

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

40 قانون موفقیت در

کسب و کار اینترنتی

با خداحافظی از کارمندی، حرفه مورد علاقه خود را شروع و
تجارت آنلاین راه اندازی کنید و درآمد اینترنتی داشته باشید

نویسنده:

متیو پائولسن

مترجمین:

ساسان جعفرنیا

هانیه غفرانی

بهاره قاسمی

سرشناسه	: پائولسن، متیو
عنوان و نام پدیدآور	: Paulson, Matthew 40 قانون موفقیت در کسب و کار اینترنتی: با خداحافظی از کارمندی، حرفه مورد علاقه خود را شروع و تجارت آنلاین سودآور راه اندازی کنید و درآمد اینترنتی داشته باشید / نویسنده متیو پائولسن؛ مترجمین ساسان جعفرنیا، هانیه غفرانی، بهاره قاسمی.
مشخصات نشر	: مشهد: سخن گستر، 1399.
مشخصات ظاهری	: 156 ص.
شابک	: 978-600-247-909-9
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیپا
یادداشت	: عنوان اصلی: 40rules for internet business success.
عنوان گسترده	: 40 قانون موفقیت در کسب و کار اینترنتی: با خداحافظی از کارمندی، حرفه مورد علاقه خود را شروع و تجارت آنلاین سودآور راه اندازی کنید و درآمد اینترنتی داشته باشید.
موضوع	: بازرگانی الکترونیکی
موضوع	: Electronic commerce
موضوع	: بازاریابی اینترنتی
موضوع	: Internet marketing
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: Success in business
شناسه افزوده	: جعفرنیا، ساسان، 1351 - مترجم
شناسه افزوده	: غفرانی، هانیه، 1362 - مترجم
شناسه افزوده	: قاسمی، بهاره، 1368 - مترجم
رده‌بندی کنگره	: HF 5548/32
رده‌بندی دیویی	: 658/872
شماره کتابشناسی ملی	: 6142551

40 قانون موفقیت در کسب و کار اینترنتی: با خداحافظی از کارمندی، حرفه مورد علاقه خود را شروع و تجارت آنلاین سودآور راه اندازی کنید و درآمد اینترنتی داشته باشید

متیو پائولسن
ساسان جعفرنیا، هانیه غفرانی، بهاره قاسمی
چاپ اول / 1399
چاپخانه: چاپ البرز
1000 نسخه
صفحه‌آرا: نفیسه اسماعیلی
شابک: 978-600-247-909-9
32000 تومان



ناشر: سخن گستر
مشهد، خیابان ابن سینا، ساختمان اطبا

مرکز توزیع، فروش و پخش: سایت زمان تغییر
www.timetochange.ir

فهرست مطالب

7	مقدمه
13	بخش اول: خودتان را توسعه دهید
14	قانون شماره 1: برای خود دلیل محکمی داشته باشید
17	قانون شماره 2: هر عذر و بهانه‌ای، شکست را تقویت می‌کند
19	قانون شماره 3: ارتباطات مهم‌تر از اطلاعات است
24	قانون شماره 4: به یک یادگیرنده حرفه‌ای تبدیل شوید
27	قانون شماره 5: خانواده خود را فراموش نکنید
29	قانون شماره 6: هر بار تنها در یک مسیر حرکت کنید
32	قانون شماره 7: قانون سوپرمارکت را فراموش نکنید
34	قانون شماره 8: فردی باشید که همه می‌خواهند برای او کار کنند
36	قانون شماره 9: شغل قبلی خود را خیلی زود ترک نکنید
39	قانون شماره 10: برای شکست آماده شوید: برای موفقیت برنامه‌ریزی کنید
43	بخش دوم: کسب و کار خود را راه‌اندازی کنید
44	قانون شماره 11: انتخاب بازار مناسب یک تصمیم سرنوشت‌ساز است
48	قانون شماره 12: از مدل کسب و کار دیگران تقلید نکنید
51	قانون شماره 13: مدل کسب و کار داشته باشید، نه طرح کسب و کار
54	قانون شماره 14: اجازه دهید مشتریانانتان محصولات شما را توسعه دهند
57	قانون شماره 15: منحصر به فرد باشید
60	قانون شماره 16: با حداقل کسب و کار ممکن شروع کنید
62	قانون شماره 17: سهام خود را (از همان ابتدا) واگذار نکنید
65	قانون شماره 18: شما به یک دامنه عالی و بی نقص احتیاج ندارید
68	قانون شماره 19: از قیمت‌گذاری مبتنی بر ارزش استفاده کنید
72	قانون شماره 20: زمان رونمایی محصول خود را به رویدادی بی‌نظیر تبدیل کنید

بخش سوم: کسب و کار خود را اداره کنید..... 77
قانون شماره 21: امور مالی کسب و کار خود را از همان ابتدا در دست بگیرید..... 78
قانون شماره 22: پرمشغله بودن به معنای بهره‌وری نیست..... 81
قانون شماره 23: در کسب و کار خود کارمند نباشید..... 84
قانون شماره 24: با مشتریان خود روابط دوستانه برقرار کنید..... 89
قانون شماره 25: لازم نیست همه مشتری شما باشند..... 93
قانون شماره 26: اول بخوانید، سپس امضا کنید..... 96
قانون شماره 27: علائم حیاتی شرکت خود را ارزیابی کنید..... 99
قانون شماره 28: شکاک و هوشیار باشید..... 102
قانون شماره 29: ضعیف‌ترین حلقه‌های زنجیر کسب و کار خود را تقویت کنید..... 105
قانون شماره 30: شکست، تسلیم و بازسازی..... 108

بخش چهارم: کسب و کار خود را گسترش دهید..... 113
قانون شماره 31: برای هر چیزی مشتری پیدا نمی‌شود..... 114
قانون شماره 32: تبلیغات نتیجه‌گرا..... 118
قانون شماره 33: به جایی بروید که مردم آنجا هستند..... 122
قانون شماره 34: برای بازاریابی کسب‌وکار خود به شبکه‌های اجتماعی، سنوومجلات تکنولوژی اعتماد نکنید..... 125
قانون شماره 35: مشتریان خود را داشته باشید..... 127
قانون شماره 36: میزان محبوبیت خود را از طریق تأیید اجتماعی نشان دهید..... 130
قانون شماره 37: همواره در حال تست کردن باشید..... 133
قانون شماره 38: از سه فاکتور کلیدی برای رشد درآمد استفاده کنید..... 137
قانون شماره 39: چارچوب‌ها را تغییر دهید..... 140
قانون شماره 40: شما هیچ وقت به پایان راه نرسیده‌اید..... 143
سخن آخر..... 146
پیوست الف: کتاب‌ها و پادکست‌های پیشنهادی..... 147
پیوست ب: 40 ایده کسب و کار اینترنتی..... 151

مقدمه

رویا پردازی برای موفقیت تا تلاش برای رسیدن به موفقیت از زمین تا آسمان با هم فرق دارند. افراد زیادی هستند که دوست دارند به یک کارآفرین موفق با داستانی الهام بخش برای دیگران تبدیل شوند و کسب و کار اینترنتی سودآوری داشته باشند. افرادی که دوست دارند مطابق میل خودشان زندگی کنند و هیچ نگرانی بابت پول نداشته باشند. این افراد داستان کارآفرینان موفق را می‌خوانند و می‌بینند که آن‌ها چگونه خودشان را از کار اداری نجات داده‌اند و کاری را پیدا کرده‌اند که عاشق آن هستند و پول خوبی هم از آن به دست می‌آورند.

