

۸ اشتباه که هنگام تهیه طرح تجاری باید از آنها اجتناب کنیم

به هنگام تهیه یک طرح تجاری چه اشتباهاتی ممکن است رخ دهد؟

?

در ادامه به بررسی ۸ اشتباه رایج که باید از آنها اجتناب شود می‌پردازیم



05

تکرار کردن مداوم یک ایده

از تکرار کردن ایده‌ها، اصطلاحات و فرمول‌های موجود در طرح‌های تجاری مختلف خودداری کنید. هیچ کس تمایل ندارد که یک موضوع را دائماً بشنود و سرانجام از تکرار آن خسته خواهد شد. بنابراین بهتر است از پیام و هسته اصلی موجود در طرح تجاری‌تان اطمینان حاصل کنید اما همزمان باید برای ارائه این هسته اصلی خلاق بوده و آن را به صورت متنوع و انعطاف‌پذیر به مخاطبان عرضه کنید.



01

ارائه یک طرح تجاری به تعداد زیادی از افراد

نمی‌توان انتظار داشت که یک طرح تجاری مورد توجه همه افراد قرار بگیرد. با در نظر گرفتن این نکته مهم باید طرح تجاری مورد نظر‌تان را با توجه به هدف یا مشکل موجود در یک مجموعه تجاری یا صنعتی تهیه کنید. در غیراین صورت شاهد عدم اعتماد مخاطبان‌تان خواهید شد چرا که طرح تجاری ثابت و انعطاف‌ناپذیر شما نمی‌تواند همه مشکلات موجود را حل کرده یا تمامی اهداف شرکت‌های تجاری را برآورده کند.

استفاده مکرر از اصطلاحات شغلی و حرفه‌ای

06



به یاد داشته باشید که افراد فعال در یک حوزه تجاری و صنعتی با اصطلاحات و کلمات رایج حرفه‌ای در زمینه کاری خود آشنا هستند. چنانچه شما از دانش فنی در یک حوزه تجاری و صنعتی برخوردار هستید بهتر است از کلمات و عبارات ساده و قابل فهم در طرح تجاری خود استفاده کنید از این طریق بهتر می‌توانید کسب‌وکار مورد نظر را معرفی کرده و برای توسعه آن طرح تجاری مناسبی تهیه کنید.

تهیه یک طرح تجاری خسته کننده

02



چنانچه یکی از مشتریان‌تان با مطالعه دوصفحه از طرح تجاری تهیه شده توسط شما احساس خستگی و بی‌حوصلگی کند، نشان‌دهنده آن است که طرح تهیه شده توسط شما بدون توجه به نیازهای وی تدوین شده است. طرح‌های تجاری باید طوری تهیه و تنظیم شوند که از همان صفحه نخست مخاطب با مطالعه آن احساس خوبی داشته و با هیجان و علاقه تا انتهای طرح را مطالعه کند. فراموش نکنید که صفحه نخست طرح شما که به نوعی جلد آن به شمار می‌رود از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، پس با طراحی یک لوگوی زیبا نظر مخاطبان‌تان را جلب کنید.

07

عدم ثبات در تهیه و تدوین طرح‌های تجاری



به یاد داشته باشید که استفاده از اطلاعات و داده‌های مناسب و معتبر در طرح تجاری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. به‌عنوان مثال استفاده از یک جدول اقتصادی در طرح تجاری منجر به تضعیف اطلاعات ارائه شده در قسمت‌های قبلی نخواهد شد. اطمینان بیاپید که تمامی آمارها و داده‌های ارائه شده درباره حوزه تجاری و صنعتی مورد نظر شما و همچنین رقبای‌تان دقیق و معتبر بوده و به آسانی قابل درک باشد.

03

خوشبینی مفرط درباره اندازه و حجم بازار



اگرچه برنامه‌ریزی برای یک بازار بزرگ و گسترده برای کسب درآمد بیشتر در یک طرح تجاری بسیار جذاب و اغواکننده به نظر می‌رسد، عدم توجه به برآوردهای اقتصادی معمولاً موجب بدبینی سرمایه‌گذاران نسبت به طرح‌های شما می‌شود. استفاده از اعداد بزرگ و گسترده نشان دادن بازار در تهیه طرح تجاری به معنای عدم اطلاع کافی شما از وضعیت بازار و نحوه ورود به آن تلقی می‌شود. بنابراین از وعده‌های بزرگ پرهیز کنید مگر آنکه از تحقق آنها اطمینان داشته باشید.

ناتوانی در استفاده از بازخوردهای ارائه شده توسط مخاطبان

08



ارائه یک طرح تجاری ناقص و سرشار از اشتباهات حرفه‌ای و منطقی بسیار بدتر از آن است که هیچ طرحی به سرمایه‌گذاران ارائه نکنیم. بنابراین بهترین راه ممکن برقراری ارتباط دوستانه با تهیه‌کنندگان باسابقه طرح‌های تجاری و استفاده از تجربیات و نکات ارزشمند ارائه شده از سوی آنها است. پس از طی این مرحله می‌توانید یک طرح تجاری نسبتاً مناسب را تهیه و به یک سرمایه‌گذار عرضه کنید.

عدم برخورداری از اعتماد به نفس در فروش محصولات

04



حتی اگر طرح تجاری اولیه تهیه شده از ارزش بسیار بالایی برخوردار است، شما باید اقدامات رقبا و اثرگذاری این اقدامات بر فرآیند فروش خدمات و کالاهای‌تان را در محاسبات خود در نظر بگیرید. برای مثال در نظر گرفتن راه‌حل‌های مختلف برای حل مشکلات یکی از راه‌های خنثی کردن تهدیدات به شمار می‌رود. بررسی راه‌های مختلف هزینه کردن توسط مشتریان و مطالعه وضعیت بازار از جمله اقداماتی است که باید در جهت حفظ شرایط رقابتی خود صورت دهید.