



هناك أنواع مختلفة من الفشل التي قد تحدث أثناء خارطة الطريق من حلم إلى عمل، بعضها مدرج أدناه

#### ٧.٢ فشل أكثر

##### ٧.٢.١ الفشل في الإعداد

عادة ما يكون الفشل في الإعداد بسبب القصور التنظيمية الناتجة من إهمال صاحب المشروع

##### ٧.٢.٢ الفشل في بدء التشغيل

قد يحدث هذا بسبب عدم القدرة على إقناع المستثمرين بأن الفكرة تستحق. أيضًا، يمكن تحديد هذا النوع من الفشل من خلال نقص الموارد المادية أو البشرية في المنطقة

##### ٧.٢.٣ الفشل في العلامات التجارية

يمكن أن يكون نتيجة لعدم القدرة على تحديد قطاع السوق المناسب؛ لفهم احتياجات وتوقعات وثقافة قطاع السوق؛ لاستخدام القنوات المناسبة لمعالجة هذا الجزء لزراعة العلامة التجارية المناسبة؛ لحماية العلامة التجارية قانونيًا ، وما إلى ذلك.

##### ٧.٢.٤ الفشل بسبب عدم وجود معرفة تجارية محددة المجال

يغامر بعض رواد الأعمال في مجالات خارج خبرتهم ويعتقدون أن ذكاءهم فقط هو الذي سيعوض هذه الفجوة الكبيرة. يجب أن يأخذوا المشورة (ودية أو تعاقدية) من خبراء متخصصين. من الأفضل أن تبدأ مشروعًا تمتلك فيه الخبرة وأنت متحمس لها

##### ٧.٢.٥ الفشل بسبب المبالغة في تقدير حاجة السوق

يعتقد رواد الأعمال المهملون فقط على "مشاعرهم" ويعتقدون أنهم يفهمون السوق، في حين أنهم في الواقع لا يفعلون ذلك. أمثلة كلاسيكية:

[Sinclair C5](#)

[Webvan](#)

##### ٧.٢.٦ الفشل بسبب استبانة المنافسين

يجب على رواد الأعمال الحذر فيما يتعلق بالمنافسة، لأن المنافسة قد استولت بالفعل على شريحة كبيرة من السوق، ولديها فهم عميق للعملاء، وفي معظم الحالات، لديها قدر كبير من الأموال "للمعركة" التي لم يمتلكها رائد الأعمال.

##### ٧.٢.٧ الفشل بسبب قلة المعرفة عن المجموعة المستهدفة، بسبب ضعف التسويق

أصبح العملاء اليوم أكثر تطوراً مما كانوا عليه قبل عقود. المنتجات التي تمتلك ميزات وظيفية عالية فقط لا تنجح بحد ذاتها. يجب أن تمتلك أيضًا ميزات مريحة عالية وأن تكون مدعومة بعلامات تجارية ذات مغزى

##### ٧.٢.٨ الفشل بسبب عدم وجود الشغف والالتزام في الفريق المؤسس

رائد الأعمال النموذجي يميز نفسه/نفسها عن الآخرين من خلال الرؤية والالتزام بفكرته/فكرتها. يعد الشغف بأعماله والتواصل داخل الفريق الذي يطور العمل عاملين مهمين للغاية لنجاح الأعمال