

فصل چهارم

چطور یک طرح کسب و کار بنویسیم

«وقتی در برنامه ریزی شکست می خورید، قطعاً برای شکست خوردن برنامه ریزی کرده اید.»

بنجامین فرانکلین^۱

بخش های ارائه شده در زیر، قسمت هایی از یک طرح کسب و کار معمول هستند.

هر بخش شامل:

- نکات تئوری درباره ی چگونگی نوشتن آن بخش
- پیشنهادات عملی درباره ی نحوه ی نزدیک شدن به آن قسمت از استراتژی کسب و کار برای اجرا در دنیای واقعی کسب و کارتان
- یک مثال منتخب از آن بخش برای یک طرح کسب و کار کامل
- تحلیل آن مثال

در این روش، شما به ترکیبی از توصیه های تئوری و عملی در مورد نحوه ی

۱. Benjamin Franklin، بنجامین فرانکلین (۱۷۰۶-۱۷۹۰) یکی از پدران بنیانگذار ایالات متحده آمریکا بود. فرانکلین یک نویسنده، چاپخانه دار، طنزنویس، نظریه پرداز سیاسی، سیاستمدار، فراماسون، رئیس پست، دانشمند همه چیزدان، مخترع، فیزیک دان، فعال مدنی، رجل سیاسی و دیپلمات بود.

نزدیک شدن به هر بخش از طرح کسب و کار دست پیدا می‌کنید و الگویی دارید تا از روی آن عمل کنید، و نمونه و تحلیل آن مثال را به عنوان مرجع در اختیار خواهید داشت.

به نظر من، ارزشمندترین چیز در این زمینه، توصیه‌های عملی چگونگی نزدیک شدن به هر مسئله‌ای در دنیای واقعی است، چرا که جنبه‌ی عملی در حین اجرای کسب و کار در نهایت آن چیزی خواهد بود که باعث موفقیت قطعی کسب و کارتان خواهد شد.

حتی اگر نخواهم توصیه عملی در این زمینه به شما بکنم و فقط نحوه‌ی نوشتن یک طرح کاری را به شما نشان بدهم، الگویی خواهید داشت که بتوانید براساس آن عمل کنید و مثال و توضیحی دارید تا بدانید هر بخش را چطور بنویسید.

نکته: از آنجا که در این فصل، طرح کسب و کار را به بخش‌های مختلف تقسیم کردیم، اگر می‌خواهید یک طرح کسب و کار را به طور کلی و یکجا ببینید، می‌توانید در بخش ضمیمه که در آخرین فصل این کتاب آمده است آن را مشاهده کنید.

۱. خلاصه‌ی اجرایی (مدیریتی)

خلاصه‌ی اجرایی، چیزی در حدود یک یا دو پاراگراف است که به عنوان مقدمه‌ی برنامه‌ی کاری شما عمل می‌کند. این خلاصه، مروری کلی از مشکلی است که کسب و کار شما قرار است حل کند. همچنین می‌تواند حاوی توضیحی از مأموریت شرکتتان نیز باشد. از خلاصه‌ی اجرایی استفاده کنید تا خواننده را برای مسائلی که در ادامه‌ی طرح کسب و کارتان پوشش خواهید داد، آماده کنید. شما باید به طور خلاصه توضیح دهید که محصولاتان چیست، اما زیادی وارد جزئیات محصول و یا دیگر مؤلفه‌های

کسب و کارتان نشوید. شما این فرصت را دارید که در بخش‌های بعدی وارد جزئیات شوید.

نکته‌ای گذرا: برخی پیشه‌ها، مضمون دیگری به جای لفظ «خلاصه‌ی اجرایی» دارند که یک طرح کاری بسیار کوتاه و مختصر شده است که خودش به تنهایی حدود ۱ تا ۲ صفحه است. این دو تا را با هم قاطی نکنید. مثالی از خلاصه‌ی اجرایی یک طرح کسب و کار برای اپلیکیشن تلفن همراه: من مشغول ساخت مجموعه‌ای از ۴ اپلیکیشن تلفن همراه برای گوشی‌های اندروید و آیفون هستم تا به مردم کمک کند که برای کسب و کارشان برنامه‌ریزی کنند و تا انتهای برنامه‌ریزی، شروع و رشد کسب و کارشان، آنها را پشتیبانی کند.

این شرکتی است که در صدد ایجاد انقلابی جدید در برنامه‌های تلفن همراه است که در آن، اپلیکیشن‌ها، مربی کسب و کار و راهنمای کارآفرینان می‌شوند و به کارآفرینان، پشتیبانی لازم برای موفق شدنشان می‌دهند.

دلیل وجود چهار برنامه در این مجموعه این است که هر برنامه، یکی از بزرگ‌ترین مشکلات کارآفرینان را پوشش می‌دهد:

- مرحله‌ی ایده کسب و کار
- مرحله‌ی برنامه‌ریزی کسب و کار
- راهنمای تأمین سرمایه
- بازاریابی

وسعت پوشش کامل برنامه باعث می‌شود که این اپلیکیشن‌ها، برنامه‌های اصلی تلفن همراه کارآفرینان باشند.

تحلیل خلاصه‌ی اجرایی از طرح کسب و کار برای یک اپلیکیشن موبایل:

هدف من از این خلاصه اجرایی این بود که به روشنی برایتان توضیح دهم که محصول من چیست، و به نظر خواننده برسد که این کسب و کار

جذاب و منحصر به فرد است و آن‌ها را وادار کند که بقیه طرح را بخوانند. من در خلاصه‌ی اجرایی‌ام به منحصر به فرد بودن این پروژه و اینکه چطور می‌تواند تبدیل به ابزاری برای کارآفرینان شود تأکید کردم. این علامتی برای خواننده است که این طرح، فرصتی بزرگ خواهد بود.

