

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

کتاب راهنمای شماره ۹

**تضمین پروژه‌ها با برنامه اجرایی**

سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان



از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

عنوان کتاب: تضمین پروژه‌ها با برنامه‌ی اجرایی

مترجم: ملیحه جهانگیری

ویراستار ارشد: حمید هاشمی

ویراستار: نعمت‌اله نظری

حروفچینی و صفحه‌آرایی: نرگس گل‌یاس

شمارگان: نسخه الکترونیک

تاریخ نشر: آذرماه ۱۳۸۲

اجرا: جهاد دانشگاهی واحد سمنان

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 مهاجره‌ای 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

مقدمه	۱.....	
تضمین پروژه‌ها با برنامه‌ اجرایی	۲.....	
ایجاد یک برنامه اجرایی	۳.....	
۱) پرسشنامه چه کسی، چه چیزی، کجا، کی و چرا؟	۴.....	
۲) حمله طوفان فکری	۵.....	
۳) «آنچه برای اجرای یک کسب‌وکار کوچک موفق، مورد نیاز است»	۵.....	
۴) شعرهای خوشبختی	۱۱.....	
۵) چهار محور اصلی	۱۱.....	
۶) نمودار گردش کار	۱۵.....	
۷) نمودار هشت‌گانه بودا	۱۵.....	
۸) بازار انحصاری کاریکاتور	۳۰.....	
۹) طرح کسب‌وکارهای کوچک	۳۱.....	
۱۰) هر چیزی به جز "ظرف شستن" چالش برنامه‌ریز روزانه	۳۴.....	
۱۱) کوتاه و مطلوب	۳۹.....	

## مقدمه

کتابهای راهنمای کارآفرین مجموعه‌ای به هم پیوسته، شامل ۹۱ کتاب راهنمای برنامه‌ریزی در زمینهٔ مشاغل کوچک است.

کتاب حاضر شامل یازده طرح برنامه اجرایی می‌باشد که به راحتی قابل اجرا هستند و شما را کمک و راهنمایی می‌کنند. بعضی از آنها خیلی کاربرد ندارند اما برخی دیگر، دیدگاه‌های ارزشمندی راجع به چگونگی محتوا و ساختار برنامه اجرایی ارائه می‌دهند.

در بسیاری از موارد، مشخص شده که بدون برنامهٔ اجرایی، احتمال موفقیت شما در کسب‌وکار، چندان فرقی با احتمال موفقیت شما در یک شرط‌بندی، ندارد.

برنامهٔ اجرایی به شما کمک خواهد نمود تا، طبق یک جدول زمانی معین پیش روید، موفقیت و شکست را از هم تشخیص دهید، هنگامی که زمانه بر وفق مراد شما نیست، روحیهٔ خود را حفظ نمایید و مهمتر از همه، یک کانون فعالیت را ایجاد کنید. برنامه اجرایی همانند فانوس دریایی روشنی در دنیای تاریک تجارت است که پر از معاملات خطرناک، ورشکستگی‌ها و رقابت‌های جنایتکارانه می‌باشد.

### تضمین پروژه‌ها با برنامه‌ اجرایی

عدم وجود برنامه‌ اجرایی مانند کشتی‌رانی بدون قطب‌نما، جستجوی گنج بدون نقشه و یا راه رفتن بر روی محوطه‌ مین‌گذاری شده، بدون خنثی‌کننده‌ مین، می‌باشد. بدون یکی از اینها ضرورتاً اسیر شانس خواهید بود. در حقیقت، در بسیاری از موارد، مشخص شده که بدون برنامه‌ اجرایی، احتمال موفقیت شما در کسب‌وکار، چندان فرقی با احتمال موفقیت شما در یک شرط‌بندی، ندارد.

برنامه‌ اجرایی به شما کمک خواهد نمود تا، طبق یک جدول زمانی معین پیش روید، موفقیت و شکست را از هم تشخیص دهید، هنگامی که زمانه بر وفق مراد شما نیست، روحیه‌ خود را حفظ نمایید و مهمتر از همه، یک کانون فعالیت را ایجاد کنید - برنامه‌ اجرایی همانند فانوس دریایی روشنی در دنیای تاریک تجارت است که پر از معاملات خطرناک، و رشکستگی‌ها و رقابت‌های جنایتکارانه می‌باشد.

در حقیقت، برنامه‌ اجرایی نه تنها به عنوان راهنمای موفقیت عمل می‌کند (راهنمایی که تا آخرین لحظه یاری می‌رساند)، بلکه وسیله‌ای برای دستیابی به خوشبختی و سعادت است و اگر آن را قبول داشته باشید، دستورالعمل شخصی شما برای شهرت و بزرگی است.



### ایجاد یک «برنامه اجرایی»

بخش ذیر شامل یازده طرح برنامه اجرایی می‌باشد که به راحتی قابل اجرا هستند و شما را کمک و راهنمایی می‌کنند. گاهی اوقات، بعضی از آنها خیلی کاربرد ندارند و در عوض، بعضی موارد، دیدگاه‌های ارزشمندی راجع به چگونگی محتوا و ساختار برنامه اجرایی، به شما ارائه می‌دهند.

در نظر داشته باشید که «برنامه اجرایی» تقریباً همانند یک طرح کسب‌وکار جامع، رسمی نیست. ولیکن، بیشتر، ساختاری انگیزشی است، تا اینکه وسیله‌ای برای جلب حمایت مالی باشد. برنامه اجرایی بیشتر جنبه شخصی دارد که با اهداف و رؤیایها شکل می‌گیرد تا حقایق و آمار و ارقام.

هدف غایی زندگی، دانش نیست بلکه عمل است.

«توماس ا.ج. هاکسلی»

(۱) پرسشنامه چه کسی، چه چیزی، کجا، کی و چرا.

از این پنج سؤال، برای سازماندهی فعالیت‌های برنامه‌ریزی استفاده

نمایید:

به چه کسی محصولات خود را می‌فروشید؟ چه کسی محصولات

شما را خریداری می‌کند؟ چه کسی از خدمات شما استفاده می‌کند؟

مشتریان شما چگونه افرادی هستند، چه می‌خواهند و چه انتظاری دارند؟

آیا نیازهای آنان، با گذشت زمان، تغییر می‌کند؟

چه چیزی می‌فروشید؟ آیا شما کالا، خدمات و یا ایده‌های خود را

می‌فروشید؟ آیا آنچه می‌فروشید برای موفقیت کسب‌وکار شما به اندازه

کافی مفید است؟

کجا می‌فروشید؟ آیا به صورت محلی، و یا بین‌المللی فروش خواهید

داشت؟ آیا تصمیم دارید از داخل خانه، شرکت، از طریق خرده‌فروشی،

عمده‌فروشی و یا حتی سفارش پستی فروش داشته باشید؟

چه موقع کسب‌وکار خود را آغاز می‌کنید؟ آیا کسب‌وکار خود را در

پاییز، زمستان، بهار و یا تابستان آغاز می‌کنید؟ آیا می‌توانید از مزایای

الگوهای خرید فصلی استفاده کنید؟

چرا مشتریان باید از شما خرید کنند نه از سایر فروشندگان؟ چه مزایایی برای مشتریان خود قائل هستید تا آنها مجدداً به شما مراجعه کنند؟ برای جلب نظر مشتریان جدید چه اقداماتی در نظر دارید؟ رقبای شما چه کالاهایی را عرضه می‌کنند و شما برای شکست آنها چه اقداماتی را انجام می‌دهید؟

### ۲) حمله طوفان فکری «اهداف، راهبردها و راهکارها»

برنامه اجرایی که در صفحه بعد نشان داده شده است، بر پایه اطلاعاتی است که از یک راهنمای کسب‌وکار دولتی کانادا با نام «بازاریابی برای کسب‌وکار کوچک» گرفته شده است.

