

ایده برای کسب و کار از کجا بیارم

نویسنده: لین لوریه
مدرسه کسب و کار لیدز انگلستان

مترجم: مهدی مصباحی
متخصص بازاریابی و برندسازی



ABADIS
MANAGEMENT FIRM

ایده برای کسب و کار از کجا بیارم؟

شما به ایده ای نیاز دارید که آنقدر به آن علاقه داشته باشید تا برای انجام آن، هیچ چیز نتواند مانع شما شود. یکی از بزرگترین مبارزاتی که هر فرد به عنوان یک کارآفرین مشتاق، با آن روبرو است، تلاش برای تولید ایده‌هایی برای مشاغل جدید است که باعث هیجان و اقدامات عملی می‌شود. وقتی کارآفرینان مشتاق در دریایی از ایده‌های پوچ غرق می‌شوند، یکی از این دو اتفاق معمولاً رخ می‌دهد:

۱- فقدان ایده‌های جذاب می‌تواند به چنان منبع باور نکردنی ناامیدی تبدیل شود که کارآفرینان مشتاق را از ادامه کار به عنوان یک شغل منصرف کند.

۲- کارآفرینان مشتاق، مشاغل موفق که در اطراف خود می‌بینند را شروع می‌کنند، مثل یک رستوران یا فروشگاه خرده فروشی، که با رقابتی بی‌پایان با کسب و کارهای مشابه روبرو است و اغلب منجر به نابودی سریع می‌شود.

و اینجاست که کارآفرین مشتاق ما، علاقه خود را از دست می‌دهد، انگیزه خود را از دست می‌دهد، پول خود را از دست می‌دهد و وقتی ایده تجاری جذابی برای پیگیری ندارد، صرفاً به یک رویاپرداز تبدیل می‌شود.

متأسفانه اکثر قریب به اتفاق کتابهای مربوط به کارآفرینی، تقریباً تمام این گام مهم، یعنی ایده‌آفرینی را نادیده می‌گیرند. آنها معمولاً با این فرض شروع می‌کنند که شما از قبل، ایده خوبی دارید و سپس شما را از طریق تهیه طرح امکان‌سنجی یا روند ایجاد طرح کسب‌وکار راهنمایی می‌کنند.

در حقیقت، این بسته (مطلب) که پیش روی شماست، برای جلوگیری از سرخوردگی از کمبود اطلاعات موجود در مورد نحوه تولید ایده‌های جدید تجاری، تهیه شده است. محدود کتابها و مقالاتی که با هرگونه اطلاعات در مورد موضوع ایده‌آفرینی کسب‌وکار در دسترس هستند، معمولاً یک توصیه اصلی دارند: "به دنبال نیازهای مشتری باشید". این توصیه کاملاً درست است. اما یک کارآفرین مشتاق واقعاً چگونه باید این کار را انجام دهد؟ برای یافتن نیازهای مشتری، مرحله اول، مرحله دوم و مرحله سوم چیست؟ ملاحظات اصلی که باید در مورد آنها فکر کنید چیست؟ از کجا باید شروع کنید؟ سوالات زیادی بی‌پاسخ مانده‌اند.

استراتژی شماره ۱

کاری که عاشقش هستید را پیدا کنید

شروع یک کار جدید موفق، به زمان نیاز دارد. باید وقت زیادی برای کسب و کارتان بگذارید. بنابراین هنگامی که شروع به فکر کردن در مورد ایده های جدید جذاب تجاری می کنید، هیچ یک از موارد مهمتر از ایده های مربوط به علاقه مندی های شما نیست. اگر می خواهید ساعت های طولانی را برای برنامه ریزی و اجرای موفقیت آمیز یک کسب و کار جدید صرف کنید، کاملاً مهم است که در مورد فلسفه کسب و کاری که در نهایت آن را انتخاب می کنید، هیجان زده شوید. اشتیاق شما به طور طبیعی به هر جنبه از تجارت شما روح می دهد.

