

آموزش

کسب در آمد

حداقل ۸ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان

هر آنچه

برای

داشتن

درآمد نیاز دارید



کسب درآمد از اینترنت در ایران (صفحه ۴)

نتایج طرح کسب و کار را بسنجیم (صفحه ۱۶)

چگونه با زغال پولدار شویم (صفحه ۲۵)

پنج روش برای افزایش فروش محصولات و کسب درآمد آنلاین (صفحه ۳۶)

راز موفقیت کسب و کارهای کوچک (صفحه ۴۳)

چطور می‌توانیم ۱۰۰ میلیون تومان به دست آوریم (صفحه ۵۷)

بازاریابی پولساز: مشتری قهرمان است (صفحه ۷۷)

اصول جهانی برای راه اندازی کسب و کار موفق (صفحه ۸۳)

تست کردن ایده کسب و کارتان با ۱۰ سوال (صفحه ۱۱۰)

کسب درآمد از اینترنت در ایران

از وقتی که با اینترنت و فضای مجازی آشنا شدم بخش‌های زیادی از ارتباطات، کارهای روزمره و تخصصی خود مانند تحقیق در مواردی که به اطلاعات وسیع نیاز داشتم را به این شبکه گسترده منتقل کردم. خیلی زود متوجه شدم که ارتباطات و متعاقب آن انتشار اطلاعات داخل شبکه، با سرعت باورنکردنی نسبت به خارج از دنیای مجازی رشد می‌کند و همین امر باعث شد تا علاقه‌ی شدیدی نسبت به کسب تجربیات تازه در این دنیای بی‌نهایت پیدا کنم.

بعد از گذشت مدت کوتاهی دریچه‌های تجربی جدیدی به رویم گشود. تجربه‌ی شیرین وبلاگ نویسی از جمله آن‌ها بود. در واقع به وسیله وبلاگ

نویسی و دستکاریهایی که گاه و بی گاه در آن انجام می دادم و تجربیات حرفه ای نوشتن در وبلاگ (!) جرات این را پیدا کردم که ایده هایم را در دنیای مجازی اجرا کنم.

فعالیت خبری که در کنار تحصیلم در دوران دبیرستان داشتم ، باعث شده بود تا نسبت به موضوعات بی تفاوت نباشم و به راحتی از کنار آن ها عبور نکنم . به این معتقد بودم که هر چیز ارزش یک بار تجربه کردن را دارد . البته الان این عبارت را این گونه تصحیح می کنم که هر چیز بنابر میزان سودمند یا زیان آور بودنش ارزش امتحان کردن پیدا می کند.

مطمئناً خیلی از آن هایی که این مقاله ، نوشته یا هر چیزی که اسمش باشد را می خوانند ، در دوران شیرین جوانی (درست مثل خود من) به سر می برند . این حرف من نیست ! فقط کافی است تا سری به سایت های مختلف که آماری از کاربران اینترنت در دنیا را منتشر می کنند بزنید ، تا مشاهده

کنید که طبق آمار بیش از هفتاد و پنج درصد کاربران اینترنت در ایران را نوجوانان و جوانان بین ۱۵ تا ۳۵ سال تشکیل می دهند!

اگر آمار و اطلاعاتی را که وب سایت مرکز آمارهای جهانی اینترنت از وضعیت کاربران اینترنت در جهان منتشر کرده است را دقیق تصور کنیم ، ایران دارای ۴۳۲۰۰۰۰۰ (چهل و سه میلیون و دویست هزار) کاربر اینترنت است که این رقم برابر با بیش از پنجاه و هفت درصد جمعیت کل کشور است.

برای بدست آوردن تعداد کاربرانی که به صورت دائمی از اینترنت استفاده می کنند ، می بایست از تخمین استفاده کنیم . تخمین من در این مورد چیزی در حدود سی تا چهل درصد آمار اعلام شده است . یعنی تقریباً ۱۳ تا ۱۷ میلیون نفر.

به خودی خود این اعداد و ارقام ذهن شما را به سمت یک جامعه به نام جامعه مجازی می برد که همانند جامعه حقیقی که در حال حاضر در آن

زندگی می‌کنیم ، تحصیل می‌کنیم ، غذا می‌خوریم و ... دارای مفهومی به نام جمعیت است و موازی با شخصیت مجازی که هر یک از افراد این جامعه برای خود ایجاد کرده اند ، همگی واقعیتی حقیقی دارند.

از بحث های تخصصی پرهیز می‌کنم ؛ چون این نوشته قرار نیست فقط برای عده ای خاص باشد ! بلکه مخاطبان آن تمامی کاربران دائمی اینترنت ایران هستند. (البته کسانی که به بحث کسب درآمد از اینترنت علاقه دارند)

همین الان که در حال نوشتن این متن هستم ، مطمئنم که تقریباً ۲۰ درصد از کاربران دائمی اینترنت ایران ، به فکر استفاده تجاری از آن و به نوعی کسب درآمد از طریق دنیای مجازی هستند و تعداد خیلی زیادی از آن ها کارهایی را در این زمینه انجام داده اند و تجربیاتی نیز کسب کرده اند.

برای درک بهتر این موضوع همین الان صفحه مرورگر خود را باز کنید و در موتور جست و جوی محبوب گوگل عبارت کسب درآمد از اینترنت را وارد کنید و روی کلید جست و جو کلیک کنید.

۷۴۳۰۰۰ صفحه مربوط به این عبارت در گوگل پیدا شد . آن هم در یازده صدم ثانیه ! (تاریخ جست و جو هفتم مهرماه سال ۸۹ ساعت ۱۱ و ۱۳ دقیقه)

کم کم به بحث اصلی نزدیک می شویم.

راه هایی به ترکستان ؛

یک بار دیگر به صفحه جست و جوی که در گوگل انجام دادید (عبارت کسب درآمد از اینترنت) برگردید . درصد خیلی زیادی از این نتایج و

صفحات اشاره به فعالیت در سایت هایی دارند که به ازای انجام کارهایی محدود به شما مبالغی پرداخت می کنند.

سایت هایی که در زمینه (PTC پرداخت به ازای کلیک) (آن را با سیستم های PPC که وب مسترها با آن ها سرو کار دارند اشتباه نگیرید) ، (PTR پرداخت به ازای خواندن نامه ها و متن ها) PTS (پرداخت به ازای ثبت نام) و روشی به نام OFFER که کمتر از بقیه به چشم می خورد.

به هیچ عنوان نمی خواهم دوستانی که در این زمینه ها فعالیت می کنند را نا امید کنم . اما باید به صراحت بگویم آن طور که من این روش ها را تجربه کرده ام و تحقیقاتی که چه از دوستان نزدیک و چه در خود اینترنت انجام دادم ، این موارد در کشور ما به هیچ وجه منجر به کسب درآمد نخواهد شد و چیزی جز هزینه برای شما نخواهد داشت . (شاید در کشورهای دیگر هم به همین گونه باشد)

دلایل فراوان برای این حرف دارم که به بیان دو تا از آن ها در این جا اکتفا می کنم ؛ چون در این مقاله به هیچ عنوان قصد آسیب شناسی ندارم.

اولین دلیل اینکه زمانی که انجام این کارها از ما می گیرد در قبال درآمدی که خواهد داشت بسیار زیاد است.

دوم اینکه شاید شما در ابتدا با گستردگی در کارهای پیشنهادی مواجه می شوید درآمد بالایی داشته باشید؛ اما یک دفعه فعالیت ها به شکل چشم گیری محدود می شود و هرچه می خواهید تلاش کنید که درآمد بیشتری داشته باشید نخواهید توانست . (مثل اینکه کم کم لازم می شود به فکر مقاله آسیب شناسی باشم) !

پیش به سوی مقصد:

کسب درآمد از اینترنت در ایران پر از راه های فرعی و پر پیچ و خم است، که می توان با انتخاب درست مسیر، از زیبایی های آن لذت برد و به مقصد رسید.

خوب می رسیم به تابلوی اصلی جاده که مطمئناً منتظر دیدن آن بودید.

راه های مختلفی برای کسب درآمد از طریق اینترنت در ایران وجود دارد (مانند بسیاری از کشورهای دنیا) که در این مقاله سعی خواهیم کرد آن چه که مخاطبان بیشتر قادر به فعالیت در آن هستند را بیان کنم.

این نکته را همیشه جدی گرفته ام: راه های که یک بار به نتیجه و موفقیت رسیده اند، اگر بازهم امتحان شوند همان نتیجه را می دهند. درست است که ایده های نویی که با فکر و عمل توام باشند ممکن است نتیجه ای

غیر قابل تصور داشته باشند ، اما در هر کاری نباید دنبال ایده ای نو بود .
می توان با کمی تغییر شیوه، کار را برجسته تر اجرا کرد.

همین جا اعتراف می کنم که یکی از مشکلاتی که قبلاً در من وجود داشت و در خیلی از شکست هایم نقش اصلی را دارا بود همین مسئله بود که همیشه به دنبال ارائه ایده ای جدید در هر کاری بودم و از عمل باز می ماندم! خواهش می کنم شما این اشتباه من را تکرار نکنید ! البته نمی گویم ایده های جدید خود را مطرح نکنید اما در مورد هر ایده ای که دارید اول خوب فکر ، تحقیق و آزمایش کنید و وقتی از نتیجه آن نسبت به توانایی های خود مطمئن شدید بی درنگ عمل کنید. در اجرای ایده ی خود، از راه های موجود و اجرا شده نیز بهره ببرید.

به یک مثال در دنیای بزرگ اینترنت توجه کنید:

سایتی مثل گوگل با ایده ای جدید و حرف هایی برای گفتن و صد البته روش کار پیشرفته و منحصر به فرد امروزه تبدیل به برترین سرویس دهنده در نوع خود شده است ؛ وجود رقیبی این چنین بزرگ در بخش جست و جو ورود به این بازار را کمی سخت و برای بعضی حتی غیر قابل تصور می کند . اما در این بین یک دفعه مایکروسافت هوس رقابت و ورود به این بازار به سرش می زند و خوب در این مورد داستان کمی فرق می کند . نتیجه این می شود که مایکروسافت موتور جست و جوی بینگ (bing .com) را معرفی می کند و بخشی از بازار جست و جوی اینترنتی گوگل را از آن خود می کند و حتی در مناطقی مثل آمریکای شمالی از این غول جست و جو جلو می زند!

خود این مثال موضوع دیگری را به ما یاد می دهد که همیشه کاری را که در حد و اندازه توانمان است انجام دهیم . (چه از نظر مالی ، چه از نظر جسمی و روحی و ...)

اما در ایران هم ورود به بازار اینترنتی و کسب درآمد از طریق آن ، شرایط خاص و نکات کوچک و بزرگ خود را دارد . در این جا از گفتن تجربیات ناموفق پرهیز می کنم و فقط راههای واقعی رسیدن به موفقیت را که یا خودم تجربه کرده ام و یا از نزدیک شاهد تجربه ی آن بوده ام معرفی می کنم . شما هم دست از فکر کردن به شکست هایتان و افسوس خوردن به خاطر آن ها بکشید و با اطمینان به خود و آینده ای که پیش رویتان است ، قدم بردارید ؛ محکم و استوار . طوری که وقتی می خواهید وارد جایی شوید ، شما را از صدای پایتان بشناسند.

خوب حالا حاضرید تا به صورت غیر منتظره با راه هایی که برای کسب درآمد از اینترنت در ایران مناسب هستند آشنا شوید ؟

-فروش اینترنتی

-راه اندازی وب سایت های خدماتی

-همکاری های تجاری

-راه اندازی پورتال ها عمومی و تخصصی

-آموزش های آنلاین

-سرمایه گذاری در پروژه های گوناگون

منتظر چیزی نباشید! جست و جو کنید، مهارت کسب کنید و آغاز کنید. راه

برای شماست!

نتایج طرح کسب و کار را بسنجیم



طرح کسب و کار - چگونه نتایج را بسنجیم؟

طرح کسب و کار یک موضوع جدی است. برای درون کشو ماندن و خاک خوردن نیست. غیر قابل تغییر نیست. شما باید در نظر داشته باشید که دنیای کسب و کار، دنیایی است که به طور مداوم تغییر می کند و به خاطر همین، طرح شما باید بارها و بارها تغییر کند. کارآفرینان مردمانی هستند که معمولاً پر از ایده های کسب و کارند. ایده ها چیزهایی هستند که کسب و کار را به جلو هدایت می کنند. ممکن است هنگامی که طرح کسب و کارتان را آماده می کنید، مانند یک کارآفرین ایده نداشته باشید و می دانید که آن ایده ها موفقیت کسب و کارتان را افزایش می دهند. به همین خاطر می بایست ایده های کسب و کار را در طرحتان گردآوری کنید.

