RUBY

RUBY SAREE HOUSE PVT. LTD.

WE DON'T JUST SELL SAREES

WE HELP RETAILERS GROW

25+ Years of Experience

RETAIL GROWTH PLAY BOOK

हर साड़ी रिटेलर के लिए

एक PRACTICAL BUSINESS GUIDE

- सही माल कैसे खरीदें
- Dead Stock कैसे कम करें
- Repeat Customer कैसे बढ़ाएँ
- Staff की Sales कैसे बढ़ाएँ
- Season Planning कैसे करें
- Marketing से ग्राहक कैसे बढ़ाएँ
- Profit और Business को बेहतर कैसे बनाएँ

सिर्फ 30 मिनट पढ़िए... लेकिन अगले कई साल बेहतर निर्णय लीजिए!

5,000+ RETAILERS CONNECTED

25+ YEARS OF PRACTICAL EXPERIENCE

By

PRAMOD CHOUDHARY

FOUNDER & CEO

Ruby Saree House Pvt. Ltd.

क्या आपकी दुकान मेहनत से चल रही है... या सिस्टम से?

अगर इन सवालों में से 3 या ज्यादा का जवाब "हाँ" है, तो यह Playbook आपके लिए है!

- क्या आप गलत या ज़्यादा माल खरीद लेते हैं?
- क्या आपके यहाँ Dead Stock बढ़ता जा रहा है?
- क्या Repeat Customer कम हैं?
- क्या Season आने पर भाग-दौड़ करनी पड़ती है?
- क्या Staff को Sales Training नहीं मिलती?
- क्या Marketing सिर्फ Festival पर होती है?
- क्या महीने के अंत में समझ नहीं आता कि Profit कितना बचा?
- क्या ब्रिक्री तो होती है, लेकिन पैसा कहाँ जा रहा है?

Retail Growth Playbook एक Practical Business Guide है जो खास तौर पर साड़ी रिटेलर्स की असली समस्याओं को ध्यान में रखकर बनाया गया है।

इसमें आपको मिलेंगे:

- **8 Practical Chapters**
  Real Market Stories के साथ
- **Ready-to-Use Business Tips**
  जो तुरंत लागू किए जा सकते हैं
- **Step-by-Step Action Plan**
  हर रिटेलर के लिए आसान और स्पष्ट
- **25+ वर्षों का ग्रास्तविक अनुभव**
  हजारों रिटेलर्स के साथ काम करने का निचोड़
- **Business बढ़ाने के Proven Formula**
  जो आपको एक बेहतर और Free Owner बनाएँगे

यह मोटी किताब नहीं है, बल्कि उन 8 बड़ी गलतियों का संकलन है जिन्हें हमने 25+ वर्षों में हजारों साड़ी रिटेलर्स के साथ काम करते हुए देखा, समझा और अनुभव किया है।

अगर आप इनमें से सिर्फ 2-3 गलतियाँ भी सुधार लेते हैं,
तो आपका व्यापार पहले से बेहतर दिशा में बढ़ सकता है।

ABOUT THE AUTHOR

PRAMOD CHOUDHARY

Founder & CEO - Ruby Saree House Pvt. Ltd.

25+ वर्षों का अनुभव, 5000+ रिटेलर्स का विश्वास, 25+ राज्यों और 400+ शहरों में मजबूत उपस्थिति। हमारा मिशन है भारत के हर रिटेलर की Sales बढ़ाना, उन्हें एक Corporate System में लाना और उन्हें एक Busy Retailer से Free Owner बनाना।

- **25+** Years Experience
- **5,000+** Retailers Connected
- **25+** States Presence
- **400+** Cities
- **60,000+** Sarees Reedy Stock
- **65+** Team Members
- **International** Business Presence

RUBY SAREE HOUSE PVT. LTD.

WE DON'T JUST SELL SAREES
WE HELP RETAILERS GROW

+91 90793 76384
rubysareehouse@gmail.com
www.rubysareehouse.com

FOLLOW US

HEAD OFFICE: JAIPUR
1st, 2nd & 3rd Floor, Ritika Raj Tower,
Gopinath Marg, New Colony,
Near Jayanti Market, M.I. Road,
Jaipur-302001 (Rajasthan) India
+91- 9521885935, 8949286207
+91- 8690680085

SURAT OFFICE
F-1387-88-89, Globale Textile Market,
Opp. New Bombay Market,
Sahara Darwaja,
Surat-395010, Gujarat, India.
+91- 9079376384, 9660015716

प्रिय Retailer Partner,

हमने पिछले 25+ वर्षों में हजारों Retailers के साथ काम किया है। इस सफर में एक बात बार-बार दिखी-

सिर्फ अच्छी साड़ियाँ ही Business नहीं बढ़ातीं। सही सोच, सही System और सही Habits उससे भी जरूरी हैं।

मैंने खुद यह सफर Bihar के एक छोटे से गाँव से शुरू किया। Gujarat में Saree Factory में Helper के रूप में काम किया। Mumbai में Handwork सीखा। Jaipur में अपना Setup खड़ा किया। बहुत असफलताएँ देखीं - Retail दुकान डूबी, Partnership टूटी, COVID ने Stock अटकाया।

लेकिन हर गलती ने एक सीख दी। और आज वही सीखें मैं आपके साथ Share कर रहा हूँ।
इस Playbook में जो 8 गलतियाँ हैं- मैंने ये गलतियाँ हजारों Retailers में देखी हैं। और कई तो मैंने खुद भी की हैं।

अगर इसमें से केवल 3-4 बातें भी आप अपने Showroom में लागू कर दें - अगला Season बेहतर होगा।

आपका विकास ही हमारी सबसे बड़ी सफलता है।

प्रमोद चौधरी
Founder & CEO
Ruby Saree House Pvt. Ltd.

RUBY SAREE HOUSE PVT. LTD.

RETAIL GROWTH PLAYBOOK

8 सबसे बड़ी गलतियाँ जो आपकी *Sales* रोक रही हैं

और उनका Step-by-Step समाधान

A Special Gift For Our Retail Partners

प्रमोद चौधरी
Founder & CEO,
Ruby Saree House Pvt. Ltd.

विषय सूची

विषय	पेज नं.
गलती 1 डिस्काउंट देखकर माल खरीदना, डिमांड देखकर नहीं	01.
गलती 2 ग्राहक को समझे बिना साड़ी दिखाना	04.
गलती 3 दुकान चला रहे हैं... लेकिन बिजनेस नहीं चला रहे हैं	07.
गलती 4 ग्राहक तो बनाते हैं... लेकिन रिश्ते नहीं बनाते	10.
गलती 5 सीजन शुरू होने के बाद तैयारी करना	13.
गलती 6 Staff को काम सिखाना... लेकिन बिक्री करना नहीं सिखाना	16.
गलती 7 दुकान अच्छी है... लेकिन ग्राहक बुलाने का कोई सिस्टम नहीं	20.
गलती 8 बिक्री तो हो रही है... लेकिन पैसा कहाँ जा रहा है?	23.

