



تبدیل دارایی‌های پنهان به درآمد

هر کسب‌وکاری دارایی‌هایی دارد که شامل ماشین‌آلات، تجهیزات، لوازم و طلب‌هایش از مشتریان است. علاوه بر این دارایی‌های سنتی، اغلب دارایی‌های پنهان فراوانی دارید که احتمال دارد تاکنون هرگز به بهره‌برداری از آنها فکر نکرده باشید. دارایی‌هایی نظیر دانش موجود در کسب‌وکار، مهارت کارکنان، زمان بیکاری در بخش خدمات، محصولات خارج از رده، حتی کارتن‌های حمل‌ونقل محصولات از جمله این موارد است. تمام این موارد، دارایی‌های با ارزشی هستند که می‌توانند به آسانی به پول نقد تبدیل شوند. این مقاله به شما کمک می‌کند آن‌ها را بشناسید و شرکت خود را برای کسب سود از آن‌ها آماده کنید.

شناسایی دارایی‌های پنهان

برای شناسایی دارایی‌های پنهان، باید از دید یک بازاریاب یا فروشنده، به این امکانات نگاه کنید، نه با دید حسابدار. در این صورت یافتن دارایی‌های غیرمعمول در

کسب‌وکارتان بسیار راحت‌تر خواهد شد؛ زیرا سرانجام به دنبال دارایی‌هایی هستید که دیگران با رضایت برای آن‌ها باید پول بپردازند.

قدم اول این نیست که از خود بپرسید: «چه چیزهای با ارزشی دارید؟» بلکه از خود بپرسید: «صاحبان سایر کسب‌وکارها به چه چیزی نیاز دارند؟ آن‌ها دنبال چه می‌گردند؟» در حالی که فهرست طولانی از جواب‌های ممکن برای این سوال وجود دارد، فکر کنید که بقیه کسب‌وکارها در صنعت یا شهرتان برای چه چیزی پول خرج می‌کنند، به بررسی چند مورد بپردازیم.

۱. دسترسی به مشتریان

اگر کسب‌وکارهای دیگر به دنبال دسترسی به مشتریان شما هستند؛ بنابراین دارایی‌های پنهان شما می‌تواند شامل این موارد باشد: فضای تبلیغاتی موجود روی کارتن‌های حمل‌ونقل، اقلامی که شما در کیسه‌های خریدارانتان می‌گذارید، پاکت‌های فاکتورها، اتیکت‌های چسبان و کیف‌های دستی برای کالایتان، فهرست آدرس‌ها و واگذاری اختیار جهت برگزاری کارگاه‌های آموزشی عصرانه در محل کارتان.

۲. فروش ارزان کالاها یا حراج خدمات

به فهرست دارایی‌های پنهان خود، موجودی محصولات خارج از رده در انبار، زمان بیکاری یا خواب تسهیلات تولید، زمانی که شما می‌توانید کالاهای ارزان‌تری با استفاده از مواد باقیمانده تولید کنید، محصولات عمده‌ای که می‌خواهید سفارش دهید اما به کسی دیگر نیاز دارید تا مجموع سفارش به حداقل مورد نیاز برسد و زمان بیکاری در بخش‌های مختلف که به شما اجازه می‌دهد کارمندان را برای ارائه خدمات به کسب‌وکارهای دیگر اختصاص دهید.

۳. آموزش تخصص و مهارت‌های خاص

از تخصص خوبی در حرفه خود برخوردار هستید؟ در این صورت می‌توانید مهارت خود یا کارکنان را از طریق خدمات مشورتی، مشاوره‌ای، سمینارهای تلفنی، کارگاه‌های آموزشی و مواردی مشابه به درآمد تبدیل کنید. آیا توجه می‌کنید که چگونه می‌توان با اندیشیدن درباره نیازهای صاحبان کسب‌وکار، دارایی‌های با ارزش را مشخص کرد؟ شرکت‌های دیگر همچنین ممکن است به موارد زیر نیاز داشته باشند.

