



استراتژی کسب و کار از صفر تا ۱۰۰

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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

يکي از حياتي ترين مواردی که برای هر کسب و کاری که به دنبال پیشرفت و توسعه تجارت خود است لازم می باشد، استراتژی کسب و کار است. استراتژی کسب و کار در واقع مجموعه ای واضح از برنامه ها، اقدامات و اهداف است. یک استراتژی کسب و کار **business strategy** نشان دهنده ی آن است که یک کسب و کار چگونه باید در بازار با محصول و خدمات خود رقابت کند. شاید این تعریف، تعریفی ساده باشد اما توسعه و تدوین یک استراتژی تجاری خوب و کارآمد و اجرای واقعی آن کار آسانی نخواهد بود.

داشتن یک هدف در کسب و کار بدون استراتژی تنها یک رویاست که دست یافتن به آن تقریباً غیر ممکن است. وارد شدن به بازار بدون استراتژی کسب و کار و برنامه ریزی یک ریسک بزرگ است که برخی آن را حتی قمار می نامند. در دنیای امروز افزایش رقابتي که وجود دارد باعث شده تا اهميت استراتژی کسب و کار مشخص شود و در اکثر مشاغل امروزي وجود یک استراتژی کسب و کار حس می شود .

ما این تجربه را در مشاوره ها و کلاس های آموزش مدیریت **گروه اقيانوس آبي** به دست آوریده ایم، اینکه اکثر مدیران در تدوین استراتژی کسب و کارشان مشکل داشته و به کمک و آموزش نیاز دارند.

برای مشاهده سایر مقاله های ما، حتما به **اقيانوس آبي** سر بزنيد.

Business consulting



کلید اصلی موفقیت برندهای مطرح در دنیا، استفاده از مشاورین متخصص کسب و کار است.

مشاوره کسب و کار اقیانوس آبی

در مقاله پیش رو به سوالات زیر پاسخ خواهیم داد:

۱. استراتژی چیست؟

۲. استراتژی کسب و کار چیست و چه اهمیتی برای آنها دارد؟

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



۳. تدوين و تعريف استراتژي چه مزايایی براي يك كسب و كار دارد؟

۴. چگونه يك استراتژي كسب و كار موفق داشته باشيم؟

۵. انواع استراتژي كسب و كار چيست؟

استراتژي چيست؟

در پاسخ به سوال متداول **استراتژي كسب و كار چيست** بايد بگوييم كه استراتژي كسب و كار تركيبی از تمام تصميمات اتخاذ شده و اقدامات انجام شده توسط تجارت براي تحقق اهداف تجاری، رشد كسب و كار و تأمين موقعيت در بازار رقابتي است. استراتژي ستون فقرات تجارت است، زيرا نقشه راهی است كه به اهداف مورد نظر منجر می شود.

هرگونه خطا در اين نقشه راه می تواند منجر به گم شدن **كسبو كار** در جمع رقبای قدرتمند شود. در ادامه به چندین تعريف استراتژي اشاره می كنيم كه همه آن ها به يك معنی هستند:

۱. استراتژي چيست؟ **استراتژي كسب و كار** را می توان به عنوان **سلسله مراتب يا مجموعه تصميماتی**

كه به كارآفرينان در دستيابی به اهداف خاص تجاری كمك می كند، تعريف كرد. تدوين استراتژي

كسب و كار چیزی نيست جز يك برنامه جامع مدیریتی كه مدیریت سازمان براي تأمين موقعيت

رقابتي در بازار، ادامه فعاليت خود، جلب رضایت، **وفاداری مشتریان** و دستيابی به اهداف مورد نظر در تجارت آن را تنظيم می كند.

۲. استراتژي چيست؟ استراتژي كسب و كار به معنی **استفاده از منابع محدود موجود در محيط كسب**

و كار به منظور به وجود آوردن مزيت رقابتي با رقبا است. براي اينكه بقا و توسعه كسب و كارمان را

رقم بزنيم بايد استراتژي های مناسب و همسو با اهدافمان را تدوين كنيم.

