

الفصل الخامس

كيف تحافظ على نجاح مؤسستك التجارية؟



يركز معظم رواد الأعمال الناشئين على تقديم خدمات ومنتجات إبداعية عالية الجودة، وبعد تحقيق النجاح في المرحلة الأولى من بناء مؤسساتهم، فهم غالباً ما يكونون غير مستعدين للمرحلة الثانية، إذ يتوجب عليهم أخذ المؤسسة إلى مستوى جديد من الأداء، وهنا يستسلم معظمهم وقد يتخلون عن مؤسساتهم. وتشير إحدى الدراسات إلى أن 45% من مؤسسي الشركات يبيعون مؤسساتهم بعد المرحلة الأولى من تطويرها، ولا بد أن القليل جداً من الرواد ينجحون في تخطي هذه المرحلة والحفاظ على ازدهارهم. فإذا كنت واحداً من رواد الأعمال الذين يطمحون إلى الحفاظ على نجاح مؤسساتهم، فإن هناك مبادئ عدة عليك اتباعها، منها:

1. احصل على تمويل كبير:

نادرا ما تمتلك المؤسسات الناشئة سيولة نقدية كافية لتمويل المرحلة الثانية من عملها ولتعزيز نموها، لهذا فهي تحتاج إلى مصادر التمويل من مؤسسات الرعاية أو شركات الأسهم الخاصة أو القروض البنكية. ويعني هذا أنك ستقدم على مخاطرة جديدة، وستعمل على إيجاد خطة عمل تناسب حجم المخاطر المحتملة. لكن تذكر أن النجاح لا يتحقق من دون المخاطرة.

2. أنشئ مجلس إدارة:

يتمتع رواد الأعمال بالشغف والدافعية والطموح، وهذا هو ما يحفزهم لإنشاء مؤسساتهم وتحقيق النجاح. إلا أنهم يحتاجون أيضا إلى الخبرة والبصيرة وإقامة العلاقات مع رواد القطاع الذي يعملون فيه. لهذا فإن عليهم إنشاء مجلس إدارة يضم رجال أعمال خبراء ومتمرسين، وإشراكهم في عملية صنع القرار في المؤسسة.

3. ركز على الإبداع بدلا من المنافسة:

لتحقيق النمو في المرحلة الثانية من إنشاء مؤسستك، عليك أن تحافظ على مستوى الإبداع عاليا في مجالك، عوضا عن محاولتك هزيمة منافسيك. إذ يعتمد النمو على تطوير منتجاتك وتحسين خدماتك وإضافة مزايا جديدة لها، من خلال الحرص على تقديم أشياء جديدة ومبتكرة للعملاء.

4. عين موظفين يتمتعون بالخبرة والكفاءة:

من المهم جدا اختيار نخبة من الموظفين الأكفيا في المرحلة الثانية من تنمية مؤسستك، فاحرص على تعيين الأفراد الذين يفوقونك ذكاء وخبرة، ويتمتعون بمهارات كبيرة ومتنوعة ليكونوا خير عون لك، بدلا من أن توظف أناسا عليك تدريبهم وتعليمهم طوال الوقت.

5. ركز على تنمية المبيعات:

يتطلب النمو في المرحلة الثانية من حياة المؤسسة زيادة مبيعات الشركة عن طريق إنشاء فريق مبيعات محترف يعمل على تحقيق أهداف ومتطلبات المؤسسة. فاحرص على تدريب أفراد هذا الفريق وتوفير كل الأدوات والظروف التي يحتاجونها، ولا تنس أيضا أن تركز على تحسين علاقات مؤسستك مع عملائها.

6. تعزيز نمو المؤسسة ليس حسابات وأرقاما فقط:

يمكنك أن تعين أفضل الموظفين وتنتج سلعا وخدمات عالية الجودة، لكنك لن تتمكن من تحقيق أفضل المبيعات من دون مديرين محترفين ومبدعين. كما تحتاج مؤسستك إلى قادة محترفين، لتدريب موظفي المبيعات والإشراف عليهم والحفاظ على روح الفريق، وتعزيز النمو وتحقيق أهداف الشركة إجمالا.

7. ميز بين التسويق والمبيعات:

في المرحلة الثانية من نمو المؤسسة، هناك أهمية كبرى ودور رئيس لكل من: المبيعات والتسويق؛ فالتسويق يجسد علامتك التجارية

كيف تضع خطة لتطوير مؤسستك

ويعرض مواصفات منتجاتك ومزاياها وأسعارها وأشكالها. أما المبيعات فيكمن دورها في بناء العلاقات وتلبية الاحتياجات وتقديم العروض وعقد الصفقات. ويتطلب هذان الجانبان مهارات مختلفة إلا أنها تكمل بعضها بعضاً.

8. طور وحسن تجربة عملائك:

تكرس المؤسسات الناجحة نفسها في المرحلة الثانية من نموها على بناء علاقات شخصية وثيقة مع عملائها، وتقديم خدمات ومنتجات تفوق توقعاتهم وآمالهم، وهذه هي الطريقة الوحيدة لكسب ولائهم وزيادة قاعدة العملاء الخاصة بالمؤسسة.

9. أنشئ ثقافة مؤسسية إيجابية:

تطراً الكثير من التغيرات على أجواء وظروف مؤسستك أثناء نموها، لاسيما في ظل عالم الأعمال المتقلب هذه الأيام. لذلك، ثمة حاجة ماسة إلى غرس ثقافة مؤسسية إيجابية تحدد طريقة عمل الموظفين ونمو المؤسسة والمديرين، وتتسجم مع رؤيتك وقيمك وطموحاتك. من خلال تعزيز هذه الثقافة والحرص على اتباع قيمها وأعرافها الإيجابية.

10. ميز القيادة عن الإدارة:

كلتا هاتين المهارتين تكملان بعضهما؛ فالقيادة هي أن تلهم موظفيك وتشجعهم على بذل قصارى جهدهم في العمل كل يوم. أما الإدارة فهي أن ترشد الموظفين وتعرفهم إلى واجباتهم ومهامهم، وتوجد لهم نظم عمل مناسبة.