هیچ طرح کسب و کاری وجود ندارد که ۱۰۰ درصد دقیق باشد؛ چون طرح های کسب و کار بر اساس تحلیل اطلاعات مبنی بر تاریخ و پیش بینی آینده هستند. خطاها چیزهای معمولی و معقول هستند. اما خطاهای حاصل از اجرای نسنجیده طرح کسب و کار شما معقول نیستند و ممکن است اثرات فاجعه باری بر کسب و کار شما داشته باشند. به همین خاطر شما باید برنامه ریزیتان را با اعداد واقعی مقایسه کنید؛ شما باید تفاوت ها و دلیل آن ها را پیدا کنید. این مورد در چرخه بعدی برنامه ریزی اجرا خواهد شد. در این راه شما فقط به بهبود طرحتان دست پیدا نمی کنید، بلکه به بهبود مراحل مختلف کسب و کار می رسید.

عناصر مقایسه

چه عناصری در طرح کسب و کار می بایست با واقعیت مقایسه شوند؟ در اینجا من چند نکته پایه از مقایسه را که شما باید به آن توجه کنید گرد آورده ام:

هدف ها: هر طرح کسب و کاری با هدف های کسب و کار آغاز می شود. شما باید سوالات مختلف بپرسید و پاسخ بگیرید. آیا من اهدافی که برای کسب و کار در سال گذشته در نظر گرفته بودم را به انجام رسانده ام؟ این مورد بسیار مهم است، زیرا اگر مقاصد شما به انجام نرسند، شما باید مواردی را در روند کاریتان تغییر دهید.

محصولات / خدمات: آیا محصولات یا خدمات جدیدی را معرفی کرده اید که در طرح کسب و کارتان قرار نداشته اند؟ نتایج مقایسه محصولات یا خدمات شما با رقبایان چیست؟ آیا طرحی برای معرفی محصولات یا خدمات جدید

دارید که در طرح کسب و کار ذکر نکرده اید؟ محصولات یا خدمات عنصر خیلی مهم طرح کسب و کار شما هستند و شما باید آن ها را به صورت پایدار پیگیری کنید.

بازار: آیا حرکت بازار با آن چیزی که شما در طرحتان پیش بینی کرده اید یکسان است؟ شرایط بازار، تکیه گاه بیشترین تصمیمات کسب و کار شما خواهد بود. اگر می خواهید در بازار باقی بمانید باید آن را دنبال کنید؛ زیرا اگر تغییرات بازارتان را پیگیری نکنید، بازار شما را پس خواهد زد.

صنعت: آیا تغییرات بسیار تند و تیزی در صنعت شما وجود دارد که در طرح کسب و کارتان پیش بینی نکرده بودید؟ هر صنعتی مشخصه های خاص خودش را دارد. به عنوان مثال، مشخصه صنعت فناوری اطلاعات تغییرات سریع و بزرگ است. اگر می خواهید در گردونه رقابت باقی بمانید، باید تغییرات صنعت خود را دنبال کنید.

استراتژی بازاریابی : آیا تغییراتی در استراتژی بازاریابی شما وجود دارد که در طرحتان تدارک ندیده اید؟ قیمت گذاری، پیشرفت و توزیع و پخشتان چگونه است؟ همه این عناصر، بخش های قابل تغییر هستند. این عناصر در فروش، فرآیند جاری و مدیریت شما تاثیر دارند. به همین دلیل شما باید این تغییرات را در طرحتان لحاظ کنید.

فروش: آیا میزان فروشتان با چیزی که در طرح کسب و کارتان پیش بینی کرده اید یکسان است؟ میزان فروشتان به سود بخشی، نحوه وصول پول نقد، فعالیت های بازاریابی، استخدام و . . . وابسته خواهد بود. فروش عنصر مهمی است و کسب و کار شما به آن تکیه دارد.

طرح بازاریابی : آیا شما تغییراتی در طرح بازاریابی خود دارید؟ اگر دارید، آن را در طرح کسب و کارتان به روز رسانی کنید.

سازمان و تشکیلات: آیا سازماندهی تشکیلاتتان با چیزی که در طرحتان یادداشت کرده اید یکسان است؟ آیا تیم مدیریت یکسان است؟ چه اتفاقی با طرح های استخدام ها می افتد؟

سود / زیان: آیا شرح سود و زیانتان مطابق طرح است؟

پیگیری و وصول پول نقد: آیا پیگیری وصول پول نقدتان همانند طرحتان است؟

زحمت: آیا توانایی ها (نیرو)، ضعف، فرصت ها و تهدیدها با چیزی که در طرح کسب و کارتان نوشته اید، برابر است؟ آیا تغییری در تاثیر آن ها در کسب و کار شما وجود دارد؟

فرآیند سنجش

اینها عناصر پایه ای هستند که شما می بایست:

-کنترل کنید

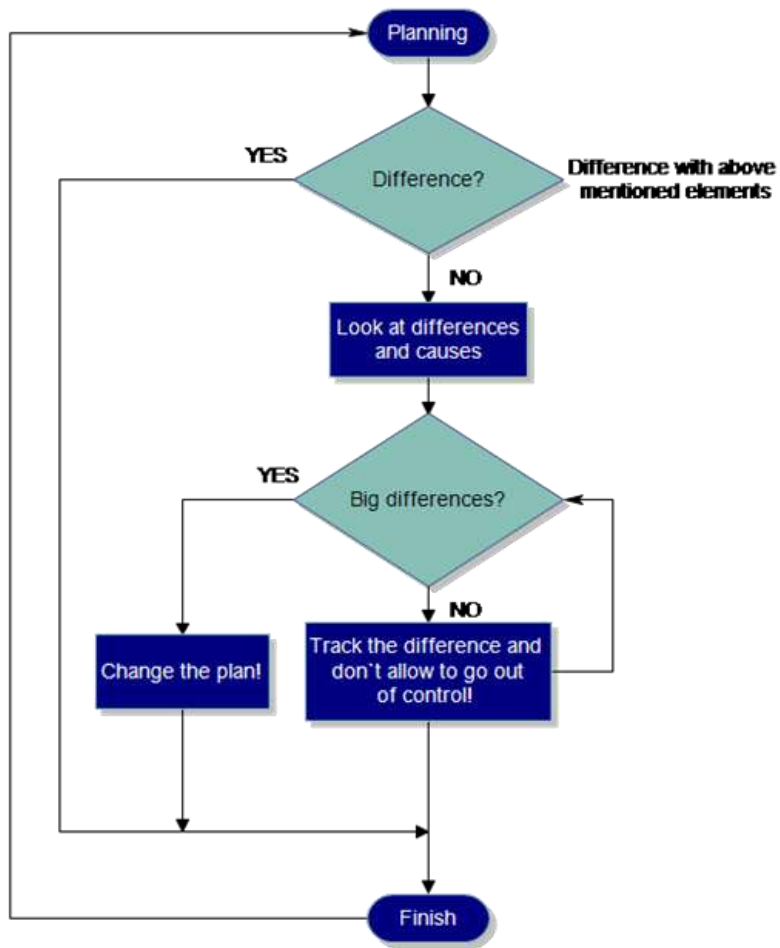
-مقایسه کنید

-دلایل تفاوت ها را بیابید

-مشکلات را از طریق حذف تفاوت های منفی حل کنید

تصویر صفحه بعد ، چارت فعالیت هایی است که شما باید برای سنجش

نتایج و تطبیق آن با طرح کسب و کار به انجام برسانید:



چگونه با زغال پولدار شویم



در شرایط فعلی کشور نشستن و امید داشتن به استخدام امری غیر معقول به نظر می رسد و همچنین نشستن و به استخدام هم فکر نکردن امری نزدیک به جنون می نماید ، پس بعد از تحصیل باید نشست و چه کار کرد؟ در جواب باید گفت که نباید نشست بلکه باید ایستاد و به اطراف نگاه کرد و ببینید از چه راهی به جز استخدام و امید داشتن به کار های اداری می توان نان سر سفره و پس انداز رسیدن به آرزو های و رویا ها را فراهم کرد . بدیهی است که در این مسیر باید بسیار زحمت کشید و سختی های فراوانی را تحمل کرد.

برای مثال در شهر ها و روستا هایی که کشاورزی وجود دارد و باغات و مزارع از راه های درآمد خانوار محسوب می شود . ایجاد درآمد های جانبی و مفید که سرمایه ی کمی هم لازم دارد خود راهی برای امرار معاش محسوب

می‌گردد . یکی از آن جمله کارها می‌تواند تولید زغال باشد که با استفاده از چوب‌های هرس شده باغ و ضایعات کشاورزی غیر قابل استفاده تولید می‌شود، چوب‌ها بعد از هرس حتما باید از باغ خارج شوند تا موجبات نفوذ آفات به سایر درختان را فراهم نکنند . سرمایه‌ی لازم برای اینکار می‌تواند از یک بشکه شروع شود و به تدریج گسترش یابد تا به یک کارگاه تولید زغال مجهز تبدیل شود . در این مقاله ما قصد داریم نحوه‌ی تولید زغال به زبانی ساده را شرح دهیم . و دیگر نحوه‌ی فراهم کردن مقدمات اینکار هر کس نسبت به شرایطش متفاوت است و به خودش بستگی دارد.

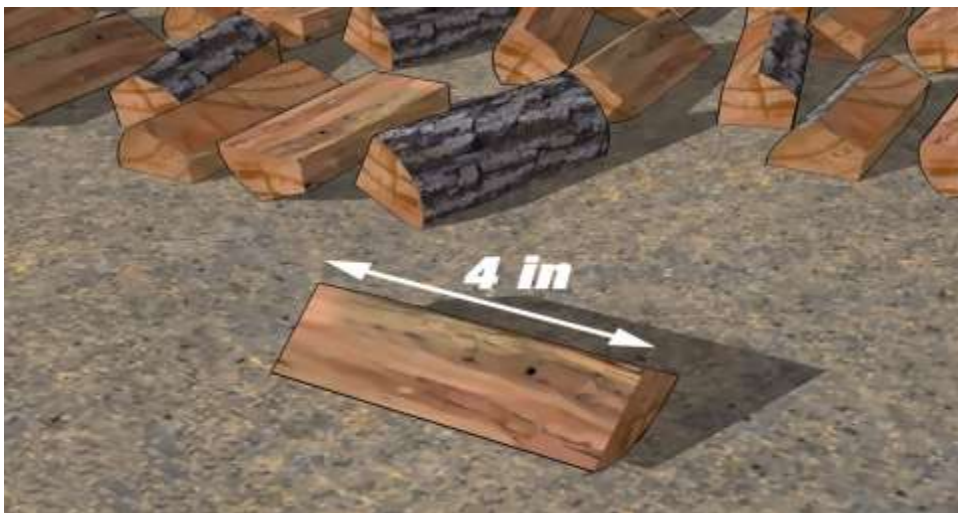
۱- در منطقه‌ای به دور از منطقه مسکونی ، در جایی که بتوان آتش کرد ، اینجا می‌تواند حیاط خانه‌ی شما باشد یا باغ شما یا گاراژ و ... انتخاب کنید.



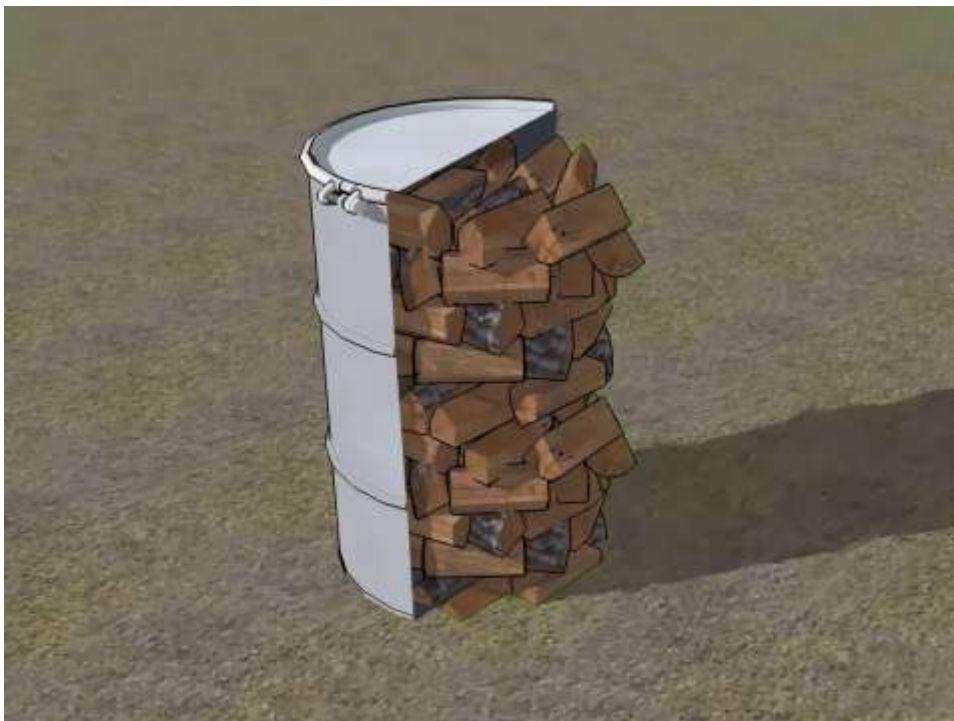
ظروف فلزی به شکل استوانه ترجیحاً بشکه و یا گالن های فلزی و یا هرچه بسته به ابتکار شما مثل آبگرمکن های قدیمی که دیگر استفاده نمی شود را تهیه کنید . قرار است که چوب ها را در این ظروف بریزید لذا درب ضد آتش محکم باید داشته باشد مانند در خود بشکه.



