



ایده کسب و کار و طرح تجاری یک

صفحه ای





استاد
باشگاه شریف

◆ مقدمه:

آیا به دنبال این هستید که یک ایده کسب و کار خوب پیدا کنید؟ آیا هر روز درباره اینکه چطور می توان تصمیماتی گرفت تا دنیا به مکان بهتری تبدیل شود فکر می کنید؟ چه روش هایی برای خلق ایده های جدید می شناسید؟ به نظر شما اولین قدم برای اجرایی کردن یک ایده چیست؟ آیا شما هم برای انجام کارهای مهم برنامه ریزی می کنید؟



♦ خلق ایده کسب و کار [۱]

در بخش‌های قبلی کتاب تا حدودی با مفاهیم ایده و فرصت و روش‌های ایده‌پردازی آشنا شدیم. حال می‌خواهیم وارد مرحله جدیدی شویم و تلاش کنیم ایده‌های بکر خود را به حیطة عمل درآوریم. اما قبل از آن به مرور چند راهکار خواهیم پرداخت که ذهن شما را برای ایده‌پردازی باز نگه می‌دارند.



در ادامه برخی راهکارهای مفید برای خلق ایده‌های نو را مشاهده می‌کنید:

برخیزید! بروید و با افرادی که اصلاً مثل شما فکر نمی‌کنند صحبت کنید. این کار به شما کمک می‌کند تا ایده‌های جدیدی بیابید و حتی ایده‌های فعلی خود را اصلاح کنید. به نمایشگاه‌ها بروید، با افراد شاغل در صنایع مختلف صحبت کنید و از کسبه و مردم عادی نظر بخواهید.	۱	ملاقات با افراد جدید
تمام شرکت‌های موفق یک ویژگی مشترک دارند. آن‌ها یک مشکل را حل کرده‌اند. از خودتان بپرسید که چه خواسته و نیاز رفع نشده‌ای دارید؟ همین سوال را با دیگران مطرح کنید. برای رفع این نیازها چه محصول و یا خدماتی می‌توان ارائه کرد؟	۲	شناخت نیازهای رفع نشده جامعه
علاق و سرگرمی‌های خود را روی کاغذ بنویسید. چه فرصت‌های تجاری را می‌توانید با استفاده از آن‌ها خلق کنید؟	۳	توجه به علایق شخصی ^۱
جایی کمی دورتر از خانه، یک دنیای بزرگ و پر از ایده‌های نو منتظر شماست. شما می‌توانید با سفر کردن و مشاهده ایده‌های جدید، آن‌ها را با خود به خانه بیاورید و با اندکی تغییر در آن‌ها و توجه به نیازهای جامعه، کسب و کار خودتان را راه‌اندازی کنید.	۴	سفر کردن

^۱ یک مثال خوب از تجارت‌هایی که بر اساس علاقه شکل گرفته‌اند راهنمای انتخاب رستوران و سفر زاگات (zagat) است. بنیان‌گذاران این مجموعه آقا و خانم زاگات، وکیلانی بودند که علاقه زیادی به خوردن غذا در رستوران‌ها داشتند. چیزی حدود چهار سال پیش آن‌ها با استفاده از نظرخواهی از دوستانشان درباره رستوران‌ها و نمره دادن به هر رستوران، خبرنگارهای تأسیس کردند. این خبرنگار هر سال بزرگتر شد و آن‌ها توانستند درآمد قابل توجهی از آن کسب کنند. در نهایت در سال ۲۰۱۱ شرکت گوگل این خبرنگار را با مبلغ زیادی از آن‌ها خریداری کرد.

۵	حضور موثر در فضای مجازی	وقت خود را با خواندن مطالب بیهوده در فضای مجازی تلف نکنید. لا اقل همه وقت خود را با آن‌ها تلف نکنید. شما می‌توانید در فضای مجازی به دنبال داستان‌های کارآفرینان، بررسی پیشرفت‌های علمی، اوضاع صنایع مختلف و سایر حوزه‌هایی که به آن‌ها علاقه دارید بروید.
۶	مطالعه و تحقیق روی بازار	حتی اگر ایده خود را یافته‌اید و می‌خواهید بدانید که آیا در عمل موفقیت‌آمیز خواهد بود یا خیر هم باید بازار را مطالعه کنید تا مطمئن شوید برای ایده شما مشتری وجود دارد و همچنین رقیبان و کسانی حاضرند با شما همکاری کرده و روی ایده‌تان سرمایه گذاری نمایند را بشناسید.
۷	تغییر در محصولات قدیمی برای خلق محصولات جدید	اگر از ناشران بپرسید که رمان‌های مختلف چه تفاوتی با هم دارند، آن‌ها خواهند گفت که همه این رمان‌ها داستان‌های مشابهی هستند که تنها شخصیت‌ها و مکان‌های آن‌ها عوض می‌شود. شما می‌توانید با الگو گرفتن از محصولات قدیمی و اندکی تغییر در آن‌ها، محصول خود را تولید

♦ طرح تجاری یک صفحه‌ای [۲]، [۴]، [۵]

هر مجسمه‌ساز، معمار، فیلم‌ساز و مخترعی در ابتدا یک مدل کوچک از چیزی که می‌خواهد بسازد تهیه می‌کند. این مدل اولین قدم در راه نزدیک کردن ایده به واقعیت است. در حقیقت طرح تجاری یک صفحه‌ای هم خلاصه‌ای از طرح تجاری کامل شماس است که در آن مجبورید تمام مطالب را تنها در یک صفحه جای دهید. شاید در ابتدا این کار مشکل به نظر برسد، اما به شما کمک خواهد کرد تا با حذف کلمات و نکات غیر ضروری، جملات موثر، روشن و دقیقی بنویسید و منظورتان را به طور کامل به خواننده برسانید، چراکه سرمایه‌گذاران وقت زیادی برای خواندن ندارند، بنابراین شما مجبورید ایده کسب و کار خود را با حداقل نوشتار ممکن به آن‌ها انتقال دهید. به همین منظور، در ادامه این فصل با طریقه نوشتن طرح تجاری یک صفحه‌ای آشنا خواهیم شد.



