



## کارآفرین شو



اریک امانوئل اشمیت



جفری پرستون بیزوس موسس و مدیر شرکت آمازون می‌تواند مقام اول را در لیست ده کارآفرین برتر جهان به خود اختصاص دهد. بیزوس در سال ۱۹۶۴ در نیومکزیکو به دنیا آمد. تحصیلات دانشگاهی‌اش را در دانشگاه پرینستون در رشته علوم کامپیوتر به اتمام رساند. تا قبل از ایجاد شرکت آمازون در سال ۱۹۹۴ بیزوس کارمند ساده بانک بود. اما با تاسیس شرکت آمازون که در ابتدا با نام آمازون نیز نبود از کارمندی کناره‌گیری کرد. بیزوس پس از تاسیس شرکتش در مدت ۵ سال توانست به سرعت پیشرفت کند و در طول این مدت تعداد کارکنان خود را از ۱۰ نفر به ۸۰۰۰ نفر ارتقاء بخشد. جف بیزوس در مورد نحوه آغاز به کار شرکتش اذعان کرده که برنامه‌ریزی و روند کار شرکت اصلاً بی‌عیب و نقص نبوده و در ابتدا از یک اتاق ۴۰ متری شروع شده است. می‌کرد.

## ۱۰ راه برای جذب مشتری جدید (قسمت اول)

۱ – برای جذب مشتری جدید هیچ گاه از **مشتری قدیمی غافل نشوید**. اگر چه جذب مشتری جدید کاری جذاب است ولی اگر مشتری قدیمی چنین بیندارد که اهمیت خود را از دست داده است از شما دور خواهد شد.

۲ – پس از بروز هرگونه مساله (از نظر ارتباط با مشتری) هر چه سریع تر آن را حل کنید. هیچ سازمان، کالا و یا خدمتی نمی‌تواند برای همیشه کامل و بی نقص باشد. در ارتباط سازمان با مشتری امکان دارد، مساله یا شکایتی به وجود بیاید. ایجاد بخشی برای رسیدگی به شکایات می‌تواند نظر مثبت مشتریان را جلب نموده و موجب افزایش وفاداری آنها شود. معمولاً افراد آخرین اتفاق را بیشتر در ذهن خود نگه می‌دارند و اگر آخرین رویداد این باشد که سازمان برای حل مساله دریغ نکرده است، این اقدام می‌تواند موجب حفظ و تقویت ارتباط با مشتری شود. درکل می‌توان گفت که **مشتریان ناراضی بیش از مشتریان راضی، دوست و رفیق دارند**، بنابراین تمایل بیشتری دارند که درباره حرکت نامناسب یک فروشگاه یا نارضایتی خود از یک محصول و خدمات به دوستان، خانواده و همسایگان بگویند، ولی درباره خوبی سازمان یا فروشگاه سخن زیادی بر زبان نمی‌آورند.

۳ – **اغلب مشتری مرتکب اشتباه می‌شود**، امکان دارد مشتری انتظارات نامعقولی داشته باشد. این یک واقعیت است که سازمان بدون مشتری نمی‌تواند وجود داشته باشد اما کارکنان واحد فروش باید بتوانند به مشتری تفهیم کنند که اشتباه از جانب او بوده است، ولی باید در این کار ظرافت عمل وجود داشته باشد.

۴ – همیشه حالت بدون باخت به وجود بیاورید. **هیچ گاه نباید مشتری بازنده باشد**، اگر در یک معامله مشتری بازنده باشد، احتمال کمی وجود دارد که باز هم به دفتر شما مراجعه یا از همان خدمت یا محصول استفاده کند. در اینجا دو راه حل وجود دارد که هم مشتری و هم فروشنده می‌توانند برنده باشند:

الف) فروشنده برای حفظ مشتری و افزایش وفاداری او، در مواردی سود کم را تحمل کند، البته برای یک دوره کوتاه مدت

ب) تخفیف دادن برای افزایش وفاداری مشتریان، هرچند که در هر معامله سود فروش را اندکی کمتر می‌کند ولی با افزایش تعداد مشتری ها این کمبود جبران خواهد شد.

۵ – خود را به جای مشتری بگذارید تا احساسات او را درک کنید. همیشه ارزش آن را دارد که خود را به عنوان مشتری بدانید که به سازمان وارد می‌شود. **همیشه خود را به جای مشتری بگذارید** و آنگاه پرسید: آیا این سازمان از ورود من استقبال به عمل می‌آورد؟ هر قدر مشتری را بیشتر درک کنید توازن بین مشتری و محصول به صورتی در می‌آید که کفه ترازو به نفع مشتری سنگین تر خواهد شد.

۶ – مشتری خواستار لذت است نه تامین رضایت. فقط تامین رضایت مشتری موجب ایجاد وفاداری وی نسبت به سازمان نخواهد شد، بلکه **لذت بردن از محصول و خدمات موجب افزایش وفاداری خواهد شد**.

