

STRATEGIC

BUSINESS

**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ MANAGEMENT ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ**



www.iqblm.gr

ΕΚΔΟΣΕΙΣ IQBLM

Πρόλογος



Ένας οδηγός
καινοτόμων και δύσκολων στρατηγικών ερωτήσεων,
που απατώντας τις, θα διευρύνετε τους ορίζοντές σας,
βρίσκοντας λύσεις σε προβλήματα επιχειρηματικής και
επαγγελματικής ανάπτυξης.

Βασισμένο στην συμβουλευτική του Brian Tracy.

20 στρατηγικές ερωτήσεις αναπτυξιακού management

1. Ποιο είναι το όραμα της επιχείρησής μου;
2. Ποια είναι η αποστολή της;
3. Ποια είναι η ουσία (ή ιερότητα) της δουλειάς μου;
4. Ποιοι είναι ο βραχυπρόθεσμοι (ενός έτους) στόχοι για κάθε τομέα της;
5. Ποιοι είναι οι μακροπρόθεσμοι (3-5 χρόνια) για κάθε τομέα της;
6. Πως και μέχρι πότε σκοπεύω να έχω πετύχει τους στόχους μου;
7. Ποια είναι τα δυνατά, τα αδύνατα, οι ευκαιρίες και οι απειλές στην επιχείρησή μου; (**Μέθοδος SWOT - Strengths, Weaknesses, Opportunities & Threats**)
8. Πως θα χρησιμοποιήσω αυτές τις παραπάνω απαντήσεις ώστε να βελτιώσω τη δουλειά μου;
9. Πόσο σκέπτομαι να επενδύσω προκειμένου να επιτύχω και να ξεπεράσω τους στόχους μου;
10. Ποιες τακτικές έφεραν και ποιες δεν έφεραν αποτέλεσμα στη δουλειά μου, στο παρελθόν;
11. Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές μου και τι έχουν κάνει που τους έχει ωφελήσει; Τι έχουν κάνει που τους έχει ζημιώσει; Τι έχουν κάνει που δεν έχει φέρει αποτελέσματα;
12. Ποιες είναι οι άλλες εταιρείες, έξω από τη δικιά μου βιομηχανία που επιτυγχάνουν τους στόχους τους;
13. Ποιες είναι εκείνες οι προτεραιότητες που ταιριάζουν με τους στόχους μας και τις τακτικές που σχετίζονται με αυτούς;
14. Με ποιες μεθόδους μπορούμε να μετρήσουμε την επίτευξη των στόχων μας;
15. Πως καταμετρούμε την πρόοδό μας σε σχέση με την επίτευξη των στόχων μας;
16. Τι μπορούμε να κάνουμε ώστε να αναπτύξουμε ένα διαρκές σχέδιο βελτίωσης;
17. Τι μπορούμε να κάνουμε ώστε να ενδυναμώσουμε το προσωπικό μας για να επιτύχει το μέγιστο των επιθυμητών αποτελεσμάτων;
18. Είναι ξεκάθαρα τα περιεχόμενα της στρατηγικής μας;
19. Υπάρχει αρκετή πληροφόρηση και καθοδήγηση, σχετικά με τις δράσεις που θα γίνουν και πως θα εφαρμοστούν;
20. Συμφωνούν όλοι με το όραμα, την αποστολή, την ουσία και τους στόχους μας; Έχουμε την απαιτούμενη δέσμευση από την μεριά του προσωπικού, ώστε να κάνουν όλα εκείνα που απαιτούνται για να επιτύχουμε;

- **Δώστε μεγάλη σημασία στα τρία πρώτα ερωτήματα !**

Εν κατακλείδι :

- Τι χρειάζεται να κάνουμε περισσότερο;
- Τι χρειάζεται να κάνουμε λιγότερο;
- Τι θα πρέπει να αρχίσουμε να κάνουμε που μέχρι τώρα δεν κάναμε;
- Τι θα πρέπει να σταματήσουμε τελείως να κάνουμε;
- Τι μπορεί να μας εμποδίσει τελείως από την επίτευξη του οράματός μας;
- Ποιοι είναι οι εξωτερικοί παράγοντες* που θα μπουν εμπόδιο στην επίτευξη του οράματός μας;
- Ποιοι είναι οι εσωτερικοί παράγοντες** που θα μπουν εμπόδιο στην επίτευξη του οράματός μας;

* Μπορεί να ευθύνεται η συνεχόμενη πολιτικοοικονομική κρίση.

** Μπορεί να προέρχονται από τις πυρηνικές μας πεποιθήσεις (περιοριστικά πιστεύω).

Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα MINDSET, θα σας βοηθήσει πολύ, στο να εντοπίσετε και να εξαλείψετε τις πυρηνικές σας πεποιθήσεις, αποκτώντας αναπτυξιακή νοοτροπία.



Πλάνο στρατηγικών ερωτήσεων για επιχειρηματική και επαγγελματική ανάπτυξη

(Βασισμένο στην συμβουλευτική του Brian Tracy)

- **Σε ποια βιομηχανία ανήκεις;**

Τι ακριβώς είναι αυτό που κάνει η εταιρεία σου για τον πελάτη, που συμβάλει στο να βελτιώσει τη ζωή του ή την δουλειά του;

Οι πελάτες δεν αγοράζουν προϊόντα ή υπηρεσίες, αλλά βελτιώσεις !