اما متأسفانه تعداد کمی از این افراد حاضرند کسب و کار اینترنتی خود را راه‌اندازی کنند و گام‌های ضروری برای تحقق رویاهایشان را بردارند. از طرف دیگر، کسانی هم که مایل‌اند، نمی‌دانند که چگونه باید شروع کنند و چگونه گام‌های خود را رو به جلو و به سمت موفقیت بردارند. به همین دلیل، رویای رسیدن به موفقیت مالی و تغییر شیوه زندگی در حد یک رویا باقی می‌ماند.

40 قانون: یک برنامه عملی برای موفقیت در کسب و کار اینترنتی

اما خوشبختانه رویای شما به راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی، برخلاف سایر رویاهای شما به شکست منتهی نمی‌شود. شما می‌توانید یک کسب و کار اینترنتی راه‌اندازی کنید تا کاری که عاشقش هستید را دنبال کنید، نیازهای خانوادتان را تأمین کنید و طبق میل و دلخواه خود زندگی کنید.

برای تبدیل شدن به یک کارآفرین اینترنتی موفق، دو اصل کلیدی وجود دارد: داشتن اراده قوی برای تلاش فراوان و داشتن برنامه عملی ثابت شده.

اگرچه من نمی‌توانم شما را مجبور کنم که ساعت‌های طولانی برای رسیدن به یک کسب‌وکار موفق تلاش کنید؛ اما می‌توانم بر اساس تجربیات خودم، قوانین و برنامه عملی ثابت شده‌ای در اختیارتان قرار دهم تا شما هم بتوانید یک کسب و کار اینترنتی موفق و سودآور همانند کسب‌وکار من داشته باشید.

کتاب 40 قانون موفقیت در کسب و کار اینترنتی برای شما نوشته شده است تا بتوانید ایده‌های کسب و کاری خود عملی و اجرایی کنید. فرقی نمی‌کند که هدف شما از راه‌اندازی این کسب و کار چیست: شاید یک فروشگاه اینترنتی باشد، یا محصولی اطلاعاتی، یک نرم افزار، یک سایت عضویت، شرکتی که از طریق اینترنت خدمات حرفه‌ای ارائه می‌دهد و یا هر کسب‌وکار نوپای دیگر. این کتاب، دانش و بصیرت لازم برای راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی را به روشی صحیح از ابتدا در اختیار شما قرار می‌دهد.

در این کتاب که شامل 40 قانون از تجربیات هشت ساله من است، استراتژی‌هایی می‌آموزید که افکار اولیه شما را به سمت موفقیت کسب و کارتان سوق می‌دهند.

در بخش اول این کتاب با عنوان "خودتان را توسعه دهید"، قوانین مفیدی معرفی می‌شود تا زندگی خود را در حین تبدیل شدن به یک کارآفرین اینترنتی بر اساس آن‌ها برنامه‌ریزی کنید.

در بخش دوم با عنوان "کسب و کار خود را راه‌اندازی کنید"، اطلاعاتی مبتنی بر تجربه برای ایجاد مدل کسب و کار و یافتن جنبه‌های منحصر به فرد ایده‌هایتان ارائه می‌شود تا بتوانید کسب و کار خود را راه‌اندازی و بالا بکشید.

بخش سوم با عنوان "کسب و کار خود را اداره کنید"، شامل راهنمایی‌های جامعی از فعالیت‌های روزمره کسب‌وکار، توصیه‌هایی در خصوص ارتباط با مشتریان، و بازسازی مجدد پس از غلبه بر موانع کسب و کار است.

و در بخش چهارم و نهایی این کتاب با عنوان "کسب و کار خود را گسترش دهید"، استراتژی‌های مختلفی برای بازاریابی و رشد کسب و کار معرفی می‌شوند. این استراتژی‌ها زمانی به دردتان می‌خورند که بین مشتریان مقبولیت پیدا کرده‌اید و یک کسب و کار موفق را اداره می‌کنید.

حتماً لیست کتاب‌ها و پادکست‌های پیشنهادی و همچنین 40 ایده کسب و کار اینترنتی من که در انتهای کتاب برای کارآفرینان نوپا آمده است را مطالعه کنید تا بهتر بتوانید کسب و کار متناسب و منحصربه‌فرد خود را پیدا و راه‌اندازی کنید.

داستان من

من اولین بار طعم درآمد اینترنتی را در سال 1999 چشیدم. آن زمان، یک پسر بچه بازیگوش چهارده ساله بودم که فقط کمی از کامپیوتر سر درمی‌آوردم و توانسته بودم HTML را با شرکت در تالارهای گفتگوی آنلاین متعدد یاد بگیرم. سپس یک وب سایت ساختم و چندین بازی در آن قرار دارم. اطلاعات مربوط به بازی‌ها را جمع‌آوری کردم، برایشان چند عکس گرفتم و قابلیت دانلود و گرفتن کدهای تقلب آن‌ها را برای کاربران فراهم کردم.

تا جایی که به خاطر دارم، روزانه 25 بازدید به وب سایتم داشتم. علاوه بر این، بنرهای تبلیغاتی متنوعی در سایتم قرار داده بودم. طولی نکشید که وب سایت کوچکم توانست ماهانه 25,000 دلار درآمد حاصل از تبلیغات کسب کند؛ که پول خیلی خوبی برای یک پسر بچه چهارده ساله بود!

سپس سعی کردم چند وب سایت دیگر با طرح‌های درآمدزا بسازم، تا اینکه توانستم پول کافی برای خرید یک کامپیوتر برای خودم جمع کنم (حدود 1,000 دلار). بعد از آن، درگیر تکالیف دبیرستان و کار نیمه وقتی که در Burger King داشتم شدم و در روحیه کارآفرینانه‌ام تا سال دوم دانشگاه یک وقفه افتاد.

یعنی تا اوایل سال 2007 که دوباره برای کسب درآمد از اینترنت قدم گذاشتم و یک وبلاگ مالی شخصی به نام Getting Green راه‌اندازی کردم و برای شرکت‌های مختلف به عنوان فریلنسر نویسندگی کردم. با استفاده از گوگل ادسنس و برنامه‌های وابسته به آن و همچنین فروش تبلیغات لینک دار، دوباره شروع به کسب درآمد کردم. بعد از مدتی نام وبلاگم را به American Consumer News تغییر دادم که اکنون نام همان شرکتی است که در سال 2008 ثبت کردم.

