



صفحة من إعداد: 'بريلنت لاب'

على اهم التجارب المحلية والعالمية في عالم اعمال المشاريع الصغيرة بصورة عامة والتكنولوجية منها بصورة خاصة، كما نود ان نسلط الضوء على آخر الصفقات الاستثمارية في عالم المشروعات الناشئة وذلك بهدف تقريب وجهة النظر بين شركات الاستثمار الكويتية والمبادرين.
www.brilliant-lab.com

بريلنت لاب هي مسرعة مشاريع صغيرة ومتوسطة، تهدف الى توفير اهم الوسائل التدريبية للمبادرين في الكويت، كما ننظم العديد من المراسم والمؤتمرات الخاصة بسوق المشاريع الصغيرة وهم وسائل وسبل استثمار بها.
يقوم على إعداد هذه الصفحة م.نشوة الابراهيم من فريق بريلنت لاب وذلك بهدف الإضاءة



شخصيا فكلما كانت علاقة صاحب المشروع بالموردين قوية كلما ساعده ذلك في الحصول على تسهيلات منهم وكلما زادت علاقته بالموزعين زاد ولائهم له ولمنتجاته وهذا يؤدي الى زيادة المبيعات ومن ثم نمو وتطوير منشأته.

● عمل تحليل نقاط القوة والضعف والفرص قبل بداية كل سنة مالية؛ صاحب المشروع الصغير هو المسؤول الأول عن تحليل نقاط القوة والضعف والفرص لمنشأته، ويمكن الاستعانة بمكاتب الاستشارات (المالية والإدارية والتسويقية) للتأكد من نجاح مشروعه من خلال التقييم السنوي لسلامة سير مشروعه، كما يجب عليه دراسة وتحليل التكاليف الإدارية والتشغيلية والتسويقية، والتكاليف التمويلية والراسمالية والمرتببات والأجور وحساب الاستهلاك المتعلق بالألات والمباني والآلات، وتكاليف التأمين وتكلفة مواد الصيانة، وتكلفة عمال الخدمات الفنية والقوى المحركة والعدد والأدوات الصغيرة والتقلبات في حجم المبيعات وتقدير حجم الأرباح من حيث الزيادة أو الانخفاض.

● إصدار موازنة تقديرية قبل بداية كل سنة مالية؛ يجب على صاحب المشروع اعتماد موازنة تقديرية توضح تكاليف كل نشاط يتطلب مصاريف مالية لتنفيذه خلال السنة المالية للمشروع كالأجور والتوسع في المشروع وتطويره ويجب السير بموجبه في تنفيذ جميع الأنشطة المعتمدة لضمان الخطة تنفيذ الخطة التشغيلية للمشروع وتحتوي الموازنة على إمكانيات وأرصدة المشروع المالية والتقديرية المتوفرة خلا العام الجديد.

● إصدار القوائم المالية الخاصة بالمنشأة مع نهاية كل سنة مالية؛ تعتبر القوائم المالية المؤشر الذي نحدد من خلاله النتائج التي حققها المشروع من ربح أو خسارة في فترة معينة وأهم هذه القوائم: قائمة نتيجة الأعمال وتظهر فيها جميع الإيرادات وجميع المصروفات - قائمة المركز المالي (الميزانية) وتظهر فيها الأصول والخصوم وحقوق أصحاب المنشأة بالإضافة إلى تقارير تحتوي على بعض المؤشرات والنسب المالية مثل معدل العائد على الاستثمار ومعدل دوران البضاعة وتطور حجم المبيعات.

ماذا تفعل حتى تضمن إدارة ناجحة لمشروعك؟

التي قام بها وتمثل المقومات الرئيسية للنظام المحاسبي في (المستندات والدفاتر والسجلات والقوائم والتقارير) فالمستندات تعتبر نقطة البداية في تدفق المعلومات وتوضيح البيانات الخاصة بالعمليات التجارية للمنشأة ومن واقع المستندات يتم التسجيل في الدفاتر والسجلات لإثبات جميع العمليات ومن ثم يتم تدقيق المعلومات في قوائم وتقارير تعتمد على النظام المحاسبي المالي للمنشأة لتوضح نتيجة الأعمال عن فترة معينة.

