



KHỞI NGHIỆP KINH DOANH

Phát triển doanh nghiệp của bạn: Các bước dẫn đến thành công

Sau khi vất vả viết xong bản kế hoạch kinh doanh, bảo đảm nguồn kinh phí, thuê nhân viên và mua hàng để sẵn trong kho, bạn cuối cùng đã sẵn sàng kinh doanh. Bây giờ cần làm những gì? Các bước sau đây sẽ dẫn bạn đến với con đường hướng tới thành công.

Xem xét lại kế hoạch kinh doanh

Bước đầu tiên để phát triển doanh nghiệp là phải hiểu nó, và cách tốt nhất để hiểu nó là xem xét lại kế hoạch kinh doanh của bạn. Sứ mệnh của doanh nghiệp của bạn là gì? Đây là những giá trị cốt lõi của nó? Các mục tiêu ngắn và dài hạn của nó ra sao? Chúng có phù hợp với sứ mệnh hay không? Để thành công, sứ mệnh của bạn phải là kim chỉ nam cho sự phát triển của doanh nghiệp.

Tình hình tài chính và vị trí hiện tại trên thị trường của doanh nghiệp bạn là gì? Làm thế nào để sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn khác với những doanh nghiệp khác trên thị trường? Các biên lợi nhuận hay thua lỗ của bạn là bao nhiêu? Chúng có làm nảy sinh các khó khăn về dòng tiền không? Thị trường của bạn có những chu kỳ phát triển như thế nào, và bạn có thể kì vọng đạt được sự tăng trưởng như thế nào? Có bất kỳ xu hướng chính nào trong hành vi của khách hàng hay không? Theo sát doanh nghiệp và thị trường của nó sẽ giúp bạn chuẩn bị tốt để thành công.

Hiểu về đối thủ kinh doanh của mình

Hãy xác định các doanh nghiệp tốt nhất trong lĩnh vực của bạn. Điều gì làm cho họ nổi trội? Doanh nghiệp của bạn so với họ thế nào? Bằng cách đánh giá những thế mạnh của đối thủ, bạn có thể xác định được các yếu tố giúp họ hơn người. Hãy tìm cách áp dụng những cách làm tốt nhất của họ vào hoạt động kinh doanh của bạn.



Bắt kịp tốc độ cho doanh nghiệp của bạn với thị trường sẽ đưa bạn tới thành công. (©Jupiter Images/Brand X Pictures/Thinkstock)

Bạn cũng cần tìm hiểu những điểm yếu của đối thủ. Họ có bỏ qua các thị trường hay thờ ơ với những yêu cầu của khách hàng không? Hãy tìm những cơ hội mà họ bỏ qua và tận dụng chúng.

Tạo ra một văn hóa tích cực

Để thu hút cả khách hàng và nhân viên, hãy truyền niềm đam mê kinh doanh của bạn cho những người khác. Ví dụ, hãy thể hiện rằng doanh nghiệp của bạn là một thành viên có trách nhiệm với cộng đồng bằng cách dùng một phần tiền thu được để làm từ thiện hoặc sản xuất các sản phẩm thân thiện với môi trường. Nếu doanh nghiệp của bạn cam kết phục vụ cộng đồng hơn là chỉ cung cấp một sản phẩm hoặc dịch vụ thì khách hàng và nhân viên của bạn sẽ trở nên gắn bó với doanh nghiệp của bạn. Hãy đảm bảo rằng các chương trình đóng góp cho xã hội của bạn nhất quán với sứ mệnh kinh doanh mà bạn đặt ra.

Hãy luôn có những con người tài năng quanh mình và khuyến khích họ đổi mới. Hãy hỏi ý kiến của họ và thực hiện những gì họ đề xuất. Hãy xác định mục tiêu cụ thể để phát triển - không chỉ cho cả công ty mà còn cho từng nhân viên. Điều này làm tăng trách nhiệm, khuyến khích nhân viên phát triển kỹ năng của họ, và làm nổi bật thành tích cá nhân. Hãy thiết lập một kế hoạch định kỳ theo dõi

tiền độ hướng tới cả mục tiêu tổng thể của công ty và mục tiêu của từng nhân viên để đảm bảo rằng tất cả mọi người đều đi đúng hướng. Và hãy khen thưởng nhân viên khi họ đạt được mục tiêu.

Xây dựng lòng trung thành của khách hàng

Bởi vì những khách hàng dễ thuyết phục nhất là những khách hàng hiện tại, nên bước tiếp theo để phát triển doanh nghiệp là nâng cao sự hài lòng của khách hàng.

