

نقشهٔ راه برنامه‌ریز کسب‌وکار

آیندهٔ خود را تصور کنید، برای کسب‌وکار خود برنامه‌ریزی کنید، آن را به واقعیت تبدیل کنید

کتاب‌هایی از دن بودرو
طرح و برنامهٔ کسب‌وکار یا BUST!

ترجمه: دکتر حمید علاقه‌بند

سرشناسه	: بودرو، دن Boudreau, Dan
عنوان و نام پدیدآور	: نقشه راه برنامه ریز کسب و کار : آینده خود را تصور کنید، برای کسب و کار خود برنامه ریزی کنید، آن را به واقعیت تبدیل کنید از دن بودرو ؛ ترجمه حمید علاقه بند ؛ ویراستار نیلوفر یگانگی.
مشخصات نشر	: تهران : جادوی قلم ، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۳۳۷ص؛ ۵/۱۴×۵/۲۱ س.م.
شابک	: 978-622-7958-02-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: Business planner's road map: Imagine Your Future/ عنوان اصلی: Plan Your Business/ Make It Real, 2019.
موضوع	: برنامه ریزی سازمانی Business planning کسب و کار -- مدیریت Business Management --
شناسه افزوده	: علاقه بند، حمید، ۱۳۵۳ - مترجم
رده بندی کنگره	: HD۲۰/۲۸ :
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۱ :
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۶۶۷۸۳۴
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

نام کتاب: نقشه راه برنامه ریز کسب و کار (آینده خود را تصور کنید، برای کسب و کار خود برنامه ریزی کنید، آن را به واقعیت تبدیل کنید)

کتاب هایی از دن بودرو

طرح و برنامه کسب و کار یا BUST!

ترجمه: دکتر حمید علاقه بند

ناشر: انتشارات جادوی قلم

طراح جلد: بهناز براتی

ویراستار: نیلوفر یگانگی

صفحه آرا: حامده حاجی ابراهیمی

قطع: رقعی

تعداد صفحه: ۳۳۷ صفحه

نوبت چاپ: اول / ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۷-۰۲-۷۹۵۸-۶۲۲-۹۷۸

بها: ۹۵۰۰۰۰ ریال

سخن مترجم:

آیا رویای شروع یا توسعه‌ی یک تجارت کوچک را دارید؟

آیا خود را به عنوان یک صاحب کسب‌وکار محترم تصور می‌کنید؟ آیا مشتاق هستید که امور مالی خود را در دست بگیرید و امنیت شغلی خود را ایجاد کنید؟ آیا از کار با حداقل دستمزد خسته شده‌اید و مشتاق هستید که وقت و خلاقیت خود را برای کاری که دوست دارید سرمایه‌گذاری کنید؟

برای دستیابی به همه‌ی این موارد، شما نیاز به یک طرح تجاری دارید. در این کتاب الهام بخش و اعتماد ساز، دان بودرو، مالک و مشاور بیش از ۴۰ سال، به صورت گام به گام به شما نشان می‌دهد که چگونه می‌توانید ریسک را به حداقل برسانید و با یک برنامه‌ی تجاری عملی، کسب‌وکار خود را به صورت استراتژیک بسازید.

این کتاب به شما امکان می‌دهد:

- چشم انداز، مأموریت و اهداف خود را روشن کنید.
- اطمینان حاصل کنید که مشتریان محصولات و خدمات شما را خریداری می‌کنند.
- سریع و آسان پیش‌بینی‌های مالی چند ساله ایجاد کنید.
- سرمایه و افراد مورد نیاز خود را در زمان نیاز به آنها جذب کنید.
- با استفاده از الگو و صفحه‌ی گسترده‌ی پیش‌بینی، طرح تجاری خود را سریع بنویسید.

این کتاب کار راهی مطمئن برای اثبات امکان سنجی شما و نوشتن طرح کسب و کار برای همه‌ی مشاغل کوچک است، حتی اگر قبلاً صاحب یک کسب و کار نبوده و یا برنامه‌ای ننوشته‌اید.

