

۱۲ نکته حیاتی برای ساختن کسب و کار پولساز



 کسب و کار Business

۱۲ نکته حیاتی برای ساختن کسب‌وکاری پولساز

۱۲ قدم برای اینکه بتوانید کسب‌وکار اینترنتی
پولسازتان را بسازید

این کتاب را با عشق به شما تقدیم می‌کنم:

محمد افراسیابی

مشترکیم از شما که کتاب "۱۲ نکته حیاتی برای ساختن کسب‌وکاری پولساز" را دانلود کردید

چند نکته برای استفاده از این کتاب و محتوای آن:

۱. شما اجازه دارید که این کتاب را برای دانلود در سایت خود قرار دهید.

۲. شما می‌توانید این کتاب را به هر شخصی که دوست دارید هدیه بدهید.

۳. شما اجازه تغییر محتوای این کتاب الکترونیکی را ندارید.

۴. به دلیل رایگان بودن این کتاب، شما اجازه فروش آن را ندارید.

فهرست

عنوان	صفحه
مقدمه	۱
مشخص بودن هدف و داشتن ایده‌ای خوب	۲
بررسی هزینه مورد نیاز	۳
انتخاب نامی مناسب برای وبسایت و کسب و کار خود و آغاز برندسازی	۵
تحقیق در حوزه کاری خود	۵
تعیین محصولات و خدماتی که قرار است به فروش برسند	۶
تولید محتوای مناسب و به‌روز	۶
برنامه‌ریزی برای توسعه کسب و کار در آینده	۷
بهینه‌سازی یا سئو سایت	۹
توجه ویژه به بحث مشتری‌مداری	۹
بازاریابی، تبلیغات و فعالیت مستمر در شبکه‌های اجتماعی	۱۱
یادگیری مهارت‌های مدیریتی، کلامی، مدیریت زمان و رهبری	۱۲
حرفه‌ای‌گری در کار و داشتن رابطه‌ای خوب با همکاران	۱۳
سخن پایانی	۱۴

همه مردم دوست دارند در زندگی شخصی و شغلی خود به عنوان فردی موفق شناخته شوند. برای اینکار، راه‌های زیادی را امتحان می‌کنند تا به خواسته‌های مهم‌شان و در نتیجه به موفقیت برسند. یکی از این راه‌ها، این است که به عنوان یک کارآفرین کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند، آن هم کسب و کار اینترنتی.

راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی مانند خیلی از کارهای دیگر، اصولی دارد که اگر رعایت نشوند، منجر به شکست کسب و کار و در نتیجه از دست رفتن سرمایه می‌شوند. بعضی از کسب و کارهای اینترنتی موفق می‌شوند و برخی نیز با شکست مواجه می‌شوند. چند سالی است که در زمینه مشاوره و راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی فعالیت می‌کنم و دیده‌ام افرادی را که کسب و کارشان شکست خورده است. به این دلیل که مواردی را قبل از راه‌اندازی و بعد از راه‌اندازی کسب و کارشان نادیده گرفته‌اند.

همین موجب شد تا انگیزه‌ای برای نوشتن این کتاب پیدا کنم، شاید بتوانم کمک کوچکی به افرادی بکنم که می‌خواهند در زمینه کسب و کار اینترنتی موفق باشند. تمام تلاشم را کردم تا تمام موارد مهم را برای شما دوست عزیزم، گردآوری کنم. اما در این بین، ۱۲ نکته مهم را برای شما بیان می‌کنم که با به‌کارگیری آنها، مطمئناً می‌توانید کسب و کارتان را پر رونق کنید. به همین دلیل نام این کتاب الکترونیکی را، "۱۲ نکته مهم برای ساختن کسب و کاری پولساز" گذاشتم. برخی از ۱۲ نکته را با تفصیل بیشتری نسبت به بقیه بیان کرده‌ام.

چند سال است که در سایت الفبان، درباره این موارد به صورت جدا از هم، مقالاتی را منتشر کرده‌ام. اما حالا شما کتابی را در اختیار دارید که مهم‌ترین اصول مربوط به راه‌اندازی کسب و کارهای اینترنتی در آن آورده شده است.

۱. مشخص بودن هدف و داشتن ایده‌ای خوب

هر شخصی در زندگی اهداف و رویاهای زیادی دارد که دوست دارد به تمام آنها یا حداقل به آنهایی که مهم‌تر هستند، برسد. کسب و کارها نیز مانند زندگی اکثر ما، با اهداف خاصی راه‌اندازی می‌شوند. هر کسب و کاری که راه‌اندازی می‌شود، در ابتدای کار تنها یک تصویر ذهنی بوده است. همه افرادی که کسب و کار خود را راه‌اندازی کرده‌اند، با توجه به یک یا چند هدف خاص، اقدام به ساختن کسب و کارشان کرده‌اند. برای دستیابی به اهداف چه در زمینه شخصی و چه در زمینه شغلی، باید چرایی خاصی وجود داشته باشد.

چرا می‌خواهم به هدفم برسم؟

برای چرایی خواسته‌تان، می‌توانید دلایل متعددی بیاورید. مثلاً اینکه می‌خواهم در یک زمینه خاص، به عنوان فردی سرشناس شناخته شوم. اگر شما از یک شخصی که رشته دانشگاهی تئاتر و بازیگری را انتخاب کرده و قصد دارد که در آینده بازیگر شود و بخواهد در سریال یا فیلم سینمایی بازی کند، سؤال کنید که هدفش از ورود به این عرصه چیست، احتمالاً پاسخ می‌دهد که دوست دارد مشهور شود. شما نیز در ابتدای راه‌اندازی کسب و کارتان، این سؤال را از خود بپرسید که هدف یا اهدافتان از راه‌اندازی کسب و کار مدنظرتان چیست؟

حالا من این سؤال را از شما می‌پرسم، هدف‌تان از ساخت کسب و کارتان چیست؟

به طور معمول هدف نخست هر فردی، در هر زمینه‌ای که فعالیت می‌کند کسب درآمد است. هر چند شاید شخصی باشد که ادعا کند هدف اولش درآمد نیست، اما به هر حال جزو اهداف مهمش محسوب می‌شود. به جزء این هدف، اهداف دیگری نیز می‌تواند مدنظر شما باشد. مانند سرآمد بودن در حوزه فعالیت‌تان، شناخته شدن و معروف شدن و اهداف دیگری که می‌توانید داشته باشید.

