



ایده‌های بزرگ چگونه به ذهن کارآفرینان می‌رسد؟

داشتن ایده‌های بزرگ کارآفرینی نیازمند یک فرمول جادویی نیست. اما این به این معنی نیست که هیچ فرمولی برای آن وجود ندارد



مترجم: مریم رضایی

منبع: Wall Street Journal

در قلب هر کسب‌وکار موفق یک ایده بزرگ وجود دارد. برخی از آنها به قدری ساده هستند که تعجب می‌کنیم چرا قبلاً به فکر کسی نرسیده است. برخی از آنها هم به قدری تحول‌گرا هستند که تعجب می‌کنیم چگونه به فکر کسی رسیده است.

اما این ایده‌های بزرگ یک حکم ثابت را اجرا نمی‌کنند و باعث می‌شوند بسیاری از کارآفرینان بالقوه این سوال رایج را از خود بپرسند: این ایده چگونه به ذهن کسی رسیده و ما چطور می‌توانیم همین ایده‌های جادویی را پیاده کنیم؟

برای پاسخ به اینگونه سوالات، سراغ کارشناسان مختلف رفته‌ایم و نظرات مختلف آنها را در این مورد جمع‌آوری کردیم. این کارشناسان شامل مشاوران، سرمایه‌گذاران و اساتید حوزه کسب‌وکار هستند که داستان‌های موفقیت بی‌شماری را شنیده‌اند یا داستان‌های موفقیت خود را ثبت کرده‌اند. آنها از هر منبعی، از معماهای روزانه گرفته تا احساسات موثر و ذهن ناخودآگاه خود الهام گرفته‌اند.

دیوید کوهن، موسس و مدیرعامل شرکت تکاستارز:

مسائلی که شما را ناراحت می‌کند جدی بگیرید

ایده اولیه راه‌اندازی یک کسب‌وکار معمولاً با مشکلی شروع می‌شود که باید آن را حل کرد. این ایده‌ها در زمانی که در جای مطلوبی نشسته‌اید و قهوه می‌نوشید و در مورد زندگی تفکر می‌کنید ظهور نمی‌کنند، بلکه خودشان را زمانی نشان می‌دهند که به سختی در حال کار کردن روی مساله خاصی هستید.

به عنوان مثال، ایده تشکیل یکی از شرکت‌هایم به نام ایرفیدر، زمانی شکل گرفت که به اخباری در مورد موسیقی مورد علاقه‌ام نیاز داشتم و نمی‌توانستم این اخبار را پیدا کنم. بنابراین در این شرکت سرویسی را ایجاد کردم که موسیقی‌های موجود در کامپیوتر شما را چک می‌کند و سپس اخبار مربوط به آن را از طریق اینترنت در اختیار شما قرار می‌دهد.

ویوک وازوا، معاون انجمن علمی و نوآوری دانشگاه سینگولاریتی:

هیچ‌گاه برای کارآفرینی دیر نیست

داستان‌های موفقیت مارک زوکربرگ در فیس‌بوک، پائول آلن و بیل گیتس در مایکروسافت، استیو و وزنیاک و استیو جابز در اپل، باعث می‌شوند برخی افراد فکر کنند که داشتن ایده‌های بزرگ فقط مختص افراد جوان است. اما کارآفرینان عرصه تکنولوژی که به سرعت به شهرت و ثروت رسیدند، در ابتدا خارج از این حوزه بوده‌اند. یک کارآفرین به طور معمول فردی میانسال و حرفه‌ای است که نیازهای بازار را می‌داند و شرکتی را با پس‌انداز خودش تاسیس می‌کند. تحقیقی که تیم شرکت من در سال 2009 انجام داد، مشخص می‌کند که میانگین سنی یک کارآفرین موفق در صنایع پیشرفته مانند کامپیوتر، پزشکی و هوافضا، 40 سال است.

آنگلا بنتون، موسس و مدیرعامل شرکت نیومی:

در زندگی حضور فعالی داشته باشید

طوفان ذهنی خود را با مشکلاتی آغاز کنید که شما در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اید. راه‌اندازی یک کسب‌وکار کار بسیار سختی است و نیاز به فداکاری خالصانه‌ای دارد که از اشتیاق شخصی شما نشأت می‌گیرد.

سوال بزرگ بعدی که با آن مواجه می‌شوید این است که «چگونه؟» شکل‌گیری ایده‌ها و نوآوری‌های بزرگ وقتی صورت می‌گیرد که فکر اولیه خودتان را به شیوه‌ای متفاوت از دیگران اجرا کنید. یک راه مهم برای انجام این کار این است که فراتر از صنعت حوزه فعالیت‌تان را

بنگرید و ببینید دیگران چگونه مشکلاتشان را حل می‌کنند. رویکردهایی که برای آنها یک کار روتین است، ممکن است برای شما غیرمعمول باشد و جرقه ایده‌های بزرگ را در ذهن شما روشن کند.