अध्याय 1

गलती नं. 1

डिस्काउंट देखकर माल खरीदना, डिमांड देखकर नहीं

☑ एक सच्ची घटना

संजय जी हर महीने सूरत खरीदारी करने आते थे। उन्होंने पहले सप्लायर के यहाँ माल देखा। सप्लायर बोला– ‘‘भाईसाहब, ये डिजाइन पहले रू. 2,500 की थी।‘‘आज आपको रू. 2,000 में दे दूँगा।‘‘रू. 500 का सीधा फायदा है... ऐसा मौका बार–बार नहीं मिलेगा।‘‘संजय जी ने सोचा...रू. 500 बच रहे हैं.... मौका अच्छा है।‘‘उन्होंने माल खरीद लिया।

थोड़ी देर बाद दूसरे सप्लायर के पास गए। वहाँ कहा गया– ‘‘अभी हमारा स्पेशल ऑफर चल रहा है।‘‘आज Extra 10% Discount मिलेगा।‘‘ जितना खरीदेंगे, उतना फायदा होगा।‘‘उन्हें लगा...‘‘यहाँ तो और ज्यादा फायदा है। ‘‘वहाँ से भी माल खरीद लिया। फिर तीसरे सप्लायर के पास गए। उसने कहा–‘‘भाईसाहब, ये Mix Lot है।‘‘बहुत फायदे का माल है।‘‘इतने कम रेट में आपको कहीं नहीं मिलेगा।‘‘ उन्हें फिर लगा...‘‘इतना सस्ता मिल रहा है... छोड़ना ठीक नहीं होगा।‘‘और वहाँ से भी खरीद लिया। उस दिन उन्हें लगा....‘‘आज तो बहुत फायदे की खरीदारी हो गई।’

☑ लेकिन असली कहानी यहाँ से शुरू होती है...

दुकान पर नया माल आया। शुरू के कुछ दिन ग्राहकों ने देखा। कुछ डिजाइन पसंद आईं। करीब 20% माल बिक गया। लेकिन... बाकी 80% माल धीरे–धीरे रैक में ही रह गया। महीने बीत गए... सीजन बदल गया... नई डिजाइन आ गई... लेकिन वह माल वहीं पड़ा रहा। अब वही माल... जिसे खरीदते समय ‘‘फायदे का सौदा’’ लग रहा था... दुकान में Dead Stock बन चुका था।

☒ सबसे बड़ी गलती

अधिकांश Retailer खरीदारी करते समय... ग्राहक की डिमांड नहीं देखते। वे देखते हैं–

- ✓ कितना Discount है।
- ✓ कितना Extra Margin मिलेगा।
- ✓ कौन–सी Scheme चल रही है।
- ✓ कहाँ ज्यादा फायदा दिख रहा है।

यहीं सबसे बड़ी गलती शुरू होती है।

☑ सच्चाई

याद रखिए... कोई भी होलसेलर अपना सबसे तेज बिकने वाला माल भारी डिस्काउंट में नहीं बेचता। अक्सर ऑफर उस Stock पर दिए जाते हैं...

- जो धीरे बिक रहा हो।
- जो ज्यादा मात्रा में पड़ा हो।
- या जिसे जल्दी निकालना हो।

इसका मतलब यह नहीं कि हर ऑफर वाला माल खराब होता है। लेकिन... सिर्फ ऑफर देखकर माल खरीदना, बिना ग्राहक की डिमांड समझे, सबसे जोखिम भरा निर्णय है।

☑ इस गलती की असली कीमत

Retailer सोचता है... ''मैंने रू. 500 बचा लिए।'' लेकिन अगर वही साड़ी... 6–8 महीने तक नहीं बिकी... तो रू. 500 नहीं... पूरा पैसा फँस गया। और उससे भी बड़ा नुकसान... उस पैसे से आप Fast Moving Collection खरीद सकते थे... लेकिन अब आपकी पूँजी रैक में बंद हो चुकी है।

☑ Ruby Formula

खरीदारी हमेशा इस क्रम में करें:

1 ❑ पहले ग्राहक की डिमांड देखिए।

⇩

2 ❑ फिर अपनी दुकान का पुराना Stock देखिए।

⇩

3 ❑ उसके बाद सप्लायर का ऑफर देखिए।

क्रम कभी उल्टा मत कीजिए।

☑ खरीदने से पहले ये 5 सवाल पूछिए

- ❑ अगर इस पर कोई Discount न होता... क्या मैं फिर भी यह माल खरीदता?
- ❑ क्या मेरे ग्राहक ने कभी इस तरह की डिजाइन माँगी है?
- ❑ क्या मेरी दुकान में पहले से ऐसा Stock पड़ा है?
- ❑ क्या यह माल 60–90 दिनों में बिक जाएगा?
- ❑ क्या मैं यह खरीदारी ग्राहक की डिमांड देखकर कर रहा हूँ... या Discount देखकर?

अगर आख़िरी सवाल का जवाब "Discount देखकर" है... तो दो मिनट रुकिए... और अपने निर्णय पर दोबारा विचार कीजिए।

☑ प्रमोद जी की सीख

"Discount आपकी जेब में नहीं जाता... माल बिकने के बाद ही फायदा आपकी जेब में आता है। जो साड़ी ग्राहक को पसंद है... वही सबसे सस्ती खरीद है। और जो साड़ी ग्राहक नहीं खरीदता... वह सबसे महँगी खरीद है... चाहे उस पर कितना भी Discount मिला हो।"

☑ Ruby Expert Box

सप्लायर की बात सुनिए... लेकिन फैसला अपने ग्राहक के आधार पर कीजिए। एक अच्छा सप्लायर हमेशा आपको नए अवसर दिखाएगा। उसकी बात ध्यान से सुनिए। लेकिन अंतिम निर्णय लेने से पहले खुद से एक सवाल जरूर पूछिए— ''अगर इस माल पर कोई ऑफर या Discount नहीं होता... तो क्या मैं इसे फिर भी खरीदता? ''अगर जवाब ''हाँ'' है... तो खरीदिए। अगर जवाब ''नहीं'' है... तो केवल Discount के लालच में फैसला मत लीजिए।

☑ Self Check

अपने आप से पूछिए–

- ❑ क्या मैं ऑफर देखकर ज्यादा खरीद लेता हूँ?
- ❑ क्या मेरी दुकान में ''फायदे में खरीदा हुआ'' माल आज भी पड़ा है?
- ❑ क्या मैं खरीदारी से पहले ग्राहक की डिमांड लिखकर ले जाता हूँ?
- ❑ क्या मैं हर खरीद का कारण लिखता हूँ?

अगर पहले दो सवालों का जवाब ''हाँ'' और आख़िरी दो का ''नहीं'' है... तो यह अध्याय आपके लिए सबसे महत्वपूर्ण है।

☑ Chapter Summary

सफल Retailer Discount नहीं खरीदता... वह ग्राहक की डिमांड खरीदता है। याद रखिए— खरीदते समय मिला Discount कभी भी उतना मूल्यवान नहीं होता, जितनी जल्दी बिकने वाली साड़ी।

अध्याय 2

गलती नं. 2

ग्राहक को समझे बिना साड़ी दिखाना

☑ एक सच्ची घटना

वाराणसी के एक Retailer की दुकान पर एक महिला ग्राहक आई। उसने कहा...''शादी में पहनने के लिए अच्छी साड़ी दिखाइए।" Salesman ने बिना कुछ पूछे... एक के बाद एक साड़ियाँ निकालनी शुरू कर दीं। 10... 20... 30... 40... पूरी Counter साड़ियों से भर गई। ग्राहक हर साड़ी देखती रही... लेकिन उसके चेहरे पर संतुष्टि नहीं थी। करीब 40 मिनट बाद... उसने कहा...''ठीक है... मैं देखकर आती हूँ।'' और चली गई। उस दिन दुकान के मालिक ने एक बात कही— ''हमने 40 साड़ियाँ दिखाई'' लेकिन ग्राहक की जरूरत एक बार भी नहीं पूछी।''

☒ सबसे बड़ी गलती

अधिकांश Retailers और Salesman सोचते हैं... ज्यादा साड़ियाँ दिखाएँगे तो बिक्री हो जाएगी। लेकिन सच्चाई बिल्कुल उल्टी है। ग्राहक को विकल्प चाहिए... उलझन नहीं।

☑ सच्चाई

आज का ग्राहक साड़ी खरीदने नहीं आता... समाधान खरीदने आता है। वह जानना चाहता है—

- शादी किसकी है?
- बजट कितना है?
- पहली बार पहननी है या गिफ्ट देनी है?
- हल्की चाहिए या भारी?
- किस उम्र के लिए चाहिए?
- किस अवसर के लिए चाहिए?

