

۱۰۰ راه برای اینکه کار آفرین بهتری باشید

یاد بگیرید که چطور کارتان را موثرتر و با بهره‌وری بالاتر اداره کرده و ترقی دهید.
آیا تجدید قوای کاری نیازمند یاری هستید؟ در این جا لیستی از ۱۰۰ پند برتر برای بهبود کارتان فراهم آوردیم. برای حصول به موفقیت کاری حتماً به این فهرست توجه کنید.

کارتان را بسط دهید.

۱- در برابر جهان مسئول باشید. آیا مایلید شهرت شرکت شما جهانی شود؟ هنگامیکه به کرانه‌های بیگانه چشم دوخته‌اید، نه پند را به خاطر داشته باشید:

- ۱) برای سیر صادرات خود تحقیقات به عمل آورید و نقشه آن را ترسیم نمایید.
- ۲) مقصد دلخواه را بشناسد و به سو آن بروید
- ۳) این مرحله سرنوشت ساز را در پیش بگیرید و آن را دنبال کنید. با قدمهای محکم وارد شوید و پا برجا بمانید.
- ۴) مراقب نفس خود باشید و اجازه ندهید امید «جهانی شدن» باعث غرور شما و قضاوت‌های نابجا شود.
- ۵) اگر تصور و حس بدی به شما آلوده کرد سعی در توجه آن نداشته باشید. به غریزتان اعتماد کنید.
- ۶) با مردم همانطور رفتار کنید که دوست دارید با شما رفتار شود.
- ۷) ارتباط شخصی با محبت و ادب برقرار کنید.
- ۸) زمان مثلاً سه سال برای نفوذ در بازار جهانی در نظر بگیرید. به هر حال این کار به صرف وقت و صبوری نیاز دارد.
- ۹) در جایگاه بازار جهانی از تمام ناشناخته‌ها استقبال کنید.

۲- چطور می‌توان به سرمایه‌گذاری وسیع دست یافت.
امکان دارد از اندوخته شخصی یا مبلغی که از دوستان یا فامیل خود قرض گرفته‌اید شروع کنید. اگر تنها سه سال از شروع کارتان می‌گذرد یا چیزی ندارید که به عنوان وثیقه بگذارید مجبورید که موسسات وام دهنده سنتی را که علاقه‌ای به سرمایه‌گذاری روی کار شما باشد.. ولو اینکه بدانید کجا را باید جستجو کنید، انتخاب‌هایی برای شما وجود دارد. منابع سرمایه زیر را برای تهیه وجوه برای طرح‌های توسعه خود ارزیابی کنید:

- نزد همان دوستان و افراد خانواده بازگردید. چنانچه اولین وام شما در چهارچوب قانونمندی نبوده، این بار با تنظیم اسنادی که برنامه بازپرداخت و بهره آن تثبیت شده عمل کنید.
- جریان معمول دولتی را طی کنید. بسیاری از کارآفرینان سرمایه‌گذاری را از طریق وام‌های جزئی دولتی انجام می‌دهند.
- با فروشندگان مذاکره کنید، روش دیگر برای کسب سرمایه جهت ضروریات و مواد اولیه، مذاکره با فروشندگان درباره آن محصولات در باب گشودن اعتبار برای آنان است. طوری که شما بتوانید صورت کالا یا مواد اولیه مورد نیاز محصولاتتان را بدون پرداخت نقدی، قرض بگیرید.
- ۳- آیا نیازی به افتتاح موقعیت مکانی دیگری نیز دارید؟
علی‌القاعده باید برای توسعه کار بهترین راه همین باشد. این نخستین فکری است که به مغز کارآفرینی که

می‌شود. به زبان ساده‌تر، گردآوری منابعی است که از طریق افراد و شبکه‌های حرفه‌ای قوام گرفته است. این منابع شامل ایده‌ها، دانسته‌ها، اطلاعات، فرصت‌ها، تماس‌ها و البته مراجعات می‌باشد. توسعه کارآمد سرمایه اجتماعی ممکن است تکلیفی مرعوب کننده باشد. هر چند که به انجام رساندن آن از طریق چهارچوب بی‌ریزی شده و سازماندهی شده در شبکه، تلاش‌های شما را تقویت می‌نماید و کمک می‌کند تا برای اثرگذاری مثبت روی نتیجه‌های عملکردها، سرمایه‌ها را به توازن برسانید. راه کلیدی که منتهی به حصول سرمایه اجتماعی می‌شود، راه اتصال به شبکه است. زیرا اتصال موفق به شبکه همان ایجاد و حفظ روابط حرفه‌ای و قابل اطمینان می‌باشد. مانند هر تلاش دیگری در زمینه بازاریابی، کوشش برای بازاریابی شفاهی از طرح ریزی کنید. این کار به شما کمک می‌کند که مجموعه‌ای از تماس‌ها را برقرار نموده و نتیجه مثبتی بگیرید. و همواره مهارت حرفه‌ای نشان دهید. مورد اطمینان باشید. محصول یا خدمات را سر وقت تحویل دهید، مستمراً به قرارهای ملاقات رسیدگی کنید. و با دیگران با نهایت ادب رفتار نمایید. چرا که این نحوه عمل یک شهرت حرفه‌ای برایتان به ارمغان می‌آورد و باعث می‌شود در خاطر کسانی که مشتاق هستند که در گردآوری سرمایه اجتماعی شما شریک باشند، بماند.

۸- برای کسب و کار خود یک هسته متفکر ابداع کنید

به عنوان یک شاغل حرفه‌ای شما نیازمند یک منبع مطمئن اطلاعات برای حصول به موفقیت، می‌باشید. پیوسته ناچارید که از جهت گیری‌ها و جریان‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی آگاه باشید و با تغییرات اقتصادی و فن آوری خود را حفظ نموده تا وارد بازار رقابت شده و ماندگار شوید. و شاید تاکنون دریافته باشید که تاب آوردن در سیر این جریان‌ها تنها با رجوع به اطلاعاتی که خودتان دارید، تقریباً احتمال ندارد و خوشبختانه، دانسته‌هایی که فاقد آن هستید در تخصص فرد دیگری است. پس می‌توانید برای طلب کمک به دیگران روی بیابورید. همیشه حداقل متخصصینی وجود دارند که در جهت حل موضوعات و مشکلات ویژه‌ای که در کار یا حرفه‌ای که به آن مشغول هستید، یا علاقمند وارد شدن به آن هستید به شما یاری برسانند. به جای دانسته‌های ویژه، پیشاپیش باید بدانید با چه کسی تماس بگیرید و برای دریافت اطلاعات مورد نیازتان به کجا مراجعه نمایید. پس از اینکه ضروری‌ترین تماس‌ها را تعیین کردید، برقراری ارتباط با این افراد را جهت افزایش و بهبود بخشی از سلسله‌آگاهی‌های خود، آغاز نمایید. همین که این کار را آغاز نمایید، اطلاعات مورد نیاز شما برای ساختن کسب و کارتان گسترش خواهد یافت.

۹- چگونه عهده دار یک برنامه فراگیری خصوصی شوید

برای بهره‌گیری دراز مدت از یک برنامه آموزشی خصوصی، ناگزیر به انجام دادن چه کاری هستید؟ مشترک‌مجلات تجاری پست الکترونیکی بشوید و مستمراً آنها را مطالعه کنید. اگر یک نوبت بوک دارید برای خواندن مقاله‌های تجاری و کتاب‌های الکترونیکی استفاده کنید. در اتومبیل به نوارهای صوتی خود گوش دهید. با خود قرار بگذارید که هر ماه دست کم یک یا دو کتاب در زمینه تجارت و بازرگانی را مطالعه نمایید (یا گوش کنید). برای سمینارها و دوره‌های کوتاه مدت که مهارت‌هایی نظیر بازاریابی، فروش، حسابداری، موضوعات مربوط به قانون و غیره

کار شما نیازمند افزایش سرمایه، استخدام کارمند، خرید تجهیزات و اجاره دفتر کار و انبار است. اینکده محصول خود را به یک شرکت بزرگ یا توانمندی‌های تولیدی و نیروی فروش فعال واگذار کنید تا کار را برای شما به انجام برساند، بسیار سودمندتر و کم‌مخاطره‌تر خواهد بود.

۵- چگونه بازارهای دیگر را مورد هدف قرار دهید.
اگر قصد فروش به نوجوانان را دارید، بین دانش‌آموزان دبیرستانی بازاریابی را شروع کنید. اگر محصولاتتان را به مادران شاغل می‌فروشید، شاید لازم باشد برای فروش به مادران خانه‌دار اندک اصلاحاتی در آن انجام دهید. برای مثال، یک کار تهیه و تدارک غذا که اختصاص به تهیه کیک، پای، و انواع دسرهای خوشمزه، می‌تواند با توانایی‌های محلی ارتباط برقرار نموده و محصولاتش را به صورت عمده به آنان بفروشد. هر چند قیمتی که به نانوائی‌ها می‌دهد ارزان تر است (چون نانوائی‌ها برای سود خودشان لازم است مبلغی را به آن اضافه نمایند)، در عوض محصول بیشتری خواهید فروخت و گردش پولی با ثباتی که بتوانید روی آن حساب کنید را ایجاد خواهید نمود.

۶- پرورش فرد خود را تداوم بخشید

به تعطیلات بروید.
بسیاری از صاحبان کارهای کوچک به خود می‌بالند که چقدر وجودشان حیاتی و ضروری است و به همین علت هرگز به تعطیلات نمی‌روند. اما واقعاً اگر شما زمانی را به تمدد اعصاب اختصاص ندهید. برای کارمندانان الگوی وحشتناکی را علم کرده‌اید. مرخصی نگرفتن نشانه این نیست که چقدر حضورتان در شرکت حیاتی است، بلکه موبد این است که راهنمایی بی‌کفایت می‌باشید. نشانی از این است که مگر بی‌حوصله با میزان جایجایی بالای نیروی کار هستید. اگر از رفتن به تعطیلات هراس دارید، شاید بی‌اندازه در تکالیف روزمره معمول کاری فعال هستید، طوری که فرصتی برایتان نمی‌ماند، پس اگر همان کارهای کارمندانان را انجام می‌دهید همین حالا آن را متوقف کنید. شما رئیس هستید، فرمانده هستید، رویا گرا هستید و اطمینان از اینکه انجام کارمندانان را برای انجام کارهایشان تربیت کرده‌اید.

قدم آغازین شماست. آنگاه اجازه دهید آنها تمهیدات را به انجام برسانند، البته بدون شما! طوری که همواره مسئولیت پذیر باشند. هر چه کارمندانان توفیق‌های بیشتر داشته باشند و کمتر شکست بخورند، و بیشتر از چالش‌هایی که به آن فرا خوانده می‌شوند، لذت خواهند برد و زمان بیشتری برای مرخصی شما باقی خواهد ماند.

۷- سرمایه اجتماعی خود را توسعه دهید.

سرمایه اجتماعی هم‌نیای سرمایه پولی است. درست همانند سرمایه پولی، توسط یک فرد یا یک کسب و کار گردآوری شده و برای ایجاد ثروت به کار گرفته می‌شود. به زبان ساده‌تر، گردآوری منابعی است که از طریق افراد و شبکه‌های حرفه‌ای قوام گرفته است. این منابع شامل ایده‌ها، دانسته‌ها، اطلاعات، فرصت‌ها، تماس‌ها و البته مراجعات می‌باشد. توسعه کارآمد سرمایه اجتماعی ممکن است تکلیفی مرعوب کننده باشد. هر چند که به انجام رساندن آن از طریق چهارچوب بی‌ریزی شده و سازماندهی شده در شبکه، تلاش‌های شما را تقویت می‌نماید و کمک می‌کند تا برای اثرگذاری مثبت روی نتیجه‌های عملکردها، سرمایه‌ها را به توازن برسانید. راه کلیدی که منتهی به حصول سرمایه اجتماعی می‌شود، راه اتصال به شبکه است. زیرا اتصال موفق به شبکه همان ایجاد و حفظ روابط حرفه‌ای و قابل اطمینان می‌باشد. مانند هر تلاش دیگری در زمینه بازاریابی، کوشش برای بازاریابی شفاهی از طرح ریزی کنید. این کار به شما کمک می‌کند که مجموعه‌ای از تماس‌ها را برقرار نموده و نتیجه مثبتی بگیرید. و همواره مهارت حرفه‌ای نشان دهید. مورد اطمینان باشید. محصول یا خدمات را سر وقت تحویل دهید، مستمراً به قرارهای ملاقات رسیدگی کنید. و با دیگران با نهایت ادب رفتار نمایید. چرا که این نحوه عمل یک شهرت حرفه‌ای برایتان به ارمغان می‌آورد و باعث می‌شود در خاطر کسانی که مشتاق هستند که در گردآوری سرمایه اجتماعی شما شریک باشند، بماند.

۸- برای کسب و کار خود یک هسته متفکر ابداع کنید

قصد توسعه کارش را دارد می‌رسد.
نگاهی به شش توصیه زیر بکنید تا ببینید آیا افتتاح دومین موقعیت مکانی برای کارتان حرکت مناسبی است یا خیر:
• اطمینان حاصل کنید که در نهایت بهره‌مندی مناسبی به دست می‌آوردید و اینکه طی چند سال از رشد مداومی بهره‌مند می‌شوید.

• به هر دو جهت گیری‌های اقتصادی و مصرف‌کننده، به عنوان نشانه‌های پادار موسسه خود توجه کنید
• اطمینان حاصل کنید، که سیستم تبلیغاتی و گروه مدیریت شما فوق‌العاده اند. چرا که برای برپایی موقعیت مکانی جدید و اداره آن به این هر دو نیازمند هستید

• یک طرح تجاری کامل برای این موقعیت جدید تنظیم کنید

• مشخص کنید که کجا و چگونه بودجه مورد نیاز خود را تهیه می‌کنید.

• موقعیت جدید را بسته ضرورت کارتان، انتخاب کنید نه براساس نقدنگ‌بالفعل.

۴- گرفتن حق امتیاز و دریافت گواهینامه

آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که کار و کسب خود را به یک حق ویژه فروش یا یک فرصت کاری بدل کنید؟ سوال کلیدی که می‌بایست از خود پرسید این است که آیا کسب و کارتان امکان تغییر به قالب جدیدی را که شخص دیگری بتواند آن را اداره کند (حق امتیاز فروش) یا اگر خدمات محصول استاندارد شده‌ای دارید، به شخص دگر بتواند چندین بار آن را به فروش برساند (یک فرصت کار)، دارد یا خیر؟ در حالی که در فکر این هستید که توسعه



را آموزش می دهند، ثبت نام نمائید. هر چه بیشتر پیرامون هر یک از چنین موضوعاتی بدانید بهترین افرادی که این وظایف را برایتان انجام می دهند را سرپرستی خواهید کرد. در کل، باید آگاهی هایتان را به عنوان یک اولویت بشناسید و برای پرداختن به این اولویت مقدار زمان مشخصی را اختصاص دهید. در حالی که بخشی از آن می تواند در فرصت های روزانه شما گنجانده شود (مانند مطالعه در زمانی که در جایی به انتظار هستید)، برای قسمت عمده آن ضروری است تا کار دیگری را که چندان مهم نباشد، کنار گذاشته و به این بپردازید (مانند تماشای تلویزیون).