همچنین بیشتر فعالان کسب‌وکار جنبه خلاقانه افراد را نادیده می‌گیرند تا زمانی که واقعا به آن نیاز پیدا کنند. اطمینان از اینکه زندگی شما توازنی از هنرهای مختلف است، روش مهمی برای درگیری خلاقانه با امور است. در دنیایی که ما زندگی می‌کنیم، گفتن این جمله که «در زندگی حضور فعال داشته باشید» از عمل کردن به آن ساده‌تر است. یعنی کارهای ساده‌ای مثل نوشیدن یک فنجان قهوه می‌تواند با پاسخ دادن به ایمیل‌ها یا مدیریت برنامه‌ها همراه شود.

بن بالدوین، از موسسین و مدیرعامل شرکت کلیرفیت:

بگذارید ناخودآگاه شما کارها را انجام دهد

وقتی ذهن شما از وظایف تکراری و خسته‌کننده پر شده، می‌تواند ناخودآگاه شما را به لحظه کشف ایده جدید سوق دهد. این اتفاق برای من رخ داد. مدل کسب‌وکار شرکت کلیرفیت که به شرکت‌ها روش‌های ساده‌ای برای جذب نیرو و پیش‌بینی تناسب شغلی ارائه می‌کند، در حالی که به ذهن من خطور کرد که با سرعت 120 کیلومتر در ساعت در حال رانندگی بودم و اصلا به کار فکر نمی‌کردم.

ضمیر ناخودآگاه در نهانگاه ما عمل می‌کند و به صورت نامحسوس بر نتیجه بسیاری از تفکرات ما اثر می‌گذارد. بنابراین، در اوج درگیری‌های شغلی لحظه‌ای به خودتان استراحت بدهید و از هوای تازه استفاده کنید، چون در این صورت ذهن شما بهتر می‌تواند مشکلات را حل کند و راه‌حلی به ذهن شما می‌رسد که قبلا به آنها فکر نکرده بودید.

برایان اسپالی، موسس و مدیرعامل شرکت ترانک کلاب:

به مشکلات عملی خود بتازید

هر زمان از خدمات یک شرکت یا تجربه خود به عنوان مشتری ناراضی هستید، یا احتیاج به محصولی دارید که هیچ شرکتی آن را ارائه نمی‌کند و در هیچ کجا نمی‌توانید آن را بیابید، این نکات را یادداشت کنید. بعد از خودتان بپرسید، آیا خودم می‌توانم این مشکل را حل کنم؟

چقدر وقت و سرمایه نیاز دارم تا ایده خودم را آزمایش کنم؟

همان طور که اندی راشلف، استاد دانشمندی در دانشگاه استنفورد مرا تشویق کرد «مطمئن

شويد می توانيد سريع و ارزان شکست بخوريد.» زمانی که در دانشکده کسب و کار بودم، ایده های بزرگ زیادی داشتم. یکی از آنها تاسيس یک شرکت داخلی خدمات هوایی بود که ميليون ها دلار سرمايه و چند سال زمان نیاز داشت. من تصميم گرفتم فرصت دیگری را دنبال کنم که کم هزینه تر باشد و زودتر نتیجه بدهد؛ یعنی شرکت تولید پوشاک به نام بونوبوس. در آخر، با صرف تنها 9 ماه زمان و 15 هزار دلار سرمايه، توانستم بازخورد مناسب بازار را دریافت کنم.

ویکتور هوانگ، از موسسين و

مدیر عامل شرکت T2

به فضاهای مرموز سرک بکشید

کارآفرینانی که می خواهند ذهن خود را به چالش بکشند، باید به دنبال مسائل غیرعادی باشند. بنابراین مسائل عجیب را ببینید و بشنوید. من از مشاهده اسناد مبهم و گوش دادن به پادکست های غیرعادی لذت می برم. یافتن ایده های جالبی که فقط نیازمند کمی تکاپوی بیشتر شما هستند، هیجان انگیز است.

وارد فضاهای عجیب و جالب شوید. من همیشه به مناطق دورافتاده حومه شهر، فروشگاه های بزرگ و انجمن های دانشگاهی می روم. وقتی بدون داشتن هدف خاصی در محیطی قدم می زنید، مسائل به شیوه تازه ای به چشم شما می آیند. همچنین با افراد عجیب گفت و گو کنید. شروع مکالمه با افرادی که با شما فرق دارند، کار بسیار تاثیرگذاری است. من هنوز مکالماتی را که سال ها پیش با افراد غریبه داشتم و تاثیر این مکالمات را به یاد می آورم.

کوپن کولران، از شرکای سرمایه گذاری شرکت جنرال کاتالیست پارتنرز:

بزرگ فکر کنید

وقتی کارآفرینی یک ایده یا فرصت کسب و کار را انتخاب می کند، باید چندین فاکتور را مدنظر قرار دهد:

اول اینکه با راه اندازی یک کسب و کار فرصت های زیادی برای پول درآوردن به وجود می آید که در کنار آن، کالاها یا خدمات موجود هم رشد می کنند. اما هیجان واقعی وقتی به وجود می آید که تصمیم قطعی می گیرید یک ایده بزرگ را که کمی هم جنون آمیز به نظر می رسد، دنبال کنید.