برای اینکه بتوانم از معاملات تبلیغاتی پول در بیاورم، چند وب سایت مرتبط دیگر ساختم و تا اواسط سال 2008 یک شبکه کوچک از سایت‌های مالی شخصی ایجاد کردم.

در اوایل سال 2009، ماهانه حدود 5,000 دلار درآمد از وب سایت های خود داشتم، اما باید مسیرم را تغییر می‌دادم تا بتوانم به رشد خود ادامه دهم. به همین دلیل وارد حوزه سرمایه‌گذاری شدم و یک وب سایت خبری به نام American Banking and Market News ایجاد و تیمی از نویسندگان را برای نوشتن روزانه مطالب آن استخدام کردم. وب سایت American Banking and Market News بسیار مورد توجه قرار گرفت و در صدر جستجوهای Bing News، Google News و چندین منبع مالی و خبری دیگر بود.

در اوایل سال 2011 متوجه شدم که درست نیست تنها به درآمد حاصل از تبلیغات تکیه کنم. به همین دلیل، شروع کردم به راه‌اندازی یک خبرنامه رایگان روزانه به نام ABMN Daily، که اکنون نام آن به ARN Daily تغییر کرده است و به پایه و اساس کسب و کار خبرنامه سرمایه‌گذاری‌ام یعنی Analyst Ratings Network تبدیل شد.

چند ماه پس از شروع خبرنامه، یک نسخه پرمیوم از آن تهیه کردم که کاربران می‌توانستند با پرداخت ماهانه 15,00 دلار به اطلاعات اضافی در خبرنامه خود دست یابند.

در سال 2012، از یک نرم افزار تحقیقات سرمایه‌گذاری به نام RatingsDB رونمایی کردم و دومین خبرنامه روزانه خود را با نام Wire Company Report Earnings Report Wire تهیه کردم که خلاصه‌ای از اطلاعات مربوط به درآمد شرکت‌ها را ارائه می‌داد.

بدین ترتیب تا اواسط سال 2014 توانستم برای خبرنامه رایگانم 100,000 عضویت بگیرم و حدود 2,200 نفر نیز در نسخه پرمیوم آن مشترک شدند.

در اواسط سال 2013، یکی از همکاران سابقم گفت که عضو یک شرکت سرمایه‌گذاری شده و یک نرم افزار جمع‌آوری کمک مالی برای جوامع انسانی و پناهگاه‌های حیوانات ارائه داده است. من به کار او به چشم یک ایده عالی نگاه کردم و چون می‌دانستم که او تجربه کار با پناهگاه‌های حیوانات را دارد، موافقت کردم که با او شریک شوم. ما پس از چندین ماه تلاش توانستیم از هیچ، یک پلتفرم جمع‌آوری کمک‌های مالی آنلاین به نام GoGo Photo Contest ایجاد کنیم. این پلتفرم به پناهگاه‌های حیوانات اجازه می‌دهد تا با برگزاری مسابقات عکاسی،

کمک‌های مالی جمع‌آوری کنند؛ به طوری که توانستند در سال نخست فعالیت خود بیش از 350,000 دلار اعانه جمع کنند.

8 سال طول کشید تا بتوانم شرکت American Consumer News خود را به شرکتی که اکنون است تبدیل کنم. شرکت من اکنون و با توجه به کسب و کارهایی که تاکنون راه‌اندازی کرده‌ام (مانند American Banking and Market News، Analyst Ratings Network، Lightning Releases و GoGo Photo Contest) دارای چندین واحد تجاری است که هر کدام از آن‌ها سالانه درآمدی شش رقمی تولید می‌کنند.

اما در این مسیر سختی‌های زیادی کشیدم و با شکست‌های متعددی رو به رو شدم. به عنوان مثال، در آن زمان تنها چند وبلاگ و منبع اختصاصی محدود برای راه‌اندازی کسب و کار اینترنتی وجود داشت و من به سختی می‌توانستم اطلاعات کسب کنم.

از این رو تصمیم گرفتم این کتاب را بنویسم تا شما بتوانید از دانش و تجربیات من بهره‌مند شوید. با رعایت قوانینی که در این فصل‌ها بیان شده، می‌توانید از اشتباهات بسیاری که من در مسیر خود مرتکب شده‌ام، اجتناب کنید و سریع‌تر کسب‌وکار خود را رشد و گسترش دهید.

گام‌های عملی

ما در عصری زندگی می‌کنیم که به راحتی می‌توان یک کسب و کار اینترنتی با درآمدی شش با حتی هفت رقمی راه‌اندازی کرد؛ همان‌گونه که پیش از این، هزاران نفر دیگر با تکیه بر دانش خود، تلاش بسیار و چند نرم‌افزار کاربردی توانسته‌اند کسب و کار خود را بسازند.

بسیاری از آن‌ها شغل قبلی خود را ترک کرده‌اند تا بتوانند تمام وقت روی کسب و کار جدید خود تمرکز کنند و خودشان ساعات کاری خود را تنظیم کنند. و برخی دیگر، در کنار این کار خود به یک کسب و کار جانبی دیگر نیز مشغول شده‌اند.

راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی موفق، به زمان، استعداد، و عزم و اراده شما احتیاج دارد؛ اما با این حال می‌تواند یک تجربه فوق‌العاده ارزشمند و سودآور نیز باشد.

بهترین زمان برای شروع یک کسب و کار اینترنتی، پنج سال پیش بود؛ با این حال بهترین زمان بعدی برای آن همین امروز است. به این فکر کنید که می‌خواهید در پنج سال آینده کجا باشید؟ آیا در همین شغلی که امروز دارید هستید و همچنان به رویاهای خود فکر کنید؟ یا زمانی که به گذشته نگاه می‌کنید، سپاسگزار و خوشحال هستید که کار سخت را انتخاب کردید تا کسب و کار خود را رشد و گسترش دهید؟

همین امروز تصمیم خود را بگیرید و سپس با برنامه پیش بروید تا به جای یک فرد خیال‌پرداز، به یک کارآفرین موفق تبدیل شوید. تنها کافیست چند سال روی کارهایی تمرکز کنید که بقیه افراد انجام نمی‌دهند تا بتوانید بقیه عمر خود را صرف انجام کارهایی کنید که اکثر مردم نمی‌توانند (به عبارت دیگر، اگر مدتی به خودتان سختی بدهید، می‌توانید باقی عمر را در رفاه و آسایش سر کنید).

چنانچه قوانین عنوان شده در این کتاب را بخوانید، مطابق آن‌ها پیش بروید و با اراده بسیار تلاش کنید، شاید شما هم بتوانید کسب و کار اینترنتی خود را با درآمدی شش رقمی یا هفت رقمی راه‌اندازی کنید.

