NeuSource
STARTUP MINDS
HELPING STARTUPS TO START

STARTUP ROADMAP

सफलता की ओर एक यात्रा

स्टार्टअप की यात्रा एक खजाने के मानचित्र की तरह होती है और एक सफल स्टार्टअप की यात्रा एक आदर्श रोडमैप के बिना संभव नहीं होती

Know How to Define Your Startup IDEA

We Help Startups to Start

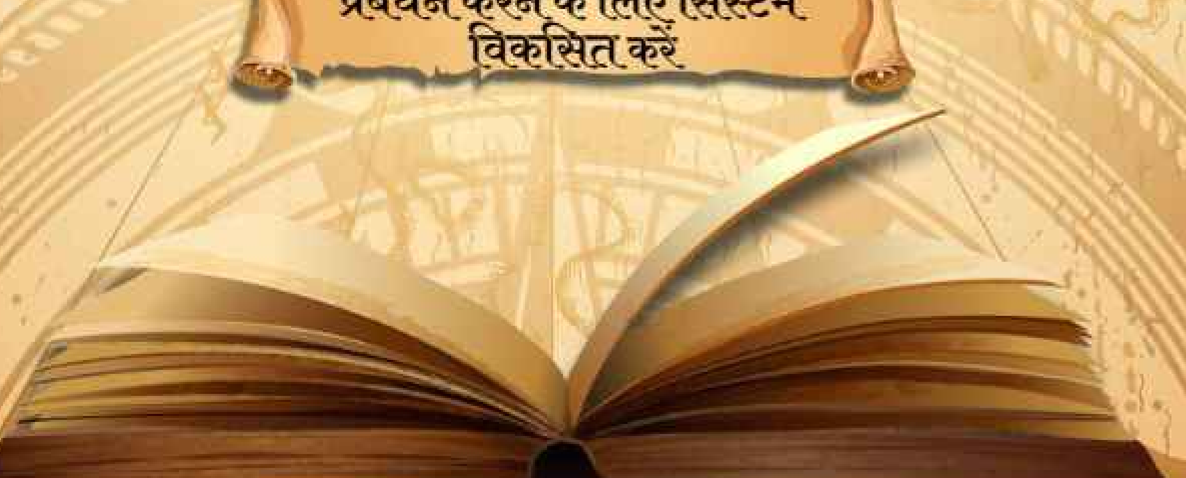
अगर आप कोई स्टार्टअप शुरू करने जा रहे हैं तो सबसे पहले अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित में परिभाषित करें, ताकि आप खुद में क्लियर हो सके की कब, क्या और कैसे करना है. उसके बाद ऐसे उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें जिनसे आप ज्यादा से ज्यादा नए ग्राहकों को आकर्षित कर सकें. फिर आपको अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) निर्माण करना है, जिस पर भरोसा किया जा सके. क्यूंकि ट्रस्ट ही असली बिज़नेस है. ये सब कर लेने के बाद निवेश की राशि का निर्धारण करें और उसे प्राप्त करने के विकल्प खोजें, क्यूंकि बिज़नेस बिना पूंजी के नहीं किया जा सकता, अब एक ऐसे सेल्स फनेल (Sales Funnel) का निर्माण करें जिससे से आपके स्टार्टअप को नए ग्राहक प्राप्त होते रहें साथ ही इन ग्राहकों को "अप-सेल" (Up-sale) और "क्रॉस-सेल" (Cross-sale) करने के लिए सम्बंधित उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें, इसके बाद यदि आप "On The Business" आना चाहते हैं तो अपनी बिजनेस प्रक्रियों का ऑटोमेशन करें और टीम के टास्क का प्रबंधन करने के लिए सिस्टम विकसित करें.

HEMANT GUPTA

Index

सफल स्टार्टअप के लिए रोडमैप न केवल एक योजना होती है, बल्कि यह एक संकेत है कि आप कहाँ खड़े हो और आपको कहाँ जाना है

- अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित में परिभाषित करें
- ऐसे उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें जिनसे आप नए ग्राहकों को आकर्षित कर सके
- अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) निर्माण करें, जिस पर भरोसा किया जा सके (Part-1)
- अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) निर्माण करें, जिस पर भरोसा किया जा सके (Part-2)
- निवेश की राशि का निर्धारण करें और उसे प्राप्त करने के विकल्प खोज
- अपने सेल्स फनेल (Sales Funnel) का निर्माण करें
- "अप-सेल" (Up-sale) और "क्रॉस-सेल" (Cross-sale) के लिए उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें
- अपने बिजनेस प्रक्रियाओं का ऑटोमेशन करें
- मार्केटिंग प्रोसेस का ऑटोमेशन करें
- ग्राहक सेवा प्रक्रिया का ऑटोमेशन करें
- टीम और टीम के टास्क का प्रबंधन करने के लिए सिस्टम विकसित करें



अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित में परिभाषित करें

स्टार्टअप आईडिया को शब्दों में परिभाषित करके, आप अपने सपनों को वास्तविकता में बदल सकते हैं

जब आप अपने आइडिया को लिखित रूप से परिभाषित नहीं करते हैं, तो उसे दूसरों के साथ साझा करना अधिक चुनौतीपूर्ण हो सकता है क्योंकि शब्दों का उपयोग करके ही आप अपने विचारों को दूसरों को बता सकते हो, लिखित रूप से परिभाषित स्टार्टअप आईडिया ही लोगो को स्पष्टता और विश्वसनीयता प्रदान करता हैं। जो उन्हें आपके स्टार्टअप आइडिया को सहायता और समर्थन देने के लिए प्रेरित करता है। जब लोग आपके विचारों को स्पष्टता से समझते हैं, तो वे आपके सपनों और उद्यम के प्रति अधिक समर्पित होते हैं। आइडिया को लिखित रूप से परिभाषित करने से आपको अपने आइडिया के बारे में सोचने और उसे संपूर्णता के साथ व्यक्त करने के लिए तैयार करता है। जब आप लिखित रूप में अपने आइडिया को देखते हैं, तो आपको उसकी कमियों का भी पता चलता है, जिससे आप अपने आइडिया को संवार सकते हैं और उसे ज्यादा मजबूत और प्रभावी बना सकते हैं