در ادامه به بعضی از مزایای نگارش طرح تجاری یک صفحه‌ای اشاره شده است:



نوشتن آن نسبت به طرح تجاری کامل به زمان کمتری نیاز دارد



شرکا، همکاران و مشتریان راحت تر می توانند آن را بخوانند و به شما بازخورد دهند



پس از دریافت بازخوردها، به راحتی می توانید آن را اصلاح و به روز رسانی کنید



کوتاه و دقیق است و می تواند ایده اصلی کسب و کار را به سرعت به خواننده منتقل کند



در آینده می توانید از اطلاعاتش برای نگارش طرح تجاری کامل استفاده کنید



خواندن آن برای سرمایه گذاران راحت است و می تواند شانس شما را برای جذب سرمایه بالا ببرد

هنر نوشتن طرح تجاری یک صفحه ای ارزش یاد گرفتن را دارد. توجه به نکات زیر برای طراحی و نگارش این نوشتار مهم ضروری است.



اهداف خود را مشخص نمایید



رویای پردازی کنید



برای رسیدن به اهداف، با توجه به استراتژی هایتان برنامه ریزی کنید



استراتژی های مناسب را پیدا کنید

♦ اجزای طرح تجاری یک صفحه‌ای

هر سفر طولانی برای آن که با موفقیت همراه باشد نیازمند طرح و برنامه‌ای است تا کلیه فرایندها و کارهایی که انجام آن‌ها در طول این سفر لازم است را مشخص و سازماندهی کند. راه‌اندازی یک کسب و کار هم شبیه رفتن به سفری طولانیست، سفری که با یک چشم‌انداز^۱ شروع می‌شود. این چشم‌انداز است که به ما می‌گوید این سفر تا کجا باشد، چه اندازه طول بکشد و به کجا برسد. سال‌ها پیش کریستف کلمب^۲ سفر طولانی خود را با این چشم‌انداز آغاز کرد که پس از دور زدن زمین به هند برسد. سفرها ماموریتی^۳ هم دارند که منظور از سفر را مشخص می‌کند. کریستف کلمب می‌خواست با سفرش نشان دهد که زمین گرد است. جان. اف. کندی^۴ می‌خواست تا پایان سال ۱۹۶۰ انسان در کره ماه قدم بگذارد. هدفی که او تعیین کرده بود باعث شد که افراد زیادی نیرو صرف کنند تا این کار به موقع انجام شود. به طور مشابه، همه سفرها هم هدف^۵های مشخصی را دنبال می‌کنند. اما آنچه مسیر سفر را مشخص می‌کند استراتژی^۶ها هستند. آن‌ها فرد را در جهت هدف‌ها هدایت می‌نمایند و سر انجام او را به جایی که می‌خواهد می‌رسانند. کریستف کلمب راه غرب را در پیش گرفت و به نتیجه رسید.

طرح تجاری یک صفحه‌ای را می‌توان با روش‌ها و ساختارهای مختلفی تدوین کرد، اما روشی که در ادامه به آن می‌پردازیم از سایر روش‌ها متداول‌تر است. همانند آنچه برای سفر گفته شد، طرح تجاری یک صفحه‌ای دارای پنج بخش است که در ادامه آن‌ها را همراه با ویژگی‌های اصلیشان مشاهده می‌کنید:

چشم انداز ← آرمانی، پرمحتوا، هیجان انگیز و بلندپروازانه نوشته می‌شود

ماموریت ← تاثیرگذار، محرک و مشتری‌گرا تدوین می‌شود

اهداف ← با توجه به چشم انداز و ماموریت، به صورت واضح و قابل اندازه گیری تعیین می‌شوند

استراتژی ← به صورت حساب شده و دقیق است

برنامه ← کاربردی و قابل اجرا می‌باشد

1- Vision

2- Christoph Colomb

۳- Mission

۴- John F. Kennedy

۵- Objectives

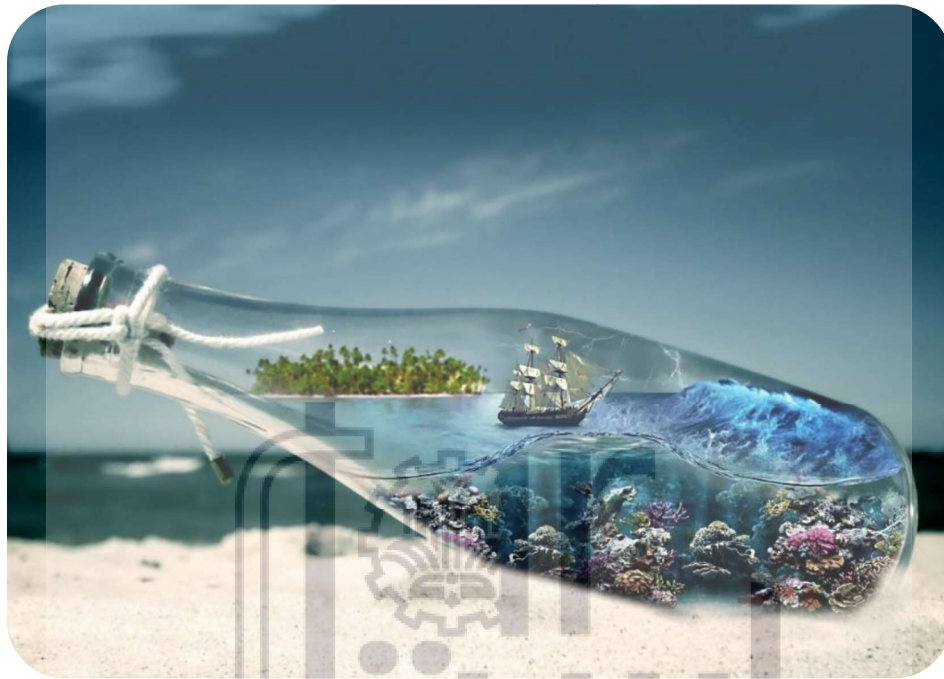
۶- Strategy مرزها و مسیرهای تعیین شده و کلی که به ما برای گرفتن تصمیم و بررسی و ارزیابی آن کمک می‌کند

