



تبدیل یک ایدہ بہ طرح کسب و کار

Become an Idea to Business Plan

نویسنده: محسن امیری فخر

درباره نویسنده

محسن امیری فخر

- کارشناس ارشد نرم افزار از دانشگاه شهید بهشتی
- طراح و تحلیلگر سیستم های مبتنی بر وب
- متخصص شبکه های کامپیوتری، تحلیلگر سیستم و کارشناس فضای مجازی، ابری و کلیه امور مرتبط با سئو
- مسلط به MCSE 2016 ، Kerio Control ، HTML5 ، CSS3 ، ASP.net ، DNN ، Exchange Server ، Lync Server ، TMG
- مسلط به نرم افزار Photoshop - مسلط به زبان انگلیسی
- طراح گرافیک و تهیه کننده فیلم های واقعیت مجازی VR 360

www.linkedin.com/in/mohsenamirifakhr



LinkedIn

✉ Mohsen.Amiri.Fakhr@gmail.com

🌐 www.Mamiri.ir , www.MohsenAmiri.ir

☎ Tel : +989126758683 - +982146023141





تعریف ایده :

ایده ها را هرگونه جمع بندی و نتیجه گیری یا تعمیم که بر پایه علم، آگاهی عمومی، مبانی فلسفی و پیش فرض های عرفی باشد، تعبیر می کنند.

علاوه بر این، در تعاریف، ایده ها را به گونه ای دسته بندی و تعبیر می کنند که این ویژگی ها را در بر داشته باشند:

- **خلاق باشند**
- **نوآورانه باشند**
- **مبتنی بر حل مساله باشند**

برگرفته از وبسایت : www.newdesign.ir

علوم مرتبط به این گزارش :

برندینگ و بازاریابی

مدیریت مطالعات بازار

مهندسی نرم افزار

مهندسی صنایع

تجزیه و تحلیل سیستم

این گزارش مورد کاربرد :

- کسانی که تمایل به تولید یک استارت آپ جدید را دارند
- دانشجویان رشته های مهندسی نرم افزار، مهندسی صنایع، برندینگ و بازاریابی

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

- پاسخ به این سوالات راهگشای ایجاد طرح توسعه کسب و کار می باشد
- باعث شناخت هرچه بهتر ایده ذهنی شکل گرفته میشود
- باعث شناخت هرچه بهتر بازار هدف قرار داده شده می شود
- باعث شناخت هرچه بهتر ذینفعان و مشتریان میشود
- باعث پیدا نمودن نقاط قوت و ضعف این ایده ذهنی میشود
- درنهایت با بهره بردن از این پاسخ ها :
 - (۱) چشم انداز و ماموریت خود برای کسب و کار خود را می شناسیم
 - (۲) ارزش های کسب و کار خود را شناخته و برای رسیدن به ارزش برنامه ریزی می کنیم
 - (۳) شروع به برنامه ریزی برای تولید خدمت می نمائیم
 - (۴) خدمت تولید شده را ارائه داده و از ثمرات آن برای ذینفعان و حتی مشتریان خود لذت می بریم

از کجا شروع کنیم

در این گزارش به بررسی نحوه توسعه ایده ذهنی شما برای توسعه کسب و کار خود می پردازیم

مراحل تکمیل یک طرح

برای بزرگ شدن و رشد یک ایده ذهنی خلق شده تا رسیدن آن به یک طرح واقعی کسب و کار باید مراحل پیشنهادی طی شود: (گاهی بعضی از مراحل با مراحل دیگر همپوشانی دارند)