راحت به شما بگویم، اگر اشتیاقی به کسب و کار جدیدتان نداشته باشید، مطمئناً تلاش شما برای برنامه ریزی متوقف خواهد شد و مشکلات در مورد کسب و کار شما تقریباً در همه زمینه های آن، نظیر تولید، بودجه سرمایه گذاری، استخدام کارمندان خوب و البته فروش، ایجاد خواهد شد. در یک بازار رقابتی، دلسردی تقریباً می تواند تجارت جدید شما را حتی قبل از شروع، به شکست محکوم کند.

مثال: سینمایی برای مادران

رابین گرین عاشق فیلم دیدن در سینما بود. یک روز بعد از ظهر وقتی رابین به سالن سینما رفت متوجه مادری و بچه ای شد که چند صندلی با او فاصله داشت. در طول فیلم کودک شروع به گریه کرد. رابین فکر کرد چه حیف است که مادر آنجا تنها است و مجبور است تحقیر سایر افراد را که حوصله گریه بچه را ندارند را تحمل کند. با خود فکر کرد، خوب نیست اگر این مادر بتواند با همه دوستانش و بچه هایشان به دیدن فیلم بیاید؟ او سینمایی را تصور کرد که مادران (و پدرها) حتی می توانند با منتقدان، فیلم تماشا کنند و نگرانی بابت گریه بچه ها نداشته باشند. وقتی رابین در اطراف محله زندگی خود می گشت، هر مادری را که با نوزادی می دید متوقف می کرد و از او می پرسید که آیا این ایده مورد علاقه آنها است یا خیر و ۹۹ تا از ۱۰۰ مادر نظری کاملاً روشن می دادند که این ایده را دوست دارند. بنابراین او فضایی را در یک سالن سینمای مستقل اجاره کرد و فیلم هایی را برای مامانی شروع کرد تا به همراه کودک خود، به دیدن فیلم بیایند. این فضا شامل محل نگهداری کالسکه، گرم کردن بطری آب و حتی میز تعویض پوشک بچه بود. رابین از آن زمان این اشتیاق خود به فیلم را به مکان های جدیدی در سراسر کانادا تبدیل کرده، به طوری که هزاران مادر را خوشحال کرده است.

۲- امیدوارم موفق شده باشید حداقل ۲۰ پاسخ برای سؤالات بالا بدست آورده باشید. هر کدام از این پاسخها، یکی از زمینه‌های مورد علاقه شما را نشان می‌دهد. دور ۲ زمینه ای که بیشترین علاقه را به آن دارید خط بکشید.

۳- این ۲ زمینه کاری را در ۲ صفحه بعدی در بخش عنوان صفحه‌ها بنویسید. (مطابق مثال زیر)

۴- تمام اقدامهایی که برای اجرایی شدن ایده خود نیاز دارید را در ستون اقدامها بنویسید.

۵- سپس، وقتی به هر اقدام نگاه می‌کنید از خود بپرسید "چه چیزی در مورد این اقدام آزار دهنده یا ناامید کننده است؟" این به شما کمک می‌کند که نقاط دردناک مرتبط با هر اقدام را تشخیص دهید. این نقاط درد را در ستون مشکلات در صفحه بعدی بنویسید.

مثال: فرض کنید شما به اسکی علاقه‌مندید و دوست دارید که کسب و کاری رو در این زمینه راه‌بیاندازید.