۲. خدمات یا محصولات

این قسمت، بخشی است که شما باید در مورد محصولاتان دقیق‌تر و شفاف‌تر بنویسید. محصول یا خدمات شرکتتان را توضیح دهید. آیا یک وبسایت است؟ یک فروشگاه یا ارائه‌ی خدمات حضوری است؟ محصولتان یک ویجت یا یک اپلیکیشن موبایل است؟ چه چیز خاص و متفاوتی درباره‌ی آن وجود دارد؟

توضیح دهید که چرا این محصول یا خدمات باید وجود داشته باشد و چرا مورد نیاز است. آیا سرگرم‌کننده است؟ آیا باعث می‌شود کسی احساس بهتری داشته باشد؟ آیا این محصول مشکلی از کسی حل می‌کند؟ آیا این محصول آموزشی است؟ فایده‌ی این محصول یا خدمات چیست؟

ممکن است مطرح کردن این سؤال به نظر احمقانه باشد، اما به طرز تعجب برانگیزی، بسیاری از شرکت‌ها محصول یا خدماتی ایجاد می‌کنند که واقعاً مورد نیاز جامعه و مردم نیست، که همین امر باعث می‌شود، وقتی شرکت در تلاش است تا محصول را به فروش برساند، و یا مردم را ترغیب به استفاده از آن کنند، دچار مشکل شود.

علاوه بر این، اگر محصول یا خدماتی که شما ارائه می‌دهید، خیلی کم مورد نیاز جامعه باشد، و لزوماً زحمتی از مردم را کم نمی‌کند و ارزش زیادی ندارد، ممکن است ترغیب کردن مردم به خرید آن و پرداخت پول برای آن محصول، سخت و مشکل باشد.

در نهایت، جواب این سؤال بسیار مهم است، مگر اینکه محصول و یا خدمات شما، نیازی به توضیح نداشته باشد و بدیهی و آشکار باشد، در این صورت توضیح دهید که محصولتان چطور به آنچه که وعده می‌دهد، عمل می‌کند. این سؤال را بی‌پاسخ یا مبهم رها نکنید.

مثالی از بخش محصول یک طرح کسب‌وکار برای یک اپلیکیشن

تلفن همراه:

این‌ها برنامه‌هایی برای گوشی‌های اندروید و آی‌اواس هستند. ۴ برنامه در زمینه‌ی اندروید و ۴ برنامه برای آی‌اواس که به مردم کمک می‌کنند تا کسب‌وکارشان را برنامه‌ریزی و شروع کنند و آن را رشد دهند.

دلیل این که ۴ اپلیکیشن در هر سیستم وجود دارد این است که هر یک از این ۴ اپلیکیشن به کارآفرینان کمک می‌کند تا یک مرحله‌ی خاص از کسب‌وکار را شروع و راه‌اندازی کنند. این چهار برنامه موارد زیر را پوشش می‌دهد:

۱) ایده‌های کسب‌وکار

۲) برنامه‌ریزی برای کسب‌وکار

۳) تأمین سرمایه

۴) بازاریابی

هر یک از این ۴ برنامه در این چهار روش، به کسب‌وکارهای جدید کمک

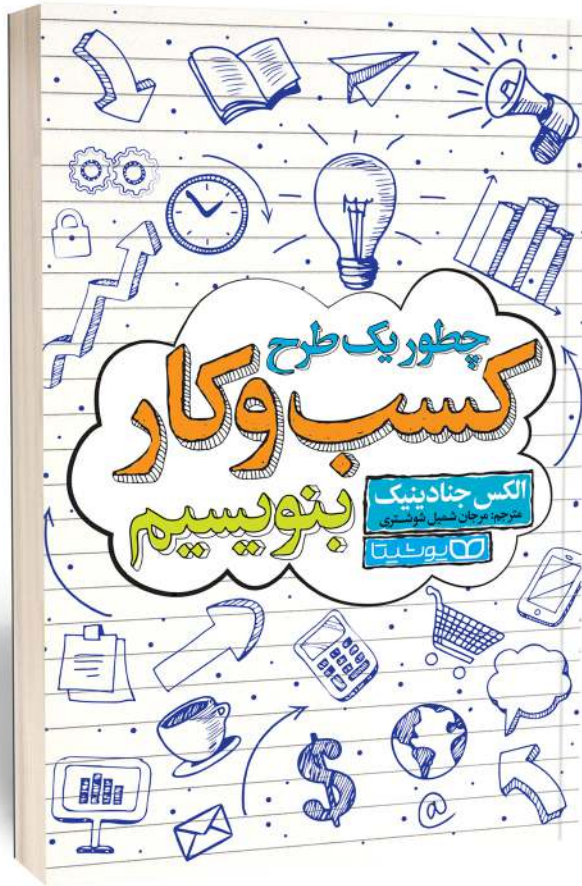
می‌کند:

۱. این ابزار، نرم‌افزاری است که به مردم کمک می‌کند تا طرح‌هایشان

را درست درون اپلیکیشن برنامه‌ریزی و ذخیره کنند. مردم قادر خواهند بود

طرح‌های کاری کوچک، برنامه‌های تأمین سرمایه و طرح‌های بازاریابی را درون

اپلیکیشن ایجاد کنند.



خرید این اثر از سایت
YUSHITA.COM

یوشیتا

✉ INFO@YUSHITA.COM ☎ ۰۲۵-۳۲۶۱۷۲۳۷ 📧 YUSHITAPUB