



# راهنمای راه اندازی کسب و کار جدید

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



بسیاری از کارآفرینانی که به [گروه اقیانوس آبی](#) مراجعه می کنند، زمانی که قصد راه اندازی یک کسب و کار و شروع کسب و کار از صفر را دارند، انقدر درگیر جزئیات مثل کسب جواز، خرید تجهیزات تولید، استخدام، دکوراسیون و غیره می شوند که یک سری اصول را نادیده می گیرند.

هدف از تولید این مطلب این است که شما به عنوان مدیر کسبوکار یاد بگیرید که چطور برای راه اندازی کسب و کار تمام گام ها را درست بردارید تا در آینده دچار مشکل نشوید، چگونه کسب و کاری را از صفر شروع کنید و برای راه اندازی کسب و کار موفق آماده شوید.

در انتهای راهنمای راه اندازی کسب و کار نیز با تمام بخش های کسب و کار و مشکلات رایج در هر یک آشنا شده و راه حل هایی برای حل مشکلات مختلف کسب و کار دریافت می کنید .

این مطلب برای ۴ دسته از افراد مناسب است و می تواند کمک بزرگی برایشان باشد:

1. کسانی که قصد راه اندازی کسب و کار [Business startup](#) دارند.
2. کسانی که کسب و کار سنتی دارند و می خواهد آن را متحول کنند.
3. کسانی که می خواهند کسب کارشان را به یک برند حرفه ای تبدیل کنند.
4. کسانی که می خواهند از نامی که برای کسبوکارشان انتخاب کرده اند مطمئن شوند و بفهمند کارهایی که برای ساخت برندشان انجام داده اند مفید بوده یا خیر! پیشنهاد میکنیم قبل از هر چیز مقاله [تعریف مدیر](#) را حتما بخوانید.

اگر صاحب کسب و کار هستید و می خواهید دانش مدیریتی خود را بالا ببرید، مگادوره مدیریت کسب و کار با نام [دوره کاپیتان](#) در محل گروه اقیانوس آبی در یزد برگزار می شود. پیشنهاد می کنیم، حتما دوره کاپیتان را

بررسی کنید و در صورتی که به مشاوره برای شرکت در دوره نیاز داشتید با ما تماس بگیرید: [۰۲۱۰۲۰۸۰۹۱۰](tel:02102080910)

۰۳۵

نکاتی قبل از راه اندازی کسب و کار

برای ایجاد و راه اندازی کسب و کار کوچک و جدید باید دریابید که از کجا شروع کنید و چگونه به موفقیت برسید.

- شما می خواهید مطمئن شوید که قبل از راه اندازی کسب و کار کاملاً آماده شده اید، اما متوجه باشید که تقریباً همه چیز به هم خواهد خورد. برای اداره یک تجارت موفق، باید خود را با شرایط متغیر وفق دهید.

- انجام [تحقیقات عمیق بازار](#) بخش مهمی از تدوین یک طرح تجاری است. این کار شامل انجام نظرسنجی ها، برگزاری گروه های متمرکز و تحقیق در مورد SEO و داده های عمومی است.
- قبل از شروع به فروش محصول یا خدمات خود، باید [نام تجاری](#) خود را تقویت کنید.

باید توجه داشته باشید که پس از ایجاد کسب و کار عواملی نظیر [قیمت گذاری](#)، تنوع محصولات، تخفیف ها، تسویه حساب، تبلیغات کم هزینه ولی با بیشترین بهره وری، کمپین تبلیغاتی، فروش و [بازاریابی اینترنتی](#) روی فروش و برندینگ شما تاثیر گذار هستند.

مراحل راه اندازی کسب و کار جدید

در این مطلب از [مجله اقیانوس آبی](#) مراحل راه اندازی کسب و کار آورده شده است که عبارتند از:

۱ - ایده کسب و کاری خود را اصلاح کنید.