Αγοράζουν αυτό που εσύ πουλάς επειδή προσβλέπουν ότι κατά κάποιο τρόπο θα είναι καλύτερα μελλοντικά. Αν αυτή η μελλοντική βελτίωση δεν είναι απόλυτα ξεκάθαρη ή δεν την επιθυμούν, οι πελάτες δεν αγοράζουν ή θα αγοράσουν από κάποιον άλλον.

- **Ποια είναι η αποστολή της εταιρείας σου;**

Να την περιγράψεις στα πλαίσια όλων εκείνων που θέλεις να επιτύχεις, να αποφύγεις ή συντηρήσεις για λογαριασμό των πελατών σου. Η αποστολή είναι κάτι που μπορεί να οριστεί ξεκάθαρα και να επιτευχθεί. Περιέχει μέτρηση και μέθοδο. περιγράφεται πάντα σε όρους των πελατών σου. Όσο πιο απλή είναι τόσο πιο εύκολα θα την καταλαβαίνουν οι άλλοι.

Για παράδειγμα :

Η αποστολή του ΟΤΕ ήταν : Να εγκαταστήσουμε τηλέφωνα σε κάθε σπίτι, σε κάθε γραφείο στην Ελλάδα.

Χτίσε την αποστολή της εταιρείας σου λοιπόν επάνω στο :

- Να επιτύχω:
- Να αποφύγω:
- Να συντηρήσω:

- **Τι λένε οι πελάτες για την εταιρεία σου, τι σκέφτονται ή πως την περιγράφουν σε τρίτους;**

Τι λέξεις χρησιμοποιούν;

Αυτή η ερώτηση αναφέρεται στη θέση που έχει η εταιρεία σου στην καρδιά και στο μυαλό των υπαρχόντων και μελλοντικών πελατών σου. Οι λέξεις που οι άνθρωποι χρησιμοποιούν όταν σκέφτονται για την εταιρεία σου, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σου, προκαθορίζουν το αν θα αγοράσουν ή όχι. Η επιλογή των λέξεων που θα χρησιμοποιήσουν δεν πρέπει να αφήνεται στην τύχη. Αν δεν σε ικανοποιεί η απάντηση που θα δώσεις στην ερώτηση αυτή - με τη γλώσσα που χρησιμοποιούν οι πελάτες σήμερα - τότε ρώτησε τον εαυτό σου ποιες λέξεις θα ήθελες να χρησιμοποιήσουν.

Τι θα χρειασθεί να κάνεις ώστε να δημιουργήσεις αυτή την νέα αντίληψη στους πελάτες για την επιχείρησή σου; (Γράψε τα τρία πιο σημαντικά)

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιος είναι ο ιδανικός σου πελάτης;**

Περιέγραψε τον δημογραφικά, ηλικιακά, μορφωτικά, επαγγελματικά, σε κάθε παράγοντα που είναι κατάλληλος για την βιομηχανία στην οποία δουλεύεις.

- Ηλικία:
- Εισόδημα:
- Εργασία:
- Μόρφωση:
- Ανάγκες ή προβλήματα:
- Οικογένεια:
- Άλλοι παράγοντες:

• **Περιγράψε τον ιδανικό σου πελάτη ψυχογραφικά.** Πως σκέπτεται και αισθάνεται σε σχέση με αυτό που εσύ πουλάς/προσφέρεις.

- Επιθυμίες
- Φόβοι
- Ελπίδες
- Συμπεριφορές
- Προσδοκίες
- Αντιρρήσεις

• **Τι θεωρεί ότι έχει αξία ο ιδανικός σου πελάτης; Ποια οφέλη αναζητά ή περιμένει μέσα από μια συνεργασία μαζί σου;**

Οι πελάτες αγοράζουν μόνον όταν νοιώθουν ότι τα οφέλη ή οι ανταμοιβές της αγοράς από το προϊόν σου θα είναι μεγαλύτερες από το αν αγόραζαν από κάποιον ανταγωνιστή σου.

- 1.
- 2.
- 3.

• **Ποιες είναι οι δεξιότητες που έχει η εταιρεία σου;**

Ποιες είναι οι ξεχωριστές δεξιότητες και ικανότητες της εταιρείας σου, που σας καθιστά ικανούς να ικανοποιείτε τις ανάγκες των πελατών σας;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Τι είναι αυτό που η εταιρεία σου κάνει εξαιρετικά καλά ;**

Σε ποιους τομείς αποδίδετε εξαιρετικά;

Τι είναι αυτό που σας καθιστά ανώτερους από τους ανταγωνιστές σας;

Για να πετύχεις σε δύσκολους καιρούς θα πρέπει να είσαι ανώτερος σε τρία τουλάχιστον πράγματα:

- Καλύτερη ποιότητα
- Καλύτερη εξυπηρέτηση
- Ευκολία-αμεσότητα απόκτησης/χρήσης

Ποιοι είναι οι δικοί σας τομείς ; Ποιοι θα μπορούσαν να είναι ;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Προσδιόρισε ποιοι είναι οι ανταγωνιστές σου;**

Ποιος άλλος πουλάει τα ίδια προϊόντα ή υπηρεσίες στους υποψήφιους πελάτες σου;

Οι δράσεις και οι αποφάσεις των ανταγωνιστών σου επηρεάζουν το πόσο θα αλλάξεις, πόσο θα πουλήσεις, πόσα θα κερδίσεις, τον ρυθμό της ανάπτυξής σου και το μέλλον της εταιρείας σου.

