



راهنمای راه اندازی کسب و کار جدید

تیم تحریریه اقیانوس آبی

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



بسياري از كارآفريناني كه به گروه اقيانوس آبي مراجعه مي كنند، زماني كه قصد راه اندازي يك

كسب و كار و شروع كسب و كار از صفر را دارند، انقدر درگير جزئيات مثل كسب جواز، خريد تجهيزات توليد، استخدام، دكوراسيون و غيره مي شوند كه يك سري اصول را نادیده مي گيرند.

هدف از توليد اين مطلب اين است كه شما به عنوان مدير كسبوکار یاد بگيريد كه چطور برای راه اندازي كسب و كار تمام گام ها را درست برداريد تا در آينده دچار مشكل نشويد، چگونه كسب و كاري را از صفر شروع كنيد و برای راه اندازي كسب و كار موفق آماده شويد.

در انتهاي راهنماي راه اندازي كسب و كار نيز با تمام بخش هاي كسب و كار و مشكلات رايج در هر يك آشنا شده و راه حل هايي برای حل مشكلات مختلف كسب و كار دريافت مي كنيد .

اين مطلب برای ۴ دسته از افراد مناسب است و مي تواند كمك بزرگي برايشان باشد:

۱. كساني كه قصد راه اندازي كسب و كار *Business startup* دارند.
۲. كساني كه كسب و كار سنتي دارند و مي خواهند آن را متحول كنند.
۳. كساني كه مي خواهند كسب كارشان را به يك برند حرفه اي تبديل كنند.
۴. كساني كه مي خواهند از نامي كه برای كسبوکارشان انتخاب کرده اند مطمئن شوند و بفهمند کارهایی كه برای ساخت برندشان انجام داده اند مفيد بوده يا خيرا! پيشنهاد ميكنيم قبل از هر چير مقاله تعريف مدير را حتما بخوانيد.

نكاتي قبل از راه اندازي كسب و كار

برای ايجاد و راه اندازي كسب و كار كوچك و جديد بايد دريابيد كه از كجا شروع كنيد و چگونه به موفقيت برسيد.

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

- 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:

۱. یک جستجوی سریع برای شرکت های موجود در صنعت انتخابی خود انجام دهید.
۲. بیاموزید که رهبران برند فعلی چه می کنند و دریابید که چگونه می توانید این کار را بهتر انجام دهید.

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

۳. اگر فکر می‌کنید راه اندازی کسب و کار شما می‌تواند چیزی را ارائه دهد که شرکت‌های دیگر انجام نمی‌دهند یا می‌تواند همان خدمت یا محصول را فقط سریع‌تر و ارزان‌تر ارائه کنید، شما ایده خوبی دارید و آماده ایجاد یک طرح تجاری هستید.

۴. همچنین “چرای کسب و کار” خود را مشخص کنید، یعنی از خود بپرسید چرا کسب و کار خود را راه اندازی می‌کنید. 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 هزینه‌های راه اندازی خود را تأمین خواهید کرد؟

این سوالات را می‌توان در یک طرح تجاری خوب نوشت. بسیاری از اشتباهات توسط مشاغل و کسبوکارهای جدید انجام می‌شود، تنها به این دلیل که به این جنبه‌های کسب و کار فکر نمی‌کنند. شما باید پایگاه مشتری هدف خود را پیدا کنید. چه کسی قصد خرید محصول یا خدمات شما را دارد؟ برای پاسخ به این سوالات به چند مورد زیر باید توجه داشته باشید:



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.

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:

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

- آيا امکانات لازم براي تأمين مالي استارت‌آپ خود را داريد يا نياز به وام گرفتن داريد؟
 - اگر قصد داريد شغل فعلي خود را براي تمرکز بر مشاغل خود ترک کنيد، آيا پولي براي حمايت از خود کنار گذاشته ايد تا زماني که کسبوکار جديدتان به سود برسد؟
 - هزينه راه اندازي کسب و کار شما چقدر خواهد بود؟
 - و ...
- بسياري از استارت‌آپ ها شکست مي خورند زيرا قبل از اين که سودي کسب کنند از بين مي روند. پس ميزان سرمايه اوليه مورد نياز خود را بيش از حد ارزيابي کنيد، زيرا ممکن است مدتي طول بکشد تا کسب و کار شما به درآمد پايداري برسد.
- يکي از راه هايي که مي توانيد تعيين کنيد چقدر پول نياز داريد استفاده از فرمول نقطه سر به سر است .