01 Investor Appeal

यदि आपके पास लिखित रूप में स्पष्टता नहीं होगी, तो आपके पास स्टार्टअप आईडिया को संक्षेप में प्रस्तुत करने, उसकी महत्वपूर्ण विशेषताओं को हाइलाइट करने और आकर्षक तरीके से प्रस्तुत करने की क्षमता कम होगी। यह आपके स्टार्टअप के लिए निवेशकों को प्रभावित करने का अवसर कम कर सकता है।

02 Team Alignment

जब आप अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित रूप में परिभाषित नहीं करते हैं, तो आपकी टीम को एकजुट होकर काम करने में कठिनाई आ सकती है। लिखित रूप में आईडिया को परिभाषित करने से, आपके टीम के सदस्यों को स्पष्टता मिलती है कि कौनसा लक्ष्य पूरा करना है, कौनसे कार्य करने हैं और उनमे उनकी भूमिका क्या रहेगी।

03 Legal Protection

जब आप अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित रूप में परिभाषित नहीं करते हैं, तो आपके प्रतिस्पर्धी आपके आईडिया को चुरा सकते हैं। लिखित रूप में आईडिया को परिभाषित करने से, आपके पास आईडिया के संरक्षण करने के लिए IPR संबंधित कानूनी सुरक्षा उपाय लेने का अवसर होता है, इससे आपकी आईडिया की सुरक्षा बढ़ती है ।

04 Progress Measurement

अगर आप अपने स्टार्टअप आईडिया को लिखित रूप में परिभाषित नहीं करते हैं, तो आपके पास आपकी प्रगति को मापने और मूल्यांकन करने के लिए एक स्पष्ट मानदंड नहीं होगा। लिखित रूप में आईडिया को व्यक्त करने से, आप अपने आईडिया की प्रगति को ट्रैक कर सकते हैं और उसे सफलता के मानदंडों से मिलाने के लिए आवश्यक संशोधन कर सकते हैं।

ऐसे उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें जिनसे आप नए ग्राहकों को आकर्षित कर सकें

यदि आप किसी ऐसे प्रोडक्ट या सेवा का निर्माण कर लेते हैं जिससे आप ज्यादा से ज्यादा लोगो को अपना ग्राहक बना सकते हैं, तो समझिए कि आपके स्टार्टअप को सफल होने से अब कोई नहीं रोक सकता

स्टार्टअप के लिए नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए प्रोडक्ट या सेवाएं न होने की स्थिति में, लोग आपकी कंपनी में रुचि नहीं दिखाएंगे, इससे आपकी कंपनी को ग्राहकों की कमी का सामना करना पड़ सकता है और आप अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने में सफल नहीं हो पाएंगे। स्टार्टअप के लिए नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए प्रोडक्ट या सेवाएं न होने की स्थिति में, लोग आपकी कंपनी को एक प्रमुख ब्रांड के रूप में मान्यता नहीं देंगे इससे आपकी कंपनी की प्रतिष्ठा प्रभावित हो सकती है और लोगों की नजर में आपकी कंपनी कम विश्वसनीय हो सकती है। स्टार्टअप के लिए नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए प्रोडक्ट या सेवाएं न होने की स्थिति में, आपकी कंपनी को नई बाजारों में प्रवेश करने में कठिनाई हो सकती है और आपके विस्तार के अवसर संकुचित हो सकते है

01 Understand Customer Needs

नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए, आपको उनकी आवश्यकताओं को समझना होगा। उनके इंटरेस्ट, जरूरतें, और इच्छाएं समझें और यह सुनिश्चित करें कि आप अपने स्किल सेट से कौनसे ऐसे उत्पाद या सेवाएं बना सकते हैं जो उनकी आवश्यकताओं को पूरा कर सकती हैं।

02 Market Survey

अपने उत्पाद या सेवा के लिए अपने बाजार का अध्ययन करें, पता लगाएं कि उस बाजार में कौन से उत्पाद और सेवाएं पहले से मौजूद हैं और आपका उत्पाद या सेवा कैसे उनसे अलग हो सकता है।

03 Improve and Innovate

अपने उत्पाद या सेवा को नवीनीकृत करने के लिए नवीनतम टेक्नोलॉजी और तकनीक का उपयोग करें। यह सुनिश्चित करें कि आपका उत्पाद या सेवा वर्तमान के ट्रेंड और उपयोगकर्ताओं की आवश्यकताओं के साथ संगत है।

04 Test Your Product or Service

अपने उत्पाद या सेवा को ग्राहकों के सामने प्रमाणित करने के लिए एक अच्छी मार्केटिंग और प्रचार की रणनीति बनाएं। आप विभिन्न माध्यमों जैसे सोशल मीडिया, विज्ञापन, यूट्यूब वीडियो, ईमेल आदि का उपयोग कर सकते हैं। अपने उत्पाद या सेवा के फायदों और अलगाव को सुंदरता से प्रदर्शित करें।

अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) निर्माण करें, जिस पर भरोसा किया जा सकें (Part-1)

आपके प्रोडक्ट या सर्विसेज कितनी भी अच्छी क्यों न हो, आप मार्केटिंग में कितना भी पैसा क्यों न लगा रहे हो, लेकिन जब तक आप का ग्राहक आप पर और आपकी कंपनी पर भरोसा करेगा नहीं वो खरीदेगा नहीं, हीं फिर आप बेचेंगे किसको?

