

نمونه کارهای سئو (تولید محتوا برای شرکت های مختلف) و شتاب مارکتینگ

رمز و راز هدایای تبلیغاتی

کلمات کلیدی اصلی: تبلیغ برد برد

هدایای تبلیغاتی برای شناسایی و معرفی یک کالا یا محصول به سایرین داده می شود که این عمل یک تبلیغ برد برد برای شرکت یا سازمان اهدا کننده آن و همچنین برای گیرنده آن محسوب می شود.

بخش زیادی از هدایای تبلیغاتی در ایران معمولاً از صنایع دستی ایرانی تهیه می شود که غالباً با کیفیت بوده و اهدای آن به هرکسی، دارای منافع مختلف است. هدیه دهنده می تواند مشتری پایداری جذب کند و گیرنده آن نیز به کالای با کیفیت و مطمئنی دسترسی پیدا کند که حاصل آن یک تبلیغ برد برد برای هر دو طرف است.

بازگشت روزهای طلایی

صنایع دستی ایران با همه پتانسیل ها و ظرفیت هایی که دارد ممکن است در شرایط کنونی اقتصادی، شرایط مساعدی نداشته باشد بنابراین در این وضعیت حمایت و تهیه این کالا می تواند این صنعت را به روزهای طلایی خود بازگرداند. صنایع دستی ایرانی نیازمند حمایت است و هرکس که این صنایع را به عنوان هدیه به دیگری بدهد یا آن را بگیرد در واقع به این صنعت کمک کرده و یک تبلیغ برد برد برای همه در پی دارد.

صادرات صنایع دستی

کیفیت صنایع دستی ایرانی مساله دیگری است که می تواند این هنر صنعت را با شکوفایی بیشتری روبرو کند. هر محصول با کیفیتی، مشتری دارد و امکان صادرات آن بیشتر می شود. کالاهای با کیفیت، بازارهای پایداری در داخل کشور و جهان خواهد داشت و برای رسیدن به این مقصود راهی جز کمک به این هنر صنعت وجود ندارد. صادرات این محصول به کشورهای خارجی یکی دیگر از راه های تقویت این محصول است که مزایای فراوانی به دنبال دارد. با این کار ورود ارز به کشور بیشتر می شود و همچنین به رونق کارهای هنرمندان ایرانی و خروج

کارگاه ها از تعطیلی منجر می گردد. بنابر این صادرات کالاهای با کیفیت صنایع دستی ایران به کشورهای خارجی می تواند تبلیغ خوبی برای دستیابی به بازارهای بیشتر باشد و این کیفیت در واقع یک تبلیغ برد برد برای فعالان این حرفه و صادرکنندگان این محصول خواهد بود.

بهترین هدایای تبلیغاتی صنایع دستی

کلمات کلیدی اصلی: هدایای تبلیغاتی صنایع دستی

صنایع دستی، تاریخ و هویت یک کشور، منطقه و محل را بازگو می کند و هویت خیلی جوامع با این هنر صنعت شناخته می شود. شیوه تولید این صنایع معمولاً نسل به نسل به دیگران انتقال می یابد و به همین دلیل هرکدام از این اشیا تاریخ یک منطقه را با خود به همراه دارد و به عنوان هدایای تبلیغاتی صنایع دستی از آن استفاده می شود.

بطور قطع کالاهایی که چنین داستانی از خود دارد ارزشمند بوده و مستحق حفظ و نگهداری است و شاید بسته بندی مناسب این هدایای تبلیغاتی صنایع دستی، کمترین کاری است که در قبال این هنر صنعت انجام می دهیم. هرکدام از ما وقتی صاحب یک اثر مانند صنایع دستی می شویم البته فرقی نمی کند که جزو هدایای تبلیغاتی صنایع دستی باشد یا خریده باشیم، در هر دو حالت، آن را در بهترین مکان اتاق خود قرار می دهیم تا در معرض دید همه باشد، بنابر این چنین کالایی با ارزش است و حفظ و نگهداری هرچیزی که با ارزش باشد نیز یک امر پسندیده است. صنایع دستی معیشت زندگی خیلی از افراد از تولیدکننده تا فروشنده را تامین می کند اما زمانی همه طرف ها در این بازار به سود می رسند که بتوانیم آن را به بهترین شیوه به خریدار و مشتری که می تواند یک گردشگر باشد ارائه کنیم. یکی از راههای فروش آسان صنایع دستی، بسته بندی مناسب آن است. شوربختانه این صنعت در این زمینه کارنامه زیاد موفقی ندارد یعنی تولیدکننده با تلاش های زیادی که برای خلق یک اثر دست ساز متحمل می شود در حساس ترین مرحله یعنی فروش، محصول با بسته بندی نامناسب ارائه می شود و در نتیجه همه عوامل تولید تا بازار با ضرر و زیان روبرو می شوند. خیلی از خارجی ها و حتی

مشتریان داخلی، کالاهایی را خوب و با کیفیت می دانند که با بسته بندی منحصر به فرد به آنان ارائه شود اما وقتی این کالای ارزشمند لای روزنامه، گونی، پارچه های نامرغوب و کاغذ به آنان عرضه شود کالای یادشده را مانند بسته بندی آن بی ارزش می دانند و بطور قطع از خرید آن منصرف می شوند. بسته بندی صنایع دستی ما هنوز ضعیف است و نمی تواند بازارها را به تسخیر در آورد. بسته بندی مناسب، صنایع دستی را از صدمات احتمالی در حمل و نقل و جابجایی محافظت می کند بنابر این بسته بندی صنایع دستی و هدایای تبلیغاتی صنایع دستی باید زیبا، مشتری پسند و مقاوم در برابر صدمات باشد.

بسته بندی مناسب در واقع نوعی احترام به مشتری است و همین عامل فروش را افزایش می دهد. بدون بسته بندی صنایع دستی و هدایای تبلیغاتی صنایع دستی بازاریابی دشوارتر می شود و کالا در نزد خارجی ها با بی اعتنایی روبرو می شود. صنایع دستی فعال در ایران به بیش از ۳۰۰ رشته می رسد که ترمه، قلمکار و خاتم کاری از جمله آنها است که همه آنها را می توان به عنوان هدایای تبلیغاتی صنایع دستی برای شناسایی این هنر صنعت به جهان مورد استفاده قرار داد.

صنایع دستی طبقه بندی شده ایران شامل بافته داری، دست بافته های دستگاهی (نساجی سنتی)، رودوزی های سنتی، هنرهای فلزی، میناسازی، سفالگری، آبگینه؛ هنرهای مرتبط با چوب، هنرهای مرتبط با سنگ، نگارگری، چاپ های سنتی، حصیربافی، نمدمالی، پوستین دوزی، آثار چرمی، رنگ سازی سنتی و رنگرزی سنتی در این طبقه بندی جای می گیرند که مجموعه ای از این صنایع دستی یک هدیه نفیس محسوب می شود. برای مثال در طبقه هنرهای فلزی؛ دواتگری، حکاکی روی فلز، قلمزنی، مشبک کاری، ملیله کاری، زرگری، کوفته گری، طلاکوبی و نقره کوبی دیده می شود که هر کدام از آنها را می توان به عنوان هدایای تبلیغاتی صنایع دستی جهت شناسایی هرچه بهتر این محصولات به مخاطبان مورد توجه قرار داد.

مزایای صنایع دستی اصیل ایرانی

صنایع دستی اصیل ایرانی دارای مزیت های فراوان است و خیلی از آنها به عنوان هدایای تبلیغاتی صنایع دستی به گردشگران اهدا می شود. این صنعت حاصل کار هنرمندان ایرانی است که با دقت زیاد آن را با دست های خود ساخته اند و به همین دلیل یک کار ارزشمند،

باکیفیت و فاخر محسوب می شود. صنایع دستی اشتغال آفرین است و خیلی از هنرمندان و جوانان در رشته های مختلف آن فعالیت می کنند. معیشت زندگی خیلی از افراد از تولیدکننده تا فروشنده از این راه تامین می شود و اگر بازار مناسبی برای این اشیای ارزشمند یافت نشود کارگاه ها با تعطیلی روبرو خواهند شد و در نتیجه خیلی از افراد کار خود را از دست خواهند داد. صنایع دستی اصیل ایرانی چون در داخل تولید می شود ارزان تر از سایر صنایع دستی خارجی بوده و ممکن است کیفیت تولیدات داخلی را هم نداشته باشد. صنایع دستی نقش زیادی در افزایش تولید ناخالص ملی دارد و سالانه ارز فراوانی از صادرات این محصولات وارد کشور می شود. یکی از راههای شناسایی این هنر صنعت به خارجی ها هدایای تبلیغاتی صنایع دستی است که می تواند گردشگران خارجی را به خرید این محصولات ترغیب کند.

