

## नया क्या? (1465)

हाल ही में मेरे दोस्त ने अपनी बहन की शादी की तैयारी के लिए अपने फॅमिली ज्वेलर से गहनों की खरीदारी की। खरीदारी के दूसरे दिन ही उसने मुझे फोन किया और कहा, 'ज्वैलरी बिजनेस का बदलता हुआ मॉडर्न स्वरूप अब तक हम सिर्फ तुमसे सुनते थे। लेकिन कल वास्तव में उसका अनुभव हुआ!' मैंने उत्सुकता से और उतनी ही बेसब्री से उससे पूछा, 'अरे वा! लेकिन ऐसा क्या हुआ?' उसने कहा, 'कल हमारी शादी की सारी खरीदारी पूरी होने के बाद वहां मौजूद सेल्समैन ने हमारे सामने एक QR कोड रखा। और उसने मिसेस से से अनुरोध किया कि कृपया आप इस QR कोड को स्कैन करें और हमारे गुगल पेज पर जाएँ, और वहां, आपको मेरी सर्विस कैसी लगी? हमारे डिज़ाइन्स कैसे लगे? कृपया इन बातों पर फीडबैक दें।' फीडबैक देने के बाद उसने हमसे पूछा 'क्या आप हमारी सेविंग स्किम के बारे में जानते हैं? यदि नहीं, तो क्या मैं आपको इसके बारे में दो मिनट में बता सकता हूँ?' हमारी मंजूरी के बाद उसने बहुत ही कम समय में सेविंग स्किम का इतना सटीक, संगत और अच्छा प्रेजेंटेशन किया कि हम तुरंत सेविंग स्किम के मेंबर भी बन गये! सच कह रहा हूँ, ज्वेलरी बिजनेस बदल रहा है।' यह सुनकर मुझे भी बहुत अच्छा लगा।

और वाकई में यह बात सच भी है की, आजकल कई ज्वैलर्स के यहां 'किसी कस्टमर को सेविंग स्किम में शामिल कर लेने' के बारे में सेल्समैन के बीच अच्छा अवेरनेस डेवेलप हुआ नजर आ रहा है। इस संदर्भ में सेविंग स्किम के टारगेट्स सेट किये जा रहे हैं और उस पर सेल्समैनो को इंसेंटिव भी दिए जा रहा है। अलग-अलग तरीकों से स्कीम्स की जानकारी, अपडेट्स ग्राहकों तक पहुंचाए जा रहे हैं। बहुत पॉजिटिव ऐसा यह वातावरण है। साथ ही में कस्टमर रिलेटेड ऐसी कई छोटी-छोटी चीजे ज्वेलरी की दुकानों में हो रही हैं। इन सब में 'कस्टमर का ऍड्रेस बिल्कूल सही सही दर्ज कर लेना' यह ज्वेलरी शॉप की दृष्टि से बहुत महत्वपूर्ण आवश्यकता होती है। कस्टमर का ऍड्रेस लेते समय सिटी, विलेज, गांव सही सेलेक्ट करना, उसका संबंधित तालुका, डिस्ट्रिक्ट ठीक से भरना बहुत जरूरी होता है। इसके लिए, हमारे सॉफ्टवेयर में कस्टमर का नॉर्मल ऍड्रेस और CRM के लिए डिटेल्ड ऍड्रेस ऐसे दोनों विकल्प हैं। इन दोनों प्रकार के ऍडसेस में प्रॉपर जानकारी दर्ज करने का काम कई ज्वेलरी दुकानों में जोरो-शोरोंसे शुरू हैं।

इन दिनों ज्वैलरी काउंटर्स पर एक और अनोखी चीज सेट हुई नजर आ रही है। वो है, बिल करने के बाद अगर कस्टमर को ध्यान आता है कि पेमेंट करने के लिए अभी उसके पास क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड नहीं है, या गलती से वे चेक लाना भूल गए है। या फिर उनके पास पर्याप्त कॅश ही नहीं है। तब फिर क्या करना चाहिए? तो ऐसी स्थिती में उन वस्तुओं का बिलिंग करें और वो आइटम्स कुछ समय के लिए अनडिलिव्हर्ड के तौर पर अलग रख दें। और जब कस्टमर दो घंटे बाद या दुसरे दिन पेमेंट लेकर आता है, तब पेमेंट होने के बाद ही वे अनडिलिव्हर्ड आइटम्स डिलिव्हर्ड करें। इसके लिए OTP सुविधा का भी लाभ उठाएं, जिससे कन्फर्मेशन भी हो जाता है और जिसकी वस्तु उस के पास ही जाती है। तो ऐसे 'डिलिव्हर्ड और अनडिलिव्हर्ड आइटम्स' मॉड्यूल का उपयोग करने वाले ज्वैलर्स की संख्या भी आजकल बहुत ज्यादा है।

