



### ۳ روش ایده‌یابی برای بهبود کسب‌وکار

گاهی می‌خواهیم کسب‌وکارمان را بهبود دهیم و رضایت مشتریان را بیشتر کنیم، ولی هیچ ایده‌ای به ذهنمان نمی‌رسد که چطور می‌توانیم این کار را انجام دهیم.

۳ روش برای بهبود کسب‌وکار و پیدا کردن ایده‌های خوب تا کسب‌وکار بهبود پیدا کند و مشتریان را بیشتر متحیر کنید:

#### ۱. کپی کردن

همیشه کپی به‌عنوان یک مورد منفی استفاده می‌شود و می‌گویند کپی نکنید! ولی در کسب‌وکار می‌توانیم کسب‌وکارهای دیگران را کپی کنیم؛ یعنی به کسب‌وکارهایی برویم که هیچ ربطی به کسب‌وکار ما ندارد و ببینیم چه ایده‌هایی توسط آن کسب‌وکارها استفاده می‌شود و ما می‌توانیم در کسب‌وکار خودمان به روش دیگری از همان ایده استفاده کنیم.

مثلا سال‌ها قبل چند رستوران از پمپ‌بنزین این ایده را برداشتند که به صورت ایده‌آل کسی که می‌خواهد بنزین بزند، اتومبیل در یک صف قرار می‌گیرد، به جایگاه می‌رسد و بدون اینکه پیاده شود بنزین زده می‌شود و در آخر حرکت می‌کند.

چند رستوران این ایده پمپ‌بنزین را در کار خودشان استفاده کرده‌اند؛ یعنی رستوران‌هایی ساخته‌اند که به انگلیسی Take Away می‌گویند. اتومبیل‌ها صف می‌بندند، جلوی پنجره‌ای می‌رسند و سفارششان را ثبت می‌کنند. عملکرد این رستوران‌ها آنقدر سریع است که چند متر جلوتر سفارش غذای خود را تحویل می‌گیرند و می‌روند.

بنابراین ما می‌توانیم از یک کسب‌وکار کاملا متفاوت ایده‌هایی را برداریم، کپی کنیم و در کسب‌وکار خودمان استفاده کنیم.

مثلا اغلب کارواش‌های خوب دنیا معمولا کافی‌شاپی دارند که وقتی شما منتظر هستید تا نوبتتان شود، می‌توانید در آنجا به خوردن قهوه مشغول شوید، روزنامه بخوانید، با موبایلتان بازی کنید و...

همین موضوع باعث می‌شود افراد علاقه‌مندتر شوند که به یک کارواش مراجعه کنند.

فرض کنید مدرس هستیم و کارمان برگزاری وبینار است. می‌توانیم قبل از شروع وبینار به جای یک صفحه خسته‌کننده، یک بازی آنلاین ساده‌ای طراحی کنیم تا افراد قبل از ورود به وبینار بازی کنند و امتیاز بگیرند. حتی می‌توانیم از این امتیازها در وبینار استفاده کنیم.

البته پیاده‌سازی این ایده شاید کار سختی باشد. ولی تاکید من این است که ما خارج از استانداردهای رایج در همه‌جا فکر کنیم و ببینیم کسب‌وکارهای دیگر چگونه افراد را علاقه‌مند می‌کنند، چگونه باعث حیرت و ذوق‌زدگی مشتری‌هایشان می‌شوند و ما آن ایده را کپی کنیم و در کسب‌وکار خودمان بیاوریم.

خیلی از رستوران‌ها وقتی غذا میل می‌کنید، موسیقی هم پخش می‌کنند. در سالن‌های همایش هم می‌توانید در زمان استراحت موسیقی پخش کنید.

فرض کنید شخصی تعمیرگاه اتومبیل دارد، می‌تواند فکر کند که چگونه از ایده پخش موسیقی می‌تواند در تعمیرگاه اتومبیل خود استفاده کند و ایده‌ای پیدا کند که درست است کپی ایده از کسب‌وکار دیگری است، ولی در کسب‌وکار آن فرد تابه‌حال کسی اجرا نکرده است و باعث بهبود و رشد کسب‌وکار می‌شود.