ایران کشور صنایع دستی

ایران را باید یکی از کشورهای دارای صنایع دستی پرشمار و با کیفیت نامبرد. هر شهر کشور ما دارای صنایع دستی ویژه خود است که قابلیت صادرات به اقصی نقاط جهان را هم دارد. اصفهان یکی از شهرهای کشور است که دارای با ارزش ترین صنایع دستی می باشد و سالانه خیلی از گردشگران خارجی با سفر به نصف جهان، صنایع دستی به عنوان هدیه به کشورشان می برند. هدایای تبلیغاتی صنایع دستی خاتم کاری و هدایای تبلیغاتی میناکاری را می توان به عنوان بهترین ابزار برای معرفی این هنر صنعت انتخاب کرد.

صنایع دستی هدایای سازمانی نیز به مناسبت های مختلف مانند روز کارمند، عید و تعطیلات به کارمندان اهدا می شود و در این راستا باید سعی کنیم برای حمایت از تولیدات داخلی هدیه صنایع دستی ایران را در برنامه های خود قرار دهیم و این شعار را محقق کنیم که هدیه سازمانی، هدیه ایرانی است.

منافع ماندگار هدایای تبلیغاتی

کلمات کلیدی: هدایای تبلیغاتی

هدایای تبلیغاتی مزیت های زیادی برای فرد یا واحد اهداکننده آن به همراه دارد، شاید نخستین اثر آن مطرح شدن برند یک کسب و کار در اسرع وقت به مخاطب باشد.

این هدایا هرچند از ابزار ساده ای برای شناسایی یک کسب و کار بهره می گیرد اما خیلی سریعتر از سایر روش ها، در ذهن مخاطب اثر می گذارد و ماندگار می شود. اثر هدایای تبلیغاتی حتی از آگهی های تلویزیونی نیز در ذهن مخاطب ماندگارتر است زیرا کسی که این هدایا را دریافت می کند مدت ها حتی تا یکسال یا بیشتر آن را با خود همراه خواهد داشت اما آگهی های تلویزیونی چنین ظرفیتی ندارد و پخش آن معمولا چند دقیقه خواهد بود و بعد از دقایقی از صفحه تلویزیون محو می شود.

بازاریابی آسان

بازاریابی از طریق هدایای تبلیغاتی بسیار آسان است. کافی است با درج کردن نام تجاری بر روی کالایی که مشتریان از آن استفاده می کند، به شناسایی برند یک محصول بپردازید. معمولا کالایی به تسخیر بازار در می آید که خیلی ساده تبلیغ کند و همواره مخاطب نیز با آن سروکار داشته باشد، هدایای تبلیغاتی چنین خصوصیت و تنوعی دارد، یعنی می توان کوچک و بزرگ آن را تولید کرد و در اختیار مخاطب قرار داد.

هزینه کم، اثرگذاری زیاد

هدایای تبلیغاتی معمولا خیلی کمتر از آگاهی های تلویزیونی هزینه بر است و با وسایل خیلی ساده می توان آن را تهیه کرد. برای مثال هزینه های زیادی برای تولید هدایای تبلیغاتی مانند خودکار، خودنویس، کیف، چتر، تقویم و سررسید صرف نمی شود اما ماندگاری و اثرگذاری آن زیاد است. مخاطب معمولا در قبال هدایای تبلیغاتی وجهی پرداخت نمی کند و همین مساله اولین اثر را روی او می گذارد و خاطره خوشی از آن برند در ذهنش برجا خواهد ماند. هدایای تبلیغاتی چنان با صرفه و اثرگذار است که علاوه بر کسب و کارهای کوچک، شرکت های بزرگ نیز از آن برای تبلیغ و بازاریابی خود استفاده می کنند.

زمانی برای هدایای تبلیغاتی

زمان نقش زیادی در انتخاب درست هدایای تبلیغاتی دارد. برای تهیه این نوع هدایا در ایام نوروز، عید و مناسبت هایی که به سرعت سپری می شود، باید به موقع سفارش تولید آن را به سازندگان داد. چنانچه این فرصت و زمان بطور دقیق به تولیدکننده اعلام نشود ممکن است هدایای تبلیغاتی نامناسب در اختیار آن قرار گیرد که زمانی نیز برای تغییر آن وجود نداشته

باشد. این کار باعث می شود که هدایای نامناسب در اختیار مشتریان و مخاطبان قرار گیرد و این عمل نه تنها هیچ تبلیغ مثبتی به همراه ندارد بلکه نتیجه ناخوشایندی برای مخاطبان خواهد داشت.

زمان در انتخاب آگاهانه، هوشمندانه، شایسته و بی دغدغه هدایا نقش کلیدی بازی می کند و وقتی که از زمان کافی برای انتخاب بهره مند باشیم محصول باکیفیت، متنوع و با هزینه اندک و استرس کمتر تهیه خواهیم کرد.

مخاطب هدایای تبلیغاتی

مخاطب این نوع هدایا می توانند همه افرادی که دوستشان داریم باشند. هدایا می تواند خیلی از روابط را مستحکم و خیلی از کدروت ها را نیز کمرنگ کند. می توانیم به مشتری خود بدهیم تا همچنان مشتری ما باقی بماند. هدایای تبلیغاتی را می توانیم به کارکنان و کسانی که برای ما کار می کنند بدهیم تا انگیزه فعالیت آنان بیشتر و موثرتر شود.

هدایای ارزان

یک ضرب المثلی است که می گوید دندان اسب پیشکشی را نمی شمارند و هدایای تبلیغاتی نیز چنین جایگاهی در نزد گیرنده آن دارد. هدایا معمولاً برای ارتباط و صمیمیت بیشتر و قدردانی از تلاش ها و زحمات یک فرد یا جمعی اهدا می شود بنابراین گران یا ارزان بودن آن تفاوتی در اصل داستان ایجاد نمی کند. البته ارزان بودن هدیه به معنی بی کیفیتی یا بدلی بودن آن نیست. در هدایای ارزان نیز باید متناسب با فرد کالاهای فاخر انتخاب کنیم و ممکن است یک خودکار، خودنویس یا کیف البته با داشتن طرحهای ابتکاری و نوآوری در تولید آن در این دسته قرار گیرد.

ویژگی هدایای خاص

هدایای تبلیغاتی خاص یا نفیس به معنی این نیست که هزینه بیشتری بابت آن پرداخت شده است بلکه می تواند همین هدایای معمولی باشد اما با شکل و شمایل متناسب با گیرنده آن باشد. در این خصوص بخاطر شرایطی که فرد در محل کار و هر جای دیگر دارد یک هدیه متمایز از دیگران برای او تهیه می کنیم که در این رابطه می توان هدایای تبلیغاتی مدیریتی، هدایای تبلیغاتی پرستیژی و هدایای تبلیغاتی لاکچری را در این گروه قرار داد. پیام این گونه

از هدایا نیز این است که همیشه ما را بخاطر داشته باش. این افراد بهر حال در مکانی که حضور دارند تاثیرگذارترند و باید از این فرصت برای ایجاد روابط بیشتر سود برد. اما آنچه باید مورد توجه قرار گیرد این است که باید شخصیت این دسته از مدیران را تحلیل کرد و متناسب با جایگاه آنان نسبت به تهیه این هدایا اقدام نمود. از ویژگی های این نوع هدایا بسته بندی، شیک بودن و خلاقانه و نوآورانه بودن آن است.

