



چگونه کسب و کار خودم را شروع کنم؟

امیرحسین اسدی

اینستا گرام @a.hosein.asadi

رویتکا، تلگرام و بله @karafarinan1404



چگونه کسب وکار خود را راه بیندازیم؟

چه شغل و کسب و کاری انتخاب کنم؟



«کارآفرین بودن به معنای هیچ وقت تسلیم نشدن و ارائه‌ی تمام داشته‌ها است زمانی که اوضاع سخت می‌شود. اگر واقعا به کاری که می‌کنید عشق و باور دارید، پس باید جایی که هستید بمانید. کارآفرینی به معنی دانستن همه چیز درباره‌ی کسب‌وکارتان نیست. باید فروتنی پیشه کنید و از سر نفس عمل نکنید. همیشه مشتاق رشد، تغییر و آموختن باشید.»



سوالات اساسی انتخاب کسب و کار

در چه زمینه ای تخصص داریم؟ در چه زمینه ای مهارت داریم؟ در چه زمینه ای بازار داریم؟

ردیف	مزیت	کار شماره ۱	کار شماره ۲	کار شماره ۳
1	علاقه			
2	استعداد	آزمون MBTI		
		آزمون دیسک		
		بررسی شناختی گذشته		
		مشاوره		
3	مهارت			
4	آینده شغل			
5	نیاز کشور			
6	رضایت در ده سال آینده			



نیاز را خوب تشخیص دهید. نیاز در این تصویر چیست؟



نیاز را خوب تشخیص دهید. نیاز در این تصویر چیست؟

تولید و قراردادادن دو پله

ثبت نام الکترونیک

فروش آب معدنی و چیپس

فروش نوبت

فروش دستگاه نوبت زنی

...



نیاز را خوب تشخیص دهید. نیاز در این تصویر چیست؟



نیاز را از کجا بشناسم و تشخیص دهم؟

در خیابان قدم بزنید، در مترو و در پارک. جور دیگر نگاه کنید

در گوگل سرچ کنید

در اپ استور یا گوگل پلی عنوان بزنید

در همایش ها شرکت کنید

در نمایشگاه ها شرکت کنید

موضوعاتی را که دوست دارید در اینستاگرام سرچ کنید



نیاز را از کجا بشناسم و تشخیص دهم؟

دایم سرچ کنید

موضوعاتی را که دوست دارید بررسی کنید

اخبار را بررسی کنید

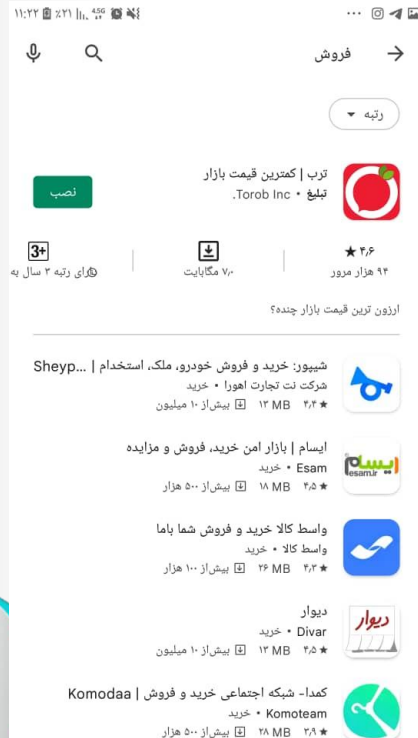
دایما رقبا را بررسی کنید

به استان ها بروید

فیلم ببینید. داستان کسب وکارها را ببینید

فایل های TED را گوش دهید.

کتاب بخوانید. داستان کارآفرینان بزرگ را بخوانید



نیاز را از کجا بشناسم و تشخیص دهم؟

تمام برنامه های میدون را ببینید

برنامه های پول کجاست را ببینید

شارک تنک را ببینید

هوشمند باشید

عجله کنید

مشورت کنید

اقدام کنید



شارک تنک Shark Tank یک برنامه تلویزیونی در قالب رئالیتی

شو است که از سال ۲۰۰۹ از کانال ای بی سی آمریکا پخش می شود.

در این برنامه افراد عادی که می خواهند تجارت خود را شروع کنند ا

یده خود را در مقابل پنج سرمایه دار موفق که به شارک یا کوسه معر

وف هستند، معرفی می کنند. سرمایه داران (شارک ها) با سوالات گونا

گون ایده آنها را بررسی می کنند و در انتها یا ایده را برای سرمایه گذا

ری مناسب تشخیص داده و معامله کرده یا آن را رد می کنند.

نمونه مشابه این برنامه تلویزیونی ابتدا از یک کانال ژاپنی پخش

می شد و نسخه های دیگری نیز در کشورهای پرتغال، استرالیا و ایتال

یا از سال ۲۰۱۵ شروع به کار کردند.





نیاز را از کجا بشناسم و تشخیص دهم؟

داستان نیاز و میدون و دستفروش ها چیست؟

TED

به شما کمک میکند تا از تجارب درس بگیری

به شما کمک میکند تا کآفرینان را بشناسی

به شما کمک میکند تا خودتان را آنالیز کنید



فیلم های کارآفرینی را ببینید

- فیلم های کارآفرینی را ببینید
- هر فیلم را آنالیز کنید
- خلاصه فیلم ها را بنویسید
- هر چند بار تکرار فیلم ها را ببینید
- با دیگران فیلم ها را آنالیز کنید

- فاندرا!!!!



» وال استریت:

اولیور استون در سال ۱۹۸۷ گوردون گکو (با بازی مایکل داگلاس) را با شعار «حرص و طمع خوب است» به یکی از منفورترین شخصیت‌های تاریخ سینما تبدیل کرد. داستان این فیلم پیرامون تصمیمات غیرقانونی و غیراخلاقی باد فاکس (با بازی چارلی شین) می‌گردد که تلاش کرد تا درست مثل گکو به ثروتی کثیف دست پیدا کند. روح خود را به پول نفروشید. یادتان باشد که کارآفرین بودن فقط برای کسب پول و شهرت نیست.



Rocky

حتی اگر کل دنیا به شما گفت که شانس موفقیت‌تان صفر درصد است، به مبارزه ادامه دهید. این روحیه‌ی رقابت‌طلبی می‌تواند شما را به عرش برساند. د ر ضمن، من شما را به چالش گوش کردن به موسیقی کلاسیک بیل کونتی در این فیلم دعوت می‌کنم. اگر توانستید سعی کنید از شنیدن این موسیقی انگیزه نگیرید.