अगर ये नहीं पूछा... तो सही साड़ी दिखाने की संभावना बहुत कम हो जाती है।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब ग्राहक की जरूरत समझे बिना माल दिखाया जाता है... तो—

- समय बर्बाद होता है।
- ग्राहक Confuse हो जाता है।

- Salesman थक जाता है।
- दूसरी ग्राहक इंतजार करती है।
- और कई बार ग्राहक बिना खरीदे चली जाती है।

☑ Ruby Formula

साड़ी दिखाने से पहले सिर्फ 5 सवाल पूछिए।

1 ❑ किस अवसर के लिए साड़ी चाहिए?

2 ❑ आपका बजट कितना है?

3 ❑ किसके लिए खरीद रहे हैं?

4 ❑ हल्की पसंद है या भारी?

5 ❑ कोई विशेष रंग या पसंद?

इन पाँच सवालों के बाद... 10 साड़ियाँ दिखाइए... 40 नहीं।

☑ आज ही कीजिए

आज अपनी दुकान के सभी Salesman को एक नियम दीजिए— ''जब तक ग्राहक के बारे में पाँच बातें नहीं जानोगे... तब तक साड़ी नहीं निकालोगे।'' फिर देखिए... ग्राहक भी खुश होगा... और बिक्री भी बढ़ेगी।

☑ प्रमोद जी की सीख

> ''अच्छा Salesman वह नहीं जो सबसे ज्यादा साड़ियाँ दिखाए... अच्छा Salesman वह है जो सबसे कम समय में ग्राहक के लिए सही साड़ी चुन दे।''

☑ Ruby Expert Box

> ग्राहक पहले सुना जाना चाहता है... फिर साड़ी देखना चाहता है। जितना समय आप साड़ी निकालने में लगाते हैं... उससे आधा समय ग्राहक को समझने में लगाइए। आप पाएँगे कि— कम साड़ियाँ निकलेंगी... लेकिन बिक्री ज्यादा होगी।

☑ Self Check

अपने आप से पूछिए—

- ❒ क्या मेरे Salesman बिना पूछे साड़ियाँ निकालना शुरू कर देते हैं?
- ❒ क्या एक ग्राहक को 25–30 से ज्यादा साड़ियाँ दिखाई जाती हैं?
- ❒ क्या ग्राहक कई बार "देखकर आते हैं" कहकर चले जाते हैं?
- ❒ क्या हमने Salesman के लिए प्रश्न पूछने का कोई नियम बनाया है?

अगर पहले तीन सवालों का जवाब "हाँ" और आख़िरी का "नहीं" है... तो आज से यह System लागू कर दीजिए।

☑ Chapter Summary

ग्राहक को साड़ियाँ नहीं... सही चुनाव चाहिए। जो Retailer ग्राहक को समझ लेता है... उसे कम साड़ियाँ दिखानी पड़ती हैं, लेकिन बिक्री ज्यादा होती है।

अध्याय 3

गलती नं. 3

दुकान चला रहे हैं... लेकिन बिज़नेस नही चला रहे हैं।

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन मैं उत्तर प्रदेश के एक बड़े साड़ी Retailer से मिलने गया। दुकान पर अच्छी भीड़ थी। काम भी अच्छा चल रहा था। बातों-बातों में मैंने उनसे पूछा— ''पिछले महीने आपकी दुकान का Profit कितना हुआ?''उन्होंने मुस्कुराकर कहा— ''वो तो Accountant बताएगा... अभी तो याद नहीं है।''मैंने दूसरा सवाल पूछा— ''पिछले महीने सबसे ज्यादा कौन-सी Category बिकी?''उन्होंने कहा— ''अरे... Dola Silk अच्छा चल रहा है... Bandhej भी ठीक चल रहा ह... बाकी तो देखना पड़ेगा... यही सब बिक रहा है।''उन्होंने एक-दो Category का नाम तो बता दिया... लेकिन पूरा और स्पष्ट जवाब नहीं दे पाए। फिर मैंने पूछा— ''आज आपकी दुकान में कितना Dead Stock पड़ा है?'' उन्होंने कहा— ''कभी हिसाब नहीं लगाया... होगा... काफी होगा। ''फिर मुस्कुराकर बोले— ''वैसे प्रमोद जी, हम तो समय-समय पर पुराना stock निकालते रहते हैं।''

मैंने भी मुस्कुरा दिया। क्योंकि मैं जानता था... असलियत क्या है। सच्चाई यह नहीं थी कि वे Dead Stock नहीं निकालना चाहते थे। सच्चाई यह थी कि... सुबह दुकान खुलती... ग्राहक आने शुरू हो जाते... Staff सवाल पूछता... फोन बजता... Payment होती... नए माल की खरीदारी होती... और दिन कब खत्म हो जाता... पता ही नहीं चलता। पुराने stock को देखने का समय ही नहीं मिलता। लेकिन... यह बात कोई Retailer खुलकर स्वीकार नहीं करता। क्योंकि हर किसी को लगता है...''मेरी दुकान तो ठीक चल रही है।''। यहीं से सबसे बड़ी समस्या शुरू होती है। Retailer दुकान चलाने में इतना व्यस्त हो जाता है कि अपने बिजनेस को चलाने का समय ही नहीं निकाल पाता।

☒ सबसे बड़ी गलती

अधिकांश Retailers सुबह दुकान खोलते हैं... रात को दुकान बंद करते हैं... पूरा दिन ग्राहकों, Staff] Payment और खरीदारी में निकल जाता है। लेकिन... महीने में एक बार भी बैठकर अपने बिजनेस का विश्लेषण नहीं करते। यही सबसे बड़ी गलती है।

☑ सच्चाई

दुकान चलाना और बिजनेस चलाना... दोनों अलग बातें हैं।

दुकान चलाने वाला सोचता है

> ''आज कितनी बिक्री हुई?''

बिजनेस चलाने वाला सोचता है

> ''इस महीने Profit कितना हुआ? ''कौन-सी Category सबसे ज्यादा बिकी? ''कौन-सा Stock सबसे धीमा चल रहा है? ''किस चीज में मेरा पैसा फँसा हुआ है? ''अगले सीजन की तैयारी आज से कैसे करूँ?''

अगर इन सवालों के जवाब आपके पास नहीं हैं... तो आप मेहनत तो बहुत कर रहे हैं... लेकिन बिजनेस को दिशा नहीं दे रहे हैं।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब Owner सिर्फ दुकान चलाता है... तो-

- Dead Stock बढ़ता जाता है।
- Cash Flow धीरे-धीरे कमजोर होने लगता है।
- वही गलतियाँ बार-बार दोहराई जाती हैं।
- Staff पूरी तरह Owner पर निर्भर हो जाता है।

सबसे बड़ा नुकसान यह है कि... 5 साल भी दुकान वहीं रहती है... बस Owner की उम्र और मेहनत दोनो बढ़ जाती है।

☑ Ruby Formula

हर महीने सिर्फ 2 घंटे अपने बिजनेस के लिए निकालिए। इन 5 बातों का Review कीजिए-

- ✓ पिछले महीने सबसे ज्यादा कौन-सी Category बिकी?
- ✓ सबसे कम कौन-सी Category बिकी?
- ✓ कितना नया Stock आया?
- ✓ कितना पुराना Stock अभी भी पड़ा है?
- ✓ अगले महीने का सबसे बड़ा Focus क्या होगा?

