

اشتباهات متداول کارآفرینان و روش اجتناب از آنها

تعداد زیادی از افراد کارشان را بدون توجه به میزان تلاش لازم و زمان مورد نیاز برای رسیدن به نتیجه مورد نظر شروع می‌کنند. آنها در انجام تحقیقات اولیه قصور کرده و در نتیجه خیلی زود مغلوب می‌شوند. اگر شما نیز قصد فعالیت و حضور در بازار کار را دارید احتمالاً اولین سوالی که از خودتان می‌پرسید این است که آیا واقعاً آمادگی شروع یک کسب و کار را دارید؟ آیا ذهنی کارآفرین دارید؟ آیا علاقه مند هستید برای رسیدن به موفقیت تمام وقت خود را صرف کنید؟ آیا آماده هستید که سخت کوشش کنید.

قبل از هر چیزی شما مجبور خواهید بود نقش‌های متفاوتی را به عهده بگیرید، هرچا لازم باشد باید به عنوان مدیر اجرایی، مدیرعامل، حسابدار، بازاریاب، تکنسین کامپیوتر، منشی، مسوول پذیرش مشتری کار کنید.

بنابراین باید آمادگی لازم را در خودتان به وجود آورید زیرا روزهایی فراخواهد رسید که شما ناامید، افسرده و خسته می‌شوید. باید توجه داشته باشید که موفقیت یک شبه بدست نمی‌آید. ممکن است یکسال یا دو سال طول بکشد تا شما نتیجه مورد انتظارتان را بدست آورید. برای اجتناب از این ناامیدی در اینجا به ۱۲ اشتباه معمول که کارآفرینان مرتکب می‌شوند و راههای دوری از آن اشاره شده است.

اشتباه اول - قصور در گذاشتن وقت کافی برای تحقیق در مورد ایده‌های شغلی و بررسی اینکه آیا ایده مورد نظر امکان رشد و ترقی دارد؟

بسیاری از کارآفرینان اغلب به خاطر اینکه حقیقتاً کارشان را دوست ندارند، شکست خورده‌اند؛ آنها بیشتر علاقه به کسب درآمد دارند. مهم است که در شروع، کاری را که واقعاً دوست دارید انجام دهید. زیرا وقت زیادی صرف آن خواهید کرد.

تکلیف شما: وقت کافی صرف کار روی طرح شغل مورد نظران کنید که شامل تعیین اهداف - استراتژی، تحقیق درباره بازار هدف، تجزیه صنعتی (میزان تولید، هزینه تولید، فرآیند کار، عوامل موفقیت، عوامل تهدیدکننده و غیره)، طرح بازاریابی، برنامه و طرح مالی و فروش است.

اشتباه ۲- عدم تشخیص درست در تعیین اینکه آیا (شغل مورد نظر) واقعاً ایجاد ارزش افزوده می‌کند. بسیاری از شغل‌های پایدار که در طول زمان باقی مانده‌اند با ارائه خدمات مورد نیاز مردم ارزش افزوده ایجاد کرده‌اند. تکلیف شما: مطمئن شوید که محصول یا خدمات شما برای مشتری سودآور است. آماده باشید تا هر مشکلی که مشتری در رابطه با کار شما دارد، حل کنید.

اشتباه ۳- عدم دستیابی به فهم کامل و کلی از شغل مورد نظر.

هر شغلی یک دستورالعمل، نکات حساس و کلید تقویت کننده و ارتقاء دهنده دارد. بسیاری از پیشکسوتان، مدیران و مدیران اجرایی می‌گویند موفقیت بستگی زیادی به توجه به جزئیات دارد. تکلیف شما: جمع کردن اطلاعات لازم از تمام جنبه‌های مختلف شغل و نکات مهم آن و دانستن اینکه چگونه محصول یا خدمات خود را به روشی ساده و آسان ارائه نمائید.

اشتباه ۴- عدم توانایی در توضیح شغل در تنها یک یا دو جمله.