مخاطبان هدایای گران

خیلی از ما ممکن است از یک هدیه گران بیشتر خوششمان بیاید اما در اصل ماجرا تفاوتی بین هدیه ارزان و گران وجود ندارد زیرا هدایای تبلیغاتی برای ارتباط و صمیمیت بیشتر است که در هر دو حالت وجود دارد. گاهی یک هدیه ارزان می تواند چندین برابر از هدیه گران، دوستی و صمیمیت را بیشتر کند و هدیه گران چنین اثری نداشته باشد. برای دادن هر هدیه ای باید به علایق و سلیقه های فرد توجه کنیم و براساس آن این هدایا را تهیه کنیم. مثالی بزنم، بیشتر در یک اداره ای فعالیت می کردم، وقتی قرار بود که هدیه یا پاداش بدهند اغلب کارکنان آن دوست داشتند که پول بیشتر و هدیه گران تر دریافت کنند این موضوع ممکن است در خیلی از ادارات وجود داشته باشد بنابراین در هدیه دادن به نیاز و علایق افراد هم باید توجه کرد. افراد کم درآمد معمولاً در موضوع هدیه گرفتن، پول نقد را ترجیح می دهند البته این هدیه دادن نباید طوری وانمود شود که فرد بی چیز و دارای توان مالی کم است.

آثار آشکار و نهان هدایای سازمانی

کلمات کلیدی: هدایای سازمانی و هدیه سازمانی

همه ما هم هدیه داده ایم و هم هدیه گرفته ایم، در هر دو حالت از عملی که انجام شد خوشحال و خشنود هستیم و این اثر ظاهری این کار است.

وقتی به کسی هدیه می دهیم یعنی از کار و عملکردش راضی هستیم و در واقع این هدیه پاسداشت زحمات و رفتار آن فرد محسوب می شود. هدیه دادن به افراد شایسته، انگیزه ها را بالا می برد و کار سازمانی را نیز ارتقا می بخشد. هدیه سازمانی یکی از انواع هدیه هایی است که در جامعه مرسوم است و خیلی از اداره ها آن را انجام می دهند و آثار مثبت آن را هم دریافت می کنند.

یک هدیه چندین منفعت

یک سازمان از کارمند، مشتری و همکاران تجاری خود بخاطر فعالیت ثمربخشش رضایت دارد و در قبال کار او، به وی هدیه می دهد و همین حرکت آثار بسیاری در فعالیت سازمان و رفتار مشتری بوجود می آورد. کار و فعالیت سازمان بهتر انجام می شود چون کارمند با انگیزه بیشتری کار می کند و مشتری نیز به ارتباط و تهیه محصولات سازمان بیشتر ترغیب می شود. بنابر این، منفعت و سودی که از هدیه دادن نصیب ما می شود، چند برابر هزینه ای است که بابت تهیه هدیه صرف می کنیم. اما وقتی سازمانی به هر دلیلی این کار را انجام ندهد به طور قطع هیچیک از مزیت های این عمل را تجربه نخواهد کرد. کارمندان و مشتری ها، انگیزه ای برای کار و ارتباط نخواهند داشت در این حالت نخستین نهاد و کسی که متضرر خواهد شد سازمان و دست اندرکاران آن خواهند بود. هدایای سازمانی هرگز هیچ کس و سازمانی را ورشکست نکرده اما بی انگیزگی و بها ندادن به کارمند و مشتری می تواند سازمانی را به چنین روزی نزدیکتر کند. بنابر این بی توجهی به هدیه دادن همواره با ضرر و زیان همراه است و هدیه دادن همواره سود و منفعت خواهد داشت.

زمان هدیه

چه زمانی هدیه سازمانی بدهیم؟ بدون شک هدیه دادن زمان معین و مشخصی دارد که اگر آن را رعایت نکنیم حتی می تواند اثر منفی هم داشته باشد. برای مثال کسی که نتواند کار موثری انجام دهد نمی تواند شایسته دریافت هدیه سازمانی باشد اما وقتی همین شخص دارای عملکرد و فعالیت ثمربخشی می شود باید به او هدیه و پاداش داد و نباید تاخیری در آن انجام گیرد زیرا این تاخیر می تواند آثار منفی در کارکرد همین فرد و حتی دیگران برجا گذارد.

اما فارغ از هدیه دادن برای انجام عملکرد مفید، در مناسبت های مختلف از جمله تعطیلات، نوروز، روز پدر، روز زن، روز کارمند، اعیاد مختلف و روز تولد می توان به کارکنان هدیه داد. در روز کارمند می توان از کارکنان شایسته، تقدیر کرد و به آنان هدیه داد. دادن یک هدیه هیچ چیزی از سازمان کم نمی کند اما ندادن آن می تواند انگیزه تمام کارکنان را کاهش یا از بین ببرد.

تناسب انتخاب هدیه با فرد

برای انتخاب هدیه سازمانی متناسب با شخصیت و جایگاه فرد، شناخت از سلیقه و علایق او می تواند ما را در این راه یاری کند. اگر او را می شناسیم که کار برای انتخاب هدیه مناسب آسان می شود اما اگر چنین شناختی وجود ندارد می توان قراری با او گذاشت و علایق و سلیقه او را بدست آورد و بعد به تهیه هدیه اقدام کرد. با اینحال برخی از افراد به اشیای تزئینی و دکوری و برخی نیز به کتاب و چیزهای دیگر علاقه دارند که می توان براساس سال یا ماه تولد دستبند، گوشواره و گردنبند برای آنان انتخاب کرد.

شغل یکی از عوامل مهم شناسایی علایق یک فرد است بنابر این خیلی سریع و بهتر می توانید علایق و نیازهای او را شناسایی کنید. برای مثال کسی که به کارهای فنی علاقه مند است معمولا از وسایل الکترونیکی خوشش می آید بنابراین می توان این لوازم را به عنوان هدیه برای او تهیه کنید. همچنین وسایل باغبانی برای کسی که در کار گل و گیاه فعالیت می کند مناسب است. با توجه به ماهیت فعالیت کارمندان نیز معمولا ست اداری، کیف های چرمی، تقویم، سررسید و صنایع دستی برای آنان مناسب است. ایران کشوری است که مملو از صنایع دستی است و به هر گوشه ای از ایران که سفر کنید این آثار به وفور و براساس نوع اقلیم و منطقه وجود دارد. صنایع دست ساز بخاطر تبحری که هنرمند ایرانی در ساخت آن بکار می گیرد همواره از بهترین هدایای سازمانی محسوب می شود و با هر سلیقه ای نیز در جامعه و بازار وجود دارد بنابراین کسانی که این هنر صنعت را به عنوان کالایی برای هدیه سازمانی انتخاب می کنند هرگز با مشکل کمبود این اشیا در جامعه روبرو نمی شوند.

آثار آشکار و نهان هدایای سازمانی

همه ما هم هدیه داده ایم و هم هدیه گرفته ایم، در هر دو حالت از عملی که انجام شد خوشحال و خشنود هستیم و این اثر ظاهری این کار است.

وقتی به کسی هدیه می دهیم یعنی از کار و عملکردش راضی هستیم و در واقع این هدیه پاسداشت زحمات و رفتار آن فرد محسوب می شود. هدیه دادن به افراد شایسته، انگیزه ها را بالا می برد و کار سازمانی را نیز ارتقا می بخشد. هدیه سازمانی یکی از انواع هدیه هایی است که در جامعه مرسوم است و خیلی از اداره ها آن را انجام می دهند و آثار مثبت آن را هم دریافت می کنند.

یک هدیه چندین منفعت

یک سازمان از کارمند، مشتری و همکاران تجاری خود بخاطر فعالیت ثمربخش رضایت دارد و در قبال کار او، به وی هدیه می دهد و همین حرکت آثار بسیاری در فعالیت سازمان و رفتار مشتری بوجود می آورد. کار و فعالیت سازمان بهتر انجام می شود چون کارمند با انگیزه بیشتری کار می کند و مشتری نیز به ارتباط و تهیه محصولات سازمان بیشتر ترغیب می شود. بنابر این، منفعت و سودی که از هدیه دادن نصیب ما می شود، چند برابر هزینه ای است که بابت تهیه هدیه صرف می کنیم. اما وقتی سازمانی به هر دلیلی این کار را انجام ندهد به طور قطع هیچیک از مزیت های این عمل را تجربه نخواهد کرد. کارمندان و مشتری ها، انگیزه ای برای کار و ارتباط نخواهند داشت در این حالت نخستین نهاد و کسی که متضرر خواهد شد سازمان و دست اندرکاران آن خواهند بود. هدایا هرگز هیچ کس و سازمانی را ورشکست نکرده اما بی انگیزگی و بها ندادن به کارمند و مشتری می تواند سازمانی را به چنین روزی نزدیکتر کند. بنابر این بی توجهی به هدیه دادن همواره با ضرر و زیان همراه است و هدیه دادن همواره سود و منفعت خواهد داشت.