۱۰- چرا هرگز نباید دست از آموختن بردارید

توفیق های کاری دائمی متکی بر رشد مستمر فردی است. دستیابی به آن بدین معناست که امروز بهتر از دیروز و فردا یاد از امروز بهتر باشید. اشتباه معمول کارآفرینان این است که «اصلاً وقت ندارند» به اموری بپردازند که فعالیت آنها را بهبود بخشند. شاید این گفته قدیمی را شنیده باشید که «بعضی چیزها ضروری اند، و برخی دیگر مهم هستند، اما تنها معدودی هر دو خصلت را دارا هستند.» به دلیل فقدان برنامه ریزی و چشم انداز دراز مدت که منجر به خلق امور ضروری دیگر شده و آن گاه اغلب صاحبان مشاغل به ناچار وقتشان صرف پرداختن به آن امور ضروری می کنند.

«آموزش فردی» نمونه مناسبی برای اموری است که به شدت حائز اهمیت می باشند ولی در عین حال اصلاً ضروری نیستند. آنچه می بایست انجام دهید این است که درک و جذب این اطلاعات را هدف خود قرار دهید و آنها را بدل به دانسته های خود نموده و از این دانسته ها برای کسب تجربه بهره ببرید

و البته این امر مهمی است که در دراز مدت به نتیجه می رسد، بازتاب دیرنگام دلیل اصلی این است که اکثر افراد در آموزش فردی دچار شکست می شوند. ماه های متمادی کار سخت لازم است تا شما تغییرات مثبت را ملاحظه نمائید. لحظه ای که تغییرات حادث می شوند آنها را نخواهید دید، بلکه یک روز به پشت سرتان نگاه می کنید و ناگهان از اینکه چقدر قوه تشخیص و مهارت های شما رشد کرده اند، متحیر خواهید شد.

و با این کار نقدینگی قابل توجهی جدای مستمری کارکنان برای شما اندوخته می سازد. یا به جای پرداخت حقوق به کارمندانی که در فصل رکود بازار، بیهوده در کناری نشسته اند، به فکر استخدام کارمندان موقت برای اداره کارهای در فصول رکازی باشید. راه دیگر برای رهائی از هزینه های بالا و در عین حال فرصت دادن به دانشجویان برای یادگیری کارها به کار گرفتن کارمندان می باشد. در این باره می توانید با

دانشگاه ها هماهنگی لازم را به عمل آورید.

۱۳- آگاهی نسبت به قرارداد بیمه. خرید بیمه یکی از آن سختی های قطعی برای کارآفرینان است که ناچار باید متحمل شوند. اما این به بدین معنی نیست که هزینه بسیار سنگینی باید برای آن پرداخت کنند. راههایی برای کاهش هزینه ها وجود دارند.

• از انجمن بازرگانی کمک بگیرید - زمانی که در جستجوی یک شرکت بیمه مناسب هستید، حتماً با انجمن بازرگانی بررسی لازم را انجام دهید، بسیاری از انجمن ها شرکت های رقابتی بیمه را به خوبی می شناسند.

• موارد کسر کردنی از حق بیمه را افزایش دهید - افزایش کسورات از روی مبلغ بیمه غالباً از حق بیمه شما می کاهد.

• برای روزگار سختی یک دوست خوب بیابید - موسسه بیمه توصیه می نماید؛ با آماده کردن یک منبع جایگزین برای اداره کسب و کارتان در صورت وقوع معضلی بزرگی. ابرجا خواهید ماند. برای مثال،

می توانید با یک موسسه که در همان زمینه صنعتی فعالیت دارد قرار بگذارید که در صورت خسارت های بزرگ از امکانشان استفاده کنید.

۱۴- مخارج کلی دفتر کار. هزینه های یک دفتر کوچک می تواند برای شما کمرشکن باشد، مگر اینکه خریدهایتان را هوشمندانه انجام دهید. مثلاً کارت بچهای بازیافت شده بخرید.

در Yellowpage، Google جستجو کنید و تامین کنندگان و کارپردازان را بیابید. راه دیگر برای یس انداز ولتان، خرید وسایل دست دوم است. می توانید تا ۶۰٪ با خرید کامپیوتر، دستگاه های کیبی و مبلمان دست دوم، صرفه جوئی کنید.

۱۵- تبلیغات با هزینه نه چندان زیاد. آیا می خواهید کارتان را با یک بودجه مشخص به بازار عرضه نمائید؟ مردمی که می شناسید به شما کمک می کنند. افرادی که در شبکه ارتباطی شما وجود دارند می توانند با سه روش زیر در تلاش های بازاریابی شما شرکت کنند.

۱- هزینه های آگاهی و تبلیغات را با مشاغل نزدیک به خود قسمت کنید. برای فروش توامان تبلیغ کنید یا با به اشتراک گذاشتن آدرس های بستی، کانال های توزیع و کاربردزانی که کالاها یا خدمات مکمل را می فروشند، بر اتحاد خود در بازاریابی بیافزاید. ۲- از افرادی که می شناسید کمک بخواهید. نتیجه ای که بیشتر مایلید از تماسهای تان عاید شود بازخوردهای بیشتر است. اسامی اشخاص ویژه ای که به خدمات یا محصول شما نیازمند هستند.

این تماسها امکان دارد نام و تلفن شما را به مشتری های احتمالی بدهد. هر قدر تعداد بازخوردهای حاصل بالا برود، پتانسیل شما برای افزایش احتمال ایجاد زمینه های جدید کارتان از طریق این بازخورد بیشتر می شود. ۳- درحین عرضه یا محاورات غیررسمی از فواید استفاده از محصول یا خدمات خود برای مشتری تعریف کنید ما بعداً همین ماخذها دیگران را به استفاده از محصولات و خدمات شما تشویق خواهند کرد.

دانش فن آوری خود را گسترش دهید

۱۶- مطابق روز. امروز برخی از بخش های بسیار موثر و جدید سیستم های کامپیوتری به بازار آمده که چنانچه مایل باشید با خرید و نصب آنها کامپیوترهای قدیمی تر را می توانید به روز کنید.

• Hard Drivers در هر کامپیوتر توان ذخیره حجم بالای اطلاعات فراهم می آورند. برای برطرف کردن نیازهای شما راه حل های متعددی وجود دارد، خواه برای تقویت دیسک گردانه های اصلی و ذخیره فایل های ویدیویی، نیاز به دیسک گردانه های رومیزی داشته باشید یا برای عرضه موثر کسب و کارتان یک دیسک گردان قابل حمل با ظرفیت بالا بخواهید.

• DVD Rom، CD Rom. بروز کردن قابلیت دیسک گردان CD Rom دقیقاً همان چیزی است که کارایی سیستم شما را می افزاید.

• پردازشگرها و شتاب گرها: پردازشگر و شتابگر هر دو این امکان را فراهم می کنند تا با پردازش سریع اطلاعات بتوانید از نهایت کارایی سیستم کامپیوتری بهره ببرید.

• حافظه: در حالی که تمام مواردی که در بالا ذکر شده اند می توانند درجهت بالا بردن سطح کارایی کامپیوتر به شما یاری برسانند، راهکار دیگر برای بهبود بخشی کارایی سیستم شما افزودن به RAM می باشد.

۱۷- فهرست خرید. چنانچه شرکت شما قرار است روی خرید فناوری های جدید بول و وقت بگذارد، حتماً باید این خریدها ارزنده باشند. سه توصیه را دفعه آینده که شرکت شما آماده چنین خریدهایی است، در خاطر داشته باشید:

۱- برای خدماتی نظیر پشتیبانی شبکه و مشاوره: قراردادهای موجود را مجدد مورد مذاکره قرار دهید. یک شرکت برای بستن قرارداد کاملاً آماده است. با قراردادن معیار برای قیمت ها و رسیدگی به صورت حساب ها برای حصول اطمینان از اینکه اضافه پرداخت نمی کنید، کارتان را آغاز نمائید. آنگاه به جای خرید از فقط یک فروشنده خریدتان را از دو منبع انجام دهید. فروشنده ها با شما رفتار بهتری خواهند داشت و بهای کمتری طلب خواهند کرد.

۲- از نیاز به هر آنچه فن آوری جدید شما را مجبور به خرید آن می کند، مطمئن شوید. تمامی PC ها و نرم افزارها را فهرست نمائید. در جستجوی فراغتی برای تثبیت خریدها باشید، آنها را با معیار سنجیده و طبقه بندی کنید و آنچه تکرار شده را حذف نمائید.

۳- برای تداوم کار نظمی را برقرار کنید. گروهی را در IT و بخش های دیگر برگزینید، مرتباً با آنها درباره آنچه نیاز دارند و اینکه چگونه از آن بی نیاز می شوند ملاقات داشته باشید.

۱۸- هوشمندانه تر خرید کنید. سرمایه گذاری در فناوری برای کارتان، تا زمانی که بدانید چگونه می توانید بیشترین بهره را از آنچه صرف می کنید بگیرید این کار هرگز باعث نخواهد شد به خانه ای فقیرانه بروید! یک WARRANTY به شما اطمینان خواهد بخشید. همچنین در همکاری تنگاتنگ با یک واسطه می توانید کمی صرفه جویی کنید. واسطه در جریان آخرین قیمتها و تبلیغات که متناسب با نیازهای شماست قرار دارد. پس، انتخاب یک واسطه نیز بسیار حائز اهمیت می باشد. حتماً اینکه چه مدت به این کار اشتغال دارند و اینکه آیا آتقدر مجرب هستند تا به بازار ویژه شما خدمات رسانی بکنند را در نظر بگیرید.

۱۹- از کاغذ بازی دست بکشید. فن آوری نیاز شما به کاغذ را می کاهد و یا حتی کاملاً برطرف می نماید. به ۹ توصیه زیر که دفتر کارتان از انباشته های کاغذ رهایی می بخشید توجه کنید:

• کامپیوترها: کامپیوترهای شخصی، نوت بوک ها و کامپیوترهای دستی را می توان برای خلق بویایی و انتعاط پذیرسازی اسناد تنظیم نمود.

• (پوشگرها) Scanners: پوشگر، تصاویری دیجیتال می سازد که به این ترتیب اسناد تبدیل به این تصاویر الکترونیکی شده و به سهولت محفوظ می ماند. به خاطر داشته باشید، در زمان اسکن از مترکم سازی تصویر استفاده کنید تا کارایی شبکه برقرار باشد، و اطمینان حاصل نمائید که یک قالب معمول الکترونیکی بهره برده اید تا تصاویر فهرست شده و به آسانی جستجو کننده آنها را بیابید.

• (پست الکترونیکی) E-mail: جانشین فوق العاده ای برای یادداشت های کاغذی می باشد. پست الکترونیکی این امکان را برای کاربر فراهم می کند تا پیامها و محتوای آنها را از صافی الکترونیکی عبور دهد. این طور اجازه می دهد تا کاربران در یک سیستم بکی شده ارسال پیام، پست الکترونیکی را با فاکس و پست صوتی ترکیب نماید.

• سیستم های ذخیره: فناوری پرقدردت ذخیره برای مدیریت الکترونیکی اطلاعات با سرعت بالاحیاتی است.

• ارسال فاکس از طریق IP (از پروتکل های اینترنتی): ارسال فاکس از طریق اینترنت نیاز به ارسال کپی های نامطبوع را برطرف ساخته است.

• شبکه های بی سیم محلی: شبکه های LAN در دسترس مانند آتش در حال گسترده شدن در همه جا می باشند و اطلاعات الکترونیکی را برای کاربران در هر نقطه سهل الوصول، قابل انتقال و متحرک می سازند.

• دسترسی مطمئن از فاصله دور: شبکه های خصوصی مجازی این اطمینان را به وجود می آورند که افرادی که در خانه یا در راه هستند دسترسی امن و قابل اعتمادی به شبکه داخلی شرکت داشته باشند در عین اینکه این سو و آن سو کشیدن چمدانی یراز اسناد را مسنوخ می نمایند.

• سیستم های آموزش الکترونیکی: کاربران درحال آموزش، حال که از سیستم های آموزشی روی شبکه های اینترنتی بهره می برند، می توانند با کتاب ها خدحافظی کنند.

• پرینترهای یسیرفته: پرینترهایی که هر دو روی یک صفحه پرینت می گیرند به طرز قابل توجهی استفاده کاغذ را کاهش می دهند.

۲۰- از اطلاعات، کپی پشتیبان تهیه کنید: هر زمانی، ممکن است تجهیزات کامپیوتری خود را از دست بدهید. شاید نوت بوکی داشته باشید که به سرعت برود یا یک کامپیوتر رومیزی که دستخوش یک حریق بشود، پس آماده باشید از داده هایتان هفتگی یا حتی روزانه کپی پشتیبان تهیه نمائید. صرفنظر از اینکه چه روشی را برای ایجاد کپی پشتیبان به کار می برید، به یاد داشته باشید: «کار از محکم کاری عیب نمی کند»

اقدام بازاریابی را با هم انجام دهید

۲۱- روزانه ۴ دلار برای بازاریابی. بررسی ها نشان می دهد مصرف کنندگان نیاز دارند حداقل ۳ بار یک پیام را بشنوند تا بعد از ۹ بار مشتری شما بشوند. تاکتیکهای که یکبار یا پراکنده باشند، در بالا بردن سطح آگاهی، پایبندیش و تقاضا برای محصول شما بی تاثیر خواهند بود. شما می توانید با فعالیت روزانه نیروی بازاریابی بیشتری ایجاد کنید یک راه برای انجام آن به کارگیری برنامه روزانه ۴ دلار برای

بازاریابی، می باشد. استراتژی اصلی تماس با ۱۰ نفر از مشتریان یا خریداران احتمالی است، این تماس ها باید هر روزه و ۵ روز در هفته صورت بگیرد. می توانید با آنها توسط تلفن، فاکس، پست الکترونیکی، نامه یا کارتهای پستال ارتباط برقرار کنید. می توانید مطبوعات منتشر شده، نامه، بروشور، پیشنهادات ویژه، برگه های اطلاعات و یا یادداشتهای تشکر را ارسال نمائید. هزینه پرینت و ارسال هر ۵ نامه حدود ۵۵ سنت می شود که جمعاً ۲/۷۵ دلار خواهد بود. تماس های تلفنی یا فاکس هر کدام ۱/۴ یک نامه هزینه بر می دارد که آن هم مجموعاً ۱/۲۵ دلار خواهد بود. شما یک محاسبه ریاضی انجام می دهد. حال اگر با پست الکترونیکی این تماس را برقرار کنید هزینه ها از این هم کمتر می شود، هدف شما خلق ترکیبی از فعالیت های روزانه است که از طریق آن بتوانید با مشتریان فعلی و مشتریان بالقوه همانند هم تماس



داشته باشید.

۲۲- برای بازاریابی وقت بگذارید. کلید حفظ یک برنامه سالیانه بازاریابی، فارغ از فراز و نشیب هایی که امکان دارد برایتان پرهزینه

باشد، ایجاد یک «پیش طرح» کارآمد می باشد. آیا تاکنون طرح بازاریابی سالانه ای خود را روی کاغذ آورده اید؟ ضروری نیست که به دقت شرح داده شده باشد. یک طرح کلی کافی خواهد بود، مشروط بر اینکه شما نیز تاکتیک های خود را در قالب یک برنامه مدیریت تماس ها یا حتی روی یک تقویم ساده، زمان بندی و طراحی نموده باشید. برای مثال، یک «خبرنامه الکترونیکی»، راه فوق العاده ای برای حفظ ارتباط با خریداران احتمالیه نظر می رسد و نسبت به تماس های تلفنی فرد به فرد زمان کمتری نیز خواهد برد. هر سه ماه، می توانید سه شماره را با برگزیدن عنوان هایی و گردآوری محتوای آنها طراحی کنید تا در تاریخ های تعیین شده پستی به صورت ماهیانه، آماده ارسال باشند.