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

۳. استراتژی چیست؟ همه ما می‌دانیم که کسب و کار بدون هدف مانند زنبور بی عسل است. یعنی باید بدانیم که می‌خواهیم به کجا برسیم، سالانه چقدر **سودآوری** داشته باشیم و ... برنامه و مسیری که برای رسیدن به اهداف کسب و کارمان باید مشخص کنیم، استراتژی کسب و کار نام دارد. معادل فارسی استراتژی، راهبرد است که با تعریف بالا کاملاً همخوانی دارد.



استراتژی یعنی کارهایی انجام که هیچ کس غیر از ما نمی‌تواند انجام

– استراتژی کسب و کار چیست؟ (از زبان متخصصین)

آلفرد چندلر، استاد مدرسه کسب و کار هاروارد:

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

“استراتژی یعنی تعیین اهداف بلندمدت کسب و کار و تخصیص منابع لازم برای دستیابی به اهداف و رشد کسب و کار”.

مایکل پورتر، از شناخته‌ترین تئوریسین‌های کسب و کار:

- “استراتژی خلق موقعیتی منحصر به فرد و متمایز است که مجموعه‌ای از فعالیت‌ها را در بر می‌گیرد. این فعالیت‌ها باید به صورت سیستمی بوده و با هم تناسب داشته باشند”.
- “استراتژی یعنی کارهایی انجام دهیم که هیچ کس غیر از ما نمی‌تواند انجام دهد”.

در این تعریف مایکل پورتر به مزیت رقابتی که هر کسب و کار باید به آن توجه داشته باشد اشاره می‌کند تا تعریف را کامل تر کند.

[بیشتر بخوانید: نکات بازاریابی و فروش بیشتر](#)

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنید.



اهميت استراتژي كسب و كار

دنيای اقتصاد با شتاب در حال تغيير است. تکنولوژی های موجود، پیشرفت می کنند و پیچیده تر می شوند، محصولات و خدمات رقبا بهبود می یابند، تقاضا تغيير می کند، ترجیحات و انتظارات مشتری جابجا می شود و فشار خریداران بر سازمان بیشتر می شود.

تمامی این تغییرات باعث می شوند که کارآمدی روش ها و رفتارهای كسب و كار روز به روز کمتر شود. از این رو چاره ای جز انطباق با محیط وجود ندارد. استراتژی توانایی این انطباق را به كسب و

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

کار می دهد. منابعی که در اختیار کسب و کار است و به آن ها دسترسی دارد، بسیار محدود هستند. استراتژی اهداف و راه های رسیدن به آن ها را مشخص کرده و منابع را به هر کدام اختصاص می دهد.

در تعریف استراتژی گفته می شود که استراتژی مجموعه‌ای از روش‌های خلاقانه است که به سازمان کمک می‌کند تا رقابت کند. با مشخص شدن یک برنامه مشخص برای رسیدن به اهداف، نقاط قوت در کانون توجه قرار می‌گیرد و می‌توان با تقویت آنها، از آن به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده کرد.

بیشتر بخوانید: راه اندازی یک کسب و کار موفق

چرا کسب و کار شما به یک استراتژی نیاز دارد؟

۱. برنامه ریزی

استراتژی کسب و کار بخشی است از یک طرح تجاری. برنامه تجاری اهداف و مقاصد را تعیین می کند، اما استراتژی کسب و کار راهی را برای تحقق این اهداف ارائه می کند. یک استراتژی کسب و کار به مدیران کمک می کند تا برای رسیدن به اهداف کسب و کار گام های کلیدی را بتوانند تعیین کنند. این گام ها رسیدن به اهداف را آسان تر می کنند. در واقع استراتژی کسب و کار را می توان نقشه راهی نامید برای رسیدن به اهداف مشخص شده.