اگر به راه اندازی کسب و کار فکر می کنید، پس احتمالاً قبلاً ایده ای در مورد آنچه می خواهید به صورت آنلاین بفروشید یا حداقل بازاری که می خواهید وارد آن شوید داشته اید. برای اصلاح ایده ایجاد کسب و کار خود این کارها را انجام دهید:

1. یک جستجوی سریع برای شرکت های موجود در صنعت انتخابی خود انجام دهید.
2. بیاموزید که رهبران برند فعلی چه می کنند و دریابید که چگونه می توانید این کار را بهتر انجام دهید.
3. اگر فکر می کنید راه اندازی کسب و کار شما می تواند چیزی را ارائه دهد که شرکت های دیگر انجام نمی دهند یا می تواند همان خدمت یا محصول را فقط سریع تر و ارزان تر ارائه کنید، شما ایده خوبی دارید و آماده ایجاد یک طرح تجاری هستید.
4. همچنین “چرای کسب و کار” خود را مشخص کنید، یعنی از خود بپرسید چرا کسب و کار خود را راه اندازی می کنید. هنگامی که دلیل شما با هدف رفع نیاز در بازار متمرکز باشد، دامنه کسب و کار شما همیشه بزرگتر از مشاغلی است که برای رفع نیازهای شخصی طراحی شده است.

۲- طرح کسب و کار بنویسید.

هنگامی که ایده خود را برای راه اندازی کسب و کار جدید به کار گرفتید، باید چند سوال مهم را از خود بپرسید:

- هدف کسب و کار شما چیست؟
- مشتریان از چه گروهی هستند؟
- اهداف نهایی شما چیست؟
- چگونه هزینه های راه اندازی خود را تأمین خواهید کرد؟

این سوالات را می توان در یک طرح تجاری خوب نوشت. بسیاری از اشتباهات توسط مشاغل و کسبوکارهای جدید انجام می شود، تنها به این دلیل که به این جنبه های کسب و کار فکر نمی کنند. شما باید پایگاه مشتری

هدف خود را پيدا كنيد. چه كسي قصد خريد محصول يا خدمات شما را دارد؟ براي پاسخ به اين سوالات به چند مورد زير بايد توجه داشته باشيد:

## ۱-۲ تحقیقات از بازار هدف قبل از راه اندازی کسب و کار

انجام [تحقیقات بازار](#) در زمینه کاری و اطلاعات جمعیتی مشتریان بالقوه بخش مهمی از تدوین یک طرح تجاری است که شامل نظرسنجی ها، برگزاری گروه های متمرکز و تحقیق در مورد SEO و داده های عمومی است. تحقیقات بازار به شما کمک می کند تا رقباي خود و هم چنین مشتری هدف، نیازها و ترجیحات او را بشناسید. بسیاری از متخصصان مشاغل کوچک توصیه می کنند که برای راه اندازی کسب و کار حتما اطلاعات جمعیتی را جمع آوری کرده و تجزیه و تحلیل رقابتی انجام دهید تا فرصت ها و محدودیت های بازار را بهتر درک کنید. این موضوع تأثیر چشمگیری بر چشم انداز رقابتی شما دارد، زیرا بهترین مشاغل محصولات یا خدماتی دارند که از رقبا متمایز است و ارزش منحصر به فردی را به مشتریان بالقوه ارائه می کنند.

بیشتر بخوانید: [روش ترسیم بوم کسب و کار](#)

## ۲-۲ در نظر گرفتن استراتژی خروج

بهتر است که هنگام تدوین برنامه تجاری خود، استراتژی خروج را در نیز نظر بگیرید، زیرا شما را مجبور می کند به آینده نگاه کنید. مثلا هنگامی که سوار هواپیما می شوید، اولین چیزی که به شما نشان می دهند چیست؟ این که راه های خروج کدامند. استراتژی خروج به شما کمک می کند بفهمید که چطور عمل کنید تا زمانی که می خواهید کسب و کارتان را منتقل کنید یا بفروشید چطور این کار را انجام دهید.

