

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

کتاب راهنمای شماره ۴۳

شروع و انجام کسب و کار خدماتی

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان



از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

عنوان کتاب: شروع و انجام کسب و کار خدماتی

مترجم: کامران جانفشان

ویراستار ارشد: حمید هاشمی

ویراستار: شهاب ابومرگر

حروفچینی و صفحه‌آرایی: نرگس گل‌یاس

شمارگان: نسخه الکترونیک

تاریخ نشر: تیر ماه ۱۳۸۲

اجرا: جهاد دانشگاهی واحد کرمانشاه

نظارت و هماهنگی: اداره مطالعات و برنامه‌ریزی

بهره‌برداری و نقل مطالب این کتاب با رعایت حقوق جهاد دانشگاهی بلامانع است.

سرآغاز

برای ورود به بازار کار و فضای کسب و کار راه‌ها، روش‌ها و شکل‌های مختلفی را می‌توان برگزید و در انتخاب مناسب‌ترین گزینه که منجر به موفقیت شود تنها فرد تصمیم‌گیرنده، شما هستید و دیگران مشاور، راهنما، معلم و روشنگر هستند. بنابراین درک صحیح از راه و روش، شناخت مخاطرات و مزایای آن می‌تواند توفیق مورد نظر را تأمین کند.

برای رسیدن به موفقیت در بازار کسب و کار مراحل مختلفی برشمرده می‌شود از جمله: شناخت خود، درک فرصت‌ها و منابع پیرامونی، شناسایی فضای کسب و کار، تدوین برنامه‌ای مناسب برای اقدام و حصول به هدف مطلوب؛ بهره‌گیری از داشته‌ها، و تکرار همه مراحل پیش‌گفته برای توسعه و تعالی.

شناخت استعداد و تقویت انگیزه برای موفقیت و مدیریت بر خود، گام‌های نخستین مرحله آغازین هستند که جستجو و انتخاب الگوهای مناسب برای مراحل مختلف کسب و کار و دستیابی به اطلاعات، دانش و درک صحیح از امور، طراحی و برنامه‌ریزی برای فراهم‌سازی محیطی مناسب برای فعالیت، گام‌های پایانی آن تلقی می‌شود.

وجود فرصت‌ها، منابع ناشناخته و تفکر روی ایده‌های ناب برای بهره‌گیری از آنها، به منظور ارائه محصولات و خدمات سودآور در قالب تشکیلات و ساختاری نوین تحت عنوان، آرم و شعاری نو و با انتخاب مطلوب‌ترین تجهیزات و ابزار و اتخاذ صحیح‌ترین روند و رویه در انجام امور، با رعایت حقوق و قوانین، مرحله‌ای دیگر از مسیر کسب و کار می‌باشد.

شناخت بازار، رقبا و مشتریان و انتخاب سیاست‌هایی مناسب برای تبلیغات و جذب مشتری، به همراه جمع‌آوری، پردازش و بازتولید اطلاعات مورد نیاز برای توسعه بازار هدف و ایجاد فرصت‌های جدید به منظور توسعه کسب و کار، کمک شایانی برای حضور در بازار و رسیدن به مرحله بعد می‌کند. مرحله‌ای که در آن تدوین برنامه مالی مناسب، برآورد هزینه‌های اولیه راه‌اندازی کسب و کار، پیش‌بینی نقدینگی ضروری برای حیات کسب و کار و سرمایه‌گذاری جدید،

کاهش هزینه‌های ثابت و بالاسری، اخذ کمک‌های مالی و حسابرسی برای بقای آن لازم است. هر چند باید به واگذاری، فروش، مدیریت بحران و ورشکستگی در کسب‌وکار هم توجه نمود.

مجموعه کتاب‌های راهنمای کارآفرین زنجیره‌ای از مطالب مفید برای افرادی است که می‌خواهند از راه ایجاد کسب‌وکار، به شیوه کارآفرینانه همچون افراد موفق و برنده در فضای کسب‌وکار حضور یابند و دمی تأمل و اندیشه را بر اقدامی از روی اجبار و اضطرار ترجیح می‌دهند. این مجموعه که در قالب ۹۱ جلد کتابچه ارائه شده است ترجمه‌ای آمیخته با تألیف می‌باشد که حاصل تلاش همکاران و دوستان ارجمندی است که طی دوره همکاری خود در این کار مشارکت داشته‌اند و ذکر نام و یادآوری تلاش آنها ساده‌ترین نوع قدردانی از حضور بی‌بدیل آنان می‌باشد.

با تشکر از جناب آقای مرتضی پرهیزکار رئیس محترم سازمان که با حمایت‌های بی‌دریغ خود امکانات و شرایط لازم را برای ترجمه و انتشار مطالب فراهم کردند، و سپاسگزاری از آقای مهندس صادق یاری که با شناسایی پایگاه اطلاع‌رسانی *smallbusinessstown* متن کتابچه‌ها را برای ترجمه در اختیار قرار دادند. از آقای شیرزاد فلاح و خانم‌ها سمیه اکبری، فریده سیدی‌پور و وحیده خامی‌زاده که علاوه بر ترجمه برخی کتابچه‌ها وظیفه بازبینی، اصلاح و مطابقت با متن اصلی را بر عهده داشتند و از آقای دکتر علیرضا مهاجر که با ویرایش و روانسازی متن کمک شایانی به انتقال مفاهیم نموده‌اند، قدردانی می‌گردد. همچنین از زحمات خانم‌ها ریحانه خرازی و زهرا زارعی به‌عنوان طراحان جلد و خانم نرگس گل‌یاس که وظیفه حروفچینی و صفحه‌آرایی را بر عهده داشته‌اند تشکر می‌گردد.