## با هم چند خط کتاب بخوانیم

اسکار و خانم صوتی

زندگی هدیه عجیبی است. اول آدم بیش از اندازه قدر این هدیه را می‌داند. خیال می‌کند زندگی جاوید نصیبش شده. بعد این هدیه دلش را می‌زند. خیال می‌کند خراب است. کوتاه است. هزار عیب رویش می‌گذارد به طوری که می‌شود گفت حاضر است دورش اندازد. ولی عاقبت می‌فهمد که زندگی هدیه نبوده. گنج بزرگی بوده که به آدم وام داده‌اند. آن وقت سعی می‌کند کاری کند که سزاوار آن باشد... آدم هر چه پیرتر می‌شود باید ذوق بیشتری برای شناختن قدر زندگی نشان دهد. آدم باید قریحه ظریفی پیدا کند. آدم باید هنرمند شود. در ده سالگی یا بیست سالگی، هر احمقی از زندگی لذت می‌برد. اما در صد سالگی، وقتی آدم دیگر رمق جنبیدن ندارد باید مغزش را به کار بیندازد تا از زندگی کیف کند.



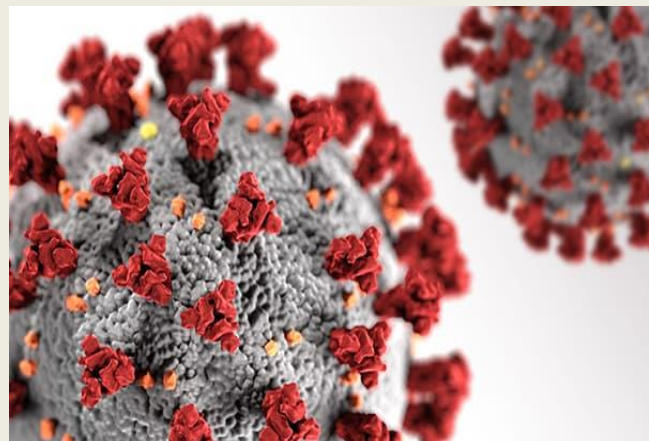
برندگان کسب و کار ها در مسیر مبارزه، پیکار و برخورد با انواع چالش‌ها از رویکردها، راهبردها، راهکارها، روش‌ها و رفتارهایی بهره‌مند شده‌اند که می‌توانند برای دیگران آموزنده و ارزنده باشد. چگونگی حرکت در مسیر #موفقیت و سعادت برای کسانی است که زندگی را فرایند «یادگیری»، به‌کارگیری و نتیجه‌گیری» می‌دانند و همواره آماده‌اند تا با یادگیری، آنچه باعث برنده شدن دیگران شده است و به‌کارگیری بعضی از آنها که مناسب و متناسب با شرایط و واقعیت‌هاست، به دستاوردها و نتایج بهتر، بیشتر و مطلوب‌تری دست یابند.



## کرونا و تحلیل رفتار مصرف کننده در دوران

## پس از بحران

Harvard Business Review - 2021



رفتار مصرف کنندگان بعد از بحران ها به این سه دسته تقسیم می‌شود:

## رفتارهای پایدار

رفتارهایی هستند که پس از دوران بحران، بدون هیچ تغییری به حالت سابق خود باز می‌گردند.

به‌عنوان مثال در ایالات متحده پس از یازده سپتامبر، مردم علاقه‌ای به اسکان در هتل‌ها نداشته و احساس ترس و وحشت می‌کردند. پس از گذشت مدتی این رفتار به حالت سابق خود بازگشت، تنها هتل‌ها و صنایع مرتبط باید راهی پیدا می‌کردند که در دوران بحران کسب‌وکارشان نابود نشود.

## رفتارهای تغییر یافته

این رفتارها پس از دوران بحران همچنان وجود دارد اما با یک تغییر اساسی روبه‌رو خواهند شد. پس از یازده سپتامبر مردم از سفرکردن با هواپیما واهمه داشتند. برای رفع این مشکل، ایرلاین‌ها سیستم‌های امنیتی خود را کاملاً ارتقا داده و دگرگون کردند. نتیجه این کارها، اعتماد دوباره مردم به سفرهای هوایی و سود بسیار چشم‌گیر صنایع امنیتی بود.

## رفتارهای از بین رفته

رفتارهایی هستند که پس از بحران کاملاً از بین خواهند رفت و یا به‌صورت کامل جایگزین خواهند شد. نقاط بازرسی فرودگاه‌ها پس از حادثه یازده سپتامبر دست‌خوش تغییر شد. تا پیش از آن امکان عبور از این نقاط همراه با نوشیدنی وجود داشت اما پس از حادثه، عبور همراه با نوشیدنی ممنوع شد. در نتیجه هیچ مسافری در آن مکان نوشیدنی نمی‌خرید و تمام کسب‌وکارهای مربوطه در آن محل با تغییر رفتار مردم، از بین رفتند.

