

متناسب‌سازی ایده‌های جدید، برای شروع کسب و کار

بسیاری از مردم معتقدند که شروع یک کسب و کار فرآیندی مبهم و رمزآلود است. آنها می‌دانند که می‌خواهند کسب و کاری راه اندازند، اما نمی‌دانند که اولین گام چیست. در این مقاله شما متوجه می‌شوید که چگونه یک ایده کاری به دست آورید، چگونه به طور دقیق آنچه را که می‌خواهید انجام دهید، مشخص کنید و چگونه برای آن اقدام کنید. قبل از شروع، بگذارید که یک نکته را روشن کنیم، مردم همیشه فکر می‌کنند که آیا الان زمان خوبی برای شروع و راه‌اندازی ایده کاریشان هست. اما واقعیت این است که هیچ وقت برای راه انداختن یک کسب و کار، بد نیست. این بسیار خوب و هوشمندانه است که ما در دوران رونق اقتصادی شروع کنیم، چرا که مردم در این زمان پول دارند و به دنبال راه‌هایی برای خرج کردن پولشان هستند، اما شروع یک کسب و کار در دوران بد اقتصادی هم می‌تواند همان قدر هوشمندانه باشد. اگر خوب بررسی کرده باشید، احتمالاً نیازی برای کسب و کاری که شما راه‌اندازی کرده‌اید، وجود دارد. از آنجایی که بسیاری از افراد تمایلی به راه انداختن کسب و کارشان در دوران رکود ندارند، بنابراین کسب و کار جدید شما شانس بیشتری برای در معرض توجه قرار گرفتن دارد و بسته به ایده کاری شما در دوران رکود امکان خرید تجهیزات یا حتی کسب و کارهایی با قیمت نازل و قدرت چانه‌زنی بیشتر وجود دارد. به طور متوسط هر ساله حدود ششصد هزار کسب و کار در آمریکا راه‌اندازی می‌شود ولی در ازای هر آمریکایی که کسب و کارش را واقعاً شروع می‌کند، میلیون‌ها آمریکایی دیگر وجود دارند که می‌گویند امسال کارم را شروع می‌کنم و سپس این کار را انجام نمی‌دهند. برای هر کسی موانع و مشکلات خاصی وجود دارد که مانع می‌شود تا اولین گام را بردارد. بیشتر افراد از شروع کردن می‌ترسند همین طور آنها ممکن است از ناشناخته‌ها یا شکست یا حتی از موفقیت! بهراسند. برخی هم در مورد شروع کار باورهای غلطی دارند و فکر می‌کنند که باید از ابتدا همه چیز را خودشان بسازند. آنها فکر می‌کنند که باید کاری کنند که هیچکس دیگری قبلاً انجام نداده است، مانند یک اختراع جدید یا یک خدمت منحصر به فرد. به عبارت دیگر، آنها فکر می‌کنند که باید چرخ را از نو اختراع کنند. اما اگر شما مثل بیل گیتس یا استیو جابز دارای نبوغ تکنولوژیک نیستید، تلاش‌تان برای اختراع مجدد چرخ فقط اتلاف وقت خواهد بود. برای بیشتر مردمی که می‌خواهند یک کسب و کار جدید شروع کنند، مساله نباید خلق چیزی منحصر به فرد باشد که تا به حال کسی درباره آن چیزی ننشیده باشد و به جای آن باید روی سؤالاتی از این دست تمرکز کنند: چگونه می‌توانم چیزی را بهبود دهم؟ آیا می‌توانم این کار را بهتر یا متفاوت از آنچه که دیگران انجام داده اند، انجام دهم؟ یا آیا سهمی از بازار وجود دارد که در آن بخش فلان خدمت ارائه نمی‌شود و یک فضای خالی برای یک کسب و کار جدید در این حوزه وجود دارد؟

عصاره فکرتان را بگیرید

چگونه فرآیند ایده‌پردازی را شروع می‌کنید؟ ابتدا یک برگ کاغذ بردارید و بالای آن بنویسید «چیزهایی درباره من». پنج تا هفت چیز را درباره خودتان لیست کنید، چیزهایی که دوست دارید انجام دهید یا شما در آن زمینه‌ها واقعاً خوب

