



بسمه تعالی

جزوه آموزشی – کاربردی

راه اندازی کسب و کار

«دبیرستان فرزندگان ۱ دوره اول متوسطه»

تهیه کننده: زهرا قربانی

با سلام؛

دانش‌آموزان عزیز که علاقمند به شرکت در محور کسب و کار جشنواره خوارزمی هستید، در این جزوه آموزشی - کاربردی با ما همراه باشید و با مطالعه دقیق و پیاده سازی هر یک از گام‌های آن در عمل، اصول راه اندازی کسب و کار را فراگرفته و از تجربه راه‌اندازی کسب و کار مورد علاقه خود در دوران نوجوانی نهایت لذت را برده و برای تجربه‌های بزرگتر و جذاب‌تر در آینده آماده شوید.

امیدواریم کسب رتبه برتر کشوری در محور کسب و کار جشنواره خوارزمی سهم تلاش و پشتکار شما باشد.

گام اول: تیم سازی

تشکیل تیم یکی از کارهای مهمی است که معمولاً یک کارآفرین به طور موازی با گام ایده‌پردازی انجام می‌دهد. دلایل مختلفی وجود دارد که کارآفرینان و صاحبان کسب و کارها را ملزم به تشکیل تیم می‌کند که به برخی از این دلایل در اینجا اشاره شده است:

۱. تنوع استعدادها، تیپ شخصیتی و به تبع آن تنوع علاقمندی افراد؛
۲. تنوع مهارت‌های مورد نیاز برای راه اندازی و مدیریت کسب و کار؛
۳. کمبود زمان و محدودیت عمر انسان‌ها برای یادگیری همه مهارت‌ها؛
۴. اهمیت سرعت عمل در دنیای کسب و کار؛

بنابراین شما نیز هم‌زمان با ایده پردازی، باید افراد مناسب برای تیم کاری خود را انتخاب نمایید.

برای موفقیت تیم‌های کاری چند توصیه مهم وجود دارد، که باید مورد توجه قرار دهید:

۱. اصولاً برای موفقیت یک تیم مهارت‌های افراد باید مکمل هم باشند. لازم نیست همه اعضای تیم توانایی انجام کارهای مشابه داشته باشند.
۲. باید رای‌گیری در تیم نهادینه شود و همه اعضای تیم باید در تمامی مسائل پیش آمده، اظهارنظر نمایند.
۳. حتماً باید وظایف بر اساس مهارت‌ها و توانمندی‌ها، بین اعضای تیم تقسیم شود.
۴. داشتن جلسات کوتاه، مستمر و اجرایی بین اعضای تیم برای هماهنگی و پیشبرد کار و رسیدن به هدف یک ضرورت است.

نکته مهم: توجه داشته باشید که احتمال موفقیت یک ایده معمولی با یک تیم قوی خیلی بیشتر از یک ایده فوق العاده با یک تیم معمولی است. همین موضوع اهمیت تیم سازی را چند برابر می‌کند.

گام دوم: انتخاب ایده کسب و کاری

همانطور که می‌دانید در کنار تیم سازی، مهم‌ترین و حیاتی‌ترین مسئله برای یک کارآفرین یافتن یک "ایده" مناسب برای راه‌اندازی کسب و کار خود می‌باشد. حال سوالی که پیش می‌آید این است که چگونه می‌توانیم "ایده" مناسب و مورد علاقه خود را پیدا کنیم؟

روش‌های مختلفی برای ایده‌یابی وجود دارد که در ادامه با آنها آشنا می‌شویم.

برای یافتن ایده کسب و کاری باید علاقه و دغدغه خود را بشناسید. ایده مورد نظر شما باید نیاز یا مسئله مهمی را از گروه مشتریان هدف برطرف کند و مهم‌تر از همه، برای انجام آن از مهارت کافی برخوردار هستید.

یک نکته مهم: برای تولید کالا یا عرضه خدمات در جامعه دو روش وجود دارد. راه اول این است که کالایی را تولید یا خدماتی را آماده عرضه به جامعه کنید و پس از آن به دنبال یافتن بازار برای محصول یا خدمات باشید. راه دوم این است که به وجود نیاز و کمبودی در بازار پی ببرید و سپس به دنبال تولید یا ارائه خدمات باشید. به روش اول رویکرد محصول محور و به روش دوم رویکرد بازارمحور گفته می‌شود. البته بدیهی است که کسب و کاری که بازارمحور باشد، موفقیت آمیز خواهد بود.

