप से सेवा क्षेत्र है जिसमें ग्राहक एक राजा है. प्रत्येक दीर्घकालिक संबंध के परिप्रेक्ष्य में ग्राहकों की संतुष्टि निहित होती है. इस प्रतिस्पर्धा के दौर में बैंक को ग्राहक संतुष्टि अति महत्वपूर्ण है.

“केवल संतुष्ट ग्राहकों का होना ही पर्याप्त नहीं है . यदि आप वास्तव में एक फलता-फूलता व्यवसाय चाहते हैं, तो आपको उत्साही प्रशंसक बनाने होंगे.”

केन ब्लैचर्ड

“उत्कृष्ट ग्राहक सेवा किसी भी कंपनी में नंबर एक काम है. यह कंपनी का व्यक्तित्व है और ग्राहकों के वापस आने का कारण है. ग्राहकों के बिना कोई कंपनी नहीं है.”

कोनी एडलर

बैंकिंग उद्योग भी मुख्य रूप से अपने ग्राहकों पर निर्भर करता है. बैंकों को भी अपने ग्राहकों को बनाए रखने के लिए उन्हें गुणवत्तापूर्ण सेवा प्रदान करनी होती है. संतुष्ट ग्राहक की बैंक की आर्थिक तरक्की और विकास का माध्यम है. अगर हम ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली बैंकिंग सेवाओं के बारे में बात करें तो बैंक कर्मचारी इसमें एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. उन्हें ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवाएँ प्रदान करनी होती ही है बल्कि उन्हें यह भी देखना होता है कि वे अपने ग्राहकों की अपेक्षाओं /आवश्यकताओं को पूरा करें. इसलिए बैंक कर्मचारियों को चाहिए कि वे कोर कस्टमर सर्विस स्किल्स विकसित करें ताकि वे अपने ग्राहकों को सर्वोत्तम तरीके से बैंकिंग सेवाएँ उपलब्ध करा सकें.

बैंक कर्मियों से ग्राहक की अपेक्षाएँ :

ध्यान (Attention) : ग्राहक यही चाहते हैं कि बैंक कर्मचारी उन पर ध्यान दें.उनकी जरूरतों को समझे .ग्राहक को अपना सबसे अच्छा दोस्त समझे. कोई ग्राहक अगर बैंक के अंदर आता है उसे वेलकम करें. उनकी जरूरतों पर ध्यान दें. इससे ग्राहक का बैंक के प्रति नजरिया बदल जाएगा. उनसे पूछें कि किस तरह उनकी मदद कर सकते हैं.

समय : हर ग्राहक यही चाहता है कि बैंक कर्मचारी उन्हें समय दे वह यह ना कहे की मेरे पास समय नहीं है आप बाद में आना. उनकी समस्याओं को सुने और कम से कम समय में उनकी समस्या सुलझाने का प्रयास करें. कम समय में उनका कार्य पूरा करें. यह देखें की उन्हें बैंक में किसी भी काम के लिए ज्यादा रुकना न पड़े.



सम्मान : हर ग्राहक यही चाहता है कि बैंक कर्मचारी उन से सम्मानपूर्वक बात करें .

बैंक का वातावरण : ग्राहकों की यही अपेक्षा रहती है कि बैंक में जाने बाद उन्हें अपना सा लगे. उन्हें किसी बात के लिए संकोच न हो. बैंक में आने के बाद उन्हें अपनापन लगे.

कम्युनिकेशन : कम्युनिकेशन क्षेत्र में काम करने वाले कर्मचारी के लिए सबसे महत्वपूर्ण गुण है और यह बैंकिंग क्षेत्र में काम करने वाले कर्मचारियों के लिए भी अति आवश्यक है. अच्छे कम्युनिकेशन में सुनना और बोलना दोनों क्रियाएँ शामिल होती है. ग्राहक द्वारा किए गए प्रश्नों /समस्याओं को ध्यान से सुनना और समस्या का सबसे उपयुक्त समाधान ढूँढना और अंत में अपने ग्राहक को इस समाधान को बताने/ समझाने में सक्षम होना ही एक अच्छी कम्युनिकेशन स्किल को प्रदर्शित करता है. ग्राहक द्वारा किये गए हर प्रश्न का उत्तर या समाधान ग्राहक को सरल तरीके से दें जिससे उन्हें समझ में आ जाए और उन्हें अपने प्रश्न का समाधान मिल जाए. बैंक कर्मचारी को ग्राहक के अनुसार अपनी कम्युनिकेशन तकनीकों को बदलने में सक्षम होना चाहिए तथा ग्राहक की समस्याओं को सरलतम तरीके से सुलझाने में और कम से कम समय-सीमा के भीतर सहायता प्रदान करने का प्रयास करना चाहिए. \

समवेदना : समवेदना का अर्थ है कि किसी दूसरे व्यक्ति की स्थिति को उनके परिप्रेक्ष्य से समझना. समवेदना का अर्थ है कि ग्राहकों की समस्याओं को तकनीकी वा अन्य पहलुओं के साथ-साथ भावनात्मक पहलुओं को भी समझना. समवेदना दिखाकर हम ग्राहकों के साथ एक मजबूत निजी रिश्ता बना सकते हैं. जो कि बैंक द्वारा लागू की गई नीतियों और योजनाओं में ग्राहक का विश्वास बनाये रखने के लिए बहुत आवश्यक है.

संयम : संयम यानि धैर्य . बैंक के कर्मचारियों को दिन में ना जाने कितने ग्राहकों से डील करना होता है. हर ग्राहक का अपना स्वभाव होता है. कोई कोई गुस्से वाले भी होते हैं. इन ग्राहकों में कुछ शिक्षित

होते हैं और उनको बैंक की नीतियों के बारे में जानकारी भी होती है। कुछ ग्राहक अशिक्षित होते हैं और वह बैंकिंग के नियमों से परिचित नहीं होते हैं। एक बैंक कर्मचारी रूप में हमें अपने ग्राहकों को उनके स्वभाव, शैक्षणिक या वित्तीय पृष्ठभूमि का विचार किए बिना खुशी से सहायता और सेवा करने में सक्षम होना चाहिए। बैंक कर्मचारियों की प्रवृत्ति ग्राहक के प्रति भेदभावहीन होनी चाहिए। बैंक कर्मचारियों को चाहिए कि सभी ग्राहकों को समान रूप से माने तथा सभी को गुणवत्ता सेवायें प्रदान करें। इसलिए बैंक कर्मचारियों को चाहिए कि वे आत्मनियंत्रित और संयमित रहे। उन्हें अपने ग्राहकों को बैंक के महत्वपूर्ण नियमों और जटिल बैंकिंग नीतियों को धैर्यपूर्वक समझाना चाहिए, इसलिए बैंक कर्मियों में संयम या धैर्य होना अति आवश्यक है।

**आत्मविश्वास :** विश्वास यह एक ऐसी कड़ी है जो एक बार विश्वास किसी पर कर लें तो जिंदगीभर नहीं भूलते। यह एक कस्टमर सर्विस स्किल है जो बैंक कर्मचारियों को विकसित करना है। सभी ग्राहक को यह विश्वास दिलाना होगा कि आप की राशि इस बैंक में सुरक्षित है। सभी बैंक कर्मचारियोंको आत्मविश्वासी और उनके क्षेत्र का पूर्ण जानकार होना चाहिए इससे उनके ग्राहक मेहनत से अर्जित किए गए धन को लेकर बैंक पर भरोसा कर पायेंगे।

रोजाना बैंकिंग में ग्राहक सेवाओं के निम्नलिखित दस प्रमुख क्षेत्रों में समय पर और नियमित रूप से भाग लिया जाना है:

ग्राहकों को खाते का विवरण प्रस्तुत करना

बचत पासबुक का अद्यतनीकरण।

टेलर सिस्टम दक्षता

परिसर की सफाई और रखरखाव

इंस्टीट्यूशन चेक/भूमि बिलों के लिए इंटरमीडिएट क्रेडिट

परिपक्वता पर सावधि जमा रसीदों के पुरस्कार के लिए ग्राहकों को अग्रिम सूचना

खातों में डेबिट/क्रेडिट के लिए अग्रिम

कर्मचारियों की समयबद्धता

शिकायत रजिस्टर

ग्राहक बैठक

आज के डिजिटल जानकार ग्राहकों के पास अपने फोन के एक टैप पर बैंकिंग विकल्पों की एक दुनिया उपलब्ध है - और अगर उन्हें अपनी इच्छा का अनुभव नहीं मिलता है तो वे बैंकों को बदलने के लिए तैयार हैं। ग्राहक जो चाहते हैं उसे शीर्ष पर रखना स्पष्ट रूप से एक नया ग्राहक प्राप्त करने और मौजूदा ग्राहकों को उच्च स्विचिंग और कम वफादारी के वातावरण में बनाए रखने के लिए महत्वपूर्ण है। जब

वित्तीय संस्थान समझते हैं कि उनके ग्राहक वास्तव में क्या चाहते हैं, तो बैंक और ग्राहक दोनों जीतते हैं। फ्यूचर बैंकिंग इकोसिस्टम के बारे में सोचते समय निम्नलिखित शीर्ष पांच चीजों को ध्यान में रखें जो ग्राहक अपने बैंक से चाहते हैं।

### ग्राहक चाहते हैं कि बैंकिंग आसान हो

आज के ग्राहकों को आसान बैंकिंग चाहिए। ग्राहक चाहते हैं कि बैंकिंग की नीति सरल हो ताकि वे उसका लाभ उठा सकें। शेष राशि, ऋण, स्थानांतरण ग्राफिक यह सुनने में सीधा लगता है, लेकिन एक बेहतरीन ग्राहक अनुभव के साथ आसान बैंकिंग भ्रामक रूप से कठिन है। बैंक उत्पादों और सेवाओं तक पहुंचने का एक सरल, निर्बाध अनुभव होना चाहिए - स्वच्छ मेनू जिसमें बुनियादी बैंकिंग कार्यों तक पहुंचने के लिए अनगिनत क्लिक या टन टैप की आवश्यकता न हो।

डिजिटल परिवर्तन ने नाटकीय रूप से ग्राहकों की अपने बैंक के साथ बातचीत की संख्या को बढ़ा दिया है। यदि कोई वित्तीय फर्म बुनियादी बैंकिंग कार्यों को सरल और एकीकृत करने में विफल रहता है, तो ग्राहक उस बैंक में चले जाएंगे।



**सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया**  
Central Bank of India

1911 से आपके लिए 'सेंट्रल' 'CENTRAL' TO YOU SINCE 1911

# RAM CAMPAIGN



## ऋण सुविधा आसान पहुँच में

गृह एवं वाहन ऋण

कृषि ऋण

एमएसएमई ऋण






**अभियान 21.10.2021 से  
31.12.2021 तक**

**ऋण  
के लिए  
9223 901 111  
पर मिस्ड कॉल दें**

अधिक जानकारी के लिए निकटतम शाखा में सम्पर्क करें

टॉल फ्री नम्बर : 1800-22-1911

[www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)

हमें फॉलो करें : [https://twitter.com/centralbank\\_in](https://twitter.com/centralbank_in)

हमें लाईक करें : <https://www.facebook.com/CentralBankofIndia>



## ग्राहक इस बात के विकल्प चाहते हैं कि वे कैसे बैंक करें

आज के इस नये तकनीक में ग्राहक घर बैठे ही बैंकिंग सुविधा का लाभ लेना चाहते हैं. उन्हें बैंक जाकर कतारों में खड़ा होना नहीं चाहिए. आज के इस नये दौर में युवा पीढ़ी के पास वक्त नहीं रहता. बैंकिंग ऐप्स से वह जहाँ कहीं भी हो वहाँ से बैंकिंग सुविधा का लाभ लेना चाहते हैं. बैंकिंग ऐप्स की ग्राफिक आसानी पर्याप्त नहीं है - बैंकिंग ग्राहक 24/7 एक्सेस और विकल्प चाहते हैं: घर पर वेब पर, चलते-फिरते अपने फोन पर, भौतिक शाखाओं में, और बहुत कुछ। आज के ग्राहक डिजिटल और फिजिकल दोनों में काम करते हैं, जिसमें 65 प्रतिशत ग्राहक अपने बैंक के साथ कई चैनलों के माध्यम से बातचीत करते हैं. यहां तक कि पुराने, कम तकनीकी रूप से व्यस्त जनसांख्यिकी, जो व्यक्तिगत रूप से बैंकिंग को प्राथमिकता देते हैं, अन्य चैनलों को शामिल करने और अपने वेब या मोबाइल-आधारित इंटरैक्शन का विस्तार करने के लिए उत्सुक हैं.

डिजिटल परिवर्तन ने कई उद्योगों में तत्काल संतुष्टि को सक्षम किया है। ग्राहक ऑनलाइन बैंकिंग प्रक्रिया शुरू करने में सक्षम होना चाहते हैं और उन्हें किसी भौतिक शाखा में सूचना या कार्यों को दोहराना नहीं पड़ता है। बैंकों के लिए कई विकल्प और एक सहज, आसान अनुभव प्रदान करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है, लेकिन आज के ग्राहक को संतुष्ट करने के लिए यह महत्वपूर्ण है.

ग्राहक उत्तरदायी ग्राहक सेवा चाहते हैं

ग्राहक सेवा ग्राफिक उत्कृष्ट सेवा गुणवत्ता एक आवश्यकता है, क्योंकि ग्राहकों के पास तब स्विच करने के बारे में कोई आरक्षण नहीं है जब उन्हें निराशाजनक रूप से अपारदर्शी जुर्माना और शुल्क प्राप्त होता है या उनका बैंक उनकी समस्याओं को हल करने में विफल रहता है। बैंकों को पारदर्शी होने और अपने ग्राहकों के साथ संवाद करने की आवश्यकता है, और यदि समस्याएँ उत्पन्न होती हैं, तो उन्हें पहले प्रयास में ही उन्हें दर्द रहित ढंग से हल करने के लिए शीघ्रता से कार्य करना चाहिए.

