

قدم پانزدهم برای راه اندازی استارتاپ؛ برقراری روابط کاری

در بخش قبلی این مجموعه، در مورد تولید محتوا برای جذب مشتری صحبت کردیم. در این بخش، برقراری روابط کاری را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

برای دستیابی به موفقیت در کسب و کار راه درازی باید بروید، و در این سفر، با افرادی ملاقات می‌کنید که در مسیر کمکتان خواهند کرد. برقراری ارتباط، مختص ما انسان‌هاست، و این اقدامی حیاتی است که نه تنها به‌عنوان کارآفرین، بلکه در زندگی شخصی خودمان هم انجام می‌دهیم. حتی در محیط کسب و کار مدرن، که همه چیز نشأت گرفته از فن‌آوری و اینترنت اشیا است، در نهایت انسان‌ها در پشت کیبورد بوده و نهایتاً آنها هستند که شرکت شما را به جایی رسانده یا زمین می‌زنند. وقتی برای رشد و توسعه‌ی کسب‌وکار خود کار می‌کنید، نباید اهمیت نقش روابط انسانی در رسیدن به مقصدتان را فراموش کنید.

برقراری ارتباط با دیگر کارآفرینان و حضور افرادی که جان‌کندن هر روزه در دنیای استارت‌آپ را می‌فهمند، به‌عنوان مربی یا دوست، راه نجاتی برای خروج از مشکلات و ناکامی‌ها پیش‌رویتان می‌گذارد. آنها نه تنها سنگ صبورتان می‌شوند، بلکه می‌توانند در صورت لزوم درباره‌ی مسائلی که پیش می‌آید، به شما مشورت بدهند. داشتن دیدگاه شخص دیگری که خودش مشکل خاصی را از سر گذرانده یا به اندازه‌ی کافی از آن دور هست که بتواند دیدگاه تازه‌ای ارائه دهد، بسیار گران‌بهاست و همین شبکه در دیگر برهه‌هایی که به کمک نیاز دارید هم می‌تواند شما را به هر نحو ممکن یاری کند.

شبکه‌ای که ایجاد کرده‌اید می‌تواند به ملاقات با افراد دیگری منجر شود که در غیراین‌صورت ملاقاتشان نمی‌کردید و حالا شاید بتوانند شما را در شناخت مسیر یا طی کردن آن یاری کنند. اگر سعی دارید برای شراکت یا ارائه‌ی محصولات وارد شرکتی شوید، معرفی از جانب یک دوست یا آشنای مشترک ثمربخش‌تر خواهد بود تا یک معرفی سرد از طریق ایمیل یا تلفن. رابط مشترک شما می‌تواند درباره‌ی خصوصیات و توانمندی‌های شما به‌عنوان یک فرد و یک کارآفرین صحبت کند، یا صراحتاً یا به‌طور ضمنی در قالب این واقعیت که آنها به‌عنوان یک دوست یا همکار، از شما شناخت کافی دارند و می‌توانند معرفیتان کنند. حتی اگر این معرفی‌ها در ابتدا چندان ثمربخش نباشد، اما هرگز ضرری هم برای گسترش شبکه‌ی ارتباطاتان ندارد، چرا که نمی‌توانید پیش‌بینی کنید روابطی که حالا ایجاد می‌کنید، بعدها به چه شکل غیرمنتظره‌ای مفید واقع خواهند شد.

شراکت یکی از مهم‌ترین راه‌های سودآور برای کسب و کار شماست. محصول شما هرچه‌قدر هم که عالی باشد، احتمالاً تمام نیازهای مشتریان‌تان را برآورده نخواهد کرد، یا فروش و بازاریابی شما شاید نتواند آن تعداد مشتریان احتمالی را که می‌خواهید جذب کند. شراکت‌هایی که محصولات مکمل یکدیگر دارند، باعث می‌شود که آنها به یکدیگر کمک کرده و محصولات بیشتری را به مشتریان عرضه کنند تا خودشان را از رقبایشان متمایز سازند. شراکت‌هایی از این دست می‌توانند زاینده‌ی منافع یا حتی نیاز مشترک باشند، اما به واسطه‌ی رابطه‌ی محکم میان دو طرف، شکل گرفته و حفظ می‌شوند، رابطه‌ای که بر فهم و درک مشترک استوار است.

باید همان‌قدر که ممکن است از شبکه‌ی ارتباطی خود سود ببرید، سود هم برسانید. شما از سخاوت اطرافیان خود منتفع شده‌اید، و سزاوار است که وقتی دیگران برای کمک و راهنمایی نزد شما می‌آیند، همان سخاوت را نشان دهید. حتی در مواردی که درخواستی از جانب کسی دریافت می‌کنید که قبلاً کاری برایتان نکرده، کمک کردن در حد توانتان بدون فکر کردن به فایده‌ی آن، روح همکاری را تقویت خواهد کرد، روحی که امید می‌رود آنها هم در نهایت با دیگران تقسیم کنند.

شاید مهم‌ترین رابطه‌ای که می‌توانید برقرار کنید، ارتباط با مشتریان‌تان باشد. شما همواره در تلاشید تا محصول خود را از بقیه متمایز کنید، اما در مواردی که انتخاب میان گزینه‌های ظاهراً مشابه می‌تواند برای خریداران سخت باشد، این تأثیر و ردپای شخصی و منحصر به‌فرد شماست که می‌تواند میان به فروش رساندن محصول و باختن آن به رقیب، تفاوت ایجاد کند. بسته به صنعت و مدل

کسب و کارتان، باید سطح تعامل درست برای شرکت و محصول خود را تعریف کنید. مثلاً، اگر محصول SaaS (نرم افزار به مثابه سرویس) را به قیمت ماهیانه ۲۰ دلار عرضه می کنید، دیگر معنا ندارد که تیم فروشتان با تمام مشتریان یا مشتریان احتمالی تماس بگیرد. باین حال، تماس تلفنی یا گفتگوی آنلاین در مواقع مناسب، در کنار ایمیل های پیگیری و وجود واحد پشتیبانی پاسخگوی مشتریان، نشان می دهد که شما به مشتریان خود اهمیت داده و می خواهید مطمئن شوید که آنها از آنچه برای ارائه دارید، بیشترین بهره را می برند.

کسب و کار می تواند ماهیتاً تعاملی باشد، اما باز هم توسط انسان ها انجام گیرد. این روابط انسانی است که به ما کمک می کند کسب و کارمان را از راه دوستی ها، شراکت ها و مشتریانمان توسعه دهیم؛ حفظ این روابط و برقراری روابط جدید برای موفقیت لازم است.

حتماً مقاله بعدی از این مجموعه را که درباره ی بررسی وضعیت موجود است بخوانید.