امید است همه امور با اندیشه‌ای ژرف و عملی صحیح همراه باشد و با رضایت او پایان یابد.

مدیر اداره مطالعات و برنامه‌ریزی

سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهها

عنوان	فهرست مطالب	صفحه
مقدمه	۱.....	
شروع و انجام کسب‌وکار خدماتی	۲.....	
انواع کسب‌وکار خدماتی	۳.....	
چه چیز باعث می‌شود صنعت خدمات منحصر به فرد باشد	۴.....	
راهبردهایی برای توسعه خدمات	۸.....	
راهبردهای آغازین کسب‌وکار خدماتی	۸.....	
راهبردهای انجام کسب‌وکار خدماتی	۱۴.....	
شروع خدمات مشاوره‌ای	۲۰.....	
راه‌اندازی خدمات مشاوره‌ای	۲۰.....	
تلاش برای دستیابی به موفقیت، به عنوان مشاور	۲۱.....	
یک مشاور نمونه شوید	۲۳.....	
جدول ۱- نمونه نسبت‌های مالی برای کسب‌وکار خدماتی	۲۸.....	

مقدمه

کتاب‌های راهنمای کارآفرین، مجموعه‌ای به هم پیوسته، شامل ۹۱ کتاب راهنمای برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی در زمینه مشاغل کوچک است. این کتاب به معرفی کسب‌وکارهای خدماتی و انواع آن، به خصوص حرفه مشاوره به عنوان سریع‌ترین بخش رو به رشد صنعت خدمات، می‌پردازد و ویژگی‌های خاص این نوع کسب‌وکار را بیان می‌کند. همچنین، در برگزیده راهبردهای مفیدی برای شروع و انجام کسب‌وکار خدماتی می‌باشد. نمونه‌هایی از کسب‌وکارهای خدماتی که در این کتاب معرفی شده است، به شما کمک می‌کند، تا بیشتر با این نوع کسب‌وکار آشنا شوید.

شروع و انجام کسب‌وکار خدماتی

بخش خدمات سریع‌ترین بخش رو به رشد در اقتصاد آمریکا و کانادا می‌باشد که تقریباً ۷۰ درصد بازار کار را به خود اختصاص داده است. فناوری‌های جدید، درآمد بیشتر و حضور بیشتر زنان به عنوان نیروی کار، دلایل اصلی این رشد می‌باشد.

دلیل اصلی دیگر برای رشد کسب‌وکارهای خدماتی، این حقیقت است که در این بخش نیازی به نگهداری و حمل کالاهای مادی مانند خرده‌فروشی و عمده‌فروشی – یا سرمایه‌گذاری کلان در ماشین‌آلات یا کالاهای سرمایه‌ای – مانند بخش تولید – نمی‌باشد.

اغلب، علاوه بر چاپ کارت‌های تجاری و نصب آگهی‌های تبلیغاتی به اقدامات کمی نیاز است. حتی اگر لازم باشد، می‌توانید از خانه، پارکینگ یا منزل به عنوان محل کار استفاده کنید.

انواع کسب‌وکار خدماتی

شرکت‌های خدماتی، از بنگاه‌های اقتصادی شخصی کوچک تا تعاونی‌های بزرگ، مانند نمایندگی‌ها، دانشگاه‌ها و دیگر مؤسسات، با تعداد زیادی کارمند، طبقه‌بندی می‌شوند. کسب‌وکار خدماتی، ممکن است مبتنی بر تجهیزات یا مبتنی بر افراد باشند.

کسب‌وکار خدماتی مبتنی بر تجهیزات، شامل تلفنخانه‌ها، خشکشویی‌ها و خطوط هوایی می‌باشند. کسب‌وکار خدماتی مبتنی بر افراد، شامل خدمات سرایداری، سالن‌های زیبایی و دفاتر حقوقی رسمی می‌باشد.

نکته: عبارت "خدمت" در کسب‌وکار کوچک، به معنی تمرکز کسب‌وکار بر ادامه عملکرد و قابلیت استفاده محصولات فروخته شده، مخصوصاً کالاهای گران‌قیمتی مانند ماشین‌آلات، منازل، خودرو، تلویزیون و کامپیوتر می‌باشد. به عبارت دیگر، در کسب‌وکار خدماتی، عبارت "خدمت" به معنی انجام کار توسط یک شخص یا گروه می‌باشد، که به دیگران سود می‌رساند. کسب‌وکار خدماتی، خبرگی، یاری و مشاوره را در اختیار افراد قرار می‌دهد، نه کالاهای واقعی یا ملموس.

نمی‌دانم کلید موفقیت چیست؟ اما رمز شکست
این است که تلاش کنی همه را راضی نگه داری.
«بیل کسبای»

چه چیز باعث می‌شود صنعت خدمات، منحصر به فرد باشد؟

صنعت خدمات، به دو دلیل عمده، از صنایع وابسته به تولید کالا،

مثل ساخت، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، متفاوت است:

۱- کسب‌وکار خدماتی، در واقع، نتایج بحث را می‌فروشند، نه کالا.

به عبارت دیگر، زمانی که مشتری خدمات شما را می‌خرد، در واقع

قول و تعهدی را که شما داده‌اید، خریده است.

۲- استاندارد یا کیفیت خدمت یک کسب‌وکار خدماتی، بستگی به

ارائه دهنده خدمات دارد.