● المحافظة على جودة عالية: إن شدة المنافسة على السلعة يتطلب الكثير من الاهتمام بالمنتج أو الخدمة المقدمة، فمن العناصر الأساسية للتسويق أن تكون السلعة المقدمة ذات جودة عالية تتطابق مع متطلبات المستهلك من حيث الشكل واللون والتصميم والمادة والصلاحية والتعبئة ولكسب ثقة المستهلك وضمان الاستمرارية في السوق لا بد من المحافظة على الجودة والتفكير دائما في التحسين والتميز.

● المحافظة على السعر تنافسي: السعر هو القيمة الحقيقية للمنتج ومن خلاله يقيم المستهلك مقدار احتياجاته وقدرته الشرائية، ولذلك يجب أن يكون للمنتج سعر منافس يحقق هامش ربح مناسباً ويجب أن تتم عملية التسعير بعد دراسة تكلفة المنتج ومستوى الطلب وخصائص المستهلك وحدة المنافسة.

● التطوير المستمر للذات: على صاحب العمل تحمل المسؤولية ومواجهة المشاكل والإصرار والمثابرة، والعمل لساعات طويلة دون تدمير، وعليه تعلم مهارات التعامل مع الآخرين وبناء علاقات طيبة معهم، وكذلك اكتساب المهارات الإدارية كالخطط والتنظيم والقيادة والرقابة على العمل والتي تساعد صاحب العمل بشكل كبير في إدارة عمله وتخطي العقبات التي تواجهه.

● تطوير وتحسين مكان بيئة العمل: يتوقف تطور ونمو المشروع الصغير على قدرة صاحبه في اختيار المكان المناسب للمشروع وتحديد المركز التنافسي في السوق وتوزيع السلع وعمليات البيع والمستهلك والحصة السوقية في القطاع وسهولة وصوله إلى المستهلك وعدد العاملين والعمل الدؤوب على تحسين المنتجات أو الخدمات بما يتناسب مع التغييرات والظروف الاقتصادية من حيث العرض والطلب، والاستفادة من تجارب الآخرين - خصوصاً المنافسين - وتلمس احتياجات وأذواق المستهلكين والدوافع الخاصة بالشراء ومعدل استعمال السلعة.

● الاهتمام بوضع العاملين: إن تطوير العاملين: إن تطوير كفاءات العاملين من أهم مقومات النجاح، فوجود عامل غير مؤهل أو غير مدرب يقلل من جودة العمل وعدم الاهتمام بوضع وسلامة العاملين في المنشأة يؤدي إلى انخفاض التحفيز لديهم، وهذا يؤثر سلباً في رضى العملاء والمستهلكين ومن ثم في المبيعات لذلك يجب على صاحب العمل الاهتمام بوضع العاملين معه بتطوير قدراتهم والحفاظ على سلامتهم وبناء علاقات قوية معهم وهذا يساعد على رفع كفاءة العمل وزيادة رضى العملاء ومن ثم زيادة المبيعات.

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● عمل تحليل نقاط القوة والضعف والفرص قبل بداية كل سنة مالية؛ صاحب المشروع الصغير هو المسؤول الأول عن تحليل نقاط القوة والضعف والفرص لمنشأته، ويمكن الاستعانة بمكاتب الاستشارات (المالية والإدارية والتسويقية) للتأكد من نجاح مشروعه من خلال التقييم السنوي لسلامة سير مشروعه، كما يجب عليه دراسة وتحليل التكاليف الإدارية والتشغيلية والتسويقية، والتكاليف التمويلية والراسمالية والمرتببات والأجور وحساب الاستهلاك المتعلق بالألات والمباني والآلات، وتكاليف التأمين وتكلفة مواد الصيانة، وتكلفة عمال الخدمات الفنية والقوى المحركة والعدد والأدوات الصغيرة والتقلبات في حجم المبيعات وتقدير حجم الأرباح من حيث الزيادة أو الانخفاض.

● إصدار موازنة تقديرية قبل بداية كل سنة مالية؛ يجب على صاحب المشروع اعتماد موازنة تقديرية توضح تكاليف كل نشاط يتطلب مصاريف مالية لتنفيذه خلال السنة المالية للمشروع كالأجور والتوسع في المشروع وتطويره ويجب السير بموجبه في تنفيذ جميع الأنشطة المعتمدة لضمان الخطة تنفيذ الخطة التشغيلية للمشروع وتحتوي الموازنة على إمكانيات وأرصدة المشروع المالية والتقديرية المتوفرة خلا العام الجديد.

