

ബിസിനസ് വിജയത്തിന്റെ രസതന്ത്രം



ഷമീം റഫീഖ്
ഇന്റർനാഷണൽ ട്രെയിനർ & ബിസിനസ് കോച്ച്
വിനർ ഇൻ യു ട്രെയിനിംഗ്
ആൻഡ് കോച്ചിംഗ് സർവീസസ്
shamirrafeek@gmail.com

നിരവധി ബിസിനസ് സ്കൂളുകളിൽ പരിശീലനം നൽകാൻ പോകാറുള്ള വ്യക്തിയാണ് ഞാൻ. ‘പഠനം കഴിഞ്ഞ് എത്രപേർക്ക് ജോലി ചെയ്യാൻ താൽപര്യമുണ്ട്? എത്ര പേർക്ക് ബിസിനസ് ചെയ്യാൻ താൽപര്യമുണ്ട്?’ പരിശീലനം കഴിഞ്ഞ് ഈ ചോദ്യം കൂട്ടികളോട് ഞാൻ ചോദിക്കാറുണ്ട്. ഉത്തരം പറയുമ്പോൾ ഞാൻ കണ്ടിട്ടുള്ള നൂറു പേരിൽ 98 പേരും ജോലി വേണമെന്നാഗ്രഹിക്കുന്നവരാണ്. രണ്ടു പേർ മാത്രമാണ് സ്വന്തമായി ബിസിനസ് ചെയ്യണമെന്ന് ഉത്തരം പറയാറ്.

എന്തു കൊണ്ട് ഒരു ബിസിനസ് തുടങ്ങാൻ നിങ്ങളാഗ്രഹിക്കുന്നില്ല എന്ന് ഇവരോട് ചോദിച്ചാൽ ഉത്തരം ഇതായിരിക്കും. “ബിസിനസ് തുടങ്ങുന്നത് റിസ്കിയാണ്; നമ്മുടെ ചുറ്റും ബിസിനസ് തുടങ്ങി വിജയിച്ചവർ കുറവാണ്...” ഒരു ബിസിനസ്

സംരംഭം വിജയിപ്പിക്കുക എന്നുള്ളത് അത്രക്ക് ബുദ്ധിമുട്ടുള്ള കാര്യമാണോ?

അതാണ് ഞാൻ പറയുന്ന വിഷയം.

പണമല്ല; പാഷണാണ് പ്രധാനം

ഒരു ബിസിനസ് സംരംഭം വിജയിപ്പിക്കണമെങ്കിൽ എവിടുന്ന് തുടങ്ങണം. എന്തു ചെയ്യണം. എനിക്ക് തോന്നിയിട്ടുള്ളത് ഒരു ബിസിനസ്സും ഇന്നേ വരെ പണമില്ലാത്തതുകൊണ്ട് പരാജയപ്പെട്ടിട്ടില്ല എന്നാണ്. അപ്പോൾ പിന്നെ എന്തുകൊണ്ടാണ് ബിസിനസ് പരാജയപ്പെടുന്നത്?

നല്ല ആശയങ്ങളില്ലാത്തതു കൊണ്ടാണ് പലതും പരാജയപ്പെട്ടു പോകുന്നതെന്നാണ് എനിക്ക് തോന്നുന്നതും ഇതുവരെയുള്ള അനുഭവത്തിൽനിന്നും മനസ്സിലാക്കാൻ സാധിച്ചിട്ടുള്ളതും. നമുക്കു ചുറ്റും അവസരങ്ങൾ നിരവധിയുണ്ട്.

അതിനാൽ ആദ്യം നമുക്കെന്താണ് വേണ്ടത്.

ഇതിനോടൊരു പാഷൻ.

അതില്ലാതെ

ബിസിനസ്സിലിറങ്ങി

വിജയിക്കുക എന്നത് ബുദ്ധിമുട്ടാണ്.

നമുക്കു ചുറ്റുമൊന്നു കണ്ണോടിച്ചാൽ

അതിനു നിരവധി

ഉദാഹരണങ്ങൾ

കണ്ടെത്താൻ

കഴിയും.

ബിസിനസിൽ

വിജയിച്ച

വ്യക്തികളുടെ

ജീവിതങ്ങളെടുത്തു

പരിശോധിച്ചാൽ

മനസ്സിലാകും



അവരെല്ലാം വിജയിച്ചത് അവർക്കിതിനോടുള്ള ഇഷ്ടം കൊണ്ടു തന്നെയാണെന്ന്.

കൃത്യമായ പഠനം

എന്തു സംരംഭമായാലും ഇറങ്ങിപ്പുറപ്പെടുന്നതിനു മുമ്പ്, നന്നായി പഠനം നടത്തിയതിനു ശേഷം മാത്രമേ അതിലേക്ക് ഇറങ്ങാവൂ. ഇതിന്റെ വിപണി എന്താണ്, ആരോടാണ് മത്സരിക്കേണ്ടത്, ഇത് വിൽക്കാനുള്ള അവസരങ്ങൾ എങ്ങനെയാണ്, എനിക്ക് നിങ്ങളോട് പോലെയൊരു ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സർവീസ് ഉണ്ട് എന്ന രീതിയിലുള്ള മീ ടു ബിസിനസാണോ, അല്ലെങ്കിൽ നിലവിലുള്ളതിൽ നിന്നും വ്യത്യസ്തമായ, സവിശേഷതയുള്ള ബിസിനസാണോ എന്നു തുടങ്ങിയ കാര്യങ്ങൾ നിർബന്ധമായും പരിശോധിക്കണം.

