



## ویدیو: ۳ عامل افت کسب و کار، پس از رشد اولیه

در این ویدیوی آموزشی ژان بقوسیان به نکاتی بسیار کلیدی درباره **رشد کسب و کار** می‌پردازد و توضیح می‌دهد چرا بسیاری از کسب و کارها پس از شروعی خوب، دچار افت و سقوط می‌شود. به ۳ عامل کلیدی اشاره می‌شود که می‌تواند باعث افت کسب و کار شود.

[https://as۳.cdn.asset.aparat.com/aparat-video/a۳۱bc۶d۸b۳۸a۲d۳۸۸۴d۰۴۴۹۵۲۸۵f۶۹۴۱۹۵۱۶-۷۲۰p\\_۹۵۶۶۹.mp۴](https://as۳.cdn.asset.aparat.com/aparat-video/a۳۱bc۶d۸b۳۸a۲d۳۸۸۴d۰۴۴۹۵۲۸۵f۶۹۴۱۹۵۱۶-۷۲۰p_۹۵۶۶۹.mp۴)

در اینجا می‌خواهم در مورد این موضوع صحبت کنم که چرا بسیاری از کسب و کارها بعد از گذشت زمان و بعد از گذشت اینکه شاید ۶ ماه یا چند سال کارشان به خوبی پیشرفت کرد به نقطه‌ای می‌رسند که افت می‌کنند و مانند قبل موفق نیستند؟

این سوالی است که برای خیلی از کسب و کارها و مدیران وجود دارد و من می‌خواهم با سه نکته کلیدی به این سوال پاسخ دهم و سه دلیل عمده بگویم که باعث می‌شود

یک کسب‌وکار حتی اگر در اول کار به خوبی رشد کند بعد با یک بحران مواجه می‌شود و رشد آن متوقف شده و می‌توان گفت که حتی در حالت سقوط قرار می‌گیرد و به جای اینکه پیشرفت کند کسب‌وکار خود را از دست می‌دهد.

## ۱. رها کردن دوران طلایی

اولین نکته کلیدی این است که کسب‌وکارها بعد از یک رشد، دوران طلایی خودشان را فراموش می‌کنند که من اسم این موضوع را «رها کردن دوران طلایی یا گذشته طلایی خودشان» گذاشته‌ام.

منظور از این اصطلاح این است که وقتی یک کسب‌وکار، تازه کار خود را آغاز کرده است انگیزه خیلی بیشتری دارد؛ بنابراین به جزئی‌ترین موارد توجه می‌کند؛ مثلاً شما دورانی را به خاطر بیاورید که اولین خریدار یا مشتری‌تان با شما تماس گرفته است تا چه میزان ذوقزده شده‌اید و سعی کردید خدمات خوب ارائه کنید و رضایتش را کاملاً جلب کنید؟

ولی فرض کنید چند سال گذشته است و شاید هزاران مشتری دارید و اکنون اگر یک مشتری یا خریدار با شما تماس بگیرد و مشکلی را مطرح کند چگونه برخورد می‌کنید؟

مسئله مانند اولین دفعه با او برخورد نمی‌کنید به این دلیل که اکنون این موضوع برای شما کاملاً عادی شده است و خریداران و مشتریانی دارید و خیلی نگران نیستید که اگر یک خریدار موضوعی را مطرح کرد و نمی‌توانید آن را انجام دهید مشکلی پیش بیاید و به راحتی از این خریدار می‌گذرید و همین موضوع باعث می‌شود که کسب‌وکار ما مانند قدیم رشد نکند.

بنابراین سوال من از شما این است که یک دوران طلایی در کسب‌وکار خودتان پیدا کنید و از خودتان بپرسید که در آن دوران طلایی چه کارهایی انجام می‌دادم یا چه کارهایی را حاضر بودم انجام دهم که اکنون خیلی حاضر نیستم آن کارها را انجام دهم؛ چون کسب‌وکارم قوی‌تر شده، موفق‌تر شده‌ام و نیازی نمی‌بینم که آن کارها را انجام

دهم.

من به تجربه‌ای که در مشاوره‌ها کسب کرده‌ام به این نتیجه رسیده‌ام که تقریباً هر کسب‌وکاری کارهای ارزشمندی را انجام می‌داده که بعد از رشدش آن‌ها را کم‌کم کنار می‌گذارد. نکته جالب این است که عوامل موفقیت آن کسب‌وکار همین عواملی بوده که کم‌کم آن‌ها را کنار می‌گذاریم و به جایی می‌رسیم که کم‌کم سقوط کسب‌وکار ما آغاز می‌شود.