## ۳-۲ ارزیابی امور مالی برای راه اندازی کسب و کار جدید

راه اندازی کسب و کار هزینه ای دارد، بنابراین باید تعیین کنید که چگونه این هزینه ها را تأمین می کنید. این

سوالات را از خود بپرسید:

- آیا امکانات لازم برای تأمین مالی استارت‌آپ خود را دارید یا نیاز به وام گرفتن دارید؟
- اگر قصد دارید شغل فعلی خود را برای تمرکز بر مشاغل خود ترک کنید، آیا پولی برای حمایت از خود کنار گذاشته اید تا زمانی که کسبوکار جدیدتان به سود برسد؟
- هزینه راه اندازی کسب و کار شما چقدر خواهد بود؟
- و...

بسیاری از استارت‌آپ ها شکست می خورند زیرا قبل از این که سودی کسب کنند از بین می روند. پس میزان سرمایه اولیه مورد نیاز خود را بیش از حد ارزیابی کنید، زیرا ممکن است مدتی طول بکشد تا کسب و کار شما به درآمد پایداری برسد.

یکی از راه هایی که می توانید تعیین کنید چقدر پول نیاز دارید استفاده از فرمول نقطه سر به سر است .

هزینه های ثابت ÷ (قیمت متوسط - هزینه های متغیر) = نقطه سر به سر

هر کارآفرینی باید از این فرمول برای راه اندازی کسب و کار استفاده کند، زیرا:

1. تعیین سودآوری: از خود بپرسید چقدر درآمد نیاز داریم تا بتوانم تمام هزینه هایم را تأمین کنم؟ کدام

محصولات یا خدمات سود می رسانند و کدام یک با زیان فروخته می شوند؟

2. قیمت یک محصول یا خدمت: اکثر مدیران در هنگام انتخاب قیمت محصول، در نظر می گیرند که هزینه

تولید محصولشان چقدر است و رقبا چگونه محصولات خود را قیمت گذاری می کنند. از خود بپرسید



که نرخ های ثابت، هزینه های متغیر و هزینه کل چقدر است؟ قیمت هر کالای فیزیکی چقدر است؟  
هزینه کار چقدر است؟

3. تجزیه و تحلیل داده ها: چه حجم از کالا یا خدمات را باید بفروشید تا سودآور باشد؟ از خود بپرسید  
چگونه می توانم هزینه های کلی و ثابت خود را کاهش دهم؟ چگونه می توانم هزینه های متغیر در واحد  
را کاهش دهم؟ چگونه می توانم فروش را بهبود دهم؟

4. گزینه های تامین مالی خود را در نظر بگیرید: سرمایه اولیه برای کسب و کار شما می تواند از طرق  
مختلف تامین شود. برای به دست آوردن بودجه برای کسب و کار شما به اعتبار نیاز دارید. پس بکوشید  
اعتبار کار خود را بالا ببرید.

۳- نام کسب و کار خود را مورد بررسی قرار دهید.

یک کسب و کار برای تبدیل شدن به یک برند حرفه ای باید نام حرفه ای داشته باشد. شاید بگویید که بسیاری  
از کسب و کارها هستند که با نداشتن نام حرفه ای به یک برند بزرگ تبدیل شدند. کاملا درست است و این  
موضوع امکان پذیر است ولی مثل این است که شما به جای یک جاده آسفالت و صاف، یک جاده خاکی و پر از  
دست انداز را برای راه اندازی کسب و کار جدید خود انتخاب کنید.

در صورت انتخاب نام برند نادرست و سطحی، ناچار می شوید برای تبدیل شدن به یک برند بزرگ هزینه های  
زیادی را متحمل شده و انرژی زیادی صرف کنید. نام کسب و کار شما در سه ثانیه اول تصویری در ذهن مخاطب  
ایجاد می کند که تعیین کننده نظر او در مورد کسب و کار شما است و از این جهت بسیار مهم است.

۴- تعیین ساختار قانونی شغل در راه اندازی کسب و کار



قبل از اينکه بتوانيد شرکت خود را ثبت کنيد، بايد تصميم بگيريد که چه نوع نهادی است. ساختار مشاغل شما به طور قانونی همه چیز را تحت تأثیر قرار می دهد، از نحوه پرداخت ماليات تا مسئولیت شخصی در صورت بروز مشکل.