اما تجربه من ...

اما می‌خواهم تجربه خود را در این زمینه بگویم، زمانی که وبسایت الفبان را راه‌اندازی کردم، هدفم تنها کسب درآمد بود، می‌خواستم با فروش محصولات که در الفبان قرار می‌دادم، به مقدار پولی که برای خودم مشخص کرده بودم، برسم. اما رفته‌رفته دیدم نسبت به موضوع آموزش عوض شد. دوست داشتم که بتوانم چیزی را به دیگران آموزش بدهم. زمانی که می‌خواستم اولین وبسایتم را طراحی کنم، هیچ پیش‌زمینه‌ای از طراحی نداشتم، یعنی نمی‌فهمیدم باید از کجا شروع کنم. چند سال قبل به این شکلی که الان هست، آموزش‌ها در دسترس نبود و آموزش‌دهنده‌ها خیلی کم بودند. پس مطمئنم افرادی هستند که مانند آن زمان من، بخواهند کسب و کارشان را بسازند یا در زمینه بازاریابی و دیگر موارد اطلاعاتی را کسب کنند.

بنابراین مهم‌ترین هدف من از کسب درآمد به آموزش دادن و کمک به افرادی تبدیل شد که می‌خواهند کسب و کارشان را بسازند و آن را به درآمدزایی بالا برسانند و خوشحالم که در چند سال گذشته توانسته‌ام به افراد زیادی در این زمینه کمک کنم.

شما نیز در آغاز راه، باید اهدافی مشخص شده داشته باشید. اهداف‌تان را به ۳ صورت کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تقسیم کنید و برای دستیابی به آنها، برنامه‌ریزی کاملاً مشخصی داشته باشید.

می‌خواهم سخنی جالب از "آنتونی رابینز" مربی و مدرس موفقیت را برای شما بازگو کنم که حکایت از اهمیت هدف‌گذاری دارد:

برخی بی‌آنکه بدانند چه چیزهایی در زندگی‌شان به راستی ارزش دارد، هدف‌هایی را برای خود تعریف می‌کنند. به همین دلیل است که وقتی به هدف‌هایشان می‌رسند، می‌پرسند: آیا این دقیقاً همان چیزی بود که می‌خواستیم؟

اما در کنار هدف‌گذاری، نیاز به ایده‌ای خوب نیز دارید. یعنی ایده‌ای که بتواند کسب و کار شما را نسبت به کسب و کارهای دیگر متمایز کند. البته نیازی نیست ایده‌ای دست نخورده برای شروع داشته باشید، می‌توانید از ایده‌های که کسب و کارهای اینترنتی دیگر آنها را به کار برده‌اند استفاده کنید، اما در اینجا باید اندکی خلاقیت به خرج دهید تا کلیت کسب و کار شما، شبیه کسب و کارهای دیگر نباشد.

پس احتمالاً تا اینجا اهمیت هدف‌گذاری را درک کرده‌اید. اما برای اینکه بتوانید کسب و کار اینترنتی‌تان را راه‌اندازی کنید، شاید نیاز به سرمایه‌گذاری داشته باشید.

۲. بررسی هزینه مورد نیاز

تا به اینجای کار شما باید هدف خود را مشخص کرده باشید. اما می‌خواهم در مورد موضوع مهم دیگری صحبت کنم. در راه‌اندازی اکثر کسب و کارها، همیشه بحث مقدار سرمایه‌ای که نیاز هست، مطرح می‌شود. اهمیت این مورد به حدی است که خیلی از کسب و کارها را با شکست مواجه کرده است و حتی پس از شکست کسب و کارشان، باید بدهی بسیار زیادی را بپردازند.

تأمین هزینه مورد نیاز شما، به بزرگ یا کوچک بودن و نوع کسب و کار شما بستگی دارد.

الف: اگر کسب و کار شما کوچک است و با یک یا چند نفر اداره می‌شود:

اگر می‌خواهید وب‌سایتی را راه‌اندازی کنید و در آن آموزش‌های خود را به فروش برسانید، نیاز به سرمایه زیادی ندارید. فرض کنید شما می‌خواهید محصولات آموزشی تولید کنید و قصد دارید که محصولات‌تان را به صورت ویدیویی ضبط کنید.

در ابتدا شما نیاز دارید تا وب‌سایت خود را راه‌اندازی کنید. شما می‌توانید خودتان وب‌سایت‌تان را طراحی کنید یا اینکه طراحی وب‌سایت‌تان را به دست طراحان سایت بسپارید که بنا بر نوع طراحی، هزینه‌ای را از شما می‌گیرند. اما اگر می‌خواهید خودتان سایت‌تان را طراحی کنید، کار چندان سختی پیش رو ندارید. طراحی سایت به وسیله سایت‌سازهایی مانند وردپرس و جوملا بسیار آسان است.

برای اینکار نیاز به تهیه هاست و دامنه دارید. برای تهیه هاست و دامنه، کافایت عبارت "خرید هاست" را جستجو کنید و می‌بینید سایت‌های زیادی هستند که در این زمینه فعالیت می‌کنند. هاست و دامنه یا دامین‌ها، قیمت‌های متفاوتی دارند. شما بنا بر نیاز خود، باید اقدام به تهیه هاست و دامنه کنید. شرکت‌های زیادی هستند که در زمینه فروش هاست و دامنه فعالیت می‌کنند. زمانی که شما اقدام به تهیه هاست و دامنه کردید، باید وب‌سایت خود را روی آن بارگذاری کنید.

پس از اینکه فروشگاه اینترنتی شما آماده شد، می‌بایست آموزش‌های خود را برای فروش یا به صورت رایگان بر روی وبسایت‌تان بارگذاری کنید.