ग्राहक सेवा ग्राफिक उत्कृष्ट सेवा गुणवत्ता एक आवश्यकता है, क्योंकि ग्राहकों के पास तब स्विच करने के बारे में कोई आरक्षण नहीं है जब उन्हें निराशाजनक रूप से अपारदर्शी जुर्माना और शुल्क प्राप्त होता है या उनका बैंक उनकी समस्याओं को हल करने में विफल रहता है। बैंकों को पारदर्शी होने और अपने ग्राहकों के साथ संवाद करने की आवश्यकता है, और यदि समस्याएँ उत्पन्न होती हैं, तो उन्हें पहले प्रयास में ही उन्हें दर्द रहित ढंग से हल करने के लिए शीघ्रता से कार्य करना चाहिए

एक तिहाई बैंकिंग ग्राहक रिपोर्ट करते हैं कि खराब ग्राहक सेवा उनके बैंक छोड़ने का प्राथमिक कारण है। जिन ग्राहकों ने खराब सेवा के कारण बैंक बदले हैं, उनके लिए 80 प्रतिशत से अधिक ने कहा कि यदि बैंक के साथ उनके पहले संपर्क पर उनकी समस्या का समाधान किया गया होता तो उन्हें बनाए रखा जा सकता था। हालांकि उत्तरदायी ग्राहक सेवा बैंकों को नए ग्राहक नहीं दिला सकती है, लेकिन मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखना महत्वपूर्ण है.

ग्राहक बेहतर ढंग से समझा जाना चाहते हैं

ग्राहक अपने बैंक से व्यक्तिगत ध्यान और प्रासंगिक ऑफ़र चाहते हैं, न कि सामान्य स्पैमविज्ञापन ग्राफिकसामान्य विज्ञापन। यदि कोई ग्राहक नए क्रेडिट कार्डों पर शोध कर रहा है, तो उनके द्वारा खोजे

जा रहे कार्ड के लिए अनुकूलित किए गए कार्ड पर उनके बैंक की ओर से एक लक्षित ऑफ़र ग्राहक के समय और धन की बचत करता है। ग्राहक इतना अधिक समझा जाना चाहते हैं कि वे व्यक्तिगत डेटा को अनुकूलित पेशकशों के लिए व्यापार करने के लिए पूरी तरह से तैयार हैं।

जैसे-जैसे अधिक ग्राहक डिजिटल चैनलों का लाभ उठाते हैं, वे अपने बैंक के साथ अधिक बातचीत करते हैं - बैंकों को ग्राहकों की जरूरतों को बेहतर ढंग से समझने, सही समय और स्थान पर अधिक प्रासंगिक ऑफ़र पेश करने और अंततः अतिरिक्त उत्पादों को बेचते समय प्रतिधारण बढ़ाने के अधिक अवसर प्रदान करते हैं।

ग्राहकों हेतु निम्न बातों पर ध्यान देने योग्य बातें

बैंकिंग का प्रमुख उद्देश्य ग्राहक सेवा है। चूंकि एक ग्राहक बैंकिंग उद्योग में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, ग्राहक सेवा का बहुत महत्व है और इसलिए, यह हमारे लिए सर्वोपरि है। लाखों ग्राहकों के साथ पूरे देश में फैली शाखाओं के विशाल नेटवर्क को ध्यान में रखते हुए, बैंक के सिस्टम को बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करने की दिशा में उन्मुख होने की आवश्यकता है। तदनुसार, बैंक के लिए यह आवश्यक है कि वह समय-समय पर अपनी प्रणालियों और ग्राहक सेवा पर उनके प्रभाव का अध्ययन करे।

बुनियादी ढांचा:

एक नीति के रूप में, बैंक की सभी शाखाएं शाखाओं में अवसंरचना सुविधाएं उपलब्ध कराए, ताकि ग्राहकों को निम्नलिखित पर विशेष ध्यान देते हुए कारोबार करते समय सहज महसूस हो:

ग्राहकों के लिए पर्याप्त जगह

उचित फर्नीचर

पीने के पानी और शौचालय की सुविधा

पार्किंग के लिए जगह, जहां भी संभव हो

शाखाओं में रैम्प, जहाँ भी संभव हो।

पेंशनभोगियों, वरिष्ठ नागरिकों, विकलांग व्यक्तियों आदि पर विशेष जोर देने के साथ।

2) पूछताछ काउंटर

बैंको को सभी शाखाओं में "पूछताछ" या "क्या मैं आपकी मदद कर सकता हूँ" काउंटर प्रदान करना चाहिए। जहाँ ग्राहक को अपने समस्या का समाधान मिल सके। यह ग्राहकों को उनकी बैंकिंग आवश्यकताओं से निपटने में आवश्यक सहायता प्रदान करेगा। जिसके ग्राहक को परेशानी का सामना नहीं करना होगा।

3) संकेतक बोर्ड

संकेतक बोर्ड सभी काउंटरों पर संबंधित क्षेत्रीय भाषा, हिंदी और अंग्रेजी में प्रदर्शित होना चाहिए. अर्ध-शहरी और ग्रामीण शाखाओं में व्यावसायिक पोस्टर भी संबंधित क्षेत्रीय भाषाओं में होने चाहिए. अगर काउंटरों पर संबंधित भाषा का बोर्ड होगा तब ग्राहक को समस्या नहीं होगी.



The advertisement features a central illustration of two hands in business suits holding a smartphone. The screen shows a bank representative on a video call. A red speech bubble with a white envelope icon and a white arrow points towards the phone. The background is blue with white dashed circles around the phone. In the top right corner, the Central Bank of India logo and name are displayed in Hindi and English, along with the tagline 'CENTRAL TO YOU SINCE 1911'. The main text is in a white box with a red and blue background, and two call-to-action boxes are at the bottom.

**संकेतक बोर्ड ऑफ़ इंडिया**  
**Central Bank of India**  
1911 से सर्वोत्कृष्ट सेवाएं "भंडार" "CENTRAL TO YOU SINCE 1911"

**Unlock Banking Services**  
**JUST A CALL AWAY**  
**Anytime... Any Where...**

**Want a Loan? Give a Missed Call /Sms**  
**9223 901 111**

**To make a Deposit Give a Missed Call /Sms**  
**9223 502 222**

**Our Bank's Representative will get back to you with details immediately. Banking is now quicker and more convenient for you.**

**We are waiting for your call to give you faster service.**

Toll Free Number 1800-22-1911  
www.centralbankofindia.co.in

Like us on:  <https://www.facebook.com/CentralBankofIndia>

Follow us on:  [https://twitter.com/centralbank\\_in](https://twitter.com/centralbank_in)

#### 4) अधिकारी

ग्राहकों को उनके दिन-प्रतिदिन के लेन-देन करने में मार्गदर्शन करने के लिए ग्राहकों की अधिक संख्या वाली शाखाओं में ग्राहक मित्र उपलब्ध हो. अन्य शाखाओं में, अन्य कर्तव्यों वाले कर्मचारी को "ग्राहक मित्र" की भूमिका सौंपी जानी चाहिए. वे यह सुनिश्चित करेंगे कि ग्राहकों को व्यवसाय के लेन-देन में आवश्यक सहायता प्रदान की जाती है और ग्राहकों के प्रति कर्मचारी की प्रतिक्रिया की निगरानी करते हैं. शाखा प्रबंधक या कोई अन्य वरिष्ठ अधिकारी समय-समय पर बैंकिंग हॉल का दौरा करे और घटनाक्रम पर नजर रखे; और सेवाओं के वितरण के बारे में प्रतिक्रिया प्राप्त करने के लिए कुछ ग्राहकों के साथ बातचीत करें.

#### 5) पुस्तिकाओं / पैम्फलेट आदि की भाषा

ग्राहकों को बैंक में उपलब्ध सेवाओं और सुविधाओं के सभी विवरणों से युक्त प्रासंगिक क्षेत्रीय भाषाओं, हिंदी और अंग्रेजी में पुस्तिकाएं प्रदान की जाएं. भारत सरकार के दिशा-निर्देशों के अनुसार भाषा का क्रम क्षेत्रीय भाषा, हिंदी और अंग्रेजी होगा। ग्राहक जानकारी का संग्रह बैंकिंग हॉल में एक प्रमुख स्थान पर रखा जाए, जो ग्राहकों के लिए आसानी से सुलभ हो. जिससे ग्राहक बैंकिंग नीतियों को आसानी से जान सके.

#### 6) संचार / लेनदेन की भाषा

ग्राहकों के साथ संवाद करते समय, क्षेत्रीय भाषा और अंग्रेजी के साथ हिंदी का प्रयोग किया जाए. ग्राहकों के साथ प्रभावी संचार के लिए, उन्हें ज्ञात भाषा का उपयोग सभी स्तरों पर किया जाए.

#### 7) सुरक्षा प्रणाली

सुरक्षा दिशानिर्देश न केवल बैंक की संपत्ति, मुद्रा तिजोरी आदि को कवर करेंगे, बल्कि कर्मचारियों और जनता दोनों के लिए उनके बैंकिंग कार्यों के संबंध में एक सुरक्षित वातावरण भी बनाएंगे.

#### 8) पहचान पत्र और ड्रेस कोड

एक नीति के रूप में, बैंक यह अपेक्षा करता है कि सभी कर्मचारी व्यक्तिगत रूप से फोटो और नाम प्रदर्शित करने वाला एक पहचान पत्र पहनें.

#### 9) कर्मचारियों का प्रशिक्षण

ग्राहक सेवा अभिविन्यास के अनुरूप सभी स्टाफ सदस्यों को प्रशिक्षण देना चाहिए। कर्मचारियों को केवाईसी, एएमएल और सीएफटी, भूमिका आधारित आवश्यकताओं आदि जैसे क्षेत्रों में अनिवार्य प्रशिक्षण देना होगा। ई-लर्निंग, सर्कुलर की उपलब्धता, हेल्पलाइन, संस्थागत प्रशिक्षण, ऑनलाइन पाठ्यक्रम प्रश्नोत्तरी और परीक्षण आदि से लेकर प्रशिक्षण / वितरण के अभिनव तरीके अपनाने चाहिए।

#### 10 ) ग्राहक संबंध कार्यक्रम

ग्राहक संबंध कार्यक्रम और ग्राहकों के साथ आवधिक बैठकें ग्राहकों के विभिन्न वर्गों के साथ बातचीत करने के लिए आयोजित होने चाहिए ताकि उन क्षेत्रों की पहचान की जा सके जिनमें सुधार की आवश्यकता है, ताकि समग्र ग्राहक सेवा में सुधार हो सके।

ग्राहक दिवस हर महीने दो दिनों में मनाया जाना चाहिए, जब शाखा अधिकारी ग्राहकों को उनकी शिकायतों पर ध्यान दे और उनके सुझावों को सुनने के लिए कम से कम दो घंटे के लिए खुद को उपलब्ध कराएं।

#### 11 ) नियामक दिशानिर्देशों और गुणवत्ता आश्वासन का अनुपालन

बैंक इस विषय पर आरबीआई के निर्देशों के अलावा ग्राहक सेवा पर विभिन्न संहिताओं के विभिन्न प्रावधानों और दिशानिर्देशों के अनुपालन के लिए प्रतिबद्ध हैं। कुछ महत्वपूर्ण दिशा-निर्देश इस प्रकार हैं:

बीसीएसबीआई का "ग्राहकों के प्रति बैंक प्रतिबद्धता" कोड, जो बैंकों के लिए ग्राहक सेवा में न्यूनतम मानक बैंकिंग अभ्यास और बेंचमार्क निर्धारित करता है, अनुरोध पर ग्राहकों को उपलब्ध कराना चाहिए।

बैंक ग्राहकों के बीच सोशल इंजीनियरिंग धोखाधड़ी के बारे में जागरूकता पैदा करने के लिए नोटिस प्रदर्शित होना चाहिए।

शाखाओं में "ग्राहक संबंध कार्यक्रम" बैठकों के आयोजन पर सूचना का प्रदर्शन।

वित्तीय समावेशन।

नोटिस के प्रदर्शन के साथ ड्रॉप बॉक्स का प्रावधान कि ग्राहक काउंटर पर चेक जमा कर सकता है और यदि वह चाहे तो पावती आदि प्राप्त कर सकता है। शाखाओं को चेक ड्रॉप बॉक्स के ऊपर प्रदर्शित करना है कि जिस कट ऑफ टाइम को बॉक्स में डाला गया है, उसी दिन समाशोधन के लिए लिया जाएगा।

बैंकिंग हॉल में प्रमुख स्थान पर अद्यतन विवरण के साथ व्यापक नोटिस बोर्ड का प्रदर्शन।

कटे-फटे नोटों को बदलने की सुविधा सभी शाखाओं में उपलब्ध कराई जाए।

#### 12 ) संपर्क केंद्र:

संपर्क केंद्र नियामक मानदंडों के अनुसार उचित प्रमाणीकरण के बाद पात्र ग्राहकों को आरएमएन (पंजीकृत मोबाइल नंबर) और आईवीआर (इंटरएक्टिव वॉयस रिस्पॉंस) के आधार पर विभिन्न सेवाएं/सूचना प्रदान करना चाहिए।

सेवाओं में खाते में शेष राशि, पिछले पांच लेनदेन, जमा और अग्रिम पर ब्याज दरें, ग्रीन पिन का सृजन, डेबिट कार्ड को अवरुद्ध करना और इसके अवरुद्ध होने के बाद डेबिट कार्ड को फिर से जारी करने का अनुरोध शामिल हो।

#### 13 ) शिकायत निवारण

बैंक वॉक-इन ग्राहकों द्वारा शिकायतों की रिकॉर्डिंग के लिए शिकायत पुस्तिका रखा जाए और उन्हें पावती प्रदान कराया जाए। शाखा में बैंकिंग हॉल में शिकायत/सुझाव पेटी भी होनी चाहिए और यह आरबीआई के नियमों के अनुपालन में ग्राहकों को प्रमुखता से दिखाई दे।

बैंक शाखा शाखा के व्यापक नोटिस बोर्ड पर शाखा प्रबंधक, नियंत्रक और बैंकिंग लोकपाल आदि का नाम और संपर्क विवरण प्रदर्शित होना चाहिए। एटीएम लेनदेन संबंधी शिकायतों को दर्ज करने के लिए टोल फ्री नंबर भी एटीएम साइटों पर प्रदर्शित किया जाए।

भरोसे का निर्माण,  
पहुंच का विस्तार

# 'रिज़र्व बैंक - एकीकृत लोकपाल योजना' का उद्देश्य



शिकायत दर्ज करने, दस्तावेज़ जमा करने, स्थिति ट्रैक करने और फीडबैक प्रदान करने के लिए एक स्थान

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा विनियमित संस्थाओं के खिलाफ ग्राहकों की शिकायतों के लिए एकीकृत योजना

शिकायतों और सूचनाओं के लिए बहुभाषी सपोर्ट के साथ टोल-फ्री नंबर



बैंकिंग सेवा भारतीय अर्थव्यवस्था में सबसे विविध उद्योगों में से एक है. बैंकिंग उद्योग भारतीय अर्थव्यवस्था के सबसे महत्वपूर्ण स्तंभों में से एक है. वर्तमान समय में ग्राहक सेवा एवं संतुष्टि बैंकिंग क्षेत्र में स्थानीय स्तर के साथ साथ विश्व पटल पर भी व्यवसाय वृद्धि के लिए कारक माना जाता है. ग्राहक हर सफल व्यवसाय का केंद्र बिंदु होता है, इसलिए हमें ग्राहकों की विविध आवश्यकताओं पर ध्यान केंद्रीत करने की आवश्यकता है. बैंकिंग उद्योग मुख्य रूप से एक सेवा क्षेत्र है जिसमें ग्राहक राजा है. ग्राहक सहायता मुख्यतः ग्राहक सेवा के नाम से जाना जाता है. किसी भी सेवा क्षेत्र की तरह बैंकिंग उद्योग भी मुख्य रूप से अपने ग्राहकों पर निर्भर करता है. चाहे वह ग्राहक कोई कॉर्पोरेट का हो या ग्रामीण क्षेत्र का हो. बैंकों को भी अपने ग्राहकों को बनाए रखने के लिए उन्हें अच्छी से अच्छी सेवायें प्रदान करनी होती है. ग्राहकों को प्रदान की जाने वाली बैंकिंग सेवाओं के मामले में बैंक कर्मचारी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. उन्हें ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवाएं तो प्रदान करनी होती ही है बल्कि यह भी देखना होता है कि वे अपने ग्राहकों की अपेक्षाओं/आवश्यकताओं को पूरा कर सके. बैंक कर्मचारियों को इसके लिए कोर कस्टमर स्किल्स विकसित करने की आवश्यकता होती है जिससे वे अपने ग्राहकों को सर्वोत्तम तरीके से बैंकिंग सेवाएँ दे सके. आज बैंकिंग उद्योग विभिन्न महत्वपूर्ण तकनीकी परिवर्तनों से गुजर रहा है जिसका मुख्य उद्देश्य ग्राहक की संतुष्टि है. ग्राहक सेवा तथा संतुष्टि को बढ़ाने के लिए हमें विविध प्रयास करने हैं.

