

ده گام برای شروع کار آفرینی دیجیتالی



به نکات زیر توجه کنید:

- ۱- جستجو برای ایده، خدمات یا محصولی که متفاوت از دیگران باشد.
- ۲- با یافتن یک ایده، خدمات یا محصول منابع مورد نیاز برای پیاده کردن آن را تامین کنیم.
- ۳- شناخت محیط خارجی.
- ۴- شناخت خود و بینش خود.
- ۵- ایجاد مهارت و توسعه ویژگی‌ها.
- ۶- محاسبه ریسک‌ها و نترسیدن از شکست‌ها.
- ۷- در نظر گرفتن اهداف.
- ۸- برقراری ارتباط با بینش.
- ۹- حمایت مطمئن.
- ۱۰- ایجاد شبکه ارتباطی

این ده گام، گام‌های آغازین برای شخص کارآفرین هستند. همچنین مساله دیگری به نام شانس وجود دارد. گفته می‌شود که افرادی مثل بیل گیتس یا سر ریچارد برنسون خوش شانس هستند، آیا واقعاً آنها خوش شانس هستند؟ یا اینکه مطمئن شده‌اند که در مکان مناسبی و در زمان مناسب قرار گرفته‌اند؟ چیزی که بیشتر شانس خوانده می‌شود؛ در حقیقت نتیجه تحلیل با دقت از جهان و سپس قرار گرفتن در مکان مناسب است. مثلاً حتی برای بردن یک لاتاری، شما اول باید بلیط بخرید و در واقع این عملی است که شما را در موقعیت مناسب قرار می‌دهد.

اشخاص کارآفرین به شانس تکیه نمی‌کنند، بلکه آنها خود وقایع را به وجود می‌آورند و نیازمند است که هر یک از گام‌های ذیل را با شرایط خاص خودش وفق دهد. هر موقعیت کاری برای خودش یکتاست و بنابراین قدم اول به منظور درک محیط خاصی که در آن، شخص تمایل به فعالیت دارد، لازم است.

این سبب می‌شود که مهارت‌های تحلیلی برای شخص کارآفرین بیش از پیش اهمیت یابد. زیرا، در حالی که ممکن است دیگران به او کمک کنند، در پایان روز تحلیل شخص اوست که یک بخش نهایی به شمار آمده و تفاوت بین موفقیت و شکست را آشکار می‌سازد.

(۱) جستجو برای یک ایده، خدمات یا محصولی که متفاوت از دیگران باشد: اشخاص کارآفرین وقایع را به سمت جلو پیش می‌برند. آنها دوست ندارند مانند دیگران باشند. آنها می‌خواهند که:

- همان کار را بکنند، ولی به نحوی متفاوت
- کاری جدید انجام دهند، اما به نحوی متفاوت
- کاری جدید انجام دهند اما به روش پایدار (روشی که قبلاً ثبت شده است).

در مورد اول اغلب دارای امنیت بیشتری هستند. زیرا یکی از متغیرها از میان برداشته می‌شود. به عنوان مثال کار کردن با یک روش متداول و آشنا.

AMAZON.COM کتاب می‌فروشد، فعالیتی که ۱۰۰ سال است انجام می‌شود، اما به روشی جدید و به واسطه‌ی اینترنت.

KEN BOGAS ایده‌های جدیدی برای راه‌اندازی رستوران داشت، اما آنها را با یک روش سنتی پیاده کرد و تعدادی از موانع را از سر راه برداشت. در آن زمان سایت‌های اینترنتی و اطلاعات تصویری مقوله‌ی کاملاً جدیدی بود و او کار خود را با یک روش جدیدی یعنی PC شخصی خودش آغاز نمود. تفاوتها همان VDP ها (نقاط یکتایی فروش) هستند و این چیزی است که مشتری‌ها به آن عکس‌العمل نشان می‌دهند و کارآفرین و سازمان با هم برای مشتری شناخته می‌شوند.

(۲) یافتن ایده، خدمات یا محصول و تلاش برای تامین منابع مورد نیاز جهت پیاده‌سازی آن؛ بسیاری از مردم ایده‌هایی دارند، ولی تعداد اندکی از آنها واقعاً قدم‌های لازم را برای پیاده کردن ایده‌ی خود برمی‌دارند که آنها همان کارآفرینان هستند.

ممکن است چیزهای بسیاری وجود داشته باشد که به این امر کمک کنند. مانند:

- جستجوی شریک - جستجوی سرمایه - ثبت اختراعات - بازاربایی
این لیست از پروژه‌های تا پروژه دیگر تغییر می‌کند و مهم آن است که شخص وقت بگذارد تا مطمئن شود که به همه چیز ممکن فکر کرده است. بنابراین ممکن است پیاده کردن برخی از شرایط بالا واگذار شود به شخص دیگری، زیرا ممکن است کاری روتین باشد و فعالیتی کارآفرینانه نباشد.

(۳) محیط خارجی را بشناسیم: شخص کارآفرین لازم است تاریخ وسیعی از عوامل خارجی را قبلاً در نظر بگیرد. زیرا رسیدگی به این عوامل است که به