പിന്നീട് ഉൽപ്പന്നത്തെക്കുറിച്ചും സർവീസിനെക്കുറിച്ചും നല്ല രീതിയിൽ പഠനം നടത്തുക. ഏതെങ്കിലും ഒരു സ്ഥാപനത്തിൽ ജോലിചെയ്ത മുൻ പരിചയമുണ്ടെങ്കിൽ അത് നിങ്ങളുടെ പുതിയ സംരംഭത്തെ തീർച്ചയായും സഹായിക്കും. ഇനി ജോലി ചെയ്ത പരിചയമില്ലെങ്കിൽ വിതരണക്കാരനായി പ്രവർത്തിച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിൽ പോലും അതു നിങ്ങളെ പുതിയൊരു ബ്രാൻഡിറക്കാൻ സഹായിക്കും. കെന്റ് വാട്ടർ പ്യൂരിഫയറുകളുടെ കൊച്ചിയിൽ നിന്നുള്ള വിതരണക്കാരനായ സുധിൻ വിളങ്ങാട് സ്വന്തമായി അകാസാൻ എന്ന ബ്രാൻഡിൽ പുതിയ വാട്ടർ പ്യൂരിഫയർ അവതരിപ്പിച്ചപ്പോൾ അദ്ദേഹത്തിന്റെ വിജയത്തിൽ കൂട്ടായത് ഈ മുൻപരിചയമാണ്.

സംരംഭങ്ങൾ കാലാനുസൃതമാക്കട്ടെ

സംരംഭം തുടങ്ങുമ്പോൾ ആദ്യം മനസിലാക്കേണ്ട ഒരു കാര്യമുണ്ട്. ഞാൻ സംരംഭവുമായി ഇറങ്ങാൻ പോകുന്ന മേഖല മരിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുന്ന അല്ലെങ്കിൽ ഇല്ലാതായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്ന മേഖലയാണോ, അതോ, ഇന്നു മാത്രം അതായത് കുറച്ചു നാളുകൾ മാത്രം ആയുസുള്ള മേഖലയാണോ, അതോ, നാളെ നല്ല മാർക്കറ്റുണ്ടാകും

അടുത്തുകണ്ട ഉദാഹരണം

‘വിജയി ഭവ’ എന്ന ഞങ്ങളുടെ പരിശീലന പരിപാടിയിൽ പങ്കെടുത്ത ഷമിൽ മാത്യൂസ് എന്ന കോഴഞ്ചേരി സ്വദേശി. ഇദ്ദേഹം ഷോപ്പിംഗ് സമുച്ചയങ്ങളും കാർഷിക ബിസിനസുമൊക്കെയുള്ള സ്വന്തം കുടുംബത്തിലെ അംഗമാണ്. പക്ഷേ, ഇദ്ദേഹത്തിനിഷ്ടം ഡിസൈനിംഗാണ്. വീട്ടിൽനിന്നുള്ള എല്ലാ എതിർപ്പുകളേയും അവഗണിച്ചുകൊണ്ടുതന്നെ തന്റെ പാഷണായ ഡിസൈനിംഗ് കമ്പനി തുടങ്ങാൻ ഇദ്ദേഹം കൊച്ചിയിലേക്ക് പോന്നു. വിജയ പാതയിലുള്ള ‘മൈൻഡ് 3’ എന്ന ഡിസൈനിംഗ് കമ്പനി തുടങ്ങിയത് അങ്ങനെയാണ്. പണം ഉണ്ടാക്കുക എന്ന ലക്ഷ്യത്തോടെ മാത്രമായിരുന്നില്ല കമ്പനി ആരംഭിച്ചത്. മറിച്ച് അദ്ദേഹത്തിന് ഇത്തരമൊരു മേഖലയോടുള്ള ഇഷ്ടം ഇതിലുണ്ടായിരുന്നു. പലപ്പോഴും അതു തന്നെയാണ് ഒരു ബിസിനസ് തുടങ്ങുന്നതിലെ ആദ്യത്തെ ക്രൈറ്റീരിയ എന്നു പറയുന്നത്.

എന്നു തോന്നുന്ന മേഖലയാണോ?

പലപ്പോഴും കാലംതെറ്റിയെത്തുന്ന ഉൽപ്പന്നത്തെയും സർവീസിനെയും മാർക്കറ്റ് തള്ളിക്കളയാറുണ്ട്. ഏറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണം കൊച്ചിയിൽ തന്നെയാണ്.

ഷോപ്പിംഗ് മാളുകളെക്കുറിച്ച് കേട്ടുകേൾവി പോലുമില്ലാത്ത കാലത്താണ് എറണാകുളത്തെ കോൺവെന്റ് ജംഗ്ഷനിൽ എസ്പ്ലനേഡ് എന്ന മാൾ ആരംഭിക്കുന്നത്. ബ്രാൻഡുകളെക്കുറിച്ച് കേട്ടു കേൾവി പോലുമില്ലാത്ത കാലത്ത് ബർഗർ തുടങ്ങിയ നിരവധി ബ്രാൻഡഡ് ഉൽപ്പന്നങ്ങളുമായി കൊട്ടിഘോഷിച്ചു തുടങ്ങിയ എസ്പ്ലനേഡിന്റെ ചരിത്രം ഞാൻ പറയാതെ തന്നെ നിങ്ങൾക്കറിയാം. അതൊരു വൻ പരാജയമായിരുന്നു.

