

د کارآفرین باشید

د کارآفرین باشید

شده اند و اکنون زنانی هستند که با ده اند. این، امیدی برای من و شماست. طور که بیکار نشستن خطرناک است. دلیل، تصمیم گرفتیم راهنمایی ویژه بین راهنما موفقیت شما را صد درصد تلاش بیشتر، اتکا به توانایی های خود د ا قوت!

شما و ۳ سؤال اساسی

روی صحبت ما بیشتر با شمایی است که می خواهید برای خود یک کسب و کار دست و پا کنید و بعد هم به کمک فضای حقیقی و مجازی گسترشش بدهید. یادتان باشد، راه اندازی کسب و کار راهی است که میانبر ندارد و شما نیازمند چند ابزار برای راه اندازی اش هستید. برای قدم اول لازم است چند سؤال از خود پرسید.

چه چیزی را می خواهیم تولید کنیم؟

محصول یا خدمتی که ارائه می کنی گاهی چیزی است که مردم واقعا به آن نیاز دارند؛ مانند ارائه خدمات منزل به سالمندان، که روزی فردی این نیاز را دید و کسب و کارش را راه اندازی کرد. اما افراد هوشمندی هم هستند که برای مردم نیازسازی می کنند. مثلا، روزگاری پدر بزرگ تو از اینکه بتواند با گوشی اش صحبت کند، کاملا راضی بود. اما امروز، یک گوشی همراه به دستگاہی چندکاره تبدیل شده است و بدون آن، نمی توانی بسیاری از امور روزمره را انجام دهی.

برای چه کسی می خواهیم تولید کنیم؟

این یعنی مخاطب شناسی. باید مشتری را بشناسی. سلیقه و ذائقه اش را پیدا کنی و از نیازهایش با خبر باشی تا بتوانی محصول یا خدمتی ارائه بدهی که بابتش پول پردازد.

در کجا بناست محصولم را بفروشم؟

اینجا نوبت شناخت بازار است. باید بازار و رقبا را بشناسی. توی این مرحله اگر چشم بسته عمل کنی احتمال شکست بالا خواهد بود. فکر کن وارد شهری شوی که نه زبانش را بدانی نه خیابان هایش را بشناسی، حتما گم خواهی شد.

با این ها وارد شو

ماهر شو

مهارت تنها آموزش یک فن نیست. مهارت فردی مانند مهارت ارتباط مؤثر، اصول گفت و گو و مذاکره، روش های متقاعد سازی و مهارت حل مسئله این روزها برای اهالی کسب و کار بسیار مهم است.

خود را بساز

ساده نیست اصل ساده نیست. آدمی که می خواهد وارد بازار کار شود به جز تخصص، مهارت و اطلاعات نیازمند یک سری ویژگی های فردی است. بعضی ها شانس آورده این ویژگی ها را خود به خودی دارند. بعضی هم باید تلاش کنند و ویژگی های مورد نیاز را در خودشان بسازند.

خلاق و نوآور باش

شاید مهم ترین ویژگی آدم های کارآفرین، استفاده از کو چک ترین فرصت ها باشد. فرصت های آیند و می روند، مهم این است که تو چطور تصمیم گیری با آن ها برخورد کنی!

وجه تمایزت را پیدا کن

هر انتخابی که داری از تولید محتوا تا تولید محصول یا حتی فروش اینترنتی برای زنده ماندن در بین رقبا نیازمند یک وجه تمایز هستی. وجه تمایز به تو کمک می کند تا در بازار بزرگ و شلوغ دیده شوی و در بین رقبای توی سرها بلند کنی.

پیشگو باش

مادر دوره ای زندگی می کنیم که سرعت تغییرات بسیار بالاست. برای اینکه توی این مرحله کم نیآوری لازم است که چشم انداز داشته باشی و از آینده پژوهی کمک بگیری.

متخصص باش

اطلاعات تخصصی: توی هر کسب و کاری یک سری اطلاعات تخصصی وجود دارد خودت را به آن ها مجهز کن. اطلاعات عمومی: این روزها تسلط به نرم افزارهای موبایلی و کامپیوتری و بلد بودن زبان جزو اطلاعات عمومی است.



اگر می خواهی وارد کسب و کار اینترنتی شوی این مسیر برای توست

اگر اینجا هستید یعنی مراحل بالا را طی کرده اید و با یک محصول در دست و شناخت بازار و مشتری می خواهید به کمک فضای مجازی محصول یا خدمات خود را عرضه کنید.

پیش قدم: به فکر قیمت گذاری، بسته بندی و حتی کسب مجوز باشید. یادتان باشد قیمت گذاری در فضای مجازی ممکن است با فضای حقیقی متفاوت باشد و شما مجبور شوید با عدد های پایین تری شروع کنید اما مزیت شما این است که هزینه مکان و تأسیسات ندارید.

قدم اول: فضایی که می خواهید کسب و کار خود را راه بیندازید، انتخاب کنید. اکنون چهار فضا در ایران بیشتر طرف دار دارند. اینستاگرام، فروشگاه اینترنتی، سایت ها و در آخر پیام رسان ها مثل اینتا یا تلگرام.

قدم دوم: تولید محتوای متنی و عکسی چه در سایت و چه در اینستا، شما نیازمند معرفی محصولاتتان به شکل متن و عکس و ویدئو هستید.

قدم سوم: تبلیغات و بازاریابی یا همان دیجیتال مارکتینگ در فضای مجازی بسیار گسترده است. این بخش از سپردن تبلیغ محصولاتتان به پیج های پرطرف دار تا دانستن سنو را در برمی گیرد. بهتر است اگر به این قسمت تسلط ندارید از یک اهلش کمک بگیرید.

قدم چهارم: جذب مشتری و تبدیل آن ها به مخاطبان وفادار؛ این روزها این ویژگی برای افرادی که در فضای مجازی فعالیت می کنند بسیار مهم شده است. در حقیقت مشتری ثابت که پای شما می ایستد و شما را به دیگران معرفی می کند بسیار برای کار شما مهم خواهد بود.

قدم پنجم: به روز رسانی. هیچ وقت در جائزن. برای زنده ماندن در فضای کسب و کار لازم است که مدام خودت را به روز کنی تا زنده بمانی. برای این کار می توانی با ارتباط با مشتری هایت از آن ها بازخورد گرفته و نقاط ضعف را برطرف و نقاط قوت را تقویت کنی.

