



## विपणन - एक कला Marketing - An Art







प्रधान कार्यालय में स्वतंत्रता दिवस समारोह  
Independence Day celebration at Head office





केनरा बैंक  
(भारत सरकार का उपक्रम)



Canara Bank  
(A Government of India Undertaking)

## श्रेयस - SHREYAS

SINCE 1974

केनरा बैंक की द्विमासिक गृह-पत्रिका  
Bimonthly House Journal of Canara Bank

अगस्त 2020 - सितम्बर 2020 | August 2020 - September 2020 | 272

### ADVISORY COMMITTEE

L V Prabhakar  
M V Rao  
L V R Prasad  
V Ramachandra  
R Girees Kumar  
Shankar S  
M K Ravikrishnan  
H M Basavaraja  
Y L Bhaskar  
Ohm Prakash Sah  
S Devanarayanan

#### EDITOR

S. Devanarayanan

#### ASST. EDITORS

Sajeew K  
Awanikant Singh

सह संपादक (हिंदी)  
श्री ओम प्रकाश साह

#### Edited & Published by

S. Devanarayanan

Senior Manager

House Magazine & Library Section  
HR Wing, HO, Bengaluru - 560 002.

Ph : 080-2223 3480

E-mail : hohml@canarabank.com  
for and on behalf of Canara Bank

#### Design & Print by

Blustream Printing India (P). Ltd.

#1, 2nd Cross, CKC Gardens,  
Lalbagh Road Cross, Bangalore - 560 008.  
Ph : 080-2223 0070 / 2223 0006.

The views and opinions expressed herein are not necessarily those of the Bank. Reproduction of the matter in any manner with the permission of the editor only. For private circulation only. Not for Sale.



श्रेयस प्रेयस मनुष्यमेत स्तौ संपरीत्य विविनक्ति धीरः//

(कठोपनिषद् II - 2)

Both good and pleasant approach us:

The wise on examining choose the good. (Kathopanishad II - 2)

### CONTENTS

- 2 प्रबंध निदेशक व मुख्य कार्यपालक अधिकारी का संदेश / MD & CEO's Message
- 4 New Chief General Managers' Message
- 6 New General Managers' Message
- 10 Marketing in trying times - H M Basavaraja
- 13 संपादकीय / Editorial
- 14 Marketing Skills - Kishore K
- 16 Family Folio
- 17 Econ speak - Rupali Sarkar
- 18 Anger Management - K.P. Ramesh Rao
- 20 Sales Management to optimise selling - Amit Kumar
- 22 Legal Column - K V C Janaki Rama Rao
- 23 अंचल समाचार
- 30 Circle News
- 32 आत्मनिर्भर भारत को साकार करने में बैंकों की भूमिका - षोजो लोबो
- 35 COVID-19 CYBER THREATS - A V Rama Rao
- 36 Marketing in banking - P Srinivasamurthy
- 38 जीस्त -ए- जिन्दगी - ऋषिकेश कुमार
- 39 कुट्टनाड में एक अनोखा सफर - मिनी ऑगस्टीन
- 41 बिजनेस का फंडा - बी के उप्रेती
- 44 मेरी सफलता की कहानियां - सुश्री रितु मीना
- 46 Cartoon
- 47 कुछ हो ऐसा..... - चंद्र बहादुर थापा
- 48 तुलसी पान की दुकान - प्रदीप राज एस
- 50 जहां चाह वहां रह - नकिता खंडेलवाल
- 51 प्रकृति - श्री शुभम दीप
- 52 Babies Corner
- 53 Vignettes from the past
- 54 Homage
- 56 Book Review



## प्रबंध निदेशक व मुख्य कार्यपालक अधिकारी का संदेश



### MD & CEO's Message

प्रिय केनराइट्स,

कोविड -19 महामारी द्वारा उत्पन्न चुनौतियों से 6 महीने से अधिक समय से देश बहादुरी से मुकाबला कर रहा है। बैंकिंग क्षेत्र, अर्थव्यवस्था का आधार है, जिसने सबसे कठिन समय में से एक को देखा है लेकिन इसे नए जोश और उत्साह के साथ अपनाया है और हमारे बैंक ने इस प्रयास में एक महत्वपूर्ण और अमिट भूमिका निभाई है। केनरा बैंक ने इस अवसर पर प्राथमिकता के अनुसार अपने कर्मचारियों की सुरक्षा और व्यापार निरंतरता सुनिश्चित करने के लिए अपने कामकाज की पद्धति में परिवर्तन किया है। केनरा बैंक परिवार के समर्थन के बिना बैंक का सुचारु कामकाज और हमारे ग्राहकों को निरंतर वित्तीय सहायता सुनिश्चित करना संभव नहीं होता। इसलिए, मैं इस चुनौतीपूर्ण समय में आप में से हर एक के द्वारा की गई ईमानदारी और कड़ी मेहनत की प्रशंसा करता हूँ। आपके दृढ़ निश्चय, उद्यमितापूर्ण व्यवहार और जोश के साथ, मुझे विश्वास है कि हम आगे की राह पर मजबूती से चलेंगे।

फिर भी, इस मोड़ पर अर्थव्यवस्था और बैंकिंग क्षेत्र में बढ़ती चुनौतियां गंभीर हैं। इस वित्तीय वर्ष की पहली छमाही लगभग समाप्त हो रही है और अभी भी हमारे बैंक का कारोबार उम्मीद के मुताबिक नहीं चल रहा है। आर्थिक गति धीरे-धीरे बढ़ रही है लेकिन परिवर्तन धीमा होने की उम्मीद है और आर्थिक सुधार में अधिक समय लग सकता है। इसलिए, मैं आप में से प्रत्येक से अधिक सक्रिय और अनुकूल होने और हमारे व्यापार मापदंडों में सुधार करने के लिए आगे के अवसरों का पता लगाने का आग्रह करता हूँ। हमारे बैंक द्वारा आयोजित विशेष अभियान, जिसमें विशेष स्वर्ण ऋण अभियान और विशाल कृषि संवितरण अभियान शामिल हैं, से हमारे क्रेडिट पोर्टफोलियो में सुधार के लिए सकारात्मक परिणाम मिले हैं। इन पहलों पर आगे बढ़ने और व्यापार के अवसरों का पता लगाने के लिए दृश्य चुनौतियों से परे देखने से बैंक के प्रदर्शन में मदद मिलेगी।

Dear Canarites,

The country has been bravely combating and steering through the challenges posed by Covid-19 pandemic for over 6 months now. The banking sector, being the fulcrum of the economy has seen one of the toughest times but has embraced it with renewed vigour and enthusiasm and our Bank has played a crucial and indelible part in this endeavour.

Canara Bank has risen to the occasion and transformed its working algorithm to ensure business continuity while according utmost priority to the safety of our staff. The smooth functioning of the Bank and ensuring constant financial support to our customers would not have been possible without the undeterred support of the Canara Bank family. Hence, I complement the sincerity and hard work put in by each one of you in these challenging times. With your continued determination, go-getter attitude and vigour, I am confident that we will walk firm on the road ahead.

Nevertheless, the challenges looming over the economy and the banking sector at this juncture are severe. The first half on this financial year is nearing an end and still the business of our Bank has not been on expected lines. Economic momentum is gradually picking up but the transition is expected to be slow and the economic recovery may take longer. Hence, I urge each one of you to be more proactive and adaptive and explore further opportunities to improve our business parameters. Various campaigns organised by our Bank including Special Gold Loan Campaign and Mega Agriculture Disbursement Campaign, with a view to improve our credit portfolio have yielded positive results. Leveraging further on these initiatives and looking beyond the visible challenges to explore





महामारी एक गंभीर बाह्य आघात है जिसने एक अभूतपूर्व तरीके से उपभोक्ता की भावना को प्रभावित किया है और अपरंपरागत प्रतिक्रिया उपायों की मांग करता है। फलस्वरूप, हमारे उत्पादों का आक्रामक विपणन, जिसका पहले से ही एक ब्रांड मूल्य है और जो अब अधिक सुविधाओं के साथ उपलब्ध है, अधिक महत्व रखता है।

हमें ग्राहकों की जरूरतों और प्राथमिकताओं के अनुरूप अपनी मार्केटिंग रणनीति में पुनरावलोकन और सुधार करते हुए हमारी बिक्री की प्रभावकारिता में सुधार करना होगा। इसका एक महत्वपूर्ण तत्व बैंक के विपणन प्रयासों में प्रत्येक केनराइट की भागीदारी है, जो हमारे उत्पादों को बेचने के लिए बिक्री टीम में भूमिका निभाता है। मैं आप सभी से आग्रह करता हूँ कि हमारे उत्पादों के प्रभावी विपणन के लिए बैंक का ब्रांड एंबेसडर बनें।

वर्तमान चुनौतियों ने एक साथ संघर्ष करने और एक साझा उद्देश्य के लिए हाथ मिलाने के महत्व को बहाल किया है। हमारे देश में अनेकता में एकता का और एकजुटता की भावना का मुख्य आधार भाषा की समानता है। हमारे बैंक में सितंबर महीने को हिंदी महीने के रूप में मनाया जाता है, जिसमें हिंदी के प्रचार-प्रसार के लिए कई प्रतियोगिताएं होती हैं। अन्य क्षेत्रीय भाषा के साथ हिंदी का उपयोग हमारे ग्राहकों के साथ बेहतर तालमेल और प्रभावी संचार बनाने के लिए किया जाना चाहिए।

जब आप अपने ईमानदार प्रयासों में लगे हुए हैं, तो वार्षिक लक्ष्यों के लिए हमारे पास समय कम है और यह लंबा और चुनौतीपूर्ण मार्ग है। इस वित्तीय वर्ष में केवल 6 महीने शेष रहते हुए, मैं आप में से हर एक से आग्रह करता हूँ कि वर्तमान चुनौतियों से ऊपर उठकर, सफल होकर उभरें और अपने और बैंक के लिए अधिक से अधिक उपलब्धियां प्राप्त करें।

**रहे संग, बढ़े संग**

हार्दिक शुभकामनाओं सहित,

भवदीय,

**एल वी प्रभाकर**

प्रबंध निदेशक व मुख्य कार्यपालक अधिकारी

business opportunities will aid the performance of the Bank.

The pandemic is a severe exogenous shock that has affected consumer sentiment in an unprecedented manner and call for unconventional response measures. Consequently, aggressive marketing of our products, which already has a brand value and is now embedded with more added features assumes greater importance. We need to revisit and revamp our marketing strategy in tune with the needs and preferences of the customers and improve the efficacy of our sales. A critical element of this is the involvement of each Canarite in the Bank's marketing efforts, assuming a role in the sales team to sell and cross sell our products. I urge each one of you to be a brand ambassador of the Bank for effective marketing of our products.

The current challenges have reinstated the importance of fighting a battle together and joining hands towards a common cause. One of the pivots of the unity in diversity in our country and a sense of togetherness is the commonality of a language. September month has been celebrated as Hindi month in our Bank, with numerous contests for the promotion of Hindi. Usage of Hindi along with other regional language should be leveraged further for creating a better rapport and effective communication with our customers.

While you have been putting in our sincere efforts, the time in hand is less and the path to the year-end goals long and challenging. With only 6 months remaining in this financial year, I urge every one of you to innovate, dedicate and work cohesively to rise above the current challenges, emerge successful and achieve greater milestones for yourself and the Bank.

**Together we can**

With warm regards,

Yours Sincerely,

**L V Prabhakar**

**Managing Director & CEO**



It's indeed a moment of joy & pride to be elevated as Chief General Manager in our Great Organization. I must attribute my elevation to my seniors and fellow colleagues who have shown confidence in me, supported & guided me throughout my journey spanning over three decades.

In every decade there were/are challenges in banking. As the banking canvas enlarged competition became more intense. As the global & domestic economic scenario kept changing so the challenges. The new year 2020 began with global pandemic which severely impacted every businesses and lives across the globe.

This has thrown new and extreme challenges before Banking viz. Keeping morale of the human assets high, helping the MSME's by financial assistance, maintaining the quality of assets, close monitoring of loans and mobilising resources in the present circumstances. Challenges are plenty and new challenges come with new opportunities too.

These situations separate men from boys. Quote "when times are tough like this and they are certainly challenging it is not a time to recoil or retreat from the situation. You have got to be strong and you have got to play your plan out as best you can." --- Kevin Smith.

I must express my gratitude towards my well wishers colleagues and family members who have been constantly very supportive.

I rededicate myself to this great organisation with great zeal and commitment.

With best wishes and regards,

**Sandeep J. Gaware**  
Chief General Manager



Its an incredible honour for me to serve this great institution in the capacity of Chief General Manager. I thank Almighty and would like to express my sincere gratitude to the management of bank. This has been possible only with guidance and support of my colleagues and family who have stood by me at all times.

This is a critical time for the industry with lot of uncertainty and challenges, no doubt, but we need to work together to convert challenges to opportunities to keep our Bank's flag high in this testing time.

We have to reinvent our business strategies with leverage on our digital capabilities. I strongly believe that smart working with technology support, judicious and timely decision is the success mantra, which results in customer elite. For this, we need to put up team spirit at the heart of what we do. Its time to get back to basics, strengthen execution with up-to-date product and process knowledge.

We together will emerge stronger with relentless focus on customers and preparedness to challenge ourselves and take decision.

Take care and keep everyone safe and healthy.

With best wishes & warm regards,

**P Santosh**  
Chief General Manager



It is a great honour to get the promotion as Chief General Manager. I express my deep sense of gratitude to the top management for giving me ample opportunities in the past, and now the present one, and for their faith and confidence reposed in my abilities. I also like to thank my colleagues in the branches, Regional Offices and Circle Office for their excellent support but for which this might not have possible. The support and trust from all the corners indeed is the strength for me to drive the business, to deal with the issues whether simple or complex with fairness, firmness and maturity without favour or fear to march forward with great satisfaction.



I am fortunate to witness and to be part of this great Bank for more than three decades. Now, it is one of the big, great and good banks of the country. According to me, to be successful in the Bank, one has to develop the art of continuous and systematic follow-up, deliver whatever is promised and make the decisions fast, be honest and transparent.

I strongly feel that our Bank is having tremendous potential to be the number one in the industry having wonderful performing human assets. I once again thank everyone for the opportunity provided. And I rededicate myself to serve the great organisation with utmost devotion.

With best wishes and Warm Regards.

**I Shabbir Hussain**  
Chief General Manager

## **New General Managers' Message**

After dedicating 8 years in various Defence Establishments, I joined this great institution on 7th March 1994 and since then cherished every moment of this journey opening to new visions and greater experiences.



Our Founding Principles. 1. To remove Superstition and ignorance. 2. To spread education among all to sub-serve the first principle. 3. To inculcate the habit of thrift and savings. 4. To transform the financial institution not only as the financial heart of the community but the social heart as well. 5. To assist the needy. 6. To work with sense of service and dedication. 7. To develop a concern for fellow human being and sensitivity to the surroundings with a view to make changes/remove hardships and sufferings.

Above 7 founding principles given by our great founder gives an inner connect and like many, moved me also. It has inspired to redefine the work life. "Serving to Grow, Growing to Serve" has always been a management mantra filled with sanatansamskara, in which a karmyogi follows the Bhakti marg. The contentment we derive after enthusiastic and committed service is always the highest reward, we earn in lifetime. In today's technology driven new age, I would urge my young colleagues to relate themselves with our great traditions, value system and heritage and also to pass it on to next generations in its pristine form. As we actively pursue new areas of business, let us remain committed to our enduring mission to enrich society through our collective expertise. Let us contribute our fullest to make our Nation gain past glory of being Vishwa Guru and make our Bank the best Bank of the Country. Together we can.

**Ravi Prakash Jaiswal**  
General Manager



Making sure everybody in the organisation has great opportunities, has a meaningful impact and is contributing to the good of society is all along the tradition and culture of our esteemed organisation. This has facilitated all the deserving employees reach the peak in the career path and deliver the best. I am delighted to be one of such privileged employees and extremely grateful for having been promoted as a General Manager.

During the course of my 36 years of service, Canara Bank has taken me through a roller coaster ride with so many peaks and valleys, only to make me a better person in the organisation. Bank has served as an incubator and has paved way for my successful professional as well as personal life.

It has given me the opportunity to network and work with a diverse group of people across different positions, from various backgrounds. I am grateful for all the support and love this organization has shown, from the start of my career as a Clerk.

With this elevation in my career, I wish to continue to push my limits to show excellence in performance. I dedicate myself to the cause of taking the Bank's name to greater heights and contribute more for the good of society. I am delighted to step on to the next phase of my beautiful journey in this organization.

"We are what we repeatedly do. Excellence, then, is not an act but a habit."

Together we can.

**P Ramasubramanian**  
General Manager



On this occasion of my elevation as General Manager of this great institution coming from a humble background, it gives me utmost satisfaction that I could scale up to this coveted position. I thank the management who bestowed faith in my abilities. I also take this opportunity to thank my colleagues and well-wishers who guided and supported my career and helped me in moving up the ladder. With all sincerity, humility and respect I remember all those who moulded me and my career to be what I am today.

Looking back at the path traversed by me, over the years with all humility I acknowledge the opportunities and exposure provided to me by the Bank in different aspects of banking operations.

In the present challenging circumstances it is all the more important and necessary to achieve the corporate goals. In the past also the Bank has successfully crossed several hurdles, came out victorious, emerging as one of the country's pioneering banks.

Our Bank is a local bank for Indians and a global bank for International customers. We are a multinational banker par excellence. The basis of progress is sincerity, honesty, dedication, integrity and pride with which we worked for our beloved institution. With these characteristics, when we continue to work the Bank will reach greater heights in the days ahead.

Being at the corporate office, I assure the people down the line that I stand by your side and work along with you in taking our institution to greater heights.

Let us live up to the corporate tag line -TOGETHER WE CAN!

Thanking you all,

**H Seshagiridas**  
General Manager



It is a great honour and privilege to be elevated to the post of General Manager. I owe this to the encouragement and motivation of Seniors and Mentors throughout my career spanning 34 years.

The economy is passing through a very tough time due to Covid-19 pandemic and the Government has reposed lot of trust in Public Sector Banks to revive the economy through various stimulus measures to be implemented through PSBs. We have to rise to the occasion and bring out the best by reaching out to all our customers and fulfilling their need-based requirements. It is high time to popularize our digital products including CANDI Mobile Banking App, Canara Diya and encouraging our customers to use ATM, e-Lounge, Internet Banking facility etc. Retail customers may be encouraged to use facility of online application and instant approval of housing loan and vehicle loan. MSME customers be encouraged to utilize psb loans in 59minutes.com for their credit requirements.

In the present scenario after amalgamation, we must strive for growth of bottom line by giving priority to recovery of NPAs, written off accounts and efficiently utilise our capital. Our Bank is privileged to have a good network of branches, besides vast base of loyal customers. CASA is crucial for profitability. We must work together to boost our CASA constantly by taking care of our small depositors, farmers and agriculturists, small traders etc. who have reposed constant faith in our Bank.

I once again, thank our Bank for giving me an opportunity to work with renewed vigor to achieve organizational goals. I seek the support of all my colleagues to tread together the path of success for our beloved Organization.

With Warm Regards,

**Umesh Kumar Bhalla**  
General Manager



After 30 years of hard work in this great institution, my elevation to the cadre of General Manager gives me immense satisfaction. I take this opportunity to thank all my superiors who recognised and rewarded me in various part of my carrier. I also remember in this occasion all my colleagues who were part of my success.

Unlike the past, our Bank has grown big after amalgamation and thrown open lot of opportunities for young generation. Our Bank is poised to grow to newer heights in the years to come. As a General Manager, I shall reciprocate through my dedication to add value to the Bank.

With warm Regards,

**D Surendran**  
General Manager



It is a great honour and privilege for me on being elevated as General Manager in our esteemed organization. I thank the Top Management, from core of my heart, for posing faith in my abilities and for giving me opportunity to take higher responsibly in this esteemed institution. I express my sincere gratitude to my superiors, colleagues and my family for their whole hearted support, guidance and motivation that contributed in my success. Amalgamation of two big Banks has opened a vast field of business opportunities and growth for merging entities as well as vast career opportunities for its employees. Here lies the real challenge for seniors, to bridge the knowledge gap among newly recruited employees and to ensure to develop the future management. With the dedicated and motivated young force we have today, there is no doubt that our Bank will certainly occupy the number one position in Banking Industry, in the days to come.



Let us strive for better Customer Service, improving Digital Banking, better Internal Control and better Assets Quality.

I rededicate myself to continue to serve our great organization with utmost sincerity and dedication, and deliver the best of my abilities to take our Bank to greater heights.

Regards,

**Lakhbir Singh**  
General Manager



It is a great honour and privilege to be elevated as General Manager of our beloved Bank. I express my gratitude to my seniors who had helped in shaping my carrier and thanks to the support of all staff whom I had the privilege to work with.

Having joined the bank in 1994 in a rural branch in Haryana state, the journey has been a wonderful experience filled with various challenges and opportunities giving immense satisfaction.

With the experience of being in a Housing Finance company, I advise my Branch Managers to focus on Retail loans / housing loans, which not only carry lower risk & delinquencies but also help to revive the economy through increased production activity and fulfils the aspirations of common people.

My message to all my young Canarites is to move out of your comfort zone, develop leadership qualities ,upgrade knowledge & skill sets continuously. The organisation will recognise your efforts & contribution.

I believe that with position comes great responsibility and it is an opportunity for me to demonstrate my ability & contribute for growth of my beloved bank.

