

۳۵ نکته اساسی برای شروع یک کسب و کار موفق

راه اندازی و اداره یک کسب و کار نیازمند انگیزه و خواستن و استعداد و همچنین نیازمند پژوهش و برنامه ریزی می باشد. همانند بازی شطرنج موفقیت در یک کسب و کار کوچک با قاطعیت شروع می شود، اگر چه اشتباهات آغازین مخرب کسب و کار شما نیستند و با نظم و سخت کوشی و دوباره تلاش کردن می توان به نتیجه مفید رسید. برای افزایش شانس خود برای رسیدن به موفقیت، باید کسب و کار خود و هدفهای خود را ارزشیابی کنیم، سپس از این اطلاعات برای ساختن و بوجود آوردن یک طرح کسب و کار جامع و درست می توان استفاده کرد.

روند ایجاد یک طرح کسب و کار به شما کمک می کند تا به بعضی از مسائل مهمی که شما در مورد آنها اندیشه درستی تا کنون نداشته اید فکر کنید. برنامه شما می تواند ابزار مناسبی برای شروع در آمد برای کسب و کار شما و همچنین می تواند یک نقطه عطفی برای شروع موفقیت شما باشد.

۱- بزرگ بیندیشید ولی با یک کار کوچک آغاز کنید.

۲- قبل از آغاز یک کسب و کار باید مطمئن شوید که مفهومی که در ذهن دارید قابل اجراست. بهتر است ابتدا یک نمونه کار انجام دهید و نتیجه را ارزیابی کنید. بیندیشید که چگونه می توانید تئوری خود را در یک مقیاس کوچک بیازمائید، قبل از اینکه متعهد کاری بزرگ از قبیل قرارداد رهن و یا خرید مکان شوید.

۳- اگر حتی بتوانید حداقل یک مشتری پیدا کنید و به شما ثابت شد که طرح مورد نظرتان قابل اجراست این شانس را دارید که این موفقیت، دفعات دیگری نیز برایتان تکرار گردد.

۴- با بودجه محدود کار کنید. اگر تجهیزات قدیمی تان قابل استفاده هستند، تجهیزات جدید تهیه نکنید. معامله پایاپای بهترین روش تهیه تجهیزات مورد نظرتان است.

۵- بدون داشتن یک طرح کسب و کار جامع که حاوی کلیه جزئیات باشد به آغاز یک کسب و کار جدید مبادرت نورزید.

۶- یک حسابدار می تواند به شما در مسائلی نظیر گردش نقدینگی، نقطه سربه سر و صورت سود و زیان کمک کند.

۷- بانکها به مراتب ارزان تر از شرکا هستند و مشکل کمتری نیز در مواجهه با آنها دارید. داشتن یک شریک مانند ازدواج بدون وجود عشق است. زندگی شما در اینصورت از آن خودتان نخواهد بود. البته به یاد داشته باشید که آغاز یک کسب و کار با یک شریک بی نهایت بهتر از عدم آغاز یک کسب و کار است.

۸- وقتی یک شریک دارید باید به نظرات اونیز توجه کنید. در شراکت بدون رسیدن به توافق لازم هر تلاشی به بن بست خواهد رسید.

۹- مسئله دیگر، مدیر عامل بودن و داشتن رای اکثریت است. این دلیل دیگری است که آگاه باشید هیچ گاه بیش از ۴۹ درصد از سهام شرکت خود را واگذار نکنید، البته اگر تمایل دارید که کنترل اوضاع به دست خودتان باشد!!

۱۰- آیا برای کسب و کار شما بازار وجود دارد؟ وسعت این بازار چقدر است؟

تحقیقات بازار بسیار مهم و اساسی است. بهتر است به جای ایجاد بازار جدید، بازارهای موجود را پیدا کنید.

۱۱- اگر در این بازار رقیبی ندارید و یا رقابت محدودی وجود دارد، هشیار باشید. ممکن است به واقع بازاری وجود نداشته باشد! به عبارت دیگر ممکن است روی یک محصول خاص دست گذاشته باشید که تا کنون شناخته نشده است.

۱۲- قبل از آغاز یک کسب و کار، با یک مشاور، وکیل، واسطه بیمه و یا مدیر بانک مشورت نمائید. مشاوره بانک مجانی است. مشاوره اولیه با مشاوران حرفه ای نیز مجانی است. اما قبل از هر اقدامی پرسش نمائید.

۱۳- عموماً بهترین کسب و کاری که می توانید انتخابی گوید: شما می توانید در هر زمینه کسب و کار و یا صنعت جدید از طریق خواندن کتاب متخصصین آن فن، حتی برای یک ساعت در روز نیز می توانید عملاً تجربه کسب نمایید. حتی

بیشتر از آن نیز میتوانید مطالعه کنید زیرا هرچه بیشتر مطالعه کنید، مغز اطلاعات جدید را بهتر از اطلاعات جزئی و آسان در ک می‌کند. تکرار با فاصله، یک روش موثر در یادگیری موثر و اثبات شده است.

۱۴- حتی اگر فکر میکنید که برای آغاز کسب و کاری که در ذهن دارید به تجربه عملی نیاز دارید میتوانید مدتی را برای یکی از رقبای خود کار کنید. حتی میتوانید نیمه وقت کار کنید. هرچه برایتان مفید است یاد بگیرید و در عین حال مزد نیز دریافت کنید. البته بهتر است قبل از امضای قرارداد مربوط به انجام فعالیتهای محرمانه از آنجا بروید زیرا ممکن است علیه شما شکایت کنند!

۱۵- به همان سرعتی که دارایی شما افزایش می‌یابد، باید هفتان این باشد که خود نیز توسعه پیدا کنید و از یک صاحب کسب و کار/مجری به یک صاحب کسب و کار/مدیر تبدیل شوید.

