



لحظه آها

مهران امیری

## ما چقدر خوبیم؟

بهترین خدمات‌دهنده، محصول درجه یک، ارزشمندترین، رتبه نخست و... همه این‌ها و بسیاری از عباراتی که در ادبیات به‌عنوان صفات تفصیلی شناخته می‌شوند در تبلیغات برخی شرکت‌ها به‌وفور یافت می‌شود و استفاده از این عبارات بر این مبنا شکل گرفته که «مخاطبان عزیز بپذیرید ما خیلی خوبیم» اما واقعا چگونه می‌توان از دید یک کارآفرین به نقطه اطمینان بخش درباره کیفیت خدمات یا محصول رسید؟

استفاده از کلمات و عبارت مثبت و تهییج‌کننده از نظر روان‌شناسی تأثیرگذار هستند. در آموزش‌های بازاریابی و تبلیغات هم بر این نکته تأکید می‌شود که جنبه‌های مثبت و مفید خود را بیشتر در نظر مخاطب بیاورید یا اینکه برای تحکیم پیوندهای گروه همکاران، درباره فواید و جنبه‌های مثبت خدمات یا محصول خود صحبت کنید، اما استفاده سراسری از این ابزار، خطرات بزرگی برای کسب‌وکارها به همراه دارد.

کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار در زمان تنظیم برنامه کاری خود باید این نکته مهم را نیز روشن کنند که بر اساس چه معیاری و در چه زمانی خود را موفق ارزیابی خواهند کرد؟ آیا این ارزیابی تبدیل به یک روند مستمر در سازمان آن‌ها خواهد شد؟ تداوم مسیر موفقیت آن‌ها چگونه تضمین می‌شود؟ و مشتران چه نقشی در ارزیابی میزان موفقیت دارند؟

در حقیقت هرچند تبلیغات عمومی و عبارات تشویق‌گر می‌تواند از دید کلی برای یک کسب‌وکار مفید باشد، اما تنها تأکید بر این موارد حتی منجر به گمراهی صاحبان کسب‌وکارها نیز خواهد شد، در حالی که تکرار آن بدون وجود نشانه‌های عملی، اندک اندک منجر به سلب اعتماد مشتریان شده و تأثیرات زیان‌باری بر جای می‌گذارد. اینکه مدام بدون ارائه اطلاعات و شواهد مدعی شویم که ما بهترین خدمات یا محصول را ارائه می‌کنیم یا مثلا در رتبه نخست فلان چیز هستیم به‌تدریج چیزی ضد خود را خلق کرده و اعتبار و ارزش کسب‌وکارمان را مخدوش می‌کند. نخستین گامی که باید برای پرهیز از این وضعیت برداریم، تعیین نشانگرهایی روشن است که رسیدن به آن‌ها بیانگر موفقیت کسب‌وکار ما باشد. این نوع نشانگرها را باید در زمان تدوین برنامه کسب‌وکار، هنگام مواجهه با شرکا و سرمایه‌گذاران، مدیران، کارکنان و مشتریان معرفی و روشن کرد. به‌عنوان نمونه، می‌توان از رساندن تعداد شعب به عددی مشخص، عرضه محصولی با فلان ویژگی، کسب سود یا میزان فروش معین و... یاد کرد که به روشنی و بدون ابهام ویژگی‌هایی را تعیین می‌کند که رسیدن به آن‌ها از دید صاحبان کسب‌وکار موفقیت تلقی خواهد شد. بیان شفاف این ویژگی‌ها به ما کمک می‌کند که مسیر مداوم ارزیابی را برای خود، همکاران و مشتریان ترسیم کرده و گام‌های عملی برداریم. بدون وجود چنین معیارهایی هرگز نمی‌توان درباره موفقیت یک کسب‌وکار ارزیابی درستی ارائه کرد. روشن است که گرفتارشدن مدیران و صاحبان یک کسب‌وکار در امور اجرایی روزمره در کنار نداشتن معیار مشخص برای ارزیابی موفقیت کارها، موجب از دست رفتن فرصت‌ها و منابع حیاتی خواهد شد. از طرفی صاحبان کسب‌وکارها نیازمند چشمان تیزبینی هستند که بدون مسامحه، آنان را در بزنگاه‌های مختلف ارزیابی کرده و نمای روشنی از مسیر کلی حرکت آن‌ها ارائه‌دهند. این نوع نگاه کلان و هدایتگر را بدون وجود معیارهای شفاف و مورد توافق نمی‌توان به دست آورد. بهتر است کارآفرینان حساب تبلیغات تهییج‌کننده را از گزارش‌های مدیریتی جدا کرده و مراقب باشند که خودشان اسیر فضاسازی‌های تبلیغی نشوند، چرا که اگر در زمان مناسب و با شیوه‌هایی سنجیده نسبت به ارزیابی صادقانه و حقیقی خود اقدام نکنیم، فرصت‌ها و منابع مختلفی را که در اختیار داریم به سرعت از دست خواهیم داد. ارزشمندترین اقدام برای تضمین حرکت مداوم به سوی پیشرفت و بهبودی، تعیین معیارهای ارزیابی موفقیت و سنجش مستمر آن‌هاست. برای خوب بودن باید ببینیم در این زمینه چقدر خوبیم؟