اینجانب حمید علاقه‌بند، دکترای تخصصی مدیریت فناوری اطلاعات کسب و کار هوشمند، با اتکا به تجربه‌ی بیش از دو دهه برای راه‌اندازی کسب و کارهای موفق، علی‌الخصوص شرکت روان ارتباط - AEC، مطالعه‌ی این کتاب را به شما عزیزان توصیه می‌کنم.

دکتر حمید علاقه بند

h.alagheband@ravanertebat.com

h.alagheband@gmail.com

www.ketab.ir

فهرست مطالب

مقدمه	۱۷
فصل یک: جهت گیری	۳۳
وظیفه ۱: طرح کسب و کار و نقشه راه	۳۵
وظیفه ۲: انتخاب های پیش از مارجاوی	۴۰
وظیفه ۳: فضای کاری خود را سازماندهی کنید	۴۴
وظیفه ۴: جدول زمانی خود را تعیین کنید	۴۷
وظیفه ۵: هزینه های شخصی خود را محاسبه کنید	۴۹
وظیفه ۶: آینده خود را تصور کنید	۵۴
فصل دوم: پژوهش و امکان سنجی بازار	۵۷
وظیفه ۷: اهداف خود را توسعه دهید	۵۹
وظیفه ۸: پرونده کسب و کار را اثبات یا حذف کنید	۷۳
وظیفه ۹: سیستم رده بندی صنعتی آمریکای شمالی را کاوش کنید	۸۳
وظیفه ۱۰: وارد صنعت خود شوید	۸۵
وظیفه ۱۱: صنعت اینتل را جمع آوری کنید	۸۹
وظیفه ۱۲: مفروضات خود را کشف کنید	۹۱
وظیفه ۱۳: اهداف پژوهش بازار خود را شناسایی کنید	۹۶
وظیفه ۱۴: سؤالات پژوهشی بازار ثانویه خود را مشخص کنید	۱۰۰
وظیفه ۱۵: فرضیات خود را اثبات یا رد کنید	۱۰۵
وظیفه ۱۶: بخش های بازار خود را شرح دهید	۱۰۹
وظیفه ۱۷: در مورد کسب و کار خود چه آموختید؟	۱۱۱
وظیفه ۱۸: در مورد رقبای خود پژوهش کنید	۱۱۴
وظیفه ۱۹: اولویت بندی کنید و مشتریان خود را هدف قرار دهید	۱۲۶
وظیفه ۲۰: روش های پژوهش اولیه خود را انتخاب کنید	۱۳۱
وظیفه ۲۱: برای جمع آوری داده های اولیه آماده شوید	۱۳۴

وظیفه ۲۲: سوالات پژوهش اولیه بازار خود را بنویسید.....	۱۳۶
وظیفه ۲۳: از مشتریان خود نظرسنجی کنید.....	۱۴۲
وظیفه ۲۴: اطلاعات نظرسنجی بازار خود را گردآوری کرده و تحلیل کنید.....	۱۴۵
وظیفه ۲۵: مدل کسب و کار خود را شرح دهید.....	۱۴۵
وظیفه ۲۶: درخت تصمیم.....	۱۴۸
فصل سوم: مفهوم کسب و کار.....	۱۵۷
وظیفه ۲۷: کسب و کار.....	۱۵۷
وظیفه ۲۸: محصولات و خدمات.....	۱۶۳
وظیفه ۲۹: صنعت.....	۱۶۵
وظیفه ۳۰: مالک (مالکان).....	۱۶۷
وظیفه ۳۱: طرح و اهداف استراتژیک.....	۱۶۸
فصل چهارم: بازاریابی.....	۱۷۳
وظیفه ۳۲: حوزه بازار.....	۱۷۳
وظیفه ۳۳: موقعیت بازاریابی.....	۱۷۳
وظیفه ۳۴: مشخصات مشتریان.....	۱۷۵
وظیفه ۳۵: رقابت و تمایز.....	۱۷۶
وظیفه ۳۶: فروش و توزیع.....	۱۷۷
وظیفه ۳۷: خدمات و ارائه ضمانت.....	۱۷۸
وظیفه ۳۸: تصویر شرکت.....	۱۷۹
وظیفه ۳۹: تبلیغات و ارتقاء.....	۱۸۱
وظیفه ۴۰: استراتژی قیمت گذاری.....	۱۸۴
وظیفه ۴۱: طرح عملیات بازاریابی.....	۱۹۱
فصل پنجم: عملیات.....	۱۹۵
وظیفه ۴۲: توصیف عملیات.....	۱۹۵
وظیفه ۴۳: الزامات و روش های تجهیزات.....	۱۹۷
وظیفه ۴۴: مواد و ملزومات.....	۱۹۸

