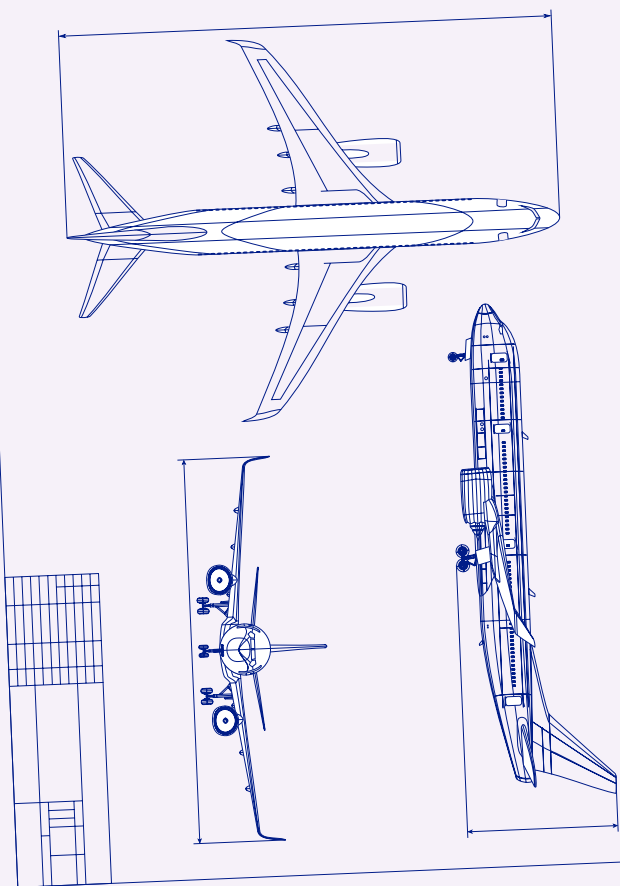


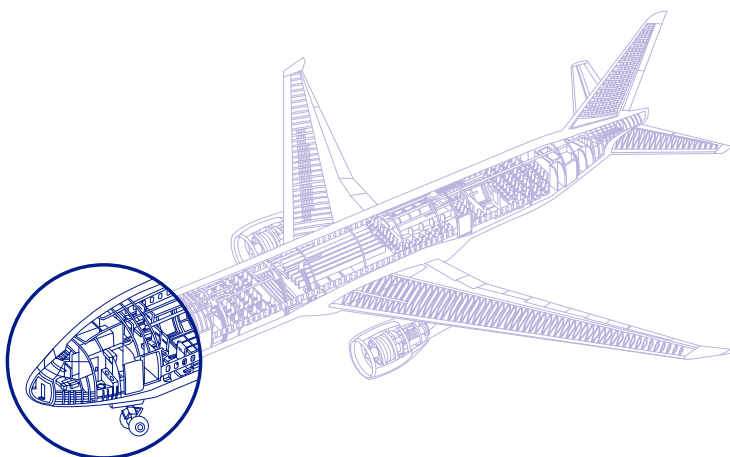
نقشه پرواز کسب و کارهای کوچک

برنامه‌ای شش مرحله‌ای برای رشد کسب و کارتان



✈ کسب و کارتان را مأموریت محور کنید

مهم‌ترین کاری که رهبر می‌تواند بکند این است که به کسانی که رهبری‌شان می‌کند چشم‌اندازی وحدت‌آفرین بدهد. چارچوب کسب و کار مأموریت محور کمک می‌کند تا چشم‌اندازی را تدوین و اعلام کنید که ضامن رشد کسب و کار کوچکتان است.



کاربرگ اصول راهنمای کسب و کار مأموریت محور

بیانیه مأموریت

.....

.....

.....

.....