راه‌های یافتن ایده کسب و کار

اگر ایده خاصی برای راه‌اندازی کسب و کار ندارید می‌توانید ایده خود را از روش‌های زیر پیدا کنید:

۱. می‌توانید محصولات یا خدماتی را در سفر به شهرها و محله‌های دیگر دیده‌اید، به دقت بررسی کنید و امکان راه‌اندازی چنین کسب و کارهایی را در منطقه خود نیز بیازمایید.
۲. از تبلیغات موجود در رسانه‌ها (رادیو، تلویزیون، روزنامه، مجله و اینترنت) نیز می‌توانید ایده لازم برای راه‌اندازی کسب و کار خود را پیدا کنید.
۳. از محصولات و خدمات جدیدی که در نمایشگاه‌های مختلف عرضه می‌شوند، ایده بگیرید.
۴. اگر به اینترنت دسترسی دارید، می‌توانید هر زمان که بخواهید به آن رجوع کنید و از محصولات و خدماتی که در سرتاسر دنیا تولید و عرضه می‌شود اطلاع یابید و امکان راه‌اندازی چنین کسب و کارهایی را در منطقه خود بررسی کنید.
۵. داشتن تجربه شغلی در یک کسب و کار نیز می‌تواند منجر به یافتن ایده برای راه‌اندازی کسب و کار جدید باشد.

۶. از اخبار (به ویژه اخبار اقتصادی) منتشر شده در رسانه‌های جمعی مثل رادیو، تلویزیون، روزنامه‌ها و مجلات نیز غافل نشوید. خیلی از تغییرات در سیاست‌ها و خط‌مشی‌های دولت و قوانین کسب و کار می‌توانند منشأ ایده‌هایی برای پیدایش کسب و کارهای جدید شوند.

اگر نتوانستید ایده خود را بیابید، خودتان ایده بسازید:

همان‌گونه که اشاره شد، منابع متعددی برای یافتن ایده کسب و کار وجود دارد. با وجود این، شما خودتان نیز می‌توانید با استفاده از روش‌های زیر ایده کسب و کار خود را پیدا نمایید:

۱. از علایق و سرگرمی‌هایتان شروع کنید: کارهای زیادی وجود دارند که شما از انجام دادن آنها لذت می‌برید. اگر به چیزهایی علاقه‌مندید، از این علاقه‌مندی در راه کسب و کارتان استفاده نمایید. احساس لذت و علاقه شما با کار کردن در آن زمینه بیشتر خواهد شد و تداوم خواهد یافت.
۲. مهارت‌های خود را لیست کنید: فراموش نکنید یکی از منابع مهم برای پیدا کردن ایده کسب و کاری مهارت‌های شما در حوزه‌های مختلف می‌باشد. از جمله مهارت ساخت محصولات هنری مختلف، مهارت نویسندگی، آشپزی، فن بیان، و ...
۳. چیزهای مورد نیاز و خواستنی‌های خود را فهرست کنید. اکنون چه چیزی در بازار وجود ندارد که شما دوست دارید موجود باشد؟ نوعی لباس با مدل خاص که شما هیچ‌جا آن را پیدا نمی‌کنید، یا وسیله سرگرمی مناسب و مورد علاقه دانش‌آموزان در زنگ‌های تفریح؟
- به عنوان مثال در حال حاضر پیدا کردن مانتوهای محجبه و شیک برای خانم‌های مذهبی کاری بسیار دشوار و وقت‌گیر و هزینه‌بر است که هم شاخص‌های پوشش اسلامی را رعایت نماید و هم تا حدودی با مدل‌های روز انطباق داشته باشد.
۴. به موانع و محدودیت‌هایی که در اطراف‌تان بر سر راه عرضه کالا یا ارائه خدمت وجود دارد، توجه کنید. آیا می‌توانید این محدودیت‌ها را از بین ببرید؟
- به عنوان مثال، ممکن است فروشگاه محله شما جمعه‌ها تعطیل باشد، در حالی که شما تشخیص می‌دهید مردم در روزهای تعطیل بیشتر به خرید تمایل دارند.
۵. به راه‌های مختلف و تازه استفاده از محصولات موجود فکر کنید. فکر کنید که از کالاها و محصولات موجود چه استفاده‌های دیگری نیز می‌توان کرد؟