اگر شما نمی‌دانید، به کجا می‌خواهید بروید، از جای دیگری  
سر در می‌آورید.

«دیوید کمبل»

۳) «آنچه برای اجرای یک کسب‌وکار کوچک موفق، مورد نیاز است»، از

اداره امور مشاغل کوچک

در اینجا، یک فهرست با عنوان «آنچه برای اجرای یک کسب‌وکار موفق، مورد نیاز است»، که قبلاً توسط اداره امور مشاغل کوچک منتشر

گردیده، تقریباً به صورت دقیق ارائه می‌گردد. اگرچه این فهرست کامل نیست، با این وجود، ایده‌های مناسبی را در مورد حداقل میزان برنامه‌ریزی و تحقیقات مورد نیاز برای شروع یک کسب‌وکار موفق، در اختیار شما قرار می‌دهد.

#### شرایط:

شما می‌بایست در زمینه کسب‌وکارهایی که تحت شرایط خاصی اجرا می‌شوند، آموزش دیده باشید و یا تجربه‌ای کسب کرده باشید. شما نمی‌توانید برای جبران تجربه‌ای که ندارید، فردی را اجیر کنید، به این امید که، با تکیه بر دانش او کسب‌وکارتان پیش رود.

طوفان فکری "اهداف، راهبردها و راهکارها" کانادایی

اهداف	راهبردها	راهکارها
بازار خود را توسعه دهید	برای محصولات، خدمات و یا کسب‌وکار خود، ایجاد تقاضا نمایید.	تبلیغات و آگهی
سهم بازار خود را افزایش دهید.	محصولات، قیمت‌ها و مکان حاضر راه ارزیابی کنید.	قیمت‌ها را کاهش و تولیدات را افزایش دهید، به کارکنان بیفزایید و تبلیغات را بیشتر نمایید.
محصولات جدیدی به خط تولید خود بیفزایید	در توسعه و تولید محصولات جدید، سرمایه‌گذاری کنید.	تحقیقات بازاری انجام دهید.
بهره‌وری را ارتقاء دهید.	به سوی سودبخش‌ترین بازار هدف بشتابید.	نیازها و خواسته‌های مشتریان خود را تشخیص داده و به آنها اهمیت بدهید.
سهم بازار خود را حفظ کنید.	ارزیابی روندها و رقابت بازار را ادامه دهید.	تحقیقاتی در زمینهٔ علایق، رقابتها و مصرف‌کننده‌ها انجام دهید.
سختیها را تحمل کنید.	رقابت و تغییرات دولتی را برآورد کنید.	در مورد تغییرات راهکارها و تبلیغات رقابتی خود تحقیق کرده و از تغییرات در قوانین مالیاتی و مقررات آگاه باشید.
کیفیت عملیات را بهبود بخشید.	فناوری جدید جستجو نمایید.	کارخانه، تجهیزات و فرآیندها را بهبود بخشید.
فناوری را ارتقا دهید.	سیستم‌های جدید اضافه نمایید.	جریان کار، کنترل اموال و برنامهٔ آموزش کارگران را ارتقاء دهید.

**سرمایه** - برای شروع یک کسب‌وکار، به پول نیاز داریم. قرض کردن پول میسر است، اما تنها در صورتی که شما سرمایهٔ کافی به صورت نقدی، موجودی انبار و یا تجهیزات، برای تضمین بازپرداخت قرض خود داشته باشید. همچنین، برای تأمین هزینه‌های سربار و بهره‌گیری از تحقیقات تأمین‌کننده باید سرمایهٔ کافی در دست داشته باشید.

همچنین، شما می‌بایست توانایی تأمین اعتبار لازم برای مقابله با مشکلات مالی ناگهانی که ممکن است در هر زمان رخ بدهند را داشته باشید.

**مکان** - باید محلی ملکی یا اجاره‌ای برای کسب‌وکار در نظر بگیرید. همچنین، این مکان، می‌بایست متناسب با نیاز مراجعه‌کنندگان، از تسهیلاتی نظیر پارکینگ برخوردار باشد.

**محصول یا خدمت** - باید اطمینان قطعی وجود داشته باشد که برای محصول یا خدمت ارائه شده، تقاضا وجود دارد و یا تقاضای کافی از طریق تبلیغات به وجود خواهد آمد و درآمدی با سودآوری منطقی در برابر پول و زمان سرمایه‌گذاری شده روی محصول یا خدمت ایجاد خواهد نمود.

خردمندی، دانستن چیزی است که می‌خواهید در آینده انجام دهید، مهارت، دانستن چگونگی انجام آن است و ذوق و هنر، انجام آن است.  
«دیوید استار جردن»

دفترداری - سیستم دفترداری می‌بایست منظم و منعکس‌کننده تمامی مبادلات کسب‌وکار شما باشد. همچنین باید در جهت ثبت عملیات و تأمین اطلاعات مورد نیاز، برای ارسال گزارشات به شهر، استان و یا مجموعه‌های ائتلافی تنظیم گردد.

گزارش‌ها - گزارش‌ها و اسناد، می‌بایست برای استفاده‌های داخلی، دریافت‌ها، پرداخت‌ها، فهرست موجودی، لیست حقوق، بیمه، در صورت لزوم توضیحات مالی و در صورتی که ممکن باشد گزارش عملکرد ماهیانه تهیه شود.

مدیریت - سابقه کاری در مدیریت می‌تواند نقش مؤثری در موفقیت داشته باشد. در صورت فقدان آن، می‌توان از گزارش‌هایی، که در بالا ذکر شده، کمک گرفت. به خاطر داشته باشید که اکثر شکست‌ها در کسب‌وکار، در اثر ضعف مدیریت صورت گرفته‌اند.

**کارکنان** - پرسنل مکفی و با تجربه در شغل مورد نظر، جهت خدمت‌رسانی به مصرف‌کنندگان، چه در حضور و چه در غیاب صاحبکار، ضروری می‌باشد.

**صورت موجودی** - صورت موجودی باید به منظور برآورده ساختن تقاضای مشتری از نظر کیفیت و کمیت غنی باشد.

**تبلیغات** - به منظور رشد یک کسب‌وکار، تبلیغات ضروری است. البته، این عاقلانه نیست که فضایی از کاغذ و یا زمانی را از رادیو و تلویزیون بدون استفاده از تجربه کاری دیگران اشغال نماییم.

**پرداخت‌های مالیات** - مطمئن شوید که تمامی پرداخت‌های مالیاتی در موعد مقرر خود صورت می‌گیرند. اداره کل مالیات‌های درون مرزی قوانینش را بر اساس پرداخت سریع مالیات وضع نموده است.

**وکیل** - هر کسب‌وکار می‌بایست وکیلی داشته باشد تا در مواقع ضروری با وی تماس حاصل شود. این امر، به خصوص در موارد اجاره، توافق‌های شراکتی و اتحادیه‌ها، کاربرد بیشتری دارد.

**جواز و ثبت** - کسب‌وکار مورد نظر شما برای روبه‌رو شدن با مقتضیات قانونی باید دارای جواز و ثبت شده باشد.



بهترین راهبرد، آن است که بر پایه چیزی باشد که شما در آن مهارت دارید، آن را دوست دارید و اینکه چطور و چقدر مایل به سرمایه‌گذاری در آن هستید.  
«نکته ناب»

اسکور<sup>۱</sup> سازمانی است متشکل از افراد بازنشسته که برای کمک و مشاوره به افراد شاغل یا افرادی که قصد شروع یک کسب‌وکار را دارند، داوطلب شده‌اند.