زمان هدیه

چه زمانی هدیه سازمانی بدهیم؟ بدون شک هدیه دادن زمان معین و مشخصی دارد که اگر آن را رعایت نکنیم حتی می تواند اثر منفی هم داشته باشد. برای مثال کسی که نتواند کار موثری انجام دهد نمی تواند شایسته دریافت هدیه باشد اما وقتی همین شخص دارای عملکرد و فعالیت ثمربخشی می شود باید به او هدیه و پاداش داد و نباید تاخیری در آن انجام گیرد زیرا این تاخیر می تواند آثار منفی در کارکرد همین فرد و حتی دیگران برجا گذارد.

اما فارغ از هدیه دادن برای انجام عملکرد مفید، در مناسبت های مختلف از جمله تعطیلات، نوروز، روز پدر، روز زن، روز کارمند، اعیاد مختلف و روز تولد می توان به کارکنان هدیه داد. در روز کارمند می توان از کارکنان شایسته، تقدیر کرد و به آنان هدیه داد. دادن یک هدیه هیچ چیزی از سازمان کم نمی کند اما ندادن آن می تواند انگیزه تمام کارکنان را کاهش یا از بین ببرد.

تناسب انتخاب هدیه با فرد

برای انتخاب هدیه سازمانی متناسب با شخصیت و جایگاه فرد، شناخت از سلیقه و علائق او می تواند ما را در این راه یاری کند. اگر او را می شناسیم که کار برای انتخاب هدیه مناسب آسان می شود اما اگر چنین شناختی وجود ندارد می توان قراری با او گذاشت و علائق و سلیقه او را بدست آورد و بعد به تهیه هدیه اقدام کرد. با اینحال برخی از افراد به اشیای تزئینی و دکوری و برخی نیز به کتاب و چیزهای دیگر علاقه دارند که می توان براساس سال یا ماه تولد دستبند، گوشواره و گردنبند برای آنان انتخاب کرد.

شغل یکی از عوامل مهم شناسایی علائق یک فرد است بنابراین این خیلی سریع و بهتر می توانید علائق و نیازهای او را شناسایی کنید. برای مثال کسی که به کارهای فنی علاقه مند است معمولاً از وسایل الکترونیکی خوشش می آید بنابراین می توان این لوازم را به عنوان هدیه برای او تهیه کنید. همچنین وسایل باغبانی برای کسی که در کار گل و گیاه فعالیت می کند مناسب است. با توجه به ماهیت فعالیت کارمندان نیز معمولاً ست اداری، کیف های چرمی، تقویم، سررسید و صنایع دستی برای آنان مناسب است. ایران کشوری است که مملو از صنایع دستی است و به هرگوشه ای از ایران که سفر کنید این آثار به وفور و براساس نوع اقلیم و منطقه وجود دارد. صنایع دست ساز بخاطر تبحری که هنرمند ایرانی در ساخت آن بکار می گیرد همواره از بهترین هدایای سازمانی محسوب می شود و با هر سلیقه ای نیز در جامعه و بازار وجود دارد بنابراین کسانی که این هنر صنعت را به عنوان کالایی برای هدیه سازمانی انتخاب می کنند هرگز با مشکل کمبود این اشیا در جامعه روبرو نمی شوند.

کسب و کار از دادوستد تا عصر اینترنت

کلمه کلیدی: کسب و کار

کلمات فرعی: کسب و کار موفق، کسب و کار اینترنتی، کسب و کار خانگی، کسب و کار در منزل و کسب و کار پردرآمد

کسب و کار، فعالیتی برای خلق پول و ثروت است که می تواند به شخص یا کل جامعه منفعت برساند، به عبارتی فعالیتی که تولید محصول، خرید کالا و خدمات را با هدف فروش و کسب سود به همراه داشته باشد کسب و کار می گویند.

این نوع فعالیت همواره در دوره های مختلف زندگی انسان به اشکال مختلف وجود داشته و شاید نخستین عملی که انسان در اجتماع با آن آشنا شد کسب و کار بوده است. انسان موجود نیازمندی است و برای زندگی و زنده ماندن، نیاز به دیگران دارد، این نیاز از خوراکی ها شروع و تا پوشاک و سایر نیازهای دیگر ادامه دارد.

این فعالیت در زمان قدیم بیشتر برپایه دادو ستد بوده است و هر چند همین حالا نیز به شکل تهاتری وجود دارد اما اکنون اشکال گوناگون دیگری از این نوع فعالیت در جامعه رواج دارد که هر واحد و فردی براساس امکانات، توانایی، انگیزه و هدف خود آن را انجام می دهد.

لوازمات موفقیت در کسب و کار

برای موفقیت در کسب و کار، داشتن لوازم و امکانات مرتبط و درخور ضروری است. برای این منظور جدا از داشتن محل مناسب فعالیت، چگونه انجام دادن کار نیز از مهم ترین عوامل موفقیت در این نوع فعالیت است.

کسب و کار باید چگونه انجام شود تا مشتری و مخاطب بیشتری جذب کند. لازمه هر فعالیتی از این نوع جذب مشتری است و همه فعالان کسب و کار نیز برای این منظور فعالیت می کنند تا بتوانند به سود برسند و دستکم دستمزد کارکنان همان بخش را پرداخت کنند و در مرحله بعد به سود، ارتقاء و توسعه فعالیت خود پردازند.

هیچ کاری بدون داشتن سود و منفعت به سرانجام نخواهد رسید و فرجام آن ورشکستگی و تعطیلی خواهد بود. فعالیت بنگاه که به عنوان کسب و کار تعیین می شود چگونه باید فعالیت کند تا به سود و منفعت لازم برسد؟ برای موفقیت این نوع فعالیت باید همه پیش بینی ها و مشکلاتی که احتمالاً در آینده پیش خواهد آمد را بررسی کنیم تا در زمان شروع فعالیت بهترین شیوه را برای مقابله با آن اجرا بپردازیم. یکی از دلایلی که خیلی از بنگاه ها و شغل های نو با تعطیلی و ورشکستگی روبرو می شوند، پیش بینی نکردن و برنامه نداشتن برای آینده آن فعالیت است. همه می توانند فعالیتی را شروع کنند اما ادامه موفقیت آمیز آن موضوع مهمی است که باید مد نظر قرار گیرد.

برای شروع یک کار و شغل باید هزینه ها و منابع مالی که در اختیار داریم برآورد کنیم و در نهایت منافع و درآمدی که بدست می آوریم را دقیقاً بدانیم. برای ایجاد یک فعالیت باید به شناخت کامل از منطقه اقدام کنیم یعنی بدانیم که محصول ما تا چه میزان در این مکان مشتری خواهد داشت تا به سود برسیم.

زمان شروع کار

موضوع دیگر کسب و کار موفق، زمان شروع کار است. خیلی از مواقع کارها باید در زمان مناسب خود شروع شود و آغاز دیر یا زود آن می تواند به روند و موفقیت کار لطمه بزند.

برای مثال در دهه های گذشته و شاید همین حالا در گوشه و کنار ما برخی از افراد در طول سال در یک محل کار ثابت، دائم شغل خود را تغییر می دادند. آنان به تناسب فصل، شغل حجره خود را عوض می کردند و معمولا فصل زمستان میوه فروشی و در فصول دیگر فعالیت دیگری را مورد توجه قرار می دادند. البته حالا کمتر کسی این کار را می کند، با اینحال همان موقع که این کار انجام می شد با هدف کسب بهترین سود از این نوع فعالیت بوده است.