Hãy đối xử với khách hàng như là tài sản quan trọng nhất của bạn. Hãy lắng nghe họ. Nếu họ mua hàng ở cửa hàng hay qua điện thoại, thì bạn hãy đề nghị họ đánh giá mức độ hài lòng. Nó không chỉ mang lại cho bạn những phản hồi quý giá mà còn tạo cho khách hàng của bạn cảm giác họ được lắng nghe.

Cuối cùng, hãy khuyến khích họ để họ trở thành khách hàng trung thành. Đưa ra các chương trình giảm giá, mua hàng miễn phí hay tặng quà. Ví dụ như nếu bạn mở một quán cà phê thì cứ khi nào khách hàng uống đến cốc thứ 9 thì bạn sẽ miễn phí cho họ cốc thứ 10. Hành động thiện chí đơn giản này sẽ khiến khách hàng quay lại – và tăng khả năng họ sẽ giới thiệu với bạn bè của họ về quán của bạn.

Nuôi dưỡng những mối quan hệ kinh doanh

Phát triển kinh doanh tự trung lại chính là việc nuôi dưỡng các mối quan hệ. Có mối quan hệ tốt với các nhà cung cấp sẽ giúp bạn dễ dàng có được những điều kiện thanh toán thuận lợi. Bạn có thể đề nghị gia hạn, rút ngắn thời gian hoặc được giảm giá khi mua số lượng nhiều. Mỗi thuận lợi này đều giúp bạn cải thiện dòng tiền và có vốn để mở rộng. Những mối quan hệ tích cực với các nhà cung cấp còn cho phép bạn tiếp cận với những thông tin sâu về thị trường. Hãy nói chuyện với các nhà cung cấp về các hỗn hợp sản phẩm hay dịch vụ của bạn, thảo luận về các xu hướng của ngành và của thị trường, và hãy hỏi họ xem cơ hội nằm ở đâu.

Mối quan hệ với những nhà đầu tư cũng cực kỳ quan trọng. Hãy thiết lập mối quan hệ bền chặt với nhiều nguồn tài chính, ví dụ như các bên cho vay, các nhà đầu tư cá nhân và các công ty cổ phần tư nhân. Hãy gặp gỡ họ trước khi bạn cần tiền để nói chuyện với họ về sứ mệnh, mục tiêu và kế hoạch thời gian của bạn. Hãy hỏi ý kiến của họ và cập



Hãy lắng nghe khách hàng. Khi nói chuyện với họ tại cửa hàng hay qua điện thoại, hãy đề nghị họ đánh giá cảm nhận về sản phẩm và dịch vụ của bạn. (© Jupiter Images/Goodshoot/Thinkstock)

nhật cho họ về những tiến bộ của bạn. Điều này xây dựng nền tảng cho lòng tin mà bạn có thể dựa vào khi doanh nghiệp của bạn cần vốn để phát triển.

Mở rộng phạm vi kinh doanh của bạn

Khi bạn đã xây dựng được các mối quan hệ vững mạnh thì hãy nghĩ đến việc mở rộng.

Bạn có thể thêm vào một sản phẩm hay dịch vụ bổ sung cho sản phẩm hay dịch vụ mà bạn đang cung cấp không? Liệu nó có hấp dẫn đối với khách hàng hiện tại của bạn không? Bạn có thể sử dụng doanh thu và các nguồn lực hiện tại để tạo ra hay cung cấp sản phẩm hay dịch vụ đó không? Liệu việc đó có ít rủi ro về vốn hay tài chính nào không? Nếu câu trả lời là có thì việc mở rộng các sản phẩm hay dịch vụ là việc bạn nên làm.

Nếu có một phân khúc thị trường khác hay một nhu cầu khác của khách hàng mà bạn có thể đáp ứng, thì việc khám phá thị trường ngách có thể là hướng phát triển của bạn. Bạn cũng có thể mở rộng các kênh phân phối bằng một trang web, một địa điểm mới hay một đồng minh có lĩnh vực kinh doanh bổ trợ cho doanh nghiệp của bạn.

Hãy nhớ rằng việc mở rộng sẽ đặt bạn quay lại mốc khởi động; đừng nên cùng một lúc theo đuổi nhiều cơ hội mở rộng khác nhau. Hãy đảm bảo rằng những khách hàng hiện tại của bạn biết về sản phẩm hay dịch vụ mới trong khi bạn vẫn cần phải thu hút các khách hàng mới.

Nâng cao nhận biết

Giờ thì bạn đã có mọi thứ sẵn sàng, hãy nâng cao nhận biết của công chúng về sản phẩm dịch vụ của

bạn thông qua các chương trình khuyến mại, quảng cáo và xây dựng mạng lưới quan hệ.

