

اسرار موفقیت در کسب و کار های کوچک چیست؟

kafeniaz.com

۸ قدم تا راه اندازی یک

کسب و کار کوچک



موفقیت در کسب و کار کوچک آسان است، اما مطمئناً ساده نیست.

بسیاری از صاحبان کسب و کار موفق، شاغل در کسب و کار کوچک هستند و کارشان را از صفر شروع کرده اند. به نظر شما یک فرد چه کاری می تواند انجام دهد برای دستیابی به موفقیت پایدار در کسب و کار های کوچک؟

در اینجا چند ایده به شما ارائه خواهد شد برای بهبود شانس شما برای کسب موفقیت در کسب و کار کوچک. این ایده ها با استفاده از اسرار زمان آزمایش شده و در کسب و کار کوچک نیز استفاده شده است.

۱. تحقیق



شما می توانید بدون تحقیق، محصول خود را به بازار عرضه کنید یا می توانید با استفاده از تاکتیک تحقیق بازار بهترین محصول را در بهترین شرایط به فروش برسانید .
در هر صورت، تحقیقات بازار باید ابتدا انجام شود، بازاریابی مداوم و پیدا کردن مشتری، تداوم کسب و کار شما است.

۲. جریان نقدی

فقدان جریان نقدی دلیل اصلی شکست تجاری است. خوب است که به فروش دست یابید و درآمد کسب کنید، اما اگر نتوانید جریان نقدی را به کسب و کار خود تزریق کنید، به هدف خود نخواهید رسید. قاعده ای که باید در نظر داشته باشید این است که مطمئن شوید که محصولات را در اسرع وقت و در حداکثر زمان ممکن به دست مشتریان شما خواهد رسید. این یک طرح ساده است که می توانید روی آن تمرکز کنید تا طرح جریان نقدی ایجاد کنید.

۳. فناوری در کسب و کار



فناوری روز دنیا می تواند برای شما هزاران دلار صرفه جویی اقتصادی و زمان کار را نصف بکشد. ساعت های صرف شده در کسب و کار شما ارزش طلا دارد و می توانید با استفاده از فناوری مقدار زیادی از این ارزش را نزد خود نگه دارید.

فناوری می تواند هر بخشی از کسب و کار شما را خودکار کند، از جمله برقراری ارتباط با مشتریان.

۴. شور و اشتیاق در کسب و کار



هیچ چیز بدتر از رفتن به سر کاری که شما به آن علاقه ای ندارید نیست، زیرا شما ناراضی هستید، پس کسب و کاری را راه اندازی کنید که در آن پرشور هستید و آن را از با اشتیاق انجام می دهید. شور و شوق شما باعث ایجاد شور و شوق بین همکاران شما می شود و شما را تبدیل به الگویی مثال زدنی خواهد کرد. این شور و شوق باعث بوجود آمدن انگیزه ای مضاعف می شود، زمانی که فروش در کسب و کار شما به حداقل برسد.

۵. بازاریابی



تابع اصلی برای شما به عنوان یک مدیر در کسب و کارهای کوچک، فروش محصول نیست، بلکه تبدیل شدن به یک گروه بازاریابی است.

بازاریابی یکی از حوزه هایی است که صاحبان کسب و کار بسیاری را از ورطه سقوط، حفظ می کند و این موضوع در مورد اینکه آیا کسب و کار موفق خواهد بود یا خیر، تاثیر فوق العاده بسیاری می گذارد.

اگر تجارت خود را دوست دارید و می خواهید موفقیت آمیز باشد، تحقیق کنید و ببینید که چطور کسب و کارهای دیگر چشم اندازی بلند مدت برای بازاریابی محصولات خود دارند و چه بسا که هزینه های گزافی هنوز بابت این بازاریابی ها پرداخت می کنند.

۶. مشاوره



شما ممکن است دانش خاصی در مورد تخصص خود داشته باشید که این بسیار عالی است، اما اگر قبل از شروع کسب و کار مشاوره نکنید، مطمئناً از چرخه تولید خارج خواهید شد، چون فناوری های زیادی روز به روز در حال توسعه هستند.

هنگام ساختن کسب و کار خود باید از کارشناسان راهنمایی بطلبید. دلیل این است که کسب و کار در مورد چیزی است که شما در زمینه خود می دانید نیست. این قانون توسط، حقوق مصرف کننده و بازاریابی کنترل می شود.