۲۰۰		وظیفه ۴۵: ریسک و کاهش
۲۰۶		وظیفه ۴۶: مدیریت
۲۰۸		وظیفه ۴۷: خدمات حرفه‌ای
۲۱۳		وظیفه ۴۸: کارکنان و پیمانکاران
۲۱۶		وظیفه ۴۹: طرح اقدامات عملیاتی
۲۱۹		فصل ششم: منابع مالی
۲۲۴		وظیفه ۵۰: پیش‌بینی فروش
۲۳۱		وظیفه ۵۱: توضیحات پیش‌بینی
۲۳۴		وظیفه ۵۲: پیش‌بینی‌های کار
۲۳۷		وظیفه ۵۳: پیش‌بینی جریان نقدی
۲۵۰		وظیفه ۵۴: هزینه‌های عملیاتی
۲۵۳		وظیفه ۵۵: صورتحساب درآمد پیش‌بینی شده
۲۵۹		وظیفه ۵۶: تحلیل سربه‌سر
۲۶۰		وظیفه ۵۷: ترازنامه Pro Forma
۲۶۵		وظیفه ۵۸: هزینه‌های راه‌اندازی
۲۶۹		وظیفه ۵۹: منابع و موارد استفاده از وجوه
۲۷۳		فصل هفتم: پیوست‌ها
۲۷۶		وظیفه ۶۰: رزومه
۲۸۰		وظیفه ۶۱: بیان ثروت خالص شخصی
۲۸۳		وظیفه ۶۲: گواهینامه‌ها و اعتباربخشی‌ها
۲۸۵		وظیفه ۶۳: صورت‌های مالی سابق
۲۸۶		وظیفه ۶۴: نمودار سازمانی
۲۸۶		وظیفه ۶۵: تصویب هیئت یا شورا
۲۸۷		وظیفه ۶۶: لیست مراجع
۲۸۹		وظیفه ۶۷: توصیه‌نامه
۲۹۰		وظیفه ۶۸: قراردادهای یا پیشنهادات

۲۹۱		وظیفه ۶۹: توافقتنامه مشارکت
۲۹۴		وظیفه ۷۰: قرارداد اجاره
۲۹۵		وظیفه ۷۱: اسناد بیمه
۲۹۶		وظیفه ۷۲: ارائه قیمت
۲۹۷		وظیفه ۷۳: ارزیابی ها
۲۹۸		وظیفه ۷۴: اطلاعات محیطی
۲۹۹		وظیفه ۷۵: تبلیغات
۳۰۰		وظیفه ۷۶: موارد تبلیغاتی
۳۰۱		وظیفه ۷۷: توضیح شرایط
۳۰۳		فصل هشتم: ارائه نهایی
۳۰۴		وظیفه ۷۸: صفحه عنوان
۳۰۴		وظیفه ۷۹: خلاصه اجرایی
۳۰۷		وظیفه ۸۰: جدول موضوعات
۳۰۸		وظیفه ۸۱: محرمانگی و کمی‌رایت
۳۰۹		وظیفه ۸۲: طرح کسب‌وکار خود را ارزیابی کنید
۳۱۲		وظیفه ۸۳: آیا دیگران طرح کسب‌وکار شما را نقد می‌کنند؟
۳۱۵		فصل نهم: آن را واقعی کنید
۳۱۶		۱- طرح کسب‌وکار برای شما- اولین مشتری
۳۱۸		۲- طرح کسب‌وکار برای نگهدارها
۳۱۸		۳- طرح کسب‌وکار برای بانکدار شما
۳۱۹		۴- طرح کسب‌وکار برای کارکنان شما
۳۱۹		۵- طرح کسب‌وکار برای سرمایه‌گذاران
۳۱۹		۶- جمع‌آوری اطلاعات
۳۲۰		۷- خلاصه اجرایی
۳۲۱		۸- طرح کسب‌وکار یک صفحه‌ای
۳۲۱		۹- ارتفاع آسانسور خود را افزایش دهید