നിരവധി മാളുകൾ തലയുയർത്തി നിൽക്കുന്ന കൊച്ചിയിൽ ആ മാൾ ഇന്നും ഒരു നോക്കു കുത്തി പോലെ തുടരുന്നു. ഇതിനു കാരണം എനിക്ക് തോന്നിയത് കാലത്തിനു മുന്നെ വന്ന ഒരു സംവിധാനമായിരുന്നു അത് എന്നാണ്.

നാളത്തെ ഉൽപ്പന്നമെന്നു പറയു മെങ്കിലും ഇന്ന് അതിന് എന്തെങ്കിലും പ്രസക്തിയുണ്ടോ എന്നുള്ളതും പ്രാധാന്യമർഹിക്കുന്നു.



നൂതനമായ ആശയങ്ങൾ കൊണ്ടു വരിക

‘മീ ടു എ പ്രൊഡക്റ്റ്, എനിക്ക് ഒരു ഉൽപ്പന്നമുണ്ട്’ എന്നതിലുപരിയായി എന്തെങ്കിലും ഒരു വ്യത്യസ്തമായ സവിശേഷതയുള്ള ഉൽപ്പന്നം അവതരിപ്പിക്കുക എന്നതാണ് പ്രധാനം. അതിനൊരു ഉദാഹരണം കാണാം.

കൊച്ചിയിൽ നവഗതി എന്ന സ്ഥാപനം നടത്തുന്ന സാൻഡിറ്റ്. അദ്ദേഹം വളരെ നൂതനമായ ആശയവുമായാണ് മുന്നോട്ടു വന്നത്. സോളാർ ഉപയോഗിച്ചു പ്രവർത്തിക്കുന്ന ബോട്ട്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ സോളാർ ബോട്ട് ഇന്ന് വളരെ പ്രശസ്തമാണ് ഇന്ത്യയിൽ നിരവധി അവാർഡുകൾ കരസ്ഥമാക്കി നവഗതി മുന്നോട്ടു പോകുന്നതിന്റെ കാരണം മറ്റുള്ളവരിൽ നിന്നു വ്യത്യസ്തമായി ചിന്തിച്ചു എന്നുള്ളതാണ്.

പാർട്ണറെ ശ്രദ്ധയോടെ തെരഞ്ഞെടുക്കുക

മാർക്കറ്റിംഗ് സ്റ്റുഡിയം അതിനെക്കുറിച്ചുള്ള അറിവുമൊക്കെ നേടിക്കഴിഞ്ഞു.

ഇനി എന്താണ്?

നിങ്ങളുടെ മുന്നിലുള്ളത് രണ്ടു ചോയ്സാണ്.

ഒന്നുകിൽ ഒറ്റക്കു തന്നെ ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുക അല്ലെങ്കിൽ നല്ലൊരു പാർട്ണറെ കണ്ടെത്തുക.

ഇനി ഒരു പാർട്ണറെ കണ്ടെത്താനാണ് നിങ്ങളുടെ ശ്രമമെങ്കിൽ രണ്ടു പേരും ഒരുമിച്ചു പഠിച്ച് ഒരേ പോലെ ചിന്തിക്കുന്ന വ്യക്തികളാണോ?

എങ്കിൽ സൂക്ഷിക്കണം! കാരണം അവിടെ ആശയ സംഘട്ടനമുണ്ടാകാനും അതു നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിനെ ബാധിക്കാനും സാധ്യത ഏറെയാണ്.

എന്നോട് ചോദിച്ചാൽ ഞാൻ പറയുന്നത് ഇങ്ങനെയായിരിക്കും: സുഹൃത്തുക്കളാണെങ്കിൽ പോലും രണ്ടു തരം ആശയമുള്ള വരാണ് ബിസിനസിൽ ഒത്തുപോകുക. അതായത് ഒരാൾ മാർക്കറ്റിംഗിൽ വൈദഗ്ധ്യമുള്ളയാൾ, മറ്റേയാൾ പ്രൊഡക്ഷനിൽ മികവുള്ളയാൾ എന്നിങ്ങനെയാണെങ്കിൽ അതു മികച്ച കോമ്പിനേഷനായിരിക്കും.

ഇതിനും നല്ലൊരു ഉദാഹരണം ഞാൻ പറയാം. 'വിജയി ഭവ'യിലൂടെ പരിചയപ്പെട്ടതാണ്. ജോർജ്ജ് എന്നയാൾ വിദേശനാണെന്ന് വിനിയമ ബിസിനസിൽ വളരെ പ്രാഗത്ഭ്യമുള്ള വ്യക്തിയാണ്. അദ്ദേഹം വിജയി ഭവയിലൂടെ തന്നെ അജിൻ എന്ന തന്റെ കുട്ടാളിയെ കണ്ടെത്തി. ഇവർ തുടങ്ങിയ ഒരു സ്ഥാപനം എക്സ്ട്രൈം മണി.കോം എന്ന വിദേശനാണയ വിനിമയ സ്ഥാപനമാണ്. അത് വിജയമാകാൻ കാരണം ജോർജ്ജ് വിദേശനാണയ വിനിമയ ബിസിനസിൽ വളരെ പരിചയമുള്ള വ്യക്തിയാണ്. അജിൻ വരുന്നത് വെബ്സൈറ്റ് ഡിസൈനിംഗ് നടത്തുന്ന ഐടി കമ്പനിയിൽ നിന്നുമാണ്.

ഇവർ രണ്ടു പേരും ചേർന്നപ്പോൾ ഈ ബിസിനസ് വിജയമായി എന്നുള്ളതിൽ വലിയ അത്ഭുതമില്ല.

