



مقیاس پذیری/گسترش پذیری کسب و کار چیست؟ مقیاس پذیری کسب و کار به معنای انعطاف پذیری در تمام جنبه های عملیاتی است که با کسب و کار رشد می کنند و شامل مواردی همچون حسابداری، شرایط بازاریابی و حتی سیستم تلفن شما هستند. اما مزایای داشتن یک کسب و کار مقیاس پذیر چیست؟

ما قصد داریم برخی ایده های عملی در این زمینه را عنوان کنیم تا با قرار دادن کسب و کار کوچک خود در مسیر درست، روی موفقیتی سرمایه گذاری کنید که برای رسیدن به آن سخت در تلاش هستید. همچنین فراموش نکنید که برای موفقیت و گسترش پذیری کسب و کار خود روی سامانه تلفن مجازی موسوم به VoIP باید حساب ویژه ای باز کنید. این سامانه ها شما را از ددرسرها و هزینه های سنگین راه اندازی یک مرکز تماس نجات داده و مزایای متعددی را برای شما به همراه می آورند که ما در این مقاله به برخی از این مزایا در کنار راهکارهای گسترش پذیری اشاره خواهیم داشت.

اگر شرکت خودتان را دارید یا اینکه به تازگی گام هایی را در مسیر راه اندازی استارت آپ رؤیایی خود برداشته اید، به احتمال زیاد آینده روشنی را تصور می کنید. آدم های بلندپرواز همیشه اهداف جاه طلبانه ای دارند و ایده یک کسب و کار کوچک می تواند در نهایت به یک شرکت بزرگ بیانجامد. باید صادقانه بگویم ایده های خاص ظرفیت بیشتری برای مقیاس پذیری و گسترش دارند. با توجه به مواردی که عنوان می کنیم، می توانید شانس خود را برای رشد واقعی کسب و کار ارزیابی کنید.

1- مقیاس پذیری کسب و کار فعلی شما

نگاهی به کسب و کار فعلی خود بیندازید. اگر کسب و کار بر پایه مهارت یا استعداد خاص مالک آن باشد، مقیاس سازی دشوارتر خواهد بود. این کسب و کار تنها می تواند در محدوده ظرفیت و استقامت آن فرد رشد کند. خدماتی که توسط کارشناسان ارائه می شوند، تقریباً مقیاس ناپذیرند. مهارت آموختنی است، اما آموزش و ارتقای کیفیت مستلزم صرف زمان و منابع است. یک کسب و کار مقیاس پذیر واقعی، کسب و کاری است که ضمن پایین نگه داشتن هزینه های حاشیه ای، درآمد را افزایش دهد و با دخالت کمتر مالک کسب و کار به طور مؤثر کار کند. از رایج ترین کسب و کارهایی که پتانسیل خوبی برای گسترش پذیری دارند، به موارد زیر می توان اشاره کرد.

- **نرم افزار:** یک نمونه مشخص و کلاسیک از کسب و کار مقیاس پذیر است. وقتی محصول آماده است، نسخه های اضافی با هزینه های بسیار کمتری عرضه می شوند.

- **تجارت الکترونیک:** هر محصول یا سرویسی که از طریق اینترنت عرضه می شود، مقیاس پذیر است. کسب و کارهای اطلاعاتی، وبینارها و انواع خدمات مشاوره ای را می توان با استفاده از دوربین و میکروفون اسکایپ به جمع کثیری از

افراد منتقل کرد.

- **محصولات تکرارشونده:** شبیه به مورد قبل هستند. امروزه فروشگاه‌های آنلاین به شکل مطلوبی با مراکز خرید رقابت می‌کنند. گسترش مناطق تحویل کالا و تنوع محصول دو موردی هستند که باید به عنوان فرصت‌هایی برای مقیاس‌سازی در نظر گرفته شوند.

- **شبکه‌های اجتماعی:** فیس‌بوک، توئیتر و اینستاگرام؛ به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی همانند هر سکوی جدیدی برای به اشتراک گذاشتن عکس‌ها و احساسات مورد استقبال هستند. همین چندی پیش، در سال 2015 بود که سر و کله پریسکوپ (منبع اشتراک‌گذاری ویدئو در سراسر جهان) و The League (برنامه دوست‌یابی برای نخبگان) پیدا شد.

- **دانلودها:** موسیقی، کتاب‌ها، بازی‌ها و اپلیکیشن‌ها شبیه مقیاس‌پذیری نرم‌افزار هستند. اپی که برای اولین بار اجرا می‌شود را می‌توان در یک روز هزاران بار دانلود کرد.

