

## 10 نکته برای کارآفرینان تازه کار

در مقاله زیر 10 نکته و توصیه آورده شده که می‌تواند برای کارآفرینان تازه کار مفید واقع شود. هنگام ریسک کردن به این نکات زیاد توجه نکنید اما با دقت آنها را بخوانید :

1- به کار مورد علاقه‌تان بپردازید. اگر عمو یا بهترین دوستتان به شما گفته که یک کار خاص درست مناسب شماست و در آن موفق خواهید شد، بهتر است از همان راهی که آمده‌اید برگردید و پول و وقت خود را بیهوده هدر ندهید. اگر کاری که انتخاب نکرده‌اید مورد علاقه‌تان نباشد، مشتریان احتمالی هم این را می‌فهمند و دیگر به سراغ شما نخواهند آمد. به جای این کار موضوع مورد علاقه‌تان را انتخاب کنید و در این باره کسب و کاری به راه بیندازید. ارزش این نکته را هنگامی متوجه می‌شوید که ببینید مرتباً سود می‌کنید، ابتکار به خرج می‌دهید و توجه گذشت زمان نمی‌شوید. در این حالت نمی‌توانید کار کنید تا صبح شود و دوباره سر کار بروید؟

2- طرح تجاری خود را بنویسید .

حتی اگر صاحب یک کسب و کار کوچک باشید باز هم به یک طرح تجاری نیاز دارید. و حتی اگر نمی‌خواهید وام بگیرید! آیا در شرکتی که حتی یک برنامه درست برای کارش ندارد، سرمایه‌گذاری می‌کنید و سهم آن را می‌خرید؟ امیدوارم این کار را نکنید .

اگر این طور است پس چرا برای کار در شرکتی که یک طرح تجاری مکتوب ندارد، هزاران دلار هزینه می‌کنید و ساعات متمادی در آن کار می‌کنید؟

طرحتان را بنویسید. نظر مشاوران را بپرسید و آماده باشید که آنرا تغییر دهید. اگر مطمئن است، بگویید قرار است تغییر کند پس اصلاً چرا آن را بنویسیم؟ نوشتن باعث می‌شود که جزئیات آن روشن شود و به شما کمک می‌کند بتوانید تمامی نکات آن را بخوانید و بازبینی کنید تا برای تغییر آن آماده باشید .

3 - فرضیه‌ای که برای شروع کار در نظر دارید، در دو یا سه ضرب کنید

وقتی که من خواستم کار مستقلم را شروع کنم چون مدرک MBA را داشتم و همچنین 15 سال در تجارت فعال بودم، اطمینان داشتم که می‌توانم دقیقاً هزینه شروع کارم را برآورد کنم. من تمامی نکات را می‌دانستم و محتاطانه رفتار کردم اما کاملاً در اشتباه بودم! من از یک دلیل مهم سقوط شرکت‌ها غافل بودم : کمی سرمایه. اگر می‌خواهید برای شروع کارتان بودجه کافی داشته باشید، همین حالا پول‌هایتان را پس‌انداز کنید؟

4- بازار ویژه هدف را تا ممکن است محدود کنید

ممکن است بپرسید بهتر نیست که هر چه بیشتر مشتری جمع کنیم! در اینجا پاراد کسی که وجود دارد اینست که هرچه بیشتر تلاش کنید، «همه» از شما خرید کنند، امکان این که «هیچکس» به سمت شما نیاید بیشتر می‌شود؟ فرض کنید که شما قصد داری که خانه‌تان را بفروشید. آیا به سراغ بنگاهی می‌روید که در 14 کشور فعالیت می‌کند، هم با املاک تجاری و هم با هزینه‌های مسکونی سر و کار دارد و همه جور خانه از کلبه‌های کوچک گرفته تا املاک وسیع را معامله کند، می‌روید یا از بنگاهی که در محله شما کار می‌کند و فقط خانه‌هایی مسکونی با قیمت مشخصی را می‌فروشد، استفاده می‌کنید؟ بازار ویژه و کوچک خود را دقیقاً تعریف کنید، هرچه می‌توانید محدودش کنید و فقط در همان حوزه کار کنید .

5- از ایده‌های موثر و کارآمدی استفاده کنید که منحصر به فرد باشند. همه وسوسه می‌شوند که از تمامی روش‌های موجود بازاریابی استفاده کنند و به مجاری بازاریابی آزمایش و خطا وارد شوند یا از آگهی‌ها و تبلیغات متعدد بهره گیرند در حالی که چیزی راجع به چگونگی طراحی آنها نمی‌دانند. در واقع این رویه را همگان در پیش گرفته‌اند. البته معلومست که وقتی همه از یک ایده استفاده می‌کنند، اگر شما نیز همان رویه را پیش بگیرید، به سختی می‌توانید در