ویژگی های کلیدی

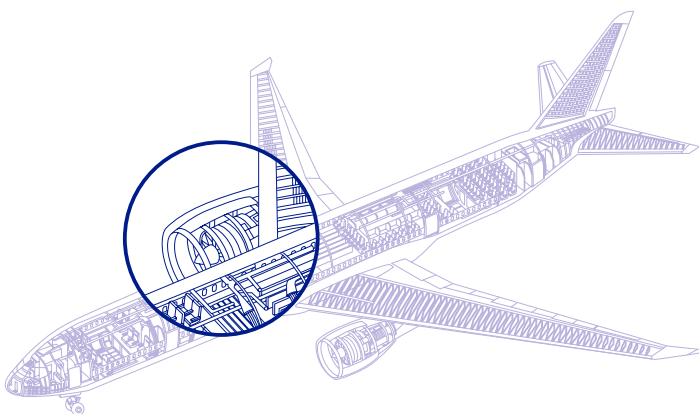
۳	۲	۱

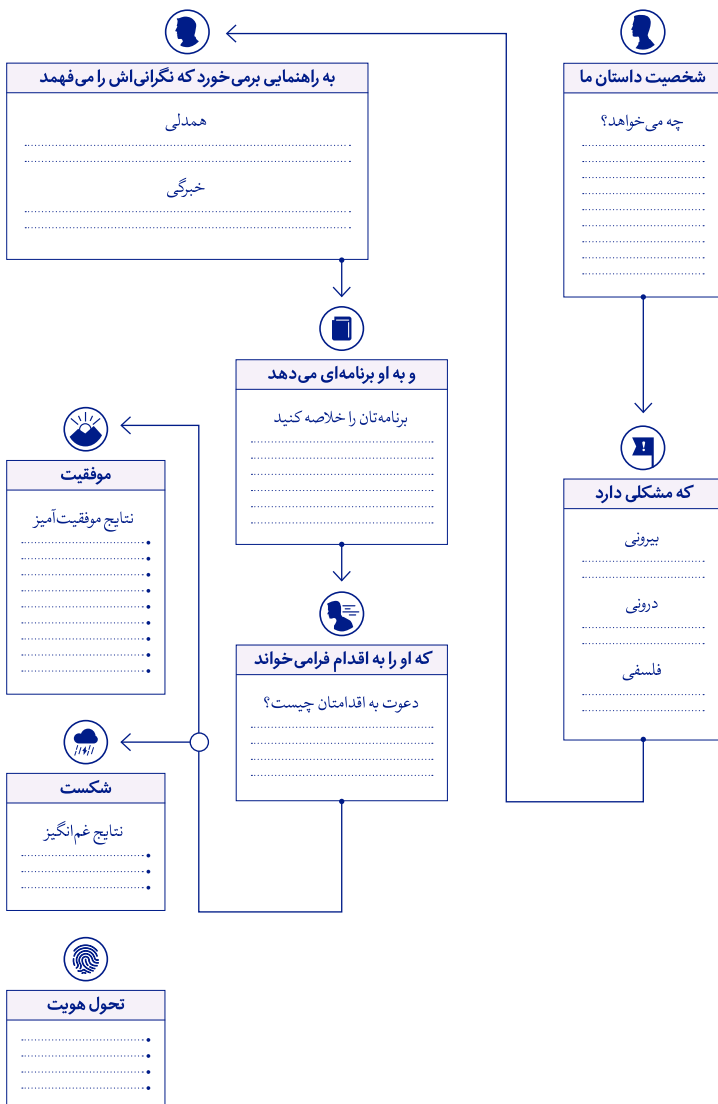
اقدامات اساسی

۳	۲	۱

✈ پیامتان را شفاف کنید تا مشتریان جذبتان شوند

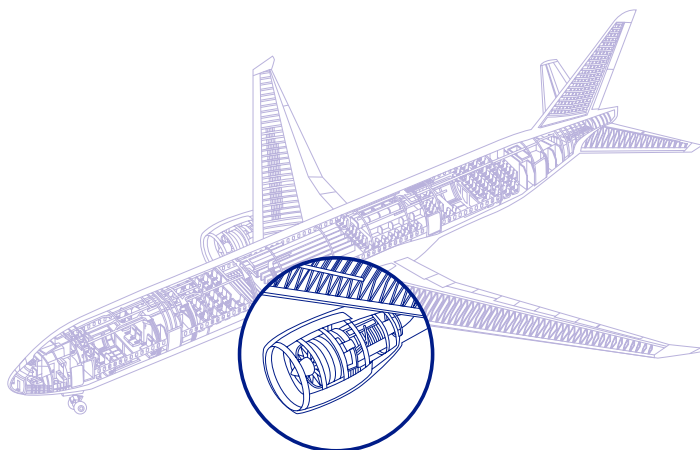
بیش از ۷۰۰,۰۰۰ تن از صاحبان کسب و کارهای کوچک با استفاده از چارچوب پیام‌رسانی استوری برند پیامشان را شفاف کرده‌اند. وقتی پیامتان را شفاف کنید، مشتریان بیشتری محصول یا خدمتتان را سفارش می‌دهند.





✈ از تلاش برای فروختن دست بردارید، مشتری را در نقش قهرمان قرار دهید و پای او را به داستان باز کنید

افراد خیلی کمی پیدا می‌شوند که از فروختن خوششان بیاید. اما اگر صاحب یا رهبر کسب‌وکار کوچکی باشید، چاره‌ای جز فروختن ندارید. چارچوب فروش مشتری در نقش قهرمان کمک می‌کند تا از تلاش برای فروختن دست بردارید و در عوض، پای مشتریان را به داستان باز کنید. این چارچوب فروش مخصوص افرادی است که از فروختن متنفرند و چارچوبی است که نتیجه می‌دهد.



سناریوی فروش مشتری در نقش قهرمان

۱. ابتدا از مشکل حرف بزنید

.....
.....

۲. محصولاتان را راه حل آن مشکل معرفی کنید

.....
.....

۳. به مشتری برنامه گام به گام بدهید

.....
.....

۴. مخاطرات ناخوشایند را شرح دهید