نوع چوبی را که می خواهید زغال کنید بسته به کاربردی که می خواهید زغال برایتان داشته باشد انتخاب کنید . مسلماً زغال کبابی با زغال قلیان نوع چوبش متفاوت است . البته در این زمینه زیاد سختگیر باشید این مشخصات با تجربه بدست می آید . سعی کنید طول چوب ها کمتر از ۱۰ سانتی متر نباشد .



بشکه را از چوب پر کنید و در بشکه را ببندید

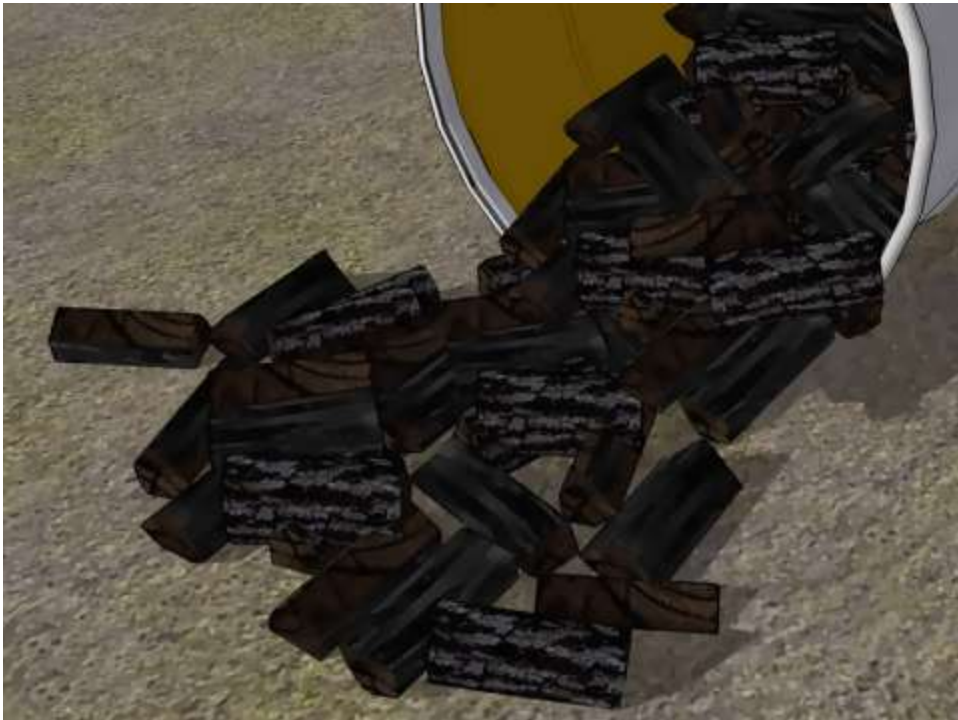


بشکه را با چوب های بی مصرف و ضایعات کشاورزی که برای زغال شدن مناسب نیستند از بیرون محصور کنید و به گونه ای که بشکه در چوب ها زندانی شود ، به گونه ای چوب ها را اطراف بشکه قرار دهید که به اصطلاح موجب خفه شدن آتش نشود و بعد چوب های اطراف بشکه را آتش دهید یادتان باشد که برای ۴الی ۵ ساعت باید آتش را روشن نگاه دارید پس اندوخته ی ضایعاتتان را کنترل کنید خاکستر حاصل از سوختن ضایعات خود نیز کاربرد فراوان دارد که در پستی دیگر به آن می پردازم.





بعد از سرد شدن کامل بشکه درب بشکه را باز کنید و از داشتن یک
بشکه پر از زغال خالص لذت ببرید



۵ روش برای افزایش فروش محصولات و کسب درآمد آنلاین



در وبلاگ نویسی راه های زیادی برای افزایش فروش محصولات وجود دارد
تنها کافی است هنر کسب درآمد را یاد بگیریم. پس با ما همراه باشید تا ۵
نکته اساسی را در مورد کسب درآمد آنلاین باهم یاد بگیریم
قبل از هرچیز باید بگویم صبر بهترین کلید حل معماست و پس از آنها باید
به روش های افزایش درآمد پرداخت
سوال اساسی در این بخش این است که چطور محصولات خود را در بین این
همه رقبا به فروش برسانم و فروش بیشتری داشته باشیم ؟
این مسلم است که ما نمیتوانیم با بزرگانی که خود تولید کننده هستند
رقابت کنیم پس لطفا انتظارات خود را کمی کم کنید
اما همیشه در پی این قضیه نباشید که محصولی ارائه دهید که فقط
خودتان ارائه دهید این یک اشتباه بزرگ است اگر اینچنین فکر کنید

در این پست من به شما یاد میدهم چگونه از وبلاگ خود کسب درآمد کنید
و محصولات خود را بیشتر بفروش برسانید
محصول خود را همیشه سبز نگه دارید:
شما باید نوع ماهیت کاربران را مشخص نمایید و با توجه به ماهیت آنها
به کارهای خود توسعه دهید . برای اینکار مراحل زیر را باید حتما در وبلاگ
خود داشته باشید:

- آموزش
- راهنمایی
- ویدئو فراموش نشه
- ارائه کتاب مبتنی بر راه حل های پرورش های محصول
- قالب وبلاگ
- ابزارهای وبلاگ

- گروه اینترنتی و پیشنهاد برای پیوستن به گروه راه حل مناسبی است
 - ارائه محصولی ملموس مانند ارائه پیراهن برای گروه و یا فنجان
- یک محصول برای اینکه همیشه در صدر قرار بگیرد باید دائمی بروزرسانی بشه و اگر شما نیز بخواهید محصولاتان دائمی در صدر قرار بگیرد باید بروزرسانی کنید
- بنابراین همیشه محصولاتان را همیشه سبز نگه دارید. بنابراین شما میتوانید به بخش فروش بیشتر و بیشتر پردازید و نگران هیچ چیز نباشید همیشه سبز بودنتان همیشه کمکتان میکند
- همه در یک پکیج برای افزایش فروش:
- یک وبلاگ نویس به تازگی یک راهنما برای ساخت یک وبلاگ کامل ارائه کرده است و در آن در برای تلاش به حفظ وبلاگ و توسعه وبلاگ است. او با

قرار دادن بحث های چالش برانگیز برای کاربران توان خود را به کاربران با جستجوی کاربران به اثبات می رساند

این روش می تواند بسیار روش خوبی برای نمایش توانایی های شما به کاربران باشد تا به آنها بفهمانید که شما توانایی فراوانی دارید و این امر باعث افزایش فروشتان خواهد شد

محصولی تکمیلی برای افزایش فروش:

این یک استراتژی خوب برای افزایش فروش می باشد . این محصول نهایی برای رسیدن به سطح پیشرفت برای فروش محصولات می باشد و به دلیل کیفیت خوب آن در بین کاربران جای خواهد گرفت و به افزایش فروش شما کمک خواهد کرد

دقت کنید محصول نهایی شما نباید یک محصول ساده و پیش پا افتاده باشد . محصول شما باید یک محصول کاملا تکمیل شده باشد و اگر نیاز به آپدیت دارد باید دائما آپدیت شود

محصول شما باید نظری باشد:

برای محصولات خود از متن های خوب و کاملا نظری و حرفه ای استفاده کنید
طوری که خواننده یا شنونده بتواند به هنگام خواندن محصول را جلوی چشم خود تصور کند و خوب بودن و حرفه ای بودن آنرا احساس نماید و از خرید خود راضی باشد

این روش مهمترین و شاید ابتدایی ترین بخش یک فروش است

بروزرسانی رایگان محصولات:

در بخش بالا در مورد سبزنگه داشتن محصول توضیح دادیم اما در این بخش باز نیز به آن توسعه خواهیم کرد.

آپدیت منظم محصولات باعث می شود کاربر از خرید خود بسیار راضی باشد و دیگران را نیز به خرید آن تشویق کند در این صورت کاربران شما تبلیغ کننده خوب شما خواهند بود طوری که همیشه از شما حمایت خواهند کرد و شما را به دلیل پشتیبانی و محصول خوبتان تبلیغ خواهند کرد این ۵ استراتژی بهترین راه ها برای افزایش فروش محصولات شما هستند و با رعایت این موارد شما به فروشی فوق العاده خواهید رسید.

راز موفقیت کسب و کارهای کوچک

تمام آن هایی که پولدار شده اند از روز اول این همه سرمایه نداشتند و با استفاده از ذهن اقتصادی خود پول زیادی به دست آورده اند.

بعضی کارها هستند که حتی بدون سرمایه اولیه می شود انجام شان داد اما لازمه آن تحقیق کردن، وقت گذاشتن و مهم تر از آن عجل نبودن است. پس نگران نباشید، کمی وقت بگذارید و فرصت های شغلی منطقه زندگی خود را بشناسید. به دنبال نیازهای منطقه بگردید. برای این کار باید مدتی در محل زندگی تان بچرخید و درد دل های کسبه و مشتریان را بشنوید.

مطمئن باشید این روزها همه به دنبال یک گوش شنوا می گردند، ایده های شما از همین درد دل ها بیرون می آیند، ما هم از همین درد دل ها و تجربه

هایی که در از کارشناس و استاد‌های فن پرسیدیم به نتایج جالبی دست پیدا کردیم. شاید از نظر شما ۳۵ میلیون تومان، پول زیادی برای سرمایه گذاری کردن نباشد اما باور کنید به جای این که با این پول و به اضافه پول وامی که از بانک مسکن می گیرید، بروید و دنبال خانه باشید، می توانید نهایت سودآوری را از این سرمایه به ظاهر کم داشته باشید. ۳۰ میلیون تومان سرمایه زیادی است؛ به شرط این که قدرش را بدانید و در راه مناسبی سرمایه گذاری کنید.

ما برای شما پیشنهادهایی را ارائه می دهیم که هر چند صد درصد تضمین سودآوری را نمی دهند اما از آزمون و خطای دیگران با سربلندی بیرون آمده اند. در حقیقت آنچه در این گزارش می خواهیم بگوییم، حاصل تجربه کسانی است که با همین سرمایه شروع به کار کرده اند. به هر حال یادتان

باشد که شما ۱۰۰ میلیون هم پولداشته باشید و بهترین شیوه سرمایه گذاری را هم بدانید، اگر دانش کافی آن کار و تجربه در آن زمینه را نداشته باشید، فرصت ها، محدودیت ها و رقبای آن بازار را شناسید نه تنها سود نمی کنید، بلکه سرمایه اولیه خود را هم بر باد می دهید.

۱. بیاموزید و آموزش دهید

اگر تخصص و سواد کافی برای انجام برخی از فعالیت های اقتصادی را ندارید، نگران نباشید. در نخستین قدم کمی درباره کارهایی که به تخصص کمتر و مکان محدودتر نیاز دارند، تحقیق کنید. در این تحقیق خود به مقوله سود و فروش خوب دقت کنید. قسمت کمی از سرمایه تان را صرف پرداخت هزینه های کلاس های تخصصی کنید و حرفه ای را بیاموزید.

به طور مثال، طلا سازی یاد بگیرید و بعد یک کارگاه طلا سازی بزنید یا مدتی در همین شغل کار کنید و بعد از چند سال که مهارت لازم را کسب کردید با سرمایه تان یک کارگاه راه بیندازید یا یک کلاس آموزشی.

به هر حال می توانید دنبال هر هنری که دوست دارید بروید، بیاموزید و سپس با همین سرمایه یک دفتر کوچک اجاره کنید و هرچه مهارت کسب کرده اید را آموزش بدهید. این مطمئن ترین روش است و شما در صورت موفق نشدن، هیچ ضرری نکرده اید. البته یک راه ساده تر هم وجود دارد که سود خوبی دارد و با این سرمایه به راحتی می شود، راه انداخت. مهم ترین موضوع این است که بدانید چه راه هایی برای سودآوری شما وجود دارد و آن را راه بیندازید. برای قدم اول سری به خیابان انقلاب بزنید و

دقت کنید که مغازه هایی که به تکثیر، چاپ، تایپ و... مشغول هستند و تعدادشان هم بالاست، همیشه شلوغ هستند.

این کار سرمایه زیادی نمی خواهد و سود خوبی هم دارد. فقط کافی است اگر با کامپیوتر و برنامه آفیس و فتوشاپ آشنایی ندارید به یک دوره کلاس آفیس بروید. کار کردن با دستگاه کپی هم کار سختی نیست. شما می توانید روزانه بیش از ۱۰۰ هزار تومان درآمد داشته باشید، به خصوص اگر محل کارتان در مکان مناسبی مثلا نزدیک مدرسه یا دانشگاه باشد.

۲. به دنبال مجوز باشید

اگر ایده خاصی به ذهن تان نمی رسد، می توانید از ایده دیگران استفاده کنید و درصد ایده آن ها را سر هر ماه بپردازید. مثلا می توانید یک گشتی در شهر بزنید و فهرستی از رستوران های کوچک اما معروف را تهیه کنید.