കൃത്യമായ കാഴ്ചപ്പാട്

ഒരു മനുഷ്യൻ കുതിരപ്പുറത്ത് സഞ്ചരിച്ചു കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ദിക്കറിയാതെ നാലും കൂടിയ കവലയിലെത്തി. എങ്ങോട്ടു പോകണമെന്നു സംശയത്തോടെ, അവിടെയിരുന്ന പ്രായം കൂടിയ ഒരാളോടു ചോദിച്ചു നേരെ പോയാൽ എവിടെയെത്തും?

അയാൾ തിരിച്ചു ചോദിച്ചു, നിങ്ങൾക്ക് എങ്ങോട്ടാണ് പോകേണ്ടത്?

അങ്ങനെയൊന്നുമില്ല എങ്ങോട്ടു വേണമെങ്കിലും പോകാം എന്നായിരുന്നു സഞ്ചാരിയുടെ മറുപടി.

മറ്റേയാൾ പറഞ്ഞു,

എന്നാൽപ്പിന്നെ എങ്ങോട്ടെങ്കിലും പോയാൽ പോരേ.

അതു തന്നെയാണ് ഒരോ ബിസിനസുകാരനോടും ചോദിക്കാനുള്ളത്. നിങ്ങളുടെ വിഷൻ എന്താണ്.

രണ്ടു തരം ആശയമുള്ള വരാണ് ബിസിനസിൽ ഒത്തുപോകുക. അതായത് ഒരാൾ മാർക്കറ്റിംഗിൽ വൈദഗ്ധ്യമുള്ളയാൾ, മറ്റേയാൾ പ്രൊഡക്ഷനിൽ മികവുള്ളയാൾ എന്നിങ്ങനെയാണെങ്കിൽ അതു മികച്ച കോമ്പിനേഷനായിരിക്കും.



ഗുണമേന്മയിൽ വിട്ടു വീഴ്ചയരുത്

ബിസിനസ് വിജയിക്കണമെങ്കിൽ തുടക്കത്തിലാണെങ്കിൽ പോലും ഗുണമേന്മയിൽ വിട്ടുവീഴ്ച ചെയ്യരുത്. ഉത്പന്നത്തിന്റെയോ സേവനത്തിന്റെയോ വില ഇത്തിരി കൂടുമായിരിക്കാം. എങ്കിലും മാർക്കറ്റ് പതിയെ അത് സ്വീകരിച്ചു കൊള്ളും. തുടക്കത്തിൽ തന്നെ കാളിറ്റിയില്ലാതെയാണ് മാർക്കറ്റിലേക്കു പോകുന്നതെങ്കിൽ തിരസ്കാരമുണ്ടായാൽ തിരിച്ചുവരവ് അത്ര എളുപ്പത്തിൽ സാധ്യമല്ല. പ്രശസ്തമായ വി.സ്റ്റാർ ബ്രാൻഡ് എടുത്തു

നോക്കുക. അതിന്റെ സാരഥി ഷീല കൊച്ചുസേപ്പ് തന്നെ പറയുകയുണ്ടായി തുടക്കത്തിൽ വലിയ വിലയുമായി വിപണിയിലിറക്കിയപ്പോൾ മാർക്കറ്റ് പിടിച്ചെടുക്കാൻ കുറച്ചു സമയമെടുത്തു. എന്നാൽ ഉത്പന്നം നല്ലതാണെന്നു മനസ്സിലാക്കിയതോടു കൂടി ഉപഭോക്താക്കൾ വീണ്ടും വീണ്ടും വാങ്ങാൻ വരാൻ തുടങ്ങി. അതോടെ ബ്രാൻഡ് പിടിച്ചു കയറി. ഗുണമേന്മയിൽ വിട്ടുവീഴ്ച ഒരിക്കലും വേണ്ട.

വിജയി ഭവ

വിഷൻ ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ നിങ്ങളുടെ ബിസിനസ് ദീർഘകാലം നിലനിൽക്കൂ.

എങ്ങോട്ടാണ് നിങ്ങൾ പോകുന്നത്? എന്തിനു വേണ്ടിയാണ് നിങ്ങൾ പോകുന്നത്? എങ്ങനെ അവിടെ എത്തിച്ചേരും? ഈ മൂന്നു ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഉത്തരമുണ്ടെങ്കിലെ ബിസിനസ് തുടങ്ങിയിട്ടു കാര്യമുള്ളൂ.

പണം കണ്ടെത്തുക

അടുത്തപടി ബിസിനസിന് ആവശ്യമായ പണം സ്വരൂപിക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. ഈ പണം സ്വരൂപിക്കാൻ നിരവധി മാർഗങ്ങളുണ്ട്. നമുക്കു വേണ്ടത് സ്ഥിരം ചെലവുകൾക്കുള്ള പണവും പ്രവർത്തന മൂലധനവുമാണ്. ഇനീഷ്യൽ കാപ്പിറ്റലുമായി നിങ്ങളുടെ കയ്യിൽ നിന്ന് എത്ര പണം സ്വരൂപിക്കാൻ സാധിക്കും എന്നുള്ളത് മനസിലാക്കുക.

പിന്നീട് ഫണ്ടിംഗ് ഓപ്ഷനുകളായ ബാങ്കുകൾ, ലോണുകൾ, വെൻചർ കാപ്പിറ്റലിൽ തുടങ്ങിയവയിൽ നിന്നു പണം കണ്ടെത്താം. ഇത് എത്രയും പെട്ടെന്ന് ബിസിനസ് തുടങ്ങാനാവശ്യമായ പണം മാത്രമല്ല, അടുത്ത മൂന്നു തൊട്ട് അഞ്ചു വർഷം വരെ എത്ര പണം ബിസിനസിന് ആവശ്യമായി വരുമെന്നു മനസിലാക്കി വേണം പണം കണ്ടെത്താൻ.

