

چگونه مانند یک سرمایه‌گذار فکر کنید

در قوانین فضای کسب و کار، مدیریت بازاریابی، تبلیغات و فروش، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، کسب و کار



پیش از آنکه به عنوان یک کارآفرین به منبع مالی خوبی برای www.ModirIran.ir

فعالیت اقتصادی خود دسترسی بیابید باید بدانید چه پرسش‌هایی از شما می‌شود و منظور از آنها چیست

بی‌شک به عنوان یک کارآفرین می‌دانید که معطوف داشتن توجه، مانند اشعه لیزر، بر یک موضوع می‌تواند منجر به آن شود که از هیچ، چیزی خلق کنید. اصرار و پافشاری شما اغلب می‌تواند «نه» را به «شاید» و «شاید» را به «بله» تبدیل کند. توانایی پی‌درپی شما در دل را به دریا زدن و پذیرش خطرات متعدد و نادیده انگاشتن برخی واقعیت‌های تلخ، کلید موفقیت شما هستند

اما وقتی بحث تامین مالی فعالیت‌های اقتصادی‌تان پیش بیاید همه اینها کافی نیستند. در واقع شما اغلب نیاز پیدا می‌کنید که ذهنیات خود را تغییر دهید و توانایی خود را در واقع‌گرا بودن و برخورداری از سرعت عمل بالا افزایش دهید

نکته جالبی که باید بدانید این است که سرمایه‌داران، حامیان بسیار مشتاق کارآفرینان هستند به طوری که حتی برای امضای یک چک با مبلغ بالا تحمل انتظار زیاد را ندارند. البته همیشه هم این طور نیست و گاهی بدبینی و بدگمانی حکمفرما می‌شود و بسیار دشوار خواهد بود ذهن کسانی را که آن طرف میز مذاکره در مقابل شما نشسته‌اند به درستی بخوانید. فیلم آنی‌هال را به یاد بیاورید که در آن شخصیتی که وودی آلن نقش‌آفرین

آن بود، به شخصیت دایان کیتون چیزی می‌گفت اما در عین حال به موضوع دیگری فکر می‌کرد. شاید در جلسات مذاکره بارها متوجه شده‌اید که حامیان مالی یک چیز می‌گویند اما چهره‌شان چیز دیگری را نشان می‌دهد. به محض آنکه جلسه به پایان می‌رسد و کارآفرینان محل را ترک می‌کنند، آنها به توضیح اینکه منظور واقعی‌شان چه بوده می‌پردازند

اگر می‌خواهید بهترین درک را از سخنان تامین‌کننده منابع مالی خود داشته باشید، باید مثل یک سرمایه‌گذاری بیاندیشید. کافی است تصور کنید این تمرینی است برای کنترل بیماری شیخو فرنی

در اینجا توضیح می‌دهیم سرمایه‌گذارانی که درکشان بسیار سخت است در مورد اندازه بازار رقابت و استراتژی بازاریابی و فروش چگونه می‌اندیشند. در این سناریوها سوالاتی فهرست شده‌اند که شما باید برای درک این که حامی مالی شما به چه می‌اندیشد آنها را از خود پرسید و ترجمه‌شان را بدانید. به علاوه خواهید فهمید حامیان مالی با پاسخ‌های شما به این پرسش‌ها چه می‌کنند و آنها را چگونه بررسی می‌کنند. بهتر است آماده باشید تا این که با چشمانی بسته وارد مذاکره شوید.

اولین موضوع مدنظر سرمایه‌گذار: اندازه کوچک بازار

ترجمه: این برای آنها حکم ستون اصلی کار است

ترجمه: چه عاملی شما را تا این حد خاص کرده است؟

۴ - ۱ - اندازه بازار اولیه‌ای که شما در آن کالا یا محصولاتتان را می‌فروشید چقدر است؟

اندازه بازار دوم چقدر است؟ اندازه بازار سوم چقدر است؟ نرخ رشد کنونی هر یک از این بازارها را توضیح دهید. نرخ رشد آنها در آینده کوتاه چقدر خواهد بود؟ ظرف سه سال آینده چه رشدی خواهند داشت؟ چرا شما سه بازار را انتخاب کردید و چرا با این ترتیب؟ چه چیز باعث شده است فکر کنید که می‌توانید به این بازارها نفوذ کنید؟

۳ - شما گفتید که در حال حل مشکلات بسیار بزرگی برای مشتریان بالقوه خود هستید. الگوی تجاری شما در این راه چیست؟ هزینه‌های احتمالی آن برای مشتری چقدر خواهد بود؟

ترجمه: متوجه این هزینه‌ها باشید. چرخه فروش شما چیست؟ چه اثباتی برای آن در اختیار داری؟ آیا برای محصول اولیه‌تان یک چرخه طولانی فروش و چرخه فروشی ۵۰ درصد کوتاه‌تر برای محصولات پایین‌دستی خود دارید؟ ارتباط بین هر یک از این چرخه‌های فروش چگونه است؟ آیا اثباتند؟

۵ - تاثیرگذاران اصلی در تصمیمات خرید چه کسانی هستند؟ قیمت متوسط فروش چقدر است؟ بودجه آنها چقدر است؟ آنها چه زمانی نیاز پیدا می‌کنند که با نرخ ثابت خریدشان را انجام دهند؟ خرید آنها به چه روشی خواهد بود؟

بعد چه اتفاقی می افتد: این سرمایه‌گذاری یا کارشناس امور مالی شما، تحقیقی جامع برای تعیین اندازه بازاری که شما به او گفتید انجام می‌دهد. به علاوه آنها وبلاگ‌های مرتبط و اخبار و مقالات مربوط به این صنعت و بازار موجود برای آن را جمع‌آوری می‌کنند.

