الخطوات اللازمة لإنشاء مشروع جديد



◄سؤال يراود كلّ من يفكر في تأسيس مشروعه الخاص وهو: كيف أبدأ في تأسيس المشروع؟

المهندس سامي كمال، كتب في مقال له على الإنترنت الخطوات اللازمة لإنشاء مشروع تجاري، يقول فيه:

- حاجة السوق: يجب التأكد من تقبل السوق للسلعة التي تريد تقديمها قبل أن تلقي بما لديك من مال في مشروع قد يفشل. عليك أن تُكَون صورة موضوعية واضحة عن السوق المتوقع للسلعة عن طريق جمع أكبر كمية من المعلومات عنها وعن السوق الخاصة بها.

- استمرارية الطلب على المنتج في السوق: إنّ الأسواق تتغير بسرعة ويقل الطلب على المنتج نظراً إلى تغير أذواق أو حاجة المستهلك إليه. لذلك، يجب أن يكون المنتج قابلاً للتطوير أو التعديل لتحافظ على الطلب عليه والتمسك بحصتك في السوق. من المهم أن تحدد إذا كان ما تنتجه مطلوباً في المنطقة التي تعيش فيها فقط أم مطلوباً في بلدتك أيضاً أم على مستوى الدولة كلها.

- مدى تفرد المنتج في مكوناته عن غيره: إنّ الهدف هو أن يستطيع المتسوق أن يفرق بين منتجك والمنتجات الأخرى لمنافسيك، إنك تحتاج إلى إظهار المزايا والفوائد التي يتفرد بها منتجك، ويتميز بها عن باقي المنتجات. إن كلّ منتج في العالم يمكن أن يباع أو يقدم للسوق بطريقة جديدة تجذب المتسوقين إليه. تأكد من عمل ذلك إذا أردت أن تحجز لنفسك مكاناً مميزاً في السوق.

- مدى فائدة المنتج: حدد تماماً كيف سيُستخدم المنتج وعدد مرات استخدامه. إن استخدام بعض المنتجات يحتاج إلى بعض التوضيح لخلق الطلب عليها وإظهار الحاجة التي تشبعها. هذه المعلومة تساعدك على تحديد استراتيجية التسويق.

- مدى المنافسة: تذكر أنّ المنافسة موجودة دائماً، لذلك، يجب تحديد حجم المنافسة محلياً وإقليمياً ودولياً. لاحظ أن وجود منافسة معناه أنّ المنتج مطلوب وعليه إقبال، وهناك حاجة إليه في السوق. عدم وجود منافسة ولو بسيطة معناه أنّ الفكرة يجب إلغاؤها والبحث عن غيرها، أو أن فكرتك فريدة من نوعها ولا يوجد مثيل لها في السوق.

- السعر المنافس: إنّ السعر الصحيح لمنتج أو خدمة من أهم عوامل نجاح المشروع. لا تظلم مشروعك بسعر منخفض جدّاً أو مرتفع جدّاً. عند التسعير، يجب مراعاة أنّ السعر الذي يواكب المنافسة في السوق يجذب المتسوقين ويحقق ربحاً مناسباً، يحدد السعر بما يتناسب مع الحاجة للمنتج من دون استغلال أو طمع. وتذكر أنّ السعر المناسب يضعك في المكانة المناسبة في السوق.

- مستوى الصعوبة في تغطية تكاليف تنفيذ الفكرة في الواقع: يجب وضع العناصر الاقتصادية في الاعتبار عن تنفيذ السلعة التي تريد تنفيذها، مثل الاستثمار المطلوب، تكاليف التسويق، الأفراد المطلوبين. قد تكون لديك فكرة جيّدة عن العمل ولكن ليس لديك المقياس الاقتصادي المطلوب لتغطية تنفيذ الفكرة، عندئذ، اتركها وتبنّ أخرى تعرف كيف تنفذها، وتستطيع تغطية أي تكاليف مطلوبة أو أي نوع من الجوانب الاقتصادية لتنفيذ وإنجاح المشروع.

- احتمالات النمو: إنّ الفكرة الناجحة هي التي يكون الطلب على المنتج أو الخدمة التي ستقدمها يحتوي على احتمال نمو ثابت ومتوازن. ادرس وتأكد أنّ الطلب سيستمر لفترة طويلة كافية لتغطية تكاليف الإنشاء وتحقيق الربح الذي يسعدك كمالك للمشروع.

- مدى تكرار البيع: تأكد أنّ العملاء سيعيدون الشراء منك وطلب ما تنتجه. أي أنّ العميل سيحتاج إلى السلعة ويشتريها مرات عديدة حتى يتحقق الربح. إنّ الربح يأتي مع تكرار الشراء ويزداد مع زيادة تكرار الطلب.

- أمان استخدام المنتج: إن أمان استخدام المنتج عنصر مهم جدّاً لكل العملاء، خاصة المنتجات المصنعة. إذا كنت في مجال تقديم الخدمة، يجب أن تتأكد أنّ العاملين قد تدربوا جيّداً بهدف إرضاء العميل أو تدريبه إذا تطلب الأمر ذلك لضمان الأمان.

- إرتفاع التوزيع مع خطة الترويج: المشاعر هي التي تبيع. كثير من الناس يشترون بدافع العواطف، مثل الطمع، الغيرة، الحاجة والرغبة في المنافسة. إنّ الإعلانات تثير هذه المشاعر، أو أيّاً منها، لدى العملاء وتحفزهم على الشراء بالتركيز على هذه المشاعر (جوائز مالية، إثارة غيرة الآخرين، المنافسة، منح ضمان لفترة طويلة.. إلخ) أو إطلاع العميل على ما سيفقده إذا لم يشترِ المنتج (الخصم، منح واحدة زيادة إذا اشتريت أكثر من اثنتين وهكذا).

- الحاجة إلى التخزين قبل البيع: تجنب التخزين الزائد، لأن هذا مكلف جدّاً كما يحتوي على مخاطر، احسب ذلك جيّداً قبل تنفيذ الفكرة. إذا كان التخزين ضرورة، ضع في الاعتبار أنك يجب أن تؤمن على المخزن والمنتجات.

هل عرفت الآن إذا كانت فكرتك تنطبق عليها هذه الشروط؟ هذه الفكرة هي بالتأكيد التي ستحقق النجاح الذي تتمناه.►