अगर आप अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) का निर्माण नहीं करेंगे, जिस पर भरोसा किया जा सके, तो आपकी कंपनी की पहचान कमजोर हो सकती है, जिससे आपकी विश्वासयोग्यता प्रभावित हो सकती है और ग्राहकों कोआप पर भरोसा करने में कठिनाई हो सकती है। दूसरे, आपको अपने स्टार्टअप के उत्पाद या सेवाओं को बाजार में प्रदर्शित करने में कठिनाई हो सकती है, क्योंकि आपकी कंपनी की आभा (Aura) के बिना आपको अपने लक्ष्य ग्राहकों तक पहुंचने मेंमुश्किलें हो सकती हैं। तीसरे, आपके प्रतिस्पर्धी आपसे आगे निकल सकते है, क्योंकि अच्छी आभा वाले स्टार्टअप्स आपके स्टार्टअप को पीछे छोड़ सकते हैं। इसके अलावा, आपको निवेशकों और साझेदारों को प्रभावित करने में भी कठिनाई हो सकती है, क्योंकि वे आपकी कंपनी की आभा (Aura) को महत्वपूर्ण मानते हैं

01 Incorporation

बिजनेस की खुद से अलग पहचान बनाना सबसे पहले जरूरी है। इससे लोगों को गर्व होता है कि उन्होंने किससे खरीदारी की, कहां काम किया और कहां निवेश किया है, चाहे वे ग्राहक हों, कर्मचारी हों या निवेशक हों।

02 Intellectual Property Rights

जब आपके व्यापारिक नाम या ट्रेडमार्कपर ™ चिन्ह लगा होता है, तो यह दिखाता है कि वह नाम या Logo व्यापारिक रुप से पंजीकृत है इसी तरह, जब आपकी कैटलॉग या वेबसाइट पर ©चिन्ह दिखाई देता है, तो यह दर्शाता है कि आपकी सामग्री कॉपीराइट के अधीन है और ये सब देखने वाले की नजरों में आपको ब्रांड के रूप में दर्शाता है।

03 Startup Recognition

दुनिया आपको स्टार्टअप तभी मानेगी जब आप भारत सरकार की स्टार्टअप इंडिया स्कीम से अनुमोदित होंगे। इसलिए, अपने स्टार्टअप को इस स्कीम के तहत मान्यता प्राप्त जरूर करवायें। यह आपके स्टार्टअप को ग्राहकों के विश्वास के साथ-साथ सरकारी योजनाओं का लाभ भी प्रदान करेगी।

04 Other Registration

GST, MSME Registration और ISO certification आपकी कंपनी की विश्वसनीयता को और बढ़ाते हैं। ये सरकारी प्रमाणपत्र और मान्यताएं हैं जो आपके व्यवसाय को सत्यापित करती हैं और आपके ग्राहकों को आपकी कंपनी में विश्वास दिलाने में मदद करती हैं।

अपने स्टार्टअप के लिए एक "आभा" (Aura) निर्माण करें, जिस पर भरोसा किया जा सकें (Part-2)

Compliances, Web Presence, Content Production, और Social Media Optimization - ये सभी आपके स्टार्टअप के लिए एक "आभा"(Aura) निर्माण करें में सहायक सिद्ध होंगे

सरकार, विवेशक और बैंक की नजरों में अपने आप को विश्वसनीय बनाये रखने के लिए, जरूरी कम्प्लायंस को पूरा रखना महत्वपूर्ण है। वेब प्रेजेंस भी महत्वपूर्ण है, जहां एक अच्छी वेबसाइट के साथ-साथ सोशल मीडिया प्रोफाइल, मोबाइल एप्लिकेशन, लैंडिंग पेज, ब्लॉग और अन्य ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों का उपयोग करके विश्वसनीयता स्थापित की जाती है। साथ ही, Content निर्माण भी महत्वपूर्ण है, क्योंकि बिना उपयोगी और रचनात्मक Content के हम अपने वेबसाइट को प्रभावी बनाने, सोशल मीडिया पर फॉलोअर्स को बढ़ाने और मार्केटिंग करने में सक्षम नहीं हो सकते। सोशल मीडिया ऑप्टिमाइजेशन के माध्यम से भी आप अपनी प्रोफाइल को बढ़ा सकते हैं, जिससे आपको अधिक फॉलोअर्स मिल सकें और आप अपने व्यवसाय को सफलता की ओर ले जा सकें, इन सभी पहलुओं का उचित प्रयास आपके व्यवसाय को गुणवत्तापूर्ण पहचान प्रदान करने में मदद करेगा

01 Compliances

सरकार, विवेशक और बैंक की नजरों में अपनी कंपनी की Good Boy इमेज बनाने के लिए, आपको सभी लागू करने योग्य (Compliances) को अपडेट रखने की आवश्यकता होती है। इससे आपकी कंपनी को सरकारी अनुमोदन में कोई समस्या नहीं होगी, इसके अलावा, आपकी कंपनी को वित्तीय स्थिरता और संभावित विवेश की संभावनाएं मिलेंगी।

02 Web Presence

Web Presence का मतलब सिर्फ एक वेबसाइट बना देना भर नहीं है Web Presence में वेबसाइट के अलावा, सोशल मीडिया प्रोफाइल, मोबाइल एप, लैंडिंग पेजेज, ब्लॉग, समीक्षा प्लेटफॉर्म और अन्य ऑनलाइन प्लेटफॉर्म भी शामिल होते हैं मजबूत वेब प्रेजेंस विश्वसनीयता स्थापित करने, बड़ी संख्या में ग्राहकों तक पहुंचने, संबंध बनाने और डिजिटल रूप में उत्पादों या सेवाओं को प्रमोट करने के लिए महत्वपूर्ण होती है।

03 Content Production

"Content is the king" यह बात आपने बहुत बार सुनी होगी, लेकिन आज के समय में वास्तविकता में यही सत्य है। बिना Content के, हम न ही एक अच्छी वेबसाइट बना सकते हैं, न ही सोशल मीडिया पर Followers को बढ़ा सकते हैं और न ही मार्केटिंग कर सकते हैं। यदि हमें लोगों का विश्वास जीतना है, तो हमें अपने निश्चित ग्राहकों के लिए उपयोगी और Creative Content का निर्माण करना ही होगा।