بخش اول: خودتان را توسعه دهید

قانون شماره 1: برای خود دلیل محکمی داشته باشید

قبل از اینکه بخواهید جهش کارآفرینانه بردارید و کسب و کار اینترنتی خود را شروع کنید، ابتدا باید از خود بپرسید: "چرا؟" چرا می‌خواهید برای خودتان کسب و کار راه‌اندازی کنید؟ احتمالاً اکنون در جایی مشغول به کار هستید و حقوق می‌گیرید؛ اما چه دلیلی داشته تا تمام زحماتی که آنجا کشیده‌اید را پشت سر بگذارید و کسب و کار خود را راه‌اندازی کنید؟ کسب و کاری که معلوم نیست آینده آن چه می‌شود! در کسب و کار جدید، خود شما باید مسئولیت همه چیز را بر عهده بگیرید: از شناسایی بازار، توسعه محصول، بازاریابی، فروش و خدمات مشتری گرفته تا حسابداری، روال قانونی، مالیات و سایر مواردی که برای شروع یک کسب و کار لازم است. به عبارت دیگر، تنها خود شما مسئول هر تهدید و آسیبی هستید که کسب و کار شما با آن‌ها مواجه خواهد شد.

راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی چندان هم ساده نیست و هر کسی از عهده آن بر نمی‌آید. زمانی که تصمیم به شروع می‌گیرید، باید ماه‌ها سخت کار کنید، بیخوابی‌های شبانه را تحمل کنید و زمان کمتری را در کنار خانواده بگذرانید.

پس بهتر است دلیل خوبی برای هدف خود داشته باشید تا در میانه راه ناامید و منصرف نشوید. به عبارت دیگر، باید به این تصمیم خود ایمان قوی داشته باشید و تمام انرژی خود را صرف توسعه و رشد آن کنید. شروع یک کسب و کار جدید بدین معنی است که باید برای ماه‌ها به سختی و بدون هیچ درآمدی کار کنید. و شاید مجبور شوید بین ماندن در خانه و کار روی کسب و کار خود و یا بیرون رفتن با دوستان و خانواده یکی را انتخاب کنید. به همین دلیل است که تأکید داریم قبل از شروع، یک "چرا" محکم برای هدف خود داشته باشید تا هر زمان که خسته یا وسوسه شدید، آن را به یاد آورید.

"دلیل" شما، کسب و کار شما را شکل می‌دهد

اگر دلیل راه‌اندازی کسب و کار خود را بدانید، می‌توانید به تمام سؤالات مهم مربوط به ماهیت کسب و کار خود پاسخ دهید. به عنوان مثال، اگر هدف شما فرار از ساعات کار اداری و

کار کردن در خانه و گذراندن وقت بیشتر با خانواده است، پس بدون شک نمی‌خواهید کسب و کاری طراحی کنید که نیازمند دفتر کار و چندین کارمند باشد. و یا اگر دلیل شما از راه‌اندازی کسب و کار این است که دیگر نیاز نباشد به کسی جواب پس دهید، پس قطعاً کسب و کار شما نباید برای شروع به جذب سرمایه نیاز داشته باشد؛ زیرا در این صورت باید با رؤسای زیادی سروکله بزنید. و اگر می‌خواهید زمان و برنامه کاری آزاد داشته باشید، پس کسب و کار جدیدتان نباید نیازمند کار شبانه‌روزی باشد.

اگر واقعاً می‌خواهید شغل تمام‌وقت خود را رها و آن را با کسب و کار اینترنتی خود جایگزین کنید، پس باید کسب و کاری ایجاد کنید که حداقل سودی به اندازه سود خالص سال گذشته شما داشته باشد. زمانی که یک دلیل قاطع و واضح برای هدف و کسب و کار آینده خود داشته باشید، چشم‌اندازی مشخص برای هر تصمیم در خصوص آن خواهید داشت.

من دلیل خودم را می‌دانستم. دلیل من این است که می‌خواستم خودم تعیین‌کننده سرنوشتم باشم. می‌خواستم بر اساس توانایی‌های خودم ارزش ایجاد کنم و به موفقیت برسم. من می‌خواستم آن قدر درآمد داشته باشم که بتوانم نیازهای خانواده‌ام را تأمین کنم و بخشی از آن را به مؤسسات خیریه بدهم. می‌خواستم وقت آزاد برای سپری با دوستان، خانواده، همسر و فرزندانم داشته باشم. و می‌خواستم بدون اینکه لازم باشد از کسی اجازه بگیرم، به تعطیلات بروم.

تمرکز کنید

هشت سال طول کشید تا کسب و کار اینترنتی من به جایی برسد که اکنون است. طی این هشت سال، سخت کار کردم، بارها شکست خوردم، اما ناامید نشدم و دوباره تلاش کردم؛ به طوری که اکنون هم وقت آزاد دارم تا با خانواده سپری کنم و هم درآمد کافی برای مخارج و سرگرمی. تنها زمانی می‌توانید متوقف شوید و به پشت سر خود نگاه کنید که کسب و کار شما به موفقیت رسیده باشد. شاید تصمیمات و استراتژی‌های اتخاذ شده شما در این مسیر غیرعقلانی به نظر برسند، اما درست بودن آنها پس از رسیدن به موفقیت ثابت می‌شود. این مسیر درست شبیه بالا رفتن از کوه است. می‌توانید در میانه راه تسلیم شوید و دست از تلاش

بردارید و یا ادامه دهید و به قله کوه برسید. در تمام این مسیر نباید "دلیل" خود را فراموش کنید و همواره باید روی آن تمرکز کنید.

گام‌های عملی:

- این جمله را کامل کنید: "من می‌خواهم کسب و کار خودم را شروع کنم تا بتوانم ..."
- تمام موانعی که در این مسیر با آن‌ها مواجه خواهید شد را لیست کنید.
- با دقت به سؤالات دیگری که به "دلیل" شما مرتبط هستند، بپردازید (برای مثال، چگونه؟ چه موقع؟ چگونه؟). سعی کنید حتماً به آن‌ها پاسخ دهید. شاید این سؤالات در طول زمان تغییر کنند، اما "دلیل" شما باید همیشه اساس خود را حفظ کند.

قانون شماره 2: هر عذر و بهانه‌ای، شکست را تقویت می‌کند

بعد از چندین سال همکاری با کارآفرینان نوپایی که کسب و کار اینترنتی خود را راه‌اندازی کرده‌اند، متوجه شدم آن‌هایی موفق بوده‌اند که هر بار اهدافی خاص و قابل اندازه‌گیری تعیین می‌کنند. آن‌ها به اهداف خود فارغ از آنچه که در زندگی شخصی یا حرفه‌ای اتفاق می‌افتد، جامه عمل می‌پوشانند.