از مشاورین مشاوره بگیرید و از اطلاعات کارشناسان در مورد خدمات مشتری مطلع شوید. مشاوره در این زمینه به شما کمک خواهد کرد که از شروع هرگونه اشتباهی جلوگیری کند.

۷. مدیریت



هنگامی که شما یک کسب و کار کوچک دارید، باید مدیریت یک مجموعه را بر عهده بگیرید. مدیر عامل، کنترل کیفیت، مدیر خدمات مشتریان، تحقیق و توسعه شخصی، مدیر فروش و بازاریابی و هر چیز دیگری که در مجموعه شما فعالیت می کنند. این کار آسانی نیست که بتوانید کسب و کارتان را به نحوی مدیریت کنید که امیدوار باشید در همان زمان رشد کنید.

اعطای مسئولیت ها و وظایف به دیگر افراد مشغول در کسب و کار شما، جزء مهمی از اجرای یک کسب و کار موفق است.

به عنوان صاحب کسب و کار، بایستی زمان خود را صرف رشد کسب و کار کنید. پس با خیال راحت مسئولیت ها را به دیگران بسپارید و خود در راس کار باشید.



من در مورد استفاده از اینترنت برای فروش محصول یا خدمات خود صحبت نمی‌کنم، بلکه آن را برای تحقیق، ارتباطات، مقررات سلامت، پرداخت‌ها و صرفه‌جویی در وقت استفاده می‌کنم. برای کسب اطلاعات بیشتر در زمینه کسب و کار خود، از اینترنت برای صرفه‌جویی در وقت، پول، ابزارهای کسب و کار و دسترسی به آخرین منابع استفاده کنید.

استارت‌آپ‌های گسترش‌پذیر	در برابر	کسب‌وکار کوچک
<p>استارت‌آپ‌های گسترش‌پذیر</p> <p>استارت‌آپ‌های گسترش‌پذیر شرکت‌هایی هستند که پایه‌گذاران آن‌ها چشم‌انداز بزرگ شدن و تبدیل به یک شرکت در کلاس جهانی را در سر دارند؛ معمولاً این شرکت‌ها بسیار نوآور هستند.</p>	≠	<p>کسب‌وکارهای کوچک</p> <p>کسب‌وکارهای کوچک کسب‌وکارهایی هستند که ساخته شده‌اند تا آنقدر حریص‌ترند که خرج خانواده‌ها را بدهند. معمولاً پایه‌گذاران آن‌ها ترجیح می‌دهند کوچک بمانند و کسب‌وکار توسط نسل‌های بعدی اعضای خانواده اداره شود.</p>
<p>استارت‌آپ‌های گسترش‌پذیر:</p> <ul style="list-style-type: none"> - محصول جدید - بازار جدید - مشتریان نامشخص - به دنبال خلق شرکتی بزرگ با پتانسیل رشد بالا - ریسک بسیار بالا، اما بازگشت سرمایه بسیار بالا 	<p>کافینیاز</p> <p>loalabat.com b+f open flame kitchen</p>	<p>کسب‌وکارهای کوچک:</p> <ul style="list-style-type: none"> - محصول / سرویس مشخص - مشتری مشخص - ریسک پایین - می‌خواهند آن‌ها را درون خانواده کوچک نگهدارند - پتانسیل رشد پایینی دارند
<p>ویژگی‌های کلیدی</p> <ul style="list-style-type: none"> • خلق هزاران شغل • جلب استعدادهای جهانی • درآمد سالانه آینده > ۱ میلیارد تومان • تبدیل جهان به مکانی بهتر 	≠	<p>ویژگی‌های کلیدی</p> <ul style="list-style-type: none"> • خلق ۱-۱۰۰ شغل • جلب کارگر ارزان • درآمد سالانه آینده < ۴۰ میلیون تومان • می‌خواهند خرج خانواده را بدهند
<p>چه نیازهایی دارند؟ (عناصر اکوسیستم)</p> <ul style="list-style-type: none"> • سرمایه‌گذاران مرحله آغازین • سرمایه‌گذاران مرحله بعدی • قوانین آسان‌تر • شبکه جهانی 	≠	<p>چه نیازهایی دارند؟ (عناصر اکوسیستم)</p> <ul style="list-style-type: none"> • سرمایه‌گذاری اولیه • قرین و وام • محل • قوانینی که از محصولات آن‌ها حمایت می‌کند