- **تولید خطی:** اکثر فرآیندهای مربوط به تولید کالاهای خطی خودکار هستند. هزینه خالص نسبتاً پایین است، اما همیشه روی کیفیت نظارت دقیق وجود دارد. هرگز انتظارات مشتریان را نادیده نگیرید، چون موجب وفاداری آن‌ها به شما می‌شود. به طور مثال، شخصی که به فروشگاه مک‌دونالد مراجعه می‌کند، همواره انتظار دارد تا همان همبرگر بزرگی که در گذشته آن را خرید می‌کرده است دریافت کند.

2- جلب توجه سرمایه‌گذاران

برای سرمایه‌گذاران، بهترین ایده‌های کسب و کارهای کوچک ایده‌های مقیاس‌پذیر هستند. استارت‌آپ‌هایی که پتانسیل بالایی برای رشد و توسعه دارند، حامیانی را به دست می‌آورند. بازیگران قدرتمند این عرصه فقط به صحبت اکتفا نمی‌کنند. آنان به یک طرح تجاری و مالی معتبر اعتقاد دارند. سود بالا، حداقل بودن تعداد کارمندان و پشتیبانی کم، معیارهای اصلی کسب توجه سرمایه‌گذاران هستند. شما محصول خود را به چند بازار می‌توانید عرضه کنید؟ سرمایه‌گذاران روی استارت‌آپ‌هایی سرمایه‌گذاری می‌کنند که می‌توانند در سراسر جهان گسترش پیدا کنند. مفهوم کسب و کار خود را به گونه‌ای ارائه دهید که برای حامیان مالی جذاب باشد. اما چگونه در کسب و کارهای کوچک سرمایه‌گذاری کرده و سرمایه‌گذار پیدا کنیم.

3- مشارکت

سعی کنید یک رابطه کاری مطمئن با دیگر بازیگران این عرصه در بازار ایجاد کنید. می‌توانید با هم به عنوان مجریان کم‌تجربه ایده‌های کسب و کاری کوچک، تجربیات خود را به اشتراک بگذارید و درباره مسائل مربوط به بحث بنشینید. همکاری و برون‌سپاری هزینه‌ها را کاهش می‌دهد و زمان را برای توسعه کسب و کار فراهم می‌سازد. حتی غول‌های بازار هم همکاری را بیشتر از رقابت می‌پذیرند. در سال 2006، نایک و اپل مشارکت خود را اعلام کردند. محصولات حاصل از اتحاد این دو شرکت، دستگاه‌های تناسب اندام هستند که با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. همکاری و مشارکت با شرکت‌های دیگر فعال در بازار یک رویکرد پیش‌رونده است. مزایای این کار بیشتر از سبقت گرفتن از آن‌ها است. به علاوه، فرانسیز یک روش اثبات شده برای مقیاس‌بندی است. فرانسیز یا حق امتیاز گونه‌ای از کسب و کار است که بر پایه آن به یک شرکت اختیار داده می‌شود که تولیدات یا فرآورده‌های شرکت دیگر را بفروشد و در برابر آن مبلغی دریافت کند که به این مبلغ فرانسیز می‌گویند.

4 - بازاریابی

اگر می‌خواهید کسب و کار کوچک شما به رهبر بازار تبدیل شود، یعنی بیشترین سهم از فروش یک کالا را در اختیار داشته باشد و بیشترین کنترل را بر بازار اعمال کند، از داشتن یک راهبرد بازاریابی کارآمد غافل نشوید.

یک استارت‌آپ باید به سرعت مورد توجه قرار گیرد. البته منظور راه انداختن کمپین‌های تبلیغاتی و تبلیغات محلی برای جذب مشتریان نیست. بلکه منظور پیوستن به یک بازار جهانی و دسترسی به کنفرانس‌های کسب و کار و همچنین شرکت در کارگاه‌های آموزشی است. در این کنفرانس‌ها شبکه‌های ارتباطی و آشنایی‌های درست در حوزه‌های مختلف انجام می‌گیرد.

برای نمونه، لینکدین، سکوی غنی از اطلاعات، انجمن‌ها و رویدادها است. روی برند تجاری خود سرمایه‌گذاری کنید.

این یک دارایی ارزشمند است که شما و ویژگی شما را معرفی می‌کند. علامت تجاری باید ساده و قابل توجه باشد. بازاریابی یک فرآیند دائمی است. خط تولید خود را به طور مداوم به‌روزرسانی کنید. به این ترتیب، می‌توانید مشتریان جدیدی جذب کنید و نوآور و خلاق باشید. بازخورد مشتریان را دریافت کنید و روی واکنش و پاسخ‌های آنان کار کنید. مردم از کسانی خرید می‌کنند که به آن‌ها اعتماد دارند. به‌خاطر داشته باشید «بدون مشتری، کسب و کار ندارید، فقط سرگرمی دارید.»