هیچ قاعده دشوار و سریعی نمی تواند به شما بگویند دقیقاً چه مدت زمان برای بازاریابی جهت کسب و کارتان بگذارید. در مشاغلی که بالاترین سرعت رشد را با فروش ۱ میلیون دلار یا کمتر دارند، صاحبان آنها

مایلند در هفته ۲۵ الی ۴۰ درصد از وقتشان را صرف فروش و بازاریابی نمایند. به هر حال، چنانچه کسب و کار شما نویاست، شاید نیاز باشد ۶۰ درصد از وقت خود را برای این کار اختصاص دهند. مهمترین مطلب حفظ یک تلاش مستمر است.

۲۳- چنانچه تصور می کنید قواعد برای شکستن وضع شده اند شاید لازم باشد تجدید نظر کنید. گاهی اندیشیدن خارج از چهارچوب ها می تواند ثمرات شگفت انگیزی به دنبال داشته باشد ولی نه آنجا که قواعدی آزموده شده و مسلم وجود دارد. مثلاً: یک بازاریاب اینترنتی اخیراً نتایج مایوس کننده ای از ارسال نامه به فهرستی از مشتریان احتمالی کسب کرده است، اما مشکل کجاست؟ مسلماً از نامه ای حاوی ۵۰۰ واژه با خطی گنگ و آشفته انتظاری بیش از این نمی توان داشت و بدون شک بار دیگر او بر طبق قواعد صحیح و ثابت شده نامه نگاری از حداکثر ۲۵۰ واژه و خطی مشخص و انشایی مناسب بهره خواهد گرفت. سالیانه میلیاردها دلار صرف تبلیغات می شود

چرا که تمامی جنبه ها ی

موضوع بررسی شده اند. فرضاً: در تبلیغ مجلات یک عکس بزرگ بسیار اثربخش تر از چندین عکس کوچک است. در حالیکه در تبلیغ روزنامه ای (خصوصاً تبلیغات پیرامون فروش محصول) چندین عکس برای جلب توجه مخاطبین موثر می باشد. مشخصاً بازاریابی با اعمال سلیقه شخصی به نتیجه نمی رسد.

در صورتیکه در این امر ایهاماتی برایتان وجود دارد بلادرنگ از یک کارشناس مجرب کمک بگیرید.

۲۴- کوشش های بازاریابی تان را متمرکز نمایید. اشتباه متداولی که کارآفرینان کم بودجه و پر اشتیاق مرتکب می شوند، افکندن دامی بیش از اندازه گسترده است. آنها می خواهند ذره مختصری از هر چیز - تبلیغات در مجلات متعدد، روزنامه ها، آگهی در سایت های گوناگون و فهرستی از رویدادهای خاص - را بیازمایند، که البته با بودجه محدود در هر زمینه تنها حضوری ناچیز خواهند داشت. در نتیجه، آگهی ها و تبلیغات کمترین توجه را معطوف به خود داشته و تمام بودجه آنان به هدر خواهد رفت.

زمانی که نوبت به تبلیغات می رسد، هر چه بزرگتر باشند بهتر است. آگهی های بزرگ و چهار رنگ مجلات، معمولاً نسبت به آگهی های کوچک و سیاه و سفید موثرتر واقع می شوند. برای انتها رساندن نتایج برنامه بازاریابی تان، انتخاب رسانه ها را محدود ساخته و پیوسته آگهی در ابعاد بزرگ و به تعداد کافی به قصد

جلب نظر مشتریان احتمالی ارائه نمائید. توصیه مشابهی برای رویدادهای ویژه در اینجا مصداق پیدا می کند. به جای اجاره غرفه ناشناخته در نیم دو جین رویداد اجتماعی، سالیانه یک یا دو مورد اسپانسر می خود اختصاص دهید تا بیقین حاصل کنید که پیام شما در معرض دید هر فرد شرکت کننده ای قرار خواهد گرفت.

۲۵- بازاریابی خود را از نو بسازید. آیا اخیراً فروش شما دچار کساد و فقدان درخشش شده اند؟ اگر پیشگویی می کنید که این وضعیت طی راههای آتی تداوم خواهد داشت، پس زمان ارزیابی مجدد استراتژی بازاریابی شما فرا رسیده است.

- مخاطبین خود را بررسی کنید. واضح ترین نشانه نیاز به بازسازی وقتی است که بازاریابی شما برای مخاطبین مورد نظرتان بازخورد ندارد. قدم اول شناخت چیزی است که باعث برانگیختن مشتریان می شود و این امر از طریق مرور مقالات منتشر شده و تحقیقات امکان پذیر خواهد بود. به قصد کشف چالش هایی که با آن روبه رو هستند و آنچه مایلند طی کار با شما کسب نمایند، سایت های کاری آنها را حتماً ببینید.

- از طریق نوآوری به ارزش کارتان بیافزایید. شرکت های کارآفرینی در نوآوری، گوی سبقت را رفته اند. محصولات و خدمات جدید خلق می شوند و قدیمی ترها به کناری می روند، از روند راکد بازاریابی خود خلاصی یافته و روشهای تازه ای برای برقراری ارتباط با مخاطبین مورد نظر خود بیابید.

- در جهت رقابت گام بردارید. آیا رقابت، استراتژی بازاریابی شما را مشخص می کند؟ در صورتی که سالیانه اخیر را به واکنش نسبت به پیام های بازاریابی رقیب گذرانیده اید، وقت آن رسیده که قدم بردارید. نوآوری ها و نحوه بازاریابی آنها را کنترل کنید اما فعالیت خود برای برانگیختن مخاطبین و تمرکز به قصد افزودن ارزش را توسعه دهید.

تدارک فرصت برای مدیریت زمان

۲۶- پر کردن زمانتان:

ضروری است که زمان را به نحوی محسوس تدارک ببینید چرا که به سرعت می گذرد، گویی که از هر قالب و ساختاری خارج است. اما اگر درباره آن فکر کنید، مدیریت زمان شما مشابه سازماندهی فضای اطرافتان است. یک برنامه زمان بندی واقعاً مرزهایی دارد.

چنانچه عزم به تجسم برنامه زمانبندی در قالب یک طرف برای منظم کردن تعداد محدودی از موضوعات بنمائید آنگاه درباره مدت زمانی که برای هر کدام صرف می کنید به مراتب گزینش تر عمل می کنید.

۲۷- امروز، آماده شدن برای فردا:

در پایان هر روز کاری، برگهای سفید بردارید و هر آنچه برای فردا بایستی اجرا شود را به نگارش درآورید. روز بعد، ناچار نخواهید بود ابتدا تصمیم بگیرید چه کاری انجام بدهید، سپس خط کشیدن روی موضوعاتی که به انجام می رسانید موجب اختنودی شما را فراهم خواهد ساخت. اجازه ندهید که سهولت فهرست فعالیت ها، شما را به اشتباه بیانزند، این یکی از موثرترین ابزارهای مدیریت زمان است که تاکنون ابداع شده است.

شما می بایست هر روز یک دست کم هر هفته فهرست فعالیت ها را تهیه نمائید. با این عمل دورنمایی از آنچه هر هفته انتظار اجرای آن می رود، در اختیارتان قرار گرفته و به شما این فرصت را می دهد تا پیشاپیش، تغییرات لازم را منظور دارید. زمان بندی را با تلفیقی از یک تقویم به ثمر برسانید. در خاطر داشته باشید همانطور که تقویم برای ثبت قرارهاست، فهرست

فعالیتها مربوط به تکالیفی است که باید به مرحله اجرا درآیند.

۲۸- آیا وقت گذاشتن من ارزش دارد؟

در طی روز، متناوباً دست از کار بکشید و از خودتان سوال کنید که آیا آنچه انجام می‌دهید بهترین نحوه استفاده از زمان است. این چند سوال را پرسید:

- آیا امری که به آن مشغول هستید در اولویت قرار دارد؟

- آیا این امر باعث ارتقاء کسب و کار شما یا افزایش درآمدتان می‌شود؟

- این امر تا چه حد با اهداف شما تطابق دارد؟

- آیا فرد دیگری از عهده انجام آن برمی‌آید، تا شما به امور مهمتری بپردازید؟

چنانچه پاسخ‌ها به هر کدام از سوالات منفی بود، جریان را به سمت امور دیگری عوض نمایید یا اینکه این امر خاص را به شخص دیگری محول کنید.

۲۹- چقدر زمان به خود اختصاص خواهد داد؟

مهارتی که کارآفرینان در گام نخست می‌بایست از عهده آن برآیند، مهارت تخمین مدت زمانی است که

امور به خود اختصاص می‌دهند و پرورش این مهارت بسیار ساده است. تنها باید روی آن تمرکز کنید. اگر از

مدیران بهترین زمان برای انجام هر کاری را بی‌رسید، می‌گویند: «چطور زمان باید صرف آن بکنم؟ باید

اسباب کار را جمع کنم. سر و سامانی به آن بدهم. باید بنشینم و کمی فکر نمایم.» اگر این رویه را پیش

بگیرید، آنگاه در موقعیتی قرار گرفته‌اید که می‌توانید تصمیمات هوشمندانه‌ای اتخاذ کنید پیرامون اینکه که

چه امری را به انجام خواهید رساند، کدام امور را رها خواهید کرد، کدام یک را به ناچار محول خواهید نمود،

و چگونه راه‌های میان بر خلق می‌کنید و البته این یک مهارت موفقیت‌آمیز است.

۳۰- زمان چطور می‌گذرد؟

دقت کنید، ساعات کاری شما در طول هفته چگونه سپری می‌شود. برای این کار نیاز خواهد بود برای

چندین هفته پیایی نحوه سپری شدن زمان را ثبت کنید. آنگاه که کارتان تکمیل شد، بنشینید و برآوردی

از اینکه وقت شما کجا صرف شده انجام دهید. طی مرور کارتان، بابت هر امری از خودتان بپرسید: «آیا

ضروری بوده؟» اگر دریافتید که ضروری بوده پس بپرسید: «من فردی بودم که ملزم به اجرای آن بودم؟»

سریعاً از برنامه زمان‌بندی آتی خود، آن دسته از امور غیرضروری را مانند هر تعهد دیگری که کمکی در

پیشبرد کارتان محسوب نمی‌شود، حذف کنید. به امور مالی خود بپردازید.

۳۱- چه زمان باید یک مدیر مالی استخدام نمود.

آیا شرکت شما منابع کافی جهت اداره امور مالیاتی، افزایش سرمایه، مدیریت نقدینگی و سایر توابع مالی را

دارا می‌باشد؟ ساده‌تر اینکه: آیا زمان آن فرا رسیده که یک مدیر متصدی امور مالی استخدام کنید. گرچه،

این نیاز در همه شرکتها یکسان نیست، با پاسخگویی به برخی سوالات بنیادی مشخص خواهد شد که آیا

لازم است چنین فردی را به کار بگیرید یا خیر.

برای مثال: آیا شما برای تامین وجوه، جهت عملیات گسترده‌تر به افزایش سرمایه آورده شرکاء نیاز دارید؟

اگر قرار است کسب و کار شما فراتر از وام‌های معمول بانکی به سراغ سرمایه‌گذاران خصوصی، بازارهای

عمومی یا هر آنکه به دنبال مشارکت با شماست، برود شاید زمان استخدام یک کارشناس امور مالی بصورت

تمام وقت باشد.

آیا شرکت شما آغاز به معاملات پیچیده مالی نموده؟ در حین ازدیاد سرمایه قطعاً کار به دشواری‌هایی برمی

خورد که کارآفرین درصدد استخدام یک کارشناس تمام وقت برمی‌آید. گاه شرکت شما در روند خرید

سایر شرکت ها قرار دارد، گاه نیز چون کسب و کار شما نخستین گام‌های در راه برقراری ارتباط با

تامین‌کنندگان، مشتریان و یا هر دو را برمی‌دارد، یک سازماندهی مالی جدید را طلب می‌کند.

۳۲- اشتباهات زیانبار را تقلیل هزینه.

وقتی کار با سختی مواجه می‌شود، شاید وسوسه شوید هر هزینه‌ای را کاهش دهید تا کارتان را در حالت

تعلیق قرار دهید. آگاه باشید هر چند کاهش هزینه‌ها، خسارت رساندن بیشتر به کار شما را متوقف می‌کند،

در صورت اشتباه، اسباب تخریب کار شما را فراهم می‌کند.

اشتباه اول: استفاده از مواد اولیه ارزان قیمت برای محصول

اشتباه دوم: پایین آوردن تبلیغات و بازاریابی

اشتباه سوم: عدم تهیه ی گزارشات مالی و صورت موجودی زمانی که بار کاری کم است

اشتباه چهارم: کاهش تحقیقات و توسعه در مراحل آغازین

اشتباه پنجم: کاهش کلیه اموری که باعث رضایتمندی مشتری می‌شود

۳۳- مصرف هوشمندانه نقدینگی مازاد.

به فرض اینکه به مقداری نقدینگی مازاد دست پیدا کنید، نخستین کارتان این است که با مدیر

مالی و حسابدارتان برای انجام برخی طرح‌های مهم برنامه‌ریزی کنید. به چرخه عملیاتی کسب و کارتان و

میزان نقدینگی که تحت شرایط عادی انتظار دارید، نظری بیان‌نازید. یقین حاصل کنید که این مبلغ مازاد

به واقع اضافی است و به واسطه فروش غیرعادی و اندوخته‌های حاصل از تقلیل هزینه‌ها فقط برای یکبار

حادث نشده است. آنگاه مقداری پول کافی در یک حساب بانکی حامل بهره یا یک سرمایه‌گذاری کم

مخاطره برای چند ماه آینده کنار بگذارید. (۳ تا ۱۲ ماه بسته به نوع کارتان)

سپس چنانچه باز هم اندوخته داشتید بدهی‌هایتان را کم نموده و زمانی که این کار به انجام رسید به

اصلاحاتی که البته هزینه ثابتی در آینده اضافه نخواهند کرد نظیر پاداش کارمندان، بهبود فناوری و یا

سایر ماشین‌آلات ضروری که یک بار انجام می‌شوند، بیانی‌نشینید

به شرط اینکه پس از سرمایه‌گذاری و انجام اصلاحات، هنوز مبلغ مازادی در اختیارتان بود

پس سعی کنید تغییرات جالب‌تری را به وجود آورید، نظیر افزایش کارمندان، توسعه کارتان

در موقعیت‌های مکانی دیگر و خرید یک ساختمان تازه در صورتیکه همواره ساختمان‌تان

اجاره‌ای بوده است.

۳۴- چگونه بانک‌ها به شما کمک می‌کنند.

اگر سخت کار می‌کنید و در عین پیشگیری از گردش ناصحیح وجوه نقد هنوز با یک مشکل

غیرمنتظره رو به رو می‌شوید، چه باید بکنید؟ اگر برای آنچه پیش آمده پیش بینی انجام نداده‌اید،

شاید با چند انتخاب ناگوار مواجه باشید: استقراض از صندوق‌های پرسنلی، تأخیر در پرداخت به برخی

فروشندهگان، تأخیر در پرداخت دستمزد، ترغیب مشتریان به پرداخت سریع‌تر و غیره. شیوه بهتر،

داشتن روابط نزدیک با بانکداران است. بانکدار خود را مثل یک شریک در نظر گرفته و گزارشات مالی مکرر برایش ارسال نمایید. هر چه بیشتر از شما بدانند، اطمینان‌شان به شما افزوده خواهد شد.

۳۵- اصول مدیریت جریان نقدینگی.