در جستجوی خوشبختی:

فیلم بر اساس داستان واقعی زندگی کریس گاردنر ساخته شده است. این فیلم محصول سال ۲۰۰۶ که بازی فراموش نشدنی ویل اسمیت را نیز در خود دارد، یکی از دلگرم کننده ترین و انگیزه بخش ترین فیلم های سینمایی برای کارآفرینان است. اگر با دیدن تقلای کریس و پسرش برای رسیدن به رؤیای شان هیچ تکانی نخوردید، با خیال راحت بروید رکورد گینس بی احساس ترین آدم دنیا را بزنید و جایزه ی نقدی اش را ببرید. حتی وقتی که کریس کارش به خوابیدن در کوچه و خیابان کشید و به خاطر تأمین رفاه پسرش به دردسر افتاد هم حاضر نشد دست از تلاش برای تحقق رؤیای شش بردارد؛ شور و اشتیاق و فداکاری صفاتی هستند که هر کارآفرینی باید عاشقانه بغل شان کند.



فیلم پدرخوانده با توصیف یک فضای پویا از کسب و کاری خاص، یکی از الهام بخش ترین فیلم ها در این زمینه است. این فیلم که یکی از تحسین شده ترین فیلم های تمام تاریخ سینما به شمار می رود، در سایت تخصصی IMDb امتیاز ۹,۲ از ۱۰ را کسب کرده است. پدرخوانده یک نمایش عالی برای همه ی کارآفرینان جوانی محسوب می شود که اهداف بزرگی دارند. این فیلم درس هایی در خصوص خوش بینی، سخت کوشی، استراتژی، بهره وری و رویکرد رقابتی در فضای کسب و کار ارائه می دهد.

گرچه برخی مسائل مرتبط با فعالیت های غیرقانونی که در فیلم ارائه شده است هرگز توصیه نمی شود؛ اما پیشنهاد می کنیم روی چگونگی پایدار ماندن ریاست پدر و پسر در سندیکای جنایت کاران نیویورک تمرکز کنید.