اما کارآفرینانی نیز هستند که در این مسیر با وجود تعیین هدف، با مشکل رو به رو می‌شوند. وقتی از آن‌ها می‌پرسم که چرا وظایف تعیین شده را انجام ندادند، بهانه‌های مختلف می‌آورند. از جمله: چون سرم خیلی شلوغ بود، به خارج از شهر رفته بودم و یا درگیر مسائل خانوادگی بودم. البته کاملاً طبیعی است که این موارد یک بار اتفاق بیافتند، اما هستند کارآفرینانی که اهداف خود را برای هفته‌ها فراموش می‌کنند. آن‌ها همیشه از نظر خود یک دلیل قانع‌کننده برای عدم پی‌گیری اهداف خود دارند و همین امر سبب می‌شود در نهایت پیشرفت کمی در توسعه و اجرای برنامه‌های کاری خود داشته باشند.

به خاطر داشته باشید که شما به عنوان یک کارآفرین نباید خیلی راحت این کم‌کاری‌ها را با بهانه‌های مختلف توجیه کنید. شما باید وظایف خود را انجام دهید؛ در غیر این صورت هرگز پیشرفت نخواهید کرد. زمانی که وظایف مربوط به کسب و کار خود را برای روزها یا هفته‌ها انجام ندهید، بدین معنیست که می‌خواهید آن را تعطیل کنید.

اصلاً مهم نیست که برای کم‌کاری‌های خود چه دلیلی می‌آورید. تا زمانی که به سختی تلاش نکنید، هیچ اتفاقی نمی‌افتد. تا زمانی که با آوردن بهانه‌های مختلف کم‌کاری کنید، تنها به خود و اعضای خانواده خود ضرر می‌رسانید، زیرا شما و خانواده‌تان قرار است از مزایای این کسب و کار اینترنتی استفاده کنید.

پس اگر می‌خواهید در کسب و کار اینترنتی خود موفق شوید، عذر و بهانه را کنار بگذارید. به صورت هفتگی برای خود اهداف چالش‌برانگیز اما قابل دسترس تعیین کنید و صرف نظر از هر اتفاقی که در زندگی شما می‌افتد، برای رسیدن به آن اهداف زمان بگذارید.

تلویزیون را خاموش کنید، بازی‌های ویدیویی را کنار بگذارید، قرار ملاقات با دوستانتان را لغو کنید و تمرکز خود را تنها به کار اختصاص دهید.

شاید در ابتدا مقداری اذیت شوید و برایتان سخت باشد؛ اما اگر راه‌اندازی یک کسب و کار اینترنتی به این راحتی‌ها بود، همه این کار را می‌کردند. حتی شاید لازم شود بیشتر از این‌ها وقت بگذارید. مثلاً خود من با وجود کار تمام وقتی که داشتم، در هر وقت اضافه‌ای که پیدا می‌کردم مثل وقت نهار، اواخر شب، صبح روزهای تعطیل، روی رشد و توسعه کسب و کارم کار می‌کردم. چون بعد از موفقیت کسب و کارتان آن قدر زمان آزاد خواهید تا دنبال تفریح و سرگرمی بروید. پس تا آن موقع عذر و بهانه را کنار بگذارید و هر کاری که برای پیشرفت و بالا کشیدن کسب و کارتان لازم است انجام دهید.

گام‌های عملی:

- به صورت هفتگی برای خود اهداف چالش برانگیز اما قابل دسترس تعیین کنید.
- در روزهای کاری برای تحقق اهداف خود وقت بگذارید.
- صرف نظر از هر عامل خارجی، به زمان و تلاشی که باید برای تکمیل اهداف هفتگی خود بگذارید پایبند باشید.

قانون شماره 3: ارتباطات مهم‌تر از اطلاعات است

موفق‌ترین افراد در دنیای کسب و کار لزوماً باهوش‌ترین و ماهرترین افراد نیستند. مثلاً مهندسان و توسعه‌دهندگان نرم‌افزار زیادی هستند که با وجود دانش بیشتر نسبت به مدیر خود، برای او کار می‌کنند و حتی درآمد کمتری هم دارند. بنابراین اگرچه داشتن دانش و تخصص می‌تواند در دنیای تجارت مفید باشد، اما افرادی می‌توانند موفق‌تر عمل کنند که روابط تجاری برقرار کنند، با افراد مناسب با حوزه کسب و کار خود آشنا شوند و بدانند که چگونه می‌توانند از مهارت‌ها و توانایی‌های دیگران استفاده کنند.

از این رو، زمانی که برای گسترش روابط تجاری خود وقت می‌گذارید، می‌توانید به درکی از بینش رهبران دیگر کسب و کارها برسید و فرصت‌هایی را برای خود ایجاد کنید که در غیر این صورت قابل دسترس نبودند.

یک نمونه در دنیای واقعی

سرگذشت برایان گرام، مدیر عامل شرکت Peppermint Energy را در نظر بگیرید. خود او اذعان می‌کند که هیچ دانش و تخصصی در زمینه فنی و مهندسی ندارد، اما توانست شرکتی راه‌اندازی کند تا ژنراتورهای دارای انرژی خورشیدی و محصولات مرتبط با آن را به مناطق دور افتاده هائیتی، پاپوا گینه نو، فیلیپین و سایر کشورهای فاقده شبکه الکتریکی مناسب هستند، بفروشد. اگرچه گرام دانش فنی زیادی نداشت، اما به خاطر مهارت‌های ارتباط بین فردی که داشت، به موفقیت رسید. او دارای شبکه گسترده‌ای از ارتباطات در دنیای تجارت بود که ماحصل فعالیت‌های تجاری پیشین او بودند.

زمانی که گرام متوجه شد فرصتی عالی برای ایجاد ژنراتورهای قابل حمل با انرژی خورشیدی برای کشورهای در حال توسعه وجود دارد، از روابط تجاری خود برای استخدام افرادی استفاده کرد که دارای مهارت کافی در زمینه فنی هستند. او از طریق یکی از دوستان خود با دفتر توسعه اقتصادی دولت، یک گروه توسعه اقتصادی دولتی در داکوتای جنوبی، ارتباط برقرار کرد و آن‌ها دانشجویان فارغ‌التحصیل مهندسی دانشگاه ایالتی داکوتای جنوبی را به او معرفی کردند. دانشجویان مهندسی توانستند ثابت کنند که این طرح قابل اجرا است.

سپس گرام از این طرح برای نفوذ در کمپین Kickstarter در سال 2012 استفاده کرد و نتیجه این شد که از آن زمان تاکنون به طرح او بودجه سرمایه گذاری تعلق می‌گیرد. در نتیجه، اگر گرام فاقد شبکه گسترده از دوستان در دنیای تجارت بود، بعید به نظر می‌رسید که بتواند با افراد درست و مناسب ارتباط برقرار کند و محصول خود را ارتقاء دهد و بالا بکشد.