#### ۴) شعرهای خوشبختی

اگر چنانچه شما ذوق و قریحه‌ای در شعرهای توصیفی دارید، چرا خودتان یک شعر خوشبختی نمی‌سرایید.

#### ۵) «چهار محور اصلی»

چهار محور اساسی، در زندگی افرادی که در رشته‌های مربوط به خود مؤثر هستند، وجود دارد: اول، آنها نسبت به آنچه که انجام می‌دهند شور و هیجان دارند - حتی اگر پول زیادی هم به دست نیاورند، حاضرند آن کار را به صورت رایگان انجام دهند. دوم، آنها دارای استعداد و مهارت

<sup>1</sup> SCORE

لازم، برای پیشی گرفتن از دیگران هستند. سوم، آنها در پی اهداف خود هستند، بدون اینکه اصول اخلاقی و وجدانی خود را به خطر اندازند - آنها کاری را انجام می‌دهند که دوست دارند. چهارم، بر این باورند که مجری تقدیر و سرنوشت هستند - آنها حس می‌کنند که آنچه که انجام می‌دهند همان کاری است که برای آن به دنیا آمده‌اند، و این امر برای آنان مقدس است.

به منظور درک هر چه بهتر مسائل یا همان محورهای اصلی، از چهار

سؤال زیر استفاده کنید:

### علاقمند به انجام چه کاری هستید؟

- انگیزه شما چیست؟
- چه چیز شما را در رابطه با زندگی هیجان‌زده می‌کند؟
- چه کارهایی به شما آرامش می‌دهد؟
- علایق و سرگرمی‌های شما چیست؟
- راز پنهانی شما چیست؟
- چه چیزی شما را خوشحال می‌کند؟

در چه کاری مهارت دارید؟

- چه استعدادهایی دارید؟
- چه توانایی‌هایی دارید؟
- چه هنرهایی دارید؟
- مهارت‌های ویژه شما کدام است؟
- چه کاری را دیگران می‌گویند خوب انجام می‌دهید؟

می‌خواهید چه کاری را در پیش گیرید؟

- چه اهدافی دارید؟
- چه چیزی برای شما مهم است؟
- زندگی خود را برای چه چیزی به خطر می‌اندازید؟
- اگر پول، ارزش نداشت، چه کاری انجام می‌دادید؟
- چه چیز باعث شده، در گذشته خیلی چیزها را از دست بدهید؟
- چه باید بکنید تا به زندگی خود معنا ببخشید؟ چه چیز شما را کمک می‌کند تا همانی باشید که واقعاً هستید؟

### برای چه کاری به دنیا آمده‌اید!

- چه سرنوشتی دارید؟
- در رگ‌های شما چه چیز موج می‌زند؟
- چه کاری می‌توانید انجام دهید که در زندگی دیگران، تغییر ایجاد کنید؟
- در مسیر شما چه فرصت‌هایی رخ داده است؟
- چه تصویری از آینده داشته‌اید؟

در زیر هر دسته، هفت جواب مهم خود را بنویسید. زیاد جدی

نگیرید، می‌خواهیم کمی تفریح کنیم. وقتی این کار را به پایان رساندید، با

فرض اینکه فقط ۶ سال زنده خواهید بود، آنها را به ترتیب اهمیت، فهرست

کنید. از یک کاغذ سفید استفاده کنید یا یک کپی از کاربرگ صفحه قبل،

بگیرید.

### فهرست انگیزه‌ها، استعدادها، اهداف و سرنوشت‌ها

طوفان فکری		
اهداف و سرنوشت‌ها	استعدادها	انگیزه‌ها

از هر دسته، سه مورد مهم را انتخاب کنید		
اهداف و سرنوشت‌ها	استعدادهای	انگیزه‌ها

#### ۶) نمودار گردش کار

نمودارها می‌توانند در فهم بهتر اینکه، بخش‌های انفرادی کسب‌وکار شما، چطور در کنار یکدیگر کار می‌کنند و کل کسب‌وکار را شکل می‌دهند، به شما کمک کنند. نمودار صفحه بعد، مراحل مورد نیاز برای تأسیس یک شرکت سفارش پستی را نشان می‌دهد.

#### ۷) نمودار هشت‌گانه بودا

این برنامه اجرایی ۸ مرحله‌ای، بازتابی است از تفکر و اقدامات سازمانی بسیاری از حوزه‌های فعال. جدول صفحه ۱۸ نشان می‌دهد که این برنامه هشت مرحله‌ای چگونه با فرآیندهای خلاق شغلی، هنری و علمی مقایسه می‌شود، "هشت مسیر" بودایی.

**الف) بازارهای هدف - بازاری پیدا کنید که با علائق، مهارت‌ها و**

*استعدادهای شما هماهنگ باشد و امکان سودآوری داشته باشد.*

بسیاری از کارآفرینان نوپا، کار خود را با نظرات و ایده‌ها و بدون هیچ

دلیلی مبنی بر اینکه کسی برای خرید به آنها مراجعه کند، شروع می‌کنند

این اشتباه است. زیرا هیچ کس پولی در قبال دارا بودن قوی‌ترین ایده

جهان، نمی‌پردازد؟

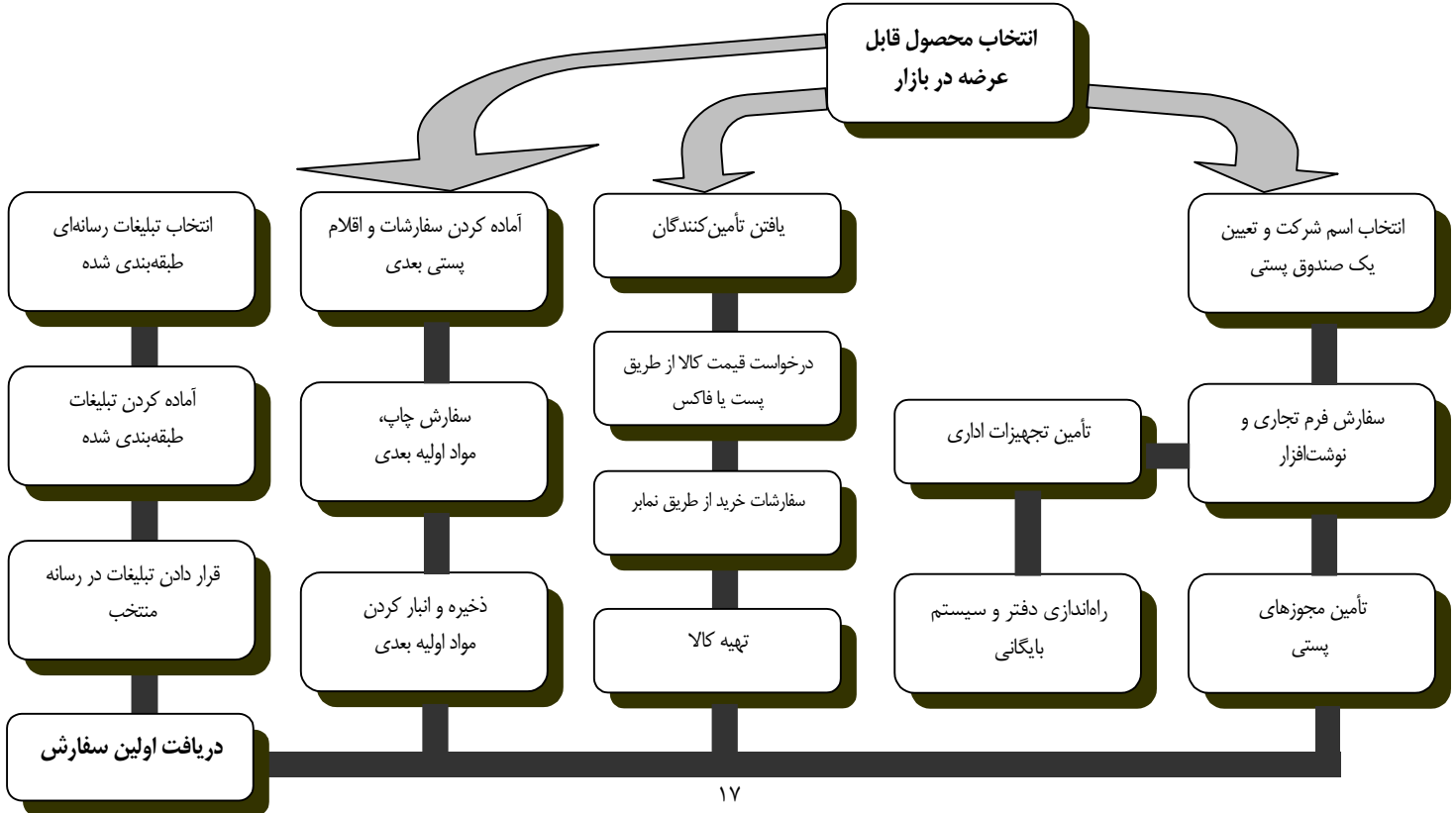
بنابراین، قبل از اینکه زمان، پول و انرژی زیادی را صرف خطر شروع

