

۵۰ نکته برای ارتقاء کسب و کار شما

نوشته شده توسط جمعی از کارآفرینان و مدیران ایرلندی

ترجمه شده توسط: مدیران ایران

فهرست:

۱. استراتژی
۲. کارمندان
۳. بازاریابی
۴. فرآیندهای کسب و کار
۵. سرمایه گذاری



استراتژی:

۱- هر سال یک بیزینس پلن بنویسید. ویا بیزینس پلن خود را بازنگری کنید.

برای هرکسی که یک کسب و کار را شروع میکند، نوشتن طرح کسب و کار اولین قدم و یکی از سخت ترین گامهاست. نوشتن طرح کسب و کار شما را مجبور به تفکر در مدل کسب و کار و استراتژی بازاریابیتان کرده، باعث پیش بینی گردش مالیتان در طول کسب و کار میشود. نگذارید طرح شما خاک بگیرد. طرح شما میبایست یک موجود زنده ی در حال تنفس باشد که شما آن را به طور منظم به روز میکنید. در ابتدای هر سال، شما میبایست یک طرح کسب و کار جدید برای سال جاریتان بنویسید.

Avril McArdle

Digital and Marketing Manager at Sage Ireland

۲- هرکاری که انجام میدهید را مقیاس پذیر کنید.

شرکت ما هر هفته و هر روز کمی بهبود میابد. این امر میتواند به دلیل نوآوری های بزرگ ما مانند اجرای Wine Club باشد، یا به خاطر یک تغییر کوچک در رویه ی، مانند تغییر دادن طراحی جعبه های تحویل ما، به منظور کم شدن شکستگی در مراسلات باشد. به هر حال، هرکاری که ما انجام میدهیم، باید مقیاس پذیر باشد تا ارزش انجام دادنش را داشته باشد. مفهوم این موضوع این است که یک فرآیند بسته بندی برای ۱۰۰۰ سفارش اینترنتی را میتوان برای ۱۰ سفارش اینترنتی نیز به کار برد و نتیجه ی خوبی گرفت، یا رساندن محموله به دونگال، به همان میزان به صرفه و سریع است که بخواهم همان محموله را به کینسیل برسانیم. چیزی که برای موارد یکتا و مشتریان منحصر به فرد عمل کند، بدون اینکه بتوان آن را بر سطوح بالاتری از خدمات و رضایت مشتریان تطبیق داد ارزشی ندارد.

Michael Kane

Chief Taster, Curious Wines

Download from: aghalibrary.com

۳- رقبا میتوانند به عنوان یک امتیاز قلمداد شوند، آنها را ببینید، بشناسید

ما در زمان شروع رقبا مستقیمی نداشتیم، شرکت ما در ایرلند اولین شرکتی بود که موارد گرانها را پیشنهاد میداد، تمامی کشور را پوشش میداد، و رقبا اصلیش مشاورین املاک بودند. استراتژی ما آموزش این موضوع به بازار بود که مشاورین املاک برای فروشنده ها کار میکنند. اگر خریداران بخواهند فروشندگان آنها را در بازار ببینند، Buyers Broker میتواند گزینه ی مناسب را به آنها پیشنهاد دهد. با ورود هر رقیب جدید به بازار، ما رابطه تنگاتنگی با او برقرار میکردیم، تا کوچکترین قدم را برای شروع کار مشترک به طور کامل برداریم. در حال حاضر ما دو شرکت اصلی برای Buyers Broker را پیدا نموده ایم و توانسته ایم همکاری مداومی با آنها داشته باشیم.

Carol Tallon
Managing Director, Buyers Broker Ltd

۴- به یک استراتژی چند کاناله بیانید

یک استراتژی چند کاناله به معنای استفاده از شماری از راه ها یا نقاط تعامل برای به دست آوردن یک مشتریست. هدف این کار، قرار دادن چندین راه خرید در برابر مشتریست تا بهترین آنها را با توجه به شرایط خود انتخاب کند. راه ها میتوانند شامل فروش آنلاین، در فروشگاه، با تلفن و یا در حال حرکت از طریق تلفن همراه باشند. توانایی پیشنهاد چند راه برای فروش در وبسایت، در زمینه ی بالا بردن فروش و جذب مشتری برای تاجران ثابت شده است.

Sean Wilson
MD, Sage Pay Ireland

۵- اینترنت میتواند شما را بکشد!

در زمان آدرس دهی اینترنتی، کاملاً مطمئن شوید که افراد مورد نظر تبلیغات شما چه کسانی هستند. از تله ی همه چیز برای همه کس بودن پرهیز کنید. اینترنت یک بازی متقلب است. ثقل این بازی به نفع کسیست که فقط در حوزه ی تخصصی خود کار کند. اگر حوزه کاری شما عمومی باشد، اینترنت شما را خواهد کشت. مردم تخصصی سرچ میکنند، نه عمومی. مردم متخصص ها را انتخاب میکنند، نه کسانی که در حوزه های مختلف کار میکنند. پس در زمانی که در حال طرح ریزی استراتژی اینترنتی میباشید، مشتریانی که قصد به دست آوردنشان را دارید به نحو احسن بشناسید.