5 - راهکارهای خودکارسازی

فرآیندهای کسب و کار خود را ارزیابی کنید. همیشه مراحل تکراری و فعالیت‌های مدوری وجود دارند که می‌توانید آن‌ها را خودکارسازی کنید. این کار موجب می‌شود وقت آزاد بیشتری داشته باشید و روی رشد کسب و کار تمرکز کنید. ساعت کاری کارکنان را به حداقل برسانید. برای مثال، به‌جای وارد کردن اطلاعات و تنظیم قرار ملاقات‌ها به‌صورت دستی، روی سیستمی سرمایه‌گذاری کنید که فرآیند کار را برای کارمندان آسان کند. کارمندان تازه وارد را می‌توان به‌سرعت آموزش داد و بدون تأخیر وارد جریان کار کرد. کارلا مارتینز رئیس سابق HICKES (فروشگاه کفش کتانی)، دلیل موفقیت خود در مقیاس‌سازی را نتیجه «خودکار کردن همه کارها» می‌داند. HICKES از نرم‌افزار Zapier برای خودکارسازی جریان کار استفاده کرد. Zapier به‌صورت خودکار و بدون کدگذاری اضافی، داده‌ها را بین اپ‌های وب انتقال می‌داد. با این کار تمام فرآیندها سریع‌تر شدند. کسب و کاری که خدمات ارائه می‌دهد، بر اساس تعدادی کارشناس، حجم کار و کارایی آنان شکل می‌گیرد. برای مقیاس‌سازی این نوع کسب و کارها، کارآفرین باید به‌طور خاص روی خودکارسازی تمرکز کند. این کار می‌تواند به درآمد اضافی با ساعات کاری کمتر منجر شود.

6 - پایه و اساس محکم

وقتی کسب کار خود را راه‌اندازی کردید، بهترین فرصت است تا به فکر محکم کردن زیرساخت‌ها باشید و برای این کار سرمایه‌گذاری کنید. از راه حل‌های نرم‌افزاری سریع و ارزان‌قیمت اجتناب کنید، چون آنقدر قدرتمند نیستند که برای رشد و توسعه کافی باشند. بهترین نرم‌افزار، نرم‌افزاری است که مناسب ایده یک کسب و کار کوچک باشد و بتواند هنگام توسعه کسب و کار از آن پشتیبانی کند و قادر به حفظ و نگهداری یک سازمان بزرگ در هنگام استفاده از به‌روزرسانی‌های منظم باشد. سیستم کارآمد برنامه‌ریزی منابع سازمانی (ERP)، نرم‌افزار تجارت الکترونیک یا سکویهای ارتباطی برای اکثر فرآیندهای کسب و کار، خودکارسازی ارائه می‌دهند. این کار اساس مقیاس‌پذیری کسب و کار است.

7 - تیم

بدون شک تمام تلاش خود را برای تحقق ایده کسب و کار کوچک خود به کار می‌گیرید، اما حقیقت این است که اداره یک کسب و کار بزرگ می‌تواند برای مالک آن طاقت‌فرسا باشد. شما نمی‌توانید همه‌چیز را کنترل کنید و همه‌جا باشید. کسب و کار مقیاس‌پذیر یعنی خودتان را کمتر درگیر فرآیندهای کاری کنید و نقش شما بیشتر و بیشتر به یک ناظر سطح بالا تبدیل شود. یک تیم قوی تشکیل دهید تا نهایت تلاش خود را به کار گیرند. افراد مناسب را استخدام کنید. این گونه می‌توانید بدون دخالت در تصمیم‌گیری‌های کوچک کسب و کار را مدیریت کنید. بهترین ساختار یک شرکت، ساختاری ساده و کارآمد است تا آدم‌های مورد اعتماد موقعیت‌های پیش‌روی داشته باشند. مالک کسب و کار به عنوان رئیس شرکت، باید روی نقاط قوت اصلی و مسائل مهم تمرکز کند. در مسیر رشد و توسعه، نگذارید شکست‌ها شما را از پای درآورند. در عوض، از شکست‌های خود درس بگیرید. رؤیاهای بزرگ داشته باشید و اجازه ندهید کسی در این مسیر سد راه شما شود.

منبع:

[mightycall](#)

تاریخ انتشار:

26 تیر 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/are-network/12630/%DB%B7-%D8%B1%D8%A7%D9%87%DA%A9%D8%A7%D8%B1-%D8%AC%D8%A7%D8%AF%D9%88%DB%8C%DB%8C-%D8%A8%D8%B1%D8%A7%DB%8C-%DA%A9%D9%85%DA%A9-%D8%A8%D9%87-%DA%AF%D8%B3%D8%AA%D8%B1%D8%B4%E2%80%8C%D9%BE%D8%B0%DB%8C%D8%B1%DB%8C-%DA%A9%D8%B3%D8%A8-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%AA%D8%A7%D9%86>