याद रखिए... जो Owner हर महीने अपने बिजनेस के साथ बैठता है... वही अपने बिजनेस को आगे बढ़ाता है।

☑ आज ही कीजिए

आज ही एक कॉपी, डायरी या Excel Sheet बनाइए। उसमें सिर्फ ये पाँच Columns लिखिए-

- ❒ Top Selling Category
- ❒ Slow Moving Category
- ❒ Dead Stock Value
- ❒ Monthly Profit
- ❒ Next Month Action Plan

अब हर महीने सिर्फ 30 मिनट निकालकर इसे भरिए। यकीन मानिए... 12 महीने बाद आपका बिजनेस पहले जैसा नहीं रहेगा।

☑ प्रमोद जी की सीख

''दुकान मेहनत से चलती है... लेकिन बिजनेस System से बढ़ता है। अगर Owner हर समय Counter पर ही खड़ा रहेगा... तो दुकान चलेगी। लेकिन जिस दिन Owner हर महीने अपने Numbers देखने लगेगा... उस दिन से उसका बिजनेस बढ़ना शुरू हो जाएगा।''

☑ Ruby Expert Box

रोज दुकान में काम मत कीजिए... हर महीने अपने बिजनेस पर भी काम कीजिए। हर दिन दुकान में काम करना जरूरी है। लेकिन... हर महीने अपने बिजनेस को समझना उससे भी ज्यादा जरूरी है। दुकान आपको रोज की बिक्री देती है... लेकिन Business Review आपको आने वाले वर्षों की Growth देता है।

☑ Self Check

अपने आप से पूछिए –

क्या मुझे पिछले महीने का Profit याद है?

क्या मुझे अपनी Top 10 Fast Moving Categories पता हैं?

क्या मुझे अपनी Dead Stock Value पता है?

क्या मैं हर महीने Business Review Meeting करता हूँ?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब ''नहीं'' है... तो समझिए... आप दुकान चला रहे हैं... लेकिन अपना बिजनेस नहीं चला रहे हैं।

☑ Chapter Summary

दुकान खोलना आसान है... बिजनेस बनाना मुश्किल है। जो Owner सिर्फ ग्राहकों में व्यस्त रहता है... वह हमेशा व्यस्त रहेगा। लेकिन जो Owner हर महीने अपने बिजनेस के Numbers देखता है... वही आने वाले वर्षों में बड़ा Retailer बनता है।

अध्याय 4

गलती नं. 4

ग्राहक तो बनाते हैं... लेकिन रिश्ते नहीं बनाते

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन मैं एक बड़े साड़ी Showroom में बैठा था। अच्छी भीड़ थी। एक महिला ग्राहक ने लगभग रू. 18,000 की खरीदारी की। बिल बना... Packing हुई... और वो खुशी-खुशी चली गई। मैंने दुकान के मालिक से पूछा- ''इनका नाम क्या है?'' उन्होंने तुरंत जवाब दिया ''मुझे क्या पता... मैंने नाम थोड़े ही पूछा।'' मैंने पूछा- ''इनका मोबाइल नंबर है?'' वो बोले- ''मोबाइल नंबर भी नहीं लिया। ''ये कोई मेरी Corporate Company थोड़ी है कि हर ग्राहक का नाम और मोबाइल नंबर लेते रहें।'' मैंने फिर पूछा- ''ये पहली बार आई थीं या पुरानी ग्राहक थीं?'' उन्होंने हँसते हुए कहा- ''अब इतना कौन याद रखता है... रोज इतने ग्राहक आते-जाते हैं।''

मैं कुछ देर चुप रहा... फिर मैंने उनसे सिर्फ एक सवाल पूछा- ''अगर ये ग्राहक आज के बाद कभी आपकी दुकान पर वापस नहीं आईं... तो आपको पता चलेगा?'' उन्होंने मुस्कुराकर कहा- ''नहीं... पता कैसे चलेगा?'' यहीं मुझे समझ आ गया... उन्होंने रू.18,000 की बिक्री तो कर ली... लेकिन... एक ग्राहक खो दिया।

☒ सबसे बड़ी गलती

ज्यादातर Retailers... सिर्फ आज की बिक्री करते हैं। उन्हें यह पता ही नहीं होता कि... आज जो ग्राहक दुकान से गया... वो दोबारा आया या नहीं। अगर नहीं आया... तो क्यों नहीं आया। और अगर किसी दूसरी दुकान पर चला गया... तो उसका भी पता नहीं चलता।

☑ सच्चाई

आज के समय में... ग्राहक सिर्फ खरीदारी नहीं करता... वह अनुभव भी खरीदता है। अगर आपने उसे याद रखा... तो वह दोबारा आएगा। अगर आपने उसे भूल गए... तो वह भी आपको भूल जाएगा।

☑ इस गलती की असली कीमत

- जब ग्राहक का कोई record नहीं होता... तो-
- Repeat Customer कम हो जाते हैं।
- Festival Sale कम हो जाती है।

- Referral अपने-आप बंद हो जाते हैं।
- हर बार नए ग्राहक पर पैसा खर्च करना पड़ता है।
- पुराने ग्राहक चुपचाप दूसरी दुकान से खरीदारी करने लगते हैं।

और सबसे बड़ी बात... आपको कभी पता ही नहीं चलता कि आपने कितने ग्राहक खो दिए।

☑ Ruby Formula

हर ग्राहक के साथ सिर्फ एक Sale मत कीजिए... एक रिश्ता बनाइए। कम से कम ये जानकारी जरूर लीजिए-

- ✓ नाम
- ✓ मोबाइल नंबर
- ✓ जन्मदिन (Birthday)
- ✓ शादी की सालगिरह (Anniversary)

बस... इतनी जानकारी ही आगे चलकर आपकी Repeat Sale का सबसे बड़ा आधार बन सकती है।

☑ आज ही कीजिए

आज से एक नया नियम बनाइए - ''जब तक ग्राहक का नाम और मोबाइल नंबर दर्ज नहीं होगा... तब तक Sale पूरी नहीं मानी जाएगी।'' अगर ग्राहक सहज हों... तो उनका Birthday और Anniversary भी नोट कीजिए। फिर - Birthday पर शुभकामना भेजिए। Anniversary पर शुभकामना भेजिए। Festival पर शुभकामना भेजिए। और समय-समय पर नई Collection की जानकारी भेजिए। यकीन मानिए... ग्राहक को सिर्फ Message नहीं मिलेगा... उसे लगेगा - ''इस दुकान को मेरी याद है।''

☑ प्रमोद जी की सीख

''ग्राहक सिर्फ साड़ी खरीदने नहीं आता... वह अपनापन महसूस करने आता है। जिस दिन आपने ग्राहक को नाम से पहचानना शुरू कर दिया... उसी दिन से आपकी Repeat Sale बढ़नी शुरू हो जाएगी।''

☑ Ruby Expert Box

हर ग्राहक से विदा लेते समय एक सवाल जरूर पूछिए। ''अगली बार किस अवसर के लिए साड़ी लेनी होगी?'' यही एक सवाल... आपको अगली Sale की तैयारी आज ही करा देगा।

✓ Self Check

अपने आप से पूछिए –

- ❐ क्या मैं अपने ग्राहकों का नाम लिखता हूँ?
- ❐ क्या मैं उनका मोबाइल नंबर लेता हूँ?
- ❐ क्या मैं Birthday और Anniversary नोट करता हूँ?
- ❐ क्या मैं Festival पर अपने पुराने ग्राहकों को याद करता हूँ?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब ''नहीं'' है... तो समझिए... आप बिक्री कर रहे हैं... लेकिन ग्राहक नहीं बना रहे हैं।

