

الفصل الثالث

من الأحلام إلى الأفكار إلى الأعمال

تحويل الأحلام إلى الأفكار و الأفكار إلى الأعمال

"في يوم من الأيام سيعترف رسميا أن ما نسميه واقعا هو وهم أكبر من عالم الأحلام" قال دالي ذات مرة

"الأحلام هي شكل قوي من الوعي" كتب إدغار آلان بو في مقالته 'رأي حول الأحلام'

إنه 'لدي حلم، و ليس لدي خطة!' سيمون سينك



Paul McCartney (Yesterday), John Lennon (#9 Dream), Salvador Dali (Persistence of Memory) and Christopher Nolan (Inception), Stephen King (Dreamcatcher): عدد قليل فقط من الأشخاص المشهورين: الذين عملوا على أفكار بدأت في أحلامهم

لكن الأمر لا يتعلق بالاحلام فقط. إنه عن تحويل أفكارك إلى أعمال أحلامك! للتأكد من أنه عندما يبدأ عملك ، يمكن أن يستمر على المدى القصير ، ولكنه قادر أيضًا على تحقيق حلم العمل الذي صممت في رأسك على المدى الطويل!

٣.١ أهمية الفكرة

بدون أفكار، لا يتم إحراز تقدم، ولا يحدث التغيير، ويتوقف الكثير من التنمية البشرية. لكن لا يمكن للأفكار أن تذهب إلى أي مكان ما لم تتحقق وتنفذ. ولا يمكنك فعل أي شيء بدون الفكرة الأولية:

"الأفكار تصنع العالم، لأنها دليل لممارسة المستقبل. حتى الأفكار الواهية المتأصلة في التحيز والجهل تصنع التاريخ وتشكل الثقافة العامة... الأفكار، عند فعلها، تصبح نماذج للفكر والممارسة." [ش أمين و مايكل أونيل في "التفكير في كل شيء تقريباً"]

إمكانيات لخلق القيمة وتقديمها إلى الناس لا حصر لها - طالما يمكنك تحديد المشاكل التي يواجهها الرجل العادي، ولديك أفكار فريدة حول كيفية معالجتها. فرص ريادة الأعمال موجودة في كل مكان تنتظر إليه في هذا اليوم و هذا العصر، على الرغم من أنها مخيفة عن الأنظار في بعض الأحيان.

٣.٢ كل شيء يبدأ بعلامة 'أنا'

نقطة البداية هي من أنت: "من أنا؟"

الوظيفة الأولى هي أن تعرف نفسك. إذا كنت تعرف نفسك فستفهم ما تحبه وبعد ذلك يمكنك البدء في فعل ما تحب: لذا ، نعم ، كل شيء يبدأ بعلامة "أنا"

واجبك هو اكتشاف نفسك وتشكيل علامتك التجارية الخاصة وأفكارك كرائد أعمال. لكن العلامة "أنا" بالطبع تحت تأثير الآباء والأقران والمعلمين والمدرسين والأصدقاء والعائلة وما إلى ذلك.

هناك مشكلة مع علامة 'أنا' و وجود الكثير من الأفكار... يصاب الناس بالارتباك. لذلك أنت بحاجة إلى الالتزام بإطار عمل أو تنسيق معين ، حتى يتعرفوا على هويتك ، إنها شركتك...

٣.٣ قيم نفسك

لنبدأ بالسؤال الأساسي: لماذا تريد أن تبدأ عملاً تجارياً؟ استخدم هذا السؤال لتوجيه نوع العمل الذي تريد أن تبدأ. إذا كنت تريد المزيد من المال، فربما يجب عليك أن تبدأ بعمل إضافي. إذا كنت تريد المزيد من الحرية، فربما حان الوقت لتترك وظيفتك من التاسعة إلى الخامسة وبدء شيء جديد. بمجرد أن يكون لديك السبب ، ابدأ في طرح المزيد من الأسئلة على نفسك لمساعدتك في معرفة نوع العمل الذي يجب أن تبدأ ، وإذا كان لديك ما يتطلبه الأمر:

* ما هي المهارات التي تملكها؟

* أين يكمن شغفك؟

* أين مجال خبرتك؟

* كم يمكنك أن تنفق، مع العلم أن معظم الشركات تفشل؟

* كم تحتاج من رأس المال؟

* ما هو نوع نمط الحياة الذي تريد أن تعيشه؟

* هل أنت مستعد حتى لتكون رائد أعمال؟ [\(انتقل إلى الفصل الأول\)](#)

٣.٤ ما هو الأفضل لولادة الأفكار؟

(عدم وجود) المعرفة

ما تقرأه وتحفظ به له تأثير محتمل على ما تقرأه وتحفظ به بعد ذلك. العملية الشاملة المستمرة هي التي تمنح كل واحد منا وجهة نظر فريدة. لا عجب أن لدينا مثل هذه الآراء المتنوعة. مع الحملة الانتخابية العامة على قدم وساق ، لا يمكنك تجنب الآراء. وجهات النظر الشخصية والخطوط الرسمية وتحليل الصورة الكبيرة وتقييم النقاط الثانوية ...