With warm regards,

**Shreekant M Bhandiwad**  
General Manager



I am deeply moved by the confidence the top management has reposed in me, in elevating me to the position of General Manager.

"A journey of a thousand miles begins with a single step". I made an humble beginning in this great institution as an AEO. Fresh from agriculture college, with full vigour and enthusiasm, I served the farming community and brought laurels to the bank in agricultural lending. The saga continued with a variety of exposure ranging from, Agriculture, General Credit, HR, Marketing, branch banking MSME, and Corporate Credit. To top it all, I was indeed privileged to be appointed as Chairman of Karnataka Gramin Bank (KaGB). I had a great sense of satisfaction in overseeing the successful amalgamation of two RRBs in the state of Karnataka specially in tackling challenges of CBS migration, HR integration and smooth transition without business disruption. It was boundless joy when we crossed a total business of ₹50,000 crores, as on 31.03.2020, making KaGB, the largest RRB in the country.

I sincerely thank my mentors, seniors and colleagues both at Canara Bank and Karnataka Gramin Bank, who have motivated me and given me rock solid support in all my endeavours.

I re-dedicate myself to ensure that Canara Bank achieves the "Numero Uno" position amongst all the banks in the country.

With warm regards,

**Shreenath H Joshi**  
General Manager



I feel honoured and privileged to be elevated to the post of General Manager in this great institution. I am grateful to Canara Bank, as our mother Bank has given an opportunity to a person coming from a humble background and privileged to be elevated to the post of General Manager in this great institution.

It is a great feeling to be a part of Can Bank Family, and nearly 35 years of my wonderful journey has paved the way for many learning avenues. I thank our Bank's Top Management, Seniors and team mates for their guidance & support as well as the trust and confidence reposed in me from time to time.

The days ahead for Public sector Bank is full of challenges with unlimited opportunities which are yet to be tapped. Being a leading Bank, there is lot of expectation from each Canarite to excel in all fields and concentrate on inclusive growth to take our Bank to the numero uno position in the industry.

The need of the hour is to focus on our goals with improved customer service. Team work coupled with initiative will bring laurels to our institution.

On this occasion, I reiterate to commit myself and continue to serve the Bank with the same zeal and enthusiasm.

"Together We Can, Together We Will",

**S Packirisami**  
General Manager



# Marketing in trying times



## H M Basavaraja

DGM,  
HR Wing, Head Office

The world today is passing through one of the turbulent times in the history of humankind and almost all the businesses have been showing a downward trend owing to multiple factors like lockdown restrictions, scare to visit bricks and mortar places, salary cut, loss of employment, lack of entertainment, no tours and picnics due to travel restrictions etc. People to people contacts have been disconnected, borrowers and businesses have faced losses, the bank operations have been hampered and there has been sluggish growth in sales and decline in profits. Marketing of products during these unprecedented times is a daunting task of everyone in the business arena. We may have to redefine the strategy of marketing, as it is very difficult to do physical marketing because of the present situation.

The demands in the core sectors are historically low and it may take longer than expected for complete revival of business. Therefore, we may have to look into novel ideas for marketing of our products to survive and thrive in the market. How can we transform ourselves in the present situation and market our products effectively? The marketing as subject is directly related to selling. In order to maximise our selling in a highly competitive market where the difference in quality of the products available with peers in the industry is negligible, it is imperative to develop a USP that stands out for our own

products. To survive and excel in the current situation we need to focus on different aspects. Thus, many of the banks have been effectively using the digital tool and providing alternatives to in-person banking.

## Quality of service

Quality of service plays a vital role in establishing a better customer relationship. Our Bank is known for better customer care and service. The amalgamation has brought another tradition of customer centric relationship with us. The integrated culture of two traditionally strong customer friendly banks will pave the way for an exceptional customer service. It makes a differentiation and we should thrive on developing further relationship with new clients along with improving the relationship with the existing customers. Service provided to the customers can be of any form and anywhere viz; Bank counter service, attending queries of the customer either through dedicated customer service centre or through branches or any other form, after sale service of the products or any service at the time of need. Since the competition is very high in a volatile market, we have to be more adaptive to the situation and make necessary changes as the situation demands.

### Quality of the product

Quality of the product is the important Unique Selling Proposition to maximise selling of any product. As far as bank is concerned, the quality can be in various aspects. Everything we produce and make it available for the use of public can be termed as a product. The internet banking application / mobile application and various digital products of the bank should be appealing, user friendly and fulfilling the requirements, as today's generation is not ready to accept anything, which lacks a better customer experience. The traditional products, which suit to traditional customers, should be continued and new products suiting for new generations to be brought to lime light.





### Geographical aspects

There is a total diversity in the Indian society and the demands are also different. So while considering the design of the product the local flavour has to be taken into account. The local colour will give thrust in pushing our product in the market. The geographical taste and requirement have to be studied in detail and the timely launching of the product is very important to make an impact in the market.



### Use of Social media

In the present situation, man-to-man marketing is not a viable method. The use of technology as a tool for marketing, publicity through various media, advertisements through social media, sharing of banking services and product experiences through social media etc., can be effectively utilised to promote our products. It is a must-use tool to establish a brand presence amongst competitors. A strategy to be developed to exploit this platform to our advantage by employing creativity and innovation. The content should be interesting and engaging to maximise the advantages of today's digital media channels.

### Leave the comfort zone

Look for new opportunities of innovations by expanding our portfolio. Since the customer-requirements have transformed, address consumer's specific problems and fulfil their unaddressed needs. These tough times will force us to leave our comfort zones in search for new avenues. Innovation comes from experimentation. This requires a marked mind-set shift and culture change. If our communications help consumers deal with the economic issues they are experiencing and are specific in nature and provides a solution to their needs, it will stand out and create a positive impact on the customers.

### Presence of mind and prompt action lead to success

The present crisis has changed the people's spending behaviour. People are staying home more often, cutting down on discretionary spending. It is important to understand the mind-set of the customers in these critical times because their requirements are also unique. If our business has to survive and grow in this complex environment, tailor our marketing plans and act according to the situation with presence of mind.

### Connect with people

There is an uncertainty prevailing in the minds of consumers today than ever before. Their safety of family and overall public health are primary concerns and there are worries around long-term economic impact the pandemic can create in their lives. Planning for the best and worst case needs to be looked into. Engagement of the entire divisions like marketing, finance, HR etc. to develop specific challenges that the customer and the business could face in each of the scenarios will be highly helpful to connect with customers. If it is not physically possible to frequently connect with customers, virtual platform may be opted and employees play a major role in it.

### Customer needs and satisfaction

In order to engender the loyalty of the customers in the current environment, we need to understand the needs of the customer such as financial security, responsiveness, transparency, convenience etc. It is important, to measure customer's satisfaction level that reflects ability to deliver on these needs and expectations. Customers look for easiness in using self-service channels and responsiveness of the banks via these channels or how quickly an application can be processed. Resolution of the issues at the first point of contact, holding a call not too long before it is answered, and many other areas where a customer connects with organisation are responsible for keeping the loyalty of the customer.

### Respect the buyers and regard the value of buyers

Our communications should help customers deal with the personal economic issues they are experiencing in the current scenario and if it provides a way to relieve stress they are experiencing, it will stand out from the rest of the communication. Treat customers with respect, as it is an opportunity to provide proactive



advice on the consumer's needs rather than the organization's needs. With good listening attitude towards the needs of the customers, they will understand that we stand by them at the crisis point and it creates a goodwill.

### Novel Approach and timely action

In times of the present crisis, the banks should engage and assure users that they could still access wide range of financial and other services on their mobiles with ease. Further, it is important to interact with users creatively through mobile-only experience for them, which would deliver the bank's message positively. Many banks have started using hashtags around COVID-19 awareness, which are being used to promote cashless transaction and net banking. Creative ideas which can suit to the needs of the customers and beneficial for them can generate a brand image as a whole.

### Adapt a marketing plan on a need and situation base

The present crisis is going to stay here for a long time. Therefore, the marketing team has to do the research analysis to find the best solution well matched to the current situation. A unique marketing plan has to be developed by exploring and understanding the real field situation. This will give a leeway in developing the products and marketing them. The marketing of the products succeeds only when the products possess the actual requirement of the consumers. Otherwise, the product shall fail even with best marketing plans. Maintaining an equilibrium of the product based on the actual requirement of the customer and a marketing plan best suited to the situation will help in establishing the product in the market.



### Know Your Products:

Our product knowledge coupled with convincing

abilities will bring fabulous results. It is vital to know the specification of our products and that of the peers. It means you have to know what you are selling. This is one of the important top-selling strategies, which is relevant to any business, or salesperson. Today's customer has many resources to know the features of the products available in the market. If you do not know the features and benefits of the product or service you are selling, you will not be able to answer customer questions or handle objections. Familiarize with products and services of the bank for efficient marketing.

### Pleasing the person, Presentation and Perusal

It is important to please the customer with our products and services through proper presentation, which can ultimately benefit both seller and buyer not only in general but also in tough times. Training, translating abilities, language skill and timing sense play a major role in influencing sales. Quoting examples after understanding their necessity is a better approach to navigate the situation and transform it into business. It is the right time to raise to the occasion and generate better results.

### Successful people do things differently

There is a good old story of selling footwear to people living in an island. One company deputed a salesperson to find the scope of selling footwear in that island. The salesperson went to the island and searched the scope of marketing company's famous footwear. To his utter astonishment, he found that nobody was wearing any type of footwear. He searched all-around; however, he could not find even a single shop for selling their product. Highly disappointed, he returned empty handed and reported to the owner that there was hardly any scope for business. The owner was also saddened but he still had scope that proper survey and approach could give results. Then he identified one more sales representative and deputed him there. The new salesperson also found that people were walking on bare foot. He jumped with all the joy and immediately called his boss to send a wagon of foot wears because there was a lot of opportunity.

The salesperson approached a few people in the island and gave them footwear for free and asked them to wear and give their opinion. Later predictably, they gave a good opinion and people started purchasing, resulting in





bumper sale. The owner was stunned; he found the salesperson with a unique approach in selling the products at the trying times of the company by employing different methods of sales.

Marketing as a whole has changed so the products too. The demand trembled in almost all the sectors, there has been a slowdown in almost all the activities, the real estate, retail, aviation and the auto sectors have been badly hit, and the banking sector is not an exception. Many of the medium and small-scale industries are on the cusp of collapsing and the loan growth demand is likely to be affected by deteriorating working capital

cycles, moratoriums or restructuring. We have to redefine the strategies to sell our products during these trying times.

In spite of all these negative factors Banks play a vital role in the functioning of the economy and provides important services to individuals and communities. The present crisis, which originated from outside the banking system, provides an opportunity for us to prove that we stand by the society at the time of need and marketing of our products during these trying times should run in tune with requirement of the customers and our society in particular.

## संपादकीय / Editorial

“व्यापार और जीवन में, आपसे क्या अपेक्षा है और आप क्या प्रदान कर रहे हैं, यह इनके बीच का अंतर ही है जहाँ जादू होता है।” श्री जे बेयर (कन्वीनर और कन्वर्ट के संस्थापक) द्वारा यह लोकप्रिय उद्धरण कमोबेश सम्पूर्णता में विपणन का सार समझाता है। विपणन कौशल तेजी से उन दक्षताओं में से एक बनती जा रही है जो संगठन अपने कार्य बल में तलाशते हैं। प्रभावित करने व समझाने और प्रदर्शित करने व प्रदान करने की क्षमता, “ग्राहक संतुष्टि” के सिद्धांतों को बनाए रखने की क्षमता ही है, जो एक सफल विपणन प्रयास को पूरा करता है। इस संस्करण में, “हम विपणन कौशल” के विभिन्न रंगों को सामने ला रहे हैं, जिन्होंने लोगों को अपनी सफलता की कहानियों को लिखने में मदद की है।

आशा है कि आप हमारी गृह पत्रिका “श्रेयस” के माध्यम से प्रदान की जा रही विस्तृत जानकारी का आनंद ले रहे हैं। जैसा कि हम आपसे सुनना पसंद करेंगे, कृपया अपनी प्रतिक्रिया / टिप्पणी [hohml@canarabank.com](mailto:hohml@canarabank.com) पर भेजें या हमें 080-22233480 / 9986693808 पर कॉल करें।

एस देवनारायणन  
संपादक

“The gap between what is expected and what you deliver is where the magic happens, in business and in life”. This popular quote by Mr Jay Baer (founder of Convince & Convert) more or less explain the essence of marketing in toto. Marketing Skill is increasingly becoming one of the most sought after competencies that organizations look for in its work force. The ability to impress and convince and demonstrate and deliver, upholding the doctrines of “customer delight” is what catapults a successful marketing endeavor. In this edition, we are bringing out various shades of “marketing skills” that has helped people in scripting their own success stories.

Hope you are enjoying and benefitting from the plethora of information that is being brought out through our in-house magazine “Shreyas”. As we would love to hear from you, please send in your feedback/ comments to [hohml@canarabank.com](mailto:hohml@canarabank.com) or call us at 080-22233480 / 9986693808.

S Devanarayanan  
Editor



# Marketing Skills



**Kishore K**  
Senior Manager  
Apex Centre of Excellence,  
Bengaluru

There are lot of interesting definitions on “**Marketing**”. The one which closely sums up the entire concept is propounded by Philip Kotler, who is often referred to as the father of modern marketing. He defines marketing as “the science and art of exploring, creating and delivering value to satisfy the needs of a target market at a profit. It defines measures and quantifies the size of the identified market and the profit potential. It pinpoints which segments the company is capable of serving best and its designs and promotes the appropriate products and services”. In a nutshell marketing is all about influencing people to use our products and services. Being in a service industry and part of a premier Public Sector Bank might have taught us what marketing is and we would have also experimented with this potent concept. But there are some prominent characteristics that one needs to possess to excel in this life skill and the best part it can be learnt.

About **70** years back all it took for a business to be successful was by offering quality products. A coffee shop which brewed tasty coffee always had a high footfall because the consumers knew how to distinguish between high quality and mediocrity. Things started slowly changing in the 1960s and 70s when brands like Tide, Kraft and Lipton started setting benchmarks for their products and services. Globally the concept of marketing evolved somewhere around that time. In the 1980s with arrival of digital marketing, the concept of marketing underwent a paradigm shift. Today an average consumer is bombarded with myriad brand messages on a daily basis and it becomes increasingly difficult to de-clutter and sift through this ever growing pile. But what always stand out are the services being offered and the people behind the products. The element of skill comes into play at this juncture!

Though officially the concept of marketing evolved post 1960s, it is hard to believe that this life skill was non-existent prior to that. If we look at history, the element of marketing was there through out for aeons together.

When **Mahatma Gandhi** mobilised millions of Indians against the imperial forces, was he not marketing the concept of “Freedom” to these troubled, enslaved and oppressed minds? **Nelson Mandela**, the anti-apartheid activist and once President of South Africa fought against racial segregation by selling the idea of “freedom and equality” to all South Africans. The skill both these great leaders had were a strong conviction for what they believed in and articulating their visions /beliefs in a language that was easily understood by the masses.

Belief and conviction coupled with positive communication always translates as success in business. **Karsan Bhai Patel**, at the age of 24, started manufacturing phosphate free detergent powder Nirma (named after his daughter Nirupama) in his backyard and sold the same on his bicycle, cycling 17 kms to nearby places, for ₹3 per pack which was 1/3rd of the then popular brand of detergents. Because of the product's eco friendliness and Karsan Bhai's resoluteness Nirma soon captured the market. The venture was hugely successful because when Karsan Bhai spoke about his product people saw a flicker of conviction, strong belief and love that concretized the seller- consumer relationship. There are many success stories like Karsan Bhai's which helps us to understand better the basic tenets of marketing skills, which is Knowledge of Product, Strong Belief / conviction , Communication and Perseverance.

Talking about perseverance there is one very interesting incident which I was witness to. It was in the early 1980s when Eureka Forbes launched their first Vacuum Cleaner. One Sunday morning a man turned up at our doorsteps. He was immaculately dressed in formals with a blue tie bearing the logo of the company. He introduced himself and requested for a demo. After a fascinating exhibition of the product specifics and usages, his very lucid presentation was nearing culmination. My dad was not convinced as the product price was ₹3000 odd, which was colossal by our

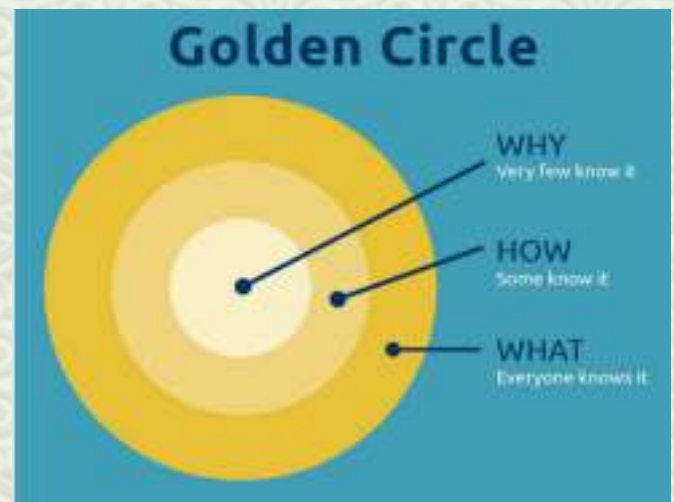


standards (at that time) and he was losing interest. The marketing executive was quick to notice this weaning enthusiasm in all of us (my whole family was there). Apparently we had lot of issues with house lizards (gecko) during that time and seeing one happily ensconced near the window this person (marketing executive) stood up, switched on the Vacuum Cleaner and just pointed the hose at the reptilian. “Swish” !!! and the lizard vanished. Looking at my dad he said “Palliye Pidikam (in Malayalam)” which translates as “we can catch lizards”. My dad's eyes lit up and I knew then and there that he had fallen for it. So, perseverance pays and sometimes you might even surprise yourself with your marketing skills!

For any marketing endeavour to be successful, it is primarily important to build a relationship based on trust. We already have a trusting relationship with our customers. So a strong foundation is already there and to build on this we just need to add two more factors – Knowledge about the organisation and Knowledge about the products. Just like every leaf of a Banyan tree is attached to its roots, similarly each one of us should be aware about our organisation, our roots, our culture and tradition. It is also equally important to know about our competitors to have a fair assessment of where we stand in the market. Product Knowledge comes next and we really need to know what we are selling and the process involved in it. If we do not know about our own products and its intricacies, we shall fail even before marketing them.

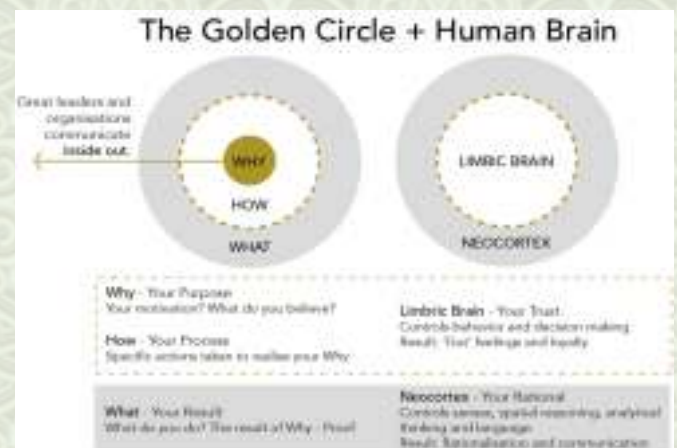
People always love a good story. It always helps when you can put a product on a framework where the customer can see how it is going to help him/her in making their lives easier. If you can substantiate the same with a lucid, clear and crisp story that narrates how you were able to help a particular person in a similar way might just help in strengthening the trust factor by breaking the initial shackles of inhibition, confusion and disbelief. It helps in connecting with their inner core. When you present yourself as a picture of confidence, composure and commitment, you are strengthening the bridge that you have started creating when you first commenced conversing with the customer. Developing a “connect” is very important and it always happens when you are true to yourself and your feelings.

Simon Sinek's (American author, motivational speaker



and a modern leadership guru) Golden Circle of communication very interestingly explains why some of the marketing attempts fail. He says that almost everyone in any organisation knows “What” (job / products/ services) they are doing, some knows “How” (strengths and values that differentiate them from the competitors) they are doing but only very few know “Why” they are doing it.

By **Why** he does not mean the profit factor but rather the cause, belief, the thought process, the purpose and the reason why the product or services was conceptualised and how it intricately entwined with the organisational culture and ethos. Our human brain is also similarly wired. The neuroscience behind the Golden Circle idea is that humans respond best when messages communicate with those parts of their brain that control emotions, behavior and decision-making.



The **Neocortex** forms the outer layer, which is





responsible for all our rational and analytical thought and it corresponds to the “**What**” level in the golden circle. The Limbic brain is responsible for our feelings like trust, loyalty, decision making etc. So when someone passionately communicates the “**Why**” aspect (the purpose and the reason) it directly communicates with the listeners Limbic brain and they immediately identify with what you are saying.

Successfully articulating your ‘**Why**’ is a very impactful way to communicate with your customers in defining your particular value proposition and inspiring them to act. Sinek’s theory is that communicating the ‘**Why**’ taps into the part of the listener’s brain that influences behavior, the reason why the Golden Circle is considered such an influential theory of leadership.