بنابراین اولین نکته‌ای که باید آن را رعایت کنیم این است که کاغذی برداریم و با تیم و همکاران خود جمع شویم و ببینیم که در سال‌های گذشته چه کارهای ارزشمندی برای خریدار یا مشتری انجام می‌دادیم که با رشد کسب‌وکارمان کم‌کم آن موارد را کنار گذاشته‌ایم و به آن اهمیتی نمی‌دهیم.

شاید یکی از مهم‌ترین موارد این باشد که خدمات بهتری به خریدار می‌دادیم یا به هر خریدار خدمات اختصاصی ارائه می‌دادیم؛ مثلاً خریدار اگر می‌گفت می‌توانید این محصول را ساعت ۱ شب برایم ارسال کنید و اگر اولین خریدار ما بود هر جوری هماهنگ می‌کردیم و با یک پیک صحبت می‌کردیم که این محصول ۱ شب به دست خریدار برسد ولی الان که رشد کرده‌ایم به فرد می‌گوییم که امکانش وجود ندارد.

بنابراین اولین نکته این است که به دوران طلایی کسب‌وکارمان برگردیم و ببینیم چه کارهایی انجام می‌دادیم که اکنون آن را کنار گذاشته‌ایم و آن کارها را مجدداً انجام دهیم.

## ۲. رشد نکردن کسب‌وکار متناسب با رشد خریدار

دومین نکته‌ای که باعث می‌شود خیلی از کسب‌وکارها بعد از رشد به جایی برسند که سقوط کنند این است که متناسب با خریداران خودشان و متناسب با بیشتر شدن خریداران، خود کسب‌وکار رشد نمی‌کند؛ مثلاً تاکسی تلفنی بود که در اوایل کار خدماتش بسیار عالی بود، در کوتاه‌ترین زمان ممکن ماشین ارسال می‌کرد و کارهای

خلاقانه دیگری انجام می‌داد همچنین راننده‌ها بسیار خوش‌برخورد و خوش‌اخلاق بودند ولی بعد از اینکه به سرعت این کسب‌وکار رشد کرد و تعداد مسافران زیاد شد کم‌کم این کسب‌وکار به جایی رسید که دیگر وقتی با آن‌ها تماس می‌گرفتید در زمان کوتاه اتومبیل ارسال نمی‌شد و دیگر آن خدمات ارائه نمی‌شد به این دلیل که مشتریان زیاد شدند ولی آن کسب‌وکار ثابت مانده بود؛ بنابراین اتفاقی که می‌افتد این است که خدمات مشتری مرتباً افت می‌کند و آن کیفیت کافی وجود ندارد و کم‌کم خریداران منصرف می‌شوند و به رقیبان مراجعه می‌کنند.

بنابراین دومین نکته این است که اگر تعداد خریدارها و مشتریان زیاد شد و کسب‌وکار ما رشد کرد آیا پشت‌صحنه کسب‌وکارمان نیز متناسب با این مورد رشد می‌کند، آیا اگر نیاز به افراد پاسخگوی بیشتری داریم به موقع افرادی را استخدام می‌کنیم که پاسخگوی خریداران شوند یا وقتی مشتریان زیاد می‌شوند مرتباً سرعت خدماتمان بدتر می‌شود، خدمات بی‌کیفیت‌تر می‌شود و به جایی می‌رسد که خیلی از خریداران راضی تصمیم می‌گیرند که دیگر با ما کار نکنند چون ما خدماتی را ارائه نمی‌دهیم که قبلاً ارائه می‌دادیم.

به نکته دوم نیز توجه کنید اگر یک کسب‌وکار خیلی سریع رشد می‌کند؛ یعنی مشتری و خریداران زیاد می‌شوند، می‌تواند یک نقطه خطر باشد که اگر نتوانیم درون کسب‌وکارمان را با همان سرعت رشد دهیم احتمالاً به جایی می‌رسیم که این برابری وجود ندارد و دیگر نمی‌توانیم با خوش‌رویی پاسخ مشتریان را دهیم یا خدمات به موقعی ارائه دهیم چون از توان این کسب‌وکار خارج است و تنها راه ممکن این است که کسب‌وکار هم متناسب با خریداران و مشتریان مرتباً رشد کند و به جایی برسد که مجدد بتواند خدمات عالی را ارائه دهد.

### ۳. انجام ندادن بازاریابی بعد از رشد کسب‌وکار

سومین نکته‌ای که باعث می‌شود خیلی از کسب‌وکارها اول کار خوب رشد کنند و بعد از مدتی متوقف شوند که از دید من خیلی عجیب است این مورد است که خیلی از

کسب و کارها به محض اینکه تعدادی خریدار پیدا می‌کنند و کسب و کارشان رشد می‌کند بازاریابی را کنار می‌گذارند؛ یعنی هیچ فعالیتی در زمینه بازاریابی انجام نمی‌دهند.

