



طراحی استراتژی کسب و کار - بخش اول

دلیل اصلی افراد موفق در کسب و کار و افراد معمولی که همواره در تلاشند تا هزینه‌های خود را تامین کنند، **تفکر** درباره موارد مهم کسب و کار است. ما معمولاً برای تفکر در موارد کلیدی کسب و کار و تصمیم‌گیری‌های صحیح و تعیین‌کننده وقت کافی اختصاص نمی‌دهیم.

بخش جدیدی به مجله پنجره خلاقیت اضافه کرده‌ایم که با بخش‌های دیگر کمی متفاوت است. این بخش دستورالعمل است و باعث می‌شود در موارد کلیدی کسب و کارمان تفکر کنیم و تصمیمات صحیحی اتخاذ کنیم.

پاسخ شما به این سوالات دیدگاه واقع‌بینانه‌ای از شرایط کسب و کارتان ارائه می‌دهد؛ بنابراین توصیه می‌کنیم برای استفاده مفید از این بخش حداقل ۲ یا ۳ ساعت وقت اختصاص دهید و با تعمق و حوصله فراوان به سوالات پاسخ دهید. پس از مدتی این دستورالعمل‌ها باعث رشد کسب و کارتان می‌شود!

نکته آخر اینکه هیچ‌کدام از این دستورالعمل‌ها توسط من طراحی نشده‌اند و از

مطالب معتبرترین سازمان‌های آموزش مدیریت در دنیا اتخاذ شده‌اند.

۱. کسب‌وکار شما چیست؟

کسب‌وکارتان را با **سودی** که به مشتری می‌رسانید تعریف کنید. از دیدگاهی بسیار کلی به موضوع نگاه کنید؛ مثلاً یک شرکت اتومبیل‌سازی کارش آسان کردن و لذت‌بخش کردن جابه‌جایی است. یک مشاور بازاریابی کارش ارائه مشاوره نیست، بلکه کارش کمک به مدیران برای رشد کسب‌وکار است.

۲. رسالت سازمان شما چیست؟

در یک جمله بگویید که هدف نهایی شما چیست؛ یعنی مشتریان شما به چه چیزی نائل خواهند شد و از چه مشکلاتی دوری خواهند کرد؟

۳. دوست دارید مشتریان شما کسب‌وکارتان را چگونه تشریح کنند؟

اگر یکی از مشتریان شما بخواهد کسب‌وکارتان را به دوستش معرفی کنید، ترجیح می‌دهید چه جمله‌ای بگوید؟ دوست دارید از چه صفت‌هایی برای تشریح شما استفاده کند؟ مثلاً: فروشنده جدیدترین کتاب‌های کسب‌وکار، ارائه‌دهنده خوشمزه‌ترین کباب‌های کوبیده یا ...

۴. مشتری رویایی شما کیست؟

اگر تمام افراد ایران حاضر می‌شدند مشتری شما شوند، شما کدامین را انتخاب می‌کردید؟ مشتری ایده‌آل خود را از نظر محدوده سنی، محل زندگی، درآمد، تحصیلات و ... تعریف کنید.

۵. از دیدگاه مشتری رویایی شما چه چیزی ارزش محسوب می‌شود؟ و مهم‌ترین ارزش کدام است؟

فرض کنید شما هتل دارید. از دید مشتری ایده‌آلی که در سوال قبل مطرح شد، مهم‌ترین ارزش برای میهمان هتل شما کدام است؟ زیبایی اتاق، دکوراسیون متفاوت، غذای خوشمزه، کارکنان خوش‌برخورد یا ... تمامی این موارد مهم هستند؛ ولی سعی کنید مهم‌ترین ارزش مشتری رویای خود را بیابید، یعنی موردی که باعث می‌شود مشتری سمت شما بیاید.

۶. برتری‌های اصلی شما کدامند؟

چه توانایی یا مهارت خاصی دارید که باعث می‌شود خواسته‌های مشتری را برآورده کنید؟ بسیاری از کسب‌وکارها به این دلیل افت می‌کنند که برتری‌های اصلی خود را به مرور زمان به فراموشی می‌سپارند.

۷. شرکت شما چه کاری را بسیار بهتر از دیگران انجام می‌دهد؟

در چه زمینه‌ای خارق‌العاده هستید؟ چه چیزی شما را از رقبایان برتر می‌سازد؟ این کار صرفاً به محصول محدود نمی‌شود. شاید شما محصولی مشابه با رقبایان می‌فروشید ولی خوش‌رویی و دلسوزی تیم پشتیبانی شما برتر از تمامی رقبایان باشد.

۸. رقبایان شما چه کسانی هستند؟

چه کسانی محصولات و خدماتی مشابه شما ارائه می‌کنند؟ فهرستی از این افراد تهیه کنید. این دیدگاه اشتباه را کنار بگذارید که من آنقدر برتر هستم که نیازی به شناخت و بررسی رقبایان نیست.

۹. بزرگ‌ترین و مهم‌ترین رقیب شما کدام است؟

بزرگ‌ترین رقیب خود را مشخص کنید. فرض کنید مشتری با شما به مشکلی برخورد کند و نخواهد از شما خرید کند، به احتمال زیاد به چه کسی مراجعه خواهد کرد؟

۱۰. چرا برخی از مشتریان از رقیب شما خرید می‌کنند؟

آنها با این کار چه مزیتی دریافت می‌کنند که شما آن را ارائه نمی‌دهید؟

۱۱. سودآورترین محصول یا خدمت شما کدام است؟

بیشترین سود را در ماه از ارائه کدام محصول یا خدمت به دست می‌آورید؟ چگونه می‌توان فروش آن محصول پر سود را افزایش داد؟

۱۲. ارائه کدام محصولات و خدمات را باید متوقف کرد؟

آیا محصولات یا خدماتی دارید که با متوقف کردن ارائه آنها تغییر قابل توجهی در سود ایجاد نخواهد شد و وقت بیشتری آزاد خواهد شد تا بر ارائه محصولات سودآورتر کار کنید؟

۱۳. چه کارهایی می‌توان انجام داد تا مشتریان کنونی رقیبان به سمت شما جذب شوند؟

چه تغییراتی باعث خواهد شد تا مشتریان رقیبان به این فکر بیفتند با خرید از شما مزایای بیشتری دریافت خواهند کرد؟

۱۴. چگونه می‌توان عملیات بازاریابی را بهبود بخشید تا علاقه‌مندان بیشتری حاضر شوند اطلاعات تماس خود را به شما بدهند؟

مثلا آیا می‌توانید با ارائه هدایای مرتبط با محصولات و خدمات خود را در نمایشگاهی ارائه دهید و به ازای آن از مخاطبان بخواهید اطلاعات تماس خود را، مثلا آدرس ایمیل، به شما بدهند؟

در شماره بعد سوالات طراحی استراتژی کسب‌وکار ادامه خواهد یافت.