Thus the more you delve into your job, the more you know about your organisation and its competitors, the more you know about your products and service the stronger your “**Why**” becomes. When that materializes, it will create enough momentum / connect to turn your marketing narrative / proposal into a successful movement/ positive reinforcement, which will certainly inspire and motivate the people around you.

As it is rightly said by the marketing guru Philip Kotler, “Marketing is not the art of finding clever ways to dispose of what you make. It is the art of creating genuine customer value”.

\*\*\*\*\*

## Family Folio



*“Hard work and perseverance  
fight the odds  
in life and pave the way  
to success”*

Master Dhanaprasath K S/o Mrs. Vairamani R, HKP, of Pillanallur Branch proved it with his exemplary performance in Xth Board Examination by securing 98.8% marks with centum in two subjects. Hailing from a very humble family, he tasted success by sheer hard work and determination. This is the first stepping-stone towards a miles long journey and he is highly exultant about this achievement. Besides academic interests, he has passion for marathon running and drawing. He likes to serve fellow humans with a great smile on his face, and his aspiration is to become a Doctor.

*Congratulations on his achievement &  
Shreyas team wishes all the best for his future endeavors.*







## How deep is the current RBI Rate Easing Cycle?

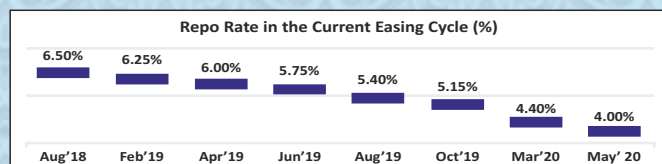


**Rupali Sarkar**

Divisional Manager  
Economist, SP & D Wing  
H O, Bengaluru

Reserve Bank of India has cut rates by 250 bps since Feb'19 and 115 bps since the start of the Covid-19 pandemic woes in India in Mar'20. A rate cut of this magnitude is rare in the history of Indian economy and has been seen only during deep crises in the last 20 years like the current one, the global financial crisis in 2008-09 and dot.com bubble burst of 2001. In this perspective, we see how deep is the current easing cycle compared to the previous such episodes in terms of the length and breadth of rate easing.

The current rate easing cycle in India started in Feb'19, with a 25bps cut in the Repo rate from 6.50% to 6.25%. This was followed by further rate cuts in Apr'19 (25 bps), Jun'19 (25 bps), Aug'19 (35 bps) and Oct'19 (25 bps). Domestic economic growth was slowing even before the onset of the pandemic, with a sharp slide in private consumption growth from above 7% y-o-y in Dec'18 to 6.6% y-o-y in Dec'19 and private capex plunging to contraction (-5.2% y-o-y in Dec'19). This warranted aggressive rate cuts by the RBI to revive aggregate demand and boost GDP growth.



However, the unfolding of the Covid-19 pandemic along with the nationwide lockdown announced by the government led to a sharp hit to economic growth with GDP growth plunging to a record low of -23.9% y-o-y in Q1 FY21. This led to the RBI taking a much more aggressive stance, with cutting Repo rate by 75 bps in Mar'20 and further by 40 bps in May'20 to the current 4.00%. Rate easing was complemented with several liquidity measures like Targeted Long Term Repo Operations (TLTRO) and deeper cut in Reverse Repo. The current rate easing cycle is still underway, with the window of further rate cuts still open.

The table above shows the comparison of the current rate easing cycle with the previous ones, starting 2001. In term of the quantum of easing (depth), the current easing cycle (so far) is less deep with 250 bps of Repo rate cut delivered so far, as compared to 425 bps of rate cut in 2008-2009 in

Repo Rate in the Current Easing Cycle (%)				
Date	Duration of cut (months)	Quantum of cut (bps)	Rate at the beginning of the cycle	Rate at the end of the cycle
Apr 2001- Mar 2004	35	300	9.00%	6.00%
Oct 2008- Apr 2009	7	425	9.00%	4.75%
Apr 2012- May 2013	14	125	8.50%	7.25%
Jan 2015- Aug 2017	32	200	8.00%	6.00%
Feb 2019 to current	19 (so far)	250 (so far)	6.50%	?

response to the Global Financial Crisis and 300 bps cut in 2001-2004 to fight the Dot.com bubble bust and the consequent global slowdown spilling over to India. However, it is worth mentioning that in both previous episodes, the Repo rate at the beginning of the easing cycle was 9.0%, which gave the RBI much more headroom to cut rates as compared to the starting rate of 6.50% in this cycle. Further, the easing cycle this time is also supported by various other unconventional regulatory and liquidity measures (Targeted Long Term Repo Operations, Cash Reserve Ratio cut, Reverse Repo cut, reduction in Liquidity Coverage Ratio), which were either not there or used to a very limited extent in the previous easing episodes.

In terms of the duration of the easing cycle (length), as of now, the current cycle has spanned over 19 months (starting Feb'19) and is shorter than 35 months for easing seen in 2001-2004 and 32 months in 2015-2017. However, given the growth slowdown and accommodative stance of RBI, the current easing cycle is expected to extend through this year at least.



However, the recent spike in inflation to above RBI's medium term target of 4.00% has restricted the headroom available with the inflation targeting Central Bank to cut rates aggressively further. Hence, the RBI needs to play a very crucial balancing act going ahead keeping inflation under control on the one hand while supporting economic recovery on the other. In this pursuit, we think there might be scope for another 25 bps rate cut in this easing cycle.

\*\*\*\*\*





## ANGER MANAGEMENT



**K.P. Ramesh Rao,**  
Ex-Employee  
Canara Bank

Mention of anger evokes an immediate reaction that almost resembles a religious sermon: "Oh, it is bad! Can raise your BP, can cause a heart attack, bring about a paralytic stroke, cause depression etc. Try to stay calm, do not lose your equanimity, take it easy," Yes, it true to a large extent. Anger no doubt has physiological



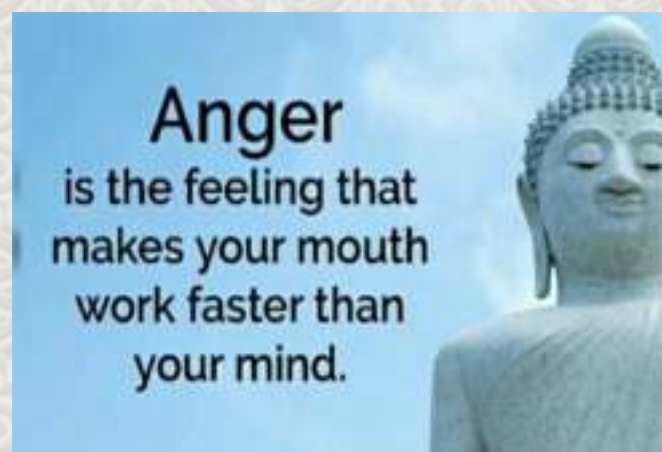
consequences. Anger is like holding embers in one's hands; it burns the hand that holds it. It releases many toxic chemicals and hormones in the body like cortisol, adrenalin, catecholamine, epinephrine, non-epinephrine, and reactive oxidase species and stress particles called free radicals (Reactive Oxidative Particles) which damage and destroy cells and cause diseases ranging from BP, Diabetes to cancer to heart attacks and strokes. The basic purpose of these chemicals in the primitive man or even in animals was to prepare a response to meet the immediate threat. These chemicals increase the heart rate and blood flow, preparing one to move, act and strike. Glucose stored in the liver and the muscles as glycogen is released in sudden flushes. Sweat appears. The body is mobilized for action. And what follows can be beyond one's control. But in modern times one gets angry under no such circumstances that can only harm one's system.

Philosophically the Bhagavad Gita elucidates sequential results of anger beautifully. The Gita says, "From anger comes delusion, from delusion confusion of memory;

from confusion of memory the destruction of discrimination (loss of reason); from destruction of discrimination the angry person perishes." (Ch2 v. 63). The Gita lists anger among the three gates leading to Hell, the other two being Greed and Lust (trividhamnarakasyedamdvaram - Ch 16, v 21). The Gita also says anger is one of the demonic qualities that hinders one's progress, both material and spiritual(krodahsampadammasurin. Ch 16.v 4).

Nevertheless, anger is not bad by itself. It is a ventilation mechanism. The positive or negative effects depend on how one handles it. Anger has its survival values. It was a warning system in early evolutionary stage, such as "Do not meddle with me, keep off my territory, food, mate and children." Animals still speak this language. But we humans have invented effective vocabulary to express our anger and some thinking power to control our anger. The difference ends there.

Yes, when humans have the emotion of anger, it must have some uses. Many of the deities and sages in the scriptures like Rudra or Durvasa, were known for their fiery rage and anger, and cursing habits. Krishna himself was no exception and got angry mid-battle and was ready to kill Bhishma, forgetting his vow that he would not lift any weapon!







Anger management is a dedicated and full-fledged subject now. The legion of self-improvement books and gurus, and those self-styled self-management consultants and experts have endless suggestions on how to manage anger. Going back home, it is unlikely to remember what they preached. Anger is not easy to control, because it is one of the visceral reactions to what one considers as challenging to one's ego, selfhood and existence.

Does stress cause anger? Stress is different from anger, though it could also lead to an outburst of anger. Suppressing anger at every time may cause more harm. It is not wrong to be angry. But angry for the right reason, with the right person, at the right place and in the right way. In one of Ramakrishna Paramahansa's parables, a snake comes back to the guru and complains : You said I should not be angry and bite people when they are around. I followed what you said, but then, people started giving torture to me with sticks and stones, enjoying themselves." The Guru said, "I told you not to bite, but never told you not to hiss!"

Though anger has its own negativity, it is good in many ways. Righteous or purposeful anger has built empires (remember Chanakya), wrought revolutions (the French Revolution), brought down despots and dictators, removed cruel monarchies, freed countries like India from centuries of foreign yoke, etc. At personal level righteous anger can direct one's burning energies into constructive channels and make one's focus sharper towards one's goal. Many great people are exceptional achievers in their respective fields because they were angry with the people or the systems that treated them



badly or unjustly. Do not give up anger rather use it like steam which cooks. At the same time do not be a pressure cooker with an inflexible top weight that refuses to move. You may burst and destroy yourself. Be angry, but righteously.

There are two kinds of anger: righteous and temperamental. Those who habitually get angry for all sorts of things and imperiled to frequent outburst are like monsoon clouds. Either they are clinically not all right or genetically prone to tempers. They are people with king-size egos who expect everyone to behave according to their whims and want everything to go according to their wishes. Their anger need not be taken seriously. On the other hand, righteous anger is caused in good people who do not get enraged easily, have mountains of patience, capable of great self control, and never want to react impulsively. When such people get



angry it really carries the full weight of their long controlled but righteous rage and may shock and numb the person at the receiving end. It is said that Rama and Krishna hardly got angry, but when they did, the consequences were terrible. The righteous rage of Kannaki of Shilappadikaram burnt the entire kingdom. If one can really manage reactive anger by being indifferent and neglectful towards the person who is angry at all times, it becomes a double weapon, you do not lose your stability and calm, and at the same time, you make the other person feel hollow because his anger is not taken seriously as his ego demands. It is like a crackling firework misfired. As Lao Tzu said, "The best fighter is never angry."

\*\*\*\*\*



# Sales Management to optimise selling



**Amit Kumar,**  
Asst. Manager  
Amingad Branch

Sales management today is the most important function in a commercial and business enterprise. It has gained importance to meet increasing competition and the need for improved methods of distribution thereby reducing cost and increase profitability. It is a strategic plan that outlines the business targets, resources and sales activities. It typically follows the lead by the application of marketing, strategic and the business plans with more specific details on how the objectives can be achieved through the actual sales of products and services.

## Key aspects of sales management

### Build a team

The sales team is the pillar of an organization as far as sale is concerned. They are the direct link between the product and the customers. There are various sales teams functioning at different levels in an organizational hierarchy. With right co-ordination of all the teams the ultimate aim of marketing and selling of different banking products can be optimized.

### Setting targets

Target setting may be based on ground level research and the targets set for each team should be reasonably achievable. Once the team has been set and a realistic target has been assigned, we should be able to track and measure the performance based on the achievements.

### Marketing Approach

The banking industry provides different types of banking and allied services to its clients. These customers belong to different geographical regions, different professions and different economic conditions and their requirements are also different. It is important to design schemes to suit their particular requirements, and deliver them most efficiently.

### Sales strategy / planning

It is a method to bring about a desired outcome. It is a visual sequence of activities to achieve with each

prospect from the initial lead to the closing of the deal. It is the process of thinking and organizing activities to achieve a desired goal

### Sales forecasting

It is the process of estimating future sales. Accurate sales forecast enables companies to make informed business decisions and predicts short term and long term performance. Sales forecasting gives insight into how a company should manage its work force, cash flow and resources.

### Demand management

It is a planning methodology used to forecast, plan and manage the demands of products and services. It has a defined set of processes, capabilities and recommended behaviours for companies that produce goods and services.



### Execution / implementation of a sales plan

It refers to the actions taken place to guide a lead through the sales funnel and ultimately closing the deal. Execution of a sales plan means making the product available to the customer and closing the deal. Converting prospect lead into a customer is called execution of a sales plan.

### Sales analysis - controlling and evaluating the results

It allows us to understand how our current efforts affects



our company's success and gives us insight into what we can do to increase our efforts whether it's hiring more sales person or redistributing tasks. Analysis of results involves using sales metrics or quantifiable indicators, that tell us how each aspect of our sales operations is performing or not.

Selling is an art and a salesperson is supposed to understand customers' needs and is competent to offer effective solution to their needs. Sales management process involves 7 important steps which are illustrated below.

### Prospecting and qualifying

This is the first step of sales management process in which we find potential customers or prospects leads and determine whether they have a need for our product or service and whether they can afford what we offer. In this stage we try to build our rapport regarding our products. The information collected from various sources may be analyzed and a sales person should have ability to convert all this information to identify a potential customer.

### Preparation

In this stage we prepare for initial contact with the potential customers, researching the market and collecting all the relevant information regarding our products or services. Develop our sales presentation and tailor it to our potential client's particular needs.

### Approach

In this stage we make first contact with our potential customers through face to face meeting or sometimes over phone. First impression is the last impression. Success of a salesperson lies in opening lines and his follow-up remarks. The spoken words are most powerful tools that create sales. Attitude, Manners and Appearance of the salesperson are responsible for a right approach.

### Presentation

In this stage we give demonstration of our product to the prospect that how our product or service meets the needs of our potential customers. The presentation should be capable of getting attention, holding interest, arousing desire and obtaining action. With the introduction of technology, sales presentation has become very scientific and focused which not only saves



time and resources of the sales person but also enables the target audience to understand the product better.

### Handling objections

After presentation, customer should

be encouraged to raise objection and doubt so that all the objections and doubts are cleared to the best extent possible. It is very important for sales person to handle the situation very politely and listen to the concerns of the customers and try to resolve or address them.

### Closing the sale

This is the final stage of converting a prospect lead into a customer who is ready to buy our product. In this stage we get the decision from the client to move forward. Closing requires confidence, competence and capability to read closing signals from the customers and decide right timing of obtaining order. Finer details like terms and conditions, repayment period, interest-rate, etc should be repeated once again so that there remains no ambiguity.

### Follow up, repeat business and referrals

Once we have closed the sale our job is not done. The follow up stage keeps us in contact with the customers we have closed not only for potential repeat business but for referrals as well. Maintaining relationship is the key to sales management.

Besides helping our organisation reach its sales objectives, the sales management process allows us to stay in tune with the industry as it grows. Sales management is very crucial to reduce cost, enhance income, improve market coverage & customers service, reduce selling expenses ratios, secure coordination of personnel in sales and advertisement. It is not only necessary for the bank to have right product but also to have right price, delivered by right people, using right processes, and at a right place. The sales management team plays a key role in this process.

\*\*\*\*\*



**Whether any changes have been brought in with respect to the legal framework for operation of accounts on behalf of persons with disabilities?**

**Janapriya D**  
Manager, CO, Madurai



Answered by  
**K V C Janaki Rama Rao**  
Deputy General Manager  
RL&FP Wing, Head Office



Branches quite often come across a situation where it is informed that certain customer has been incapacitated and is unable to operate the account and the legal heirs furnish the request to permit them to operate the account on behalf of the customer either for meeting medical expenses or for otherwise.

As per the extant Guidelines issued by RBI, with respect to the persons suffering from any mental illness or any disabilities including autism, cerebral palsy, or such other diseases/ disabilities covered under Mental Health Act, 1987 or National Trust for the Welfare of Persons with Autism, Cerebral Palsy, Mental Retardation and Multiple Disabilities Act, 1999 (hereinafter referred to as National Trust Act), the Banks may request Legal Guardianship Certificate issued under Mental Health Act, 1987 or by the Local Level Committees under the National Trust for the Welfare of Persons with Autism, Cerebral Palsy, Mental Retardation and Multiple Disabilities Act, 1999 for the purposes of operating bank accounts.

However, the Mental Health Act, 1987 and National Trust Act were not covering the persons who were incapacitated or were mentally or physically impaired as a result of any accident or any other health issues which prevented them from engaging in normal activities which they were able to perform priorly.

With the enactment of Rights of Persons with Disabilities Act, 2016 and Mental Health Care Act, 2017, the above referred issues have been clarified to a larger extent. The earlier Mental Health Act 1987 was repealed by Mental Healthcare Act, 2017.

The Rights of Persons with Disabilities Act, 2016 provides an inclusive definition of 'person with disabilities'. This Act defines 'Person with Disabilities' as -

“a person with long term physical, mental, intellectual or sensory impairment which, in interaction with barriers, hinders his full and effective participation in society equally with others”.

Thus this Act removed the differentiation between persons who are mentally ill and such persons who had incurred physical, intellectual or sensory impairment affecting his effective participation in the activities of the society

otherwise he was able to perform. However, some of the High Courts have taken a view that a person who is in a comatose state would not come under the above definition.<sup>1</sup>

As per the provisions of the 2016 Act, in cases where a person is found to be disabled and is found unable to take legally binding decisions, an application can be made to the District Court or any other designated Authority by State Government, for appointing a limited guardian to take legally binding decisions on his behalf. The concept of 'Limited Guardianship' has been defined as a system of joint decision operating on mutual understanding and trust between the guardian and the person with disability, which shall be limited to a specific period and for specific decision and situation and shall operate in accordance to the will of the person with disability.

In light of the above enactment with respect to the persons with mental illness as well as any long term physical, mental, intellectual or sensory impairment which prevents such persons from engaging in normal activities Banks may permit operation of accounts based on the limited guardianship certificate issued by the Competent Authority under the said Act. With respect to the Persons with Autism, Cerebral Palsy, Mental Retardation or such other diseases as defined under the National Trust Act the Banks may continue to obtain the certificates by the Local Level Committees under the National Trust Act itself.

Hence, the Persons with Disabilities Act, 2016 is much welcomed legislation which not only consolidates the law as to appointment of guardians for person with disabilities but also reduces the gaps left opened in earlier legislations. This social legislation brought in to give effect to United Nations Convention on the Rights of Persons with Disabilities will on one side provide the respite to person with disabilities to have guardian appointed to act in their interests and for the Banks to have their risk element adequately covered.

<sup>1</sup> See *Vandana Tyagi and Anr. V. Government of NCT Delhi and Ors* (W.P. (C) No. 11003/2019 & CM No. 45428/2019 Date of Decision: 07.01.2020; See also *Shobha Gopalakrishnan V. State of Kerala* (2019) SCC On Line Ker 739.