इसके साथ ही API के माध्यम से पैन नंबर द्वारा कस्टमर का वेरिफिकेशन करना याने कस्टमर का पैन नंबर एंटर करने के बाद कस्टमर का नाम सही है या नहीं? यह ऑटोमैटिकली समझ लेना, ऐसी API कॉल कर के कन्फर्मेशन करने की पद्धती का उपयोग करते हुए कई सारे ज्वैलर्स दिखाई दे रहे हैं। इसी तरह, यदि किसी ब्रांच में उस फायनांशियल ईयर के लिए कॅश ट्रांजेक्शन्स एक सर्टन अमाउंट से अधिक हो रहा हो, तो उस संदर्भ में कई ज्वेलरी शॉप्स में ऑटोमैटिक अलर्ट्स इस्तेमाल किए जा रहे हैं। क्योंकि फायनांशियल या अकाउंट डिपार्टमेंट की दृष्टि से एक निश्चित राशि से अधिक नकद लेनदेन परेशानी का कारण बन जाता है। फिर उन्हें ऐसे नकद लेनदेन की अलग से रिपोर्टिंग करनी पडती है। और इसलिए, इसकी पूर्वकल्पना ग्राहक को देने के लिए उसका टीगर/अलर्ट हमें सुबह ही सॉफ्टवेयर द्वारा दिया जाता है। तो ऐसे अतिरिक्त नकदवाले लेनदेन की रोखथाम के लिए, अपने सॉफ्टवेयर में मौजूद इस फीचर को भी अधिकांश ज्वैलर्स ने अपनाया है।

आगे चलते हुए, कस्टमर को क्रेडिट देते समय OTP का उपयोग करने की **पद्धती** भी लगभग सभी दुकानों में अब एक स्टैंडर्ड मेथड हो गई है। इस में मैनेजर एक लिमिट तक ही क्रेडिट दे सकता है और यदि लिमिट से ज्यादा क्रेडिट देना हो तो ओनर के OTP से ही याने ओनर की सहमती से ही वो दिया जा सकता है। उसके द्वारा ओनर के **ऑथोरायज़ेशन** की एक अलग लिस्ट ही तैयार होती है। क्यूंकी लिमिट से ज्यादा क्रेडिट या कहा जाए तो क्रेडिट के आधार पर किए हुए कोई भी लेनदेन अपने बिज़नेस के लिए हानिकारक ही साबित होते है इस का अनुभव तो कई ज्वैलर्स ने किया होगा।

दिन के अंत में होनेवाले ट्रांज़ैक्शन में कोई एक बदलाव या चेंज क्यों हुआ ? इस की हिस्ट्री देखने की सुविधा अपने सॉफ्टवेयर में पेहले से ही थी। लेकिन अभी हाल ही में अपने एक ज्वैलर भाई ने उस सुविधा को नए पद्धती से करवा लिया है। इस में प्रीवियस ट्रांज़ैक्शन की हिस्ट्री देखते समय, उन ट्रांज़ैक्शन्स में जहां बदलाव हुए है ऐसे फ़्रील्ड्स ऑटोमैटिक हाइलाइट होते हैं। और उन पर माउस ले जाने पर उसकी प्रीवियस वैल्यू क्या थी? यह हमें वहीं पर ऑटोमैटिक दिखता हैं। तो अब, सॉफ्टवेयर में उपलब्ध इस नए ट्रांज़ैक्शन हिस्ट्री सुविधा का लाभ सभी ज्वैलर्स उठा सकते हैं। इसके अलावा बिना HUID के आपकी शॉप से बिल ही तैयार नहीं होगा यह सुविधा भी हर जगह इस्तेमाल की जा रही है। क्योंकि बिना HUID जेवर बेचना सही नहीं है यह तो हम भली भांती जानते है। इसलिए, कई शॉप्स में इन्वेंट्री लेवल पर ही आइटम के अनुसार ऐसा लॉक ज्वैलर्स ने एक्टिवेट कर दिया है।