Πρέπει να γνωρίζεις και να τους καταλαβαίνεις όπως επίσης να παρακολουθείς τι κάνουν συνεχώς.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιοι είναι οι μεγαλύτεροι ή οι κυριότεροι ανταγωνιστές σου;**

Αν αυτοί έβγαιναν από την αγορά, οι πωλήσεις σου θα εκτοξευόντουσαν.

Τι μπορείς να κάνεις για να αχρηστεύσεις τα δυνατά τους σημεία;

Πως θα μπορούσες να χρησιμοποιήσεις τις αδυναμίες τους;

Πως θα μπορούσες να κάνεις τα προϊόντα/υπηρεσίες σου επιθυμητά ώστε οι ανταγωνιστές σου να μην μπορούσαν να σε νικήσουν;

1.

2.

3.

- **Ποιοι είναι οι δευτερεύοντες ανταγωνιστές σου;**

Ποιος άλλος προσφέρει εναλλακτικά, προϊόντα ίδια με τα δικά σου;

Ο πελάτης έχει πάντα τρεις επιλογές !

- *Να αγοράσει από εσένα*
- *Να αγοράσει από κάποιον άλλο*
- *Να μην αγοράσει καθόλου*

Τι άλλο θα μπορούσε να αγοράσει ο πελάτης σου (από τον ανταγωνισμό), με τα ίδια χρήματα που εσύ θέλεις να επενδύσει σε εσένα;

1.

2.

3.

- **Γιατί οι πελάτες αγοράζουν από τους ανταγωνιστές σου;**

Ποια είναι τα οφέλη που έχουν από αυτούς και δεν έχουν από εσένα;

Η Αντίληψη είναι το Παν!

Τι είναι αυτό που αντιλαμβάνονται σε όσα τους προσφέρουν οι ανταγωνιστές σου, που δεν το αντιλαμβάνονται από εσένα;

Γιατί αισθάνονται ότι ο ανταγωνιστής σου είναι καλύτερος από εσένα;

Τι θα μπορούσες να κάνεις για να αλλάξεις αυτή την αντίληψη;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποια προϊόντα / υπηρεσίες σου φέρνουν τα υψηλότερα κέρδη;**

Από ποια κερδίζεις περισσότερο;

Τι είναι αυτό που κάνεις και σου φέρνει τα υψηλότερα κέρδη, σύμφωνα με την επένδυση και την προσπάθεια που καταβάλλεις;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποια προϊόντα / υπηρεσίες / αγορές / πελάτες / δραστηριότητες είναι λιγότερο κερδοφόρα;**

Πρέπει να κάνεις εξορθολογισμό συνεχώς και να απαλλάσσεσαι από καθετί που δεν είναι κερδοφόρο. Ως ηγέτης της επιχείρησής σου πρέπει να εξακριβώνεις ποια είναι τα βαρίδια και τα ξεφορτωθείς έτσι ώστε να δημιουργήσεις περισσότερο χρόνο για δραστηριότητες υψηλότερης κερδοφορίας.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Γιατί οι πελάτες των ανταγωνιστών σου αγοράζουν από αυτούς και όχι από εσένα;**

Για να επιβιώσεις και να διαπρέψεις σήμερα, χρειάζεται να πάρεις τη δουλειά και το χρήμα από άλλους.

Για να προσελκύσεις τους πελάτες των ανταγωνιστών σου, πρέπει πρώτα να καταλάβεις ποια είναι τα κίνητρό τους. Μετά μπορείς να κάνεις τις προσφορές σου πιο ελκυστικές ώστε ένας απαιτητικός πελάτης θα προτιμήσει να αγοράσει από εσένα και όχι από τον έως τώρα προμηθευτή του.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες μέθοδοι marketing έχουν αποβεί επιτυχείς και ποιες λιγότερο επιτυχείς, όσον αφορά την συλλογή συστάσεων και νέων υποψηφίων πελατών;**

Υπάρχει άμεση σχέση ανάμεσα στον αριθμό των υποψηφίων πελατών που η εταιρεία σου μπορεί να προσελκύσει και στον αριθμό των πωλήσεων που θα κάνετε.

Σαν ηγέτης της επιχείρησής σου χρειάζεται να βεβαιωθείς ότι η ροή εισερχόμενων πελατών, είναι το επίκεντρο της εστίασης όλων των πωλησιακών σου δραστηριοτήτων, καθώς και εκείνων του Marketing.

Κατανοώντας τι λειτουργεί και τι όχι, θα σε βοηθήσει να βελτιώσεις τις τεχνικές marketing ώστε να προσελκύσεις περισσότερους πελάτες. Το marketing είναι δουλειά όλων, από την καθαρίστρια μέχρι την πρώτη γραμμή !