به عنوان مثال در حال حاضر با پیشرفت تکنولوژی و اینترنت و همچنین اپلیکیشن‌هایی در حوزه فیلم و سریال، می‌توان از لپ‌تاپ به عنوان تلویزیون هم استفاده نمود.

۶. به علایق اجتماعی در حال تغییر گروه‌های مختلف مردم از نزدیک توجه کنید. آیا محصول یا خدماتی وجود دارد که از طریق آن می‌توان به علایق گروه‌های مختلف مردم پاسخ داد؟ آیا می‌دانید که سرگرمی‌ها و تفریحات دانش‌آموزان دبیرستان چیست؟ شما چگونه می‌توانید از این سرگرمی‌ها و علایق در راه کسب و کارتان استفاده کنید؟

به عنوان مثال با افزایش تمایل افراد جامعه به حفاظت از محیط زیست، میزان تقاضا برای استفاده از ظروف یکبار مصرف پلاستیکی کاهش یافت، به همین دلیل ظروف یکبار مصرف تجدیدپذیر گیاهی تولید و عرضه شد.

۷. به تغییرات و پیشرفت‌های تکنولوژیکی دقت کنید و ببینید چگونه بر محصولات یا خدمات فعلی تأثیر می‌گذارند. تصور کنید چگونه تکنولوژی جدید باعث به وجود آمدن محصول یا خدمات جدید می‌شود؟ یا اینکه تکنولوژی جدید چگونه در دسترسی مردم به محصولات و خدمات مورد نیازشان تأثیر می‌گذارد؟ به عنوان مثال، امروزه توسعه اینترنت باعث شده است که فروشگاه‌های اینترنتی به وجود آید. در نتیجه مردم در سراسر دنیا می‌توانند محصولات و خدمات مورد نیاز خود را هر زمان که بخواهند، خریداری نمایند.

۸. به کسب و کارهایی که اکنون وجود دارند به دقت بنگرید. از خود بپرسید چگونه می‌توان چنین کسب و کارهایی را تغییر داد و اصلاح کرد؟

به عنوان مثال، اگر لباس خود را برای شست‌وشو به خشک‌شویی داده باشید احتمالاً بعد از یکی دو روز آن را تحویل گرفته‌اید. آیا شما می‌توانید طوری سازماندهی کنید که به جای یکی دو روز، در عرض یکی دو ساعت خدمات مورد نیاز مشتری را تدارک ببینید؟

۹. به مشخصات کالاها و خدماتی که هم‌اکنون در اطرافتان وجود دارند، توجه کنید. به نظر شما چگونه می‌توان مشخصات و خدمات دیگری به این محصولات اضافه کرد؟

به عنوان مثال به عینک‌های طبی توجه کنید. قبلاً فقط برای تقویت دید چشم‌های ضعیف استفاده می‌شد، در حالی که الان با اضافه شدن ویژگی آنتی‌رفلکس به شیشه‌های آن، علاوه بر تقویت قدرت دید افراد، از رسیدن اشعه‌های مضر آفتاب و لپ‌تاپ و هر وسیله دیگری به چشم جلوگیری می‌کند بدون اینکه تغییر قابل توجهی در ظاهر آن به وجود آمده باشد.



نکته مهم: علاوه بر منابع ایده‌یابی که ذکر شد، تکنیک‌های مختلفی نیز برای ایده‌پردازی وجود دارد که می‌توانید با استفاده از آنها ایده کسب و کاری خود را بیابید از جمله تکنیک اسکمپر، تکنیک تریز، تکنیک استخوان ماهی،

و ...