شما چطور ارتباط برقرار می‌کنید؟

شاید شما هم به این فکر کنید که چطور می‌توانید روابط تجاری خود را بسازید و گسترش دهید. به یاد داشته باشید که هر دوستی و آشنایی تجاری با یک جلسه اولیه آغاز می‌شود. روابط تجاری تنها مختص یک گروه به خصوص نیستند، بلکه همه می‌توانند آن را داشته باشند. پس اگر ارتباطات تجاری ندارید، آن‌ها را ایجاد کنید. اولین و مهم‌ترین قدم برای ایجاد روابط تجاری، حضور در رویدادهایی است که احتمال می‌دهید افراد مورد نظر شما نیز در آن‌ها شرکت می‌کنند. اگر این رویداد در فیسبوک، EventBrite یا Meetup.com برگزار می‌شود، می‌توانید قبل از شروع هر رویداد متوجه شوید که چه کسانی قرار است در آن شرکت کنند.

افرادی که مایل هستید با آن‌ها ارتباط برقرار کنید را شناسایی و سپس اندکی در مورد کسب و کار آن‌ها تحقیق کنید. سه سؤالی که دوست دارید در مورد شغل آن‌ها بدانید را آماده کنید؛ اما یادداشت به دست ظاهر نشوید، چون قرار نیست بازجویی کنید بلکه می‌خواهید گفتگو کنید. افراد معمولاً دوست دارند در مورد خودشان و کسب و کارشان صحبت کنند، پس جای نگرانی نیست. سعی کنید سؤالی بحث‌انگیز بپرسید تا افراد جدید نیز وارد بحث شوند. سپس افراد ملاقات کرده را در لینکدین و توییتر پیدا کنید و برای آن‌ها درخواست دوستی بفرستید. فیسبوک هم می‌تواند گزینه خوبی باشد. اگر درخواست شما را قبول کنند، همواره در صفحه اول آن‌ها ظاهر و مرتباً به آن‌ها یادآور می‌شوید.

مستقیماً دست دوستی دراز کنید

اگر شرکت در رویدادها باب میل شما نیست، می‌توانید مستقیماً به سمت کسی دست دوستی دراز کنید. البته اینطور هم نیست که به محض پیشنهاد دوستی، شخص بدون درنگ قبول کند؛ مخصوصاً اگر آن شخص در موقعیت بالاتر و بهتری نسبت به شما از نظر شغلی

باشد. شما باید برای آنها یک دلیل قانع کننده بیاورید تا راضی شوند با شما دیدار کنند. برای انجام این کار، راهی برای ارائه ارزش یا بینش در کسب و کار خود پیدا کنید. به آنها نگوئید که می‌خواهید از کمک فکری‌شان استفاده کنید؛ زیرا این دقیقاً بدین معنیست که به آنها گفته‌اید تنها دلیل ملاقات با آنها این است که بتوانید چیزی از آنها بگیرید. بهتر است در قدم اول نشان دهید که پروژه‌ای برای همکاری دارید.

اگر دوست یا آشنای متقابل دارید، از آنها بخواهید که از طرف شما مقدمه سازی کنند. اگر منشی شخص پیام‌های شما را به او ابلاغ نمی‌کند، سعی کنید با منشی رابطه‌ای دوستانه برقرار کنید و یا در ساعاتی تماس بگیرید که احتمال می‌دهید او حضور ندارد. در کل اینکه باید روی هدف خود به برقراری ارتباط مصمم و مصر باشید، اما نه تا این حد که رو مخ شوید. مثال زیر، نمونه‌ای از یک ایمیل است که آن را زمانی که می‌خواهم با کسی ارتباط برقرار کنم می‌فرستم:

جان عزیز،

من متیو پائولسون هستم. اخیراً پست شما که در مورد استراتژی‌های قیمت‌گذاری برای شرکت‌های خدمات نرم‌افزاری است را خوانده‌ام. در مقاله خود به نکات جالبی اشاره کرده‌اید. می‌خواستم بدانم که آیا تاکنون علاوه بر ارائه پرداخت‌های ماهیانه و سالانه، گزینه پرداخت دوساله را نیز در نظر گرفته‌اید یا نه؟ زیرا خود من از این روش برای مشتریانم استفاده کرده‌ام و نتایج موفقیت‌آمیزی گرفته‌ام.

من برای چند هفته در شهر شما ساکن خواهم بود. بنابراین اگر وقت داشتید، خوشحال می‌شوم که برای صرف قهوه همدیگر را ملاقات کنم و کمی در مورد کسب و کار گپ بزنیم.

من را در جریان بگذارید.

تشکر!

مت

همواره در روابط تجاری باید از چند دستورالعمل اساسی پیروی کنید:

- دوستانه و حرفه‌ای رفتار کنید. جزء آن دسته افراد نباشید که تنها زمانی سراغ دیگران را می‌گیرند که به آن‌ها احتیاج دارند.
- به طور مرتب با روابط خود در تماس باشید تا ببینید که آیا می‌توانید به آن‌ها کمک کنید یا نه.
- ابتدا گوش کنید. یعنی در گفتگوهای کاری بیشتر از حرف زدن، گوش دهید. کسی نباشید که نمی‌تواند جلوی صحبت خود را بگیرد.
- به موقع به ایمیل‌ها پاسخ دهید. طوری نباشد که برای انجام یک کار، باید دائماً به شما گوشزد شود.
- بیش از حد از موفقیت‌های کسب و کاری خود تعریف نکنید.
- صادق و روراست باشید و بیشتر از چیزی که هستید وانمود نکنید.

برقراری ارتباط در دنیای کسب و کار اینترنتی

گاهی اوقات برقراری ارتباط در دنیای کسب و کار اینترنتی تا حدودی مشکل می‌شود، مخصوصاً زمانی که می‌خواهید با افرادی در یک کشور دیگر و یا آن سر دنیا ارتباط برقرار کنید. برای این مشکل هم راه‌حل‌های زیادی وجود دارد، مانند انجمن‌های آنلاین از قبیل: انجمن 48 روزه (www.48days.net)، داینامیک سیرکل (www.dynamitecircle.com)، فروم فست‌لین (www.fastlaneforum.com) و سیلور سیرکل (www.silvercircle.com). شما می‌توانید از طریق این انجمن‌ها با کارآفرینان به صورت اینترنتی بحث و تبادل نظر کنید. همچنین بیشتر از این انجمن‌ها رویدادهای حضوری برگزار می‌کنند که می‌توانید در آن‌ها شرکت کنید. خود من با کمک این انجمن‌ها با افراد زیادی آشنا شده‌ام و ارتباطات تجاری خوبی نیز برقرار کرده‌ام.

مثلاً با فردی به نام تیم بورکین آشنا شدم که در حوزه گزارشگری مالی فعالیت می‌کرد. بعد از شروع به گپ زدن، به من گفت که یک شبکه تبلیغاتی برای وبسایت‌های مالی مانند وبسایت من راه‌اندازی کرده است. من از پیشنهاد او استقبال کردم و از او خواستم تا یک شبکه تبلیغاتی جدید نیز برای من راه‌اندازی کند. این کار باعث ایجاد یک جریان جدید درآمدی (7000 دلار در ماه) برای شرکت من شد. اسکایپ (Skype) نیز یک راه عالی دیگر برای گفتگوی تصویری با افرادی است در آن سر دنیا زندگی می‌کنند. بنابراین با برقراری

ارتباطات مختلف شانس این را خواهید داشت که وارد شراکت جدید شوید و درآمد خود را افزایش دهید.