۱۶- هیچ وقت نباید کسب و کاری را با این هدف که کلیه امور را خود رتق و فتق کنید آغاز نمایید. این کار درست ماند این است که کار خود را با پول بخرید.

۱۷- اگر بخواهید هر کاری را خودتان انجام دهید عملی نیست. باید یاد بگیرید که تفویض اختیار کنید. باید افراد با انگیزه ای را بکار بگیرید که حتی از شما باهوشتر و زیرک تر باشند. به آنها استانداردهای بالای خود را بیاموزید و در حالیکه آنها اغلب کارها را انجام میدهند بر آنها نظارت داشته باشید.

۱۸- انتخاب یک نام تجاری مناسب، برای موفقیت شما بسیار حایز اهمیت است. بعد از سالها تجربه در تبلیغات و بازاریابی، پیشنهادهاتی که در این مورد به شما ارایه میکنم به شرح زیر میباشد:

۱۹- نام شما نباید مشابه نام رقبایتان و یا نزدیک به آن باشد زیرا اولاً مشتریان سردرگم میشوند و به آسانی شما را پیدا نمیکنند و ثانیاً ممکن است مورد شکایت شرکتهای رقیب واقع شوید.

۲۰- هرچقدر اسم شرکت کوتاهتر باشد، به یاد ماندنی تر خواهد بود.

۲۱- اسم باید به آسانی هجی شود و به وضوح قابل تلفظ باشد.

۲۲- اسم شما باید تبلیغی باشد برای آنچه میخواهید انجام دهید. کسب و کارهایی که نام صاحبان خود را دارند تنها در صورتی موفقند که این اسم برای دیگران آشنا باشد و یا مرادف یک محصول و یا خدمت شناخته شده باشد.

۲۳- نباید نام شما به نام شرکت ثبت شده دیگری تجاوز کند.

۲۴- نام شما باید متمایز و در ارتباط با تصویری باشد که مایلید از کسب و کار خود ارایه دهید. برای نمونه اگر شما خدمات نظافت منازل را انجام میدهید انتخاب نام سویس منازل **APHRODITE** (به معنای عشق و زیبایی) کاملاً نامناسب است و در عوض نام خدمات منازل **Spicand Span** (به معنای نو و ترو تمیز) بسیار مناسب خواهد بود.

۲۵- با توجه به ثبت اسم شرکت شما در کتاب زرد اگر اسم شما با اولین حروف الفبا آغاز شود در صدر لیست شرکتهای قرار خواهید گرفت.

۲۶- شاید شما دوست داشته باشید نام شهر و یا شهرستان خود را بخشی از نام شرکت خود قرار دهید.

۲۷- دلیل دیگری که نام کوچک خود را در نام کسب و کارتان مورد استفاده قرار ندهید، این است که در اذهان مشتریانانتان تبعیض ایجاد میکنید و آنها به دنبال شما میگردند و در حالیکه سایر همکارانتان بیکار نشسته اند کار فراوان روی سر شما ریخته میشود.

۲۸- همچنین زمانی که تمایل به فروش و یا واگذاری کسب و کار خود دارید در صورتی که نام کسب و کارتان، اسم کوچک شما باشد، به قیمتی پایین تر از زمانی که یک نام تجاری مناسب داشته باشد به فروش میرسد.

۲۹- تعیین نام مناسب به این روش انجام میشود:

یک جلسه هم اندیشی با روش طوفان مغزی (**brain storming**) تشکیل دهید. نام های مناسبی را که به ذهنتان می آید بنویسید، حتی اگر مسخره به نظر آیند. در این مرحله کمیت بیش از کیفیت اهمیت دارد. این رویه باید منجر

به تولید حداقل ۱۰۰ اسم گردد.

۳۰- در این مرحله به تسویه فهرست اسامی و حذف نام های نامناسب پردازید تا به ۶ الی ۷ نام برسید. به ارتباطات فکری مردم نیز بیندیشید و اینکه اغلب آنها کدام اسم را ترجیح میدهند. این لیست را به دوستان و انجمن های حرفه ای که به قضاوت آنها اطمینان دارید نشان دهید و نظر آنها را بخواهید. همچنین دلیل آنها را از انتخاب این اسم پرسید. در نهایت، خودتان تصمیم بگیرید زیرا شما رییس هستید و تصمیم نهایی با شماست چون کسب و کار متعلق به شماست.

۳۱- سپس به کتاب راهنمای آنلاین و آفلاین مراجعه کنید تا ببینید که آیا اسم منتخب شما وجود دارد یا خیر. ۳۲- همچنین در اینترنت شناسه های ".com" را جستجو کنید تا بدانید که آیا نام مورد نظر شما در اینترنت وجود دارد؟ به یاد داشته باشید که ".com" به ".net" ارجحیت دارد.

۳۳- قبل از هزینه کردن هر مبلغی برای تبلیغات، توضیح مختصری در مورد کسب و کار جدیدتان بنویسید و برای رسانه های معتبر بفرستید.

۳۴- نهایتاً هر کارآفرین باید به یاد داشته باشد که اغلب کالاها و خدمات به خودی خود به فروش نمیروند. شاخص ویژه ای برای این مطلب وجود دارد. اقتصاد دانی با نام ویافردو پارتو قاعده ای را به عنوان یک اصل ارائه داده است که به قانون ۲۰-۸۰ معروف است. این اصل بیانگر این مطلب است که اگر ۲۰٪ از کسب و کارها به ارائه خدمات مشغول باشند، ۸۰٪ دیگر درگیر خدمات فروش و تبلیغات هستند.

۳۵- بنابراین بهتر است به مطالعه موردی در مورد روش های تبلیغات و فروش برای کسب و کار خود پردازید.