گام سوم: ارزیابی ایده – چک لیست

در گام بعدی از بین ایده‌هایی که به ذهنتان می‌رسد، باید فقط یک ایده را برای اجرایی کردن، انتخاب نمایید. چرا که فقط برخی ایده‌ها با ارزش‌اند و توانایی حل مشکل و رفع نیاز را دارند، اما برخی دیگر فاقد این شایستگی هستند. بنابراین ضروری است ایده‌ها با توجه به نیاز یا مشکل مشتریان مورد ارزیابی قرار گیرند تا ایده ارزشمند، شناسایی و انتخاب شود. بهترین ایده آن است که نیاز مشتری را شناسایی و برآورده کند و تمایل خرید را در مشتری افزایش دهد. معیار سنجش ایده، با توجه به دو عامل خوب بودن و عملی شدن است، که در ادامه مورد اشاره قرار گرفته است:

ایده زمانی خوب ارزیابی می‌شود که:

۱. مشتری برای آن وجود داشته باشد.
۲. مشتریان موجود، علاقه‌مند، دارای توان مالی خرید و در دسترس باشند (بازار هدف).
۳. نسبت به محصولات مشابه، برتری و رقابت پذیری داشته باشد.
۴. ارزش ویژه‌ای برای مشتری ارائه دهد و بتواند در وی اشتیاق خرید ایجاد کند.
۵. دلایل متعددی برای خریدن محصول از جانب مشتریان وجود داشته باشد.

ایده زمانی عملی ارزیابی می‌شود که:

۱. سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای شروع کسب و کار خیلی زیاد نباشد.
۲. هزینه‌های تولید بالا نباشد.
۳. با امکانات موجود بتوان آن را اجرا کرد و نیاز به فناوری پیشرفته نداشته باشد.

نکته مهم: بهترین ایده کسب و کاری ایده‌ای است که نیاز به امکانات کم و هزینه تولید پایینی داشته باشد و بتوان آن را با قیمت بالایی در بازار به فروش رساند.

گام چهارم: ارزیابی ایده - بررسی نمونه‌های مشابه

بدون توجه به اینکه شما قصد تولید محصول یا ارائه خدمت دارید، یکی از کارهای مهمی که در ابتدای راه باید انجام دهید، بررسی نمونه‌های مشابه داخلی و خارجی در حوزه ایده کسب و کاری خود می‌باشد. هدف از این بررسی، اطلاع از نقاط قوت و ضعف طرح خود و نمونه‌های دیگر می‌باشد.

در این گام، مهم‌ترین مهارت برای شما، مهارت جستجوی دقیق در اینترنت می‌باشد تا بتوانید همه موارد لازم را بررسی کرده و اطلاعات مناسبی در زمینه ایده و طرح خود به دست آورید.

ما فرض می‌کنیم طرح شما هیچ نمونه مشابهی ندارد و منحصر بفرد است، با این حال، باز هم می‌توان وجوه مشترکی بین طرح‌های کسب و کاری پیدا کرد و آنها را با هم مقایسه نمود. این کار به شما کمک می‌کند تا با طرح‌های موجود دیگر و نقاط قوت و ضعف آنها آشنا شوید و سعی نمایید در طراحی ایده خود نقاط ضعف آنها را برطرف نموده و از نقاط قوت آنها نیز بهره گیرید.

پیشنهاد می‌شود بعد از بررسی نمونه‌های مشابه داخلی و خارجی ایده کسب و کاری، نتایج خود را در قالب جدول زیر ارائه نمایید.

ابعاد بررسی	نمونه مشابه اول	نمونه مشابه دوم	نمونه مشابه سوم
محصولات را از نظر کیفیت مواد اولیه و عملکرد مقایسه کنید.			
محصولات را از نظر زیبایی ظاهری مقایسه کنید.			
قیمت‌ها را مقایسه کنید.			
مزیت‌های افزوده را باهم مقایسه کنید.			

نکته مهم: هر چقدر نمونه‌های بیشتری را با دقت و جزئیات زیاد بررسی نمایید، ذهن شما توانایی بیشتری برای طراحی یک کسب و کار (محصول محور یا خدمت محور) با ویژگی‌های منحصر بفرد خواهد داشت.

گام پنجم: ارزیابی ایده – تهیه نمونه اولیه (MVP)

اگر قصد تولید محصول دارید، قبل از تصمیم نهایی و تولید انبوه، حداقل یک نمونه از محصول مورد نظر خود را با ویژگی‌های حداقلی طراحی و تولید نموده و آن را به مشتریان احتمالی خود ارائه دهید.