## ग्राहक सेवा संतुष्टि



### कम्युनिकेशन :

कम्युनिकेशन सभी क्षेत्र में काम करने वाले कर्मचारियों के लिए सबसे महत्वपूर्ण प्वाइंट है . इसमें सुनना और बोलना दोनों क्रियाएँ शामिल है. ग्राहक द्वारा किए गए प्रश्नों/समस्याओं को ध्यान से सुनना और समस्या का सबसे उपयुक्त समधान ढूँढना और अपने ग्राहक को इसका समाधान को बताने/समझाने में सक्षम होना ही अच्छा कम्युनिकेशन है. हमें अपने ग्राहक को हर तरीके से संतुष्ट करने का प्रयास करना चाहिए. ग्राहक की असंतुष्टि या झुंझलाहट की भावना हमारे व्यवसाय पर नकारात्मक प्रभाव डाल सकती है. ग्राहक की समस्याओं को सरलतम तरीके से सुलझाने में और कम से कम समय-सीमा के भीतर सहायता प्रदान करने का प्रयास हमें करना चाहिए.

## Top 10 Soft Skills for Customer Service Jobs



Clear Communication



Listening Skills



Self-Control



Positive attitude



Assertiveness



Conflict Resolution



Empathy



Depersonalization



Taking Responsibility



A sense of humor

### सुनने का कौशल:

ग्राहक से बातचीत तथा उनकी समस्या सुनना तथा उसमें से उचित समाधान निकालना. अगर हम ग्राहक संतुष्टि चाहते हैं तो यह स्किल हमें अपनानी होगी. ग्राहक यही चाहते हैं कि बैंक कर्मचारी उन पर ध्यान दें. उनकी जरूरतों को समझे. हर ग्राहक यही चाहता है कि बैंक कर्मचारी उन्हें समय दे वह यह ना कहे की मेरे पास समय नहीं है आप बाद में आना. उनके समस्याओं का समाधान समय-सीमा के भीतर करें. उनकी बातें सुने. यदि हम ग्राहक पर ध्यान दें तब वह बैंक से भावनात्मक रूप से भी जुड़ जायेंगे. उन्हें अपने उत्पादों के बारे में समझाए . अगर उन्हें समझने में कोई समस्या आ रही हो तो उनकी समस्या को ध्यान से सुनकर उसका समाधान करें.

### आत्म संयम :

हमें कार्य के दौरान हर दिन कई प्रकार के ग्राहकों के संपर्क करना होता है. जिसमें के कुछ लोग शिक्षित होते हैं जो बैंक के नीतियों से अवगत होते हैं. कुछ लोग अशिक्षित होते हैं जो बैंकिंग नियमों से भी परिचित नहीं होते हैं. इसलिए हमें ग्राहकों को उनके स्वभाव, शैक्षणिक या वित्तीय पृष्ठभूमि का विचार किए बिना उनकी सहायता और सेवा करने में सक्षम होना चाहिए. हमें उसमें कोई भेदभाव नहीं करना चाहिए. सभी ग्राहकों को समान रूप से सेवा प्रदान करना चाहिए. अपने ग्राहकों को बैंक के नियमों और जटिल बैंकिंग नीतियों को धैर्यपूर्वक और शांतिपूर्वक समझाना चाहिए. ग्राहक सेवा के दौरान के और गुण जो बैंक कर्मचारियों में चाहिए वह है आत्मविश्वास. सभी बैंक कर्मचारियों को आत्मविश्वासी और अपने क्षेत्र की पूरी जानकारी होनी चाहिए. जिसके ग्राहक बैंक पर भरोसा कर अपने मेहनत से अर्जित किए



हुए धन को बैंक में जमा कर पाये. बैंक कर्मचारियों को सभी कार्यों में जैसे ग्राहकों के प्रश्नों के जबाब देना. उन्हें नये उत्पादों के बारे में जानकारी देना आदि में कुशल होना चाहिए. अपने ग्राहकों की समस्याओं को कम से कम समय में अच्छे तरह सुलझायेंगे तो ग्राहकों को बीच अपने बैंक की छवी अच्छी बन जायेगी.

### **सकारात्मक रवैया :**

हमारा ग्राहक के प्रति रवैया सकारात्मक होना चाहिए. ग्राहक के प्रति अगर हम अच्छा सोचेंगे तो ग्राहक के प्रति हमारा नजरिया ही बदल जायेगा. ग्राहक के प्रति शिकायत नहीं करना चाहिए. बल्कि अगर हम उनके शिकायतों का समाधान करेंगे तो ग्राहक भी हमसे संतुष्ट होंगे. हमें ग्राहक की परेशानियों पर फोकस करने की जरूरत है. जिससे ग्राहक को हमसे कोई शिकायत ना रहे. उन्हें मोटीवेट करना है.

### **आग्रहिता :**

आग्रहिता एक ऐसा व्यवहार अथवा कौशल है जो हमारी भावनाओं, आवश्यकताओं, इच्छाओं तथा विचारों के सुस्पष्ट तथा विश्वासपूर्ण संप्रेषण में सहायक होता है. यह एक ऐसी योग्यता है जिसके द्वारा किसी के निवेदन को अस्वीकार करना, किसी भी विषय पर बिना आत्मचेतन के अपने मत को अभिव्यक्त करना, या फिर खुल कर प्रेम, क्रोध इत्यादि संवेगों को अभिव्यक्त करना संभव होता है. यदि कोई व्यक्ति आग्रही है तो उस व्यक्ति में उच्च आत्मविश्वास एवं आत्म सम्मान तथा अपनी अस्मिता की अटूट भावना होता है.

### **संघर्ष समाधान :**

संघर्ष कई प्रकार के हो सकते हैं. किसी भी द्वन्द को हम संघर्ष कह सकते हैं यह संघर्ष मानसिक, शारीरिक भी हो सकते हैं. संघर्ष अपने आप में अथवा दो व्यक्तियों के बीच अथवा कई व्यक्तियों के मध्य भी हो सकता है. यदि हम ग्राहक सेवा के संदर्भ में देखें तो यह संघर्ष बैंकर और ग्राहक के मध्य है. किसी भी संघर्ष के समाधान के 8 प्रकार बताए गए हैं.

1. एकतरफा निर्णय
2. अनुनय
3. मोलभाव
4. मध्यस्थता
5. स्थगन
6. समस्या समाधान
7. सम्पूर्ण समर्पण
8. समझौता वार्ता

## समवेदना :

समवेदना का मतलब किसी दूसरे व्यक्ति की स्थिति को उसके परिप्रेक्ष्य से समझना. ग्राहकों की समस्याओं को तकनीकी अ अन्य पहलुओं के साथ साथ भावनात्मक पहलुओं को भी समझना है. समवेदना से आपका ग्राहकों के साथ एक मजबूत रिश्ता बन जाता है. जो कि अपने बैंक द्वारा लागू की गई नीतियों और योजनाओं में ग्राहक का विश्वास बनाये रखने के लिए बहुत आवश्यक है. अगर आप ग्राहक से एक मजबूत बंधन बनायेंगे तो ग्राहक को यह बताने के जरूरत नहीं होगी की वह मूल्यवान है. ग्राहक स्वतः ही आपके मित्र बन जाते हैं. इस प्रकार ग्राहक से अच्छे संबंध बनाकर हम बैंक सेवा की गुणवत्ता में सुधार ला सकते हैं. ग्राहक हमारे लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है . कुशल ग्राहक सेवा ही हमारी उन्नति का आधार है.

## प्रतिरूपण :

यदि प्रतिरूपण को परिभाषित किया जाता है तो परिभाषा के अनुसार प्रतिरूपण में स्वयं के भीतर किसी के मन या शरीर के संबंध में, या स्वयं का एक अलग पर्यवेक्षक होने के कारण स्वयं के भीतर एक अलगाव शामिल हो सकता है. विषयों को लगता है कि वे बदल गए हैं और यह कि दुनिया अस्पष्ट, स्वप्निल, कम वास्तविक, महत्व की कमी या देखने के दौरान वास्तविकता से बाहर हो गयी है. जीर्ण प्रतिरूपण का अर्थ प्रतिरूपण / व्युत्पत्ति विकार है जिसे डीएसएम - 5 द्वारा एक विघटनकारी विका के रूप में वर्गीकृत किया गया है.

## जिम्मेदारी उठाना :

सफलता प्राप्त करना एक पौधे को सींचकर एक फलदार पेड़ बनाने के समान है, जिस प्रकार एक पौधे को बड़ा करके एक फलदार पेड़ बनाने के लिए पानी, हवा, धूप मिट्टी और खाद की जरूरत होती है, उसी प्रकार सफलता के पौधे को फलदार पेड़ बनाने के लिए बहुत सी चीजों की जरूरत होती है और इनमें से एक चीज जो बहुत जरूरी होती है वह है जीवन में जिम्मेदारी निभाना. जिम्मेदारी एक ऐसी खाद की तरह होती है जो सफलता के पौधे को एक फलदार पेड़ में बदल देती है.

किसी भी व्यक्ति या वस्तु के लिए हमारे जो कर्तव्य होते हैं वही उस व्यक्ति या वस्तु के लिए हमारी जिम्मेदारी होती है. जीवन में जिम्मेदारी होना बहुत जरूरी है और उससे भी जरूरी है जीवन में मिलने वाली जिम्मेदारियों को सही तरीके से निभाना.

## हास्य वृत्ति :

हास्य वृत्ति प्रत्येक व्यक्ति में समाहित एक प्राकृतिक गुण है. जापानी में एक कहावत है हंसी में बिताया गया वक्त, देवताओं की सोहबत में बिताए वक्त के बराबर होता है. आप किसी भी युवा से पूछिए कि वो अपने दोस्त या जीवनसाथी में कौनसा गुण जरूर देखना चाहता है तो अधिकांश जवाब में होगा सेंस ऑफ ह्यूमर. ह्यूमर अथवा हास्य भी कई प्रकार के होते हैं. मोटे तौर पर इसको 9 श्रेणियों में रखा गया है.

1. शारीरिक गति हास्य
2. अपना मजाक
3. हाजिर जवाबी
4. शब्दों की जादूगरी
5. सामायिक हास्य
6. अवलोकन हास्य
7. शारीरिक हास्य
8. डार्क हास्य
9. पैरोडी.

### ग्राहक संबंध प्रबंधन

ग्राहक संबंध प्रबंधन यानि ग्राहक के साथ बातचीत करने का तरीका है. इसमें ग्राहकों के फोन कॉल और ई-मेल से निपटने पर बल दिया जाता है, हालांकि ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर द्वारा एकत्रित जानकारी को बढ़ावा देने और ग्राहक संतुष्टि के लिए मतदान जैसे सर्वेक्षणों के लिए भी इसे इस्तेमाल कर सकते हैं. कभी कभी यह असफल भी होते हैं. क्योंकि कर्मचारियों के प्रशिक्षण का अभाव. ग्राहकसंबंध प्रबंधक के लिए साधनों का कार्यान्वयन “ केवल एक अच्छी तरह से तैयार रणनीति और संचालन की योजना के बाद” ही लागू किया जाना चाहिए. ग्राहक संबंध प्रबंधन संगठन द्वारा ग्राहकों की पारस्परिक प्रतिक्रियाओं को एकजुट करने तथा ग्राहक संबंधी जानकारी का पता लगाने के साधन को उपलब्ध कराने के लिए कार्यान्वित नीतियों, प्रक्रियाओं और रणनीतियों का संयोजन है. इसमें मौजूदा ग्राहकों के साथ अपने संबंधों को मजबूत बनाते हुए, नए और फायदेमंद ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग सम्मिलित है.

ग्राहक संबंध प्रबंधन में अग्र कार्यालय प्रचालन द्वारा ग्राहकों के साथ सीधा संपर्क करते हैं जैसे बैठके लेना, फोन कॉल करना, ई-मेल करना, ऑन-लाइन सेवाएँ देना आदि शामिल है. पश्च कार्यालय प्रचालन द्वारा बिल बनाना, रख- रखाव, योजना, विपणन, विज्ञापन, वित्त, विनिर्माण आदि शामिल है. व्यापार संबंध बनाना जैसे आपूर्तिकर्ता/ विक्रेता और खुदरा दुकान/ वितरक, उद्योग नेटवर्क जैसी अन्य कंपनियों और साझेदारों के साथ पारस्परिक संपर्क रखना.

ग्राहक संबंध प्रबंधन से निपटने के लिए विभिन्न पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करने वाले विशिष्ट सॉफ्टवेयर सहित, कई अलग पद्धतियाँ मौजूद है. इसमें एक महत्वपूर्ण है वह ग्राहक सेवा. ग्राहक संबंध प्रबंधन के विविध पहलु निम्नानुसार है.



