



۱۶ نشانه بارز شکست شما در کسب و کار

طی سه سال گذشته با بیش از ۲۵۰۰ کارآفرین درباره جاه طلبی‌های تجاریشان مصاحبه کرده‌ام. با چیزهایی که می‌شنیدم، گاهی احساس می‌کردم آن‌ها در حال غرق شدن هستند و احتمالاً به‌زودی شکست خواهند خورد. در اینجا ۱۶ مورد مهم وجود دارد که با شنیدن آن‌ها این احساس به من دست می‌داد:

۱. شما فقط به خاطر پول این کار را انجام می‌دهید

ایده یک کسب و کار، مبتنی بر حرکتی است که شما متوجه شده‌اید در حال حاضر سود زیادی برای شما دارد. این نکته مهمی است که شما به آن پی بردید و حالا به دنبال آن هستید. مثل این است که شما سعی دارید سوار اتوبوسی شوید که از برابر شما عبور کرده است ... خیلی دیر شده. افرادی که از صنایع پول‌ساز درآمد کسب می‌کنند کسانی هستند که قبل از پول‌ساز بودن آن صنعت در آن وارد شده‌اند.

۲. شما یک محصول را ارزان می‌فروشید و بودجه‌تان تامین نمی‌شود

به محض اینکه کسی به من می‌گوید محصول اصلی‌اش را ۱۰ تا ۳۰۰ دلار می‌فروشد، من از قبل می‌دانم که این کسب‌وکار در یک منحنی قرار خواهد گرفت (که ابتدا یک فروش با ضرر و سپس سودرسانی تدریجی به همراه دارد). مگر اینکه کارآفرین تامین بودجه شود که بعید است آن‌ها از راه دیگری این کار را بکنند. این تجارت اغلب در ابتدا علائم امیدوارکننده‌ای نشان خواهد داد تا مردم آن محصول را دوست داشته باشند و حتی تعداد کمی بخرند. بعدها مجبورید برای آنکه نیروهای موردنیازتان را استخدام کنید، ماهیانه فروش زیادی داشته باشید تا فقط بتوانید دستمزد آن‌ها را بپردازد.

۳. شما هرگز در آن صنعت کارمند حقوق‌بگیر نبوده‌اید

یکی از راه‌های مطمئن برای ایجاد یک کسب‌وکار موفق، این است که در یک تجارت مشابه با کسب‌وکارتان کار کرده باشید. علاوه بر همه چیزهایی که یاد می‌گیرید، شما به جنبه‌های کلیدی کار که باید بهبود داده شوند و درک درستی از تامین‌کنندگان و مخاطبان به دست آید مسلط می‌شوید. من اغلب به افرادی که می‌خواهند شغلشان را راه‌اندازی کنند، گفته‌ام که بروید و به مدت ۹۰ روز در یک شغل مشابه حرفه‌تان کار کنید. این کار کمک زیادی به شما خواهد کرد.

۴. شما انتظار دارید مردم محصول شما را بخرند

گوگل به تیم‌های فروش اعتماد می‌کند، مانند تیم فروش BMW، رولکس و همین‌طور تیم فروش کسب‌وکار شما. گاهی اوقات ممکن است کسی از شما خرید کند، بیشتر اوقات لازم است شما بیرون بروید و یک فروش انجام دهید (به‌خصوص در ابتدای کار). بنابراین اگر نمی‌توانید یا نمی‌خواهید بیرون بروید تا محصولتان را

بفروشید، بعید است بتوانید یک فروشنده را برای انجام این کار جذب کرده و آموزش دهید. برای اینکه کسب‌وکار شما جواب بدهد باید بیرون بروید و رو در رو یا تلفنی فروش کنید و احتمالاً مدتی همین‌طور خواهد بود.

۵. شما از ریسک بیزارید

لازمه هر شغلی ریسک است. بسیاری از کارآفرینان قبل از اینکه جلو بروند، عقب می‌روند. اگر ایده قرار دادن یک تبلیغ آزمایش نشده بر روی کارت اعتباری شما برای دیدن نتیجه آن شما را ناراحت می‌کند، احتمالاً شروع یک کسب‌وکار مناسب شما نیست.

۶. شما متوهم هستید

اگر کسب‌وکار شما حول «بهبود اشتباهات فیس‌بوک» یا «ساخت یک گوگل دوم» یا «ریچارد برانسون بعدی شدن» بچرخد، احتمال زیادی وجود دارد که موفق به انجام این کار نشوید. علاوه بر این، احتمال زیادی وجود دارد که جدی گرفته نشوید. سعی کنید از کارهای کوچک شروع کنید و یک کار را درست انجام دهید، مانند کاری که فیس‌بوک، گوگل و برانسون انجام دادند.

۷. شما آرام، کسل‌کننده، یکسان و قابل پیش‌بینی هستید

اگر پیشنهاد فروش منحصر به فرد شما بر مبنای کمی بهتر بودن، سریع‌تر بودن، ارزان‌تر بودن یا صمیمی‌تر بودن باشد، احتمالاً نمی‌توانید تاثیرگذاری کافی داشته باشید. اگر احساس می‌کنید کسب‌وکار شما کسل‌کننده است، باید ببینید چگونه می‌توانید آن را جذاب کنید.

۸. شما به تنهایی کار می‌کنید

عقیده من این است که اگر شما از قبل درآمدی داشته باشید، حداقل تعداد یک تیم شما دو نفر است و اگر درآمدها پس از آن است، ۳ نفر. تجارت یک ورزش تیمی است و تک کارآفرین بودن یک دستورالعمل برای مبارزه غیرضروری و بیهوده است.