● إصدار القوائم المالية الخاصة بالمنشأة مع نهاية كل سنة مالية؛ تعتبر القوائم المالية المؤشر الذي نحدد من خلاله النتائج التي حققها المشروع من ربح أو خسارة في فترة معينة وأهم هذه القوائم: قائمة نتيجة الأعمال وتظهر فيها جميع الإيرادات وجميع المصروفات - قائمة المركز المالي (الميزانية) وتظهر فيها الأصول والخصوم وحقوق أصحاب المنشأة بالإضافة إلى تقارير تحتوي على بعض المؤشرات والنسب المالية مثل معدل العائد على الاستثمار ومعدل دوران البضاعة وتطور حجم المبيعات.

● التطوير وتحسين مكان بيئة العمل: يتوقف تطور ونمو المشروع الصغير على قدرة صاحبه في اختيار المكان المناسب للمشروع وتحديد المركز التنافسي في السوق وتوزيع السلع وعمليات البيع والمستهلك والحصة السوقية في القطاع وسهولة وصوله إلى المستهلك وعدد العاملين والعمل الدؤوب على تحسين المنتجات أو الخدمات بما يتناسب مع التغييرات والظروف الاقتصادية من حيث العرض والطلب، والاستفادة من تجارب الآخرين - خصوصاً المنافسين - وتلمس احتياجات وأذواق المستهلكين والدوافع الخاصة بالشراء ومعدل استعمال السلعة.

● المحافظة على جودة عالية: إن شدة المنافسة على السلعة يتطلب الكثير من الاهتمام بالمنتج أو الخدمة المقدمة، فمن العناصر الأساسية للتسويق أن تكون السلعة المقدمة ذات جودة عالية تتطابق مع متطلبات المستهلك من حيث الشكل واللون والتصميم والمادة والصلاحية والتعبئة ولكسب ثقة المستهلك وضمان الاستمرارية في السوق لا بد من المحافظة على الجودة والتفكير دائما في التحسين والتميز.

● المحافظة على السعر تنافسي: السعر هو القيمة الحقيقية للمنتج ومن خلاله يقيم المستهلك مقدار احتياجاته وقدرته الشرائية، ولذلك يجب أن يكون للمنتج سعر منافس يحقق هامش ربح مناسباً ويجب أن تتم عملية التسعير بعد دراسة تكلفة المنتج ومستوى الطلب وخصائص المستهلك وحدة المنافسة.

● التطوير المستمر للذات: على صاحب العمل تحمل المسؤولية ومواجهة المشاكل والإصرار والمثابرة، والعمل لساعات طويلة دون تدمير، وعليه تعلم مهارات التعامل مع الآخرين وبناء علاقات طيبة معهم، وكذلك اكتساب المهارات الإدارية كالخطط والتنظيم والقيادة والرقابة على العمل والتي تساعد صاحب العمل بشكل كبير في إدارة عمله وتخطي العقبات التي تواجهه.

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● عمل تحليل نقاط القوة والضعف والفرص قبل بداية كل سنة مالية؛ صاحب المشروع الصغير هو المسؤول الأول عن تحليل نقاط القوة والضعف والفرص لمنشأته، ويمكن الاستعانة بمكاتب الاستشارات (المالية والإدارية والتسويقية) للتأكد من نجاح مشروعه من خلال التقييم السنوي لسلامة سير مشروعه، كما يجب عليه دراسة وتحليل التكاليف الإدارية والتشغيلية والتسويقية، والتكاليف التمويلية والراسمالية والمرتببات والأجور وحساب الاستهلاك المتعلق بالألات والمباني والآلات، وتكاليف التأمين وتكلفة مواد الصيانة، وتكلفة عمال الخدمات الفنية والقوى المحركة والعدد والأدوات الصغيرة والتقلبات في حجم المبيعات وتقدير حجم الأرباح من حيث الزيادة أو الانخفاض.