### क्रियाशील ग्राहक संबंध प्रबंधन

क्रियाशील ग्राहक संबंध प्रबंधन “अग्र कार्यालय” की व्यवसाय प्रक्रियाओं जैसे बिक्री, विपणन और सेवा कर्मचारियों को समर्थन प्रदान करता है। आम तौर पर ग्राहकों के साथ बातचीत को ग्राहकों के संपर्क इतिहास में संग्रहित किया जाता है और आवश्यकता के अनुसार कर्मचारी ग्राहकों की जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। संपर्क इतिहास, ग्राहकों से सीधे व्यक्तिगत तौर पर सूचना मंगवाने की ज़रूरत को दूर करते हुए, स्टॉफ सदस्यों को ग्राहकों के संबंध में महत्वपूर्ण जानकारी (स्वामित्व वाले उत्पाद, पूर्व समर्थन फोन आदि) तत्काल सुलभ कराता है। सही समय पर, सही जगह ग्राहकों तक पहुंचना बेहतर है।

क्रियाशील ग्राहक संबंध प्रबंधन विभिन्न प्रयोजनों के लिए ग्राहक डाटा को संसाधित करता है।

### विश्लेषणात्मक ग्राहक संबंध प्रबंधन

विश्लेषणात्मक ग्राहक संबंध प्रबंधन विभिन्न प्रयोजनों के लिए ग्राहक डाटा का विश्लेषण करता है:

निर्दिष्ट विपणन अभियान को डिज़ाइन तथा क्रियान्वित करना.

अभियान को डिज़ाइन और क्रियान्वित करना, उदा.ग्राहक अधिग्रहण, प्रति-विक्रय, उपरि-बिक्री, योजक बिक्री.

उत्पाद और सेवाओं (उदा. मूल्य निर्धारण, उत्पाद विकास) के संबंध में निर्णय के लिए, ग्राहक व्यवहार का विश्लेषण करना.

प्रबंधन सूचना प्रणाली (उदा. वित्तीय पूर्वानुमान और ग्राहक लाभप्रदता विश्लेषण)

साधारणतया विश्लेषणात्मक ग्राहक संबंध प्रबंधन, निर्णय लेने में सहायक परिणाम पाने के लिए, भारी मात्रा में डाटा खनन और अन्य तकनीकों का उपयोग करता है। पूर्णतः एकीकृत ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर का महत्व, विश्लेषणात्मक चरण में अधिक स्पष्ट हो जाता है। तार्किक रूप से, विश्लेषणात्मक सॉफ्टवेयर के पास जितनी अधिक जानकारी विश्लेषण के लिए उपलब्ध है, उतनी ही बेहतर उसकी भविष्यवाणियां और सिफारिशें रहेंगी.

### बिक्री आसूचना ग्राहक संबंध प्रबंधन

बिक्री आसूचना ग्राहक संबंध प्रबंधन, विश्लेषणात्मक ग्राहक संबंध प्रबंधन के समान ही है, लेकिन यह कुछ ज्यादा प्रत्यक्ष बिक्री उपकरण के रूप में अभिप्रेत है। इसकी विशेषताओं में निम्न के संबंध में बिक्री से संबंधित कर्मचारियों को भेजी गई चेतावनियां शामिल हैं :

- प्रति-विक्रय/उपरि-बिक्री/अदला-बदली बिक्री
- ग्राहक बहाव
- बिक्री प्रदर्शन
- ग्राहक रुझान
- ग्राहक मुनाफ़ा
- ग्राहक सुयोजन

### अभियान प्रबंधन

अभियान प्रबंधन में क्रियाशील और विश्लेषणात्मक ग्राहक संबंध प्रबंधन के तत्व संयोजित होते हैं। अभियान प्रबंधन कार्यों में शामिल हैं :

- चयनित मानदंडों के अनुसार ग्राहक आधार से लक्ष्य समूहों का गठन
- विभिन्न माध्यमों (जैसे ई-मेल, टेलीफ़ोन, एसएमएस, डाक) का उपयोग करते हुए चुनिंदा प्राप्तकर्ताओं को अभियान संबंधी सामग्री (उदा. विशेष प्रस्ताव) भेजना
- प्रतिक्रिया और रुझान विश्लेषणों की ट्रैकिंग सहित, अभियान संबंधी आंकड़ों की ट्रैकिंग, संग्रहण और विश्लेषण

## सहयोगपूर्ण ग्राहक संबंध प्रबंधन

सहयोगपूर्ण ग्राहक संबंध प्रबंधन, बिक्री, तकनीकी सहायता और विपणन जैसे कंपनी के विभिन्न विभागों द्वारा संचालित ग्राहकों के साथ कंपनी के लेन-देन के पहलुओं को आवृत करता है। ग्राहकों के साथ बातचीत के दौरान संग्रहित जानकारी को विभिन्न विभागों के स्टाफ सदस्य आपस में बांट सकते हैं। उदाहरण के लिए, ग्राहक सहायता एजेंटों द्वारा हासिल प्रति-सूचना, अन्य स्टॉफ सदस्यों को ग्राहकों द्वारा मांगी गई अन्य सेवाओं और विशेषताओं के बारे में सूचना उपलब्ध करा सकती है। सहयोगपूर्ण ग्राहक संबंध प्रबंधन का अंतिम लक्ष्य सभी विभागों द्वारा एकत्रित जानकारी का उपयोग कंपनी द्वारा उपलब्ध कराई जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता में सुधार है। ग्राहक संबंध प्रबंधन ग्राहकों, निर्माताओं और साझेदारों के बीच, डाटा वितरक की भूमिका भी निभाता है। निर्माता, उत्पाद के विकास या नए बाज़ार की खोज के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधन सूचना का उपयोग कर सकते हैं। ग्राहक संबंध प्रबंधन ई-मेल, लिंक और डाटा बैंक जैसी नई सूचना प्रणाली के उपयोग द्वारा ग्राहकों, आपूर्तिकर्ताओं और साझेदारों के बीच संचार की सुविधा प्रदान करता है।

## उपभोक्ता संबंध ग्राहक संबंध प्रबंधन

उपभोक्ता संबंध प्रणाली (CRS), एक कंपनी के भीतर, उपभोक्ता मामले और ग्राहक संबंध संपर्क केन्द्रों द्वारा नियंत्रित, ग्राहकों के साथ कंपनी के लेन-देन संबंधी पहलुओं को आवृत करता है। प्रतिनिधि, गुमनाम उपभोक्ताओं और ग्राहकों के आवक संपर्क को संभालते हैं। उत्पाद संबंधी मुद्दों (जैसे सामग्री की वापसी) के बारे में पूर्व चेतावनी जारी कर सकते हैं और उपभोक्ता की वर्तमान संवेदनाओं (ग्राहकों की आवाज़) पर नज़र रख सकते हैं।

## सरल ग्राहक संबंध प्रबंधन

2006 में पहली बार प्रदर्शित होने वाला यह पारंपरिक ग्राहक संबंध प्रबंधन मॉडल का अपेक्षाकृत नया झुकाव है। ग्राहक संबंध प्रबंधन उपकरण, मूलतः ग्राहक संबंध प्रबंधन के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। ऊपर वर्णित तौर पर अनगिनत पूरक सुविधाएं और क्षमताएं मौजूद हैं। सरल ग्राहक संबंध प्रबंधन , ग्राहकों और भावी ग्राहकों के साथ संपर्क और गतिविधियों के प्रबंधन जैसे बुनियादी मूल्यों पर ध्यान केंद्रित करने के लिए, पारंपरिक ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रणाली को खंडित करती है। ये प्रणालियां, समग्र रूप से संगठन की अपेक्षा, निकटतम अंतिम प्रयोक्ता के लिए अधिक मुनाफ़ा बनाने के उद्देश्य से रूपायित हैं। कई बार वे पूरे संगठन के बजाय, किसी विशिष्ट आला बाजार की जरूरतों, संगठनात्मक इकाई, या किसी विशिष्ट उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं को पूरा करने पर ध्यान केंद्रित करती हैं।

## सामाजिक ग्राहक संबंध प्रबंधन

2007 की शुरुआत में, सामाजिक मीडिया और सामाजिक नेटवर्किंग की तेजी से वृद्धि ने, ग्राहक संबंध प्रबंधन उत्पाद कंपनियों को, अपने पारंपरिक ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रणालियों में "सामाजिक सुविधाओं" को एकीकृत करने पर मजबूर किया. कुछ प्रारंभिक सुविधाओं में शामिल है, प्रणाली के डैशबोर्ड में विशिष्टतः संयोजित सामाजिक नेटवर्क निगरानी प्रति-सूचना (अर्थात् ट्विटर टाइमलाइन). अन्य उभरती क्षमताओं में शामिल हैं, संदेश भेजना, भावनाओं का विश्लेषण और अन्य विश्लेषिकी. कई उद्योग विशेषज्ञों का तर्क है कि ग्राहक संबंध प्रबंधन ही भावी तरीका है, लेकिन अभी भी कई संशयवादी हैं। शीर्ष ग्राहक संबंध प्रबंधन विद्वान इस बात से सहमत हैं कि ऑन-लाइन समुदाय और सामाजिक संवादों का कंपनियों को भारी परिणाम भुगतना पड़ता है. वास्तविक-समय की बाज़ार राय और रुझानों के लिए उन पर निगरानी रखना जरूरी है.

## रणनीति

कई ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर पैकेज उपलब्ध हैं और ग्राहक संबंध प्रबंधन के प्रति उनके दृष्टिकोण में भिन्नता है. लेकिन, जैसा कि ऊपर उल्लेख किया है, ग्राहक संबंध प्रबंधन बस केवल एक तकनीक नहीं है, बल्कि ग्राहकों के साथ व्यवहार के प्रति संगठन के दर्शन पर व्यापक, ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोण है. इसमें नीतियां और प्रक्रियाएं, बढ़-चढ़ कर ग्राहक सेवा कर्मचारी प्रशिक्षण, विपणन, प्रणालियां और सूचना प्रबंधन शामिल हैं. इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि किसी भी ग्राहक संबंध प्रबंधन कार्यान्वयन संबंधी विचार में, प्रौद्योगिकी से परे व्यापक संगठनात्मक आवश्यकताओं की ओर खिंचाव हो.

ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीति के उद्देश्यों में कंपनी की विशिष्ट स्थिति और उसके ग्राहकों की जरूरतों और अपेक्षाओं पर विचार करना जरूरी है. ग्राहक संबंध प्रबंधन पहलों के माध्यम से प्राप्त सूचना, ग्राहक समोहों की पहचान, ग्राहक प्रतिधारण, उत्पाद प्रस्तुतिकरण में (ग्राहकों की जरूरतों को अच्छी तरह समझते हुए) सुधार और संगठन के लिए फ़ायदेमंद ग्राहकों की पहचान जैसे क्षेत्रों में संगठन की समझ को विकसित करते हुए विपणन रणनीति को समर्थन दे सकती है.

ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीति आकार, जटिलता और गुंजाइश में भिन्न हो सकती है. कुछ कंपनियों की राय में ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीति केवल अपने बिक्री दल के प्रबंधन पर ध्यान केंद्रित करने का उपाय है. तथापि, अन्य ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीति पूरे संगठन में ग्राहक अन्योन्य-क्रिया को आवृत कर सकती हैं. कई वाणिज्यिक ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर पैकेजों में बिक्री, विपणन, इवेंट मैनेजमेंट, परियोजना प्रबंधन और वित्त उद्योगों को सेवा प्रदान करने वाली विशिष्टताएं शामिल हैं.

## कार्यान्वयन

कई ग्राहक संबंध प्रबंधन परियोजना "विफलताएं" डाटा गुणवत्ता और उपलब्धता से जुड़े हुए हैं। डाटा सफाई एक प्रमुख मुद्दा है। यदि किसी कंपनी की ग्राहक संबंध प्रबंधन रणनीति, जीवन-चक्र राजस्व, लागत, मुनाफ़ा और व्यक्तिगत ग्राहकों के साथ पारस्परिक प्रतिक्रिया का पता लगाना है, तो यह सभी व्यापार प्रक्रियाओं में परिलक्षित होनी चाहिए। डाटा को एकाधिक स्रोतों से निकाला जाना चाहिए (उदा. बिक्री, विनिर्माण, आपूर्ति श्रृंखला, संभार-तंत्र, वित्त, सेवा आदि जैसे विभागीय/प्रभागीय डाटाबेस), जिसके लिए संपूर्णतः परिभाषित संरचनाओं और उच्च गुणवत्ता वाले डाटा सहित एकीकृत, व्यापक व्यवस्था की आवश्यकता है। समुचित अंतर-फलकों का इस्तेमाल करते हुए अन्य प्रणालियों से डाटा को ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रणालियों में अंतरित किया जा सकता है।

कंपनी-व्यापी आकार और कई ग्राहक संबंध प्रबंधन कार्यान्वयनों की व्याप्ति की वजह से, निर्बाध कार्यान्वयन के लिए महत्वपूर्ण पूर्व-योजना अत्यावश्यक है। इस पूर्व-योजना में, उपलब्ध आंकड़ों का तकनीकी मूल्यांकन और मौजूदा प्रणालियों में कार्यरत तकनीक शामिल हैं। डाटा में इसके समाकलन के लिए अपेक्षित प्रयास के स्तर को निर्धारित करने हेतु यह मूल्यांकन बहुत ही ज़रूरी है।

इसी के समान महत्वपूर्ण है कार्यान्वयन का मानवीय पहलू। एक सफल कार्यान्वयन के लिए ज़रूरी है कि इसमें शामिल हितधारकों की अपेक्षाओं और जरूरतों को समझें। एक कार्यकारी प्रायोजक को भी हासिल किया जाए, ताकि ग्राहक संबंध प्रबंधन परियोजना का उच्च स्तरीय प्रबंधन प्रतिनिधित्व उपलब्ध कराया जा सके।

पूर्व कार्यान्वयन सूची, ग्राहक संबंध प्रबंधन परियोजना की शुरुआत से पहले, तकनीकी और मानव कारकों की पहचान के लिए प्रभावी उपकरण है। प्रक्रिया के प्रारंभिक चरण में ही संभावित समस्याओं की पहचान सुनिश्चित करने में जांच-सूची मदद दे सकता है।

## गोपनीयता और डाटा सुरक्षा प्रणाली

ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर के प्राथमिक कार्यों में से एक है, ग्राहकों के बारे में जानकारी इकट्ठा करना। जब ग्राहक संबंध प्रबंधन समाधान के अंश के रूप में डाटा एकत्र किया जा रहा हो, तो कंपनी को ग्राहकों की गोपनीयता तथा डाटा सुरक्षा और साथ ही विधायी और सांस्कृतिक मानदंडों को जानने के प्रति भी विचार करना चाहिए। कुछ ग्राहक आश्वस्त होना चाहते हैं कि उनके डाटा को बिना उनकी पूर्व सहमति के अन्य पक्षों के साथ साझा नहीं किया जाएगा और यह कि अन्य पक्षों द्वारा अवैध रूप से उपयोग के प्रति समुचित सुरक्षा-उपाय उपलब्ध हैं।

ग्राहक सेवा से बिक्री में भी बढ़ोत्तरी होती है। जैसा कि कहा गया है कि यदि हम ग्राहक सहायता को प्राथमिकता देते हैं अपना व्यवसाय अधिक बढ़ाकर अपना राजस्व बढ़ा सकते हैं। उच्च गुणवत्ता वाले समय पर सहायता प्रदान करना ग्राहक संतुष्टि के लिए महत्वपूर्ण है। अगर आप एक अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान



करते हैं तो उनका दृष्टिकोण हमारे लिए सकारात्मक होता है. ग्राहक सेवा के साथ बिक्री बढ़ाने की कुछ रणनीतियाँ हैं जिससे बेहतर ग्राहक सेवा भी होती है और बिक्री में बढ़ोतरी भी होती है.