در ادامه هر یک از این بخش‌ها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

♦ چشم‌انداز [۲]، [۵]، [۶]

برای آینده خود چگونه چشم‌اندازی تصور می‌کنید؟ آیا فکر می‌کنید وجود چشم‌اندازی برای آینده لازم است؟ تدوین یک چشم‌انداز مناسب برای یک کسب و کار چقدر اهمیت دارد؟

برای آغاز نگارش این بخش باید به این سوال پاسخ دهید که چه تصور رویاگونه‌ای از آینده کارتان دارید؟ امیدها و آرزوهایتان برای ادامه کسب و کارتان چیست؟ قبل از این که سفرتان به ماه را آغاز کنید باید به آسمان و ستاره‌ها خیره شوید. این نگاه دقیق، چشم‌انداز سفر دور و دراز شما را برایتان آشکار خواهد کرد. داشتن تصور و رویا برای آینده، کلید موفقیت کسب و کار شماست که هم بر فعالیت‌های روزانه و هم بر تصمیمات شما بسیار اثرگذار بوده و برایتان الهام بخش خواهد بود، بنابراین تدوین چشم‌انداز اولین و مهمترین مرحله نوشتن طرح تجاری یک صفحه‌ای است. برنامه‌ریزی برای کسب و کار، بدون وجود چشم‌انداز غیر ممکن است، زیرا این چشم‌انداز است که مشخص می‌کند مقصد نهایی سفر شما کجاست. بدون دانستن مقصد، چگونه می‌توان برای مسیر برنامه‌ریزی کرد؟



استاد
باشگاه شریف

در ادامه نکاتی را برای کمک به نوشتن یک چشم‌انداز مناسب مشاهده می‌کنید.

چشم انداز

- ۱- چشم انداز را مفصل، پرمحتوا و آرمانی بنویسید تا خواننده را هیجان زده کند و در عین حال تصویر روشنی از کسب و کارتان به او بدهد.
- ۲- بلند پروازانه بنویسید، اما مراقب باشید اغراق نکنید. مثلا اگر شرکتی بگوید که می‌خواهد روزی بزرگ‌ترین و موفق‌ترین شرکت آسیا در صنعت خودش باشد، شجاعت و بلند پروازی خود را نشان داده که چیز خوبیست، اما اگر چشم‌اندازش این باشد که بتواند تنها شرکت موفق این صنعت در آسیا باشد، اغراق نموده و کارش غیر ممکن به نظر می‌رسد.
- ۳- ذهن خود را آزاد بگذارید و اجازه دهید همه چیز هیجان‌انگیز باقی بماند. جلوی هیچ فکری را نگیرید و از هر چه به ذهنتان می‌رسد استفاده کنید.
- ۴- چشم‌انداز خود را به روز نگه دارید و از شرکا، مشتریان و... برای نوشتن آن نظرخواهی کنید.
- ۵- حتما سعی کنید چشم‌انداز خود را چاپ کرده و آن را روی میز خودتان، جایی که کارمندان و همکارانتان کار می‌کنند و... نصب کنید تا هر روز آن را ببینید.
- ۶- چشم‌انداز را به گونه‌ای بنویسید که مهمترین مسائل مد نظر خودتان را شامل شود، چرا که اگر شما به این چشم‌انداز اعتماد و باور نداشته باشید، به آن تعهدی نخواهید داشت و اگر به آن تعهد نداشته باشید، با نوشتن آن تنها وقت خود را تلف کرده‌اید.
- ۷- پاسخ به سوالات زیر می‌تواند راه‌گشا باشد: (توجه کنید که قرار نیست پاسخ همه این سوالات در چشم‌انداز آورده شود، بلکه پاسخ دادن به آن‌ها به شما کمک می‌کند تا آمادگی لازم برای نوشتن چشم‌انداز را پیدا کنید).
پنج سال دیگر کسب و کارتان در چه مرحله‌ای خواهد بود؟
شما قرار است چه چیز تولید کنید؟ کالا؟ خدمت؟ و یا هر دو؟
چند سال بعد، اخبار و روزنامه‌ها درباره شما چه می‌گویند؟ بطور می‌خواهید پیشرفت کنید و قرار است به کجا برسید؟
سه ویژگی کالا یا خدمتتان را بنویسید. سه ویژگی که کالا و یا خدمت شما قرار نیست داشته باشد نام ببرید.
مشتریان شما در کدام شهرها، استان‌ها و کشورها زندگی می‌کنند؟ چه کسانی هستند و چه ویژگی‌هایی دارند؟
با چه کسانی شریک خواهید شد؟ چه کسانی می‌توانند به شما مشورت دهند تا از نظرهای تخصصیشان برای رشد خود استفاده کنید؟
کار خود را از کی شروع می‌کنید؟ چه زمانی به فضای اداری، تولیدی، توزیعی و تجهیزات کاریتان نیاز خواهید داشت؟
هدف شما از راه‌اندازی کسب و کارتان چیست؟ سرمایه کارتان را از کجا تامین خواهید کرد؟
تصمیم دارید با کارمندان، شرکا و مشتریانانتان چگونه رفتار کنید؟
سه ویژگی یک کسب و کار موفق را نام ببرید. سه ویژگی که اصلا نمی‌خواهید در تجارت شما وجود داشته باشد نام ببرید.