هر دو ویژگی بالا، به صورت جزئی‌تر، در ادامه توصیف شده‌اند:

طبیعت نامحسوس خدمات

خدمات، ذاتاً فرار، غیرقابل لمس و مفهومی هستند. بدین معنی که

چشیدن، حس کردن، دیدن، شنیدن یا بوئیدن یک خدمت، قبل از خرید،

برای مصرف‌کننده غیرممکن است. بنابراین، ارزشیابی و مقایسه ویژگی‌های

خدمات، برای مردم دشوار است. تبلیغات و کارکنان فروش باید روی مزایای

خدمات به ویژگی مزایای محسوس آن تأکید کنند.

انواع کسب‌وکار خدماتی (آمریکا)		
فروش تقریبی بر واحد × (۱۹۹۲ دلار)	تعداد با توجه به طبقه‌بندی سال ۱۹۸۷ (۱۰۰۰)	انواع مؤسسات
۸۱۴,۴۰۱	۶۳/۴	هتل‌ها و متل‌ها
۵۲,۱۱۷	۵۶/۲	گالری‌های عکاسی
۲۹,۴۳۸	۴۰۷/۳	مغازه‌های آرایشگری و زیبایی
۲۱۲,۱۴۶	۷۹/۲	مؤسسات تبلیغاتی
۳۹۸,۶۰۵	۱۴۰/۵	خدمات پردازش اطلاعات و کامپیوتر
۲۰۵,۸۱۹	۴۵/۲	آژانس‌های کارگاهی و خدمات ایمنی
۲۵۶,۲۸۶	۱۰/۵	پارکینگ خودرو
۱۱۳,۴۴۸	۳۰۱/۳	مغازه‌های تعمیرات خودرو
۱۱۵,۴۳۴	۶۵/۷	مغازه‌های تعمیرات الکتریکی
۴۷۱,۶۲۸	۸/۶	سالن‌های سینما
۳۱۲,۸۹۱	۸/۳	مراکز بولینگ
۱۲۲,۰۱۸	۲۲/۳	مراکز بدن‌سازی
۵۹۲,۹۴۱	۵/۱	خدمات درمان در منزل
۲۶۴,۱۱۱	۲۷۳/۲	خدمات حقوقی
۱۷,۲۲۶	۲۴۸/۷	خدمات نگهداری کودک
۱۰۶,۴۰۵	۲۵۰/۱	خدمات حسابرسی، ممیزی و دفترداری
۱۰۳,۵۸۴	۴۱۸/۸	خدمات مدیریت و روابط عمومی
۱۳۸,۸۳۵	۶,۲۵۴/۵	شرکت‌های تابع قانون مالیات بر درآمد دولت فدرال جمع

× اعداد از تقسیم مجموع شاخص‌های فروش خرده‌فروشی برای هر ردیف، بر مجموع تعداد مؤسسات خرده‌فروشی در آن دسته به دست آمده‌اند. منبع: خلاصه آمار ایالات متحده، سال‌های ۹۵ و ۱۹۹۴، شماره ۱۳۱۵، چاپ ۱۱۴ و ۱۱۵، اداره آمار ایالات متحده، آمار ۱۹۹۲ و ۱۹۸۷ صنایع خدمات.

نکته: برخلاف دارایی مرسوم که می‌توان آنها را به قفسه‌ها بازگرداند، خدمات غیر قابل نگهداری بوده و نمی‌توان آنها را پس داد.

مشکل ایجاد خدمات استاندارد شده

شما می‌توانید کالایی را طراحی کنید که با کالای بعدی یکسان باشد، اما نمی‌توانید دقیقاً خدمات یکسانی برای مشتریان مختلف ارائه دهید. خدمات قابل ذخیره‌سازی یا انبار نیستند. همچنین، خدمات از افرادی که این خدمات را ارائه می‌دهند یا به طور مستقیم با مشتری در ارتباط هستند، قابل جدا شدن نیستند. فقط بدین دلایل، استانداردسازی خدمات، تقریباً غیرممکن است.

برای کمک به حل بخشی از این مشکل، نیاز به کارکنان لایق، با روابط عمومی قوی، کاملاً مشهود می‌باشد. هر کجا که ممکن باشد، برقراری حداقل استانداردهای اجرایی برای کارهای معمولی و شاید ارائه فرایندهای مکانیزه، به منظور ایجاد نوعی قاعده‌مندی، اهمیت دارد.

نکته: همچنین، این موضوع باید ذکر شود که برخلاف محصولات، خدمات نمی‌توانند در یک مکان، تولید و یا انجام شوند و سپس به

مکان دیگری تحویل داده شوند. این، بدین معنی است که ارائه دهنده خدمات، باید در مکان‌های مختلف، شعب متعددی افتتاح کند.

بعضی از افراد را نیازمند خود کنید.

«امرسن»

راهبردهایی برای توسعه خدمات

از راهبردهای آغازین و اجرایی ذیل، برای توسعه خدمات

استفاده کنید.

راهبردهای آغازین کسب‌وکار خدماتی

۱- موقعیت محلی مناسبی انتخاب کنید. یک کسب‌وکار خدماتی،

دقیقاً مانند یک خرده‌فروشی، تا حد ممکن، باید به محل استقرار مشتریان

نزدیک باشد. دسترسی مشتریان به شما و همچنین دسترسی شما به آنها،

باید آسان باشد. همچنین، مکان ارائه خدمات باید تا زمانی که شما به آن

نیاز دارید، مهیا بوده و برای کارکنان، محیط راحتی باشد. شما می‌خواهید

بهترین افراد ممکن را، برای شرکت خدماتی خودتان جذب کنید. مشتریان

نیز، از در دسترس بودن و وجود مکان مطمئن برای پارکینگ، احساس

رضایت خواهند کرد.

