

راه‌اندازی و بقای کسب‌وکارها در اقتصادی بحران‌زده



در شرایط فعلی، کسب‌وکارهای زیادی با مشکل افزایش هزینه‌ها و کاهش سودآوری مواجه شده‌اند. نوهزینه‌گاهی راه‌حل آن است.

www.barayandbooks.ir

صدرا امامی

مشاور توسعه کسب و کار

راه اندازی و بقای کسب و کارها در اقتصادی بحران زده



وضعیت اقتصاد کلان ایران

- مرور گذشته؛ آنچه در سال 97 پیش‌بینی شد
- نگاه به آینده، سال 1400 چگونه خواهد بود:
 - تئوری خوشبینانه!!
 - تئوری واقع‌بینانه

وضعیت مدیران کسب و کار و ایده پردازان

- بی تصمیمی
- عدم ترسیم چشم انداز بلندمدت

راه حل چیست؟

- کاهش پایدار هزینه‌ها
- **تعدیل نیرو جزو آخرین راه‌هاست!!**
- مدیریت نقدینگی
- افزایش سرعت گردش مالی
- ایجاد راه‌های درآمدی جدید
- کاهش وابستگی به دارایی‌های ثابت

اما چگونه؟ با نوهزینه‌کاهی

نوهزینه‌کاهی نوعی نوآوری است که می‌کوشد هزینه‌ها را به حداقل برساند و همزمان، مشتریان را به تحسین و ادارد. نوهزینه‌کاهی به معنای برآورده کردن انتظارات مشتریان با کمترین هزینه و حتی فراتررفتن از آن انتظارات است.

اول؛ چند مثال

- پلنت فیتنس
 - بدون وزنه
 - بدون وای فای
 - بدون مربی شخصی
- ایندوچینو
 - بدون مغازه
 - بدون انبار
- فیری
 - فقط 1 طرح برای فروش

دوم؛ فهم اصول نوهزینه‌گامی

- تعریف چشم‌انداز موفقیت
- تغییر دیدگاه نسبت به صنعت.
- تمرکز بی‌وقفه
- هدف استراتژیک خود را انتخاب کنید.
- بر یکی از این 4 مورد تمرکز کنید.
- کم‌رنگ کردن مرزهای نوآوری
- محصول یا عملیات تنها حوزه‌های نوآوری نیستند.

چشم‌انداز موفقیت



تمرکز بی‌وقفه

- انتخاب هدف استراتژیک
- مرز کشیدن دور استراتژی نوآوری‌تان مستلزم یک سری انتخاب‌ها و حذف‌هاست.
- انتخاب و حذف‌های استراتژیک عاملی هستند که شما را از بقیه بازار متمایز می‌کنند.

تمرکز بی‌وقفه

چهار حوزه تمرکز نوهزینه‌کاهی

۴ تمرکز بر یکی از ویژگی‌ها

۳ تمرکز بر یکی از حوزه‌های کسب‌وکار

۲ تمرکز بر یکی از کارهای مشتری

۱ تمرکز بر یکی از بخش‌های مشتری

تمرکز بی‌وقفه

تمرکز بر یک بخش از مشتریان

- به معنای پشتیبانی از یک نوع مشتری و سپس طراحی خدمات و محصولاتی است که نیازهای آن نوع مشتری را به‌طور دقیق برآورده می‌کند، نه کمتر و نه بیشتر.

مثال‌ها

- پلنت‌فیتنس
- فیری

تمرکز بی وقفه

نحوه انتخاب بخش مشتری

- اندازه بازار
- نامشتری‌ها
- روندها چه می‌گویند؟
- آیا مشتریان از قیمت بالا و دردسر راه‌حل‌های فعلی گلایه دارند؟

تمرکز بی وقفه

تمرکز بر کار مشتریان

- میلک شیک (به یاد کریستینسن)
- کار کارکردی و احساسی

مثال

- فیندو و دوره منتورینگ در بازار سرمایه ایران

از این مفهوم برای بخش بندی مشتریان استفاده کنید.

تمرکز بی وقفه

نحوه انتخاب کار مشتری

- اندازه بازار
- اولویت آن کار

تمرکز بی‌وقفه

تمرکز بر یک حوزه کسب‌وکار

- نوهزینه‌گاهی ممکن است بر حوزه خاصی از کسب‌وکار متمرکز شود، مثل تدارکات، انجام سفارش یا پشتیبانی از مشتریان پس از فروش.