اکنون شاید کمتر بتوان چنین کاری کرد ولی قبل از شروع کسب و کار باید نیازها و سلیقه های مردم همان منطقه را شناخت. حتی در این شناخت، وضع مالی مشتریان نیز نباید از نظر دور داشت زیرا در نهایت این سود و منفعت است که آینده شغلی ما را تضمین می کند. همه این رفتارها و برنامه ها به ما می گوید که در ایجاد فعالیت موفق باید به تمام زوایای کار توجه کرد و هیچ چیز را نباید از قلم انداخت.

عوامل تغییر کسب و کار

تکنولوژی، بازار و جامعه از عوامل تاثیرگذار تغییر کسب و کار است. با ورود تکنولوژی کالاهای قدیمی دیگر بازار خود را از دست می دهند و مشتری ها در بازار به دنبال جدیدترین مدل ها هستند. ضرب المثل معروفی در این زمینه است که «نو که اومد به بازار کهنه میشه دل آزار». بنابراین فناوری ها، وسایل قدیمی را هر لحظه از نظرها دورتر می کند و دیگر این نوع کالاها هیچ جذابیتی برای مشتری ایجاد نمی کند از این رو فعالیت هایی از این دست برای رونق بیشتر به سمت عرضه و توزیع وسایل و ابزارهای جدید و نوین حرکت می کند.

مساله دیگر تغییر کسب و کار، بازار است. کالاها برای فروش تولید می شود و وقتی این کالا به بازار راه پیدا می کند باید مشتری های خود را داشته باشد و بازار با تعیین نوع کالا که مبتنی بر سلیقه و خواست مشتری است، کالای مشتری مدار را انتخاب می کند. به طور قطع هر کالایی مشتری بیشتری داشته باشد رونق بیشتری خواهد داشت و به همین میزان، محل ها و مراکز فعالیت آن بیشتر خواهد شد.

جامعه نیز از عوامل دیگر تاثیرگذار در تغییر فعالیت است یعنی خواست افراد یک جامعه است که میزان عرضه و تقاضا را تعیین می کند و هر چه تقاضای یک جنس بیشتر باشد فعالیت آن نیز بیشتر می شود.

با اینحال عواملی مانند عدم وجود تجربه، نداشتن سرمایه کافی، نداشتن جایگاه مناسب و قراردادهای ضعیف از عوامل شکست یک شغل یا فعالیت محسوب می شود. کسب و کار فقط به دست آوردن سود اقتصادی نیست بلکه اهداف اجتماعی را نیز به دنبال دارد. کسب و کار اینترنتی

کسب و کار اینترنتی را می توان جدیدترین نوع فعالیت ها دانست. فعالیتی که حتی در منزل و در جای بسیار کوچک می توان آن را انجام داد بنابراین از سایر کارها که نیاز به مکان مشخص و معینی دارد کم هزینه تر است.

همانطور که از نام کسب و کار اینترنتی مشخص است از لوازم فعالیت این نوع فعالیت، داشتن کامپیوتر و اینترنت است، اکنون خیلی از منازل و اماکن شخصی و غیرشخصی به چنین امکاناتی مجهز هستند بنابراین ابزارها و تجهیزات آن تقریباً به سادگی فراهم می شود.

کسب و کارهای اینترنتی اکنون در سراسر جهان توسعه یافته است و از سریع ترین کارها در تجارت جهانی محسوب می شود. این نوع فعالیت ها خیلی ارزان تر، سهل تر و آسان تر از سایر فعالیت ها در دسترس است به همین دلیل می توان با کاهش هزینه، سود بیشتری نیز نصیب فعالان آن کند.

امروزه با این نوع حرفه ها، محصولات یا خدمات مختلف به سرعت و در کوتاه ترین زمان در اختیار مشتری قرار می گیرد که غالباً با رضایت مشتری و فروشنده همراه است چون همه آنان به خواسته های خود که ارزان بودن و کسب سود بیشتر است می رسند.

اگر بخواهیم مثالی در مورد این نوع خدمات و فعالیت ها که اکنون در جامعه در حال ترویج است بزنیم تهیه انواع غذاها و همچنین فعالیت اسنپ ها در داخل شهرها است. اسنپ سامانه هوشمند حمل و نقل است که امکان درخواست تاکسی را به صورت آنلاین برای متقاضیان فراهم می کند.

کسب و کار اینترنتی را می توان فعالیتی تازه به ویژه در جامعه ما دانست و هر فعالیت جدیدی نیز در ابتدا می تواند با مقاومت و استقبال نکردن مردم و مشتری ها مواجه باشد.

اعتماد به فعالیت های اینترنتی در ایران هنوز در نقطه رضایت بخشی نیست. هرچند ادارات و واحدهای بزرگ با اعتماد بیشتری با فعالان این حوزه همکاری می کنند

امانوز در میان مردم افرادی وجود دارند که به سختی امورات خود را به این دسته از افراد می سپارند.

با اینحال هرچه که زمان می گذرد اعتماد به این نوع فعالیت های اینترنتی بیشتر می شود زیرا جامعه نیز از نظر فناوری رو به پیشرفت حرکت می کند و خدمات اینترنتی نیز بیشتر قانونمند می شود و نهادهای نظارتی نیز بیشتر بر کارهای آنان نظارت می کنند.

پوشش اینترنت در جهان روز به روز افزایش می یابد و اکنون بیش از ۹۰۰ میلیون نفر در دنیا از اینترنت استفاده می کنند. ۶۹ درصد این افراد در طول ۹۰ روز دستکم یک خرید اینترنتی انجام می دهند و این مساله گستردگی کار این نوع فعالیت ها را نشان می دهد.

خدمات و فعالیت های اینترنتی این ویژگی را هم دارد که فرد می تواند به معرفی محصول خود به سراسر دنیا نیز دست بزند و در نهایت به اهداف خود برسد. فعالیت های اینترنتی همچنین به دلیل نوع و ماهیت ابزار، به صورت ۲۴ ساعته فعال بوده و می تواند به مشتری خدمات برساند اما در سایر خدماتی از این نوع این ویژگی و امتیاز وجود ندارد.

کسب و کار اینترنتی می تواند امکانات مختلفی برای مشتری از جمله عکس، فیلم، فایل صوتی و امکاناتی از این دست فراهم کند و مشتری در هر زمان و مکان به اطلاعات محصول مورد نیاز دسترسی داشته باشد و سپس سفارش دهد.

خدمات اینترنتی بسیار متنوع هستند و در زمان حاضر به ۱۰ گروه عمده شامل «ایجاد اجتماعات آنلاین»، «خرید، فروش» و «حراج کالاهای مختلف»، «تبلیغات اینترنتی»، «ارائه خدمات تخصصی به دیگران»، «ایجاد امپراطوری اطلاعات، اخبار و آموزش»، «تهیه و ارائه نرم افزارهای مختلف»، «چند رسانه ای یا مالتی مدیا»، «پیوستن به شبکه های واسطه گری»، «خدمات مربوط به ایمیل» و «سرمايه گذاری مشترک» تقسیم می شود.

کسب و کار خانگی

کسب و کار خانگی که به آن فعالیتی در حوزه منزل هم گفته می شود خدمتی است که در محل سکونت افراد انجام می شود. فعالیت خانگی معمولاً با استفاده از امکانات و وسایل منزل ایجاد می شود و افراد خانواده، وابستگان، دوستان و آشنایان در آن مشارکت دارند.

کسب و کار منزل یک فعالیت اقتصادی است که خانواده با تولید یک محصول و سپس توزیع و فروش آن، به تامین معیشت و درآمد یک خانواده یا بیشتر می پردازد.

نقش کسب و کار خانگی در پیشرفت جامعه

کسب و کارهای منزل از تاثیرگذارترین فعالیت های اقتصادی در همه جوامع به ویژه کشورهای توسعه یافته است. فعالیتی از این نوع در منزل می تواند افراد زیادی را به درآمد و شغل برساند و از این لحاظ به دولت ها در کاهش بیکاری در جامعه کمک کنند.

خدمات خانگی جدا از ایجاد شغل برای افراد جویای کار، به نوآوری در تولید محصول یا خدمات نیز می پردازد و محصولات آنان نیز معمولاً با تنوع در اختیار مصرف کنندگان قرار می گیرد.