## आगरा

दिनांक 23.09.2020 को केनरा बैंक अंचल कार्यालय, आगरा एवं क्षेत्रीय कार्यालय, आगरा-प्रथम के संयुक्त तत्वाधान में हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। इस अवसर पर डॉ. अवधेश वाजपेयी, परियोजना निदेशक, विकास भवन, आगरा मुख्य अतिथि के रूप में आमंत्रित थे। समारोह की अध्यक्षता महाप्रबंधक एवं अंचल प्रमुख श्री एस वासुदेव शर्मा ने की।



## अहमदाबाद

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय अहमदाबाद के मुख्य सभागार में हिन्दी दिवस समारोह का भव्य आयोजन किया गया। कार्यक्रम की अध्यक्षता अंचल प्रमुख एवं महाप्रबंधक श्री प्रणय रंजन देव ने की। उन्होंने अपने संबोधन में कहा कि हिन्दी सभी क्षेत्रीय भाषाओं को साथ लेकर चलने की सामर्थ्य रखती है; यह विश्व में तीसरी सर्वाधिक बोली व समझी जाने वाली भाषाओं में शुमार है। इस अवसर पर श्री प्रणय रंजन देव, महाप्रबंधक एवं श्री धरम बीर, उप महाप्रबंधक ने कार्यपालकों के लिए “नोटिंग सहायिका” का विमोचन किया।



## बेंगलूरु

अंचल कार्यालय बेंगलूरु में दिनांक 14.09.2020 को हिन्दी-दिवस समारोह का भव्य आयोजन किया गया। यह कार्यक्रम क्षेत्रीय कार्यालय बेंगलूरु पूर्व, बेंगलूरु केंद्रीय और बेंगलूरु ग्रामीण 1 व 2 क्षेत्रीय कार्यालय के साथ संयुक्त रूप से आयोजित किया गया। कार्यक्रम की अध्यक्षता अंचल कार्यालय के मुख्य महा प्रबंधक श्री वी एम गिरिधर ने की। इस अवसर पर अंचल के महा प्रबंधक श्री एस वेंकटरमण और श्रीमती आर अनुराधा और अन्य कार्यपालक भी उपस्थित रहे। कार्यक्रम का समन्वय राजभाषा प्रबंधक श्रीमती रेखा टी आर और मंच-संचालन प्रबंधक, श्री अजय कुमार मिश्र द्वारा किया गया।



## चंडीगढ़

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय चंडीगढ़ में महा प्रबंधक, श्री बी पी जाटव की अध्यक्षता में हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। कार्यक्रम में उप महा प्रबंधक श्री सुचाराम व श्री प्रभात किरण, सहायक महा प्रबंधक, डॉ सोहनलाल व अनेक अधिकारी और कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन श्री प्रकाश माली, प्रबंधक (राजभाषा) द्वारा किया गया।







## दिल्ली

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय दिल्ली में हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। कार्यक्रम की अध्यक्षता अंचल प्रमुख व महा प्रबंधक श्री शान्तनु कुमार मजुमदार द्वारा की गयी। इस अवसर पर श्री अभय कुमार, महा प्रबंधक, उप महा प्रबंधक, श्री त्रिभुवन सिंह, श्री परमानंद शर्मा एवं श्री कल्याण मुखर्जी समेत कार्यपालकगण व कर्मचारीगण उपस्थित रहे और उत्साह के साथ समारोह में प्रतिभागिता की। संचालन श्रीमती ऊर्जा श्रीवास्तव, प्रबंधक (राजभाषा) द्वारा किया गया।



## हैदराबाद

दिनांक 17.09.2020 को अंचल कार्यालय, हैदराबाद द्वारा हिंदी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। महा प्रबंधक, श्री वीरभद्र रेड्डी ने समारोह की अध्यक्षता की। श्री एस.वी.जे वेणुगोपाल, उप महा प्रबंधक, श्री बी.डी कुजूर, उप महा प्रबंधक, श्री अवुडैयप्पन एम.एस, उप महा प्रबंधक तथा अन्य कार्यपालक, अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। श्रीमती आर्या विश्वनाथ, प्रबंधक (राजभाषा) द्वारा कार्यक्रम का संचालन किया गया।



## गुवाहाटी

दिनांक 19.09.2020 को अंचल कार्यालय गुवाहाटी में हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन महा प्रबंधक, श्री शेख नजीर अहमद की अध्यक्षता में किया गया। इस अवसर पर श्री अजय कुमार, सहायक महा प्रबंधक, श्री सुनील कुमार, सहायक महा प्रबंधक, श्री मनोज कुमार झा, मंडल प्रबंधक, श्री रितेश राज, मंडल प्रबंधक, श्री कुणाल किशोर, मंडल प्रबंधक, श्री अनिर्बन चक्रवर्ती, मंडल प्रबंधक तथा सभी कर्मचारीगण उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन राजभाषा अधिकारी, श्री अमित कुमार साव ने किया।



## हुबल्लि

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय, हुबल्लि द्वारा हिंदी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। उप महा प्रबंधक, श्री जी एस रविसुधाकर ने समारोह की अध्यक्षता की। मुख्य अतिथि के रूप में डॉ. प्रभा, प्राध्यापक, हिंदी विभाग, कर्नाटका विश्वविद्यालय, धारवाड़ उपस्थित थीं। श्री रंजय कुमार, राजभाषा अधिकारी द्वारा कार्यक्रम का संचालन किया गया।







## जयपुर

दिनांक 29.09.2020 को अंचल कार्यालय जयपुर द्वारा उप महा प्रबंधक, श्री अजय सिंह नेगी की अध्यक्षता में हिंदी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। इस अवसर पर श्री हरकेश्वर प्रसाद, सहायक महा प्रबंधक, श्रीमती अनीता एक्का, सहायक महा प्रबंधक, श्री ललित कुमार वर्मा, मण्डल प्रबंधक तथा अन्य अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। इस अवसर पर राजभाषा अक्षय योजना तथा राजभाषा पुरस्कार योजना एवं हिन्दी माह के दौरान आयोजित विभिन्न हिन्दी प्रतियोगिताओं के विजेताओं को पुरस्कृत किया गया। कार्यक्रम का संचालन प्रबंधक (राजभाषा), श्री ललित कुमार जांगिड़ द्वारा किया गया।



## करनाल

दिनांक 25.09.2020 को अंचल कार्यालय व क्षेत्रीय कार्यालय करनाल द्वारा संयुक्त हिंदी दिवस समारोह का आयोजन महा प्रबंधक, श्रीमती सी एस विजयलक्ष्मी की अध्यक्षता में संपन्न हुआ। इस अवसर पर उप महा प्रबंधक, श्री विनोद डबराल, श्री सुशील कुमार शर्मा, श्री रवीश कुमार सिन्हा और अन्य कार्यपालक तथा अधिकारी उपस्थित थे। इस अवसर पर राजभाषा अक्षय योजना तथा राजभाषा पुरस्कार योजना एवं हिन्दी माह के दौरान आयोजित विभिन्न हिन्दी प्रतियोगिताओं के विजेताओं को पुरस्कृत किया गया।



## लखनऊ

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय, लखनऊ में अंचल कार्यालय व क्षेत्रीय कार्यालय लखनऊ का संयुक्त रूप से हिन्दी दिवस समारोह का सफल आयोजन किया गया। समारोह की अध्यक्षता अंचल कार्यालय के महाप्रबंधक श्री देवानंद साहू ने की। कार्यक्रम में मुख्य अतिथि के रूप में लखनऊ विश्वविद्यालय के हिंदी विभागाध्यक्ष प्रोफेसर योगेंद्र प्रताप सिंह व एसोसिएट प्रोफेसर डॉ कृष्णा जी श्रीवास्तव उपस्थित रहे। कार्यक्रम में अंचल व क्षेत्रीय कार्यालय लखनऊ के समस्त कार्यपालकगण एवं सभी कर्मचारियों की उपस्थिति रही। इस अवसर पर राजभाषा अक्षय योजना तथा राजभाषा पुरस्कार योजना एवं हिन्दी माह के दौरान आयोजित विभिन्न हिन्दी प्रतियोगिताओं के विजेताओं को पुरस्कृत किया गया। कार्यक्रम का संचालन श्री मयंक पाठक, राजभाषा प्रबंधक द्वारा किया गया।



## मदुरै

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय मदुरै में महा प्रबंधक, श्री डी सुरेन्द्रन की अध्यक्षता में हिन्दी दिवस समारोह मनाया गया। इस अवसर पर केनरा बैंक राजभाषा अक्षय योजना एवं पुरस्कार योजना के तहत विजेताओं को पुरस्कृत किया गया। कार्यक्रम का संचालन वरिष्ठ प्रबंधक (राजभाषा), श्री जी अशोक कुमार द्वारा किया गया।







### मंगलुरु

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय एवं क्षेत्रीय कार्यालय एवं अध्ययन व विकास केंद्र मंगलुरु द्वारा संयुक्त रूप से हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। श्री योगीश बी आचार्या, महा प्रबंधक व अंचल प्रमुख की अध्यक्षता में आयोजित कार्यक्रम में श्री बालमुकुन्द शर्मा, श्री राघवा नाइक, उप महा प्रबंधक, श्रीमती एस स्वर्णलता, सहायक महा प्रबंधक, श्री रॉबर्ट डिसूजा, सहायक महा प्रबंधक, क्षेत्रीय कार्यालय, मंगलुरु एवं अन्य कार्यपालक तथा अंचल कार्यालय एवं क्षेत्रीय कार्यालय कार्यपालक, अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन प्रबंधक (राजभाषा), श्री मनेष मोहन द्वारा किया गया।



### मुम्बई

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय, क्षेत्रीय कार्यालय मुम्बई - I व II एवं क्षेत्रीय कार्यालय ठाणे द्वारा संयुक्त रूप से हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन मुख्य महा प्रबंधक, श्री पी संतोष की अध्यक्षता में संपन्न हुआ। इस अवसर पर महा प्रबंधक, श्री डी पलनिसामी, श्री लखबीर सिंह, उप महा प्रबंधक, श्री अरुण कुमार मिश्रा एवं अन्य कार्यपालकगण अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन प्रबंधक, श्री डी एम सातपुते एवं राजभाषा अधिकारी, श्री अमृत कुमार द्वारा किया गया।



### मणिपाल

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय मणिपाल द्वारा हिंदी दिवस समारोह का आयोजन सहायक महा प्रबंधक, श्री रवि प्रसाद भट्ट की अध्यक्षता में किया गया। कार्यक्रम में अंचल कार्यालय के कार्यपालक, अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन सहायक प्रबंधक (राजभाषा), श्री अजय कुमार ने किया।



### पटना

दिनांक 14.09.2020 को श्री फ्रैंक्लिन सेल्वकुमार ए, महाप्रबंधक केनरा बैंक, अंचल कार्यालय, पटना की अध्यक्षता में अंचल कार्यालय व क्षेत्रीय कार्यालय पटना-I में संयुक्त रूप से हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। समारोह में हिन्दी प्रेमी श्री राजेश खत्री मुख्य अतिथि के रूप में उपस्थित थे। इस अवसर पर क्षेत्रीय कार्यालय पटना-I के प्रमुख सहायक महाप्रबंधक श्री आर.वी.आर.एस. सुब्बा राव भी उपस्थित थे। राजभाषा अधिकारी श्री दीपक कुमार ने कार्यक्रम का संचालन किया।







## पुणे

दिनांक 14.09.2020 अंचल कार्यालय, पुणे में हिंदी दिवस समारोह का आयोजन किया गया। कार्यक्रम की अध्यक्षता उप महा प्रबंधक, डॉ आर के साहू ने की। इस अवसर पर सहायक महा प्रबंधक, श्रीमती जे डी शोभा, श्री राम बाबू मिश्र व श्री सूर्यनारायण मोहंती तथा अन्य कार्यपालक व अधिकारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन वरिष्ठ प्रबंधक (राजभाषा), श्रीमती श्रीदेवी एस पै ने किया।



## राँची

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय राँची द्वारा हिंदी दिवस का आयोजन महा प्रबंधक, श्री हितेश गोयल की अध्यक्षता में संपन्न हुआ। वरिष्ठ पत्रकार (प्रभात खबर), श्री आनंद मोहन कार्यक्रम में मुख्य अतिथि के रूप में उपस्थित थे। इस अवसर पर उप महा प्रबंधक, श्री अशोक कुमार प्रसाद, सहायक महा प्रबंधक, श्री पी के चंदा, श्री विजय शंकर झा, श्री संजीव कुमार तथा अन्य कार्यपालकगण, अधिकारी व कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन प्रबंधक (राजभाषा), श्री अभय कुमार मिश्र द्वारा किया गया।



## तिरुवनंतपुरम

दिनांक 14.09.2020 को अंचल कार्यालय, तिरुवनंतपुरम, क्षेत्रीय कार्यालय, तिरुवनंतपुरम-I, क्षेत्रीय कार्यालय, तिरुवनंतपुरम-II एवं अध्ययन एवं विकास केंद्र द्वारा संयुक्त रूप से हिंदी दिवस समारोह का आयोजन महा प्रबंधक, श्री नायर अजित कृष्णन की अध्यक्षता में किया गया। डॉ श्रीलता, प्रोफसर एवं अध्यक्ष, हिंदी विभाग, श्री शंकराचार्य संस्कृत विश्वविद्यालय, क्षेत्रीय केन्द्र, पन्मना मुख्य अतिथि के रूप में उपस्थित थीं। कार्यक्रम में उप महाप्रबंधक श्री के मुहम्मद अब्बास, श्री ए वी संतोष, तिरुवनंतपुरम क्षेत्र.का.-I की उप महाप्रबंधक श्रीमती विद्या वेंकटेश, तिरुवनंतपुरम क्षेत्र.का.-II के क्षेत्रीय प्रमुख श्री के हरिदास एवं अन्य कार्यपालकगण व कर्मचारीगण उपस्थित रहे। कार्यक्रम का संचालन वरिष्ठ प्रबंधक (राजभाषा), श्रीमती बी सरस्वती ने किया।



## विजयवाड़ा

दिनांक 14.09.2020 को अंचल व क्षेत्रीय कार्यालय विजयवाड़ा द्वारा हिंदी दिवस समारोह का आयोजन मुख्य महा प्रबंधक, श्री आई शब्बीर हुसैन की अध्यक्षता में संपन्न हुआ। कार्यक्रम में अंचल व क्षेत्रीय कार्यालय के अनेक कार्यपालक व कर्मचारी उपस्थित थे। कार्यक्रम का संचालन राजभाषा अधिकारी, श्री बी वी किरण द्वारा किया गया।







## प्रधान कार्यालय में हिन्दी दिवस का शुभारंभ







## प्रधान कार्यालय में हिन्दी दिवस समारोह का आयोजन





## Head Office

On 04.09.2020 Sri LV Prabhakar, MD& CEO along with Sri Debashish Mukherjee, ED received the interim dividend cheque of Rs. 5crore from CBSL, which was represented by Uday Sankar Majumdar, GM. Sri Biplav Kumar Mishra, MD, CBSL along with Directors and Shareholders were also present on the occasion.



## Learning and Development Vertical

Ms A Manimekhalai, ED, inaugurated Pan India Webinar Series on Gold Loan, hosted by Training vertical, at HO on 24.08.2020. Sri Bhavendra Kumar, GM, Sri Mahesh M Pai, DGM, Smt Vimala Vijaya Bhaskar, DGM and other staff from L & DC participated in the programme.



## Bhubaneswar

On 14.08.2020, CO, Bhubaneswar organised distribution of Mask and Sanitizer to help the under privileged section of society. Sri B L Meena, GM, Sri Joginder Singh Ghangas, DGM and Sri S N Panda, AGM participated in the event.



## Chennai

The new premises of Iriguru Branch, coming under Coimbatore RO was inaugurated on 07.09.2020 by Smt KA Sindhu, DGM and Sivaraman, AGM. More than 50 customers attended the function along with staff members. Retail Loan worth ₹125 lakh and MSME loan worth ₹25 lakh were disbursed during the function.



## Hubballi

CO Hubballi celebrated the 73rd Independence Day on 15.08.2020. Sri K Venkata Narasimha Murthy, GM hoisted the National Flag. Sri. G Ravisudhakar, Sri G Srinivas Rao, DGMs and staff members attended the programme.



## Hyderabad

Gold loans plazas were inaugurated at 06 branches coming under Hyderabad CO on 19.08.2020. The inauguration of Armur, Bhodan and Kamareddy branch was done by Sri R Srinivasa Rao, AGM, Borabanda Branch by Smt B Renuka, AGM, Dilshuknagar Branch by Sri P Srinivas, AGM and S R Nagar branch by Sri M Parthasarathi, AGM





### Mangaluru

CO, Mangaluru organised a gold loan campaign on 09.09.2020. Sri Yogish B Acharya, GM along with Smt Suchitra, DGM flagged off the publicity vehicles. Sri Bal Mukund Sharma, Sri Raghava Naik, DGMs and other Executives from CO and RO were present on the occasion.



RO Mangaluru organised Retail Cluster Camps on 19.09.2020 at three Branches (Derebail-II, Surathkal –II and Derlakatte). Ms Suchithra S, DGM, Sri Robert Dsilva AGM, Sri Y K Raghavendra AGM, Sri Vishwanath Kamath DM, Sri Thamarai Selvan T, DM, Branch Heads, Marketing Team, Reputed builders and vehicle dealers attended the Cluster Meet. Total business sourced under various categories amounted to ₹36.17crore.



### Manipal

“Select Branches Review Meet” for the month of Aug 2020 was held at R O, Davangere on 08.09.2020. Sri P R Bhakta, DGM, Sri H Raghu Raja AGM, and all the Chief Managers of Branches attended the meet. Sri P R Bhakta, DGM reiterated the need of internal control and

compliance culture in the branches and offices and asked branches to increase their market share in Retail Lending Segment.



### Thiruvananthapuram

On 15.08.2020, as a part of our CSR Initiatives, RO-1, Ernakulam distributed a Water Purifier to Sree Ramakrishna Sevasramam. The Activity was conducted in association with Kaloor-1 Branch. Smt. Annamma Simon, DGM, Smt. C Geetha, AGM, Sri Sunil L, SM, Kaloor-1 Branch were also present on the occasion.



### Vijayawada

On the occasion of 74th Independence day, as part of CSR activity, CO Vijayawada donated RO Water Purifier, Clothes, School Bags, Black Board & Study kits to the students of “Deepa Nivas Orphanage Home under Navjeevan Bala Bhavan Trust”, Vijayawada on 15.08.2020. Sri I Shabbir Hussain, GM, Sri Muralidhar Behera, DGM, Sri Manmohan Singh, AGM, and other executives from Circle Office Vijayawada attended the function.







# आत्मनिर्भर भारत को साकार करने में बैंकों की भूमिका



**बोजो लोबो**

प्रबंधक (राजभाषा)

क्षेत्र.का. 1, एरणाकुलम

## आत्मनिर्भरता

“खुद को कर बुलंद इतना  
कि हर तकदीर से पहले  
खुदा बंदे से ये पूछे-  
बता तेरी रजा क्या है?”

शायर की उपर्युक्त पंक्तियां स्वावलंबी मनुष्य के बारे में हैं, जिनका आशय है कि स्वावलंबी या आत्मनिर्भर व्यक्तियों के सामने ईश्वर को भी झुकना पड़ता है। ऐसे व्यक्तियों का भाग्य लिखने से पहले ईश्वर को भी उनसे पूछना पड़ता है ‘बता तेरी रजा (इच्छा) क्या है।’

परमुखापेक्षी व्यक्ति न तो स्वयं उन्नति कर सकता है और न ही अपने समाज एवं राष्ट्र के किसी काम आ सकता है। स्वावलंबन का अर्थ है- अपना सहारा आप बनना, आत्मनिर्भर बनना। परमुखापेक्षी व्यक्ति सदैव दूसरों का मुंह देखता है।

परावलंबी को हमेशा आश्रय देने वालों के अधीन बनकर रहना पड़ता है। ऐसी स्थिति में न तो उसका आत्मसम्मान जीवित रह पाता और न ही आत्म-विश्वास। वह दूसरों के हाथ की कठपुतली बनकर यातना, पीड़ा, अपमान और उपेक्षा का जीवन जीने पर विवश हो जाता है। इसलिए परावलंबन को घोर पाप माना गया है।

स्वावलंबी व्यक्ति ही सही अर्थों में जान पाया है कि दुख-पीड़ा क्या होते हैं और सुख-सुविधा का क्या मूल्य एवं महत्व, कितना आनंद और आत्म-संतोष हुआ करता है। विश्व और समाज किसे कहते हैं। अपमान की पीड़ा क्या होती है। अभाव किसी तरह से व्यक्ति को मर्माहत कर सकते हैं। इस प्रकार की बातों का यथार्थ भी वास्तव में आत्मनिर्भर व्यक्ति ही जान-समझ सकता है। परावलंबी को तो हमेशा मान-अपमान की चिंता त्यागकर, हीनता के बोध से परे रहकर, इस तरह व्यक्ति होते हुए भी व्यक्तिहीन बनकर जीवन गुजार देना पड़ता है।

सहज, सरल मानव बनकर रहने, मानवीय सम्मान और गरिमा पाने की भूख हर मनुष्य में जन्मजात से रहा करती है। स्वावलंबी बनकर उसे पूरा किया जा सकता है।

स्वावलंबी होने का यह अर्थ नहीं कि मनुष्य के पास बड़े-बड़े, ऊंचे-ऊंचे राजमहल हों। अपार धन-संपत्ति हो, ऐसा नहीं होने पर यदि मनुष्य के पास बड़ी-बड़ी, ऊंची-ऊंची गतिविधियों पर अपना अधिकार नहीं तो उन सबका होना न होने के बराबर है। स्वतंत्र तथा इच्छानुसार कार्य करके ही मनुष्य अपने साथ-साथ, आस-पड़ोस, गली-मुहल्ले, समाज और पूरे देश का हित-साधन कर पाने में सफल हो पाता है। एक स्वावलंबी व्यक्ति ही मुक्ति भाव से सोच-विचार करके उचित कदम उठा सकता है। उसके द्वारा किए गए परिश्रम से बहने वाली पसीने की प्रत्येक बूंद मोती के समान बहुमूल्य हुआ करती है। जिसे सच्चा सुख एवं आत्म संतोष कहा जाता है, वह केवल आत्म-निर्भर व्यक्ति को ही प्राप्त होता है।



जो व्यक्ति स्वावलंबी नहीं होता, वे ही अपनी प्रत्येक असफलता के लिए भाग्य को दोष देते रहते हैं। स्वावलंबी मनुष्य सफलता या असफलता की परवाह किए बिना अनवरत प्रयासरत रहते हैं और बाधाओं, विघ्नों को चीरते हुए अपना





मार्ग प्रशस्त करते जाते हैं। कंटाकाकीर्ण पथ पर दृढ़ता से आगे बढ़ते जाते हैं। पथ के शूल उनके कदमों को रोक नहीं पाते और अंततः सफलता उनका वरण करती है।

स्वावलंबन के बल पर ही शिवाजी ने थोड़े से सिपाहियों के साथ औरंगजेब की विशाल सेना को नाकों चने चबा दिए थे। एकलव्य ने गुरु द्रोणाचार्य द्वारा उपेक्षित किए जाने पर भी धनुर्विद्या में अदभुत कौशल प्राप्त किया था। नेपोलियन जैसा साधारण व्यक्ति एक महान सेनानायक बन पाया था। एक किसान तथा बड़ई का पुत्र अब्राहम लिंकन अमेरिका का राष्ट्रपति बन पाया था। इतिहास ऐसे उदाहरणों से भरा पड़ा है।

