



۵ نکته برای توسعه کسب و کار

در این مقاله می‌خواهم در مورد این صحبت کنم که چگونه می‌توانیم کسب و کارمان را توسعه دهیم. همان‌طور که می‌دانید خیلی از کسب و کارها هیچ‌وقت توسعه کافی پیدا نمی‌کنند و به جایی می‌رسند که خیلی توجیه ندارد؛ ولی بعضی از کسب و کارها از بقیه جلو می‌زنند و به جایی می‌رسند که سودها خیلی بزرگ‌تر و بهتر می‌شود. ۵ نکته که باعث توسعه کسب و کار می‌شود و اگر شما مدیر یا کارآفرین هستید، حتما باید روی این موارد تمرکز کنید.

۱. خروج از محوریت کسب و کار

بسیاری از مدیران، محور و اصلی‌ترین بخش کسب و کارشان هستند. به عبارت دیگری که آقای دنیل پرسلی و دیگران می‌گویند، محصول کسب و کارشان خودشان هستند؛ یعنی اگر خودشان نباشند تقریباً هیچ چیزی به خوبی پیش نمی‌رود.

بنابراین اگر می‌خواهیم کسب و کارمان را توسعه دهیم باید کاری کنیم تیم و

همکارانمان بتوانند تمام فعالیت‌های کلیدی را به‌خوبی انجام دهند و خودمان از محوریت کسب‌وکار خارج شویم. تنها در این حالت است که توسعه کسب‌وکارمان شروع می‌شود و به‌خوبی پیش خواهیم رفت.

۲. کنار گذاشتن توسعه طبیعی

منظور از توسعه طبیعی چیست؟ اغلب افرادی که تازه کسب‌وکاری را شروع می‌کنند، خیلی تبلیغ و بازاریابی نمی‌کنند و فقط به این امید هستند که مثلاً یک خریدار یا مشتری راضی دارند که این فرد به دیگران توصیه می‌کند و کم‌کم خریداران به‌تدریج یک رشد کمی را تجربه می‌کنند؛ ولی اگر بخواهیم کسب‌وکارمان را به‌صورت جدی توسعه دهیم به جایی می‌رسیم که نمی‌توانیم به توسعه طبیعی کفایت کنیم. یعنی به این امید باشیم که کم‌کم کسب‌وکارمان رشد خواهد کرد.

اغلب این اتفاق نمی‌افتد و ما باید خودمان، تبلیغات زیاد و بازاریابی زیاد انجام دهیم و هر روز دنبال پیدا کردن افراد جدیدی باشیم که شاید بعداً خریدار و در نهایت مشتری ما شوند و دنبال این نوع فعالیت‌ها باشیم.

بنابراین توسعه طبیعی برای افزایش بازدید سایت، افزایش فالوئرهای اینستاگرام، برای افزایش خریداران و مشتریان ثابت، فقط شاید اوایل کسب‌وکار مفید باشد. این توسعه طبیعی ادامه پیدا می‌کند و بالاخره افرادی ما را توصیه می‌کنند و باعث می‌شوند به‌صورت طبیعی رشد کنیم. ولی کافی نیست و ما باید به‌صورت هدف‌دار تلاش کنیم که خیلی بیشتر از آن حد طبیعی که قرار است معروف شویم و قرار است افراد ما را بشناسند، خودمان گام‌هایی برداریم و باعث شویم که این اتفاق بیفتد.

۳. ایجاد فاصله با رقیبان

توسعه ما از زمانی جدی‌تر می‌شود و رشد کسب‌وکار ما زمانی خیلی اوج می‌گیرد که سعی کنیم از رقیبانمان فاصله بگیریم، اگر فاصله کافی نگیریم و خریدار با یک نگاه

نتواند تشخیص دهد که ما گزینه بهتری هستیم یا رقیب، به احتمال خیلی زیاد فروش‌ها را از دست خواهیم داد و افراد به‌جای اینکه سراغ ما بیایند، سراغ رقیبان خواهند رفت.