۲. مشخص شدن نقاط قوت و ضعف

مدیران در اکثر مواقع به هنگام تدوین استراتژی کسب و کار با نقاط ضعف و قوت خود به شکلی واضح آشنا خواهند شد. فرایند تدوین استراتژی کسب و کار به مدیران کمک می کند تا نقطه ضعف ها و نقطه قوت های کسب و کارشان را شناسایی کرده و ارزیابی کنند. تدوین یک

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

استراتژی به شما کمک می کند تا از نقاط قوت خود استفاده کنید و نقاط ضعف خود را از بین ببرید یا آن ها را بپوشانید. به زبانی دیگر به این وسیله می توان یک استراتژی نوشت که به وسیله ی آن نقاط قوت را برجسته کرد و نقطه ضعف ها را کم رنگ تر یا برطرف کرد.

۳. افزایش بهره وری

با تدوین استراتژی می توانید برای هر مرحله از کسب و کار خود برنامه ریزی انجام دهید. در این صورت برای هر بخش و هر منبع مشخص می شود که دقیقا چه کاری باید انجام دهد به همین دلیل فعالیت ها در کسب و کار به شکل خودکار در آمده و بهره وری افزایش می یابد. به وسیله ی استراتژی کسب و کار می توان برای منابع کسب و کار برنامه ریزی دقیق تری داشت و از آن ها به شکل موثر تری استفاده کرد. این موضوع به شکل خودکار باعث افزایش بهره وری در کسب و کار می شود.

۴. ایجاد مزیت رقابتی

استراتژی کسب و کار معمولا متمرکز است بر استفاده از نقاط قوت کسب و کار، استراتژی تدوین شده از نقاط قوت به عنوان یک مزیت رقابتی برای موقعیت یابی برند استفاده می کند. این موضوع می تواند به کسب و کار هویت بخشیده و اعتبار کسب و کار نزد مخاطبین بالا تر رود. داشتن یک استراتژی کسب و کار به مدیران کمک می کند تا بر روی رسیدن به اهدافشان تمرکز کرده و بتوانند روی برجسته کردن نقاط قوتشان تمرکز کنند و از آن ها به عنوان یک مزیت رقابتی استفاده کنند.

۵. کنترل

این موضوع به مدیران امکان می دهد کنترل بیشتر فعالیت ها را برای رسیدن به اهداف خود در دست بگیرند. با انجام این کار می توانید فعالیت ها را کنترل کرده و بررسی کنید که آیا طبق برنامه ریزی پیش می رود یا نه.

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

مزایای استراتژی برای کسب و کارها

استراتژی یک طرح کلی از تمام اعمال و مقصود های شرکت است که با توجه به اهداف سازمان حالت انعطاف پذیری به خود می گیرد و در هر زمان نیاز باشد طرح آن تغییر می کند. یک استراتژی کسب و کار موفق این مزیت ها را دارد:

۱. حداکثر بهره وری را برای سازمان در نظر می گیرد.
۲. فرصت های پیش رو سازمان را درک و راه های استفاده از این فرصت هارا بهبود می دهد.
۳. منابع موجود را برای رسیدن به اهداف سازمان بسیج می کند.
۴. موقعیت رقابتی سازمان در بازار را تضمین می کند.
۵. سیستم پاسخگویی قوی برای مقابله با چالش ها و تهدیدها تدوین می کند.
۶. تمامی تلاش ها و اقدامات را در مسیر رسیدن به اهداف هدایت می کند.

واحد استراتژیک کسب و کار چیست؟

در طول عمر کسب و کار تنوع ها و چالش هایی شکل می گیرند و نهایتاً وضع به جایی می رسد که مدیران متوجه می شوند نمی توانند این همه تنوع را به سادگی مدیریت کنند. اگر مدیر یک کسب و کار چند ساله باشید، تنوع سیاست های بازار و سلايق مشتریان برای شما تازگی ندارد و بعید نیست خودتان هم با آن ها درگیر باشید. راه اندازی واحد استراتژیک کسب و کار یا SBU ، یک روش برای ساختار بخشیدن به فعالیت های یک کسب و کار است.