مساله بعدی این است که باید دنیا را به مکانی ایده آل تبدیل کنید. بهترین کارآفرینان افرادی

هستند که با کسب و کار خود، زندگی بسیاری از مردم دنیا را تسهیل می کنند و بهبود می بخشند. چنین افرادی وقتی در مورد امور جهان و چگونگی توسعه وضعیت موجود فکر می کنند، مرتب از خودشان می پرسند «چه می شد اگر...»

نکته مهم دیگر این است که از سریع شکست خوردن نهراسید. از آنجایی که این روزها تحولات بازار بسیار سریع تر اتفاق می افتد، آزمایش کردن ایده ها بدون ترس از عواقب هولناک شکست، آسان تر شده است.

در آخر، سعی کنید خیلی سریع تغییر موضع بدهید. بیشتر شرکت های موفق دنیا به نحوی فعالیت می کنند که با نحوه فعالیت آنها در روزهای شروع کارشان بسیار متفاوت است. یک کارآفرین موفق می داند چه زمانی شرکت مسیر غلطی را طی می کند یا در حال از دست دادن یک فرصت بزرگ است و بنابراین موضع خود را به سرعت تغییر می دهد.

دیو لایونسکی، از موسسین و رییس شرکت گروتینک:
به افراد مطلع گوش دهید

ایده های بزرگ به شیوه های متفاوتی به ذهن کارآفرینان می رسد که برخی از آنها از این قرارند: بازخورد مشتری را دریافت کنید. به مشتریان خود گوش دهید و محصولات و خدماتی ایجاد کنید که مورد علاقه آنها است و نیز محصولات و خدماتی را که مورد استقبال مشتری نیست، حذف کنید.

به کارمندان طراز اول خود گوش دهید. کارمندی که در بطن کار تولید هستند یا با مشتری تعامل مستقیم دارند، می دانند انجام چه کاری بیش از حد طول می کشد، چه موادی گران هستند و چه مسائلی باعث بروز مشکل می شوند. بنابراین با آنها صحبت کنید تا از همه جزئیات شرکت تان اطلاع داشته باشید.

فرضیات را نقض کنید. خیلی از کارآفرینان بزرگ با نقض کردن فرضیات به ایده های بزرگ دست می یابند. مثلا این فرضیه قدیمی که برای دریافت پول، باید حتما وارد شعبه های بانک شویم و به متصدی باجه مراجعه کنیم، با ورود دستگاه های ATM نقض شد.

دونا کلی، استادیار کارآفرینی دانشکده بابسون:

در برابر تغییرات ناگهانی آماده باشید

کارآفرینان باید دو چیز را بدانند. اول اینکه اولین (یا دومین یا سومین) ایده آنها معمولا فرصت اصلی کار آنها نیست. در حقیقت، ایده اولیه ممکن است از بین برود. بنابراین آنها باید بدانند

چرا آن ایده از بین رفته و تلاش کنند مسیر را تغییر دهند. نکته دومی که کارآفرینان بزرگ باید بدانند این است که حتی اگر ایده اولیه آنها با مشکلاتی مواجه شد، هنوز هم فرصت خوبی در درون آن نهفته است. آنها باید با افراد مختلف صحبت کنند و آن را تغییر و پیشرفت دهند. در نهایت، ممکن است ایده آنها شکست بخورد؛ اتفاقی که برای بسیاری از کارآفرینان موفق رخ داده است. اما آنها از این شکست ناامید نشده‌اند و در موقعیت بهتری قرار گرفتند تا ایده‌های بعدی را بهتر شکل دهند.

ساراس ساراسواتی، استاد مدیریت کسب‌وکار دانشکده کسب‌وکار دانشگاه ویرجینیا:
نمی‌توانید به مغزتان حمله کنید

من نمی‌دانم که ایده‌های بزرگ چگونه شکل می‌گیرند. فکر می‌کنم هیچ کس دیگری هم نداند. حتی نمی‌دانم ایده‌های خودم چگونه شکل می‌گیرند. به نظر من، مغز انسان کار خودش را می‌کند و ایده‌ای را بیرون می‌دهد. در حالی که منتظرید مغزتان کار خارق‌العاده‌ای انجام دهد، کار خودتان را انجام دهید. با افراد مختلف دیدار کنید، بحث و گفت‌وگو داشته باشید، الگوهای اولیه بسازید یا حداقل مشکلات دیگران را جمع‌آوری کنید. هدف همه این کارها این است که عمل کردن، جنبه خلاقانه‌ای دارد که آن را از فکر کردن مجزا می‌کند. بنابراین، همیشه نیازی نیست، اول فکر کنید.

نقل از دنیای اقتصاد

Read more: <http://www.onlinemanagers.ir/EMag/ContentDetails.aspx?cid=1638#ixzz40PvPFXGf>