برای ایجاد کارآفرینی در منزل معمولاً به هزینه های زیادی نیازمند نیست و با بودجه به مقدار ۲۰ میلیون تومان نیز می توان یک فعالیت کوچک ایجاد کرد در حالی که دولت برای ایجاد یک شغل در بخش صنعت ۱۰۰ تا ۳۰۰ میلیون تومان هزینه صرف می کند و ممکن است هزینه ایجاد این شغل در صنعت پتروشیمی به خیلی بیشتر از این رقم برسد.

امروزه خیلی از جوانان به چنین فعالیت هایی روی آورده اند زیرا نقطه آغاز مناسبی برای راه اندازی کسب و کار شخصی است. ایجاد شغل خانگی، ساده و آسان است و به همین نسبت هزینه کمتری برای ایجاد آن لازم است. همه اینها مزیت های شغل های خانگی را نشان می دهد حتی به کمک یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن می توان چنین کاری ایجاد کرد.

مزیت های کسب و کار خانگی

کسب و کارهای منزل مزیت های مختلفی برای خانواده به همراه دارد جدا از اینکه هزینه های بابت اجاره یا سایر مخارج کار در بیرون را نمی پردازند می توانند در کنار خانواده به کار خود ادامه دهند.

آنان بیشتر فرزندان خود را می بینند و به طور طبیعی بیشتر می توانند به آنان در تربیت و پرورش، آمادگی درسی و سایر امور به فرزندانشان کمک کنند.

مزایای کار خانگی را می توان آزادی و استقلال عمل بیشتر، ساعات کاری انعطاف پذیر، ایجاد تعادل و موازنه بیشتر بین کار و زندگی، پایین بودن هزینه راه اندازی، پایین بودن میزان ریسک، امکان کارکردن پاره وقت، احتمال موفقیت بیشتر و تناسب با اقشار مختلف است.

هدف همه کسب و کارها جذب مشتری است و یکی از اصول جذب مشتری برخورد همراه با احترام و حفظ کرامت و عزت او است.

مشتری و مخاطب اولین باری که با شما ملاقات می کند و اولین برخورد با شما، اگر همراه با خوشرویی باشد در واقع یک مشتری پایدار برای خودتان ذخیره کرده اید. خوش رفتاری با مشتری، همواره خاطره خوبی از شما و کارتان خواهد داشت و همیشه نیز مشتری خواهد بود و چه چیزی یک کاسب می خواهد یک مشتری دائمی کسب و کار پردرآمد

همه دوست دارند که شغل پردرآمدی داشته باشند تا بهتر زندگی کنند و معیشت زندگی خود را بهتر و راحت تر بدست آورند اما فعالیت های پردرآمد کدام است و باید چه روشی در پیش گرفت تا به شغل پردرآمدی رسید؟

اغلب شغل ها می تواند با درآمد مناسب و خوب همراه باشد که رسیدن به این هدف به برنامه ریزی درست، مدیریت درست، علاقه و انگیزه قوی لازم است. اما شغل هایی در جامعه وجود دارد که با زندگی و ممانت مردم سروکار دارد و به همین نسبت نیز می تواند پردرآمد باشد.

برای داشتن کار پردرآمد باید ابتدا نیاز جامعه را شناسایی کنیم و سپس نسبت به انتخاب شغل اقدام نماییم. فعالیت های پردرآمد است که مورد نیاز افراد بیشتری از مردم باشد هر چه این تعداد بیشتر باشد تقاضا برای کالا و محصول شما بیشتر خواهد شد و به همین نسبت نیز کسب و کار پردرآمدی نیز شکل خواهد گرفت.

برای داشتن فعالیت پردرآمد باید خود را به تخصص آن مجهز کنید و در کنار داشتن علاقه و انگیزه می توانید به درآمدهای بیشتری هم فکر کنید و به آن برسید.

این مشاغل می تواند تعمیرکاری و خدماتی مثل تعمیرکار، برقکار، بنا و گچکار باشد. اما سؤال این است که کسب و کار پردرآمد چه شغل هایی است؟ همانطور که گفته شد اغلب شغل های می تواند برای افراد با درآمد خوبی همراه باشد که داشتن تخصص، آموزش لازم، شناخت بازار، شناخت منطقه و محل کار و همچنین داشتن انگیزه و هدف و پشتکار می تواند این موضوع را تسریع بخشد.

حالا با این تفاسیر شغل های پردرآمد در ایران کدام شغل است؟ خیلی از افراد این شغل ها را آینده دار و پردرآمد می دانند که در ذیل به آن اشاره می شود:

متخصص و جراح زیبایی و داینزشک در جامعه ما از درآمدهای خوبی برخوردار است اما خیلی ها نمی توانند وارد این شغل شوند زیرا تحصیلات عالی می خواهد. اما کسب و

کارهایی در جامعه وجود دارد که نیاز به تحصیلات در حد دکتری نیست که یکی از آن ها صنعت گردشگری است.

ایران جزو ۱۰ کشور برتر جهان از لحاظ برخورداری از آثار تاریخی و باستانی و ظرفیت های طبیعی برای گردشگری است. اغلب نقاط کشور برای گردشگری می تواند برای گردشگران جذاب باشد. حتی بیابان های ایران برای خیلی از اروپایی و غربی ها جذاب هست و دوست دارند به ایران سفر کنند تا این بیابان ها را از نزدیک ببینند.

در کشوری که بیابان آن این همه افراد برای دیدن آن لحظه شماری می کنند به طور برای آثار تاریخی و طبیعی آن بیشتر علاقه مندان خواهد داشت.

راهنمای تور نیز از فعالیت های پردرآمد است. آمار گردشگران ورودی خارجی به ایران در سال های اخیر از ۴ میلیون به ۵ میلیون و برخی از مواقع نیز بیشتر افزایش یافته است. این گردشگران که معمولاً به نقاط دارای آثار باستانی و تاریخی مانند شیراز و اصفهان سفر می کنند. آنان نیاز به راهنما دارند پول خوبی نیز به این راهنمایان می دهند بنابر این راهنمای تور را می توان کار پردرآمد در ایران دانست.

غیر از شغل های بالا وکالت، فعالیت در بورس، کشاورزی و دامپروری نوی، برنامه نویس و توسعه دهنده وب، کسب درآمد از اینترنت، تدریس مجازی، بازاریابی، راه اندازی فروشگاه آنلاین و پرورش قارچ می تواند از کسب و کارهای پردرآمد در ایران باشد.

کارآفرینی راهی برای کسب درآمد

کلمه کلیدی اصلی: کارآفرینی

کلمات کلیدی فرعی: کارآفرینی، کارآفرینی چیست؟، ایده های کارآفرینی، کارآفرینی در منزل، کارآفرینی با سرمایه کم

اشتغال همواره از دغدغه های افراد به ویژه جوانان ایرانی بوده است، این اهمیت در سال های اخیر بیشتر شده است چون با افزایش جمعیت فارغ التحصیل، به همین نسبت کار در جامعه ایجاد نمی شود.

به عبارت دیگر تعداد بیکاران جامعه ما به نسبت اشتغالی که در جامعه ایجاد می شود زیادتر است در حالی که دولت در سال، توانایی ایجاد حدود یک میلیون شغل را دارد بنابر این برای رفع این نیاز باید راه های دیگری جستجو کرد که یکی از این راه ها کارآفرینی است.

این فعالیت در جامعه به موضوعاتی مانند عرضه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرایند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد تشکیلات جدید اشاره دارد. در موضوع کارآفرینی این فرد است که با سرمایه خود فعالیت را آغاز می کند و همین باعث تحول در محیط اطراف او می شود.

در این فعالیت جنسیت مطرح نیست و هرکس به تناسب توانایی خود در ایجاد این کار اقدام می کند. در زمان حاضر ترکیب جنسیتی حضور افراد در این فعالیت در کشورهای مختلف متفاوت است برای مثال در کشورهای آلمان، روسیه و مالزی تعداد زنان با اختلاف اندکی کمتر از مردان در حوزه کارآفرینی فعال هستند اما در کشورهایی مانند تونگا، برزیل و گواتمالا تعداد زنان کارآفرین بیشتر از مردان است، در ایران حدود ۴۰ درصد کارآفرینان زنان هستند.