اما چطور باید آموزش‌هایتان را برای بسازید؟

برای اینکار شما به یک لپتاپ یا کامپیوتر برای تهیه یا ویرایش فیلم، ویس رکورد برای ضبط صدا، دوربین فیلم‌برداری یا موبایل برای ضبط فیلم و مکانی برای فیلم‌برداری نیاز دارید. در اینجا می‌توانید به دو صورت ویدیوهایتان را ضبط کنید.

حالت اول اینکه یک فایل پاورپوینت را در لپتاپ یا کامپیوتر خود باز می‌کنید و با استفاده از نرم‌افزارهای ضبط ویدیو از صفحه کامپیوتر، ویدیوهایتان را ضبط می‌کنید یا اینکه مثلاً می‌خواهید فتوشاپ را به صورت تصویری آموزش دهید. در این حالت نرم‌افزار را باز کرده و شروع به ضبط فیلم از صفحه نمایش می‌کنید. برای ضبط فیلم از صفحه نمایش، می‌توانید از یکی از نرم‌افزارهای Camtasia Studio، ZD Soft Screen Recorder یا Bandicam استفاده کنید. هر نرم‌افزار قابلیت‌های خاص خودش را دارد. اما پیشنهاد خودم استفاده از نرم‌افزار Camtasia Studio است.

اما **حالت دوم** اینکه با استفاده از دوربین فیلم‌برداری یا موبایل، از خود فیلم بگیرید و در آن فیلم نکاتی را آموزش بدهید. مثلاً شما می‌توانید نحوه استفاده از یک وسیله خاص را توضیح دهید. پس از اینکه ضبط ویدیوی شما تمام شد، می‌توانید با استفاده از نرم‌افزارهای ویرایش ویدیو مثل Adobe After Effects، Camtasia Studio یا نرم‌افزارهای دیگری که برای اینکار موجود هست، ویدیوهایتان را ویرایش و ذخیره کنید.

ب: اما اگر قصد دارید کسب و کاری بزرگ را راه‌اندازی کنید:

برای اینکار نیاز به سرمایه دارید. اما شاید این سؤال را از خود پرسید که چطور باید سرمایه اولیه‌ام را تأمین کنم؟ در اینجا برای شما ۴ روش تأمین سرمایه موردنیاز را توضیح می‌دهم:

روش اول: تأمین منابع مالی از محل منابع شخصی

در این روش شما مقدار پولی را که تا به الان پس‌انداز کرده‌اید، به عنوان سرمایه اولیه‌تان در نظر می‌گیرید. دقت کنید که باید در این مورد خیلی احتیاط به خرج دهید. چون بوده‌اند افرادی که تمام پس‌انداز و حتی لوازم شخصی مانند اتومبیل خود را فروختند تا بتوانند سرمایه اولیه را تأمین کنند. اما کسب و کارشان با شکست مواجه شد و تمام سرمایه‌شان از دست رفت. در هر حال برای استفاده از این روش، تمام جوانب را در نظر بگیرید، زیرا ممکن است تمام زندگی شما را تحت الشعاع قرار دهد.

روش دوم: تأمین منابع مالی از طریق قرض گرفتن از دوستان و آشنایان

در اینجا شما برای تأمین سرمایه خود، باید به دنبال قرض گرفتن از دوستان، بستگان و آشنایان باشید. یکی از مزایایی که این روش دارد این هست که سودی به پولی که قرض گرفته‌اید تعلق نمی‌گیرد و نیازی نیست که مدت‌ها در صف دریافت وام باشید. اما معایبی هم دارد، مانند اینکه میزان مبلغی که قرض می‌دهند معمولاً محدود است و بایستی در موعد مقرر بازپرداخت شود.

روش سوم: تأمین منابع مالی از طریق اخذ وام از بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری

اما روش سوم این است که به جای قرض گرفتن از دوستان و آشنایان، با مراجعه به بانک یا مؤسسه مالی، درخواست وام بدهید. این روش یکی از رایج‌ترین روش‌های تأمین سرمایه است. اما بزرگ‌ترین مشکلی که در این روش وجود دارد این هست که معمولاً سود نسبتاً زیادی به آن تعلق می‌گیرد.

روش چهارم: تأمین منابع مالی از طریق شرکا و فروش سهام

در این روش اقدام به جذب شریک و فروش سهام می‌کنید. یکی از مزایای فوق‌العاده‌ای که این روش دارد، این هست که در صورتی که کسب و کار شما به شکست بیانجامد، شرکا و سهام‌داران نیز در ضرر شریک بوده و میزان بار ضرر اقتصادی شما کمتر می‌شود. اما بزرگ‌ترین عیبی که دارد این هست که میزان تصمیم‌گیری شما با توجه به وجود شرکا و سهام‌داران کاهش پیدا می‌کند.

۳. انتخاب نامی مناسب برای وبسایت و کسب و کار خود و آغاز برندسازی

در قسمت‌های بالا گفتیم که باید برای راه‌اندازی وبسایت‌تان، هاست و دامنه تهیه کنید. برای انتخاب دامنه خود باید خیلی دقت به خرج دهید. زیرا دامنه هر سایتی، معمولاً به برند آن سایت تبدیل می‌شود. اکثر کسب و کارهای موفق اینترنتی که می‌شناسیم، در ابتدا تنها یک نام معمولی بوده‌اند، اما رفته‌رفته خود را به عنوان یک برند معرفی کردند، مانند: دیجی‌کالا، بامیلو، تپسی، اسنپ و ...

پس یک دامنه متناسب با حوزه کسب و کارتان انتخاب کنید و با راه‌اندازی وبسایت‌تان، آن را به برند خود تبدیل کنید. همانطور که گفتیم، باید زمان زیادی را صرف انتخاب نام دامنه خود بکنید. برخی از افراد و شرکت‌ها هستند که دامنه‌های خوب را با نام خودشان ثبت می‌کنند و زمانی که شما نام دامنه مدنظرتان را جستجو می‌کنید، می‌بینید که دامنه از قبل ثبت شده است. این افراد یا شرکت‌ها معمولاً این دامنه‌ها را با قیمت بسیار بالاتری به فروش می‌رسانند.