.....
.....

مخاطرات خوشایند را شرح دهید

.....
.....

از این فرمول برای تدوین مطالب فروش در

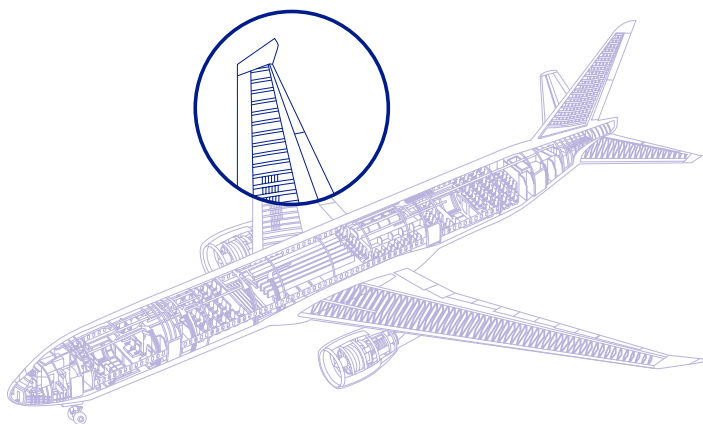
موارد زیر استفاده کنید:

- گفت وگوهای فروش
- نامه های فروش
- پیشنهادهای فروش
- ارائه ها

۵. مشتری را به اقدام فراخوانید

.....
.....

 محصولات پیشنهادی تان را جوری بهینه کنید که درآمد و سود عایدتان کنند بهترین راه افزایش حاشیه سودتان این است که محصولاتی را که بیشترین سود را عایدتان می‌کنند بیشتر بفروشید. اغلب رهبران کسب و کارها اصلاً نمی‌دانند که سودشان ناشی از فروش کدام محصولات است. وقتی محصولات پیشنهادی تان را برحسب سود بهینه کنید، می‌فهمید که دقیقاً چطور می‌توانید بیشتر سود کنید.



کاربرگ ممیزی سودآوری محصول

نام محصول	هزینه تولید	هزینه فروش و بازاریابی	هزینه توزیع	هزینه پشتیبانی اضافه	مجموع سود به ازای هر واحد

کاربرگ خلاصه اطلاعات محصول

مسئول پروژه:

نام محصول

۱. نام محصول چیست؟

۲. آیا این نام به خوبی محصول را توصیف می کند و ارزشش را نشان می دهد؟

۳. یا این نام گیج کننده است یا در بازار مشکلی ایجاد می کند؟

توصیف محصول

۱. این محصول چه مشکلی از مشتریانمان را حل می‌کند؟

.....