در این زمینه رستوران های بین المللی که زیاد گران نیستند مثل رستوران های عربی یا ترکی مناسب هستند.

شما می توانید مجوز راه اندازی یک شعبه را از آن ها بگیرید و ماهانه در صدی از سودتان را به آن ها بدهید. یا می توانید مجوز پیک موتوری بگیرید. تا جایی که می دانیم «پیک بادپا» که در حال حاضر از معتبرترین پیک هاست، این فرصت را در اختیار متقاضیان می گذارد. خب برای این کار فقط کافی است تا مکانی را اجاره کنید و چند پیک موتوری استخدام کنید و البته بیمه اجناس هم فراموش نشود. گرفتن نمایندگی فروش شارژ ایرانسل یا همراه اول و فروش اینترنت پرسرعت نیز گزینه های بعدی هستند که با ریسک پایین تری همراه هستند.

۳. تولیدی راه بیندازید

سرمایه افراد از یک حدی که بالا می رود دوست دارند برای خودشان کسب و کاری راه بیندازند و به اصطلاح خودشان آقای خودشان باشند اما این کار به این سادگی ها نیست و بدون تجربه و دانش کافی نه تنها سودآوری ندارد بلکه ممکن است سرمایه خودتان هم از دست برود. برای مثال خیلی ها دوست دارند تولیدی راه بیندازند، به خصوص آن هایی که مکانی هم برای این کار در اختیار دارند و نیازی نیست تا اجاره محلی برای راه اندازی تولیدی را بدهند. ما به شما پیشنهاد می کنیم اگر که جایی مناسب برای این کار دارید پس از به دست آوردن دانش و تجربه کسب و کار کوچکی راه بیندازید.

بهتر است سراغ کارهای خیلی سخت نروید و مهم تر از همه این که فرصت های محل زندگی تان را بشناسید. شما می توانید کارگاه تولید جوراب زنانه

راه بیندازید که همیشه بازار خودش را دارد. شما با خریدن چند ماشین ساده جوراب بافی، می توانید جوراب های زنانه را به سادگی تولید کنید. جوراب های زنانه به دلیل مصرفی بودن شان، قیمت مناسب آن و نوع مشتری همیشه بازار پر فروشی دارد و ضمن این که کار کردن با این ماشین ها بسیار ساده است و قطعات یدکی آن هم به وفور در کشور موجود است و اگر دستگاه خراب شود یک تکنسین داخلی هم می تواند آن را تعمیر کند. جالب است بدانید که ممکن است کارتان بگیرد و حتی به کشورهای همسایه صادرات هم داشته باشید.

بله، در حال حاضر جوراب هایی که با نام « پارازین » تولید می شوند به برخی از کشورهای همسایه صادر می شوند. شما می توانید روزانه حداقل ۱۰۰ هزار تومان از این کار درآمد داشته باشید پس بهتر است تحقیقات کافی

انجام بدهید و اگر بازار را مناسب دیدید، برای گرفتن مجوز به صنف جوراب بافان بروید. باور کنید اگر کمی تحقیق کنید، کارهای ساده تر و پرسودتری هم پیدا می کنید.

۴. مواد غذایی همیشه پرسود است

از آنجایی که خوراک از نیازهای اولیه هر انسانی است پس در هر شرایطی باید این نیاز برآورده شود. به خاطر همین نیاز ساده، این شغل و هر حرفه ای که با مواد غذایی در ارتباط است، همیشه بازار خودش را دارد و سود بالایی هم دارد. اشتباه نکنید، منظور ما این نیست که بروید و یک کارخانه مواد غذایی راه بیندازید، کمی بیشتر فکر کنید. شما می توانید به خدمات جانبی که کارخانه های مواد غذایی نیاز دارند هم فکر کنید و روی آن هاسرمایه گذاری کنید.

به طور مثال این روزها صنعت بسته بندی از خود مواد غذایی هم بیشتر اهمیت دارد و مردم بیشتر جذب بسته بندی های خاص و متفاوت می شوند. بهتر است به دنبال یک یا چند ایده خوب باشید و در یک کارگاه کوچک به بسته بندی با طراحی های مخصوص خودتان پردازید. ایمان داشته باشید که اگر در این کار خلاقیت به خرج دهید در کمتر از یک سال فرد ثروتمندی می شوید. این روزها به راحتی می توان با استفاده از ظرفیت خالی کارخانه ها یا کارگاه هایی که پروانه بهداشت دارند، حبوبات و ادویه جاتی مثل فلفل، دارچین، زردچوبه و... را به صورت سفارشی تحویل گرفت و آن ها را با بسته بندی های خود و با برند خاص خودتان در بازار خاصی چون پادگان ها، دانشگاه ها، بیمارستان ها و... توزیع کرد.

البته ممکن است کارتان حسابی بگیرد و از یک کارخانه بزرگ، سفارش بسته بندی محصولات شان را بگیرید. هر گاه گذرتان به میدان راه آهن افتاد، حتما یک سری به مغازه های ظروف یک بار مصرف بزنید و سر صحبت را با مغازه داران این حرفه باز کنید. آن ها تنها صنفی هستند که همیشه بازار خاص خودشان را دارند و نگران مشتری و ضرر کردن نیستند. به گفته آن ها در این حرفه سودآوری حتمی است به شرط این که بتوانید نبض بازار را در دست بگیرید.

۵. یک بوتیک و یک مشاور برندینگ لازم است

ما ایرانی ها به سوی هر ایده ای که جالب باشد، ناخود آگاه جذب می شویم و به قول معروف؛ حسابی هم جو زده می شویم. شما باید به دنبال یک ایده تک باشید. حتما داستان صاحب اصلی «هایدا» یا «آیس پک» را بخوانید.

آن‌ها دانشجویان معمولی بودند که با یک ایده جدید که اتفاقا خیلی هم کم خرج بودند، امروزه به دسته میلیاردرها پیوسته اند. اگر راهنمایی ما را می‌خواهید که باید بگوییم ایده شما بهتر است در راستای خوراکی‌هایی باشد که اتفاقا ارزان باشند، خاص باشند و اسم زیبایی هم داشته باشند.

مثلا ذرت مکزیکی هم ایده جدید بود، هم اسم زیبایی داشت و هم قیمت آن مناسب بود که این روزها این همه طرفدار دارد. بعد از خوراکی، خدمات پوشاک نیز ایده مناسبی است به خصوص برای افرادی که دنیای مد را خیلی خوب می‌شناسند. البته منظور ما راه انداختن یک بوتیک صرف نیست بلکه شما باید ایده خاصی هم داشته باشید. به طور مثال می‌توانید از یک کارشناس برندینگ مشاوره بگیرید و به مشتریان خود بگویید که شما یک طراح مد دارید که به آن‌ها مشاوره می‌دهد.

باور کنید این ایده جالبی است که می‌تواند فروش شما را تا بیش از ۵۰ درصد افزایش بدهد. یادتان باشد که جوان‌ها از هیچ چیزی بیش از مشاوره گرفتن در امر مد و پوشاک خوشحال نمی‌شوند و این‌گونه برای سوال همیشگی‌شان یعنی؛ چی بپوشم؟ این مدل به من می‌آید؟ حالا باید با چی ست بکنم؟ و... جواب مناسبی پیدا می‌کنند.

۶. کسب و کارهای کوچک پرسود

تمام آن‌هایی که پولدار شده‌اند از روز اول این همه سرمایه نداشتند و با استفاده از ذهن اقتصادی خود پولزیادی به دست آورده‌اند. باید پرس و جو کنید و ببینید در محل یا شهر شما چه کاری بازده و سود بیشتری دارد اما همیشه یکسری شغل‌ها به اقتضای زمانه شکل می‌گیرد که ریسک کمتری دارد و درآمد خوبی هم نصیب افراد می‌شود. برای مثال می‌توانید

با این پول نمایندگی ایرانشل و فروش شارژ بگیرید یا این که از مخابرات
شهرتان نمایندگی فروش اینترنت پرسرعت بگیرید.

بیلیارد و تفریحاتی از این قبیل هم با استقبال جوانان روبه رو می شود.
یک کار پرسود تر این است که شما بوفه یک مکان ورزشی، بیمارستان،
فرهنگسرا، مدرسه، دانشگاه و امثال این مکان ها را اجاره کنید. اغلب این
مکان ها با قیمت مناسبی اجاره داده می شوند و فروش بسیار خوبی هم
دارند.

چطور می توانیم ۱۰۰ میلیون تومان به دست آوریم

شما باید اندیشه و تفکر درستی داشته باشید. این اندیشه‌هایتان را تبدیل به عمل کنید تا از این عملکرد، جامعه تصویری به وجود بیاورد که به نفع شما باشد. برای خوب کار کردن و خوب خدمت کردن، باید عاشق بود و عشق خدمتی نو و بهتر داشت. اگر این اتفاق در مورد شما بیفتد، شك نکنید که اعتبار، شهرت و ثروت، کمترین چیزی است که به دست خواهید آورد. شما با این کارتان موفق به اعتمادسازی در جامعه نسبت به خودتان و خدماتتان می‌شوید و این، راه شما را هموار می‌کند.

بسیاری از دوستان کارآفرین من، می‌گویند که بسیاری از فرصت‌ها را لابه‌لای روزنامه‌ها دیده‌اند و شکار کرده‌اند. مثلاً شما روزنامه‌ای را باز می‌کنید و می‌بینید

که آگهی مناقصه‌ای چاپ شده که فلان سازمان، روزانه هزار پرس غذا با فلان قیمت و کیفیت می‌خواهد. مثلاً من در خانه‌ام نشسته‌ام و می‌بینم که خیلی راحت می‌شود به این هدف رسید درحالی‌که شاید دیگران خیلی راحت از کنارش عبور کنند. می‌بینم که مثلاً پارکینگی خالی دارم و ظرف‌های اضافه و اعضای خانواده هم که هستند. پس سریع می‌روم و این کار را می‌کنم و این فرصت را از دست نمی‌دهم. تازگی‌ها هم که به مشاغل خانگی وام می‌دهند و این نوع از مشاغل و شرکت‌ها، که از زن و شوهر و بچه‌ها تشکیل شده، زیاد شده‌اند. فقط باید يك خرده این فرصت‌ها را بهتر دید، همین .

امان از هاله مرکولی

سؤال خوبی است. اگر بخواهم به شما جواب بدهم، می‌گویم بستگی دارد منظور شما چه کسی باشد. مثلاً خود من، این مبلغ را نه در ۹ ماه، که در ۹ ساعت هم

می‌توانم به دست بیاورم. قابلیت‌های آدم‌ها فرق می‌کند. من برخی توانایی‌ها دارم، شما هم برخی توانایی‌ها. سطح افرادی که من با آنها ارتباط دارم، بالاتر است و این، خیلی مهم است. ارتباطات موثر در این مورد، خیلی مهم است. اصلاً شما می‌دانید که کلمه مارکتینگ از چه کلمه‌ای می‌آید؟ از مرکولی، که نام دیگر ستاره عطارد است. معروف است کسانی که هاله‌شان مرکولی است، خیلی نفوذ دارند و ارتباط مؤثر برقرار می‌کنند .

فقط اعتبار

اعتبار خیلی مهم‌تر از سرمایه و پول است. شاید نگاه شما به کارآفرینی، يك نگاه پروژه‌ای باشد درحالی‌که از نظر من، يك پروسه است. شما پروژه‌ای نگاه می‌کنید که مثلاً در ۹ ماه چطور می‌توانم ۱۰۰ میلیون تومان را به دست بیاورم. درحالی‌که من می‌گویم پروسه اقتصادی که در آن، باید پیشینه‌ای داشته باشید و ادامه بدهید

که در این صورت، اعتبار خیلی مهم‌تر است. من شاید با اعتبارم، حتی در ۹ دقیقه هم بتوانم این کار را بکنم؛ بدون هیچ حرکتی. تنها کافی است به ۲ نفری که مرا می‌شناسند، زنگ بزنم و از یکی، جنسی بگیرم و به دیگری بفروشم؛ تنها به این علت که هر دو نفر و نیازهایشان را می‌شناسم و آنها نیز مرا می‌شناسند و نزد آنها اعتبار دارم و نزد من اعتبار دارند.

نگاهت را اصلاح کن

اولین مرحله، این است که خودآزمایی کنیم و خودمان را بشناسیم. درباره شخصیت خودمان و علاقه‌هایی که داریم، چیزهایی بدانیم. بدانیم که توانایی‌هایمان کجاست. شاید ما خیلی وقت‌ها شده‌ایم کارمند بانک، درحالی‌که نه این کار را دوست داشته‌ایم، نه از آن لذت برده‌ایم و هر روز هم با نفرت سر کارمان حاضر شده و می‌شویم. کسی که هر روز صبح وارد کاری شود که از آن راضی نیست،

در آن موفق نخواهد شد چون این کار، راضی‌اش نخواهد کرد. ولی همین خود شما، اگر عاشق خبرنگاری باشید، خبرنگار موفقی خواهید شد. هر کسی عاشق هر شغلی باشد، در آن موفق خواهد شد. بحثی هم درباره نوع شغل نداریم. شاید شغلی هم وجود داشته باشد که سطح پایین تلقی شود اما اگر علاقه وجود داشته باشد، این چیزها مهم نیست. نوع نگاه ما مهم است؛ نه نوع کار.