هستید. لیست شما ممکن است شامل مواردی از این دست باشد: «من واقعا با مردم خوب هستم، من بچه‌ها را دوست دارم، من عاشق مطالعه هستم، من عاشق کامپیوتر هستم، من از کار با شماره‌ها و اعداد لذت می‌برم، من در درک اصول بازاریابی خوب هستم و من می‌توانم مسائل را به خوبی حل کنم.» هر چیزی که به ذهنتان می‌رسد را بنویسید. در سمت دیگر کاغذ چیزهایی را که دوست ندارید یا در آنها خوب نیستید، بنویسید. ممکن است شما در درک اصول بازاریابی خوب باشید ولی ملاقات کردن با افراد را دوست نداشته باشید یا با بچه‌ها بودن را دوست نداشته باشید یا از سخنرانی برای عموم خوشتان نیاید یا دوست نداشته باشید که زیاد سفر کنید. درباره آنها زیاد فکر نکنید و فقط افکارتان را بنویسید. وقتی این کار تمام شد، از خودتان بپرسید که آیا سه تا پنج محصول یا خدمت وجود دارند که بتوانند زندگی شخصی مرا بهبود بخشند؟ آنها چه چیزهایی هستند؟ تعیین کنید که چه کالاها یا خدماتی زندگی شما را راحت‌تر یا شادتر خواهند کرد. شما را بهره‌ورتر یا اثربخش‌تر می‌سازند یا به سادگی برای شما فرصت زمانی بیشتری فراهم خواهند کرد. سپس مراحل قبل را این بار برای زندگی کاری خود مطرح کنید. درباره چیزهایی که در زندگی کاریتان دوست دارید یا ندارید و اینکه مردم کدام ویژگی‌های شما را دوست دارند یا ندارند بنویسید و سرانجام از خودتان بپرسید که چرا می‌خواهید برای خودتان کاری راه بیندازید؟ پس از انجام این کارها برای آشکار کردن ارتباطات و الگوها تلاش کنید. برای مثال بررسی کنید که آیا نیازی برای یک کسب و کار در یکی از حوزه‌هایی که دوست دارید یا در آن خوب هستید وجود دارد.

آنچه لازم بود انجام دادند

در ادامه داستان راه‌اندازی یک کسب و کار را شرح می‌دهیم که مثال خوبی برای دیدن و حس کردن یک نیاز است. دفتر نشریه کارآفرین در منطقه اداری اروین کالیفرنیا قرار دارد. سال‌ها پیش در این منطقه رستوران فست فود وجود نداشت و بیشتر آنها در مرکز شهر بودند. دو مرد جوان از این وضعیت به شدت ناراحت بودند. چندین مجموعه غذایی وجود داشتند که محل توقف مناسبی نداشتند و زمان انتظار برای گرفتن غذا از آنها بسیار طولانی بود و گزینه‌های مناسبی نبودند. یک روز هنگامی که آنها از این وضعیت گله می‌کردند، یکی از آنها گفت: «این خوب است که ما بتوانیم در این منطقه غذای خوب آماده و ارسال کنیم.» و اولین جرعه زده شد و آنها آنچه را که بسیاری از مردم انجام نمی‌دهند، انجام دادند. آنها به بررسی درباره ایده خود پرداختند و به طور همزمان یک راهنمای راه‌اندازی کسب و کار «کارآفرین» هم خریداری کردند و سپس یک مجموعه تهیه غذا با تحویل در محل راه‌اندازی کردند. تا به امروز کسب و کار آنها به بیش از پانزده میلیون نفر خدمات ارائه کرده است. کار آنها نه یک کسب و کار پیچیده و نه یک خدمت نو بود. رقابت برای آنها بسیار دشوار شده است ولی هنوز آنها به طور قابل ملاحظه‌ای خوب عمل می‌کنند. کار آنها به این علت شروع شد که به نیاز درونی خودشان گوش دادند و تصمیم گرفتند که برای آن کاری انجام دهند. تنها چیزی که آنها می‌دانستند این بود که کم بودن زمان غذا خوردن بزرگ‌ترین شکایت کارگران آمریکایی است. بعضی از آنها فقط 30 دقیقه وقت ناهار دارند و این غیرممکن است تا از محل کارشان بیرون بروند و غذا بگیرند و سر وقت به محل

کارشان باز گردند و چون این کارآفرینان جوان در ابتدا فقط به ندای درونی خودشان پاسخ دادند، با اقبال عمومی مواجه شدند.

