كيف تخطط لمشروعك التجاري (13) ؟

حسام الردادي

أهلا وسهلاً بكم معنا بالجزء الثالث عشر من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري

نصائح خاصة لإدارة المشاريع الصغيرة :

- أهمية الإشراف بنفسك وتواجدك المستمر بالمشروع :
أغلب الناجحين في مشاريعهم يقومون بإدارة مشاريعهم بأنفسهم ولا يعتمدون على غيرهم.

- عدم خلط الأموال الشخصية مع أموال المشروع :
عليك من البداية أن تقوم بفتح حساب بنكي مستقل باسم المشروع بعيداً عن حساباتك الشخصية وعليك من البداية أن تحدد راتبك الشهري ورواتب الموظفين, قُم بعمل رواتب الموظفين كلاً على حسب وظيفته.

- مراقبة ومتابعة قيد الدفاتر الحسابية :
يجب أن تكون على دراية بالدفاتر الحسابية وعليك بمراجعة المستندات والدفاتر والسجلات والقوائم المالية والتقارير بصفة مستمرة.

- المحافظة على سعر تنافسي :
عليك أن تحدد سعراً مناسباً للمنتَج أو الخدمة ليحقق لك هامش ربح مناسب, ومن المفترض أن تحدّد السعر بعد دراسة تكلفة المنتج ومستوى الطلب والمستهلك والمنافسة.

- الالتزام بالتسليم في الموعد المحدد :
عليك المحافظة على ما وعدت به عميلك؛ لذلك حدد شخصاً مسؤولاً عن ذلك وأخبر العميل بوضوح بالشخص المعني بالتسليم, عليك ضمان تسليم الصفقات الحالية في موعدها, وإذا لم تستطع تسليم الصفقة في الموعد المحدد قدّم اعتذارك.

- اهتم بجودة المنتج أو الخدمة قبل السعر :
لا فائدة لمنتج بسعر قليل وبدون جودة فلن يطلبه منك أحد, والجودة هي الأساس في التسويق.

- عمل دراسة جدوى واقعية :
10% من المشاريع التي تنجح وتستمر والباقي منها يتوقف، لماذا؟
للأسف يبدأ فئة من أصحاب الأعمال مشاريعهم بطريقة عشوائية وبدون تنظيم وتخطيط, وإذا أردت أن تبدأ مشروعاً ناجحاً يجب أن تعمل دراسة جدوى وابتعد عن التخيلات الوهمية.

- كن صادقاً مع العملاء :
اجعل لك سمعة حسنة طيبة لدى العملاء لأنك إذا كذبت عليهم مرة فسوف تخسر الكثير وسينفرون منك ويذهبون إلى منافسيك.
إذا أعطيت وعداً أوفِ به ولا تخلف وعدك أبداً.

- اهتم باحتياجات العملاء ومطالبهم :
عادة ما يقارن العملاء بين خصائص السلعة أو الخدمة والسعر وهم يدرسون مدى جودة عمليات البيع التي تقوم بها ومدى حرصك على ضمان رضا العميل, ونوعية العلاقات التي يبنيها الموظفون في مؤسستك معهم.

- كوّن علاقاتك الخاصة لتسويق المنتج :
شارك في الأعمال الخيرية باسم المشروع وتحدّث مع العملاء الجدد وأظهر اهتمامك بهم وإذا سنحت لك الفرصة فقم بالتعريف عن منتجاتك وخدماتك للآخرين وأهم ما يميزك عن منافسيك.

- اختر الموظفين الأكفاء :
لا تهتم بالشهادات والخبرات بل الأولوية لما يقدمه لك الموظف
عليك بناء الفريق المتكامل وعليك بانتقاء النجوم ولا فائدة من موظف لا يحقق لمشروعك شيئاً.

- أوجد لك خبيراً :
عليك بإيجاد شخص تثق به يكون كمرجع لك ومستشارك الخاص فالخبير يسهّل ويختصر عليك الطريق.
الخبير هو الشخص الذي مرّ بتجارب مشابهه ويمكنه تقديم النصائح لتشجيعك.

- الاهتمام بالموظفين :
يعمل الناس من أجل المال ولكن أيضاً من أجل الاعتراف بهم وتقديرهم ونيل المكافآت, فعامل كل واحد منهم بأكبر قدر من الاحترام.

عن عائشة رضي الله عنها قالت: قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (حسن الخلق وحسن الجوار يعمران الديار ويزيدان في الأعمار) رواه مسلم في صحيحه.

- إقامة علاقة جيدة مع المورّدين والموزعين :
كلما كانت علاقتك قوية بالموزّعين والمورّدين كلما ساعدك ذلك في الحصول على التسهيلات وذلك لزيادة ولائهم لمنتجاتك وهذا يؤدّي إلى زيادة المبيعات.