هزينه هاي ثابت ÷ (قيمت متوسط - هزينه هاي متغير) = نقطه سر به سر

هر کارآفريني بايد از اين فرمول براي راه اندازي کسب و کار استفاده کند، زيرا:

۱. **تعيين سودآوري:** از خود بپرسيد چقدر درآمد نياز دارم تا بتوانم تمام هزينه هايم را تأمين کنم؟ کدام محصولات يا خدمات سود مي رسانند و کدام يك با زيان فروخته مي شوند؟
۲. **قيمت يك محصول يا خدمت:** اکثر مديران در هنگام انتخاب **قيمت محصول**، در نظر مي گيرند که هزينه توليد محصولشان چقدر است و رقبا چگونه محصولات خود را قيمت گذاري مي کنند. از خود بپرسيد که نرخ هاي ثابت، هزينه هاي متغير و هزينه کل چقدر است؟ قيمت هر کالاي فزيکي چقدر است؟ هزينه کار چقدر است؟

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

۳. **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؟

۴. **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. کاملاً 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 اینکه بتوانید شرکت خود را ثبت کنید، باید تصمیم بگیرید که چه نوع نهادی است. ساختار مشاغل شما به طور قانونی همه چیز را تحت تأثیر قرار می دهد، از نحوه پرداخت مالیات تا مسئولیت شخصی در صورت بروز مشکل.

- **مالکیت یگانه:** اگر صاحب مشاغل کاملاً خودتان هستید و قصد دارید مسئول تمام بدهی ها و تعهدات باشید، می توانید برای یک شرکت خصوصی ثبت نام کنید. مواظب باشید که این مسیر می تواند به طور مستقیم بر اعتبار شخصی شما تأثیر بگذارد.
- **مشارکت تجاری:** همانطور که از نامش مشخص است، به این معنی است که دو یا چند نفر به عنوان مالک مشاغل شخصاً مسئول هستند. اگر می توانید یک شریک تجاری با مهارت های تکمیلی خود پیدا کنید، مجبور نیستید به تنهایی کار کنید. معمولاً ایده خوبی است که شخصی را به خود اضافه کنید تا به رونق کسب و کار شما کمک کند.
- **شرکت با مسئولیت محدود:** یکی از معمول ترین ساختارها برای مشاغل کوچک، شرکت با مسئولیت محدود است. این ساختار ترکیبی از حمایت های قانونی یک شرکت برخوردار است در حالی که مزایای مالیاتی مشارکت را مجاز می داند.

در راه اندازی کسب و کار جدید این به شما بستگی دارد که تعیین کنید 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 کنید. اگر برای تصمیم گیری در حال تلاش هستید، ایده بدی نیست که در مورد این تصمیم با یک **مشاور کسب و کار** صحبت کنید.

۵- ثبت نام کسب و کار و دریافت 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 آن‌ها را تهیه کنید.

۱. شرکت‌ها به سند "اساسنامه" نیاز دارند که شامل نام کسب و کار، هدف تجاری، ساختار شرکت، جزئیات سهام و سایر اطلاعات مربوط به شرکت باشد.
۲. پس از ثبت کسب و کار خود، ممکن است لازم باشد شماره شناسایی کارفرما دریافت کنید. در حالی که این امر برای مشاغل انفرادی بدون کارمند ضروری نیست، ممکن است بخواهید به هر حال برای جدا کردن مالیات‌های شخصی و شغلی خود از آنها درخواست کنید یا بعداً اگر تصمیم به استخدام شخصی گرفتید، خود را از این مشکل نجات دهید.
۳. شما همچنین باید فرم‌های خاصی را برای انجام تعهدات مالیاتی بر درآمد خود ثبت کنید. فرم‌های مورد نیاز شما توسط ساختار کسب و کار شما تعیین می‌شوند.
۴. 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 حرفه‌ای 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 می‌تواند 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 می‌توانند از آن‌ها بهره‌مند شوند. به عنوان

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



مثال، اگر مشاغل شما دارای کارمند است، حداقل باید بیمه جبران خسارت و بیکاری کارگران را خریداری کنید.

بسته به موقعیت و صنعت شما ممکن است به انواع دیگری از پوشش نیز نیاز داشته باشید، اما به اکثر مشاغل کوچک توصیه می شود بیمه نامه صاحب مشاغل را خریداری کنید که خسارت اموال، جراحت بدنی و جراحت شخصی خود یا شخص ثالث را پوشش می دهد. اگر کسب و کار شما خدمات ارائه می دهد، بیمه مسئولیت حرفه ای را در نظر بگیرید که اگر شما اشتباهی انجام داده اید یا از انجام کاری غافل شدید، شامل شما می شود.

