



۱۰ رمز موفقیت کارآفرینان از زبان بنیان‌گذار لینکدین

موفقیت آسان به دست نمی‌آید. برای موفق بودن باید سخت تلاش کرد. اگر به فعالیت تجاری خود اهمیت می‌دهید، بدون آشنایی با قوانین تجارت و بدون داشتن اطلاعات کافی در این عرصه، دست یافتن به موفقیت‌های بزرگ امکان‌پذیر نخواهد بود. نشستن پای سخن بزرگان این عرصه و شنیدن تجربیات و رموز کار آن‌ها می‌تواند بسیار اثربخش باشد. میکروسافت اعلام کرد که قصد دارد لینکدین را به مبلغ ۲۶/۲ میلیارد دلار خریداری کند و با این کار بزرگ‌ترین خرید خود را در تاریخ رقم زد و گام محکم و استواری را در جهت شبکه‌های اجتماعی تجاری برداشت. بنیان‌گذار و رئیس پیشین اجرایی این شرکت؛ رید هافمن ۱۳ سال پیش لینکدین را با دعوت ۳۵۰ نفر از مخاطبین خود برای پیوستن به این سرویس شبکه اجتماعی آغاز نمود، در حال حاضر این شبکه علاوه بر ۱۰۵ میلیون کاربر فعال در ماه، ۴۳۳ میلیون عضو دارد. لینکدین به مرکزی آنلاین برای متخصصین صاحب حرفه تبدیل شد تا از فرصت‌های شغلی موجود مطلع شوند و همین موضوع از آن یک سرویس ارزشمند برای استخدام‌های اجرایی ساخت و گنجینه‌ای از داده‌ها را در اختیار آن قرار داد که کمتر شرکتی از این

امکان برخوردار است.

۱. هدف‌گذاری‌های بزرگ

مهم نیست که کسب‌وکار نوپای شما به دنبال ایده‌های بزرگ است یا ایده‌های کوچک، رنج و سختی که باید در این راه تحمل کرد به یک اندازه است پس چرا هدف‌های بزرگ را انتخاب نکنیم؟ بزرگ یعنی چه؟ یعنی یک محصول یا سرویسی که می‌تواند بازار خاصی را به وجود بیاورد و یا این‌که بازار را در دست بگیرد.

۲. به دنبال نوآوری‌های تحول‌آفرین باشید

اگر قصد دارید کار جدیدی را آغاز کنید، از خودتان بپرسید: «چه کاری می‌توانم انجام دهم که پیش‌ازاین نمونه‌اش وجود نداشته و یا امکانش نبوده است؟ آیا سرویس یا محصول جدید من می‌تواند جایگزین بازار فعلی شود یا بازار جدیدی خلق کند؟ وقتی هافمن لینکدین را بنیان‌گذاری کرد، صنعت فناوری در یک بحران عمیق بود. او به تمام فرصت‌های که اینترنت ایجاد می‌کرد به‌خوبی توجه کرد و این ایده در ذهنش نقش بست که بالاخره هر فردی به یک پروفایل شغلی آنلاین نیاز دارد. نوآوری این کار در آنجا بود که افراد به‌جای آن‌که منتظر پاسخ از سوی شرکت‌ها و یا وب‌سایت‌هایی باشند که فرم تقاضای کار را در آنجا پر کرده‌اند، می‌توانستند مستقیماً به بهترین فرصت‌های شغلی دسترسی داشته باشند.

۳. ساخت شبکه‌ای که بتوانید با آن محصول خود را تقویت کنید

مردم تصور می‌کنند که پشت هر شرکت نوپای بزرگ، یک کارآفرین با یک ایده عالی قرار دارد. واقعیت این است که شرکت‌های بزرگ توسط تعدادی از افراد با استعداد شکل می‌گیرند که توسط شبکه‌های تقویت‌کننده محاصره شده‌اند. موفق‌ترین

کارآفرینان معمولا از مشاوران، سرمایه‌گذاران، همکاران و ارتباط با مشتریان استفاده می‌کنند.