نکته: کسب‌وکار خدماتی که با حجم بالای رفت و آمد روبه‌رو هستند

(مانند خشکشویی‌ها و سالن‌های زیبایی)، باید در مکان‌هایی با قابلیت رویت

فراوان واقع شوند.

۲- تصویر و ظاهری حرفه‌ای ایجاد کنید. ظاهر در کار خدماتی، همه چیز است. اگرچه، چگونگی اداره کسب‌وکارتان، در تفکر مردم تأثیر می‌گذارد، اما به این معنی نیست که اگر مردم از مؤسسه شما دیدن کنند، به کف اطاق‌ها و مبلمان نگاه نمی‌کنند و اگر به طور جداگانه آنها را ملاقات کنید، به کفش‌ها و لباس شما، دقت نخواهند کرد.

کارشناسان اقتصاد، سال‌های متمادی است که اظهار می‌کنند، تولید کالا بایستی به کشورهایی که دارای نیروی کار ارزان‌تر و مقرون به صرفه‌تر هستند، انتقال داده شود.

«نکته مؤثر»

سه راهبرد دیگر که به شما در توسعه و تأمین تصویر حرفه‌ایتان کمک می‌کنند، عبارتند از:

- با توجه به بازار هدف و مورد نظر، تصویری جذاب از شرکتتان در اذهان ایجاد کنید. به طور کلی، کسب‌وکار خدماتی، نسبت به کسب‌وکار خرده‌فروشی، اختصاصی‌تر و شخصی‌تر هستند و بنابراین، باید از انتظارات و توقعات مشتریان از نوع خدمتشان آگاهی بیشتری داشته باشند.

به عنوان مثال: مؤسسات مراقبت بهداشتی و درمانی، باید مکانی آرام‌بخش به نظر آیند، شرکت‌های حقوقی باید استوار به نظر برسند و مهندسان و مشاوران، باید موفق جلوه کنند.

- برای معرفی کسب‌وکارتان، مواد نمایشی گردآوری کنید. همانطور که بسته‌بندی محصول، به ایجاد تصویر از کالا کمک می‌نماید، موادی که برای معرفی و ارائه در نظر گرفته می‌شوند، به خلق تصویر از یک کسب‌وکار خدماتی کمک می‌کند. وقتی شما خدمات خود را برای مشتریان بالقوه معرفی می‌کنید، آنها می‌خواهند تعهد و شایستگی شما را ببینند. همچنین، می‌خواهند مطمئن شوند که شما به کار خود توجه و دلبستگی دارید. آنها عمدتاً بر اساس مقدار و کیفیت کار مقدماتی شما قضاوت می‌کنند.
- تصویر حرفه/پیتان را تا حد ممکن حفظ کنید. اگر یک ملاقات در محل کار خانگی شما باعث خدشه‌دار شدن تصویر حرفه‌ای‌تان می‌شود، از مشتری بخواهید که ظهر هنگام با وی ملاقات کرده و او را به صرف ناهار دعوت کنید. البته شما بایستی پول غذا را بدهید.

بطور متوالی سه حدس صحیح بزنید، خواهید دید که شهرت یک کارشناس را به دست خواهید آورد.
«لورنس جی. پیتر، اصول پیتر»

۳- حداقل در ابتدا، مقدار زیادی از کار را خودتان انجام دهید. در آغاز کسب‌وکار خدماتی، به پول نقد کمی نیاز دارید، چون هزینه زیادی برای تهیه کالا و تجهیزات، نیاز نخواهید داشت. اما این عمل، نباید باعث شود که شما منشی یا دستیار اختیار نکنید. اگر هزینه بالاسری شما بی دلیل افزایش یابد، ممکن است این احساس به شما دست بدهد که مشغول کسب‌وکار هستید، اما هیچ سود دیگری عایدتان نمی‌شود. هنگام شروع، بهتر است محل کارتان را جارو بزنید، زباله‌ها را خالی کنید، به تلفن‌ها پاسخ دهید و نامه‌ها را خودتان بنویسید. در حقیقت، تا جایی که ممکن است، از زمان خود برای کاهش هزینه‌ها استفاده کنید.

اساساً، بشر به خاطر اینکه قادر به انجام کار است، پول دریافت می‌کند. مردم برای انجام کاری که ارزش افزوده زیادی دارد، پول زیادی دریافت می‌کنند. افرادی که نمی‌توانند مهارت مفیدی کسب کنند تا در ازای آن مزد واقعی به دست آورند، با مشاغل کم درآمد به کار پایان خواهند داد.

«نکته مؤثر»

۴- همه چیز را در مورد کسب‌وکارتان بیاموزید. بیشتر از هر نوع

کسب‌وکار دیگر، بنگاه‌های خدماتی، نیاز به مهارت در حوزه تخصصی دارند. شما باید در زمینه کارت‌تان با معلومات بوده یا حداقل، با معلومات به نظر برسید. تا آنجا که می‌توانید در رابطه با پیشه خود، از طریق مطالعه، شرکت در سمینارها و انجمن‌ها و اتحادیه صنفی و یا جاهای دیگر، اطلاعات کسب کنید تا رویه خود را نو نگه دارید.

۵- نتایج خدماتتان را تا حد ممکن، ملموس کنید. بازاریابی خدمات،

از بازاریابی کالا مشکل‌تر می‌باشد، زیرا فواید خدمات اغلب فرار و به سختی قابل تعریف هستند. بنابراین، چالش عمده بازاریابی این است که مزایای خدمات خود را تا حد ممکن، قابل لمس و قابل رؤیت کنید. تصاویر، نمودارها، فیلم‌های ویدیویی و نمونه‌های اولیه قبل و بعد از اجرای کار را، به مشتریان نشان دهید. مشتری‌ها را با تصوراتشان تنها بگذارید، به زودی خواهید فهمید که تصور مشتری کیفیت کمیاب می‌باشد.