یک کسب‌وکار کنید، ابتدا در نظر بگیرید که مشتریان شما، با توجه به

نیروهای بازار و اعمال هیجانات، رؤیایها و اهداف خودتان، چه کسانی هستند.

*نمی‌خواهم چیزی را اختراع کنم که به فروش نرسد.  
«توماس ادیسون»*

## نمودار گردش کار یک شرکت سفارش پستی



## انتهای هشت مسیر

	نمودار هشت گانه بودایی	شیوه نگاری	نمایش روش تجاری	روش علمی	روش ابداعی	روش هشت مرحله ای EGS			
{	خرد	دیدگاه درست	الهام	رؤیا	کشف ناهنجاری	تشخیص معضل	نیازهای هدف	{	محصول و راهبردهای شرکت
		تحلیل درست	تحقیق	پروراندن	توسعه فرضیه ها	پیدا نمودن راه حل	انتخاب محصولات		
		گفتار درست	عنوان	مصور سازی	طراحی آزمایش	طراحی برنامه کاری	تأسیس شرکت		
		عملکرد درست	رئوس مطالب	پیدا نمودن وکیل	جمع آوری مطالب	جمع آوری مواد	تنظیم عملیات		
{	اخلاقیات	زندگی درست	نگارش	نقش دهی	انجام آزمایش	ایجاد پیش الگو	نوشتن تبلیغات	{	راهبردهای بازاریابی
		تلاش درست	ویرایش	اموزاندن	ثبت شواهد	آزمایش نمونه اولیه	آزمایش پیشرفتهای کاری		
{	تمرکز فکری	توجه درست	اثبات	به انجام رساندن	محاسبه	توسعه نمونه اولیه	اقدام به توسعه بخشی	{	راهبردهای بنا کردن
		اندیشه درست	انتشار	تحسین شدن	نتیجه گیری	حق انحصاری طراحی	تأمین منافع		



به طور خاص قبل از اینکه تصمیم بگیرید چه می‌خواهید بفروشید و یا چه خدمتی می‌خواهید ارائه دهید، نیازی را پیدا کنید که سایر افراد تا به حال آن را به طور موفق برآورده نکرده‌اند، ترجیحاً نیازی که برای گروه خاصی از مردم مشترک باشد - بازار هدف - سپس تمام تلاش‌های بازاریابی خود را هدفمند کنید، از طراحی و برنامه‌ریزی گرفته تا تبلیغات و حتی ایجاد تقاضای بیشتر.

به خاطر داشته باشید، موفقیت شما بیشتر وابسته به این نکته است که مردم را به خرید از محصولات، خدمات یا تبلیغات خود علاقه‌مند کنید، نه اینکه فقط شاهد انقلاب و تغییر در بازار باشند.

**نکته:** یک بازار هدف، مکانی است که افراد و یا گروهی از افراد با نیازها، خواسته‌ها و انتظارات تعریف شده از آن استقبال می‌کنند، شاید مهمتر از همه این موارد، پول و اشتیاق خود را در آن صرف می‌کنند.

**(ب) محصولات را انتخاب کنید - محصولات، خدمات و یا حتی گروهی از محصولات و خدمات وابسته به هم را انتخاب نمایید که نیازها و خواسته‌های بازار هدف شما را برآورده کنند.**

چنانچه شما قادر نیستید در مورد مشتریان بالقوه خود صحبت کرده و تصمیم بگیرید، حتی اگر در کنار شما هم باشند، توقف کنید! بیشتر جلو

نروید. به عقب برگردید و اولین قدم از هشت مرحله برنامه اجرایی را مرور کنید. شما قبل از تهیه فهرستی از آنچه که می‌خواهید بفروشید، باید بدانید که می‌خواهید اجناس خود را به چه کسانی بفروشید.

**شما قبل از تهیه فهرستی از آنچه که می‌خواهید بفروشید، باید بدانید که می‌خواهید اجناس خود را به چه کسانی بفروشید.**

پیدا کردن محصولات مناسب و خدمات و یا حتی گروهی از محصولات مرتبط به ویژه در گام اول همانند پیدا کردن سوزنی در یک انبار گاه است. در این محل کاری سخت و دشوار است مگر اینکه شما راهکار زیر را دنبال کنید: تعداد زیادی از محصولات را تا آنجا که قادرید پیدا کنید، سپس شروع به حذف یک به یک آنهایی کنید که همچون دیگران ضروری به نظر نمی‌رسند. این یک مرحله از فرآیند فهرست کردن است، جستجو و حذف کردن که به شما ایده‌های آشکار از طی مسیری مستقیم می‌دهد و اینکه چه محصولی و یا خدماتی را می‌توانید جهت ارائه و تولید انتخاب کنید، این فرآیندی است که قدرت انتخاب غریزی شما را تقویت می‌کند.

**نکته:** زمانی که شما به دنبال ایده‌هایی برای شغل آینده می‌نگرید، به دقت بر روی خط تولید محدود متمرکز شوید، در حالی که تولید و یا خدمات ویژه‌ای را توسعه می‌دهید و یا خدمات بسته‌بندی یک محصول را تأمین می‌کنید که این خود برآمده از یک رقابت طبیعی و در نوبه خود استثنایی است.

**پ) ایجاد شرکت -** برای شرکت خود پایه‌ای محکم و استوار

جهت رشد، پیشرفت و تحمل سختیها در نظر بگیرید.

مشتریان شما چه کسانی هستند. شما می‌دانید آنها چه محصولاتی را می‌خواهند و نیاز دارند. شما باید شرکتی را به منظور کمک و ارائه آن محصولات به آنها ایجاد نمایید:

شرکت = تولید محصول + مرکز دادوستد

اگرچه تعیین اینکه دقیقاً چه شرکتی می‌بایست تشکیل گردد فوق‌العاده مشکل است. شما می‌توانید اینگونه استدلال کنید که یک شرکت زمانی که یک شخص و یا یک گروهی با ایده‌های مشترک متعهد می‌شوند شکل می‌گیرد. حتی اگر که این تعهد تا زمانی که ثبت نشده باشد قانونی هم نباشد و تا زمانی که اولین دلار از فروش به دست نیاید و اولین زنگ به صدا در نیاید و هیچ چیز واقعی به نظر

نمی‌رسد تا زمانی که چندین سال از مرحله تولید و کار آن گذشته باشد.