زمینه مورد علاقه: اسکی

مشکلات	اقدام
بررسی عملکرد چوب اسکی‌های مختلف و انتخاب آنها تا زمانی که آنها را امتحان نکنید، سخت است	اجاره یا خرید چوب اسکی
جاده‌های ناهموار ممکن است به چوب اسکیها آسیب برساند	قراردادن چوب اسکی در ماشین
کرم ضد آفتاب ممکن است وارد چشم شود و آن را بسوزاند	استفاده از کرم ضد آفتاب
پیدا کردن بهترین قیمت	خرید بلیط پیست
تلف کردن زمان در ترافیکهای سنگین	رفتن به سمت پیست اسکی
شلوغی پارکینگ و نبودن جای مناسب پوشیدن کفشها در ماشین، زیر فرمان خیلی سخت است	پیدا کردن پارکینگ پوشیدن کفش مخصوص
پیاده روی با کفش اسکی سخت است	پیاده‌روی به سمت بالابر
صفهای طولانی بالابر	بالارفتن از کوه با بالابر تا ابتدای پیست
شدت باد و سرمای زیاد	گرم کردن خود
انتخاب مناسبترین مسیر	انتخاب مسیر اسکی
خطر تصادف با سایرین در مسیرهای شلوغ	اسکی تا پایین پیست

استراتژی شماره ۲

کاری که عاشقش هستید را پیدا نکردید، یکی بسازید

جایی که ناامیدی خوب است

به جایی که هستی نگاه کن شما با ایده های تجاری احاطه شده اید. آنها در همه جا هستند. آیا آنها را در اطراف خود می بینی؟ نه؟ خوب، اکثر مردم در ابتدا این کار را نمی کنند. اما این واقعیت را تغییر نمی دهد که آنها دقیقاً در همین لحظه هم در اطراف شما هستند. مشکل این است که بیشتر کسب و کارهای خوب، پنهان هستند. اگر مستقیماً به دنبال ایده های کسب و کار باشید، آنها اغلب پنهان می مانند. ترفند این است که شما باید بدانید که به دنبال چه چیزی بگردید.

بهترین ایده های تجاری نشان دهنده راه حل هایی برای مشکلات است که باعث بهتر، آسانتر، سریعتر یا کارآمدتر شدن کارها می شود.

مشکلات می تواند به شکل ناامیدی، دلخوری، نارضایتی یا حتی عصبانیت باشد. به طور کلی مواردی که اکثر مردم سعی می کنند در برابر آنها مقاومت کنند یا از آنها اجتناب کنند. در مجموع می توانید به هر یک از این علائم به عنوان یک مشکل اشاره کنید. مشکلات کاتالیزور ایده های عالی کسب و کارها هستند.

اگر فردی به اندازه کافی درد داشته باشد، برای یافتن راه حلی برای تسکین درد، دست به هر کاری می زند. آن شخص به عنوان مشتری نیز شناخته می شود و راه حل تسکین درد او، می تواند پایه و اساس یک کسب و کار جدید را تشکیل دهد.

مثال: عروسکهای تاریخی

بسیاری افراد دوست دارند برای هدیه کریسمس به هر یک از دختران خود یا خواهرزاده ها و برادرزاده های خود یک عروسک هدیه بدهند. اما از انتخاب های فعلی باری و عروسک های مشابه خسته شده اند. رولند خط عروسکی خود را ایجاد کرد. ایده وی در هنگام بازدید از موزه ویلیامزبورگ در ویرجینیا شعله ور شد. رولند گفت: "یادم می آید که روی یک نیمکت در سایه نشسته بودم و فکر میکردم که برخی معلمان در مدارس، شغلی ضعیف در تدریس تاریخ انجام می دهند" آیا راهی وجود داشت که بتوانم تاریخ را برای آنها زنده کنم، راهی که ویلیامزبورگ برای من داشت. رولند ایده عروسک های تاریخی دختر آمریکایی را به عنوان راهی برای کمک به زنده نگه داشتن تاریخ برای دختران ۷-۱۲ ساله ارائه داد. ایده او جواب داد. بعداً ۷ میلیون عروسک و ۸۲ میلیون کتاب مرتبط با عروسک مجموعه دختران آمریکایی او به یک داستان موفقیت آمریکایی ۳۵۰ میلیون دلاری تبدیل شد.

چه راهی آسانتر از این که تشخیص بیشمار مشکل در اطرافمان، به ما در ایجاد ایده های جدید کسب و کار کمک می کند؟ تمرین زیر شما را به هدایت می کند.