۲. این محصول چگونه مشکل مشتری را حل می‌کند؟

.....

۳. مزایایی را که استفاده از محصول نصیب مشتری می‌کند شرح دهید:

.....

۴. قابلیت‌های محصول را شرح دهید و بگویید چگونه به مشتریان کمک می‌کند:

.....

.....

پیام‌های محوری

۱. این محصول را به چه داریم می‌فروشیم؟

.....

۲. آیا به بازار هدف این محصول دسترسی داریم؟ و اگر داریم، چگونه؟

.....

۳. برای درج در مجموعه ابزارهای بازاریابی، مشکل مشتری را چگونه تعریف می‌کنیم؟

.....

۴. دعوت به اقدام یک سطرمان چیست؟

.....

.....

تحقیقات سطح بالای بازاریابی

۱. آیا در بازار برای این محصول تقاضای حتمی وجود دارد؟

۲. آیا برای مشتریانمان فرم‌های نظرسنجی را فرستاده‌ایم تا مطمئن شویم که این محصول را می‌خواهند؟ در نظرسنجی چه سؤالاتی کردیم و نتایج آن چه بود؟

۳. اگر این محصول را عرضه کنیم، با چه شرکت‌هایی رقابت می‌کنیم؟

الف) قیمت‌مان از رقبای بیشتر است یا کمتر؟

ب) نسبت به رقبای چه وضعیتی داریم؟ (چه ویژگی‌ای موجب برتری محصول ما می‌شود؟)

مسائل مالی

۱. قیمت این محصول چقدر است و این قیمت را چطور تعیین کرده‌ایم؟

۲. آیا محصول سودآور خواهد بود؟

.....

.....

۳. ساختن این محصول برایمان چقدر هزینه دارد؟ نگهداری اش برایمان چقدر هزینه دارد؟ (آیا لازم است کادر پشتیبان، فناوری های کمکی بیشتر و چیزهایی از این دست اضافه کنیم؟)

.....

.....

.....

۴. مسئولیت درآمد ناشی از فروش این محصول با چه کسی خواهد بود؟

.....

.....

.....

ارقام پیش بینی شده فروش (براساس پایگاه کنونی مشتریان)

۱. اهداف ۳۰، ۶۰ و ۹۰ روزه فروش چقدر است؟

..... و

۲. درآمد پیش بینی شده سال اول این محصول چقدر است؟

.....

.....

۳. می خواهیم در سال اول چه تعداد از این محصول بفروشیم؟

.....

.....

اعتبارسنجی محصول

۱. آیا این محصول برای محصولات موجود مشکلی ایجاد می‌کند؟

.....

۲. آیا این محصول موجب نارضایتی مشتریان فعلی یا آتی می‌شود؟ چرا؟

.....

.....

تاریخ‌های کلیدی

۱. این محصول کی عرضه می‌شود؟

.....

۲. صفحهٔ فرود این محصول در وب‌سایت‌مان کی ایجاد می‌شود؟

.....

۳. مشتریان کنونی چقدر مانده به انتشار رسمی از عرضهٔ محصول مطلع می‌شوند؟

.....

برنامهٔ بازاریابی و فروش

۱. مراحل مهم فروش و بازاریابی این محصول را کی انجام می‌دهیم؟

..... الف) دعوت به اقدام یک‌سطری:

..... ب) صفحهٔ فرود:

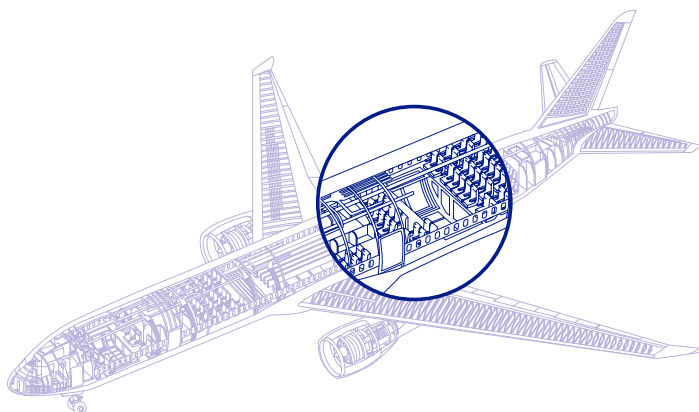
..... ج) ابزار تولید مشتری راغب:

..... د) ایمیل‌های فروش یا پرورش مشتری راغب:

..... ه) مجموعهٔ ابزارهای اجتماعی:

✈ به کمک راهنمای ساده مدیریت و بهره‌وری گردش کارتان را کارآمد کنید

بیشترین هزینه اکثر کسب‌وکارها هزینه نیروی کار است، اما حقوق و دستمزد نباید باری بر دوش کسب‌وکارها باشد. وقتی تیمتان را حول سه اولویت اقتصادی همسو کنید و سپس همه را وادارید دست به دست یکدیگر بدهند تا این اهداف اقتصادی را محقق کنند، نیروی کارتان ناب می‌ماند، چراکه بهره‌وری‌اش زیاد است. اگر نمی‌توانید گردش کار پیش‌بینی‌پذیر و مطمئنی شکل دهید که به جای اینکه سربار کسب‌وکارتان باشد کسب‌وکارتان را رشد دهد، راهنمای ساده مدیریت و بهره‌وری به دردتان می‌خورد.



اولویت های شرکت تا		
۳	۲	۱

آخرین وضعیت بخش ها

۱.

بخش ما چه کارهایی کرده یا قرار است بکند تا به تحقق اهداف شرکت نزدیک ترمان کند؟

.....

هفته گذشته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق کردیم؟

.....

این هفته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق می کنیم؟

.....

۲.

بخش ما چه کارهایی کرده یا قرار است بکند تا به تحقق اهداف شرکت نزدیک ترمان کند؟

.....

هفته گذشته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق کردیم؟

این هفته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق می‌کنیم؟

۳.

بخش ما چه کارهایی کرده یا قرار است بکند تا به تحقق اهداف شرکت نزدیک‌ترمان کند؟

هفته گذشته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق کردیم؟

این هفته چطور برای مشتریانمان ارزش خلق می‌کنیم؟

آخرین وضعیت بخش‌ها

۱.

این هفته چه طرح‌های بزرگی در حال اجراست؟

آیا چیزی هست که مانع پیشرفت این طرح‌ها شود؟

مسئولیت هریک از کارها با کیست؟

۲.

این هفته چه طرح‌های بزرگی در حال اجراست؟

آیا چیزی هست که مانع پیشرفت این طرح‌ها شود؟

مسئولیت هریک از کارها با کیست؟

۳.

این هفته چه طرح‌های بزرگی در حال اجراست؟

آیا چیزی هست که مانع پیشرفت این طرح‌ها شود؟

مسئولیت هریک از کارها با کیست؟

! پنج اولویت من	✓ اقداماتی که کرده‌ام	← اقدام بعدی	⊘ جاهایی که به مانع خورده‌ام

جلسه بررسی سرعت پیشرفت اولویت‌های شخصی

نام

اولویت‌های شرکت تا		
۱	۲	۳

اولویت‌های اصلی بخش من

مهلت‌دار. سنجش‌پذیر. مشخص

۱.....

۲.....

۳.....

اولویت‌های شخصی من

مهلت‌دار. سنجش‌پذیر. مشخص

۱.....

۲.....

۳.....

اولویت‌های من در زمینه توسعه

۱.....

۲.....

۳.....