● إصدار موازنة تقديرية قبل بداية كل سنة مالية؛ يجب على صاحب المشروع اعتماد موازنة تقديرية توضح تكاليف كل نشاط يتطلب مصاريف مالية لتنفيذه خلال السنة المالية للمشروع كالأجور والتوسع في المشروع وتطويره ويجب السير بموجبه في تنفيذ جميع الأنشطة المعتمدة لضمان الخطة تنفيذ الخطة التشغيلية للمشروع وتحتوي الموازنة على إمكانيات وأرصدة المشروع المالية والتقديرية المتوفرة خلا العام الجديد.

● إصدار القوائم المالية الخاصة بالمنشأة مع نهاية كل سنة مالية؛ تعتبر القوائم المالية المؤشر الذي نحدد من خلاله النتائج التي حققها المشروع من ربح أو خسارة في فترة معينة وأهم هذه القوائم: قائمة نتيجة الأعمال وتظهر فيها جميع الإيرادات وجميع المصروفات - قائمة المركز المالي (الميزانية) وتظهر فيها الأصول والخصوم وحقوق أصحاب المنشأة بالإضافة إلى تقارير تحتوي على بعض المؤشرات والنسب المالية مثل معدل العائد على الاستثمار ومعدل دوران البضاعة وتطور حجم المبيعات.

● التطوير وتحسين مكان بيئة العمل: يتوقف تطور ونمو المشروع الصغير على قدرة صاحبه في اختيار المكان المناسب للمشروع وتحديد المركز التنافسي في السوق وتوزيع السلع وعمليات البيع والمستهلك والحصة السوقية في القطاع وسهولة وصوله إلى المستهلك وعدد العاملين والعمل الدؤوب على تحسين المنتجات أو الخدمات بما يتناسب مع التغييرات والظروف الاقتصادية من حيث العرض والطلب، والاستفادة من تجارب الآخرين - خصوصاً المنافسين - وتلمس احتياجات وأذواق المستهلكين والدوافع الخاصة بالشراء ومعدل استعمال السلعة.

● المحافظة على جودة عالية: إن شدة المنافسة على السلعة يتطلب الكثير من الاهتمام بالمنتج أو الخدمة المقدمة، فمن العناصر الأساسية للتسويق أن تكون السلعة المقدمة ذات جودة عالية تتطابق مع متطلبات المستهلك من حيث الشكل واللون والتصميم والمادة والصلاحية والتعبئة ولكسب ثقة المستهلك وضمان الاستمرارية في السوق لا بد من المحافظة على الجودة والتفكير دائما في التحسين والتميز.

● المحافظة على السعر تنافسي: السعر هو القيمة الحقيقية للمنتج ومن خلاله يقيم المستهلك مقدار احتياجاته وقدرته الشرائية، ولذلك يجب أن يكون للمنتج سعر منافس يحقق هامش ربح مناسباً ويجب أن تتم عملية التسعير بعد دراسة تكلفة المنتج ومستوى الطلب وخصائص المستهلك وحدة المنافسة.

● التطوير المستمر للذات: على صاحب العمل تحمل المسؤولية ومواجهة المشاكل والإصرار والمثابرة، والعمل لساعات طويلة دون تدمير، وعليه تعلم مهارات التعامل مع الآخرين وبناء علاقات طيبة معهم، وكذلك اكتساب المهارات الإدارية كالخطط والتنظيم والقيادة والرقابة على العمل والتي تساعد صاحب العمل بشكل كبير في إدارة عمله وتخطي العقبات التي تواجهه.

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا



● المحافظة على جودة عالية: إن شدة المنافسة على السلعة يتطلب الكثير من الاهتمام بالمنتج أو الخدمة المقدمة، فمن العناصر الأساسية للتسويق أن تكون السلعة المقدمة ذات جودة عالية تتطابق مع متطلبات المستهلك من حيث الشكل واللون والتصميم والمادة والصلاحية والتعبئة ولكسب ثقة المستهلك وضمان الاستمرارية في السوق لا بد من المحافظة على الجودة والتفكير دائما في التحسين والتميز.

● المحافظة على السعر تنافسي: السعر هو القيمة الحقيقية للمنتج ومن خلاله يقيم المستهلك مقدار احتياجاته وقدرته الشرائية، ولذلك يجب أن يكون للمنتج سعر منافس يحقق هامش ربح مناسباً ويجب أن تتم عملية التسعير بعد دراسة تكلفة المنتج ومستوى الطلب وخصائص المستهلك وحدة المنافسة.