ای فرصت‌شناس!

من مدیریت استراتژیک خوانده‌ام. ما در این نوع مدیریت، بحثی داریم تحت عنوان ماتریس SW که به نوعی نقاط ضعف و قوت و تهدیدها و فرصت‌ها را مطرح می‌کند. فرصت‌یابی و فرصت‌شناسی در این امر خیلی مهم است. اصلاً کارآفرینی خانگی به واسطه همین فرصت‌یابی‌هایی‌ست که شکل گرفته. مثلاً طرف می‌بیند در خانه‌اش، دیگ و ظرف اضافه دارد و چند تا مغازه‌دار سر کوچه را هم می‌شناسد که

مواد غذایی می‌فروشند. با فلان سازمان هم در ارتباط است و همه اینها را جمع می‌بندد و غذا می‌پزد و تحویل سازمان مربوطه می‌دهد؛ آن هم با قیمت مناسب‌تر. اینجا، بحث چگونه دیدن است. شاید متوجه هم شد که یکی از فامیل‌هایش، با یکی از مدرسه‌ها در ارتباط است و این مدرسه را هم به فهرست مشتری‌هایش اضافه کرد. این، فرصت‌شناسی و فرصت‌یابی است.

گام اول به دست آوردن ۱۰۰ میلیون

و اما بعد، وارد این قضیه می‌شویم که اگر يك آدم معمولی که بین ۲۰ تا ۴۰ سال سن داشته، تحصیلات معمولی هم دارد و هیچ تخصصی هم ندارد، چطور می‌تواند این مبلغ را در ۹ ماه باقیمانده از سال به دست بیاورد. ضمن اینکه فرض می‌کنیم این شخص، از نیروی انگیزه حداقلی برای پیشرفت هم برخوردار است. در اینجا من سه‌گام را پیشنهاد می‌کنم که به این ترتیب است. در گام اول، ما باید این ۹ ماه

باقیمانده را به سه قسمت کوتاه، میان و بلند مدت تقسیم کنیم که شامل ۳ تا ۳ ماه می‌شود. ۳ ماه اول، بی‌برو و برگرد این شخص باید دوره ببیند. دوره‌هایی که باید ببیند، فنون مذاکره و ارتباط مؤثر و فن بیان و شبیه این است. در زمانی که دارد این دوره‌ها را می‌بیند، این روزها دوره‌های تکمیلی هم باب شده است که باید بگذراند. دوره‌هایی مثل بازاریابی و مهندسی فروش و مدیریت ارتباط با مشتری و شبیه این. اجرایی کردن تکنیک‌های این دوره‌ها را هم می‌تواند از خانه‌اش شروع کند؛ مثلاً با همسرش خوب مذاکره کند و خوب با او ارتباط بگیرد. در همین فاصله هم باید علایق و گرایش‌هایی که از زمان کودکی داشته و همیشه در آرزوی‌شان بوده، شناسایی کند تا به بیراهه نرود و به کاری که دوست ندارد، دست نزند. در ضمن قرار نیست همه هم کارمند شوند .

همه جا پر از پول است

کتاب معروفی در حوزه کارآفرینی هست به نام «سنگفرش هر خیابان از طلاست»، که کیم ووچونگ کره‌ای آن را نوشته است. واقعا بعضی وقت‌ها، آدم به جایی می‌رسد که می‌بیند سنگفرش هر خیابان از طلاست. تنها کافی است به درستی، فرق بین دیدن و مشاهده کردن را یاد بگیرید. کارآفرینان مشاهده می‌کنند، درحالی‌که دیگران می‌بینند. شاید من صدبار از سر خیابان مان رد شده باشم و ندیده باشم که آنجا، يك کلیدسازی وجود دارد و برای ساختن یا تعمیرات قفل و کلید، با هم‌سرم بروم چند خیابان یا محله آن طرف‌تر. درحالی‌که اگر اهل مشاهده بودم، می‌دیدم که سر کوچه و خیابان‌مان، کلیدسازی هست .

گام دوم به دست آوردن ۱۰۰ میلیون

دومین گام، شامل ۳ ماه دوم می‌شود. در این مرحله، کار مشخص شده؛ که کاری مطابق علاقه فرد است. حالا در این گام، باید تمرین‌های مورد نظر را انجام داد و همه زمان را هم به همین امر اختصاص داد. دنبال شرکا و اسپانسرهای مالی بود؛ با استفاده از فنون مذاکره و ارتباط مؤثر این فرد باید با مراکز مالی و پشتیبانی وارد مذاکره شد. این فرد باید درباره نوع کار و جایی که می‌خواهد کار را در آن راه بیندازد، مطالعه کند. رقبا را بررسی کند و ببیند کجا تشنه این نیاز است. یا مثلا اگر می‌خواهد شکلات تولید کند، ببیند میزان واردات این حوزه چقدر است؛ که از طریق گمرکات به راحتی می‌تواند این آمار را به دست آورد. یا اصلا آمار هر چیز دیگری و میزان واردات هر چیز دیگری را. در کل باید يك کار مطالعاتی و تحقیقاتی گسترده روی شغلش انجام دهد؛ و البته يك کار جذب سرمایه و حمایت مالی و پشتیبانی.

گام سوم ۱۰۰ میلیونی

گام سوم، شامل ۳ ماهه سوم است که مرحله نهایی و سرنوشت ساز تلقی می‌شود. در این مرحله، زیرساخت‌ها فراهم شده و باید، ضربه نهایی وارد شود. ۶ ماه خودسازی و خودشناسی و استقرار دانش و... شکل گرفته، و حالا باید شغلی که دوست داریم، ساخته شود. البته یادمان باشد که در این فرصت کم، نمی‌شود شغل‌های بزرگ و شرکت‌های بزرگ ایجاد کرد. ضمن اینکه نباید فراموش کرد که ما يك فرصت نهایی شب عید را هم در ۳ ماهه آخر و نهایی داریم که نباید به هیچ عنوان از دستش بدهیم.

ماجرای پزشکی که دسر تولید می‌کند

18 ساله هست که در صنعت غذا کار می‌کنم. در همه دنیا، این صنعت، صنعت بسیار خوبی است. البته شاید در آن، نتوان پول‌های آنچنان به‌دست آورد اما به واسطه تکراری که در کار هست، می‌تواند خیلی کارساز باشد و شما را به جاهای خوبی برساند. یادم هست آقای پیشم آمده بود که حدود ۴۰ سال داشت. دکترای پزشکی داشت. اما کارگاهی تاسیس کرده بود تا دسر تولید کند. می‌گفت که از همان اول هم علاقه‌ای به پزشکی نداشته و به دلیل اطرافیان وارد این رشته شده است و حالا آن را کنار گذاشته بود. علاقه‌اش این بود که کارگاهی داشته باشد تا دسرهای مختلف تولید کند. اتفاقاً خیلی هم در کارش موفق شده بود.

دانیال دادجو، کارآفرین برتر شرق کشور از ایده ما و عملیاتی بودنش

می‌گوید

دانیال دادجو، از جوانان پنجاه و هفتی است. به روایت خودش، ۱۸ سالی است که دارد سرسختانه کار می‌کند. همواره دغدغه خدمات نوین و ابداع راهکارهای ارزش‌آفرین داشته است؛ کاغذ ابر و باد و ساندویچ دل و جگر مرغ و... بخش‌هایی از یادگاری‌های آن روزهایش هستند. او حالا جزو کارآفرینان برتر شرق کشور بوده و به سرعت در حال رشد است. دادجو در حال حاضر با گروه شرکت‌های شرق سیستم در بخش‌های بازرگانی، خدمات پشتیبانی، فناوری اطلاعات، تبلیغات و ارتباطات در حال فعالیت است. نظرات این کارآفرین هم شنیدن دارد.

راه‌های بسیار

اینکه کسی می‌تواند صد میلیون تومان طی ماه‌های باقیمانده به دست بیاورد، راهکارهای بسیاری دارد. واقعا مبلغ بزرگی نیست که بخواهد سؤالی بابت شدن یا نشدنش در ذهن‌ها ایجاد شود. امروزه برخلاف نظرات اشتباه و نسبتا فراگیر که معتقدند مشکلات حاد اقتصادی وجود دارد و نمی‌شود کاری کرد، معتقدم

زمینه‌های زیادی وجود دارد برای کار کردن و زودتر رسیدن به مبلغی بیشتر از آنچه شما آرزویش را دارید.

فرصت‌ها و تهدیدها

من ۸۱ سال است که در این مملکت کار می‌کنم و معتقدم که هر کاری را بدون کوچک‌ترین سرمایه ریالی می‌شود شروع کرد و به ارزش‌آفرینی و ثروت‌آفرینی رساند. به همان مقدار که بعضی‌ها می‌گویند، مشکلات اقتصادی فراوانی وجود دارد، باید گفت بسترهای درآمدسازی فراوانی هم هست.

استفاده از يك شكاف بزرگ

به تعبیر من با توجه به سرعت بالای تغییرات در نوع زندگی، انتظارات و نیازهای جامعه بین فرایند عرضه و تقاضا يك شكاف عمیق ایجاد شده است و این، همان فرصت طلایی برای بهره‌بردن از داشته‌های گذشتگان است، از این بابت که بخش

اعظمی از جامعه و بازار و افرادی که خدمات ارائه می‌کنند، در گذشته باقی مانده و به شیوه سنتی ارائه خدمت می‌کنند. کافی است شیوه نوین و مدرن و به روز ارائه خدمات را در پیش بگیرید تا ببینید چه تاثیر بزرگی از خودش به جا می‌گذارد.

لطفا علیه من گارد نگیرید!

وقتی این حرفها را می‌گویم، خیلی‌ها گارد می‌گیرند اما ذات و تفکر من اینچنین است. برخی مدام از این دم می‌زنند که دو سال بعد چه می‌شود و سال بعد چه‌ها که نمی‌شود و این مشکلات در راه است و... متأسفانه برخی خانواده‌های ما نیز به این نگرش منفی، دامن می‌زنند و به جای حفظ روحیه و خلق فعل خواستن در بین جوانان‌شان، خانواده خود را به سمت يك نوع سکون خنثی سوق می‌دهند. ما باید رفتاری متناسب با امروز و با پیش‌بینی ۲-۳ سال آینده داشته باشیم و این مسیر ادامه پیدا خواهد کرد. به تعریف شخصی من سه گروه آدم داریم؛ گروه اول، کارمند مسلک هستند، گروه دوم، اشخاصی هستند که حرکت و جنبش بیشتری دارند تا به

سطح مشخصی برسند. کاسب‌های جامعه این گروه را تشکیل می‌دهند که البته دو نوع موفق و ناموفق هم دارند. گروه سوم هم افرادی هستند که می‌خواهند در جامعه پیشرفت و حرکت به وجود بیاورند مثل کارآفرینان و ارزش‌آفرینان. این گروه را افرادی تشکیل می‌دهند که از خودشان انتظارات بیشتری دارند و در خودشان می‌بینند که بیشتر از چیزی باشند که هستند. در واقع ما با دسته سوم سر و کار داریم؛ دسته‌ای که تفکرشان، بهتر بودن و جلوتر رفتن است. اتفاقاً از این جوان‌ها، کم نداریم ولی بعضاً به واسطه برخی دلایلی که نام بردم، از پیشرفت کردن بازمانده‌اند.

2 راه طلایی

چند راه مختلف برای پول در آوردن و ثروتمند شدن جوان‌های امروزی وجود دارد؛ راه اول این است که جوان، خودش بنشیند و فکر کند و با خلاقیت، چیزی را ابداع

کند. من در سال ۱۸، کاغذ ابر و باد را ابداع کردم و فروختم. وقتی که دیدم دیگران دارند از روی دست من این کاغذها را تولید می‌کنند، رفتم و کارهای دیگری کردم. باید از ذهنمان، برای خلق يك خدمت جدید کمک بگیریم. راه دوم که از همه راهها راحت تر است، استفاده از تجربیات دیگران و نوعی بازمهندسی است، یعنی تجربیات دیگران را بازتولید کنیم و نیازهای امروز را در آنها لحاظ کرده و اجرایی‌شان کنیم. همان طور که اشاره کردم، بیش از نیمی از خدماتی که در جامعه ما ارائه می‌شود، با تفکرات جوان جامعه ما یکی نیست. باورها و نیازهای عصر امروز ما در آنها رعایت نشده. يك جوان، می‌تواند با انجام يك تغییر ساده در هر خدمتی، آن را در قالبی جدید ارائه و به نام خودش ثبت کرده و ثروت‌آفرینی کند.