به عبارت دیگر شاید مفیدتر باشد اگر اینگونه فکر کنیم که شکل‌گیری یک شرکت چیزی نیست که به طور اتفاقی رخ بدهد بلکه حتی فرایندی است که با یک ایده شروع می‌شود، با تحقیق ادامه می‌یابد و با تعهد و سرمایه‌گذاری مالی شکوفا می‌شود.

اگرچه این ایده شما می‌بایست در انتخاب موقعیت و مکان تجاری شما و همچنین نام شرکت شما مراقبت داشته باشد. در مورد اصل وجود راستایی شغلی تجاری خود خلاق باشید و فراموش نکنید که یک ساختمان با نمای تجاری برای شرکت خود در نظر بگیرید یا یک اظهارنامه و بیانیه مناسب و یک شعار برای شرکت خود.

**ت) تنظیم عملیات - عملیات تجاری خود را تنظیم کنید چرا**  
که با این کار بالاترین و بهترین نتیجه را با صرف کمترین هزینه و تلاش دریافت می‌کنید.

مردمانی در جهان وجود دارند که بدون آشنایی با یک ساختار آن را انتخاب می‌کنند و بعد از چندین ساعت صرف می‌کنند و سپس قادر خواهند بود نقشهایی را به عهده بگیرند که قبلاً قادر به انجام آن

نبوده‌اند همچنین در جهان مردمانی هستند که می‌توانند بدون نسخه آشپزی، غذا تهیه کنند، فقط از روی غریزه و یک استعداد مرموز و ماوراء طبیعی که شاید حتی برخی از مردم هیچ چیز در مورد آن نشنیده باشند و همچنین چیزی از افراد بی‌باک و بی‌پروا که شغلی را بدون هیچ طرحی و بدون تصمیم‌گیری بر روی انتظارات و حتی تقریباً بدون هیچ پولی شروع می‌کنند و ثروتمند هم می‌شوند. این چطور امکان‌پذیر است. آیا به برخی از مردم نعمت بیشتری داده شده است؟ پاسخ به این پرسش به نکته کوچکی از پندی اشاره می‌کند که تمامی افراد موفق به نظر می‌رسند که در اوایل کار خود این نکته را بروز می‌دهند و بر آن اصرار دارند و بر تفتیش عاید آن را بروز نمی‌دهند: هرگز اجازه ندهید شما را در حال رنج و مشقت ببینند.

**نکته:** آنچه که در اینجا در مورد این دسته از افراد صدق می‌کند و به نظر می‌رسد عمیقاً یک توطئه‌ای را در بر داشته باشد، قادر بودن فرد در شروع یک کار جدید بدون هیچ تلاشی است. ولیکن به خاطر داشته باشید پیش از آنکه داخل استخر رویاهای خود شیرجه بزیند مطمئن شوید که پر از آب است.

اگر که می‌توانستیم زندگی را دوباره شروع کنیم ترجیح می‌دادم تا وارد بازار کار تبلیغات شوم تا اینکه به هر کار دیگری دست بزنم. می‌توان گفت پیشرفت عمومی و دریافت عمومی از استانداردهای تمدن مدرن در میان گروهی از مردم در طی نیم قرن اخیر بدون در نظر گرفتن دانش و توسعه استاندارد برتر و بالاتر با استفاده از مفهوم تبلیغات تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد.

وانکلین روزدلت

ث) نوشتن تبلیغات - نوشتن تبلیغات و چگونگی طراحی و راهبردهای

آن را جهت جلب رضایت مشتری و خرید محصولات خوتان را فرا بگیرید. بزرگترین درک نادرست از تبلیغات این است که تنها هدف آنها جلب توجه مردم، شست و شوی مغز آنها و در آخر هم گرفتن پول‌های آنهاست. به طور مثال در بین مردم اینگونه جا افتاده است که تبلیغات این است که با آنها هله هوله‌ها وارد خانه‌ها می‌شوند، یک زن بلوند زیبا با لب‌های درشت در حال نوشیدن آبجو است و یا مردی با ژاکت‌های زرق و برق دار به همه افراد می‌گوید که با این خرید که می‌توان گفت دیوانگی است و هیچ نوع علاقه‌ای هم در آن نیست در پول خود صرفه‌جویی کنید. به جای آنکه آگاهی ایجاد کنند و یا

محصولات جدید تولید کنند و یا معاملات حقیقی و خالصی را پیشنهاد دهند، بسیاری از مردم بر این عقیده‌اند که تبلیغات دنیای مهارت است، فاقد تکریم و تجلیل و در نهایت اینکه تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی حقیقت را پنهان می‌کنند. تبلیغات در اصل یک نوع ارتباطات هستند.

اگرچه برخلاف این ادارک، با وجود اینکه شما می‌دانید اینگونه تبلیغات مذکور وجود دارند، آنها نماینده یک بخش کوچکی از یک حیوان بزرگ‌تر هستند - نقطه سیاه کوچکی روی بدن یک فیل - در حقیقت، تبلیغات همانند یک شکلی از برقراری ارتباطات عمل می‌کنند که می‌خواهند موجودیت خود را نشان داده، باور شوند، و همچنین تشویق گردند. این روشی است که تبلیغات به مشتریان اجازه می‌دهد بدانند که نه تنها در تجارت آزاد هستند بلکه شما فوق‌العاده در قلب آنها جای دارید و اینکه واقعاً راه‌حلی جهت حل مشکلات شما دارند و فقط در صدد جلب رضایت و برطرف کردن نیازها و خواسته‌های مشتریان هستند.

**نکته:** خواه آنچه که شما تبلیغات می‌نامید، در جهت ترقی و پیشرفت فروش باشد و یا یک خرید و فروش ساده؛ فهم و درک اینکه چگونه

محصولات و یا خدمات خود را در معرض دید مصرف‌کنندگان خود بگذارید و آنها را تشویق به خرید آنها نمایید، برای موفقیت در کار کاملاً ضروری است. در نتیجه، از قید و بند این اصطلاحات تغییرپذیر و قابل تبدیل‌رهایی یابید. بعد از همه این موارد، هر چیزی به طور کاملاً اساسی در مقابله با «آوردن شغل جدید» شامل نگرانی است و ای همان است که شما باید در مورد آن نگران باشید.

### ج) آگهی‌های تبلیغاتی را مورد آزمون قرار دهید - پیش از آن که

وقت، سرمایه و سایر منابع را صرف یک پروژه نمایید، مکان بازار را از نظر پاسخ به کسب‌وکارتان، بررسی نمایید.

همین اواخر بازاربای‌های ژاپنی به جای اینکه از اصطلاح منطقی

“آماده، هدف، آتش” استفاده کنند، از اصطلاح “آماده؟ آتش! هدف” استفاده

می‌کردند تا عملکرد بازاریابی آمریکایی را معرفی کنند. آنها بر این باورند که

تعداد بی‌شماری از شرکت‌های آمریکایی تاریخچه طولانی در عدم توجه به

اهمیت بازاریابی مناسب و روابط عمومی داشتند؛ به ویژه در آزمایش کردن

و ایجاد تقاضای بازار قبل از تولید کالا و ارائه خدمات. آنها از این عقیده با

استفاده از آمار دفاع می‌کردند. آمار نشان می‌داد که سالانه میلیون‌ها و حتی

میلیاردها دلار توسط شرکت‌های آمریکایی صرف تبلیغات کم‌بازده می‌شود.



برای جلوگیری از چنین مشکل هزینه‌بری، یک تعهد قانونی یا الزامی را ایجاد کنید که محصولات جدید، خدمات و سایر ایده‌های جدید را آزمایش کنید. قبل از شکار یک بیر حتماً ابتدا هدف‌گیری را بیاموزید.