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες είναι οι τιμές σου; Είναι λογικές, ανταγωνιστικές και κερδοφόρες στα πλαίσια της αγοράς σήμερα;**

Υπάρχουν επτά διαφορετικά στοιχεία που προκαθορίζουν την επιτυχία των πωλήσεων και του marketing. Αυτό ονομάζεται **marketing mix** και περιλαμβάνει τα εξής στοιχεία :

1. **Το προϊόν**
2. **Την τιμή**
3. **Την τοποθεσία** που διατίθεται το προϊόν
4. **Την προώθηση**
5. **Τους ανθρώπους** της πρώτης γραμμής διάθεσης του προϊόντος
6. **Τη διαδικασία** πώλησης του προϊόντος
7. **Την εμπειρία** που αποκομίζει ο πελάτης, με την φυσική του παρουσία στην εταιρεία σου

- **Που ακριβώς πουλάς τα προϊόντα / υπηρεσίες σου;**

Υπάρχουν μήπως και άλλα μέρη που θα μπορούσες να τα διαθέσεις;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Πως φαίνεται εξωτερικά το προϊόν / υπηρεσία σου;**

Υπάρχει κάποιος τρόπος που θα μπορούσες να αλλάξεις την συσκευασία του, ώστε να γίνει πιο ελκυστικό και επιθυμητό σε περισσότερους από τους ιδανικούς σου πελάτες;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιος αναλαμβάνει την υλοποίηση κάθε μέρους της διαδικασίας πώλησης και marketing;**

Οι άνθρωποί σου εμφανίζουν την τέλεια εικόνα της εταιρείας και του προϊόντος / υπηρεσίας;

Υπάρχει κάποιος που δουλεύει ή συνεργάζεται μαζί σου σήμερα, που γνωρίζοντας όσα ήδη ξέρεις, δεν θα προσλάβανες πάλι;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Η εταιρεία σου μπορεί να εξειδικεύεται σε τρεις τομείς :**

Πρώτος : Στο να εξυπηρετεί έναν συγκεκριμένο τύπο πελάτη.

Δεύτερος : Μπορεί να εξειδικεύεται σε μια συγκεκριμένη γραμμή παραγωγής, έχοντας οτιδήποτε επιθυμεί ο πελάτης στον τομέα αυτό.

Τρίτος : Μπορεί να εξειδικεύεται γεωγραφικά, προσφέροντας υπηρεσίες και προϊόντα σε μια συγκεκριμένη περιοχή και μόνο.

Αν έχεις παρατηρήσεις, γράψε τες αναλυτικά :

- 1.
- 2.
- 3.

- **Σε ποιον τομέα διαφοροποιείσαι σε βαθμό αριστείας;**

Με ποιους τρόπους είσαι ανώτερος από τους ανταγωνιστές σου;

Η ουσία κάθε διαφήμισης / προώθησης και marketing είναι **η διαφοροποίηση**: Να δείχνει

ξεκάθαρα το γιατί και πως το προϊόν / υπηρεσία σου είναι ανώτερο. Οι πελάτες αγοράζουν μόνο

από αυτό που αντιλαμβάνονται ότι είναι η καλύτερη επιλογή γι' αυτούς στη συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιο είναι το συγκεκριμένο συγκριτικό πλεονέκτημά σου;**

Ποιες είναι οι ποιότητες των προϊόντων / υπηρεσιών σου που σε κάνουν καλύτερο από το 90% των ανταγωνιστών σου ή όσων βρίσκονται στην ίδια βιομηχανία με εσένα;

Συγκριτικό πλεονέκτημα είναι κάτι που οι ανταγωνιστές σου δεν προσφέρουν και που έχει αξία για τον πελάτη σου. Είναι δηλαδή το κλειδί για την επιτυχία σου !

Ποιο είναι το συγκριτικό σου πλεονέκτημα σήμερα λοιπόν ;

Ποιο θα είναι στο μέλλον;

Ποιο θα έπρεπε να ήταν αν έπρεπε να αυξήσεις τις πωλήσεις σου;

Ποιο θα έπρεπε να ήταν αν έπρεπε να γίνεις ο κυρίαρχος της αγοράς;

Όπως είπε ο **Jack Welch**, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της *General Electric* μεταξύ 1981 και 2001 : “ **Αν δεν έχεις συγκριτικό πλεονέκτημα, μην ανταγωνίζεσαι** ”

1.

2.

3.

- **Ποιος τύπος πελατών ωφελούνται περισσότερο από τα οφέλη που έχουν τα προϊόντα / υπηρεσία σου;**

Τι είδους πελάτες εκτιμούν περισσότερο αυτό που παρέχεις με άριστο τρόπο και είναι πρόθυμοι να πληρώσουν γι' αυτό;

Εντοπίζοντας τομείς εξειδίκευσης και διαφοροποίησης, καθορίζεις ξεκάθαρα εκείνους τους αγοραστές που είναι οι καλύτεροι υποψήφιοι πελάτες και εκείνους που δεν είναι.

Έτσι, μπορείς καλύτερα να μοιράσεις την αγορά σου, εστιάζοντας τις πηγές marketing σου, σε εκείνες τις μορφές προώθησης που έχουν την πιθανότητα να σου φέρουν υψηλά αποτελέσματα.