اگر هم قصد راه‌اندازی وبسایت دارید، حتماً شمای کلی (مدل مفهومی) وبسایت خود را به صورت دستی یا با استفاده از نرم‌افزارهای موجود طراحی کرده و با مشتریان احتمالی خود درباره آن صحبت نمایید.

هدف از تهیه نمونه این است که شما بتوانید:

- نوع و مقدار مواد اولیه مورد نیاز خود را تعیین کنید؛
- با فرآیند تولید محصول یا خدمت خود آشنا شوید؛
- هزینه تولید را برآورد کنید؛
- قیمت فروش را برآورد کنید؛
- تعداد تولید و میزان فروش را تعیین کنید؛
- ایرادات و مشکلات احتمالی را بشناسید؛
- نظرات مشتریان احتمالی را دریافت کنید و در صورت امکان تغییرات مطلوبی در محصول / خدمت خود ایجاد نمایید؛

و ...

گام ششم: ایجاد ارزش و مزیت رقابتی

حال که نمونه‌های مشابه ایده کسب و کاری خود را با دقت بررسی نمودید و یک نمونه اولیه تهیه کردید، زمان آن رسیده است که بجز محصول و خدمتی که ارائه می‌دهید، مزیت رقابتی و ارزش پیشنهادی ارزشمندی برای مشتریان خود در نظر بگیرید. در ادامه به برخی از این مزیت‌ها اشاره می‌شود:

۱. جدید بودن محصول یا خدمت شما
۲. قیمت مناسب آن
۳. کیفیت و عملکرد خوبش
۴. طراحی منحصر فردش
۵. سهولت و راحتی
۶. کاهش ریسک (ایجاد اطمینان خاطر)
۷. کاهش هزینه (در زمینه‌های دیگر)
۸. انجام کامل کار
۹. سفارشی سازی
۱۰. دسترسی بهتر و بیشتر
۱۱. برند
۱۲. ...

نکته مهم: موقع بررسی نمونه‌های مشابه، و تهیه نمونه اولیه باید به این موضوع توجه داشته باشید که چگونه می‌توانید مزیت ویژه برای مشتریان خود ایجاد کنید که محصولات/ خدمات شما را به جای محصولات مشابه انتخاب نمایند.

در کسب و کارهای دانش آموزی می‌توان ارزش‌هایی مثل قیمت مناسب، طراحی منحصر بفرد و جذاب و سفارشی سازی را برای مشتریان پیاده نمود.

اگر بعد از این بررسی‌ها متوجه شدید که هیچ کدام از این ارزش‌ها را نمی‌توانید برای مشتری در نظر بگیرید، قطعاً باید ایده خود را تغییر دهید.

گام هفتم: تولید محصول / ارائه خدمت و مقدمات لازم

اگر ایده کسب و کاری شما تمام مراحل قبلی را به خوبی پشت سر گذاشت و در نهایت تصمیم به راه اندازی ایده کسب و کاری خود گرفتید، برای تولید انبوه محصول / ارائه خدمت خود باید کارهای زیر را انجام دهید:

محاسبه هزینه های تولید محصول / ارائه خدمت

هزینه های ثابت: شامل همه هزینه هایی است که فارغ از میزان تولید، برای راه اندازی کسب و کار ضروری است از جمله هزینه اجاره یا خرید کارگاه، هزینه خرید تجهیزات و لوازم تولید، هزینه آموزش اولیه و ...

* هزینه های ثابت اغلب در کسب و کارهای دانش آموزی وجود ندارد.

هزینه های متغیر: شامل همه هزینه هایی است که بر اساس میزان تولید شما تغییر می کند مثل هزینه مواد اولیه، هزینه تبلیغ، هزینه دستمزد، هزینه انرژی، تلفن و اینترنت و ...

نکته مهم: از همان ابتدا همه هزینه هایی را که برای تولید محصول / ارائه خدمت انجام می دهید، در جدولی مانند جدول زیر، ثبت و نگهداری کنید تا برای محاسبه هزینه تولید یک واحد محصول از اسناد پرداختی خود استفاده نمایید.