അതുപോലെ തന്നെ തുടക്കകാലം നഷ്ടത്തിലായിരിക്കുമെന്ന കാര്യം മറക്കരുത്. അതു കൊണ്ടു തന്നെ പണം കൂടുതൽ ആവശ്യമാണെന്നും മനസിലാക്കുക. കുറച്ചു നഷ്ടം സഹിക്കാനായി തയ്യാറായി ഇറങ്ങിയാലെ വിജയിക്കൂ എന്നും ഓർക്കുക.

ടീം രൂപീകരിക്കുക

ഇത്രയുമായാൽ ഇനി വേണ്ടത് ഒരു ടീമാണ്. ജപ്പാനിലെ പ്രശസ്തനായ കൊണോസുകെ മത്സുഷിത പാനസോണിക് എന്ന കമ്പനിയുടെ ഉടമയാണ്. പാനസോണിക് എന്ന ബ്രാൻഡിലൂടെ മത്സുഷിത ജപ്പാനിലെ വ്യവസായിക വിപ്ലവത്തിന്റെ പിതാവ് എന്നാണറിയപ്പെട്ടിരുന്നത്. ഒരിക്കൽ പത്രലേഖകർ അദ്ദേഹത്തോട് ചോദിച്ചു, 'താങ്കളുടെ പ്രധാന ബിസിനസ് ഏതാണ്?' ചോദ്യത്തിനു കാരണമുണ്ടായിരുന്നു.



കൊണോസുകെ മത്സുഷിത

അദ്ദേഹത്തിന്റെ വ്യവസായ സാമ്രാജ്യത്തിൽ നിരവധി ബിസിനസുകളുണ്ടായിരുന്നു.

ചിരിച്ചുകൊണ്ടുള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ മറുപടി ഇതായിരുന്നു, 'ഐ ആം ഡ്യൂയിംഗ് ദ ബിസിനസ് ഓഫ് കളക്റ്റിംഗ് ദ വിസ്ഡം ഓഫ് പീപ്പിൾ.' എന്നുവെച്ചാൽ എന്റെയുടെ ജോലി ചെയ്യുന്നവരുടെ അറിവു ശേഖരിക്കുന്ന ബിസിനസാണ് താൻ ചെയ്യുന്നതെന്ന്.

ഒരു ബിസിനസ് ആരംഭിക്കുമ്പോൾ അതിനാവശ്യമായ എല്ലാ അറിവും കഴിവും നമുക്കുണ്ടാകണമെന്നില്ല.

കൂട്ടായ്മ നൽകും വിജയം

ടീമിനെ പാർടണർമാരായി തന്നെ കണണം. കണ്ണൂരിൽ നിന്നുള്ള യുവ വ്യവസായി ഷൈലജ് 'ഓറഞ്ച് മാട്രസസ്' എന്ന ബ്രാൻഡുമായി വിജയിച്ച സംരംഭകനാണ്. ഇപ്പോൾ ഇന്ത്യയൊട്ടാകെ പോകാനുള്ള ഒരു ടീമിനെ തയ്യാറാക്കി കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ഇന്ത്യയൊട്ടാകെ തന്റെ ഉത്പന്നവുമായി കടന്നു ചെല്ലാൻ വളരെ മികച്ച ഒരു ടീം വേണമെന്ന് അദ്ദേഹത്തിനറിയാം. അതിനാൽ അദ്ദേഹം തന്റെ സ്വപ്നം എന്താണെന്നു പറഞ്ഞു കൊണ്ടു തന്നെയാണ് ജോലിക്കാരെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്നത്.

കൂട്ടായ്മയിലൂടെ നമ്മുടെ എതിരാളികൾ പോലും നമ്മുടെ ശക്തിയായി മാറാറുണ്ട്. കെ.പി രവീന്ദ്രൻ എന്ന ഫർണിച്ചർ വ്യവസായി കൊച്ചിയിൽ ബിസിനസാരംഭിച്ച കണ്ണൂരിലൂടെ പ്രശസ്തിയിലേക്കെത്തിയ വ്യക്തിയാണ്.

അദ്ദേഹത്തിന്റെ ആശയമാണ് ഫു.മ. ഫു.മ എന്നു പറഞ്ഞാൽ ഫർണിച്ചർ മാനുഫാക്ചറേഴ്സ് അസോസിയേഷൻ. പരസ്പരം പോരടിച്ചു മത്സരിച്ചു കൊണ്ടിരുന്ന ഫർണിച്ചർ നിർമാതാക്കളെ ഒരുമയോടെ നിർത്തി മാർക്കറ്റിംഗിന്റെ ശക്തി കൂട്ടി ലോകം കീഴടക്കാനുള്ള യാത്രയിലാണ് ഇവർ ഇന്ന്.

ഉണ്ടാകാനിടയുമില്ല. അത് ഉള്ളവരെ വെച്ച് ചെയ്യിക്കലാണ് ബിസിനസ്.

ഇവിടെ ഏതൊരു ബിസിനസുകാരനും പറുന്ന ഒരു തെറ്റുണ്ട്. നമ്മൾ പറയുന്നതനുസരിക്കുന്ന ഒരു ജോലിക്കാരനെയാണ് പലപ്പോഴും നമ്മൾ തേടാറ്. എന്നാൽ ബിസിനസ് വിജയിക്കണമെങ്കിൽ നിങ്ങളെക്കാളും സ്മാർട്ടായുള്ളവരെ വെച്ച് ബിസിനസ് ചെയ്യുക. അതു പോലെ തന്നെ ഓരോ മേഖലയിലും വിദഗ്ദ്ധരായവരെ വയ്ക്കുക എന്നുള്ളതും പ്രധാനമാണ്.