## رویداد ایده‌پردازی انیمیشن در اسفندماه

این روزها «ایده» طرفداران جدی در بازار کسب‌وکار پیدا کرده است و برای همین، رویدادها و نشست‌های متعددی برگزار می‌شود. یکی از آن‌ها رویداد ایده‌پردازان است که در اسفندماه برگزار می‌شود. در این رویداد افراد می‌توانند ایده‌های خود را در قالب بسته‌هایی حاوی اطلاعات پایه مانند خلاصه طرح و بودجه پیشنهادی تهیه کرده و در اختیار سرمایه‌گذاران قرار دهند. در این رویداد که در اسفندماه امسال برگزار می‌شود، ایده‌پردازان در مدت ۷ دقیقه از ایده‌های خود در برابر سرمایه‌گذاران دفاع خواهند کرد. در این نشست همچنین از رضا تقدسی و محمدحسین صادقی به‌عنوان کارآفرینان برتر حوزه انیمیشن قدردانی می‌شود.

# آزمایش

می‌توانیم از صفر شروع کنیم

گفت‌وگو با عباس عینعلی، کارآفرین حوزه گرافیک

## سفارش کار را فوری رد نکنید!



یکی از مشتریان سفارش یک موشن گرافیک یک دقیقه‌ای داد. من تقریباً نمی‌دانستم که موشن گرافیک یعنی چه، اما چون اسم گرافیک در آن بود در جا کار را پذیرفتم.

سنتی، بسیار سخت شده بود ما متوجه شدیم که مشتری‌ها در بازار امروز تمایلی به پرداخت هزینه‌های سنگین برای نصب بیلبوردها و بنرهای رنگارنگ ندارند. تحقیقات میدانی به ما می‌گفت نقش شبکه‌های اجتماعی در تبلیغات، روز به روز بیشتر می‌شود در تبلیغات سنتی رقابت سخت شده بود. مجوزهای صادره موسسات تبلیغاتی در استان سمنان زیاد شده بود و فشار مالی زیادی روی ما بود. یک هفته شبانه‌روز کار کردم. باید از نرم‌افزارهایی استفاده می‌کردم که تا آن روز هیچ آشنایی با آن‌ها نداشتیم؛ نرم‌افزارهای صداگذاری، میکس و تدوین از مهم‌ترین آن‌ها بودند. به هر حال در زمانی که قول داده بودم، سفارش مشتری را آماده کردم. کار آن قدر خوب شده بود که مشتری راضی و چند

او مجوز فعالیت دادند. حالا عباس عینعلی مدیر مسئول یک موسسه تبلیغاتی است و استارت‌آپی به اسم یوز دیزاین دارد که به‌صورت آنلاین سفارش طراحی موشن گرافیک می‌پذیرد و با مشتریان مختلف، شهرداری و دستگاه‌های مربوطه دیگر ارتباط کاری مستمری دارد. او توصیه می‌کند اگر مشتری شما سفارش کاری را داشت که در تجربه شما نیست فوراً آن را رد نکنید، بلکه سعی کنید با تمرکز، دقت و مشورت، سفارش او را به درستی انجام دهید، این شاید گشایشی در کسب‌وکار و آینده مالی شما باشد؛ «یکی از مشتریان سفارش یک موشن گرافیک یک دقیقه‌ای داد. من تقریباً نمی‌دانستم که موشن گرافیک یعنی چه، اما چون اسم گرافیک در آن بود درجا کار را پذیرفتم. در آن روزها تبلیغات محیطی به شکل