بدون شك قبلاً با کارآفرینی که شغلش فنی و پیچیده است و نمی‌تواند آن را با مفاهیم ساده و آسان بیان کند. یا، ۲۰ دقیقه طول می‌کشد تا هدف شغلش را بیان کند، برخورد کرده‌اید. توضیح دهید شغل شما چه ارزش افزوده و یا منفعتی ایجاد می‌کند؟

تکلیف شما: آماده ساختن توضیحی کوتاه و موثر در ۱۵ تا ۶۰ ثانیه که بتوانید اهداف شغل را با تمرکز روی سودآوری آن بیان کنید. به طوری که شما و شغلتان بیادماندن شود.

اشتباه ۵- قصور در انجام تحقیقات اولیه.

ایده‌های بزرگی هست که شما می‌توانید به آن پردازید. اما کلید اصلی در هر شغل این است که شغل موردنظر و اهداف سرمایه‌گذاری در این شغل، بتواند نظر مشتریان را جلب و ایجاد درآمد کند. برای شروع يك شغل داشتن ایده بزرگ به تنهایی کافی نیست .

تکلیف شما: وقت بگذارید، جنبه‌های مختلف شغل را مطالعه و بررسی کنید، بفهمید چه چیز باعث کارایی بیشتر می‌شود. چطور می‌توانید به مشتریان خدمات ارائه و ایجاد سود و منفعت کنید و چه چیز موجب ضرر می‌شود .

اشتباه ۶ - قصور در ایجاد ارتباط با کارشناسان فنی که می‌توانند در شروع کار به شما کمک کنند .
کارآفرینان زیادی هستند که از دوستان و اقوامشان می‌خواهند در شروع يك کار جدید توصیه‌هایی به آنها بکنند. مشکل این است که آنها اغلب از کسانی سوال می‌کنند که هرگز هیچ تجربه‌ای در شروع يك شغل نداشته‌اند . بنابراین، در واقع این افراد در شرایطی نیستند که بتوانند توصیه‌ای کنند .

تکلیف شما : يك یا دو کارشناس استخدام کنید. با کارشناسانی که مهارت‌ها و تجربه‌هایی دارند که خودتان فاقد آن هستید مشورت کنید . با کسانی که حرفه‌ای هستند و می‌توانند توانایی شما را کامل و نواقص شما را بپوشانند گروه تشکیل دهید .

اشتباه ۷- فقدان برآورد و نیازهای مالی .

آیا می‌دانید چقدر توانایی مالی نیاز دارید که بتوانید کارتان را شروع کنید .آیا با بازار آشنا هستید . آیا هزینه‌ها را محاسبه کرده‌اید. آیا برنامه فروش دارید؟ آیا می‌دانید چه تعداد مشتری نیاز دارید. آیا می‌دانید چه مدت طول می‌کشد قبل از اینکه اولین سود را بدست آورید، یا قبل از آنکه درآمدی بدست آورید؟ تکلیف شما: قبل از شروع ، برای بررسی تمام جنبه‌های کار وقت بگذارید ، به خصوص روی جنبه‌های اصلی شغل تان

اشتباه ۸- فقدان برنامه‌ریزی از قبل برای بازاریابی

بسیاری از کارآفرینان کارشان را بدون تعیین و نمودار اولیه هدف شروع می‌کنند و در نتیجه در جذب مشتریان دچار شکست می‌شوند . بازاریابی باید یکی از اهداف مهم شما باشد، تهیه يك طرح بازاریابی به شما کمک خواهد کرد که تعیین کنید چطور محصولات و خدمات خود را ارتقاء دهید یا سیستمی را ایجاد کنید که مشتریان بیشتری جذب کنید . تکلیف شما: وقت و انرژی مناسبی برای کار روی طرح بازاریابی بگذارید. هفته‌ای يك بار يك جلسه را به بررسی طرح بازاریابی تان اختصاص دهید و هر اتفاقی که می‌افتد این جلسه را لغو نکنید . این بررسی برای کار شما اساسی است .

اشتباه ۹- فقدان بودجه ریزی برای هزینه‌های بازاریابی

امروز جهان از مشاغل زیادی پر شده و احتمالاً تعدادی از این مشاغل اساساً همان فعالیتی را دارند که شما دارید . این بدان معنی است که شما باید بوسیله برجسته کردن کار خودتان تفاوت ایجاد کنید. تبلیغ برای حیات و دوام کسب و کار شما ضروری است وگرنه هیچ مشتری جذب نخواهید کرد .