ردیف	مواد اولیه خریداری شده	تعداد (متر، عدد، کیلو و ...)	قیمت یک واحد	قیمت کل
جمع هزینه ها				

تعیین قیمت فروش محصولات / خدمات

در این بخش ابتدا روش قیمت گذاری محصول خود را مشخص نموده و بر همین اساس قیمت فروش خود را مشخص نمایید. به صورت کلی دو روش برای قیمت گذاری وجود دارد که در جدول زیر مورد اشاره قرار گرفته اند.

روش های قیمت گذاری	نحوه محاسبه
قیمت گذاری بر مبنای رقبا	قیمت رقیب، قیمت عمده فروشی
قیمت گذاری بر مبنای هزینه	قیمت تمام شده برای هر واحد محصول + سود

نکته مهم: بهترین روش تعیین قیمت فروش در عمل، تلفیق دو روش فوق است، یعنی قیمت فروش براساس هزینه‌های تولید تعیین شود و بر اساس قیمت رقبا در بازار تعدیل شود.

نکات مهم:

۱. هزینه مواد اولیه باقی مانده را از جمع هزینه‌ها کم کنید.
۲. اگر از مواد اولیه موجود در منزل استفاده میکنید، حتما جزو هزینه‌ها حسابش کنید.
۳. هزینه بسته‌بندی را هم اضافه کنید.
۴. اگر چند مدل محصول دارید، برای همه محصولات خود به صورت جداگانه، قیمت فروش را تعیین نمایید.

تخمین تعداد تولید محصول / خدمت

یکی از مهم‌ترین کارهایی که حتما قبل از تولید انبوه باید انجام شود، تخمین تعداد تولید است. معیارهای متعددی می‌تواند روی این تخمین اثر بگذارند که از جمله آنها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. جذابیت محصول / خدمت برای مشتری؛
۲. سختی فرآیند تولید محصول / ارائه خدمت؛
۳. هزینه‌های تولید محصول / ارائه خدمت؛
۴. قیمت فروش محصول / خدمت؛
۵. میزان دسترسی شما به مشتریان؛
۶. روش‌های تبلیغ شما؛
۷. و ...

تأمین سرمایه مورد نیاز

تأمین مالی، جمع آوری سرمایه لازم برای راه اندازی یا اداره کسب و کار است. از جمله روش‌های تأمین مالی می‌توان به حساب شخصی، کمک خانواده، کمک اقوام و دوستان، دریافت وام از بانک و جذب سرمایه گذار اشاره کرد.



شما قصد دارید برای راه اندازی کسب و کارتان، منابع مالی مورد نیاز خود را (هر چند خیلی کم باشد) از کجا تأمین نمایید؟

ردیف	روش تامین منابع	مبلغ مورد نظر	توضیحات
۱			
۲			
۳			

نکته مهم: اگر قصد دارید به صورت تیمی، کسب و کاری راه اندازی نمایید، میزان آورده هر یک از اعضا و میزان سهم هر یک در سود را به صورت مکتوب تعیین نمایید.

گام هشتم: انتخاب اسم برای کسب و کار

یک کسب و کار موفق قطعا یک اسم مناسب و زیبا دارد که ویژگی‌های یک اسم خوب به شرح زیر است:

۱. طولانی نباشد (ترجیحا کمتر از ۱۳ حرف)؛
۲. راحت نوشته و تلفظ شود؛
۳. تلفظ و نوشتن آن یکسان باشد؛
۴. به مکان خاصی محدود نباشد (مخصوصا اسم سایت)؛
۵. به محصول خاصی محدود نباشد مثلا موبایل، تلویزیون؛
۶. از خط تیره و عدد استفاده نکنید؛
۷. مخفف نباشد؛
۸. راحت به ذهن سپرده شود؛
۹. در ذهن تداعی معنا کند؛
۱۰. به زمینه فعالیت شما اشاره کند؛
۱۱. از اسم سایر رقبا متمایز باشد؛
۱۲. ذهن را درگیر کند؛
۱۳. آهنگ بیان داشته باشد مثل اشی مشی، دیجی کالا؛
۱۴. توالی و ترتیب کلمات در ذهن راحت بماند؛
۱۵. از رنگ خاص استفاده کنید؛