۶- ضمانت بهتری نسبت به رقبایتان ارائه کنید. جزئیات ضمانت

رقبایتان را مشخص کنید. سپس معیارهایتان را تنظیم کنید، و فراتر از این معیارها حرکت کنید. اگر دیگران شش ماه ضمانت می‌دهند، شما یکسال ضمانت ارائه کنید.

۷- دستمزدهایتان را، بر مبنای بازار تنظیم کنید. یکی از بزرگ‌ترین

اشتباهات افراد تازه‌کار که خدمات ارائه می‌کنند، این است که برای مهارت خود، دستمزد کافی مطالبه نمی‌کنند. با تحقیق در بازار، میزان دستمزد رقبایتان را به دست آورید و حد متوسط را، برای دستمزدهایتان در نظر بگیرید. به خاطر داشته باشید، شما نمی‌توانید مهارت‌هایتان را ارزان ارائه دهید و توقع داشته باشید برای مدت زیادی در بازار کار دوام بیاورید.

۸- کارکنانتان را خوب آموزش دهید. مشتری‌ها، با توجه به روشی

که کارکنان شما با آنها برخورد می‌کنند، درباره شما و کسب‌وکارشان قضاوت خواهند کرد. همیشه تواضع و کاردانی مورد انتظار است. بدون شک، شما تاکنون این دو ویژگی را در استخدام کارکنانتان، به خدمت گرفته‌اید. البته، اطمینان از اینکه کارکنانتان، با معلومات، همیشه آگاه و از لحاظ فنی؛ متخصص هستند، همان اندازه برای شما مهم است که خودتان هم در جریان امور باشید. آموزش کارکنان و آموزش شخصی بایستی یک فرآیند دائمی باشد.

هیچ عبادتی برتر از خدمت به خلق نیست. کار برای
منافع عمومی، بزرگ‌ترین خدمت است.
«آلبرت شوارتزر»

راهبردهای انجام کسب‌وکار خدماتی

۹- وقت خود را بین انجام کارهایتان و نیازهای کسب‌وکار، تقسیم

کنید. ارائه دهندگان خدمات، غالباً مانند بندبازان، سعی می‌کنند که تعادل خود را بین پذیرش کار، انجام کار و اداره کردن کسب‌وکار حفظ کنند.

۱۰- وقت آزاد خود را به ایجاد روابط عمومی مناسب اختصاص دهید.

کسب‌وکار خدماتی معمولاً از نظر جواب دادن به سؤالات بی‌پایان مشتریان و انواع شکایات بی‌پایان آنها، منحصر به فرد است. صبور باشید. وقت خود را به ارائه توضیح و پیشنهاد صرف کنید. تنها این نوع توجه شخصی و خدمات مفید است که می‌تواند موجب شهرت شرکت شما شود.

نکته: مدیرانی که در امر خدمات عمومی اشتغال دارند، باید از قبل تصمیم بگیرند که چه کسی در چه شغلی انجام وظیفه نماید و چه میزان وقت نیاز دارد تا کار خود را کامل کند. اگر ساعت‌ها بیهوده سپری شود، نشانگر این است که شرکت نه تنها از لحاظ مالی، بلکه از نظر جلب اعتمادی که ممکن بود در مراحل بعدی به وجود آید، متضرر می‌شود.

در سال‌های اخیر، بخش خدمات سریع‌ترین رشد را نسبت به دیگر بخش‌های بنگاههای اقتصادی آمریکا داشته است. فقط در سال ۱۹۸۳، صنعت خدمات، بیش از ۴۲۶ میلیارد دلار به اقتصاد آمریکا کمک کرده است و بیش از ۲۰ میلیون نفر در این بخش مشغول به کار شده‌اند.

۱۱- کم‌کم، رشد کنید. بسیاری از شرکت‌های خدماتی موفق امروز،

قبل از اینکه به اندازه کافی رشد کنند و به ساختمان‌های بزرگ احتیاج داشته باشند، کارشان را با اختصاص دادن بخشی از وقت خود که برای فراغت و تفریح، در خانه بودند، آغاز کرده‌اند و مشغول بازرگانی و تجارت شده‌اند. بدون شک همین امر، برای ادامه کار و کسب موفقیت‌های آینده هم صادق خواهد بود. بنابراین، سعی نکنید موفقیت‌های خیلی بزرگ را خیلی زود به دست آورید. اجازه دهید که بازار خودش شما را به جلو سوق دهد.

۱۲- روابط انسانی خوب را، تمرین کنید. با دیگران طوری رفتار کنید

که می‌خواهید با شما رفتار کنند. در حل مشکلات جامعه فعال باشید و در فعالیت‌های محلی شرکت کنید. همچنین، اجازه ندهید خلق و خوی بد هیچ‌گاه بر اخلاق خوب شما غلبه کند. مردم توقع دارند که ارائه دهندگان خدمات، در شرایط ناگوار، آرامش و خونسردی خود را حفظ کنند.

۱۳- خود را برای این واقعیت آماده کنید که تقاضا، با تغییر فصل،

روزهای هفته و حتی ساعات روز، تغییر می‌کند. نوسان تقاضا، بسیاری از چالش‌های برنامه‌ریزی، قیمت‌گذاری، عملکرد، تبلیغ و توزیع را برای شرکت‌های خدماتی، به وجود می‌آورد. برای تهیه خدمات صحیح و به‌موقع،

باید زمان و میزان تقاضا، تخمین زده شود. فعالیت‌های تبلیغاتی خلاق نیز باید برای ارتقاء سطح تقاضا و افزایش درآمد، گسترش یابد.