## वेबसाइट

जब भी कोई उपयोगकर्ता आपकी वेबसाइट पर आता है तब वह समर्थन चाहता है. उस समय हमें ग्राहक यानि उपयोगकर्ता को अच्छी तरह समझकर उसे मदद प्रदान करना है. इस उपयोगकर्ता को मूल्यवान ग्राहक में परिवर्तित करने का यह पहला कदम है. आप अगर उसे अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करते हैं तब ग्राहक को लगता है कि वह आपके लिए महत्वपूर्ण है और आपको उसकी परवाह है. ग्राहक की सोच सकारात्मक हो जाती है. बिक्री को बढ़ावा मिल सकता है.

**अपने ऑनलाइन इंटरैक्शन को निजीकृत करें** - उपयोगकर्ता यानि ग्राहक हमेशा वास्तविक व्यक्ति से बात करना पसंद करता है. अगर आप चैट बॉक्स का उपयोग ग्राहक से बात करने में करते हैं तो अपने कार्यप्रवाह में एक मानव स्पर्श जोड़े क्योंकि यह बिक्री सुधार में एक कारगर उपाय है. इसके लिए हमें हमारे कर्मचारियों को प्रशिक्षित करना होगा ताकि वे प्रभावी संचार कर सकें.

**सक्रिय रहें** - अगर कोई ग्राहक चैट द्वारा आपसे बात करना चाहता है तब वह कुछ और सोचे उससे पहले ही हमें ग्राहक से चैट करना शुरू करना चाहिए. ताकि वह वेबसाइट न छोड़े. लीड करके उससे बातचीत शुरू रखें. आप ग्राहक को अपनी सहायता टीम के साथ बातचीत शुरू करने के लिए प्रोत्साहित करने के लिए किसी भी पृष्ठ पर एक कस्टम सक्रिय चैट आमंत्रण सेट कर सकते हैं.

वास्तविक समय में ड्राइव की संभावना - नियम यह है कि जब ग्राहकों को बनाए रखने की बात आती है तो प्रतिक्रिया समय मायने रखता है. लाइव चैट के साथ आप अपने ग्राहक को मल्टी टास्क भी कर सकते हैं. जब कोई समर्थन प्रतिनिधि बात करने की तैयारी कर रहा हो तो अपनी वेबसाइट ब्राउज करें. इसके अलावा आप व्यावसायिक घंटे निर्धारित कर सकते हैं ताकि आपका स्टाफ ग्राहकों की जरूरतों को पूरा कर सके .

अपने लाइव चैट इंटरफेस को कस्टमाइज करें - कोई भी ग्राहक चैटबॉक्स में नाम नहीं एक्सपर्ट से बात करना पसंद नहीं करता. आपको अपना चैटबॉक्स रचनात्मक दिखाना होगा. अपनी ब्रांड पहचान में फीट बनाने के लिए अपने लाइव चैट विजेट के रंगों को ट्विक करना होगा. वास्तविक मानव कनेक्शन के लिए ग्राहक सहायता टीम पिक्स जोड़ना होगा. अपनी संचार शैली से मेल खाने के लिए संदेशों को अनुकूलित करना होगा.

## अपने ग्राहक सहायता टीम कौशल को निखारें :

ग्राहक सेवा में धैर्य और सहानुभूति की जरूरत होती है। अपने ग्राहकों की शिकायतों को सुनकर उसका तुरंत समाधान करके हम सम्मान और प्रतिबद्धता प्राप्त कर सकते हैं। आप ग्राहक के नाम का उल्लेख कर उसे धन्यवाद कहें। ग्राहक की चिंता की अपनी समझ व्यक्त करें और ग्राहक को बताएँ कि आप उनकी चिंता के मुद्दे को संभालने के लिए अपनी पूरी कोशिश करेंगे। हम अपने थोड़े से प्रयास से अपने व्यवसाय के लिए प्रतिष्ठा बना सकते हैं। ग्राहक को भी लगता है कि आपको उनकी परवाह है। जो हमारी विकास क्षमता के लिए बहुत ही अच्छा है।

संबंध प्रबंधन के साथ ग्राहक की समस्या को सुलझाने से ग्राहक का दृष्टिकोण हमारे संगठन के प्रति सकारात्मक हो जाता है। जब अपने संगठन का प्रतिनिधि ग्राहक की समस्या की जड़ देखता है और उसे जितनी जल्दी हो सके सुलझाने की व्यवस्था करता है। उससे ग्राहक भी प्रभावी हो सकता है। उसके लिए हमारे कर्मचारियों को टाइम मैनेजमेंट की स्किल्स होनी चाहिए।

हर ग्राहक अलग होता है। किसी ग्राहक का मूड आज कुछ होता है तो कल कुछ होता है। इसलिए अपने कर्मचारियों को आश्चर्य के सामना करने में सक्षम होना चाहिए। ग्राहक के गुस्से को शांतिपूर्वक समझना चाहिए और तदनुसार प्रतिक्रिया देनी चाहिए। तारकीय ग्राहक सेवा प्रदान करना एक सतत शैक्षिक प्रक्रिया है।

आत्मविश्वास से भरा कर्मचारी संगठन का प्रतिबिंब होता है। वह अपने ब्रांड की विश्वसनीयता में सुधार कर सकता है और विश्वास भी निर्माण कर सकता है। ग्राहकों को ऐसा लगता है कि उनकी समस्या को हल करने के लिए लंबा समय लग जाता है। ग्राहक की इस भावना को नष्ट करना है। उन्हें विश्वास दिलाना होगा कि उनकी समस्या जल्द से जल्द दूर कर दी जायेगी। हमें इस स्थिति से निपटने के लिए साप्ताहिक बैठकों की व्यवस्था करनी चाहिए।

## रेफरल में ग्राहक वकालत बदलें :

हमें यह पता लगाना चाहिए कि अपनी बिक्री बढ़ाने के किन अद्भुत तरीकों का उपयोग करना चाहिए। कौनसा तरीका अपने संगठन के लिए अच्छा है।

विशेष छूट देकर या विशेष ऑफर देकर कार्यक्रमों के साथ अच्छे ग्राहकों को पुरस्कृत करें।

सोशल मीडिया पर अपने संगठन का अनुसरण करने के लिए ग्राहकों को शामिल करें ताकि वे हमारी सामग्री का उल्लेख या साझा करने के लिए अधिक इच्छुक हों।

अपने उत्पादों की समीक्षा के बारे में अपने पुराने ग्राहकों से राय लें।

शब्द का प्रसार रेफरल मार्केटिंग का मूल है . अगर हम इसे नजर अंदाज करते हैं तो उसका असर हमारे बिक्री पर पडता है.

### क्रास सेलिंग :

हमें ग्राहक सेवा के माध्यम से बिक्री में सुधार लाना चाहिए. ग्राहकों से मिलकर अपने नये नये उत्पादों की जानकारी देना चाहिए. जो ग्राहक उत्पादों में रुचि रखते हैं उनके साथ बातचीत करना चाहिए. उदाहरण के लिए अगर कोई व्यक्ति दुकान में मोबाईल खरीदने जाता है तब बिक्री एजेंट उस ग्राहक को फोन खरीदने के साथ साथ हेड फोन या अन्य वस्तु खरीदने के लिए प्रोत्साहित करता है. इसे क्रास सेलिंग कहते हैं. हमारे बैंक के जितने भी उत्पाद है उन्हें बैंक के सभी काउंटर पर डिसप्ले करे ताकि कोई भी ग्राहक किसी भी काउंटर पर जाये तो उन्हें अपने बैंक के उत्पादों के बारे में जानकारी मिल सके. हमें अपने उत्पाद बेचने में आसानी हो सके.



अगर ग्राहक किसी बात पर नाराज है तो क्रास सेलिंग करके ग्राहक को संतुष्ट कर सकते हैं. ग्राहक सहायता प्रतिनिधि जो ग्राहक की मांगों को हाजिर करते हैं क्योंकि वह रोज ग्राहक से बताचीत करते हैं. वे बेहतर जानते है कि ग्राहक को क्या पेश करना उचित है. ग्राहकों की जरूरतों को समझना बहुत जरूरी है.

### सकारात्मक ग्राहक प्रतिक्रिया का प्रदर्शन:

आधुनिक सामाजिक मीडिया उत्पादों या सेवाओं के बारे में ग्राहकों के विचारों पर टिकी हुई है. ग्राहक को सकारात्मक रखना बहुत जरूरी है. अगर ग्राहक किसी बात से नाराज है तो उनकी समस्याओं का समाधान करना जरूरी है. तब ही आपके प्रति ग्राहक का रवैया सकारात्मक होगा. आप अपने संतुष्ट ग्राहक से ही बिक्री की उत्पादकता बढा सकते हैं.

### उपयोगकर्ता ऑनबोर्डिंग टूल को वर्क करें :

आज का डिजिटल उद्योग ग्राहक साइन अप सफलता को कारगर बनाने के लिए बनाई गई प्रौद्योगिकी से भरा हुआ है. यह नये ग्राहकों को अपने संतुष्ट ग्राहक बनाने की प्रक्रिया है. जिसे ऑनबोर्डिंग के रूप में

जाना जाता है. उपयोगकर्ता को शिक्षित करता है तथा हमारी वेबसाइट या एप सुविधाओं के माध्यम से मार्गदर्शन करता है. ऑनबोर्डिंग टूल ग्राहक अनुभव को बढ़ावा देते हैं. अधिक ग्राहकों को बनाये रखते हैं. राजस्व बढ़ा सकते हैं.

हालांकि, ग्राहक सेवा ऑनबोर्डिंग प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है. इसलिए हमें अपने प्रतिनिधि को विभिन्न टूल इंस्टॉलेशन के कार्य में सक्रिय रूप से लोगों की सहायता करने के लिए प्रोत्साहित करना होगा.

### **छुट्टी और जन्म दिन के संदेश भेजे:**

ग्राहक सेवा बेहतर करने लिए हमें ग्राहक को उनके जन्म दिन का संदेश भेज सकते हैं. जिससे उन्हें या महसूस हो कि संगठन उनकी पर्वा करता है. छुट्टी के भी संदेश भेजे जा सकते हैं ताकि उनका समय बर्बाद न हो. यह संदेश उन्हें ई-मेल या कार्ड द्वारा भी भेजा जा सकता है. उदाहरण के लिए हैप्पी बर्थ डे ई-मेल जैसे विभिन्न ग्राहक सेवा एप्स का उपयोग कर सकते हैं. यह आपके ग्राहकों के ई-मेल एकत्र करता है और पूरी प्रक्रिया को स्वचलित करता है. आप ग्राहक को खरीद या छुट्टी से एक सप्ताह पहले और बाद में छूट के साथ एक छोटा सा उपहार प्रदान करें. इससे ग्राहक प्रसन्न होंगे. संगठन के प्रति उनकी सोच सकारात्मक होगी.

ग्राहक को अपने संगठन के बारे में अतिरिक्त जानकारी प्रदान करें. ग्राहक को अपने उत्पादों के बारे में विस्तृत जानकारी दें जिससे ग्राहक हमारे व्यवसाय को बेहतर से जान सके. हमारे द्वारा दी जाने वाली ग्राहक सेवा की गुणवत्ता से हमारे संगठन की छवि पर काफी प्रभाव पड़ सकता है. बेहतर ग्राहक सेवा खुश ग्राहकों के लिए अचुक तरीका है जो अपनी प्रतिक्रिया छोड़ने और दोस्तों को हमारे संगठन की सिफारिश करने के लिए काफी है. सभी ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता, सक्रियता और समय पर समर्थन आदि की जरूरत है. ग्राहकों और ग्राहक सेवा विभाग के बीच पुलों का निर्माण करें क्योंकि यह मांग के बाद सफलता का कारण बन सकता है.

### **डोर स्टेप बैंकिंग**

आज के इस कोविड- 19 महाप्रकोप के समय में ग्राहक बैंक में आने से डरते हैं यदि हम ग्राहकों हेतु डोर टू डोर बैंकिंग सेवाएँ प्रदान करेंगे तो अपने ग्राहकों को बैंक से जोड़ने का एक सर्वश्रेष्ठ कदम होगा. डोर-स्टेप बैंकिंग सेवा के तहत हम ग्राहक को उसके घर पर ही विभिन्न सेवाएं जैसे बैंक खाते में पैसे जमा करना, पैसे निकालना, चेक जमा करना आदि सेवाएं हम खुद चलकर ग्राहकों को उनके घर ही उपलब्ध कराते हैं. वरिष्ठ नागरिक जो शाखा में नहीं आ सकते हैं उनको विभिन्न प्रकार की सेवाएं अर्थात् वित्तीय एवं गैर-वित्तीय सेवाएं प्रदान कर सकते हैं. इसमें जहां एक ओर बैंक को सेवा-शुल्क के रूप में राशि मिलेगी जिससे हमारे बैंक का लाभ होगा तथा हमारी व्यवसाय वृद्धि भी होगी.