- مالکیت يگانه : اگر صاحب مشاغل کاملاً خودتان هستيد و قصد داريد مسئول تمام بدهی ها و تعهدات باشيد، می توانيد برای يك شرکت خصوصی ثبت نام کنيد. مواظب باشيد که اين مسير می تواند به طور مستقيم بر اعتبار شخصی شما تأثیر بگذارد.
- مشارکت تجاری : همانطور که از نامش مشخص است، به اين معنی است که دو يا چند نفر به عنوان مالک مشاغل شخصاً مسئول هستند. اگر می توانيد يك شريك تجاری با مهارت های تکمیلی خود پيدا کنيد، مجبور نيستيد به تنهایی کار کنيد. معمولاً ايده خوبی است که شخصی را به خود اضافه کنيد تا به رونق کسب و کار شما کمک کند.
- شرکت با مسئولیت محدود : یکی از معمول ترين ساختارها برای مشاغل کوچک، شرکت با مسئولیت محدود است. اين ساختار ترکیبی از حمايت های قانونی يك شرکت برخوردار است در حالی که مزایای مالیاتی مشارکت را مجاز می داند.

در راه اندازی کسب و کار جديد اين به شما بستگی دارد که تعيين کنيد کدام نوع نهاد برای نیازهای فعلی و اهداف تجاری آینده شما مناسب است. مهم است که در مورد ساختارهای مختلف مشاغل قانونی موجود اطلاعات کسب کنيد. اگر برای تصميم گيري در حال تلاش هستيد، ايده بدی نيست که در مورد اين تصميم با يك [مشاور کسب و کار](#) صحبت کنيد.

۵ - ثبت نام کسب و کار و دريافت مجوزها



در راه اندازی کسب و کار قبل از اینکه بتوانید به طور قانونی تجارت خود را اداره کنید، باید انواع مجوزهای کسب و کار را بگیرید. چندین سند وجود دارد که باید قبل از هر چیز آن ها را تهیه کنید.

1. شرکت ها به سند "اساسنامه" نیاز دارند که شامل نام کسب و کار، هدف تجاری، ساختار شرکت، جزئیات سهام و سایر اطلاعات مربوط به شرکت باشد.

2. پس از ثبت کسب و کار خود، ممکن است لازم باشد شماره شناسایی کار فرما دریافت کنید. در حالی که این امر برای مشاغل انفرادی بدون کارمند ضروری نیست، ممکن است بخواهید به هر حال برای جدا کردن مالیات های شخصی و شغلی خود از آنها درخواست کنید یا بعداً اگر تصمیم به استخدام شخصی گرفتید، خود را از این مشکل نجات دهید.

3. شما همچنین باید فرم های خاصی را برای انجام تعهدات مالیاتی بر درآمد خود ثبت کنید. فرم های مورد نیاز شما توسط ساختار کسب و کار شما تعیین می شوند.

4. برخی از مشاغل همچنین ممکن است به مجوزهایی احتیاج داشته باشند. بهترین مکان برای اخذ مجوز کسب و کار، شهرداری محلی شما است. مشاغل و پیمانکاران مستقل در مشاغل خاص ملزم به داشتن مجوز حرفه ای هستند .

#### ۶- خرید بیمه نامه

خرید بیمه مناسب برای کسب و کار گامی مهم است که قبل از راه اندازی کسب و کار به طور رسمی باید انجام دهید. برخورد با حوادثی مانند خسارت به اموال، سرقت یا حتی شکایت مشتری می تواند هزینه بر باشد. اگرچه شما باید چندین نوع بیمه تجاری را در نظر بگیرید، اما چند طرح بیمه اساسی وجود دارد که اکثر مشاغل کوچک می توانند از آن ها بهره مند شوند. به عنوان مثال، اگر مشاغل شما دارای کارمند است، حداقل باید بیمه جبران خسارت و بیکاری کارگران را خریداری کنید.