## ۲. تمرکز بر مشکلات

دومین روش پیدا کردن یک ایده خوب برای بهبود کسب‌وکار تمرکز بر مشکلات است. این تمرین خوبی است که شما یک هفته فقط سعی کنید موارد مثبت خریداران و مشتریان را گوش نکنید. فریب این موضوع را نخورید که چند نفر از شما تعریف می‌کنند؛ بلکه روی افرادی تمرکز کنید که مشکلاتی را گزارش می‌کنند و ببینید آیا می‌توانید آن مشکلات را حل کنید یا خیر. مثلا در سایت مدیرسبز از این مشکلات همیشه وجود دارد و همیشه در حال بهبود آن هستیم و هیچ‌وقت تمام نمی‌شود.

مثلا یکی از کاربرها گزارش می‌دهد که وقتی روی موبایل به‌صورت افقی قرار می‌دهم و می‌خواهم محصولی از سبد خرید حذف کنم، مشکلی پیش می‌آید. روی تک‌تک این موارد می‌توانیم تمرکز کنیم، چون مشکلی که توسط خریداران گزارش می‌شود، حتما ارزش بررسی و حل کردن را دارد.

اغلب کتاب‌های بازاریابی یا مدیریت می‌گویند، اگر یک نفر مشکلی را گزارش می‌کند، احتمالا ۵ تا ۱۰ نفر ناراضی دیگر در کنار این یک نفر وجود دارند که حوصله گزارش کردن این مشکل را نداشته‌اند، ولی آن‌ها هم ناراضی بوده‌اند.

بنابراین این‌گونه نگاه نکنیم که مشکلی در فرایند ارسال، بسته‌بندی محصولات و... چون توسط دو نفر گزارش شده مهم نیست. احتمالا افراد بیشتری هم وجود دارند که این مشکل را دیده‌اند، ولی حوصله گزارش آن را نداشته‌اند. آن‌ها می‌توانند در سکوت کسب‌وکار ما را ترک کنند و به سراغ کسب‌وکار دیگری بروند.

بنابراین اگر به موضوع این‌گونه نگاه کنید که یک هفته یا یک ماه هر مشتری یا هر

خریداری که مشکلی را گزارش می‌کند، فرض کنیم خریدار نیست بلکه مشاور است که میلیون‌ها تومان پول داده‌ایم و قرار است مشکلات را به ما اعلام کند. تا جایی که ممکن است این مشکلات را حل کنید، مطمئن باشید کسب‌وکار بهبود بیشتری پیدا خواهد کرد.

### ۳. به جای مشتری زندگی کنیم

بعضی از کسب‌وکارها و حتی مدیرانشان یک روز به جای مشتری زندگی می‌کنند؛ یعنی از کسب‌وکار خود خارج می‌شوند و به‌عنوان یک ناشناس اگر فروشگاه‌های دارند به آن فروشگاه مراجعه و خرید می‌کنند، اگر سایتی دارند با یک اسم ناشناس چند محصول سفارش می‌دهند و دقیقاً بررسی می‌کنند مشکلات در کجا است.

اگر شما یک روز جای خریدار و مشتری زندگی کنید، مطمئن هستم که آن‌قدر ایده به ذهنتان می‌رسد و مشکلاتی را در فرایند فروش، پاسخگویی و هر قسمت دیگر خواهید دید و خودتان متعجب خواهید شد که چطور خریداران با این مشکلات کنار آمده‌اند و ما را ترک نکرده‌اند.

بنابراین یک چالش جالب می‌تواند این موضوع باشد که اگر مدیر یا صاحب کسب‌وکار هستید یک روز در ماه را به زندگی کردن جای مشتری اختصاص دهید. سعی کنید ببینید خرید مشتری، رسیدن محصول و... چگونه است. چگونه می‌توانید دقیقاً جای مشتری قرار بگیرید و درک کنید کسب‌وکار شما چه مشکلات و چه مزایایی دارد که می‌توانید روی هر مورد کار کنید و بهبود دهید.

در این مقاله ۳ روش ساده دیدیم که می‌توانیم ایده‌هایی برای بهبود کسب‌وکار پیدا کنیم.