



در مسیر موفقیت

۳ فرمول موفقیت شیائومی

وقتی در تابستان ۲۰۱۱ لی جون (Lei Jun) اولین گوشی هوشمند برند خود یعنی شیائومی (Xiaomi) را به بازار عرضه کرد کسی فکر نمی‌کرد در کمتر از ده سال این شرکت بتواند رتبه پنجم بازار گوشی‌های هوشمند جهان را از آن خود کند. شیائومی یکی از استارت‌آپ‌های شرکت ب.ب.ک الکترونیک (BBK Electronics) در چین بود که با سرمایه‌گذاری هوشمندانه توانست در بازار، قدرتمند ظاهر شود و امروزه بتواند به‌عنوان شرکتی موفق و مستقل در عرصه فناوری به فعالیت بپردازد. شیائومی سال ۲۰۱۵ رکورد جهانی گینس را برای فروش ۱/۲ میلیارد ابزار الکترونیک در ۲۴ ساعت از آن خود کرد. دفتر اصلی این برند در سنگاپور و بازار فروش اصلی‌اش چین، هند و مالزی است. در ادامه به بعضی از دلایل موفقیت شیائومی اشاره می‌کنیم:

کیفیت بالا، قیمت پایین
بسیاری شیائومی را ایل شرق می‌دانند. این برند ادعا می‌کند که محصولاتش باکیفیت ایل و با قیمتی ده برابر کمتر از ایل عرضه می‌شود.
کیفیت‌گذاری شیائومی یکی از بزرگ‌ترین عوامل فروش و رشد آن است. اما چطور می‌توان بدون کاهش کیفیت قیمت را تا این میزان پایین آورد؟
شیائومی هزینه‌های دیگری همچون فروشگاه‌های فیزیکی و تبلیغات را حذف کرده است. این شرکت فقط دو فروشگاه فیزیکی در چین و سنگاپور دارد و نحوه فروش محصولاتش آنلاین و از طریق وبگاهش است. همچنین تبلیغات کلاسیک و از طریق کانال‌های معمول ندارد و فقط با کمک تبلیغات دهان‌به‌دهان فروش خود را پیش می‌برد. حذف این دو، امکان صرفه‌جویی زیادی در هزینه‌ها را برای شیائومی فراهم کرده است و این کاهش هزینه‌ها از قیمت تمام‌شده محصولات می‌کاهد.
برای همین شیائومی می‌تواند محصولات مقرون به صرفه و باکیفیت عالی به بازار ارائه کند.

سرمایه‌گذاری بر لبه فناوری
بازار بزرگی که شیائومی به آن وارد شد، اینترنت اشیا بود. محصولات شیائومی تحت دسته سبک زندگی و با این تفکر که ۱ همه چیزتان را باگوشی همراه کنترل کنید به بازار عرضه شدند. تلویزیون، مچ‌بند هوشمند، چراغ مطالعه، خودکارا یا حتی کوله پشتی، نمایانگر یک سبک زندگی همراه با شیائومی بود. ساختار اتصال آسان محصولات و یکدستی آنها باعث شد استفاده از آنها بیش از پیش همه‌گیر شود. این محصولات می‌تواند به زندگی ساده‌تر با فناوری کمک کند. می‌توان نور چراغ را باگوشی کم یا زیاد کرد، فعالیت روزانه را با کمک مچ‌بند هوشمند سنجید یا برنامه تلویزیونی را از راه دور تماشا کرد. همه این امکانات تحت نگاه روبه جلوی شیائومی به فناوری میسر شده است.

تمرکز بر دیزاین
زمانی‌که فیلیپ استارک (Philippe Starck) ستاره دنیای دیزاین، گوشی می‌میکس ۲ (Mi Miz2) را خلق کرد بر همگان مسجل شد شیائومی برنامه ویژه‌ای برای رقابت در دنیای گوشی‌های همراه دارد. کمی پس از آن نیز عرضه می‌یوآی (MIUI10) قدرت‌نمایی دیگری از شیائومی در حوزه دیزاین (دیجیتال) بود.

فناوری توسعه داده شده در دوربین جلوی گوشی‌های شیائومی نیز که توانایی زیباتر کردن چهره کاربران را دارد، عامل دیگری در فروش روزافزون این محصولات شد. شاید در ابتدای تولید به‌نظر می‌رسید شیائومی محصولاتش را از روی ایل کپی می‌کند، اما امروزه این برند مسیر تولیدی ویژه خود را در پیش گرفته است. نگرش پایدار و مبتنی بر مینی‌مالیسم (Minimalism) شیائومی، محصولاتی زیبا بدون جزئیات اضافه و با حداقل مواد مصرفی خلق کرده است. این نگرش در همه محصولات شیائومی به چشم می‌آید و هویت برندش را می‌توان در همه تولیداتش مشاهده کرد.