استراتژی شماره ۳

سراغ بزرگترین تجربیات خود بروید

یکی از بهترین مکانها برای جستجوی ایده‌های جدید کسب و کار، صنعتی است که قبلاً در آن کار کرده‌اید. تجربه کاری دریاچه‌ای برای یک صنعت است که دیدن آن توسط کسانی که هرگز چنین تجربه کاری را نداشته‌اند بسیار دشوارتر است.

یک نظرسنجی از مدیران عامل شرکت‌هایی که سریعترین رشد تجاری مشاغل خصوصی آمریکا داشته‌اند نشان می‌دهد که ۵۷٪ از مدیران عامل "ایده اصلی کسب‌وکار خود را با مشاهده فرصتی در صنعتی که در آن کار می‌کنند، بدست آوردند."

مثال: خدمات مالی شرکت‌های کوچک

وقتی ایده خوبی برای رئیس خود می‌برید و رئیس شما می‌گوید "نه متشکرم" چه باید بکنید؟ وقتی این اتفاق برای تام گولیسانو افتاد، او تصمیم گرفت شرکت خودش را تأسیس کند. وی در ابتدا در شرکتی کار می‌کرد که خدمات پردازش حقوق و دستمزد را به شرکت‌های متوسط ارائه می‌داد. با این بازار هدف محدود، آنها از بازار مشاغل کوچک که ۹۵٪ کل مشاغل را شامل می‌شد چشم‌پوشی می‌کردند. تام به چندین مدیر، پیشنهادی برای شروع همکاری با مشاغل کوچک ارائه داد. اما هر کدام نه گفتند. تام با کارفرمای قدیمی خداحافظی کرد و شرکت خود را برای ارائه خدمات پردازش حقوق و دستمزد به مشاغل کوچک آغاز کرد. ایده خوبی بود. شرکت تام، اکنون دومین پردازنده بزرگ حقوق و دستمزد آمریکا است.

برای بدست آوردن بینشی ارزشمند، درباره مشکلات مشتریان یا کارمندان، لازم نیست در یک کار تجاری در یک نقش مدیر کار کنید. پرسنل خط مقدم که به طور منظم با مشتریان در ارتباط هستند نیز در موقعیت بسیار خوبی برای تشخیص فرصت‌ها قرار دارند.

آیا قبلاً در چند شرکت کار کرده‌اید؟ اگر چنین است، تمرین زیر می‌تواند به شما کمک کند فرصت‌های جدیدی را در همان صنایع پیدا کنید.

ABADIS
MANAGEMENT FIRM

استراتژی شماره ۴

ایده را در شهرها یا کشورهای دیگر پیدا کنید

آیا دوست دارید جهان را کشف کنید؟ پس این استراتژی برای شما مناسب است. تعداد شگفت انگیزی از مشاغل در سراسر کشور و سراسر جهان وجود دارد که قصد ندارند مشتریان جامعه شما را هدف قرار دهند.

اگر این مشاغل در شهرها و کشورهای دیگر، نیازهای مشتریان را برآورده می کنند که در جامعه شما به اندازه کافی برآورده نمی شوند، چرا این ایده‌های خوب کسب‌وکار را به جامعه خود نیاورید؟ شما می توانید با بهبود این ایده های تجاری، از نقاط قوت و ضعف یک شرکت درس بگیرید و آنها را در جامعه خود زنده کنید. شما می توانید محصولات یا خدمات مشابه را با همان نوع مشتری هدف بازاریابی کنید یا می توانید نوع کاملاً متفاوتی از بخش بازار را هدف قرار دهید.