تکلیف شما: مطمئن شوید که استراتژی شما حرفی برای گفتن دارد . تبلیغ، کارت تجاری و بازاریابی که به شکلی حرفه‌ای طرح ریزی شده، تهیه کنید. سعی نکنید در این زمینه صرفه جویی کنید این امور کار شما را بازتاب می‌دهد. يك کارت تبلیغ تجاری ارزان از نظر حرفه‌ای اثر خوبی ندارد .

اشتباه ۱۰- قصور در تمرکز روی کار .

بسیاری از کارآفرینان افراد پرانرژی و مشتاقی هستند (که این خصوصیت برای موفقیت اساسی است). اما امکان دارد آنها بیش از اندازه خوش بین باشند و همزمان به دنبال اهداف زیادی باشند. این روش منجر به نتایجی در حد وسط می‌شود. وظائف شغلی خود را تا آنجا که ممکن است مختصر و کوتاه تعریف کنید. وقتی شما همزمان به چند جهت مختلف توجه داشته باشید ، بخصوص در اولین روزهای شغل تان ، احتمالاً در اجرای صحیح آن شکست می‌خورید. لذا به جای اینکه با فعالیت و کوشش خود راه را باز کنید، به پایان کار می‌رسید. به عبارت دیگر، شما وقت خود را برای اقدام در مورد هر کدام از این کارهای مختلف تقسیم خواهید کرد و آرامش و وقت کافی نخواهید داشت که بنشینید و برای یافتن بهترین راه بهبود طرح بازاریابی، تولید محصول جدید یا گسترش خدمات خود تصمیم بگیرید .

تکلیف شما: اهداف و وظایف شغل خود را بشناسید. آنها را بنویسید. مطمئن شوید که اهداف واقعی ، ویژه و قابل سنجش هستند و برای رسیدن به آن مهلت تعیین کنید .

اشتباه ۱۱- شکست با توزیع گسترده محصول

وقتی شما توزیع محصول و خدمات خود را گسترش داده‌اید، ممکن است فکر کنید که عرضه کالا در بازار کامل شده است . اما متأسفانه برای فروش موثر نمی‌توانید آن را به هرکسی ارائه دهید. شما نیاز دارید که بازار هدف ویژه‌ای را انتخاب کنید و آن را حفظ کنید . با انجام این کار شما پیام موثرتری خواهید داشت و به احتمال زیاد دستیابی به موفقیت زودتر خواهد بود .

تکلیف شما :به دقت هدف، نمودار، مشتریان موردنظر خود را معین کنید، کجا می‌روند، چه می‌خوانند؟ سرگرمی آنها چیست و ... وقتی شما درک کاملی از خصوصیات مشتریان داشته باشید، آنگاه می‌توانید درک کاملی داشته باشید از اینکه چطور و کجا آنها را بیشتر پیدا کنید .

اشتباه ۱۲- قصور در ادامه ارتباط با مشتری

بسیاری از کارآفرینان جدید اغلب بقدری در پیدا کردن مشتریان جدید ناامید هستند که مشتریانی که قبلاً یافته‌اند را فراموش می‌کنند و در حقیقت در شغل شان به پایان خط می‌رسند . آمار نشان می‌دهد که هزینه اقدام برای جلب نظر يك مشتری جدید ۷ برابر بیشتر از فروش بیشتر به يك مشتری قدیمی است . بنابراین گسترش یا بهبود و حفظ يك سیستم مفید و سازمان یافته برای ارائه خدمات جدید به مشتریان و جلوگیری از دست رفتن آنها لازم است . تکلیف شما: پیوسته از طریق يك خبرنگار ، فروش فوق العاده ، ساخت يك محصول جدید و مزایده با مشتریان فعلی در تماس باشید. در صورتی که خودتان محصولی ندارید به شبکه ارتباطی بازاریابی بپیوندید . کسانی که قبلاً از شما خرید کرده‌اند وقتی که محصولات دیگری به آنها پیشنهاد دهید قدردانی خواهند کرد. آمارها نشان می‌دهد که يك سوم مشتریان از پیشنهادات جدید سود می‌برند. ایجاد ارتباط خیلی خیلی ویژه با مشتریان اساسی است. آنها بهترین مخاطبان شما هستند.

منبع: بازار کار