زمانی که به یک کارآفرین آگاه در حوزه کاری خود تبدیل می‌شوید و حرف با ارزشی برای گفتن دارید، به برنامه‌ها و انجمن‌های مختلف دعوت خواهید شد.

گام‌های عملی:

- رویدادهای محلی کارآفرینان که مناسب کسب و کار شما هستند را شناسایی کنید.
- هر هفته یک ارتباط تجاری جدید ایجاد کنید.
- در انجمن‌های آنلاین کارآفرینان عضو شوید.

قانون شماره 4: به یک یادگیرنده حرفه‌ای تبدیل شوید

توماس استنلی، نویسنده کتاب پرفروش همسایه میلیونر (The Millionaire Next Door)، یک سری مصاحبه با میلیونرهای خودساخته انجام داد و به اطلاعات جالبی راجع به عادات مصرف محتوای آن‌ها دست یافت. میلیونرهای مصاحبه شده عنوان کردند که تمایل چندانی به تماشای برنامه‌های تلویزیونی ندارند، اما به طور متوسط در هر ماه یک کتاب غیرداستانی می‌خوانند. البته این موضوع تضمین نمی‌کند که اگر شما هم هر ماه یک کتاب غیرداستانی بخوانید، به یک کارآفرین موفق و یک میلیونر تبدیل می‌شوید؛ اما این نکته را خاطر نشان می‌کند افرادی توانسته‌اند یک کسب و کار موفق راه‌اندازی و اداره کنند که همواره در حال یادگیری هستند.

ارزش یادگیری مداوم

کارآفرینان موفق به خوبی می‌دانند که همواره مسائل غیرقابل‌پیش‌بینی زیادی در دنیای کسب و کار اتفاق می‌افتد. آن‌ها می‌دانند که جهان دائماً در حال تغییر است، اطلاعات جدید و به‌روز می‌شوند و ایده‌ها در حال توسعه هستند؛ که این موارد می‌توانند اثرات محسوس و قابل‌توجهی بر کسب و کار آن‌ها داشته باشند. این کارآفرینان می‌دانند که همیشه اطلاعات مهمی وجود دارد که می‌تواند کسب و کار آن‌ها را متحول کند، اما تا کنون از چشم آن‌ها پنهان مانده است. به همین دلیل، کارآفرینان موفق همواره در حال یادگیری هستند تا جای خالی این اطلاعات را پر کنند و به کارآفرینانی بهتر و در نهایت افرادی همه فن حریف تبدیل شوند.

شناخت سبک یادگیری خود

روش‌های مختلف زیادی برای یادگیری مداوم وجود دارد. آیا می‌دانید با چه سبکی بهتر یاد می‌گیرید؟ شاید علاقه زیادی نداشته باشید که هر ماه یک کتاب غیرداستانی مطالعه کنید، اما به جای آن می‌توانید به پادکست‌های مرتبط با کسب و کار خود گوش کنید، نگاهی به مجلات بازرگانی ببینید، به کتاب‌های صوتی گوش دهید، برنامه‌های مستند مرتبط نگاه کنید

و یا از طریق نهادهایی مثل سایت Udemy (www.udemy.com) و سایت Coursera (www.coursera.com) در کلاس‌های آنلاین شرکت کنید. این خیلی مهم است که متوجه شوید با چه سبکی بهتر یاد می‌گیرید و عادات مصرف محتوای خود را بر اساس آن اصلاح کنید. اگر از راه گوش دادن یاد می‌گیرید، از سایت‌هایی مثل Audible (www.audible.com) یا Audiobooks (www.audiobooks.com) به پادکست‌های بازرگانی و کتاب‌های صوتی گوش کنید. اگر با انجام دادن یاد می‌گیرید، در دوره‌های کالج یا کارگاه‌های آموزشی مرتبط با حرفه خود شرکت کنید. و اگر عاشق مطالعه هستید، میلیون‌ها کتاب غیرداستانی برای انتخاب وجود دارد. در واقع، نکته اصلی این است که ابتدا متوجه شوید با چه سبکی بهتر یاد می‌گیرید و سپس مصرف محتوا از رسانه‌هایی است که برای سبک شما مناسب هستند.

البته خود من شخصاً نمی‌توانم برای مدت زمان طولانی روی یک فعالیت تمرکز کنم. به همین دلیل هر روز 20 دقیقه از زمان خود را به مطالعه اختصاص می‌دهم، سپس گاهی برای تنوع به پادکست‌ها و کتاب‌های صوتی گوش می‌دهم. همچنین هر سال در چندین دوره آنلاین و حضوری شرکت می‌کنم. بنابراین سالانه 50 الی 75 کتاب می‌خوانم و به طور هفتگی به چند ده پادکست مختلف گوش می‌دهم.

اگر هنوز شبیه یک یادگیرنده مداوم رفتار نمی‌کنید، از همین امروز شروع کنید. در این مسیر بهتر است واقع بین باشید، زیرا شاید این کتاب‌ها و پادکست‌ها فوراً باعث موفقیت کسب و کار شما نشوند. اما بدون شک پایگاه دانشی شما را شکل می‌دهند و باعث می‌شوند به مرور زمان به بینش‌های زیادی دست یابید. در نتیجه می‌توانید از فرصت‌هایی پرده بردارید که شما را در مسیر موفقیت قرار خواهند داد. مثلاً کسب و کار من تا قبل از سال 2011 تنها به درآمد تبلیغات وابسته بود. به لطف پادکست‌هایی که آن زمان گوش دادم، متوجه شدم که ارزشمندترین دارایی یک کسب و کار، داشتن لیست بلند بالایی از ایمیل‌ها است و تضمین پایداری بلندمدت یک کسب و کار منوط به ایجاد مخاطب و برقراری ارتباط منظم با آن‌هاست. من بر اساس این تجربه‌ها، شروع به ارائه یک خبرنامه روزانه در وبسایت‌های خبری مالی‌ام کردم که منجر به ایجاد شبکه تحلیل رتبه‌بندی (Analyst Ratings Network) شد.

تنش بین یادگرفتن و دست به کار شدن

همواره بین یادگیری برای تبدیل شدن به یک کارآفرین بهتر و تلاش برای رشد کسب و کار، یک تنش و کشمکش وجود دارد. اگرچه یادگیری مداوم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق ضروری است، اما باز هم می‌گوییم انتظار نداشته باشید که تنها با خواندن جدیدترین کتاب‌های بازرگانی و گوش دادن به پادکست‌ها در کسب و کار شما معجزه شود. زیرا تا زمانی که دست به کار نشوید، هیچ کدام از آن‌ها فایده‌ای ندارند. به همین دلیل بخشی از زمان خود را در روز به یادگیری و بخشی را به عمل اختصاص دهید.