بنابراین اگر لازم است پول خرج کنید و هر کاری که بلد هستید انجام دهید تا نشان دهید شما از رقیبان فاصله دارید، این فاصله می‌تواند حتی در کیفیت محتواهایی باشد که در رسانه‌های اجتماعی و در سایتتان منتشر می‌کنید، می‌تواند از ساده‌ترین چیزها مثل کیفیت کارت ویزیتتان، اقلام تبلیغاتی، نوع بسته‌بندیتان و هر چیز دیگری باشد که با یک نگاه ساده خریداران احساس کنند شما خیلی کارتتان حرفه‌ای‌تر و بهتر نسبت به رقیبان دیگر است.

بنابراین پول خرج کنید، انرژی و زمان زیادی اختصاص دهید و کارهایی انجام دهید که فاصله شما از رقیبان خیلی بیشتر شود و این بیشتر شدن فاصله فقط برای خودتان و رقیب نیست؛ یعنی باید کاملا ملموس باشد و یک خریدار که با شما و رقیبان آشنا نیست با یک مقایسه ساده بتواند تشخیص دهد که شما گزینه بهتری هستید.

۴. تبدیل شدن به طراح پروژه

چهارمین کاری که باید انجام دهید تا توسعه کسب‌وکارتان سریع‌تر اتفاق بیافتد «تبدیل شدن به طراح پروژه» است. دیدگاهی که خیلی از کارآفرینان دارند این است که در حد یک کارمند خوب کار می‌کنند. خودشان تولید می‌کنند، خودشان در فروش دخالت دارند و هیچ‌وقت در جایگاه یک طراح پروژه قرار نمی‌گیرند که تیمشان کارها را انجام دهند و کارآفرین فقط پروژه طراحی کند. فکر کند پروژه جدیدی که این ماه قرار است انجام دهیم چیست، چه تغییراتی باید انجام دهیم و چه کار جدید بزرگی باید شروع کنیم که تاکنون شروع نکرده‌ایم؟

بنابراین خودتان را از جزئیات نجات دهید و از کارهایی که همکارانتان می‌توانند انجام

دهند کنار بکشید و سعی کنید طراحی پروژه انجام دهید. کارهای بزرگی که باعث رشد کسب و کارتان می‌شود. بعد از طراحی پروژه، این پروژه‌ها را بین همکارانتان تقسیم کنید و خودتان هم می‌توانید نظارت و مدیریت کنید که این پروژه‌ها به خوبی پیش برود و انجام شود.

۵. ساخت کسب و کار مقیاس پذیر

آخرین توصیه جدی برای توسعه کسب و کارتان این است که یک کسب و کار مقیاس پذیر بسازید. منظور کسب و کاری است که توانایی رشد بالایی دارد، مثلا اگر شما هر خریداری که از سایتتان خریدی انجام می‌دهد را تلفنی تماس می‌گیرید و از او تشکر می‌کنید، کسب و کارتان خیلی مقیاس پذیر نیست چون اگر روزی ۱۰۰۰ سفارش آنلاین داشتید نمی‌توانید تک تک تماس بگیرید، اگر اغلب کارها به صورت دستی، بدون اتوماسیون و با روش‌های سنتی انجام می‌شود احتمالا کسب و کارتان مقیاس پذیر نیست، اگر کارهایی که کارمندانان باید انجام دهند قبل از انجام دادنش باید پیش شما بیایند و از شما تاییدی بگیرند، کسب و کارتان مقیاس پذیر نیست. چون اگر تعداد کارهای روزانه به ۱۰۰۰ عدد رسید فرصتی پیش نمی‌آید که همکاران بتوانند تمام کارها را به شما ارجاع دهند، تاییدش را بگیرند و بعد انجام دهند.

بنابراین در هر مرحله‌ای که از کسب و کارتان هستید، همین الان وقتش است که فکری کنید و راهکارهایی پیدا کنید که کسب و کارتان مقیاس پذیر باشد؛ یعنی اگر تعداد مشتریان، تعداد فروش‌ها و... چند برابر شد به مشکل نخورید و باز بتوانید همه کارها را خوب پیش ببرید.