موارد دیگر مورد نیاز کسب‌وکارهای دیگر

- امکان تبلیغات کم‌هزینه

- چیزی که خودشان نمی‌توانند بخرند یا تولید کنند

- محصولات و خدمات اضافی که می‌توانند به مشتریان خود بفروشند

- کمک برای مذاکره در معاملات

- کمک برای یافتن کارمندان مناسب

- استفاده از کارگران پاره‌وقت در مناسبت‌های خاص

- تهیه تبلیغات مطمئن برای روزنامه‌های محلی

- آموزش روش‌های فروش موثر

- دانش کامپیوتر و اینترنت

- استفاده پاره‌وقت از امکانات ارسال کالا، آشپزخانه، ماشین‌آلات کارخانه، اتاق

کنفرانس یا دفتر کار، ارسال مکرر آگهی‌ها و

البته، تمامی این موارد چیزهایی هستند که صاحبان دیگر شرکت‌ها به آن نیازمندند؛

اما مصرف‌کنندگان و مشتریان چه چیزهایی می‌خواهند که شما می‌توانید در میان

دارایی‌های پنهان خود بیابید؟

۱. شخصی که کارها را مدیریت کند

آیا می‌توانید کارمند خدماتی را برای فعالیتهای خانگی مصرف‌کنندگان در صبح یا روزهای تعطیل که کارشان کمتر است، به کار گیرید؟ آیا می‌توانید از روی فهرست تامین‌کنندگان دریابید که سایر کسب‌وکارها چه نوع خدماتی ارائه می‌کنند که شما نمی‌توانید انجام دهید؟ آیا می‌توانید گوشه‌ای خالی از ساختمانتان را به یک مرکز واگذاری تبدیل کنید که آن را به شرکت‌های دیگر اجاره می‌دهید تا در تعطیلات به سازمان دادن امور مالی مردم، وضع ظاهری یا شغل آنها بپردازند؟

۲. امکانات بیشتر با هزینه کمتر

مصرف‌کنندگان و مشتریان زیادی به دنبال امکانات بیشتری هستند که با حداقل هزینه به دست آید. آیا می‌توانید برای محصول مازاد در انبار، خدمات در زمان‌های بیکاری کارکنان یا اشتراک سالانه مشتریان در صورت پرداخت کامل هزینه اشتراک، تخفیف قائل شوید؟

۳. وقت آزاد بیشتر، زمان تفریح بیشتر

آیا می‌توانید بخشی از امکانات خود را به یک آموزشگاه تبدیل کنید یا برنامه تفریحی منحصربه‌فردی را به فروش برسانید؟ آیا می‌توانید برخی از کارمندان خود را برای ارائه خدمات به گروه‌های خانوادگی به کار گیرید؟ آیا می‌توانید با استفاده از خط محصول فعلی خود، کالاها یا خدمات دیگری برای تولید کیت سرگرمی بسازید؟ مدیر فروش شرکت ما از روی علاقه شخصی تورهایی تفریحی برگزار می‌کند. شاید بتوانیم این خدمات را به مشتریانمان عرضه کنیم و مدیرانی که در دوره‌های آموزشی ما شرکت می‌کنند در تورهایی تفریحی هم ثبت‌نام کنند.

۴. کار رضایت بخش

آیا برخی از مشتریان آرزو دارند آنچه شما انجام می‌دهید را انجام دهند؟ اگر چنین است، می‌توانید تجربه‌های شخصی خود را عرضه کرده و به این مشتریان کمک کنید کسب‌وکار خود را به کمک الگوی کاری شما راه‌اندازی کنند.

تبدیل دارایی‌های پنهان به درآمد

برای تبدیل دارایی‌های پنهان به پول نقد باید آن‌ها را طوری بسته‌بندی کنید که برای مشتری جذاب و دلپذیر باشد. به یاد داشته باشید که ایده‌ها به خوبی فروخته نمی‌شوند؛ مثلاً گفتن «ما این امکانات را در اختیار داریم» هرگز به اندازه شرح جزئیات، مزایا، ارائه مثال‌هایی از نحوه استفاده، بیان دلیل ارائه آن و ... جذاب نیست.

خریدار ایده‌آل را بیابید. آیا ساده‌ترین قانون بازاریابی را به یاد می‌آورید؟ محصول مناسب را به خریدار مناسب بفروشید. فروش دارایی‌های پنهان نیز دقیقاً به همین صورت است.

زمانی که فهرست دارایی‌های پنهان را تهیه می‌کنید، جدولی درست کنید و در مقابل هر دارایی بنویسید که چه کسی ممکن است حاضر به خرید آن باشد. برای هر مورد، شخصی وجود دارد که هم‌اکنون به آن نیاز دارد. با پیدا کردن آن خریدار، کسب درآمد از دارایی‌های پنهان بسیار ساده‌تر خواهد شد.

دارایی‌ها را برای بیشترین سود بسته‌بندی کنید. با ارائه دارایی‌ها مانند هر کالا یا خدمت دیگر، به صاحبان کسب‌وکار یا مصرف‌کنندگان نشان دهید این دارایی‌ها چقدر ارزشمند هستند و درباره مزایای خرید آن‌ها بنویسید. دارایی‌ها را نام‌گذاری کنید، در صورت لزوم یک بروشور تهیه کرده و روش فروش آن را مشخص کنید.

پیشنهاد خاصی را ارائه کنید. قیمت مجموعه دارایی پنهان خود را تعیین کنید، سپس آن را با روش بازاریابی دلخواه معرفی کنید. پیشنهادی با زمان محدود یا

دسترسی محدود ارائه کنید یا از سایر روش‌ها استفاده کنید: تخفیف قیمت، جایزه رایگان «اجازه ندهید رقبا زودتر پاسخ دهند» یا مشاوره رایگان.

