

# خبرنامه

## مشاور

### علل شکست کسب و کارها

بیش از ۵۰٪ کسب و کارها قبل از رسیدن به ۵ سالگی شکست می‌خورند. شما سعی کنید جزو شرکت‌هایی باشید که جشن تولیدشش سالگی شرکت‌تان را جشن می‌گیرید.

شهریور  
۱۳۹۹

### پیام مدیر

آیا آماده شروع یک کسب و کار هستید؟ هرچند که راه‌اندازی یک کسب و کار بسیار لذت‌بخش است ولی با این حال می‌تواند شما را در معرض خطرات بزرگ نیز قرار دهد. ساعات کار طولانی و کارکردن سخت و چالش‌های مکرر از ویژگی‌های راه‌اندازی یک کسب و کار است که شما باید خودتان را برای این وضعیت آماده بکنید. نکته مهم دیگر این است راه‌اندازی کسب و کار باید سبب تحقق اهداف شخصی شما نیز باشد که در غیر اینصورت احتمال تداوم آن کمتر است.

حتما مهارت‌ها و دانش و تجربه خود را در راه‌اندازی کسب و کار باید در نظر بگیرید. البته طبیعی است که شما به تنهایی مهارت‌های لازم برای اجرای برنامه‌تان دارا نباشید بنابراین اعضای تیم کاری را که به یاری آن‌ها قرار است کسب و کارتان را راه‌اندازی کنید، باید با دقت انتخاب نمائید صلاحیت

افراد گروه باید دقیقا با اهداف تجاری شما مطابقت داشته باشد.

فراموش نکنید که خود شما و اعضای تیم کاری‌تان حتما به آموزش نیاز دارید. می‌توانید در حین کار و فعالیت، همزمان دانش و آگاهی خود را در زمینه‌هایی که احتیاج دارید، افزایش دهید. نباید فراموش کرد که شروع و راه‌اندازی یک کسب و کار و فعالیت تجاری مزایای زیادی دارد از جمله شما می‌توانید رئیس خود باشید، به آرزوهای خود برسید و از انعطاف‌پذیری

بیشتری برخوردار شوید. با این حال، باید در نظر داشت بهره‌مندی از این مزایا شامل کار سخت، تحمل مشکلات و گاهی با ناامیدی همراه است. پس اگر در خود شایستگی‌های لازم را احساس می‌کنید باید حتما واقعیاتی که در این مسیر وجود دارد را نیز فراموش ننمائید.



دکتر کامل حسین زاده  
مدیر عامل



# Feasibility Study

## Small Business

## چرا طرح تجاری کسب و کارمان را دوباره بنویسیم؟

به اولین سؤالی که باید در طرح تجاری به آن پاسخ داد این است که مشتری شما کیست؟، آیا نیاز اور را تشخیص داده ای، آیا نیاز آتی وی را می توانی حدس بزنی؟ و سؤالاتی از این قبیل



نیازهای آنان را برطرف کنید. پس ایجاد ارتباط موثر با مشتریان و مدیریت آن می تواند در وفاداری مشتریان بسیار موثر واقع شود. امروزه نرم افزارهای زیادی در این ارتباط وجود دارد و بنده توصیه می کنم سازمان ها حتما از آن ها استفاده نمایند. این گونه نرم افزارها به نرم افزارهای مدیری ارتباط با مشتری (Customer Relationship Management) می باشند.

کارشناسان شرکت سامانه کیفیت تدبیر آماده همه گونه همکاری در طراحی و استقرار سیستم مدیریت ارتباط با مشتریان هستند.