به طور مثال هزینه ثبت دامنه‌های با پسوند .ir، سالانه چیزی حدود ۶۰۰۰ تومان است. اما فرض کنید شما به دنبال دامنه موردنظرتان هستید و دامنه‌ای که می‌خواهید را شخصی دیگر به نام خود ثبت کرده و با آن هیچ وبسایتی را راه‌اندازی نکرده است. تنها یک صفحه‌ای را طراحی می‌کنند و اطلاعات تماس خود را درون آن قرار می‌دهند و شما برای اینکه بتوانید آن دامنه را خریداری کنید، باید با آنها تماس بگیرید. اما به احتمال زیاد، تنها زمانی حاضر می‌شوند دامنه موردنظر را بفروشند که شما مبلغ زیادی را بابت آن پرداخت کنید، از چند صد هزار تومان تا چند میلیون تومان.

اما در هر حال باید خلاقیت به خرج بدهید و دامنه مناسبی را برای وبسایت‌تان انتخاب کنید.

۴. تحقیق در حوزه کاری خود

یکی از الزامات راه‌اندازی هر کسب و کاری، تحقیق در حوزه‌ای است که قصد دارید در آن حوزه فعالیت داشته باشید. بازار هر محصول و خدمت، براساس گستردگی و تنوع، مشتریان خاص خود را دارد. خیلی مهم است که قبل از ورود به یک حوزه و راه‌اندازی کسب و کارتان، ببینید که به طور تقریبی، بازار خوبی دارد یا خیر.

در دنیای کسب و کار اینترنتی، خیلی از فروشگاه‌های اینترنتی هستند که محصولات مشابهی را عرضه می‌کنند و یا سایت‌هایی هستند که در زمینه خدمات آنلاین یکسانی فعالیت می‌کنند و هر کدام از اینها مشتریان خاص خود را دارند.

تقریباً اکثر ایده‌ها در اینترنت مورد استفاده قرار گرفته‌اند و شاید ایده‌های بسیار کمی باشند که کمتر استفاده شده‌اند. اما به هر حال می‌توان با جستجو به ایده‌ای تقریباً نو رسید، یعنی ایده‌ای که خیلی مورد توجه نباشد. اما می‌توان از ایده‌های مشابه هم استفاده کرد و با تلاش و پشتکار، مشتریان خاصی را جذب کسب و کار خود کرد. البته به این شرط که مطمئن باشید بازار گسترده‌ای برای این موضوع وجود دارد.

متأسفانه یکی از اصلی‌ترین دلایلی که برخی از کسب و کارهای اینترنتی را با شکست مواجه می‌سازد، همین مورد است. یعنی بدون اینکه درباره موضوعی تحقیق کنند و ببینند که آیا بازار مورد نظر پتانسیل حضور آنها را دارد یا خیر، تنها به صرف اینکه برخی فروش خوبی دارند، وارد حوزه مورد نظرشان می‌شوند و در آخر محکوم به شکست می‌شوند.

اما تحقیق در حوزه کاری مورد نظر چه مزایایی دارد؟

بررسی و تحقیق در مورد بازار، این امکان را به شما می‌دهد تا بتوانید برنامه مناسبی را برای تولید محصولات و ارائه خدمات داشته باشید و همینطور می‌توان تبلیغات و بازاریابی را نیز به بهترین شکل ممکن انجام داد. همچنین می‌توان با توجه به نیاز بازار، سرمایه اولیه را تأمین کرد.

۵. تعیین محصولات و خدماتی که قرار است به فروش برسند

هر کسب و کاری بنا بر حوزه فعالیتی که دارد، محصولات مشخصی را به فروش می‌رساند و خدمات معینی را ارائه می‌کند. مشخص کردن اینکه قرار است چه نوع محصولات یا خدماتی به فروش برسد بسیار مهم است، زیرا می‌توان برنامه‌ریزی مناسبی را برای آن انجام داد. اینکار را می‌توان رفته‌رفته و در طول چندماه یا چندسال انجام داد، اما در ابتدا باید یک سری محصولات و خدمات مشخصی داشته باشید. برای اینکار لیستی از محصولات و خدماتی که قرار است ارائه دهید را مشخص کنید.

پیشنهاد و تجربه شخصی من این است که سعی کنید در حوزه‌ای تخصصی فعالیت داشته باشید، چون راحت‌تر و سریع‌تر می‌توانید مشتری جذب کنید و محصولاتتان را به فروش برسانید. البته برخی از فروشگاه‌های اینترنتی هستند که در زمینه‌های مختلفی فعالیت می‌کنند و بازار خوبی نیز دارند. مثلاً دیجی‌کالا را در نظر بگیرید، همانگونه که از نام دیجی‌کالا مشخص است، این فروشگاه بزرگ اینترنتی در ابتدا در زمینه فروش محصولات دیجیتالی فعالیت می‌کرده است. اما رفته‌رفته تبدیل به فروشگاه‌ای شد که تقریباً هر کالایی را برای فروش دارد؛ از کتاب گرفته تا ابزارآلات موسیقی و ... البته طبق گفته خیلی از فعالان حوزه کسب و کار اینترنتی، تنوع زیاد محصولات می‌تواند باعث کاهش کیفی خدمات‌رسانی و در نتیجه نارضایتی مشتریان شود.

۶. تولید محتوای مناسب و به‌روز

یکی از مهم‌ترین مواردی که باید در نظر گرفت، تولید محتوای مناسب است. وبسایت‌هایی که در رتبه‌های بالای گوگل قرار دارند، معمولاً محتوای خوبی را تولید و ارائه می‌کنند. محتوا به شکل‌های گوناگونی تولید می‌شود، مانند مقاله، ویدیو، فایل صوتی، PDF، اینفوگرافیک و ...

بسیار مهم است که شما هم‌زمان بتوانید چندین نوع محتوا را به مخاطبان‌تان ارائه دهید. به این صورت که مثلاً هنگامی که مقاله‌ای را در سایت‌تان قرار می‌دهید، می‌توانید یک فایل ویدیویی هم از نکات مهم مقاله‌تان تهیه کنید یا در کنار آنها، فایل PDF یا فایل صوتی هم از مقاله‌تان بسازید و آنها را در مقاله‌تان قرار دهید.