☑ Chapter Summary

पहली Sale दुकान करवाती है... दूसरी Sale रिश्ता करवाता है... और तीसरी Sale... विश्वास करवाता है। याद रखिए – सफल Retailer सबसे ज्यादा नए ग्राहक नहीं बनाता... वह सबसे ज्यादा Repeat Customers बनाता है।

अध्याय 5

गलती नं. 5

सीज़न शुरू होन के बाद तैयारी करना

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन मैं एक Retailer से मिलने गया। मैंने पूछा– ''काम कैसा चल रहा है?'' उन्होंने कहा– ''अभी तो ग्राहक ही नहीं है प्रमोद जी...'' एकदम मंदा चल रहा है...'' बैठे हैं... देखते हैं आगे क्या होता है।'' कुछ दिन ऐसे ही निकल गए। दुकान खुलती रही... ग्राहक आते-जाते रहे... लेकिन अगले सीजन की कोई Planning नहीं हुई। फिर... तीज और राखी का सीजन आ गया। अचानक दुकान पर भीड़ बढ़ने लगी। ग्राहक आने लगे। कुछ ग्राहकों को मनपसंद Variety नहीं मिली... तो वे बिना खरीदे वापस जाने लगे। अब वही Retailer... भागते-भागते Surat और Jaipur पहुँचे।

जिस Supplier के यहाँ अच्छी भीड़ थी... वहीं सबसे पहले पहुँचे। दुकान में पहले से कई Retailers खरीदारी कर रहे थे। कोई 20 पीस ले रहा था... कोई 50 पीस... कोई 100 पीस... माहौल ऐसा था कि हर किसी को जल्दी थी। अब सोचने का समय नहीं था... सिर्फ खरीदने की जल्दी थी। Retailer ने देखा... ''सब लोग यही डिजाइन ले रहे हैं...'' चलो... हमें भी दे दो।'' दूसरी डिजाइन आई...'' ये भी सब ले रहे हैं... ''ये भी Pack कर दो।'' तीसरी आई...'' ये भी रख दो।'' धीरे-धीरे... खरीदारी अपनी Planning से नहीं... दूसरों को देखकर होने लगी। किसी ने यह नहीं सोचा– ''क्या यह डिजाइन मेरे ग्राहक के लिए सही है?'' क्या यह मेरी दुकान की Price Range में fit बैठती है?'' क्या मेरे पास पहले से ऐसी Variety है? "" क्या मेरे शहर में इसकी डिमांड है?''

बस... भीड़ देखकर... और जल्दी के दबाव में... माल उठाते गए। लेकिन... तब तक देर हो चुकी थी। अच्छी डिजाइन पहले ही निकल चुकी थीं। चलने वाले रंग खत्म हो चुके थे। कई Collection में पूरी Variety उपलब्ध नहीं थी। जो बचा था... उसी में से खरीदना पड़ा। मजबूरी में। माल तैयार हुआ... Dispatch हुआ... दुकान पहुँचा... तब तक... तीज और राखी लगभग निकल चुकी थीं। फिर वही माल... rack पर रह गया। अब सामने Karwa Chauth और Navratri आ गए। ग्राहकों की पसंद बदल गई। फिर शादी का सीजन शुरू हो गया। और... Retailer हमेशा... एक सीजन पीछे चलता रहा। क्योंकि... उसने अपने ग्राहक को देखकर नहीं... दूसरे Retailers को देखकर खरीदारी की थी।

☒ सबसे बड़ी गलती

अधिकांश Retailers... सीजन आने तक इंतजार करते रहते हैं। जबकि... सफल Retailers... सीजन आने से पहले तैयारी पूरी कर लेते हैं।

☑ सच्चाई

याद रखिए... सीजन शुरू होने पर खरीदारी नहीं होती... सीजन शुरू होने पर बिक्री होती है। खरीदारी... उससे कई सप्ताह पहले हो जानी चाहिए।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब तैयारी देर से होती है... तो नुकसान सिर्फ इतना नहीं होता कि अच्छी डिजाइन नहीं मिलती। नुकसान इससे कहीं ज्यादा होता है।

- सबसे अच्छी डिजाइन पहले ही निकल जाती हैं।
- चलने वाले रंग खत्म हो जाते हैं।
- पूरी Variety नहीं मिलती।
- जल्दी में और बिना Planning के खरीदारी करनी पड़ती है।
- सीजन के समय वही माल महँगे रेट में मिलता है।
- उस समय Manufacturer और Supplier के पास बहुत Orders होते हैं, इसलिए आपके पास विकल्प भी कम रह जाते हैं।
- जो Retailers पहले से तैयारी कर चुके होते हैं, उन्हें वही माल कम रेट में मिल चुका होता है।
- अब जब आप महँगे रेट पर माल खरीदते हैं, तो Competitor वही माल कम रेट में बेच देता है।
- आपका Margin कम हो जाता है, लेकिन Competitor का Profit बढ़ जाता है।
- माल देर से पहुँचता है।
- कई बार सीजन निकल जाता है।
- और वही माल अगले सीजन तक Rack में पड़ा रह जाता है।

याद रखिए... सीजन में महँगा माल खरीदने से बड़ा नुकसान यह नहीं है कि आपने ज्यादा पैसे दिए... सबसे बड़ा नुकसान यह है कि आपका Competitor आपसे पहले तैयारी करके कम रेट में, बेहतर Variety के साथ बाजार में उतर चुका होता है। और जब तक आप तैयारी पूरी करते हैं... बाजार का सबसे अच्छा मौका निकल चुका होता है।

☑ Ruby Formula

हर सीजन की तैयारी कम से कम 45–60 दिन पहले शुरू कीजिए।

✓ पहले – Planning
✓ फिर – Buying
✓ फिर – Display
✓ और अंत में Sale

यही सही क्रम है।

☑ आज ही कीजिए

आज ही अगले तीन सीजन लिखिए –

- ❒ कौन–सा सीजन आने वाला है?
- ❒ उसकी खरीदारी कब शुरू करनी है?
- ❒ माल दुकान में कब तक पहुँच जाना चाहिए?

अगर यह Calendar पहले से बन गया... तो आधी समस्या वहीं खत्म हो जाएगी।

☑ प्रमोद जी की सीख

> ''जो Retailer सीजन आने तक इंतजार करता रहता है... वह हमेशा भागता रहता है। और जो Retailer सीजन आने से पहले तैयारी कर लेता है... वही पूरे सीजन में निश्चिंत होकर बिक्री करता है।''

☑ Ruby Expert Box

> सीजन आने पर खरीदारी मत कीजिए... सीजन आने पर तो सिर्फ बिक्री कीजिए। अगर आप सीजन के दौरान भी खरीदारी में व्यस्त हैं... तो समझिए... आपकी Planning देर से शुरू हुई है।

✓Self Check

अपने आप से पूछिए –

- ❒ क्या मैं हर बार सीजन शुरू होने के बाद खरीदारी करता हूँ?
- ❒ क्या मुझे कई बार मनचाही डिजाइन नहीं मिलती?
- ❒ क्या मुझे चलने वाले रंग नहीं मिलते?
- ❒ क्या मुझे सीजन में महँगे रेट पर माल खरीदना पड़ता है?
- ❒ क्या मेरा माल कई बार सीजन खत्म होने के बाद पहुँचता है?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब ''हाँ'' है... तो समस्या Market की नहीं... Planning की है।

