

فرصتها و تهدیدهای بالقوه جهت می‌دهد.

۴) فود بینش فود را بشناسید:

به منظور تحلیل محیط خارجی شخص کارآفرین نیاز دارد که نقاط قوت و ضعف خود را مورد بررسی قرار دهد. اگر نقاط ضعف شناخته شوند، مشکلاتی که ایجاد می‌کنند، کمتر خواهد بود. برخی از نقاط ضعف کارآفرینان، ضعفهای جایز هستند. برای مثال: مقابل یک نیروی مثبت از دست دادن ضعف و قدرت هر دو ممکن است. انسانهای خلاق ممکن است در برقراری ارتباط ضعف داشته باشند و این ضعف ممکن است سبب شود حتی خلاقیت آنها افت پیدا کند.

در فرموله کردن بینش اطمینان حاصل کنید که قابل سازماندهی بوده و بتوان آنها را به صورتی که بتواند با دیگران ارتباط برقرار کند، تبدیل کرد.

۵) کسب مهارت‌ها توسط سوپرژگی‌ها:

این که شما در آغاز یک کسب و کار، کارآفرینی تمام مهارت‌ها و ویژگی‌های لازم را به طور کامل داشته باشید، مد نظر نیست. بررسی کنید که چه مهارتهایی لازم است، آنها را کسب کنید. هرگز نترسید که از دیگران بپرسید کدامشان موفق بوده‌اند. بسیاری از آنها دوست دارند به شما کمک کنند. نسبت به برنامه‌هایی که اعلام می‌کنند شما می‌توانید به سرعت پول‌دار و یک کارآفرین موفق شوید. آگاه باشید، این امر مستلزم کار سخت و زمان کافی برای کسب مهارت‌های پایه‌ای است و راه حل سریع ندارد!

۶) ریسک‌ها را مورد مناسبه قرار دهید و از شکست نهراسید.

ریسک‌ها باید به طور دقیق تحلیل شوند. اگر ریسکی بقای کارآفرین را به خطر بیاندازد، ممکن است ارزش آن را داشته باشد که پذیرفته شود. برنسون را به یاد آورید که چه طور ریسک تاسیس خطوط هوایی را برای سال اول پذیرفت. گرچه ممکن بود سرمایه زیادی را از دست بدهد.

شکست‌ها چیزی هستند که باید از آنها درس آموخت. ما از خطاهایی که رخ می‌دهد، بیشتر درس می‌گیریم تا کارهایی که به طور صحیح انجام می‌شود. بسیاری از روانشناسان بر این باورند که درجه خاصی از شکست برای انگیزش و چالش لازم است. اگر همیشه به خوبی پیش رود همان قدر ناامید می‌شویم که همه چیز همیشه خراب شود.

کریستف کلمب یک شکست خورده بود. او هدفش یافتن راهی جدید به سوی هند بود که منجر به یافتن آمریکا شد. اما هنوز مجسمه‌ی او در سرتاسر جهان وجود دارد.

اگر شخصی واقعاً نمی‌تواند در مقابل شکست بایستد، هیچ وقت نمی‌تواند یک کارآفرین حقیقی شود. ریسک و شکست باید در کار قرار داده شوند. اگر هیچ ریسکی نباشد، هیچ چیز به دست نخواهد آمد.

۷) تعیین اهداف: هر بینشی احتیاج دارد که تحقق خود را ببیند. این

اهداف به فرایند طرح‌ریزی برای پیاده‌سازی فعالیت‌های کارآفرینانه کمک خواهند نمود. همچنین مهم است درک کنیم که اهداف پویا هستند و می‌توانند با محیط تغییر کنند. اشخاص کارآفرین نباید به خودشان اجازه بدهند که در بینش خود دچار کوتاه‌نظری شوند. زیرا ممکن است فرصتهای دیگری نیز

وجود داشته باشد.

۸) برقراری ارتباط با بینش: بینش

شخص کارآفرین هر چه باشد، او اهداف مورد تاییدش باید با کسانی که با آن درگیر خواهند شد، ارتباط برقرار کند. دیگران ممکن است به اندازه تولیدکننده این ایده‌ها نسبت به آن اشتیاق نداشته باشند و برای آنها لازم است بینش به طور واضح و دقیق باز شود.

ممکن است کسانی باشند که در طرح‌های اولیه متوجه FLAWS شوند (FLAWهایی که به دلیل ناچیز بودن آنها توسط کارآفرین از قلم افتاده‌اند).

باید به این افراد توجه کرد و طرح‌هایشان را شنید زیرا ممکن است درست بگویند. مکتوب نمودن بینش به صورت واضح می‌تواند تمرکز مفیدی برای افراد ایجاد کند.

۹) اطمینان بخشیدن از جهت‌مندی:

کارآفرین نیاز به حمایت دارد. چه به صورت حرفه‌ای چه به صورت داخلی. حمایت مستمر متصدیان امور مالی، شرکا، کارمندان، SUPPLIER ها و مشتریان به طور واضح برای موفقیت هر کسب و کاری حیاتی است.

هر چه زودتر این افراد جزو معتمدان کارآفرین قرار می‌گیرند (بدون گشودن اسرار خاص کسب و کار) زودتر می‌توانند به پروژه وارد شوند.

در خانواده هم همین طور است. شخص احتیاج دارد اطمینان حاصل کند که زمان برای روابط خانوادگی اختصاص داده شده است. برقراری تعادل بین کار سخت و ساعت‌های طولانی که فعالیتهای کارآفرینی را احتیاج دارد، با تعهدات خانوادگی کاری دشوار است اما باید انجام شود.

اگر شکست اتفاق بیفتد، حمایت هم‌کلاسی‌ها و به ویژه خانواده در فرآیند شروع مجدد حیاتی خواهد بود. تمام کارآفرینان در برخی نقاط از شغل‌شان با شکست مواجه خواهند شد.

۱۰) برقراری شبکه: کارآفرینان به ندرت فقط یک پروژه را در زندگی‌شان هدایت می‌کنند. در حالی که آنها از یک فعالیت به فعالیت حرکت می‌کنند، شبکه ارتباطی‌شان اهمیت بیشتری در موفقیت‌شان پیدا می‌کند. شخص کارآفرین به ندرت اجازه می‌دهد یک فرصت ارتباطی از دست برود. آنها به نقشی که دیگران در موفقیت‌شان دارند اهمیت بسیار می‌دهند.

شخص کارآفرین احتیاج دارد که برقراری شبکه ارتباطی را یک فعالیت قبل از کلیه فعالیتها قرار دهد. این فقط به منظور ملاقات با افراد نیست، بلکه به منظور حفظ ارتباط است و در واقع اهمیت ارتباط‌های بعدی به اندازه اولین ملاقات است.

به یاد داشته باشید هیچ‌کس دوست ندارد که احساس کند فقط یک وسیله است و کارآفرین فقط به این جهت به آنها علاقه‌مند است که آنها کاری می‌توانند برایش انجام دهند.

کارآفرین موفق با دقت خواهد اندیشید که سایر افراد از برقراری شبکه چه سودی به دست خواهند آورد.