جلسه بررسی عملکرد سه ماهه

نام

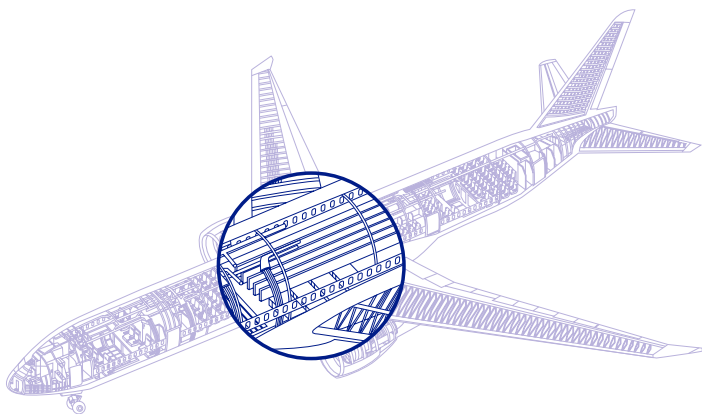
اولویت های شخصی	فراتر از انتظار	محقق شده	محقق نشده
یادداشت ها	☐	☐	☐
یادداشت ها	☐	☐	☐
یادداشت ها	☐	☐	☐
یادداشت ها	☐	☐	☐
یادداشت ها	☐	☐	☐

با آمادگی به جلسات بررسی سرعت پیشرفت اولویت های شخصی می آمد؟	☐	☐
--	--------------------------	--------------------------

فرصت های بعدی

✉ به کمک این پنج حساب جاری، جریان نقدی کسب و کار کوچکتان را مدیریت کنید

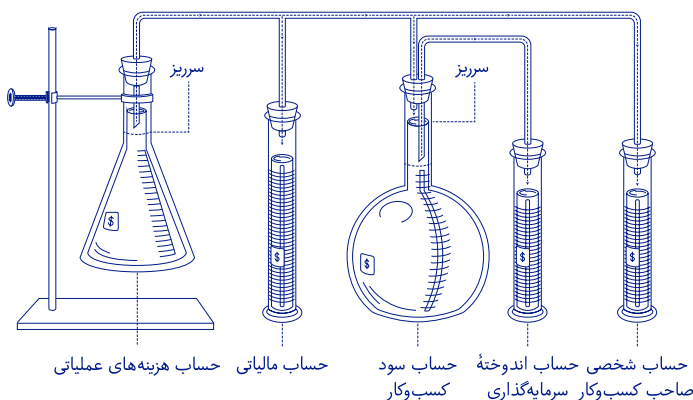
همه مان صورت‌های سود و زیان را خوانده‌ایم، اما آیا این صورت‌ها واقعاً برای تصمیم‌گیری کمکتان می‌کنند؟ آیا صورت سود و زیان کمک می‌کند تا بفهمید خودتان چقدر پول دارید، کسب و کارتان چقدر پول دارد، برای مالیات چقدر پول کنار گذاشته‌اید، شرکتتان واقعاً چقدر سود می‌کند و اینکه پول نقد کافی در دست دارید تا آن را در فرصت‌های عالی سرمایه‌گذاری کنید یا نه؟ اگر پاسخ‌تان منفی است، کافی است با استفاده از پنج حساب جاری مختلف کسب و کارتان را مدیریت کنید تا بتوانید با شفافیت (و امنیت) پیش بروید. این را بدانید که دلیلی ندارد امور مالی کسب و کارهای کوچک پیچیده باشد.



راهنمای ساده جریان نقدی کسب و کارهای کوچک

کسب و کاری که نقدینگی نداشته باشد سقوط می کند. علاوه بر این، درحالی که خیلی از صاحبان کسب و کارهای کوچک می دانند چطور پول در بیاورند، این طور نیست که همیشه بدانند چطور باید پول را مدیریت کنند. برای اینکه مطمئن شوید کسب و کارتان به سرعت تا دور دست ها پرواز می کند، راهنمای ساده جریان نقدی کسب و کارهای کوچک را به کار ببرید. اگر این کار را نکنید...