Ian Dodson
CEO, Digital Marketing Institute

۶- در روابط خود استراتژیست باشید

وقتی شما در حال تعامل داخلی و خارجی هستید، این سوال را از خود بپرسید: آیا من پیام درستی را از راه درستی و به شخص درستی میرسانم؟ با تفکر بیشتر درباره نحوه ی برقراری ارتباط، شما پیغام خود را برای دیگران خوشایندتر خواهید ساخت. همواره در نظر بگیرید که دیگران با پیغام شما چه حسی پیدا خواهند کرد، نه فقط اینکه چه فکری به ذهنشان خطور میکند. احساسات، فعالیت ها و کنش ها را باعث میشوند. اگر شما برای احساس آنها نسبت به پیامتان توجه به خرج دهید، مشتریان شما از خریدشان خرسندتر خواهند بود، و کارکنانتان نیز از گوش فرا دادن به شما خرسندتر خواهند بود.

Owen Fitzpatrick
Owner, Owen Fitzpatrick International



۷- رسانه های اجتماعی را در استراتژی روابط عمومی خود داشته باشید

اخیرا رسانه های اجتماعی یک راه هیجان انگیز توسعه در صنعت روابط عمومی و ارتباطات به حساب میآیند. ۹۰٪ از خلاصه روابط عمومی هایی که در شش ماه گذشته در Elevate دریافت شده اند، نیازمند عناصر مشترکی از استراتژی ارتباطات آنلاین و روابط عمومی بوده اند. با وجود همه گیر بودن روابط عمومی آنلاین، این نوع ارتباط بدون روابط عمومی آفلاین یا سنتی پابرجا نخواهد ماند. رسانه های جمعی ابزارهای بسیار قوی ای را برای واسطه های روابط عمومی میدهند و وب میتواند به مشتریان بینشی عمیق (خوب یا بد) بدهد. قوانین مشابهند، هدف خود را مشخص نموده، استراتژی خود را بر همان اساس بچینید و خروجی خود را اندازه بگیرید. گوش فرا دهید، درگیر شوید و لذت ببرید.

Emma Kelly MD, Elevate PR

۸- جهانی فکر کنید

ایرلند بازاری برای ۳.۵ میلیون نفر یا ۲۵۰۰۰۰ کسب و کار است. بازار جهانی ۷ میلیارد جمعیت دارد، یعنی ۱۹۰ میلیون شرکت به طور تقریبی. بسیاری از این شرکت ها آنلاین بوده و یا هنوز جهانی نشده اند. همان هزینه و زمانی که برای توسعه ی بازار داخلی صرف میشود، میتواند صرف رشد در بازار جهانی شود، علی الخصوص اگر شما به دنبال آنلاین نمودن کارهای خود باشید (که باید این کار را انجام دهید). با پیشرفت تکنولوژی این کار مانند یک کسب و کار محلیست. در حال حاضر دنیا یک دهکده ی جهانی است.

Ron Immink Co-founder of Small Business Can and CEO of Bookbuzz

۹- تمرکزتان را بر روی کاری بگذارید که بهتر آن را انجام میدهد

ما بر روی کاری تمرکز مینماییم که به بهترین نحو آن را انجام میدهم. ما نمیخواهیم همه چیز برای همه کس باشیم، پس اگر ما کارهایی را انجام ندهیم، با کسی که تخصصی کار میکند همکار خواهیم شد، و یا مشتریان خود را مستقیما به سوی شرکتی دیگر راهنمایی خواهیم کرد.

Sinéad Hayes Sales & Marketing Manager, Advent.

۱۰- تصمیم بگیرید

قدرت واقعی در تصمیمات نیست که اتخاذ میکنید: موقعیت فعلی شما، بازتاب مستقیم است از تصمیماتی که شما در روزها، ماهها و سالهای گذشته گرفته اید، و موقعیت فردای شما نتیجه ی مستقیم تصمیمات است که الآن در حال گرفتنشان هستید. اینها کلیدهای تصمیم گیری من هستند:

- تصمیمات بزرگ بگیرید، و این دو عنصر حیاتی را در آنها بگنجانید:
 - باور، تعهد
 - تصمیمات خود را با اهداف، نقاط عطف و چشم انداز های خود هماهنگ کنید
 - از تصمیم گیری بر مبنای ترس بپرهیزید، و بر تصمیماتی که بر اساس ایمان گرفته میشوند تمرکز کنید.
 - طبیعیست که با در نظر گرفتن اهداف بزرگ، ترس به سراغتان آید، اجازه ندهید این ترس ها لحظه ای کنترل تصمیمات شما را بر عهده گیرند.

Frederique Murphy CEO, Frederique Murphy Ltd.



۱۱- نیازهای مشتریان خود را مهمترین موضوع در استراتژی فروش خود به حساب آورید

همواره علاقه های مشتریان خود را بر تمامی افکار خود مقدم بدارید. اگر بتوانید نیازهای کسب و کارشان را درک کنید، رابطه ای قوی و بلند مدت با آنان خواهید داشت. مذاکره ی خوب، پیدا کردن زمینه های مشترک بین شما و مشتریتان و به حداکثر رساندن همکاری های بالقوه بین دو طرف است.

Barry Murphy Sales Manager at Sage Ireland

۱۲- از مشتریان خود بیاموزید

زمانی را برای صحبت با مشتریان خود در نظر بگیرید تا نیازهای واقعی آنان را درک کنید. نحوه استفاده آنها از محصول یا خدمات را ببینید تا بتوانید نظرشان را جمع به محصول خود را درک کنید، و در نتیجه محصولات را منطبق بر نیازشان بهبود بخشید. مشتریانان را ترغیب کنید تا به شما بازخورد ارائه کنند و برای شنیدن آماده باشید. آنها میتوانند به شما بگویند که چه چیز خوب است و چه چیزهایی کار شما را رشد میدهد، ولی مراقب چیزهایی که دوست دارید بشنوید باشید. یک مشتری راضی، میتواند بهترین مدافع و حامی شما باشد. همه نظرات مثبت نیستند، ولی شما از یک مشتری ناراضی بیشتر از یک مشتری راضی بیاموزید.