आज का व्यक्ति अधिक से अधिक धन और सुख के साधन तो चाहता है पर दूसरों को लूट-खसौट और टांग नीचे या पीछे खींचकर, अपने परिश्रम और स्वयं अपने आप पर विश्वास एवं निष्ठा रखकर नहीं। यही कारण है कि आज का व्यक्ति स्वतंत्र होकर भी परतंत्र और दुखी है। इस स्थिति से छुटकारे का मात्र एक ही उपाय है और वह है स्वावलंबी बनना, अन्य कोई नहीं।

देश के प्रत्येक व्यक्ति आत्मनिर्भर होने से परिवार, परिवार के आत्मनिर्भर होने से समाज और समाज के आत्मनिर्भर होने से देश खुद आत्मनिर्भर बन जाएगी।

### आत्मनिर्भर भारत अभियान

प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने कोरोना संकट के इस दौर में भारत की अर्थव्यवस्था को सुधारने के लिए 20 लाख करोड़ रुपये के राहत पैकेज का ऐलान किया था। इस पैकेज को आत्मनिर्भर भारत अभियान का नाम दिया गया है। प्रधानमंत्री

का कहना है कि इस बड़े राहत पैकेज से भारत में लोगों को कामकाज करने की सुविधा उपलब्ध कराई जाएगी और यह कोशिश की जाएगी कि अगले कुछ सालों में भारत अपनी जरूरत की अधिकतर चीजों के लिए खुद पर निर्भर हो जाए। इस हिसाब से अभियान का नाम आत्मनिर्भर भारत अभियान रखा गया है।

### किसान होंगे आत्मनिर्भर

कोरोना वायरस के बढ़ते संकट के इस दौर में सबसे बड़ी मार किसानों पर पड़ी है। इस हिसाब से आत्मनिर्भर भारत अभियान में तीन करोड़ किसानों को 4.22 लाख करोड़ रुपये का कृषि लोन दिया गया है। इसमें 3 महीने तक उन्हें लोन वापस करने की जरूरत नहीं है। इसके साथ ही इंटरैस्ट सब्वेंशन और तुरंत लोन चुकाने के इंसेंटिव के रूप में मिलने वाली सुविधा 31 मई 2020 तक बढ़ा दी गई थी।

### आत्मनिर्भर किसान, समृद्ध भारत

आत्मनिर्भर भारत अभियान में सरकार ने किसानों और ग्रामीण अर्थव्यवस्था के हाथ में अधिक पैसे पहुंचाने की कोशिश की है। सरकार ने बताया है कि मार्च और अप्रैल के बीच 86,600 करोड़ रुपये के 63 लाख लोन कृषि क्षेत्र में दिए गए हैं। इसके साथ ही सहकारी बैंक और क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक की रिफाइनेंसिंग के लिए नाबार्ड ने 29,500 करोड़ दिए हैं। इसके साथ ही राज्यों को रूरल इन्फ्रास्ट्रक्चर डेवलपमेंट फंड के लिए 4,200 करोड़ की मदद दी गई है।

### शहरी गरीब बनेंगे आत्मनिर्भर

भारत सरकार ने बताया है कि पिछले 2 महीने के दौरान प्रवासी मजदूर और शहरी गरीब लोगों के लिए कई उपाय किए गए हैं जिससे उन्हें कोरोना के बाद के दौर में जीने में आसानी हो। इसमें प्रवासी मजदूर के रहने के लिए स्टेट डिजास्टर रिस्पांस फंड के रकम के उपयोग की इजाजत दी गई है जिससे कि उनके लिए खाने और पानी की व्यवस्था की जा सके। केंद्र सरकार ने राज्यों को 11,000 करोड़ दिए हैं जिससे कि वह स्टेट डिजास्टर रिस्पांस फंड की मदद से इनके लिए काम कर सकें। अर्बन होमलेस सेंटर्स में रहने वाले लोगों के लिए दिन में तीन बार खाने की व्यवस्था की गई है। 12,000 सेल्फ हेल्प ग्रुप ने तीन करोड़ मास्क और सवा लाख लीटर सेनेटाइजर







बनाए हैं। इसके माध्यम से भी शहरी गरीबों को काम उपलब्ध कराने की कोशिश की गई है।

### मनरेगा में बढ़ा आबंटन

कोरोना वायरस के बढ़ते संक्रमण को रोकने के लिए किए गए लॉक डाउन के इस दौर में बहुत से प्रवासी मजदूर अपने घर वापस जा रहे हैं। उन्हें उनके घर पर ही काम मिल सके, इसके लिए सरकार ने मनरेगा के माध्यम से बड़ी पहल की है। सरकार ने बताया है कि 13 मई तक मनरेगा में 14.62 करोड़ मानव दिवस काम बनाया गया है। इस तारीख तक वास्तव में मनरेगा पर खर्च 10,000 करोड़ हो चुका है। अब तक देश के 1.87 लाख ग्राम पंचायत में 2.33 करोड़ लोगों ने काम के लिए आवेदन किया था जिन्हें काम मिल गया है। पिछले साल की तुलना में इस साल मई में 50 फ्रीसदी तक ज्यादा लोगों ने मनरेगा में काम के लिए आवेदन किया है।

### नए लेबर कोड से मिलेगी मदद

केंद्र सरकार ने नया लेबर कोड लाकर श्रमिकों के हित में एक बड़ा काम किया है। इसके साथ ही सभी श्रमिकों को समय पर भुगतान कराने में भी मदद मिलने की उम्मीद है। इस समय न्यूनतम वेतन का फायदा सिर्फ 30 फ्रीसदी श्रमिक उठा पाते हैं। इसके साथ ही सभी मजदूरों को नियुक्ति के लिए अपॉइंटमेंट लेटर दिया जाएगा। इसके साथ ही हर इम्प्लॉई का सालाना हेल्थ चेकअप अनिवार्य कर दिया जाएगा। सरकार ने कहा है कि नए लेबर कोड की वजह से पूरे देश में एक जैसी न्यूनतम मजदूरी की व्यवस्था करने में मदद मिल सकती है।

### आत्मनिर्भर भारत और बैंक

विशेषज्ञों के अनुसार प्रधानमंत्री द्वारा घोषित आत्मनिर्भरता की नई पॉलिसी साल 1991 में भारतीय अर्थव्यवस्था के उदारीकरण से भी अधिक अहम घटना है।

कोरोना काल में देश की अर्थव्यवस्था को पटरी पर लाने के लिए प्रधानमंत्री ने आत्मनिर्भर भारत अभियान की शुरुआत की है। आत्म निर्भर अभियान के तहत उन्होंने देशवासियों से स्वदेशी चीजों अपनाकर देश की अर्थव्यवस्था को मजबूत बनाने की अपील की है। ऐसे में महाराष्ट्र के एक दुकानदार ने आत्मनिर्भर भारत अभियान से प्रेरित होकर ग्राहकों की पहचान के लिए स्वदेशी-विदेशी सामानों को अलग कर दिया है।

सरकार ने हाल में 21 लाख करोड़ रुपए के प्रोत्साहन पैकेज की घोषणा और रिजर्व बैंक की नीतिगत दर में कटौती समेत नए राहत उपायों के ऐलान किया था।

वित्त मंत्री निर्मला सीतारामन ने 22 मई को सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों (पीएसबी) के मुख्य कार्यपालक अधिकारियों (सीईओ) के साथ कर्ज वितरण समेत विभिन्न मुद्दों पर चर्चा के लिए समीक्षा बैठक की और कोविड-19 से प्रभावित अर्थव्यवस्था को पटरी पर लाने के लिए वृहत आत्मनिर्भर भारत राहत पैकेज कार्यान्वित करने को कहा।

आमतौर पर माना जाता है कि लोगों से जमा के रूप में पैसा लेकर लोगों को ऋण के रूप में वितरित करना ही बैंकों का काम है। ऊपर करोड़ों रुपयों की जो स्टैटिस्टिक्स पेश किया है, ये सब बैंकों के माध्यम से संभव हो पाया है।

सरकार के विभिन्न महत्वाकांक्षी योजनाओं का कार्यान्वयन बैंकों के सहयोग के बिना संभव नहीं है। लाभार्थियों को अनुदान आदि पारदर्शी ढंग से पहुँचाने में बैंक सहायक है। इससे आम जनता दलालों के हाथों से बचने में भी सफल हुए हैं।

एक आत्मनिर्भर समाज के गठन में बैंकों की अहम भूमिका होती है। समाज में नकद प्रवाह को सुनिश्चित करना बैंकों का दायित्व है। ग्राहकों के समर्थन के बिना इस प्रतिस्पर्धी युग में बने रहना आसान नहीं है। ऐसे में उन ग्राहकों को आवश्यकता पड़ने पर उचित सहायता प्रदान करना हमारी नैतिक जिम्मेदारी है।

यह तो सच है कि हमारे देश के जनता में पैसे की कमी है, लेकिन प्रतिभा की नहीं। किसी व्यक्ति को आर्थिक समर्थन देकर उनकी प्रतिभा को पनपने का अवसर प्रदान करना बैंकों का कर्तव्य है। ऐसे अवसरों को पहचानकर, उचित समय पर समर्थन देकर, आत्मनिर्भरता की ओर अग्रसर हमारे भारत देश की मदद हम कर सकते हैं।

स्रोत : विकिपीडिया / समाचार पत्र

\*\*\*\*\*



## COVID-19 CYBER THREATS



**A V Rama Rao**  
General Manager  
Risk Management Wing

The COVID-19 global emergency has turned the lives of millions upside down. Social distancing and teleworking have become the norm and changed the way we communicate, work, and spend our free time.

With the people increasingly relying on digital tools and immersing deeper in the virtual world, cyber criminals have taken this as an opportunity of the coronavirus disease pandemic by sending fraudulent email and WhatsApp messages that attempt to trick users into clicking on malicious links or opening attachments.

Examples of COVID-19 Scams:

- ♦ Fake notices from health organizations (local or state health departments)
- ♦ Information about protecting yourself, your family that contains malicious links or attachments
- ♦ Phishing emails or websites containing fake updates about the virus
- ♦ Charitable appeals to help victims of the virus, which are not legitimate

### Types of Attacks:

**Spam Emails:** Hackers are impersonating as health and other government organizations to send emails that include users to download files or click on links to access coronavirus-related information. These files and links contain malware and can attack your systems.

**Disguised Files:** Hackers are using generic files like PDFs, word documents, etc. to spread malware. These files once downloaded, infect your computer with different types of malware or viruses such as keyloggers, ransomware, etc.

**Malicious websites:** Spoof webpages giving information about coronavirus, could actually be infested with malware. These webpages aim to harvest your credentials and other sensitive information.

**Ransomware:** Hospitals, medical centres and public

institutions are being targeted by cyber criminals for ransomware attacks – since they are overwhelmed with the health crisis and cannot afford to be locked out of their systems, the criminals believe they are likely to pay the ransom. The ransomware can enter their systems through emails containing infected links or attachments, compromised employee credentials, or by exploiting a vulnerability in the system.

### Security Measures to be followed:

#### 1. Keep your information Safe

- ♦ Back up all the important files, and store them independently from system.
- ♦ Always verify a company's legitimate website before entering login details or sensitive information.

#### 2. Check Systems and Software

- ♦ Ensure that latest anti-virus software is installed on computer and mobile devices;
- ♦ Perform regular scans on computers or mobile devices.
- ♦ Download mobile applications or any other software from trusted platforms only
- ♦ Update the applications or software with latest patches
- ♦ Update the devices being used to remote into work environments with the latest software patches and configurations

#### 3. Be Vigilant

- ♦ Regularly check and update the privacy settings on social media accounts
- ♦ Update passwords and ensure that they are strong (a mix of uppercase, lowercase, numbers and special characters)

Do not click on links or open attachments in emails which you were not expecting to receive, or come from an unknown sender.

\*\*\*\*\*



## Marketing in banking



**P Srinivasamurthy,**  
Manager,  
Sports cell,  
HR Wing, HO

The information, knowledge, definitions, concepts and theory about marketing can be searched and researched on google. Therefore, I am not going to bore you with the same where as I am making a humble effort to express my views on the need of marketing in today's banking business and various types of leads available within our system which can help us to up-sell and cross sell our products and services.



The first basic question that we come across is, **“Is marketing required in banking?”** The answer is a big emphatic Yes. Marketing is the most essential function in Banking today considering very little difference in product and service features and pricing. Here pricing means the interest rates. When we compare our products, service features and interest rates with that of our peer banks or Pvt. Banks, the difference is almost nil. It is hardly 0.05% to 0.10% in terms of interest rates. So, what will bring the new customers into our fold, in such a scenario? The only answer is effective marketing.

The next question is, **“Why should I do marketing as it is the job of specialist marketing officers?”** If our Bank has to grow as per its long-range plan, each one of us has to do some sort of marketing. For a bank of our size, the strength of our marketing team is minimal. The marketing team cannot cater to the marketing needs of 10000+ branches across the length and breadth of the

country and as such, the onus of marketing lies on each and every branch. Secondly, marketing is a very important function, which cannot be left alone to a few marketing officers. Marketing is an essential function, which has to be embraced by every employee. If Bank has to survive and thrive in these challenging times, it is marketing alone which can bring business and profit into the Bank.

The moratorium on EMIs until Aug 2020 has affected our Interest income. On one hand, Bank is not getting its dues, at the same time bank has to pay interest on deposits without any discount or moratorium. Further, the loans under stress are being restructured till the economy revives and this too will have its effect on our interest income. In such a scenario, to maintain our profitability, it is important to augment our non-interest income, and also shore up our advances.

COVID 19 crisis has forced most of our customers to do banking digitally and the rush at the branch counters are relatively less. This gives us ample time and scope to enhance our marketing skills and activities. So how do I go about this and where should I start?



To start with, let's us make a review of SB accounts. Every deposit account has a Nominee. But does every Nominee has an account with us? Nominees are





generally younger to the account holder and it's a part of Bank's long term strategy to rope in young customers into our fold. With nearly 90% of our customer base comprising of Deposit customers, we are sitting on an untouched and unutilized data bank. If every employee in the bank is able to contact at least 1 nominee a day, we are looking at 90000 leads a day, pan India. A conversion rate of 10% would result in 9000 new customers into our fold and 9000 new nominees to these accounts, per day.

If we are able to contact at least one person from the contact list of our cell phone and inform about our banking products suited to his/her requirements and requesting to contact you in case of any sort of banking needs, the results can be amazing. It has to be a continual process to instill confidence and convert the lead to a successful customer. Whenever you successfully canvas business from any walk in customer/converted lead, make it a point to obtain at least two references for new business with an introductory letter/phone call recommending you and Canara Bank.

The above activities can be done sitting in our seats without disturbing or getting disturbed on our daily assigned work. To cross sell or up sell our products, we need to map our products to the life cycle stage of our customers and it may be done as under:

- ♦ **Age upto 18** – Canara Champ / Minor Account, Child Insurance Plans, Term Deposits, Educational Loan with Loan protection plan, Health Insurance.
- ♦ **Age 18+ to 60** – Regular Savings account, Premium CASA accounts, Term Deposits, Housing / Vehicle loans, Business loans, Term Life Insurance, Vehicle Insurance, Asset coverage, Health Insurance, Demat

Accounts, Mutual Funds, Credit Cards, PPF, NPS, PMSBY, PMJJBY, APY, Gold Loans, Investments in Gold Bonds, Safe Deposit Lockers, Canara Top Up loan.

- ♦ **Age above 60** – Pension Account, Canara Pension Loan, Senior Citizen Term Deposits, Debt / Monthly Income Plan Mutual Funds, Life Annuity Plans, Health Insurance, Gold Bonds Demat Accounts, Safe Deposit Lockers, Reverse Mortgage Loan

The key in marketing is selling the right product at the right time to the right person. The above product mapping will help us to understand the financial needs of a customer and pitch our products / services according to the life cycle needs of customers. When we are in a position to understand the needs of a customer, selling / marketing will be like offering solution to our customer's current problems / needs. As such, we will always be well poised and the customer is invariably willing to listen / pay attention to our communication.

#### Other Key aspects of the marketing are:

- ♦ Every human craves importance, and when you make a customer feel that he/she is very important to us half the battle is won. The logic is very simple, treat the customer, as you want to be treated.
- ♦ Knowledge is power. Have thorough knowledge of what you are proposing to sell. Referring to your higher up / colleague for every clarification presents a very unprofessional picture of your self and the Bank.
- ♦ Every employee is a Brand Ambassador of the Bank and how you act, behave, present yourself with the customer decides the Brand image of our Bank. Hence, always make yourself very presentable just like how you prepare yourself for your family function. Being before time for each meetings with the customer will give a very loud and clear message to the customer that his/her, business means a lot to you and the Bank. In case you are late for any reason, try to inform in advance, and when you meet the customer always apologize for the delay.
- ♦ Never over promise and under deliver. Instead, be realistic about the time lines and the number of days for processing any proposals and try to adhere to the mutually set time lines.
- ♦ Rejection is not personal. If a customer doesn't buy a product from you it doesn't mean that the customer has rejected you or your proposal. It means that presently he/she does not need the product/service







you are offering. So never, take any rejection/failure personally.

- ♦ Customer Service at the counters / branches goes a long way in attracting good customers to our Bank. We are in the service industry and customer has many options to choose from. We have to make the customer feel special for successfully attaining business and its continuity. Hospitality industry is the best example when it comes to customer service. Any complaint however trivial it may be is treated with utmost attention and is resolved to customer's fullest satisfaction. They go out of their way to make sure to get best rating from the customers.

You may be wondering how a Bank like ours, which has a rich tradition of 113 years, has been able to successfully do business and market our products without a structured marketing approach. Marketing has always been there and it is generally the Branch head, who does most of the marketing work, in his/her own way. If the Bank has to survive in these challenging times, every one of us has to stand up and be counted. If we want Canara Bank to become no.1 in the Indian Banking industry, we also have to go that extra mile. Together We Can!

\*\*\*\*\*

## ज़िस्त -ए- जिन्दगी



ऋषिकेश कुमार

प्रबंधक

अध्ययन व विकास केन्द्र, दिल्ली

दिल खामोश, कलम उदास बैठी है  
तुम नज़र मिलाओ तो कुछ खयाल आए।

निकल जाओ नज़रें बचा के दुनिया से  
इससे पहले कि जमाने के सवाल आए।

ना कर ज़िक्र अब जमाने में हकीकत का  
ये झूठ का बाज़ार है यहाँ झूठ का ही माल आए।

चलते फिरते मुर्दे हैं ये इन्हें मुर्दा ही रहने दो  
नागवार है इनको जो ज़िंदगी की मिसाल आए।

तेरे जानों पर रख के सिर मर जाऊँ मैं  
इससे पहले कि ज़िंदगी का बवाल आए।

साँस लेते रहना और फिर दम तोड़ देना  
इस ज़लालत का कहीं तो इम्तहान आए।

मरने के बहानों में भी गर्मजोशी हो  
इससे पहले कि जीने का मलाल आए।

\*\*\*\*\*





## कुट्टनाड में एक अनोखा सफर



मिनी ऑगस्टीन,

वरिष्ठ प्रबंधक, राजभाषा अनुभाग,  
क्षेत्रीय कार्यालय कोट्टयम

केरल का पर्यटन किसी भी यात्री को संतुष्टि प्रदान कर सकता है क्योंकि यहाँ हर तरह के यात्री के लिए कुछ न कुछ देखने और जानने को मिलेगा। रेतीले समुद्र तट, नदियाँ और धुंध भरी पहाड़ी चोटियाँ मंत्र मुग्ध करने वाले बैंक वॉटर्स, ऐतिहासिक धार्मिक स्थल इत्यादि हर किसी का मन मोहित करने वाले हैं।

ओणम पर्व को राज्य उत्सव के रूप में मनाए जाने के कारण ओणम के समय यहाँ का पर्यटन करने से अच्छी अनुभूति प्राप्त होती है। यह ऐसा समय है जब बारिश के पानी से नदियाँ भर जाती हैं और हर कहीं हरियाली ही हरियाली नज़र आती है। हरे-भरे किनारों को छूते हुए कलकल मचाकर भागने वाली नदियों को देखने का आनंद अवर्णनीय है।

कोट्टयम, आलपुष्पा और पत्तनम्ति ऐसे तीन जिलों में फैला हुआ और बैंक वाटर से भरा कुट्टनाड प्रदेश, समुद्र तल से नीचे स्थित है। अतः यहाँ के खेत में साल में एक बार ही खेती होती है जबकि बाकी समय यह पानी में डूबा रहता है।

कुट्टनाड का सौंदर्य अगर देखना हो तो आलपुष्पा की सैर करना सबसे उचित होगा क्योंकि आलपुष्पा को कुट्टनाड का हृदय माना जा सकता है। आलपुष्पा जलमार्ग से सम्पन्न होने की वजह से इसे 'पूर्व का वेनिस' (Venice of the East) नाम दिया गया है। यहाँ आने वाले पर्यटक, नौका विहार करना पसंद करते हैं जिसके लिए अपनी आर्थिक स्थिति के अनुसार नाव उपलब्ध है। अमीर लोग यहाँ हाउस बोट बुक करते हैं जबकि मध्यम स्तर के लोग साधारण नाव में नौका विहार का आनंद लेते हैं। और अगर आप अलग से नाव किराए पर लेना नहीं चाहते तो राज्य सरकार के बोट आपके लिए बेहतरीन रहेगा जिसमें बस के जैसे टिकट लेकर सफर किया जा सकता है।