۷ - تیم خود را بسازید.

در راه اندازی کسب و کار کارآفرینان باید همان توجهی را که به محصولات خود دارند به مدیریت منابع انسانی خود نیز داشته باشند. محصول شما توسط کارمندان شما ساخته شده است. شناسایی تیم خود، اینکه هر فردی برای چه شغلی مناسب است، درک شکاف های موجود و تعیین نحوه برخورد و زمان رسیدگی به آنها باید در اولویت قرار گیرد.

تعیین نحوه همکاری تیم، تعیین نقش ها و مسئولیت ها و تقسیم کار به همان اندازه مهم است. اینکه چگونه می توان بازخورد داد یا چگونه با هم کار کرد وقتی همه در یک اتاق نیستند، شما را از بسیاری از دردسرهای راه اندازی کسب و کار نجات می دهد.

۸ - فروشندگان خود را انتخاب کنید.

راه اندازی کسب و کار و اداره آن می تواند طاقت فرسا باشد و احتمالاً شما و تیم خود قادر نخواهید بود همه این کارها را به تنهایی انجام دهید. این جایی است که فروشندگان شخص

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

ثالث وارد می شوند. شرکت های هر صنعت از منابع انسانی تا سیستم های **فروش تلفنی** برای همکاری با شما و کمک به شما در اداره بهتر کسب و کار وجود دارند.

وقتی در جستجوی شرکای B2B هستید، باید با دقت انتخاب کنید. این شرکت ها به داده های تجاری حیاتی و بالقوه حساس دسترسی خواهند داشت، بنابراین یافتن شخصی که می توانید به او اعتماد کنید بسیار مهم است.

از فروشندگان احتمالی در مورد تجربه آنها در صنعت شما، سابقه آنها در مشتریان فعلی و اینکه آنها به چه نوع رشدی در دستیابی به سایر مشتریان کمک کرده اند سوال کنید. البته همه مشاغل به فروشندگان یکسانی نیاز ندارند، اما محصولات و خدمات مشترکی وجود دارد که تقریباً هر شغلی به آنها نیاز دارد. عملکردهای زیر را که برای هر نوع مشاغل ضروری است در نظر بگیرید.

• نحوه دریافت پرداخت از مشتریان

ارائه چندین گزینه پرداخت به شما این اطمینان را می دهد که می توانید فروش را در هر قالبی که برای مشتری هدف راحت تر است انجام دهید. برای اطمینان از اینکه بهترین نرخ را برای نوع کسب و کار خود دریافت می کنید، باید گزینه ها را با یکدیگر مقایسه کنید.

• مدیریت امور مالی

بسیاری از صاحبان مشاغل هنگام راه اندازی کسب و کار، خود می توانند عملکردهای حسابداری خود را مدیریت کنند، اما با رشد کسب و کار شما می توانید با استخدام حسابدار یا مقایسه ارائه دهندگان نرم افزار حسابداری در وقت خود صرفه جویی کنید.

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

۹- برای کسب و کار خود لوگو انتخاب کنید.

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

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.

۱. شعار باید ساده و کوتاه باشد.

۲. شعار باید معرف مزیت کسب و کار شما باشد.

۳. شعار باید حس خوب در مشتری ایجاد کند.

۴. شعار باید با محصول متناسب باشد.

۵. شعار باید ایجاد کننده نیاز در مشتری باشد.

۶. شعار باید به یاد ماندنی باشد.

باید به این نکته توجه کرد که در این شعارها هیچ تعریفی از شرکت نمی شود و به مشتری گفته می شود که چه نیازی از او رفع می شود. شعارهایی مثل: هدف ما جلب رضایت شما است، یا کیفیت ما شعار ما، بهترین را از ما بخواهید، شعارهای غیرحرفه ای هستند.