♦ شرح ماموریت [۲]، [۷]

شرح ماموریت خلاصه اهداف یک کسب و کار را بیان می‌کند و به این سوال پاسخ می‌دهد که اساسا چرا کسب و کار شما وجود دارد؟ بنابراین می‌توان شرح ماموریت را ترکیبی از پاسخ این سه پرسش دانست که شما چه کاری را، چگونه و چرا انجام می‌دهید؟ شرح ماموریت باید مختصر، دقیق و واضح باشد و بتواند جلب توجه کند. جملات آن تنها با استفاده از چند لغت باید ماهیت کار و محدوده فعالیت را بیان کنند. با وجود این که شرح ماموریت بیشتر شبیه به جملات تبلیغاتی به نظر می‌رسد، اما اطلاعات و مفاهیم زیادی دارد.



شرح ماموریت بر شرایط حال حاضر کسب و کار تمرکز دارد و پاسخی به سوال «ما که هستیم؟» است، این در حالیست که تمرکز چشم‌انداز بر آینده بوده و به این سوال پاسخ می‌دهد که «ما به کجا خواهیم رفت؟». شرح ماموریت باید بتواند توضیح دهد که قصد دارید چگونه چشم‌انداز خود را به واقعیت تبدیل کنید.

در ادامه نکاتی را برای کمک به تدوین یک شرح ماموریت مناسب مشاهده می‌کنید.

شرح ماموریت

- ۱- شرح ماموریت باید طوری نوشته شود که تعهد و وفاداری فرد را به کار نشان دهد.
- ۲- باید به این مسئله توجه کرد که کسب و کار چه ارزشی برای مشتریان ایجاد می‌کند.
- ۳- باید توجه داشت که در شرح ماموریت حرفی از مسائل مالی نمی‌زنیم. مقاصد مالی در بخش چشم‌انداز ذکر می‌شوند و اعداد و مقادیر آن‌ها در بخش اهداف آورده می‌شود.
- ۴- شرح ماموریت باید بتواند چشم‌انداز کسب و کار را تایید کند.
- ۵- پاسخ به سوالات زیر می‌تواند راه‌گشا باشد:
نیازهای مشتریان و نیازهای خودتان چیست؟ چگونه می‌توان بین آن‌ها تعادل برقرار کرد؟
کالاها و خدمات شما چه هستند و چه تفاوتی با کالاها و خدمات رقبایان دارند؟
چرا مشتریان، کالا و خدمات شما را خریداری می‌کنند؟ تحت چه شرایطی از مشتریان عذرخواهی می‌کنید؟ برای جلب نظر آن‌ها چه می‌کنید؟
چه نیاز و شوقی درونتان وجود دارد که شما را به شروع این کسب و کار علاقه‌مند کرده است؟ حداکثر چقدر از این کسب و کار سود خواهید برد؟



♦ اهداف [۲]

آیا شما انسان هدفمندی هستید؟ به نظرتان یک هدف خوب باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟ رسیدن به موفقیت در کسب و کار را چگونه تعریف می‌کنید؟



اهداف باید مشخص کنند که کسب و کار در یک مدت زمان معین می‌خواهد به کجا برسد و برای رسیدن به نتیجه دلخواه باید از چه منابعی کمک بگیرد. هدف‌ها باید به صورت دقیق و قابل اندازه‌گیری تعریف شوند تا در آینده بتوان آن‌ها را ارزیابی کرد و مشخص نمود تا چه اندازه در اجرای آن‌ها موفق بوده‌اید. اشخاص هدفمند کسانی هستند که می‌دانند چه می‌خواهند و برای رسیدن به مقاصد خود از برنامه‌های از پیش تعیین شده کمک می‌گیرند. کسانی که اهدافشان مبهم باشد و برای رسیدن به این اهداف برنامه‌ریزی نداشته باشند، هرگز به خط پایان نمی‌رسند و کارشان را تمام نمی‌کنند.

در تعیین اهداف، باید دقت کنید که آن‌ها، در بازه زمانی که برای آن برنامه‌ریزی صورت گرفته تعریف شده باشند. به عنوان مثال، اگر برای ۲ تا ۳ سال آینده برنامه‌ای تهیه کرده باشید، اهداف برای انتهای این دوره طراحی می‌شوند. این در حالیست که ماموریت در زمانی بسیار طولانی‌تر از این زمان ثابت باقی می‌ماند و چشم‌انداز ممکن است برای چندین برابر این زمان (مثلاً ۱۵ تا ۲۰ سال) نوشته شود.

اهداف انواع مختلفی دارند. در بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، اهداف مالی و بازاریابی دو بخش اصلی برنامه‌ها هستند. باید توجه داشته باشید که اهداف، مهم‌ترین ابزار هستند که به واسطه آن‌ها می‌توان میزان موفقیت‌ها را اندازه‌گیری کرد، اگر چه عدد استاندارد برای تعداد آن‌ها تعریف نشده است، اما معمولاً در یک طرح تجاری حدود هفت تا نه هدف نوشته می‌شود که می‌تواند درباره سوددهی، بازاریابی، تولید، عملیات، کارمندان و مقاصد مهم دیگر باشد.

پاسخ به سوالات زیر می‌تواند به شما کمک کند تا بتوانید اهداف مهم را شناسایی کنید و از فراز و نشیب‌های کار آگاه شوید:

اهداف

موفقیت را در چه می‌بینید؟ سه مورد از موفقیت‌هایی که دوست دارید در پایان امسال و سال بعد جشن بگیرید نام ببرید.

