



## ۴ عامل تاثیرگذار برای یافتن مکان مناسب کسب و کار

انواع کسب و کارها در مکان‌های مختلف، خوب کار می‌کنند. در برخی موارد، یک کسب و کار ممکن است در یک مکان بیشتر کار کند؛ اما در مکانی دیگر، پول بیشتری درآورد. سالن‌های زیبایی مثال خوبی هستند. آن‌ها در مراکز خرید خوب کار می‌کنند، اما اجاره سالن در مراکز خرید بسیار بالاست. وقتی آرایشگری مشتریان ثابت خود را دارد، نیازی به کار کردن در جایی شلوغ و پرداخت هزینه‌های گزاف برای اجاره را ندارد.

در نتیجه انواع گزینه‌های مکانی وجود دارد که می‌توانید از بین آن‌ها انتخاب کنید؛ اما شما باید مکانی را بیابید که از هر نظر مناسب باشد: جایی که مشتریان بتوانند شما را پیدا کنند و قدردان کاری باشند که انجام می‌دهید؛ همسایه‌ها از بودن در کنار شما خشنود باشند؛ شما و مالک مغازه بتوانید پول در بیاورید؛ شما و کارمندان بتوانید در آنجا کار کنید. بنابراین چطور تصمیم می‌گیرید کجا بروید؟ تصمیم بزرگی است.

در زیر این نوع بررسی به ۴ نوع اصلی تقسیم شده است:

## ۱. بررسی‌های شخصی

راه‌اندازی کسب‌وکار موفق می‌تواند تا حد زیادی بر زندگی شخصی شما تاثیر بگذارد و در بسیاری از موارد تعیین‌کننده میزان خرسندی شما باشد. وقتی می‌خواهید مکان کسب‌وکارتان را تعیین کنید، این عوامل را در نظر بگیرید:

• **فاصله تا خانه.** نزدیک بودن به خانه چقدر برایتان اهمیت دارد؟ یکی از دوستانم امتیاز و نمایندگی یک کفش‌فروشی را گرفت. فروش عالی بود، حقوق خوبی دریافت می‌کرد و پایان هر سال پاداش خوبی می‌گرفت و حتی کارمندان بسیار خوبی داشت؛ اما پس از پنج سال، آنجا را فروخت، زیرا سه ساعت از روز را در خودرو می‌گذراند.

• **سبک زندگی.** استقلالتان چقدر برایتان مهم است؟ آیا جزو افرادی هستید که می‌توانید با محدودیت کار کنید؟ وقتی در یک مرکز خرید کار می‌کنید، استقلالتان را به خاطر سازگاری با محیط و داشتن ثبات از دست می‌دهید. شما باید وقتی مدیریت می‌گوید مغازه را باز کنید؛ یعنی هفت روز هفته بین ده تا دوازده ساعت کار روزانه. شما نمی‌توانید همه این ساعت‌ها را خودتان کار کنید، اما در ابتدا تا می‌توانید کار می‌کنید چون می‌خواهید سرمایه‌گذاری بزرگی که کرده‌اید، نتیجه بدهد. شاید در جاهای دیگر بتوانید خودتان زمان کارتان را تعیین کنید و آن‌گونه که می‌خواهید کارها را انجام دهید، اما مزایای مراکز خرید را از دست می‌دهید.

## ۲. استراتژی کسب‌وکار

وقتی می‌خواهید مکان مغازه‌تان را انتخاب کنید، این عوامل را در نظر بگیرید:

• **منحصربه‌فرد بودن.** می‌خواهید ماهی بزرگی در برکه‌ای کوچک باشید. اگر مغازه‌ای مشابه شما در منطقه وجود ندارد، دیده می‌شوید. اگر قرار است تبلیغات زیادی داشته باشید، این توانایی را دارید که مشهور و در جامعه خود متمایز شوید.

- **مشتریان.** مطمئن شوید مشتریانی که می‌خواهید جذب کنید، در همان منطقه زندگی یا کار کنند.
- **رقابت.** اگر مغازه‌های موجود در منطقه اجناسی مشابه شما را عرضه می‌کنند، جای دیگری را برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان در نظر بگیرید.
- **سازگاری.** مطمئن شوید به نوع کسب‌وکار شما در منطقه نیاز است.
- **پرفرت‌وآمد بودن.** چند نفر پیاده یا با خودرو به مکانی که در نظر گرفته‌اید، می‌آیند؟ چند نفر از آن‌ها شبیه مشتری ایده‌آل شما هستند؟
- **در معرض دید بودن.** این از مسائلی است که بسیار به آن بی‌توجهی می‌شود. جایی که کاملاً در معرض دید است، مانند تبلیغات رایگان عمل می‌کند.
- **قابلیت دسترسی.** مطمئن شوید مکان انتخابی شما قابل دسترسی باشد. یک‌بار با صاحب فروشگاه حیوانات خانگی صحبت می‌کردم که فروشگاه زیبایی در خارج از مرکز خرید داشت. فروشگاه او دید خیلی خوب و اجاره‌بهای مناسبی داشت؛ اما باید هشت پله بالا می‌رفتی تا به فروشگاه برسی، ضمن اینکه پله‌ها شیب‌دار بود. درست مثل اینکه مجبور باشی کل شهر را طی کنی تا به فروشگاه برسی. آن‌هم به این علت که مرکز خرید درست بالای تپه واقع شده بود و این فروشگاه هم بدترین شیب را داشت. وقتی در نهایت، مکان فروشگاه را تغییر داد، مشتریانش تقریباً دو برابر شد.
- **پارکینگ.** برای هر سیصد متر فضای مغازه حداقل باید پنج جای پارک وجود داشته باشد. اگر تعداد پارکینگ‌ها از این مقدار کمتر باشد، با مشکل جای پارک مواجه خواهید شد.