سطوح مختلف استراتژی کسب و کار

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

در يك سازمان افراد در سمت ها و رده هاي مختلفي قرار مي گيرند. بسته به اينكه در كجاي چارت سازماني قرار مي گيرند وظيفه و عملكرد هاي مختلفي نيز از آنها انتظار مي رود. استراتژي سازمان در اندازه ها و سطوح مختلف ارائه مي شود.

تمام استراتژي هاي تدوين شده به استراتژي هاي پايه اي باز مي گردند. در ادامه استراتژي هاي پايه اي كسب و كار را براي شما تعريف كنيم تا بتوانيد يك مديريت قدرتمند داشته باشيد. فرايند برنامه ريزي و مديريت استراتژيك داراي سه سطح به شرح زير است:

– استراتژي سطح كلان و كلي سازمان (Corporate-level Strategy)

روش مديريت استراتژيك مشاركتي در سطح هاي بسيار بالا براي مديران شركت هاي بزرگ پياده سازي مي شود. در اين روش مديران به يك تعامل سازنده براي رشد بازار صنعت خود مي رسند. در حين رقابت مي توان با استفاده از چنين استراتژي كسب و كار ارزنده اي بازار صنعت خود را نسبت به ساير بازارها در سطح بالاتري نگه داريد.

– استراتژي بخش يا واحدهاي تجاري (Business-level Strategy)

اين استراتژي كه به استراتژي واحد كسب و كار هم معروف است كه براي تدوين هر چه بهتر آن تركيبی از دو روش بالا را استفاده مي نمايند. براي اين منظور شما بايستي به صورت دقيق تعيين كنيد كه چگونه قرار است در بازار با رقبا به رقابت بپردازيد و از آنها عقب نمانيد. چگونه محصولات خود را با كيفيت عالي ارائه و براي آنها مشتري جذب كنيد.

– استراتژي وظيفه اي يا عملكردی (Functional-level Strategy)

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

شما بايستي با كمترين تعداد كاركنان بالاترين ميزان راندمان را براي كسب و كار خود به دست بياوريد. در اين روش استراتژي كسب و كار شما براي تك تك واحدهاي سازمان خود برنامه ريزي نموده و آنها را در مسير رشد شركت قرار مي دهيد. اينكه ميزان منابع مصرفي لازم براي توسعه شركت چقدر باشد و به کدام بخش ها اختصاص يابد، پاسخ هايي است كه شما در استراتژي كاركردي به آنها خواهيد رسيد.

[بيشتر بخوانيد: افزايش سودآوري كسب و كارها با ۱۲ تكنيك اجرائي](#)

اجزاي استراتژي كسب و كار

چشم انداز، ماموريت، استراتژي، هدف و ارزش! جمع اين موارد يك استراتژي كسب و كار پردرآمد را تشكيل مي دهد. در ادامه به تعريف تمام آن ها مي پردازيم:

۱. ماموريت يا mission

[بيانیه ماموریت](#) را مي توان فلسفه و علت وجودي هر كسب و كاري دانست، يا به زبان ديگر كاري كه هر كسب و كاري در وضعيت فعلي خود انجام مي دهد.

۲. ارزش ها يا values

ارزش هاي سازمانی، اصول و چارچوب‌هایی هستند كه تمام سازمان به آنها وفادار است و فراتر از هر قانون و قاعده‌اي قرار مي‌گيرند. اگر اين ارزش ها به درستي اجرا شوند، جزئي از فرهنگ سازمانی خواهند شد. اصولی مثل صداقت، كار تيمی، كيفيت، تلاش، شفافيت، ادب، حفظ كرامت انسانی، خلاقيت، نوآوری، مسؤليت پذيري، تعامل بهتر با مشتري و رضايت مشتري و ...