തുടക്കുകാരനായതിനാൽ പരിചയസമ്പത്തുള്ളവരെ കിട്ടാൻ ബുദ്ധിമുട്ടല്ലേ എന്നൊരു പ്രശ്നമുദിക്കും. നല്ല ജോലിക്കാരനെ കിട്ടണമെങ്കിൽ നിങ്ങളുടെ സ്വപ്നം അവരുമായി പങ്കുവയ്ക്കുക എന്നുള്ളതാണ്. ഇന്ന് ഞങ്ങളുടെ സ്ഥാപനം ചെറുതാണ്. അടുത്ത അഞ്ചുകൊല്ലത്തിനുള്ളിൽ ഇവിടെ എന്തും. ഇത്ര രൂപയുടെ വിൽപ്പന, ഇത്രരൂപയുടെ ടേണോവർ ഉണ്ടാകും. ഇതിന്റെ ഭാഗമാകാൻ താൽപര്യമുണ്ടോ?... ഇതാണ് ചോദിക്കേണ്ടത്. ആദ്യം ഒന്നു മടി കാണിച്ചാലും അവർ നിങ്ങളോടൊപ്പം ചേരും എന്നു തന്നെയാണ് എന്റെ വിശ്വാസം.

പ്രാധാന്യം എന്തിന്

കേരളത്തിലെ സംരംഭകർക്ക് എന്നും മാതൃകയായ കൊച്ചുസേപ്പ് ചിറ്റിലപ്പിള്ളിയോട് വിജയി ഭവയിൽ ഒരു ചോദ്യമുയർന്നു. തുടക്കകാലത്ത് പ്രാധാന്യം നൽകേണ്ടത് ബിസിനസ്, ഫാമിലി, സമൂഹം ഇവയിലേതിനാണ്

എന്നായിരുന്നു ചോദ്യം.

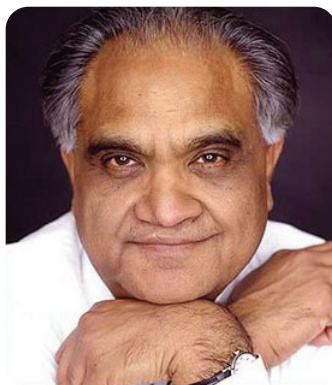
അദ്ദേഹത്തിന്റെ മറുപടി രസകരമായിരുന്നു. “ഒന്നാമത് ബിസിനസ്, രണ്ടാമത് ബിസിനസ്, മൂന്നാമത് ബിസിനസ്.” സംരംഭം നിലയുറപ്പിക്കുന്നതുവരെ അതു മാത്രമായിരിക്കണം നമ്മുടെ പ്രാധാന്യം.

പരിശീലനം നൽകുക

നല്ല ജോലിക്കാരെ കിട്ടി. ഇനി അടുത്ത പടി എന്താണ്. അവർക്ക് പരിചയമുണ്ട്, അവർ തന്നെ പ്രവർത്തിക്കും എന്നു ചിന്തിക്കാതിരിക്കുക. നല്ല പരിശീലനം നൽകുക എന്നുള്ളതാണ്. തുടക്കകാലം അവരോടൊപ്പം തന്നെ ചെലവഴിക്കുക. സെയിൽസ്, മാർക്കറ്റിംഗ് വിഭാഗക്കാരോടൊപ്പം പുറത്തു പോകുക. പ്രൊഡക്ഷൻ യൂണിറ്റിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കണ്ടു മനസ്സിലാക്കുക. ഇതു ജോലിക്കാരുമായി ഒരു ദൃഢബന്ധം ഉണ്ടാക്കാനും അവരുടെ കഴിവുകളെ തിരിച്ചറിയാനുമുള്ള അവസരമായി തന്നെ കണക്കാക്കണം. തെരഞ്ഞെടുത്ത ജോലിക്കാർ മോശമാണെന്നു തോന്നിയാൽ എത്രയും വേഗം മികച്ചത് കണ്ടെത്തണം. പഴയതിനെ ഒഴിവാക്കുകയും വേണം.

ബിൽഡിംഗ് ബ്ലോക്ക്

പ്രശസ്തമായ പല ഫോർച്യൂൺ കമ്പനികളുടേയും മെന്ററും കൺസൾട്ടന്റുമായ റാം ചരൺ പ്രശസ്തമാക്കിയ ഒരു ഷോപ്പ് കീപ്പർ മെത്തേഡാണ് എനിക്ക് ഓർമ്മ വരുന്നത്. അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഗ്രാമത്തിൽ അദ്ദേഹത്തിന്റെ കാർണവൻമാർക്ക് ഷൂ ബിസിനസായിരുന്നത്രെ. ആ ബിസിനസിൽ നിന്നും സംരംഭത്തെ വിജയിപ്പിക്കാനായി അദ്ദേഹം പഠിച്ച അഞ്ച് ബിൽഡിംഗ് ബ്ലോക്കുകളുണ്ട്.