لحظه‌های الهام بخش

از هر چیزی می‌توان الهام گرفت. در ادامه یک داستان دیگر درباره راه‌اندازی یک کسب و کار می‌خوانیم. آیا هیچگاه برای تاخیر در بازگرداندن یک فیلم ویدئویی جریمه شده‌اید؟ اما شرط می‌بندم که شما هیچ کاری در این رابطه انجام نداده‌اید. هنگامی که رید هستینگ به خاطر تاخیرش 40 دلار جریمه شد، به جای عصبانی شدن از این اتفاق الهام گرفت. او متعجب بود که چرا اجاره دهندگان فیلم مثل کلوپ‌های سلامتی عمل نمی‌کنند و اگر شما از چیزی کم یا زیاد استفاده کنید باید به یک اندازه برای آن پرداخت نمایید؟ و از اینجا بود که سایت Netflix.com که یک سایت اجاره DVD بود، تاسیس شد که از شروع کارش در سال 1999 تاکنون به یک کسب و کار بزرگ تبدیل شده است و درآمدی بالغ بر 1/3 میلیارد دلار کسب کرده است.

ایده گرفتن به آسانی باز نگه داشتن چشم‌ها روی فرصت‌های جذاب کاری است. آنها همیشه ظاهر می‌شوند. بسیاری از کارآفرینان محلی درآمدهای بسیار زیادی را با الهام گرفتن از ایده استارباکس برای پیاده‌سازی این کار در شهر خودشان و گسترش آن از آنجا به دست آورده‌اند. موسس یکی از این قهوه‌فروشی‌ها به نام میناپلیس ایده این کار را به عنوان یک جرعه تجاری در سال 1990 توصیف می‌کند و دو سال بعد او کسب و کاری را که الان دومین فروشگاه قهوه‌فروشی زنجیره‌ای ملی است از شهر خود آغاز کرد. کارآفرینان دیگری هم در این حوزه بوده‌اند که تصمیم گرفته‌اند تا محلی باقی بمانند. از تلاش‌های صحیح انجام گرفته چشم‌پوشی نکنید. معمولاً کسب و کارهای محبوب و موفق در چرخه‌هایی تکرار می‌شوند. باغبانی را در نظر بگیرید. در چند سال اخیر محصولات و تجهیزات باغبانی به شدت مورد اقبال عمومی قرار گرفته‌اند، اما شما باغبانی را به عنوان یک کار قرن بیست و یکمی مورد توجه قرار نمی‌دهید. به عبارت دیگر، شما می‌توانید هر ایده کاری را برای استفاده در موقعیت زمانی و مکانی خودتان متناسب‌سازی کنید و در آن تغییراتی ایجاد کنید و خلاقیت خود را به هر ایده‌ای اضافه نمایید. در حقیقت، این متناسب‌سازی با توجه به شرایط زمانی و مکانی شما، یک انتخاب نیست، بلکه برای موفقیت کسب و کار شما یک ضرورت است. شما نمی‌توانید یک ایده را از جایی بگیرید و بگویید این همان است که می‌خواستم. غیر از مک دونالد، و بعضی دیگر از ایده‌های بزرگ دارای حق امتیاز، تعداد بسیار اندکی از کسب و کارها وجود دارند که با رویکردی مناسب برای همه کار می‌کنند. یکی از بهترین روش‌ها برای ارزیابی اینکه آیا ایده شما موفق خواهد شد یا خیر، صحبت کردن با افرادی که می‌شناسید هست. اگر یک ایده کاری دارید آن را برای همکاران خود مطرح کنید، ایده‌های شخصی خود را با کمک خانواده و دوستانتان راه بیندازید. از اینکه کسی ایده شما را بدزدد، نهراسید. اگر شما فقط در مورد ایده کلی حرف بزنید و از بیان تمام جزئیات خودداری کنید، آنگاه احتمال این کار کم می‌شود.