پیش

66

پاهای پدرم در سانه تصادف سوخت و او دیگر نتوانست کار کند، چندی بعد با حکم از کارافتادگی او در سازمان تأمین اجتماعی موافقت و پدرم خانه‌نشین شد. همین موضوع موجب شد که من از سنین کودکی مجبور به حرفه‌آموزی شوم. دغدغه درآمد و معاش همیشه در جلو چشمان من بود. از کودکی و بعد از تحصیل کار می‌کردم؛ شاگردی در مغازه‌های مختلف، بخش صنعت و ساختمان

«فرید ا پولی» چطور به یک کارآفرین موفق تبدیل شد؟

## آینده‌تان را تنها با سوابق کاری‌تان نسازید

من را به دنبال خود بکشید؟» کسب‌وکار فریدا طی شش سال از آغاز به کار خود، اینک با گروهی ۷۸ نفره فعالیت می‌کند و موفق به کسب ۱۶ میلیون دلار سود شده و دفاتری در نیویورک، لندن و سنگاپور دارد. شرکت او به بیش از ۶۰ کارفرما از جمله اکسنتچر، لینکدین و تسلا خدمات می‌دهد در حالی که بیش از یک میلیون متقاضی کار از ۶۸ کشور را به خود جذب کرده است. فریدا همچنین می‌گوید: «ما اساساً سامانه‌ای ساخته‌ایم که به‌خاطر دوری از تعصبات جنسیتی و نژادی شناخته می‌شود. زنان و افراد رنگین‌پوست به طور عادلانه در فرایند بررسی قرار می‌گیرند و یکی دیگر از انواع تنوع یعنی اجتماعی-اقتصادی که واقعا در باره آن کمتر صحبت می‌شود هم به دست می‌آید. این سامانه روش ارزیابی را ایجاد می‌کند که در آن، هرکس از فرصت برابر برخوردار هست.»

فریدا ادامه می‌دهد: «وقتی دیگران می‌گویند کاری که انجام می‌دهید چندان اهمیتی ندارد یا کار ارزشمندی نیست، دچار ناامیدی می‌شوید. در این حالت شما پاسخ می‌دهید که نه، آنچه من انجام می‌دهم ارزشمند است. در چنین وضعیتی باید با افرادی که به شما یادآوری می‌کنند

کاندیداهای آینده درگیر تعدادی فعالیت‌های رایانه‌ای می‌شوند که صفات و سبک شخصیت‌شناختی و احساسی آن‌ها را روشن می‌کند، سپس شرکت‌ها با بررسی این اطلاعات، به جای اینکه تنها سوابق را ببینند، درباره افرادی که مناسب نیازهایشان باشند تصمیم می‌گیرند. آنچه واقعا فریدا را تحت‌تأثیر قرار داد، این بود که سوابقش شباهتی به یک متقاضی متعارف تحصیل در دوره آموزشی مدیریت تجاری یا یک مدیر اجرایی فنی نداشت. او زمانی که تصمیم گرفت وارد هاروارد شود یک مادر مجرد ۳۸ ساله بود که از حوزه‌ای کاملاً متفاوت می‌آمد. اما وقتی که کسب‌وکارش را شروع کرد، به سرعت آموخت آنچه موجب پیشرفتش شده این است که همه چیزش را صرف کارش کند. او معتقد است، نباید با برداشت‌ها از سوابقش محدود شود و این همان چیزی است که بسیاری از افراد دیگر هم در آن با فریدا هم‌عقیده هستند. فریدا در این باره می‌گوید: «تردید شخصی زیادی درباره توانایی من وجود داشت. کاملاً حس می‌کنم که این تردید به این دلیل بود که آیا من به کار اشتیاق دارم، آیا این اشتیاق آن قدر هست که به جای مسیری که سابقه کاری‌ام برایم ترسیم می‌کند،



کارتان ارزشمند است در تماس باشید، همکاری که در اجرای ماموریت کاری با شما همراه است یا مشتری که از محصول یا خدمات شما استفاده می‌کند از جمله افرادی هستند که بودندشان به شما در باره مهم‌بودن کارت‌ان یادآوری می‌کند.» در نهایت او یادآوری می‌کند که گفتن «می‌خواهم دنیا را عوض کنم» چیزی نیست که بیشتر دانشمندان به دنبال آن باشند، اما کارآفرین بودن یعنی همین. کارآفرین بودن یعنی اینکه مشکلی را ببینی و بخواهی که همه توان خود را صرف رفع آن مشکل و بهترکردن شرایط کنی.

منبع: entrepreneur.com



یکشنبه ● ۳۱ تیر ۱۳۹۷ ● شماره صد و شصت‌ویک

A T I V E H N O