ماهیگیری ثروت

ماهیگیری را دوست دارم، بسیار شبیه ثروت آفرینی است. ماهیگیر باید اول از همه، عشق داشته باشد؛ هر کسی حوصله و عشق نشستن پای قلاب ماهیگیری را ندارد. ماهیگیری فصل مشخصی دارد و ابزار خاص خودش را. يك ماهیگیر با پیشرفته‌ترین ابزارها ماهی می‌گیرد و بعضی‌ها با يك نخ ماهیگیری و از همه مهم‌تر اینکه باید میل شدیدی هم برای خوردن ماهی داشته باشد وگرنه اگر از ماهی بدش بیاید، به طرف گرفتنش هم نخواهد رفت. ثروت آفرینی، به‌طور عجیبی شبیه این فرایند است.

در برابر تکرار

نمی‌خواهم بگویم و توصیه کنم که بله، بعضی کارها پولسازترند. این‌جوری، تفکر جامعه کاملاً محدود می‌شود. ایرانی‌ها کپی کردن و انجامش را دوست دارند. در هر

فصلی، متاسفانه شغلی مورد توجه واقع می‌شود و بعد، همه دنبالش می‌روند و شاهد تکرار هستیم و تکرار و تکرار و تکرار. اگر از بالا نگاه کنید، در همه شغل‌ها، بستر مناسب وجود دارد. اگر این واقعیت را بپذیریم، بقیه راه هموار خواهد شد. متاسفانه ضعف بیشتر ما انسان‌ها، تکرار رفتار دیگران است و بعد با تعجب از خودمان می‌پرسیم که پس چرا موفق نمی‌شویم! ما که داریم همان کارها را می‌کنیم، پس چرا خبری نیست؟! درحالی‌که باید دنبال این باشیم تا ببینیم چطور می‌توانیم در این خدمتی که داریم ارائه می‌کنیم، تغییری بدهیم و آن را بهتر کنیم و نوآوری داشته باشیم.

ایده املتی

به همین سادگی، برای یکی از دوستانم به ایده‌ای ساده ولی فوق‌العاده رسیدیم. او می‌خواست کاری را شروع کند و بین تمام کارهای موجود خدمات رستوران‌داری را

دوست داشت ولی سرمایه شروع يك حرکت بزرگ را نداشت اما با نگاهی ساده به موضوع و با بهره‌گیری از همان شکاف طلایی به نقطه شروع خوبی رسیدیم. او برای صبحانه، املت می‌فروشد؛ غذایی ساده که همه هم دوستش دارند، ساده‌ترین غذایی که در نوع خودش کامل هم هست. همه ما وقتی به شهر دیگری می‌رویم یا صبح زود از خانه خارج می‌شویم، دوست داریم در جایی، صبحانه خوبی بخوریم. حالا این دوست من، می‌خواهد برای صبحانه، این غذا را ارائه کند. کارهای مطالعاتی‌اش را هم انجام داده. می‌خواهد فضایی ایجاد کند که همه قشرهای خاص جامعه مثل پزشکان و مهندسان هم در کافه او املت بخورند و از فضا لذت ببرند و املت‌ش هم تبدیل به يك برند شود. برای گام اول، واقعا نیاز به کارهای عجیب و بزرگ نیست، با تغییرات ساده در کارهای کوچک، می‌توانیم درآمدساز شویم.

آدم‌هایی که از آنها خوشم می‌آید

راه‌های مختلفی برای در آوردن پول داریم. نخستین نکته‌ای که به ذهن‌ها می‌رسد، استفاده از پول و سرمایه پدران است. اما راه اصلی ماهیگیری ثروت است که برای جوانانی مانند من مفید بوده و هست. اگر با تفکر، ایده‌پردازی، خلاقیت و نوآوری و قطعاً عاشقانه تلاش کردن و پشتکار، همراه با شجاعت و ریسک‌پذیری شروع کنید، بیشک موفق می‌شوید. سومین راهش هم که متأسفانه تفسیر ناحق پولدار شدن بسیاری قلمداد می‌شود، فروختن انسانیت است. راه اول، به ذهن همه می‌رسد ولی راه دوم به هدف می‌رسد. روی صحبت من هم با کسانی است که می‌خواهند ۱۰۰ میلیون را، با ۵ میلیون سرمایه به دست بیاورند و به خودشان تکیه می‌کنند. من به طرزی عاشقانه، اینطور افراد را دوست دارم؛ چون جامعه ما پر است از همین جنگجویان عاشق. برترینها

بازاریابی پولساز: مشتری قهرمان است



مشتری از شما خرید میکند. اما نه خاطر اینکه محصول شما مشکل او را حل میکند. به خاطر اینکه در ذهنش او مشکلش را با محصول شما حل میکند

[سری بازاریابی پولساز قصد دارد مطالبی در رابطه با استراتژی ها ، تاکتیک ها و روش های جذب و حفظ مشتری برای افزایش سودآوری شرکت ها و کسب و کارها ارائه دهد]

مشتری یک قهرمان است.

این شعاری است ملکه ذهن شرکت ها بزرگ تولید کننده محصولات مصرفی شده. شما میتوانید در تبلیغات شرکت نایک ، کوکاکولا ، ایرانسل و ... نیز ببینید که یک نفر (مشتری) با محصول مورد نظر در حال حل مشکل است.

در تبلیغات نایک، هیچ حرفی از کیفیت و ویژگی‌ها و ... محصول زده نمیشود ! تنها چیزی که بیننده میبینید یک نفر در حال دویدن است و از خط پایان میگذرد و ۱ ثانیه آخر تنها علامت برند نایک نمایش داده میشود؛ به همین سادگی.

اما چرا اینچنین است؟

شما اگر بخواهید مشتری محصولی را از شما بخرد، شاید با هزار زور و زحمت و داستان موفق شوید محصولتان را به او بفروشید اما آیا مشتری نیز خرید کرد؟ فروشنده معمولی محصول را میفروشد، اما فروشنده حرفه‌ای کاری میکند مشتری محصول را بخرد؛ یک فروشنده حرفه‌ای داستان تولید محصول و ویژگی و ... را برای مشتری ساعت‌ها تعریف نمیکند تا مشتری

کاملاً متوجه آن شود، بلکه به سادگی داستان حل و رفع نیاز مشتری را توسط خود مشتری با کمک محصول را تعریف میکند.

چطور از تکنیک “مشتری قهرمان” استفاده کنیم؟

هر زمانی مشتری خواست محصولی بخرد؛ برای او داستان قدمت تولیدی، ویژگی خوب، کشور تولید شده و قیمت پایین محصول را تعریف نکنید. حتی اگر با نهایت شور و اشتیاق نیز تعریف کنید شما مشتری را وارد داستان خودتان کردید و محصولاتان را قهرمان و مشتری را یک شخصیت ساده در نظر گرفتید.

بجای این کار؛ شما باید داستانی از حل مشکل مشتریتان تعریف کنید، که محصول و خدمات شما به او کمک میکند برنده شود و مشکل را حل کند.

شما باید همان جادوگری باشید که شمشیر فولادی اژدها کش را به دست
قهرمان داستان مدهید.

مثال : مشتری وارد مغازه شده/زنگ زده و ... و شما در حال گفتگو با
مشتری هستید

تکنیک اشتباه : ” ما اخیرا ۱۰۰ میلیون خرج کردیم و کارخانجات مان را با
جدیدترین استاندارد های روز دنیا بروز کردیم و تمامی مواد اولیه ما از
کشور ترکیه وارد میکنیم و بهترین قیمت را در بازار میدهیم تا مشتری ها
بتونن بخرند ”

تکنیک پولساز : ” ما مشتری های زیادی داشتیم که این محصول رو خریدند
و مشکلسون رو حل کردند، میخواهید تعریف کنم چطور؟ ”

بنیاد دل کارنگی که به عنوان یادبودی از نویسنده کتاب های “آیین دوستیابی” “آیین زندگی” و ... بنا نهاده شده. به خوبی در تبلیغات خود ازین روش استفاده میکند. هر زمانی که از مدیر ارشد روابط عمومی این بنیاد می پرسند شما در حال چه کاری هستید؛ او به سادگی در یک جمله میگوید: “به قول میلیاردر بزرگ آقای وارن بافت هر فردی برای موفقیت نیاز به ۲ چیز دارد: ۱) سرمایه گذاری در ارزش ها ۲) فراگرفتن هنر ارتباط. ما کمک میکنیم مردم هنر ارتباطات را فرا بگیرند”

آیا او در رابطه با دل کارنگی حرف زد؟ یا قدمت بنیادشان؟ یا نحوه عملکردشان؟ ... او فقط مثالی زد که در آن مشتری و یا هرکسی در رابطه با آن میخواند یا میشنود ناخودآگاه خود را قهرمان داستانی بداند که این بنیاد کمک میکند به خواسته اش برسد.

اصول جهانی برای راه اندازی کسب و کار موفق

برای راه اندازی یک کسب و کار موفق چه مرحله‌ای را باید طی کنم؟ در این مقاله می‌خواهم پاسخی جذاب، علمی و کاربردی به شما بدهم و گام به گام شما را برای راه اندازی یک کسب و کار موفق هدایت کنم. در ابتدا به دو اصل بسیار مهم که باید سرمشق تمام برنامه‌ها و فعالیتهای تجاری شما قرار بگیرد، اشاره می‌کنم:

اصل ۱: نقشه راه کارآفرینی

بزرگ فکر کنید: تا به حال فکر کرده اید که چرا بسیاری از تجار قدیمی بازار ایران علیرغم درآمد بسیار بالا، کسب و کارشان به همان اندازه و شکل گذشته باقی مانده است و به سمت رشد و توسعه و حتی بین‌المللی شدن حرکت نکرده اند؟ یکی از دلایل مهم اینست که مالکان کسب و کارهای

ایرانی هدف اولیه (و شاید تنها هدف شان) از راه اندازی کسب و کارشان فقط و فقط کسب درآمد بوده است و برای کسب و کارشان هیچ دورنمایی را متصور نبوده اند به همین جهت علیرغم درآمد بسیار بالا، نقدینگی خود را بجای سرمایه گذاری در کسب و کارشان و توسعه آن، به سمت بازارهای املاک و مستغلات برده و یا اینکه آیین راصرف خرید مغازه های دیگر و اجاره آنها به دیگران کرده اند. مجموع تصور آنها از کسب و کارشان فقط یک چهار دیواری به اسم حجره و کسب درآمد از آن بوده است. شما برای کسب و کاری که می خواهید راه اندازی کنید چه تصویری دارید؟ آیا می خواهید آن را به بزرگترین فروشگاههای زنجیره ای در تهران، ایران و یا حتی منطقه خلیج فارس بکنید؟ یا اینکه می خواهید به برگترین تولید کننده کالاهای متنوع در زمینه تجهیزات صوتی و تصویری در سطح ایران و یا خاور میانه شوید؟ آیا متصور هستید که روزی کسب و کار اینترنتی شما به شریک

تجاری اول آمازون و یا ebay در سطح منطقه تبدیل شود؟ توصیه من اینست که آینده ای بزرگ برای کسب و کارتان ترسیم کنید و تمام فعالیتها و برنامه تان را در راستای پیاده سازی این آرمان جهت گیری نمائید. به آرزوها و آرمانهای تجاری تان ایمان و اعتقاد داشته باشید بسیاری از مالکین میلیارد در برندهای معروف دنیا با آرزوهای بزرگ شروع کرده اند.

کوچک شروع کنید: فکر بزرگ خود را از یک جای کوچک شروع کنید. در ابتدا که منابع محدودی (تجربه، سرمایه، روابط تجاری و ...) دارید بر روی بازار کوچکی متمرکز شوید تا بتوانید مارک تجاری خود را در آنجا به برند تبدیل کنید، صاحب اعتبار شوید، روابط تجاری خود را گسترده کنید، از اعتبار بدست آمده برای ورود به بخش های دیگر بازار استفاده کنید.

سریع رشد کنید: افرادی که برای کسب و کار خود دورنمای مشخصی متصور هستند و البته به آن اعتقاد دارند و نیز از جای کوچک شروع می کنند دو شرط اصلی برای رشد سریع را دارند. حلقه مکمل برای رشد سریع کسب و کار استفاده از منابع دیگران است. به همین جهت امروزه استفاده از راهبردهایی مثل Franchise (کسب و کارهای زنجیره ای)، Licensing (تولید تحت لیسانس)، Acquisition (خرید شرکتهای کوچک با قابلیت رشد بالا)، Joint-Venture (سرمایه گذاری مشترک) و روز به روز در حال گسترش است.

اصل ۲: تمرکز، تمرکز، تمرکز

تمام مردم به مبل نیاز دارند و شما تولید کننده مبل هستید، آیا می توانید برای همه مردم مبل تولید کنید؟ عده ای به مبل کلاسیک با قیمت بالا نیاز دارند؟ بخش دیگری از بازار به مبل کلاسیک با قیمت های پایین نیاز

دارند؟ گروهی از مصرف کنندگان به مبل مدرن با قیمت بالا تمایل دارند؟ بخشی دیگر از بازار به مبل راحتی اما کوچک برای خانه های کوچک خود نیاز دارند؟ بخش دیگری از بازار همین تنوع را برای دفاتر اداری و شرکت های خود می خواهند؟ گروهی از بازار نیز مبلی برای اتاق کودکان خود می خواهند؟ و بسیاری دیگر از بخش های بازار که هر کدام با توجه به منطقه جغرافیایی محل سکونت شان، سطح تحصیلات، سطح درآمد، سبک زندگی و به انواعی دیگر از مبل نیاز دارند. آیا شما با توجه به منابع محدود اولیه کسب و کارتان می توانید نیاز تمام این بخش های بازار را تامین کنید. مسلماً پاسخ شما منفی است. پس شما باید به لحاظ بازار هدف و نوع محصول متمرکز و تخصصی فعالیت کنید.