اگر تنها یک عامل باشد که شرکت شما را به اوج برساند یا به ورشکستگی بکشاند، علی‌الخصوص

وقتی یک شرکت کوچک است، گردش نقدینگی آن خواهد بود. در صورتیکه توجه وافری به جریان

نقدینگی خود کرده و هر روز به آن فکر کنید، تقریباً برتر از همه رقبا قرار می‌گیرید. بیایید به برخی از این

اصول نگاهی بیاندازیم. به هر حال «گردش نقدینگی» چه معنایی دارد؟ برای یک لحظه به سودها و زیان‌ها،

ترازنامه‌تان، سودهای ناخالص و غیره اصلاً فکر نکنید. شاید راحت‌ترین راه اندیشیدن به جریان نقدینگی این

باشد که فقط به حساب جاری بانکی‌تان فکر کنید. آیا زمان سررسید پرداخت

صورتحسابها، به قدر کافی متناسب است؟ نکته همین

جاست. هر چه بیشتر بتوانید تراز بانکی خود را پیش بینی نمایید، بهتر می‌توانید با یک معضل رو به رو

شوید. همین که این فکر را آغاز کنید، در می‌یابید که بسیار آسان می‌توانید اغلب مخارجتان را حداقل برای

چند ماه آینده تخمین بزنید.

تقویت شدن مهارت‌های مذاکره در شما

۳۶- نکات خوبی می‌تواند از معاملات بد حاصل شود.

آیا تاکنون یک معامله واقعاً بد انجام داده‌اید؟ تصدیق کنید. همه ما داریم. شاید هیچ مکتبی تعلیم داده

نمی‌شود اما انجام یک معامله، قابلیت بسیاری اساسی در زندگی است. خصوصاً در عالم تجارت، جایی

که ثروت و موفقیت همانند بت به شمار می‌روند. توانمندی شما در مذاکره به طور مستقیم بر روی درآمد

شما، روابط کاری و اجتماعی و نهایتاً جایگاه شما در زندگی مؤثر است.

امکان دارد همه چیز را به نحو احسن انجام دهید. گاهی معاملات بد، اتفاقی رخ می‌دهند، حتی برای

بهترین‌ها. این سوالات دشوار را از خود بپرسید: در بروز این اتفاق چه نقشی داشته‌اید؟ آیا راه برقراری

ارتباطتان اشتباه بود؟ چیزی را فراموش کردید؟ دفعه بعد عملکرد متفاوت شما چیست؟

مهم این است که عمیقاً و درون‌نگرانه فکر کنید. چرا این خطاها را مرتکب شدید؟ آیا برای کمک گرفتن

بیش از حد متکبر بودید؟ آیا بیش از حد مرعوب حریف خود شدید؟ آیا بیش از حد حریص بودید؟ پس حالا

اگر می‌توانید دوستی پیدا کنید و از او کمک بگیرید. ۳۷- قوی شوید.

قدرت، بعضاً مربوط به نمای کار شماست اما نوعی فن نیز محسوب می‌شود. زمانیکه قرار می‌شود راه

دشواری را پیش بگیرید، روش‌هایی برای تقویت کار شما وجود دارد:

- زیاد صحبت نکنید. مختصر و مفید صحبت کنید. هر چه کمتر حرف بزنید، کمتر چیزی از موقعیت خود

فاش می‌کنید. هر چه کمتر حرف بزنید، بیشتر نقاط ضعف و همین‌طور فرصت‌ها را در می‌یابید.

- در مصالحه خود خسیس باشید. واقعاً این طرز عملکرد طرف مقابل شما را زیر فشار قرار

می‌دهد، اگر باید امتیازی بدهید حداقل میزان ممکن باشد و

در عوض امتیاز بگیرید.

- قاطع باشید. چنانچه تمایل ندارید امتیازی به طرف

مقا بل



بدهید، طوری رفتار کنید که درک کند. مشروط بر اینکه توضیحات موجهی پیرامون موقعیتان ارائه دهید، شخصی بی دوست تلقی نخواهد شد.

موضوعات را از تغییر حفظ کنید. اجازه ندهید که طرف مقابل، شما را از راهی که رفته‌اید بازگرداند. زمانی که موضوعی به توافق رسیده، به توافق رسیده است. فوق العاده با کفایت و جدی باشید. او باید بداند چقدر وقت شما گران‌بهاست و هرگز چنین چیزی را تحمل نمی‌کنید.

متمرکز باقی بمانید. در مذاکرات مفصل، قوای فکری، سرمایه فوق العاده‌ای است. پیروزی حاصل جد و جهد است. آخرین کسی که بر سر میز توافق باقی خواهد ماند، فردی است که بیشترین توان تمرکز را داشته باشد.

۳۸- وجه نازیبا می‌مذاکره.

به هر دلیلی، غالباً انجام معاملات، جنبه نازیبا می‌تواند باشد. به سرعت، طرفین معامله تبدیل به دو قطب می‌شوند و هر یک با دگرگونی دیگری را می‌نماید. بیم و طمع بر نقش آفرینان اصلی غلبه می‌کند. ضمیرها درگیر نوعی عدم اطمینان می‌شوند. چنین معضلاتی اجتناب ناپذیرند. مذاکرات دشوار را به جای اینکه در درس بدانید، نوعی چالش در نظر بگیرید. این تجربه نه تنها در رفتارهای متقابل با دیگران بلکه در کنترل خودتان بسیار مؤثر خواهد بود. هرگز با وضعیت دور از انتظار طرف مقابل پشیمان نشوید. هر چند که اوضاع مخالف میل شما باشد. همواره روی اهداف و موضوعات واقعی تمرکز خود را حفظ نمایید. اجازه ندهید عملکرد خصمانه‌تان شدت بگیرد. فراموش نکنید در صورت لزوم می‌توانید طرف مقابل را به صراحت و نزاکت دعوت نمایید.

۳۹- کسب سهم نسبتاً خوب.

هنگامی که مذاکره کنندگان درباره «تقسیم سهم» صحبت می‌کنند چه کار به صورت یک واسطه‌گری، یک همکاری، یک حق امتیاز یا ارزش آورده شرکاء باشد، مقصود آنها به نوعی اشاره به «درصد» است. ظاهراً ساده به نظر می‌رسد اما در عمل تعیین میزان درصد سهم هر فرد چندان آسان نیست. اندکی در موارد زیر تعمق کنید:

آیا موجه محسوب می‌شود؟ درصد می‌تواند مبالغه‌آلود باشد. این مبالغه را برای افراد یا شرکتهایی که سرمایه اصلی را آورده‌اند یا دست به مخاطره غیرمعمولی زده‌اند محفوظ بدارید.

آیا بسته به نوع فعالیت اختصاص حقوق ثابت با درصدی پورسانت مناسب تر است یا برای کارهای کم ارزش تر هم سهام اختصاص می‌دهید؟ زمانی که افراد حرفه‌ای درگیر باشند، این یک موضوع متداول به شمار می‌رود در این صورت ارقام را می‌آزمایند تا دریابند کدام یک مناسب‌ترند.

مبنای تعیین این درصد چیست؟ آیا درصد روی هر چیزی است یا تنها بخشی از کار؟ به صورت خالص است یا ناخالص؟ یقین حاصل کنید که می‌دانید چگونه درصد محاسبه شده است. اگر طرف مقابل شما به هر نحو شخص کارآمدی باشد پس می‌تواند همانطور که جزئیات را به حساب می‌آورد، آنها را مخفی نیز بنماید. آیا دارایی خالص درگیر است؟ محبت سهام اندکی پیچیده است؛ بنابراین در جستجوی یک مساعدت حرفه‌ای باشید. تشریفات آن زیاد و گره‌های آن سخت‌اند.

برای چه مدت زمان قابل پرداخت است؟ برخی معاملات برای چندین سال ادامه خواهند یافت. بسته به اینکه چه کسی و چرا آنها را دریافت می‌کند، از

خودتان بپرسید آیا این پرداخت‌ها برای همیشه ادامه خواهند یافت و در غیر این صورت چه زمان، پرداخت‌ها متوقف خواهند شد.

۴۰- فائق آمدن بر مقاومت در برابر مذاکره.

کارآفرینی که تمایلی به مذاکره ندارد به مثابه سرآشیزی است که دوست ندارد چاقو به دست بگیرد. قابلیت عقد قرارداد یکی از مهارت‌های کلیدی در تجارت محسوب می‌شود. اگر در برابر فراگیری و نیز بکارگیری آن مقاومت کنید، دچار یک کمبود جدی نه فقط در پای میز معامله که در سراسر زندگی خواهید بود.

برخی حس می‌کنند مذاکره و چانه‌زنی باعث افت شخصیت آنهاست؛ گویی از طرف مقابل خود با حقارت چیزی می‌خواهند. برای اندک شماری از افراد، این یک مسأله کلی است. این‌ها شدیداً از کمروبی رنج می‌برند، در هر نوع مواجهه‌ای سر تسلیم فرود می‌آورند و توان «نه» گفتن را هم ندارند. در هر صورت برای عمده افراد، این مشکل نوعی ناشیگری طبیعی در هنگام رویارویی با طرف جدید معامله و یا یک شرایط تازه به حساب می‌آید. راه حل آن نیز بسیار ساده است: فراگیری و به اجرا درآوردن مهارت‌های تازه.

از یک همکاری بخواهید شما را راهنمایی کند. سری به کتاب‌های معتبر در زمینه فن مذاکره بزنید. در یک سمینار شرکت کنید. حتی یک مشتری متوسط الحال هم اگر رویه صحیحی در حین مذاکره و چانه‌زنی داشته باشد، می‌تواند هزاران دلار طی سالیان زندگی بیاندوزد.

راهنمایی‌های مالیات

۴۱- توقف برای یک شروع صحیح.

یکی از جنبه‌های حاد حضور در عرصه کسب و کار، قطعاً موضوع مالیات است؛ علم آن، تاب آوردن در برابر آن و سخت‌تر از همه پرداخت آن. البته می‌توانید به عنوان یک صاحب کار جهت تخفیف این دشواری‌ها کارهایی انجام بدهید:

۱- نهادهای مختلف مالیاتی را بشناسید. نهادهای مختلف دولتی امکان دارد برای شما مالیات تعیین نمایند. با فعالیت‌های هر یک آشنا شوید.

۲- گزارشات سودمندی را ثبت کنید. گزارشات معتبر، کمک می‌کنند تا از مشکلات آتی اجتناب شود و ایده دقیقی از نحوه اجرای کسب و کار به شما می‌دهند.

۳- مبالغی که مشمول مالیات نمی‌شود کسر کنید. کسر به مفهوم هزینه یا ارزشی از یک بخش است که می‌توانید از درآمد ناخالص، تفریق نمایید تا در نتیجه درآمدی که به آن مالیات تعلق می‌گیرد و میزان کاهش مالیاتی که می‌پردازید، مشخص بشود. ولو اینکه فرد دیگری گزارشات مالیاتی شما را تهیه می‌کند، یاد بگیرید که چه چیزی را در عین اینکه گزارشات موثقی ثبت نموده و بایگانی می‌کنید، کسر می‌کنید.

۴۲- پیش از نوبدی.

برای افزایش مبالغی که به آنها مالیات تعلق نمی‌گیرد، مرحله‌ای را در پیش بگیرید. هر چه این مبالغ بیشتر باشند، میزان مالیاتی که بر درآمد شما تعلق می‌گیرد کمتر خواهد بود. یکی از مؤثرترین طرق افزایش این مبالغ در حیطه داد و ستد با وجه نقد، پرداخت هر چه بیشتر هزینه‌های شغلی شما در طی سال می‌باشد. در حسابداری به روش نقد، کسب درآمد، مشمول مالیات است و هزینه‌ها پرداخت شده شامل مالیات نمی‌شوند. بنابراین با افزایش هزینه‌ها مالیات متعلقه به درآمد کمتر خواهد بود. به این ترتیب ظرف دو ماه آخر سال مالیاتی گزارشات شما تکمیل خواهد بود.

۴۳- در جستجوی موارد قابل قبولی برای کسر شدن از مالیات باشید.

قطعاً فرصت‌های زیادی برای تحلیل میزان مالیات برای کارآفرین وجود دارد. مثلاً اگر از محل سکونت منحصرأ و به‌طور دائم به‌عنوان دفتر کار خانگی استفاده می‌کنید، اگر از خودروی شخصی درموردی که مربوط به کاراست استفاده می‌کنید و اگر سفرهای کاری (و هم‌زمان تفریحی) انجام می‌دهید شاید واجد شرایط برای چنین کسرهایی باشید.

۴۴- راه حلی به نام «خانه».

برای یک صاحب کسب و کار کوچک چند راه کسر کردن از میزان مالیات وجود دارد: چنانچه کسب و کار به‌صورت مالکیت انحصاری یا شرکت با مسئولیت محدود تک‌عضوی باشد، اگر کسب و کار به‌صورت مشارکتی یا چند عضوی طوری که پرداخت مالیات به‌شکل مشارکتی مقرر شده باشد و بالاخره زمانی که صاحب کسب و کار نقش کارمند را نیز داشته باشد.

موضوع بعدی برای واجد شرایط بودن این است که قسمتی از خانه خود را منحصرأ و به‌طور دائم به‌کارتن اختصاص دهید و عامل نهایی این است که دفتر کار خانگی شما مرکز اصلی فعالیت‌های اجرایی شما باشد.

۴۵- دانش مالیاتی خود را بالا ببرید.

هرچند نظام مالیاتی پیچیده است، برای کارآفرین عادی استفاده و بهره‌بردن از آن به‌هیچ وجه دشوار نمی‌باشد.

• مخارج ضروری و معمول قابل قبول کسب و کار خود را برای هر سال مالیاتی با درآمد مشمول مالیات هماهنگ‌کنید.

• هزینه‌ها را به‌درستی میان استفاده شخصی و کاری توزیع کنید، چرا که بخش مخارج شخصی شامل کسب مالیاتی نمی‌شود. درحالی که بخش مربوط به کسب قطعاً مورد توجه قرار می‌گیرد.

• بی تردید به‌دنبال سود می‌باشید پس اگر به‌هر طریقی حساب‌های مالی شرکت سودی را نشان ندهد باید این حقیقت را به‌اثبات برسانید.

• بهبود ارتباطات حرفه‌ای

۴۶- حفظ ارتباط.

به‌منظور حفظ ارتباطات صحیح با بانکداران، شرکاء و تأمین کنندگان رعایت یک‌سری اصول ضروری است.

• برای دادن اطلاعات و بازبینی خلاصه وضعیت کنونی کارتان قرار ملاقات‌هایی بگذارید و در برابر آگاه ساختن آنها خود را مسئول بدانید.

• سهم سرمایه‌های شخصی و ارزش آنها را معین کنید. به وضعیت کاری و وقوف کامل داشته، در محاوره‌های بی‌شائبه بوده واز شکایات نابه‌جا و اغراق در مسائل پرهیز کنید.

۴۷- عرضه و تقاضا

• صراحت داشته باشید. قاطعانه و مؤدبانه با تأمین کنندگان برخورد نمایند تا با واکنش مطلوبی مواجه شوید. به آنها بگویند چه چیزی و دقیقاً در چه زمانی نیاز دارید. اطلاعات جامعی درباره قیمت‌ها بدست آورده و منتظر تحویل مطابق برنامه زمان‌بندی باشید. برای قرار گرفتن در جریان تأخیرهای احتمالی، جایگزینی‌های احتمالی برای کالاها و خطوط تولید، کیفیت محصول، اصلاحات در زمینه تولید یا معرفی تولیدات جدید و صرفه‌جویی‌های احتمالی پیوسته با تأمین کنندگان در تماس باشید.

۴۸- یک نمایندگی معتبر بیمه را بیابید.