موفقیت از کجا ناشی می‌شود و چه شکلی دارد؟

چگونه می‌توانید از تجربیات دیگران در زمینه کاری خود استفاده کنید؟

آیا ایده‌هایتان را عملی کرده‌اید؟ چه ایده‌هایی داشته‌اید که موفق به عملی کردن آن‌ها نشده‌اید؟

مقصودتان کجاست؟ می‌خواهید به کجا برسید؟

در ادامه، چند حوزه پیشنهادی برای انتخاب اهداف و مثال‌هایی برای هر حوزه آورده شده است. شما می‌توانید اهدافتان را به صورت زیر طبقه‌بندی کنید و در هر بخش، مواردی که برای موفقیتتان ضروری است را انتخاب نمایید.



با استفاده از مطالبی که تا اینجا به آن پرداختیم می‌توانید مهم‌ترین اهداف خود را برای درج کردن در طرح تجاری یک صفحه‌ای انتخاب کنید و در نهایت با کمک گرفتن از پاسخ‌های سه سوال زیر، اهدافی با معنی و هم‌سو با چشم‌انداز و مأموریت کسب و کارتان بنویسید.

- ✓ چه نوع کاری باید انجام شود؟
- ✓ چه زمانی باید چه اتفاقی رخ دهد؟
- ✓ چه تاثیری بر مسائل مالی خواهد داشت؟

در ادامه چند نمونه هدف معنادار و مناسب جهت آشنایی شما آورده شده است:

- ۱- افزایش فروش سالانه به ۵۰۰ میلیون تومان تا سال ۱۳۹۷، ۷۰۰ میلیون تومان تا سال ۱۳۹۸ و ۱ میلیارد تومان تا سال ۱۳۹۹
- ۲- معرفی ۱۵ محصول جدید در سال ۱۳۹۷
- ۳- کاهش هزینه حمل و جابجایی کالا به ۳ درصد فروش تا مرداد ۱۳۹۷
- ۴- ارسال ۹۸ درصد سفارشات در همان روز و ۱۰۰ درصد سفارشات در عرض ۳ روز
- ۵- به دست آوردن ۳۰ درصد بازار توزیع دارو در مدت ۳ سال
- ۶- رساندن میانگین زمان تحویل دارو در تهران به مدت ۴۰ دقیقه و در مراکز استان‌ها به یک روز طی ۲ سال آینده
- ۷- رسیدن به تیراژ ۱۰۰۰۰۰ نسخه پس از انتشار ۲۴ شماره ماهنامه

♦ استراتژی‌ها

چه چیزی معیارها و روش‌های ایجاد و اداره کسب و کار را تنظیم می‌کند؟ چگونه باید کسب و کار را اداره کنیم و آن را گسترش دهیم؟

می‌توان گفت استراتژی‌های ما همان پاسخمان به سوالات بالا هستند که با مرزها و مسیرهایی که مشخص می‌نمایند، به ما در گرفتن تصمیم و بررسی و ارزیابی آن کمک می‌کنند. در هر صنعتی استراتژی‌ها آشکار و قابل دسترسی هستند. اگر نشریه مربوط به صنعت مورد نظرتان را ورق بزنید می‌توانید به راحتی با فرصت‌ها، شیوه بهره‌گیری از آن‌ها، مشکلات و راه‌حلهایی که مدیران آن صنعت مورد استفاده قرار می‌دهند آشنا شوید. در بیشتر فعالیتهای اقتصادی، از چهار تا شش استراتژی پیروی می‌شود. اگر این استراتژی‌ها خوب و مناسب باشند، چند سالی تغییر نخواهند کرد، مگر این‌که کسب و کار پیشرفت زیادی داشته باشد و یا تغییر بزرگی در آن ایجاد شود.



استراتژی‌ها ممکن است مربوط به عوامل داخلی خود کسب و کار بوده و نقاط ضعف و قدرت کسب و کار را از جهت‌های مختلفی مانند فرهنگ، توانایی‌های موجود، سوددهی و کارایی مورد توجه قرار دهند. به همین ترتیب ممکن است استراتژی‌ها متمرکز بر عوامل خارجی کسب و کار مثل استفاده مناسب از فرصت‌ها برای رشد کسب و کار و رفع خطرات و تهدیدات باشند. برای تعیین استراتژی‌های مناسب، باید عواملی را که فکر می‌کنید باعث رشد و بهبود کسب و کارتان می‌شوند را بررسی کنید. می‌توانید این عوامل را از بین موارد زیر انتخاب نمایید.

مدیریت زمان	کیفیت	مراکز توزیع	کارمندان	داشتن بازار
شهرت	قیمت کالا	خدمات پشتیبانی	شرکا	جریان نقدینگی
دانش فنی	مشتریان ویژه	موقعیت مکانی	مشاوران	سرمایه

پاسخ به سوالات زیر به شما کمک می‌کند استراتژی‌های مناسبی تعیین کنید.

استراتژی

چه فرصت‌هایی در حوزه فعالیت شما وجود دارد؟ چطور می‌توانید از آن‌ها استفاده کنید؟
 چه تهدیداتی برای کسب و کار شما وجود دارد؟ چطور می‌توانید آن‌ها را به حداقل برسانید و یا به فرصت تبدیلشان کنید؟
 مشتریان شما چه کسانی هستند؟ آن‌ها را توصیف کنید. (از نظر سن، جنسیت، شغل، تحصیلات، زبان، شهرستان محل زندگی، شیوه زندگی، سرگرمی‌ها، هدف از خرید، تعداد افراد خانواده و ...)
 چگونه می‌خواهید تبلیغات کنید؟ برای آن چه برنامه‌ای دارید؟ (به عنوان مثال از طریق روزنامه، گردهمایی، کارگاه، نمایندگی‌ها، اینترنت، فروشندگان محلی، تلویزیون، رادیو، مجلات تجاری و ...)
 چه عواملی بر کار شما اثر مثبت دارند؟ چطور می‌توانید این عوامل را تقویت کنید؟ چه عواملی بر کارتان تاثیر منفی می‌گذارند؟
 راه‌حل شما برای رفع کردنشان چیست؟

در نهایت با کمک چیزهایی که یاد گرفتید می‌توانید پنج زمینه اصلی فعالیت کسب و کارتان را انتخاب کنید و برای هر کدام، یک استراتژی مقدماتی بنویسید. حواستان باشد که این استراتژی‌ها با اهداف و برنامه‌هایتان هماهنگ باشند.