Ξαναδιάβασέ το !

1.

2.

3.

- Σε ποιες περιοχές διαφήμισης, προώθησης και πώλησης, χρειάζεται να εστιάσεις την ενέργεια και τις πηγές σου, ώστε να μεγιστοποιήσεις τις πωλήσεις και την κερδοφορία σου;

Αν καταλάβεις τι λειτουργεί καλύτερα στη διαφήμιση, προώθηση και πώληση, τότε ξέρεις που να εστιάσεις. Μια από τις πιο απλούστερες στρατηγικές marketing είναι να εξετάσεις τα μέσα διαφήμισης που χρησιμοποιούν οι ανταγωνιστές σου για να πουλήσουν σε εκείνους τους πελάτες που επιθυμείς να προσελκύσεις.

Αν μια διαφήμιση επαναλαμβάνεται σε ένα συγκεκριμένο μέσο, εκφρασμένη με ένα συγκεκριμένο τρόπο, αυτό είναι μια καλή ένδειξη ότι προσελκύει την προσοχή και αποδίδει.

- 1.
- 2.
- 3.

- Πόσους υποψήφιους πελάτες η ομάδα πωλήσεών σας, μετατρέπει σε πελάτες και ποιοι είναι οι κυριότεροι παράγοντες στην μετατροπή αυτή;

Η πρώτη προτεραιότητα μιας επιχείρησης είναι να προσελκύσει ενδιαφερόμενους υποψήφιους πελάτες.

Η δεύτερη είναι να τους μετατρέψει σε πελάτες που θα αγοράσουν. Οι στρατηγικές και οι τεχνικές πώλησης θα σας ανεβάσουν ή θα σας καταστρέψουν. Σαν ηγέτης* της επιχείρησής σου, χρειάζεται να καθοδηγείς και να βελτιώνεις συνέχεια τα ποσοστά μετατροπής.

Με ποιους τρόπους μπορεί η εταιρεία σου να μετατρέπει περισσότερους υποψηφίους πελάτες σε πελάτες;

Η απάντηση ξεκινάει από μια ηγεσία που καταλαβαίνει γιατί οι πελάτες αγοράζουν και γιατί όχι. Οι ηγέτες πρέπει επίσης να αναγνωρίσουν ότι η αγορά αλλάζει συνεχώς, πράγμα που σημαίνει ότι οι πωλησιακές στρατηγικές και τεχνικές χρειάζεται να προσαρμόζονται.

*Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα **IQBLM MASTER ΗΓΕΣΙΑΣ** θα σας βοηθήσει πολύ στο να μάθετε πως να ηγείστε με επιτυχία και αποτελεσματικότητα.

- **Ποιοι πελάτες δεν αξίζουν το χρόνο και την ενέργεια που απαιτείται για να τους ικανοποιήσετε;**

Το κάτω του 20% των πελατών σας, γιατί αγοράζουν μικρές ποσότητες, ο χρόνος που απαιτείται για την εξυπηρέτησή τους και τα προβλήματα που αντιμετωπίζετε με τις πληρωμές τους, επιβάλει να τους βγάλετε από την λίστα των πελατών σας. Απατώντας σε αυτή την ερώτηση θα βοηθηθείτε να τους σταματήσετε και να ελευθερώσετε χρόνο και ενέργεια σε ακόμα καλύτερους πελάτες.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες είναι οι δραστηριότητες που δίνουν χαμηλή ή καθόλου ρευστοποίηση σε σχέση με τον χρόνο και την ενέργεια που καταναλώνετε;**

Χρειάζεται να ανακατασκευάζετε συνέχεια την επιχείρηση και την δουλειά σας, τακτικά μετακινώντας ανθρώπους και πηγές στο άνω του 20% των δραστηριοτήτων που σας φέρνουν κέρδη. Η ερώτηση αυτή θα σας βοηθήσει να εξακριβώσετε ποιες δραστηριότητες θα πρέπει να εγκαταλείψετε ή να επαναπροσδιορίσετε ώστε να βρείτε περισσότερο χρόνο για δραστηριότητες που σας προσφέρουν υψηλότερα κέρδη.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιο είναι το δικό σας brand στην αγορά σας σήμερα; Για ποιο πράγμα είστε γνωστοί στην αγορά σας;**

Κάθε εταιρεία και κάθε προϊόν έχει την εικόνα του στο μυαλό των πελατών. Μια καλή μάρκα αντιπροσωπεύει αξία που ο πελάτης πιστεύει ότι θα λάβει αν αγοράσει ένα προϊόν από αυτή.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιο θα μπορούσε να είναι το σήμα κατατεθέν - brand σας; Με ποιες λέξεις θα το περιγράφατε στους πελάτες σας ώστε να το θυμούνται; Τι είδους φήμη θα σας βοηθούσε πολύ αν είχατε;**

Ο καλύτερος ορισμός του καλού σήματος κατατεθέντος - brand, είναι : “Οι υποσχέσεις που δίνετε και εκείνες που τηρείτε” !