ابتدا به مشتریان کنونی پیشنهاد دهید. فارغ از اینکه با صاحبان کسب‌وکار یا مصرف‌کنندگان معامله می‌کنید، افراد از زودتر مطلع شدن درباره فروش یا فرصت استثنایی استقبال می‌کنند. شاید بتوانید فقط با اطلاع‌رسانی به مشتریان کنونی، تمام دارایی‌های پنهان خود را به فروش برسانید.

استراتژی‌های افزایش فروش را در آگاه‌سازی سایر خریداران احتمالی به کار برید. به جای آنکه به برگزاری برنامه‌های تبلیغاتی گران‌قیمت بپردازید، از استراتژی‌های ارزان‌قیمت افزایش فروش، نظیر اطلاع‌رسانی فروش به صاحبان کسب‌وکار و مصرف‌کنندگان استفاده کنید.

تبدیل مزاد انبار به درآمد

اگر موجودی مزاد یا خارج از رده در انبار دارید که از نظر مالی و انبارداری هزینه‌بر است، می‌توانید با پیشنهاد آن به توزیع‌کنندگان و مشتریان، آن را با قیمتی مناسب به فروش رسانده و درآمد فوری به دست آورید و در هزینه‌های بلندمدت صرفه‌جویی کنید.

یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان کیف گلف در آمریکا، نه تنها موجودی انبار را به سرعت به فروش می‌رساند، بلکه تعدادی از طرح‌های خارج از رده قدیمی‌تر را تنها برای فروش در حراجی‌ها تولید می‌کند. اگر کیف گلفی در انتهای چرخه عمر دو ساله خود باشد، او قیمت را پایین می‌آورد و با تولید تقریباً پنج هزار تا ده هزار عدد از این کیف‌های خارج از رده، سود قابل توجهی به دست می‌آورد. او نه تنها با حراجی‌های خود همانند منبعی سودآور برخورد می‌کند، بلکه به آن‌ها به عنوان فرصتی برای جذب مشتریان جدید می‌نگرد.

تولید اجناس خارج از رده، تنها بخشی از استراتژی او است.

با اینکه راه‌های فراوانی برای فروش کالای خارج از رده وجود دارند، معمولاً بهترین خریداران، مشتریان خودتان، رقیبان و کسب‌وکارهایی هستند که مشتریان‌شان به محصول شما نیاز دارند. این سه گروه بهترین و سریع‌ترین خریداران بالقوه به شمار می‌روند.

۱. مشتریان

اگر شما به طور مستقیم به مصرف‌کنندگان نهایی می‌فروشید، می‌توانید خریداران سابق این محصول را شناسایی کنید، سپس پیشنهاد جذابی به آن‌ها ارائه کنید. البته، اگر خریداران شما دلال یا توزیع‌کننده هستند، بهترین گزینه برای فروش محصولات مازاد هستند.

۲. رقیبان

اغلب رقیبان به محصولاتی نیاز دارند که خودشان علاقه‌ای به تولید یا نگهداری آن‌ها ندارند. اگر تولید مازادی منطبق با نیازهای رقیبان دارید و می‌توانید لوگو و اطلاعات خودتان را از آن حذف کنید، اغلب می‌توانید برای فروش یکجا و کامل موجودی انبار با رقبای خود مذاکره کنید.

شاید شرکت رقیب در فکر برگزاری فروش فوق‌العاده است یا ممکن است به دنبال کالایی ارزان برای ارائه به عنوان جایزه باشد یا شاید به کالایی نه چندان گران و با قیمت مناسب نیاز دارد که بتواند در به دست آوردن مشتریان جدید استفاده کند؛ در هر صورت، ارزش دارد که با رقیبان تماس بگیرید.

۳. مشاغل غیر مرتبط

همچنین می‌توان با صاحبان کسب‌وکارهای دیگر به عنوان شرکای انتفاعی (کسب‌وکارهایی که بازار هدفشان مانند بازار هدف شما است) همکاری کرده و محصولات بیشتری را فروخت. برای فروش اقلام مازاد در انبار نیز می‌توانید دقیقاً از همین روش استفاده کنید.

پیشنهادات موثر برای فروش محصولات خارج از رده

اگر تصمیم به فروش موجودی انبار گرفته‌اید، به یاد داشته باشید که روش‌های ارائه خاصی وجود دارند که معمولاً باعث کسب نتایج بهتر می‌شوند. به طور کلی، خریداران انتظار دارند محصول خارج از رده به قیمتی بسیار پایین‌تر از قیمت تک‌فروشی فروخته شود.

روشی برای تعیین قیمت معقول برای هر واحد محصول وجود دارد: قیمتی نامعمول را طلب کنید؛ به عنوان مثال، قیمتی مانند ۴۱۸۳ تومان نسبت به ۴۰۰۰ تومان قابل‌قبول‌تر خواهد بود؛ زیرا به نظر می‌رسد شما وقت کافی صرف کرده و پایین‌ترین قیمت ممکن را محاسبه کرده‌اید حتی ممکن است این‌طور به نظر بیاید که آن را با قیمت تمام‌شده و بدون سود می‌فروشید، با این روش سودتان احتمالاً قابل توجه خواهد بود.