ولی یک راه ۱۰۰٪ مطمئن وجود دارد که از طریق آن می توانید اطلاعات لازم را راجع به مشتریان تان بدست آورید: از خودشان بپرسید. اگر شما زمان این کار را ندارید، پس وظیفه و رسالت تان برای سازمان تان چه می تواند باشد؟ بقول یکی از مدیران موفق، اگر شما ۹۰٪ وقت خود را به مشتریان و امور مربوط به آنان اختصاص ندهید، شما اساسا کار نمی کنید! صادقانه بگویم، من بهترین راه شناسایی نیازهای مشتریان را نمی دانم ولی می توانم توصیه کنم مهارت گوش دادن و شنیدن را در خودتان تقویت کنید و به حرفهای مشتریان تان خوب گوش بدهید. با این روش، همواره با یک جمع بندی نهایی نتایج حاصله، متوجه خواهید شد که کالا و یا خدمات شما قادر به رفع نیازهای بیان شده و یا تلویحی آنان می باشد یا خیر! باید دقت کرد که زمانی در بازار دوام خواهید آورد که

اگر شما هنوز جواب این سؤالات را نمی دانید، این خبر خوبی نیست. هم برای شما و هم برای تیم کاری شما. درک نیازهای مشتریان اساس و پایه یک فروش اثربخش و کارآمد هست. وقتی کالا یا خدمتی را می فروشید بخاطر داشته باشید مشتری در حقیقت کالا یا خدمت نمی خرد بلکه نفعی که از آن حاصل می شود، می خرد و تمایل دارد در قبال ارزشی که بدست می آورد، هزینه پرداخت کند. مشتری شما کیست؟ ابتدا باید بازار هدف خود، مدل کسب و کارتتان و یک دورنمایی از مشتریان تان را معین کنید. اگر اطلاعات کافی در این مورد ندارید، می توانید از منابع موثق اطلاعات لازم را کسب کنید. البته کارشناسان شرکت سامانه کیفیت تدبیر همواره در خدمت شما خواهند بود.

### براستی آیا می دانید:

مشتریان شما کیست؟  
کالا یا خدمات شما به چه طریقی نیازهای مشتری تان را برطرف می کند؟  
کالا یا خدمات شما چه فایده ای برای مشتری تان دارد؟  
باید با چه مشوق هایی مشتریان تان را ترغیب کنید تا سراغ شما را بگیرد؟  
چه چیزهایی مشتری تان را راضی و چه چیزهایی باعث ناراحتی آنان می شود؟

چگونه به مشتری تان دسترسی پیدا کنید؟  
چه کسی تصمیم گیرنده نهایی در خرید از شماست؟  
چه کسی از سازمان مشتریان، طرفدار کار با شماست؟

**کسانی که یک کسب و کار خطرپذیر و جدید را اداره می کنند، توصیه می شود زمانی را هم بیرون از کسب و کارشان اختصاص دهند. صرف کارکنان فروش، بازارریا، مشتریان بمنظور گفتگو و شنیدن نظرات و احيانا شکایات آنان از محصول و نوع خدماتی که ارائه می شود.**  
**کسب و کار جدید باید سازو کاری تعبیه نماید تا یادش بماند که "کالا" یا "خدمت" را مشتری تعریف می کند نه سازنده. بادی چیزی که عرضه میشود برای مشتری ارزش آفرینی نماید.**

## تمایز شما و محصولاتان چیست؟

اگر به تقلید از رقیب بزرگتر از خود پردازید و همواره دنباله رو باشید، هیچگاه نمی‌توانید وجوه تمایزتان نسبت به رقیب بزرگتر را در اذهان مشتریان پابرجا سازید.

اگر یک فرآورده متمایز ساخته‌اید، دنیار به صورت خودکار سراغ شما نخواهند آمد. تمایز خود را به اطلاع دیگران برسانید. ولی در اطلاع رسانی در تمایز خود، به افراط کشیده نشوید.