आलपुष्पा का कम बजट में और वह भी अकेले सफर करने की इच्छा लेकर मैं निकल पड़ी। पर्यटन का आरम्भ मैंने कोट्टयम शहर से किया। कोट्टयम केरल के प्रधान शहरों में से एक है जिसके रेल स्टेशन पर हर वर्ष शबरीमाला नामक तीर्थ स्थान जानेवाले सैकड़ों यात्री विभिन्न राज्यों से आकर उतरते हैं। निकटतम हवाई अड्डा कोच्चि, लगभग 90 किमी की दूरी पर स्थित है।

आलपुष्पा में सबसे मनमोहक दृश्य, साँप की आकृति के नाव है जो ओणम के बाद वाले महीनों में आयोजित प्रतियोगिताओं में ही दिखते हैं जिन्हें 'चुण्डन वळ्ळम' के नाम से जाना जाता है। ऐसे प्रतियोगिताओं को मलयालम में 'वळ्ळम कळि' कहा जाता है। 13वीं सदी से प्रायः यह बोट रेस चलती आ रही है जबकि हर साल आयोजित विश्वप्रसिद्ध नेहरू ट्रॉफी बोट रेस का आयोजन 1952 से ही हो रहा है। लेकिन साल भर में आयोजित नेहरू कप की बढ़ती लोकप्रियता को देखकर चैम्पियन लीग बोट रेस इस साल से शुरू किया गया। लीग के विभिन्न रेस केरल के 12 विभिन्न जगहों की झीलों और नदियों में अगस्त और नवम्बर के बीच 12 सप्ताहों तक प्रत्येक शनिवार आयोजित करने की इस वर्ष से योजना है।

आलपुष्पा में पुल्लिंकुन्नु नामक नदी पर आयोजित लीग रेस की खबर मुझे मिलते ही मैंने इसे देखने का फैसला किया। केनरा बैंक की पुल्लिंकुन्नु शाखा उस नदी तट पर स्थित है और वह लीग रेस के पथ पर ही है। यह भी सुना कि शाखा की खिड़की से बहुत आसानी से रेस को देखा जा सकता है। तो ज्यादा सोचे बगैर मैं एक दिन की छुट्टी लेकर निकल पड़ी।



कोट्टयम से आलपुष्पा की लगभग 47 किमी दूरी मैंने बस में तय किया। आलपुष्पा घाट, बस अड्डे के निकट ही स्थित है। यहाँ के जलमार्ग पर कई सरकारी नावें चलती हैं। इस जलमार्ग पर कैनकिरी एक लोकप्रिय स्थान है जो लगभग डेढ़ घण्टे के सैर में पहुंचाती है। कई पर्यटक कैनकिरी में उतरकर वहां भोजन करते हैं। यहाँ की ताड़ी दुकानों में नारियल पेड़ में उत्पन्न किये जानेवाले ताड़ी नामक





स्थानीय पेय बिकती है। दो प्रकार की ताड़ी बिकती है – जो मीठा है, उसमें नशा नहीं है लेकिन कड़वी ताड़ी पीने से नशा चढ़ता है। लोग यहाँ ताड़ी पीते हैं और वहाँ परोसे जानेवाले स्थानीय खाना खाते हैं। यहाँ बत्तख का माँस और मछली खूब बिकती है। मछली खाना पसंद करने वालों के लिए यह जगह स्वर्ग है।

नाव जलमार्ग से जब चलती है तो दोनों तरफ कई छोटे बड़े घर मिलते जिनके आंगन झील अथवा नदी से सटकर होते हैं। झील में लोग अपना-अपना काम करते हुए मिलते। कोई कपड़ा धो रहा तो कोई बर्तन माँझ रहा होता। हर घर के सामने पानी में कम से कम एक छोटी नाव बंधी हुई मिलती। हमारी सड़कों जैसी ही यहाँ भी गलियाँ मिलती हैं। लेकिन ये सब जलमार्ग ही है और इनमें सिर्फ नावें चलती हैं। बीच बीच में सामान लादकर चलने वाली नाव मिलती या फिर सामान्य जनता को ले जाती हुई बड़ी नावें मिलती। कई छोटे-बड़े हाउस बोट भी मिले थे जिनमें कई वातानुकूलित भी थी। विदेशी पर्यटक ज्यादातर हाउस बोट में आराम करते हुए दिखते हैं।

वैसे पुलिंकुन्नु जाने के लिये तो आलपुझा तक गए बगैर कोट्टयम-आलपुझा के बीच रास्ते में पुलिंकुन्नु स्टॉप में उतरकर नदी पार स्थित केनरा बैंक की शाखा तक झंगार में बैठकर जा सकती थी। लेकिन झील में नौका विहार करने के मोह से मैंने आलपुझा से सरकारी बोट में पुलिंकुन्नु जाने का निर्णय लिया।

पुलिंकुन्नु घाट के पास ही केनरा बैंक की शाखा स्थित है। शाखा में उस दिन कोई ग्राहक ही नहीं था क्योंकि बोट रेस की वजह से पूरा माहौल उत्सव जैसा बन गया था। पुलिंकुन्नु की सेंट मेरीज़ गिर्जा यहाँ का एक पुराना चर्च है जो नदी तट पर ही है, और इसके आगे ही रेस का अंतिम प्वाइंट है। वहाँ तो सुबह से ही लोग तट पर इकट्ठे हो गये थे। कई टी वी चैनल लाईव कवरेज के लिए तैयार थे। पत्रकारों और पुलिस की भीड़ में से चलकर मैं शाखा पर

पहुँची।

2 बजे से नावों का अभ्यास शुरू हो गया था। हर नाव में सौ-सौ मल्लाह होते हैं जो वंचिपाटु माने नाव के गाने के ताल से नौका एक साथ चलाते हैं। अभ्यास के बाद हीट्स शुरू हो गये और 5 बजे फाईनल था। दूर से नारियल के पेड़ों के बीच में से चुंडन वल्लम को लहराते हुए आते देख अनायास ही मेरे जीभ से भी आवाज़ निकल आयी। चारों तरफ शोर मचा हुआ था और इसके बीच से 100-100 फूट लम्बाई वाले 'चुण्डन वळ्ळम' के मल्लाह, चिल्ला-चिल्लाकर और ज़ोर से डंडा मार मार-मारकर गाए जानेवाले 'वंचिपाटु' (नौका गान) के ताल से तेज़ी से नाव चला रहे थे।

रेस के अंत में कौन जीता और कौन हारा, इसका हमसे कोई मतलब नहीं था लेकिन किनारे पर बैठकर रेस में भाग लेने का मजा ही कुछ और है।

रेस के बाद स्थानीय नृत्य व अन्य कलाओं का प्रदर्शन करते हुए एक के पीछे एक करते हुए नाव प्रदर्शनी थी, जिसमें मार्गकली और मोहिनियाट्टम प्रमुख थी। अंत में ट्रॉफी को लेकर विजेता प्रतिभागी निकले और उनके साथ वंचिपाटु गाते हुए गायकों का संघ।

बोट रेस पूरा होने तक सभी अन्य यातायात के नावों को बंद कर दिया गया था। नदी पार जाने के लिये झंगार का लम्बी देर इंतज़ार करना पड़ा। जो झंगार आई उसमें एक कार और कई बाईक लादकर आया हुआ था। गाड़ियों को एक एक कर उतारे जा रहे थे जो रोचक दृश्य था।

अपनी ज़िंदगी में कम से कम एक बार यह रेस देखना चाहिए क्योंकि यह अनोखी नाव की रेस भारत में क्या विश्व में भी और कहीं नहीं मिलेगी।

केरल को एक बार नज़दीक से देखने के बाद हमें पता चल जाता है कि केरल को 'गोड्स ओन कंट्री' क्यों कहा जाता है !







## बिजनस का फंडा



**बी के उप्रेती**  
भूतपूर्व वरिष्ठ प्रबंधक  
केनरा बैंक

वर्ष 1984 में मैंने बीएसआरबी (बैंकिंग सर्विस रिक्रूटमेंट बोर्ड) की परीक्षा पास की और केनरा बैंक में नियुक्त होकर मैंने दिल्ली की महारानी बाग शाखा में कार्यभार ग्रहण किया। वह मैंनुअल-बैंकिंग का समय था। ग्राहक को प्रत्येक कार्य के लिए शाखा में ही आना पड़ता था। मुझे काउंटर पर काम करने में बहुत मजा आता था। एक तो मैं बातूनी किस्म का इंसान हूँ और उसमें भी यदि नौकरी ऐसी मिल जाए, जहाँ पर हर रोज नए-नए लोगों से मिलने का मौका मिले, तो ऐसे में काम में दिल लगना और दिल से काम करना स्वभाविक है। बहुत ही जल्दी मेरे बहुत से हमउम्र के जवान ग्राहकों से अच्छी दोस्ती हो गई। उन्हीं दिनों एक ग्राहक जो मेरी उम्र के थे, जिनका नाम विकास गुप्ता था, उन्होंने हमारी शाखा में खाता खुलवाया। वह हर दो-चार दिन बाद बैंक में पचास या सौ रूपये जमा कराने आ जाया करते थे।

एक दिन विकास गुप्ता ने मुझसे पूछा कि श्रीमान जी बैंक में नौकरी के लिए क्या करना पड़ता है? मैंने उसे बताया कि मैंने स्नातक की डिग्री ली है और बैंक की परीक्षा दी और उसके बाद ही मेरी नौकरी लगी है। मैंने विकास से पूछा कि तुम कितने पढ़े-लिखे हो? विकास ने बताया कि वह 12वीं पास है। मैंने कहा “क्या कॉलेज के लिए प्रवेश लिया”? विकास ने बताया-कि अब और पढ़ाई करने का इरादा नहीं है। अब वह

अपना बिजनस शुरू करना चाहता हूँ। मैंने कहा तुम तो गुप्ता हो और वैश्य बिरादरी के लोग तो अक्सर अपना व्यवसाय ही करते हैं। मैंने चुस्की लेते हुए कहा कि आप तो अपने पिता के बसे बसाए दुकान / व्यवसाय में ही हाथ बटाना। विकास बोला श्रीमान् मेरे पिता जी का कोई व्यवसाय नहीं है। वे तो स्कूल में अध्यापक है, लेकिन मैंने सोचा है कि मैं जरूर व्यवसाय करूँगा। मैंने पूछा क्या तुम्हारे पास व्यवसाय के लिए पूँजी है, तो वह बोला नहीं श्रीमान् हम सर्विस क्लास के लोग हैं, पूँजी कहाँ से आयेगी। मैंने कहा क्या आपने सोचा कि किस तरह का व्यवसाय करना चाहते हैं? विकास ने कहा सर सोच रहा हूँ कौनसा व्यवसाय करूँ? कुछ देर सोच कर बोला कि वह व्यवसाय करूँगा जो दो या तीन हजार की पूँजी में शुरू हो जाए, क्योंकि ज्यादा पैसा लगाना भी खतरे से खाली नहीं होता। शुरू में छोटा-सा व्यवसाय करेंगे। यदि व्यवसाय बढ़ने के आसार लगेंगे, तो उसी को धीरे-धीरे आगे तक ले जाऊँगा। खैर! जब भी विकास बैंक में आता तो मैं उसके व्यवसाय के बारे में जरूर पूछता था।

एक दिन विकास बैंक में 500/-रूपये जमा कराने आ गया। मैंने पूछा कि इतनी बड़ी रकम कहाँ से ले आए? तो कहने लगा कि मैंने दूध बेचने का काम शुरू कर दिया है। मैंने पूछा कैसा दूध बेचते हो खुला या पैकट का? विकास ने बताया कि ऐसी कॉलोनी जहाँ पर मोटर-रोड नहीं है और तंग गलिया हैं, उन इलाकों के लिए मदर डेयरी ने एक योजना निकाली है, जिसमें इन गली-मुहल्लों में रहने वाले बेरोजगार युवको को मदर डेयरी के दुग्ध बेचने का लाईसेंस दिया जाएगा, जिसके लिए वह आवेदन कर सकते हैं। सिर्फ 2500/-रूपयों की सुरक्षा पूँजी जमा करने पर दूध बेचने का लाईसेंस मिल जाएगा और वह गली-गली में जाकर रिक्रशे में मदर डेयरी के दूध का टेंकर रख कर घर-घर दूध बेचेगा। उसने बताया कि उसने 500 लीटर दूध के टेंकर के लिए आवेदन किया और उसे लाईसेंस मिल गया है और अब वह अपनी कॉलोनी में हर







रोज सुबह और शाम एक हजार लीटर दूध बेचता है।

मैंने विकास से पूछा कि एक लीटर दूध बेचने में तुम्हें कितना पैसा बचता है? उसने बताया कि एक लीटर दूध बेचने पर उससे 10 पैसे का मुनाफा होता है। मैंने पूछा दूध का क्या भाव है? बोला 1.90 पैसे प्रति लीटर और आधा लीटर 95 पैसे। मैंने पूछा -दूध बेच कर कितना कमा लेते हो? विकास ने बताया, रोज के 40/- रुपये की कमाई हो जाती है। मैंने कहा किसी दिन एक आधा लीटर दूध बिखर गया तो फिर वह भी तुम्हारे मुनाफे से ही जाएगा। विकास बोला सर, यह सब तो व्यापार में होता ही है। मैंने पूछा 10 पैसे के मार्जिन में यह व्यवसाय कर पाओगे? विकास बोला श्रीमान् 10 पैसा का लाभ तो बहुत कम है, लेकिन मैं भी बनिये का बेटा हूँ। लाभ कमाने के लिए कोई न कोई तरकीब तो सोचूँगा।”

जब भी वह हमारी शाखा में नकद जमा कराने आता था, मैं ऐसे ही उससे वार्तालाप करता रहता था। मैं देख रहा था कि उसके नकदी जमा करने की रकम दिन-ब-दिन बढ़ती ही जा रही थी। मैंने विकास से पूछा -“आजकल अच्छा नकद जमा कर रहे हो -क्या बात है -दूध के दाम बढ़ गये हैं या ज्यादा दूध बेच रहे हो।” विकास बोला “श्रीमान् 1000 लीटर से ज्यादा दूध नहीं बेच सकते, लेकिन मैंने अपना लाभ कमाने के लिए कुछ नई चालें चली है।” यह सुन कर मेरी उत्सुकता बढ़ गई और उसको कहा कि वह अपनी बिजनेस की चाल के बारे में बताए।

विकास कहने लगा “श्रीमान् 10 पैसे का मार्जिन बहुत कम है। मेरे यहा निम्न वर्ग / मध्यम वर्ग के लोग ही रहते हैं, जिनकी कमाई ज्यादा नहीं है और मदर डेयरी के टैंकर में भी 500 लीटर से ज्यादा दूध नहीं आता है। जो भी ग्राहक दूध लेने आता है उसको 5 या 10 पैसे लौटाने पड़ते हैं। मेरे पास हर समय छुट्टा पैसा भी नहीं होता है, इसलिए जो आधा लीटर दूध के लिए एक रूपया देता है उसको मैं 5 पैसे लौटाने के बजाय एक माचिस की डिबिया दे देता हूँ और जिसे दस पैसे लौटाने है, तो उसको भी कोशिश करता हूँ कि पैसे लौटाने कि बजाए वह मेरे से कोई और सामान खरीद ले। जो ग्राहक सुबह दूध लेने आते हैं, उनको चाय-पत्ती, चीनी, बिस्कुट, ब्रेड/मक्खन तथा अंडे की जरूरत भी होती है और इन सब का दूध से चोली दामन का साथ है। मैंने यह सब उत्पाद भी दूध



के साथ बेचने शुरू कर दिये हैं। जो आदमी आधा लीटर दूध ले जाता है, यदि मैं उसको 5 पैसे लौटाने के बजाए-एक माचिस का बॉक्स देता हूँ तो मेरा प्रोफिट मार्जिन बढ़ जाता है। एक माचिस बॉक्स बेचने में मुझे 1 पैसे और मिल जाता है। यदि कोई मुझसे ब्रेड लेता है तो मुझे उसमें से 10 पैसे बच जाते हैं। किसी ने मक्खन खरीदा तो उसमें भी 10 पैसे और यदि किसी ने बिस्कुट व नमकीन खरीदा तो उसमें भी 5 पैसे प्रति पैकेट बच जाते हैं। इस तरह अब मुझे कुल मिला कर जितने पैसे मैं 1000 लीटर दूध बेच कर कमाता हूँ, उससे ज्यादा लाभ में चाय-पत्ती, चीनी, ब्रेड, मक्खन, अंडा तथा टॉफी, बिस्कुट और नमकीन आदि बेच कर कमा लेता हूँ। श्रीमान् जी अकेले दूध बेचकर तो जिया नहीं जा सकता, इसलिए दूध के बहाने ओर चीजें बेचने की कोशिश करता हूँ। मुझे विकास की बातें सुनकर बहुत अच्छा लगा और मैंने मन ही मन सोचा- है तो यह बनिए का ही पुत्र। मैंने कहा “विकास तुम, बहुत समझदार हो, एक दिन बहुत बड़े व्यापारी बनोगे।” विकास बोला “श्रीमान् मैं बनिया हूँ और हमारे बुजुर्ग कहते हैं कि बनिए का मतलब व होता है -कुछ करिये और संसार में आये हो, तो कुछ बनिये। यही एक सोच लेकर एक बनिया बिजनेस करता है। जब भी विकास बैंक में आता था, तो मैं जरूर उससे बतियाता था। कुछ समय बाद मेरा भी तबादला हो गया और मैं भी विकास को भूल गया।

कुछ वर्ष बाद मुझे किसी काम से अपनी पहली शाखा में जाना पड़ा। उस शाखा में सभी कर्मचारियों से मिला। मैं सभी से बात कर ही रहा था कि पीछे से किसी ने मुझे आवाज दी, और जब मैंने पीछे मुड़ कर देखा -तो एक शर्बत आँखों पर काला चश्मा लगाए बैंक में खड़ा था।





बोला 'श्रीमान् जी नमस्कार' !

आप इस शाखा से कहाँ चले गए ?

मैंने कहा कि मैंने आपको पहचाना नहीं ?

उसने चश्मा उतारा और बोला "श्रीमान् जी मैं विकास हूँ ।"

मैंने कहा "यार तुम तो बिल्कुल ही बदल गए हो।"

विकास ने कहा, "श्रीमान् बस यह सब तो आप लोगो का ही आशीर्वाद है।"

मैंने कहा क्या वही दूध बेचने का काम कर हो ?

बोला- "काम तो वही है, लेकिन अब काफी बढ़ा लिया है ।"

मैंने पूछा - क्या व्यवसाय है ?



विकास ने बताया कि वह 'मोर्निंग स्टोर' के नाम से तीन दुकानें दक्षिण दिल्ली में चला रहा है । अब दूध ही नहीं, बल्कि हर सामान- जो एक घर की जरूरत होती है, वह सब मैं अपनी स्टोर में रखता हूँ और बेचता हूँ । उसने बताया कि उसने हमारे बैंक से 10 लाख की लिमिट भी ले रखी है और भगवान की कृपा से अब ऐश और आराम से जीवन जी रहा है। उसने बताया कि सनलाईट कॉलोनी वाला पुराना मकान बेच कर अच्छी कॉलोनी में कोठी बना ली है और 'मोर्निंग स्टोर' नाम से तीन दुकानें चला रहा है, एक दुकान में मैं बैठता हूँ, दूसरी को पिता जी सम्भालते हैं और तीसरी दुकान की देखरेख छोटा भाई करता है। 10 नौकर रखे हुए हैं। बस अच्छा काम चल रहा है ।

विकास के बिजनस मॉडेल ने मुझे सोचने पर मजबूर कर दिया। एक छोटा-सा दूध बेचने वाला, अदना-सा व्यापारी

देखते ही देखते धना सेठ बन गया । व्यापार केवल पूँजी का ही नहीं, दिमाग का खेल भी है। किस तरह से उसने दूध के अलावा अपने ग्राहकों की जरूरत को समझते हुए, वह सब प्रोडक्ट अपनी दुकान में रखे और ग्राहकों को बेचकर अपने प्रोफिट मार्जिन को बढ़ाया ।

एक समय था -जब बैंक के पास ग्राहकों के लिए सिर्फ बचत खाता / चालू खाता / सावधि जमा खाता कुछ लोन की योजनाएं ही होती थी और ऋण - ब्याज ही केवल बैंक की आय का जरिया था। बदलते परिवेश में निजी और विदेशी बैंकों के आने से सरकारी बैंकों की ऋण-आय में कमी आई, प्रतिस्पर्धा बढ़ी और उसकी भरपाई के लिए अब एसोसिएट प्रोडक्ट एवं टेक-प्रोडक्ट की बिक्री ही एकमात्र विकल्प बचा है । जो कि सरकारी बैंको की अस्तित्व की लड़ाई में ब्रह्मास्त्र का काम करेगा। आज एक बैंक के पास ग्राहक की जरूरतों को देखते हुए बहुत से प्रोडक्ट और एसोसिएट प्रोडक्ट हैं । क्या हम किसी ग्राहक को केवल एक खाता या एक उत्पाद बेच कर लगातार बढ़ रही गला-काट प्रतिस्पर्धा के युग में जी सकते हैं ? इसका सही जबाब होगा नहीं, नहीं, नहीं..और कभी नहीं....