۱. پاسخ به سوالات مطروحه در مورد ایده شما
۲. ایجاد مستندات لازم برای ایده خلق شده (فرم ها ، قراردادها و ...)
۳. تکمیل تیم طراحی و تولید ایده (تشکیل کارگروه) براساس نیاز طرح
۴. تولید چشم انداز ، ماموریت و ارزش ها
۵. برنامه ریزی برای تقسیم کار در کارگروه ها
۶. بررسی موانع و مشکلات حقوقی یک ایده
۷. تولید استراتژی کسب و کار بر اساس مستندات
۸. تهیه و تولید یک کتاب برند براساس استراتژی کسب و کار
۹. پیاده سازی و تولید خدمت اولیه برای بررسی محدود بازار
۱۰. بازگشت چند گام به عقب و رفع نواقص احتمالی و بررسی مجدد بازار هدف
۱۱. تهیه و تولید خدمت نهایی و شروع نگهداری و بروز رسانی خدمت

QUESTIONS?

پاسخ به سوالات مطروحه در مورد آینده شما

پاسخ به سوالات این پرسشنامه میتواند در تمامی مراحل تولید خدمت برای کسب و کار ما ارزش ساز شود و پاسخ قاطع و درست به آن راهگشای ایده ما در تمامی مراحل برای تبدیل شدن به یک طرح کسب و کار می باشد .

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

ایده شما چیست ؟

- چه خدمت یا خدماتی را میخواهید ارائه دهید
- آیا این ایده اساسا خدمت رسان است
- این ایده نمونه های مشابه دارد
- برداشت شما از این ایده در توسعه کسب و کار شما چیست

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

بازار هدف ایده شما کجاست ؟

- آیا بازار هدف ایده خود را میشناسید
- به مشتریان خود در این بازار به طور کامل اشراف دارید
- خدمات متنوعی که مشتریان میخواهند را ایده شما پوشش میدهد
- مشتریان شما در چه دامنه ایی از جامعه قرار دارند:
- ❖ قشر پولدار ، متوسط یا ضعیف جامعه
- ❖ پزشکان ، مهندسان ، کارمندان دولتی و خصوصی یا کارگران یا مشاغل آزاد

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

چه هدفی برای چند سال بعد دارید؟

- هدف نهایی شما چیست با خود رو راست باشید
- الان کجا هستید و چندسال بعد میخواهید کجا باشید
- آیا این ایده راهگشای شما در این مسیر خواهد بود
- شما بر روی موج سوار هستید و براساس برنامه های هم روند کار میکنید
- یا خیر شما با هدف و چشم انداز خاص به این ایده ذهنی می نگرید

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا ذینفعان ایده خود را میشناسید؟

- چه قشری از جامعه به عنوان ذینفع شما شناخته میشوند
- آیا اساسا ذینفع دارید
- برای ذینفعان خود برنامه ای دارید که بیشتر در طرح شما مشارکت کنند
- چه مزایایی برای آنها در نظر گرفته اید

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا از ریسک های ایده خود باخبر هستید؟

- چه موانعی برای به ثمر نرسیدن این ایده وجود دارد
- آیا برنامه ایی برای مقابله با صدمات احیانا مالی دارید
- آیا راهکاری برای کاهش ریسک های خود دارید

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا با نیروی انسانی انجام ایده خود آشنا هستید؟

- به چه تعداد نیروی انسانی نیازمندید
- به چه کارشناسانی احتمال می‌دهید که نیازمند می‌شوید
- آیا از نیروی انسانی به صورت برون سپاری بهره خواهید برد

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا سرمایه ایی برای انجام ایده دارید ؟

- سرمایه های شما هم از حیث مادی و یا غیر مادی چیست
- منابع شما برای تکمیل ایده شما کافیهست
- آیا به جذب منابع از روش هایی مثل کنسرسیوم با یک ارگان یا سازمان فکر کرده اید
- بیمه ها ، بانک ها ، نهاد های خیریه ، دولتی و خصوصی ...