بسیاری از کارآفرینان نسنجیده به جستجوی یک نماینده بیمه می‌پردازند. آنها به‌طور تصادفی با یک نمایندگی تماس می‌گیرند اما چنانچه انطباق در مسیری قرار گرفت که با نماینده مذکور به هماهنگی‌هایی رسیدید شاید آخرین فرصت برای سبک سنگین کردن این ارتباط باشد و در غیر این صورت باید به‌دنبال نماینده دیگری بگردید. بر چه مبنایی تشخیص می‌دهید که نماینده شما نیازهایتان را برآورده می‌سازد؟

بپرسید: آیا نماینده شما در حرفه شما خبرگی کافی را دارد؟ آیا اطلاعات او در زمینه بیمه‌های بازگانی به‌روز است؟ در غیر این صورت از تعویض هراسی نکنید. بهترین نمایندگی‌های بیمه سوالات فراوانی پیرامون اداره کسب و کار شما دارند. شما هم برای اینکه آگاهی آنها نسبت به کارتان اطمینان حاصل کنید از پرسیدن دروغ نترسید. مثلاً اینکه: آیا پوشش‌های بیمه‌ای جدیدی ارائه دهید؟ آیا شرکت شما خدمات ارزشیابی نیز تدارک می‌بیند؟ انتخاب شما چه مزیتی برای ما خواهد داشت؟

۴۹- روابط صحیح با بانک‌ها

بانکداران اهمیتی به‌رویاها و پیش‌بینی‌های شما نمی‌دهند، طبیعتاً تنها چیزی که برایشان مهم است تضمین بازپرداخت مبلغ وام می‌باشد، وامی که براساس ضمانت شخصی و پشتوانه مالی اعطا شده است.

پس هرچه بیشتر در جریان کسب و کار شما باشند، برای شما بهتر است. شرایطی ایجاد کنید که به‌طور مرتب گزارشاتی را در اختیارشان بگذارید. به موازات این تماس دائم می‌توانید از توصیه‌هایشان استفاده کنید و شاید از این راه دغدغه‌های مالی شما کاسته شود.

۵۰- تأمین آگاهی و منظور کردن آن در روند تصمیم‌گیری.

بانکار، وکیل و حسابدار هر یک به‌نوبه خود موفقیت کاری شما را تحت‌الشعاع قرار می‌دهند. مهم‌ترین کار شما گسترش ارتباطات با آنهاست، هرچه بیشتر به‌زیر و بم کار شما اشراف داشته باشند و هرچه بیشتر آنها را بشناسید نتیجه‌بهتری حاصل خواهد شد.

با قوام بخشیدن به این ارتباط بلندمدت و تنگاتنگ هر لحظه با دست‌اندازهای مسیر مواجه شوید این افراد به‌یاری شما خواهند آمد.

یک رئیس خیره

۵۱- از آموختن غافل نشوید.

در اکثر شرکت‌ها، آموزش و اطلاع‌رسانی روندی نزولی دارد. طی دهه آینده، شرکت‌هایی موفق خواهند بود که با اقتصادی مبتنی بر دانش روز اداره می‌شوند.

کارآفرینان هوشمند افرادی را به‌کار می‌گیرند که از آخرین مهارت‌ها در زمینه فن‌آوری، فروش، حسابداری و سایر حوزه‌ها بهره‌مند باشند.

چگونه می‌توانید خطمشی که در بردارنده عنصریادگیری باشد خلق نمایید. در مرحله اول، به‌خاطر داشته باشید مدیران باید اذعان کنند که می‌توان از کارمندان در هر رتبه شغلی آموخت. آنگاه یادگیری مداوم را به‌عنوان شرط لازم در روند استخدام افراد مقرر نمایید.

فراموش نکنید راهی وجود ندارد تا شما و مدیرانتان در تمامی حوزه‌های کسب و کار خودتان مهارت پیدا کنید پس ایایی نداشته باشید از اینکه از هر نوع اطلاعات ز هر منبعی ولو از کارمندان پائین دست استفاده کنید.

۵۲- چرا بازشناسی یک ضرورت است.

اکثر کارآفرینان به اهمیت شناخت توانمندی‌های کارمندان توجه نمی‌کنند. سه دلیل برای اینکه چرا شما باید زمانی به بازشناسی نکات مثبت کارمندان اختصاص دهید در اینجا ذکر شده است:



• اگر به کارهای شایسته کارمندان توجه نکنید، ناگهان به خود می‌آید درحالی که زمان زیادی را به نگرانی درباره کارهای نادرست آنها صرف کرده اید، پس راه سهل‌تر این است که به جای اعتراض به هر اشتباه، افراد را از طریق تمجید برای هر کوشش صحیح به سوی اصلاح نحوه عملکرد هدایت نمایید.

• تمجید و شناخت نکات مثبت کارمندان نکته قابل توجهی است. کارمندان برجسته الگوهایی برای انجام کار و الگوهایی برای سایر کارمندان می‌باشند و این امر بی تردید در آنها حس خوبی ایجاد می‌کند، در عین حال برای ماندن در همان سطح تلاش کرده و به سخت کوشی ترغیب می‌شوند.

• تلاش‌های شایسته کارمندان را ببینید و فقط به نتایج بها ندهید. آن زمان که کارمندان هفته‌سختی را پشت سر گذاشتند یک مهمانی کوچک ترتیب بدهید، یادداشت‌های تشکری به آنها بدهید چراکه ستایش از این تلاش‌ها در زمان خودش تأثیر بیشتری دارد تا اینکه در پایان یک عملکرد موفق جایزه‌ای بدهید.

۵۳- با تمام سرعت به جلو.

• صاحبان کسب و کار و مدیران همواره آگاهند که نیازمند حصول به نتایج معتبری در نهایت کار می‌باشند ولی گاه به‌خاطر سپردن این مسئله که هر یک از افراد سازمان چه احتیاجاتی دارند تا راه را برای رسیدن به نتیجه مطلوب هموارتر سازند چندان آسان نیست.

• مطمئن شوید کارمندان اطلاعاتشان را به اشتراک می‌گذارند. در نشست‌های کارکنان توجه مخصوصی به این نکته بنمائید که آیا از مسائل کاری یکدیگر آگاهند یا خیر. مدیری که چنین نشست‌هایی را راهبری می‌کند به سهولت با پرسیدن سوالاتی از کارکنان اطلاعات زیادی به‌دست می‌آورد.

• وقوف نسبت به بازتاب به اشتراک گذاشتن این اطلاعات و دلیل اهمیت آن ضروری است. این امر باعث می‌شود کارکنان به‌جای یک تصویر محدود از وظایف روزانه به یک دیدگاه وسیع از کارشان برسند، و به این ترتیب به معنا و منظور مسیر فعالیت‌ها افزوده می‌شود پس نیروی کار با نگاهی باز به جلو در جهت صحیح گام برخواهد داشت.

۵۴- آیا می‌توان به شما اطمینان کرد؟

روابط درست همیشه برپایه اطمینان شکل گرفته است. اینکه افراد چه می‌گویند مهم نیست چراکه اگر قابل اطمینان نباشند حرفشان ملاک نیست. بنابراین، برای داشتن یک ارتباط صحیح در یک سازمان، باید یقین داشته باشید به آنچه ادعا می‌کنید به راستی عمل می‌کنید.

اگر مدیران عمدتاً به آنچه می‌گویند قصدش را دارند واقعاً جامعه عمل بپوشانند در صورت

اشباه کارکنان راه‌گریزی برایشان می‌گذارند. وقتی جو اعتماد برقرار است، ارتباط مطلوب‌تری پدید می‌آید برعکس اگر اعتماد چندانی وجود نداشته باشد، کارکنان همواره در تردیدند حالا مهم نیست اهداف شما تا چه حد معتبر باشند.

۵۵- به آنها ابراز توجه نمائید.

توصیه‌ها و سیاست‌های ظریفی وجود دارند که با اعمال آنها به مهارت‌های فوق‌العاده‌ای در هدایت کارمندان خود دست می‌یابید. اگر دائماً نشان دهید که به آنها و کاری که انجام می‌دهند توجه دارید، جو اعتماد و صداقت را خلق خواهید نمود.

• قابل رویت باشید - همه در همه جای شرکت حضور یابند و از اینکه در تمام طول روز در دفتر کارتان و از انظار غایب باشید، بپرهیزید. چراکه اگر کارکنان دردمند روز شمارانینند تصور می‌کنند که نادیده‌انگاشته شده‌اند و همین باعث تضعیف روحیه‌شان خواهد شد.

• پیروزی‌ها را جشن بگیرید - اهدافی کوتاه‌مدت و دست‌یافتنی در ظرف هفته یا ماه برای کارمندان‌شان مقرر نمائید و خیلی ساده با آوردن یک و نوشیدنی برای تحلیل از پیروزی‌هایتان گردم بیابید.

• همکاران را به رفاقت ترغیب کنید - تعامل میان کارمندان را از طریق ایجاد فرصت برای به‌اشتراک گذاشتن تقویت کنید. مثلاً فرض کنید یکی از آنها شطرنج‌باز ماهری است و مایل است آن را به سایر افراد علاقمند یاد دهد. پس فرصتی برایشان ایجاد کنید تا از این تأیید متقابل بهره‌گیرند.

• کسب و کارتان را در معرض جنجال‌های رسانه‌ای قرار دهید

۵۶- میزبانی یک رویداد مرتبط با کارتان یا برای کارتان، می‌تواند راهی شگفت‌آور در جهت تبلیغات محسوب شود: رویداد می‌تواند به‌شکل یک مهمانی رسمی، یک مراسم افتتاحیه، سمینار یا حتی حضور یک چهره سرشناس باشد. متعاقب چنین تصمیمی، چالش‌هایی در حوزه روابط عمومی شما پدید می‌آید.

• حتماً بازار موردنظر خود را در جریان این رویداد قرار دهید. اولین آگهی می‌تواند به‌صورت خبری در مطبوعاتی که مطمئن هستید به‌دست بازار موردنظر می‌رسد باشد. در مرحله بعد مثلاً می‌توانید اعلان‌های دستی را با سفارش‌های مشتریان توأم سازید.

• در صورتی که قرار است یک سخن‌گو یا مهمان افتخاری دیگر داشته باشید، صدور یک خبر جداگانه قطعاً ضروری است.

• با دعوتنامه‌های مکتوب از رسانه‌ها وعده بگیرید. درست مانند یک مهمانی از کسانی

که مایل هستید شرکت داشته باشند دعوت کنید. برای رسانه‌ها، مشتریان و مهمانان مهم و حتی دوستان و خانواده دعوتنامه ارسال کنید

• ابزار مطبوعاتی مکانی برای رساندن خبر این گردهمای در اختیار بگیرید، و آنها را نه فقط در اختیار نمایندگان رسانه‌ای، بلکه مهمانان نیز بگذارید. مشتریان و البته مشتریان احتمالی بی‌تردید باید از این اخبار آگاهی یابند.

۵۷- نگارش، راهی برای تبلیغات رایگان است.

یکی از راه‌های مقرون به‌صرفه برای رساندن پیام‌هایتان نوشتن مقاله برای مجلات و ژورنال‌های تجاری، وبسایت‌ها و روزنامه‌هایی است که در دسترس مشتریان شما قرار می‌گیرد. ولو اینکه مهارت بالایی در فن نگارش نداشته باشید، می‌توانید از ویرایشگرانی برای این کار کمک بگیرید. ۴ عامل عمده وجود دارد که مقالات منتشر شده شما را به ابزاری نیرومند در جهت ارتقاء سطح کیریتان بدل می‌سازد:

• شما به‌عنوان یک متخصص در رشته‌تان قلمداد خواهید شد

• از طریق شخص ثالث (نشریه مزبور) تأیید می‌شود

• مقاله شما تبدیل به ابزاری برای بازاریابی می‌شود طوری که پس از انقضاء تاریخ مصرف مجله همچنان معتبر باقی می‌ماند

• منجر به بروز فرصت‌هایی در حوزه روابط عمومی می‌شود (مصاحبه)

۵۸- برای مصاحبه آماده شوید.

کلید موفقیت در مصاحبه این است که شرایط ذهنی لازم را در خود ایجاد نمائید. از آنجا که انگیزه اصلی مصاحبه‌کنندگان غالباً کسب اطلاعات یا تهیه برنامه‌ای است که خوانندگان، بینندگان یا شنوندگان علاقه دارند، وظیفه شماست تا محتوای مربوط را طوری که هر دو منظور را برآورده سازد ترتیب دهد. برای اطمینان از اینکه از هدف اصلی شرکت دور نمی‌شوید، خط‌مشی را برای روابط عمومی ایجاد کنید که هم خودتان و هم سایر همکاران با تکیه بر آن مصاحبه‌ها را انجام دهند.

۵۹- ارتباط با مطبوعات.

همیشه با تهیه یک فهرست از مطبوعات کار را شروع کنید. این فهرست حاوی مطبوعاتی است که در دسترس مخاطبین پرشماری قرار می‌گیرند و به‌عنوان مأخذهای معتبری به آنها مراجعه می‌شود. آنگاه رسانه‌های مختلفی از این فهرست را برای دست‌یابی به طبقات مختلف برگزینید.

پیش از آنکه درباره نوع اطلاعاتی که

می‌خواهید ارسال نمائید، تصمیمی بگیرید ابتدا نسخه‌هایی از هر کدام را مطالعه کنید تا دریابید چه نوع اطلاعاتی به خوانندگان هریک ارتباط پیدا می‌کند. برای حفظ اخبارتان در میان صدها یا هزاران خبری که هر هفته بدست سردبیران می‌رسد، زمانی بگذارید تا نام آن سردبیر خاص، خبرنگار یا ژورنالیست را بفهمید

۶۰- چرا مطبوعات.

این یک حقیقت بی‌چون و چرست است که قابلیت دیدن یک شرکت، با تبلیغات موثر افزایش خواهد یافت. از این گذشته کار تبلیغات، رساندن اخبار شما به همه دنیا است، و برترین ابزاری که با آن می‌توانید به این مهم دست یابید مطبوعات می‌باشند.

به کسب و کارتان سر و سامان دهید

۶۱- دیگران را به نظم تشویق کنید. شاید بتوانید فوراً به وضعیت خود سر و سامان بدهید اما درباره سرکاری کاری یا هم‌صنف‌های تجاری خود چه می‌کنید؟ مهم نیست که شما تا چه حد نظم و ترتیب دارید چون بی‌نظمی دیگران می‌تواند روی کار شما تاثیرگذار باشد. توصیه‌های زیر را به کار ببندید تا به اطرافیان‌تان در این راه مساعدت کرده باشید:

- از قوای مثبت کمک‌گیری بهره‌گیری: به جای معطوف داشتن توجه بر بی‌نظمی‌های دیگران زمانی که در جهت نظم گرفتن تلاش می‌کنند، آنها را تحسین کنید. آنها خودشان بر بی‌نظمی‌شان واقف هستند پس نیازی به انتقاد شما نیست.

- صبور باشید و بپذیرید که هر کس به فراخور استطاعتش نظم می‌گیرد؛ به خاطر داشته باشید که اگر شخصی عادت بدش را کنار می‌گذارد، خلاقیتش رو به فزونی خواهد گذاشت. به او فرصت دهید تا تغییرات را در خود ایجاد کند پس او را به هر نحو ممکن تشویق کنید

- سرمشق باشید: نمی‌توانید توقع داشته باشید کسی به صحبت‌های شما در باب ستایش نظم گوش بسپارد مادامی که خودتان شخص بی‌نظمی هستید. اگر از بی‌نظمی به سوی نظم تغییر رویه بدهید همین برایشان آموزنده است.

۶۲- حرکت تدریجی

بهترین روش برای اجرای برنامه سازمان‌دهی حرکت تدریجی است. توصیه‌های زیر را دنبال کنید تا در این فرایند گام‌ها کوتاه‌تر شود:

- حوزه‌های اصلی که

باید در آن‌ها نظم و ترتیب ایجاد شود را مشخص نموده و آنها را به صورت یک برنامه روزانه فهرست نمایید

- این حوزه‌ها را به بخش‌های کوچکتر تبدیل نموده و آنها را نیز فهرست کنید. البته تا آن حد کوچکشان کنید که قابل اداره کردن باشند نه آنقدر که کم‌اهمیت جلوه کنند.