نکته: مؤسسات، اغلب نرخ‌های متفاوتی دارند که به اوقات مختلف روز بستگی دارد. عمدتاً نرخ‌ها در طول ساعت‌های اداری کمتر می‌باشد یعنی از شنبه تا پنج‌شنبه، و بعد از ظهر مخصوصاً شب‌های پنج‌شنبه و جمعه بیشتر می‌باشد.

*نوسان تقاضا، بسیاری از چالش‌های برنامه‌ریزی،
قیمت‌گذاری، عملکرد، تبلیغ و توزیع را برای شرکت‌های
خدماتی، به وجود می‌آورد.*

۱۴- از افراط و تفریط خودداری کنید. همیشه از تجهیزات، مواد و

لوازم مرغوب استفاده کنید. در کار، خساست به خرج ندهید. در استفاده از مواد مرغوب‌تر نسبت به رقبایتان، پیش‌قدم باشید. ارزش پولی که پس‌انداز می‌کنید، از ارزش پولی که در صورت عدم مراجعه مشتری از دست می‌دهید، کمتر است.

۱۵- به دنبال ارتقاء همه سیستم‌های داخلی، باشید. در ادامه امور

جاری، استفاده از تدارکات و جداول زمانی باید جریان ملایمی در عملکرد

خدمات شما وجود داشته باشد. همچنین، باید تلاش کنید که گزارشات را کم کرده، فرم‌ها را ساده نمایید و تجهیزات اداری را جانشین فعالیت‌هایی کنید که به طور دستی انجام می‌شود.

۱۶- به کار خود افتخار کنید. در هر کاری که انجام می‌دهید، روحیه حرفه‌ای از خود به نمایش بگذارید. شایستگی، کیفیت، دانش و مهارت فنی باید از ویژگی‌های عملکرد شما باشد.

۱۷- به افزودن یک بخش خرده‌فروشی در کسب‌وکار خدماتی خود، فکر کنید. افزودن یک بخش خرده‌فروشی برای انواع خاصی از مشاغل مفید می‌باشد. برای مثال، یک سالن زیبایی می‌تواند همانگونه که مو کوتاه می‌کند محصولات را که در ارتباط با مو می‌باشند را بفروشد. عیناً مراکز اجاره فیلم می‌توانند همانگونه که فیلم ویدیو و سی‌دی کرایه می‌دهند، تنقلات نیز بفروشند.

۱۲ واژه مهم در کسب‌وکار خدماتی

دسترسی - امکان دسترسی مشتری به شما را تسهیل نمایید.

ارتباط - گوش کنید، اطلاعات کسب کنید و در تماس باشید.

شایستگی - تلاش کنید که همواره مهارت‌های خویش را ارتقا داده در زمینه کارهای خویش آگاه‌تر باشید.

ادب و نزاکت - همیشه مؤدب باشید. شما برای روابط عمومی شرکت الگو هستید.

قابلیت اعتماد - صادق و قابل اعتماد باشید تا کسب‌وکارتان دوام یابد.

اطمینان‌پذیری - هیچگاه قولی ندهید که نتوانید به آن عمل کنید. وقتی قولی می‌دهید، تمهیدات لازم را به کار برید. بگذارید دیگران شما را به‌عنوان شخصی قابل اعتماد بشناسند. بگذارید اینگونه تفهیم شود که اولویت اول شما این است که مشتریان، کارشان را به شما واگذار کنند.

همدلی - مشتریان‌تان راه درک کنید.

شاهد - مدارک و شواهد ملموسی از کیفیت خدماتتان، تهیه کنید.

صداقت - اسطوره‌ای برای صداقت بسازید. اعتماد و وفاداری مشتری، نتایج منطقی نیک‌نامی و رفتار اخلاقی است. سعی نکنید، مردم را فریب دهید. هیچگاه در مورد خودتان، قابلیت‌هایتان و یا خدماتتان، مبالغه نکنید.

آمادگی - برای همه نوع ارائه فعالیتتان آماده باشید. هنگام پاسخگویی به پرسش‌ها و یا برقراری تماس‌های تلفنی رسمی، مطمئن شوید که فهرست تمام خدماتی را که ارائه می‌دهید، در اختیار دارید. هیچ چیز غیر حرفه‌ای‌تر از این نیست که صاحب کسب‌وکار، برای توصیف کاری که انجام می‌دهد، دنبال واژه و کلمه بگردد.

پاسخگویی - برای انجام هر نوع کمکی به مشتری، آماده، مشتاق و توانا باشید.

کیفیت - برای کیفیت تلاش کنید. کیفیت بستگی به میزان کارایی و لیاقت افرادی دارد که خدمات را ارائه می‌دهند. کیفیت به همان میزان که در تولید کالا اهمیت دارد، در صنعت خدمات حائز اهمیت می‌باشد. حتی ممکن است، در خدمات اختصاصی و تخصصی، ارائه مشاوره‌های حقوقی و مالی، ارائه خدمات پزشکی و تعمیرات، کیفیت از اهمیت بیشتری نیز برخوردار باشد.

شروع خدمات مشاوره‌ای

حرفه مشاوره، یکی از سریع‌ترین بخش‌های رو به رشد صنعت خدمات است. این امر تا حدی ناشی از جمود و سکون کارکنان مدیریت در شرکت‌های بزرگ و در نتیجه ازدیاد مدیران میانی مشتاق و نسبتاً جوان می‌باشد.