مقدمه

این کتاب یک طرح سریع ثروتمند شدن یا یک روش ساخت جعبه صابون یک میلیارد دلاری نیست. این کتاب یک راه روشن برای نوشتن طرح کسب و کار خودتان است و اهمیتی ندارد که چه نوع کسب و کاری دارید (چقدر بزرگ یا چقدر کوچک است)، کار انفرادی یا تیمی است - حتی اگر کاری باشد که اولین بار توسط شما انجام شده است.

کسب و کار حوزه‌ای آشفته است. ممکن است به طور نامحسوس شروع شود. عمو جری از شما می‌خواهد که یک کار ساختمانی کوچک انجام دهید و زمانی که خیلی سرش شلوغ است به او کمک کنید. اگرچه شما در حال حاضر به صورت تمام وقت مشغول به کار هستید، اما شما این کار را انجام می‌دهید و پول نقد اضافی دریافت می‌کنید و یک دفعه می‌بینید که گرفتار شده‌اید. می‌بینید که در طول شب نیز کار روز را انجام می‌دهید، ۱۴ ساعت در روز کار می‌کنید و دستمزد هر دو هفته یک بار برای تعداد انگشت‌شماری از کارکنان پرداخت می‌شود، همچنین به دنبال قرض گرفتن یک کامیون پول هستید تا بتوانید تجهیزات خوب بخرید. خوب این یکی از راه‌های بی‌شماری است که یک شرکت می‌تواند ظهور کند. این روند به سرعت رخ می‌دهد و تقریباً هرگز طبق برنامه پیش نمی‌رود و اغلب اوقات به سرعت به شرایط افتضاحی تبدیل می‌شود و بسیاری از

سرمایه گذاری های جدید قبل از اینکه صاحبان بفهمند چه چیزی به آنها ضربه زده است به پایان می رسند.

راه اندازی یک کسب و کار کوچک مانند دعوت از یک تولد سگ کوچک است تا با شما زندگی کند. حیوانات خانگی کوچک، زیبا و دوست داشتنی بوده، در ابتدا قابل کنترل هستند و فقط ممکن است چیزهای عجیبی روی تشک خود ببینید و یا جای دندان که روی کفش های مورد علاقه ی شما باقی مانده است. ماه ها بعد، متوجه می شوید که خسارت ها بیشتر شده و به ۱۵۰ پوند می رسد و مانند آن است که روزی یک گوزن بخرید و او تمام وسایل شما را بشکند.

اکثر مردم در اولین کار خود، ساده لوح و وحشت زده ظاهر می شوند اما رو به جلو حرکت می کنند. در حالیکه بسیاری موفق می شوند، تعداد بی شماری از کارهای این آزمایش را برای مدتی اجرا می کنند و سپس به سمت کار یا تلاش دیگری می روند. در کسب و کار، همه ما در معرض سختی بقای افراد قوی با آثار آشوب هستیم و می دانیم که اقدامات خوب با شانس کور کورانه همراه است. فقط بدبختی های عظیمی که علیه کارآفرینان ایجاد می شود را در نظر بگیرید، تعجب آور است که تعداد کمی موفق می شوند، اما همه افراد تلاش می کنند و بنابراین شما هم می توانید تلاش کنید. با توجه به اینکه کارآفرینی چقدر می تواند غیرقابل پیش بینی باشد، ممکن است برنامه ریزی برای آن فوق العاده مؤثر واقع شود. «چرا با وجود اینکه همه چیز تغییر می کند، طرحی برای کسب و کار می نویسید؟». بسیاری از