کتاب بخوانید

هر هفته حداقل یک کتاب بخوانید

خلاصه کتاب ها را بنویسید

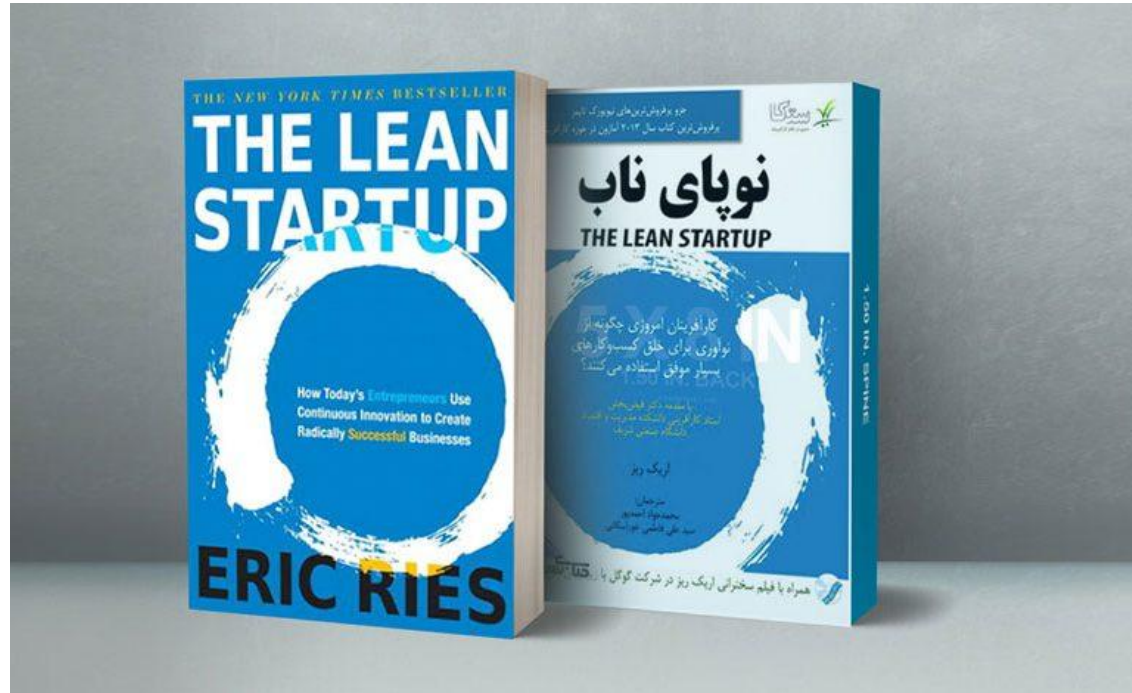
در یک تیم دوستانه کتاب ها را بحث کنید

از روی کتاب ها فیش های کوچک تهیه کنید و برای دیگران هم بفرستید

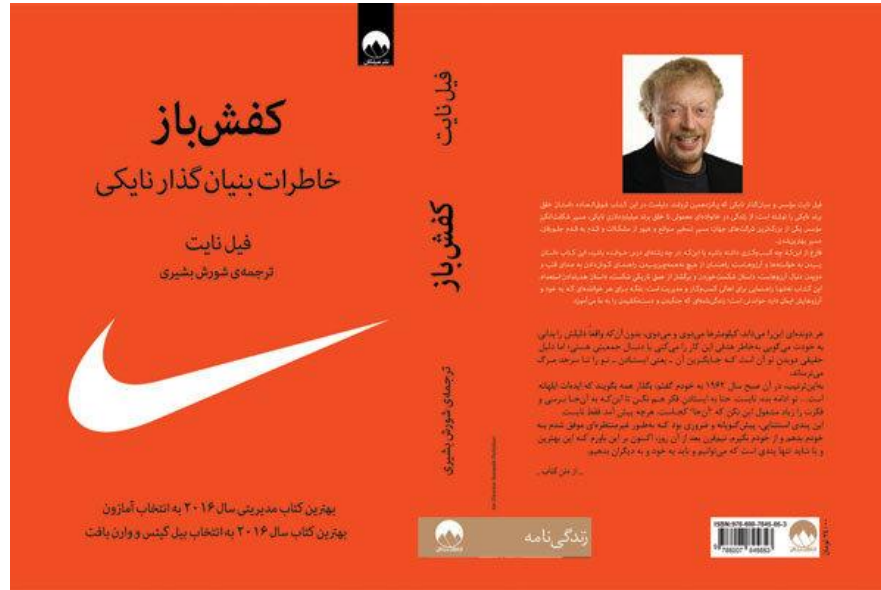


کتاب بخوانید

کتاب نوپای ناب را بخوانید



کفشباز را بخوانید



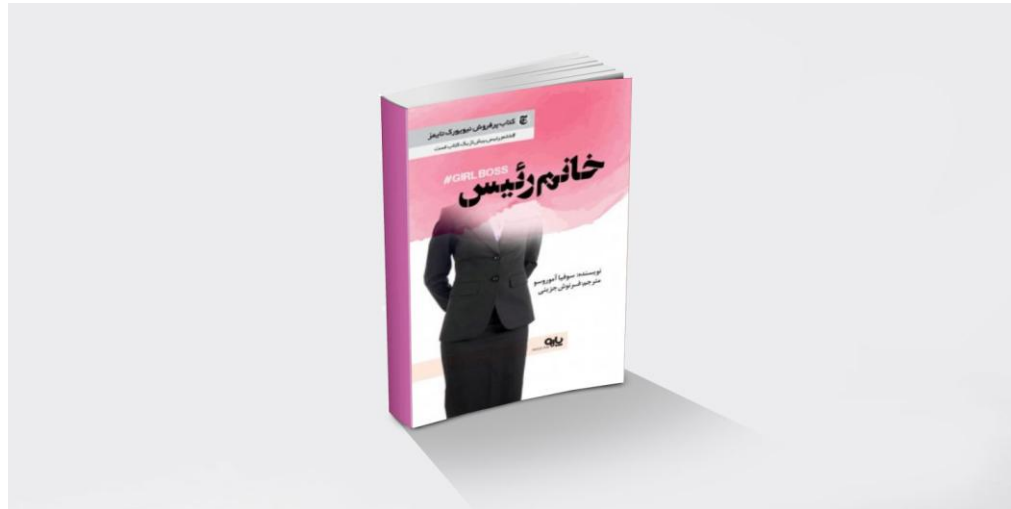
کتاب بخوانید

قدرت خلق کسب و کار نوپا



خانم رئیس

این کتاب که یکی از کتاب‌های پرفروش نیویورک تایمز است توسط Sophia Amoruso، رئیس و بنیان‌گذار کمپانی Nasty Gal، تحت عنوان Girlboss منتشر شده است. Sophia کار خود را با فروش یک لباس قدیمی در سایت eBay، که آن را به قیمت پائینی خریداری کرده بود، شروع می‌کند. این لباس به قیمت بسیار بالایی به فروش می‌رسد و همچنان به کار خود ادامه می‌دهد. اما بعد از چند وقت، دیگر فروش او مثل قبل پیش نمی‌رود و او تصمیم می‌گیرد تا وبسایت شخصی خود را راه‌اندازی کند. کتاب خانم رئیس روایتگر زندگی Sophia Amoruso است و به یک کارآفرین اعتماد به نفس کافی برای انجام کاری بزرگ می‌دهد.



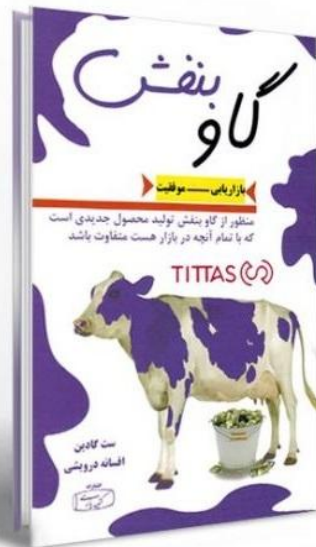
کتاب

خلق مدل کسب و کار



کتاب

گاو بنفش



متمایز باشید تا دیده شوید. چگونه متمایز شویم؟ مطالعه کنید بگذارید به شما بگویند

متمایز باشید در مطالعه، در تحقیق، در تلاش، در میهمانی





xxx
استعداد یعنی
یادگیری یک
مهارت با صرف
زمان کمتر و
انرژی کمتر
ooo

استعدادتان را بسنجید؟

شما برای چه ساخته شده اید؟

شما از چه کاری خoshتان می آید؟

شما با چه کاری اذیت می شوید؟

از بچگی به چه چیزی معروف بودید؟



INFJ

تیپ شخصیت مشاور



INFP

تیپ شخصیت همدل
(تسهیل گر)



INFJ

تیپ شخصیت روشنفکر
(معمار)



INFJ

تیپ شخصیت متفکر



INFJ

تیپ شخصیت مشاور



INFP

تیپ شخصیت خالق
(مادر جو)



INFJ

تیپ شخصیت بازیگر
(خدمت رسان)



INFJ

تیپ شخصیت صنعتگر



INFJ

تیپ شخصیت مربی
(قهرمان)



INFP

تیپ شخصیت مشوق
(سازر)



INFJ

تیپ شخصیت فرمانده



INFJ

تیپ شخصیت مجادله گر
(منافره کننده)



INFJ

تیپ شخصیت حمایتگر
(حامی)



INFP

تیپ شخصیت سرگرم کننده
(بازیگر)



INFJ

تیپ شخصیت اجرایی
(مجری)



INFJ

تیپ شخصیت کارآفرین

تست روانشناسی MBTI بدهید

تست DISC را انجام دهید

تست DISC را انجام دهید



مهارت های کار آفرینی و تجاری سازی ویژه اساتید دانشگاه



مهارت های مورد نیاز کار آفرین چیست؟

**برخی مهارت ها شخصیتی و درونی است و
برخی مهارت ها فنی و برونی**

مدیریت هیجان

شما در موقعیت‌های مختلف مثلاً زمان‌هایی که عصبانی می‌شوید، ناراحت می‌شوید، ذوق‌زده می‌شوید، از چیزی می‌ترسید، احساس پشیمانی و گناه می‌کنید یا حتی زمانی که به شدت جذب یک نفر می‌شوید و از او خوشتان می‌آید چگونه برخورد می‌کنید؟
هیجانات‌تان را سرکوب می‌کنید یا اجازه می‌دهید بروز پیدا کنند؟
شما آن‌ها را مدیریت می‌کنید یا اجازه می‌دهید احساسات و هیجانات‌تان شما را مدیریت کنند؟
به نظر شما سرکوب کردن هیجان‌ها موثرتر است یا مدیریت کردن‌شان؟



هیجان چیست

- هیجان چیست؟
- هیجان‌ها پاسخ‌های نسبتاً کلی و ساده‌ای هستند که بدن ما به محرک‌های بیرونی و درونی نشان می‌دهد. این پاسخ‌ها ناپایدار و معمولاً آنی هستند و با تغییرات فیزیولوژیک و یک حالت عاطفی ایجاد می‌شوند.
- بر اساس برخی نظریات، هشت هیجان اصلی وجود دارد که در بقای انسان نقشی حیاتی دارند. این هیجان‌ها عبارتند از تحسین، شادی و سرخوشی، احتیاط، خشم و غضب، بیزار ی، غم و اندوه، شگفتی و وحشت.