راه‌اندازی خدمات مشاوره‌ای

برای راه‌اندازی و تأسیس خدمات مشاوره‌ای، از هشت راهبرد زیر

استفاده کنید:

- حتی قبل از اینکه شروع کنید، مطمئن شوید که ایده‌ای دارید و کسب‌وکار شما از کجا شروع خواهد شد.
- تا جایی که می‌توانید، فهرستی از مشتریان بالقوه خود تهیه کنید.
- رویکرد فروش مؤثری را توسعه دهید.
- یک طرح کسب‌وکار تهیه کنید.

حرفه مشاوره، یکی از سریع‌ترین بخش‌های رو به رشد صنعت خدمات است.

- همهٔ مطالبات و اجرت‌ها را از طریق مقایسهٔ اجرت‌تان با آنچه دیگران مطالبه می‌کنند، از پیش تعیین کنید.
- یک فضای کاری راحت و کارآمد ایجاد کنید، که از محل زندگی و فعالیت‌های خانواده‌تان جدا باشد (جدا بودن این مکان به خاطر مالیات و همچنین آرامش خیال می‌باشد).
- یک خط تلفن مجزا، دستگاه پیغامگیر و در صورت لزوم یک دستگاه نمابر جداگانه، نصب کنید.
- از موجودی و پس‌انداز خود، به منظور تأمین هزینه‌ها در زمان کساد، اطمینان حاصل کنید (ممکن است تا حصول کسب‌وکار خوب و مکفی برای زندگی، هفته‌ها بگذرد).

تلاش برای دستیابی به موفقیت، به عنوان یک مشاور

هنگامی که کسب‌وکار مشاورهٔ خود را آغاز کردید، از ده راهبرد ذیل

برای موفقیت در زمینهٔ کاری خود استفاده کنید:

- از بهترین لوازم‌التحریر و کارت‌های تجاری ممکن، استفاده کنید.
- همیشه مثبت فکر و عمل کنید تا نتیجه اشتیاق و اطمینان را ببینید.

- خود را باور کنید و با افرادی که می‌خواهید دانش و مهارت‌های شما را بخرند، صادق باشید.
- با گروه‌های تجاری و تخصصی در تماس باشید تا اطمینان حاصل کنید که در رشته خود، به خوبی شناخته شده‌اید.
- از طریق نوشتن کتاب، تألیف مقالات برای نشریات تجاری و تخصصی یا ارائه نظر درباره گروه‌های مهم و معروف، خود را برجسته و مشهود نمایید (کنفرانس‌های محلی را مورد توجه و بررسی قرار دهید).
- به اتاق‌های بازرگانی محلی و سایر سازمان‌های تجاری، اجتماعی و تخصصی، تا حدی که ایجاد ارتباط امکان پذیر است، ملحق شوید.
- تا زمانی که در کار خود مستقر و تثبیت شوید، هزینه‌های بالاسری را پایین نگه دارید (اگر نیاز به کمک قابل اطمینان دارید، از بین افراد آزاد، دانشجویان در حال فارغ‌التحصیل شدن و یا کسانی که جویای شغل دوم هستند، استفاده کنید).

۵۰ درصد موفقیت یک مهندس معمار، در توانایی
ایجاد ارتباط جهت دستیابی به شغل مرتبط می‌باشد.
«دانیل برنهام، طراح»

- کلیه هزینه‌های مربوط به کسب‌وکار را به طور کامل و برای وضعیت بدون بخشودگی مالیات، مستند و مکتوب کنید به طوری که بدون رسید یا مدرک دیگری قابل مطالبه باشد.
- توجه داشته باشید که انجام مشاوره رایگان برای سازمان‌هایی مثل سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان و مراکز مشاوره و اطلاع‌رسانی شغلی می‌تواند باعث ایجاد ارتباط و انجام کارهای درآمدزا شود.
- مشخصات خود را به مؤسسات کاریابی که مشاور استخدام می‌کنند، خصوصاً در زمینه‌های فناوری برتر، ارائه دهید.

یک مشاور نمونه شوید

برای اینکه یک مشاور نمونه و موفق شوید، نخست باید یاد بگیرید، چگونه لباس مناسب تفریح و چگونه لباس مناسب کار بپوشید، چگونه از محصولات بهداشتی و آرایشی استفاده کنید، چگونه با رسانه‌ها مراوده کنید، سخنرانی‌ها را بنویسید، چگونه در جمع بایستید و سخنرانی کنید و چگونه در صورت نیاز، نظر عموم را جلب کنید.

همچنین، اطلاعاتی در زمینه تغذیه مناسب و تمرینات ورزشی، تقویت چشم برای تشخیص رنگ‌ها، و مهم‌تر از همه، احساس مسئولیت نسبت به عدم اطمینان مردم، از نکاتی هستند که شما بایستی یاد بگیرید. به علاوه، برای اینکه یک مشاور واقعاً موفق شوید، باید زندگی شخصی خودتان را هم در نظر بگیرید. اگر شما خوب به نظر نرسید، خوب عمل نکنید و انرژی مثبت از خود نشان ندهید، چرا باید کسی به مشاوره و توصیه‌های شما توجه کند؟

مدیران برنامه‌ریزی و خدمات بازاریابی می‌بایست توجه خود را بر ۴ اصل قدیمی بازاریابی - قیمت‌گذاری، مکان، تبلیغات و ترغیب - و سه عنصر بازاریابی دیگر: کارکنان، دارایی ثابت و مدیریت فرآیند معطوف نمایند.

«نکته مؤثر»

به منظور افزایش تعداد مشتریانان - ظاهری آراسته داشته باشید و با گروه‌های محلی که افراد مختلف در آن شرکت دارند، ارتباط برقرار کنید و خبرنگارهای راه‌اندازی نمایید.