افراد از مرحله طرح صرف نظر کرده و تنها به دنبال فرصت هستند و خودشان را به چیزی نزدیک می کنند که تریال با فایر^۱ (آزمایش تحت شرایط فشار برای بررسی قابلیت های یک فرد) نام دارد و روند آن یادگیری در زمان اجرا است. مشکل این است که در مدرسه ضربات سخت یک معلم خشن و بی رحم می تواند باعث میزان نگران کننده شکست برای استارتاپ ها باشد و همچنین دل شکستگی های بسیاری برای آتش نشانان به همراه می آورد. اگر بخواهیم مقایسه کنیم، طرح کسب و کار یک راه بی درد و ارزان برای آن است که شما را به موفقیت برساند. برنامه ریزی کسب و کار برای همه افراد و هر موقعیتی مناسب نیست. برخی از کارآفرینان طرح خود را روی دستمال آغشته به قهوه ایجاد می کنند و آن را برای کل عمر شرکت روی سر خود می بندند. طرح دستمال برای هر شرکتی مناسب نیست و تنها برای کوچکترین شرکت ها مناسب است اما نیازی نیست که یک کتاب قطور باشد. زمانی که مسیر کوچک و قابل مدیریت باشد و خطر نیز به خوبی مهار شده باشد، نبود برنامه کمتر دیده می شود. کسب و کارهای خرد بی شماری آنقدر کوچک هستند که می توانند پاره وقت و نسبتاً کم خطر باشند و تحت نظارت مالکی دلسوز و بدون برنامه مکتوب بسیار خوب عمل می کنند. چه زمانی برنامه کسب و کار ضروری است؟ هر زمانی که احساس کردید به کسی نیاز دارید و در معرض خطر هستید یا در مورد آینده خود مطمئن نیستید. شما به برنامه نیاز خواهید داشت زمانی که می خواهید پول

قرض کنید و یا زمانی که امیدوار به جذب سرمایه گذاران هستید و یا زمانی که مایل به توسعه باشید. به احتمال زیاد شما در استارتاپ به برنامه نیاز خواهید داشت و قطعاً زمانی که می خواهید کسب و کاری را راه اندازی کنید به برنامه نیاز خواهید داشت. برای آنکه بیشترین سود را از یک برنامه داشته باشید، هر زمانی که تصمیم به انجام کسب و کاری گرفتید به برنامه نیاز دارید. یک کسب و کار محل جمع شدن افراد است که در آن اشخاص (معمولاً با استعداد، مهارت، تجهیزات یا دانش مختلف) انرژی خود را همگرا و همگام می کنند تا به هدفی مشترک برسند. روابط می توانند به شکل پرداختی یا داوطلبانه، کارمندی، پیمانکار یا شریک در محل و یا دور از محل باشند. ممکن است استانی، تکنولوژیکی یا مکانیکی باشند. اکثر کارشناسان با این مسئله موافق هستند که یک شرکت، سیستمی است که جهت به دست آوردن سود حاصله از فروش کالا و یا خدمات ایجاد شده است. در حالیکه مقداری سود مطلوب یا حتی ضروری است، من باید اضافه کنم که بسیاری از آن شرکت های کوچک به دلایل منطقی تری ظهور می یابند مانند رضایت شخصی، سود به نفع جامعه و صرفاً ایجاد تفاوت. کسب و کار، عمل، انجام آن و واقعی ساختن آن است. از سوی دیگر، برنامه ریزی برای کسب و کار یک پیش بینی محض است. حدسی است اما بهتر از این است که هیچ تصویری نداشته باشید و آن را به جلو ببرید. هیچ کسب و کاری در مورد اینکه دقیقاً طرح کسب و کار چیست اتفاق نظر ندارد. یک جستجوی اینترنتی برای کلمات کلیدی «طرح کسب و کار» شما را گیج