## آنچه کارآفرینان برای کسب موفقیت در کسب و کار باید بیاموزند



## آیا رئیس و کارکنان باید باهم دوست باشند

(ترجمه شده از مجله فوربس) - اِ اسمیگرن

پاسخ به این سوال بستگی به تعریف ما از واژه «دوستی» دارد.

اینکه با رئیس و زیردستان خود رابطه دوستانه داشته باشید، عالی است .منظورم از دوستانه، رابطه‌ای صادقانه و صمیمانه بر اساس احترام و توجه متقابل است.. اما اگر می‌خواهید این رابطه را به خارج از محیط کار بکشانید، و روابط اجتماعی غیرکاری داشته باشید، ریاستان را به خانه دعوت کنید و با خانواده‌تان آشنا کنید، بخش اعظمی از زمان خود را با او بگذرانید و جزئیات شخصی زندگیتان را با او در میان بگذارید، باید بتوانید این رابطه را درست مدیریت کنید.

مدیریت درست این رابطه، یعنی تعیین حد و مرزهای محکم، تا این «دوستی» بر عملکرد هر دویتان تاثیر نگذارد و در مواقعی که از نظر میزان قدرت، در یک سطح نیستید، بتوانید حرفه‌ای رفتار کنید.

به عنوان کسی که سال‌ها مدیر یا معاون بوده و با مدیران و کارکنان زیادی همکاری داشته و گاهی با آنها دوست بوده‌ام، فکر می‌کنم این روابط می‌توانند جواب دهند، یعنی سازنده باشند و بر زندگی شخصی و شغلی طرفین تاثیر مثبت داشته باشند. اما رابطه دوستی ممکن است تاثیر کاملاً معکوسی داشته باشد. اگر به دنبال برقراری رابطه دوستی با ریاستان هستید، باید مراقب خطراتش باشید. وقتی میان طرفین از نظر سطح قدرت، تفاوت فاحش وجود دارد و یکی از آنها می‌تواند موقعیت شغلی دیگری را به شدت تحت تاثیر قرار دهد، امکان ندارد که در خارج از محیط کار، احساس برابری و حتی تفاهم کنند و اگر رابطه به هر دلیلی به مشکل بر بخورد، بهای سنگینی خواهند پرداخت.



## پیشرفت یک قرارداد است

ست گدین

ساده‌انگارانه است که تصور کنیم چند قدم آن طرف‌تر، مسائلمان محو خواهند شد.

البته آدم‌های بدبین، اطمینان دارند که فردا مسائل بدتری جای این مسائل محوشده را خواهند گرفت. حقیقت بسیار ساده است: هر چه می‌کنیم و هر چه تا به حال انجام داده‌ایم، توازن مجموعه ای از مسائل با مجموعه‌ای از مسائل دیگر است. مسائل همیشه وجود دارند. آنها فرصت‌هایی هستند تا ببینیم که چگونه می‌توانیم با بهره‌وری و سازندگی به پیش برویم. فرصت‌هایی که نه برای داشتنِ دنیایی کاملاً بدون مسئله، بلکه برای ایجاد وضعیتی با مسائل متفاوت‌اند. مسائلی که ارزش وقت‌گذشتن را داشته باشند.



## بحران چند وظیفه گی

مجله مشاور مدیریت

دیوید مایر، استاد روان‌شناسی دانشگاه میشیگان در مقاله‌ای که در نشریه HealthDay چاپ شده؛ درباره چندوظیفه‌گی می‌گوید: «چندوظیفه‌گی در بروز استرس بسیار تاثیرگذار و مهم است. ذهن می‌خواهد روی یک کار تمرکز کند ولی ناچار است به درخواست‌های متعددی پاسخ دهد؛ در نتیجه مغز مجبور می‌شود آدرنالین و هورمون‌های استرس‌زای بیشتری تولید کند.»

طبق تحقیقات دانشگاه، چندوظیفه‌گی دیجیتال مانع پاسخ دادن همزمان به ایمیل‌ها، گشت‌زنی در شبکه‌های اجتماعی، جواب دادن به تماس‌ها و خواندن مطالب روی اینترنت نه تنها باعث افزایش استرس می‌شود؛ در بروز افسردگی، فرسودگی و اضطراب‌های غیرمستقیم نیز نقش پررنگی دارد.

واحد کار آفرینی موسسه آموزش عالی شاندیز

با ما در تماس باشید

[shandiz.ac.ir](http://shandiz.ac.ir)

۰۵۱-۳۱۵۰۹-۳۰۹

۰۹۱۵۱۱۰۹۵۱۱