



कीमत सूची को बिना सोचे-समझे बनाने का कोई मतलब नहीं है, और साथ ही ग्राहक की स्थिति को अच्छी तरह से नहीं समझते हैं, और न ही उनके साथ अच्छी तरह से परिचित हैं, इसलिए आधे या पूरे दिन का समय लगाना भी बहुत थकाऊ हो सकता है। यह बात बिल्कुल सही है।

तो मैं ग्राहक को इस प्रस्ताव को कैसे समझाऊं, और A टीम को कैसे प्रमोट करूं? मैंने महसूस किया कि मैं ग्राहक को B टीम को प्रमोट नहीं कर सकता। हालांकि हम कुछ सालों से C पर दोस्त हैं, वे मेरी पिछली आउटसोर्सिंग प्रोजेक्ट टीम के सदस्य थे, और बाद में उन्होंने खुद का व्यवसाय शुरू किया। हम अच्छी तरह से बात करते हैं, व्यवसाय के अनुभव साझा करते हैं, आदि। लेकिन आखिरकार यह पैसे की बात है, एक प्रोजेक्ट पांच से दस लाख का होता है। मुझे लगता है कि मैं केवल ग्राहक को अन्य टीमों से भी मिलवा सकता हूँ, ताकि वे बाजार को समझ सकें। B टीम का कहना है कि यह प्रस्ताव बहुत ही किफायती है। सच में, अगर हम प्रति व्यक्ति प्रति महीने के हिसाब से गणना करें, तो कुछ लोग, प्रति व्यक्ति कंपनी के लिए दस हजार, और दो महीने से अधिक का काम, तो यह सही लगता है। हालांकि, ग्राहक की ओर से सबसे किफायती और सबसे भरोसेमंद समाधान की उम्मीद है।

मुझे इंसान बनना बहुत मुश्किल लग रहा है। मुझे एहसास हो गया है कि मैं अब यह सोचने की स्थिति में नहीं हूँ कि क्या मैं पैसे कमा सकता हूँ। मुझे पूरी तरह से ग्राहक की तरफ से सोचना होगा। आखिरकार, वही मेरा ग्राहक है, वही पैसे खर्च करने वाला है। यह सच है, चारों तरफ देखो तो सॉफ्टवेयर आउटसोर्सिंग टीमें बहुत हैं। दोस्त ने मुझसे संपर्क किया है, यह एक दुर्लभ विश्वास है। मुझे पहले दोस्त का काम अच्छे से करना होगा, तभी शायद मुझे कुछ हजार रुपये कमाने का मौका मिलेगा।

तो, मुझे ग्राहक को कैसे समझाना चाहिए? मुझे दो और टीमों से कीमत पूछने में मदद करनी होगी। इन दोनों टीमों के प्रमुख भी मेरे अच्छे दोस्त हैं, या तो कई सालों से D पर दोस्त हैं, हमेशा संपर्क में रहते हैं, प्रोजेक्ट्स पर काम करने की कोशिश की है, या मिलकर अच्छी तरह बातचीत की है। मैंने इन दोनों टीमों को स्थिति सच-सच बताई, उत्पाद विवरण दस्तावेज़ भेज दिया, और दोनों टीमों से एक अनुमानित कीमत और कुल मूल्य देने के लिए कहा।

मुझे एहसास हुआ कि, एक आउटसोर्सिंग मध्यस्थ के रूप में, मेरा काम वास्तव में संवाद करना है, और बी पक्ष की टीम की सभी जानकारी को जितना संभव हो उतना प्राप्त करना है, और पहले से यह स्पष्ट करना है कि बी पक्ष की टीम के साथ सहयोग कैसा होगा। फिर बी पक्ष की टीम का सम्मान करना और उनके समय की कद्र करना। उनकी कंपनी की जानकारी, टीम का परिचय, परियोजना केस और अनुबंध के नमूने मांगना, यह सब बिल्कुल उचित है। यह वह जानकारी है जो बी पक्ष की टीम को ग्राहक को प्रदान करनी चाहिए, और यह बी पक्ष की टीम को पहले से तैयार करनी चाहिए। फिर इस विशिष्ट परियोजना के लिए, आधे घंटे में अनुमानित कुल मूल्य का एक प्रस्ताव मांगना भी उचित है। हर कोई व्यस्त है, हर किसी का समय बहुमूल्य है। ए पक्ष को भी बी पक्ष के बारे में सोचना चाहिए।