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

**نکته:** تعداد رفت‌وآمد عالی است، اما مطمئن شوید که این شلوغی شامل افرادی است که مشتری شما می‌شوند.

[message\_box/]

### ۳. سازگاری

وجود همسایه‌ها می‌تواند موجب شکوفایی یا ورشکستگی شما شود. وقتی می‌خواهید محل کسب و کارتان را انتخاب کنید، ببینید آیا مغازه‌های اطراف، مشتری شما را جذب می‌کنند یا نه. به مشتریانی که مغازه‌های دیگر بتوانند آن‌ها را جذب کنند، مشتریان آزاد می‌گویند. به‌طور مثال، من در مغازه‌ام لباس‌های شیک می‌فروختم و مغازه کناری‌ام کفش‌فروشی‌ای بود که کفش‌های شیکی می‌فروخت. من برای مغازه‌ام تبلیغ کردم و کفش‌فروشی هم از این مسئله نفع برد. این همان مکانی است که به آن نیاز دارید.

مطمئن شوید مغازه‌تان کنار مغازه‌هایی باشد که وقتی مشتریانتان آن اطراف می‌چرخند، احساس راحتی کنند. به‌طور مثال، نمی‌خواهید مغازه لباس‌فروشی‌تان کنار مغازه موتورسیکلت فروشی باشد.

برخی مسائل مربوط به همسایه‌ها که باید در نظر بگیرید عبارت است از:

- **بو.** مشکلات مربوط به بو که مغازه کناری شما ایجاد می‌کند را دست‌کم نگیرید. بدیهی است که رستوران‌ها مشکل شماره یک در این مورد هستند، اما شرکت‌هایی که کارشان واردات کالا است هم می‌توانند مشکل ایجاد کنند. من فروشگاه خاورمیانه‌ای را می‌شناسم که کنار فروشگاه پوشاک باز شده بود. یک روز بیش از ۵۰۰ کیلوگرم پودر کاری به مغازه تحویل داده شد. بوی پودر کاری کارمندان فروشگاه پوشاک را اذیت می‌کرد و اجناس هم بوی آن را گرفته بود. بوی پودر کاری به قدری قوی بود که فروشگاه پوشاک کسب و کارش را تعطیل کرد.
- **صدا.** اگر جایی که در نظر گرفته‌اید کنار فروشگاه آلات موسیقی است، مراقب صدا باشید. قبلاً با فروشگاه کفشی کار می‌کردم که مغازه کناری‌اش نانوایی بود. هر وقت کارگران نانوایی شروع به پخت نان می‌کردند، آهنگ‌های شاد می‌گذاشتند تا تحرکشان زیاد شود.

## ۴. بررسی‌های مالی

احتمالا این جمله کلیشه‌ای را شنیده‌اید: «اندازه پول توی جیبیت خرج کن.» اما به خاطر داشته باشید که حتی ارزان هم ممکن است برای برخی‌ها گران باشد. تعیین اینکه کجا قیمتش برای شما مناسب است، دشوار است؛ چراکه نمی‌توانید بر مبنای پولی که در حال حاضر دارید، تصمیم‌گیری کنید. وقتی برای فروش برنامه‌ریزی می‌کنید از خودتان بپرسید: «آیا مکان بهتر باعث بهتر شدن کار می‌شود تا بتوانم از پس هزینه‌های اضافی برایم؟»

همچنین باید از خودتان بپرسید: «اگر آن پول اضافی را صرف مکانی عالی کنم ولی نتوانم آنجا کار کنم، چه؟» باید ببینید چقدر حاضرید ریسک کنید. وقتی می‌خواهید به مکانی فکر کنید که قرار است کسب‌وکارتان را آنجا راه بیندازید، این موارد مالی را در نظر بگیرید:

- **بلندمدت فکر کنید.** ببینید چقدر پول می‌خواهید در کسب‌وکارتان سرمایه‌گذاری کنید تا رونق بگیرد. بین سنجیدگی و ریسک، توازن برقرار کنید؛ اما مکانی را انتخاب کنید که هم امروز، هم فردا و هم بعدازآن عالی باشد.
- **بودجه‌تان را محتاطانه خرج کنید.** بسیاری از کسب‌وکارها به دلیل تخصیص نادرست سرمایه‌شان است که موفق نمی‌شوند. پولتان را جایی خرج نکنید که هزینه‌ها را پوشش نمی‌دهد. شما مقداری پول دارید که باید برای راه‌اندازی کسب‌وکارتان خرج کنید و اگر همه آن را بابت مکانی خوب خرج کرده و در موارد دیگر صرفه‌جویی کنید، احتمالا کسب‌وکارتان شکست می‌خورد.

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

منبع: کتاب «کسب‌وکار خرده‌فروشی»

نویسنده: ریک سیگل

ناشر: آوند دانش

ترجمه: سارا یوسفی، سید محمدکاظم عزیزی



[message\_box/]