### **बैंक आपके द्वार - (मिस्ड कॉल)**

बैंक ने ग्राहकों हेतु मिस्ड कॉल सेवा प्रारंभ की है. ग्राहक द्वारा 922390111 नंबर पर मिस्ड कॉल करने से बैंक के प्रतिनिधि स्वयं ग्राहक के संपर्क कर उनके आवश्यकताओं के बारे में जानकारी लेकर उनकी सहायता करेंगे. अगर ग्राहक को पैसे जमा करना है ,या ग्राहक को ऋण लेना है तो घर बैठे ही एक मिस्ड कॉल करने से उनका काम हो जायेगा. ग्राहक को अब बैंक जाने की जरूरत नहीं होगी.

### **सेन्ट-कनेक्ट**

केन्द्रीय कार्यालय के पत्र के अनुसार हमें सेन्ट कनेक्ट पहल के माध्यम से ग्राहकों से जुड़ना होगा ताकि ऐसे ग्राहक जो पहले हमसे जुड़े थे लेकिन किन्ही कारणों से या तो हमसे लेन-देन नहीं कर रहे हैं या न के बराबर कर रहे हैं तो ऐसे ग्राहकों को जोड़ने से जहां हमारी व्यवसाय वृद्धि भी होगी और अच्छी ग्राहक सेवा देने के कारण हमारे बैंक की छवि भी बढ़ेगी.

### **थर्ड पार्टी उत्पाद एवं सरकारी उत्पाद :**

हमारे वर्तमान के ग्राहकों को उनकी जरूरतों के अनुसार विविध बीमा संबंधी सेवायें उपलब्ध करा कर हम ग्राहकों के जरूरतों को पूरा करने के साथ साथ इन बीमा कंपनियों के पास से कमिशन के रूप में राजस्व प्राप्त कर सकते हैं. इसके अलावा सरकार द्वारा संचालित विविध योजनाओं जैसे अटल पेंशन योजना, सुकन्या समृद्धि योजना, वरिष्ठ नागरिक बचत योजना को भी अमल में लाकर राजस्व प्राप्त कर सकते हैं. इससे ग्राहकों को भी नये नये योजनाओं में निवेश कर अपनी बचत कर सकते हैं.

आज़ादी का  
अमृत महोत्सव

## ग्राहक सेवा क्या है?

- लोगों को आगे लाना उत्पादों और सेवाओं की
- सम्मान, व्यक्तित्व, और व्यक्तिगत ध्यान के साथ ग्राहकों को व्यवहार



## उत्कृष्ट ग्राहक सेवा के दस नियम

- I. मालिक कौन है पता होना चाहिए
- II. एक अच्छा श्रोता होना
- III. जरूरत की पहचान और पूर्वानुमान करना
- IV. ग्राहकों को महत्वपूर्ण और सराहना महसूस करना
- V. ग्राहकों को आपके प्रणाली को समझने में मदद करना
- VI. हाँ की शक्ति की सराहना करना
- VII. माफी माँगने की शैली की जान
- VIII. उम्मीद से अधिक
- IX. नियमित रूप से प्रतिक्रिया प्राप्त करें
- X. कर्मचारियों से अच्छी तरह से व्यवहार



## ग्राहक वापस क्यों आते हैं?

उन्हें दे :

- जो वादा किया था
- जानकार मदद
- तैयार ध्यान
- अच्छा उपचार

## ग्राहक कौन हैं?

- एक ग्राहक सिर्फ नकदी रजिस्टर में पैसा नहीं है। वे भावनाओं के साथ मनुष्य हैं और सम्मान के साथ व्यवहार के काबिल हैं।
- एक व्यक्ति जो उनकी आवश्यकताओं के साथ हमारे पास आता है। यह हमारा काम है उनकी आवश्यकताओं को पूरा करना चाहिए।
- वे सबसे अधिक विनम्र ध्यान के पात्र हैं। वे हर व्यवसाय की जीवन रस हैं

## इन कारणों के लिए उन्हें छोड़ नहीं देना

- उन पर ध्यान न देना या उन्हें अलग तरह का व्यवहार करना
- अपने कार्यक्रम या संगठन के बारे में बहुत कम जानकारी
- मदद नहीं करने के लिए बहाने बनाना
- उन्हें नंबर की तरह समझना
- कठोर, अमित्र, अधीर या आम तौर पर अप्रिय व्यवहार
- उन्हें नीचा दिखाना या अज्ञानी महसूस करवाना या धीमा बनाना
- झूठा वादा

## सेवा की भावना

- S - SMILE मुस्कान
- E - ENTERPRISING उद्यमी
- R - RESPONSE प्रतिक्रिया
- V - VIBRANT जीवंत
- I - INOVATIVE अभिनव
- C - CARE परवाह
- E - ENTHUSIASM TO BUILD CUSTOMER RELATIONS ग्राहक संबंधों का निर्माण करने के लिए उत्साह



## ग्राहक प्रतिधारण लाभदायक है

- 24 घंटे के भीतर एक शिकायत का हल का परिणाम 96% ग्राहक प्रतिधारण (Retention) में .. 10% अतिरिक्त नुकसान प्रत्येक दिन देरी के लिए.
- 5% ग्राहक प्रतिधारण(Retention) से कंपनियों के मुनाफे में 100% बढ़ावा कर सकते हैं (Reichheld and Sasser)

## सेवा के सर्किल

क्यों ग्राहकों को संतुष्ट रखना?

- सही व्यवहार करने से , वे वापस आ जाएंगे. क्योंकि वे तुम्हें पसंद करते हैं;
- अगर वे तुम्हें पसंद करते हैं, वे ज्यादा पैसा खर्च करेंगे;
- यदि वे और अधिक पैसा खर्च करते हैं आप उन्हें बेहतर व्यवहार करना चाहते हैं;
- यदि आप उन्हें बेहतर व्यवहार करते हैं, वे वापस आएंगे.

## ग्राहक सेवा का महत्व

- ग्राहक धारणाएं
  - ग्राहक करने के लिए आप कंपनी हैं
- संतुष्ट ग्राहक के साथ संगठन को और अधिक सफलता पाते हैं
  - वित्तीय लाभ
  - खुश ग्राहक वापस आना
  - खुश ग्राहक सेवा के बारे में अपने दोस्तों को सूचित करते हैं.
- अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करना स्वाभाविक रूप से हर किसी को नहीं आता है.

## टेलीफोन शिष्टाचार

- सरलता
- पहली धारणा महत्वपूर्ण है
- दिल्लीगी, संक्षिप्तता, ईमानदारी
- सही भावनात्मक स्थिति को पाने के लिए सकारात्मक शरीर भाषा
- कुर्सी के किनारे, shoulders back, गहरी साँस, मुस्कान, 2 rings जवाब
- कोई स्क्रिप्ट नहीं- निष्ठाहीन, और परेशान
- 'गुड मॉर्निंग, मैं राहुल हूँ. आज मैं आपको कैसे मदद कर सकता हूँ.?'

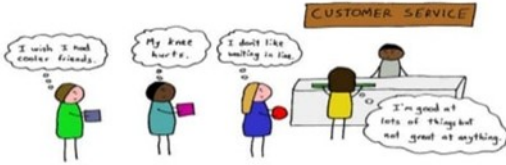
## सुनो ....लाभ के लिए

- ग्राहक की शिकायत लाभ बनाने के लिए हैं
- शिकायतों दवा की तरह हैं - कोई भी उन्हें पसंद नहीं करता है लेकिन वे हमें बेहतर बनाते हैं | निवारक दवा की तरह है क्योंकि वे समस्याओं के बारे में पूर्व चेतावनी प्रदान करते हैं
- जब मुझे पता नहीं, मुझे परवाह नहीं है
- लोग सेवा से संबंधित मुद्दों के बारे में लिए 45% सामने व्यक्तियों को शिकायत करते हैं. 5% प्रबंधन से शिकायत करते हैं , और 50% बस चले जाते हैं!
- उन लोगों से शिकायत करने से जो परवाह नहीं करते हैं, ग्राहक असंतोष बढ़ जाती है

## सहानुभूति दिखाना

- साथ चलना ...
- दूसरों के लिए तुम कुछ नहीं करना जो तुम्हें पसंद नहीं है
- Shhhhhhhhhhh!
- प्रश्न पूछना
- उन्हें समाधान में शामिल करना
- यदि संभव हो तो व्यक्तित्व भाव उत्पन्न करना
- उनके नाम से धन्यवाद करना

## इन लोगों को क्यों इतना गुस्सा!



- कतार पर लंबे समय
- ग्राहक सेवा के साथ पिछला समस्या
- कथित अन्याय
- वैध सेवा शिकायत
  - F. Scott Fitzgerald: "It's not a slam at you when people are rude, it's a slam at the people they've met before".
- आप कब एक ग्राहक के रूप में गुस्सा हो जाते हैं?

## कैसे उन्हें शांत करे ?

- उन्हें बोलने दो.
- गुंजयमान स्वर में धीरे से बोलो
- "अगर मेरे साथ होता, मैं भी परेशान हो गया होता."
- शांत बनाने की भाषा- "ठीक है, शुरुआत से शुरू करते हैं."



# 75 आज़ादी का अमृत महोत्सव

सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया



Central Bank of India

क्षेत्रीय कार्यालय नार्थ एवं सेन्ट्रल - अंचल दिल्ली



## 75 आज़ादी का अमृत महोत्सव

आज पूरा विश्व हिन्दी भाषा की शक्ति को पहचान रहा है। भाषा अभिव्यक्ति का साधन होती है। भाषा एक अभिव्यक्ति का माध्यम होती है। हमारी भावनाओं को जब शब्द-देह मिलता है, तो हमारी भावनाएं चिरंजीव बन जाती हैं। और इसलिए भाषा उस शब्द-देह का आधार होती है। उन शब्द-विश्व की जितनी हम अराधना करें, उतनी कम है।

प्रधानमंत्री  
श्री नरेन्द्र मोदी





## बैंको में ग्राहक सेवा - एक दृष्टिक्षेप

बैंक, एक वित्तीय संस्थान हैं जो मौद्रिक लेनदेन में सौदा करते हैं। बैंक, समाज का अभिन्न अंग हैं। और समाज ही बैंक के ग्राहक हैं, ग्राहकों के बिना बैंक अस्तित्व हो ही नहीं सकता। ग्राहकों के कारण बैंक का अस्तित्व है। हमारे देश के विभिन्न हिस्सों में कई बैंक स्थित हैं। हालांकि पहले भारत में बड़े शहरों और कस्बों में कुछ शाखाओं के साथ सीमित संख्या में बैंक थे पर पिछले कुछ दशकों में कई नए बैंकों ने देश के हर जगह और कोने-कोने में शाखाएं खोल दी हैं।

दूसरे शब्दों में, बैंक एक ऐसा संस्थान है जो जनता से धन जमा करता है और व्यक्तियों के साथ-साथ फर्मों को भी धन उपलब्ध कराता है। ये एक बैंक के प्राथमिक कार्य हैं लेकिन एकमात्र नहीं हैं। वे अपने ग्राहकों को कई अन्य सेवाएं भी प्रदान करते हैं जैसे कि लॉकर सुविधा, धन का हस्तांतरण, ड्राफ्ट और पोर्टफोलियो प्रबंधन जारी करना आदि।

सदियों से बैंकिंग प्रणाली चली आ रही है। यह प्रणाली भारत में और साथ ही दुनिया के अन्य भागों में भी प्रचलित है। उपलब्ध कराई जा रही सेवाएं और कार्य समय के साथ बढ़ते चले गए हैं।

देश में वित्तीय स्थिरता बनाए रखने में बैंक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वे अपने वित्त को बेहतर ढंग से प्रबंधित करने में समाज की सहायता करने के लिए कई सेवाएं प्रदान करते हैं। बैंकों के लिए समाज एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। साथ ही बैंक भी देश का एक महत्वपूर्ण हिस्सा हैं। आधुनिक बैंकिंग सेवाओं ने व्यापार, उद्योगों के विकास और अन्य गतिविधियों की प्रक्रिया को आसान बनाने में मदद की है, जो देश की अर्थव्यवस्था के विकास में मदद करते हैं। बैंक और अन्य वित्तीय संस्थान जो व्यवसायों के विकास को बढ़ावा देते हैं और व्यक्तियों के धन और अन्य मूल्यवान संपत्तियों की रक्षा करते हैं, निश्चित रूप से किसी देश की अर्थव्यवस्था के विकास में एक अभिन्न भूमिका निभाते हैं।

आज बढ़ती स्पर्धा के कारण बैंक अपने विकास एवं लाभ के लिए नए-नए आधार ढूंढ रहे हैं। कम जोखिम के साथ-साथ अधिक लाभ प्रदान करने वाले उत्पादों को बैंक प्राथमिकता दे रहे हैं। पूरे विश्व में बैंकिंग उद्योग महत्वपूर्ण व्यवसाय बन रहा है। इस क्षेत्र में सफलता पाने के लिए बैंकों को ग्राहकों - उपभोक्ताओं के बीच अच्छा समन्वयन होना बहुत जरूरी है। 'बैंकिंग' के पुनरुत्थान में नयी अर्थव्यवस्था तथा इसका विकास का महत्वपूर्ण योगदान है। भारत जैसे देशों में जीवन शैली में बदलाव, सूचना तकनीकी में सुधार, आय-स्रोत में हो रही बढ़ोत्तरी आदि 'बैंकिंग' के विकास में गति प्रदान करती है। 'बैंकिंग' से प्राप्त हुई जमा वित्तपोषण बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण स्रोत है।

'बैंकिंग' में बड़ी संख्या में ग्राहकों के बीच व्यापक लेन-देन से व्याप्त ग्राहकोन्मुखी व्यक्तिगत बैंकिंग है। ग्रामीण क्षेत्र में क्रय शक्ति बड़ी मात्रा में उपलब्ध है। इसी कारण यहां खुदरा उत्पादों के व्यवसाय के लिए

बहुत अवसर हैं. भारत जैसे कृषि प्रधान देश में करीब-करीब 400 मिलियन की जनसंख्या मध्यम वर्ग की है और 90 प्रतिशत से अधिक मात्रा में बचत तो घरेलु क्षेत्र से ही आती है. इस परिस्थिति को ध्यान में रखते हुए बैंकिंग क्षेत्र के लिए बृहत व्यावसायिक क्षमता ही एक महत्वपूर्ण क्रियाकलाप साबित हो रहा है. ग्राहकों के उपलब्धता के अनुसार बैंकिंग के क्षेत्र में अपनी सहभागिता को बढ़ाने के लिए नए-नए उत्पादों एवं सेवाओं की खोज जारी है. ऋण सुविधा घर-घर तक पहुंचाने की व्यवस्था भी की जा रही है. निजी क्षेत्र के बैंकों ने इसके लिए डायरेक्ट सेलिंग एजेंटों की नियुक्ति की है. इसमें ग्राहकों को बैंक की शाखा में नहीं जाना होता है बल्कि एजेंटों के पास जाना होता है. सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक भी इस तरह की कार्यप्रणाली अपना रही हैं. लाभप्रदता बढ़ाने के लिए बैंकिंग व्यवसाय का आकार बढ़ रहा है. 'बैंकिंग' के अंतर्गत जमा एवं ऋण दोनों पोर्टफोलियो शामिल हैं. ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए बैंकों को अन्य सेवाओं का सहारा लेना पड़ रहा है. मुफ्त निवेश सलाह से लेकर निःशुल्क एटीएम कार्ड, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड की सुविधा प्रदान की जा रही है. बैंक ग्राहकों के सामने नए-नए उत्पाद प्रस्तुत कर रहा हैं. तकनीकी उन्नयन ने इन्हें नया रूप प्रदान किया है.