♦ برنامه‌ها

آیا برای رسیدن به اهدافمان باید برنامه‌ریزی کنیم؟ این برنامه باید چه ویژگی‌هایی داشته باشد؟ برای چه مدت زمانی باید برنامه‌ریزی کرد؟

رسیدن به مقاصد و اهداف بدون برنامه‌ریزی، اگر غیر ممکن هم نباشد بسیار سخت خواهد بود. حتما در زندگی روزمره لمس کرده‌اید که با داشتن برنامه، همه چیز بهتر پیش می‌رود و خیالتان راحت‌تر است. یک کسب و کار هم برای پیشرفت و رسیدن به اهدافش نیازمند برنامه است. این برنامه‌ها که با توجه به اهداف و استراتژی‌ها طراحی می‌شوند، فعالیت‌های مختلف کسب و کار را توضیح می‌دهند و برای آن‌ها سررسید زمانی مشخص می‌کنند. همه مدیران، فهرستی طولانی از فعالیت‌هایی دارند که باید انجام شوند، آن‌ها می‌دانند چه کارهایی باید انجام شود، اما مسئله این است که چگونه باید همه این فعالیت‌ها انجام گیرند. طرح تجاری یک صفحه‌ای کمک می‌کند تا روی مهمترین کارها متمرکز شوید، نه لزوماً آن‌هایی که دم دست‌تر هستند.





نکات زیر برای برنامه‌ریزی کسب و کارتان به شما کمک می‌کنند:

برنامه‌ریزی

- ۱- کارهای پیش رویتان را واضح، جداگانه و به صورت دستورالعمل بنویسید.
- ۲- همواره زمان‌بندی و جدول هزینه‌های اجرای هر برنامه را از قبل آماده کنید، سپس برنامه‌هایتان را با دقت بنویسید و نتایج آن‌ها را دائماً بررسی کنید.
- ۳- مسئولیت‌های هر کس را برای اجرای برنامه با دقت مشخص کنید.
- ۴- فهرستی از پروژه‌هایی که ممکن است در فعالیت شما تغییر اساسی ایجاد کنند تهیه نمایید و برای آن‌ها به پرسش‌های زیر پاسخ دهید:
اتمام پروژه چه تاثیری بر کسب و کار می‌گذارد؟ چطور می‌توانید نتایج آن را ارزیابی کنید؟
حالا از بین فهرست پروژه‌های بالا پنج تا از بهترین‌هایشان را انتخاب کنید.

در ادامه چند نمونه برنامه جهت آشنایی شما آورده شده است:

- ۱- حضور در نمایشگاه بین‌المللی تهران در اردیبهشت ۱۳۹۷ جهت معرفی شرکت به مشتریان
- ۲- بررسی و مطالعه بازار و رقیبان برای راه‌اندازی سایت اینترنتی تا دی ماه ۱۳۹۷ با مسئولیت آقای جلالی
- ۳- بستن قرارداد با چهار تامین‌کننده مواد اولیه تا ۱۳۹۷/۱/۲۰ با مسئولیت مدیر کارپردازی
- ۴- تامین ۹۵ نفر نیروی انسانی مورد نیاز ظرف سه ماه. این کار به مسئولیت خانم خوشرو انجام می‌شود
- ۵- ثبت سفارش و خریدن تجهیزات مخابراتی در مدت چهار ماه
- ۶- طراحی مناسب سایت با استفاده از بهترین برنامه‌نویسان تا انتهای خرداد ماه ۱۳۹۷ زیر نظر مدیر انفورماتیک
- ۷- اجرای برنامه تبلیغ در ستون املاک روزنامه همشهری به صورت روزانه و برای ۶ ماه

*** فعالیت بیشتر

*فعالیت اول: برای چند دقیقه به علایق شخصی، زمینه‌هایی که فکر می‌کنید در آن‌ها استعداد و مهارت دارید و نیازهای رفع نشده‌تان فکر کنید. سپس سعی کنید سطرهای جدول زیر را پر نمایید.

نیازهای رفع نشده	استعداد	علایق

آیا بین سه ستون جدول بالا اشتراکی وجود دارد؟ آن‌ها را با سایر اعضای گروه در میان بگذارید و سعی کنید درباره آن‌ها ایده پردازی کنید. به نظر شما چه کسب و کاری را می‌توان با استفاده از این ایده‌ها راه‌اندازی کرد؟

****فعالیت دوم:** یک تمرین خوب برای تدوین چشم‌انداز، مطالعه چشم‌انداز شرکت‌های موفق و تلاش برای بازنویسی و بهبود دادن آن‌هاست.

چشم‌اندازهای زیر را بخوانید و سعی کنید برای هر یک نگارش جدیدی ارائه دهید و آن را بازنویسی کنید.

۱- می‌خواهیم بزرگ‌ترین و محبوب‌ترین عرضه‌کننده قهوه تازه، با کیفیت و استاندارد جهانی و متناسب با سلیقه مردم در خاورمیانه باشیم. با محیط زیبا، مفرح و مدرن، برخورد شاد و صمیمی کارکنان، تحویل دقیق و سریع سفارش‌ها همراه با نوآوری دائم در ارائه محصولات و خدمات، «قهوه لامیز» را به مکان‌های سومی علاوه بر خانه و محل کار تبدیل می‌کنیم که تصور زندگی بدون آن برای شهروندان ایران دشوار خواهد بود.