۹. ارقامتان را مرتب تحلیل نمی‌کنید

صاحبان مشاغلی که خوب کار می‌کنند، در اوقات فراغتشان اعداد و ارقامشان را بارها و بارها تحلیل می‌کنند. آن‌ها صفحات گسترده‌ای در کامپیوتر می‌سازند که به آن‌ها اجازه می‌دهد با قیمت‌ها، هزینه‌ها و حاشیه‌ها بازی کنند. وقتی از آن‌ها سوال شود، درک خوبی از حقایق و پروژه‌هایشان دارند. آن‌هایی که اغلب دست‌وپنجه نرم می‌کنند نمی‌توانند درباره مواردی مانند نقطه سربه‌سریشان، حاشیه سود ناخالص یا شاخص هزینه جذب مشتری به شما چیزی بگویند.

۱۰. شما نمی‌خواهید شورای برندگان حاضر شوید

اگر به هر دلیلی بگویید «من نمی‌خواهم به‌عنوان چهره این کسب‌وکار شناخته شوم»، احتمالاً موفق نخواهید شد. تنها مگر اینکه پول زیادی پشت سر کسب‌وکارشان داشته باشید. وقتی یک کسب‌وکار جدید وارد بازار می‌شود، مردم می‌خواهند بدانند چه کسی پشت آن است. اگر نمی‌خواهید جلوی کسب‌وکارشان حاضر شوید، توسط شخصی که برعکس شما این کار را انجام خواهد داد، شکست خواهید خورد.

۱۱. شما نمی‌توانید هزاران سرنخ مشتاق به دست آورید

جذب یک مشتری در ابتدای کار فوق‌العاده است؛ اما در واقعیت اگر این کسب‌وکار بخواهد آینده داشته باشد، باید ۱۰۰ مشتری داشته باشد. برای دریافت ۱۰۰ مشتری

باید حدود ۳۰۰ قرار با هزار سر نخ مشتاق داشته باشید. مهم است که بدانید چگونه می‌توانید به سرخ‌ها دسترسی پیدا کرده و آن‌ها را حفظ کنید.

۱۲. مردم نمی‌دانند شما چه کاری انجام می‌دهید

مایک هرپس به من گفت: «هر کسب‌وکار بزرگی با یک معرفی عالی کارش را شروع می‌کند.» او ۳ برند چند میلیارد دلاری ساخته است، پس می‌داند. اگر نتوانید کسب‌وکار خود را معرفی کنید، مثل این است که یک چمدان پرپول دارید اما نمی‌توانید در آن را باز کنید. هیچ‌کس نمی‌داند چه چیزی درون آن است و به آن اهمیتی نمی‌دهد.

۱۳. مردم نمی‌توانند در مورد شما اطلاعاتی به دست آورند

این روزها مردم قبل از اینکه از شما خرید کنند، درباره شما مطالعه می‌کنند. آن‌ها می‌خواهند فلسفه شما، روش‌ها، داستان، تحقیقات موردی و ایده‌های شما را برای آینده بدانند. اگر آن‌ها نتوانند درباره شما چیزی بدانند، به جای دیگری خواهند رفت. مردم برای اینکه نسبت به شما آگاه شوند، به مقالات، وبلاگ‌ها، فیلم‌ها، پادکست‌ها، گزارش‌های شما یا حتی کتابی که نوشته‌اید، نیاز دارند.

۱۴. شما محصول هستید

اگر این کسب‌وکار تمرکزش بر خود شماست، پس مقیاس‌گذاری دشوار است و در نهایت فرسوده خواهید شد.

۱۵. مردم از وجود شما بی‌خبرند

باور من این است که «شما همانی هستید که گوگل می‌گوید»، بنابراین در یک سطح

بسیار ابتدایی افرادی که به دنبال شما می‌گردند باید اطلاعات ثابت، دقیق و معتبری درباره شما دریافت کنند. فراتر از آن، شما باید با مردم تماس داشته باشید و به آنها اجازه دهید تا از وجود شما آگاه شوند. تبلیغات، تماس‌های سرد، روابط عمومی، رویدادها و... همگی بخشی از یک استراتژی کسب‌وکار سالم برای شناخته شدن هستند. پول خرج کنید یا ورشکسته شوید و منتظر بمانید تا تلفنتان زنگ بخورد.

۱۶. شما تلاش می‌کنید کارهای بسیار زیادی انجام دهید

کسب‌وکار شما احتمالاً طی ۵ سال آینده یک تا سه مورد مناسب به دست می‌آورد. گوگل با تمام جزئیات خود در بیش از ۱۵ سال موارد بسیار کمی برای تبدیل شدن به پول‌ساز موفق به دست می‌آورد، هنوز هم تبلیغات جستجو ۹۶ درصد از درآمدش را تامین می‌کند. اگر شما بر یک مورد مهم تمرکز نکنید، احتمالاً در چند مورد در حد متوسط قرار می‌گیرید، که این خطرناک است. به موفقیت تویتر نگاه کنید که بر یک ابزار پخش دقیقه‌ای و بی‌جهت تمرکز کرد؛ اما در این بخش کوچک تسلط یافت. اکنون ارزش آن معادل ۴ برابر Royal Mail انگلیس است.

امیدوارم شما به این ۱۶ مورد مهم توجه کنید و قبل از اینکه درگیرشان شوید، از آنها پرهیز کنید.