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا با جنبه های مدیریتی کسب و کار ایده خود آشنا هستید؟

- آیا مباحث مدیریت سیستم چه فنی و چه محتوایی را میدانید
- آیا از مفاهیم حقوقی کسب و کار خود آشنا هستید
- آیا اساسا شما یک مدیر هستید یا شاخصه های یک مدیر کامل را دارید

ابتدا در این گزارش باید به یکسری سوالات پاسخ داده شود

موارد سبز سوالات و در قسمت آبی پاسخ های ایده پرداز

آیا با بازاریابی کسب و کار خود آشنا هستید؟

- آیا با بازاریابی و مفاهیم تبلیغات در حوزه کار خود و ایده مطروحه آشنا هستید
- آیا تا به حال به تبلیغات به غیر از یک تبلیغ ساده در روزنامه یا تلویزیون فکر کرده اید
- آیا میتوانید بهترین محتوا را از ایده خود تولید و با استفاده از آن در سطوح مختلف به تبلیغات پردازید
- آیا با کتاب برند آشنا هستید و یا رنگ ایده خود را می شناسید



ایجاد مستندات لازم برای ایده خلق شده

بر اساس پاسخ های شما از سوالات مطروحه شروع به تولید مستندات لازم برای ثبت و ماندگاری آنها و همچنین تولید فرم های متنوعی برای برقراری بروکرسی اولیه برای راه اندازی پروسه راه اندازی ایده نمائید.

تکمیل تیم طراحی و تولید ایده (تشکیل کارگروه) بر اساس نیاز طرح

- بررسی نمائید بر اساس پاسخ های خود به چه نیروهای انسانی برای پیاده سازی ایده خود نیازمندید
- برای ایده خود مدیر پروژه تعیین نمائید
- مدیر پروژه کارگروهی را در مجموعه شما تدوین می نماید
- تمام نیروهای شما باید در ادامه بعد از تعیین استراتژی کسب و کار شما دچار تغییر و تحول شوند و شاید نیاز به اضافه کردن و یا حتی تعدیل نیرو شود



تولید چشم انداز ، ماموریت و ارزش ها



- شاید بتوان به جرات گفت مهمترین بخش از تولید یک خدمت براساس یک ایده پیدا کردن مقادیر صحیح چشم انداز ، ماموریت و ارزش های یک ایده است
- در نهایت براساس این مقادیر ما میتوانیم یک استراتژی صحیح برای ایده خود طراحی نموده و آن را به مرحله سودآوری برسانیم
- چشم انداز جایگاهی است که ما باید به آن دستیابیم
- ماموریت اهداف و خدماتی است که ما ارائه داده و برای آن تلاش میکنیم
- و ارزش ها ایده آل هایست که ما را براساس آن خواهند شناخت مثل: امنیت ، یکپارچه گی ، مسئولیت پذیری ، کارگروهی و ...

برنامه ریزی برای تقسیم کار در کارگروه ها

- براساس اهداف خود خلق ارزش میکنیم
- برای حصول بدست آوردن ارزش ها کارگروه تشکیل می دهیم
- مدیر پروژه افراد را در گروه های متعدد توزیع میکند
- گاهی بعضی افراد در چند تیم شروع به همکاری میکنند
- برای تولید یک ارزش در قالب خدمات متنوع محدودیت زمانی تعیین میکنیم
- در اتمام هر محدودیت زمانی گزارش هایی از انجام و یا روند انجام خدمت میگیریم
- خروجی کار را مستندسازی نموده و دوباره چندگام به عقب باز میگردیم و بررسی میکنیم که از اهداف خود در مأموریت های مان فاصله نگرفته باشیم
- در صورت فاصله داشتن باز برای این حصول کارگروه می سازیم