۲- تحویل نسخه دارویی و ارائه اطلاعات مربوط به آن به متقاضیان و بیماران ایرانی در سریع‌ترین زمان ممکن و بدون واسطه در هر ساعتی از شبانه روز در بستری امن و با استفاده از امکانات الکترونیکی و اینترنتی به طوری که دسترسی همه ایرانیان به آن با کمترین هزینه مقدور باشد.

۳- ایجاد یک محیط آموزشی زبان و فرهنگ که یکی از ده آموزشگاه برتر زبان خارجی خاورمیانه باشد و بتواند ضمن ایجاد روش‌های نوین زبان‌آموزی به عنوان پایگاهی برای تبادل فرهنگ ایران و سایر کشورهای جهان مطرح شود.

*** فعالیت سوم: همانند آن چه در قسمت قبل انجام دادید، شرح ماموریت‌های زیر را بخوانید و سعی کنید برای هر یک نگارش جدیدی ارائه دهید.

۱- تبدیل شدن به مشتری محورترین شرکت دنیا و ساختن مکانی برای مردم که می‌توانند در آن هر چه را لازم دارند به صورت آنلاین بیابند و خریداری کنند!

۲- فراهم کردن زندگی بهتر برای مردم سراسر دنیا با کمک به آن‌ها برای از دست ندادن و ذخیره کردن پولشان در هر مکان و هر زمانی. چه در خرده‌فروشی‌ها، چه به صورت آنلاین و چه از طریق تلفن‌های همراه!

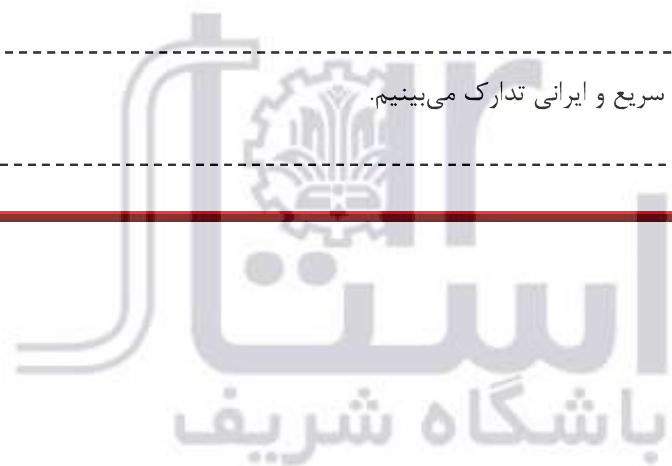
۳- ما آمده‌ایم تا شما را از شر پخت و پزهای وقت‌گیر خلاص کنیم.

۴- اگر به دنبال موفقیت هستید، انتخاب کارمندان را به ما بسپارید.

۵- ما بر آنیم که بر پایهٔ اصول و فرهنگ ایرانی و تکنیک‌های علمی جهانی، لحظاتی شاد و با نشاط را برای مردم ایران به ارمغان آوریم.

۶- تسهیل معاملات فناوری

۷- برای ایرانیان صبحانه‌ای سالم، سریع و ایرانی تدارک می‌بینیم.



***فعالیت چهارم: فرض کنید صاحب مشاغل زیر هستید. با توجه به آنچه آموخته‌اید، برای هر یک از مشاغل ۷ نمونه از اهداف آینده کاریتان را بنویسید.

مسئول یک شرکت حمل و نقل	مالک یک باشگاه ورزشی در شهرتان	رییس کارخانه تولید شکلات	مالک یک روزنامه محلی
----------------------------	-----------------------------------	-----------------------------	-------------------------

***فعالیت پنجم: در جدول زیر چند نمونه استراتژی را مشاهده می‌کنید. برای هر استراتژی چند کسب و کار نام ببرید که این استراتژی برای آن‌ها مناسب باشد.

۱- بهترین کارمندان را به کار بگیرید و آن‌ها را در این فعالیت اقتصادی سهیم کنید

۲- سریع عمل کنید

۳- تمرکز بر کارهایی که در آن‌ها خبره هستیم و سپردن بقیه کارها به دیگران

۴- توسعه فعالیت‌ها به کل ایران

۵- تمرکز ویژه بر دانشجویان، افراد بازنشسته و زنان خانه دار

۶- جذب مشتری از طریق تبلیغات اینترنتی و معرفی به موتورهای جستجو

۷- مطرح شدن در بازار از طریق پایین آوردن قیمت محصولات و بالا بردن تنوع

۸- همکاری نزدیک با دستگاه‌های دولتی از جمله وزارت بهداشت

***** فعالیت ششم: برای هر یک از کسب و کارهای فعالیت چهارم حداقل پنج برنامه بنویسید.



◆ خلاصه فصل

ملاقات با افراد جدید، شناخت نیازهای رفع نشده جامعه، توجه به علایق شخصی، سفر کردن، حضور موثر در فضای مجازی، مطالعه و تحقیق روی بازار و تغییر در محصولات قدیمی برای خلق محصولات جدید از جمله راهکارهای مناسب برای خلق ایده‌های نو هستند.

پس از خلق ایده وارد مرحله جدیدی شویم و باید تلاش کنیم ایده‌های بکر خود را به حیطة عمل درآوریم، اما شروع کسب و کار هم مانند هر فعالیتی نیاز به انجام پیش‌نیازهایی دارد که انجام آن‌ها برای بالا بردن شانس موفقیت کار ضروریست. هر مجسمه‌ساز، معمار، فیلم‌ساز و مخترعی در ابتدا یک مدل کوچک از چیزی که می‌خواهد بسازد تهیه می‌کند. این مدل اولین قدم در راه نزدیک کردن ایده به واقعیت است. طرح تجاری یک صفحه‌ای هم خلاصه‌ای از طرح تجاری کامل شماست که در آن مجبورید تمام مطالب را تنها در یک صفحه جای دهید.