Nigel Pim Director, Pims Business Systems

۱۳- با کارکنان خود تعامل داشته باشید

درجایی که یک کسب و کار کارکنان شاغلی داشته باشد و به مشکل برخورد، میبایست با کارکنان تعامل داشت تا درک درستی از موقعیت به دست آید. در جایی که نیاز به کاهش حقوق و دستمزد ایجاد شود، میبایست به تمامی گزینه ها (مانند کاهش ساعات، معافیت های حرفه ای، مرخصی های بدون حقوق، اخراج و غیره) توجه کرد، و نباید فقط به انتخاب موارد بدیهی در کاهش دستمزد ها و هزینه های غیر ضروری بسنده کرد. ممکن است در زمان تعامل با کارکنان، در موقعیت های کاری و متدها تغییراتی کلی پیاده شود و هزینه ها به اندازه ی (یا حتی بیشتر از) کاهش دستمزد مستقیم و با اعمال قدرت کاهش یابد.

Tom Holmes Director, Ballymount Accounting

۱۴- فرهنگ کسب و کار خود را پرورش دهید

ما اخیرا اعلامیه ای منتشر نموده ایم که بیان میدارد **Curious Wines** به طور کلی درباره ی چیست. من بیش از همه فکر میکردم که این کار بیان کننده ی تمایل ما برای شفافیت و صداقت است، و تعهد ما را نسبت به استانداردهای جهانی خدمت به مشتریان نشان میدهد. ما برای بیان عمومی این ارزش ها، به مرور زمان فرهنگی را در شرکت خود جاری ساختیم که اطمینان حاصل کنیم ارزش هایی همچون پاسخگویی و خدمت را پاس داشته، تنها به تملق مشتریان نمیپردازیم. با اینکه ما کوچکیم، ولی همه افراد شرکت به این ارزش ها متعهد بوده و از آنها حمایت میکنند، این موضوع پیامی قوی به مشتریان، تامین کنندگان و کارکنان آینده میرساند. فرهنگ خودتان را پیدا کنید. اشخاص متعهد و غیر متعهد را در سازمان خود پیدا کنید. بفهمید که غیر متعهد ها چرا ارزش ها را قبول نمیکنند و چگونه میتوان آنها را به فرهنگ سازمان وفادار نمود. تنها زمانی میتوانید از خارج شرکت انتظار رشد و موفقیت داشته باشید که در داخل شرکت روح تعهد و اتحاد وجود داشته باشد.

Michael Kane Chief Taster, Curious Wines

۱۵- افرادی که بهتر از خودتان هستند را جذب کنید

بهترین توصیه ای که من از کسب و کار گرفتم این جمله بود: "از جذب کسانی که از شما بهترند نهراسید". من از این جمله خوشم میامد. اگر متواضع باشید، افراد بزرگی را در هیئت مدیره خواهید داشت که میتوانند در هر کار، یک یا دو نکته به شما بیاموزند.

Gavin Duff
Amplify Marketing

۱۶- از پشت میز بیرون آمده و خود را درگیر کنید

یکی از استراتژی های کلیدی کسب و کار ما از بدو شروع، این بود: "ما به سمت شما خواهیم آمد!" ما احساس میکنیم که بهترین راه برای درک کسب و کار، حضور واقعی در زیر ساخت های کار و یا در کارخانه است. بسیاری از مردم در حرفه ی ما تمایلی به خروج از دفتر کار و درگیر شدن با مشتریان خود را ندارند. احساس ما این است که اگر در محل مشتریانمان به امور حسابداری آنها رسیدگی کنیم، آنها بسیار راحت تر خواهند بود.

Tom Holmes
Director, Ballymount Accounting

۱۷- بر روی افراد سرمایه گذاری کنید

ما به طور مستمر بر روی افرادمان سرمایه گذاری میکنیم. ما با آموزش دادن و اعتماد به تیممان (علی الخصوص تیم پشتیبانی/پایه سازی) در طول ۱۲ ماه گذشته شدیداً بر آنها سرمایه گذاری نموده ایم. ما آموزش را عنصر حیاتی رشد تیممان میدانیم.

Sinéad Hayes
Sales & Marketing Manager, Advent.

۱۸- بیزینس بیزینس است، مردم نیز مردم- همه چیزهای دیگر نیز تنها واژه اند

من در تمامی بخش های مختلف صنعت، خرده فروشی، تولید، خدمات حرفه ای و فن آوری مشغول بوده ام. هرکدام از آنها "زبان" خاص خودشان را دارند. رمز کار این است که بر گفتن مزیت ها به مشتری، کسب و کار و مردم تمرکز کنید. من فکر میکنم یکی از چالش های سر راه صاحبان/مدیران برای قبول کردن تکنولوژی، درک واژگان است. این موضوع میتواند در زمان صحبت کردن درباره ی توده ها و قومیت ها بسیار آزار دهنده باشد، ولی هنوز شباهتهایی وجود دارد که صحبت کردن درباره آنها تا حدی بتواند صریح باشد.