کارآفرینان دارای ویژگی های مختلف از جمله مسئولیت پذیری در قبال کنترل منابع و ریسک پذیری متعادل هستند یعنی بدون حساب و کتاب ریسک نمی کنند بلکه در حفظ منابع خود و استفاده بهینه از آن تلاش زیادی از خود نشان می دهند.

اعتماد به موفقیت از خصوصیات دیگر کارآفرینان است، این افراد به موفقیت خود ایمان دارند و سعی می کنند به کاری که می کنند خوش بین باشند تا انگیزه های بیشتری برای ادامه کار پیدا کنند.

کارآفرینی چیست؟

کارآفرینی در واقع واژه نزدیک به نوآوری و خلاقیت است یعنی فرد با نبوغ و استعداد خود به ایجاد یک کسب و کار می پردازد. کارآفرین فردی است دارای ایده و فکر جدید که از طریق ایجاد یک کسب و کار با بهره گیری منابع که همراه با مخاطره مالی، اجتماعی و حیثیتی است محصول یا خدمت جدید به بازار ارائه می دهد.

کارآفرین با صرف زمان و انرژی لازم، منابع، نیروی کار، مواد اولیه و سایر دارایی ها، به خلق محصولاتی می پردازد که مورد نیاز جامعه است و با عرضه آن در بازار، به سود و منفعت می رسد.

کارآفرینان خیلی مایل هستند که خیلی زود نتیجه کار خود را بدانند تا بتوانند نواقص را برطرف و نقاط قوت را تقویت کنند تا به منفعت مورد نظر دست یابند.

آنان معمولاً دارای انرژی زیاد هستند و همین انرژی باعث رونق کارآفرینی آنان می شود و چنان در کار و فعالیت خود علاقه نشان می دهند که زمان برای آنان به سرعت می گذرد و ساعات طولانی کار نیز آنان را خسته نمی کند.

این فعالیت همچنین حوزه ای از کار است که نگاه به آینده دارد و کارآفرین همه برنامه های خود را براساس آن تنظیم می کند. آنان خلاف مردم، در انجام کار کمتر مشکلات و غیرممکن ها را می بینند بلکه پتانسیل را می بینند و همین موفقیت های آنان را افزون تر می کند.

کارآفرینان خلاف تصورات دیگران، تنها برای پول و کسب سود بیشتر و درآمد فعالیت نمی کنند بلکه برای آنان ارزش موفقیت بیش از پول مورد نظر است.

با اینحال تعهد بالا، تحمل ابهام و انعطاف پذیری از ویژگی های کارآفرینان است. حوزه کارآفرینی نیازمند تطابق با نیازهای متغیرمشتریان و کسب و کارشان است و خیلی از موفقیت های آنان به رعایت این موارد وابسته است.

این حوزه فعالیتی وابسته به سن، سابقه، جنسیت و واژه های از قبیل نیست بلکه مهارتی است که اغلب مردم می توانند در این حوزه بدست آورند. کارآفرینی فرصتی برای کارآفرینان بوجود می آورد که به نوآوری و خلاقیت در حرفه خود بپردازند.

ایده های کارآفرینی

کارآفرینی مملو از ایده است یعنی فرد هرگز بدون داشتن ایده نمی تواند این فعالیت را ادامه دهد یا در آن موفق باشد.

ایده های این فعالیت در نتیجه پژوهش و تحقیق سیستماتیک حاصل می شود و هیچ کارآفرینی بدون تحقیقات گسترده و کاربردی نمی تواند به چنین ایده هایی برسد.

برای خلق ایده های خوب و درخور، کارآفرین باید با مطالعه و تحقیقات فراوان، به جمع آوری ایده های مختلف بپردازد.

ایده ها از راه ها و روش های مختلف حاصل می شود که تحقیق و توسعه یکی از آن ها است. با تحقیق درباره یک محصول، یک نیاز و یک فناوری می توان به ایده های جدیدی رسید.

نظرخواهی از افراد مطلع راه دیگری برای حصول به یک ایده جدید است، در این روش افراد با تجربه در زمینه های طراحی، تولید، بازاریابی، فروش و تحقیقات بازار می توانند کمک موثری به کارآفرین ارائه دهند.

صحبت با مشتریان راه دیگری برای کشف یک ایده جدید است، هرگز مشتریان را فراموش نکنید آنان دریایی از ایده هستند چون از این طریق می توان خواسته ها و تقاضای آنان را بدانیم. محصول کارآفرینان در نهایت در معرض فروش گذاشته خواهد شد و چنانچه این محصول مطابق نظر و سلیقه مشتری نباشد کارآفرین نمی تواند به راحتی فعالیت خود را ادامه دهد.

شرکت های موفق نیز می توانند کمک زیادی به کارآفرین در آفرینش ایده های کارآفرینی بکنند. این شرکت ها به طور قطع برای شروع کار و ادامه فعالیت خود همه راه های موفقیت را طی کرده اند از این رو با تجزیه و تحلیل رفتار این شرکت ها می توان به ایده های این فعالیت خوب رسید.

فروشنندگان و واسطه ها به خاطر حضور مستقیم در بازار اطلاعات خوبی دارند بنابراین این بهره گیری از تجربه های این افراد می تواند کارآفرین را به انواع ایده های کارآفرینی نزدیک کند.

تحلیل فناوری های موجود و همچنین منابع اطلاعات بازار شامل مجلات بازرگانی، نمایشگاه ها، موسسات پژوهشی، آزمایشگاه ها و آژانس های تبلیغاتی می تواند اطلاعات مفیدی در اختیار کارآفرین بگذارد تا به ایده های این کار برسد.

اینترنت نیز به عنوان یک منبع اطلاعاتی می تواند کارآفرین را در رسیدن به ایده های کارآفرینی مناسب و خوب یاری رساند. در اینترنت می توان به همه اطلاعات دسترسی داشت و هرچه این منابع متنوع تر باشد ایده ها نیز بیشتر و متنوع تر خواهد بود.

با اینحال همه ایده ها نمی تواند از نظر اهمیت به یک اندازه باشد از این رو باید این ایده ها را غربال کرد و در نهایت ایده های این فعالیت درخور را انتخاب کرد.

کارآفرینی در منزل

کارآفرینی در منزل مزایای مختلفی برای فرد یا افراد خانواده دارد. کار در خانه دستکم این حسن را دارد که دستکم اجاره آن را نمی دهید هر چند شما در یک خانه استیجاری باشید.

در میان همه مزایای این کار در منزل، مزیت رسیدگی به خانه و فرزندان خانواده در عین کسب درآمد در منزل به طور قطع برای خیلی از خانواده ها مهم است.

کاردر منزل برخلاف جاهای دیگر به کارآفرین این فرصت را می دهد که به امور خانه و تربیت و رسیدگی به امور منزل غافل نشود. امروزه خیلی از تولیدات جامعه از طریق کارآفرینی در منزل حاصل می شود.

این کار در منزل نه تنها در ارتقای معیشت خانواده و اشتغال بیشتر جامعه، تاثیر دارد بلکه تولیدات آن می تواند به تثبیت قیمت ها و تعادل بین عرضه و تقاضا منجر شود.

صنایع دستی یکی از اشکال این نوع فعالیت در منزل است، خیلی از مناطق کشور دارای صنایع دستی فاخر و ارزشمند است اما به دلیل نبود آگاهی، افراد کمتر آن را به عنوان یک فعالیت درآمدزا در منزل انتخاب می کنند.

خیلی از مشکلات بیکاری و ایجاد این کار به همین نبود اطلاعات و آگاهی بر می گردد. برای مثال اگر افراد بدانند که می توانند در منزل چنین کاری انجام دهند هرگز در انجام آن غفلت نمی کنند.

البته افراد خود باید درصدد کسب آگاهی و اطلاعات باشند اما خیلی از افراد با اینکه بیکار هستند اما هرگز درصدد کسب چنین آگاهی هایی نیستند. چنین مطالبی که چگونه فعالیت کارآفرینی در منزل داشته باشیم در لابلای مطالب رسانه وجود دارد و حتی کتاب های زیادی در این زمینه منتشر شده است.