نگارش طرح تجاری یک صفحه‌ای مزایای زیادی دارد که زمانبر نبودن، اصلاح آسان، کوتاه و دقیق بودن، سادگی مطالعه و قابلیت استفاده برای نگارش طرح تجاری کامل از جمله آن فواید هستند.

طرح تجاری یک صفحه‌ای را می‌توان با روش‌ها و ساختارهای مختلفی تدوین کرد، اما در روشی که متداول‌تر است آن را در پنج بخش شامل: چشم‌انداز، شرح ماموریت، اهداف، استراتژی و برنامه‌ها تدوین می‌کنند.

تدوین چشم‌انداز اولین و مهمترین مرحله نوشتن طرح تجاری یک صفحه‌ای است. برنامه‌ریزی برای کسب و کار، بدون وجود چشم‌انداز غیر ممکن است، زیرا این چشم‌انداز است که مشخص می‌کند مقصد نهایی سفر شما کجاست. شرح ماموریت خلاصه اهداف یک کسب و کار را بیان می‌کند و به این سوال پاسخ می‌دهد که اساسا چرا کسب و کار شما وجود دارد؟ بنابراین می‌توان شرح ماموریت را ترکیبی از پاسخ این سه پرسش دانست که شما چه کاری را، چگونه و چرا انجام می‌دهید؟ همچنین اهداف مشخص می‌کنند کسب و کار در یک مدت زمان معین می‌خواهد به کجا برسد و برای رسیدن به نتیجه دلخواه باید از چه منابعی کمک بگیرد. هدف‌ها باید به صورت دقیق و قابل اندازه‌گیری تعریف شوند تا در آینده بتوان آن‌ها را ارزیابی کرد و مشخص نمود تا چه اندازه در اجرای آن‌ها موفق بوده‌اید. استراتژی‌ها در حقیقت همان پاسخ به این سوالات هستند که چه چیزی معیارها و روش‌های ایجاد و اداره کسب و کار را تنظیم می‌کند و چگونه باید کسب و کار را اداره کنیم و آن را گسترش دهیم؟ استراتژی‌ها با مرزها و مسیرهایی که مشخص می‌نمایند، به ما در گرفتن تصمیم و بررسی و ارزیابی آن کمک می‌کنند. یک کسب و کار برای پیشرفت و رسیدن به اهدافش نیازمند برنامه است. این برنامه‌ها که با توجه به اهداف و استراتژی‌ها طراحی می‌شوند، فعالیت‌های مختلف کسب و کار را توضیح می‌دهند و برای آن‌ها سررسید زمانی مشخص می‌کنند.

◆ پیوست

• داستان کارآفرینان [۸]

شاید شروع یک کسب و کار آخرین چیزی بود که به هنگام آغاز نوشتن طرح تجاری به ذهن سین هاکنی^۱ می‌رسید. او تنها می‌خواست که خودی نشان دهد تا یک شرکت تولید نوشابه او را استخدام کند، اما وقتی طرحش را با یکی از مدیران قدیمی رد بول^۲ و پدرش که وکیل بود در میان گذاشت، آن‌ها گفتند: «طرح تجاری خود را به کوکاکولا^۳ و پپسی^۴ نفرست. تجارت خودت را آغاز کن، ما هم در کنارت خواهیم بود».

این ماجرا مربوط به سال ۲۰۰۰ میلادی است. امروز، سین هاکنی ۴۰ ساله بنیان‌گذار و صاحب شرکت نوشیدنی‌های انرژی‌زای رُزینگ لاین^۵ است. این شرکت ۶,۲ میلیون دلاری در کالیفرنیا واقع شده که ۳۲ کارمند دارد. طرح تجاری که هاکنی نوشته بود بارها و بارها اصلاح شده و امروز نسخه^۵ به روز شده آن راهنمای شرکت است. هاکنی می‌گوید: «نوشتن طرح تجاری ارزشش را داشت. من چیزهای زیادی در سر داشتم که باید آن‌ها را روی کاغذ می‌آوردم.»



¹- Sean Hackney

²- Red Bull

³- coca-cola

⁴- Pepsi

⁵- Roaring Lion Energy Drink

♦ آدرس سایت‌های مفید این حوزه

www.marsdd.com
www.entrepreneur.com
www.thugstart.com
www.thebalance.com
www.innovationmanagement.se
articles.bplans.com
businesstown.com
www.entrepreneurmag.co.za
www.onepagebusinessplan.com
www.homebusinesswiz.com
www.youngentrepreneurship.com
www.businessandmarketingplan.com
www.myownbusiness.org



♦ منابع

1- Bob Weinstein; 2004; 10 Great Ways to Generate Business Ideas

۲- فیض بخش، علیرضا. کارآفرینی یک جرعه از بی‌نهایت، موسسه کار و تامین اجتماعی، چاپ دوم، ۱۳۹۵

3- The Small Business Encyclopedia, Business Plans Made Easy, Start Your own Business and Entrepreneur Magazine.

4- Noah Parsons; 2012; How to Write a One-Page Business Plan

5- Susan Ward; 2017; One-Page Business Plan Templates

6- Susan Ward; 2017; How to Write a Vision Statement

7- Susan Ward; 2017; How to Write a Mission Statement & Mission Statement Examples

8- Mark Henricks; 2008; Do You Really Need a Business Plan?

۹- هوران، جیم؛ ترجمه دکتر سید علیرضا فیض‌بخش؛ طرح تجاری یک صفحه‌ای؛ انتشارات باران؛ ۱۳۸۱

10- Horan, Jim; The one page Business plan; ed.2; El sobrante, CA 94803