۳. چشم انداز يا vision

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

در این قسمت پیش بینی می شود که کسب و کار ما قرار است به کجا برسد و مقصد نهایی را مشخص می کند. چشم انداز را می توان تصویری از آینده کسب و کارمان تعریف کرد، یعنی آن چیزی است که دوست داریم به آن برسیم. **چشم انداز هدفی بلندمدت است با ویژگی آرمانی بودن!**



گام های تعیین استراتژی

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

در تعيين استراتژي کسب و کار ابتدا بايد چشم انداز و ماموريت آن کسب و کار مشخص شده، سپس اهداف بلند مدت تعيين شوند. بعد از آن با تحليل ماتريس SWOT استراتژي کسب و کار انتخاب مي شود. در آخر نيز اهداف کوتاه مدت در راستاي تمام اين موارد مشخص مي شود. در ادامه به توضيح هر کدام از اين گام ها مي پردازيم:

۱. تعيين چشم انداز

به نظر شما چرا چشم انداز مهم است و بايد در ابتدا تعيين شود؟

۱. چشم اندازها کنترل کننده کسب و کار هستند.
۲. چشم اندازها از گمراه شدن کسب و کارها و خارج شدن آن ها از مسير اصلي جلوگیری می کنند.
۳. چشم اندازها الهام بخش و انگیزاننده اند.
۴. چشم اندازها انرژی شما را افزایش می دهد، انتخاب چشم اندازی مناسب می تواند عامل انگیزشی برای هر کسب و کاری باشد.
۵. چشم اندازها چراغ راه هر کسب و کاری هستند.
۶. چشم اندازها کسب و کار شما را در راه پر پیچ و خم رقابت یاری می کنند.

۲. تعيين ماموريت

برای نوشتن بيانیه ماموريت به اين سوالات پاسخ دهيد:

۱. محصول يا کسب و کار من چه مشکلی را از جامعه حل میکند؟
۲. محصول من چه احساسی از مشتریان را درگیر خواهد کرد؟ شادی، اطمینان، راحتی، امنیت و...

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

بعد از نوشتن ماموريت، آن را در مكان كسب و كارتان نصب كنيد و انتشار دهيد تا همواره آن را به ياد داشته باشيد و از مسير اصلي خود خارج نشويد.

۳. تعيين اهداف بلندمدت

داشتن هدف در كسب و كار، باعث تمرکز و برنامه ريزي براي رسيدن به مقصد مي شود. براي هدف گذاري بايد به اين سه سوال پاسخ دهيد:

۱. در حال حاضر كجا هستيم؟

۲. به كجا مي خواهيم برسيم؟

۳. براي رسيدن به اين مقصد، چه كارهايي بايد انجام دهيم؟

هدف گذاري ويژگي هايي دارد كه اگر رعايت شوند تمرکز ذهن را براي رسيدن به آنها زياد مي كند. از جمله اين ويژگي ها مي توان به ايجاد انگيزه، مبدا و مقصد داشتن، زمان بندي، تسريع كار و ... اشاره كرد.

بيشتر بخوانيد: [ويژگي هاي هدف كسب و كار](#)

براي تشخيص اهداف بلند مدت سازماني به تحليل محيط دروني سازمان و بررسي نقاط ضعف و قوت خود و تحليل محيط بيروني سازمان بررسي فرصت ها و تهديد هاي پيش رو نيازمند خواهيم بود كه با استفاده از ماتريس SWOT مشخص خواهد شد.

۴. بررسي، ارزيابي و انتخاب استراتژي با SWOT

در اين گام با استفاده از ماتريس SWOT استراتژي مناسب با كسب و كار خود را پيدا مي كنيم:

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



-انواع استراتژی های کسب و کار

W (نقاط ضعف)	S (نقاط قوت)	
استراتژی محافظه‌کار	استراتژی تهاجمی SO	فرصت‌ها (O)
استراتژی تدافعی	استراتژی رقابتی ST	تهدیدها (T)

۱،۴ استراتژی تهاجمی (SO)

در جدول بالا ماتریس انتخاب استراتژی کسب و کار را می بینیم. اولین استراتژی از نوع تهاجمی است که از جنس نوآوری و خلاقیت در کسب و کار شما هستند. هنگامی که کسب و کار در شرایط بسیار خوبی قرار دارد، می توانید از این دسته از استراتژی ها نظیر: رشد، سرمایه‌گذاری و توسعه بازار یا محصول و ... استفاده کنید.