مثال: رستوران‌های زنجیره‌ای سونوما

چاک ویلیامز اولین فروشگاه غذاهای مخصوص آشپزخانه خود را به نام سونوما در کالیفرنیا راه‌اندازی کرد. این ایده در واقع از پاریس وارد شده بود. در طی یک تور اروپا با برخی از دوستانش، چاک شیفته پاریس شد. او می‌گفت "من حدود دو هفته در آنجا بودم، از رستوران‌های کوچک نمونه‌برداری کردم و از تمام تجهیزات عالی آشپزی که در دسترس آشپز خانگی فرانسوی بود، دیدن کردم. چیزهای زیادی بود که ما در کشور خودمان نداشتیم." چاک پس از چند سال برنامه‌ریزی، تصمیم گرفت در سال ۱۹۵۶ فروشگاه‌های را در سونوما افتتاح کند تا فروش برخی از محصولاتی را که در پاریس دیده بود را آغاز کند. سال گذشته ۴۷۸ فروشگاه زنجیره‌ای سونوما ۲.۳ میلیارد دلار فروش داشته اند.

از کجا می توانید از این ایده های جالب کسب‌وکار مطلع شوید؟

بسیاری از کارآفرینان مشتاق هنگام مسافرت یا گفتگو با دوستان در مورد این ایده‌های جالب اطلاعاتی کسب می کنند. اما اینترنت راهی کم هزینه و کارآمد برای یادگیری این ایده‌های تجاری از شرکتهای دور است. تمرین زیر به شما کمک می کند تا راحت تر در مورد این ایده‌های تجاری اطلاعات کسب کنید.

۱. یک روز را به جستجوی اینترنت اختصاص دهید تا داستان کارآفرینانی را که کسب و کارهای جالبی را شروع کرده‌اند و در کشور دیگری یا ایالت دیگری واقع شده‌اند بیابید. داستان برندها را بخوانید.

۲. همانطور که مقاله ای درباره هر مشاغل کوچک می خوانید، از خود چند سؤال بپرسید:

- به نظر می رسد اولین نیاز این شرکت در تلاش برای پر کردن چیست؟
- آیا احتمالاً افراد جامعه من به این نوع مشاغل نیاز مشابهی دارند و آیا می توانم چیزی مشابه آن را به صورت محلی معرفی کنم؟

۳. روش دیگر این است که با یکی از اعضای خانواده یا یکی از دوستانتان که در آنجا حضور دارند، تماس بگیرید و از آنها سؤال کنید که آیا در مورد محل کسب‌وکار نوآورانه یا ارزشمند در نزدیکی محل زندگی خود سراغ دارند؟ یا اگر در شهر قدم می زنید، ببینید آیا مشاغل محلی وجود دارد که ارزش آن را داشته باشد که در محل خود، آن را تقلید کنید. در هر صورت، در مورد هر ایده چند

یادداشت بنویسید تا بتوانید این مفاهیم جدید کسب‌وکار را به موارد جالب توجهی که از طریق اینترنت پیدا کردید، اضافه کنید.

۴. برای ایده‌هایی که پیدا کردید، جدول زیر را پر کنید و از بین آنها ایده‌های عالی کسب‌وکار خود را پیدا کنید.

نام کسب‌وکار ۱:	شهر یا کشور:	وبسایت:
ایده کسب‌وکار و نیازی از مشتریان که پاسخ داده:		
من چطور می‌توانم این ایده را ارتقاء دهم؟		

نام کسب‌وکار ۲:	شهر یا کشور:	وبسایت:
ایده کسب‌وکار و نیازی از مشتریان که پاسخ داده:		
من چطور می‌توانم این ایده را ارتقاء دهم؟		

نام کسب و کار ۳:	شهر یا کشور:	وبسایت:
ایده کسب و کار و نیازی از مشتریان که پاسخ داده:		
من چطور می‌توانم این ایده را ارتقاء دهم؟		

نام کسب و کار ۴:	شهر یا کشور:	وبسایت:
ایده کسب و کار و نیازی از مشتریان که پاسخ داده:		
من چطور می‌توانم این ایده را ارتقاء دهم؟		

چگونه به سرعت ایده‌های جذاب کسب‌وکار را ارزیابی کنیم؟

شما به