● التطوير المستمر للذات: على صاحب العمل تحمل المسؤولية ومواجهة المشاكل والإصرار والمثابرة، والعمل لساعات طويلة دون تدمير، وعليه تعلم مهارات التعامل مع الآخرين وبناء علاقات طيبة معهم، وكذلك اكتساب المهارات الإدارية كالخطط والتنظيم والقيادة والرقابة على العمل والتي تساعد صاحب العمل بشكل كبير في إدارة عمله وتخطي العقبات التي تواجهه.

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

● إقامة علاقات جيدة مع الموردين والموزعين: دائما ما تحمل العلاقة بين صاحب المشروع الصغير والموردين والموزعين طابعا

أسئلة كثيرة تدور في أذهان المبادرين، منها ماذا أفعل حتى أضمن نجاح مشروعي؟ في الحقيقة، هناك من سبقونا ونجحوا في تحقيق أحلامهم وحولها إلى مشاريع.

1- هل يجب أن أتألف بنفسى على متلروعى الخاص؟

بالطبع نعم حيث يجب على صاحب العمل أن يقوم بالإشراف على المشروع بنفسه حتى يتمكن المشروع من ترسيخ تواجدته التنافسي في السوق المحلي ومن ثم يبدأ في الانطلاق إلى الأسواق الخارجية فمعظم المنشآت الكبيرة كانت في بدايتها صغيرة ونتيجة إدارتها المتطورة والتميز استطاعت أن تنمو وتتفوق مما مكنتها من التحرك داخل السوق بأقصى كفاءة ممكنة وكل قصص النجاح كانت لأشخاص أشرفوا على مشاريعهم بأنفسهم.

2- هل يمكن أن أضع أموالى الشخصية مع الأموال المكتسبة من المتلروعى؟

من الواجب على صاحب المشروع الصغير أن يحدد لنفسه مبلغا من المال كراتب شهري مدرج ضمن المصاريف الإدارية للمشروع وأن يتعايش طبقا لدخله المالي ولا يخلط مصاريفه الشخصية مع مصاريف وإيرادات مشروعه إذ يؤدي ذلك إلى خلل مالي للمشروع مما يترتب عليه قصور في الالتزامات المالية ومتطلبات العمل التشغيلية وهذا يؤدي تدريجيا إلى فشل المشروع.

3- ماذا أفعل حتى أضمن إدارة ناجحة لمتلروعى؟

حتى تقوم بتحقيق نجاح لمشروعك الخاص يجب عليك القيام بالخطوات التالية:

● مراقبة ومتابعة قيد الدفاتر المحاسبية واستخدام برنامج محاسبي مبسط: تحتاج جميع المنشآت باختلاف أشكالها أو أحجامها إلى نظام محاسبي، يساعد أصحابها في الحصول على المعلومات المحاسبية خلال فترة نشاط المنشأة فالتاجر لا يستطيع أن يعتمد على ذهنه في استرجاع ومعرفة جميع العمليات

نصائح برانسون لتسويق مشروعك



ريتشارد برانسون في أشهر طرقه الادارية التسويقية على متن إحدى طائرات شركته مرتديا زي المضيفات

ريتشارد تشالز نيكولاس برانسون هو رجل أعمال بريطاني ومؤسس مجموعة فيرجين غروب التي تضم أكثر من 360 شركة. أسس برانسون مجموعة مراكز تسجيل باسمه فيرجين ريكوردس في بداية السبعينيات وتغير اسمها لاحقا إلى فيرجين ميغاستورز. ويعتبر من ألمع رجال الأعمال في أسلوب ادارته.. وفيما يلي نصائحه لإنجاح مشروعك:

3- خلق الامواج بدلا من ركوبها:

فكرة أن تتركب الموجة وتدخل في المنافسة مع شركات أقدم منك في السوق تعد فكرة غير سديدة وذلك لأنك ما زلت صغير وامكانياتك محدودة وفي نفس الوقت الشركات الأخرى تمتلك ميزانيات أكبر ووضعها مستقر في السوق وتمتلك عملاء يساعدها على الريح والتطور، وعلى ذلك يجب أن تخلق الامواج الخاصة بك وذلك عن طريق إيجاد طريقة تبعدك عن المنافسة وفي نفس الوقت تضمن لك النجاح في سوقك المستهدفة.