Joan Mulvihill
CEO, Irish Internet Association

۱۹. با تیم خود درگیر باشید

برای موفق و پیروزی و در اقتصاد رقابتی امروز، تغییر در روش ها و فرآیندهای کسب و کار غیر قابل اجتناب است. همکاران ما میتوانند منبع عالی ای از فراست را تهیه کنند، بنابراین مهم نیست چقدر گرفتارید، نشست های هفتگی با تیمتان میتواند باعث دسترسی به ایده های جمعیشان شود. جلسه ی تیمی را به عنوان فرصتی برای گرامیداشت موفقیت شرکتتان برگزار کنید، به طوری که مطمئن شوید همه در موضوعات مطروحه درگیر شده و ارزش نظراتشان با هم برابر باشد. همچنین مطمئن شوید که آنها دقیقاً میدانند چگونه میتوانند در موفقیت شرکت سهیم باشند.

Krishna De
Biz Growth Media

۲۰- از منطقه ی راحتی خود خارج شوید

چیزی که شما اشتیاقش را دارید، آرزویش را دارید، رویایش را دارید، خارج از منطقه ی راحتی شماست، بنابراین باید از آن خارج شوید تا به آن دست یابید.

این ها کلید هایی برای خارج شدن از منطقه ی راحتی هستند:

- ترس های خود را بپذیرید، در آغوششان بگیرید، با آنها رودرو شوید، تا مرزهای منطقه ی راحتی خود را بشکنید.
 - روش های سخت تر در اتفاقات عادی زندگی روزمره را بیاموزید.
 - همه ی زمان هایی که در خارج از جعبه ی خود کشیده میشوید (سختی میکشید-م) در حال رشد هستید (این یک فرآیند بی پایان است)
 - خروج از منطقه ی راحتی نیازمند جرئت و شجاعت است، پس کسی را در کنار خود داشته باشید.
- توانایی شما برای رشد، به توانایی شما برای تصمیم گیری و توانایی شما برای خروج از منطقه ی راحتیتان بستگی دارد. حرکت کنید و باعث شوید اتفاقی که منتظرش هستید رخ بدهد.

Frederique Murphy CEO, Frederique Murphy Ltd.

۲۱- شما نمیتوانید تجربه را مورد ضرب و شتم قرار دهید

در ۱۰ سال گذشته ما "غورباغه های زیادی را بوسیدیم"، پژوهش کردیم، محصولات زیادی را آزمایش نمودیم و زمانی که این آزمایش ها منجر به عقد قرارداد میشد، تجربه ی موفق شکل میگرفت. درک اینکه چه چیزی کار میکند و چه چیزی کار نمیکند و توانایی یادگیری از اشتباهاتمان، کلید کسب و کار ماست.

Naomi Sharpe Marketing Manager, FibreLED Ltd

۲۲- منصفانه و طبق قانون استخدام کنید

مصاحبه ها برای مصاحبه شونده دلهره آور است، ولی میتواند برای مصاحبه کننده نیز ترسناک باشد. در حال حاضر ۹ زمینه تحت قانون ایرلند وجود دارد که شما نمیتوانید در این موارد بین کارکنان و داوطلبان استخدام خود تبعیض قائل شوید. این موارد شامل وضعیت تاهل، خانواده (اولاد)، نژاد، مذهب، سن، جنسیت، معلولیت، گرایش های جنسی، و عضویت در انجمن سفر (travelling community) میباشد. به عنوان یک مصاحبه کننده شما موظفید بین دو خط ارزیابی و آشنا شدن با مصاحبه کننده گام بردارید، و این اطمینان میبایست حاصل شود که شما هیچ سوالی نمیپرسید که شائبه ی بی مورد بودن را تداعی کند. پرسیدن سوالاتی که به طور مستقیم یا غیر مستقیم به این ۹ مورد مربوط شود، بلافاصله شما را بازنده ی شکایت احتمالی ای خواهد کرد که داوطلب رد شده، بر طبق قانون برابری ایرلند (Irish Equality Act) علیه شما اقامه کند. بهترین راه برای محافظت از کسب و کار شما، اطمینان از این موضوع است که هرکس در اتخاذ تصمیم برای استخدام کارمندان دخیل است، به خوبی برای انتخاب داوطلبان و جلوگیری از شکایت نمودن آنان آموزش دیده است.

Katie Craig Head Of People Services, Sage Ireland



بازاریابی:

۲۳- به هوش رقابتی دست یابید

اخیرا تحقیقی سراسری توسط مدیران عامل شرکت آی بی ام انجام شده که نشان میدهد در طی سه سال آینده، صرف نظر از ارتباطات رودررو، رسانه های اجتماعی مهمترین راه ارتباط با مشتریان خواهند بود. اگر میخواهید از رسانه های جمعی استفاده کنید، ابتدا میبایست موارد استفاده از رسانه ها را دقیقا مشخص نموده، معیار اندازه گیری میزان موفقیت خود را مشخص کنید. حتی اگر در مرحله ای هستید که نمیخواهید از رسانه های جمعی استفاده کنید، میتوانید به اطلاعات مهمی دسترسی پیدا کنید که توسط ارزیابی شهرت آنلاین برند، محصول و خدمات شما در فروم ها و سایت های اجتماعی، به شما برای موفقیت بیشتر در بازاریابی و خدمات ارائه شده به مشتری کمک کند.

Krishna De Biz Growth Media

۲۴- مطمئن شوید که درخواست ها (call to actions) در وبسایت شما کاملا واضح است

Call to action بخشی از سایت است که از کاربر انجام عملی را درخواست میکند. مشهورترین درخواست ها شامل "همین حالا خرید کنید (buy now)" و بیشتر بدانید (learn more)" میباشند. مطمئن شوید که تمامی درخواست ها در وبسایت شما مشخص و برجسته بوده، دارای اندازه ی مناسب برای یک پیغام بوده و حجم مناسبی دارد. همچنین مطمئن شوید که در بالای "چین (fold)" سایت شما قرار گرفته باشد، تا کاربر نیاز به اسکرول سایت شما برای توجه به آن نداشته باشد. درخواست های موثر، یکی از مهمترین عوامل برای تبدیل یک بازدید کننده به یک خریدار یا درگیر کردن یک کاربر برای رفتن به قدم بعدی میباشد.