در خصوص کارآفرینی اینترنت یکی مراجعی است که می توان به آن استناد کرد و نسبت به شیوه کارآفرینی در منزل اطلاعات جمع آوری کرد. اما این فعالیت فقط جمع آوری اطلاعات نیست بلکه برای خلق یک کار در منزل باید مشارکت همه اعضا یا حتی برخی از آنان را جلب کرد تا کارها خیلی بهتر و راحت تر انجام شود.

در برخی از منازل، کارو فعالیت حتی به شکل تولید قطعات خودرو نیز وجود دارد. برخی شرکت ها دستگاه های قطعه ساز را در اختیار کارآفرینان قرار می دهند و آنان با استفاده از این دستگاه ها روزانه چند صد قطعه از لوازم خودرو برای مشتریان خود و فروشگاه های سطح شهر تولید می کنند.

البته برای ورود به این فعالیت ها باید مراقبت بود و آموزش های مورد نیاز را گذرانند تا تولیدات کیفی تر شود و فروش آن نیز بدون مشکل انجام گیرد.

کارآفرینی نیاز به آموزش و یادگیری دارد و بدون آشنایی با این موضوعات نمی توان انتظار موفقیت این نوع کسب و کارها را داشت.

اما کار در منزل به یک یا چند مورد بسنده نمی شود بلکه دریایی از شغل و حرفه در منزل وجود دارد که هر یک از افراد باتوجه به توانمندی خود و مهارت هایی که دارند می توانند آن ها را انتخاب کنند و سپس به فعالیت بپردازند.

آشپزی یکی دیگر از اشکال این نوع کار در منزل است که ممکن است خیلی از خانم ها و حتی آقایان آن را انجام دهند. افرادی که مهارت کامل این حرفه را دارند می توانند یک کار خانگی در منزل داشته باشند.

امروزه خیلی از افراد نمی توانند غذای روزمره خود را آماده و پخت کنند و از طرف دیگر می خواهند ارزان تر و خانگی تر آن را تهیه کنند و همه اینها در غذایی که شما درست می کنید وجود دارد یعنی هم ارزان تر از رستوران ها است و هم یک غذای خانگی است.

همین حالا خیلی از پایتخت نشینان، از شهرها و مناطق دیگر به این شهر آمده اند و شاید مدت ها طعم غذای محلی شان را نچشیده باشند شما می توانید این غذاها را برای آنان آماده کنید و با یک تبلیغات ساده، مشتریان زیادی برای خود دست و پا کنید.

غذاهای شما می تواند شامل صبحانه، نهار و شام باشد که همه این غذاها مشتریان خاص خود را دارد و شما می توانید آن را برای مشتریان خود تهیه کنید.

از این نوع کارآفرینی در منزل خیلی زیاد است و فقط باید کمی به اطرافتان نگاه کنید و با شناسایی منطقه و نیازهای آنان، به چنین کاری اقدام کنید.

مربی شخصی، تعمیرکار تلفن همراه و تبلت، عکاس، کاهنده هزینه کسب و کار، حسابداری و طراحی گرافیکی می تواند به عنوان اشکال این کار در منزل مورد توجه قرار گیرد و شما را به درآمد کافی و لازم برساند.

با اینحال کارآفرینی در منزل شامل ایده کسب و کار خدمات مشاوره تغذیه، خدمات تزئین اتومبیل، نگهداری از کودکان، دکوراسیون داخلی، راهنمای شغلی، رزومه نویسی، کلوپ سلامتی، خدمات برنامه ریزی مالی، صنعت آکواریوم، ایده کسب و کار درمان زیبایی و اسپا، سالن بازی و فروش لوازم عتیقه نیز می شود.

ایجاد فروشگاه کتابهای دست دوم، شمع سازی و کارهای هنری، انجام کارهای تایپی، انتشار کتابهای رایانه ای، بازاریابی اینترنتی، راه اندازی مزون لباس خانگی، ساختن زیورآلات تزئینی، معلم تقویتی دروس مدرسه، طراحی گرافیکی و صفحه آرایی، فروشندگی مستقیم، ویرایش و نمونه خوانی، تدریس خصوصی زبان انگلیسی از منزل، /آرایشگری و خدمات زیبایی، خیاطی و دوخت و دوز و نقاشی از اشکال دیگر این نوع فعالیت در منزل است.

بنابراین این نتیجه حاصل می شود که حتی در منزل نیز می توان کارآفرین و شاغل بود و درآمد کسب کرد و همه اینها به انگیزه، همت، پشتکار، پیگیری کارها، برنامه ریزی درست، تاحدودی ریسک پذیری، مهارت آموزی و استفاده از تجارت ارزنده و کاربردی دیگران وابسته است.

کارآفرینی با سرمایه کم

غالباً افرادی که می‌خواهند درآمدی از راه کارآفرینی بدست آورند، از نظر مالی در شرایط خوبی نیستند از این رو در صدد هستند فعالیتی با سرمایه کم را شروع کنند.

اکنون فناوری و پیشرفت به نقطه‌ای رسیده است که فرصت‌های کارزیادی فراهم شده است. شروع این فعالیت‌ها معمولاً با هزینه‌های زیادی همراه نیست و ممکن است خیلی از این فعالیت‌ها با مبلغ خیلی ناچیز که باور کردنی هم نیست به عنوان شکلی از کارآفرینی با سرمایه کم مورد توجه قرار گیرد.

فعالیت‌ها به کمک اینترنت و همچنین مهارت‌های کامپیوتری می‌تواند جز دسته کار با سرمایه کم باشد، البته همه اینها، کم یا زیاد به آموزش و مهارت آموزی نیاز دارد و هرچه این آموزش‌ها کاربردی‌تر باشد به همین نسبت موفقیت در کار نیز بیشتر خواهد شد.

مشاوره اینترنتی یکی از راه‌های کارآفرینی با سرمایه کم است که شما می‌توانید با راه‌اندازی مشاور (مانند الو مشاور) در مورد تخصصی که دارید به مخاطبان خود که از طریق تلفن با شما تماس می‌گیرند مشاوره بدهید و نرخ تماس دقیقه‌ای خود را مشخص کنید.

تولید محتوا از جمله ایده‌های خوب است که می‌توانید این کار را در منزل انجام دهید و امروزه با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌های کار در این عرصه‌ها به عنوان کارآفرینی با سرمایه کم بیش از پیش فراهم شده است.

طراحی سایت نیز ایده منحصربه‌فرد کار با سرمایه کم است. کسانی که مهارت طراحی سایت را دارند می‌توانند از این طریق به درآمد خوب و پولسازی برسند.

کارآفرینی با سرمایه کم می‌تواند فعالیت‌هایی مانند تمیز کردن و نگهداری آکواریوم، نگهداری از کودکان، تعمیر کامپیوتر، خدمات جابجایی، برنامه‌ریزی مراسم‌ها و تعمیرکار باشد.

البته هر یک از این فعالیت‌ها نیاز به تجربه و آموزش دارد برای مثال تعمیر کامپیوتر و تعمیرکار وسایل دیگر نیازمند طی دوره‌های آموزشی است هرچند تمیز کردن و نگهداری آکواریوم، نگهداری از کودکان و برنامه‌ریزی مراسم‌ها به آموزش و تجربه کمتری نیاز دارد.

آموزش و مهارت‌آموزی، شانس افراد را برای راه‌اندازی فعالیتی در منزل افزون‌تر می‌کند در حالی که پیوند تجربه با آموزش نیز حفظ کار و فعالیت را بیشتر تضمین می‌کند.

خیلی از افراد سرمایه‌چندانی ندارند که برای مثال یک کامیون یا خودرو بخرند. رانندگی کامیون درآمد خوبی دارد اما شاید برخی از افراد نتوانند آن را بخرند اما می‌

توانند فنون رانندگی آن را یاد بگیرند و گواهینامه و مجوز رانندگی را از دستگاه های ذیربط دریافت کنند.

در زمان حاضر ممکن است خیلی از شرکت های حمل و نقل چنین رانندگانی احتیاج داشته باشند و آگهی های روزنامه ها و سایت ها موید این مطلب است. بنابر این می توان با سرمایه اندک برای خودمان کارآفرینی کنیم و پس از مدتی کار و کسب درآمد، بتوانیم وسیله ای برای امرار معاش تهیه کنیم و کارفرمای خود باشیم.