**نکته:** فرصت‌های بسیار زیادی در این دنیا وجود دارند که موجب می‌شوند وقت و هزینه خود را بر روی ایده‌هایی که نیروی بالقوه کمی برای سوددهی در زمان حال یا آینده نزدیک دارند، هدر دهید. با برنده‌ها همراه شوید. بازنده‌ها را کنار بگذارید.

*تمام سود کسب‌وکار بر پایه عقاید و برآوردهای احتمال وقوع است، نه بر پایه اطمینان کامل.  
«چارلز الیوت»*

**چ) به توسعه بپردازید -** در جست‌وجوی شیوه‌های ابتکاری و نوآورانه باشید تا بتوانید فروش ناخالص، سود و سهم بازار را افزایش دهید.

شروع کردن یک کسب‌وکار مانند تهیه بذر، کاشتن آن در خاک گلدان، آبیاری و تبدیل شکوفه‌های آن به گل است. در نتیجه زمانی که در روشنایی سپیده به آن خیره می‌شوید، خود را به خاطر تلاش شگفت‌انگیزتان تحسین می‌کنید.

آنگاه، پس از تهیه گلدان بزرگ‌تر، خاک بیشتر، کود بهتر برای تقویت و رشد، به جای یک نهال کوچک، چیز سودمندتری مثل درخت هلو خواهید داشت. زمانی که درخت هلوی شما تنومند شد آن را به باغچه منتقل کنید، کود بیشتر و مقداری آب به آن بدهید، آفت‌های آن را سمپاشی کنید، دور آن را حصار بکشید و دعا کنید که سرما آن را خراب نکند.

پس از پنج یا هفت سال، بعد از اینکه سال‌ها آن را آفت‌زدایی کردید و مراقب بودید بچه‌ها از درخت بالا نروند و با شاخه‌های آن تیرکمان درست نکنند، محصولتان را به دست می‌آورید.

توسعه یک کسب‌وکار کمی ظالمانه است. مثل جدا کردن گلی از شاخه در اوج شکوفایی، قبل از اینکه شخص دیگری این کار را انجام دهد، و فروش آن به منظور استفاده در دسته گل مخصوص بانوان.

**نکته:** یک شرکت می‌بایست توسعه را طوری در نظر بگیرد که سرمایه کلانی از سود محصول به دست آورده، بتواند با رقابت جدید مواجه شود، خدمات یا محصولات جدیدی را به بازار عرضه کند، بتواند با مدیریت جدید سازگاری پیدا کند و از توسعه غیرمنتظره در بازار سود ببرد. البته یک شرکت تحت هیچ شرایطی نباید به توسعه فقط از بعد بزرگ‌تر شدن توجه کند.

هر وقت که شما کسب‌وکار موفق‌تری را دیدید، بدانید که  
 زمانی فردی تصمیم شجاعانه‌ای گرفته است.  
 «پیتر دراگر»

خ) منافعتان را تضمین کنید - یک راهبرد مالی خصوصی و کارآفرینانه  
 را به منظور رشد سود کسب‌وکارتان گسترش دهید.

چه «حقیقتی» در سود نهفته است؛ افرادی هستند که می‌گویند  
 «پول ریشه تمام پستی‌هاست. سپس به شما مؤدبانانه اشاره می‌کنند  
 جیب‌هایت را سبک کن و هر چی داری خالی کن. افرادی هم هستند که  
 به شما می‌گویند «یک ریال که پس‌انداز شده، همان یک ریالی است که  
 کسب شده» و همین افراد پول زیادی را صرف کارهای بی‌بهره می‌نمایند.  
 همچنین، افرادی هستند که به شما می‌گویند «پول قدرت است». اما  
 افرادی نیز هستند که ایده و اراده خود را در این دنیا با هیچ چیز حتی پول  
 عوض نمی‌کنند.

حقیقت این است که پول هرگز «پاسخگو» نبوده، ولی همیشه بوده است و همیشه باقی خواهد ماند - وسیله‌ای برای هدف - وسیله‌ای است که می‌تواند در رساندن شما به جایی که می‌خواهید بروید کمک نماید:

بنابراین، عاقلانه است که پیش از پذیرفتن خطر هر نوع کسب‌وکار کوچکی، ابتدا، راهبردهای سرمایه‌گذاری را تا حد ممکن گسترش دهید تا به هدفی که در نظر دارید برسید و به خاطر داشته باشید که اگر چه پول «پاسخ» همه مسائل نیست، اما می‌توان آن را صورت مسئله دانست و بنابراین ارزش «پس‌انداز» را دارد.

*تنها روشی که باعث می‌گردد شما در کسب‌وکار امتیاز کسب نمایید، این است که به مقدار پولی که به دست می‌آورید، بیفزایید.*

*«هری بی هامسلی»*

#### ۸) بازار انحصاری کاریکاتور

تلاش برای شاد بودن عنصر مشترکی است که معمولاً در زندگی هر فردی یافت می‌شود. مصورسازی ایده‌ها می‌تواند حتی بیشتر از سایر شرکاء شما را در جهت ساده‌سازی و مختصر نمودن استراتژی‌های دستیابی به

اهدافتان یاری نماید. اگر که آنها به طرح کسب‌وکار وابسته نباشند حتماً به یخچال شما تعلق دارند. تصویر زیر را ببینید.



### ۹) طرح کسب‌وکارهای کوچک

طرح کسب‌وکارهای کوچک که در دو صفحه بعد نشان داده شده، خلاصه‌ای است از ساختار کلی یک طرح کسب‌وکار کامل که در کتاب راهنمای شماره ۱۱ با عنوان «نگارش طرح شغلی» بررسی شده است. یک کپی خام از این فرم را می‌توان از روی کتاب راهنمای شماره ۸ با عنوان «طراحی و متناسب‌سازی برنامه‌ریز تجاری» برداشت کرد.

رئوس مطالب طرح کسب‌وکار (قسمت‌های ۱ و ۲)		
	<b>عنوان</b>	<b>قسمت اول</b>
	نام شرکت نشانی محل کسب‌وکار نام مالک (مالکین)	<b>بخش مقدمه</b> شرکت خود را معرفی نمایید.
	ایده فکری کسب‌وکار	خلاصه‌ای از سابقه اجرایی خود را بنویسید.
	بیان رسالت	رسالت خود را بنویسید.
	تشکل قانونی توضیح موقعیت تجربه مدیریت	<b>قسمت دوم</b>
	ویژگی‌ها و محاسن خدمت یا محصول	<b>برنامه شرکت</b> شرکت خود را توصیف کنید. خدمات و تولیدات شرکت خود را توصیف نمایید.
	تجهیزات ضروری کارکنان مورد نیاز هزینه بالاسری پیش‌بینی شده	برنامه عملیاتی خود را توصیف نمایید.

رئوس مطالب طرح کسب‌وکار (قسمت‌های ۳ و ۴)		
	<b>بازار هدف</b> روندهای صنعت جاری	<b>قسمت سوم</b> <b>برنامه بازاریابی</b> بازار خود را توصیف نمایید.
	تقویت رقابت	راهبردهای بازاریابی خود را توصیف نمایید.
	راهبرد فروش، شیوه‌های تبلیغاتی، محاسن بازاریابی، رقابت خارجی	
	موجودی نقدی وامهای مورد نیاز فروش و سود پیش‌بینی شده	<b>قسمت چهارم</b>
	خلاصه‌ای از مقاصد طرح کسب‌وکار	<b>برنامه مالی</b> پروژه‌های مالی تعیین کنید. نوشته پایانی

### ۱۰) هر چیزی به جز "ظرف شستن" چالش برنامه‌ریز روزانه:

فوایدی که زمان‌سنجی روزانه در بر دارد، قابل بحث و بررسی می‌باشد که البته ممکن است این امر ماه‌ها به طول بیانجامد. در این بخش شش یا هفت فعالیت در هر روز مشخص می‌گردد تا در پایان برنامه بتوانید به هدف نهایی برسید. این کار نه تنها از اتلاف زمان جلوگیری می‌کند، بلکه در نهایت با زمان‌سنجی، شما فهرستی از هزاران فعالیت یا بیشتر خواهید داشت که به راحتی در هفته‌های آتی می‌توانند تغییر کنند. به این ترتیب، این فرایند همانطور که به طور خلاصه در ذیل مشاهده می‌گردد، می‌تواند دیدگاه‌های ارزشمندی را جهت خط‌دهی به مسیر شغلی شما در اختیاران قرار دهد.