الآراء مهمة لأنها تساعد في تشكيل أفكارنا. القراءة مهمة أيضًا لأننا نتعرف على الآراء والأفكار الأخرى في هذه العملية. لا يمكننا تشكيل استنتاجاتنا الخاصة إذا لم نقرأ عن الأفكار الأخرى الموجودة هناك.

تنشأ أفضل الأفكار من تحليل احتياجات الفرد التي لم يتم تلبيتها بعد (تمامًا أو جزئيًا). بعد ذلك، في حالة رواد الأعمال المهاجرين الشباب، قد تأتي الأفكار من فحص الاختلافات الثقافية وغيرها بين بلد المنشأ والبلد المضيف. و مصادر الأفكار التقليدية لرواد الأعمال هي التغييرات في الهيكل الديموغرافي؛ التقنيات الجديدة؛ التغييرات التشريعية و تغييرات نمط الحياة.

قم ببناء الفكرة مع النظر في الوقت و المال. فكر في استراتيجيات البيع - التنمية الرقمية - اللوجستيات - التدفق النقدي - التواصل - الثقافة والقانون - الموظفون / المساعدة. هل تحتاج إلى استثمار المال؟ كم من الوقت سيستغرق قبل أن يأتي المال؟ أنت بحاجة إلى التدفق النقدي! عليك دفع فواتيرك وتناول الطعام.

٣.٥ الأفكار و المجموعة المستهدفة

يجب عرض أفكارك على المجموعات المستهدفة. يشير السوق المستهدف إلى مجموعة من العملاء المحتملين الذين تريد الشركة بيع منتجاتها وخدماتها إليهم. تضم هذه المجموعة أيضًا عملاء محددين توجه إليهم الشركة جهودها التسويقية. السوق المستهدف هو جزء من السوق الإجمالي لسلعة أو خدمة

* فكر في فكرة عمل

هل لديك فكرة عمل رائعة؟ إذا كان الأمر كذلك، تهانينا! ثم يمكنك المتابعة إلى القسم التالي [\(الفصل الرابع\)](#). إذا لم يكن الأمر كذلك، فهناك العديد من الطرق لبدء العصف الذهني للحصول على فكرة جيدة. مقال عن ريادة الأعمال، ['٨ طرق للتوصل إلى فكرة عمل'](#)، يساعد الناس على تحليل الأفكار التجارية المحتملة. لمن تريد البيع؟ هذا هو هدفك كعمل تجاري.

فيما يلي بعض المؤشرات من المقال:

* اسأل نفسك ما هي الخطوة التالية؟

ما هي التكنولوجيا أو التقدم الذي سيأتي قريبًا، وكيف سيغير ذلك طبيعة الأعمال كما نعرفها؟ هل يمكنك أن تسبق المنحنى؟

* قم بإصلاح شيء يزعجك.

يفضل الناس قلة أشياء سيئة على كثرة أشياء جيدة. إذا كان بإمكان عملك حل مشكلة لعملائك ، فسوف يشكرونك على ذلك.

* طبق مهارتك في مجال جديد تمامًا.

تقوم العديد من الشركات والصناعات بالأشياء بطريقة واحدة لأن هذه هي الطريقة التي يقام بها دائمًا. في هذه الحالات ، يمكن لوجهة نظر من منظور جديد أن تحدث فرقًا كبيرًا.

* استخدم النهج الأفضل و الأرخص و الأسرع

هل لديك فكرة عمل ليست جديدة تمامًا؟ إذا كان الأمر كذلك، فكر في العروض الحالية و ركز على كيفية إنشاء شيء أفضل أو أرخص أو أسرع.

* أيضًا، اخرج و قابل أشخاص و اطرح عليهم أسئلة، و اطلب نصائح من رواد الأعمال الآخرين، و ابحث عن الأفكار عبر الإنترنت أو استخدم أي طريقة أكثر منطقية لك.

بمجرد تحديد فكرة العمل، لا يعني ذلك أنها فكرة صحيحة. يجب التحقق من الفكرة: إذا كان هناك سوق كبير بما يكفي لتغطية الاستثمارات و النفقات الدورية؛ إذا كانت تتوافق مع القوانين السارية؛ ما إذا كان يمكن الحصول على التمويل الخ.