आर्थिक उदारीकरण, संगठनात्मक स्वरूप एवं कार्यप्रणाली में परिवर्तन के कारण ही आधुनिक बैंकिंग में ग्राहकों, उनकी रुचियों एवं नए-नए उत्पादों की बिक्री करने के कारण बैंकिंग का एक नया स्वरूप उभर कर सामने आया है तथा किसी भी बैंक की उत्पादकता व लाभप्रदता को बढ़ाने में ग्राहक अपना महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है. ग्राहक वर्ग में तेजी से परिवर्तन हो रहा है. आधुनिक बैंकिंग में ग्राहक संतुष्टि में वृद्धि करके बैंक अपनी उत्पादकता एवं लाभप्रदता बढ़ा सकते हैं.

आजादी का  
अमृत महोत्सव



## ग्राहक सेवा – समितियों का गठन

ग्राहक किसी भी व्यवसाय का केन्द्र बिंदु होता है. यदि ग्राहक नहीं हो तो किसी भी व्यवसाय की कल्पना भी नहीं की जा सकती है. इसी प्रकार बैंकिंग क्षेत्र भी इससे अछुता नहीं है. ग्राहक राजा होता है और उसे केन्द्रीत करके ही सारे उत्पादों एवं सेवाओं का निर्माण एवं विपणन होता है.

बैंकिंग एक सेवा उद्योग है और इसकी सफलता, अस्तित्व एवं लाभप्रदता उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करके ही संभव है. राष्ट्रपिता महात्मा गांधी ने ग्राहक सेवा के महत्व को पहचाना तथा अपने शब्दों में व्यक्त भी किया. उन्होंने कहा 'कोई ग्राहक हमारे परिसर में सबसे महत्वपूर्ण आगंतुक है. वह हम पर निर्भर नहीं, बल्कि वह इसका उद्देश्य है. वह हमारे व्यवसाय में बाहरी व्यक्ति नहीं, वह इसका एक हिस्सा है. उनकी सेवा करके हम उन पर कोई कृपा नहीं करते हैं, बल्कि हमें ऐसा कहने का अवसर देकर वह हम पर कृपा करता है'. आज भी ये उद्गार प्रासंगिक है.

देश के सर्वांगीण विकास के लिए समाजवादी अर्थव्यवस्था का मार्ग अपनाया गया. विकास को राष्ट्रीय प्राथमिकता दी गयी और 1969 में 14 बड़े वाणिज्यिक बैंकों तथा 1980 में 6 अन्य बैंकों का राष्ट्रीयकरण किया गया. सुधारवादी दृष्टिकोण से प्राइवेट क्षेत्र को बैंकिंग क्षेत्र में प्रवेश मिला और बैंकिंग सेवा क्षेत्र और अधिक स्पर्धात्मक हुआ. बढ़ते हुए प्रतिस्पर्धात्मक परिवेश में राष्ट्रीयकृत बैंकों को अपनी ग्राहक सेवा सुधारने की आवश्यकता पड़ी. उत्तम ग्राहक सेवा के लिए भारत सरकार ने समय-समय पर कई समितियों का गठन किया है. इसका उद्देश्य ग्राहक सेवा को और अधिक उत्तम करना था.

### तलवार समिति

भारत सरकार ने ग्राहक सेवा में सुधार करने के लिए 1979 में तलवार समिति का गठन किया. इस समिति ने कुल 176 सिफारिशें दी, जिनमें से 120 सुझाव लागू किए गए. इनमें से प्रमुख सिफारिशें कुछ इस प्रकार हैं ..

ग्राहक सेवा समिति की बैठक प्रत्येक तिमाही में एक बार अवश्य होनी चाहिए.

प्रत्येक माह की 15 तारीख को (छुट्टी होने पर अगले कार्यालयीन दिन) ग्राहक दिवस के रूप में मनाना चाहिए.

प्रत्येक शाखा/कार्यालय में ग्राहक शिकायत/सुझाव पेटी अवश्य होनी चाहिए.

## गोईपोरिया समिति

भारतीय रिजर्व बैंक ने ग्राहक सेवा के अध्ययन के लिए सितम्बर 1990 में एम.एस.गोईपोरिया की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया. इस समिति ने कुल 97 सिफारिशें प्रस्तुत किए. इनमें से प्रमुख सिफारिशें कुछ इस प्रकार हैं ..

मेट्रो एवं शहरी शाखाओं का बैंकिंग कार्य अवधि 15 मिनट पहले शुरू की जानी चाहिए.

शाखाओं में 'क्या मैं आपकी मदद कर सकता हूँ' जैसा काउंटर होना चाहिए.

टेलर काउंटर पर नकद लेनदेन के अलावा अन्य बैंकिंग गतिविधि भी की जानी चाहिए.

शाखाओं में कटे-फटे गंदे नोटों को बदलवाने की समुचित व्यवस्था होनी चाहिए, आदि.

भारत सरकार ने उत्तम ग्राहक सेवा देने के अधिकतर सुझाव मान लिए गए. इससे बैंकों के ग्राहक सेवा संबंधी दृष्टिकोण में परिवर्तन हुआ. इस समिति की सिफारिशों को लागू करने से ग्राहक सेवा बेहतर हुई एवं ग्राहक संतुष्टि में वृद्धि हुई.



### 3. ग्राहक सेवा के लिए संस्थागत प्रणाली

बैंकिंग उद्योग में ग्राहक सेवा का विशेष महत्व है. भारत की बैंकिंग प्रणाली व्यापक स्तर पर वित्तीय सेवाएं प्रदान कर रही है एवं उन्हें अधिक से अधिक लोगों तक पहुंचाने में महत्वपूर्ण भूमिका बजा रही है. वित्तीय सेवाओं का आधार दिनोंदिन बढ़ता जा रहा है. इसके कारण ग्राहक सेवा की गुणवत्ता भी प्रभावित हो रही है.

देशभर में फैले बड़े शाखा नेटवर्क, लाखों ग्राहक, उत्पादों एवं सेवाओं की विविधता के कारण बैंकिंग परिचालन में समस्याएं आ रही हैं. प्रभावी ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए हमारे कार्यनिष्पादन में और क्रियाविधि में सुधार लाने की गुंजाइश है.

बैंकिंग क्षेत्र के विनियामक के रूप में भारतीय रिजर्व बैंक, बैंकों में ग्राहक सेवा की समीक्षा, जांच और मूल्यांकन में शुरू से ही सक्रिय भूमिका निभा रहा है. ग्राहक सेवा में सुधार लाने के लिए बैंकिंग मानदंडों के माध्यम से प्रोत्साहन देने की व्यवस्था की गयी है. भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक सेवा में सुधार लाने के लिए अपेक्षित संस्थागत प्रणाली स्थापित की गयी है.

### बैंकिंग लोकपाल योजना

बैंकों को ग्राहकों की समस्याओं के त्वरित निराकरण के लिए 14/06/1995 को भारतीय रिजर्व बैंक ने

गवर्नर डॉ.सी रंगराजन द्वारा घोषणा करके पहली बार बैंकिंग लोकपाल योजना शुरु की जिसमें बैंक ग्राहकों की बैंकिंग सेवाओं से संबंधित शिकायतों के निपटान त्वरित एवं कम खर्च में किया जाता है। यह योजना बैंकों में शिकायतों का निपटान करने के लिए बहुत ही प्रभावी माध्यम बन गयी है। इस योजना में अधिकार-क्षेत्र को व्यापक बना कर वर्ष 2006 में संशोधित करने के पश्चात लागू किया गया। यह योजना भारत में कार्यरत सभी वाणिज्यिक बैंकों एवं अनुसूचित प्राथमिक सहकारी बैंकों पर लागू है और बैंकों के विरुद्ध ग्राहकों की शिकायतों का समाधान करने के लिए बैंक ग्राहकों को एक मंच उपलब्ध कराती है। इस संशोधित योजना में शिकायतकर्ता किसी भी रूप में अपनी शिकायत दर्ज करा सकता है जिसमें ऑनलाइन शिकायत दर्ज करना भी शामिल है। साथ ही, बैंकिंग लोकपाल अवार्ड और अन्य निर्णयों के विरुद्ध अपील की जा सकती है।

इस योजना का उद्देश्य ग्राहकों की शिकायतों का निपटान, समझौता/मध्यस्थता करके करना है। कोई भी ग्राहक बिना किसी वकील की सहायता के खुद अथवा अपने प्रतिनिधि के माध्यम से शिकायत कर सकता है। शिकायत तब किया जाता है जब इस शिकायत का निपटान बैंक द्वारा नहीं किया गया होता है या ग्राहक बैंक द्वारा प्रस्तुत जबाब से संतुष्ट नहीं होता है। ग्राहक ई-मेल के माध्यम से अपनी भी शिकायत दर्ज करा सकता है।

बैंकिंग लोकपाल योजना ग्राहकों के शिकायत निपटान करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। यदि बैंक शिकायत का निपटान एक माह के भीतर नहीं करता है तो बैंकिंग लोकपाल शिकायत की प्रकृति के आधार पर निर्णय लेते हैं, जिसे बैंकों को मानना बाध्य होता है। इस योजना से ग्राहक सेवा स्तर में सुधार आया है एवं बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहकों का विश्वास बढ़ रहा है।

बैंकिंग लोकपाल एक प्राधिकारी होता है जिसकी नियुक्ति भारतीय रिजर्व बैंक या बैंकिंग, वित्त, प्रशासनिक क्षेत्र के वरिष्ठ अधिकारियों के समूह में से की जाती है जिसका पदनाम मुख्य महाप्रबंधक/महाप्रबंधक होता है। यह चयन प्रक्रिया भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा तीन वर्षों के लिए की जाती है। बैंकिंग लोकपाल की संरचना बैंक से संबंधित शिकायतों के निपटान के लिए की गयी है।

इस योजना का प्रमुख कार्य है, बैंकिंग सेवाओं के प्रावधानों से संबंधित शिकायतों को प्राप्त करना। प्राप्त शिकायतों पर विचार कर समझौते के माध्यम से सिफारिश करते हुए या योजना के अनुसार अधिनिर्णय देते हुए शिकायतों का निपटान को सुविधाजनक बनाना है।

बैंकिंग लोकपाल को शिकायत करने से पहले, शिकायतकर्ता ग्राहक द्वारा उस बैंक को लिखित रूप से अपनी शिकायत दर्ज करनी चाहिए। यदि एक महिने के अंदर इसका जबाब नहीं मिलता या शिकायत खारिज कर दी गयी या शिकायत का संतोषजनक समाधान नहीं मिलता तब शिकायतकर्ता अपनी शिकायत को बैंकिंग लोकपाल के पास एक वर्ष के भीतर दर्ज करा सकता है।

यदि ग्राहक की शिकायत का स्वरूप तुच्छ या तंग करनेवाला होता है तो लोकपाल ऐसी शिकायत अस्वीकार

करते हैं. लोकपाल शिकायत को पहले समझौता द्वारा निपटाने की कोशिश करते हैं. इस कोशिश के बावजूद यदि शिकायत का समाधान नहीं होता है तो बैंकिंग लोकपाल अपना अंतिम निर्णय देते हैं. लोकपाल अधिक से अधिक हानि का मुआवजा 10 लाख रुपए या वास्तविक हानि, जो भी कम हो, का अंतिम निर्णय देते हैं. शिकायतकर्ता को अंतिम निर्णय प्राप्त होने से 15 दिनों की अवधि के भीतर अपना सहमति पत्र दे देना चाहिए. अंतिम निर्णय स्वीकार नहीं है तो शिकायतकर्ता उक्त निर्णय के विरुद्ध 30 दिनों के भीतर अपील प्राधिकारी के समक्ष अपनी अपील दायर कर सकता है. यदि बैंक को शिकायतकर्ता का सहमति पत्र प्राप्त होता है तो बैंक को 30 दिन के भीतर लोकपाल के अधिनिर्णय पर अमल करना चाहिए. यदि अधिनिर्णय बैंक को स्वीकार नहीं है तो बैंक के अध्यक्ष द्वारा अपील प्राधिकारी के समक्ष अपनी अपील दर्ज करानी चाहिए. अपील प्राधिकारी अपील को खारिज कर सकता है या उसमें संशोधन भी कर सकता है. इसके अलावा शिकायत पर पुनर्विचार करने के लिए लोकपाल को आदेश भी दे सकता है. बैंकों एवं समाज को बैंकिंग लोकपाल योजना मददगार साबित हुई है. चूंकि बैंकिंग लोकपाल योजना का मुख्य उद्देश्य बैंक के ग्राहकों की शिकायतों को कम समय एवं कम खर्च में सुलझाना है, इस योजना की मौजूदगी का एहसास ग्राहकों को दिलाने के लिए उपयुक्त होगा कि भारतीय रिजर्व बैंक ऐसे निर्देशों को जारी करे ताकि बैंक अपने सभी ग्राहकों के पासबुकों/लेखा विवरणों में इस योजना का संक्षिप्त विवरण एवं पता छाप सकें. इससे बैंकिंग लोकपाल योजना को कामयाबी दिलाने में सार्थक होगी.

भारतीय बैंकिंग संहिता और मानक बोर्ड (बीसीएसबीआई)

तारापोर समिति की सिफरिशों के अंतर्गत भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा वर्ष 2005-06 की वार्षिक नीति में एक स्वतंत्र बोर्ड का गठन का विचार किया गया, ताकि बैंकों द्वारा ग्राहकों के प्रति उचित व्यवहार के लिए एक व्यापक आचार-संहिता बनायी जा सके तथा उसके निर्देशों की अनुपालन सुनिश्चित किया जा सके. तदनुसार फरवरी, 2006 में एक अर्ध-नियामक संगठन के रूप में भारतीय बैंकिंग संहिता और मानक बोर्ड (बीसीएसबीआई) का गठन किया गया.