इस तरह से, तीन टीमों के साथ संवाद करके, विस्तृत जानकारी प्राप्त करें, और फिर एक कुल मूल्य अनुमान प्राप्त करें। फिर मैं ग्राहक के साथ संवाद करता हूँ, और ग्राहक को चुनने के लिए कहता हूँ। देखें कि ग्राहक क्या सोचता है, क्या महत्व देता है, क्या वह कीमत पर ध्यान देता है, या फिर सावधानीपूर्वक और ध्यान से काम करने के तरीके पर ध्यान देता है, या फिर टीम की क्षमता पर ध्यान देता है, या फिर एक ही शहर में होने की सुविधा, संवाद की सुगमता आदि पर ध्यान देता है। प्रारंभिक मूल्य प्राप्त करने के बाद, जब ग्राहक उम्मीदवार टीमों को समझ लेता है, और आगे की रुचि होती है, तो ग्राहक को उम्मीदवार टीमों के साथ संवाद करने के लिए कहें, और देखें कि क्या उनके बीच संवाद सुगम है।

फिर, चूंकि ग्राहक को टीम चुननी है, तो यह निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा होनी चाहिए। जब मैं बाद की दो टीमों के साथ संवाद कर रहा हूँ, तो मैं टीम C के प्रस्ताव को प्रकट नहीं कर सकता, यहां तक कि यह भी नहीं बता सकता कि ग्राहक को यह थोड़ा महंगा लगता है। निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा करें, और सभी चीजों को निष्पक्ष और उचित तरीके से करें।

उपरोक्त उदाहरण में, एक विस्तृत ग्राहक सेवा केस स्टडी बताई गई है, जो यह दर्शाता है कि कैसे सभी पक्षों के हितों को अधिकतम संभव



दें, और व्यवसाय को लंबे समय तक कैसे चलाएं। कंपनी के रूप में, हम अपने साझेदारों, साझेदारी के रूप, पूर्णकालिक कर्मचारियों या अंशकालिक कर्मचारियों का चयन कैसे करें। इसी तरह, प्रोजेक्ट की शुरुआत से लेकर अंतिम भुगतान और हस्ताक्षर तक, और फिर सेवा के बाद के चरणों तक, ये सभी पहलू हैं जिन्हें हम लगातार सर्वोत्तम बना सकते हैं। ग्राहक से पहली बार मिलने पर, क्या हम दोनों पक्षों को एक-दूसरे को समझने के लिए प्रयास करते हैं, क्या हम पूरी तरह से ग्राहक के हितों को ध्यान में रखते हैं। प्रोजेक्ट के दौरान, क्या हम ग्राहक के लिए अधिकतम सुविधा प्रदान करते हैं, उन्हें चिंता और परेशानी से मुक्त रखते हैं, और यहां तक कि प्रोजेक्ट को बेहतर बनाने के लिए ग्राहक को सहयोग करने के लिए प्रेरित करते हैं।

ग्राहक प्राप्ति के मामले में, हम न केवल खुद को सक्रिय रूप से प्रदर्शित करते हैं, बल्कि संभावित ग्राहकों के साथ भी अच्छे संबंध बनाए रखते हैं। हम लोगों की मदद करने का प्रयास करते हैं, और यहां तक कि अपने साथियों के साथ भी बहुत सारे अनुभव साझा करते हैं।

हमारी ऊर्जा सीमित है, इसलिए हम हर चीज़ को अच्छी तरह से नहीं कर सकते। व्यक्तिगत रूप से, हम छोटे हैं। कौशल को बढ़ाने के साथ-साथ दोस्त बनाने के लिए भी हमारी ऊर्जा हमेशा कम पड़ जाती है। धीरे-धीरे हम केवल एक ही चीज़ को अच्छी तरह से कर पाते हैं, और फिर अपने ऊपर और नीचे के दोस्तों के साथ मिलकर काम करते हैं।

यह बिल्कुल स्व-मीडिया की तरह है। हम एक साल में 10 लेख लिखते हैं, एक साल में 50 लेख लिखते हैं, एक साल में 100 लेख लिखते हैं, एक साल में 300 लेख लिखते हैं, यह प्रयास का स्तर बहुत अलग है। बेशक, यह और भी महत्वपूर्ण लगता है कि लेख कैसे लिखे गए हैं, और उनका प्रचार कैसे किया गया है। आखिरकार, आजकल लेखों की संख्या बहुत अधिक है।