انجام دادن اینکار به چند دلیل توصیه می‌شود:

اول اینکه مخاطب به انواع محتوا دسترسی دارد.

دوم اینکه هر شخصی به یکی از انواع محتوا علاقه بیشتری دارد، مثلاً امکان دارد شخصی تماشای یک فایل ویدیویی را به مطالعه مقاله چندصفحه‌ای ترجیح دهد یا شخصی علاقه دارد بیشتر فایل‌های صوتی را حین انجام کار یا هنگام رانندگی گوش دهد.

سوم اینکه امکان دارد افراد بیشتری به محتوای شما دسترسی پیدا کنند و در نتیجه کسب و کار شما به سرعت شناخته خواهد شد.

برای ساخت هر کدام از این فایل‌ها به ابزارهایی نیاز دارید:

فایل ویدیویی: همانگونه که در قسمت‌های بالا ذکر شد، می‌توانید از دوربین فیلم‌برداری یا دوربین موبایل‌تان برای ضبط ویدیو استفاده کنید. همچنین می‌توانید با استفاده از نرم‌افزارهای ضبط صفحه نمایش که در بالا ذکر شد، آموزش‌هایتان را از طریق کامپیوتر یا لپ‌تاپ‌تان ضبط کنید.

فایل صوتی: برای ضبط فایل‌های صوتی خود، می‌توانید از برنامه ضبط صدای موبایل‌تان استفاده کنید و سپس آنها را در کامپیوترتان ویرایش کنید. همچنین می‌توانید از ویس رکورد (Voice Recorder) که صدا را با کیفیت بالایی ضبط می‌کند استفاده کنید. قیمت ویس رکوردرها در بازار متفاوت است.

فایل PDF: برای تهیه فایل‌های پی‌دی‌اف می‌توانید از برنامه ورد کامپیوتر استفاده کنید. به این صورت که فایل‌تان را با پسوند pdf ذخیره کنید. البته برای اینکه بتوانید حرفه‌ای‌تر کار کنید، می‌توانید از نرم‌افزار Adobe InDesign برای اینکار استفاده کنید.

البته محتوا انواع دیگری نیز دارد، اما اگر شما بتوانید این ۳ نوع محتوا را به خوبی منتشر کنید، مطمئناً می‌توانید کسب و کاری خوب داشته باشید.

۷. برنامه‌ریزی برای توسعه کسب و کار در آینده

به طور معمول، بیشتر کسب و کارها رفته‌رفته توسعه می‌یابند و بخش‌های جدیدی به آنها اضافه می‌شود. آنها به دنبال بازار جدید و البته مشتریان جدید هستند. آیا شما هم به دنبال توسعه کسب و کارتان هستید؟

توسعه کسب و کارها در ابعاد مختلفی صورت می‌گیرد؛ از تولید محصولات جدید گرفته تا افزایش پرسنل و ...

مطمئناً هر مدیری دوست دارد کسب و کارش را توسعه دهد تا بتواند طیف بیشتری از مشتریان را به سمت کسب و کار خود بکشاند. برای اینکه بتوانید این مورد را با موفقیت انجام دهید، باید استراتژی‌های خاصی داشته باشید.

همانگونه که در بالا گفتیم توسعه کسب و کار می تواند به چند روش انجام شود، البته به جز روش هایی که در ذیل به آنها اشاره شده، روش های دیگری نیز برای اینکار وجود دارد، اما مهم ترین روش هایی که برای توسعه کسب و کار از آنها استفاده می شود را آورده ام:

الف: افتتاح شعب دیگر:

خیلی از کسب و کارها هستند که رفته رفته شعبه های جدیدی را باز می کنند، مثل فروشگاه های مک دونالد. البته چون بحث اصلی ما کسب و کارهای اینترنتی است، بیشتر درباره کسب و کارهای اینترنتی صحبت می کنم. دفتر مرکزی اکثر کسب و کارهای بزرگ شهر تهران است.

اما برای اینکه بتوان به نتیجه بهتری دست یافت، باید این امکان را در اختیار شهرهای دیگر نیز قرار داد. به طور مثال اسنپ علاوه بر تهران، در اکثر شهرهای دیگر نیز فعالیت می کند، یعنی با اینکه مکان اصلی فعالیت آنها تهران است، به تدریج در دیگر شهرها نیز فعالیت خود را شروع کرد.

ب: فروش محصولات بیشتر:

یکی از راهکارهایی که اکثر کسب و کارهای اینترنتی استفاده می کنند، فروش محصولات بیشتر و متنوع تر است. به اکثر فروشگاه های بزرگ یا حتی کوچک اینترنتی که نگاه کنید، می بینید که رفته رفته محصولات جدیدی را برای فروش قرار می دهند و از این طریق، مشتریان بیشتری را جذب می کنند. اگر وبسایت شما خیلی بزرگ نیست، مثلاً خودتان آموزش هایی را تولید می کنید و به فروش می رسانید، باید برای ارائه محصولات جدید، برنامه ریزی کنید.

ج: فروش به مشتریان بیشتر:

در این مورد به جای اینکه محصولات بیشتری را برای فروش قرار دهید، سعی کنید با استفاده از روش هایی، همین محصولات را به مشتریان بیشتری بفروشید، یعنی اینکه تمرکزتان را بیشتر بر روی بازاریابی برای محصولات فعلی تان بگذارید. برای اینکار می توانید از مشتریان فعلی تان کمک بگیرید، یعنی از آنها بخواهید در صورت راضی بودن از کیفیت محصولات تان، آنها را به دیگران نیز معرفی کنند.

د: افزایش پرسنل و جذب کارمندان جدید:

اگر قصد داشته باشید که بخش های جدیدی را به کسب و کارتان بیفزایید، احتمالاً به افراد جدیدی برای اینکار نیاز دارید. بیشتر کسب و کارها در ابتدا با یک یا چند نفر شروع به کار می کنند، یعنی زیاد خود را درگیر هزینه های اضافی از قبیل جذب پرسنل نمی کنند. بسیاری از غول های دنیای فناوری مانند گوگل، مایکروسافت و ... در ابتدا با ۱ یا ۲ نفر کار خود را شروع کردند، آن هم در یک اتاق کوچک!