- برای هر بخش یک ضرب‌العجل منطقی تعیین کنید

- زمانی که هر بخش و به دنبال آن حوزه‌های مختلف سازماندهی شده، آنها را از فهرست خود پاک نمایید.

- از سرگردان شدن در حوزه‌های گوناگون بپرهیزید چون با تمرکز بر یک حوزه بیشتر امکان موفقیت در آن را دارید.

۶۳- قفسه‌های خود را خانه تکانی کنید.

اگر انبوهی از کاغذ اطرافتان را فرا گرفته و قفسه‌هایتان پر از لوازم بی‌استفاده و درهم‌ریخته است، زمان خانه تکانی فرا رسیده است. اما از کجا آغاز می‌کنید؟ با دنبال کردن مراحل زیر به دفترتان نظم و ترتیب بدهید:

- خارج کردن. در هر شرایطی باشید نخستین گام خارج کردن همه چیز است.

- دسته‌بندی کردن. پس از خارج کردن، اقلام مشابه را دسته‌بندی کنید. با این کار متوجه می‌شوید مثلاً ۸۷ خودکار و ۸۳۲ گیره کاغذ دارید که شاید بیش از مقدار نیازتان است.

- حذف کردن. اقلام خراب و بی‌مصرف را دور بریزید.

- طبقه‌بندی کردن. در رنگ کنید. هم‌اکنون اگر همه لوازم را به همان صورت در جاییشان بگذارید خیلی زود باز هم درهم می‌ریزند. پس هر گروه را طبقه‌بندی نموده و جدا کنید. در صورتی که هر یک را در جعبه یا جداکننده مشخص قرار دهید. منظم باقی خواهد ماند.

- تعیین کردن. جعبه‌ها بی‌قاعده در قفسه‌ها جا ندهید بلکه محل مشخصی را برای هر یک مقرر نمایید.

۶۴- همه چیز را روی کاغذ بیاورید. کارشناسان پیشنهاد می‌کنند که کارآفرینان دو فهرست از آنچه باید انجام دهند تهیه کنند. فهرست اصلی حداکثر سه قلم از اهداف بلند مدت را دربرگیرند، مثلاً «رشد فروش» یا «دستیابی به مشتریان جدید». فهرست دوم شامل فعالیت‌های روزمره‌ای که کام می‌دهد، کارهایی که هر یکجا و نه لزوماً در محل کار می‌توانید انجام دهید.

فهرست‌هایتان را نگاهشده و موضوعات را طبقه‌بندی کنید در حالی که هر یک را به عنوان یک برنامه نامگذاری نموده‌اید: تماس‌های تلفنی، ماموریت‌ها، موضوعات دستور کار، کارهایی که با کامپیوتر انجام می‌دهید، کارهایی که هر یکجا و نه لزوماً در محل کار می‌توانید انجام دهید.

مرتبا موضوعات فهرست خود را مرور کنید تا ببینید به درستی صورت برداری شده‌اند.

پیش از آغاز روز و هفته، روی فهرست کار کنید. فراموش نکنید روی هر موردی که به انجام رسیده، خط بکشید. کنترل دائمی فهرست نه تنها فعالیت‌ها را سازماندهی می‌کند، بلکه به طور دقیق نشان می‌دهد تا چه حد در پیشبرد کارها موفق بوده‌اید.

۶۵- همه چیز را در کنترل خود بگیرید. برای فعالیت با بهره‌وری و کارایی بالا، شما نیازمند خلق یک فضای کاری هستید که پشتیبان شما باشد. کنترل زندگی کاری خود را با دنبال نمودن مراحل زیر بازیابید.

۱- تصویری از یک فضای منظم کاری در ذهن خود بیافرینید. با استفاده از فضای موجود دفتر کارتان، خطوط کلی یک‌پیکربندی ایده‌آل دفتر خود را روی کاغذ بکشید. به خاطر داشته باشید فضایی برای پروژه‌های قدیمی، قراردادهای مالی و اطلاعات مشتریان را منظور نمایید.

۲- همین حالا روزی را برای سازماندهی در نظر بگیرید. شما هرگز برای این کار وقت نخواهید داشت مگر اینکه وقتی را در تقویم خود برای آن تعیین کنید

۳- به فکر لغو اشتراک باشید. مجلات و روزنامه‌هایی که هرگز نخوانده‌اید را دور بریزید. تمام اشتراک‌های ناخواسته را لغو کنید و تمامی آدرس‌های پستی که در برنامه‌ریزی به شما کمک نمی‌کند را حذف نمایید.

۴- یک پوشه جدید برای برنامه‌تان ایجاد کنید. بی‌شک یک برنامه تازه باعث یک به هم ریختگی موقت می‌شود. پس یک پوشه قابل بسط ایجاد کنید همه اطلاعات برنامه تازه، پیش‌نویس و سایر اوراق مربوطه را در خود جای دهید.

۵- بعد از هر تعطیلی یک روز را به جمع بندی اختصاص بدهید. برای سازماندهی به افکار، برنامه‌ها و اولویت‌هایتان یک روز به تعطیلاتتان اضافه کنید. وجود این روز امکان نظم و ترتیب دادن به کارهای نوشتنی، پرداخت صورتحساب‌های عقب افتاده و پاسخگویی به نامه‌های مشتریان را فراهم می‌کند.

مهارت‌های فروش خود را ارتقاء ببخشید

۶۶- مهارت‌هایتان را جلا ببخشید.

هیچ کارآفرین موفق وجود ندارد که افت بازار را تجربه نکرده باشد. اگر حس می‌کنید در سراسیمگی کسادی قرار دارید، چهار پیشنهاد زیر را دنبال کنید:

- با مشتریان رضایتمند تماس بگیرید. راه‌های بیشتری برای برآورده ساختن نیازهای این مشتریان پیدا کنید. از مشکلات و چالش‌های جدیدشان مطلع شده و با راه حل‌های تازه به سراغشان بروید.

- به روی حساب‌های سهل الوصول تمرکز داشته باشید. چرخه‌های گوناگون فروش که برخی از آنها چند سالی وقت می‌گیرند به حساب‌های مختلف نقدینگی وارد می‌کنند. گاه لازم است برای جبران عقب‌ماندگی بر چرخه‌های کوتاه مدت که بلافاصله نقدینگی را وارد حساب شما می‌کنند تمرکز کنید.

- کماکان در جریان اخبار جهان و کسب و کار و نحوه اثرگذاری این رویدادها بر مشتریان باشید. در جستجوی ماخذهایی باشید که به شما ایده‌های تازه‌ای برای تصفیه و تنظیم فعالیت‌ها و هدف‌گیری موثر مشتریانانتان می‌دهد. مطالبی را بخوانید که به شما در راه سخن گفتن به زبان مشتریانانتان کمک می‌کند. بیشتر در مورد روش‌های

سازیرین برای رشد کسب و کارشان مطلع شوید. - در خصوص شرکتی که اداره می‌کنید مشکل پسند باشید. اگر بقیه کسانی که در حول و حوش شما هستند نیز در کسادی به سر می‌برند بی‌تردید به روی هم اثر منفی می‌گذارد. سعی کنید در محیطی قرار بگیرید که افراد موفق آن را احاطه کرده‌اند و تا زمانی که وضعیت شما رو به راه شود به جریان حرکت آنها ملحق شوید.

۶۷- خود را محک بنزید. اگر متوجه نشوید کجا قدم اشتباه برداشته و کجا درست عمل کرده‌اید چطور می‌توانید ترقی کنید؟ همیشه جویای بازخورد باشید. اگر مایلید فروش یا روابط با مشتریان را بهبود ببخشید، از خودشان پرسید برای حفظ و توسعه کسب و کار چه کاری باید انجام دهید. پرسیدن نظر مشتری در عین اینکه ابزار آگاهی‌دهنده فوق‌العاده به شمار می‌رود، راه مناسبی برای نشان دادن توجه و تمایل شما به حل مشکلات مشتریان می‌باشد. جویا شدن بازخورد همچنین باعث حفظ ارتباط با مشتری خواهد شد. هر چند که مشتریان ناراضی همیشه شکایت نمی‌کنند ولی ندرتاً برای بار دوم از شما خرید خواهند نمود.

۶۸- شنونده باشید. یکی از مهمترین نکات برای اینکه فروشنده بهتری باشید این است که شنونده خوبی باشید. شما لازم است حداقل ۵۰٪ از مواقع شنونده باشید.

با برداشتن یادداشت، ملاحظه دقیق زبان اشاره ی خریدار احتمالی و خودداری از نتیجه‌گیری پیش از موعد و تمرکز بر سخنان مشتری، مهارت‌های شنیدنی خود را تقویت نمایید. دقت کنید چقدر صحبت می‌کنید و هرگاه دو برابر مشتری خود صحبت کردید بدانید وقت عقب نشینی و گوش سپردن است.

۶۹- اشتباهات پند بگیرید. هر چند راهی برای پرهیز قطعی از اشتباهات وجود ندارد، ولی به طرق متعددی نیز می‌توان از بسیاری اشتباهات اجتناب نمود.

- غرورتان را کنار بگذارید. وقتی کارها مطابق میل‌تان پیش نمی‌رود، خشمگین شدن یا ناامید شدن بسیار آسان است، گاهی هم می‌توانید تقصیر را به گردن شخص دیگری بیندازید اما فقط و فقط یک راه برای یافتن مشکل موجود است - سوال از مشتری. به دقت به گفتنی‌هایشان گوش دهید و ببینید آیا راهی برای جبران وجود دارد یا خیر.

- از شکست برای ساختن موفقیت آتی استفاده کنید. اجازه دهید تا خطاهای شما انگیزه‌ای برای بهبود بعدی کارتان بشود. شما تلاش و زمان قابل توجهی صرف کرده‌اید. پس اگر درس نگیرید، همه آن‌ها به هدر رفته است.

- رویکردی اثرگذار را پیش بگیرید. هر مطلبی را که درباره حرفه، صنعت، محصولات و خدماتتان می‌توانید مطالعه کنید با افرادی که مهارت‌ها و استعدادهای ویژه‌ای دارند ملاقات نموده و اطلاعات را با آنها به اشتراک بگذارید. منظم نگاه داشتن ذهن باعث برطرف شدن اشتباهات آتی خواهد شد.

۷۰- چه کارهایی نباید صورت پذیرد. برای فروش هوشمندانه‌تر، لازم است هر آنچه وقت خودتان و مشتریان را به هدر می‌دهد حذف نمایید: پس سعی کنید دور و بر اموری که باعث اتلاف وقت هستند نگرید.

- سر و کار داشتن با افرادی که تصمیمات خرید را برعهده ندارد. یقین حاصل کنید فردی که طرف صحبت شما قرار می‌گیرد اختیار تصمیم‌گیری را دارد

و اصلاً از تماس گرفتن با مدیران شرکت مورد نظر پائی نداشته باشید.

- کارکردن بدون یک فهرست اولویت بندی شده: فهرست ۱۰ حساب برتر از میان بزرگترین حسابها و ۱۰ مشتری برتر از میان برجستهترین مشتریان احتمالی تهیه کنید. هر روز به آن نگاه کنید به این ترتیب توجهتان طوری بر آن معطوف می شود که می توانید تمامی انرژی خود را برای گرفتن مطلوبترین بازده به آن اختصاص دهید.

- تکیه کردن بر فناوری بیش از روابط: فروشها حاصل روابط هستند، و این روابط به ندرت از طریق صفحه کامپیوتر تحقق می یابند. به خاطر داشته باشید ایمیلها برای رد و بدل کردن اطلاعات بسیار مهم محسوب می شوند اما هرگز جای ارتباطات مستقیم رانمی گیرند.

۱. Body language

۷۱- آمادگی برای بحران.

در صورت بروز شرایط اضطراری و حوادث غیر مترقبه نظیر سیل و زلزله و آتش سوزی سر پا ماندن حتی برای شرکت های بزرگ نیز دشوار می گردد. پس چاردر بحران باید به یاد مشتریان و اسناد مهم بیافتمیم ؟ چرا از هینک برای چنین پیشامدهایی برنامه ریزی نکنیم؟

به چهار توصیه ی زیر توجه کنید :

- برخورداری از بیمه ی تخلیق شغلی و بازسازی بی تردید سیاست های مناسبی هستند . گرچه ممکن است بیمه حوادث گزاف باشد لیکن جدا ارزش دارد .

- حتماً از تمامی اطلاعات مهم ، یک فایل پشتیبان تهیه کرده و آن ها را در محلی امن نگاهداری کنید و هرچند وقت یکبار آن ها را کنترل نمایید .

- از مدارکی نظیر قراردادهای مشتری ، اطلاعات کارمندان و مدارک حقوقی نیز کپی هایی تهیه کرده و در همان محل قرار دهید .

- یقین حاصل نمایید که تمامی فروشندهگان نیز به نوبه ی خود برای حوادث برنامه ریزیکرده اند ، واضح است نمی خواهید به خاطر کوتاهی آنان متضرر شوید .

۷۲- آرامش خاطر

بهتر است بدون پوشش بیمه ای هیچ کسب و کاری را آغاز نکنید چون درست به منزله ی این است که بدون گواهینامه رانندگی کنید . حال این پرسش مطرح می شود که قدم اول چیست یعنی از کجا و چگونه باید آغاز کرد ؟

برای اینکه کسب و کار شما از یک صحیح و کارآمد برخوردار گردد ، مراحل زیر را دنبال کنید :

- یک آژانس پیدا کنید . برای هر صاحب کسب کار جدید ، تعیین یک آژانس برای مساعدت جهت تشخیص بیمه ی معتبر با قیمت مناسب در الویت قرار دارد .

- انواع بیمه ؛ پس از انتخاب آژانس جهت تعیین نوع بیمه ای که نیاز دارید ، با بیمه گر نسبتی ترتیب دهید .

- گزینه هایان را بررسی نموده ؛ مانند هر تصمیم خرید ، گزینه های خود را با میزان تعهدات ، پوشش بیمه مورد نظر بسنجید .

در آخر قواعد کلی زیر را مدنظر داشته باشید :

۱- خرید یک بیمه نامه ی ترکیبی که شامل پوشش ملکی و دیون است و از لحاظ هزینه به نفعتان خواهد بود .

۲- در یک کسب و کار کوچک به دنبال بیمه ای باشید که طیف کاملی از موارد را پوشش دهد چراکه ارزان تر از خرید بیمه از چندین کشور مختلف خواهد بود .

۳- اگر انجمن های مرتبط با حرفه ی شما امکاناتی برای پوشش بیمه ای به گروه ها ارائه می دهند حتماً از آن ها استفاده نمایید چرا که سهم پرداختی شما کمتر خواهد بود .

۷۳- چرا نمی توانیم رفیق باشیم ؟

چنانچه اخیراً یکی از کارمندانان کارش را ترک کرده باشد و احتمال این برود که به دنبال آن از مشتریانتان کاسته شود ، لزوم عقد یک توافقنامه با کارمندان کاملاً احساس می شود . اما این توافقنامه چیست ، به چه کار می آید و چه کسانی باید آن را امضا کنند . . .

این قرارداد یک توافقنامه رسمی میان شما و کارمندانان محسوب میشود که به هیچ عنوان از اطلاعات یا ارتباطات مربوط به کسب و کار شما استفاده نمایند .