گام‌های عملی:

- سبک یادگیری متناسب با خود را شناسایی کنید.
- متعهد شوید که هر ماه یک کتاب غیرداستانی بخوانید و به دو یا سه پادکست اقتصادی گوش دهید.
- از دوستان و همکاران تجاری خود بخواهید کتاب‌هایی که می‌خوانند را به شما معرفی کنند.

قانون شماره 5: خانواده خود را فراموش نکنید

کارآفرینان افرادی پرشور، کوشا و با انگیزه هستند و از سخت کوشی هراسی ندارند؛ به طوری که می‌توانند 60 یا 70 ساعت در هفته برای رشد کسب و کار خود تلاش کنند. اگرچه این پشتکار آن‌ها قابل تحسین است، اما شاید کار کردن برای ساعات طولانی تا حدی غیرعقلانه باشد.

زمانی که تنها تمرکز خود را روی کار می‌گذارید، طبیعی است که از چیزهای دیگر غافل شوید. مثلاً شاید تماشای مسابقه فوتبال پسران را از دست دهید، کنسرت سرود دختران را فراموش کنید، دلتنگ دوره‌های شاد خانوادگی شوید، یا زمانی که فرزندان یا همسران بخواهند آخر هفته با هم باشید، به آن‌ها بگویید که وقت ندارید و سرتان خیلی شلوغ است. و شما برای تمام این بی‌توجهی‌ها یک توجیه منطقی دارید: اینکه به خاطر آن‌ها مشغول راه‌اندازی کسب و کار خود هستید. درست است؟

وقت گذاشتن برای خانواده را فدا نکنید

برخی کارآفرینان فکر می‌کنند برای موفقیت در کسب و کار، باید زمان کمتری به خانواده خود اختصاص دهند. اما این صحیح نیست. به نظر من، هم برای انجام کسب و کار و هم برای رسیدگی به کارهای روزمره، زمان کافی در هر هفته وجود دارد. تنها کافیست زمان خود را برنامه‌ریزی کنید. فرض کنید اگر 40 ساعت در هفته را به کار روزانه، 56 ساعت را برای خواب و 10 ساعت را برای غذا خوردن، دوش گرفتن و غیره اختصاص دهید، هنوز 62 ساعت برای گذراندن در کنار خانواده و رشد و توسعه کسب و کار خود زمان دارید.

اما اگر یک برنامه به هم ریخته داشته باشید، هر بار باید یک کار را فدای کار دیگر کنید. اگر 60 یا 70 ساعت در هفته کار می‌کنید، دیگر نباید انتظار یک خانواده با کیفیت را داشته باشید. بنابراین، وقت گذاشتن برای خانواده را در برنامه کاری خود بنویسید و آن‌ها را در اولویت قرار دهید.

خانواده شما باید مطلع باشند

این کاملاً منطقی است که در روزهای اولیه راهاندازی کسب و کار خود بیش از معمول کار کنید، اما باید مطمئن شوید خانواده‌تان در جریان این کار شما هستند. مثلاً، اگر تصمیم دارید برای 6 ماه آینده 80 ساعت کار کنید، اهداف و تعهدات خود را برای خانواده‌تان مشخص کنید. اگر متأهل هستید، قطعاً همسرتان باید با کسب و کار شما هماهنگ باشد. او باید بداند چه وقت‌هایی می‌خواهید اضافه کاری کنید و چه وقتی هم کار تمام شود. و اگر صاحب فرزند هستید، باید به شیوه‌ای مناسب به آن‌ها توضیح دهید که چرا می‌خواهید کسب و کار خود را راهاندازی کنید و این برای آن‌ها چه معنی دارد.

هرگز فراموش نکنید که چرا می‌خواستید کسب و کار خود را راهاندازی کنید؛ تا از ساعات کار اداری فرار و وقت بیشتری را با خانواده خود سپری کنید. پس اگر کسب و کار شما، تمام وقتتان را گرفته است و نمی‌توانید به اندازه کافی در کنار خانواده باشید، در هدف خود از ایجاد کسب و کار شکست خورده‌اید. بنابراین کسب و کار اینترنتی خود را به قیمت فدا کردن روابط خانوادگی ایجاد نکنید.

گام‌های عملی:

- یک برنامه کاری واقع بینانه ایجاد کنید.
- در مورد برنامه کاری، اهداف و جدول زمانی با همسر خود صحبت کنید.
- در تقویم کاری خود، برای خودتان و هر یک از اعضای خانواده‌تان زمان اختصاص دهید.

قانون شماره 6: هر بار تنها در یک مسیر حرکت کنید

خیلی بعید است که یک کارآفرین در سرش تنها یک ایده کسب و کار داشته باشد. مثلاً خود من در کامپیوترم یک پوشه شامل بیست یا سی ایده مختلف تجاری دارم که اگر وقت و منابع اجازه دهند، می‌توانم آن‌ها را دنبال کنم. وقتی می‌خواهید تصمیم بگیرید که زمان و انرژی خود را به کدام ایده اختصاص دهید، حواستان خیلی باید جمع باشد؛ زیرا منابع محدودی دارید.

اگر تنها به این خاطر می‌خواهید روی یک ایده تجاری کار کنید که دوستتان فکریایی برای آن دارد و یا می‌خواهد با شما شریک شود، اصلاً دلیل مناسبی نیست. به عبارت دیگر، شما نباید تنها به خاطر آسان بودن اجرای یک ایده و اینکه پول زیادی به شما خواهد داد، تصمیم بگیرید روی آن کار کنید.

شما تنها باید روی ایده‌ای کار کنید که به آن بسیار علاقه دارید و معتقدید بیشترین شانس موفقیت را خواهد داشت.

هر بار تنها یک کسب و کار راه‌اندازی کنید

یکی از اشتباهات رایج کارآفرینان نوپا این است که به طور همزمان روی چندین ایده تجاری فعالیت می‌کنند. آن‌ها به کارآفرینانی مانند راب والینگ (www.thenumagroup.com)، پاتریک مک کنزی (www.kalzumeus.com) و پت فلین (www.patflynn.me) نگاه می‌کنند و می‌خواهند مانند آن‌ها موفق شوند. اگرچه من به شدت معتقدم که داشتن یک رزومه قوی کارآفرینی می‌تواند در موفقیت بسیار تأثیرگذار باشد، اما این بدان معنی نیست که می‌توانید همزمان روی چند کسب و کار فعالیت کنید.

معمولاً کسب و کارهای موفق کارآفرینان با یک ایده تجاری شروع می‌شود. سپس آن‌ها تمام تلاش و انرژی خود را صرف توسعه آن می‌کنند. بعد از اینکه کسب و کار ایجاد و موفق شد، چندین نفر را استخدام می‌کنند تا کارهای روزمره آن را انجام دهند و دیگر لازم نباشد شخصاً به آن‌ها رسیدگی کنند. آن‌ها تنها زمانی سراغ ایده بزرگ بعدی می‌روند که پروژه قبلی