- هرگز برحسب تصادف بی پول نمی شوید، چون از قبل می فهمید که سود کلی تان در حال کاهش است یا نه.
- همیشه برای پرداخت مالیات پول کافی دارید، حتی برای صورت حساب های مالیاتی ناگهانی.
- همیشه برای پرداخت حقوق و دستمزد پول دارید.
- می دانید که خودتان چه مقدار پول می توانید از کسب و کار بردارید.
- نقدینگی دارید تا آن را دوباره در کسب و کار سرمایه گذاری کنید، کاری که شما را مهیای رشد می کند.



در این کتاب یا در پلتفرم آنلاین وبسایت بیزنس میدسیمپل، می توانید دستورالعمل های مربوط به نقشه پرواز کسب و کار کوچک را مشاهده کنید.

• حساب عملیاتی

این حسابی است که همه پول‌ها به آن وارد و از آن خارج می‌شود. کل درآمدها به این حساب سرازیر می‌شود و همه مخارجتان هم، از جمله حقوق خود صاحب کسب‌وکار، از همین حساب تأمین می‌شود.

• حساب جاری شخصی

این حساب شخصی صاحب کسب‌وکار است. صاحب کسب‌وکار ماهی یک یا دو بار از حساب عملیاتی حقوق ثابتی برداشت می‌کند و به حساب شخصی‌اش می‌ریزد. صاحب کسب‌وکار غیر از همین حقوق هیچ پول دیگری برای مصرف شخصی از حساب عملیاتی بر نمی‌دارد.

• حساب سود کسب‌وکار

وقتی موجودی حساب عملیاتی از مبلغ مشخص و از پیش تعیین شده‌ای فراتر رفت، باید پول مازاد را بردارید و در حساب پس‌انداز کسب‌وکاران قرار دهید. موجودی حساب سود کسب‌وکاران در نهایت به پنج تا شش برابر هزینه‌های سربار ماهانه‌تان می‌رسد. حساب سود کسب‌وکاران در واقع برای سازمان نقش پشتوانه را ایفا می‌کند.

• حساب مالیاتی

هر وقت که پولی به حساب سود کسب‌وکاران واریز می‌کنید، باید همان مقدار پول هم به حساب مالیاتی‌تان واریز کنید. در اصل، به این ترتیب پول مازادی (سود حقیقی‌ای) را که کسب‌وکاران درمی‌آورد بین حساب پس‌انداز و حساب مالیاتی‌تان تقسیم می‌کنید. وقتی ۵۰٪ سودتان را به حساب مالیاتی‌تان می‌ریزید، خیالتان راحت می‌شود که همیشه برای پرداخت مالیات پول لازم را در اختیار دارید. در واقع، چون دارید ۵۰٪ سودتان را کنار می‌گذارید و نرخ مالیات پایین‌تر از این میزان است،

پول مازادی در حساب مالیاتی‌تان پس‌انداز می‌شود و بدین‌ترتیب آخر سال، پس از پرداخت مالیات، این پول مازاد حکم سودتان را دارد و سود خوبی هم هست.

• حساب اندوخته سرمایه‌گذاری

موجودی حساب سود کسب‌وکارتان هم سقف ازپیش‌تعیین‌شده‌ای دارد که به اندازه پنج یا شش برابر هزینه‌های سربار ماهانه‌تان است. وقتی موجودی حساب سود کسب‌وکار از این سقف بالا زد، پول مازاد را بردارید و به حساب اندوخته سرمایه‌گذاری‌تان واریز کنید. این پول دیگر کاملاً متعلق به خودتان است و می‌توانید با آن هر کار که دلتان خواست بکنید. توصیه می‌کنم این پول را بردارید و با آن سرمایه‌گذاری‌هایی انجام دهید که بازهم پول بیشتری عایدتان می‌کند و کمک می‌کند تا به درآمدتان تنوع ببخشید. برای مثال، با استفاده از این پول می‌توانید حساب اندوخته بازنشستگی‌تان^۱ را پر کنید، ملک یا دارایی‌های دیگر بخرید یا در بازار بورس سرمایه‌گذاری کنید.

۱. SEP IRA: نوعی حساب بازنشستگی شخصی در آمریکا که معمولاً مناسب کسب‌وکارهای کوچک است و معادل کامل آن «حساب بازنشستگی انفرادی ساده کارمندی» است.