دومین موضوع مد نظر سرمایه‌گذار: وضعیت رقابت مستقیم

- ۱- تحلیل رقابتی شما چیست؟ برای امروز، فردا و سه سال آینده. ترجمه: خوب بیایید از پس این رقابت برآییم.
- ۲- اولین رقیبی که به بازار آمد کدام بود؟ اشتباه آنها چه بود؟ نقطه ضعف آنها در چیست؟ الگوی تجاری آنها چیست؟ چگونه شکسته می‌شود؟ مزیت الگوی تجاری شما نسبت به آنها در چیست؟

ترجمه: بهتر است آنها قوی باشند. من یک رقیب قوی می‌خواهم!

- ۳- چه راه‌حلهایی برای برخورد با موانع بر سر راه ورود به این رقابت یافتید؟ مالکیت معنوی؟ متحدان استراتژیک و بزرگ؟ چه محافظت‌های دیگری برای خود در نظر گرفته‌اید؟

۴- رقبای خود را بر این اساس رتبه‌بندی کنید:

*اولین رقیبی که به بازار آمد و از مزیت آن برخوردار است، ورود زودتر به بازار

*طیف، انتخاب و ویژگی‌های محصولات

*توانایی در جذب مشتریان جدید

*سرمایه‌گذاری و دسترس به سرمایه‌های آینده

*دسترس به تاثیرگذاران، مدیران کلیدی و نیروهای روشنفکر

بعد چه اتفاقی می‌افتد: سرمایه‌گذار یا کارشناس مالی شما تحقیقی برای تعیین هویت رقبا انجام می‌دهد، به علاوه وبلاگ‌های مرتبط و اخبار و مقالات موجود در مورد بازار و محصولات آنها را بررسی می‌کند.

سرانجام آنها چشم انداز رقابتی را مورد تایید قرار می‌دهد و در مورد رقبای فعلی و بالقوه تحقیق می‌کنند

سومین موضوع مدنظر سرمایه‌گذار: استراتژی بازاریابی یا فروش

۱- مشتری هدف شما کیست؟

۲- به طور خاص استراتژی بازاریابی شما کدام است؟

ترجمه: شما سه موضوع کلیدی را فراموش می‌کنید: ارتباطات بازاریابی، مدیریت محصول، حمایت از فروش و از همه مهم‌تر که مورد علاقه سرمایه‌گذار است: کیفیت

۳- ترجمه: سرمایه‌گذار بازاریابی که هزینه‌های آن از فروش بیشتر باشد متنفر است. بهتر است با هم منطبق باشند

۶- ترجمه: لطفاً نگویید فقط فروش مستقیم. روش خاص یا خلاقیتی نو چطور؟

استراتژی شما در زمینه نام تجاری محصولات در برابر رقبا چیست؟
۴- جزئیات مبارزات بازاریابی شما به صورت آفلاین و آنلاین چیست؟
۵- هزینه برنامه‌های بازاریابی و تبلیغاتی شما در سال اول پس از سرمایه‌گذاری، سال دوم و سال سوم چقدر خواهد بود؟ استراتژی فروش شما چیست؟

۷- آیا شما توزیع‌کنندگان، واسطه‌ها یا نمایندگان در شبکه‌های مختلف بازار دارید؟

۸- ترجمه: شما نباید به هیچ‌وجه بگویید که آنقدر خدماتتان برجسته است که نیازی برای پرداخت هزینه برای جذب مشتری ندارید

۹- هزینه‌های جذب مشتری شما چقدر است؟ آیا ساختاری برای سرمایه‌گذاری مشترک در بازاریابی بنا نهاده‌اید؟ به چه بهایی؟ آیا برنامه‌ای برای مرکز تابعه ای تدوین کرده‌اید؟ نرخ کمیسیون آنها چقدر خواهد بود؟ چه اطلاعاتی از مشتری به دست آورده‌اید؟ پایگاه داده‌های شما در مورد مشتریان چقدر استراتژیک است؟ از آن چگونه استفاده می‌کنید؟

بعد چه اتفاقی می‌افتد؟ سرمایه‌گذار در سایت‌های خبری و وبلاگ‌ها به جست‌وجوی استراتژی فروش و بازاریابی رقبا می‌پردازد. شبکه‌های فروش آنها را می‌یابد و بررسی می‌کند آیا مشتریان با اشتیاق به سمت رقیب روی می‌آورند یا نه .

نکته کلیدی در مورد مواجهه شما با یک کارشناس مالی یا سرمایه‌گذار این است که شما باید آماده باشید. باید بتوانید به سوال‌های فوق پاسخ‌های قطعی و با جزئیات کافی ارائه دهید

هر چه سرمایه‌گذار از جزئیات کار شما بیشتر بپرسد و شما بتوانید بهتر به آنها پاسخ دهید، به احترام شما افزوده خواهد شد. در این صورت حتی اگر خود او حامی مالی شما نشود، می‌تواند شما را به یک یا دو سرمایه‌گذار دیگر معرفی کند