هواوی آماده کاهش شدید عرضه جهانی موبایل‌هایش

هواوی برای کاهش ۴۰ تا ۶۰ درصدی عرضه گوشی‌های هوشمند در سطح بین‌المللی آماده می‌شود. احتمال می‌رود حتی گوشی پرچمدار آئر ۲۰ هم در صورت فروش ضعیف، از بازارهای بین‌المللی خارج شود. وزارت بازرگانی آمریکا حدود یک ماه قبل هواوی را به بهانه تهدید برای امنیت ملی به فهرست سیاه تحریم خود افزود. هواوی اکنون برای به دست گرفتن نیمی از بازار گوشی‌ها در چین و در سال جاری میلادی برنامه ریزی کرده است./ دیجیاتو



حامی مالی مجموعه‌های داخلی غیرانتفاعی شوید

کمک کنید.

هزینه‌کردن برای چنین رویدادها یا مجموعه‌هایی علاوه بر کمک به آنها موجب می‌شود کسب‌وکارتان بیشتر در معرض دید افراد قرار بگیرد و مخاطبان بیشتری را جذب کنید.

همچنین این پیام را منتقل می‌کنید که دوست دارید عضو فعال و تأثیرگذاری در جامعه باشید. از کارمندانتان بخواهید شما را در جریان رویدادها یا مجموعه‌های غیر سودآوری که نیاز به حامی مالی دارند، قرار دهند.

خودتان نیز از پایگاه‌های اینترنتی مرتبط با حوزه کسب‌وکارتان از رویدادها و انجمن‌های فعال در این حوزه باخبر شوید.

به خیریه‌ها کمک کنید

یکی از رایج‌ترین روش‌های کمک به دیگران، همکاری با خیریه‌ها است. برای مثال می‌توانید بخشی از درآمد کسب‌وکارتان را به خیریه یا مجموعه غیرانتفاعی و غیرسودآوری که از عملکردشان مطلعید و با معیارهایتان همخوانی دارد، کمک کنید. علاوه‌بر این روش‌های متعدد دیگری نیز برای اهدای کمک بدون ورشکستگی مالی یا صرف وقت وجود دارد. اهدای خون، اهدای لوازمی که بدون استفاده باقی‌مانده یا خرید از مجموعه‌هایی که درآمدشان صرف امور خیریه می‌شود، از جمله همین روش‌هاست. حتی شرکت در کمپین‌های خیریه اینترنتی

کارمندانان را به کارهای داوطلبانه تشویق کنید

با یکی از خیریه‌ها همکاری داشته باشید یا رویدادی با رویکرد کمک به خیریه برگزار کنید. برنامه‌ریزی برای انجام این امور علاوه بر منافعیه که برای جامعه خواهد داشت، در ایجاد روحیه کاری منسجم، دوستانه و بااخلاق در محیط کسب‌وکارتان نیز تأثیر خواهد داشت.

از استارت‌آپ‌ها و کسب‌وکارهای کوچک محلی حمایت کنید

همه کارآفرینان دوست دارند که بتوانند دنیا را متحول کنند. اما این تحول همیشه به این معنا نیست که باید کاری جهانی انجام دهید. گاهی اوقات تمرکز بر بازارهای داخلی و منطقه‌ای بیشتر می‌تواند اثرگذار باشد. از بهترین روش‌های تحول بازارهای داخلی و زیست‌بوم کسب‌وکار منطقه، حمایت از کسب‌وکارهای نوپایی است که در داخل کشور به تازگی شکل گرفته‌اند. تا جایی که می‌توانید حامی استارت‌آپ‌های کوچک شوید یا براساس روابطی که دارید به آنها در جذب سرمایه‌گذار مناسب کمک کنید.

مهارت‌هایتان را به اشتراك بگذارید

مهارت‌های شما حتی در حد کم می‌تواند برای سایرین کمک‌کننده باشد. شاید در همان مثال راه‌اندازی وبگاه متخصص‌های این کار به مراتب بهتر از شما این کار را انجام دهند، اما با توجه به محدودیت منابع مالی برای استارت‌آپ‌های کوچک همین‌که بتوانید وبگاهشان را با قابلیت‌های محدود مورد نیاز راه‌اندازی کنید، بسیار مفید است.

سخنرانی کنید و آموزش دهید

می‌خواهند راهکارهای بهتر دیده شدن کسب‌وکارشان را بیاموزند. می‌توانید این نیاز را با برگزاری همایش‌های یک روزه یا کلاس‌های آموزشی در موسسات مرتبط با درمیان گذاشتن دانش و تجربیات‌تان برای آنها برطرف کنید.

فعالیت کارخانه‌های نوآوری براساس مزیت‌های بومی

اسماعیل قادری‌فر، رئیس مرکز توسعه فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری گفت: در راه‌اندازی کارخانه‌های نوآوری که با هدف توسعه زیست‌بوم نوآوری و فناوری در کشور توسعه یافته است، به مزیت‌های منطقه‌ای و بومی استان نگاه می‌کنیم و می‌کوشیم این کارخانه‌ها با کمک توانمندی‌های بومی، اقتصاد استان‌ها را رونق دهد./ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



زمانی که کسب‌وکاری رونق می‌گیرد، نوبت انجام مسؤوولیت اجتماعی کارآفرینانش می‌رسد

وقتی کاروبارتان سکه شد...