Trước khi chạy một chương trình khuyến mại hay quảng cáo, hãy xác định rõ ràng các mục tiêu của mình. Bạn muốn tạo ra sự nhận diện thương hiệu tốt hơn hay muốn thúc đẩy doanh số bán hàng hàng quý? Bạn đang tập trung vào các khách hàng mới hay các khách hàng hiện tại? Cách nào là tốt nhất để đạt được những mục tiêu này? Trả lời được các câu hỏi trên có thể giúp bạn xây dựng chương trình quảng bá tốt hơn và lựa chọn được phương tiện truyền thông tốt nhất và những thông điệp tốt nhất cho những quảng cáo của mình.

Bạn chính là đại sứ tốt nhất cho doanh nghiệp của bạn, do vậy bạn cần thử mở rộng mạng lưới mối quan hệ, với chi phí thấp nhưng có tác động lớn để nâng cao nhận biết. Hãy tổ chức hay tham gia các sự kiện và gia nhập những tổ chức có những người trong và ngoài ngành. Có ai trong cộng đồng của bạn mà biết hết mọi người, là người đầu tiên biết về mọi việc hay luôn biết về những điều thú vị đầu tiên không? Hãy xây dựng quan hệ với những người như vậy và hãy cho họ biết về việc mở rộng vào một mảng mới. Nhưng phải nhớ chuẩn bị thật kĩ nếu bạn muốn gây ấn tượng cho họ về chuyên môn của mình.

Gắn kết cộng đồng

Các phương tiện thông tin đại chúng tạo cho bạn rất nhiều công cụ khác nhau để thông báo và kết nối với những khách hàng mới cũng như những khách hàng hiện tại của bạn. Để mở rộng công việc kinh doanh, hãy để cộng đồng cùng tham gia trực tuyến thông qua các phương tiện truyền thông xã hội.



Hãy dùng mạng xã hội để thu hút khách hàng. Ví dụ bạn có thể tổ chức cuộc thi đặt tên cho một món ăn mới. (© iStockphoto//Thinkstock)

Các mạng xã hội nào là thông dụng nhất đối với những đối tượng mục tiêu của bạn? Chúng có cho bạn tiếp cận với những đối tượng khách hàng mà trước đây bạn chưa nghĩ đến? Mỗi mạng truyền thông xã hội đều có đặc điểm riêng; do đó, hãy tìm hiểu xem ưu nhược điểm của chúng là gì trước khi bạn tham gia vào.

Cuối cùng, hãy nhớ rằng mục đích của các phương tiện truyền thông xã hội này là để bạn có cơ hội trao đổi với các khách hàng của mình về doanh nghiệp cũng như các sản phẩm mà doanh nghiệp bạn cung cấp. Hãy phản hồi các tin nhắn và lời nhận xét. Đừng sợ bị chỉ trích – hãy đón nhận những chỉ trích đó và thực hiện các hành động khắc phục. Thu hút mọi người theo dõi mạng bằng cách đặt ra câu hỏi, tổ chức những cuộc thi và đưa ra các chương trình khuyến mại đặc biệt. Ví dụ, nếu bạn có một cửa hàng bánh sandwich, hãy tổ chức một cuộc thi đặt tên cho một món mới trong thực đơn. Hãy sử dụng những hình ảnh, video để thu hút được nhiều sự chú ý nhất và cũng đừng quên đưa kèm đường dẫn vào trang web của bạn.

Làm việc một cách thông minh

Bạn đã xây dựng được những mối quan hệ bền chặt với nhân viên, khách hàng, nhà cung cấp, nhà đầu tư và các thành viên cộng đồng. Hãy sử dụng những mối quan hệ này để thúc đẩy doanh thu. Hãy sử dụng chuyên môn của họ để tối ưu hóa các quy trình công việc. Khuyến khích các khách hàng hiện tại thử mua một sản phẩm tốt hơn hoặc mua một sản phẩm bổ sung. Thuyết phục các đối tác kinh doanh đưa thêm sản phẩm hay dịch vụ của bạn vào trong danh mục bán hàng của họ.

Một cách khác để làm việc có hiệu quả hơn là áp dụng công nghệ mới. Hãy nói chuyện với các nhà cung cấp và những người khác trong cộng đồng của bạn để tìm ra xem liệu có công cụ nào có thể giúp bạn hợp lý hóa hơn nữa các hoạt động kinh doanh của mình hay không. Ví dụ, có thể có một phần mềm giúp bạn theo dõi hàng tồn kho hay theo dõi thói quen mua hàng của khách hàng. Hãy cân nhắc giữa chi phí cho công nghệ mới với khoản lãi có thể tạo ra. Có thể ban đầu sẽ mất một khoản chi phí để áp dụng công nghệ mới nhưng về lâu dài nó sẽ mang lại lợi ích.