Sean Wilson MD, Sage Pay Ireland

۲۵- اینترنت را برای ساختن کسب و کار آنلاین خود به کار گیرید

برای خرده فروشی، آنلاین نمودن فروشگاه شما سودمند است ولی اغلب دوندگی برای تجارت خشت و ملات با فروش آنلاین به فراموشی سپرده میشود. ما بارها به خاطر تعدد شرکت های خرده فروشی که درباره جمع آوری ایمیل های مشتریان در POS و پیگیری دریافت فیدبک درباره محصولاتشان قصور میکنند، متعجب شده ایم.

Chris Byrne Founder of Newsletter.ie

۲۶- از رسانه های جمعی برای شناساندن شخصیت برند خود استفاده کنید

از زمانی که ما در سال ۲۰۰۸ کار خود را شروع کردیم، برای معرفی کسب و کار خود و ارتباط با مشتریان بالفعل و بالقوه مان به رسانه های جمعی تکیه نمودیم. رسانه های جمعی ابزاری با بهای خارج از تخمین و تصور هستند، نه تنها برای به وجود آمدن و به رسمیت شناخته شدن نام شما، بلکه برای گوش فرا دادن به مشتریان، قرار دادن محصولات و پیامهای شما در جای خود، با توجه به نظرات مشتریان، و به دست آوردن شخصیت برند شما در سراسر بازار. من باور دارم که رسانه های جمعی در صورتی که فیلتر نشوند و هیچگونه انگیزه ای در آنها پنهان نشود، در موثرترین حالت خود قرار میگیرند. خودتان باشید، به دنیا نشان دهید که راجع به چه چیزی هستید، و به چیزهایی که مردم نیاز به گفتنشان دارند گوش فرا دهید.

Michael Kane Chief Taster, Curious Wines

۲۷-وبلاگ نویسی میتواند کسب و کار شما را پیش ببرد

تا به امروز، رسانه های جمعی بزرگترین دارایی ما به شمار آمده است. رسانه ها، ما را برای مردم شناخته شده میکنند. وبلاگ نویسی ما به طور اخص، کسب و کارمان را پیش برد و به من کمک کرد تا اولین کتابم، **Irish Property Buyers Handbook**، را در ۲۰۱۱ منتشر کنم. من ورژن ۲۰۱۲ این کتاب را به همراه دو ایبوک بیزینس درباره ی هوش رقابتی و پیش مذاکره در حالت دستی و دیجیتال منتشر نمودم.

Carol Tallon

Managing Director, Buyers Broker Ltd

۲۸- نشان دهید و بگویید

گفتن و نشان دادن اینکه شما چه کاری میکنید بهترین نوع تبلیغ است. به صحبت کردن در کنفرانس ها توجه کنید، آموزش کسب و کار را فراهم کنید و در صحنه نت فعال باشید. سپس شما میتوانید دانش و تخصص خود و حتی محصول خود را به مخاطب نمایش دهید.

John Crawley

Owner, The Finance Expert

۲۹- نام دامین درست را ثبت کنید

اگر یک ایده ی کسب و کار دارید، ولی نمیتوانید آنرا به اجرا بیاورید، با سرعت هرچه تمام تر نام دامین آنرا به نام خود ثبت کنید. انتخاب یک نام مناسب برای دامین یکی از مهمترین تصمیماتیست که برای برندسازی میبایست گرفته شود. هر زمان که ممکن بود، نام شرکت خود را به عنوان URL اصلی خود ثبت کنید، زیرا این نام اولین نامیست که مردم در زمان دنبال کردن شرکت شما در موتورهای جستجو وارد میکنند. ولی قبل از این کار تحقیق کنید که نام مذکور قبلا توسط هیچ شخصی به عنوان علامت تجاری ثبت نشده باشد. شما همچنین میتوانید نام محصولات/خدمات خود را به عنوان آدرس های اضافی ثبت کنید.

Sally Tomkotowicz

Marketing Manager, Register365

۳۰- برای کسب و کار خود یک برند بسازید

ما در تغییر علامت تجاری سرمایه گذاری نمودیم (با وجود تمامی موقعیت های دشوار بازار، زمانی که انفعال باعث سرمایه گذاری بر برندهمان شد، متوجه ارزش ذاتی آن شدیم. این سرمایه گذاری فوق العاده گرانبها بوده است) ما الآن یک پیام دقیق، مختصر و نامتناقض داریم که ما را برای دسته بندی نمودن نقاط فروش منحصر به فردمان برای مشتریان بالقوه توانمند میکند.

Sinéad Hayes

Sales & Marketing Manager, Advent

۳۱- برند کسب و کار خود را آزمایش کنید.

