



## ۴ اصل مهم برای راه‌اندازی یک کار موفق

این مقاله به این موضوع می‌پردازد که چگونه اشتیاق (Passion)، مردم (People)، مردم‌داری (Personal) و محصول (Product) می‌توانند به ارتقای حرفه شما به عنوان صاحب کسب‌وکار، مدیر یا کارمندی که دنبال راه‌های تازه‌تری برای رشد کسب‌وکار خود هستید، کمک کنند.

### ۱. اشتیاق

آیا اشتیاقی نسبت به آنچه انجام می‌دهید، دارید؟ اگر نه چرا؟ چه کار می‌توانید بکنید که نسبت به کارتان اشتیاق پیدا کرده و هر روز آن شوق را با خود به محل کارتان ببرید؟ آیا دیگران متوجه اشتیاق شما به کارتان می‌شوند؟ آیا می‌توانید در طول زمان اشتیاقتان را حفظ کنید؟

وقتی مردم کار مورد علاقه‌شان را انجام دهند، دیگر نام آن را کار نمی‌گذارند چون برایشان سرگرمی است. اگر انسان به ندای قلبش گوش دهد، منابع درونی انرژی

مثبت خود را پیدا خواهد کرد، بنابراین نتیجه این می‌شود که شما کارتان را براساس میل و اشتیاق بنا می‌کنید و دیدگاهتان نسبت به کار برگرفته از همان اشتیاقتان می‌شود و وقتی آن را به کارمندان و مشتریان منتقل می‌کنید کار تبدیل به سرگرمی شده و به موفقیت منتهی می‌شود.

## ۲. مردم

چه نوع افرادی برای شما و با شما مشغول کار هستند؟ خودتان چه آدمی هستید؟ آیا مشتری‌های شما، انسان‌های شایسته‌ای هستند؟ آیا خودتان آن‌ها را انتخاب و به آن‌ها خدمت می‌کنید؟ آیا با مشتری‌ها و کارمندان خود روابط ماندگاری دارید؟

آدم‌های خوب، کارمندان خوبی هم می‌شوند بنابراین شرکتی که پر از کارمندان خوب شده، مشتریان خوب عایدش می‌شود.

آموزش درست و پرورش کارمندان خوب نتیجه مستقیم دارا بودن میل و اشتیاق است. علاقه به کار، کارمندان را وفادار می‌کند. کارمندان وفادار، محصول بهتری تولید کرده و خدمت بیشتری می‌نمایند. خدمت و محصول خوب هم مشتری‌های بهتری جذب می‌کند و مشتری‌های بهتر وفادار بوده و در نهایت ارزش‌های زیادی را وارد کار می‌کنند.

## ۳. مردم‌داری

هرکسی تمایل دارد دیگران تا اندازه‌ای او را بشناسند. آیا شما با مشتری‌ها مانند دوستانتان رفتار می‌کنید؟ آیا نام آن‌ها را می‌دانید؟ نام افراد خانواده‌شان را چطور؟ می‌دانید به چه تفریحی علاقمند هستند؟ در مورد همکاران و کارمندان نیز به این سوالات پاسخ دهید. آیا ارتباط نزدیکی با همکاران و مشتریان برقرار می‌کنید؟ آیا تلاش‌های شما در این زمینه باعث ایجاد جمعی صمیمی شده است؟

در شرایط برابر همه ما تجربه خریدهایی را داشته‌ایم که در آن به جای اینکه خود را منبع درآمد مغازه بدانیم، خود را یک دوست تصور کرده‌ایم. با برقراری رابطه خوب با مشتری، چنین تجربه‌ای ایجاد می‌شود و مشتری در مورد این تجربه با دوستان، خانواده و همکارانش صحبت خواهد کرد.

## ۴. محصول

هیچ‌یک از چهار p ذکر شده نمی‌تواند، محصول بد را نجات دهد. آیا به کیفیت آنچه درست می‌کنید، توجه دارید؟ شما چه نوع خدمت‌رسانی انجام می‌دهید؟ چطور آن کار را می‌کنید؟ آیا محصولتان شما را به دنیا معرفی می‌کند؟ آیا توانسته‌اید جوی را به وجود بیاورید که در آن محصول شما همیشه حرف اول را بزند؟

محصول خوب گاهی می‌تواند باعث نادیده گرفتن و بی‌توجهی به اصول دیگر کار شود. اما pهای دیگر قادر به غلبه بر تاثیرات جدی یا فاجعه‌آمیز محصول بد، نخواهند بود.

مطمئنًا برای راه‌اندازی یک تجارت یا کسب‌وکار، به چیزهایی بیش از این چهار p که بسیار هم ساده به نظر می‌رسند، نیاز است؛ اما حقیقت این است که این چهار اصل تمام عوامل اساسی برای موفقیت را پوشش می‌دهد.

["message\_box text\_color="light]

منبع: کتاب «دانه‌های قهوه»

نویسنده: لسلی یر کز و چارلز دکر

ترجمه: ربابه امیری

ناشر: سپید

[message\_box/]

