



چه در مراحل ابتدایی شروع کسب و کار خود باشید و چه در میانه راه، تعریف تمام جوانب کسب و کارتان -از اهداف گرفته تا مشتریها و مسائل اقتصادی- بسیار مهم است. در ابتدای مسیر، ممکن است به روش کسب و کار مانند سایر چیزهای انتخابی مثل انتخاب نام کسب و کارتان نگاه کنید؛ اما حقیقت این است که طرح کسب و کار نیاز به بررسی‌های بسیار بیشتری دارد. در ادامه شما را با جزئیات ساخت یک طرح کسب و کار آشنا می‌کنیم. همراه ما باشید.

طرح کسب و کاری تنظیم کنید که عملی باشد

طرح کسب و کار باید شامل جزئی‌ترین تعاریف مربوط به کسب و کار شما باشد؛ از ساختار اجرایی گرفته تا محصولات، اهداف و سایر چیزهای ضروری برای بهبود فروش محصولات یا ارائه خدمات. اولین حرکت این است که باید برای کسب و کار خود یک تم اصلی ایجاد کنید و یک صفحه اصلی داشته باشید که شامل نام کسب و کارتان، اطلاعات ضروری و لوگوی آن باشد.

صفحه اصلی:

صفحه اصلی جایی است که اطلاعات شما به جامع‌ترین شکل در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد و شامل نام، لوگو و اطلاعات اصلی کسب و کار شما است. صفحه اصلی میتواند در قالب یک صفحه از وبسایت باشید یا کاتالوگ و رزومه کاری شرکت شما.

به این‌ها بسنده نکنید. از طراحان کمک بگیرید و صفحه اصلی خود را جذاب و رنگارنگ کنید. لوگوی خود را تزئین کنید تا صفحه اصلی شما از لحاظ بصری خاص و جذاب جلوه کند.

توضیحاتی در ارتباط با کسب و کار:

در این بخش باید بتوانید به صورت مختصر داستان شکل‌گیری کسب و کار یا هدفی که از ایجاد آن داشته‌اید را در اختیار مخاطب قرار دهید.

توضیحاتی در ارتباط با شرکت:

در حالی که در بخش قبلی باید به خدماتی که در اختیار مشتریان قرار می‌دهید اشاره شده بود، در این بخش باید به توضیح ساختار اجرایی و درونی شرکت خود بپردازید و تا حدی ساز و کار شرکت خود را نشان دهید. تدوین چنین ساز و کاری به شما کمک می‌کند با نظم بیشتری حرکت کنید و از روز اول بتوانید روند رشد خود را بسنجید.

پرسونای خریداران / قشر هدف:

پرسونای خریدار یا همان پیش‌فرض شخصیتی مشتری ایده‌آل چیزی است که به شما کمک می‌کند بتوانید تا حدی اهداف و شخصیت مشتری‌هایی که برای شما بهترین گزینه‌ها برای فروش محصولات هستند را تعیین کنید. به این ترتیب، می‌توانید محتواهایی مخصوص برای این مشتریان ایجاد کنید. پرسونای شخصیتی مشتری ایده‌آل از طریق تحقیق و مصاحبه با مشتریان ایده‌آل به دست می‌آید. این اطلاعات می‌تواند از کسب و کارهایی که قشر هدفی مشابه شما دارند نیز به دست بیاید. پرسوناها می‌توانند یک نوع باشند (اگر برای مثال شما تنها یک نوع محصول تولید کنید)؛ در برخی موارد نیز ممکن است چندین نوع باشند. همه چیز به نوع کسب و کار شما بستگی دارد.

محصولات و خدمات:

بخش محصولات و خدمات شامل تمام محصولات یا خدماتی است که شما قرار است بفروشید/ارائه کنید. قابلیت‌های محصولات و گزینه‌های خدماتی که ارائه می‌دهید هم در این بخش قرار می‌گیرد. در این بخش باید جزئیات سرویس‌ها و محصولات خود را توضیح دهید و برای آن‌ها قیمت تعیین کنید.

بازاریابی و فروش:

برای تنظیم یک طرح کسب و کار، لازم است طرحی برای بازاریابی و فروش محصولات یا عرضه خدمات خود داشته باشید. همچنین لازم است نحوه جذب سرمایه را توضیح دهید. آیا سرمایه کسب و کار شما به صورت درونی تزریق می‌شود یا از منابع بیرونی کمک می‌گیرید. ممکن است مدل کسب و کار شما در طول فعالیتتان تغییر کند، اما لازم است برای شروع فعالیت یک طرح اصلی داشته باشید.