هویت برند کسب و کار خود را با دقت بسازید و در هر بار تحویل نقطه تماس (touch point) آن را آزمایش کنید. اینها چند سوال ساده هستند که شما از خودتان درباره برندتان بپرسید. آیا تصویر شرکت شما، خدمات/محصول ارائه شونده اش را به درستی نشان میدهد؟ آیا تصویر شرکت شما برای ارتباط موثر با بازار هدفتان توانایی لازم را دارد؟ واژه ی "برند" بر حسب ساختن یک کسب و کار وارد شونده، با اشاره به کسب و کار و نسبت بازگشت سرمایه ی بازاریابی برای شما و شرکت شما چه مفهومی دارد؟

Vincent Scanlon

Owner B2B Signs & B2B Print & Director at Marketing Institute of Ireland

در گوگل، کاربرانی در سرتاسر کشور وجود دارد. به عنوان مثال کسی که فعالانه به دنبال برند، محصول یا خدمات شما می‌گردد. آنها را تسخیر نموده، به مشتری تبدیل کنید. بالا رفتن رتبه در گوگل یک انتخاب نیست، اجبار است، علی‌الخصوص اگر یکی از جریان های اصلی درآمد شما اینترنت باشد. مراقب و کیلانی که به شما رتبه ی اول در گوگل را از راههای غیر اخلاقی وعده میدهند باشید. خلاصه اینکه: همین حالا بر روی موتورهای جستجو سرمایه گذاری کنید، زیرا الان دیر است، ممکن است رقبای شما پیشتر این کار را انجام داده باشند.

Gavin Duff
Amplify Marketing





فرآیندهای کسب و کار:

۳۳- فرآیند خرید مشتریان خود را بهینه سازی کنید

قیف اکتساب مشتری خود را بازبینی نموده و نقاطی که مشتریان بالقوه تان در آنها ریزش میکنند را پیدا کنید. شاید شما در ابتدای کار بیش از حد تقلا میکنید و مشتری کافی برای سایت خود به دست نمیآورید و یا شاید مشکل شما جلوتر از قیف باشد. با بررسی فرآیند خود، شما مواردی که در آنها نیاز به رشد دارید را خواهید شناخت.

Robert McNamara Senior Account Manager, Sage Ireland

۳۴- برای راه اندازی یک نیروی کار همراه (mobile workforce) از ابر (cloud) استفاده کنید

در یک حرکت برای بهبود راندمان، ما بسیاری از فرآیندهای شرکتمان را به یک ابر (cloud) منتقل کرده ایم. دیتابیس شرکت ما مبتنی بر ابر است، بنابراین شما میتوانید از همه جا به آن دسترسی داشته باشید. این یعنی مشاورین ما میتوانند اطلاعات حیاتی ای را از هر جای ایرلند یا دنیا برایمان ارسال کنند. همچنین ما تمامی ارتباطاتمان را به ابر منتقل کرده ایم. این امر به مشاوران ما اجازه میدهد که نامه های خود را به وسیله ی تلفن همراه، تبلت، لپتاپ، کافی نت و کامپیوتر خانگی برایمان بفرستند. به دلیل اینکه بسیاری از مشاوران ما اغلب در حال سفرهای کاری هستند، این کار باعث تبدیل زمان عبور و مرورشان به زمان کاری میشود.

Gary Mullan Owner, Prosperity Recruitment

۳۵- برای پشتیبانی از فرآیندهای کسب و کار خود ابزارهای مناسب را به کار ببرید

ما انرژی زیادی برای فرآیند پشتیبانی و سرمایه گذاری خود گذاشته ایم. وجود ابزارهای مناسب برای پاسخگویی به مشتریان به سرعت باعث رشد شهرت ما به عنوان شرکتی پاسخگو شد.

Chris Byrne Founder of Newsletter.ie

۳۶- تکنولوژی را به کار ببندید

پیشتر تکنولوژی به عنوان یک مانع بر سر راه ورود به بازار به حساب میامد. هیچ شرکت کوچکی توانایی سرمایه گذاری بر روی پردازنده های مرکزی، رشد نرم افزاری و ابررایانه ها را نداشت. در حال حاضر این مشکلات وجود ندارد. ابر، اوپن سورس و قانون مور تمامی اینها را تغییر داده اند. تکنولوژی یک کالاست، کالایی که همه باید داشته باشند. از روش لیست نمودن مشخصات فرآیند کسب و کار (بخش بندی نمودن فرآیند به کوچکترین اجزای ممکن) بهره ببرید و ببینید در چه مراحل می توانید تکنولوژی و یا برون سپاری را اعمال کنید. هر چیز روتینی را میتوان به عدد و رقم تبدیل نمود. فقط به هسته ی هر چیزی که بتواند شما را منحصر به فرد، خاص و متفاوت کند بپیوندید. بر روی ذخیره سازی اطلاعات و فراگرفتن همه چیز درباره مشتریانانتان تمرکز کنید. این کار هزینه ها را کاهش داده، شما را مقیاس پذیر نموده و کارتان را لذتبخش تر میکند.

Ron Immink Co-founder of Small Business Can and CEO of Bookbuzz

تغییر همیشه سخت بوده و هیچ کس واقعا آن را دوست ندارد، ولی این سوالیست که برای تصمیم گیری درباره انجام تغییرات، متعهد شدن برای ایجاد بدعت در کار و اعتماد نمودن به سیستم جدید میباشد. (committing question of deciding to go for it, but it's a). این موضوع فقط درباره ی خرید تکنولوژی صادق نیست، بلکه درباره ی خرید در داخل (into) آن، صرف زمان برای یادگیری مسائل جدید (بازاریابی دیجیتال، مانند فروش آنلاین) و پیوند خوردن با آن است. منابع اطلاعاتی بسیار برجسته ای درباره کسب و کارهای نوآورانه وجود دارد که بیشتر از پول، به زمان برای سرمایه گذاری نیاز دارد ولی الان باعث به وجود آمدن مزایا و مقاومت در برابر رقبا میشود.