بسته به موقعيت و صنعت شما ممکن است به انواع ديگري از پوشش نيز نياز داشته باشيد، اما به اکثر مشاغل کوچک توصيه مي شود بيمه نامه صاحب مشاغل را خريداري کنيد که خسارت اموال، جراحت بدني و جراحت شخصي خود يا شخص ثالث را پوشش مي دهد. اگر کسب و کار شما خدمات ارائه مي دهد، بيمه مسئوليت حرفه اي را در نظر بگيريد که اگر شما اشتباهي انجام داده ايد يا از انجام کاري غافل شديد، شامل شما مي شود.

۷- تيم خود را بسازيد.

در راه اندازي کسب و کار کارآفرينان بايد همان توجهي را که به محصولات خود دارند به مديريت منابع انساني خود نيز داشته باشند. محصول شما توسط کارمندان شما ساخته شده است. شناسايي تيم خود، اينکه هر فردي براي چه شغلي مناسب است، درک شکاف هاي موجود و تعيين نحوه برخورد و زمان رسيدگي به آنها بايد در اولويت قرار گيرد.

تعيين نحوه همکاري تيم، تعيين نقش ها و مسئوليت ها و تقسيم کار به همان اندازه مهم است. اينکه چگونه مي توان بازخورد داد يا چگونه با هم کار کرد وقتی همه در يك اتاق نيستند، شما را از بسياري از دردهاي راه اندازي کسب و کار نجات مي دهد.

۸- فروشندگان خود را انتخاب کنيد.

راه اندازي کسب و کار و اداره آن مي تواند طاقت فرسا باشد و احتمالاً شما و تيم خود قادر نخواهيد بود همه اين کارها را به تنهائي انجام دهيد. اين جايي است که فروشندگان شخص ثالث وارد مي شوند. شرکت هاي هر صنعت از منابع انساني تا سيستم هاي فروش تلفني براي همکاري با شما و کمک به شما در اداره بهتر کسب و کار وجود دارند.

وقتي در جستجوي شرکاي B2B هستيد، بايد با دقت انتخاب کنيد. اين شرکت ها به داده هاي تجاري حياتي و بالقوه حساس دسترسي خواهند داشت، بنابراین يافتن شخصي که مي توانيد به او اعتماد کنيد بسيار مهم است.

براي [خريد کتاب ۱۰۱ تکنیک افزایش فروش](#) کلیک کنيد.

از فروشندگان احتمالي در مورد تجربه آنها در صنعت شما، سابقه آنها در مشتريان فعلي و اينکه آنها به چه نوع رشدی در دستيابي به ساير مشتريان کمک کرده اند سوال کنيد. البته همه مشاغل به فروشندگان يکساني نياز ندارند، اما محصولات و خدمات مشترکي وجود دارد که تقريباً هر شغلي به آنها نياز دارد. عملکردهاي زير را که براي هر نوع مشاغل ضروري است در نظر بگيريد.

- نحوه دريافت پرداخت از مشتريان

ارائه چندين گزينه پرداخت به شما اين اطمينان را مي دهد که مي توانيد فروش را در هر قالبی که براي مشتري هدف راحت تر است انجام دهيد. براي اطمينان از اينکه بهترين نرخ را براي نوع کسب و کار خود دريافت مي کنيد، بايد گزينه ها را با يکديگر مقايسه کنيد.

- مديریت امور مالی

بسياري از صاحبان مشاغل هنگام راه اندازي کسب و کار، خود مي توانند عملکردهاي حسابداری خود را مديریت کنند، اما با رشد کسب و کار شما مي توانيد با استخدام حسابداری يا مقايسه ارائه دهندگان نرم افزار حسابداری در وقت خود صرفه جويی کنيد.

## [دوره مديریت مالی برای مديران غير مالی](#)

۹ - برای کسب و کار خود لوگو انتخاب کنيد.

هنگام راه اندازی کسب و کار، یک لوگو ایجاد کنید که به مردم کمک کند تا به راحتی برند شما را شناسایی کنند. بسیاری از کسب و کارهای سنتی هنوز به اهمیت انتخاب نشان تجاری پی نبرده اند و آن را کاری بیهوده می دانند. اما در دنیای [بازاریابی](#) امروز شکل ها و رنگ ها تاثیر زیادی در تسخیر ذهن مخاطب می گذارند.