۸ هیجان اصلی

و اهداف هر کدام از آنها



خشم

برای جنگیدن
علیه مشکلات



ترس

برای محافظت از
خود در برابر خطر



پیش بینی

برای جست و جو
و برنامه ریزی



تعجب

برای جنگیدن
علیه مشکلات



لذت و شادی

برای یادآوری آنچه
مهم و ضروری است



غم و اندوه

برای اتصال به
آنچه دوست داریم



اعتماد

برای برقراری ارتباط
با افرادی که به ما
کمک می کنند



چندش

برای رد کردن آنچه
ناخوشایند است

مهارت مدیریت هیجان چیست؟

- و مهم‌تر از همه به ما می‌آموزد
 - هیجان‌هایمان را بپذیریم؛ نه به این معنا که آنها را آزادانه ابراز کنیم. درواقع در مهارت مدیریت هیجان می‌آموزیم ما میزبان هیجان‌ها هستیم اما هیجان‌ها نمی‌توانند به هر شکلی که دلشان خواست بروز پیدا کنند.
 - هیجان‌ها را مدیریت و کنترل کنیم.
 - احساسات و هیجانات دیگران را بشناسیم.
 - برای احساسات دیگران ارزش قائل شویم.
 - واکنش‌ها و رفتارهای احتمالی آنها را پیش‌بینی کنیم.
 - بهترین و مناسب‌ترین واکنش را در برابر آنها نشان دهیم.
 - فضایی سرشار از حمایت و امنیت خاطر برای خود و اطرافیانمان فراهم کنیم.
 - با روش‌های آرام‌سازی و تمدد اعصاب هیجانی مثل خشم، تنفر و انزجار را مدیریت کنی.
- ۴

مهارت مدیریت هیجان چیست؟

- مهارت مدیریت هیجان که یکی از مهارت های زندگی است یعنی مدیریت آگاهانه، هو شیارانه و خلاقانه هیجان ها. برای اینکه بتوانیم هیجان ها را آگاهانه و خلاقانه مدیریت کنیم باید هیجان ها را به خوبی بشناسیم و از وجود آنها مطلع باشیم و از نقش و میزان تأثیر آنها هم آگاه باشیم.
- به عبارت ساده تر مهارت مدیریت هیجان ها به ما کمک می کند
- احساسات و هیجانات مان را بشناسیم.
- پیش بینی کنیم که در هر موقعیتی چه هیجانی در ما ایجاد می شود.
- پیش بینی کنیم شدت آن هیجان چقدر خواهد بود.
- بدانیم هنگام تجربه هر هیجان چه واکنشی از خود نشان خواهیم داد.
- بدانیم این رفتارها و واکنش ها چه تأثیری روی دیگران، هیجان ها و رفتارهایشان خواهد گذاشت.

مهارت بازاریابی و فروش برای هر فرد ضروری است



- توانایی و مهارت انجام تحقیقات بازار، مشتریان، رقبا، مهارت در قیمت گذاری، در انتخاب شیوه‌های مناسب تبلیغات، تعیین روش مناسب برای فروش و گزینش کانال‌های توزیع مناسب در کارآفرینی بسیار ضروری است.

فروش هنر است و کسر شان نیست



- برخی از افراد از مذاکرات فروش فراری هستند و فروش را کسر شان می دانند.
فروش دانش، مهارت، پژوهش و فناوری، هنر است.
فروش عمل روزانه همه انسان هاست.
از فروش لذت ببرید.

لطفاً توانمند شویم.



دوره های فروش را شرکت کنید.
برای کسب و کارتان استراتژی فروش بنویسید.
برای کارتان استراتژی بازاریابی بنویسید
برای کارتان استراتژی تبلیغات بنویسید.
بصورت کار تیمی بر روی تدوین استراتژی کار کنید
بصورت روزانه تمرین فروش به همکاران را انجام دهید.

تجربه فروش را کسب کنید



- لطفا کارورزی کنید. حتی شده محرمانه!!!
- بفروشید. هنر فروش سن، جنس و عنوان نمی شناسد.
- لطفا شیوه های فروش جدید را فرا بگیرید.

در شرکت ها و نمایشگاه های بزرگ تمرین فروش کنید



- در نمایشگاه های صنعت خود شرکت کنید.
- در نمایشگاه های بین المللی شرکت کنید.
- در همایش های تخصصی شرکت کنید.
- مدیران صنایع مرتبط با خود را در شام دانشگاهی دعوت کنید.
- بازاریابی اساس فروش است. خوب بازاریابی کنید.

تعاملات و ارتباطات خود را زیاد کنید.



- دفترچه تلفن شما باید هر چه بیشتر دارای کاربر باشد.
- برای هر دسته برنامه بریزید
- در همایش ها شرکت کنید. دوستان فناور و صنعتگر بیابید.
- در اتحادیه ها و صنف ها عضو شوید.
- در شبکه های اجتماعی تخصصی حضور داشته باشید. اطلاعات و افراد را رصد کنید.

مهارت های فردی فروش را تقویت کنید.



- هنر گوش دادن به مشتری و مدیران صنعت را بیاموزید
- هنر رفع کردن نیاز مشتری و مدیران را بیاموزید
- هنر کنترل خشم و لبخند در فروش را بیاموزید.
- هنر تعامل مثبت با مدیران را بیاموزید.
- هنر شیک پوشیدن برای فروش بهتر را بیاموزید
- خلاقیت در فروش را تمرین کنید
- هنر تخمین نیاز مشتری را فراگیرید.
- هنر روانشناسی مشتری را فراگیرید.

قدرت و مهارت تصمیم گیری

- کارآفرین باید قدرت تصمیم در هر لحظه ای را داشته باشد. تاخیر در تصمیم گیری، تغییرات دایمی تصمیم، ترس از تصمیم گیری، نداشتن مهارت پذیرش عواقب تصمیم و تصمیم هیجانی، مدیریت را با اختلال مواجه می کند.



چگونه تصمیم بگیریم؟

- مشورت کنید. همیشه یک مشاور امین کنار خود تان داشته باشید.
- مطالعه کنید. همیشه بهترین ها صنعت خودتان را بدانید و بشناسید.
- اتاق فکر بگذارید. از همفکری و رای گیری است فاده کنید.
- بگذارید همه اعضا زیر تصمیم را امضا کنند. این امضا به شما انرژی می دهد.
- اگر به نتیجه نرسیدید و فرصت بود، عقب بیندازید. این تکنیک گاهی بسیار کمک میکند.
- اگر هیچ راهی نیست، قرعه بیندازید. استخاره کنید.
- تصمیم بگیرید حتی به غلط تصمیم بگیرید.



مهارت اصلاح داشته باشید

- عواقب تصمیم را بسنجید. اصلاح کنید.
- هیچ زمانی برای اصلاح دیر نیست.
- عواقب را بپذیرید و اگر تصمیم اشتباه است تجدیدنظر کنید.
- از کلمه عذرخواهی هیچوقت نهراسید اگر تصمیم اشتباه است.
- برای اصلاح تصمیم نیز باز برنامه بریزید.
- مشورت کنید. مشورت کنید



مهارت نه گفتن را بلد شوید



- راحت نه بگویید
- برای نه گفتن خجالت نکشید
- برای نه گفتن عجله کنید
- اول نه بگویید بعد بلی
- برای هر بله گفتن هزار دلیل داشته باشید
- گاهی در روز تمرین کنید فقط نه بگویید
- هر چه بیشتر نه بگویید موفق تر هستید.
- تمرین کنید از همین الان نه گفتن اولویت اول ش
ما باشد.