हमें भी विकास की तरह ही एक ग्राहक को कम से कम 3 या 4, या यूँ कहें कि ज्यादा से ज्यादा उत्पाद बेचने होंगे । तभी हम अपने ग्राहक को अपने पास रोक पाएंगे और कुछ अच्छा लाभ-मार्जिन अपने बैंक के लिए कमा पाएंगे । जैसे ही ग्राहक बैंक के अंदर प्रवेश करता है, तो हमें उसकी हैसियत / जरूरत के हिसाब से उसको अपने प्रोडक्ट- जैसे बचत खाते, सावधि जमा खाते, आवर्ती जमा, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड तथा खुदश-ऋण जैसे- कार-ऋण, आवास-ऋण, शिक्षा-ऋण, टीचर्स-ऋण, डॉक्टर्स-ऋण, कृषि-ऋण, व्यापारी और एमएसएमई-ऋणों की जानकारी देनी होगी । हमें उन्हें अपने सभी टेक और एसोसिएट प्रोडक्ट-जैसे इंश्योरेंस, म्यूचुअल फंड, डीमेट खाता आदि के बारे में भी बताना होगा । तभी हम कम मार्जिन होते हुए भी, अच्छा लाभ कमा पायेंगे ।

**फ़ंडा - आज की बैंकिंग में लाभ-मार्जिन घट रहा है, उसकी पूर्ति हमें अपने एसोसिएट उत्पाद बेच कर ही करनी होगी ।**

\*\*\*\*\*





## मेरी सफलता की कहानियां



सुश्री रितु मीना,  
विधि अधिकारी,  
अंचल कार्यालय, लखनऊ

मेरे सपने कभी मर्यादा में रहना नहीं सीख पाये। ना वो ये जान पाये कि मैं एक लड़की हूँ और ना ये कि सभी सपने सच नहीं होते। मैं वो सब करना चाहती थी जो मुझे पसंद था। सपनों ने तो बस उड़ना सीखा था और उड़े भी क्यों ना उन्हें खुला आसमान जो दिया था मेरे पापा ने। पापा अपनी बेटी को बहादुर बनाना चाहते थे, वे कहते थे कि मुझे दुनिया की हर खुशी नहीं देना चाहते बल्कि मुझे इस काबिल बनाना चाहते हैं कि मैं दुनिया की हर खुशी खुद हासिल कर सकूँ। एक राज की बात बताऊँ, दंगल फिल्म देखकर कुछ यादें ताज़ा हो जाती हैं, उस फिल्म में आमिर खान का किरदार मुझे मेरे पापा से प्रेरित लगता है। जिस तरह उस फिल्म में एक पिता अपनी बेटीयों के लिये कड़ी मेहनत करता है वैसे ही मेरे पापा ने भी बहुत मेहनत की है मेरे लिये बचपन से खेल – कूद, मस्ती में मेरा मन रमा करता था। स्कूल में ऐसी कोई प्रतियोगिता नहीं थी जो मुझसे अच्छी रह जाये। नाच – गाना, भाषणबाज़ी में तो मेरी जान बसती थी। खेल का तो इतना शौक था कि पूछिए मत। सभी प्रतियोगिताओं में कभी जीतती तो कभी दूसरा – तीसरा स्थान आता लेकिन पुरस्कार पाने से ज़्यादा खुशी इन सब कामों को करने में मुझे मिलती। इतनी मेहनत करने के बाद पढ़ाई में किसी का मन लग सकता है भला? मेरा भी नहीं लगा लेकिन मेरी बुरी किस्मत कि मैं कक्षा में टॉप आती थी। अब आप कहेंगे "टॉप आने में बुराई क्या है?" यही से आता है स्टोरी में ट्विस्ट।



मैं बचपन से ही एक खिलाड़ी बनना चाहती थी, हाँ सात साल की कम उम्र में कोई एक खेल नहीं चुना था लेकिन मुझे और शायद मेरे पापा को भी लगता था कि मैं खेल में अच्छा प्रदर्शन कर सकती हूँ। लेकिन दूसरी तरफ मेरे पापा का ध्यान इस बात से नहीं हटता था कि मैं क्लास में बिना मेहनत किये टॉप करती हूँ। बस हर भारतीय पिता की तरह मेरे पापा ने भी पितृ धर्म निभाया और कर दिया एलान – मेरी बेटी कलेक्टर बनेगी। उस समय आई ए एस, पी सी एस शब्दों का चलन नहीं था प्रचलन था तो बस "कलेक्टर" का ! पापा ने शुरू कर दी मुझे तैयार करने की अपनी तैयारी। लेकिन क्या करे.... मेरे सपनों को कुछ और ही मंज़ूर था और मेरी किस्मत को कुछ और। पापा की खुशी के लिए मैंने पढ़ाई भी मेहनत से की लेकिन मेरा मन नहीं लगता था और लगता भी क्यों? पापा ने ही तो सिखाया था अपने दिल की सुनना।

पापा और मेरे अध्यापक, सभी चाहते थे कि मैं पी. सी. एम. (साइंस मेथ्स) लूँ। घर में सबके सपनों के जहाज घूम-घूम कर मेरे करियर रूपी आसमान में ही उड़ान भरते क्योंकि घर में सबसे छोटी जो थी। कोई चाहता कि मैं पाइलेट बनूँ तो कोई इंजीनियर और कोई कहता डॉक्टर। हद तो तब हो जाती जब कहा जाता कि ये बहुत बोलती है, इसे वकील बनना चाहिए। हमारे भारतीय परिवारों में भले ही कुछ न हो लेकिन हर बातूने बच्चे को वकील बनने की सलाह जरूर दी जाती है। अब मुझे समझ में आ रहा था कि ज़्यादा टैलेंटेड होना भी खतरे से खाली नहीं है। मुझे एक सीख भी मिली आपको अगर खेल में करियर बनाना है तो कभी पढ़ाई में अच्छे नंबर नहीं लाने चाहिए। नंबर कम आएंगे तो आपको पढ़ाई की तरफ शायद ना धकेला जाये। मैं हमेशा से बैडमिंटन की खिलाड़ी बनना चाहती थी। खेल को ज़्यादा समय दे सकूँ इसलिए मैंने ग्यारहवीं कक्षा में आर्ट्स लिया। पापा का भी कहना माना और पढ़ाई में भी बराबर ध्यान दिया।





लेकिन लगता है अब वक्त आ चुका था किसी एक को चुनने का! अब ये आलराउंडर ऋतु फैंस चुकी थी। अपना दिल भारी करके पापा की खुशी के लिए, मैंने सपने पूरे करने का सपना देखना ही छोड़ दिया। ये फैसला लेते वक्त अहसास हो रहा था अपनी बेबसी का, बहुत वक्त लगा अपने ही फैसले को अपनाने में और लगे भी क्यों ना, इतना आसान नहीं होता अपने सपनों को हमेशा के लिए खत्म कर देना और कुछ ऐसा करना जो आपने कभी न चाहा हो। मुझे कुछ टूटता सा दिखाई दे रहा था -- वो थे मेरे सपने -- कुछ बड़ा और अलग करने के।



बहुत कोशिश की लेकिन पापा का सपना पूरा करने की कोशिश भी नहीं कर पाई। कभी मन ही नहीं लगा। अब पापा के ही कहने से वकालत की पढ़ाई की और बन गई "वकील"। ज्यूडिशियरी की कोचिंग के लिये मैं दिल्ली चली गई बहुत मेहनत की राजस्थान सिविल जज की एग्जाम के लिये, लेकिन उस साल राजस्थान में सिविल जज की वेकेंसी ही नहीं आई। मेरे लिये उसी साल नौकरी हासिल करना बहुत ज़रूरी हो गया था, मैं अपने बी. ए. एल. बी. बैच की गोल्ड मेडलिस्ट थी, जब एक गोल्ड मेडलिस्ट बेरोजगार घर पर बैठता है तब ज़्यादा बदनामी होती है ये तो आप जानते ही होंगे। मैं एक और साल तक बेरोजगारी का तमगा रखने के लिये तैयार नहीं थी। आर्मी (एस. एस. बी. जेग एन्ट्री) में पहला चरण पार करने वाले सौभाग्यशाली कैंडिडेट्स में एक मैं भी थी लेकिन फाइनल सेलेक्शन ना हो पाया। अब मेरे पास साल 2017 का आखिरी मौका था- आई. बी. पी. एस.। मैं भी जुट गई तैयारी में। दिन रात एक करके कड़ी मेहनत की। इसी बीच पापा की तबियत बहुत खराब हुई, परीक्षा नज़दीक थी और घर



में परेशानी का माहौल था। मैं कमज़ोर पड़ने लगी। इन कठिन परिस्थितियों में परिवार का ध्यान रखते हुए अपनी परीक्षा पर फोकस करना मेरे लिए बहुत ज़रूरी था। अब मुझे साबित करना था कि मैं आज भी आलराउंडर हूँ। समय कम था, मात्र तीन महीनों की जी तोड़ मेहनत से मैंने पहले ही प्रयास में एग्जाम क्वालिफाई किया और बन गई केनरा बैंक में विधि अधिकारी। घर में तो जैसे खुशी की लहर ही दौड़ गई। अब साबित हो गया था कि मेहनत का फल भले ही देर से मिले लेकिन मिलता ज़रूर है।

पापा का, कलेक्टर बनने का सपना तो पूरा नहीं कर पाई, लेकिन पापा मुझे अपने पैरों पर खड़ा देख बहुत खुश होते हैं। आप जानते हैं, कभी कभी सोचती थी कि काश मैंने सभी चीज़ों की ओर ना भागकर सिर्फ एक चीज़ के बारे में सोचा होता तो शायद मैं कुछ और बड़ा भी पा सकती थी। लेकिन इन सबके बीच में इस बात को अनदेखा नहीं किया जा सकता कि मैच जिताने में बल्लेबाज़ या बॉलर से ज़्यादा भूमिका आलराउंडर की होती है और मुझे गर्व है कि मैंने एक आलराउंडर की तरह अब तक अपनी ज़िंदगी जी है। मैंने अपने जीवन के अब तक के अनुभव से एक बात और सीखी - सही समय पर सही निर्णय लेना बहुत ज़रूरी है, और कभी कभी कुछ अहम फैसले अपने लिये नहीं बल्कि अपनों के लिये लेने चाहिये। मेरी सफलता दिखने में भले ही इतनी बड़ी ना हो लेकिन इसके पीछे की कहानी मेरे दिल से जुड़ी है और बहुत खास है। यही है "मेरी सफलता की कहानी"। उम्मीद है आने वाले समय में ना तो मैं सपने देखना छोड़ूंगी और ना ही उड़ना।

\*\*\*\*\*





Refer to "drawer" by:  
K P Ramesh Rao







## कुछ हो ऐसा.....



चंद्र बहादुर थापा  
सशस्त्र गार्ड  
खजुराहो शाखा

अखबारों में नहीं है,  
अब बहूओं पर जुल्मों की कहानी,  
समाज ने भी त्याग दिए हैं,  
दहेज जैसी प्रथा पुरानी !

दहेज प्रथा खत्म हो गई है,  
अब हमारे समाज से,  
दहेज छोड़, शादियां हो रही हैं,  
आपने रस्मों, रिवाज से है !

बेटी भी गई है, अपने ससुराल,  
लेकर आशीर्वाद सब का प्यार,  
बहू भी आई है हमारे द्वार,  
संग लेके खुशियों का संसार!

सास ने भी दिया है प्यार,  
बहू को अपनी बेटी समान,  
बहू ने भी दिया है आदर सम्मान,  
सबसे कहकर सास महान!

कुछ हो ऐसा..... यही है मेरा सपना,  
क्या हकीकत में बदल जाएगा?  
दहेज के पाप में और गिरने से,  
समाज हमारा संभल जाएगा ?

संभलना तो होगा ही हमें,  
समाज को सही राह में लाने की खातिर,  
हम ही ना संभले तो कौन होगा,  
जगत जननी नारी की खातिर?

आप हम बेटी को बोझ समझते हैं,  
दहेज से छुटकारा पाने के लिए,

जुल्मों के भय से बेटी भी डरती है,  
बिन दहेज ससुराल जाने के लिए!

आइए मिलकर इस बुराई को,  
समाज से दूर कर दिया जाए,  
सास, बहू, बेटी में समान प्यार ला कर,  
सबका दिल प्यार से भर दिया जाए!

बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ,  
तो हमने बहुत सुन लिया,  
कर दिखाने का वचन,  
बताओ कब और किसने लिया!

आओ ले लो यह वचन,  
अब ना लाडली को यूँ सताओगे,  
बेटी बचे, बेटी पढ़े,  
साथ बेटी बढ़े, सब को बताओगे!

संग भाई अपने, बेटी मेरी,  
जा रही है पढ़ने को पाठशाला,  
बच्चों को पूर्ण शिक्षा दिलाए,  
अब नहीं मैं रुकने वाला !

पढ़ लिख भले बिटिया मेरी,  
बड़ा ना कुछ बन पाए,  
बस सीख ले दो आखर ज़िंदगी के,  
तो बेटी मेरी, मेरा गुरू बन जाए !

बिटिया मेरी सिर्फ बिटिया नहीं,  
मेरे परिवार का सम्मान बनेगी,  
जो दिया हमने इतना प्यार बेटियों को,  
बेटियां हमारी, देश का अभिमान बनेगी ।

\*\*\*\*\*





प्रदीप राज एस,

प्रबंधक,

डेटा वेंयरहाउस समूह, प्र का बेंगलूर

## तुलसी पान की दुकान

विद्यार्थी जीवन सफलता का एक मुक्ति मार्ग है ऐसे ही एक महत्वपूर्ण दिन हमारे सूरज का है। आज इतिहास डिग्री का आखिरी परीक्षा है। परीक्षा लिखने के बाद सूरज आने वाले छुट्टियों में अपने दोस्तों के साथ बेंगलुरु जाने के लिए बहुत उत्सुक था। परिवार का यह इकलौता बेटा है। इनके पिता गिरिधर पटना से बेंगलुरु शहर जाकर पान की दुकान चलाते हैं। दुकान का नाम भी इनके आदत से तुलसी पान की दुकान नाम से एक विदेशी कंपनी के गेट के सामने सड़क के कोने में एक छोटा सी दुकान थी। सूरज की परवरिश मां के देहांत के बाद दादी गोमती ने किया, अपने जीवन के हर सुख और



दुख वह पिताजी से ज्यादा वहां अपने दादी के साथ ही बांटता था। परीक्षा लिखने के 4 महीने के पश्चात सूरज की मेहनत रंग लाई वह बीए इतिहास परीक्षा में पास हुआ अपने दोस्तों के संग यह खुशी बांटते हुए उसने हलवाई की दुकान से दादी के लिए मोतीचूर के लड्डू और हनुमान मंदिर के लिए थोड़े से प्रसाद, 100रु देकर मिश्रा जी के हलवाई की दुकान से लेकर घर लौटा। अपने दादी को मिठाई खिला के सूरज ने अपने पिता को फोन पर खुशखबरी सुनाई। पिताजी ने फोन पर बहुत शाबाशी दी और आखरी बार बेटे से पूछा कि कब वह पान के दुकान संभालने के लिए बेंगलोर आ रहा है? इस सवाल का

भोले-भाले सूरज के पास कोई जवाब नहीं था। पिताजी से बातों बातों में यूं ही मनाते हुए उसने अभी के लिए फोन रख दिया।

शाम को बगीचे में घूमते हुए सूरज को अभी एक ही चिंता सता रही थी। वह अपने पिता के बारे में सोच रहा था कि उन्हें रोजगार के दो ही काम आते हैं, एक खेती-बाड़ी दूसरा तरह-तरह के पान बनाना। पान बनाना आसान काम नहीं है यह काम उन्होंने खुद तरह-तरह के पान खाकर अलग-अलग दुकानदारों से दोस्ती करके जीवन में घर बैठे ही अच्छे पान बनाने का तरीका सीख लिया था। एक लंबे समय से वह बेंगलुरु में पान का दुकान चलाकर बहुत मेहनत से सूरज की पढ़ाई का खर्चा संभाला। सूरज को पढ़ाई के समय से ही एक आश्वासन था कि पढ़ लिख कर अच्छी और बेहतर नौकरी करके वह अपने पिता के सारे कर्ज और ऋण चुका सकता है और बेहतर जिंदगी के साथ गांव में अच्छा मकान बना सकता है।

पिताजी का यह निर्णय सूरज को कभी पसंद ही नहीं था। वह अपने पिता से बहुत बार बहस भी कर चुका है पर पिता ने अपने बेटे की एक ना सुनी, उनकी सोच ऐसी थी कि बेटा दुकान चलाकर अपने रोजगार का खुदी मालिक होगा तो जो भी आमदनी पान के दुकान से होगी वह बेहतर हिसाब करके जीने लायक पैसे जुटा लेगा।

पिता और पुत्र के विचार दोनों सही हैं लेकिन नजरिया अलग है। यह विचार सही है कि बीए पास करने के बाद कोई पान की दुकान क्यों संभालेगा उसने यहां पढ़ाई अपने जीवन सुधारने के लिए है तो किया है अगर यह पढ़ाई और डिग्री नौकरी के काम नहीं आते तो मेहनत करने का फायदा क्या है?





अपने पिता के निर्णय से सूरज कभी संतुष्ट नहीं था फिर भी पिता के आज्ञा का मान रखने के लिए सूरज पटना से ट्रेन पकड़ कर बेंगलुरु पहुंच गया। शहर आते ही वह अपने पिता से मिलने तुलसी पान की दुकान के पास पहुंचा। दुकान के पीछे एक बड़ा सा कंपलेक्स और ऊंचे इमारत के विलायती कंपनियां और बहुत सारे बैंक की संस्था फैली हुई थी। वह दुकान के सामने जाकर अपने पिताजी को देखकर बोल उठा बापूजी।

अपने पुत्र को एक लंबे समय के बाद देखकर गिरधर के आंखें भर आईं खुशी से पिता ने अपने पुत्र को गले लगाया और सफर का हालचाल पूछा और दिन भर पिता-पुत्र हर्षित होकर पान की दुकान का काम समाप्त करके रात को घर पहुंचे। गिरधर ने अपने हाथों से राजमा चावल बनाकर अपने बेटे को स्वादिष्ट भोजन कराया विश्राम से पहले सूरज ने अपने पिता से नम्रता के साथ कहा है बापूजी मुझे पान की दुकान नहीं



संभालनी है मुझे अच्छे कंपनी में, दफ्तर में नौकरी करना है अपने बेटे के इस फरमाइश पर गिरधर ने कहा सूरज जितनी जल्दी हो सके दुकान पर हाथ बटाने आ जाना, बस इतना कहकर गिरधर अब विश्राम करने लगे सुबह हुई और सूरज अपने डिग्री के सर्टिफिकेट लेकर अनेक कंपनियों में इंटरव्यू देने लगा कहीं इंजीनियरिंग नौकरियों की आवश्यकता थी तो कहीं शेयर बाजार और बैंकों की नौकरियां खुली थी पर सूरज के पास बी ए इतिहास की डिग्री थी जिस पर शहर में अक्सर कंपनियां नौकरी नहीं देती। महीना गुजरता गया और सूरज एक से बढ़कर एक कंपनियों के दरवाजे पर अपनी अर्जी

जमा कर चुका था लेकिन नौकरी नहीं मिली। इतने प्रयास के बाद अब उसने पाठशाला में समाजशास्त्र के अध्यापक बनने के लिए भी भरपूर कोशिश की अपने सारे प्रयासों के बाद सूरज तुलसी पान की दुकान संभालना शुरू किया, इसी तरह मेरी पहचान सूरज से हुई जब मैं एक दिन मीठा पान खाने के लिए उसके दुकान पर पहुंचा मुझे आश्चर्य हुआ के 23 वर्ष का युवक अंग्रेजी और हिंदी भाषा के अखबार पढ़ता था और सारे कॉर्पोरेट कंपनी के कर्मचारियों से अंग्रेजी में संवाद करता था। सूरज से दोस्ती बढ़ाने के बाद उसने अपनी कहानी मुझे सुनाई। इस एक युवक की कहानी देखकर मुझे यह अफसोस होता है कि ऐसे कितने नौजवान हमारे देश में पढ़ लिखकर बेरोजगारी से डिग्री पास करने के बाद भी पान की दुकान संभालते होंगे? आखिर हम एक समाज में रहते हैं जिसमें उद्योगपति और कई संस्थाएं पढ़े-लिखे युवकों का साथ नहीं देते हैं उनको मौका नहीं देंगे तो हर कोई नौजवान कैसे नौकरी करके अपने पैरों पर खड़ा हो सकता है? जो आम आदमी और गरीब परिवार होते हैं भारत के हर शहर में से हर गांव में से यही उम्मीद लेकर अपने बच्चों को पढ़ाते हैं के पढ़ लिखकर एक बेहतर नौकरी और जिंदगी गुजार सकें अगर देश में बेरोजगारी और युवकों के भविष्य का ऐसा समझौता होता है तो मध्यम वर्ग के परिवारों का क्या भला होगा? अगर हम सब युवकों का साथ नहीं देंगे तो उनका भविष्य समाज कैसे प्रगतिशील होगा ?