پس به جای اینکه در ابتدای کار، بخواهید خود را درگیر این موارد کنید، تمرکزتان را روی موارد دیگر بگذارید و رفته رفته کسب و کارتان را توسعه دهید.

۸. بهینه سازی یا سئو سایت

موفقیت کسب و کارهای اینترنتی به موارد زیادی بستگی دارد، مثل فروش محصولات باکیفیت، استفاده از انواع روش های بازاریابی، طراحی مناسب سایت و ... اما یکی از مواردی که تأثیر بسیار زیادی بر دیده شدن سایت دارد، مبحث سئو سایت است.

اما سئو یا بهینه سازی سایت چیست؟

به طور مختصر سئو یا بهینه سازی یعنی: به کارگیری راهکارهایی برای بهتر دیده شدن سایت در موتورهای جستجو.

به طور کلی مبحث سئو به دو بخش تقسیم می شود: سئوی داخلی سایت و سئوی خارجی سایت. این دو بخش هر کدام زیرشاخه هایی دارند که تأثیر مستقیمی روی وبسایت ها می گذارند.

اما چرا مبحث سئو تا این حد اهمیت دارد؟

فرض کنید دو فروشگاه اینترنتی، هر کدام محصولاتی مشابهی می فروشند. روش های بازاریابی هر کدام نیز تقریباً یکی است. اما یکی رتبه بهتری نزد موتورهای جستجو دارد. دلیلش چیست؟

مهم ترین دلیلی که می توان عنوان کرد، کار کردن بر روی سئوی سایت است. بیشتر مردم زمانی که می خواهند محصولی را به صورت اینترنتی خریداری کنند، نام محصول را در موتورهای جستجو مخصوصاً گوگل جستجو می کنند تا بتوانند محصول مورد نظر را با قیمت مناسب پیدا کنند. آمار می گوید که ۹۰ درصد کاربران تنها صفحه اول گوگل را می بینند، یعنی به طور معمول پاسخ خواسته هایشان را در صفحه اول (۱۰ نتیجه نخست) می یابند و به همین دلیل نیازی نمی بینند تا صفحات دیگر را بررسی کنند. پس نتیجه می گیریم که قرار گرفتن در صفحه اول، مخصوصاً ۵ نتیجه اول تا چه حد اهمیت دارد. اگر وبسایت شما به خوبی سئو شده باشد، احتمال اینکه در رتبه های بالای گوگل قرار بگیرید، زیاد است. البته همانطور که در بالا گفتیم در کنار سئو باید بر روی بازاریابی و دیگر موارد نیز کار کنید، اما هر کدام اهمیت خاص خود را دارند.

پس برای اینکه کسب و کار اینترنتی شما بتواند به کسب و کاری پولساز تبدیل شود، یکی از ملزومات آن سئوی مناسب سایت شماست.

۹. توجه ویژه به بحث مشتری مداری

در موفقیت هر کسب و کاری، عوامل مختلفی دخیل هستند. در این بین مشتریان نقش ویژه ای را ایفا می کنند. مشتریان یک کسب و کار تمام دارایی آن کسب و کار محسوب می شوند. توجه به مشتریان و نیاز آنها، یکی از ضروریات هر نوع کسب و کاری است.

اما بینیم مشتری مداری چیست؟

تعریف مشتری مداری به زبان ساده: ارائه خدماتی فراتر از نیاز مشتری، به گونه‌ای که مشتری علاوه بر راضی بودن از خدمات و محصولات و همچنین رفتار فروشندگان، سازمان و محصولات ما را به دیگران نیز معرفی نماید.

برای موفق بودن در این زمینه، باید کارهایی را برای مشتریان‌تان انجام دهید تا رضایت آنها را کسب کنید، در نتیجه آنها به مشتری دائم شما تبدیل می‌شوند و همینطور کسب و کار شما را به دیگران نیز معرفی می‌کنند.

سم والتون (Sam Walton) دیدگاه جالبی در مورد مشتری دارد، او می‌گوید:

تنها یک رئیس وجود دارد، مشتری. او می‌تواند هر کسی در شرکت، از مدیرعامل گرفته تا پائین را اخراج کند، تنها با خرج کردن پولش در جایی دیگر.

راه‌های مختلفی وجود دارد که می‌توانید در بحث مشتری مداری موفق عمل کنید. یعنی مشتریان‌تان را نسبت به کسب و کارتان وفادار کنید. در اینجا با ۳ اصل مهم در مشتری مداری آشنا می‌شوید:

اصل ۱: شنونده خوبی باشید

در حین صحبت با مشتری، به صحبت‌های او با دقت گوش کنید و جواب‌هایی مناسب را به پرسش‌های او بدهید. سعی کنید در پاسخ به سؤالاتی که می‌پرسد، توضیحات کافی را بدهید تا به تمام جواب‌های خود برسد. زمانی که به پرسش‌های او به دقت پاسخ می‌دهید، مشتری این ذهنیت را در مورد شما پیدا می‌کند که برای شما فراتر از یک مشتری است و شما احترام زیادی برای او قائل هستید.

تمام تلاش‌تان را بکنید تا به مشتری نشان دهید، محصولات یا خدماتی که ارائه می‌کنید، بهترین انتخاب برای اوست و مطمئناً می‌تواند نیازهایش را رفع کند. این مورد را با پاسخ‌های درست می‌توانید انجام دهید.

اصل ۲: به حرف‌هایتان متعهد باشید

اگر به مشتری در مورد محصولات یا خدمات‌تان قولی را می‌دهید، سر قول خود بمانید. پایبندی به قول‌هایی که می‌دهید، می‌تواند به شما در زمینه مشتری مداری بسیار کمک کند. مثلاً می‌توانید به مشتری این وعده را بدهید که در صورتی که فلان محصول را بخرد، یک محصول دیگر نیز به عنوان اشانسیون به او هدیه خواهید داد یا تخفیفی که برای یک محصول، برای او در نظر گرفته‌اید را هنگام خرید برای او اعمال کنید.