**برنامه‌های بزرگ، افراد بزرگ را جذب می‌کنند.**

«نکته ناب»



زمان‌سنجی فشرده ارائه شده برای برنامه اجرایی

📅 **روز ۱-** تحقیقات مقدماتی بر روی ایده کسب‌وکار خود انجام دهید.

تا جایی که می‌توانید، در مورد زمینه کاری که انتخاب کرده‌اید، محصول و بازار، اطلاعات جمع‌آوری کنید.

📅 **روز ۱۵-** ایده‌ها را سازماندهی کنید تا دیگران هم بتوانند از آنها

استفاده نمایند. طرح کسب‌وکار خود را به صورت نمودار نمایش دهید.

📅 **روز ۱۷-** پیشنهادات خانواده، دوستان و همینطور شرکاء و همسر

خود را در مورد ایده کسب‌وکار تان در نظر بگیرید.

📅 **روز ۲۲-** به بازخوردها و توجیه‌های صاحبان کسب‌وکار توجه کنید.

📅 **روز ۲۹-** به بازخوردها و توجیه‌های انجمن‌های کسب‌وکار کوچک

دولتی یا مشاوران توجه کنید.

📅 **روز ۳۲-** به بازخوردها و توجیه‌های وکلا و افراد ذی‌حساب توجه کنید.

📅 **روز ۳۳-** شکل قانونی کسب‌وکار خود را مشخص کنید.

📅 **روز ۳۵-** قوانین مرتبط با مجوز را بررسی نمایید.

📅 **روز ۳۷-** یک سایت تجاری انتخاب کنید.

📅 **روز ۴۳-** بازار را بررسی کنید.

📅 **روز ۵۱-** بازار هدف را با دقت تعیین کنید.

📖 روز ۵۲ - پتانسیل بازار را تخمین بزنید.

📖 روز ۵۳ - نقدینگی را پیش‌بینی کنید.

📖 روز ۵۴ - عملکرد سال اول را پیش‌بینی کنید.

📖 روز ۵۵ - صورت وضعیت مالی شخصی، تهیه کنید.

📖 روز ۵۶ - جزئیات طرح کسب‌وکار را کامل کنید.

📖 روز ۶۷ - در مورد امکان‌پذیری و عملی بودن طرح مطالعه کنید.

📖 روز ۷۳ - هماهنگی لازم برای رودرویی با مخاطرات کسب‌وکار را

به اتمام برسانید.

📖 روز ۷۵ - در صورت لزوم منابع مالی را مشخص کنید.

📖 روز ۷۷ - منابع مالی را پیدا کنید.

📖 روز ۸۷ - بودجه مالی مناسب را تنظیم کنید.

📖 روز ۹۱ - تجهیزات و لوازم ماشینی مورد نیاز را سفارش دهید.

📖 روز ۹۷ - وسایل ثابت، مبیل لوازم مورد نیاز را سفارش دهید.

📖 روز ۱۰۰ - فهرست اموال را تنظیم کنید.

📖 روز ۱۰۳ - مجوزهای مورد نیاز را بگیرید.

📖 روز ۱۰۵ - لوازم‌التحریر، کارت‌های تجاری و آرم شرکت را طراحی و

چاپ کنید.

📖 روز ۱۱۰ - شرکت خود را بیمه کنید.

📖 روز ۱۱۲ - خدمات تلفنی را راه‌اندازی کنید.

📖 روز ۱۱۳ - سیستم‌های حسابداری و دفترداری را تنظیم کنید.

📖 روز ۱۱۷ - حساب‌های بانکی باز کنید.

📖 روز ۱۲۰ - تبلیغات را نوشته و علامت خاص فروش را در صورت

لزوم طراحی کنید.

📖 روز ۱۳۵ - در صورت لزوم افرادی را برای استخدام آموزش دهید.

📖 روز ۱۴۴ - تجهیزات و ماشین‌آلات لازم خریداری شده را راه‌اندازی

کنید.

📖 روز ۱۴۹ - اثاثه و اسباب و لوازم و موارد چاپ شده را تنظیم کنید.

📖 روز ۱۵۲ - فهرست قیمت‌ها و اموال را معین نمایید.

📖 روز ۱۵۴ - طرح کسب‌وکار را به مقدار اطمینان از مطابقت با

گام‌های جدول، مرور کنید.

📖 روز ۱۵۵ - جدول کاری درست کنید.

📖 روز ۱۶۳ - بعد از یک هفته اقدامات انجام شده برای فروش را

ارزیابی کنید و با طرح اولیه فروش با طرح اولیه فروش مقایسه می‌گردد.

📖 روز ۱۸۰ - بعد از دو هفته اقدامات نهایی و مقدار درآمد با پروژه هفته‌ای کسب درآمد مقایسه می‌گردد.

هرگز پیشنهاد را با عمل اشتباه نگیرید.  
«ارنست همینگوی»

📖 روز ۱۸۶ - پس از یک ماه، پیش‌بینی عملیاتی را کنترل کنید. فروش، هزینه‌ها و وجوه در گردش را با پیش‌بینی‌هایی که از قبل کرده‌اید، مقایسه کنید.

📖 روز ۱۸۷ - در پایان ماه رضایت مشتری را ارزیابی کنید.

📖 روز ۲۴۶ - بعد از سه ماه فعالیت‌های روز ۱۸۶ را تکرار نمایید.

📖 روز ۳۲۳ - بعد از شش ماه فعالیت‌های روز ۱۸۶ را تکرار نمایید.

📖 روز ۳۲۶ - تمامی موارد طرح کسب‌وکار را تعیین کنید.

📖 روز ۳۲۸ - در صورت لزوم، اصلاحاتی را در طرح کسب‌وکار

اعمال کنید.

📖 روز ۳۳۰ - در صورت لزوم، در مدیریت تغییراتی اعمال کنید.

**(۱۱) کوتاه و مطلوب**

ده برنامه اجرایی بالا، به شما کمک می‌کند که برنامه اجرایی خود را بر اساس مهارت‌ها، علایق و نیازهای خود توسعه دهید. همچنین، قوه تخیل شما را برمی‌انگیزد، شما را تشویق می‌کند تا از خود بیرون بیایید و محیط اطراف خود را ببینید و به ایده‌های خود هدفمندانه‌تر بنگرید. چنانچه تاکنون هیچ برنامه‌ای را ننوشته‌اید - حتی در حد چند واژه - تمام محاسن این بخش را از دست داده‌اید. هشت مورد ذیل، به منظور تحریک بیشتر شما نوشته شده است - هر برنامه اجرایی بهتر از بی‌برنامه بودن است. و به خاطر داشته باشید که با اضافه کردن چند هدف بزرگ و دور از دسترس، به برنامه‌های خود رونق بخشید، چرا که رؤیاهای و آرزوهای همیشه قبل از عمل می‌آیند. بنابراین، همین حالا کاغذی بردارید و بیوگرافی شخصی آینده خود را بیافرینید - مثلاً اینکه چطور به فرصت و شانس دست خواهید یافت. خلاق باشید. واقع‌گرا باشید هر چه می‌خواهید بنویسید. «شبی تاریک و طوفانی است...»