04 Social Media Optimization

आज किसी इंसान की या बिज़नेस की ताकत इस बात से नापी जाती की Social Media पर उसके कितने Followers हैं कितने लोगों ने उन्हें या उनके Products को like किया, आपको अपनी और अपने बिज़नेस दोनो की Creative Profile प्रमुख Social Media Platform पर बनानी होगी।

निवेश की राशि का निर्धारण करें और उसे प्राप्त करने के विकल्प खोजें

स्टार्टअप की प्रारंभिक चरणों में, निवेश केवल धन के बारे में ही नहीं होता, बल्कि मेंटर्स और सलाहकारों को ढूंढने के लिए भी होता है जो आपकी इस यात्रा को नेविगेट कर सके

अगर आप एक बड़ी ऑडियंस के लिए कोई प्रॉब्लम Solving प्रोडक्ट या सर्विस डेवेलोप कर जाए तो आपका कस्टमर ही आपका बेस्ट सोर्स ऑफ फंडिंग है लेकिन नहीं आपको तो फंडिंग ही चाहिए क्योंकि आपको अपनी क्रिएटिविटी नहीं यूज़ करनी, अपने अंदर नए स्किल सेट डेवेलोप नहीं करने आपको बस कोई सक्सेसफुल बिज़नेस मॉडल या प्रोडक्ट या सर्विस कॉपी करना है जिसमे की कॉम्पिटिशन है और ऐसे कॉम्पिटिशन को मात देने के लिए तो फिर फंडिंग चाहिए ही होगी, आज आप बहुत सी न्यूज़ सुनते हैं इस स्टार्टअप इतने मिलियन की फंडिंग हो गयी उस स्टार्टअप को इतने बिलियन की फंडिंग हो गयी ऐसे में माइंड में बस बैठ गया है कि स्टार्टअप मतलब फंडिंग जैसे ठंडा मतलब कोकाकोला, लेकिन एक्चुअल में ऐसे है नही। आज अगर आप सफल इंटप्रेन्योर बनाना चाहते हैं तो एसेट लाइट बिज़नेस मॉडल को अपनाइए, क्रिएटिविटी एंड अपने स्किल सेट्स का यूज़ करिये, अपने अंदर नए स्किल सेट डेवेलोप करिये, टेक्नोलॉजी एंड टूल्स की मदद लीजिये ऐसे में शायद आपको फंडिंग की जरूरत ही न पड़े

01 Business Planning

फंडिंग पाने के लिए सबसे पहले अपने स्टार्टअप के लिए एक व्यावसायिक योजना तैयार करें। इसमें आपके बिज़नेस की सभी डिटेल्स जैसे कि, रेवेन्यू मॉडल, प्रोडक्ट्स एंड सर्विसेज, Marketing Strategy, फंडिंग नीड, फण्ड Utilization, कस्टमर Acquisition मॉडल, Registration एंड सर्टिफिकेशन, टीम डिटेल, Projected Financials, आदि शामिल होने चाहिए।

02 Source of Funding

उसके बाद आपको विभिन्न फंडिंग विकल्पों की जांच करनी चाहिए। इसमें शामिल हो सकते हैं बैंक ऋण, निवेशकों से निजी पूंजी प्राप्त करना, स्टार्टअप एक्सेलरेटर्स या साझेदारी जैसे विकल्प। आपको विभिन्न विकल्पों के लाभों, खामियों और शर्तों का Analysis करना चाहिए ताकि आप अपने आवश्यकतानुसार सबसे उपयुक्त विकल्प का चयन कर सकें।

03 Networking:

उसके बाद आपको संबंधित व्यापारिक समुदायों, निवेशकों, Angel Investors कों और स्टार्टअप एक्सेलरेटर्स के साथ संपर्क स्थापित करना चाहिए। एक समर्थन नेटवर्क बनाना चाहिए जो आपको वित्तीय संसाधनों तक पहुंचने में मदद कर सकता है।

04 Government Schemes

कई राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय, सरकारी और गैर-सरकारी संगठन फंडिंग सहायता प्रदान करते हैं। आप अपने स्थानीय उद्योग मंत्रालय या उद्यमिता विभाग से जांच कर सकते हैं कि क्या आपके स्टार्टअप को समर्थन करने के लिए कोई योजना उपलब्ध है।

अपने सेल्स फनेल (Sales Funnel) का निर्माण करें

अपने स्टार्टअप को सफल बनाने के लिए, आपको अधिक से अधिक ग्राहकों को अपनी ओर खींचने की आवश्यकता होती है, और इसके लिए आपको एक स्पष्ट और कारगर सेल्स फनेल चाहिए ही होगा

सेल्स फनेल (Sales Funnel) एक प्रभावी बिक्री प्रक्रिया है जो लोगो को टारगेट करने से लेकर ग्राहक बनने तक के लिए निर्मित की जाती है। इसमें ग्राहक की यात्रा को अलग-अलग चरणों में विभाजित किया जाता है, जिसमें सबसे पहले लोगो की जागरूकता बढ़ाई जाती है, उन्हें आपके उत्पाद या सेवा के बारे में प्राथमिक जानकारी प्रदान की जाती है, उसके बाद इच्छुक व्यक्तियों को मूल्यांकन किया जाता है, उन्हें Nurture किया जाता है और एक योग्य प्रस्ताव पेश किया जाता है, और अंततः उनके निर्णय और खरीद पर ध्यान केंद्रित होता है। सेल्स फनेल के माध्यम से, अधिक से अधिक ग्राहकों को खींचा जाता है और एक विश्वास का रिश्ता बनाया जाता है जो उन्हें लंबे समय तक अपने साथ बने रहने की संभावना को बनाए रखता है

01 Prospecting

सेल्स फनेल के पहले पहलू में, आपको अपने उत्पाद या सेवा के बारे में लोगों की जागरूकता बढ़ानी होगी। इसके लिए आपको एक व्यापक और प्रभावी मार्केटिंग रणनीति का उपयोग करना चाहिए जिसमें सोशल मीडिया, ईमेल मार्केटिंग, ब्लॉगिंग, और वेबिनार्स जैसे टूल शामिल हो सकते हैं।