جالب است بدانید که خیلی از مصرف کنندگان یک محصول دلیل معقولی برای انتخاب آن ندارند. به ندرت می توان فردی را پیدا کرد که محصول بی نام و نشانی را انتخاب کند.

*اهمیت داشتن لوگو برای راه اندازی کسب و کار جدید*

در طول سال هایی که به کسب و کارهای مختلف مشاوره داده ایم، با مدیرانی رو به رو شدیم که پس از سال ها فعالیت تازه به اهمیت لوگو پی برده اند و می خواهند آن را تغییر دهند. در این حالت آن ها هزینه های اضافی زیادی را متحمل می شوند مثل تعویض بسته بندی ها، تبلیغات بیشتر در کانال های مختلف برای جایگاه سازی لوگوی جدید. پس بهتر است قبل از راه اندازی کسب و کار به فکر [طراحی لوگوی حرفه ای](#) برای آن باشید.

۱۰ - انتخاب شعار حرفه ای برای بازاریابی

شعار، هدف کسب و کار جدید و مزیت شما را نسبت به رقبا به مشتری خواهد گفت. اگر در قسمت [تعیین استراتژی کسب و کار](#) خوب عمل کنید، اهداف، [ماموریت کسب و کار](#) و چشم انداز شما به راحتی مشخص می شود.

برای انتخاب [شعار تبلیغاتی](#) جذاب به این فکر کنید که اگر محصول شما حرف می زد چطور خودش را معرفی می کرد. ویژگی های شعار حرفه ای به صورت زیر می باشد.



1. شعار بايد ساده و کوتاه باشد.

2. شعار بايد معرف مزيت کسب و کار شما باشد.

3. شعار بايد حس خوب در مشتري ايجاد کند.

4. شعار بايد با محصول متناسب باشد.

5. شعار بايد ايجاد کننده نياز در مشتري باشد.

6. شعار بايد به ياد ماندني باشد.

بايد به اين نکته توجه کرد که در اين شعارها هيچ تعريفی از شرکت نمی شود و به مشتري گفته می شود که چه نيازی از او رفع می شود. شعارهایی مثل: هدف ما جلب رضایت شما است، يا کیفیت ما شعار ما، بهترين را از ما بخواهيد، شعارهای غير حرفه ای هستند.

۱۱ - انتخاب رنگ سازمانی هنگام راه اندازی کسب و کار

رنگ یکی دیگر از عوامل تاثیر گذار در ذهن مشتريان است. روانشناسی رنگ ها را بخوانيد و در طراحی کارت ویزيت، سربرگ، قالب وب سایت و ... از آن استفاده کنید.

اگر خواستيد از بيش از يك رنگ استفاده کنید بايد با هم هارمونی داشته باشند. برای اين منظور از color wheel استفاده کنید تا رنگ های مکمل و هماهنگ را به شما نشان دهد.

- رنگ آبی: اطمینان و اعتماد: مثل لوگوی بانک ها
- قرمز: پویایی و انرژی و اشتها: مثل مک دونالد
- زرد: خوش بینی و شادی / احتیاط: برای تولید کننده ابزارهای صنعتی
- سبز: رشد، آرامش و طبیعت: محصولات طبیعی و سودآور ( مثل بانک های مهر اقتصاد و قوامین که مفهوم رشد و سود را می رساند)



- بنفش: خلاقیت امید و تفکر: برای شرکت های تبلیغاتی
- قهوه ای: قدمت و دوام
- سفید: پاکی
- مشکی: قدرت و عظمت: محصولات لوکس

### بیشتر بخوانید: رفتارشناسی با ابزار جهانی DISC

۱۲ - وب سایت شرکت، از الزامات راه اندازی کسب و کار

در اقتصاد امروز، داشتن وب سایت از الزامات راه اندازی کسب و کار اینترنتی و حتی سنتی است. بسیاری از مشتریان برای اطلاع از وجود یک کسب و کار به اینترنت مراجعه می کنند و یک وب سایت اثبات دیجیتالی است که نشان می دهد کسب و کار کوچک شما وجود دارد. همچنین یک راه عالی برای تعامل با مشتریان فعلی و بالقوه است .