وعده‌هایی که هنگام صحبت با مشتری به او می‌دهید، همیشه در ذهنش باقی می‌ماند، شاید شما فراموش کنید، اما مشتری هیچ‌گاه از یاد نخواهد برد!

اصل ۳: صادق باشید و شفاف‌سازی کنید

با مشتریان‌تان صادق باشید، یعنی در مورد کیفیت محصولات و مسائل دیگر به آنها دروغ نگوئید. مشتریان خیلی راحت می‌توانند قیمت محصولات را بسنجند، به همین دلیل است که نباید به آنها دروغ گفت. تا می‌توانید با مشتریان‌تان صادق باشید. همچنین در مورد خود، شرکت و محصولات‌تان شفاف باشید. یعنی برای آنها شفاف‌سازی کنید. اگر مشکلی در روند فروش وجود دارد یا محصولات‌تان دارای مشکل هستند، با آنها رو راست باشید. هر قدر اینکار را بیشتر و بهتر انجام دهید، می‌توانید اعتماد آنها را بیشتر جلب کنید.

جف بزوس مؤسس آمازون و ثروتمندترین فرد دنیا می گوید:

ما سه قانون اصلی در آمازون داریم که بعد از گذشت دو دهه همچنان به آن قوانین وفادار مانده ایم! این قوانین اصلی دلیل موفقیت ما هستند: مشتری مداری، نوآوری و شکیبایی.

۱۰. بازاریابی، تبلیغات و فعالیت مستمر در شبکه های اجتماعی

همانطور که در بالا نیز گفتیم، عوامل گوناگونی موفقیت یک کسب و کار را رقم می زنند. یکی از این موارد بازاریابی است. اگر بهترین محصولات و با بالاترین کیفیت داشته باشید، اما ندانید چطور آنها را به دیگران معرفی کنید، هیچ زمان نمی توانید فروش خوبی داشته باشید. امکان دارد محصولات خوبی داشته باشید که خیلی از مردم به آنها نیاز مبرم دارند، اما نمی دانند که شما محصول موردنظر آنها را برای فروش دارید. در این زمان باید چه کاری انجام دهید؟

در اینجا باید برای محصولات خود بازاریابی کنید. روش های زیادی برای بازاریابی وجود دارد که هر کدام بازدهی خاص خود را دارند. مانند، بازاریابی ایمیلی یا ایمیل مارکتینگ، بازاریابی موبایلی، بازاریابی پیامکی، بازاریابی دهان به دهان، بازاریابی شبکه های اجتماعی و انواع دیگری از بازاریابی که کارکردهای خود را دارند.

از روش های ذکر شده، بازاریابی ایمیلی نسبت به دیگر روش ها، پایداری بیشتری دارد. این نوع از بازاریابی از گذشته تا به الان، کارایی فوق العاده خود را حفظ کرده است.

به طور کلی تا جایی که می توانید باید اطلاعات تماس کاربران خود را بدست بیاورید. مانند، ایمیل (که برای ایمیل مارکتینگ استفاده می شود)، شماره موبایل و ... برای اینکار باید یک صفحه فرود یا لندینگ پیج بسازید. اما صفحه فرود چیست؟

لندینگ پیج یا صفحه فرود، اولین صفحه ای است که بازدیدکنندگان وارد آن وارد می شوند و اطلاعات خود را (مانند نام، ایمیل و ...) در ازای دریافت فایل یا موارد دیگر، در اختیار صاحب وبسایت قرار می دهند.

همچنین تبلیغات هدفمند می تواند خیلی زیاد به رشد کسب و کار شما کمک کند. شما می توانید از انواع تبلیغات برای کسب و کارتان استفاده کنید؛ مانند تبلیغات بنری، تبلیغات ویدیویی، تبلیغات کلیک، تبلیغات به صورت پاپ آپ و انواع دیگر تبلیغات. اگر تبلیغ شما هدفمند نباشد، تنها پول تان را دور ریخته اید!

اما جدای از مواردی که در این قسمت گفته شد، یکی از بهترین روش های بازاریابی، فعالیت مستمر در شبکه های اجتماعی است. این روش یکی از ارزان ترین و پربازده ترین روش های بازاریابی اینترنتی است. استفاده از شبکه های اجتماعی تا حد چشمگیری افزایش یافته است. هر کدام از این رسانه های اجتماعی، هواداران مخصوص خود را دارد. در کنار این ها، شبکه های اجتماعی پیام رسان مانند تلگرام، واتس اپ و ... نیز می توانند به بازاریابی شما کمک کنند. اما یکی از بهترین شبکه های اجتماعی حال حاضر که بازدهی فوق العاده ای نیز دارد، اینستاگرام است. این رسانه اجتماعی با تعداد کاربران بالا و فعال، می تواند گزینه بسیار مناسبی برای بازاریابی باشد. امکانات زیادی که به آن اضافه شده، کارمان را برای بازاریابی راحت تر از قبل کرده است.

سعی کنید در چند شبکه اجتماعی فعالیت داشته باشید تا کاربرانی که از دیگر شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بتوانند به شما دسترسی داشته باشند.

البته در کنار اینها، سرویس‌های اشتراک ویدیو را از یاد نبرید! سایت‌های ایرانی اشتراک ویدیو مانند آپارات، تماشا، نماشا و سرویس محبوب خارجی یوتیوب (YouTube)، می‌توانند کمک زیادی به دیده شدن کسب و کار و محصولات شما بکنند. حتماً ویدیوهای جذابی را تولید و در این سایت‌ها به اشتراک بگذارید.