भाई-बंधुओं के बीच भी लेन-देन का हिसाब साफ़ रखना चाहिए, ताकि सभी पक्षों के हितों को संतुलित किया जा सके और सभी को संतुष्टि मिले। बेशक, रोज़मर्रा के संवाद और व्यवहार में भी ईमानदारी और खुशी से बातचीत करनी चाहिए। दिल में हितों का हिसाब साफ़ रखें, लंबे समय के सहयोग के लिए थोड़ा नुकसान उठाना भी ठीक है, लेकिन कोशिश करें कि काम को न्यायसंगत तरीके से किया जाए।

प्रोजेक्ट किसे दिया जाए, यह अक्सर इस बात पर निर्भर करता है कि किसे इसकी अधिक आवश्यकता है और कौन अधिक ईमानदारी दिखा रहा है। जिन लोगों को प्रोजेक्ट की इच्छा नहीं है, उनके लिए प्रोजेक्ट का कोई मूल्य नहीं है। जिन लोगों को प्रोजेक्ट की इच्छा है, उनके लिए प्रोजेक्ट बहुत महत्वपूर्ण है। अक्सर लोग कहते हैं कि कम कीमत ही राजा है। □□□□□□□□ अधिक ईमानदारी दिखाता है और अधिक मेहनत करता है, इसलिए कोई चारा नहीं है, लोगों का पैसा उसे ही कमाना पड़ता है। □□□□□ ने बोली लगाने वाली रैंकिंग (□□□□□□□□ □□□□□□□□) का आविष्कार किया, ताकि ग्राहकों की ईमानदारी का मूल्य तय किया जा सके। □□□□□ ने अपने फोन को बेहतर बनाया और बिना किसी दया के उनकी कीमत अधिक रखी, ताकि जनता की ईमानदारी की परीक्षा ली जा सके।

व्यापार में व्यापार की बात होती है। दोस्ती अलग है, व्यापार अलग है। बात यही है।

सॉफ्टवेयर प्रोजेक्ट्स भी कई प्रकार के होते हैं। जब कोई क्लाइंट एक विशेष प्रकार का प्रोजेक्ट लेकर आता है, जैसे कि हार्डवेयर और सॉफ्टवेयर का संयोजन, और अगर हमारे पास इस क्षेत्र में अनुभव है, तो हम इस विषय पर एक संग्रह तैयार कर सकते हैं और क्लाइंट को इस प्रकार के प्रोजेक्ट्स के बारे में जानकारी भेज सकते हैं। विशेष रूप से उन क्लाइंट्स के लिए जो पहली बार हमसे जुड़ रहे हैं, हमें यथासंभव विस्तृत जानकारी प्रदान करनी चाहिए, ताकि क्लाइंट हमें पूरी तरह से समझ सके। इसका मतलब यह भी है कि हम क्लाइंट के लिए प्रोजेक्ट पूरा करने के बाद, उसे प्रदर्शित करने का प्रयास करें। क्लाइंट के साथ अच्छी तरह से संवाद करें कि क्या हम प्रोजेक्ट को प्रदर्शित कर सकते हैं, पूरी तरह से प्रदर्शित कर सकते हैं, या केवल अस्पष्ट रूप से प्रदर्शित कर सकते हैं, या फिर तकनीकी अनुभव साझा कर सकते हैं। यहां हमारे पास करने के लिए बहुत कुछ है, जैसे कि हम व्यक्तिगत रूप से क्या कर सकते हैं, हमारे पास कौन-कौन से कौशल हैं, लोग हमसे क्या करवा सकते हैं, यहां बहुत कुछ है जहां हम अपना योगदान दे सकते हैं। मैं भी इसमें बहुत अच्छा नहीं हूँ, क्लाइंट से पूछने में आलस करता हूँ, क्लाइंट को परेशान करने से डरता हूँ, आदि। कुछ व्यस्त बड़े क्लाइंट्स के लिए, हम साल में एक बार उन्हें अपडेट दे सकते हैं, उन्हें हमारी स्थिति के बारे में बता सकते हैं। हो सकता है कि बड़े क्लाइंट्स बहुत व्यस्त हों, और उनके पास सोशल मीडिया चेक करने का भी समय न