جنبه دیگر از گسترش اصل تمرکز در اکثر کسب و کارها، مربوط به تخصص گرایی در فرآیندهای کسب و کاری می باشد. امروزه به تدریج کسب و کارها

در زمینه طراحی، تولید، برندینگ و پخش و توزیع به سمت تخصصی شدن پیش می‌روند. کسب و کارهایی که دارای دانش تخصصی بالایی هستند تمام منابع خود را بر روی طراحی متمرکز کرده‌اند و در مقابل کسب و کارهایی نیز چون دارای مزیت‌هایی در تولید هستند (مثل نیروی انسانی ارزان قیمت، تسهیلات دولتی و ...) بر روی این بخش از کسب و کار تمرکز کرده‌اند و به همین جهت باعث شکل‌گیری اشکال جدیدی از کسب و کارها شده‌اند که تخصص و تمرکزشان فقط بر روی برندینگ و پخش و توزیع محصولات می‌باشد. مدل بسیاری از کسب و کارهای موفق امروزی دنیا بر این اساس استوار است و البته این نوع از کسب و کارها نیز نهایت ارزش افزوده را نصیب خود می‌کنند.

اصل ۳: نوآوری

در گذشته نه چندان دور با داشتن نوآوری در محصول و یا فرآیندهای کسب و کار می توانستید به سرعت رشد کرده و مشهور شوید اما امروزه نوآوری شرط ورود به بازار رقابتی است. نوآوری یعنی خلاقیتی که در محصول، شکل انجام کار و یا فرآیندهای کاری پیاده سازی شده باشد. اکثر کارآفرینان و مدیر/مالکان کسب و کارهای ایرانی خلاقیت بسیار زیادی دارند اما در تبدیل آن به نوآوری (یعنی تبدیل آن به یک ارزش واقعی برای بازار و مشتریان) مشکل دارند. دومین مشکل در زمینه نوآوری در کسب و کارهای ایرانی اینست که اکثر آنها با یک نوآوری وارد می شوند و بعد از گذشت زمان چیز که نوآوری آنها برای بازار و مشتریان تکراری می شود و توسط بسیاری از کسب و کارهای دیگر بطور کامل و یا ناقص کپی برداری می شود دیگر چیزی برای عرضه ندارند به همین جهت بعد از مدتی افول می کنند. شما باید نوآوری را در کسب و کارتان به یک فرآیند زنده تبدیل کنید

و همیشه ارزش های جدیدی به بازار و مشتریان عرضه کنید. نباید نوآوری را فقط در شکل محصول و یا بسته بندی آن خلاصه کرد. شما باید بتوانید با نوآوری در تمام اجزاء سیستم کسب و کارتان، ارزشهای بیشتری را برای مشتریان ایجاد کنید. نوآوری در روش تولید، نوآوری در زنجیره پخش و توزیع، نوآوری در کاربری های جدید محصول، نوآوری در مدیریت تیم کاری و بسیاری از حوزه های دیگر به گونه ای که بتواند برای مشتری قابل لمس باشد باعث برتری یافتن شما در بازار می شود.

اگر میخواهید کسب کار تازه ای راه اندازی نمائید یا اینکه کسب و کار کوچکی دارید که می خواهید موفقتر باشید، اصول دهگانه زیر را همیشه مد نظر داشته باشید. هرکدام از این اصول بخشی از موفقیت شما را تضمین خواهد کرد. اگر در حال راه اندازی کسب و کار جدید هستید، در

اصول کاری که برای خود در نظر خواهید گرفت موارد زیر را حتما لحاظ
نمائید تا موفقیت کسب و کار جدید را تضمین کرده باشید.

(۱) هدف داشته باشید

شما همه چیز برای همه مردم نیستید. بر روی مشتریان مخصوص خودتان
تمرکز کنید و سعی کنید آنها را راضی کنید. بازار هدف شما معمولا بخش
خاصی از مردم هستند نه همه مردم.

(۲) متفاوت باشید

اگر رقبای شما کاری را انجام می‌دهند، شما انجام ندهید. از بازارهای شلوغ
پرهیز کنید که در این بازارها همه محصولات و تبلیغات آنها مانند هم
هستند.

(۳) یک تیم داشته باشید

برای پر نمودن یک جای خالی در کسب و کارتان استخدام نکنید. افراد را برای این استخدام کنید که بخشی از تیم شما باشند و کسب و کار شما را بسازند.

(۴) سریع باشید

زمان گرانباترین کالای شماست. وقتی قرار است کاری را روز جمعه انجام دهید، سعی کنید آنرا پنجشنبه عصر انجام دهید. همه تلفنها و ایمیلها را سریع پاسخ دهید.

(۵) تشکر کنید

خیلی زیاد. به مشتریان و کارمندان خود بگوئید که چقدر برای شما مهم هستند. حتی بهتر از این، اینکار را با روشهای قدیمی انجام دهید، قلم را بردارید و این مطلب را برای آنها بنویسید.

(۶) یکتا باشید

مطمئن باشید که کسب و کار شما دارای ظاهر و درون یکسان باشد. مشتری همیشه باید با تمام افراد در کسب و کار شما یک ارتباط مناسب داشته باشد.

(۷) لبخند بزنید

قیمت، محصولات، کیفیت یا خدمات شما دلیل خرید یک مشتری از شما نیست، بلکه مشتری چون شما را دوست دارد از شما خرید می‌کند.

۸) خوش‌بین باشید

همیشه نیمه پر لیوان را ببینید. نگرش مثبت شما در انتها بر همه چیز غلبه کرده و تمامی مسائل جانبی شما را دربر خواهد گرفت.

۹) فروشنده مهربان

تلاش نکنید با فشار و زور خدمت یا محصولی را به مشتری بفروشید. مشکلات را حل کرده و نیازهای مشتری را برطرف نمایید. بهترین کاری که می‌توانید برای مشتری انجام دهید.

۱۰) آسایش خود را فراموش کنید

هیچگاه اعتقاد نداشته باشید راهی که می‌روید همیشه باید بروید.
هیچگاه باور نکنید که ایده‌های جدید یا تکنولوژی جدید بدرد شما
نمی‌خورد.

هفت مرحله راه اندازی يك كسب و کار جدید برای جوانان

شاید شما هم دوست داشته باشید که مثل بچه‌های ۱۲ تا ۱۸ ساله آن
سردنیا رئیس خودتان باشید و برای خود يك كسب و کار مستقل را اداره
کنید.

برای شروع می‌توانید از هفت مرحله زیر برای راه اندازی يك كسب و کار
جدید استفاده نمایید. اینها مراحل است که دوستان شما در اروپا و آمریکا
به آن عمل می‌کنند و هر کدام برای خودکار پردرآمد و مستقلی دارند.

روز اول : برنامه ریزی

- يك دفترچه بر نامه ریزی كسب و كار تهیه كنید. بخش اول طوفان فكري كسب و كار نامیده می شود. در این بخش فهرستی از سرگرمی های مورد علاقه تان را بنویسید.

- بعد مهارت های مخصوص به خودتان را فهرست كنید.

- سپس كارهای روزمره و مشاغل را كه با آنها آشنا هستید یا سریع می توانید یاد بگیرید را یادداشت نمایید .

- به ۱۰ تا ۱۵ نفر از همسایگان زنگ بزنید یا با آنها دیدار داشته باشید تا بفهمید آنها به چه نوع محصول یا خدماتی نیاز دارند. فهرستی از نیازهای جامعه را بنویسید.

- فهرست نیازهای جامعه را با فهرست سرگرمی ها ، مهارت های خاص و كارهای روزمره قبلی تان مقایسه كنید. فهرستی از كسب و كارهای ممكنی را

تهیه کنید که شما می‌توانید با استفاده از استعدادها و مهارت هایتان برای برطرف کردن نیازهای مشتری انجام دهید.

- سه ایده کسب و کاری بسیار خوب که شما از آن لذت می‌برید و از همه سودآورتر است را انتخاب کنید.

- دوباره به سراغ همان ۱۰ تا ۱۵ نفر بروید. ببینید هر کدام برای هر يك از کالاها و خدمات در سه کسب و کار مورد نظر شما چه پولی پرداخت خواهند کرد.

روز دوم : سرمایه گذاری

- تحقیقاتتان را مورد مطالعه قرار دهید و بهترین کسب و کار را برای شروع انتخاب کنید. در مورد این کسب و کار با والدینتان مشورت کنید. تا اطمینان حاصل نمایید. آنها با طرح‌های شما موافق هستند.

- بخش بعدی دفترچه شما توصیف کسب و کار نام دارد.

- در مورد دو تا سه اسم مورد علاقه‌تان با دوستان و فامیل گفت و گو کنید

تا ببینید کدام يك بیشتر مورد قبول قرار می‌گیرد.

- بهترین نام را برای کسب و کارتان انتخاب کنید.

- در دفترچه‌تان ، کالا یا خدماتی که قصد فروش آن را دارید شرح دهید و

بگویید چگونه هر کدام منحصر به فرد هستند.

- فهرستی از وظایف و کارهایی که برای اداره موفق کسب و کارتان لازم

است تهیه کنید.

- فهرستی از مشاورین با تجربه یا منابع ارائه نظر یا کمک در مهارت‌ها یا

دانشی که نیاز دارید تهیه کنید.

- تصمیم بگیرید آیا شما می‌خواهید تنها صاحب آن کسب و کار باشید یا شرکایی خواهید داشت . (نکته : خود صاحب کسب و کار بودن و کمک گرفتن از افراد برای کمک آسان‌ترین راه برای آغاز کسب و کار)

- با شرکاء معاونین یا کارکنان بالقوه درباره کارتان صحبت کنید. فهرستی از وظایف و مسوولیت‌های هر فرد تهیه کنید.

- با سالن اجتماعات شهر یا اتاق بازرگانی تماس بگیرید و ببینید که آیا برای کسب و کارتان مجوز یا پروانه‌یی لازم است .

- اگر لازم است با یک وکیل درباره مالکیت قانونی کسب و کارتان صحبت کنید. اگر شما تصمیم گرفته‌اید که شرکایی داشته باشید توافقنامه قانونی شرکت امضا کنید.

روز سوم : استخدام کارکنان

- بخش بعدی دفترچه امور مالی کسب و کار نام دارد. فهرستی از تمامی اقلام و تجهیزاتی که برای تولید محصولتان به آن نیاز دارید را تهیه کنید.
- در فهرست اولیه اقلامی را که دارید یا می‌توانید قرض بگیرید و آن را نخرید را مشخص کنید و شروع به جمع‌آوری این اقلام نمایید.
- برای هر يك از اقلامی که باید بخرید به دنبال کمترین قیمت باشید و هزینه‌ها را در دفترچه تان بنویسید.
- نمونه‌یی از محصولتان تهیه کنید یا نمونه‌یی از خدمتتان را نشان دهید.
- اگر شما هزینه‌یی را نادیده گرفته‌اید آن را به فهرست تان اضافه کنید.
- فهرستی از هزینه‌های عملیاتی کسب و کارتان تهیه کنید، (مانند اجاره، تلفن، آب) هزینه‌های عملیاتی مجموع را برای ماه اول تخمین بزنید.

- بخش بعدی دفترچه شما بازاریابی کسب و کار نام دارد. مشتریان اصلی‌تان را به همراه جزئیات مرتبط با سن، مکان زندگی و علایق خاصشان را شرح دهید.

- فهرستی از رقبای بالقوه کسب و کارتان را مشخص کنید. توضیح دهید چگونه کسب و کار شما به شیوه‌ی متفاوت نیازهای مشتری‌ها را برطرف می‌کند.

- فهرستی از بهترین شیوه‌ها برای شرح دادن کسب و کارتان به مشتری تهیه کنید.

- هزینه‌های هر يك از موارد تبلیغاتی که قصد استفاده از آنها را دارید برآورد کنید. هزینه کل تبلیغات برای آغاز کسب و کار را برآورد کنید.

- هزینه پیش بینی شده تبلیغات را وارد بخش امور مالی کسب و کار دفترچه کنید و آن را بعد از هزینه‌های اولیه بنویسید.

- هزینه‌های اولیه را بازبینی کنید و برآوردی نهایی از مجموع هزینه‌های اولیه کسب و کار خود داشته باشید (روز دوم را ببینید تا اطلاعات بیشتری در مورد برآورد هزینه‌های اولیه داشته باشید).

روز چهارم: قیمت گذاری

- فهرستی از منابع ممکن پول اولیه تهیه کنید. که شامل پس‌اندازهای شخص، قول‌های سرمایه‌گذاران و وام‌ها می‌شود.