- استهدف شريحة سوقية محددة وليس كل السوق :
عليك من البداية أن تختار السوق الخاصة بك بعناية وعليك بذل المزيد من الجهد والوقت للتعرف على من سيقوم بشراء منتجاتك وخدماتك ولا يمكن أن تبدأ بالتعامل مع كافة الشرائح الموجودة بالسوق.

- استهدف المنطقة الخالية من المنافسين :
أكثر المشاريع نجاحاً وتحقيقاً للأرباح هي المشاريع التي لا يوجد فيها منافسون في السوق, وستكون منفرداً وتبيع ما تريد, هذا لا يعني أنك لن تحقق الأرباح إذا كان لك منافسين؛ بالعكس فهذا يدفع كل واحد منكم لتقديم الأفضل ويخلق جو منافسة شريفة لتقدم منتجاتك بشكل أفضل.

- ابحث عن العملاء المحتملين :
إذا أردت أن تكسب تفضيل العملاء لمؤسستك على المدى الطويل قد تحتاج إلى فهم المعايير التي يضعونها للشراء, عليك التحدث مع العديد من العملاء الحاليين والمحتملين بقدر ما تستطيع وأرسل لهم مندوبي المبيعات ليسألهم عن ماذا يبحثون؟ وكيف يتخذون قراراتهم للشراء؟

- وسّع مجال اتصالاتك وعلاقاتك العامة :
عليك بإعداد قائمة عن العملاء والمنافسين وأهم شريحة هم المورّدون لأنك قد تستشيرهم وتأخذ بآرائهم في بعض الأحيان.

- نوّع منتجاتك بعناية :
اهتم دائماً بالجديد فيما يخص منتجاتك أو خدماتك كطرح منتج جديد أو إضافات للمنتج وتحسينه, اطلب الجديد ولكن انتبه لا تقُمْ بطلب كمية كبيرة فأنت لا تستطيع أن تحدّد دوافع العملاء نحو السلعة الجديدة.

- تعلّم من الأخطاء :
من الطبيعي أنك ستقوم بارتكاب الكثير من الأخطاء لأنه ليس لديك الخبرة الكافية.

- طور نفسك لتحسين مشروعك :
اسع دائماً للتنمية الذاتية بالتعلّم والتدريب والدراسات الخاصة ولا تترك أي فرصة للتقدّم والتطور بدون الاستفادة منها.

العالم يتحرك باستمرار ويتعين علينا أن نتحرك معه, الذين لا يتطورون يسقطون في النهاية.

- استغن عن العاملين ذوي الأداء الضعيف وانه الخدمة بلباقة :
إذا أردت أن تحلّق مع الصقور ..... فلا تضيع وقتك مع الدجاج.

- سجّل بيانات عملائك :
كل عملية بيع وكل بطاقة تصل إليك تعد مصدراً جيداً لتكوين قاعدة بيانات عن عملائك, فسارع ببناء هذه القاعدة منذ البداية لأنها تعد أقوى أداة للتسويق والترويج لمنتجاتك.

- اجعل العاملين على اتصال دائم بالزبائن :
حافظ على معاملة حسنة لعملائك منذ البداية وكوّن قاعدة عريضة من العملاء وحفّز الموظفين على فهم العميل وإقامة علاقات معه.

- لا تتوسّع بسرعة :
عادةً النمو المستقر يكون أفضل من النمو المتفجر, من ينمو بسرعة يهبط بسرعة ولا تكن فقاعة، عليك أن تبدأ خطوة خطوة للوصول للعالمية بإذن الله.

- ركّز في مجال تميزك :
أفضل طرق التسويق السمعة الحسنة والتعامل الجيد للعملاء.

- اختر أصدقاءك بعناية :
صاحب الذين لديهم مشاريع ناجحة واستفد منهم واخلق فرص عمل بينكم, لا شيء يؤثر في حياتنا أكثر من الأصدقاء فعليك اختيارهم بعناية من البداية خالط أصحاب الهمم.

- حافظ على سلوكك الشخصي داخل العمل :
من البداية عليك أن تحافظ على سلوكك واستقرار حياتك ولا شك أن الانطباع الأول لدى الموظّفين عنك سيدوم مدى الحياة.

- تعلّم أكثر لتربح أكثر :
اكتب أهداف المشروع على الكمبيوتر أو على ورقة حيث يمكنك رؤيتها باستمرار.

- قدّر قيمة المعرفة العملية والعلمية :
استفد من التقدم التكنولوجي الذي أحرزه الآخرون لتتحرك بسرعة للأمام وتنمي أفكارك.

تابع معنا الجزء الرابع عشر من موضوع كيف تخطط لمشروعك التجاري

حسام الردادي

أخصائي نفسي ومستشار ومتخصص بإدارة المشاريع التجارية