مراحل قانونی:

ساختار قانونی کسب و کار شما تعیین می‌کند که برای ثبت شرکتتان و پرداخت مالیات‌ها به چه نحوی اقدام خواهد شد. چهار روش اصلی ثبت شرکت‌ها در بیشتر کشورهای جهان به این شکل است:

- مالکیت یگانه
- مسئولیت محدود
- سهامی عام

هر کدام از این روش‌ها نقاط ضعف و قوت خود را دارند و بهتر است پیش از اقدام برای راه‌اندازی کسب و کار در ارتباط با نحوه ثبت شرکت خود تصمیم بگیرید. ثبت شرکت به صورت مسئولیت محدود یا شراکت در بین بسیاری از کسب و کارهای نوپا محبوب است. دلیل این امر این است که این دو ساختار مصونیت قانونی بیشتری در اختیار افراد قرار می‌دهد؛ اما از طرف دیگر، این روش‌ها نیاز به طی مراحل اداری بسیار بیشتری دارند و کاغذبازی و صرف هزینه‌های جانبی جزو جدایی‌ناپذیر آن‌ها به شمار می‌آید.

چشم‌انداز اقتصادی:

چشم‌انداز اقتصادی بخشی حیاتی از راه‌اندازی یک کسب و کار به حساب می‌آید. چشم‌اندازهای اقتصادی معمولاً به صورت یک ساله تنظیم می‌شوند و شامل تخمین شما از درآمد، منابع مورد نیاز و موفقیت شما در سال کاری است. با تنظیم چشم‌انداز اقتصادی می‌توانید دریابید که تا چه حد به اهداف خود نزدیک شده‌اید و نقاط قوت و ضعف خود را پیدا کنید.

برای جمع‌آوری و مرتب کردن اسناد حقوقی خود وقت بگذارید. سودها و زیان‌ها را بررسی کنید و مجموعه کاملی از تمام اسناد مفید آماده کنید. توجه داشته باشید که باید این اسناد را وارد طرح کسب و کار خود کنید تا بتوانید گردش مالی سال آینده خود را تحلیل کنید.

اهداف و طرح موفقیت

هنگام تدوین یک طرح کسب و کار ممکن است جزئیات به قدری شما را مشغول کنند که فراموش کنید معیاری برای

سنجش موفقیت خود در نظر بگیرید. هر نوع استارت‌آپی بر اساس مدل سوددهی، مدل متفاوتی برای سنجش توسعه و موفقیت دارد. با توجه به طرح اصلی خود، معیاری برای سنجش موفقیت خود در نظر داشته باشید. این سوال کلیدی اصلی ساخت چنین معیاری است: «ظرف یک سال آینده، چه تعداد فروش باعث می‌شود احساس کنید در کار خود موفق بوده‌اید؟». لازم نیست پاسخ این سوال حتماً یک عدد خاص باشد. می‌توانید تنها رسیدن به سوددهی را یک موفقیت قلمداد کنید. به شما بستگی دارد.

هیچ وقت گمان نکنید که همه چیز آماده است. همیشه جا دارد که از این هم آماده‌تر باشید. چک‌لیست‌هایی آماده کنید و بر اساس آن‌ها پیش بروید. در طول زمان ممکن است چیزهایی به خاطرتان بیاید. هیچ وقت برای اضافه کردن موارد بعدی دیر نیست. برای کسب و کار خود نامی در نظر بگیرید؛ لوگو طراحی کنید و یک صفحه تبلیغاتی بسازید. در ارتباط با کسب و کار، اهداف، وظایف و ساختارش چند خطی آماده کنید. قشر هدف ایده‌آل خود را طراحی کنید و با توجه به پیش‌فرض شخصیتی آن‌ها محتوای مختلف تولید کنید. جزئیات محصولات یا خدمات خود را مشخص کنید و برای آن‌ها ارزش تعیین کنید. طرح فروش محصولات یا خدماتتان را آماده کنید. مراحل قانونی ثبت را با توجه به محدودیت‌ها و ظرفیت‌های خود طی کنید. برای کار خود یک چشم‌انداز تدوین کنید. منابع در دسترس را مد نظر داشته باشید و در آخر این که هیچ وقت از یادگیری خسته نشوید.

تاریخ انتشار:

27 تیر 1397

نشانی منبع:

<https://www.shabakeh-mag.com/success-and-entrepreneurship/13433/%D8%B1%D8%A7%D9%87%D9%86%D9%85%D8%A7%DB%8C-%DA%A9%D8%A7%D9%85%D9%84-%D8%B3%D8%A7%D8%AE%D8%AA-%D8%B7%D8%B1%D8%AD-%DA%A9%D8%B3%D8%A8%E2%80%8C-%D9%88-%DA%A9%D8%A7%D8%B1>