यह एक स्वायत्त और स्वतंत्र संस्था है और इसमें एक स्व-विनियामक संगठन का दृष्टिकोण अपनाया गया है. बीसीएसबीआई द्वारा 'ग्राहकों के प्रति बैंक की प्रतिबद्धता' का कोड नाम एवं स्वैच्छिक संहिता तैयार की गयी जो भारतीय रिजर्व बैंक ने 01 जुलाई 2007 से लागू की गयी. इसका अधिकारी बैंकों में खुद जाकर, वहां बैंकिंग सेवा का पालन कैसा हो रहा है इसका सीधा अनुभव लेता है और कोई कमी महसूस होने पर कार्रवाई शुरू कर सकता है. इसलिए सदस्य बैंक अपनेआप दिए हुए मानदंडों का पालन करने में प्रतिबद्ध होते हैं.

इन कोडों का उद्देश्य ग्राहकों के साथ व्यवहार में न्यूनतम मानकों के जरिए अच्छी एवं उचित बैंकिंग प्रणाली विकास करना है. इसके तहत बैंकिंग क्रियाकलापों को लगने वाला समय का मानक निर्धारित करके ग्राहकों को अच्छी सेवा प्रदान करने का प्रयास किया है. इसके अंतर्गत बैंकों को ग्राहक सेवा के न्यूनतम

मानकों का पालन करना चाहिए एवं ग्राहक सेवा में पारदर्शिता रखनी चाहिए. इसके लिए शाखा स्तरीय हेल्प डेस्क का प्रावधान करना चाहिए. कोड अनुपालन अधिकारी एवं लोकपाल का नाम, पता को शाखा में प्रदर्शित करना चाहिए. बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाली सभी सेवाओं के शुल्क एवं दंड आदि की जानकारी भी प्रदर्शित करनी चाहिए.

बैंकों को इस प्रतिस्पर्धी बाजार में टिके रहने एवं चुनौतियों का सामना करने के लिए मजबूत ग्राहक आधार बनाने की आवश्यकता है. इसके लिए ग्राहकों का विश्वास जीतना पड़ेगा. बैंकों को अपनी विश्वसनीयता बरकरार रखने के लिए मानकों का अनुपालन को सुनिश्चित करना होगा.

### सूचना का अधिकार अधिनियम, 2005

यह अधिनियम वर्ष 2005 में केन्द्रीय सरकार के कार्मिक विभाग द्वारा जारी किया गया. इसके अंतर्गत ग्राहक कोई भी सूचना मांग सकता है. इससे कार्य में पारदर्शिता एवं जिम्मेदारी बढ़ गयी. बैंकों को ग्राहक के अनुरोध के आवेदन प्राप्त होने के 30 दिनों के अंदर जबाब देना पड़ता है. इस अधिनियम से भी ग्राहक सेवा में सुधार आया है. और इससे कार्यव्यवस्था में पारदर्शिता आयी है तथा बैंक-व्यवस्था के प्रति ग्राहकों का विश्वास बढ़ रहा है.

### उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम

भारत सरकार ने उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 2002 को बैंकिंग क्षेत्र में भी लागू किया. इसके अनुसार कोई भी ग्राहक दो वर्षों के भीतर शिकायत दर्ज करा सकता है. इससे भी बैंकिंग क्षेत्र में अपने कार्य एवं जिम्मेदारी के प्रति अधिक जागरूकता आयी और ग्राहकों का भी व्यवस्था के प्रति विश्वास बढ़ रहा है. यह अधिनियम ग्राहकों को उसका हक दिलाने में व्यावहारिक रूप से सक्षम सिद्ध हो रहा है. इस संस्था का ग्राहक शिकायत निवारण में बहुत योगदान है. ग्राहक इस संस्था में सीधे शिकायत दर्ज कर सकता है. किसी प्रकार की फीस भरने की आवश्यकता नहीं है. शिकायत डाक द्वारा भी भेजी जा सकती है. ग्राहक को अपनी शिकायत एक साल के अंदर करनी होगी. अगर मुआवजे की रकम 5 लाख रुपये के अंदर है तो शिकायत जिला फोरम को की जानी चाहिए. और यदि 5 लाख रुपये से ज्यादा और 20 लाख रुपये के अंदर है तो शिकायत राज्य स्तरीय फोरम तथा 20 लाख रुपये से ज्यादा के मुआवजे के लिए राष्ट्र स्तरीय फोरम को सीधे शिकायत की जा सकती है.

उपभोक्ता संरक्षण कमीशन द्वारा की जाने वाली सुनवाई के दौरान शिकायतकर्ता तथा बैंक के प्रतिनिधि की उपस्थिति आवश्यक है. कमीशन तीन माह के अंदर फैसला देता है. अगर कोई ग्राहक बैंक को तंग करने के लिए शिकायत करता है तो उसे दंडित किया जाता है.

भारतीय रिजर्व बैंक ग्राहकों के अधिकार के प्रति बहुत जागरूक है. जमाकर्ताओं के अलावा ऋण लेने वालों की शिकायतों को दूर करने का भी प्रावधान है. ऋण मंजूरी के लिए प्राप्त आवेदन पर निर्धारित समय के अंदर फैसला करना चाहिए. उद्योग के लिए फेयर प्रैक्टिस कोड के बारे में भी भारतीय रिजर्व बैंक ने

दिशानिर्देश दिए हैं. जिसमें ऋण के ब्याज संबंधी जानकारी प्राप्त करने का अधिकार उधारकर्ता को दिया गया है. निर्यात करने वाले ग्राहक, शैक्षिक ऋण लेने वाले उधारकर्ता, पिछड़े वर्ग के लोगों को दिए जाने वाले ऋणों को प्राथमिकता देने का आदेश है.

संक्षेप में कहा जाए तो आजकल बैंक ग्राहकों को अपनी शिकायत निवारण के लिए बहुत सारे मंच उपलब्ध हैं.

# मार्केटिंग का उद्देश्य ग्राहक को इतना जानना और समझना है कि उत्पाद या सेवा उसके उपयुक्त हो और अपने आप बिके



**पीटर डंकर**



**1911 से  
राष्ट्र की प्रगति  
में भागीदार**

**मना रहे हैं**

**111**

**स्थापना दिवस**

**तकनीक नई  
सिद्धांत वही**




**Sir Sorabji Pochkhanawala  
Founder**



**1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL TO YOU SINCE 1911"**

**75 Azadi Ka Amrit Mahotsav**

**CONTRIBUTING TO THE  
NATION'S GROWTH  
SINCE 1911**

**CELEBRATING**

**111**

**FOUNDATION DAY**

**TECHNOLOGY CHANGES,  
VALUES ARE TIMELESS**




सेन्ट मोबाइल ऐप का साथ है तो कभी भी कहीं भी बैंक है  
वयू आर कोड (एनबीड/आईओएस) को स्कैन करें  
और ऐप अभी डाउनलोड करें

**BANK ANYTIME ANYWHERE WITH CENT MOBILE APP**

Scan the QR code (Android / IOS) and download the app now




For Play Store  
(Android Device)

For App Store  
(IOS Device)

Visit: [www.centralbankofindia.co.in](http://www.centralbankofindia.co.in)

Follow us on:      [CentralBankofIndia](https://www.youtube.com/CentralBankofIndia)

For loan give a missed call on : 922 390 1111





## ग्राहक सेवा एवं बैंक व्यवहार

ग्राहक-सेवा केन्द्र किसी बैंकिंग सेवा लेने के बाद इसके उपयोग करने या उससे जुड़ी किसी भी परेशानी के लिए सहायता करने हेतु होती है. किसी भी प्रकार के सेवा से जुड़ी समस्या या प्रश्न का निराकरण करने के लिए होता है. जिसमें कोई भी व्यक्ति सेवा लेना चाहता है या सेवा ले चुका है, तो वह इस सेवा केन्द्र का उपयोग कर सेवा से जुड़ा कोई भी प्रश्न पूछ सकता है या उससे जुड़ी समस्या बता कर सहायता प्राप्त कर सकता है

ग्राहक बैंक का एक सबसे बड़ा महत्वपूर्ण भाग होता है. ये ग्राहक ही बैंक की लाभ हानि, मान-सन्मान और यश की सीमा निर्धारित करता है. बैंक भी सेवा एवं उत्पादों का विक्रय करता है. बिना ग्राहक पाए कोई भी बैंक आगे नहीं बढ़ सकता. लेकिन उन्हें अपनी सुविधा या उत्पादन के लिये वापस लाना एक कठिन काम है. बैंकों को अपने ग्राहकों की जरूरतों, आधारभूत सुविधाओं और उन्हें वापस लाने के लिए उठाये जाने वाले कदमों को अपनाना होगा. जैसे - बैंकों को अपने ग्राहकों को समझना होगा. अपने ग्राहक को बार-बार अपने शाखा में वापस लाना चाहते हैं तो ग्राहक क्या चाहता है और बैंक- उत्पादों में अन्य की तुलना में ज्यादा रुचि लेने के लिए ठोस कदम उठाने चाहिए. या बैंक के पास कुछ-कुछ ऐसे उत्पाद/सेवा मिलते हैं जो शायद कहीं और ना मिलते हो. और अपने ग्राहक के साथ अच्छा व्यवहार करते हैं.

## अमृत महोत्सव

बैंकों को अपने उत्पाद की गुणवत्ता और सेवा बनाएं रखना चाहिए. अधिकांश ग्राहक हर एक सेवा को एक बार जरूर उपयोग करते हैं. लेकिन बाद में वापस उस पहले वाले उत्पाद या सेवा का लाभ शायद ही लेते हैं. बैंक के उत्पाद/सेवा की गुणवत्ता और किंमत बैंक के अन्य पहलुओं से कहीं ज्यादा मायने रखती है. इसे सोच-समझ कर कुछ ऐसा रखे जिस पर ग्राहक आंखे बंद करके भरोसा कर सके. बैंकों को अपनी उत्पाद या सेवा की गुणवत्ता के लिए कड़े मानक बनाने की आवश्यकता है.

ग्राहकों से प्रतिक्रिया लेनी चाहिए. किसी भी बढ़ते हुए बैंक के लिए अपने ग्राहक की पसंद-नापसंद के बारे में जानना जरूरी है. ऐसा करने के लिए अपने ग्राहक को अपनी प्रतिक्रिया लिखने के लिए एक कार्ड दे या फिर अपनी शिकायत या प्रतिक्रिया मेल करने के लिए अनुरोध करना चाहिए. ऐसे ग्राहकों की प्राप्त शिकायतों का रिकार्ड रखना चाहिए.

बैंकों को अपनी ऑनलाईन प्रतिष्ठा पर भी ध्यान देने की आवश्यकता है. आजकाल बैंक भी सोशल नेटवर्किंग के साइट का उपयोग करते हैं. अपने ग्राहकों की ऑनलाईन मिली प्रतिक्रिया के जरिये अपना

बैंकिंग स्तर को बढ़ाने के लिए नये मार्ग की तलाश करते हैं. अपने ग्राहकों के साथ जुड़े और उनकी प्रतिक्रिया/शिकायतों का उपयोग अपने बैंक की तरक्की के लिए करना चाहिए. बैंक अपनी वेबसाइट पर अपने उत्पादों की जानकारी के साथ-साथ कुछेक मूल जानकारी जैसे कार्यकाल का समय, ब्याज दर, छूट आदि की जानकारी भी प्रस्तुत करनी चाहिए.

बैंकों को बाजार के अनुकूल बनने के लिए तयार रहना चाहिए. अपने ग्राहकों की बातों का अनुसरण करने की जरूरत है. बैंकों को बाजार में मौजूद अन्य उत्पादों के हिसाब से अपने उत्पाद की कीमत, इसकी गुणवत्ता और इसके मानकों को निर्धारित करना होगा. ग्राहक बनाये रखने के लिए इसकी मार्केटिंग, ग्राहक सेवा एक अहम हिस्सा साबित होता है.

बैंकों को अपने कर्मचारियों को ग्राहकों के साथ सन्मान से पेश आने की सिख देनी होगी. कर्मचारियों को ग्राहक बनाये रखने का तरीका जानना होगा. बैंक के स्टाफ ही ग्राहकों से संपर्क बनाए रहते हैं. यदि कर्मचारी ग्राहकों साथ अच्छे से पेश आता है तो उसे 'महिने का सर्वश्रेष्ठ कर्मचारी' या 'ग्राहकों का मनपसंद कर्मचारी' की उपाधि प्रदान की जानी चाहिए. जिससे कर्मचारी बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए प्रोत्साहित होंगे.

वृद्ध, दिव्यांग ग्राहकों के लिए अलग काउंटर की व्यवस्था की जानी चाहिए जिससे उन्हें बैंक सेवाओं का लाभ तुरंत मिल सकें. तथा उन ग्राहकों को किसी प्रकार की कठिनाई न हो. बैंकों को स्वचालित ग्राहक सेवा की भी व्यवस्था की जानी चाहिए. इसका लाभ यह होता है कि इससे सेवा देने का समय बढ़ जाता है. यह 24 घंटे उपलब्ध होती है और कोई भी व्यक्ति इसका लाभ ले सकता है.

बैंकों को अपनी शाखा को स्वच्छ एवं स्वागतयोग्य रखना चाहिए. जिससे ग्राहकों को शाखा में पधारने की इच्छा होगी तथा किसी कारणवश बैंकिंग में विलंब होता है तो वे ऊब नहीं जाएंगे. ग्राहकों के विवाद तो होते ही रहते हैं. इन्हें अच्छी प्रकार से सुलझाने जाने चाहिए. अपने ग्राहकों की मन की बात सुन कर उस पर कुशलता से निभाना चाहिए. विवादों को मैत्री भाव से और सकारात्मक रवैये से सुलझाने की कोशिश करनी चाहिए. ग्राहक को यह बात समझ आने दें कि उनकी खुशी में बैंक की, अपनी खुशी है.

अपने ग्राहकों में रुचि दिखाकर अपने बैंक को आगे लेकर जाना चाहिए. ग्राहकों को ऐसे अनुभव प्रदान करें कि वे वापस आने से स्वयं को न रोक पाएं. अपने ग्राहकों की आवश्यकताओं को पहले से ही समझने की कोशिश करें. इस प्रकार ग्राहक सेवा में सुधार कर आज के प्रतिस्पर्धात्मक समय में बैंक कामयाबी के आयाम पर पहुंच सकते हैं.