ضرورت امضای این توافقنامه شامل حال چه کسانی می شود ؟ کارمندان از رتبه ی اجرایی ، مدیریت ، سرپرستی تا پرسنل عادی همه وهمه ملزم به امضای توافقنامه خواهند بود :

- کارمندان بخش پژوهش یا توسعه ی

محصول

- کارمندان بخش طراحی ، ساخت ،

مهندسی و فرآیند تولید

- کارمندان بخش خدمات

برای محصولات

ساخته

یا

یک شرکت براساس دارائی هایی چون مالکیت فکری ، اسرار حرفه ای ، فرمول قیمت گذاری ، فهرست مشتریان ، طرح های کسب و کار و دستور العمل ها در دنیایی پر از رقبا ، پایه ریزی می شود .

در این جا پنج طریقه جهت حفظ طرح ها ، برنامه ها و ایده ها یی که کسب و کارتان را منحصر به فرد می سازد ، مطرح گردیده است :

• حق انحصاری ، حق چاپ و علامت تجاری - که مربوط به ثبت حقوقی می باشند و مالکیت شما سندیت بیشتری می بخشد و نیز ضامن مالکیت شما هستند . در این امور حتماً از مشاوره ی وکیل بهره ببرید .

• قرارداد عدم افشاء - طبق یان مدارک ، یک طرف ، متعهد به حفظ سوابق و اطلاعات سری شده طوری که این موضوعات سهواً در دسترس طرف قرار نگیرد . در این جا هم مساعدت یک وکیل سودمند واقع می شود .

• قرارداد اشتغال - این قرارداد تصریح

می کند که تمام دارائی های شرکت اختصاصی بوده و افشای غیر

مسئولانه

ی

۷۴- نسل دیروز .

این گروه عموماً سنین بالای ۶۰ را در بر می گیرند . بسیاری از خانواده ها به دنبال مراکز برای خدمات رسانی به بازنشستگان و از کار افتادگان فامیل هستند و بالطبع نیاز به محصولات و خدماتی نظیر مراکز مراقبت های روزانه گرفته تا خدماتی نظیر مراقبت در خانه ، مصاحبت ، خدمات پزشکی ، آرایشگاهی ، تفریحی و غیره می توانند ایده های خوبی برای کار باشند .

۸۰- زنان .

بازاریابان هرنوع محصول یا خدمات ، به سهولت قادرند روش هایی را اتخاذ نمایند تا نظر زنان را جلب نموده یا با برآوردن خواسته هایشان در این بازار گسترده نفوذ کنند . برای حصول اطمینان از نفوذ در این بازار به نکات زیر توجه کنید :

- مشروط به شناخت سلاطین و نیازهای زنان می توان طوری جلب نظر آنان را نمود که با برداشتن اولین قدم ها گویی الباقی راه هموار است ، صاحبان زبک کسب و کار از این نکته به نفع خود بهره برداری شایانی می کنند .

- عموماً زنان چنان درگیر امور خانواده اند که مجال برای بررسی و تعمق در هر تصمیم خرید را ندارند . ارائه ی گزینه های هوشمندانه و به موقع به آنان سبب می گردد تا به راحتی در بازارشان نفوذ کنید .

- خواه خرید زنان برای خودشان باشد و خواه برای کسب و کاری که دارند ، اصولاً تصمیم نهایی خرید آنها بر پایه ی داده های آماری و کمی است ، بنابراین تقویت این گونه ارتباطات بدون تردید سودمند خواهد بود .

توازن میان زندگی و مشغله های کاری

۸۱- آرام بگیرید .

متاسفانه ، ساختن و توفیق کسب و کار آسان به دست نمی آید . انتخاب های دشواری بر سر راه است ، به میلیون ها مسئله کوچک باید پرداخت و دائم در استرس قرار داشت ، پس اگر در بحران هستید قبل از هر کار نفس عمیقی بکشید و برای کاستن از فشار روحی نکات را اجرا نمایید :



فروخته شده توسط شرکت شما

- کارمندان فروش یا خدمات که ارتباط دائمی با مشتریان دارند

- کارمندانانی که به اطلاعات حساس و محرمانه دسترسی دارند

- از همه مهمتر ، کارمندان که آنقدر اطلاعات از کسب و کار شما دارند که می توانند کسب و کار رقیبی در برابر شما به وجود آورند

۷۴- همه چیز را مکتوب کنید .

اگر داد و ستد می کنید ، چه فروشنده باشید چه خریدار ، تنظیم قرار داد لازم است . عناصر اولیه ی یک قرارداد تجاری شامل موارد زیر است :

- طرفین قرارداد؛ یا به عبارت دیگر نام طرفین قرارداد و ذکر عنوان فروشنده یا خریدار .

- آنچه طرفین قرارداد کسب می کنند .

- شرایط اصلی قرارداد؛ تعهدات طرفین .

- توافق اجرا؛ تاریخ عقد توافقنامه .

- تحویل ؛ هر دو طرف یک کپی امضا شده ی نهایی را داشته باشند .

۷۵- آینده نگری ارزشمند است .

فهرست مفصلی از اهدافتان بنویسید
اهداف اصلی را به اهداف کوچک و دست یافتنی تر
تجزیه نموده و این اهداف کوچک را نیز به گام‌هایی
که فوراً می‌توان برداشت تجزیه کنید.

هر لحظه به خاطر داشته باشید غایت کار خرسندی
شماست
در عوض توقف در لحظه ناامیدی، بهترین عملکرد را
برگزینید و به آن اقدام کنید.

عملکردهایتان را ارزیابی نموده و از آن‌ها پند بگیرید
در پایان هر روز کاری به خاطر آنچه به انجام رسانده‌اید
به خود تبریک بگویید و اگر موفق نبوده‌اید در رفع
کاستی‌ها بکوشید.

باور کنید نیازی نیست همه بار را به تنهایی به دوش
بکشید

به همان اندازه که کسب و کار شما ترقی می‌کند،
بسیاری از امور، روالی عادی به خود می‌گیرند و طبیعتاً
می‌توان آن‌ها را به دیگران سپرد. فهرستی از این امور
را تهیه نموده و به اشخاص واجد شرایط محول نمایید
تا بهتر بتوانید بر توسعه کارتان تمرکز نمایید.

۸۲- به گردش‌های خارج از شهر بروید.
هر کس به استراحت نیاز دارد، حتی
کارآفرینان. اما در صورتی که نمی‌توانید

به سفرهای طولانی بروید حداقل
استراحت‌های کوتاه مدت را در
برنامه خود بگنجانید. در خلال
سفرهای کوتاه مدت ذهن خود را

کاملاً از مسائل کاری آزاد کنید.
برای حداکثر بهره‌گیری از
تعطیلات به نکات زیر توجه
کنید

- از کم مشغله‌ترین فصول کاری
حتماً برای تعطیلات استفاده کنید.
- برای سفرهای کوتاه مدت
سه روز آخر هفته را در نظر
بگیرید

- فعالیت‌های مفرح و
جدید را در نزدیکی محل
سکونت خود بیابید.

- تلفن همراه خود را
خاموش نموده و کامپیوتر
خود را رها کنید.

- اگر ناگزیر به کار هستید آن را
به فقط یک ساعت در روز محدود
نمایید

۸۳- دفتر کار خانگی
برای کارآفرینانی که دفاتر خانگی دارند
تمایز میان زندگی خانوادگی و زندگی شغلی
اندکی پیچیده‌تر است چرا که کارشان
در خانه انجام می‌شود. برای حفظ و ثبات
زندگی خانوادگی در برابر هجوم زندگی شغلی
توجه به نکات زیر ضروری به نظر می‌رسد:

- کاملاً فضای کاری خود را از سایر بخش‌های محل
مسکونی مجزا نمایید.

- ساعات مشخصی را برای کار کردن تعیین کنید.
- برای جلوگیری از تداخل امور، یاد بگیرید چگونه در
زمانه کار باید «نه» بگویید.

- یک خط تلفن جداگانه به کارتان اختصاص دهید.
- یک ورودی جدا از خارج به دفتر کار خود قرار
بدهید

۸۴- به ساعت نگاه کنید.
به نظر می‌رسد هرگز وقت کافی ندارید. پس اگر نه

می‌توانید حرکت زمان را کندتر کنید و نه به تعداد
ساعت‌ها بیافزایید از همین زمانی که دارید حداکثر
بهره را ببرید.

- همین امروز برای فردا برنامه ریزی کنید.
در پایان هر روز کاری، کاغذی بردارید و هر آنچه
را لازم است برای فردا انجام دهید به ترتیب الویت
بنویسید به این ترتیب فردا صبح ناچار نیستید برای
برنامه ریزی وقت صرف کنید.

- یاد بگیرید برنامه‌ها را دسته‌بندی نمایید.
تمامی فعالیت‌های روزانه شما می‌تواند به سه طبقه
بندی تجزیه شود. فهرست «الف» شامل: کارهای نو
و مربوط به آینده، فهرست «ب» شامل: بارقاء و بسط
امور جاری و فهرست «ج» شامل: نوشتن گزارش‌ها،
درخواست‌ها، نامه‌های پیگیری و تشکر می‌باشند.

- زمان‌هایی که در حرکت
هستید را

اداره بپردازید، گاه برای نهار به خارج از محل کار بروید،
چه سازمانی که فضای شما عوض شود، ایده‌های
تازه‌تری به ذهنتان خطور کند.

۸۵- یک خانواده شاد.
در بهترین و ایده آل ترین شرایط به هر حال کسب
و کار شما همچنان روی زندگی خانوادگی‌تان اثرگذار
است. برای هم آهنگ نمودن این دو بخش زندگی
موارد زیر را در نظر داشته باشید:

- در مسئولیت‌های خانوادگی شراکت کنید.
به همراه همسران به دنبال راه‌هایی برای سهیم شدن
در مسئولیت‌های خانه باشید، اموری مثل نگهداری از
اطفال، آشپزی و نظارت، آنگاه اگر ظرفیت هر دوی
شما تکمیل شد آیا خواهر، برادر، پدر بزرگ، مادر بزرگ
یا فردی وجود دارد که شما را مساعدت کند؟

- سعی کنید نقش قهرمان را بازی کنید یا همه امور را
به تنهایی به دوش بکشید.

از خودتان بپرسید آیا همسرم
تمام توانش را به کار
می‌برد؟ بچه‌ها
همکار ی
می‌کنند؟
سعی

۱- اگر کسب و کاری در زمینه مواد غذایی دارید غذای
اضافه برای افراد بی خانمان را همواره در نظر داشته
باشید

۲- اگر در زمینه موسیقی فعالیت می‌کنید، کنسرت‌های
رایگانی مثلاً برای خانه‌های سالمندان ترتیب دهید.

۳- اگر کسب و کار شما به گونه ای است که
مهارت‌های فنی نظیر لوله‌کشی، برق کاری، ساخت
و ساز و غیره را دربردارد با ارائه این مهارت‌ها به
خانواده‌های بی بضاعت یا آژانس‌های غیرانتفاعی
محلی، فرصت مناسبی برای بهبود وضعیت شهر و
جامعه دارید.

۴- اگر کار شما در ارتباط با امور مالی است حتماً
برنامه‌های مشاوره را سمینار در مراکز مختلف در
مباحث بودجه بندی یا مدیریت مالی ارائه دهید.

۵- چنانچه خدمات دندانپزشکی / دندانسازی، پرداخت
مالیات یا وکالت عرضه می‌نمایید، بخشی از وقت خود
را به طور رایگان به کسانی که استطاعت مالی ندارند
اختصاص دهید.

۶- اگر سرویس‌های شغلی نظیر بازاریابی، روابط
عمومی، مالی، طراحی وب، فناوری اطلاعات (IT) و
غیره دارید، تخصص خود را به آژانس‌های غیرانتفاعی
ارائه دهید.

۷- چگونه خود را مطرح کنید.
۱- در مراسم افتتاحیه مختلف شرکت کنید.
۲- به عنوان یک تجربه زنده به دانش آموزان
دبیرستانی و دانشجویان امکان بازدید از محل کارتان
بدهید.

۳- برای سالمندان و افراد بی بضاعت از لحاظ مالی یا
غذایی کمک‌هایی فراهم نمایید.
۴- میزبانی برای برنامه‌های خیریه مثلاً اهدای خون
به هلال احمر را عهده‌دار شوید.

۵- در معرفی هر تعداد جنبش اجتماعی مفید و معتبر
که می‌توانید مساعدت کنید.

۶- با یک گروه محلی طرفدار محیط زیست جهت
تمیز کردن حوزه طبیعی اطراف خود همکاری کنید.

۷- از گروه‌های ورزشی حمایت کنید.
۸- برای جلب نظرها به سوی پژوهش در رابطه با
بیماری‌های خاص برنامه‌های راهبردی، دوچرخه
سواری و یا دوی استقامت ترتیب دهید.

۹- برنامه‌های آموزشی برای جوانان بپردازید.
۱۰- چرا باید مصلح باشید؟

ماهیت کسب و کارهای کوچک ایجاد می‌کند که
بیشتر متکی بر اجتماعات محلی باشند تا بر شرکت‌های
بزرگ. طبعاً شما نیز بدون درگیر شدن در یک اجتماع
داشته باشید.

۱۱- اگر شما انرژی کافی نداشته باشید، فنون مدیریت
زمان راهکارهای موثری برایتان فراهم نخواهند کرد.
پس دقایقی به راه رفتن در دفتر کار یا اطراف ساختمان

غنی‌ت‌بشمارید.
یکی از ارزشمندترین ابزار
مدیریت زمان دستگاه ضبط صوت است. شما
می‌توانید در حین رانندگی صحبت نموده و نکات مهم
و آنچه باید به خاطر داشته باشید را ضبط نمایید. ابزار
بعدی کارآمد در این موارد تلفن همراه شماست، به این
ترتیب می‌توانید پاسخگوی تماس‌های تلفنی باشید.
- به خود استراحت بدهید.

۱۲- اگر شما انرژی کافی نداشته باشید، فنون مدیریت
زمان راهکارهای موثری برایتان فراهم نخواهند کرد.
پس دقایقی به راه رفتن در دفتر کار یا اطراف ساختمان

۱۳- اگر شما انرژی کافی نداشته باشید، فنون مدیریت
زمان راهکارهای موثری برایتان فراهم نخواهند کرد.
پس دقایقی به راه رفتن در دفتر کار یا اطراف ساختمان



کنید
به
هر کس
مسئولیتی واگذار
نمایید

- از فناوری بهره ببرید.
همواره از طریق تلفن همراه، پیچر
(Pager)، پست الکترونیکی و
فاکس در دسترس باشید تا
هرگاه در منزل اتفاقی افتاد به
سهولت خود را برسانید.

- مراقب باشید تا از یا نیافتید.
با این شعار زندگی کنید که: «گر از
خودم مراقبت نکنم، توانایی مراقبت از
دیگران را هرگز نخواهم داشت.»

با اجتماع خود در ارتباط باشید
۸۶- کارمندان را به شرکت در امور اجتماع تشویق
کنید

بخش بزرگ دغدغه اجتماع برای کارآفرین آزادی
دادن به کارمندان جهت انجام کارهای خیریه نیز
می‌باشد. یک راه ساده دادن مرخصی با حقوق برای
کار داوطلبانه می‌باشد گویی کارمندان به اجتماع خود
ادای دین کرده‌اند. خواه ۸ ساعت و خواه ۴۰ ساعت
در سال مهم این است که این عمل شما حس نوع
دوستی را در آنها تقویت خواهد کرد.

۸۷- شهری بسازید که مردم آرزوی زندگی در آن را
داشته باشند.