میدان رقابت به چشم بیاید. از این رو به سراغ استعدادهای خود بروید. در چه کارهایی مهارت دارید و از چه چیزهایی خوشتان می‌آید. سپس سه استراتژی را که با مهارت‌های شما بیشتر سازگارند، انتخاب کنید. می‌خواهید پابرجا بمانید، ارتباط برقرار کنید. از همکاران خود شروع کنید- کسانی که در سطحی هم‌تراز با شما هستند یا افرادی بالاتر از شما هستند که می‌خواهند به شما کمک کنند. سپس با مشتریان بالقوه ارتباط داشته باشید. از آنها بپرسید که خواسته‌شان چیست؟ آنها با توجه به نیازشان خدمات یا کالایی را به شما می‌گویند و شما باید در این حوزه‌ها فعالیت کنید. نظر آنها را درباره کالاها یا خدماتتان بپرسید. حتی وقتی کارتان با این مشتریان تمام شد، با آنها در تماس باشید. در آخر با رقبایتان تماس بگیرید حتی می‌توانید در همان ابتدا هم به آنها رجوع کنید و توصیه‌های آنها را بشنوید. شگفت‌آور در این است که اگر از آنها بپرسید بسیاری حتی مایلند اصرار کارشان را به شما بگویند. بعد، روابطی چندجانبه برقرار کنید و بازاریابی مشترک انجام دهید. این روابط اعم برای شما، هم برای رقبایتان و نیز برای مشتریان سودمند خواهد بود .

8- به مشتری صرفاً به عنوان یک منبع درآمد نگاه نکنید

این توصیه، شاید سخت‌ترین نکته‌ای باشد که یک کارآفرین نوپا باید به آن توجه کند. این مطلب به ویژه هنگامی سخت‌تر می‌شود که یک پروژه، یک فرصت، یا یک مشتری بالقوه هست که می‌تواند مخارج شش ماه آینده شرکت شما را تأمین کند . این کار را نکنید. اگر به یک چنین مشتری اصرار کنید تا با شما همکاری کند، در نهایت شما خسته خواهید شد و آن مشتری آزاده‌خاطر. در ضمن بیش از مقداری که از او عایدتان می‌شد، خرج کرده‌اید. از هر تاجر موفقی که بپرسید، به شما همین را می‌گوید !

9- همه کارها را خودتان انجام دهید

کارآفرینان نوپا با خود می‌گویند : «اگر همه کارها را خودم انجام دهم، ارزانتر تمام می‌شود.» نه اصلاً این‌طور نیست. به طور مثال اگر در حسابداری ماهر نباشید باید دو برابر یا سه برابر زمانی که یک حرفه‌ای این کار را انجام می‌دهد، وقت صرف کنید. به جای این که برای این کارهایی که در آن تبحر ندارید وقت صرف کنید تا به انجام کارهایی چون تدوین طرح تجاری یا بررسی استراتژی‌های بازاریابی بپردازید. از همان ابتدا با بودجه مطمئنی شروع کنید تا بتوانید کارمندانی مناسب استخدام کنید. با این کار، روند کسب و کارتان سرعت می‌گیرد .

به خاطر داشته باشید که «شما» مهم‌ترین عنصر کسب و کارتان هستید .

خود را بشناسید و فکر کنید که چه کسی هستید و در چه حوزه‌هایی سرآمدید. سپس از این یگانگی‌ها در بازاریابی‌تان استفاده کنید. سپس بگذارید این خصلت در نحوه مدیریت شما نیز تأثیر گذارد. مشتریان به خاطر این که در جستجوی تجربیات شخصی هستند به سراغ کسب و کارهای کوچک می‌روند .

آنها می‌خواهند با شما به عنوان صاحب این شغل ارتباط داشته باشند. اگر بخواهید از انجام این کار سرباز بزنید، مشتریان به سادگی خواهند فهمید و دیگر سراغ شما را نخواهند گرفت. خودتان باشید و به یاد داشته باشید که «شما» می‌توانید برای مشتریان هدف خود جذاب باشید .

7- روابطی قوی ایجاد کنید. اگر صاحب یک شرکت مستقل هستید، به این معنی نیست که با هیچ کس ارتباط برقرار نکنید. در حقیقت این جدایی و نبود ارتباط با دیگران، عاملیست که این شرکت‌ها را از پا در می‌آورد .

گروهی برای همکاری تشکیل دهید .

ابتدا از افرادی کمک بخواهید که شما را در انجام وظایف دشواری که در آنها مهارت ندارید، یاری دهند. مثلاً طراح سایت، حسابدار، مشاور بازاریابی. دیگر افرادی که می‌توانند توصیه‌های تخصصی تجارت در اختیارتان بگذارند عبارتند از : وکیل، حسابدار، مربی بازرگانی، خانواده، دوستان و همکاران هم می‌توانند از شما حمایت کنند. در مقابل شما نیز باید دیگران را یاری کنید . مثلاً گروهی تشکیل دهید که از صاحبان مشاغل حمایت می‌کند یا با یک همکار مشارکت و

همکاری کنید و تجربیات خود را در اختیارش بگذارید. اگر یک کارآفرین مستقل، یک کارآفرین کوچک دیگر را یاری کند، همه موفق خواهند شد .

**به نقل از بازار کار**