۱۱. یادگیری مهارت‌های مدیریتی، کلامی، مدیریت زمان و رهبری

برای موفقیت یک کسب و کار، لازم است که تمام افراد فعال در آن، از لحاظ فردی، خود را بهبود دهند. شما چه مدیر یا مالک یک کسب و کار باشید و چه به عنوان کارمند در یک کسب و کار مشغول به کار باشید، باید از لحاظ شخصی خود را بهبود دهید. زمانی که خود را از لحاظ فردی بهبود دهید، علاوه بر اینکه در زمینه شغلی پیشرفت می‌کنید، زندگی شخصی‌تان نیز، بهتر خواهد شد. برای اینکه از لحاظ فردی خود را بهبود دهید، باید چند مهارت را در خود ارتقا دهید، مانند مهارت‌های مدیریتی، رهبری، مدیریت زمان و

مهارت مدیریتی هم انتسابی و هم اکتسابی است. یعنی خیلی از افراد بدون اینکه نیازی داشته باشند تا این مهارت را یاد بگیرند، ذاتاً مدیر خوبی هستند. اما خوشبختانه این مهارت اکتسابی نیز هست، یعنی می‌توان آن را یاد گرفت. کتاب‌های مختلفی در زمینه مدیریت نوشته شده که منابع خوبی برای یادگیری هستند، علاوه بر کتاب، می‌توان در همایش‌ها، سمینارها، دوره‌های آموزشی، کارگاه‌ها و ... نیز شرکت کرد تا بتوان در این زمینه رشد کرد.

اما رهبر بودن بسیار مهم‌تر از مدیر بودن است، یعنی اینکه شما باید برای کسب و کارتان رهبر خوبی باشید، نه الزاماً یک مدیر خوب! برای اینکه بهتر و بیشتر تفاوت‌های یک رهبر و مدیر را درک کنید، در اینجا ۳ تفاوت عمده این دو را می‌آورم.

تفاوت اول: در مدیریت اهداف الزاماً هدف‌های سازمانی هستند، در حالی که در رهبری ممکن است اهداف فراسازمانی نیز مدنظر باشند.

تفاوت دوم: یک رهبر به مراتب بیشتر از یک مدیر بر روی کارکنان و دیگران نفوذ دارد و قدرت کلامی بهتری نیز دارد.

تفاوت سوم: مدیر گروه را مدیریت می‌کند، رهبر تیم ایجاد می‌کند. مدیر کارکنانش را مدیریت می‌کند، ولی یک رهبر خودش را به عنوان کارگردان می‌بیند. از نظر او هر فرد، فقط عضوی از یک گروه نیست، بلکه مثل جزئی از یک چرخ‌دنده برای حرکت و ادامه راه کل مجموعه لازم و ضروری است. این یک تغییر نگرش اساسی است که باعث می‌شود کارکنان بهترین عملکرد را داشته باشند.

حالا که تفاوت‌ها را دیدید، ترجیح می‌دهید مدیر خوبی باشید یا رهبر خوبی؟!

اما مهارت بعدی که از اهمیت فوق‌العاده‌ای برخوردار است، موضوع مدیریت زمان است. اگر نتوانید بر زمان خود تسلط کافی داشته باشید، نمی‌توانید بر دیگر مسائل زندگی شخصی و شغلی خود نیز مسلط باشید. اکثر افراد موفق در هر حوزه‌ای، نگاه ویژه‌ای به مدیریت زمان خود دارند. برای اینکه کسب و کارتان موفق باشد، باید بتوانید زمان خود را مدیریت کنید تا بتوانید به کارهای اساسی و اولویت‌دارتان برسید.

یکی از بهترین تکنیک‌های مدیریت زمان، تهیه لیستی از کارها و انتخاب کارهای اولویت‌دار است. برای اینکه در این زمینه موفق باشید، می‌توانید مطالب متعددی که در این زمینه وجود دارد را ببینید و مطالعه کنید.

علاوه بر موارد بالا، باید فن بیان خوبی نیز داشته باشید. اگر می‌خواهید سمینار یا کارگاهی را برگزار کنید، باید از فن بیان خوبی برخوردار باشید. همچنین اگر شما آموزش‌هایتان را از طریق دوربین ضبط می‌کنید، باید بتوانید به خوبی صحبت کنید تا تمرکز بیننده به هم نخورد، چون در غیر این صورت، به جای اینکه بیننده حواسش به موضوع اصلی باشد، بیشتر دنبال ایراد گرفتن از طرز صحبت کردن شماست. جدای از اینها باید سعی کنید بیشتر مهارت‌ها را در خود به وجود بیاورید.

۱۲. حرفه‌ای‌گری در کار و داشتن رابطه‌ای خوب با همکاران

اگر مجموعه‌ای در کسب و کار شما مشغول به فعالیت هستند، باید ارتباط خوبی با آنها برقرار کنید. شما به عنوان مدیر یک کسب و کار، باید بتوانید کارمندان‌تان را تشویق و ترغیب به فعالیت بهتر کنید. هر چه ارتباط بین شما و کارمندان‌تان صمیمی‌تر باشد، مطمئناً نتایج بهتری خواهید گرفت. اکثر استارت‌آپ‌ها یا همان کسب و کارهای نوپا، توسط گروهی چند نفره راه‌اندازی و اداره می‌شوند. اگر کسب و کار اینترنتی شما نیز از همین نوع است، نحوه ارتباط شما با دیگران اهمیت فوق‌العاده‌ای پیدا می‌کند.

همین‌طور باید در کارتان حرفه‌ای باشید، اما برای حرفه‌ای‌گری دو فاکتور بسیار مهم را باید در نظر گرفت:

فاکتور اول: مسئولیت‌پذیر بودن: خیلی مهم است که شما مسئولیت کارهایتان را به عهده بگیرید، یعنی پیش از آنکه در مورد موضوعی خاص، به همکاران یا کارمندان‌تان خرده بگیرید، ببینید آیا مشکل از خود شما بوده است یا خیر. اگر مشکل از طرف شما بوده، خیلی راحت مسئولیت آنها را بپذیرید و اعلام کنید که مشکل از طرف شما بوده است.

فاکتور دوم: متعهد بودن: اگر قول انجام چیزی را به کسی می‌دهید، به آن پایبند باشید، حتی اگر نمی‌توانید تا مهلت مشخص شده آن را فراهم کنید، این قضیه را به آنها اطلاع دهید. امکان دارد شما به افرادی که محصولات‌تان را خریده‌اند، قول هدیه‌ای را داده‌اید. سعی کنید این هدیه را در موعد مقرر به آنها بدهید.