## تمایز یا نابودی

در عصر انفجار تنوع کالاها و خدمات به سر می‌بریم. همه روزه زیر بمباران پیام‌های تبلیغاتی برای محصولات و خدمات متعدد هستیم. نتیجه یک پژوهش نشان می‌دهد که یک مصرف‌کننده معمولی روزانه حدود ۳۰۰۰ پیام بازرگانی دریافت می‌کند. انتخاب از میان گستردگی تنوع تصمیم‌گیری در میان حجم وسیع تبلیغات، رقابتی بسیار فشرده را به سازمان دیکته می‌کند. در بازار امروز، نه تنها شاهد رقابتی فشرده‌تر هستیم، بلکه رقابت‌ها سخت‌تر و زیرکانه‌تر شده‌اند. ماندن و موفقیت در این بازار، زیرکی و هوشمندی رهبران و مدیران را می‌طلبد.

مدیران هوشمند هر روز صبح با این سؤال و دغدغه فکری کار خود را آغاز می‌کنند که: چرا مشتری باید از میان این همه گزینه، کالا یا خدمات سازمان ما را خریداری کند؟

در چنین شرایطی بهترین استراتژی، تمرکز بر نقاط قوت است. رهبران و مدیران هوشیار می‌دانند که رمز پیروزی در چنین بازاری تمرکز بر تمایزهاست و لذا به شدت از افتادن در دام "همه چیز برای همگان" پرهیز می‌کنند و تلاش

دارند تا وجوه تمایز خود را حفظ کرده و هر روز پررنگ‌تر سازند.

متخصصین به رهبران و مدیران سازمان‌ها هشدار می‌دهند که:

"موتور بازارهای رقابتی، حق انتخاب

است. گزینه‌های مناسب متعددی برای

مشتریان آماده شده و اگر مرتکب اشتباه

شوید، برایتان گران تمام خواهد شد. رقبا

کسب و کارتان را از چنگالتان بیرون می

آورند و باز پس‌گیری آن خیلی آسان

نیست. شرکت‌هایی که این واقعیت را

درک نکنند از بین می‌روند."

به رهبران و مدیران سازمان‌هایی که کمر

همت بسته‌اند تا سازمانشان را به اوج

برسانند، پیشنهاد می‌شود تمایز و یا

نابودی را آویزه گوششان قرار داده و

هیچوقت از آن غافل نشوند.

کارشناسان شرکت سامانه کیفیت تدبیر

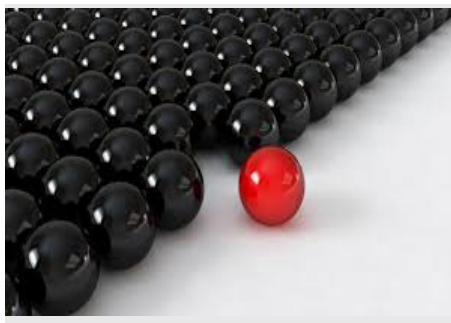
برای ایجاد تمایز در سازمان‌تان، همواره در

کنار شما هستند. منتظر تماس شما

هستیم.

**شما می‌توانید در هر کجا متمایز باشید، اما نمی‌توانید همه جا با یک ایده واحد متمایز شوید.**

**اولین بودن، یک ایده متمایز کننده است.**



### خط مشی

شرکت سامانه کیفیت تدبیر:

دستیابی به رضایت مشتریان،

کارفرمایان و کلیه طرف‌های ذینفع، از

طریق:

هر آنچه که گفتیم، آن را به موقع

انجام می‌دهیم

هر آنچه که می‌گوییم پای آن می‌

ایستیم چه آن را به یک یا چند نفر، و

چه به خودمان گفته‌باشیم

هر آنچه که می‌دانیم انجام می‌

دهیم و به موقع هم انجام می‌دهیم،

همانطوری انجام می‌دهیم که می‌

دانیم باید سر موقع انجام شود

هر آنچه که از ما انتظار می‌رود

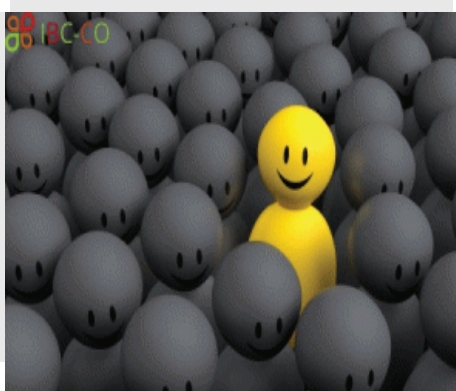
انجام بشود، انجام می‌دهیم (حتی اگر

صریحا به ما اعلام نشده باشد)، آن را

سر موقع انجام خواهیم داد، مگر اینکه

صریحا با انجام آن مخالفت کرده باشیم

معیارهای اخلاقی مشتریان، جامعه و



\* متفاوت بودن به معنی مثل دیگران نبودن است.

\* ولی استثنایی بودن به معنی منحصر بفرد بودن است.

\* متمایز بودن نباید الزاما مربوط به فقط فرآورده باشد

\* اگر به تقلید از رقیب بزرگتر پردازید و همواره دنباله رو باشید،

هیچ گاه نمی‌توانید وجوه تمایزتان نسبت به رقیب بزرگتر را در

اذهان مشتریان پابرجا سازید.



ما مشاوران عملکرد هستیم که از سال ۱۳۸۱ تاکنون در قالب یک موسسه ۷ عضوی در زمینه بهبود عملکرد شرکتها فعالیت داریم. ما یک سری فرآیندهای بهبود عملکرد به وجود آورده ایم که سازمانهای بسیاری در صنایع مختلف توانسته اند با کمک گرفتن از آنها به تمام مواردی که در بالا یاد شد دست یابند.

ما همان جایی بوده ایم که شما اکنون هستید. همکاران ما جمعا بالغ بر ۱۰۰ سال تجربه در مدیریت ارشد و سلسله مراتبی همراه با پاسخگویی سود و زیان داریم. ما کاملا بر اهمیت راهکارهای کاربردی و منطبق بر نیازها، فرهنگ و اولویت های خاص هر سازمان پی برده ایم. ما به ایجاد رابطه شخصی بلند مدت در راستای موفقیت شما اعتقاد داریم. ما سوابق موثقی در دست داریم که چگونه مشتریان خود را در جهت افزایش سودآوری، بهبود بازدهی و کیفیت و همچنین گسترش شرکت یاری نموده ایم. آنها با کمک فرآیندهای ما یاد گرفتند که چگونه با هوشیاری بیشتر و حس همکاری بیشتر کار نموده و موقعیتهای مثبت و انگیزه آفرین رشد را در اختیار کارکنان خود قرار داده و به سهمی که آنها در قبال مشتریان دارند معنی بخشند.

### آیا شما سازمان متوسط یا نسبتا بزرگی هستید که عملکرد خوبی دارید اما برخی از مشکلات زیر در سازمان شما وجود دارند؟

فقدان جهت گیری معین برای پیشبرد سازمان  
تمایل به تفکر و عملکرد تاکتیکی به جای استراتژیک  
دشواری تبدیل اهداف سازمان به طرح های عملیاتی و اجرایی  
با ساختار جاری سازمان به اهداف مطلوب خود دست نمی یابید  
عدم وجود فرهنگ پاسخگویی و مسئولیت پذیری در قبال تحقق دستاوردهای مورد  
انتظار سازمان

نگران نباشید! راهکارهای ساده و در عین حال سازمان یافته ای وجود دارند که با کمک آنها میتوانید موفقیت سازمان خود را تضمین کنید

Very Happy to Business with you!!

تلفن: ۰۴۴ ۳۳۴۸۳۶۹۲  
فاکس: ۰۴۴ ۳۳۴۸۳۶۹۳  
موبایل: ۰۹۱۴۱۴۱۸۲۱۸  
info@tadbirqs.com

پلاک ۱۸، طبقه اول  
خیابان ذولفقارزاده، کوی اول  
ساحلی پل قویون، خیابان بدیعی  
ارومیه

www.tadbirqs.com