مهارت نه گفتن را بلد شوید



- چه چک ها که بدلیل خجالت نه گفتن برگشت خورده است.
- چه ضمانتها که بدلیل نه گفتن
- چه شراکت ها بدلیل نه نگفتن ایجاد شده است
- نه بگویید
- نه بگویید
- نه بگویید مگر اینکه یقین داشته باشید برای بله گفتن



مهارت مدیریت خلاقیت؟

- کارآفرین باید خلاق باشد و هر روز نسبت به پرورش خلاقیت در خود و مجموعه اقدام نماید. خلاقیت، کارها را ساده و ارزان می کند. کیفیت را بالا می برد و ارتباطات ایجاد میکند.
- تکنیک های خلاقیت را انجام دهید.
- هر روز با خودتان روش های مختلف را تمرین کنید.
- برای هر کاری دنبال راهکار جدید باشید



آفت های خلاقیت؟

- خلاقیت باید مهار شود. کنترل شود و در راستای اهداف سازمان هدایت شود.
- خلاقیت بدون مدیریت، مرگ سیستم را رقم می زند.
- وقتی مسیری انتخاب شد تغییر ندهید.
- وقتی مسیری انتخاب شد تا زمان مشخص مسیر را ادامه دهید.
- تا تمام شدن مسیر، حق ندارید هیچ فکری برای مسیر جدید انجام دهید.



چگونه خلاقیت را مدیریت کنیم؟

- تا یک طرح فناور و یا کسب و کار، تمام نشده است کار جدید شروع نکنید.
- خلاقیت را فقط در اتاق های فکر بارور کنید.
- خلاقیت جهت اجرا باید مصوبه هیات مدیره داشته باشد.
- اگر بدون مصوبه تغییری صورت پذیرفت، جریمه در نظر بگیرید.
- خلاقیت باید آیین نامه داشته باشد. مدیران خلاق گاهی آفت کسب و کار هستند.



چگونه اتاق فکر تاثیر گذار داشته باشیم

- هفته ای یک اتاق فکر در شرکت برای کارهای مشخص تشکیل بدهید.
- در اتاق های فکر تان اساتید دیگر را دعوت کنید.
- در اتاق های فکر تان صنعتگران را دعوت کنید.
- محیط برگزاری اتاق فکر کاملا مبتنی بر اصل صمیمیت باشد.

مهارت پذیرش شکست را داشته باشید

- شکست همسفر همیشگی انسان است
- شکست مسیر پیروزی است
- شکست کتاب تجارب است
- شکست عامل رشد است.
- کارآفرین باید تحمل پذیرش شکست و اصلاح را داشته باشد



مهارت مدیریت ریسک

- ریسک و خطرپذیری یکی از الزامات کارآفرینی است. ریسک تصمیم شجاعانه در زمان و مکان مناسب است. ریسک حماقت نیست. ریسک پذیرش احتمال شکست بالا نیست.



مهارت مدیریت ریسک

- همیشه از جدول مزایا و معایب در آنالیز طرح ها استفاده کنید.
- گاهی بدون دلیل تصمیمات کوچک را اتخاذ و عملیاتی کنید.
- گاهی بدون دلیل، تصمیم کوچک بدون صدمه جدی، را عملیاتی کنید
- برای تصمیماتی که می گیرید خودتان را سرزنش نکنید
- بررسی کنید عواقب و مزایای این تصمیم چه بوده است.
- بررسی کنید اگر این تصمیم زودتر گرفته می شد چه مزایایی داشت؟



مهارت مدیریت ریسک

- اگر تصمیم شما شکست خورده است بلافاصله تصمیم بگیرید
- راننده ای که تصادف کرده است باید با آرامش دوباره رانندگی کند.
- اگر اطرافیان شما را سرزنش کردند سکوت کنید. نکات مثبت سرزنش ایشان را یادداشت کنید.
- یاد بگیرید که کسی که شما می کند قطعا خیس میشود. لذا از سرزنش دیگران ناراحت نشوید.
- اگر تصادف کردید قطعا باید دوباره رانندگی کنید. حتی اگر دیگران نگذارند.



مهارت مدیریت ریسک

- تمرین عملی:
- امروز پس از بررسی، خرید و فروش سهم به تعداد کم انجام دهید.
- امروز پس از بررسی، خرید و فروش سکه به ارزش کم انجام دهید.
- امروز پس از بررسی، یک نرم افزار یا وسیله بخرید.

مدیریت ریسک



مهارت تلاش و پشتکار

- آیا انگیزه و انرژی زیادی برای پیگیری هدف خود را دارید؟ آیا می توانید برای مدت طولانی کار کنید تا به اهداف خود برسید؟ آیا در نیمه کار، کار را رها میکنید؟



مهمترین راه انتخاب هدف است:

- برای خودتان هدف مشخص کنید.
- هدف ها را از کوچک به بزرگ دسته بندی کنید.
- بعد از رسیدن به هر هدف استراحت بگذارید
- اهداف بزرگ را نصب کنید و هر روز نگاهشان کنید
- هر روز پیشرفت خود را تا رسیدن به هدف بزرگتان
- مشخص کنید.

پشتکار
استعداد را
شکست
می دهد

چند گام دیگر تا ارتقای پشتکار:

- کارهای کوچک را شروع کنید و تمام کنید.
- تا کاری را تمام نکرده اید از اتاق خارج نشوید
- تا کاری تمام نشده است هیچ کاری نکنید.
- هیچ کار جدیدی بدون آنکه کار قبلی تمام شود انجام ندهید.
- روزانه کار خود را زیاد کنید.
- روزانه حجم کار را افزایش دهید
- خودتان را تشویق کنید.



مهارت تلاش و پشتکار

- گروهی کار کنید. کار گروهی انرژی را زیاد می کند.
- برای کار گروهی، سر تیم بگذارید.
- برای عدم کار خودتان توییح بگذارید.
- همیشه کارهایتان را آنالیز کنید . آنالیز هفتگی به شما کمک میکند تا مسیر را بهتر ان جام دهید.



مهارت مدیریت مالی

- مدیریت مالی:
- مهارت در تأمین سرمایه، استفاده از این سرمایه و تخصیص بودجه و همچنین مهارت در ثبت و طبقه‌بندی اطلاعات و رویداد های مالی روزنامه و سالانه به منظور نشان دادن موقعیت مالی شرکت.



چرتکه دوست صمیمی کار آفرین



- بدون دلیل هزینه نکنید
- حتما قبل از هزینه کرد، مصوبه داشته باشید
- حتما یکی دیگر هزینه شما را تایید کند
- حتما محاسبه سود و زیان انجام دهید
- آخر هر روز سود و زیان را بسنجید.
- دسته چکتن در دسترس نباشد
- برای هر هزینه ای اول نه بگویید!!!