हर एक नौजवान अपनी जिंदगी में नेक मकसद, बेहतर कल की आशा करता है और मध्यमवर्ग के युवक मेहनत करके इसीलिए पढ़ते हैं कि उनका जीवन स्तर बेहतर हो सके। सूरज जैसे बहुत सारे युवक देश के हर कोने में बिना चाहे अपने हालात से समझौता करके पढ़े लिखे होने के बावजूद छोटा-मोटा काम करके अपनी जिंदगी गुजारते हैं। यह कहानी पढ़नेवालों से मेरा निवेदन है की जीवन में जब आप सूरज जैसे युवाओं को मिलते हैं तो अपने से जो बनपाए ऐसे पढ़े लिखे युवकों के बेहतर जीवन के लिए मदद कीजिए ताकि वह अपने परिश्रम से अपना जीवन सुधारे और बेहतर कल की आशा करें।

\*\*\*\*\*





## जहां चाह वहां राह



निकिता खंडेलवाल

अधिकारी

क्षेत्रीय कार्यालय, मध्य दिल्ली

एक गांव में एक लड़की रहती थी, उसका नाम सोनू था। सोनू 14 साल की थी। सोनू अपने माता पिता की इकलौती संतान थी। उसकी पढ़ाई के प्रति बहुत रूचि थी। वो हमेशा अपनी कक्षा में अव्वल आया करती थी। उसके गांव में एक ही स्कूल था जहां बस 8वी तक ही शिक्षा मिलती थी। 8वीं कक्षा पास करने के बाद सोनू बहुत गुमसुम सी रहने लगी। न अच्छे से किसी से बात करती थी न ही मोहल्ले के बच्चों के साथ अब खेलने ही जाती थी। ये सब देख कर उसकी मां ने ये चिंता उसके पिता से व्यक्त की। उसके पिता सोनू को अच्छे से जानते थे, वो समझ गये कि सोनू को क्या चिंता सता रही है।



उसकी पढ़ाई के प्रति लगन को देख कर उसके पिता ने उसे पास के गांव के स्कूल में पढ़ने जाने के लिए भेजना तय किया और उसका एडमिशन उस स्कूल में करा दिया। अब सोनू फिर से खुश रहने लगी। सोनू रोज सुबह साइकिल से अपने दोस्तों के साथ स्कूल जाया करती थी। स्कूल में सारा दिन मन लगा कर पढ़ती थी और सभी अन्य प्रकार की गतिविधियों में भी बहुत मन लगा कर भाग लिया करती थी। वो टीचर्स की फेवरेट स्टूडेंट थी क्योंकि वो पढ़ाई में अच्छी होने के साथ साथ एक अनुशासित छात्रा भी थी। सब कुछ अच्छा चल रहा था। नौवीं का परिणाम आया और वो फिर से अव्वल आयी।

होली आने वाली थी। उसी समय पूरे विश्व में एक महामारी

फैलने की खबरें तेज़ होने लगी। अखबारों में, टीवी पर सब जगह एक ही खबर थी..... कोरोना वायरस। जिसका कोई ईलाज नहीं था और जिसकी वजह से विदेशों में लाखों लोगों ने अपनी जान गंवा दी थी और जिससे बचने का हर जगह बस एक ही उपाय बताया जा रहा था कि सबसे दूरी बना कर रखी जाये। साबुन से हाथों को बार बार धोया जाए। मुंह पर मास्क पहन कर रखा जाये। धीरे धीरे ये वायरस अपने देश में भी फैलने लगा। इन सबके चलते जो त्यौहार खूब धूम धाम से मनाया जाता था जिसमें गले मिल कर एक दूसरे को रंग लगाया करते थे, वो भी इस बार अच्छे से नहीं मनाया जा सका।

इन सबके चलते एक दिन संपूर्ण भारत में लॉकडाउन की घोषणा कर दी गई। सबका जीवन मानो ठहर सा गया। सब कुछ बदल सा गया। लोग अपने ही घरों में कैद हो गए। इधर गांव में अब सोनू का विद्यालय जाना भी बंद हो गया। इस बार दसवी थी तो सोनू ने सोचा था कि खूब मेहनत करेगी और इस बार भी अव्वल आकर अपने सपने पूरे करने के लिए नई उड़ान भरेगी। मगर न अब स्कूल जाना होता था न बच्चों के साथ खेलने के लिए बाहर जाना होता था। सोनू को अपने स्कूल और मित्रों की बहुत याद आ रही थी। वह अपने स्कूल का लंच टाइम मिस कर रही थी जब वो और उसके दोस्त मिल बांटकर खाना खाया करते थे। पढ़ाई-लिखाई, खेलकूद, मौज मस्ती सब एक दम खत्म सा हो गया था। सोनू फिर गुमसुम सी रहने लगी। उसके पिता भी परेशान थे। एक दिन सोनू बाजार से कुछ सामान लाने के लिए गई, वहां उसे मोहन मिला। मोहन सोनू के मोहल्ले में ही रहता था, सोनू उसे भईया बुलाती थी। मोहन दिल्ली में एक सरकारी बैंक में क्लर्क था। होली के लिए अपने घर आया हुआ था और लॉकडाउन होने की वजह से गांव में फंस गया था। सोनू को देखकर मोहन ने उससे हाल चाल पूछा। फिर बात करते करते उसने उसकी पढ़ाई के बारे में पूछा।





तब सोनू ने मोहन को अपनी सारी बात बताई कि अब कैसे उसकी पढ़ाई में रुकावट आ गई है। सोनू की बात सुन कर मोहन ने कहा सोनू तुम अपनी पढ़ाई ऑनलाइन भी तो कर सकती हो। सोनू बोली कैसे भईया? फिर मोहन ने सोनू को बताया कि कैसे वो मोबाइल या कंप्यूटर के माध्यम से ऑनलाइन अपनी पढ़ाई जारी रख सकती है। सोनू को मोहन की बात समझ आ गयी। उसके घर में कंप्यूटर तो नहीं था लेकिन उसके पिता के पास एक स्मार्ट फोन था। उसने अपने पिता को मोहन भईया के साथ हुई सारी बात बताई उसके

पिता ने उसे तुरंत फोन दिया और सोनू ने धीरे धीरे अपने विषय की खोज शुरू कर दी। कुछ दिनों बाद स्कूल वालों ने परीक्षा की तारीखों की घोषणा कर दी। सोनू अब पूरी तरह से तैयार थी क्योंकि उसने अपना कोर्स पूरा कर लिया था। परीक्षा हुई, कुछ दिनों बाद परिणाम घोषित हुए और सोनू फिर से प्रथम आई। सोनू के माता पिता की खुशी का ठिकाना नहीं रहा। इसलिए कहा जाता है – “जहां चाह है, वहां राह है।

\*\*\*\*\*

श्रेयस प्रतियोगिता तृतीय पुरस्कार  
(हिन्दी कविता)



## प्रकृति



श्री शुभम दीप,  
अधिकारी,  
क्षेत्रीय कार्यालय अलीगढ़

कृत्रिम सर्दी, कृत्रिम गर्मी, कृत्रिमता को चाट रहे,  
जीवन लटका जिस टहनी पर हम उसको ही काट रहे ।

जिस छाया से मिलती राहत उसको ही हम देते चोट,  
पहले कहते धरती मां फिर मां का गला ही देते घोट ।

ना बम से, ना गोली से, ना तीरों की बौछारो से,  
खत्म कर रहे खुद से खुद को प्लास्टिक की तलवारों से ।

जलचर, नभचर और थलचर के हम तो हैं भगवान नहीं,  
फिर क्यों इनको मारे हम क्या राक्षस हैं? इंसान नहीं ।

बदली हवा है, मौसम बदले, बदल गए दिन रात,  
हम कब बदलेंगे अब बद से बदतर है हालात ।

महाविनाश जो आया तो कैसे हम बच पाएंगे?  
एक धरा जो खत्म हुई तो और कहां से लाएंगे ।

\*\*\*\*\*



केनरा बैंक  
(भारत सरकार का उपक्रम)



**Canara Bank**  
(A Government of India Undertaking)



**Jessy Andria and Jennisha Andria**

Daughters of Anton Methodius Amaladas, Officer, Retail Assets Wing, HO, Bengaluru



**Gowtham Krishna B**

S/o Balasubramanian R, Officer, Murugan Kudi Branch  
& Abinaya M, Officer, Neyveli Branch.



**Atharva Singh**  
S/o Smita Singh,  
Regional Office, New Delhi





Referring to the 1938 run on banks which created unprecedented panic, the book **A Swadeshi Bank from South India** mentions: “The crisis seemed to be a major event in south India at that time. But it was quite unlike the Arbuthnot crisis because somewhat surprisingly, its after-effects were mild and perhaps, even salutary. As a measure of abundant caution, the Reserve Bank of India immediately granted certain limits to the South India Banks, tried to obtain all relevant and essential information and continued to maintain informal contacts with the banks. But the crisis did not spread. Other banks in South India were hardly affected.”

### Crisis management succeeds

The Canara Bank Ltd was affected to a certain extent, and experienced a heavy run. But it was restricted to just one or two branches - the big ones like Bombay. But Sarvothum Nayak, then the General Manager, was ready to face the situation. And he was in full control. “Employ half a dozen cashiers if necessary but pay everyone who comes, with out questioning”, were his clear instructions. He arranged for mobilisation of funds from different branches to be sent by TT to Bombay and other affected branches. Within two days the run subsided. When depositors realised that the Canara Bank was paying unquestioningly, they began to come back. Courage and instant decision making did the trick. The crisis was bested.

C.G. Kini, retired Deputy General manager, remembers the psychological conflict of one of the customers:

“Then there was panic. One-day one depositor came and began to draw a cheque for slightly bigger amount than usual. I was of course anticipating this. He explained that he drew the money because a customer of his had come and wanted cash (our depositor was a moneylender). I knew it was a ruse. He drew the money and was satisfied. If our deposits were ₹5 lakhs, ₹3 lakhs were withdrawn on a single day. As soon as cash was paid, they were confident. After two days, I began to get cash again. The same people would come.”

### In RBI's orbit

The Reserve Bank of India, incidentally, was constituted on 1st January 1935 and it commenced business on 1st April 1935. The Reserve Bank of India Scheduled Banks' Regulations became effective from 5th July 1935 when Scheduled Banks were required to deposit the statutory minimum balances related to their demand and time liabilities with the Reserve Bank. Canara Bank Ltd. was the first bank among the South Kanara Banks to fulfil the necessary financial conditions so as to be qualified for inclusion in the Second Schedule of Reserve Bank of India Act. It was included on 5th July 1935 itself.

### RBI impressed

Following the crisis precipitated temporarily by the collapse of the Travancore national and Quilon Bank the Canara Bank Ltd approached the Reserve Bank of India with a request for financial help in times of exigencies. The Reserve Bank of India deputed a senior officer from Bombay to the Canara Bank's Head office in Mangalore for inspection. Kumble Madhava Nayak was then the Agent of the Founder's branch and he was deputed to assist the RBI officer. Nayak has this to say:

“After a thorough inspection of the accounts, the RBI officer was fully satisfied and promised help from the RBI, the quantum being decided by the Reserve Bank of India itself. The RBI Officer was requested to attend a Special Board Meeting of the Canara Bank Ltd., to ascertain his views about the operations of the Bank. I was also privileged to be invited to this Board meeting.” During this meeting, the president of the Canara Bank, Mr. A. Srinivasa Pai requested the RBI officer for any advice on the improvement in the working of the Bank. To this RBI officer replied: 'RBI has to learn a few things from the Canara Bank'.

“Subsequently the RBI announced the limit of ₹7 lakh for financial help to Canara Bank in times of emergencies.”

*to be contd....*



**Shreyas, in homage to Canbank's departed souls,  
pray that they rest in bliss, in the eternal palace.**

**Death, said Milton, is the golden key  
that opens the palace of eternity.**

Name	Staff No	Designation	Branch	Expired on
RAM NIWAS	86415	H K P	DELHI CANTONMENT	08-3-2020
HIRA LAL SAH	57804	DAFTARY	DELHI MICRO FINANCE	05-4-2020
RAJ KUMAR	55227	PEON	DELHI GREEN PARK EXTENSION	16-4-2020
DEVENDER KUMAR	61532	PEON	DELHI MALAVIYA NAGAR	04-4-2020
JAYASHREE RAJAPUT	123046	PROB AEO	KOPPAL	13-6-2020
PANCHANANA GOCHHAYAT	69441	SWO A	ANGUL	17-6-2020
SHAIK SHERIF PASHA	504946	ATTENDER	VEMPET	19-6-2020
S JAYARAM	734233	ATTENDER	HOSADURGA	30-6-2020
K SHEKSHAVALI	647797	ASSISTANT MANAGER	KODUR (KADAPA DIST)	01-7-2020
ABHILASH CHATURVEDI	60120	SWO A	JABALPUR REGIONAL OFFICE	03-7-2020
KANUBHAI K KOTVAL	457501	ASST MANAGER	NAROL	05-7-2020
BHIKAM SINGH	101285	HKP	PINAHAT	05-7-2020
MALLIKA B	53006	MANAGER	CHENNAI PALLAVARAM	06-7-2020
MUSTAQ AHMED ABDULWAHAB	523174	ATTENDER	BADAMI	06-7-2020
ESWARAN A	68417	SWO A	KUCHANUR	08-7-2020
SUNDAR SAHA	692546	PTS	RATANPUR	11-7-2020
ARVIND KUMAR	71351	D.M.	ETAH REGIONAL OFFICE	12-7-2020
ASHOK S GHIGE	56683	SWO A	MUMBAI KAKAD MARKET	15-7-2020
D SAGAYA SELVARAJ	67267	SWO A	CHINGLEPUT CUR CHEST	15-7-2020
MUKESH KUMAR	435873	SR. BR. MANAGER	VISSANNAPETA	17-7-2020
HARUN A VOHRA	460101	SWO B	ALKAPURI VADODARA	22-7-2020
RAVI B SHETTY	68592	H K P	MUMBAI GIRGAUM	22-7-2020
ESHWARA SETTY M S	67341	H K P	MADALUR	25-7-2020
THANGAVEL M	73290	DAFTARY	BRAHMADESHAM	26-7-2020
RAMKUMAR S	565736	SENIOR MANAGER	CO BUSI STRATEGY & PLANG DEPT	28-7-2020
SATYAPAL SINGH	55744	OFFICER	BULANDSHAHR D M ROAD	28-7-2020



**Shreyas, in homage to Canbank's departed souls,  
pray that they rest in bliss, in the eternal palace.**

**Death, said Milton, is the golden key  
that opens the palace of eternity.**

Name	Staff No	Designation	Branch	Expired on
ANANT BABASAHEB NADAGOUA	58378	OFFICER	ARALIMATTI	28-7-2020
EKNATH MAROTRAO BANDHE	376648	D.M.	AMRAVATI	29-7-2020
RAM NARESH	70688	ARMED GUARD	DARAUNDA	29-7-2020
RAJESH KUMAR	65821	OFFICER	KOHBARA	30-7-2020
PRABIR PANJA	61535	DAFTARY	HOWRAH	31-7-2020
M VASUDEVA RAO	58163	C.M.	BERHAMPUR	31-7-2020
N N MAYEE	67979	SWO A	NAGPUR SOMALWADA	01-8-2020
NAND KISHORE	41862	SENIOR MANAGER	MATHURA	03-8-2020
B B LOHAKARE	59511	SWO A	OWE	04-8-2020
M R RAMESH BABU	481672	SENIOR MANAGER	BLORE SERVICE BRANCH	05-8-2020
DULAMANI NAIK	56440	SENIOR MANAGER	ZI BENGALURU	07-8-2020
MEDURI VENKATA DASAIAH	456056	SENIOR MANAGER	VIJAYAWADA REGIONAL OFFICE	08-8-2020
GURUNATHAN C	62458	DAFTARY	MADURAI BYE PASS ROAD	08-8-2020
SHANKARA KOTIAN	447685	D.G.M.	BHOPAL C.O.	09-8-2020
MOHD TAUSEEF KHAN	467069	SWO B	LUCKNOW C.O.	09-8-2020
AYYASAMY S	527495	ATTENDER	POLLACHI	12-8-2020
RADHA HARISH DANI	431806	MANAGER	PUNE KARVE NAGAR	14-8-2020
HASHMUKN C HIRVANIA	495989	ATTENDER	NAROL	14-8-2020
PARAMESHWARA	742355	PTE(1/3)	YELEMODALU	14-8-2020
L K KOLI	60577	SWO A	VARSOI	15-8-2020
ASWATHANARAYANA	57853	SWO A	BENGALURU (TOWNHALL) CUR CHEST	16-8-2020
SYED SAMDANI BASHA	333829	CLERK	BUCHIREDDIPALEM	16-8-2020
S B T SUNDARI	46201	OFFICER	HYDERABAD IND FINANCE BRANCH	21-8-2020
LEENA LAXMAN GAIKWAD	91408	MANAGER	WARTHI	26-8-2020

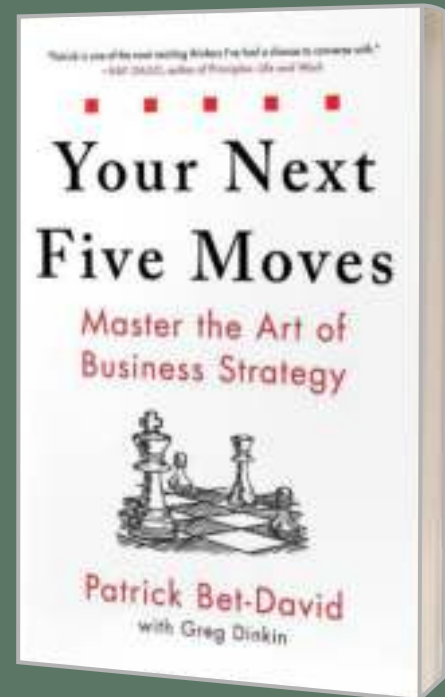


# YOUR NEXT FIVE MOVES

— Patrick Bet-David

The chess grandmasters have the vision to look at the pieces in front of them and foresee various moves ahead. They know how to play an opening or defend once the match starts. The successful entrepreneurs too anticipate many moves ahead and act accordingly. In the book, "Your Next Five Moves" Patrick Bet-David translates this skill into a valuable methodology that applies to high performers at all levels of business.

Patrick Bet-David never attended college, escaped from war torn Iran to founding his own financial firm and had to learn about business as he went along. His unorthodox style of writing as same as his approach to life and business has created a unique reading experience. His suggestion that you have to learn the big five strategic moves and always be thinking a few moves ahead seems important not only to run a business but also to be successful in life.



First move towards success is study the most important product that is none other than yourself. It requires consistent effort to dig deep and analyse the flaws in yourself. The author advocates a personal identity audit to realise the problems that can be fixed and study the blind spots by actively looking for them. The second important move is to own responsibility for anything that does not work out. See your role as the one who created the issue and has the power to solve it.

The next move is building a team and retain the right team members based on trust that will ultimately take you to the speed which the author says, is very vital for any business. With many life illustrations, he takes the reader to a new level of thought. In the next stage of business, the move should be to create strategies for increasing the speed of growth without crashing the business. Final level is to cultivate your own power and stay battle tested. To achieve this he suggests looking for multiple options instead of looking for one dream home.

First five moves is the sweet spot of thoughtful strategy and swift action. Though there may be times when you will want to think beyond five moves, thinking too many moves ahead can lead to paralysis. Five moves are enough to make sure that we are anticipating future outcomes and seeing moves and countermoves. Combining these principles and revelations drawn from the Author's rise to successful CEO, "Your Next Five Moves" is a must read for any serious strategist or entrepreneur.

Sajeew K





दिनांक 17.08.2020 को आंध्र प्रदेश राज्य में हमारे बैंक द्वारा प्रदत्त भीम यूपीआई डायनेमिक क्यू आर आधारित भुगतान प्रणाली के आभासी विमोचन कार्यक्रम में भागीदारी करते हुए प्रबंध निदेशक व मुख्य कार्यपालक अधिकारी, श्री एल वी प्रभाकर, कार्यपालक निदेशक, सुश्री ए मणिमेखलै, मुख्य महा प्रबंधक, श्री अशोक कुमार साहू, महा प्रबंधक, श्री आलोक अग्रवाल, उप महा प्रबंधक, श्री पी ठाकुर नाइक।

Sri L V Prabhakar, MD & CEO, Ms A Manimekhalai, ED, Sri Ashok Kumar Sahu, CGM, Sri Alok Kumar Agarwal, GM, and Sri P Thakur Naik, DGM participating in the virtual Launch Event of BHIM UPI Dynamic QR based payment systems in the state of Andhra Pradesh provided by our Bank on 17.08.2020



14.09.2020 को प्रबंध निदेशक व मुख्य कार्यपालक अधिकारी, श्री एल वी प्रभाकर नए राजभाषा नेट वेब पेज को जारी करते हुए। इस अवसर पर कार्यपालक निदेशक, श्री एम वी राव, श्री देवाशीष मुखर्जी, सुश्री मणिमेखलै, मुख्य महा प्रबंधक, श्री एल वी आर प्रसाद और उप महा प्रबंधक, श्री एच एम बसवराज भी उपस्थित थे।

Sri L V Prabhakar, MD & CEO releasing the New Rajbhasha net web page on 14.09.2020. Sri M V Rao, Sri Debashish Mukherjee, Ms Manimekhalai, EDs, Sri L V R Prasad, CGM and Sri HM Basavaraja, DGM are also seen.





Sketch by:

**KEERTHAN,**

S/o B Narayana, DM, ED Secretariat