02 Profiling

इच्छुक व्यक्तियों की अच्छी तरह से प्रोफाइलिंग करें और उन्हें ड्रिप कैंपेन से टारगेट करें। यह आपको अपने सेल्स फनेल को अधिक प्रभावी बनाने में मदद करेगा। व्यक्तिगत इंटरेस्ट्स के आधार पर, आप व्यक्तियों के लिए प्रभावी संदेश और Content विकसित कर सकते हैं, जो उन्हें आपके उत्पाद या सेवा की ओर आकर्षित करेगी।

03 Nurture

आपको उन इच्छुक व्यक्तियों को Nurture करना होगा जिन्होंने पहले दो पहलूओं में रुचि दिखाई है। इसका मतलब है कि आपको उनके साथ संपर्क में बने रहना होगा, उन्हें वैल्यूएडेड Content देकर निर्धारित चरणों में आगे बढ़ाने के लिए प्रेरित करना होगा। आपका उद्देश्य यहां यह है कि आप उनकी विश्वसनीयता का निर्माण करें ताकि वे आपके साथ लंबे समय तक बने रहें और अंततः खरीदारी करें।

04 CRM

आपको प्रभावी कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट (CRM) सॉफ़्टवेयर का उपयोग करके ग्राहकों के साथ संपर्क बनाए रखने के लिए उपयुक्त टूल और तकनीकों का उपयोग करना होगा। इससे आप ग्राहकों को Automated संबंधित Content और प्रस्ताव प्रदान करते रह सकते हैं और उन्हें निर्धारित चरण पर ले जा सकते हैं जहां वे खरीद के निर्णय पर ध्यान केंद्रित कर सकते हैं।

"अप-सेल" (Up-sale) और "क्रॉस-सेल" (Cross-sale) के लिए उत्पादों या सेवाओं का निर्माण करें

Customer Acquisition Technique नए ग्राहकों को व्यापार के साथ जोड़ने का उद्देश्य रखती है, जबकि "अप-सेल" (Up-sale) और "क्रॉस-सेल" (Cross-sale) Technique के माध्यम से मौजूदा ग्राहकों की खरीद में वृद्धि के उद्देश्य को पूरा किया जाता है

यदि अलग से क्रॉस-सेल और अप-सेल के लिए डिज़ाइन किए गए उत्पाद या सेवायें नहीं होंगी, तो कंपनी को कई हानियों का सामना करना पड़ सकता है। पहले तो, ग्राहकों को उत्पादों या सेवाओं से संबंधित अतिरिक्त सुविधाएं नहीं मिलेंगी, जिससे उनकी संतुष्टि कम हो सकती है। दूसरे, आपकी कंपनी को मार्केटिंग करने के लिए आकर्षक विकल्पों की कमी में आ सकती है, जिससे आपके उत्पादों या सेवाओं की बिक्री और आमदनी पर असर पड़ सकता है। तीसरे, कंपनी ग्राहक वफादारी की कमी का सामना कर सकती है, और वो ग्राहक अतिरिक्त सुविधाओं के लिए कहीं और जा सकते हैं। इन सभी हानियों के कारण, कंपनियों को अपने उत्पादों और सेवाओं को अप-सेल और क्रॉस-सेल के लिए अलग से डिज़ाइन किए जाने की आवश्यकता होती है ताकि वे ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा कर सकें, आमदनी बढ़ा सकें और ग्राहक संतुष्टि को बढ़ा सकें

01 Analyze Buying Patterns

अपने वर्तमान ग्राहकों की आवश्यकताओं, इच्छाओं और खरीद पैटर्न का विश्लेषण करें। इससे आप उनकी मांग को समझ सकेंगे और उत्पादों या सेवाओं को विकसित करने के लिए आवश्यक बदलावों को पहचान सकेंगे।

02 Identify Related Products

अपनी मौजूदा उत्पाद और सेवाओं के साथ संबंधित उत्पादों और सेवाओं की पहचान करें। इससे आपको उत्पादों या सेवाओं की प्रस्तावित रेंज तैयार करने में मदद मिलेगी।

03 Upgraded Versions

ग्राहकों की आवश्यकताओं के आधार पर उत्पाद या सेवाओं को अपग्रेड वर्जन में प्रस्तुत करने के बारे में भी सोचे, यह आपके प्रीमियम उत्पादों या सेवाएं विक्रय को बढ़ाने और ग्राहकों को बेहतर और अधिक पूर्ण समाधान प्रदान करने में मदद करेगा।

04 Promotional Offers

ग्राहकों को अप-सेल और क्रॉस-सेल करने के लिए विभिन्न प्रमोशनल ऑफर, डिस्काउंट या बंडलिंग की व्यवस्था करें और उन्हें सही तरीके से उत्पादों या सेवाओं की खरीद प्रक्रिया का मार्गदर्शन करें। सुविधाजनक और सुगम संकेतों को प्रदान करें ताकि ग्राहक उन अतिरिक्त उत्पादों या सेवाओं को खरीद सकें।

अपने बिजनेस प्रक्रियाओं का ऑटोमेशन करें

ऑटोमेशन आपको आपके स्टार्टअप के उन कामो को करने के लिए समय देता है, जो सिर्फ आप कर सकते हैं, आपके द्वारा अपने स्टार्टअप के लिए बार बार किये जाने वाली कार्य ऑटोमेट किये जा सकते हैं

जब व्यापार में ऑटोमेशन का उपयोग नहीं किया जाता, तो कार्यक्षमता कम हो सकती है क्योंकि मैन्युअल प्रक्रियाओं में अधिक समय और मेहनत लगती है। इसके साथ ही, मानव त्रुटियों का खतरा भी बढ़ जाता है और प्रदर्शन प्रभावित हो सकता है। व्यापारिक प्रक्रियाओं की तेजी से Update की कमी के कारण, कंपनी प्रदर्शन की दिशा में अपने कॉम्पिटिटर्स से पीछे रह सकती है। इसके साथ ही, ग्राहक संतुष्टि भी कम हो सकती है क्योंकि ऑटोमेशन उनकी व्यक्तिगत जरुरतों को समझने की भी योग्यता रखता है। इसके अलावा, मैन्युअल कार्यों को संपादित करने से कर्मचारियों और आपके खुद की Productivity में कमी आ सकती है और समय भी खराब हो सकता है। इन सभी कारणों से, व्यापार में ऑटोमेशन के अभाव में नुकसान हो सकता है