Joan Mulvihill CEO, Irish Internet Association

۳۸- کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری خود را بسنجید

یکی از کارهای یک مدیر این است که تیم خود را رهبری نموده، راه را به آنها نشان بدهد که چرا ارائه ی خدمات عالی به مشتری مهم بوده و مطمئن شود که سنجش کیفیت خدمات ارائه شده به مشتری یکی از اجزای فرآیند کسب و کار است. اگرچه شما ممکن است فکر کنید که مشتری مداریتان در حد عالی ای قرار دارد، ولی اگر راهی برای ثبت و سنجش میزان مشتری مداری خود نداشته باشید، نمیتوانید مطمئن باشید که در حد بالایی قرار دارید و نمیتوانید مشتری مداری خود را رشد دهید.

Michael Thompson Accounts Production Support Team Manager at Sage Ireland

۳۹- خودتان را با نام و آوازه ی نیکو مشهور کنید

در کسب و کار ما شما فقط به اندازه ای خوب هستید که آخرین مشتریانتان میگوید- کلماتی که از دهان مردم بیرون میآیند و نگهداری از شهرت خوب ما جزئی حیاتی از استمرار کسب و کار ماست. کشت یک شهرت خوب و تدارک یک خدمات خوب اهمیتی حیاتی دارد. ما دریافته ایم که اگر برای شخصی کاری انجام دهیم که فقط برای همان شخص خوب باشد، حداقل ده برابر به خاطر حسن نیت و در بیزینس های بازگشتی برایمان عایدی خواهد داشت. ما به کسانی که مشکلات درآمدی داشته اند کمک کرده ایم، ما مدرسه ی محلی خود را برای حفظ کتابهایش کمک کرده ایم، ما به موسسات خیریه کمک کرده ایم- اثرات تمامی این کارها تا ابد خواهند ماند، ولی ما این کارها را برای شهرت خود انجام داده ایم.

Tom Holmes Ballymount Accounting

۴۰- بهره ور باشید

آیا کسب و کار شما با بیشترین راندمان ممکن کار میکند؟ آیا یک نفر میتواند کار دو نفر کارمند را انجام دهد؟ آیا زمان هدر شده دوبرابر حد لازم است یا فرآیندهای دستی ای وجود دارد که میتوان آن ها را اتوماتیک کرد؟ ما شیوه ی فروش خودمان را رشد داده ایم، و شیوه ی جدید آزمون ها را با موفقیت پشت سر گذاشته است. ما سیستم مدیریت ارتباط با مشتریانتان را به صورت درون خانگی (in-hous) کرده ایم تا در فرآیندی که دنبال میکنیم انعکاس یابد. این کار به افراد یک مسیر شفاف را ارائه داده، به مدیر نیز تصویری ضروری از آنچه در حال رخ دادن است میدهد. دانستن اینکه فرآیندها به طور مداوم پیگیری میشوند بدین معناست که کارایی به راحتی سنجیده میشود و به راحتی میتوان چیزهایی را که کار نمیکند نیشگون گرفت (tweak).

Sinéad Hayes Sales & Marketing Manager, Advent



سرمایه گذاری:

۴۱- گردش پول، پادشاه است

بسیار حیاتیست که یک کسب و کار گردش مالی خود را در همه زمان ها، چه زمان های خوب و چه زمانهای بد حفظ کند. شما نیاز دارید که درک کنید چه وقت و به چه صورت پول در می آید. شما میتوانید این کار را با آماده سازی برای پیش بینی های درآمد انجام دهید تا بفهمید که تغییرات درآمدتان در ماههای آینده چگونه خواهد بود. با انجام این کار شما میتوانید برای آینده آماده باشید. همچنین شما باید تلاش کنید که ورودی ها را شتاب ببخشید و خروجی ها را کند کنید. شما میتوانید این کار را با آزمایش کردن راههای نقد کردن طلب ها مانند تخفیف پرداخت زود هنگام، فاکتور آئی یا بررسی شرایط اعتباری انجام دهید. شما همچنین میتوانید ارزش سهام خود را با تخفیف دادن بر سهامهایی که فروش آنها کند صورت میگیرد کاهش دهید. برای به صفر رساندن خروجی ها، درباره ی شرایط گسترش اعتبارات از کارپردازان تحقیق کرده، و یا یک قرارداد جدید با آنان تنظیم کنید.

David Merrigan

Commercial Finance Manager, Sage Ireland

۴۲- حجم برای غرور، سود برای سلامت عقل

کسب و کار ما یک نمونه بارز است که تعداد کمی مشتری پر ارزش دارد و همواره میخواهد پایه مشتریان (customer base) خود را رشد دهد. بسیاری از مدیران حتی با قبول خطر حاشیه اعتبار بر روی بیشتر شدن حجم کسب و کار خود تمرکز میکنند. اگر معامله ای به خاطر شایستگی خود دارای سودی نباشد، معامله ای اشتباه است. برای بیشتر شدن حجم تخفیف ندهید.

Robert Baker

Founder & CEO, Baker Security & Networks.

۴۳- قبول کردن (Compliance) مهم است

برای تمامی پرداخت کنندگان مالیات (اشخاص حقیقی و حقوقی) لازم است که از مهلت پرداخت مالیات باخبر بوده و از شرایط مالیاتی که برای پرداخت آن اظهارنامه پر کرده اند تمکین کنند. با پیاده سازی خدمات درآمد آنلاین (ROS) تعامل بین مالیات دهنده و اداره درآمد رشد زیادی کرده است ولی لازم است که وکیل مالیاتی و کسب و کار شما در ROS ثبت شده باشند. اینکار به شما اجازه میدهد که مهلت های پرداخت، بدهی ها و تاریخچه ی مالیاتی خود را در هر لحظه ببینید و همچنین اطلاعیه های مهم را به راحتی از اداره درآمد دریافت نمایید.