امکان کامیابی ندارید. این قبیل ارتباطات نه فقط برای کسب و کار و اجتماع مذکور که نهایتاً برای خود شما سودمند محسوب می‌شود. شرط لازم جهت افزایش رضایت شغلی و بهره‌مندی از اجتماع محل‌تان باید شهروندی با روابطی مبتنی بر تعاون باشید. مزایایی که چنین دیدگاهی برای شما به ارمغان می‌آورد، عبارتند از:

۱- همین که بتوانید واقعا وارد عرصه‌های خدمات اجتماعی شوید، عرصه‌هایی که هم خود و هم شرکت شما در آن فعال خواهند بود، به نوعی رضایت فردی دست یافته‌اید.

۲- با صاحب نظران و صاحبان مشاغل مواجه شده و شانس آشنایی بی واسطه و عمدتاً فارغ از شخصیت شغلی با آنها را دارید. این چنین تقابلی مسرت بخش است و به طبع شبکه تماس‌های کاری شما را بسط می‌دهد.

۳- از این که به واسطه کارتان بیش از حد تک بعدی باشید خواه ناخواه اجتناب می‌نمایید. پس به این ترتیب چنانچه برای پرداختن به مسائل اجتماع تاکنون وقت کافی نداشته‌اید، گنجاندن چنین فرصتی در برنامه زندگی‌تان ضروری به نظر می‌رسد.

۴- اگر به مرحله‌ای رسیدید که کسب و کارتان رونق گرفته، محتملاً خوش شانس‌تر از خیل افرادی هستید که در پله‌های اول قرار دارند. تعاون در اجتماع به مثابه ادای دین به این اجتماع است.

۵- زمانی که صاحبان مشاغل قدمی خارج از محدوده کاری برای اثرگذاری بر جامعه‌شان برمی‌دارند، موضوع قابل توجهی برای رسانه‌ها پدیدار شده است. شما نیز به سهولت می‌توانید از پوشش رسانه‌ای جهت تلاش‌هایی که در راستای این اثرگذاری برداشته‌اید بهره مناسب را ببرید.

۶- امکان افزایش ظرفیت‌های افرادی که جلب کسب و کار شما می‌شوند به وجود می‌آید. چرا که تعهدات اجتماعی والای شما، نیروی کار سخت کوش و سرشار از پتانسیل را جذب خواهد نمود.

خلق مشتریان وفادار

۹۱- پس از فروش...

به وضوح نشان دهید کیفیت خدمات مورد توجه شماست. پس از هر فروش با خریداران تماس گرفته و سؤالاتی نظیر اینها را بپرسید:

- آیا از خدمات ارائه شده رضایت دارید؟
- چه چیزی طی کار با ما برای شما مطلوب‌تر بوده است؟

بدون نظرخواهی برای بهبود محصولات و خدمات خود راه دشواری در پیش رو دارید. از طرف دیگر زمانی که جویای بازخورد و پیشنهادات مشتریان می‌شوید، به نوعی حس مالکیت در آنچه شما انجام می‌دهید پیدا می‌کنند که حاصل آن وفاداری بیشتر به محصول و خدمات شما خواهد بود.

ضمناً ، به طور مرتب برای مشتریان یادداشت‌های تشکر ارسال کنید. در برابر اثر قابل توجه این حرکت وقت و هزینه‌ای که صرف می‌کنید اصلاً قابل توجه نیست، اما جالب اینکه کارآفرینان عموماً در این باره اهمال می‌کنند. ضرورت این نوع کار از آن رو است که به مشتریان نشان دهید حقیقتاً قدر کار با آنها را می‌دانید. بی تردید آنها نیز این ملاحظات را در خاطر نگاه می‌دارند چرا که غالباً رقبای شما چنین یادداشت‌هایی را ارسال نمی‌کنند.

۹۲- وجودتان را خاطر نشان نمایید. برای مشتریان دیرینه ، دست نوشته‌های شخصی بفرستید. گاه نیز چنانچه در جریان یک رویداد

اجتماعی با او برخورد داشتید سپس با یک یادداشت ارتباط را پیگیری کنید. تاریخ‌های خاص را به یاد داشته و کارت‌های تولد و تبریک سال نو و مناسبت‌های مختلف را به صورت منظم ارسال کنید. در عین حال هدایای کوچک نیز ابزار بی نظیری برای پیگیری محسوب می‌شوند. مجبور نیستید برای نشان دادن توجهتان هزینه زیادی صرف کنید بهتر است از خلاقیت خود بهره ببرید تا به سهولت به ایده‌های جالب برای این گونه هدایا و البته به تناسب نوع کسب و کارتان، شغل مشتری یا گاهی آخرین خرید وی برسید.

۹۳- اطلاع رسانی

مشتریان راز کیفیت و کمیت کاری که برایشان انجام می‌دهید آگاه سازید. این اطلاع رسانی می‌تواند در قالب یک خبرنامه یا حتی به صورت غیررسمی‌تر مانند یک تماس تلفنی با مشتریان بالفعل باشد. از هر روشی استفاده کنید نکته مهم فقط مذكر شدن خدمات ممتاز شما برای آنهاست. در صورتی که هرگز به تمام آنچه انجام می‌دهید اشاره نکنید طبیعی است که مشتریان نیز هرگز متوجه فعالیت‌های شما نشوند.

۹۴- فراتر از مقدمات

آیا کارمندان یا واحد مشخصی را به منظور برطرف ساختن مسائل مشتریان اختصاص داده‌اید؟ یکی از کارآمدترین شیوه‌ها برای رشد ارزش و دوام در بازار رقابت ارائه خدمات برتر به مشتریان می‌باشد.

اغلب، مشتریان میان دو محصول / خدمات بسیار مشابه دست به انتخاب می‌زنند، این جاست که الویت در این انتخاب با محصول / خدماتی است که واجد پشتیبانی ممتازتری پس از فروش است. خدمات مناسب پس از فروش استمرار کسب و کار، خلق شهرت، افزایش و جلب مشتریان جدیدتر را به دنبال دارد.

یک راه ساده برای ارائه خدمات بهتر به مشتری واگذاری اختیار به کارمندان است. پژوهش‌ها نشان داده این نوع استقلال باعث می‌شود کارمندان مذکور تدبیر راهبردی‌تری به کار بندند که البته حاصل آن ایجاد مزیت در رقابت برای کسب و کار شماست.

۹۵- راه‌هایی برای کسب بازده بیشتر.

در جهت رشد فزاینده هزینه‌های خرید مشتریان، تمرکز بر افزایش فروش و حفظ مشتریان بالفعل معنا پیدا می‌کند. جلب یک مشتری تازه می‌تواند به اندازه پنج برابر بیشتر هزینه بردار تا نگاه داشتن یک مشتری قدیمی، درست همین جاست که برنامه ریزی برای ثبات یک مشتری کم کم سرنوشت ساز می‌شود و این مطلب در عرصه‌های حساس از لحاظ بها و محصولات مشابه نمود بیشتری پیدا می‌کند. اعطای جوایز به عنوان ابزاری مفید در راه تشویق مشتریان به خرید قطعا ارزش گنجاندن در این برنامه را دارا می‌باشد، پس نکات زیر را همواره به خاطر داشته باشید:

- از لحاظ جایزه ،جوایز سخاوتمندانه را برگزینید، مثلاً: ۵ تا بخريد و ششمی را مجاني دریافت کنید!

- جوایزی را در نظر بگیرید که از لحاظ ارزش نقدی رده‌بندی شده‌اند.

- پیشاپیش به مشتریان نوید جایزه را بدهید تا آنها نیز برای رسیدن به آن به خرید ترغیب شوند.

- بابت اولین خرید به مشتریان جوایزی بدهید تا موجب انگیزش برای خریدهای آتی آنها باشد.

تحقق اهداف مربوط به کسب و کار

۹۶- تجدیدنظر در اهداف

ارزش یک هدف این است که به مثابه یک نور هدایتگر راهی را در برابر زندگی روزمره شما گشوده

است اما معنایش این نیست که مانند فانوس در پایی در جایش ثابت شده باشد. ضروری است در فواصل زمانی معین نگاه تازه‌ای به این اهداف بشود تا شاید نیاز به تغییر یا شاید دور انداختن برخی از آنها وجود داشته باشد. گاه تغییر در موقعیت‌های فردی همانند تمایل به سپری کردن اوقات بیشتر با خانواده ممکن است سبب تقابل برخی اهداف با میل واقعی شما شوند. البته بهتری دلیل برای پاره کردن یک هدف این است که به اجرا درآمده باشد.

آخرین نکته قابل ذکر در باب اهداف این است که بدانید آنها هیچ یک رویدادهای از پیش مقرر شده نیستند که چه در راهشان بکوشید و چه نکوشید به هر حال اتفاق بیفتند. به عبارت ساده‌تر مثلاً در رسیدن به ۱۰ میلیون دلار فروش صرف خواستن کافی نیست و انجام شدن آن به خودی خود میسر نمی‌باشد. برعکس تحقق یک هدف کاملاً بسته به تلاش‌های سازنده شماست. برخی اهداف از برخی دیگر اهمیت بیشتری دارند اما اصلاً عاقلانه نیست آنقدر پای‌بند هدفی شوید که چنانچه به آن نرسید یا آن طور که می‌خواهید صورت نپذیرد از لحاظ عاطفی ویران شوید.

۹۷- رودرپاستی را کنار بگذارید.

استقرار و تحقق اهداف را جدی بگیرید. کافی است به ذهنیات خود مجالی دهید تا شما را به سوی عالی‌ترین رویاها هدایت کنند، هرگز احتمالات را محدود نکنید. دالما اهدافتان را در سر داشته باشید. سعی کنید فارغ از حصارها و چهارچوب‌ها بیاندیشید. چنانچه تعیین اهداف به حرکتی لنت بخش تبدیل شود شانس تحقق اهداف و نیز ظهور اهداف تازه‌ای که شما را در راستای رشد به جالش می‌کشاند بی‌تردید صد چندان می‌شود.

اگر شکست خوردید فقط از خودتان کمک بگیرید، دوباره شروع کرده و هدف جدیدی خلق کنید. قطعاً همه ما اهدافی داشته‌ایم که به آن نرسیده ایم. بسیاری افراد حین اندیشیدن به اهداف مرتباً در ذهنشان موانعی ایجاد کرده‌اند، شاید دلیل عمده آن ناشی از بیم شکست بوده، همین نیز آنها را از نشانه رفتن آنچه حقیقتاً آرزومندش بوده‌اند بازداشته است. یک «شکست» فقط زمانی شکست است که از آن درس گرفته نشود.

۹۸- نیروی تجسم

همین که آغاز به نگاشتن اهدافتان کنید، جایی در آینده برای خودتان باز کرده‌اید و کاری کرده‌اید که آن اهداف حقیقی به نظر برسند. تاریخ دقیقی که انتظار دارید هدف مذکور محقق شده باشد را عنوان نموده آنگاه درنگ نموده، چشم‌هایتان را ببندید و تصور کنید در موقعیت مورد نظر در آینده قرار دارید. با تمام وضوحی که در توان دارید خود را مجسم کنید حتی اینکه: چه پوشیده‌اید، کجا هستید یا چه می‌کنید. چه اساسی دارید، از اینکه آن هدف را تحقق یافته ببینید؟ با به کارگیری تمام قوای حسی تصویر را به واقعیت نزدیک کنید.

زمانی که اهدافتان را روی کاغذ می‌آورید، از فعل‌های زمان حال استفاده کنید. مثلاً اگر هدفتان افتتاح یک رستوران است طوری بنویسید که گویی هم اکنون رستوران فعال است: «رستوران من (با ذکر نام) کاملاً موفق است، هر شب تمام میزها پر از مشتری است. با پنج روزنامه محلی مصاحبه کرده‌ام و هر کجا می‌روم مردم می‌گویند عاشق غذای رستوران من هستند.»

تصویر یک زندگی ایده آل را برای خود تالیف کنید، چشم اندازی باشکوه از زندگی و دنیایی که آرزوی زندگی در آن با عالی‌ترین اهداف و پتانسیل‌ها را

دارید. اجازه دهید تصاویر ذهنی شما آزادانه سیر کند و بهترین مناظر ممکن برای شما را خلق کنند. اگر احساس می‌کنید شرایط محیط زندگی شما را از داشتن این تصاویر برحذر می‌دارند، وانمود کنید اصلاً وجود ندارند و آن چیزی را ببینید که اگر امکانات برایش مهیا نبود، می‌توانید چاره‌ای برایش بیاندیشید.

۹۹- اهدافی تعیین کنید که ارزش تحقق یافتن را دارد.

زمانی که به اهداف تازه نگاه می‌کنید، اطمینان حاصل کنید که واجد ویژگی‌های زیر باشند:

صراحت: اگر هدفی صریح و شفاف باشد شانس بیشتری برای دستیابی به آن وجود دارد. «افزایش سرمایه» مطلقاً هدف روشنی نیست در حالیکه «افزایش سرمایه به ۱۰۰۰۰ دلار در اول ماه جولای» کاملاً مشخص است.

خوش بینی: اهداف باید مثبت و متعالی باشند. «توان پرداخت صورتحسابها» جمله دقیقی نیست در حالی که «دستیابی به تامين مالي» و جملاتی از این قبیل با دادن حالتی مثبت به هدف، شما را برای رسیدن به آن تهییج می‌کند.

واقع‌گرایی: تعیین این هدف که ظرف یک ماه ۱۰۰۰۰۰ دلار درآمد داشته باشید زمانی که هرگز حتی در طول یکسال هم چنین درآمدی را ندارید واقع‌گرایانه نیست با قدم‌های کوچک شروع کنید مثلاً با افزایش ۲۵ درصدی درآمد ماهیانه، آنگاه همین که اولین هدف محقق شد، می‌توانید به اهداف بزرگتر بپردازید.

تفکر بلند مدت - تفکر کوتاه مدت: اهداف کوتاه مدت در یک دوره چند هفته‌ای تا یکسال قابل دسترسی‌اند. اهداف بلند مدت نیز می‌توانند ظرف ۵، ۱۰ یا ۲۰ سال از حالا تحقق یابند و البته ماهیتاً بزرگتر از اهداف کوتاه مدت خواهند بود. معذک باید واقع‌گرایانه هم باشند.

۱۰۰- برنامه‌ریزی برای موفقیت.

به زبان ساده، هدف چیزی است که قصد آن را کرده‌اید و اما اهداف به انحاء گوناگون در راستای رشد کسب و کار موفق به شما یاری می‌رسانند. برای شروع، فرآیند تعیین اهداف شما را وادار می‌کند به آنچه از کارتان توقع دارید و اینکه تا چه حد این اهداف زمینه‌رشد را میسر می‌سازند، بیاندیشید. در طی مسیر همواره به رهنمودهایی در جهت پیگیری رشد مواجه می‌شوید که می‌توانند باعث شوند از شانس‌هایتان در راه رسیدن به هدف به بهترین نحو بهره ببرید. در عین حال اهداف به شما چهارچوبی برای فعالیت ارائه می‌دهند. این امر سبب می‌شود از حرکت‌هایی که در پیشبرد اهداف تعیین شده نقش ندارند حذر شده و تلاش‌هایتان کاملاً متمرکز باشند.

مهم‌ترین بخش این چهارچوب جدول زمان‌بندی آن است. هر هدفی از یک زمان‌بندی برخوردار است و آن جدول زمان‌بندی عمیقاً بر کنش‌های شما تأثیرگذار است.

اهداف خود را روی کاغذ آورده آنگاه کپی‌هایی از آن تهیه نموده و هر جا بیشتر در معرض دید است مثل: میز کار، آینه یا روی یخچال منزلتان نصب کنید. اگر اهداف فقط در ذهنتان بمانند حتی شاید کم اهمیت خود را از دست بدهند اما یک یادآوری تصویری به طرز شگفت‌انگیزی کمک می‌کند تا هم اهداف و هم تکالیف تعیین شده روزانه جهت حصول به آن‌ها در کانون توجه شما باشند.