بررسی موانع و مشکلات حقوقی یک ایده

- شاید این ایده برای اولین بار در ذهن شما خلق شده است آیا این ایده برای اولین بار مطرح شده است یا خیر؟
- شاید ایده شما اساساً یکسری موانع حقوقی دارد که نمیتوان آن را منتشر کرد و یا آن را به مرحله پیاده سازی رساند
- در تیم پروژه خود حتماً از یک مشاور حقوقی بهره ببرید
- فعالیت خود را در نهایت بالای اطمینان از نفرات تا انتشار نهایی طرح از دید عموم مخفی بگذارید
- شاید فعالیت شما و یا اساساً ارزش های شما منافی ارزش های سطح بالای جامعه شما باشد و از این رو برای شما ایجاد ریسک می کند
- آیا ایده خود را در جایی ثبت قانونی نموده اید؟

تولید استراتژی کسب و کار بر اساس مستندات

کسب و کار: به یک واحد سازمانی که استراتژی مشخص و مدیریت مسئولیت پذیر در زمینه فروش و سودآوری دارد (یا باید داشته باشد) گفته می شود. یک سازمان واحدهای کسب و کار متعددی می تواند داشته باشد.

• استراتژی کسب و کار شامل ۴ بُعد است:

۱. استراتژی سرمایه گذاری محصول-بازار

۲. گزاره ارزش مشتری

۳. دارایی ها و قابلیت ها

۴. برنامه ها و استراتژی های وظیفه ای

• بُعد اول، تعیین می کند که کجا باید به رقابت پردازیم. دیگر ابعاد نیز، به چگونگی رقابت کردن می پردازند. (یعنی: چگونه رقابت کنیم تا برنده شویم.)

برگرفته از وبسایت: www.cstland.com



معیارهای انتخاب استراتژی‌های کسب‌وکار

• معیارهای اصلی مناسب برای انتخاب گزینه‌ها را می‌تواند در سؤالات زیر گروه‌بندی کرد:

• **بازده سرمایه‌گذاری قابل توجه است؟** برای مثال استار باکس با هزینه زیاد در مناطق گران‌قیمت ژاپن با بیش از ۴۰۰ واحد کسب‌وکار شروع به فعالیت کرد. نتیجه آن یک برند روز اما آسیب‌پذیر در مقابل رقبا بود، زیرا آن‌ها کیفیتشان در حد استارباکس و یا بالاتر بود اما ضعف گران بودن را نداشتند.

• **آیا مزیت رقابتی پایداری وجود دارد؟** برای دستیابی به یک مزیت رقابتی پایدار، یک استراتژی باید از دارایی‌ها و قابلیت‌های سازمانی بهره بگیرد و نقاط ضعف آن را خنثی سازد.

• **آیا استراتژی در آینده موفق خواهد بود؟** استراتژی باید بتواند متناسب با تغییرات بازار، همراه با تهدیدها و فرصت‌هایش، خود را حفظ نماید.

• **آیا استراتژی قابل اجراست؟** استراتژی باید در بطن منابع مالی و انسانی سازمان قرار داشته باشد. همچنین باید با دیگر ویژگی‌های سازمانی نظیر ساختار، سیستم‌ها، کارکنان و فرهنگ شرکت سازگار بوده و باعث تحرک هرچه بیشتر باشد.

• **آیا استراتژی با دیگر استراتژی‌های شرکت همخوان است؟** آیا منابع و استفاده از جریان نقدینگی با یکدیگر در تعادل هستند؟ آیا با سرمایه‌گذاری در منابع مالی یا انسانی، انعطاف‌پذیری سازمانی کاهش می‌یابد؟ آیا هم‌افزایی بالقوه با این استراتژی به دست می‌آید؟