- مثال‌ها

- واربی پارکر و انتخاب توزیع

تمرکز بی‌وقفه

نحوه انتخاب حوزه کسب‌وکار

- پاشنه آشیل صنعت شما کجاست؟
- پر در دسترترین موضوعات برای مشتریان
- سازمان شما در چه بخش‌هایی قوت دارد؟

تمرکز بی وقفه

تمرکز بر یک ویژگی

- چهارمین حوزه تمرکز عبارت است از تمرکز بر یکی از ویژگی‌ها، مثل سرعت یا سازگاری. این‌ها نتایج و اهدافی هستند که مشتری به دنبال تحققشان است، مثل سهولت، قیمت یا توانایی سفارشی‌سازی. این رویکرد هم‌ریشه با رویکرد «کارهای مشتریان» است که معمولاً تمرکز ویژه‌ای بر بخش هم مشتری دارد.

• مثال‌ها

- پریاریتی بایسیکلز و نگهداری آسان

تمرکز بی‌وقفه

نحوه انتخاب ویژگی
• با اهمیت اما فراموش شده

کمرنگ کردن مرزهای نوآوری



کمرنگ کردن مرزهای نوآوری

محصول

- ساده‌سازی محصول در عین بهبود تجربه خدمات
- آیا می‌توانید محصولات / خدمات خود را به چند گروه تقسیم کنید و در هر گروه محصولات ساده‌تری ارائه دهید؟

به تفکیک برند فکر کنید!

مثال

- نرم‌افزار متاویو

کمرنگ کردن مرزهای نوآوری

ساخت محصول

- به ضایعات محصول دوباره فکر کنید

مثال

- سدار پروداکتس
- ریشمک

کمرنگ کردن مرزهای نوآوری

انتقال محصول

- از کارخانه تا خانه مشتری را در نظر بگیرید
- آیا بر اساس نمایندگی پیش می‌روید؟

مثال

- هابل
- کتاب مارکت

کمرنگ کردن مرزهای نوآوری

فروش محصول

- آیا به خودکارسازی فروش فکر کرده‌اید؟
- آیا به ایجاد بستری برای کمک مشتریان به هم فکر کرده‌اید؟
- آیا به دریافت پیش‌پرداخت یا کل هزینه قبل از ارائه محصول فکر کرده‌اید؟

مثال

- اتلسیان
- توربوتکس
- الینا

کمرنگ کردن مرزهای نوآوری

همکاری با اکوسیستم

- تا به حال به برگزاری کمپین مشترک فکر کرده‌اید؟
- به اشتراک‌گذاری دیتابیس مشتریان چطور؟
- آیا امکان دارد تولید، عرضه یا حمل‌ونقل را مشترک انجام داد؟

مثال

- کولالایف
- دیجی‌کالا

نوهزینه‌گاهی برای شروع

هفت نشانهٔ آماده بودن صنعتتان برای نوهزینه‌گاهی

- ۱ ویژگی‌های گران قیمت: بخش چشمگیری از هزینه‌ها تحت تأثیر تعداد اندکی از ویژگی‌هاست.
- ۲ مشتریان گران قیمت: بخش چشمگیری از مخارج تحت تأثیر تعداد اندکی از مشتریان است.
- ۳ فروش گران قیمت: بخش چشمگیری از مخارج صرف فروش محصول می‌شود، نه تولید آن.
- ۴ محصول بیش از حد استاندارد: خروجی برخلاف نیازهای بسیار تخصصی مشتری استانداردسازی شده است.
- ۵ فروش بیش از حد استاندارد: فروش خدمات و محصولات برای تمام مشتریان یکسان است.
- ۶ عدم تعادل هزینه: درآمد فعالیت‌های خاص متناسب با هزینه‌هایشان نیست.
- ۷ پوشش تمام نیازها: خدمت برای رفع تمام نیازها طراحی شده است، حتی آن‌هایی که کمیاب‌اند.

با هم شروع کنیم

1- تا به حال چه تجربه‌هایی از نوآوری داشته‌اید؟
رقبا را فراموش نکنید.

2- موانع نوهزینه‌گاهی را مشخص کنید.
اصلا چرا نوآوری؟
تیم شما درون سازمان

3- تعریف یک چشم‌انداز تازه و حوزه تمرکز

حالا کمی هم استارت‌آپی به موضوع نگاه کنیم:

4- ایده‌پردازی برای نوهزینه‌گاهی

5- انتخاب ایده‌های آینده‌دار، آزمایش و تکرار

شنیدن دغدغه‌ها و پرسش‌های شما

با کمال میل و هر چقدر زمان بخواهد، ادامه می‌دهیم.

صدرا امامی

مشاور توسعه کسب و کار

- ❑ Personal Contact :
- ❑ Website : www.emami.me
- ❑ Telegram: @sadraemami
- ❑ Twitter : @emamisadra
- ❑ LinkedIn : emamisadra
- ❑ Instagram : sadraemami_