☑ Chapter Summary

> सीजन अचानक नहीं आता... वह हर साल समय पर आता है। फिर भी अगर तैयारी देर से हो रही है... तो समस्या सीजन की नहीं... Planning की है। याद रखिए – जो Retailer पहले तैयारी करता है... वही सबसे पहले बिक्री करता है।

अध्याय 6

गलती नं. 6

Staff को काम सिखाना... लेकिन बिक्री करना नहीं सिखाना

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन मैं एक Retailer की दुकान पर बैठा था। दुकान पर अच्छी भीड़ थी। एक ग्राहक साड़ी देखने आई। Staff ने साड़ियाँ निकालना शुरू कर दीं। 10... 20... 30... पूरी Counter साड़ियों से भर गई। करीब आधे घंटे तक ग्राहक साड़ियाँ देखती रही। फिर बोली...''ठीक है... मैं देखकर आती हूँ।''और चली गई. मैंने दुकान के मालिक से पूछा- ''आपके Staff को Sales Training आखिरी बार कब दी थी? ''उन्होंने कहा- ''Training कैसी प्रमोद जी? ''काम करते-करते सब सीख जाते हैं। ''मैंने पूछा- ''ग्राहक से पहले क्या पूछना है, कौन-सी साड़ी पहले दिखानी है, Sale कैसे Complete करनी है... ये सब किसने सिखाया? ''उन्होंने मुस्कुराकर कहा- ''ये सब तो Experience से आ जाता है।''यहीं मुझे समझ आ गया... Staff दुकान में काम तो कर रहा था... लेकिन बिक्री करना किसी ने सिखाया ही नहीं था।

☒ सबसे बड़ी गलती

ज्यादातर Retailers... Staff को सिर्फ यह सिखाते हैं-

- माल कहाँ रखा है।
- Bill कैसे बनाना है।
- Packing कैसे करनी है।

लेकिन... ये नहीं सिखाते-

- ग्राहक का स्वागत कैसे करना है।
- ग्राहक की जरूरत कैसे समझनी है।
- कौन-सी साड़ी पहले दिखानी है।
- Sale कैसे Complete करनी है।
- ग्राहक को दोबारा दुकान पर कैसे बुलाना है।

☑ सच्चाई

अच्छा Staff अपने-आप नहीं बनता... उसे बनाया जाता है। अगर Training नहीं होगी... तो हर Salesman अपनी समझ से काम करेगा। और हर ग्राहक का अनुभव अलग होगा।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब Staff को Training नहीं मिलती... तो–

- एक ग्राहक को बहुत ज्यादा साड़ियाँ दिखाई जाती हैं।
- ग्राहक Confuse हो जाता है।
- Sale Conversion कम हो जाता है।
- Owner को हर समय बीच में आना पड़ता है।
- Staff Owner पर निर्भर हो जाता है।
- ग्राहक का अनुभव अच्छा नहीं बनता।

सबसे बड़ा नुकसान... Owner दुकान से कभी Free नहीं हो पाता।

☑ Ruby Formula

हर सप्ताह सिर्फ 30 मिनट अपनी टीम के साथ बैठिए। इन 5 बातों पर चर्चा कीजिए –

- ✓ ग्राहक का स्वागत कैसे करें?
- ✓ ग्राहक से पहले कौन–कौन से सवाल पूछें?
- ✓ कौन–सी साड़ी पहले दिखाएँ?
- ✓ Sale कैसे Complete करें?
- ✓ ग्राहक को दोबारा कैसे बुलाएँ?

☑ Ruby Training Example

हर हफ्ते सिर्फ 30 मिनट अपनी टीम के साथ Practice कीजिए। आज का Topic रखिए – ''अगर कोई ग्राहक साड़ी खरीदने आए, तो क्या करना है?''

Step 1 : मुस्कुराकर स्वागत कीजिए

''नमस्ते मैम, स्वागत है। आइए बैठिए। ''कैसी हैं आप?'' आप किस अवसर के लिए साड़ी देखना चाहेंगी?''

Step 2 : पहले समझिए, फिर दिखाइए

कम से कम ये 5 सवाल जरूर पूछिए –

- ✓ कौन–से Function के लिए साड़ी चाहिए?
- ✓ Function दिन का है या रात का?
- ✓ साड़ी कौन पहनेंगे?

✓ आपका Budget कितना है?

✓ कोई पसंदीदा Colour या Fabric है?

Step 3 : अब सिर्फ 3 Category दिखाइए

❒ पहला Option Budget Collection ‘‘मैम, इस Budget में ये हमारी अच्छी Collection है। ‘‘ 2–3 साड़ियाँ दिखाइए।

❒ दूसरा Option Better Collection ‘‘अगर थोड़ा बेहतर Look चाहिए, तो ये Collection देखिए।‘‘ 2–3 साड़ियाँ दिखाइए।

❒ तीसरा Option Premium Collection ‘‘अगर आप सबसे Premium Look चाहती हैं, तो ये हमारी Best Collection है।‘‘ 2–3 साड़ियाँ दिखाइए।

☑ सबसे जरूरी नियम

☒ शुरुआत में 20–30 साड़ियाँ कभी मत निकालिए। ☑ पहले ग्राहक की जरूरत समझिए। ☑ फिर सही Category चुनिए। ☑ उसके बाद Limited Options दिखाइए। याद रखिए... ग्राहक को ज्यादा साड़ियाँ नहीं चाहिए... उसे अपने लिए सही साड़ी चाहिए।

☑ आज ही कीजिए

आज अपनी पूरी टीम की 20 मिनट की Meeting बुलाइए। एक Staff Member को Customer बनाइए... और दूसरे को Salesman। फिर पूरी Sale Process की Practice कराइए। Meeting के अंत में सिर्फ एक सवाल पूछिए – ‘‘आज हमने ऐसा क्या सीखा, जिससे कल हमारी बिक्री बढ़ सकती है? ‘‘अगर आपकी टीम हर हफ्ते सिर्फ 30 मिनट भी Practice करेगी... तो कुछ महीनों बाद उसका आत्मविश्वास और Sales दोनों बदल जाएंगे।

☑ प्रमोद जी की सीख

‘‘Staff आपकी दुकान का खर्च नहीं है... वही आपकी बिक्री बढ़ाने की सबसे बड़ी ताकत है। जितना समय आप माल खरीदने में लगाते हैं... उतना ही समय अपनी टीम को बेहतर बनाने में भी लगाइए।’’

☑ Ruby Expert Box

रोज 1% Training... पूरे साल बड़ा बदलाव। रोज सिर्फ 10 मिनट... या हफ्ते में सिर्फ 30 मिनट... अगर लगातार Training होती रही... तो आपकी टीम का आत्मविश्वास... Customer Handling... और Sale Conversion... तीनों बदल जाएंगे।

✓ Self Check

अपने आप से पूछिए –

- ❒ क्या मैंने पिछले 30 दिनों में अपनी टीम को कोई Sales Training दी है?
- ❒ क्या मेरी टीम हर ग्राहक से एक जैसे सवाल पूछती है?
- ❒ क्या Sale Close करने का कोई तय तरीका है?
- ❒ क्या मेरी अनुपस्थिति में भी टीम उतनी ही अच्छी बिक्री कर सकती है?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब ''नहीं'' है... तो समझिए... आपके Staff को काम तो आता है... लेकिन बिक्री करना अभी नहीं आता।

☑ Chapter Summary

दुकान की सबसे बड़ी ताकत आपका Stock नहीं... आपकी Team है। अच्छा Staff अपने-आप नहीं बनता... उसे Training से बनाया जाता है। याद रखिए – जिस Retailer की Team सीखती रहती है... उसकी बिक्री भी बढ़ती रहती है।