ماشین حساب دوست صمیمی کارآفرین

- هزینه هایتان را بنویسید. بدون نوشتن قرانی هزینه نکنید
- درآمدهایتان را بنویسید. بدون نوشتن درآمد هم کسب نکنید
- اکسل را یاد بگیرید. فرمول های اکسل را یاد بگیرید
- قوانین مالیات را یاد بگیرید
- قوانین بیمه را یاد بگیرید
- بدون حسابدار تکان نخورید
- بدون مالی، قدم از قدم برندارید
- هرکجا خودتان هزینه کردید چند برابر
- جریمه بدید



ماشین حساب دوست صمیمی کارآفرین

- مبانی سود و زیان، نقطه سر به سر، سود خالص، دارایی ثابت، سرمایه در گردش و... را فراگیرید. در جلسات سرمایه گذاری این مسایل بسیار ضروری است.
- طرح کسب و کار را خودتان بنویسید
- محاسبه سود و زیان را خودتان تمرین کنید.
- نقاط خطر برای هزینه ها بگذارید
- نقاط نارنجی و قرمز مشخص کنید برای هزینه و درآمد



گاهی خودتان تست کنید همه کارهای مالی را

- به جز به ماشین حساب به هیچ کسی اعتماد صد درصد نداشته باشید. لذا هر ماه خودتان هم بررسی مالی کنید
- فقط خودتان امضا کنید. هیچ کسی هیچ کسی جای شما امضا نکند در هیچ شرایطی
- برخی از فاکتورها را انتخاب کنید و تماس بگیرید.
- برخی از مشتریان را انتخاب کنید و تماس بگیرید از قیمت محصول
- برخی از محاسبات را دوباره انجام دهید.



بیزینس مدل بنویسید

ما حدود بیست مدل درآمدی داریم. پیشنهاد می‌کنم پاورپوینت بیزینس مدل را مطالعه کنید.

برای هر کار و فعالیتی باید مدل درآمدی بنویسید. بیزینس مدل بنویسید. بیزینس مدل به شما کمک میکند تا جهت مند حرکت کنید.

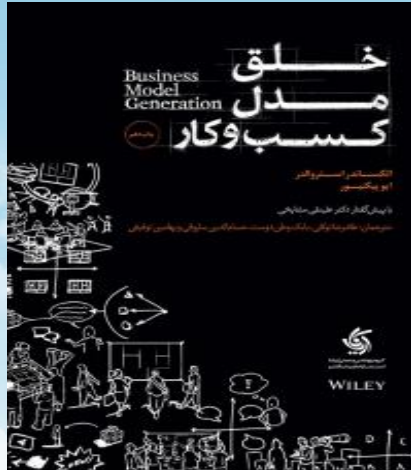
از کجا پول در میآورید؟

بوم مدل کسب و کار			
 شرکای کلیدی شرکای کلیدی ما چه هستند؟ تأمین کنندگان کلیدی ما که هستند؟ چه منابع اصلی را از شرکایمان بدست می‌آوریم؟ شرکایمان چه فعالیت‌های اصلی را انجام می‌دهند؟	 فعالیت‌های اصلی ارزش پیشنهادی ما چه فعالیت‌های اصلی نیاز دارد؟ کانال توزیع ما چه ارتباط با مشتریان چه؟ جریان درآمد چطور؟	 ارزش پیشنهادی به مشتریانمان چه ارزشی ارائه می‌دهیم؟ به حل کدام یکی از مسائل مشتریان کمک می‌کنیم؟ بسته‌های پیشنهادی ما (آمیخته‌ای محصولات و خدمات) به هر بخش از مشتریان چیست؟ کدام یک از نیازهای مشتریان را ارضا می‌کنیم؟	 ارتباط با مشتریان هر بخش از مشتریان انتظار برقراری و حفظ چه نوع رابطه‌ای را از ما دارند؟ کدام یک از این رابطه‌ها برقرار شده؟ این روابط چگونه با بقیه مدل کسب و کار ما عجین می‌شوند؟ چقدر هزینه‌بر هستند؟
 بخش مشتریان برای چه کسانی ارزش آفرینی می‌کنیم؟ مهم‌ترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟		 کانال توزیع می‌خواهیم از طریق چه کانال‌هایی به بخش مشتریان دسترسی پیدا کنیم؟ هم اکنون چگونه به آنها دسترسی داریم؟ کانال‌های ما چگونه یکپارچه شده‌اند؟ کدام یک بهتر عمل می‌کند؟ کدام‌ها بیشترین هزینه را می‌برند؟ ما چگونه آنها را با نیازهای مشتریان هماهک می‌کنیم؟	 بخش مشتریان برای چه کسانی ارزش آفرینی می‌کنیم؟ مهم‌ترین مشتریان ما چه کسانی هستند؟
 ساختار هزینه‌ها مهم‌ترین هزینه‌های اصلی در مدل کسب و کار ما کدام هستند؟ گرانترین منابع اصلی کدامند؟ گرانترین فعالیت‌های اصلی کدامند؟		 جریان درآمد به چه بهایی مشتریان ما واقعا پول می‌دهند؟ آنها هم اکنون چه بهایی می‌پردازند؟ آنها هم اکنون چگونه بها را می‌پردازند؟ ترجیح می‌دهند که چگونه بپردازند؟ هر جریان درآمد چگونه به درآمد کل کمک می‌رساند؟	

بوم مدل کسب و کار بنویسید

اغلب کسب و کارهای استارت آپی، برای شروع کارشان بوم مدل کسب و کار مینویسند. بوم مدل نه وجهی، یکی از بهترین مدل های تدوین طرح اولیه است. لطفا برای هر طرحی بوم کسب و کار بنویسید.

کتاب خلق مدل کسب و کار را بخوانید.



برای هر کاری مزیت رقابتی خودتان را مکتوب کنید

مزیت رقابتی یکی از مهمترین وجوه ورود به بازار است.
مزیت رقابتی شما چیست؟ هفت سرفصل مهم مزیت رقابتی را دارید؟
کیفیت؟
برند؟
قیمت؟
خدمات؟
نوآوری؟
مسئولیت اجتماعی؟
ملی بودن؟



برای هر کاری، آنالیز رقبا را انجام دهید

حتما قبل از شروع هر کاری، رقبایان را تحلیل ۳۶۰ درجه انجام دهید. تمام ابعاد وجودی رقبا را بسنجید. آنالیز رقیب برنامه هفتگی همه کارآفرینان است. برای اساتید دانشگاه، بررسی رقبای دانشگاهی، بررسی پژوهشگاه ها، بررسی رقبای خارجی و بررسی نگرش های مشتری نسبت به محصول مشابه، بسیار ضروری است. نمونه جدول آنالیز رقبا را بررسی و تکمیل کنید.





متمایز باشید تا دیده شوید. چگونه متمایز شویم؟

محصول جدیدتر

محصول با آپشن های بیشتر

محصول با طعم و مزه جدیدتر

دکور جدید

بسته بندی جدید

خدمات پس از فروش جدید



استراتژی بازاریابی و فروش بنویسید

استراتژی بازاریابی و فروش بنویسید.
بدون استراتژی بازاریابی و فروش اقدامی نکنید.
کتاب های استراتژی فروش را مطالعه کنید



مدیریت منابع انسانی را فراگیریم

شما کار با منابع انسانی را می دانید؟
شما شیوه های افزایش بهره وری را می دانید؟
شما می دانید چارت نیروی انسانی چیست؟
شما می دانید شیوه انتخاب و آنالیز مدیران چیست؟



مهارت های بازاریابی را کسب کنید.