- فهرستی از آنچه می‌توانید بفروشید تا پول نقد به دست آورید و مقدار پولی که می‌توانید فراهم کنید تهیه نمایید.

- فهرستی از اقلامی که می‌توانید برای وثیقه استفاده کنید تا وام بگیرید تهیه کنید. (مثلا کامپیوتر ، اسکنرو) ارزش هر کدام از اقلام را برآورد کنید.

- با جاهایی که به شما وام می‌دهند تماس بگیرید و دستورالعمل یا فرم‌های مورد نیاز را تهیه کنید.

- با استفاده از اصول طرح بازرگانی و همه اطلاعات موجود در دفترچه خود يك طرح شغلی بنویسید که سازمان ، امور مالی ، بازاریابی و شروع کسب و کارتان را به طور خلاصه شرح دهد.

- با والدینتان در مورد طرح شغلی‌تان بحث کنید.

- درخواست‌هایی با وام به سازمان‌های مالی بنویسید و یا از دوستان و فامیل درخواست وام کنید. در مورد وثیقه و میزان پیشنهادی سود ، مقادیر و زمان پرداخت و جریمه عدم پرداخت به آنها توضیح دهید.

- مجوز پروانه‌های لازم برای راه اندازی کسب و کارتان را تهیه کنید.

روز پنجم: تبلیغات

- به دفتر ثبت شرکت ها بروید و نام کسب و کارتان را ثبت کنید. اگر

شریکی نیز دارید او را با خود ببرید.

- يك شعار تبلیغاتی بسازید که با آن مردم به یاد کسب و کار شما بیفتد.

- قیمت کالا و خدمات خود را مشخص کنید. (روز چهارم را ببینید)

- آگهی‌های تبلیغاتی، کارت‌های کسب و کاری و نشان‌هایی را طراحی کنید

که کسب و کار شما را تبلیغ کنید. بیشتر به شیوه‌هایی توجه کنید که

کالاهای شما در زمان، پول یا کار مشتری‌ها صرفه جویی کند.

- آگهی‌های تبلیغاتی و کارت های کسب و کار را در مغازه فتوکپی محله چاپ کنید.

- برای جشن گرفتن روز هفتم که روز افتتاح است مراسمی را برنامه ریزی کنید که شامل پذیرایی و نشان دادن کالایتان و مراسم بریدن روبان و غیره شود . فهرستی از این برنامه ها تهیه کنید. (روز ششم قسمت نکاتی در مورد مدیریت زمان را ببینید).

- مواد لازم برای ساختن محصولاتتان و تجهیزات اصلی برای راه اندازی کسب و کارتان را جمع آوری کنید.

روز ششم : مدیریت زمان

- به دفترچه ارزیاب مالیاتی بروید و در صورت لزوم مجوز مالیات فروش را دریافت کنید.

- برای مراسم افتتاحیه دوستان و فامیل را دعوت کنید.

- از دوستان و فامیل خود بخواهید کسانی که ممکن است به محصول شما نیاز داشته باشند را به شما معرفی کنند و آنها را به مراسم افتتاحیه دعوت کنید.

- از کسی بخواهید در مراسم افتتاحیه عکس بگیرد.

- يك قرعه کشی ترتیب دهید تا در مراسم افتتاحیه به برخی از حضار هدایای داده شود.

- موجودی کالا یا نمونه‌های اضافی از محصولتان را برای مراسم افتتاحیه آماده کنید.

- فراهم های سفارش و رسیدهای مشتریان را آماده کنید و چگونه پر کردن آن را تمرین کنید.

- يك سیستم برای ثبت اطلاعات جهت پیگیری همه هزینه ها و درآمدهایتان فراهم کنید (روز هفتم قسمت ثبت را بنویسید)

- مشخص کنید چگونه چك های مشتری ها را وصول خواهید کرد.

روز هفتم : ثبت کردن

- آماده سازی نهایی را برای مراسم افتتاحیه ترتیب دهید.

- تابلوهایتان را نصب کنید و ترتیب نمایش محصولاتتان را بدهید.

- جایی را برای مهمان هایی که برای قرعه کشی ثبت نام خواهند کرد قرار دهید.

- يك سخنرانی ۱۵ ثانیه را تمرین کنید تا در آن نام ، نام کسب و کار و محصول اصلی‌تان را به مشتری ها بگویید .

- يك نمایش ۲ دقیقه‌ای از فروش را تمرین کنید که شرح دهد چگونه محصولات شما عمل می کند و چگونه نیازهای مشتری ها را برطرف می کند .

- از اعضای خانواده خود بخواهید تا سوالاتی که ممکن است مشتری ها از شما بپرسند را مطرح نمایند و شما تمرین کنید چگونه به این سوالها جواب مناسب دهید .

- محلی ایمنی را پیدا کنید تا پول نقدی که از فروش به دست آورده اید را در آنجا قرار دهید .

- حداقل برای ۳۰ دقیقه اول افتتاحیه کاملا آماده باشید .

- از مراسم افتتاحیه خود لذت ببرید . دوستانه برخورد کنید و به شیوه های مختلف به مردم کمک کنید .

- بعد از مراسم افتتاحیه بخشی را در دفترچه خود به نکاتی در مورد مشتری ها اختصاص دهید . فهرستی از کارهایی که لازم است سفارش هایی که در افتتاحیه درخواست شده است را ترتیب اثر دهید.

- اهداف بیشتری را برای دو هفته بعدی مشخص کنید. سپس به خودتان تبریک بگویید، شما يك رئيس هستيد

تست کردن ایده کسب و کارتان با ۱۰ سوال



تست کردن ایده
کسب و کارتان
با 10 سوال

“شما باید هزینه فرصت را همیشه مد نظر داشته باشید و این را بدانید که هر فرصت جدیدی که از راه میرسد وقت و انرژی فوق العاده زیادی از شما خواهد برد ”. دیوید دوج

یک ایده ای به سرتان زده و می خواهید بر پایه آن کسب و کاری را راه اندازی کنید. ایده شما اگر بگیر فوق العاده می شود... اما اگر نگیرد چی؟
چطور بفهمیم ایده ما اصولی است یا نه؟ آیا راه برای تست کردن آن قبل از هزینه پول و وقت هست؟ جواب بله است.

“شما همیشه در حال تست کردن هستید” این جمله را Andre Marquis رییس دپارتمان کارآفرینی دانشگاه کالیفرنیا در برکلی می گوید “با هر چیزی شروع کنید، با همان چیز هم تموم می کنید” یعنی چه؟ این جمله یعنی اگر ایده تان را از اول به صورت کاملاً اصولی پی ریزی کنید، نتیجه آن هم کاملاً معقول و مورد قبول خواهد بود.

از کجا شروع کنیم؟ ما ۱۰ سوال آماده کرده ایم برای شما تا با جواب دادن به آن ایده تان را ارزیابی کنید.

مشخصات مشتری _____ چیست ؟

شاید محصول یا ایده شما یک راه حل عالی برای شما باشد، اما آیا میتونید مشخصات خودتون را به عنوان مشتری محصولاتان بشناسید؟ “از خودتون بپرسید بزرگترین درد مشتریانتان چیست تا با ایده تان آنرا درمان کنید” این جمله معروف آلکساندر اوسوالدر است نویسنده کتاب نسل بیزینس مدل. کارآفرین آریزونایی بنام دیوید دوج برای شروع کسب و کار خود تحقیقات گسترده ای بر روی مشتری های احتمالی ایده اش کرد. در آخر به نتیجه رسید و شرکت خود را با نام Sure Prep Learning بنا کرد تا به والدین نگران و رقابتگر کمک کند.

او امروزه کسب و کار خود را گسترش داده و دارای بیش از ۸۰۰ آموزگار در ایالات آمریکا است.

چ—ه چی—زی را دارم ج—ایگزین م—ی ک—نم؟

“ایده شما هرچه می خواهد باشد، اون بیرون مردم یه چیز دیگه ای جایگزینش می خرنند.” این سخن جیم پولکرانو، مدیر ارشد IMD است یکی از برگزیده ترین مدارس کسب و کار سوییس. از خودتان بپرسید محصول شما چه مزیتی دارد که مشتری حاضر است آنرا جایگزین خرید همیشگی اش بکند؟ البته لازم به ذکر است الزاما این مزیت نباید به محصولتان محدود شود، شما باید ببینید چه رقیب های دیگری دارید برای مثال اگر مشتری تان پول خود را برای خرید محصول شما نپردازد به جایش چه چیز

دیگری برایش آنقدر مهم است که پولش را بدهد و آنرا بخرد ، و آن هم رقیب شما خواهد بود.

این محصول را چگونه به دیگران ثابت خواهیم کرد؟
محصولتان را در حد امکان ملموس کنید! حالا این کار را با درست کردن عکس ، انیمیشن یا حتی نمونه اولیه آن. با پیدا کردن این نکته که چطور میتوانید محصولتان را به دیگران معرفی کنید خواهید فهمید محصولتان چقدر پایه و اساس استوار دارد. زیرا قابلیت نشان دادن محصولتان به دیگران مورد انتقاد زیادی قرار خواهد گرفت و این نیز کمکی به شما خواهد بود تا قبل از تولید انبوه اشکالات کارتان را بررسی و رفع کنید.

چه کسی را برای تیم کاری لازم داریم؟

در همان پله های نخستین شما خواهید فهمید نظرات چه کسی برایتان سازنده تر است و بعد از آن خواهید فهمید فکر چه کسانی را برای همفکری لازم دارید حالا چه در رابطه با محصولاتان باشد، بازاریابی محصولاتان یا حتی روابط عمومی کسب و کارتان. شما باید راهی پیدا کنید تا میزان علاقه افراد حاضر را به ایده تان بفهمید تا بتوانید افراد بهتری را به عنوان شریک کاری یا کارمند انتخاب کنید.

چه منابعی نیاز خواهیم داشت؟ دقیقا ایده تان را چطور عملی خواهید کرد؟ جواب این سوال مستلزم دانستن این نکته است که به چه منابعی نیاز خواهید داشت، از کارگاه گرفته تا کامپیوتر و لوازم اداری و کاغذ و دفتر. راهکار حل این مساله این است که قبل از صرف وقت و پول زیاد بر

روی تست و تولید محصولاتان لیستی از دارایی‌های کلیدیتان تهیه کنید و بررسی کنید هر کدام را کجا و چگونه می‌خواهید تخصیص دهید.

طول مدت چرخه خریدم چقدر خواهد بود؟

شما می‌خواهید بدانید مدت زمان چرخه خریدتان چقدر است تا بتوانید نیاز مالی پیش‌رویتان را تخمین بزنید. با چرخه خرید بلندتر شما پول بیشتری نیاز خواهید داشت و البته سودی که قرار است به دستتان برسد زمان زیادی طول خواهد کشید. به عنوان مثال اگر می‌خواهید تجهیزات بیمارستانی بفروشید شاید چرخه خرید و معامله ۱۸ ماه طول بکشد. اما اگر بازی موبایل (آپ) می‌خواهید بفروشید چرخه خریدتان خیلی کوتاه خواهد بود.

پیش بینی معقول فروشتان چیست؟

شما می خواهید عملکرد واقعی فروشتان را آنالیز کنید تا به پیش بینی محکمی از فروشتان ارایه دهید. برای مثال شما می خواهید یک رستوران در مرکز شهر دایر کنید دیدگاه غلط این است که فقط به سودی فکر کنید که از این رستوران عایدتان می شود اما در اصل مسایل مهمتری همچون مقدار فضا، نوع رستوران، مالیات، مجوز و ... که باید به عنوان داده های اصلیتان بر پیش بینی فروشتان تاثیر بگذارند.

ایده من تا چه حد قابل توسعه است؟

می خواهید کسب و کارتان چقدر بزرگ باشد، آیا میتوانید از ایده تان همچنین توقعی داشته باشید؟ برای مثال اگر شما نویسنده هستید، برنامه نویس هستید یا هنرمند هستید که محصولاتان را با داستان خودتان خلق می کنید باید این نکته را حتما در نظر بگیرید که بیزینس شما نمی تواند به

اندازه بیزینسی که محصولش تولید انبوه می شود رشد کرد. آیا شما وقتتان را می فروشید، چیزی که مقدارش بی نهایت است یا دارید محصولی میفروشید که میتوانید میلیون ها عدد از آن بفروشید؟ هشیار باشید ، زمان هرچقدر هم که زیاد باشد مردم توجهی به آن نمی کنند.

آیا ما ممکن است مهارت های لازم را داریم؟

داشتن یک ایده و عملی کردن آن دو مقوله جدا هستند. اگر ایده ای دارید که به مهارت و تخصص بالایی نیاز دارد آیا میتوانید فردی را پیدا کنید که این شکاف را در مراحل نخستین ایده تان پر کند؟

آیا خود من میتوانم این کار را برای دو سال بعد هم انجام بدهم؟
داشتن یک ایده عالی خیلی هیجان انگیز است. اما آیا حاضرید زندگیتان را
حداقل برای دو سال وفق این ایده کنید؟ آیا پشتیبانی دارید از طرف
خانواده، دوستان، مربیان؟ آیا حاضرید برای ایده تان از جان مایه بگذارید؟

پایان