

# تشخیص نقاط قوت و فرصت ها



## تشخیص نقاط قوت و فرصت ها برای نوشتن استراتژی

تیم تحریریه اقیانوس آبی

هنگام نوشتن استراتژی باید به اهداف و ضعف هایتان در ابعاد مختلف و نسبت به رقبا توجه داشته باشید. در مرحله دوم نوشتن استراتژی باید نقاط قوت کسب و کارتتان را بنویسید.

باید ببینید برای رسیدن به اهداف چه مزیت هایی نسبت به رقبایتان دارید. در حوزه های مالی، منابع انسانی، ارتباط با مشتری، فروش، بسته بندی، خدمات، محصول و سایر بخش ها بنویسید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.



## مثال هایی از نقاط قوت کسب و کار در حوزه های مختلف

### حوزه فردی و مدیریتی

ویژگی هایی مثل تمرکز، تخصصی که در حوزه خودتان دارید یا سابقه ایی که نسبت به رقبا در صنعت دارید.

### حوزه مالی

اگر منبع سرمایه ای خاصی دارید، نقدینگی بیشتر نسبت به رقبا، اعتبار، ساختار مالی اصولی، تزریق سرمایه توسط سرمای، شفافیت مالی

### حوزه منابع انسانی

ساختار منابع انسانی حرفه ای، سیستم بهره وری بهتر، اتوماسیون حرفه ای، پرسنل وفادارتر، چارت سازمانی، شرح وظایف مشخص، سیستم پاداش و تنبیه، تعداد نیروی انسانی، تخصص بیشتر نیروها، مشخص بودن شاخص های کلیدی عملکرد

### حوزه ارتباط با مشتری و فروش

تعداد بالای مشتریان، وفاداری، رضایتمندی، مشتریان شاخص و با اعتبار، ارتباطات قوی با مشتریان

### خدمات/ محصول و بسته بندی

محصول متمایز، بسته بندی خاص، خط تولید خاص، تکنولوژی جدید، ابزار و روش ها، مواد اولیه با کیفیت، دسترسی به منابع خاص، شرکای کلیدی

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

## تعيين فرصت ها

در مرحله سوم در تدوين استراتژي بايد فرصت هايي که براي کسب و کار شما وجود دارد را بنويسيد.

## فرصت هاي جغرافيايي

دسترسى به مناطق خاص مثل نزديک بودن به دريا يا ريل راه آهن يا معادن براي تهيه مواد اوليه آسان.

يا مثلا فروشگاهي داريد که نزديک به يك مرکز خريد يا مکان پرتردد است که ميتواند براي شما فرصت خوبي باشد.

## بازارهاي جديد

گاهي مناطقي وجود دارند که تا به حال در آن ها نفوذ نکرده و به آن فکر نکرده ايد، درحالي که مي تواند بازار خوبي براي محصول يا خدمت شما باشد. مي توانيد تحقيقات اينترنتي يا در شبکه هاي اجتماعي انجام دهيد و کانالهاي ارتباطي پيدا کنيد.

## مشترين جديد

مثلا فقط اگر مشترين شما مديران هستند، اين دفعه روي نوجوانان تمرکز کنيد و براي آن ها کلاس هاي مديريتي برگزار کنيد.

پس مشترين را از لحاظ سني، سطح فرهنگي، سطح اجتماعي و ... بررسي کنيد و ببينيد چه گروه ديگري از مشترين مي توانند براي شما سودآور باشند.

براي مشاهده ساير مقاله هاي ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

## مشتریان جدید

گاهی تکنولوژی جدیدی وارد صنعت شما می شود که اگر زودتر از رقبا به آن دست پیدا کنید، برای شما فرصت محسوب می شود. تحقیقات در صنعت خود را همواره انجام دهید.

## منبع سرمایه جدید

سرمایه گذاران جدید و تزریق سرمایه

## سیاست

قانون های تصویب شده، حمایت های دولت از یک صنعت خاص، قوانین گمرکی حتما اخبار اقتصادی و سیاسی را دنبال کنید. وضعیت اقتصادی را پیش بینی کنید. مثلا افزایش قیمت دلار اگر پیش بینی شود می تواند به نقطه قوت تبدیل شود، ولی اگر ناگهانی اتفاق بیفتد و امدادگی نداشته باشید تهدید محسوب می شود. پس یک مورد همزمان میتواند هم تهدید و هم فرصت باشد.

## روند بازار

روند بازار را دنبال کنید. مثلا روند گوشی های تلفن همراه به این صورت بود که اوایل فقط برای صحبت کردن از آن استفاده می شد. ولی بعدها ارتباطات آنلاین و عکس گرفتن برای کاربر مهم تر شد. بعد ها عکس های سلفی خیلی محبوب شدند. در بازار آموزشی، روند بازار به سمت آموزش های آنلاین می رود.

در تمام صنایع مثل ساختمان سازی، دکوراسیون داخلی، مد و ... روند بازار به آرامی تغییر میکند و شما به عنوان مدیر باید آن را دنبال کنید.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.

## سليقه مشتريان

سليقه و نياز مشتريان را دائما تحليل كنيد. در غير اين صورت بخش بزرگي از بازار را از دست خواهيد داد.

فرصت هاي كسب و كارتان را در حوزه هاي مختلف يادداشت كنيد زيرا در تدوين استراتژي و سرعت رسيدن به اهدافتان بسيار اهميت دارد.

كسب و كارهايي پيروز هستند كه فرصت طلبي بيشتري نسبت به رقبای خود داشته باشند.