٣.٦ قم بأبحاث السوق

ابدأ البحث عن منافسك أو شركائك المحتملين داخل السوق باستخدام هذا الدليل. إنه يكسر الأهداف التي تحتاج إلى إكمالها مع بحثك والطرق التي يمكنك استخدامها للقيام بذلك. على سبيل المثال، يمكنك إجراء المقابلات عبر الهاتف أو وجهاً لوجه. يمكنك أيضاً تقديم استبيانات أو أسئلة لاستطلاع الرأي مثل:

* "ما العوامل التي تأخذها في الاعتبار عند شراء هذا المنتج أو الخدمة؟" و

* "ما هي المجالات التي تقترحها للتحسين؟"

بنفس القدر من الأهمية، فإنه يشرح ثلاثة من أكثر الأخطاء شيوعاً التي يرتكبها الأشخاص عند بدء أبحاثهم في السوق، وهي:

استخدام البحث الثانوي فقط.

استخدام الموارد عبر الإنترنت فقط.

اختبار الأشخاص الذين تعرفهم فقط.

٣.٧ هل يريد العملاء؟

يمكن أن يكون هذا سؤالاً ذا العلاقة بالموضوع ، على الرغم من أن Ford (Ford-T و Steve Jobs (Apple سيخبروك بخلاف ذلك ... في البداية لم يكن العملاء يعرفون ما يريدون. في النهاية أرادوا ذلك ...

يمكن أن تكون فكرتك رائعة، لكن التوقيت له علاقة أيضاً:

أفصلت شركة Free Record Shop في هولندا التي تبلغ قيمتها مليار دولار، متمسكة بالمفهوم القديم لبيع الأقراص المدمجة و الفيديوها ... لكن كانت لديهم رؤية مبكرة ، وهي البيع على الإنترنت (مثل أمازون). هذا فشل تماماً في التسعينيات ... وتخلوا عن الفكرة على أنها فاشلة. في الواقع، لم يكن الزخم موجوداً بعد ...

[الموضوعات المتعلقة : كيفية بدء عمل تجاري عبر الإنترنت](#)

٣.٨ المزيد من الاقتراحات

قبل أن يبدأ رائد أعمال شركته ، يجب عليه/عليها التحقق من الفكرة مع الخبراء في هذا المجال ، ولكن أيضاً في القانون والضرائب. على سبيل المثال، يجب على رائد الأعمال اختيار نوع الشركة (محدودة، مؤسسة، جمعية، إلخ).

احصل على التعليقات

دع الأشخاص يتفاعلون مع منتجك أو خدمتك واعلم رأيهم فيه. يمكن لمجموعة جديدة من العيون أن تساعد في تحديد مشكلة ربما فاتتك. بالإضافة إلى ذلك، سيصبح هؤلاء الأشخاص أول من دعاة علامتك التجارية، خاصة إذا كنت تستمع إلى آرائهم.

فقط تأكد من أنك لا تحيط نفسك بأشخاص سلبيين. هذه ليست بيئة جيدة لتطوير الأفكار. لذا اختر الأشخاص المناسبين للتعليقات!

٣ أنواع من الأشخاص يجب أن تحيط نفسك بهم و تحصل على تعليقات منهم:

١. المستوحى

٢. المتحمس

٣. الشاكر



3 types of people to surround yourself with:

1. The inspired
2. The excited
3. The grateful



YME



٣.٩ اجعله رسميا

تخلص من جميع الجوانب القانونية في وقت مبكر. قد تتضمن قائمة مرجعية سريعة للأشياء التي يجب دعمها [\(انظر إلى الفصل الخامس أيضا\):](#)

-هيكل الأعمال (LLC أو شركة أو شراكة، اذا ذكرنا البعض)

-اسم العمل

-سجل عملك

-الرقم الضريبي

-تصاريح

-رخصة

-حساب مصرفي ضروري

-العلامات التجارية، حقوق التأليف أو براءات الاختراع

٣.١٠ اكتب خطة عملك

خطة عمل هي وصف مكتوب لكيفية تطور عملك من وقت بدئه إلى المنتج النهائي. ستتضمن خطة العمل [\[انظر الى الفصل الرابع أيضا\]](#):

*الملخص التنفيذي: هذا ملخص عالي المستوى لما تتضمن الخطة، و غالبا ما يتطرق إلى وصف الشركة، و المشكلة التي تحلها الشركة، و الحل، و لماذا الآن

*وصف العمل: ما نوع العمل الذي تريد أن تبدأ ؟

*كيف تبدو صناعتك؟

*كيف سيبدو في المستقبل؟

*استراتيجيات السوق: ما هو السوق المستهدف، و كيف يمكنك البيع بشكل أفضل لهذا السوق؟

*التحليل التنافسي: ما هي نقاط القوة و الضعف لدى منافسك؟ كيف ستهمهم؟

*خطة التصميم و التطوير: ما هو منتجك أو خدمتك و كيف سيتم تطويرها؟ ثم قم بإنشاء ميزانية لهذا المنتج أو الخدمة

*خطة العمليات و الإدارة: كيف تعمل الشركة على أساس يومي؟