نکته مهم: پیشنهاد می‌شود برای انتخاب اسم کسب و کار خود ۲۰۰ کلمه مرتبط با حوزه فعالیت خود را بنویسید و سپس براساس الگوهای مختلف (فارسی + فارسی = مثل سایت جاباما، انگلیسی + انگلیسی = مثل اسنپ فود، فارسی + انگلیسی = مثل تخفیفان، انگلیسی + فارسی = مثل دیجی کالا)، اسامی را با هم ترکیب نمایید تا در نهایت به اسم مناسب و موردپسند خود برسید.

گام نهم: فروش موفق

بعد از طی کردن گام‌های بالا، نوبت به مرحله فروش واقعی در بازارچه مدرسه می‌رسد که احتمالاً اولین تجربه فروش خیلی از شماست. در اینجا چند نکته کلی برای افزایش فروش شما بیان شده است:

۱. با توجه ماهیت محصول خود، برای آن خود بسته بندی مناسب در نظر بگیرید.
۲. برای افزایش فروش خود، طرح تخفیف در نظر بگیرید. طرح تخفیف نباید دائمی باشد، ولی باید در مشتری ایجاد انگیزه نموده و همچنان همه هزینه‌های تولید را پوشش دهد.
۳. ترجیحاً تمامی محصولات برچسب قیمت داشته باشند.
۴. به مزیت اصلی و تمایز محصول خود با محصولات موجود در بازار اشاره کنید از جمله طراحی خیلی ویژه، مواد اولیه متفاوت، و ...
۵. اگر قیمت محصولات شما به نسبت قیمت بازار مناسبتر است، حتماً قیمت‌ها را برای مشتری مقایسه کنید.
۶. به مشتریان خود احترام بگذارید. حتی کسانی که از شما خرید نمی‌کنند.
۷. با اعتماد به نفس متعادل با مشتریان خود ارتباط برقرار کنید.
۸. در مورد محصول خود به مشتری اطمینان دهید، همه سوال‌ها را از قبل بررسی نمایید.
۹. از خواسته‌ها و نیازهای مشتری سوال کنید.
۱۰. به مشتری پیشنهادهای مختلف ارائه کنید.
۱۱. مقداری پول خرد به همراه خود داشته باشید که بتوانید مابقی مبلغ خرید مشتری را به او برگردانید.
۱۲. اگر محصول شما نیازی از مشتری را برآورده نمی‌کند، سعی در فروش محصول به او نداشته باشید.
۱۳. غرفه فروش خود را به بهترین نحو ممکن بچینید. زیبایی و نظم دو اصل مهم است.
۱۴. همه اعضای تیم باید به اطلاعات فنی و جزئی محصول و نحوه تولید آن مسلط باشند.
۱۵. وظایف را بین اعضای تیم تقسیم کنید و این موضوع را در عمل نشان دهید.
۱۶. در بازارچه با اعضای تیم هماهنگ بوده و بر اوضاع مسلط باشید.

گام دهم: ارزیابی فروش از طریق محاسبه سود و زیان

سود یک نوع فایده مالی است و وقتی اتفاق می‌افتد که درآمدهای کسب و کار از مجموع هزینه‌هایی که برای کسب آن درآمدها متحمل شده است، بیشتر شود. در واقع سود (زیان) از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$\text{سود (زیان)} = \text{درآمدهای حاصل از فروش} - \text{کل هزینه‌ها}$$

سود پیش‌بینی شده	
کل درآمد فروش	
کل هزینه‌ها	
سود (زیان)	

نکته مهم: هر کسب و کاری در فواصل زمانی مشخصی باید سود و زیان معاملات خود را محاسبه نماید. شما نیز بعد از برگزاری بازارچه کسب و کار میزان سود خود را محاسبه نموده (یعنی از کل مبلغ فروش خود، کل هزینه‌هایی که صورت گرفته را کسر کنید) و طبق توافق قبلی، آن را بین اعضای تیم تقسیم نموده و یا اینکه برای توسعه کسب و کار خود هزینه کنید.

به امید موفقیت‌های روزافزون

قربانی