अध्याय 7

गलती नं. 7

दुकान अच्छी है... लेकिन ग्राहक बुलाने का कोई सिस्टम नहीं है

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन मैं एक Retailer से मिलने गया। Showroom बहुत अच्छा था। Collection भी अच्छा था। Staff भी मौजूद था। लेकिन... Showroom में ग्राहक बहुत कम थे। मैंने पूछा- ''काम कैसा चल रहा है? ''उन्होंने कहा- ''क्या बताऊँ प्रमोद जी... ''आजकल ग्राहक पहले जैसे नहीं रहे। ''मैंने पूछा- ''Marketing करते हैं? ''वो हँसकर बोले- ''अरे प्रमोद जी... Marketing तो करते हैं। ''होली पर करते हैं...'' Diwali पर करते हैं...'' अखबार में बढ़िया विज्ञापन देते हैं...'' Banner भी लगाते हैं...''फिर मैंने पूछा- ''बाकी पूरे साल? '' वो मुस्कुराकर बोले- ''हम तो Showroom खोलते हैं...'' जिसको आना होता है, वो अपने-आप आ जाता है। ''बातों-बातों में उन्होंने एक और बात कही...'' अब पहले जैसी बात नहीं रही...'' आजकल साड़ी पहनता कौन है...''साड़ी का क्रेज ही कम हो गया है। ''यहीं मुझे समझ आ गया... समस्या Market की नहीं थी... समस्या सोच की थी।

☒ सबसे बड़ी गलती

ज्यादातर Retailers... Marketing को एक Event समझते हैं। उन्हें लगता है... होली... Diwali... या किसी बड़े Festival पर Advertisement दे दिया... बस Marketing हो गई। लेकिन... Marketing कोई Festival नहीं... एक रोज की आदत है।

☑ सच्चाई

ग्राहक आपको तभी याद रखेगा... जब आप समय-समय पर उसे याद आएँगे। अगर आप पूरे साल चुप रहेंगे... तो ग्राहक भी धीरे-धीरे आपको भूल जाएगा। और फिर... वह उसी दुकान पर जाएगा... जिसे वह बार-बार देखता है।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब Marketing सिर्फ Festival तक सीमित रह जाती है... तो -

- नए ग्राहक कम आने लगते हैं।
- पुराने ग्राहक दूसरी दुकानों से खरीदने लगते हैं।
- Repeat Sale कम हो जाती है।

- ◆ Competitor धीरे-धीरे मजबूत होता जाता है।

और फिर हमें लगने लगता है... ''अब पहले जैसा साड़ी का काम नहीं रहा...''
जबकि... सच्चाई यह है कि... ग्राहक आज भी खरीद रहा है। बस... वह वहाँ खरीद रहा है, जहाँ उसे बार-बार याद दिलाया जा रहा है।

☑ Ruby Formula

Marketing का मतलब सिर्फ Advertisement नहीं होता। Marketing का मतलब है...
ग्राहक को बार-बार याद दिलाना कि- ''हम आपके लिए हमेशा तैयार हैं।''
हर हफ्ते कम से कम ये 5 काम कीजिए-

- ✓ WhatsApp Status पर नई Collection डालिए।
- ✓ पुराने ग्राहकों को नई Collection भेजिए।
- ✓ महीने में कम से कम 4 Reels बनाइए।
- ✓ Google Review लेने की आदत बनाइए।
- ✓ Festival आने का इंतजार मत कीजिए... पूरे साल ग्राहकों के संपर्क में रहिए।

☑ Ruby Marketing Example

मान लीजिए... नई Bandhej Collection आई है। उसे सिर्फ Showroom में मत रखिए। बल्कि - ❒ WhatsApp Status लगाइए। ❒ एक छोटी Reel बनाइए। ❒ अपने पुराने ग्राहकों को भेजिए - ''मैम, आपकी पसंद की नई Bandhej Collection आ गई है। समय मिले तो एक बार जरूर आइए।" यही छोटा-सा प्रयास... ग्राहक को याद दिलाता है... कि आपकी दुकान हमेशा नई Collection के साथ तैयार है।

☑ आज ही कीजिए

आज अपनी दुकान की नई Collection की सिर्फ एक छोटी Video बनाइए। उसे WhatsApp Status पर लगाइए। और अपने 20 पुराने ग्राहकों को भेजिए। फिर देखिए... कितने ग्राहक Reply करते हैं।

☑ प्रमोद जी की सीख

> ''Marketing का मतलब शोर मचाना नहीं होता... Marketing का मतलब है... अपने ग्राहक को समय-समय पर याद दिलाना कि हम आज भी आपके लिए मौजूद हैं। जो दुकान दिखाई देती है... उसी दुकान पर ग्राहक सबसे पहले जाता है।''

☑ Ruby Expert Box

Marketing साल में दो बार नहीं... पूरे साल होनी चाहिए। अगर ग्राहक आपको 6 महीने तक कहीं नहीं देखेगा... तो धीरे-धीरे वह आपको भूल जाएगा। लेकिन... अगर वह हर हफ्ते आपकी नई Collection... आपका Status... या आपकी Reel देखेगा... तो अगली खरीदारी के समय... उसे सबसे पहले आपकी दुकान याद आएगी।

✓ Self Check

अपने आप से पूछिए –

- ❒ क्या मैं सिर्फ Festival पर ही Marketing करता हूँ?
- ❒ क्या मेरे ग्राहकों को हर हफ्ते मेरी नई Collection की जानकारी मिलती है?
- ❒ क्या मेरा WhatsApp Status नियमित Update होता है?
- ❒ क्या मैं पूरे साल ग्राहकों के संपर्क में रहता हूँ?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब "नहीं" है... तो समझिए... आप Marketing नहीं कर रहे... आप सिर्फ दुकान खोलकर ग्राहक का इंतजार कर रहे हैं।

☑ Chapter Summary

Marketing कोई Festival नहीं... Business की रोज की आदत है। याद रखिए – जो Retailer पूरे साल अपने ग्राहकों के संपर्क में रहता है... उसी की दुकान में पूरे साल ग्राहक आते रहते हैं।

अध्याय 8

गलती नं. 8

बिक्री तो हो रही है... लेकिन पैसा कहाँ जा रहा है?

☑ एक सच्ची घटना

एक दिन में एक Retailer के साथ बैठा था। बातों-बातों में मैंने पूछा- ''इस साल आपकी बिक्री कैसी रही?'' उन्होंने कहा- ''भगवान की कृपा से अच्छी रही प्रमोद जी।'' मैंने पूछा- ''बहुत बढ़िया... तो इस साल आपने कितना Net Profit कमाया?'' उन्होंने कहा- ''वो तो Accountant बताएगा...'' मैंने दूसरा सवाल पूछा- ''अच्छा बताइए... आज कितने Supplier का पैसा देना बाकी है?'' उन्होंने कहा- ''यही कोई... अंदाजा है... लेकिन Exact नहीं पता।'' मैंने फिर पूछा ''इस महीने आपकी दुकान का कुल खर्च कितना हुआ?'' वो बोले- ''इतना हिसाब कहाँ रखते हैं...'' मैंने पूछा- ''सिर्फ Salary में कितना खर्च हुआ?'' उन्होंने कहा- ''देखना पड़ेगा...'' मैंने आख़िरी सवाल पूछा- ''पिछले महीने की तुलना में इस महीने खर्च ज्यादा हुआ या कम?'' वो कुछ देर चुप रहे... फिर बोले... ''प्रमोद जी... हमने कभी इस तरह बैठकर सोचा ही नहीं।'' यहीं मुझे समझ आ गया... समस्या बिक्री की नहीं थी... समस्या Financial Planning की थी।

☒ सबसे बड़ी गलती

ज्यादातर Retailers... Sales देखते हैं... लेकिन... Profit और Expenses का Analysis नहीं करते। उन्हें लगता है... ''दुकान चल रही है...'' बस... यही काफी है।

☑ सच्चाई

बड़ी बिक्री होना... और अच्छा Business होना... दो अलग बातें हैं। अगर आपको यह नहीं पता कि-

- इस महीने कितना खर्च हुआ...
- कितना Net Profit बचा...
- कितना Stock बचा हुआ है...
- किस Supplier का कितना भुगतान बाकी है...