01 Identification

सबसे पहले, अपने व्यापार की प्रक्रियाओं का विश्लेषण करें और चिन्हित करें वे कौनसे कार्य हैं जिन्हें ऑटोमेट या डेलिगेट किया जा सकता है। स्पष्टता के लिए, आप प्रक्रिया चार्ट या फ्लोचार्ट का भी उपयोग कर सकते हैं।

02 Software & Tools

जब आपको प्रक्रियाओं की सूची तैयार हो जाए, तो उपयुक्त सॉफ्टवेयर या टूल्स का चयन करें जो आपकी आवश्यकताओं को पूरा कर सकते हैं। इसके लिए आप गूगल शीट का इस्तेमाल कर सकते हैं, रेडीमेड सॉफ्टवेयर भी बाजार में मौजूद हो सकते हैं या फिर आप कस्टमाइज्ड सॉफ्टवेयर भी डेवेलोप करवा सकते हैं।

03 Data Migration

जब आप सॉफ्टवेयर का चयन कर लेते हैं, तो अपने वर्तमान डेटा को सही प्रकार से संग्रहित करने के लिए जरूरी कदम उठाएं क्यूंकि यह आपके सिस्टम को सही तरीके से काम करने के लिए महत्वपूर्ण है।

04 Testing & Training

ऑटोमेशन सिस्टम के लिए प्रोटोटाइप बनाएं और उसे टेस्ट करें। इससे आपको सिस्टम में किसी भी प्रकार की त्रुटि को सुधार करने का मौका मिलेगा। इसके बाद आप सिस्टम को अपने व्यापार में लागू करें और कर्मचारियों को उचित ट्रेनिंग प्रदान करें।

मार्केटिंग प्रोसेस का ऑटोमेशन करें

आजकल, मार्केटिंग प्रोसेस का ऑटोमेशन करना आवश्यकता से अधिक बन गया है, यह आपके स्टार्टअप के लिए ज्यादा से ज्यादा ग्राहक जुटाने का एक महत्वपूर्ण टूल है

मार्केटिंग प्रक्रिया को ऑटोमेशन न करने के कारण कई नुकसान हो सकते हैं। पहले तो, आपको हर काम को करने में ज्यादा समय और मैनपावर लगेगी क्योंकि सब कुछ मैन्युअली करना पड़ेगा। यह आपकी विचारशीलता और नवीनता को भी प्रभावित कर सकता है। दूसरे, ग्राहक संपर्क में कमी हो सकती है और आप मार्केटिंग कैंपेन को सही से संचालित नहीं रख पाएंगे, जिससे आपके मार्केटिंग कैंपेन की ROI प्रभावित होगी। तीसरे, अनियमितता और असंगठितता की समस्या उत्पन्न हो सकती है, जिससे आपके मार्केटिंग प्रयास प्रभावित हो सकते हैं। मार्केटिंग प्रक्रिया को ऑटोमेशन करना आवश्यक है ताकि आप समय और मैनपावर बचा सकें, नई रणनीतियों का विकास कर सकें, ग्राहकों के संपर्क में वृद्धि कर सकें, और अपने मार्केटिंग कैंपेन को सुचारु रुप से नियंत्रित रख सकें।

01 Marketo

यह एक शक्तिशाली मार्केटिंग ऑटोमेशन प्लेटफॉर्म है जो लीड प्रबंधन, ईमेल मार्केटिंग, ग्राहक वर्गीकरण, Campaign Management और Personalized Content Creation जैसी सुविधाएँ प्रदान करता है।

02 Mailchimp

यह एक प्रसिद्ध ईमेल मार्केटिंग प्लेटफ़ॉर्म है जो मार्केटिंग ऑटोमेशन की सुविधाएँ भी प्रदान करता है। इसकी मदद से आप स्वतः संचालित ईमेल कैंपेन चला सकते हैं, आपके ग्राहकों को सेगमेंट कर सकते हैं और कैंपेन के प्रदर्शन का ट्रैकिंग कर सकते हैं।

03 Drip

यह एक ई-कॉमर्स केंद्रित मार्केटिंग ऑटोमेशन प्लेटफॉर्म है जो व्यापारों को व्यक्तिगत ग्राहक अनुभव बनाने में मदद करता है। इसमें ईमेल मार्केटिंग, ग्राहक वर्गीकरण और ऑटोमेशन वर्कफ़्लो जैसी सुविधाएं शामिल हैं।

04 GetResponse

यह ऑटोमेशन सुविधाओं के साथ एक संपूर्ण मार्केटिंग प्लेटफॉर्म है जिसमें ईमेल मार्केटिंग, लैंडिंग पेज निर्माण, वेबिनार होस्टिंग, और CRM Integration शामिल हैं।

ग्राहक सेवा प्रक्रिया का ऑटोमेशन करें

ऑटोमेशन ग्राहक सेवा के लिए एक सहायक की तरह होता है, जो सामान्य कार्यों को स्वचालित रूप से संपादित करके कर्मचारियों को अधिक समय प्रदान करता है

जब ग्राहक सेवा प्रक्रिया को ऑटोमेशन नहीं किया जाता है, तो कुछ नुकसान हो सकते हैं। सबसे पहले, ग्राहक सेवा कार्यक्रम में समय की बर्बादी हो सकती है, क्योंकि स्वचालितता की कमी के कारण समय खर्च हो सकता है। दूसरे, ग्राहकों के साथ व्यक्तिगत संवाद करने की कमी हो सकती है, जिससे उनका विश्वास टूट सकता है और ग्राहकों को अपनी समस्याओं के समाधान में देरी हो सकती है। व्यक्तिगतीकरण की कमी के चलते ग्राहक संतुष्टि प्रभावित हो सकती है। इसलिए, संगठनों को इन नुकसानों से बचने के लिए एक संतुलित ऑटोमेशन साधन चुनने की आवश्यकता होती है ताकि उन्हें ग्राहक सेवा में सुधार करने के लिए आवश्यक प्रक्रियाओं को स्वतः संचालित करने की सुविधा मिले।