۴. خودتان را برای بهترین‌ها و بدترین‌ها آماده کنید

گاهی اوقات کارآفرینان از رخ دادن اتفاقاتی خوب شگفت‌زده می‌شوند، آن‌ها باید با تغییر برنامه‌های خود از این فرصت‌های پیش‌آمده استفاده کنند. تا می‌توانید دوروبر خودتان و شرکتهای ماموران اطلاعاتی داشته باشید. بخشی از برنامه‌ریزی شما باید در مواجهه با مواردی باشد که انتظارشان را ندارید و اگر اقدامات شما در آن زمینه کارساز نشد، از خودتان بپرسید: «نقشه بعدی من چیست؟»

۵. انعطاف‌پذیری خود را تداوم ببخشید

بسیاری از مشاوران کارآفرینی توصیه می‌کنند: «سمج باشید و چشم‌انداز خود را حفظ کنید.»؛ اما در واقع سخت است که هم روی چشم‌انداز خود پایداری کنید و هم انعطاف‌پذیر باشید. اما من توصیه می‌کنم یک انعطاف‌پذیری مداوم و پایدار را پیشروی خود داشته باشید و سعی کنید این وضعیت را تداوم ببخشید.

۶. راه‌اندازی زودتر از موقع

بنا به گفته هافمن «مگر این‌که استیو جابز» باشید، وگرنه احتمال این‌که کارآفرینان هم در مورد محصولاتشان دچار اشتباه شوند وجود دارد و حتی ممکن است تا زمانی که محصولشان در اختیار مردم قرار می‌گیرند، متوجه اشکال کار خود نشوند. وی می‌افزاید که وقتی در حال راه‌اندازی لینکدین بوده، یکی از هم‌بنیان‌گذاران این سرویس از وی خواسته تا زمانی که ویژگی «تماس یاب» راه‌اندازی می‌شود، صبر کند؛ اما مشخص شد که این کار لازم نبود (لینکدین هنوز هم بعد از ۸ سال این ویژگی را اضافه نکرده است).

۷. مشتاق باشید

اهداف متعالی داشته باشید، اما مراقب اعتمادها و باورهای کورکورانه در نظریه‌های خود باشید. این‌که سعی کنید تا جایی که می‌توانید زود شروع کنید، مهم است به این خاطر که یاد بگیرید که مشتریان شما چگونه از محصول و سرویس شما استفاده می‌کنند. همچنین مهم است معیارهایی را بدانید که مشخص می‌کنند که آیا دیدگاه‌ها و آرزوهایتان مطابق با اهدافتان پیش می‌روند. باید بازخوردهای شبکه خود را دریافت کنید تا بدانید که آیا باید بر سر هدف، محصول و یا سرویس خود باقی بمانید. به عبارت دیگر ذوق و اشتیاق خود را حفظ کنید، اما همیشه به دنبال چشم‌اندازهای خوب در نحوه کار خود باشید. برای نوآوران خلاق بسیار آسان است که مجذوب داستان خودشان شوند، به جای آنکه یاد بگیرند به کدام سو باید حرکت کنند.

۸. داشتن یک محصول خوب مهم است، اما داشتن یک ایده فوق‌العاده برای توزیع محصول مهم‌تر است

هافمن می‌گوید: «شما می‌توانید یک محصول فوق‌العاده بسازید اما هیچ‌کس متوجه آن نشود. توزیع محصول خود را اساس کارتان قرار دهید.»

۹. توجه زیادی به فرهنگ داشته باشید و استخدام‌ها را از همان ابتدای کار انجام دهید

بنا به گفته هافمن، اولین استخدام‌ها فرهنگ شما را می‌سازند، پس این کار را به خوبی انجام دهید. اولین افرادی که استخدام می‌کنید؛ افراد بعدی را استخدام می‌کنند و این حلقه ادامه می‌یابد. عقل این‌طور حکم می‌کند که شما برای شرکت نوپای خود به کسانی نیاز دارید که حداقل ۱۰ سال تجربه داشته باشند. آموزه‌های ۱۰

سال پیش یک فرد باهوش امروز به درد شما نمی‌خورد، شما در حال حاضر کارهایی انجام می‌دهید که در ۱۰ سال گذشته امکان انجام آن‌ها وجود نداشت و جهان و چشم‌انداز رقابتی با سرعت نور در حال تغییرند. آنچه شما واقعا نیاز دارید افرادی هستند که بتوانند سریع یاد بگیرند.

۱۰. قوانین کارآفرینی، نه قوانین طبیعت

به قوانینی که دیگران تنظیم کرده‌اند زیاد توجه نکنید. کارآفرینان نوآرند. وقتی اولین بار کاری را انجام می‌دهند، موفق هستند. گاهی اوقات برای انجام برخی کارها مجبورید این قوانین را دور بزنید. کارآفرینان گاهی اوقات قوانین جدید تنظیم می‌کنند.