۱۱- انتخاب رنگ سازمانی هنگام راه اندازی کسب و کار

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

اگر خواستید از بیش از یک رنگ استفاده کنید باید با هم هارمونی داشته باشند. برای این 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

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

- **زرد:** خوش بيني و شادي / احتياط: براي توليد كننده ابزارهاي صنعتي
- **سبز:** رشد، آرامش و طبيعت: محصولات طبيعي و سودآور (مثل بانك هاي مهر اقتصاد و قوامين
که مفهوم رشد و سود را می رساند)
- **بنفش:** خلاقيت اميد و تفکر: براي شرکت هاي تبليغاتي
- **قهوه اي:** قدمت و دوام
- **سفيد:** پاكي
- **مشكي:** قدرت و عظمت: محصولات لوکس

۱۲- وب سايت شرکت، از الزامات راه اندازي کسب و کار

در اقتصاد امروز، داشتن وب سايت از الزامات **راه اندازي کسب و کار اينترنتي** و حتي سنتي است. بسياري از مشتريان براي اطلاع از وجود يك کسب و کار به اينترنت مراجعه مي کنند و يك وب سايت اثبات ديجيتالي است که نشان مي دهد کسب و کار کوچک شما وجود دارد. همچنين يك راه عالي براي تعامل با مشتريان فعلي و بالقوه است .

بسياري از استارتاپ ها طرز فکر اشتباه در مورد وب سايت هاي خود دارند. مسئله اين است که آنها وب سايت خود را به عنوان هزينه مي بينند نه سرمايه گذاري. در عصر ديجيتال امروز، اين يك اشتباه بزرگ است. صاحبان مشاغل کوچكي که درک مي کنند حضور آنلاين چقدر مهم است، در شروع راه اندازي کسب و کار قوي عمل خواهند کرد.

در انتخاب نام دامين دقت کنید. نام دامين بايد به گونه اي باشد که در خاطر مشتري بماند و به راحتی قابل تايپ باشد. از نقطه و آندرلاين و غيره استفاده نکنيد. از org يا biz استفاده نکنيد،

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

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 دامینی را انتخاب کردید، حتما اسم های مشابه را هم بگیرید. مثل ir
- طولانی و مخفف نباشد. از نام های عمومی استفاده نکنید. حتما نام خاص و متمایز انتخاب کنید.
- مثل book.com یا marketing.ir خیلی عمومی است و معتبر بودن برند شما را نشان نمی دهد.
- نوع نگارش دامین را دقت کنید. امکان تلفظ های مختلف وجود نداشته باشد.
- برای چک کردن آزاد بودن دامین به وب سایت whois.com مراجعه کنید. در این وب سایت نام های نزدیک به نام خودتان را هم به شما پیشنهاد می دهد.

۱۳ - کسب و کارتان را برند کرده و تبلیغ کنید.

قبل از راه اندازی کسب و کار و شروع به فروش محصول یا خدمات خود، باید نام تجاری خود را تقویت کنید. روش های زیر می توانند به شما کمک کنند:

- **وب سایت شرکت را قدرتمند و به روز نگه دارید.** همچنین تمام مجوزها را برای کسب و کار آنلاین دریافت کنید.
- **از رسانه های اجتماعی استفاده کنید.** از رسانه های اجتماعی برای اطلاع رسانی کسب و کار جدید خود استفاده کنید. معمولا به عنوان یک ابزار تبلیغاتی برای ارائه کوپن و تخفیف به دنبال کنندگان پس از راه اندازی استفاده می شود. بهترین بسترهای رسانه های اجتماعی برای استفاده بستگی به مخاطب هدف شما دارد.
- **مدیریت نیازمندی مشتری (CRM) را در نظر بگیرید.** بهترین راه حل های نرم افزاری CRM به شما این امکان را می دهد تا اطلاعات مشتری را ذخیره کنید تا نحوه بازاریابی با آنها را بهبود ببخشید.

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

یک **کمپین تبلیغاتی** درست و یا یک کمپین ایمیلی فکر شده می تواند برای رسیدن به مشتریان و برقراری ارتباط با مخاطبان معجزه کند.

- **ایجاد یک برنامه بازاریابی به اندازه ارائه محصول یا خدمات با کیفیت اهمیت دارد**، مثلا به بهانه ی یک مراسم خاص، یک کمپین بازاریابی استراتژیک ایجاد 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 ایجاد اعتماد و احترام با مشتریان بالقوه است.

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.

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

با یک موسسه خیریه شریک شوید و مقداری از زمان یا محصولات خود را به صورت رایگان در اختیار آن‌ها 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.

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

چنانچه اين زمان را داشته باشيد بايد يك كسب و كار جديد را شروع كنيد. اگر محصول يا خدمات فصلی داريد، می خواهيد كسب و كار خود را يك چهارم قبل از زمان شلوغ پيش بينی شده سال شروع كنيد.

برای شرکت های غير فصلی، بهار و پاييز زمان های متداول سال برای راه اندازی است. معمولا زمستان کمترین فصل راه اندازی است، زیرا بسياری از مالکان جديد ترجيح می دهند شرکت خود را از سال مالی جديد ايجاد کنند.