به منظور ارتقاء تجربه - تلاش کنید، کار پاره وقتی را در بهترین فروشگاه منطقه خود به دست آورید تا نحوه خرید و فروش و شیوه‌های مؤثر

تبلیغ را بیاموزید. در اینصورت، خواهید آموخت که چگونه به مشتریان کمک کنید تا راجع به رنگ، مدل و دکوراسیون و تزئین داخلی تصمیم بگیرند. همچنین، برای اینکه نام خود را تثبیت کنید و اعتماد دیگران را جلب کنید، خود را به عنوان سخنگوی گروههای اجتماعی داوطلب کنید و خدمات خود را ارائه دهید.

برای اینکه نام خود را تثبیت کنید و اعتماد دیگران را جلب کنید، خود را به عنوان سخنگوی گروههای اجتماعی داوطلب کنید و خدمات خود را ارائه دهید.

به منظور ارتقاء کیفیت خدمات خود -

- شخصیتی رسانه‌ای داشته باشید.
- از علایم غیرکلامی ارتباطات، به ویژه آنهایی که باعث دلزدگی و دلسردی مخاطب می‌گردد، کاملاً آگاه باشید.
- مجموعه‌ای از پندها و کلمات قصار گردآوری کنید.
- مقالات خویش را در کتابی جمع‌آوری و تدوین نمایید، نوار شنیداری برای رادیو آماده کنید.
- اجرای میزگردهای محلی را به عهده بگیرید.

- کارگاه آموزشی برپا کنید.
- تأیید و حمایت مؤسسات را جلب کنید.
- مدارک و اعتبارنامه‌های مرسوم را به دست آورید.
- کلاس‌های پیشنهاد شده توسط دیگر مشاوران نمونه را بررسی کنید.
- فهرستی از میزگردها و عکس‌های مشتریان تهیه کنید.
- موفقیتتان را با آموزش در کلاس‌های محلی، پایدار کنید.
- با استادان گریم و تصویرپردازان برنامه‌های تلویزیونی صحبت کنید تا با تأثیر نورپردازی‌های تلویزیونی بر مردم، آشنا شوید.
- یک یا دو ستون، به عنوان پیش‌نمونه، بنویسید.

به منظور ارتقاء شایستگی خود - در مورد این که افراد مختلف در لباس یکسان چگونه به نظر می‌رسند، مطالعه کنید، توجه کنید که هماهنگی‌های مناسب در لباس نه تنها بر همان تکه لباس، بلکه بر ظاهر کلی افراد تأثیر می‌گذارد. همیشه طرز لباس پوشیدن مدیران ارشد منطقه‌تان را مد نظر قرار دهید و با بهترین فروشگاه‌های منطقه‌ای و همچنین، برجسته‌ترین طراحان لباس، آشنا شوید.

کار مشاور این است که شما را متقاعد کند که مشکلی دارید و آنها هستند که می‌توانند مشکل شما را حل کنند - البته با قیمتی مشخص - و سپس ایده‌ای مطرح می‌کنند و طرح مکتوبی برای حل مشکل ارائه می‌دهند.

«نکته مؤثر»

به منظور آگاهی از میزان حق مشاوره - از حق مشاوره دیگر مشاورین موفق منطقه خودتان اطلاع حاصل کنید. به احتمال زیاد، پی خواهید برد که به طور کلی نرخ ۳۵ تا ۵۰ هزار تومان در ساعت، برای مشورت در مورد رنگ یا مد، نرخی معمول است. همانطور که تجربه کسب کرده و مشهور می‌شوید، به افزایش حق مشاوره‌تان نیز توجه کنید. حق مشاوره مشاوران عالی، ۱۵۰ تا ۲۰۰ هزار تومان در ساعت است.

نکته: اگر قصد دارید حق مشاوره‌تان را افزایش دهید، احتمال دارد که مشتریان قدیمی از این موضوع راضی نباشند. یک راه حل برای این مشکل، در نظر گرفتن تخفیف ویژه برای آنهاست. البته، برای مشتریان جدید قیمت افزایش یافته جدید را در نظر بگیرید.

نمونه نسبت‌های مالی برای کسب‌وکار خدماتی منتخب در آمریکا

شماره طبقه‌بندی صنعتی پایه	نوع کسب‌وکار	هزینه‌های عملیاتی	سایر هزینه‌ها	سود عملیاتی
۸۹۳۱	حسابداری، ممیزی و دفترداری	٪۸۳/۹	٪۲/۹	٪۱۳/۶
۷۳۷۲	برنامه‌نویسی کامپیوتر و خدمات نرم‌افزاری دیگر	٪۹۴/۵	٪۱/۳	٪۴/۱
۷۳۶۱	مؤسسات کاریابی	٪۹۶/۹	٪۰/۱	٪۳/۰
۴۷۲۲	مؤسسات مسافرتی	٪۹۷/۸	٪۰/۳	٪۱/۸
۷۸۴۱	ویدئو کلوپ‌ها	٪۹۰/۸	٪۱/۶	٪۷/۶

منبع: رابرت موریس و همکاران، **مطالعات صورت حساب سالانه**، ۱۹۸۷ (قابل دسترس در کتابخانه)

بر اساس مطالعات صورتحساب شرکت‌ها، در پایان سال مالی اول آوریل ۱۹۹۱ تا ۳۱ مارس ۱۹۹۲. کلیه آمارها بر حسب درصد از میزان فروش سالانه ارائه شده‌اند. تنها اطلاعات شرکت‌هایی با سرمایه صفر تا ده میلیارد ریال نشان داده شده‌اند، زیرا این، ویژگی شروع کسب‌وکار می‌باشد.