

چگونه یک طرح تجاری تنظیم کنیم؟

از: <http://www.itkar.com>

اگر قصد دارید فعالیت جدیدی را در دنیای تجارت آغاز کنید، من از این تصمیم حمایت می‌کنم. اما آیا برنامه‌ای مشخص برای این کار در نظر گرفته‌اید؟ منظورم یک برنامه با حرف ب بزرگ و برجسته است. در غیر این صورت اقدام شما چیزی جز خیال پردازی بیهوده نخواهد بود.

باور کنید مساله را بیش از حد بزرگ نمی‌کنم. برنامه و طرح تجاری شما بانک‌ها و سازمان‌های گوناگون را وادار می‌کند به شما وام پرداخت کنند. در واقع با تنظیم راه کارهای مناسب موفقیت شرکت خود را تضمین می‌کنید و مطابق برنامه‌ای مشخص گام برمی‌دارید.

اگر با هزینه‌ای اندک شرکت خود را راه انداخته‌اید، به بسیاری از این رهنمودها نیازی ندارید. اما در هر صورت باید برنامه‌ای طراحی کنید که خطوط کلی اهداف، هزینه‌های احتمالی، روش‌های بازاریابی و راه‌های گریز از مشکلات فرضی را در بر داشته باشد. این برنامه نقشه عبور موفق یا انحراف از جاده در فعالیت شغلی است.

در ادامه ۹ روش سودمند برای تضمین موفقیت در این راه به شما پیش نهاد می‌کنم:

۱. تهیه خلاصه‌ای دقیق از اهداف مورد نظر شغلی. این خلاصه روند فعالیت شغلی شما را به اطلاع موسسات مالی و اعتباری می‌رساند و در واقع مهم‌ترین معرف شما به این مراکز است. اگر نتوانید اهمیت شغل خود را به مامور مربوطه بقبولانید کاری از پیش نمی‌برید. این برنامه هم چنین ابزار ارتباطی کارکنان و مشتریان احتمالی شما به عنوان پشتیبان فعالیت‌های شما است.

۲. تاریخچه مختصر شرکت. تاریخچه فعالیت و نحوه پیدایش شرکت را به وضوح توضیح دهید.

۳. اهداف شرکت. در چند پاراگراف کوچک اهداف بلند مدت و کوتاه مدت خود را بیان کنید: فکر می‌کنید در چه مدت به رشد

نهایی مورد نظر خود برسید؟ مشتریان احتمالی شما چه کسانی هستند؟

۴. بیوگرافی تیم مدیریت. در این مرحله باید نام و سوابق گروه مدیریت و مسئولیت‌های این افراد را در دسترس و اطلاع عموم قرار دهید.

۵. خدمات یا تولیدات احتمالی مورد نظر شرکت. در این بخش باید به بررسی تفاوت‌های تولیدات شما با محصولات موجود در بازار بپردازید.

۶. پاسخ بازار با تولیدات یا خدمات شرکت. به خاطر داشته باشید که شما باید موسسات مالی، کارکنان و دیگران را قانع کنید که بازار تولیدات شما رشدی فراوان خواهد داشت. برای این کار باید تحقیق کنید. اگر شرکت کوچکی را اداره می کنید باید میزان استقبال مشتریان را در شعاع بی نهایت برآورد کنید. اگر شرکت شما خدمات روی خط ارایه می کند یا شیوه تجارت کهن را با این روش درآمیخته است، باید با تبلیغ مناسب، میزان تقاضا را افزایش دهید. یک گزارش تحقیقاتی از موسسه تحقیق فورستر هزاران دلار هزینه در بر دارد. با این حال شما می توانید اطلاعات ابتدایی و پایه ای را از موتورهای جستجو و دایرکتوری ها به دست آورید.

۷. برنامه ای مشخص برای بازاریابی. آیا شما چگونه حضور خود را در عرصه تجارت به اطلاع جهان تجارت می رسانید؟ آیا فقط به روش بازاریابی دهان به دهان اکتفا می کنید؟ (من این روش را توصیه نمی کنم مگر آن که به اندازه کافی مشهور باشید) آیا در روزنامه، تلویزیون یا صفحات وب تبلیغ می کنید؟ (یا در هر سه رسانه). آیا از ابزارهای بازاریابی الکترونیکی برای عضویت شرکت خود در موتورهای جستجو استفاده می کنید؟ هم چنین شما باید از همین ابتدا مشخص کنید که چه میزان بودجه برای این بخش در نظر گرفته شده است؟

۸. پیش بینی ۳ یا ۵ ساله وضعیت مالی شرکت. این بخش در واقع برآورد مالی چند ساله و روش تحقق این پیش بینی ها است. هم چنین باید میزان وام مورد نیاز شرکت را در این قسمت ذکر کنید. صحت این برآورد موفقیت یا شکست مالی شرکت را تعیین می کند. اگر در انتخاب الگوی مناسب مالی شرکت دچار تردید هستید می توانید از کارشناسان امور مالی کمک بگیرید. این کار ارزش هزینه کردن را دارد.

۹. تنظیم برنامه ای برای گریز از خطرات احتمالی. تمام شرکت های بزرگ و موفق روش هایی برای اجتناب از وضعیت خطر و نجات از آن در نظر می گیرند. در این بخش باید رشد درآمد، بازدهی، موفقیت و عدم موفقیت در بازار را در نظر بگیرید.