می‌کند؛ از یک تا دویست صفحه، از بسیار ساده تا پیچیده، از رایگان تا صدها یا حتی هزاران دلار. پس از آنکه در میان چند صفحه از نتایج جستجوی خود گشتید، شگفت‌زده خواهید شد و از دیدگاه‌های مختلف کمی متعجب خواهید گشت. در این کتاب، برنامه‌ریزی کسب‌وکار، فرآیندی است که طی آن شما هوش بازار را جمع‌آوری کرده و تعیین می‌کنید که آیا ایده شما امکان‌پذیر است؟ و یا یک طرح جامع برای برآوردن نیازهای مختلف ارتباطی به عنوان مالک ایجاد می‌کنید. طرح کسب‌وکار به لنزی تبدیل می‌شود که با استفاده از آن ریسک‌ها را ارزیابی خواهید کرد و استراتژی‌های بازاریابی، عملیاتی و مالی خود را ترسیم می‌کنید. این نقشه کارگردانی شما برای عملیات تجاری خواهد بود و آینده‌ای که می‌خواهید را برای شما ایجاد خواهد کرد.

احتمالاً در طول حیات سرمایه‌گذاری شما، طرح کسب‌وکاری که دارید چندین شکل مختلف پیدا خواهد کرد. شما به طرحی نیاز خواهید داشت که به اندازه کافی نسبت به تهدیدها مقاوم باشد و در عین حال آنقدر سراسر است بوده که بتوانید آن را جلو ببرید. در برخی موارد، استفاده از یک طرح یک صفحه‌ای کافی خواهد بود. شرایط دیگر مانند درخواست وام بانکی یا جذب سرمایه‌گذار به تجزیه و تحلیل عمیق‌تری نیاز دارد. علاوه بر این بسیاری از مؤسسات از شما می‌خواهند که دوباره همان اطلاعات را در قالب خاص آن‌ها بیاورید. من می‌خواهم بدانید که نقشه راه، تمام نیازهای برنامه‌ریزی و ساختار بندی کسب‌وکار شما را برآورده می‌کند (جزئیات

بیشتر را در فصل ۹ خواهید یافت: آن را واقعی کنید). نقشه راه فرصتی است تا آینده خود را خلق کنید و به همان اندازه فرآیندی برای طراحی کسب و کار شماست. شما ممکن است فکر کنید به کمپی دعوت شده‌اید که در گوشه اتاق نشیمن شماست، مانند یک سگ کوچک خانگی؛ اما اگر کنترل را به سرعت به دست بگیرید، خواهید دید که کنترل شما روسی اوضاع تقریباً در هر جنبه‌ای از فضای شما نفوذ کرده است و بر زمان شما تسلط یافته و منابع مالی شما را تخلیه و در انرژی شما صرفه‌جویی کرده است. این کتاب شما را آماده خواهد کرد تا کسب و کار خود را با آغوش باز بپذیرید و آن را وارد زندگی خودتان کنید. به شما این امکان را خواهد داد تا تعیین کنید که آیا برای کارآفرینی مناسب هستید یا خیر و آیا فرصتی که در نظر گرفته‌اید برای شما مناسب است؟ برخی از کارآفرینان در برابر برنامه‌ریزی کسب و کار مقاومت کرده زیرا آن‌ها را از حوزه عملیاتی دور می‌کند. فضای بازار گردبادگونه‌ی امروز مستلزم آن است که به آن توجه کامل داشته باشید؛ با این حال، برنامه‌ریزی نباید مالک را از کسب و کار دور کند- در عوض باید یک فعالیت عملیاتی یکپارچه باشد. در اکثر موارد، غیرطبیعی به نظر می‌رسد که برنامه‌ریزی کسب و کار را وارد جدول زمانی پیش از شروع کار کنیم. اگر روی مراحل توسعه تولید کار می‌کنید، ممکن است ماه‌ها طول بکشد تا محصولی را آماده بازار کنید. تنها در آن صورت است که می‌توانید شروع به یک طرح معنادار کنید. اگرچه ممکن است به محض آنکه توسعه محصول خود را آغاز کردید، طرح را نیز شروع کرده و