فقط انجام دهید

خوشبختانه تاکنون حداقل از فرآیند تعیین اینکه چه کاری برای شما مناسب است، ابهام‌زدایی شده است. بدانید که راه‌اندازی یک کسب و کار، آسان نیست ولی آنقدر هم که بسیاری از مردم فکر می‌کنند پیچیده و ترسناک نیست بلکه یک رویه منطقی و گام به گام است و باید در هر زمان یک گام بردارید. اولین گام تعیین اینکه چه می‌خواهید انجام دهید است. هنگامی که ایده‌ای دارید با دیگران صحبت کنید تا متوجه شوید که دیگران در مورد آن کار چه فکر می‌کنند. بپرسید که آیا شما مایل به خرید یا استفاده از آن هستید؟ بابت آن چقدر خواهید پرداخت؟

بدانید که بسیاری از مردم ممکن است شما را تشویق نکنند (حتی برخی ممکن است شما را دلسرد کنند). بعضی‌ها خواهند گفت که به شما بسیار علاقه مند هستند و فقط می‌خواهند که شما واقعیت را ببینید. بعضی به شجاعت شما غبطه خواهند خورد، برخی ممکن است در شما برای اینکه واقعا شجاعت انجام کاری را داشته باشید، حس بدی ایجاد کنند. اما شما نمی‌توانید به این مخالفان اجازه دهید تا شما را قبل شروع حرکت در مسیر، متوقف کنند.

در حقیقت هنگامی که ایده‌ای به دست آوردید، مهم‌ترین ویژگی شما به عنوان یک کارآفرین، پشتکار است. هنگامی که شروع به راه‌اندازی کسب و کارتان کردید به شما «نه»‌های بیشتری نسبت به آنچه که قبلا گفته می‌شد، گفته خواهد شد. شما نباید از آنها برداشت شخصی داشته باشید و باید فراتر از همه این «نه»‌ها بیندیشید و به سمت اشخاص دیگری حرکت کنید، چراکه سرانجام شما به «آری» خواهید رسید. یکی از شایع‌ترین هشدارهایی که شما خواهید شنید درباره ریسک‌های کار است. هر کسی به شما خواهد گفت که شروع کار برای خودت خطرناک است. مطمئنا شروع یک کسب و کار خطراتی دارد، اما چه چیزی در زندگی اینگونه نیست؟ به علاوه بین ریسک‌های احمقانه و ریسک‌های حساب شده تفاوت وجود دارد. اگر به دقت توجه کنید که چه انجام می‌دهید و هنگامی که نیاز دارید کمک بگیرید و هیچگاه از پرسیدن اجتناب نکنید، آنگاه شما می‌توانید ریسک‌ها را کاهش دهید. نمی‌توانید اجازه دهید تا شیخ ریسک شما را از پیشروی باز دارد. از خودتان بپرسید که من واقعا چه چیزی را به خطر می‌اندازم؟ و ریسک‌ها را ارزیابی کنید. چه چیزی را رها می‌کنید؟ اگر همه چیز آن طور که می‌خواهید پیش نرود چه چیزی را از دست خواهید داد؟ روی چیزی که استطاعت آن را ندارید ریسک نکنید. روی خانه، خانواده و سلامتی خودتان ریسک نکنید. از خود بپرسید: «اگر آنگونه که می‌خواهم نشود، آیا از آن چیزی که الان هستم بدتر خواهم شد؟» و اگر تمام چیزی که از دست می‌دهید مقداری زمان، انرژی و پول خواهد بود، پس احتمالا پذیرفتن ریسک ارزشش را دارد. تعیین آنچه که می‌خواهید انجام دهید فقط اولین قدم است و شما هنوز کارهای زیاد دیگری دارید که باید انجام دهید و تحقیقات زیادی پیش روی شما قرار دارد. مهم‌ترین چیز فقط این است که کاری انجام دهید. ننشینید و هر سال پس از سال دیگر بگویید که امسال سالی است که قصد دارم کار خودم را شروع کنم. امسال را به سالی تبدیل کنید که واقعا آن را انجام می‌دهید.