हो। सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि हर बार सहयोग करते समय हमें कोशिश करनी चाहिए कि काम को अच्छे से पूरा किया जाए, और हर बार संवाद भी अच्छा हो।

मैंने पिछले लेख “5 साल में, इंटरशिप की सैलरी 4 हजार से लेकर स्टार्टअप का सालाना राजस्व 30 लाख तक! मेरे साइड बिज़नेस ट्रेनिंग कैंप में शामिल हों” में बताया था कि पिछले एक साल से, मैं एक दोस्त की टीम को प्रोजेक्ट्स दिलवा रहा हूँ और सौ से अधिक ग्रुप बनाए हैं। ऐसा करने से मुझे बहुत आसानी होती है। जब मैंने इस बारे में गंभीरता से सोचा, तो मैंने दोस्तों से भी बात की, और मैंने तय किया कि मुझे चैनल्स को थोड़ा बिखेरना चाहिए और अधिक दोस्त बनाने चाहिए। इस तरह, मैं उद्योग की स्थिति को बेहतर ढंग से समझ सकता हूँ और यह जान सकता हूँ कि संसाधनों को सबसे अच्छे तरीके से कैसे मैच किया जाए। अलग-अलग टीमों में अलग-अलग कामों में माहिर हो सकती हैं, अलग-अलग क्षेत्रों में काम कर सकती हैं, और अलग-अलग रास्ते अपना सकती हैं। मैं अभी भी इस दोस्त की टीम को ग्रुप बनाने में मदद करूँगा, और हमारी दोस्ती को बहुत महत्व देता हूँ। हालांकि, मैं कुछ प्रोजेक्ट्स को अलग करूँगा और कुछ दोस्तों के साथ मजबूत दोस्ती बनाने की कोशिश करूँगा, ताकि हमारे बीच अधिक आदान-प्रदान हो सके। शायद अंत में मुझे लगे कि यह दोस्त की टीम ही सबसे अच्छी है। मैं ऐसा आउटसोर्सिंग मध्यस्थ के रूप में कर रहा हूँ, और मैं केवल इतना ही कमा सकता हूँ, इसे और अधिक ऑप्टिमाइज़ नहीं किया जा सकता, इसलिए इसे उन्हें ही सौंप दूँगा। शायद मुझे लगे कि अधिक भाई-बंधु होना भी अच्छा है।

मुझे एहसास हुआ कि सौ समूहों से जुड़ने की कोशिश करने में, मैंने कुछ चीजों को ठीक से संभाला नहीं। मैंने ग्राहकों को टीम के बारे में पर्याप्त जानकारी देने की कोशिश नहीं की, और परियोजना के प्रकार के आधार पर ग्राहकों के लिए सबसे उपयुक्त टीम खोजने का प्रयास नहीं किया। फिर दोस्तों ने मुझसे संपर्क किया, और मुझे अपने संबंधों को संभालना था, दोस्तों का आभार व्यक्त करना था, लेकिन मैंने इसे भी ठीक से नहीं किया। एक दोस्त ने मुझे पचास हजार से एक लाख का प्रोजेक्ट दिया, मैंने उसके लिए टीम खोजी, काम को अच्छे से किया, और मुझे दो हजार कमाने का सौभाग्य मिला। कुछ दिनों बाद उसी दोस्त ने सोशल मीडिया पर नौकरी का विज्ञापन पोस्ट किया, क्या मुझे इसे शेयर करना चाहिए? अपने काम को अच्छे से करो, और संबंधों को भी बनाए रखने की कोशिश करो।

प्रोजेक्ट किसे दें, पद किसे दें, पैसा किसे कमाने दें। इसमें बहुत सारी बातें हैं, विभिन्न दोस्तों के साथ मिलकर, उन्होंने मुझे बहुत प्रेरणा दी है। यह वास्तव में आसान नहीं है, बहुत सारी बातें हैं, जैसे कि लंबे समय तक दोस्तों के साथ कैसे रहें, ग्राहकों के साथ लंबे समय तक कैसे सहयोग करें। समय बीतने के साथ, हम अपने पिछले कार्यों के प्रभाव को देख सकते हैं। इसलिए, मेहनत करते रहें।