



افزایش فروش با مشارکت انتفاعی

اگر کسب‌وکاری را شروع کرده‌اید یا محصول جدیدی را ارائه کرده‌اید، حتما می‌دانید که بالاترین اولویت برای موفقیت و در عین حال مشکل‌ترین کار، یافتن مشتری و آن هم به تعداد کافی است. از طرف دیگر، بسیاری از کارآفرینان بودجه کافی برای بازاریابی و تبلیغات ندارند. آیا می‌توان با هزینه و زمان محدود، به هزاران خریدار علاقه‌مند دسترسی پیدا کرد؟ یکی از راه‌های حل این مشکل، برقراری «مشارکت انتفاعی» است.

بنا بر تعریف بخش انگلیسی ویکی پدیا

مشارکت انتفاعی یعنی همکاری بین دو یا چند نفر در یک فعالیت تجاری برای سهمیم شدن در سود مشترک.

هزاران نفر مانند شما وجود دارند که با صرف زمان و هزینه زیاد توانسته‌اند مشتریانی را به دست آورند. شما می‌توانید از این فرصت استفاده کنید و با صاحبان

کسب و کارهای دیگر، وارد معامله شوید.

صاحبان کسب و کار زیادی وجود دارند که با خوشحالی حاضر خواهند بود محصول شما را به مشتریان خودشان بفروشند و سود قابل توجهی به دست آورند؛ بنابراین مشارکت انتفاعی باعث می‌شود از زمان، هزینه و امکانات دیگران استفاده کرده و محصولتان را بفروشید و دیگران نیز از این معامله سود خواهند برد. به عبارت دیگر «مشارکت انتفاعی» رابطه تجاری غیر رسمی است که در طی آن، دو طرف به ازای کسب سود، حاضر می‌شوند امکانات تجاری خود را به اشتراک بگذارند.

مشارکت سودآور این امکان را برایتان فراهم می‌کند که کسب و کار خود را با حداقل سرمایه توسعه دهید. این نوع همکاری همچنین باعث می‌شود بدون تولید محصولات زیاد یا حتی کارمندان زیاد کار خود را توسعه دهید.

انواع مشارکت انتفاعی

۱. شریکتان مشتریانی جدید به شما معرفی می‌کند و شما به ازای هر فروش، درصدی را به شریک اختصاص می‌دهید.
۲. شما و شریکتان به طور مشترک محصولی جدید تولید می‌کنید و به کمک همدیگر آن را به فروش می‌رسانید و در سود حاصل سهیم می‌شوید.
۳. شریک شما به ازای دریافت مبلغی، محصولات شما را به مشتریان معرفی کرده و شما را به عنوان منبعی قابل اطمینان توصیه می‌کند.
۴. شما و شریکتان در کنار فعالیت اصلی، کسب و کار جدیدی را به وجود آورده‌اید و در تمامی فعالیت‌های این هویت حقوقی همکاری کرده و سود را تقسیم می‌کنید. هر کدام از طرفین بخشی از امکانات و منابع و مهارت‌های خود را در اختیار این شرکت جدید قرار می‌دهد.

«مشارکت انتفاعی» به معنی خرید بخشی از کسب‌وکار شما یا طرف مقابل یا دخالت در کارهای همدیگر نیست بلکه به سادگی شخصی به شما در کسب درآمد بیشتر کمک می‌کند و شما سودی برای او در نظر می‌گیرید. شریک‌های شما می‌توانند رقیبان، ارائه‌کنندگان محصولات و خدمات مکمل یا کسب‌وکارهایی کاملاً نامرتب با شغل شما باشند، در صورتی که نوع مشتریان هر دو کسب‌وکار یکسان باشند.

مثلاً اگر یک دوره آموزشی عکاسی ساخته‌اید، می‌توانید از فروشندگان دوربین عکاسی بخواهید آن را برای شما بفروشند. یکی از عوامل مهم موفقیت یک شرکت ایرانی ارائه‌دهنده کارت اینترنت، آن بود که شروع به همکاری با سوپرمارکت‌ها کرد و برای اولین بار، کارت‌های اینترنت این شرکت توسط سوپرمارکت‌ها ارائه شد. این مشارکت، باعث پیروزی بر تمامی رقیبان شد.

در هنگام مذاکره برای مشارکت، همیشه به خاطر داشته باشید، مشارکت بلندمدت در صورتی پایدار خواهد ماند که هر دو طرف معامله برنده باشند. پس هنگام در نظر گرفتن سود برای شریک، سخاوت به خرج دهید و سعی کنید طرف مقابل نیز کاملاً راضی و خوشحال باشد.

اگر طرف مقابل اصرار دارد که به اندازه شما سود ببرد با دقت کافی تمامی هزینه‌های خود را محاسبه کنید و از مبلغ نهایی محصول کم کنید تا مقدار سود، معقولانه و درست باشد. در محاسبه هزینه‌ها، بسته‌بندی، ارسال تخفیف‌های دوره‌ای، هزینه انبار و دیگر موارد را هم در نظر بگیرید.

روش‌های همکاری با شرکا

یکی از روش‌های ساده و مشخص مشارکت آن است که شما مطالب تبلیغاتی و محتوای مناسب را تهیه کنید و در اختیار شریک قرار دهید. شریک شما تبلیغات را به عهده می‌گیرد؛ مثلاً تبلیغ شما را در وبسایت خود قرار می‌دهد. مشتریان با او تماس می‌گیرند و مبلغ سفارش را به او می‌پردازند و سفارش را ثبت می‌کنند. سپس شریک،

سود خودش را برداشت کرده و مبلغ محصول را به حساب شما واریز نموده و مشخصات و آدرس مشتریان را برای شما ارسال می‌کند. سپس شما محصول را برای مشتری نهایی ارسال می‌کنید این روش دو مزیت دارد:

۱. مشخصات خریدار در اختیار شما قرار می‌گیرد و بعداً می‌توانید از این اطلاعات برای فروش بیشتر استفاده کنید.

۲. شریک شما بلافاصله پول را به حساب شما واریز می‌کند، زیرا شما باید سفارش را برای مشتری بفرستید.

این نوع مشارکت با حداقل تداخل در کارهای طرفین و با یک توافق ساده امکان‌پذیر است.

بسیاری از صاحبان شرکت‌ها از امکان «مشارکت انتفاعی» استفاده نمی‌کنند، در صورتی که در هر زمینه کاری حداقل چند هزار نفر وجود دارند که می‌توانند با شما مشارکت کنند.

شاید بتوانید تبلیغاتی را برای مشارکت با افراد جدید انجام دهید و به طور موقتی، به جای تمرکز بر مشتری نهایی، بر جذب شریک‌های جدید کار کنید.