हाल ही में जब मैं IIS में गया हुआ था तब हर एक ज्वैलर मुझसे पूछ रहा था कि अब जल्द ही ज्वैलरी में भी ई-वे बिल लागू होनेवाला है। तो क्या सॉफ्टवेयर में इसकी सुविधा है? तो अपने सॉफ्टवेयर में, जब हम कोई माल/ सामान एक ब्रांच से दूसरे ब्रांच में या हेड ऑफिस से ब्रांचेज में भेजते हैं, तो उस समय अलग अलग स्टॉक ट्रांसफर्स के लिए पैकिंग स्लिप या पैकिंग नोट बनाने की सुविधा मौजूद है। इसका फायदा यह है कि भविष्य में पैकिंग नोट से ई-वे बिल ऑटोमैटिकली तैयार हो जाएगा। अपने कई ज्वैलर्स ने इस पैकिंग स्लिप या पैकिंग नोट की सुविधा को अपने कामकाज का एक अभिन्न अंग बना लिया है। खैर, अपने सॉफ्टवेयर में, इन दिनों ज्वैलरी में जो लॉजिस्टिक पार्टनर्स के तौर पर व्यापक रूप से काम कर रहे है याने BBC और CQL, उनके API इंटीग्रेट किए हुए है। इसका फायदा ऐसा होता है कि हमें एक ही रिपोर्ट में, हमने स्टॉक ट्रांसफर का डॉक्यूमेंट कब तैयार किया? उसकी पैकिंग स्लिप कब तैयार की? उसे कूरियर में या लॉजिस्टिक्स को कब दिया गया? फिर वह ब्रांच तक कब पहुंचा? और ब्रांच में भी पहुंचने के बाद, उन्होंने उन पैकेटों को या बक्सों को खोलकर वस्तुओं को इनट्रांजिट लोकेशन से ब्रांच के स्टॉक में कब लिया? इन सभी का ट्रैक और ट्रेल स्पष्ट रूप से दिखाई देता हैं। इन्वेंट्री मैनेजमेंट में इस चीज का बड़ा महत्व है और यह फीचर अपने सॉफ्टवेयर में तैयार है। इसके साथ ही जब भी ई-वे बिल आएगा तो उस के लिए ई-वे बिल के API भी हम इंटीग्रेट कर रहे हैं। तो इस वजह से, जैसे सॉफ्टवेयर से इनवॉयस ऑटोमैटिक तैयार हो जाता है, बिल्कूल वैसे ही ई-वे बिल भी ऑटोमैटिक तैयार हो जाएगा।

अपने काउंटर पर मौजूद स्टॉक तथा किसी लोकेशन का स्टॉक, कभी भी लिमिट के उपर नहीं बढ़ेगा इसके बारे में भी, कई ज्वैलर्स सतर्क हैं। इसके लिए, वे अपने सॉफ्टवेयर में हर एक स्टोर, हर एक ब्रांच के लिए एक स्टॉक लेवल सेट कर के रख रहे हैं। और लिमिट से ज्यादा का स्टॉक ट्रांसफर ही नहीं होगा ऐसी सॉफ्टवेयर में उपलब्ध फंक्शिलिटी का भी उपयोग कर रहे हैं।

अकॉउंटिंग के संदर्भ में भी सॉफ्टवेयर में उपलब्ध कुछ महत्वपूर्ण फीचर्स का उपयोग करते हुए ज्वैलर्स दिखाई दे रहे है। उस में एक दिलचस्प बात यह है कि यदि आपकी एक से ज्यादा ब्रांचेस हैं, तो कुछ ब्रांचेस का ग्रुपिंग करके, उनकी प्रोफिटेबिलिटी उनके यहा होनेवाले एक्सपेंडीचर के साथ, एकसाथ देखने की सुविधा यानी प्रॉफिट अंड लॉस, ट्रेडिंग अकॉउंट, बैलेंस शीट, आदी ग्रुप ऑफ़ ब्रांचेस के जरीए देखने की सुविधा सॉफ्टवेयर

में उपलब्ध है। और ज्वेलरी में से कई अकाउंट डिपार्टमेंट्स MIS के लिए इस फीचर का बड़े पैमाने पर उपयोग कर रहे हैं।

संक्षेप में क्या? तो पिछले दो महीनों में आए ये नए ट्रेंड्स ज्वेलरी कारोबार को प्रगति की नई दिशा ही दिखा रहे हैं। हमारे दोस्त ने युही नहीं कहा की 'ज्वेलरी बिजनेस बदल रहा है'।