بسیاری از استارتاپ ها طرز فکر اشتباه در مورد وب سایت های خود دارند. مسئله این است که آنها وب سایت خود را به عنوان هزینه می بینند نه سرمایه گذاری. در عصر دیجیتال امروز، این یک اشتباه بزرگ است. صاحبان مشاغل کوچکی که درک می کنند حضور آنلاین چقدر مهم است، در شروع راه اندازی کسب و کار قوی عمل خواهند کرد.

### بیشتر بخوانید: آشنایی با انواع روش های دیجیتال مارکتینگ

در انتخاب نام دامین دقت کنید. نام دامین باید به گونه ای باشد که در خاطر مشتری بماند و به راحتی قابل تایپ باشد. از نقطه و آندرلاین و غیره استفاده نکنید. از org یا biz استفاده نکنید، زیرا خیلی در ذهن مخاطبان جا نیفتاده است و اگر اشتباهی در تایپ آن رخ بدهد مشتری به وب سایت رقیبتان منتقل می شود. توجه به نکات زیر در انتخاب دامین مهم است:

- اگر داميني را انتخاب كرديد، حتما اسم هاي مشابه را هم بگيريد. مثل a2
- طولاني و مخفف نباشد. از نام هاي عمومي استفاده نكنيد. حتما نام خاص و متمايز انتخاب كنيد.
- مثل book.com يا marketing.ir خيلي عمومي است و معتبر بودن برند شما را نشان نمي دهد. نوع نگارش دامين را دقت كنيد. امكان تلفظ هاي مختلف وجود نداشته باشد.
- براي چك كردن آزاد بودن دامين به وب سايت whois.com مراجعه كنيد. در اين وب سايت نام هاي نزديك به نام خودتان را هم به شما پيشنهاد مي دهد.

۱۳- كسب و كارتان را برند كرده و تبليغ كنيد.

قبل از راه اندازي كسب و كار و شروع به فروش محصول يا خدمات خود، بايد نام تجاري خود را تقويت كنيد. روش هاي زير مي توانند به شما كمك كنند:

- وب سايت شركت را قدرتمند و به روز نگه داريد . همچنين تمام مجوزها را براي كسب و كار آنلاين دريافت كنيد.
- از [رسانه هاي اجتماعي](#) استفاده كنيد . از رسانه هاي اجتماعي براي اطلاع رساني كسب و كار جديد خود استفاده كنيد. معمولا به عنوان يك ابزار تبليغاتي براي ارائه كوپن و تخفيف به دنبال كنندگان پس از راه اندازي استفاده مي شود. بهترين بسترهاي رسانه هاي اجتماعي براي استفاده بستگي به مخاطب هدف شما دارد.
- مديريت نيازمندي مشتري (CRM) را در نظر بگيريد . بهترين راه حل هاي نرم افزاري CRM به شما اين امكان را مي دهد تا اطلاعات مشتري را ذخيره كنيد تا نحوه بازريايي با آنها را بهبود ببخشيد. يك [كمپين تبليغاتي](#) درست و يا يك كمپين ايميلي فكر شده مي تواند براي رسيدن به مشتريان و برقراري ارتباط با مخاطبان معجزه كند.

- ايجاد يك برنامه بازاریابی به اندازه ارائه محصول یا خدمات با کیفیت اهمیت دارد، مثلا به بهانه ی یک مراسم خاص، یک کمپین بازاریابی استراتژیک ايجاد کنید. اطلاع رسانی این کمپین در کانال های مختلف بازاریابی مانند وب سایت شرکت، رسانه های اجتماعی، خبرنامه های ایمیل و فرم ها می تواند انجام شود.

- از مشتریان بخواهید با شما تعامل داشته باشند. ساده ترین راه برای انجام این کار استفاده از فرم های تعاملی در وب سایت یا شبکه های اجتماعی است. مردم این روزها آنقدر ایمیل ها و پیام های دور ریختنی دریافت می کنند که اگر برای ارسال پیام های خود از آن ها اجازه بگیرید، اعتماد آن ها را جلب می کنید. فرم های انتخابی نقطه شروع عالی برای ايجاد اعتماد و احترام با مشتریان بالقوه است.