റാം ചരൺ

1. കാഷ് ഇൻ ഫ്ലോ

ഏതൊരു ബിസിനസ് തുടങ്ങിയതിനുശേഷം ശ്രദ്ധിക്കേണ്ട പ്രധാന കാര്യമാണ് അതിലേക്ക് പണം വരുന്നുണ്ടോ, അത്

നല്ല പരിശീലനം നൽകുക എന്നുള്ളതാണ്. തുടക്കകാലം അവരോടൊപ്പം തന്നെ ചെലവഴിക്കുക. സെയിൽസ്, മാർക്കറ്റിംഗ് വിഭാഗക്കാരോടൊപ്പം പുറത്തു പോകുക. പ്രൊഡക്ഷൻ യൂണിറ്റിന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കണ്ടു മനസ്സിലാക്കുക. ഇതു ജോലിക്കാരുമായി ഒരു ദൃഢബന്ധം ഉണ്ടാക്കാനും അവരുടെ കഴിവുകളെ തിരിച്ചറിയാനുമുള്ള അവസരമായി തന്നെ കണക്കാക്കണം.

ആശയങ്ങൾക്കു നൽകണം പ്രാധാന്യം

ഒരു സംരംഭം തുടങ്ങി. നിങ്ങളുടെ ആശയം കൊണ്ടു മാത്രം വിജയിക്കണമെന്നില്ല. ജോലിക്കാരുടെ ആശയങ്ങൾക്കും പ്രാധാന്യം നൽകണം. മീറ്റിംഗുകൾ വിളിച്ചു കൂട്ടി ആശയങ്ങൾ ചോദിച്ചറിയിക്കുക. തുടക്കം മുതൽ ഇതൊരു ശീലമാക്കുക. അവർ തരുന്ന ആശയങ്ങൾ നല്ലതോ ചീത്തയോ ആയിക്കോട്ടെ. പക്ഷേ, അത് പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക, നല്ല ആശയങ്ങൾ പ്രാവർത്തികമാക്കുക. ആശയം പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ ബുദ്ധിമുട്ടാണെങ്കിൽ ആശയം മോശമാണെന്നു പറയാതിരിക്കുക. കുറച്ചു കൂടി നല്ലതു കണ്ടെത്താൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.

കൃത്യമായി വരുന്നുണ്ടോ എന്നുള്ളത്. പണം വരുന്നില്ല എന്നുണ്ടെങ്കിൽ ബിസിനസ് വർക്കിംഗ് കാപ്പിറ്റൽ ഇല്ലാതെ നിശ്ചലമാകും. തുടർച്ചയായി പണം വന്നാൽ മാത്രമേ, അല്ലെങ്കിൽ പണം ഉണ്ടെങ്കിൽ മാത്രമേ സംരംഭം നിലനിൽക്കൂ. തുടക്കത്തിൽ ബിസിനസിനേക്കാൾ വരുന്ന പണം ലാഭമല്ല വർക്കിംഗ് കാപ്പിറ്റലാണെന്നു മനസ്സിലാക്കുക. അത് മറ്റു ചെലവിനായി എടുക്കാതിരിക്കുക.

2. മാർജിൻ

അഥവാ ലാഭം

ലാഭം എന്നു കേൾക്കുമ്പോൾ നെറ്റിച്ചുളിയുന്ന സംസ്കാരമാണ് നമ്മുടെ നാട്ടിലേത്. ഏതൊരു ബിസിനസിന്റെയും നിലനിൽപ്പിന് ലാഭം കൂടിയേ തീരൂ. ലാഭമില്ലാതെ സംരംഭങ്ങളൊന്നും അധികകാലം നിലനിൽക്കില്ല. മത്സരം കൂടുമ്പോൾ ലഭിക്കുന്ന തുച്ഛമായ ലാഭത്തിൽ നമ്മുടെ ചെലവുകൾ കൂടി ചേർത്ത് കഴിഞ്ഞു കൂടാൻ പറ്റില്ലെന്നാർക്കണം. സ്ഥിരം ചെലവുകളുണ്ട്. ഏറിയും കുറഞ്ഞുമിരിക്കുന്ന ചെലവുകളുണ്ട്. വാടക, വൈദ്യുതി ബില്ലും, വേതനം

എന്നിവ സ്ഥിരം ചെലവുകളാണ്. ഇത് കവർ ചെയ്യാനുള്ള മാർജിൻകിട്ടണം.

ബ്രേക്ക് ഈവൻ പോയിന്റിൽ എത്രയും പെട്ടെന്ന് എത്തിച്ചേരുക എന്നതാണ് ഏറെ പ്രധാനം

3. വെലോസിറ്റി- തുടർച്ചയായ ലാഭം.

4. വളർച്ച

സംരംഭം ആരംഭിച്ച് ആറുമാസത്തിനുള്ളിൽ, ഒരു വർഷത്തിനുള്ളിൽ എത്ര ജോലിക്കാർ, വൈവിധ്യമാർന്ന എത്ര സേവനങ്ങൾ, ഉത്പന്നങ്ങൾ, മാർക്കറ്റുകൾ എന്നിവ ഉണ്ടായി എന്നുള്ളത് വളർച്ചയെ സംബന്ധിച്ചുള്ള മാനദണ്ഡമാക്കാം.

പലരും വിവിധ ബിസിനസുകൾ ചെയ്യുന്നത് വളർച്ചയായി കണക്കാക്കാറുണ്ട്. ഈ അടുത്തകാലത്ത് ഒരു പരിപാടിയിൽ ഒരു വ്യക്തിയെ പരിചയപ്പെട്ടു. എനിക്ക് അയാളുടെ കാർഡും തന്നു. അയാളുടെ പേരിനപ്പുറത്തെ വശത്ത് പത്തു കമ്പനികളുടെ പേര്.