تهیه و تولید یک کتاب برند بر اساس استراتژی کسب و کار

- هر شرکت و سازمانی برای اطمینان از اینکه پیام برند از طریق تمام فعالیت های بازاریابی و کانالهای ارتباطی اش به صورت یکسان بیان می شود ، نیازمند یک برند بوک است.
- همچنین برای اطمینان از اینکه تمام محتوای بصری فعالیت های برند در ارتباطات و بازاریابی و در هنگام بیان هویت برند یکپارچه لحاظ شوند (یعنی هر آنچه که مخاطب از برند می بیند و دریافت میکند) .
- جدا از کوچکی و یا بزرگی برند ، باید مأموریت ها ، چشم انداز و ارزش های برند به صورت مکتوب در کتابچه برند لحاظ شوند .*
- لازم به ذکر است براساس استراتژی های اتخاذ شده کتابچه برند شاهد تغییر و تحولات گسترده میشود .
- به طور مثال استراتژی های یک شرکت لبنیاتی با یک اپراتور تلفن همراه در کتابچه برند به شدت باهم متفاوت بوده و این تفاوت در سطوح مختلف تفاوت ها را شکل می دهند .

* برگرفته از وبسایت : www.beloved.marketing



پیاده سازی و تولید خدمت اولیه برای بررسی محدود بازار

• تا ابتدای پیاده سازی اولیه از تمام مراحل مستند سازی مینمائیم.

• شاید ایده شما نیاز به پیاده سازی به روش استارت آپ های حوزه فناوری اطلاعات نداشته باشد و یا اساسا نیاز به برنامه نویسی و یا تولید نرم افزار نداشته باشد از این رو میتوانید خدمت خود را به صورت محدود در قالب کار تولیدی خود به بازار ارائه دهید و بازار خود را اندکی به سنجید

• در صورتیکه در حوزه فناوری اطلاعات و یا به صورت یک اپلیکیشن میخواهید خدمتی را عرضه کنید: اصطلاحا یک نسخه پروتوتایپ از نرم افزار نهایی خود تولید نموده و به بازار کوچک و محدود عرضه میکنید تا نهایتا در صورت وجود باگ ها و خطاهای برنامه شما مجدد اپلیکیشن را به چرخه تولید که همان مراحل اجرای ایده است بازگردانید

• گاهی خطاها فنی بوده و به راحتی رفع عیب میشود و بعضی اوقات بخاطر اشتراکات غلط نرم افزار نیازمند تغییرات گسترده در تمامی سطوح می باشد

• این چرخه تا عرضه نهایی محصول ادامه می یابد ، نکته مهم این است که تا مطمئن نشدن از فعالیت صحیح و یا حتی در نهایت سودآور بودن محصول به هیچوجه نباید خدمت رسانی را آغاز نمود چون به شدت به برند شما میتواند لطمات جبران ناپذیر وارد کند

• برند شما در حقیقت همان حسی است که مشتری و البته ذینفعان شما از محصول شما میگیرند

• مثل تفاوت یک خودروساز دا.. با یک خودرو ساز مثل بنز !!!

بازگشت چند گام به عقب و رفع نواقص احتمالی و بررسی مجدد بازار هدف

- این چرخه را تا زمان حیات ایده خود که حالا تبدیل به طرحی خدمت رسان و ارزش آفرین شده است ادامه می دهید
- شما صاحب یک چرخه هستید که روز به روز در حال تکمیل شدن است
- تلگرام را میتوان بهترین نمونه از این موارد نام برد ، بروز رسانی های عالی و ادامه دار ، هیچوقت نسخه اولیه آن با نسخه فعلی قابل مقایسه نبوده و هر روز براساس ایده اولیه کاملتر از روز قبل میگردد
- بطوریکه تمامی ارزش های مشتریان و حتی ذینفعان خود را کامل دیده است ، کاربران فعلی هر آنچه که می خواهند را درون آن می یابند !



A modern conference room with a large window, a long table, and chairs. The room is bright and clean, with a white wall and a ceiling-mounted projector. The window looks out onto a city building. The table is light-colored and has three small potted plants on it. There are black chairs around the table. A black banner with white text is overlaid on the image.

**تهیه و تولید خدمت نهایی (ارائه نسخه بتا)
و شروع نگهداری و بروز رسانی خدمت**



با سپاس از شما

Mohsen Amiri Fakhr



+989126758683



Mohsen.Amiri.Fakhr@gmail.com



Mamiri.ir

