



## ۵ روش مقیاس کسب و کار

در دنیای تجارت، مقیاس‌پذیری یکی از مهم‌ترین جنبه‌هاست. اگر دنبال افزایش تعداد مشتریان یا فروش خود هستید، در این مقاله پنج روش برای مقیاس‌پذیری کسب و کارتان آورده شده است که می‌توانید به راحتی آن‌ها را به کار ببرید.

### ۱. حرکت به سمت بازار بالاتر

اولین روش برای مقیاس‌پذیری، حرکت به سمت بازار بالاتر است. این بدین معناست که شما می‌توانید به بخش‌های بزرگتر و با ارزش‌تری از بازار هدف خود بروید. به عنوان مثال، اگر شما به سالن‌های زیبایی خدمات می‌دهید، می‌توانید به زنجیره‌های بزرگتر یا شرکت‌های ملی بروید.

مزایای این روش شامل این است که معاملات شما به طور قابل‌توجهی بیشتر خواهند بود و همچنین از مشکلات عدم پرداخت کمتری رنج خواهید برد. اما از سوی دیگر، فروش به این نوع مشتریان می‌تواند زمان‌بر باشد و ممکن است تا ۱۸ ماه طول بکشد

تا یک معامله بزرگ بسته شود.

## ۲. حرکت به سمت بازار پایین‌تر

روش دوم، حرکت به سمت بازار پایین‌تر است. این به این معناست که می‌توانید به مشتریان جدیدی که در حال ورود به بازار هستند، خدمات دهید. به عنوان مثال، اگر به سالن‌های زیبایی خدمات می‌دهید، می‌توانید به آرایشگران مستقل خدمات ارائه دهید.

در این روش شما هرگز مشتری کم ندارید و همیشه مشتریان جدیدی وارد این بازار می‌شوند. اما معایب آن این است که ایجاد یک مدل درآمد پایدار از این مشتریان دشوار است و ممکن است با مشکلات پرداخت مواجه شوید.

## ۳. حرکت به بازارهای همجوار

روش سوم، حرکت به بازارهای همجوار است. این به معنای ورود به بازارهایی است که وعده مشابهی می‌دهند؛ اما به روش‌های مختلفی ارائه می‌شوند. مثلاً اگر شما به سالن‌های زیبایی خدمات می‌دهید، می‌توانید به سالن‌های ناخن بروید.

مزیت این روش این است که می‌توانید همان ارزش را به مشتریان جدید ارائه دهید و معمولاً نیاز به تغییرات زیادی در محصول اصلی خود ندارید. اما ممکن است به زمان بیشتری نیاز باشد و باید دانش خاصی از بازار جدید داشته باشید.

## ۴. گسترش به بازارهای عمومی‌تر

روش چهارم، گسترش به بازارهای عمومی‌تر است. شما می‌توانید تمام بخش‌های مرتبط با محصول خود را هدف قرار دهید. به عنوان مثال، اگر شما به سالن‌های زیبایی خدمات می‌دهید، می‌توانید به کل صنعت زیبایی، از جمله سالن‌های ناخن و

خدمات ماساژ، گسترش دهید.

با این روش می‌توانید به سرعت کارتان را رشد دهید و به مشتریان بیشتری دسترسی پیدا کنید. اما عیبش این است که با رقابت بیشتری روبرو خواهید شد و ممکن است نتوانید همان سطح از ارزش را به هر مشتری ارائه دهید.

## ۵. حرکت به سمت بازارهای محدودتر

آخرین روش، حرکت به سمت بازارهای باریک‌تر است. این به معنای مشخص کردن دقیق‌تر ویژگی‌های مشتریان هدف شماست. به عنوان مثال، به جای هدف قرار دادن تمام صاحبان کسب‌وکار کوچک، می‌توانید به سمت کسب‌وکارهایی با درآمد مشخص و تعداد کارکنان مشخص بروید.

با این روش می‌توانید قیمت‌ها و سود خود را به طور قابل‌توجهی افزایش دهید و همچنین با مشتریان با کیفیت‌تری کار کنید. البته ممکن است تعداد مشتریان کمتری داشته باشید.

در نهایت، کلید موفقیت در مقیاس‌پذیری، بهبود مداوم آنچه انجام می‌دهید است. با استفاده از این پنج روش، می‌توانید کسب‌وکار خود را به سطح جدیدی برسانید و به اهداف مالی خود دست یابید.