- بیش از ۱۰۰ روش بازاریابی داریم.
- مهارت بازاریابی دیجیتال را فراگیرید
- مهارت بازاریابی آنلاین را فراگیرید
- مهارت بازاریابی اشتراکی را فراگیرید
- مهارت بازاریابی تلفنی را فراگیرید
- مهارت بازاریابی علمی را فراگیرید
- مهارت بازاریابی بین الملل را فراگیرید.

پرسنال برندینگ قوی داشته باشید.



- پرسنال برندینگ داشته باشید. بر روی این موضوع سرمایه گذاری کنید.
- بعنوان یک برند بزرگ خودتان را رشد دهید.
- اینستاگرام مارکتینگ را فراموش نکنید
- خودتان را بعنوان یک برند دیجیتال مطرح کنید
- مراقب برند خودتان باشید.

بیزینس پلان بنویسید

بیزینس پلان یا طرح تجاری، برای راه اندازی کسب و کارها بسیار ضروری است.

تلاش کنید خودتان تدوین بیزینس پلان را آموزش ببینید.

پاورپوینت تدوین بیزینس پلان را بررسی کنید.



بیزینس پلن (Business Plan) چیست؟

چگونه یک طرح تجاری موفق بنویسیم؟



بیزینس پلن (Business Plan) چیست؟

یک طرح کسب و کار یا بیزینس پلن (BP)، سندی است که به کسب و کارها درباره محصولات و خدمات، چگونگی بدست آوردن پول، رهبری و منابع انسانی، تامین مالی، مدل‌های عملیاتی و دیگر جزییاتی که برای موفقیت ضروری هستند، به طور مفصل توضیح می‌دهد. کارآفرینان معمولاً در هنگام راه اندازی کسب و کار جدید خود آن را می‌نویسند. در حالی که کسب و کارهای با سابقه معمولاً بیزینس پلن را هنگام تغییر جهت و یا استراتژی شرکت می‌نویسند.

اکثر بیزینس پلن‌ها سه تا پنج سال بعدی شرکت را پوشش می‌دهند. در نتیجه شما نمی‌توانید اهمیت یک طرح کسب و کار (BP) را دست‌کم بگیرید. این که شما یک کسب و کار کوچک جدید هستید و یا حتی چندین سال است که کسب و کارتان فعالیت می‌کند، لزوماً به یک بیزینس پلن برای تامین بودجه نیاز دارید.



معرفی / خلاصه اجرایی (مدیریتی)

اولین بخش از بیزینس پلن شما خلاصه مختصری از کسب و کار شما است. کاری که انجام می دهید، محصول یا سرویس شما، پیشرفت شما تاکنون و طرح های آتی. با یک معرفی یک جمله ای شروع کنید. این یک توضیح کوتاه از کسب و کار شما است که رویکرد منحصر به فردتان را توضیح می دهد و مخاطب را تشنه نگه می دارد. شرح مشکل و راهکار

توضیح کسب و کار با توجه به مشکل موجود و راهکار شما برای اثبات اهمیت ایده ای که دارید ضروری است. وقت گذاشتن برای توضیح مسأله یا مشکل موجود با توجه به شواهد متقن نشان می دهد که واقعاً می دانید که چه می کنید، با زمینه و بازار مورد نظر آشنایی دارید و آماده اید تا موجهی به راه بیندازید.

مروری بر محصول یا خدمات
برای اینکه بتوانید توضیح بدهید که کسب و کارتان چگونه مشکل «حل می کند»، باید کمی بیشتر وارد جزئیات شوید. بنابراین قسمت مجزایی را برای نشان دادن کاربرد محصول یا خدماتتان (یا به عبارت دیگر، اینکه راهکار شما از دید مشتری چگونه به نظر می رسد و چگونه مورد استفاده قرار می گیرد) در نظر بگیرید. توجه داشته باشید که جزئیات ریزتر را بعداً و در مرحله ارائه مدل

تعریف بازار هدف

مشتری هدف خود را بر اساس نوع شخصیت، میزان درآمد، سن، جنسیت، موقعیت جغرافیایی و مواردی از این قبیل تعریف کنید. این نشان می دهد که درباره زمینه فعالی و بازار کسب و کارتان مطلع و آگاه هستید. به علاوه، برای نوشتن مدل بازاریابی که در ادامه به آن خواهیم پرداخت نیز می تواند به شما کمک کند.



تحلیل رقبا

در کنار تعریف مشتریان هدف، باید کسب و کارهای دیگری که در فضای فعالیت شما کار می کنند را نیز شناسایی کنید. اگرچه همه از مواجهه با چالش های بالقوه هراس دارند ، اما مقایسه خودتان با رقبا باعث می شود که بتوانید امتیازات و نقاط منحصر به فرد خودتان را نشان بدهید.

پس از تعیین رقبا، آنها را در یک جدول سازماندهی کنید و کسب و کار خودتان را در ستون انتها الیه سمت چپ قرار بدهید، چرا که این استاندارد جداول تحلیل رقبا محسوب می شود.

اگر در پیدا کردن رقبای مشابه به مشکل برخوردید، به سراغ شبیه ترین محصول بعدی بروید. به علاوه می توانید کسب و کارهایی را پوشش بدهید که شاید در آینده وارد فضای کاری شما بشوند (مثلاً بعد از اینکه از ایده شما سر در آوردند)، یا کسب و کارهایی را بررسی کنید که راهکار مشابهی را امتحان کرده، اما شکست خورده اند. این فرصت فوق العاده ای است تا نشان بدهید که چرا ایده شما متفاوت و ممتاز است.



مزیت رقابتی:
مهم و حیاتی

ردیف	مزیت	نمونه	نمره شما
1	قیمت	هواوی	
2	کیفیت	کیفیت بسته بندی	یمنا.
		کیفیت محصول	سونی
		کیفیت مواد اولیه	تواضع
		کیفیت ارسال	دیجی کالا
3	خدمات پس از فروش	تویوتا	
4	مشتری مداری	اقتصاد نوین	
5	برند	اپل	
6	مسئولیت اجتماعی	ارشیا فیروز	
7	نوآوری و فناوری	اسنپ	
8	شخصیت کاریزماتیک	علی دایی	



بیزینس مدل (Business Model) یا مدل کسب و کار

اینجا همانجایی است که مو را از ماست می کشیم و وارد ریزترین جزئیات می شویم. در این بخش دقیقاً توضیح می دهید که کسب و کار شما چطور کار می کند - از تأمین موارد اولیه گرفته تا پیدا کردن مشتری و مدیریت امور روزمره.

این بخش را می توانیم به عنوان مجموعه ای از طرح ها یا مدل های کوچکتر در نظر بگیریم.