هر کارآفرین موفق در فضای

کسب‌وکارهای امروزی که هنوز فضای جوان و پُر ظرفیتی است، باید آموزش تازه‌کارها را به‌عنوان بخشی از کارش در نظر بگیرد و از هر فرصتی برای انتقال تجربیاتش به دیگران استفاده کند. رنجیره کسب‌وکار امروزی با آن چیزی که

در قدیم بود، بسیار متفاوت است. اگر اکوسیستم کسب‌وکار کشور پویا و پُر جنب‌وجوش نباشد دیر یا زود کسب‌وکار موفق شما را نیز مانند باتاقلی در خود خواهد بلعید. بنابراین امروزه با نَگه‌داشتن فوت کوزه‌گری و

مخفی‌کردن آن از دیگران نمی‌توانید کسب‌وکار بسیار موفق‌ی داشته باشید. کارآفرینان بزرگ دنیا هر روز در رویدادهای مختلفی تمام تجربیات شان را با علاقه‌مندان ورود به دنیای کسب‌وکار در میان می‌گذارند و از درآمدشان برای تحول جامعه هزینه می‌کنند؛ زیرا می‌دانند زمانی می‌توانند جهان را تکان دهند که در جامعه‌ای زنده و در رقابت با چند ابرقدرت مطرح دنیا کسب‌وکارشان را اثبات کنند؛ متأسفانه بهانه برخی کارآفرینان برای کمک نکردن شان به دیگران کمبود وقت است، اما واقعیت این است که روش‌های متعدد و آسانی برای موثر بودن در جامعه و زیست‌بوم کسب‌وکار

برگرفته از Entrepreneur

گوش شنوایی برای پیشنهاد‌های اعضای گروه‌تان باشید

کارمندان سرمایه‌های جدایی‌ناپذیر کسب‌وکار هستند. کارمندان مجموعه‌ای از استعداد‌های گوناگون هستند که در کنار هم قرار گرفته‌اند تا ایده‌های شما را به بهترین‌شکل ممکن پیاده کنند. از طرف دیگر این افراد با توجه به این‌که در جریان کسب‌وکارتان هستند و بیشتر از هرکسی با مخاطباتان درارتباطند، می‌توانند ایده‌های تازه‌ای را برای جلب نظر مشتریان به مجموعه تزریق کنند. علاوه بر این، گاهی اعضای گروه‌تان پیشنهاد‌های خوبی برای مشارکت در برنامه‌های عمومی داوطلبانه‌ای داشته باشند که همسویا کسب‌وکار و ارزش‌های مجموعه‌تان است و می‌تواند به

تجربیات‌تان را بنویسید

حتی اگر این امکان را نداشتید که در جلسات آموزشی سخنرانی کنید یا جلسات رو در رو برای انتقال تجربیات‌تان به دیگران داشته باشید، باز هم راهی برای کمک به دیگران در مقابلتان هست. تجربیات و دانش صنعتی را که طی سال‌های کار به‌دست آورده‌اید در قالب یادداشت‌ها یا مقالاتی در وبلاگ شخصی یا نشریه‌های مرتبط با حوزه کسب‌وکار بنویسید. نوشتن تجربیات یکی از بهترین روش‌های انتقال اطلاعات به گروه زیادی

نگوید فرصت ندارم!

متأسفانه این مورد یکی از رایج‌ترین بهانه‌ها در بسیاری از افراد است، اما باید تا جایی که می‌شود آن را از دایره لغات خود حذف کنیم. حتماً برایتان پیش آمده که از یکی از دوستانتان بخواهید در مورد موضوعی یا شما مشورت کند یا یکی از کارمندان یا مراجعاتنان بخواهند وقتی برای صرف یک ناهار کاری از شما بگیرند. اما از آنجا که معمولاً برنامه‌کاری خیلی فشرده‌ای دارید، بدون این‌که بخواهید فکر کنید، بلافاصله عذرخواهی می‌کنید و می‌گویید وقت خالی ندارید. اما واقعیت این است که هیچ‌یک از ما آن قدر که فکر می‌کنیم پرمشغله هستیم، سرمان شلوغ نیست.

مربی کارآفرینان تازه‌کار شوید

شما توانسته‌اید کسب‌وکاری را راه‌اندازی کنید و با موفقیت پیش بروید؛ بنابراین مجموعه خوبی از تجربیاتی در اختیار دارید که بتواند به کارآفرینی که تازه‌کار است یا فردی که ایده‌ای برای راه‌اندازی کسب‌وکاری دارد کمک کند. چه به دوستی که در حال راه‌اندازی کاری است راهنمایی کنید، چه پاسخگوی فردی باشید که از رسانه‌های گوناگون در جریان موفقیت کسب‌وکارتان قرار گرفته، مربی‌گری به اصطلاح منتور کسب‌وکار بودن یکی از ساده‌ترین روش‌هایی است که می‌توانید



عسل اخویان طهرانی

دانش و سلامت