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

۲٫۴ استراتژی رقابتی (ST)

کسب و کار ما در این مرحله عملکرد قوی و خوبی دارد اما با این حال از خطر تهدیدهای محیط بیرونی مصون نیست. حالا سوال اینجا است که چگونه با وجود نقاط قوت خود می توانیم تهدیدها را بی اثر کنیم؟ عنصر کلیدی این قسمت «ثبات در عین رقابت» محسوب می شود.

۳٫۴ استراتژی تدافعی (WT)

در این موقعیت کسب و کار به شدت ضعیف است و نقطه قوتی برای رهایی از خطر تهدیدها ندارد. در این مواقع می توان از راهکارهایی نظیر عقب نشینی، تعطیلی و انحلال و ... استفاده کرد.

۴٫۴ استراتژی محافظه کارانه (WO)

در این حالت کسب و کار اگرچه با عملکرد ضعیف تری نسبت به رقبا مشغول به فعالیت است، اما فرصت‌های خوبی هم دارد. جنس راهکارهای این موقعیت نیز از دسته رشد، سرمایه گذاری و نوآوری خواهد بود، اما عنصر احتیاط و محافظه کاری به آن اضافه خواهد شد.



ماتريس SWOT

۱. نقاط قوت
۲. نقاط ضعف
۳. فرصت ها
۴. تهديد ها

- تجزيه و تحليل SWOT و کاربردهاي آن

يكي از مهم‌ترين مراحل در تعيين استراتژي كسب‌وكار، شناسايي **نقاط قوت** و ضعف سازمان و رقبا و تجزيه و تحليل فرصت‌هاي بالقوه سازمان است. شناسايي نقاط قوت و ضعف بايد با واقع‌بنيني همراه باشد و سازمان همان‌گونه كه هست معرفي شود.

پيش از شناسايي گزينه‌هاي استراتژيك بهتر است جايگاه كنوني سازمان را با استفاده از تجزيه و تحليل ماتريس SWOT تعيين كنيم. نوعي تجزيه و تحليل است كه نقاط ضعف و قوت

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

داخلی سازمان را با فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی پیوند می‌دهد. نقاط قوت و ضعف مبتنی بر منابع بوده و فرصت‌ها و تهدیدها مبتنی بر محیط هستند.

اشتباهات رایج در تحلیل SWOT

۱. رایج‌ترین اشتباهی که در تجزیه و تحلیل SWOT انجام می‌شود این است که این روش کاملاً جامع

و بدون اشتباه فرض می‌شود. در صورتی که این روش به ندرت کمبودهای واقعی را نشان می‌دهد و مسائل مهم استراتژیک سازمان از قلم می‌افتد و استراتژی کسب و کار به خوبی پیش نمی‌رود.

۲. اشتباه دوم تهیه فهرستی طولانی از نقاط قوت و ضعف است که پشتوانه تحلیلی و منطقی کمی

دارند. فهرست کوتاه دارای منطق قوی، بهتر از فهرستی طولانی و بدون در نظر گرفتن جمیع جهات است.

۵. تعیین اهداف کوتاه مدت

با تعیین اهداف بلند مدت و انتخاب استراتژی شما می‌توانید اهداف کوتاه مدت و انگیزه‌بخش در راستای رسیدن به چشم انداز خود تدوین کنید. اهداف کوتاه مدت تعیین شده باید با توان کسب و کارتان تناسب داشته و در راستای اهداف بلندمدت و چشم انداز باشند.

بیشتر بخوانید: [راهکار طلایی جلوگیری از اتلاف وقت مدیران](#)

معیارهای انتخاب استراتژی‌های کسب و کار

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اقیانوس آبی](#) سر بزنید.

در ادامه اين مطلب از [مجله اقيانوس آبي](#) معيارهاي انتخاب استراتژي‌هاي كسب و كار آورده شده است:

- بازده سرمايه‌گذاري قابل توجه است؟

براي مثال استار باكس با هزينه زياد در مناطق گران قيمت ژاپن با بيش از ۴۰۰ واحد كسب و كار شروع به فعاليت كرد. نتيجه آن يك برند روز اما آسيب پذير در مقابل رقبا بود، زيرا آن‌ها كيفيتشان در حد استارباكس و يا بالاتر بود اما ضعف گران بودن را نداشتند.