الف. بنیانگذار فروش مستقیم پستی - تمبر پست، فروشنده

من و پاکت پست همان خلاصه برنامه اجرایی من است.

تمبر پست، فروشنده من است.

ب. توسعه‌دهنده بازی - معلم‌ها بازی‌هایی را انتخاب می‌کنند که آموزنده، مؤثر و تقویت‌کننده رفتار خوب باشد و ۱۵ دقیقه آخر کلاس را پر کند. اگر یک بازی، کاملاً فکری بوده و ریاضیات، مهارت‌های خواندن و نوشتن و مهارت‌های کامپیوتری را بهبود بخشد و همچنین، نیازهای انگیزشی و انضباطی را برآورده کند، باید فروخته شود.

بعد از مصاحبه حضوری با ۲۰ معلم، یک بازی آموزشی طراحی خواهیم کرد و چندین نمونه حرفه‌ای در نظر خواهیم گرفت که معیارهای مورد نظر آنها را تأمین کند. سپس این نمونه‌های نمایشی را با استفاده از روابطی که با مدارس دارم، در مدارس، مورد آزمایش قرار می‌دهم؛ از نتایج این آزمایش، برای تقویت ارتباط مثبت استفاده می‌کنم یعنی بعنوان تقویت‌کننده فروش مستقیم در آینده.

اگر در این کار پیروز شوم، تولید انبوهی به راه خواهم انداخت و به هر تعدادی که فکر کنم می‌توانم بفروشم، بازی تکثیر خواهم کرد. به خاطر داشته باشید که هر چه تعداد بازی‌های تولید شده بیشتر باشد، قیمت واحد ارزان‌تر و سود بیشتر خواهد شد. البته، دقت خواهم

کرد که بیش از تقاضا تخمین نزنم تا در نهایت با صدها یا هزاران واحد فروش نرفته مواجه نشوم.

سپس، تبلیغی در یک روزنامه محلی یا یک مجله چاپ کرده و امتحان می‌کنم. چنانچه موفقیت‌آمیز باشد، از سایر رسانه‌ها نیز برای تبلیغ استفاده خواهم کرد. همچنین، اطلاعیه‌ای را به همراه چندین نامه می‌فرستم، یکی به مدیر مدرسه و بقیه را به معلمان مدرسه. در نامه‌ام تمام مقاصد را که ممکن است مدیر یا معلم مدرسه از خرید بازی‌های من مدنظر داشته باشند را می‌گنجانم.

اگر بازی من موفق شد، کانال‌های ارتباطی را با توزیع‌کنندگان و سازندگان ملی برقرار می‌کنم و چگونگی خوب بودن فروش بازی‌هایم را به آنها اطلاع می‌دهم.

📖 پ. مخترع - برای میلیونر شدن تنها یک ایده مطمئن کافی است. محصولی همچون یویو، سوزن قفلی، یا تله موش‌های مناسب خواهم ساخت و یکی از توزیع‌کنندگان مطرح در سطح جهان خواهم شد.

📖 ت. بازاریابی گسترده - من هیچ مزیتی را در فروش کالا یا خدمتی که فقط نیاز گروه کمی از مردم را برآورده می‌کند، ندیده‌ام.

به صورت گسترده بازاریابی خواهیم کرد و فقط کلایی را خواهیم فروخت که بنا بر تحقیقاتم تقاضا برای آن زیاد باشد. من مشتریان بزرگی را پیدا خواهیم کرد که از خرید کالاهای انبوه برای برآورده ساختن نیازهای عمومی خود استقبال می‌کنند و به دنبال محصولات خاص‌تری هستند تا به کسب‌وکار مداوم دست یابند.

📖 **ث. متخصصان فرصت‌های خوب بازار – با توجه به این حقیقت**

که بازارهای تخصصی تمایل به ثبات بیشتری دارند، به خصوص اگر از خدمات کیفی برخوردار باشند، امیدوارم مشتریان ثابت بیشتری بیابم. همچنین به منظور ممانعت از رقابت مستقیم با شرکت‌های بزرگتر و پایدارتر، فعالیت‌های بازارهای تخصصی را دنبال خواهیم کرد. من می‌خواهم در حاشیه رقابت باشم نه در مرکز آن و همچنین برای استفاده بهتر و مفیدتر از هزینه‌های تبلیغاتی خود، به دنبال بازارهای تخصصی خوب خواهم بود. چرا که نمی‌خواهم هزینه‌ها را صرف مردمی نمایم که حتی علاقه ندارند، بدانند چه محصولی را عرضه می‌کنم.

📖 **ج. خریدار حق انحصاری – خریدار حق انحصاری اختراعات**

خواهم شد. این اختراعات را با صحبت کردن با وکلای حق انحصاری و تحقیق بر روی حقوق انحصاری موجود در کتابخانه واشنگتن خواهم



یافت. حقوقی را جستجو می‌کنم که قیمت آنها پایین‌تر از دو هزار دلار باشد. الگوی من Joseph E. Cossman است، یک میلیونر، فردی که روزی طرح تفنگ کوچکی را که سیب‌زمینی شلیک می‌کرد و قیمت آن ۶۰۰ دلار بود، خریداری کرد.

📖 **چ. مربی فناوری – مردم چیزی را که آن را تشخیص ندهند خریداری نمی‌کنند.** بنابراین فناوری‌هایی را به فروش می‌رسانم که مردم آن را درک می‌کنند.

اگر که نسبت به آن آشنایی نداشتند آنها را آموزش می‌دهم و اگر که نتوانم آنها را آموزش دهم به دنبال فروش چیز دیگری خواهم بود.

📖 **ح. طراحان و توسعه‌دهندگان تولیدات جهانی – با در نظر داشتن دانش کافی در زمینه زبانهای خارجی و ارتباط برقرار کردن با سایرین، آموزش مهندسان و درک و تشخیص محصولات علمی و تکنیکی، قرار گرفتن و برخورد با معامله‌گران خارجی و مراعات قوانین مرتبط با مشتریان، توانایی نوشتن یک متن خوب تبلیغاتی و مهمتر از آن تولیدات موجود و تشخیص گسترش در عملکرد، پیکره‌بندی و بسته‌بندی تولیدات، ... من (۱) شرکت‌های کوچکی که یک یا چند محصول خاص تولید می‌کنند را تأسیس خواهم کرد. (۲) این تولیدات**

را مجدداً برای مراکز فروش، U.S طراحی خواهیم کرد. ۳) تولیدات را به گونه‌ای بسته‌بندی خواهیم کرد که نظر عامه را در U.S جلب نماید. ۴) در حد امکان حقوق انحصاری U.S در مورد تولیدات را مصون خواهیم داشت. و ۵) پیشرفت و توسعه آنها با تبلیغات و کاتالوگ‌های مناسب را مد نظر قرار خواهیم داد.

من فکر می‌کنم بتوانم یک مؤسس واقعی شرکت را از فاصله ۵۰۰ متری در یک روز مه‌آلود تشخیص بدهم! همچون یک بازیگر که پراز غرور و اتکاء به نفس است...  
او در واقع یکه‌تاز و تنها پیش می‌رود و می‌داند که چه کاری انجام می‌دهد، بنابراین قابلیت این را دارد که قاطعانه تصمیم گرفته و آن را به مرحله اجرا بگذارد و با در نظر گرفتن تمامی این موارد او کارهایش را انجام داده و موفقیت را در آغوش می‌گیرد.  
آقای پیتر پارکر