بسته به نوع خاص کسب و کار خود می توانید همه یا تعدادی از مدل های زیر را در این بخش بگنجانید:

مدل درآمدی: قرار است که چگونه پول در بیاورید؟ با وجود اینکه نیاز به پاسخ به این سوال اظهر من الشمس به نظر می رسد، اما برخی از افرادی که به دنیای کسب و کار قد م می گذارند دقیقاً از همان ابتدا مشخص نمی کنند که چطور درآمد کسب خواهند کرد. حتی اگر محصول مشخصی را می فروشید، احتمالاً باز هم برای تعیین دقیق حاشیه سود به مقداری آزمایش و خطا نیاز خواهید داشت.

مدل تولید: چگونه محصول خود را تولید می کنید؟ اگر محصول شما فیزیکی است، فرآیند تأمین منابع یا تولید را توضیح بدهید. اگر یک سرویس است، توضیح بدهید که خدمات مورد نظر چگونه توسط شما یا تیم مربوطه ارائه خواهد شد.

مدل توزیع: برنامه شما برای فروش محصول چیست؟ آیا خودتان محصول را مستقیماً به دست مصرف کننده نهایی می رسانید؟ عمده فروشی می کنید؟ توزیع کننده خواهید داشت یا برنامه دیگری دارید؟

مدل بازاریابی: برای جذب و حفظ مشتری چه برنامه ای دارید؟ تمامی اقدامات بازاریابی خود را در این بخش شرح بدهید.

مدل عملیاتی: برنامه کاری روزانه شما چه سبک و سیاقی خواهد داشت؟ اینجا جایی است که توضیح می دهید که کار روزمره کارکنان تان چه خواهد بود و سمت ها و مسئولی ت ها را شرح خواهید داد.



کارکنان و تیم کسب و کار

در این قسمت، شرکت و تیم کاری آن را همراه با جزئیات بیشتری توصیف می کنید. آنها که هستند؟ چرا انتخاب شان کرده اید؟ چه پیشینه ای دارند و نقش شان در کسب و کار شما دقیقاً چیست؟ در اینجا باید به جزئیاتی مانند سوابق تحصیلی و فعالیت های گذشته نیز اشاره کنید. بخش تیم کارکنان شرکت فرصتی برای ایجاد یک رابطه نزدیک با مخاطب است، چرا که هر چه این ارتباط گرم تر باشد، بیشتر به نفع شما و کسب و کارتان خواهد بود. ضمناً این بخش را می توانید بعد از قسمت خلاصه اجرایی در هر جایی از بیزینس پلن که صلاح می دانید قرار بدهید. اگر شخص شناخته شده ای در میان کارکنان خود دارید بهتر است که این بخش را بالاتر بیاورید تا بیشتر به چشم بیاید.

برنامه مالی (Financial Plan)

در قسمت های قبلی بیزینس پلن خود توضیح داده اید که کسب و کارتان چگونه کار می کند و چطور پول در خواهد آورد. در این قسمت باید با شرح هزینه ها و درآمد به سراغ جزئیات دقیق تری بروید. اگر کسب و کار کهنه کاری داشته باشید، این به معنی سوابق مالی شما (۱ تا ۳ سال) به همراه پیش بینی سال آتی خواهد بود. اگر تازه کار هستید، باید برای ۲ تا ۳ سال آتی نده خود پیش بینی دقیقی داشته باشید.

یکی از روشهای ساده برای نمایش سوابق و پیش بینی های مالی، تهیه یک صورت سود و زیان (profit & loss statement) است. هر ردیف یک آیتم درآمدی یا هزینه ای، و هر ستون یک بازه زمانی متفاوت (معمولاً ماه، فصل یا سال) است. می توانید با ماه ها یا سالهای اخیر شروع کنید و سپس به سراغ درآمد و هزینه های پیش بینی شده بروید.



ذکر درخواست

اگر پروپوزال خود را به یک فرد، بانک یا موسسه خاص ارائه می کنید، حتماً آن را با ذکر خواسته خود به پایان برسانید. درخواست شما چه یک وام، خرید سهام یا مشارکت باشد، در هر صورت آن را توضیح بدهید و رسماً درخواست تان را مطرح کنید. در اینجا لزومی ندارد که همه جزئیات را به طور مفصل مشخص کنید، بلکه می توانید ذکر بسیاری از جزئیات، مانند شرایط بازپرداخت یا سهام را به جلسات مذاکره موکول کنید. فقط حتماً سوال اصلی، مثلاً مقدار بودجه ای که نیاز دارید را مطرح کنید. شرکتی که نمی داند که چه مقدار پول می خواهد را هیچ کس جدی نخواهد گرفت.



استراتژی فروش بنویسید



استراتژی فروش بنویسید

استراتژی فروش یک برنامه برای کسب درآمد است که در آن مراحل فروش محصولات یا خدمات قدم به قدم مشخص شده است. با استفاده از این برنامه می توانید محصولات یا خدمات خود را به طور مستمر به فروش برسانید. برای دستیابی به اهداف بهتر، این برنامه همیشه در حال بازبینی شدن و ارتقاء است. در استراتژی فروش، مزایای رقابتی محصولات یا خدمات، بازار هدف، شیوه های بازاریابی و بهترین کانال های فروش مشخص می شوند. با استفاده صحیح از استراتژی فروش، تیم فروش به طور متمرکز و روی اهداف مشخص شده فعالیت می کند و کسب و کار شما بهتر می تواند روی فرصت های فروش و مشتری یان احتمالی کار کند.



کتاب بخوانید
روانشناسی فروش، هنر فروش، فروش موفق و...

ترفندهایی برای فروش بیشتر (خلاصه کتاب)

نویسنده:

برایان تریسی



استراتژی تبلیغات بنویسید



استراتژی تبلیغات بنویسید

استراتژی تبلیغات چیست و چرا باید برای تبلیغات استراتژی تعیین کرد؟ در این بخش قصد داریم چرایی داشتن استراتژی تبلیغاتی و همچنین ایجاد یک پلن تبلیغاتی را بیان کنیم.

استراتژی تبلیغات، طرحی برای جلب و ترغیب مشتری به منظور خرید یک محصول یا خدمات است. در تعریفی دیگر استراتژی تبلیغات به طرحی می گویند که مشتریان را ترغیب به خرید یا استفاده از خدمات کند. توضیح ساده است اما انجام کاری سخت! عناصر اساسی این طرح عبارتند از:

1. خود محصول و مزایای آن.

2. مشتریان و خصوصیات آنها.

3. مزایای نسبی مسیرهای جایگزین که به موجب آن مشتری می تواند از محصول مطلع شود.

4. بهینه سازی با توجه به محدودیت های بودجه ای.

در واقع این بدان معناست که اهداف باید روشن باشند، محیط باید درک شود، ابزارها باید رتبه بندی شوند و براساس منابع موجود انتخاب ها صورت گیرد. ارزیابی موثر محصول، تعریف بازار، تجزیه و تحلیل رسانه ها و انتخاب های بودجه منجر به یک برنامه مطلوب می شود.



شرکت ثبت کنید

برندبوک طراحی کنید



برند خود را ثبت کنید

دامین سایت خود را ثبت کنید

اینستاگرام خود را ثبت کنید