Mark Ryan

Director, Quintas

۴۴- به مشتریان خود یک ساختار قیمت گذاری با پرداخت قسطی را عرضه کنید

چیزی که من از سال ۲۰۰۸ حس میکنم این است که نگهداری از یک درآمد ثابت به مرور سخت تر میشود و این موضوع بیش از هر چیز به احساس مشتریان از سختی پرداخت یکجا بازمیگردد. من در تمامی پیشنهادهایم گفته ام که ساختار قیمت ها با پرداخت عادی بوده، ماهیانه قسط بندی شود. اینکار باعث نگهداشت جریان درآمد شما میشود. برای مشتریان، مقادیر کمتر پول راحت تر پرداخته میشوند. قسط بندی قیمت ها به مشتریان نشان میدهد که شما مسئولیت پذیر، انعطاف پذیر و فهمیده هستید. همچنین، اثر مثبتی بر روی رابطه ی شما دارد.

Christina Giliberti

Owner, CG Online Marketing

۴۵- همه چیز را به همان صورتی که هست قبول نکنید

چیزها را طوری طراحی کنید که باید باشند، طرح بریزید و سپس اجرا کنید تا خلق کنید. برای مثال، ما از عهده ضوابط و شرایط پرداختی که به صورت استاندارد در صنعت ما وجود داشت برنمیامدیم. بنابراین برای خودمان را طراحی کردیم. تازه واردین به بازار سیستم ما را پذیرفتند، و سیستم ما استاندارد صنعتی جدیدی برای عاملان خرید شد.

Carol Tallon
Managing Director, Buyers Broker Ltd.

۴۶-KCD (هزینه ها را پایین نگاه دارید)

تمامی شرکت ها میبایست در یک تجزیه و تحلیل ریشه و شاخه ای ثابت برای هزینه ها باشند، ولو اینکه در حال تقلا برای بقا نباشند. مردم فراموش میکنند که حتی در سالهای رونق اقتصادی، بسیاری از کسب و کارها به دلیل بیشتر شدن خروجی ها نسبت به ورودی ها ورشکسته میشوند.

Gary Mullan
Owner, Prosperity Recruitment

۴۷- هزینه ها را در ابتدای فرآیند (back-end) قطع کنید

هیچ وقت زمان بهتری برای بالا بردن راندمان و کوچکتر شدن وجود ندارد. این به معنای این نیست که شما کیفیت را در انتهای فرآیند (front-end) از بین ببرید، این چیز است که مشتریان هنوز میخواهند. هزینه ها را در ابتدای فرآیند قطع کنید. شما ممکن است از تعداد شرکت های بدون آی تی شگفت زده شوید، شرکت هایی که قسمت های آی تی ای را که نیاز نداشته اند تعطیل کرده اند، یا به مشاوران خارج از شرکت هزینه پرداخت میکنند تا سرور های آنها را زنده نگاه دارند. این هزینه ها میتوانند با انتقال به ابر قطع شوند.

Robert Baker
Founder & CEO, Baker Security & Networks.

۴۸- پرداخت را برای مشتریان خود آسان کنید

در بسیاری موارد این حوزه ای از بیزینس است که کمترین میزان بهینه سازی را دارد و به ضرر است. چند سال قبل ما یک مدل فریمیوم (freemium model) با پرداخت آنلاین به کسب و کار خود اضافه نمودیم که باعث شد تعداد مشتریان ما به ۵۰۰۰ عدد، تنها در یک سال برسد.

Chris Byrne
Founder of Newsletter.ie

۴۹- سنت به سنت پول ها را زیر حساب ببرید

زمانی که با تامین کنندگان و فروشندگان معامله میکنید، از آنها درخواست کنید که اگر میتوانند مخارج را قابل حسابرسی و اندازه گیری نمایند. چنین چیزی برای کسب و کارهایی خدماتی را ارئه میدهند نیز توصیه میشود. شرکت ها نیازمند بررسی مزیت های سرمایه گذارشان هستند. پاسخگویی و آنالیز دیتا در واقع میبایست قلب تمامی برنامه ریزی های ارتباطی باشد و نتایج ملموس میبایست از تمامی فعالیت ها حاصل شود.

Jason Nebenzahl
Managing Director, PHD Ireland

۵۰- با بستن کاران (به ویژه اداره مالیات) در اسرع وقت تماس حاصل کنید

زمانی که یک بیزینس برای پرداخت بدهی هایش به مشکل برمیخورد (که شامل تامین کنندگان تجاری، بانک، اداره مالیات و غیره میشود)، تماس و صحبت درباره وضعیت موجود با آنها در اولین فرصت ممکن بسیار مهم است. تجربه به ما نشان میدهد که برقراری تماس اولیه توسط بدهکار و توضیح درباره وضعیت به وجود آمده بسیار بیش از این نشان دهنده ی حسن نیت است که طلبکار از محل دیگری به مشکل به وجود آمده پی ببرد. بر طبق تجربه ی ما پس از اطلاع دادن مشکل اولیه به طلبکار، درخواست نمودن تعویق مهلت پرداخت از او، آسان تر و مستقیمانه تر خواهد بود.

Tom Holmes

ترجمه شده توسط : مدیران ایران

www.modiriran.ir