بیشتر بخوانید: [آشنایی با انواع بازاریابی](#)

۱۴ - کسب و کار خود را توسعه دهید.

بعد از راه اندازی کسب و کار، اولین [فروش](#) شما می تواند آغاز کار شما به عنوان یک کارآفرین باشد. برای کسب سود و سرپا ماندن در بازار کسب و کار، همیشه باید به فکر توسعه آن باشید. از تکنولوژی غافل نباشید و آسان ترین و به روز ترین روش ها را برای نمایش محصولات به مشتریان به کار بگیرید.

پس از راه اندازی کسب و کار، به اعتبار کسب و کار خود توجه کنید و سعی کنید طوری در بازار کسب و کار رفتار کنید تا اعتماد مشتریان جلب شود. همه این موارد به زمان و تلاش نیاز دارد. بنابراین با برنامه و صبر به دنبال کسب سود از کسب و کار خود باشید. همکاری با برندهای معتبرتر در صنعت شما راهی عالی برای دستیابی به رشد است.

با یک موسسه خیریه شریک شوید و مقداری از زمان یا محصولات خود را به صورت رایگان در اختیار آن ها بگذارید تا نام شما را به گوش همه برسانند.



سوالات متداول در مورد راه اندازی یک کسب و کار

۱. در راه اندازی کسب و کار جدید کدام مشاغل اسان تر هستند؟

ساده ترین مشاغل برای شروع، مشاغلی است که از قبل نیاز به سرمایه گذاری کمی دارند یا نیازی به آموزش گسترده برای یادگیری کسب و کار ندارند. یکی از ساده ترین انواع مشاغل جدید برای راه اندازی، یک شرکت Drop Shipping است. مشاغل Drop shipping جز شغل های واسطه گری به حساب می آیند. به این معنا که نیازی به انبار کردن محصول نیست و فقط به عنوان سفارش گیرنده و تامین کننده محصول از جانب تولید کننده برای مشتری است.

Drop shipping نیازی به مدیریت موجودی ندارد، و شما را از دردسرهای خرید، ذخیره و ردیابی سهام نجات می دهد.

در عوض، یک شرکت دیگر به سفارش شما سفارشات مشتری شما را انجام می دهد. این شرکت موجودی را مدیریت می کند، کالاها را بسته بندی می کند و سفارشات تجاری شما را ارسال می کند. برای شروع، می توانید با انتخاب محصولات انتخاب شده از کاتالوگ موجود از طریق شرکا، یک فروشگاه آنلاین ایجاد کنید

۲. بهترین زمان برای راه اندازی کسب و کار چه زمانی است؟

زمان ایده آل برای شروع یک تجارت جدید برای هر فرد متفاوت است. اول و مهم تر از همه این است که بدانید که زمان کافی برای به راه اندازی کسب و کار جدید را دارید یا خیر. چنانچه این زمان را داشته باشید باید یک کسب و کار جدید را شروع کنید. اگر محصول یا خدمات فصلی دارید، می خواهید کسب و کار خود را یک چهارم قبل از زمان شلوغ پیش بینی شده سال شروع کنید.

برای شرکت های غیر فصلی، بهار و پاییز زمان های متداول سال برای راه اندازی است. معمولاً زمستان کمترین فصل راه اندازی است، زیرا بسیاری از مالکان جدید ترجیح می دهند شرکت خود را از سال مالی جدید ایجاد کنند.



اگر صاحب کسب و کار هستید و می خواهید دانش مدیریتی خود را بالا ببرید، مگادوره مدیریت کسب و کار با نام [دوره کاپیتان](#) در محل گروه اقیانوس آبی در یزد برگزار می شود. پیشنهاد می کنیم، حتما دوره کاپیتان را بررسی کنید و در صورتی که به مشاوره برای شرکت در دوره نیاز داشتید با ما تماس بگیرید: [۹۱۰۰۲۰۸۰-](#)

[۰۳۵](#)