ممکن است ماه‌ها طول بکشد تا امکان‌سنجی آن آغاز شود (فصل ۲: پژوهش و امکان‌سنجی بازار) و حتی بسیار قبل‌تر از آن طرح خود را بنویسید (فصول ۳ تا ۶). روند برنامه‌ریزی برای سرویس یک مالک باید به سرعت پیش برود. اگر کسب‌وکار شما کوچک است، امور مالی فرآیندی چندان پیچیده نیست و این فرآیند قابل‌مهار است و ممکن است در مدت‌زمان کوتاهی بتوانید به برنامه کاملی دست یابید مثلاً در عرض چند هفته.

در نهایت، یک برنامه نمی‌تواند تضمین کند که کسب‌وکار شما موفق خواهد شد؛ اما این امر اهمیت تعامل با مشتریان و خوشحال نگه داشتن آن‌ها را کاهش نمی‌دهد. همچنین اگر اینکه شما تشویق‌کننده و فروشنده‌ای درجه یک باشید نیز نخواهد کاست. به علاوه نمی‌تواند مدیریت مالی ضعیف را جبران کند و همچنین شما را از تصمیم‌گیری‌های بد باز نمی‌دارد. در ادامه می‌توان گفت که این امر برنامه یا طرح شما را به دانش مسلح می‌کند و برای شما جهت و اهداف عملیاتی ارائه خواهد داد و بار موفقیت همچنان بر دوش شما خواهد بود. فرآیند برنامه‌ریزی شما را آماده خواهد ساخت تا مسئولیت را با اطمینان و لطف بپذیرید.

آیا شما برای کسب‌وکار آمادگی دارید؟

زندگی آینده شما با افکار و اقداماتی که امروز درگیر آن‌ها هستید، تعیین می‌شود و به شدت متأثر از افکار و اقدامات امروز شماست. نمی‌خواهم اینطور فکر کنید که باید قبل از شروع کسب‌وکار از هر نظر

عالی باشید، اما باید متمرکزتر و باانگیزه تر از قبل بوده و حواس پرتی کمتر باعث می شود در طی مسیر کمتر به دام بیفتید. اقدامات زیر در واقع باعث می شوند که بتوانید به سادگی مبنایی ایجاد کرده و با استفاده از آن بتوانید زندگی خودتان را مدیریت کنید: فهرست الهام بخشی های شخصی شما، قصد و نیت شما و اهداف شخصی شما.

اقدام ۱: لیست الهام بخشی شخصی خود را ایجاد کنید. لیست ها را با عناوین زیر ایجاد کنید. در هر دسته، فضای اضافی در نظر بگیرید تا در صورت نیاز، آیتم های بیشتری وارد کنید. لیست ها را در جایی قرار دهید که بتوانید آن ها را به راحتی مرور کرده و یا اگر آیتم های جدید به نظرتان رسید به لیست اضافه کنید. کاربرد موجود در پیوست یک را مشاهده کنید.

موفقیت های شما (خرید خانه، گذراندن یک دوره، سفر کردن).

نقاط قوت شما (مهربان، همدلی و صبر).

حوزه های تعالی شما (توانایی گوش دادن، آموزش به دیگران).

رؤیاها و آرزوهای شما (ایجاد یک باغچه گل، سفر به هند).

چیزهایی که برای آن ها شکرگزار هستید (خانواده، دوستان).

پیام های حمایتی شما (من مشارکت کامل را انتخاب می کنم).

هدف و تعریف شما از موفقیت (یادگیری، آزادی).

فراوانی برای شما به چه معناست؟ (آزادی انتخاب، هوای تازه، اقداماتی

همراه با مهربانی).