- آيا مزيت رقابتي پايداري وجود دارد؟

براي دستيابي به يك مزيت رقابتي پايدار، يك استراتژي كسب و كار بايد از دارايي‌ها و قابليت‌هاي سازماني بهره بگيرد و نقاط ضعف آن را خنثي سازد.

- آيا استراتژي فعلي در آينده موفق خواهد بود؟

استراتژي بايد بتواند متناسب با تغييرات بازار، همراه با تهديد‌ها و فرصت‌هايش، خود را حفظ نمايد.

- آيا استراتژي قابل اجرا است؟

استراتژي بايد در بطن منابع مالي و انساني سازمان قرار داشته باشد. همچنين بايد با ديگر ويژگي‌هاي سازماني نظير ساختار، سيستم‌ها، كاركنان و فرهنگ سازمان سازگار بوده و باعث تحرك هرچه بيشتر باشد.

- آيا اين استراتژي با ديگر استراتژي‌هاي كسب و كار همخوان است؟

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

آیا منابع و استفاده از جریان نقدینگی با یکدیگر در تعادل هستند؟ آیا با سرمایه‌گذاری در منابع مالی یا انسانی، انعطاف‌پذیری سازمانی کاهش می‌یابد؟ آیا هم‌افزایی بالقوه با این استراتژی به دست می‌آید؟



استراتژی کسب و کار رقابتی

برای مشاهده سایر مقاله‌های ما، حتماً به [اَقیانوس آبی](#) سر بزنید.

پايه و اساس اين استراتژي براي رقابت در بازار با رقبا تدوين مي‌گردد. از اين طريق شما مي‌توانيد كسب و كار خود را براي بازار رقابتي در جامعه آماده نماييد. شما بايد تمام روش‌هاي ساير رقبا را بررسي کرده تا از يك برنامه قدرتمند و سطح بالاتر از آنها براي كسب و كار خود بهره ببريد. داشتن يك روش انحصاري مي‌تواند تبديل به اسلحه پنهان و قدرتمند شما در فضاي رقابتي بازار باشد. شما در اين استراتژي بايد از روش‌هاي جذب مشتري و تأمين نيازهاي آن‌ها براي بالا بردن ميزان فروش شركت خود استفاده نماييد.

سوالات متداول

۱. استراتژي كسب و كار چيست؟

يك استراتژي تجاري يك چشم انداز و جهت براي كل سازمان ايجاد مي‌كند. اين مهم است كه همه افراد درون يك شركت اهداف مشخصي داشته باشند و از مسير يا ماموريت سازمان پيروي كنند. يك استراتژي مي‌تواند اين چشم انداز را ارائه دهد و از چشم پوشي افراد از اهداف شركت جلوگيري كند.

۲. چطور استراتژي كسب و كار بنويسيم؟

“به طور خلاصه:

چشم انداز – جايي كه مي‌خواهيد به آن برسيد.

ارزشها – نحوه رفتار شما

مناطق متمرکز – مواردی که برای کمک به پیشرفت شما روی آن تمرکز خواهید کرد.

اهداف – آنچه می‌خواهید به آن برسيد.

براي مشاهده ساير مقاله‌هاي ما، حتماً به [اقيانوس آبي](#) سر بزنيد.

پروژه ها - نحوه دستيابي به آنها

- KPI چگونه موفقيت را اندازه گيري مي كنيد

۳. سه استراتژي اصلي كسب و كار چيست؟

از نظر عملي ، تنها سه استراتژي تجاري اصلي وجود دارد: استراتژي هزينه ، استراتژي تمايز محصول يا خدمات و تمرکز بر استراتژي بازار گوشه يا نيچ. درك اين استراتژي ها براي نوشتن يك برنامه تجاري استراتژيك خوب بسيار مهم است.