Ποιες υποσχέσεις δίνετε στους πελάτες όταν αγοράζουν τα προϊόντα σας;

Τις τηρείτε;

Όταν έχετε ένα παράπονο από κάποιον πελάτη, αυτό οφείλεται στο ότι ο πελάτης αισθάνεται ότι δεν έχετε τηρήσει κάποια υπόσχεση;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Με ποιο τρόπο η τεχνολογία επηρεάζει τη δουλειά σας; Με ποιους τρεις τρόπους το διαδίκτυο αλλάζει τον τρόπο που κάνετε την δουλειά σας;**

Συνέχεια να αναζητάς και να ανακαλύπτεις νέες τεχνολογίες που θα κάνουν τη δουλειά σου πιο αποτελεσματική και νέες στρατηγικές διαδικτύου που θα επεκτείνουν τις αγορές τις οποίες κινείσαι.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Τι θα μπορούσες να αλλάξεις ή να βελτιώσεις στα προϊόντα/υπηρεσίες ή γενικότερα στη δουλειά σου, ώστε να αρχίσεις να δημιουργείς ένα καλύτερο όνομα-εικόνα στο μυαλό των πελατών σου ;**

Σκέψου τρία πράγματα που μπορείς να κάνεις άμεσα για να κάνεις τους πελάτες σου πιο χαρούμενους που συνδιαλέγονται μαζί σου και όχι με κάποιον άλλον.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Φαντάσου ότι έχουν περάσει πέντε χρόνια από σήμερα και η εταιρεία σου έχει την καλύτερη φήμη στην αγορά.** Φαντάσου ότι ο δημοσιογράφος από ένα μεγάλο περιοδικό ή εφημερίδα θα γράψει μια ιστορία για εσένα και την εταιρεία σου.

Τι θα ήθελες να έλεγε αυτή η ιστορία;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν η εταιρεία σου ήταν τέλεια παντού, πως θα περιέγραφε ο δημοσιογράφος την ποιότητα των προϊόντων / υπηρεσιών σου σε σχέση με τον ανταγωνισμό σου ;**

Τι είδους φήμη θα είχες;

Ποιες λέξεις θα χρησιμοποιούσε;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Πως ο δημοσιογράφος θα περιέγραφε την δουλειά σου;**

Πως θα περιέγραφε εσένα, τα προϊόντα / υπηρεσίες σου, την ποιότητα της εξυπηρέτησης που παρέχεις στους πελάτες σου, τους ανθρώπους σου και τις εσωτερικές διαδικασίες της εταιρείας σου;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν η δουλειά σου πήγαινε τέλεια, πόσα θα ήταν τα έσοδά σου;**

Ποιο θα ήταν το επίπεδο της κερδοφορίας σου;

Ποιο θα ήταν το ποσοστό των πωλήσεών σου;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν η επιχείρησή σου ήταν τέλεια, τι είδους ανθρώπων θα δούλευε για εσένα;**

Τι είδους manager θα είχες;

Τι είδους προσωπικό;

Τι είδους πωλητών;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν η επιχείρησή σου ήταν τέλεια ποια θα ήταν η προσωπική σου κατάσταση;**

Πόσα χρήματα θα κέρδιζες;

Ποια θα ήταν η κοινωνική σου θέση;

Που θα βρισκόσουν στον τομέα σου και στη σταδιοδρομία σου;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες είναι οι τρεις μεγαλύτερες αδυναμίες σας σαν εταιρεία;**

Γίνε σύμβουλος του εαυτού σου. Αν σε καλούσαν στη δική σου εταιρεία να βρεις τις αδυναμίες, ποιες θα ανακάλυπτες;

Μερικές φορές φορές αν δυναμώσεις την επιχείρησή σου σε ένα τομέα, μπορεί να αλλάξει τα αποτελέσματα όλης σου της επιχείρησης αμέσως.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποια είναι τα τρία μεγαλύτερα εμπόδια στο να επιτύχεις υψηλότερα επίπεδα πωλήσεων και κερδοφορίας;**

Αν ο στόχος σου είναι να αυξήσεις τις πωλήσεις και την κερδοφορία, γιατί δεν είναι ήδη υψηλότερα;

Τι σε κρατάει; Τι στέκεται εμπόδιο;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες είναι οι τρεις μεγαλύτερες πιθανές απειλές στην επιχείρησή σου σήμερα;**

Ποια είναι τα χειρότερα πράγματα που θα μπορούσαν να συμβούν βραχυπρόθεσμα;

Ποια βήματα θα μπορούσες να πάρεις για να βεβαιωθείς ότι δεν θα συμβούν ή ότι θα ανταποκριθείς αποτελεσματικά αν συμβούν;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Βλέποντας μελλοντικά, ποια είναι τα τρία χειρότερα πράγματα που θα μπορούσαν να συμβούν και να βλάψουν την επιχείρησή σου σε ένα χρόνο από σήμερα;**

Έστω κι αν υπάρχει μια πιθανότητα 5% να συμβεί κάτι που θα μπορούσε να απειλήσει την υγεία της επιχείρησής σου, γράψε ποιο θα ήταν αυτό και ανάπτυξε ένα σχέδιο δράσης σε περίπτωση που συμβεί.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποια θα μπορούσαν να είναι αυτά τα τρία βήματα, που αν έπαιρνες άμεσα για να προστατευτείς από τους πιθανούς αυτούς κινδύνους, που θα απειλούσαν την υγεία και την επιβίωση της επιχείρησής σου;**

Ποτέ μην αφήνεις τα πράγματα στην τύχη ή να υποθέτεις πως όλα θα πάνε καλά.