तो आप Business चला तो रहे हैं... लेकिन Financial Control आपके हाथ में नहीं है।

☑ इस गलती की असली कीमत

जब हर महीने Financial Review नहीं होता... तो -

- खर्च धीरे-धीरे बढ़ने लगता है।
- Profit कम होने लगता है।

- Stock बढ़ता जाता है।
- किस Supplier का कितना Payment बाकी है, इसका सही हिसाब नहीं रहता।
- Cash की Planning बिगड़ जाती है।
- और कई बार Owner को महीने के अंत में समझ ही नहीं आता... ''इतनी बिक्री हुई.... फिर पैसा गया कहाँ?''

☑ Ruby Formula

हर महीने सिर्फ 30 मिनट निकालिए... और ये 5 बातें जरूर देखिए–

- ✓ इस महीने कुल Sales कितनी हुई?
- ✓ सभी खर्चों के बाद Net Profit कितना बचा?
- ✓ इस महीने कुल Expenses कितने हुए?
- ✓ दुकान में कितना Stock बचा हुआ है?
- ✓ किस Supplier का कितना Payment बाकी है?

इसके बाद... पिछले महीने से तुलना कीजिए। अगर खर्च बढ़ा है... तो क्यों बढ़ा? अगर Profit कम हुआ है... तो क्यों कम हुआ? अगर Stock बढ़ गया है... तो क्यों बढ़ गया? यहीं से सही निर्णय शुरू होते हैं।

☑ आज ही कीजिए

आज एक डायरी या Excel Sheet बनाइए। हर महीने सिर्फ ये 5 बातें लिखिए–

- ❑ Total Sales
- ❑ Total Expenses
- ❑ Net Profit
- ❑ Closing Stock Value
- ❑ Supplier Outstanding

फिर... पिछले महीने से तुलना कीजिए। यकीन मानिए... सिर्फ 30 मिनट का यह Review... आपके पूरे Business की दिशा बदल सकता है।

☑ प्रमोद जी की सीख

> ''बिक्री बढ़ाना अच्छी बात है... लेकिन Profit बचाना उससे भी ज्यादा जरूरी है। हर महीने अपने Business का Financial Report Card जरूर देखिए। जिस Business का हिसाब Owner खुद समझता है... उसी Business की नींव सबसे मजबूत होती है।''

☑ Ruby Expert Box

Sales आपको व्यस्त रखती है... लेकिन Financial Review आपको मजबूत बनाता है। हर महीने सिर्फ एक बार बैठिए... और अपने Business से ये सवाल पूछिए— ''इस महीने पिछले महीने से बेहतर क्या हुआ?'' और कहाँ गलती हुई?'' यही आदत... धीरे-धीरे... आपको एक बेहतर Business Owner बना देगी।

✓ Self Check

अपने आप से पूछिए –

- ❒ क्या मुझे इस महीने का Net Profit पता है?
- ❒ क्या मुझे इस महीने का Total Expense पता है?
- ❒ क्या मुझे अपनी Closing Stock Value पता है?
- ❒ क्या मुझे पता है कि किस Supplier का कितना Payment बाकी है?
- ❒ क्या मैं हर महीने Financial Review करता हूँ?

अगर इनमें से तीन सवालों का जवाब ''नहीं'' है... तो समझिए... आप बिक्री तो कर रहे हैं... लेकिन अपने Business के पैसों को सही तरीके से नहीं संभाल रहे।

☑ Chapter Summary

बड़ी बिक्री देखकर खुश मत होइए... पहले यह देखिए कि महीने के अंत में कितना Profit बचा। याद रखिए – सफल Business वही है... जहाँ Sales के साथ-साथ Profit, Expenses और Cash की भी हर महीने समीक्षा होती है।

आगे बढ़ना है?

Join Ruby Retailer Community

5000+ Retailers का network	Weekly tips	Festival alerts	Free guidance

WhatsApp: +91 8690680085

Ruby Saree House Pvt. Ltd.

Ritika Raj Tower, Gopinath Marg, Jayanti Bazar, Jaipur, Rajasthan

"Retailers Ke Liye Factory-Se-Seedha Growth Partner"

RUBY SAREE HOUSE PVT. LTD.

WE DON'T JUST SELL SAREES

WE HELP RETAILERS GROW

आपकी यात्रा यहीं खत्म नहीं होती...

अगर आपने यह Playbook पढ़ ली है,
तो अब अगला कदम उठाइए।

RETAILER GROWTH FRAMEWORK

- सही PRODUCT SELECTION
- FAST MOVING STOCK PLANNING
- BETTER MARGIN STRATEGY
- CUSTOMER REPEAT SYSTEM
- STAFF TRAINING
- MARKETING & BRANDING
- BUSINESS SYSTEMS
- FREE OWNER MINDSET

RUBY SAREE HOUSE सिर्फ साड़ी नहीं बेचता...

हम Retailers की मदद करते हैं:

- Fast Moving Collections चुनने में
- Dead Stock कम करने में
- Festival Planning में
- Marketing Ideas देने में
- WhatsApp Selling में
- Business Systems बनाने में
- Retail Business Grow करने में

**सही सिस्टम अपनाइए, सही निर्णय लीजिए,
आपका व्यापार अगले 5 वर्षों में कई गुना बढ़ सकता है।**

हमारे साथ जुड़िए

WHATSAPP COMMUNITY

YOUTUBE

INSTAGRAM

WEBSITE

अगर आपको इस Playbook में
Value मिली... तो अगला Step लीजिए।

**हमारा उद्देश्य सिर्फ आपको साड़ी बेचना नहीं है।
हम चाहते हैं कि आपका Business अगले 5 वर्षों में
पहले से कई गुना मजबूत बने।**

Pramod Choudhary

FOUNDER & CEO
Ruby Saree House Pvt. Ltd.

RUBY SAREE HOUSE PVT. LTD.

WE DON'T JUST SELL SAREES
WE HELP RETAILERS GROW

5,000+	25+	400+	60,000+	65+
Retailers Connected	States Presence	Cities we serve	Sarees Reedy Stock	Team Members

By

Pramod Choudhary

FOUNDER & CEO
Ruby Saree House Pvt. Ltd.

SCAN TO JOIN OUR **WHATSAPP COMMUNITY** AND GROW YOUR BUSINESS WITH THE RIGHT GUIDANCE.

+91 90793 76384
rubysareehouse@gmail.com
www.rubysareehouse.com

HEAD OFFICE: JAIPUR
1st, 2nd & 3rd Floor, Ritika Raj Tower,
Gopinath Marg, New Colony,
Near Jayanti Market, M.I. Road,
Jaipur-302001 (Rajasthan) India
+91- 9521885935, 8949286207
+91- 8690680085

SURAT OFFICE
F-1387-88-89, Globale Textile Market,
Opp. New Bombay Market,
Sahara Darwaja,
Surat-395010, Gujarat, India.
+91- 9079376384, 9660015716

FOLLOW US

TOGETHER,
Let's Grow Stronger.