4- متابعة الزبائن:

ابق على اتصال دائم بعملائك لبناء علاقات جيدة معهم وحاول أن تعرف منهم المشاكل التي تواجههم مع شركتك أو منتجاتك والعمل على حلها وبهذا تستطيع ان توصلهم مرحلة الرضا وهذا ما يجعلهم عملاء دائمين لشركتك بل ويساعدونك في جذب عملاء جدد وذلك لان العملاء في الغالب يحكون تجاربهم الجيدة والسبب لعرفهم واصدقائهم وبالطبع هؤلاء الاقارب والاصدقاء سيذهبون للشركات الجيدة ويتجاهلون الشركات السيئة.

2- بيع المنتجات التي يصعب نسيانها:

حاول ان تباع منتجاً فريداً من نوعه ومميزاً عن منتجات الشركات الأخرى المنافسة لك في السوق وهذا بالطبع سيؤدي الى اهتمام العملاء بهذا المنتج وشراؤه للاستفادة منه والاكتر من ذلك انه سيكون من الصعب عليهم نسيانه وهذا ما يعمل على تذكيرهم بشركتك وما يترتب على ذلك هو قدوم بعضهم لشراء منتجاتك الأخرى التي تقدمها للاستفادة منها ايضا.



كيف تتميز في تسويق منتجاتك؟

«أنا أحتاج مطبوعات وكروتا شخصية.. أنا أعمل على الإنترنت».

«أنا أملك متجرا بالفعل، وزبائني لا يهتمون إذا كنت أملك موقعا على الإنترنت أم لا».

«أنا لا أعرف حتى كيف استخدم الكمبيوتر، وأين وكيف من الممكن أن أوزع كروتى؟».

التسويق الصحيحة، والظهور الصحيح أمام الجمهور، فإن مشروعك لديه فرصة قوية لمواجهة الصعاب التي ستظهر له.

الضرورات الـ 5 الأساسية في التسويق تعمل لجعل مشروعك يساعداك في خلق وإيجاد فرصة، هذه العناصر الـ 5 ليست صعبة للحصول عليها، وحين تحصل عليها، فإن تكلفتها ليست مرتفعة، وإنشاء هذه الضروريات الـ 5 يحمل في طياته الكثير من المنفعة والطرافة بالنسبة لك وأنت تقوم بإنشائها، إنه من المثير بصفة عامة أن تقوم بإنشاء مشروع ما وتتابع تطوره يوما بعد يوم.

إذن، ما الذي يحجز الناس عن ترويج البرنس الخاص بهم بشكل فعال؟ وجدت هنا بعض الأسباب القليلة، والتي من المحتمل أن تعترف أنت بها بينك وبين نفسك، أو حتى في التعليقات موضحا أذارك: «العمل الخاص بي لا يحتاج موقعا على الإنترنت.. لدي كروت شخصية».

في كثير من الأحيان، يهمل أصحاب المشاريع الصغيرة الضرورات الأساسية للتسويق والتي تقطع بهم شوطا طويلا في طريق جذب الزبائن المحتملين. هذه الضرورات مهمة جدا ويجب على كل صاحب برنس ألا يتجاهلها.

هل المتلروعى الخاص بك يحتوي على هذه الضروريات الـ 5 للتسويق؟

1- رسالة جوهرية
2- لوغو وعلامة تجارية جيدة
3- موقع على الإنترنت أو مدونة
4- كروت شخصية
5- الظهور.

إذا هو كل ما يجب عليك عمله، وما تحتاجه لترويج البرنس الخاص بك بفعالية، سواء أكنت فردا تعمل لحسابك الخاص، أو توظف الآخرين للعمل لحسابك، أو تملك مشروعا صغيرا أو متوسط الحجم.

لا يهم مجالك أو الصناعة التي تعمل فيها، ربما تكون ممن يعرضون منتجاً أو خدمة.. أيضا هذا لا يهم. إذا كان لديك أساسيات

إذا هو كل ما يجب عليك عمله، وما تحتاجه لترويج البرنس الخاص بك بفعالية، سواء أكنت فردا تعمل لحسابك الخاص، أو توظف الآخرين للعمل لحسابك، أو تملك مشروعا صغيرا أو متوسط الحجم.