Η ελπίδα δεν αποτελεί στρατηγική.

Ξαναδιάβασέ το !

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιοι είναι οι τομείς μέγιστης ευκαιρίας για το μέλλον, βάσει των τάσεων που επικρατούν στην αγορά;**

Το 80% των υπηρεσιών και προϊόντων σε κοινή χρήση σήμερα θα είναι καινούργια ή διαφορετικά σε πέντε χρόνια. Όσο περισσότερο κοιτάζεις μπροστά και σκέφτεσαι τις ευκαιρίες που μπορεί να φέρει το μέλλον, τόσο περισσότερες ευκαιρίες ανακαλύπτεις.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποια είναι τα τρία βήματα που χρειάζεται να κάνεις άμεσα, ώστε να εκμεταλλευτείς αυτές τις ευκαιρίες;**

Άρχισε σήμερα να εντοπίζεις χρόνο, χρήμα, ανθρώπους και πόρους στην ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών του αύριο.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες είναι οι τρεις σπουδαιότερες ικανότητες ή δεξιότητες που χρειάζεται να αρχίσεις να αναπτύσσεις σήμερα ώστε να βεβαιωθείς ότι θα είσαι έτοιμος για τις ευκαιρίες του αύριο;**

Κάθε δουλειά ξεκινά και χτίζεται γύρω από ορισμένες δεξιότητες. Για να επιτύχεις με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του αύριο, θα χρειαστεί να αναπτύξεις νέες σπουδαίες ικανότητες που θα απαιτούνται εκείνη την εποχή. Επειδή θα πάρει χρόνο, **ξεκίνα σήμερα.**

Ξαναδιάβασέ το !

- 1.
- 2.
- 3.

- **Τι κάνεις σήμερα στη δουλειά σου, που θα απέφευγες να κάνεις αν θα έπρεπε να ξεκινήσεις απ' την αρχή, γνωρίζοντας όλα όσα ξέρεις σήμερα;**

Υπολογίζεται ότι το 70% των αποφάσεων του παρελθόντος, θα είναι λάθος σήμερα. Να είσαστε προετοιμασμένοι να ελαχιστοποιείτε τις απώλειες σας, συμπεραίνοντας ότι δεν θα ξανακάνατε το ίδιο λάθος σήμερα αν το είχατε κάνει και στο παρελθόν.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες οργανωτικές αλλαγές σχετικά με ανθρώπους, δραστηριότητες, ροή εργασιών και έξοδα, θα πρέπει να κάνεις ώστε να βελτιώσεις την αποτελεσματικότητα και την παραγωγικότητα;**

Να είσαι έτοιμος να αναδιοργανώνεσαι συνέχεια, οποτεδήποτε λαμβάνεις νέα πληροφόρηση ή η αγορά αλλάζει απροειδοποίητα.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Πως θα μπορούσες να επανασχεδιάσεις ώστε να μεταφέρεις περισσότερο από τον χρόνο σου και τις πηγές σου, στο 20% των δραστηριοτήτων που σου φέρνουν το 80% των κερδών σου; (Ο Νόμος του Pareto)**

Οποιοσδήποτε αλλαγές χρειαστεί να κάνεις στο μέλλον ώστε να επιβιώσεις, κάνε τις σήμερα.

Εστιάσου στην εισροή χρήματος, στις πωλήσεις και την δημιουργία εσόδων, καθώς και στην πλέον αποτελεσματική χρήση του χρόνου και των πόρων σου.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Φαντάσου ότι κλείνει η επιχείρησή σου. Ποια προϊόντα / υπηρεσίες και δραστηριότητες θα ξανάρχιζες άμεσα; Ποιους πελάτες θα στόχευες να αποκτήσεις ξανά;**

1.

2.

3.

- **Ποια προϊόντα / υπηρεσίες ή δραστηριότητες δεν θα ξανάρχιζες σήμερα αν η επιχείρησή σου είχε καταστραφεί; Ποιους πελάτες δεν θα ήθελες;**

Να είσαι έτοιμος να ξαναδημιουργήσεις τον εαυτό σου και την επιχείρησή σου κάθε έξι μήνες. Ο κανόνας είναι απλός : **“ΑΛΛΑΞΕ (ΚΑΝ’ ΤΟ) ΠΡΙΝ ΥΠΟΧΡΕΩΘΕΙΣ ΝΑ ΤΟ ΚΑΝΕΙΣ”**

1.

2.

3.

- **Ανάλυσε κάθε βήμα των επιχειρηματικών σου δραστηριοτήτων.**

Τι θα μπορούσες να απλοποιήσεις, να αναθέσεις, να διακόψεις ή να σταματήσεις να κάνεις τελείως; Να αναζητάς τρόπους να ξανασχεδιάσεις την δουλειά σου, για να γίνεται συντομότερα, καλύτερα, οικονομικότερα και απλούστερα.