01 Salesforce

यह ग्राहक सेवा के लिए एक प्रमुख स्वचालित CRM (Customer Relationship Management) सॉफ्टवेयर है। यह ग्राहकों के संपर्क, खरीदारी इतिहास, शिकायतों और समस्याओं का प्रबंधन करने में मदद करता है।

02 HubSpot

यह एक बेहतरीन ग्राहक सेवा और मार्केटिंग प्लेटफ़ॉर्म है जो ऑटोमेशन के लिए सुविधाजनक है। यह आपको ईमेल मार्केटिंग, लीड नर्चरिंग, सोशल मीडिया शेड्यूलिंग, लैंडिंग पेज निर्माण और विश्लेषण करने में मदद करता है।

03 Zendesk

यह एक प्रमुख ग्राहक सेवा प्लेटफ़ॉर्म है जो टिकटिंग सिस्टम, चैट सपोर्ट, टेलीफोन सपोर्ट जैसी सुविधाएं प्रदान करता है। इसके ऑटोमेशन और विभिन्न एक्सटेंशन का उपयोग करके आप ग्राहक सेवा प्रक्रियाओं को स्वचालित कर सकते हैं।

04 Zoho CRM

यह एक अग्रणी संपर्क प्रबंधन सॉफ्टवेयर है जो ऑटोमेशन के लिए सहायक है। यह ग्राहक संपर्क, सेवाएं, बिक्री, मार्केटिंग, इंगेजमेंट और अन्य कार्यों को संचालित करने में मदद करता है।

टीम और टीम के टास्क का प्रबंधन करने के लिए सिस्टम विकसित करें

सही समय पर सही टास्क को सही व्यक्ति को देना एक अच्छे टीम प्रबंधन की निशानी है

टीम और टीम के टास्क का प्रबंधन करने के लिए एक सरल सिस्टम विकसित करें, सबसे पहले, टीम के जॉब प्रोफाइल, SOPs, KRAs & KPIs को परिभाषित करें। फिर, टीम के सदस्यों के बीच Communication और सहयोग को सुविधाजनक बनाने के लिए ऑनलाइन Support Tools का उपयोग करें।टास्क मैनेजमेंट सिस्टम का उपयोग करके टास्कों की निगरानी करें, प्रगति को जांचें, समयावधि का पालन करें और अपडेट्स को लोगों को सूचित करें। निरंतर संपर्क बनाए रखने के लिए सदस्यों के साथ नियमित मीटिंग्स आयोजित करें। Productivity Tools का उपयोग करें जैसे कि ईमेल, Task List Applications और Document Sharing Apps। टीम की आवश्यकताओं, काम की प्राथमिकताओं और कार्यान्वयन क्षमताओं को ध्यान में रखते हुए सिस्टम को अपडेट करें। सुरक्षा और गोपनीयता को महत्व दें और सदस्यों को नए सिस्टम के बारे में पूरी जानकारी और प्रशिक्षण दें। सिस्टम को नियमित रूप से अपडेट करें, नए Productivity Tools, सुविधाओं और प्रशिक्षण कार्यक्रमों को शामिल करें। ये सब आपको एक Organized और प्रभावी सिस्टम के निर्माण में मदद करेंगे, जो टीम के सहयोग और समयप्रबंधन में सुधार करेगा

01 Trello

यह एक Visually Appealing और यूजर -फ्रेंडली टास्क प्रबंधन टूल है। यह टीम के कार्यों को संगठित करने और प्राथमिकता देने के लिए बोर्ड, सूची और कार्ड का उपयोग करता है। इसमें निर्धारित तारीख, चेकलिस्ट, अटैचमेंट्स और टीम Collaboration जैसे सुविधाएं शामिल होती हैं।

02 Asana

यह एक व्यापक टास्क प्रबंधन टूल है जिससे टीम कर्मचारी परियोजनाओं को बना सकते है, कार्यों को सौंप सकते है, निर्धारित तारीखें तय कर सकते हैं और प्रगति का ट्रैक कर सकते हैं। इसमें Kanban बोर्ड और टाइमलाइन रिपोर्ट जैसी विभिन्न रिपोर्ट प्राप्त करने की सुविधा होती है जिससे कार्यों और निर्धारित तारीखों की विज़ुअलाइज़ेशन होती है।

03 Monday.com

यह एक लोकप्रिय टीम सहयोग और टास्क प्रबंधन प्लेटफॉर्म है जो टीमों को प्रोजेक्ट की योजना बनाने, प्रगति को ट्रैक करने और कार्रवाई को प्रभावी ढंग से निष्पादित करने में मदद करता है। यह Customizable डैशबोर्ड, टाइमलाइन और ऑटोमेशन की सुविधाएं प्रदान करता है ताकि Streamline वर्कफ़्लो और कार्य प्रबंधन संचालित किए जा सकें।

04 Wrike

यह एक बहुआयामी कार्य प्रबंधन टूल है। यह टास्क असाइन करने, दस्तावेज़ साझाकरण, समय ट्रैकिंग और रियल-टाइम में सहयोग प्रदान करने जैसी सुविधाएं प्रदान करता है। यह सभी आकार की टीम के लिए उपयुक्त है और Customizable वर्कफ़्लो को सपोर्ट करता है।

Myths and truth

Myth: : लिखित रूप में आईडिया को परिभाषित करने से प्रतिस्पर्धी चोरी कर सकते हैं.
Truth: : नहीं, लिखित रूप में आईडिया को परिभाषित करने से आपको अपने आईडिया की संरक्षा के लिए कानूनी सुरक्षा उपाय लेने का अवसर मिलता है। इससे आपकी आईडिया की सुरक्षा और संरक्षण बढ़ती है.