از دید من بازاریابی تمام کارهایی است که برای پیدا کردن علاقه‌مندان جدید، مایل کردن آن‌ها به محصولات و خدماتمان و فروش و خدمات خوب ارائه دادن خلاصه می‌شود.

از دید من بازاریابی در ۴ فعالیت خلاصه می‌شود:

اولین فعالیت این است که بازار هدفی را پیدا کنیم؛ یعنی افرادی را پیدا کنیم که شاید به محصولات و خدمات ما علاقه‌مند شوند.

قدم دوم این است که این افرادی را که پیدا کردیم را با تبلیغات متفاوت، با دادن اطلاعات رایگان و... به محصولات و خدمات خودمان علاقه‌مندشان کنیم.

سومین قدم این است که به این افراد پیشنهادهای ویژه‌ای بدهیم و کاری کنیم که حداقل اولین خرید خود را انجام دهند.

در نهایت چهارمین قدم این است که با ارائه خدمات خوب به این افراد کاری کنیم که این اولین خریدشان، آخرین خرید نباشد؛ بلکه خریدهای بعدی را نیز انجام دهند و کم‌کم این خریدار تبدیل به مشتری ما شود و مرتب از ما خرید کند.

در نهایت تعجب، دوستان زیادی برای مشاوره می‌آیند و می‌گویند که فروشمان کم شده است و من از آن‌ها می‌پرسم که چه کارهایی به عنوان بازاریابی انجام می‌دهید و چه کارهایی انجام می‌دهید که افراد جدیدی شما را بشناسند، علاقه‌مند شوند و در نهایت خرید کنند که در نهایت تعجب پاسخ این مدیران این است که کاری انجام نمی‌دهیم؛ چون فرصتی نداریم که فکر کنیم و بازاریابی انجام دهیم.

این موضوع دقیقاً مانند این است که شخصی بگوید یک گل‌دان دارد و این گل در حال خشک شدن است چه کاری باید انجام دهم اولین سوالی که از شخص پرسیده می‌شود این است که آیا به این گل‌دان آب می‌دهید و جواب این است که وقت آب

دادن به گلدان را نداریم.

بنابراین بازاریابی را جدی بگیرید، یک کسب‌وکار هر چقدر هم که خریدار و مشتریان زیادی داشته باشد دقیقاً مانند یک دوچرخه‌ای است که در سرازیری با سرعت در حال حرکت است و بالاخره این دوچرخه متوقف خواهد شد و اگر پا نزنید به جایی می‌رسید که این دوچرخه می‌افتد و پا زدن تمام فعالیت‌هایی است که به عنوان بازاریابی انجام می‌دهیم؛ بنابراین اگر بازاریابی انجام نمی‌دهید یا بازاریابی خود را کم کرده‌اید از همین امروز فکر کنید چه فعالیت‌های بازاریابی جدیدی را می‌توانید شروع کنید تا هر روز افراد جدیدی با محصولات و خدمات شما آشنا شوند، کم‌کم علاقه‌مند شوند و به جایی برسند که از شما خرید کنند.

به طور خلاصه، در این آموزش کوتاه به سه نکته مهم اشاره کردم که باعث می‌شود کسب‌وکارها حتی کسب‌وکارهایی که خوب رشد می‌کنند بعد از مدتی متوقف شوند یا سقوط خود را آغاز کنند. اولین نکته این بود که دوران طلایی خودشان را فراموش می‌کنند و کارهایی که قبلاً انجام می‌دادند را کاملاً کنار می‌گذارند، دومین نکته این است که وقتی تعداد خریداران و مشتریان زیاد می‌شود کسب‌وکار متناسب با آن رشد نمی‌کند و به جایی می‌رسد که خدماتش خوب نیست و بدقولی‌ها زیاد می‌شود و سقوط کسب‌وکار آغاز می‌شود و سومین نکته این است که خیلی از کسب‌وکارها بعد از یک مدت کلاً بازاریابی را کنار می‌گذارند که یک اشتباه بسیار بزرگ و استراتژیک است.

روی این سه نکته کار کنید و مطمئن باشید که اگر کسب‌وکارتان تا حدی با بحران مواجه شده و حتی در حال سقوط است مجدداً جای امید است و می‌توانید کسب‌وکارتان را نجات دهید و بعد از مدتی کسب‌وکار کاملاً صعودی و رو به رشدی داشته باشید.



لطفا نظرات خودتان را در پایین این ویدیو برای ما بنویسید.