Πάντα ρώτα :

“ Γιατί το κάνουμε με αυτό τον τρόπο, μήπως υπάρχει κάποιος άλλος καλύτερος; ”

1.

2.

3.

- **Τι θα μπορούσες να κάνεις για να απλουστεύσεις τις επιχειρηματικές σου διαδικασίες, μειώνοντας τα βήματα σε κάθε μια;**

Υπάρχει μια ακριβής αναλογία, ανάμεσα στον αριθμό των βημάτων και την πιθανότητα για περισσότερα λάθη, υψηλότερα κόστη και μακρύτερες καθυστερήσεις.

Όταν εσκεμμένα μειώσεις τον αριθμό των βημάτων, αυξάνεις την ταχύτητα και την αποτελεσματικότητα, καθώς μειώνεις το κόστος της δραστηριότητας.

Ξαναδιάβασέ το!

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες δραστηριότητες θα σταματούσες τελείως για να επιταχύνεις τη διαδικασία παραγωγής;**

Πολλές δραστηριότητες συμπεριλαμβάνονται στο μέρος της μεγάλης διαδικασίας χωρίς λόγο. Δες ποιες είναι αυτές που θα μπορούσες να εξαλείψεις, χωρίς να μειωθεί η αποδοτικότητα.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες δραστηριότητες μπορείς να αναθέσεις απελευθερώνοντας τον εαυτό σου, έτσι ώστε να εστιάζεις στο να πουλάς περισσότερο;**

Οτιδήποτε εργασία που δεν είναι σημαντική στη δημιουργία πωλήσεων και εσόδων, μπορεί να ανατεθεί.

Υπάρχουν εταιρείες, ψηφιακά εργαλεία και πλατφόρμες που ειδικεύονται σε αυτές τις εργασίες και μπορούν να τις κάνουν καλύτερα, γρηγορότερα και οικονομικότερα απ' ότι εσείς.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες δραστηριότητες μπορείς να σταματήσεις τελείως, χωρίς να χάσεις πωλήσεις και χρήματα;**

Φαντάσου ότι είσαι ο ειδικός που καλείται να εξετάσει σχολαστικά κάθε δραστηριότητα.

Ποιες θα ήταν αυτές που θα ανέφερες ότι πρέπει να σταματήσουν, ειδικά αν ήταν σε κίνδυνο η επιβίωση της εταιρείας;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Υπάρχει κάποιος άνθρωπος στην επαγγελματική σου ζωή, τον οποίο γνωρίζοντας όλα όσα γνωρίζεις τώρα, δεν θα προσλάμβανες/συνεργαζόσουν σήμερα;**

Συνήθως τα δυο τρίτα των ανθρώπων δεν εργάζονται συνέχεια. Είτε κάνουν μια μέτρια δουλειά, είτε μια κακή. Να κρατάς μόνον εκείνους που θα ξαναπροσλάμβανες αν σήμερα σου έκαναν αίτηση για δουλειά.

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν επρόκειτο να ξαναρχίσεις από την αρχή την επιχείρησή σου σήμερα, τι θα έκανες διαφορετικά;**

Τι θα έκανες περισσότερο και τι λιγότερο;

Τι θα σταματούσες τελείως να κάνεις;

Τι είδους συμβουλή θα έδινες σε κάποιον αν σχεδίαζε να κάνει μια επιχείρηση στον ίδιο τομέα με εσένα;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες δεξιότητες, ικανότητες, ταλέντα έχεις, που ευθύνονται για τις επιτυχίες σου μέχρι σήμερα;**

Κάθε άνθρωπος έχει ξεχωριστές ικανότητες που τον κάνουν να διαφέρει από τους άλλους. Ποιες είναι οι δικές σου;

Τι έχεις κάνει στο παρελθόν που σε έχει βοηθήσει να κερδίσεις επαίνους και επιτεύγματα;

Τι απολαμβάνεις περισσότερο να κάνεις;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Αν θα μπορούσες να ήσουν άριστος σε ένα και μόνο πράγμα, ποιες δεξιότητες και ικανότητες θα σε βοηθούσαν περισσότερο στο να επιτύχεις τους σπουδαιότερους στόχους σου;**

Φαντάσου να είχες ένα μαγικό ραβδί και ξαφνικά να γινόσουν εξαιρετικά καλός σε κάτι συγκεκριμένο. Τι θα διάλεγες ;

- 1.
- 2.
- 3.

- **Ποιες δράσεις πρόκειται να ξεκινήσεις άμεσα ως αποτέλεσμα των απαντήσεων που έδωσες στις παραπάνω ερωτήσεις;**

- 1.
- 2.
- 3.

Κλείνοντας,

σας ευχαριστώ πολύ και σας εύχομαι καλή επιχειρηματική κι επαγγελματική ανάπτυξη.

Με εκτίμηση

Ευάγγελος Κανίνιας

Qualified Business and Life Mentor

Πιστοποιημένος Μέντορας Επιχειρηματικότητας και Ζωής

Ελληνική & Διεθνής πιστοποίηση : GLOBAL CERT - N.O.C.N. group UK



Copyright © 2024 IQBLM - All rights reserved.

Πνευματική ιδιοκτησία περιεχομένου - Νόμος 2121/1993