Myth: : नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए, एक अच्छे प्रोडक्ट या सेवा होना ही काफी है.
Truth: अच्छे प्रोडक्ट या सेवा होना जरूरी है, लेकिन यह अकेला काफी नहीं है। प्रमुखता ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करने और मार्केट से कुछ अलग देने पर होनी चाहिए.

Myth: वेब प्रेजेंस में केवल वेबसाइट का होना काफी है.
Truth: वेब प्रेजेंस केवल वेबसाइट तक ही सीमित नहीं होती है, इसमें सोशल मीडिया प्रोफाइल, मोबाइल एप, लैंडिंग पेज, ब्लॉग, समीक्षा प्लेटफॉर्म और अन्य ऑनलाइन प्लेटफॉर्म भी शामिल होते हैं। एक मजबूत वेब प्रेजेंस कंपनी को विश्वसनीयता स्थापित करने, ग्राहकों तक पहुंचने, संबंध बनाने और उत्पादों या सेवाओं को डिजिटल रूप में प्रमोट करने में महत्वपूर्ण होता है.

Myth: केवल स्टार्टअप इंडिया स्कीम से मान्यता प्राप्त करने से स्टार्टअप की पहचान होती है.
Truth: आपकी कंपनी की आभा (Aura) या पहचान निर्माण करने के लिए केवल आधिकारिक पंजीकरण और सरकारी प्रमाणपत्रों से काम नहीं चलेगा। यह सिर्फ पहला कदम होता है, लेकिन यह आपकी पहचान को संकेत नहीं देता है कि आपकी कंपनी विश्वासयोग्य और सफल होगी। स्टार्टअप की पहचान को निर्माण करने के लिए आपको उच्च गुणवत्ता वाले उत्पाद या सेवाएं प्रदान करनी होंगी, ग्राहकों के लिए महत्वपूर्ण होना होगा, और अपनी ब्रांड निर्माण करने के लिए मार्केटिंग और पब्लिसिटी के सही तरीकों का प्रयोग करना होगा.

Myth: Compliances सरकारी विभाग से नोटिस आने के बाद ही करने चाहिए.
Truth: समय पर Compliances करना भरी भरकम पेनल्टी से बचाने के साथ साथ यह आपकी कंपनी को सरकार, विवेशक और बैंक की नजरों में विश्वसनीयता प्रदान करने में मदद करता है.

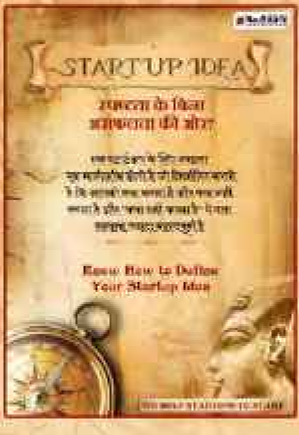
Myth: सफलतापूर्वक एक स्टार्टअप शुरू करने के लिए सिर्फ फंडिंग की आवश्यकता होती है.
Truth: फंडिंग का होना सफलता की गारंटी नहीं है। फंडिंग की राशि के साथ साथ, एक अच्छी व्यवसायिक योजना, विकसित उत्पाद या सेवाओं का प्रस्तुतिकरण, बाजार में मान्यता, और प्रबंधन कौशल आदि भी महत्वपूर्ण होते हैं.

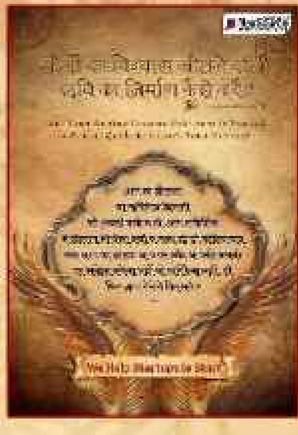
Myth: सेल्स फनेल केवल बड़े उद्योगों के लिए होता है.
Truth: सेल्स फनेल हर प्रकार के व्यापार के लिए महत्वपूर्ण है, चाहे वह छोटा स्टार्टअप हो या बड़ी कंपनी.

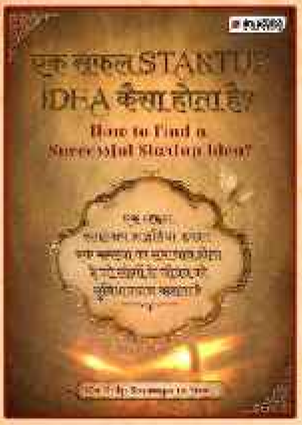
Myth: उत्पादों या सेवाओं के लिए अप-सेल और क्रॉस-सेल करने से ग्राहक असंतुष्ट हो जायेंगे.
Truth: यदि आप उचित उत्पादों और सेवाओं का प्रस्ताव करते हैं जो ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा करते हैं, तो ग्राहक अतिरिक्त सुविधाओं के लिए खुश होंगे.

Myth: ऑटोमेशन के लिए तकनीकी ज्ञान का होना ज़रूरी है.
Truth: यद्यपि ऑटोमेशन में तकनीकी ज्ञान महत्वपूर्ण है, लेकिन आजकल बहुत से साधारण सॉफ्टवेयर और टूल्स उपलब्ध हैं जिनका उपयोग बिना किसी पूर्व तकनीकी ज्ञान के भी किया जा सकता है। इसलिए, ऑटोमेशन के लिए विशेष तकनीकी ज्ञान होना आवश्यक नहीं है.

Our Other Publication







Scan & download this booklet

NEUSOURCE STARTUP MINDS INDIA LIMITED

Corporate Office

B-11, Basement, Shankar Garden, Vikaspuri
New Delhi-110018 (India)
Email: Info@neusourcestartup.com
Website: www.neusourcestartup.com
Contact:- +91-7305145145, +91-11-46061463
Branches:- Delhi, Kolkata, Lucknow, Bangalore, Jaipur