എന്ത് ബിസിനസാണ് ചെയ്യുന്നതെന്നു ചോദിച്ചപ്പോൾ എന്തു ബിസിനസാണ് ഞാൻ ചെയ്യാത്തതെന്നു പറയുന്നതാണ് എളുപ്പമെന്നു പറഞ്ഞ് അദ്ദേഹം ചിരിച്ചു. ഇതാണോ ബിസിനസ്?

നിരവധി ബിസിനസിലേക്ക് ഇറങ്ങാൻ വരട്ടെ. ചെയ്യുന്ന



റിച്ചാർഡ് ബ്രാൻസൺ



വിജയ് മല്യ

ഒരു ബിസിനസിൽ വിജയിച്ചിട്ടു വേണം മറ്റു ബിസിനസുകളിലേക്കിറങ്ങാൻ. പലപ്പോഴും ഇൻസാർഗാനിക് ആയിട്ടുള്ള വൈവിധ്യവൽക്കരണം നമ്മളെ പ്രശ്നത്തിൽ കൊണ്ടു ചെന്നു ചാടിക്കാറുണ്ട്.

അതിനേറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണം വിർജിൻ മൊബൈൽ, വിർജിൻ എയർലൈൻസ് എന്നു കേട്ടുണ്ടാകും. അതിന്റെ സാരഥി റിച്ചാർഡ് ബ്രാൻസൺ ലോക പ്രശസ്ത വ്യവസായിയാണ്. അദ്ദേഹത്തിന് ഇന്ത്യയിലെ ഒരു വ്യവസായിയുമായി എന്തോ ഒരു സാമ്യമുണ്ട്. അത് മറ്റാരുമായല്ല വിജയ് മല്യ. എന്തു സാമ്യമെന്നു ചോദിച്ചാൽ ഒരു ബുൾഗാനൊക്കെ വെച്ച് കാണാനൊരു ചെറിയ സാമ്യം അത്രയേയുള്ളൂ.

പലപ്പോഴും എനിക്കു തോന്നിയിട്ടുണ്ട് വിജയ് മല്യ ഒരു റിച്ചാർഡ് ബ്രാൻസണാകാൻ ശ്രമിക്കുകയായിരുന്നോ എന്ന്. വിർജിൻ എയർലൈൻസിന്റെ വിജയം കണ്ട് കിംഗ് ഫിഷർ എയർലൈൻസ് തുടങ്ങിയതാണോ എന്ന്. പല ഡൈവേഴ്സിഫിക്കേഷനും നടത്തി ഇന്ന് ഇന്ത്യയിൽ കാലുകുത്താൻ പോലും സാധിക്കാത്ത വിജയ് മല്യയുടെ കഥ ഞാൻ പറയേണ്ടതില്ലല്ലോ. 2000 കോടി രൂപയോളം വിലയിട്ട കിംഗ് ഫിഷർ ബ്രാൻഡിന് ഈ അടുത്തു നടത്തിയ ലേലത്തിൽ 300 കോടി പോലും ലഭിക്കാത്ത അവസ്ഥ. അതിനാൽ പുതിയ ബിസിനസിലേക്ക് ഇറങ്ങുമ്പോൾ സൂക്ഷിക്കുക.

5. ഉപഭോക്താവാണ് അവസാനത്തെ ബിൽഡിംഗ് ബ്ലോക്ക്

ഏതൊരു ബിസിനസിന്റെയും വിജയം പൂർണ്ണമാകുന്നത്

ഉപഭോക്താക്കളിലൂടെയാണ്. ഉപഭോക്താവ് സന്തോഷവാനാണോ എന്നത് എപ്പോഴും ശ്രദ്ധിക്കണം. നമ്മൾ ഏതൊരു ഉത്പന്നമോ, സർവീസോ മാർക്കറ്റിലിറക്കിയാൽ അതു കസ്റ്റമർ വേണ്ട എന്നു വെച്ചാൽ ബിസിനസ് തീർന്നു എന്നുള്ളതാണ്. നമ്മുടെ ബിസിനസ് വിജയിക്കണമെങ്കിൽ കസ്റ്റമർ കൂടി വിചാരിച്ചാലെ തീരു.

അദ്ദേഹം ചോദിക്കുന്ന മൂന്ന് പ്രശസ്തമായ ചോദ്യങ്ങളുണ്ട്

1. എന്റെ ബിസിനസിന്റെ പണമുണ്ടാക്കുന്ന മോഡൽ എന്താണ്?
2. എന്റെ കൂടെ ജോലി ചെയ്യുന്നവരുടെ ഇതിലേക്കുള്ള സംഭാവന എന്താണ്?
3. ആദ്യത്തെ രണ്ടു ചോദ്യത്തിന്റെയും ഉത്തരം എന്റെ ടീമിലുള്ള എല്ലാവർക്കും അറിയാമോ?

കാരണം പണം ഉണ്ടാക്കാനായില്ലെങ്കിൽ

ഉപഭോക്താവിനെ സന്തോഷിപ്പിക്കാം

ബിസിനസ് വിജ്ഞാപനം തുടക്കകാലം മുതൽ ചിന്തിക്കേണ്ടത് ഉപഭോക്താവനെ എങ്ങനെ സന്തോഷിപ്പിക്കാം എന്നു മാത്രമായിരിക്കണം. അതിനാൽ തുടക്കത്തിൽ തന്നെ ഉത്പന്നത്തിന്റെ അല്ലെങ്കിൽ സർവീസിന്റെ ഗുണമേന്മയെക്കുറിച്ചുള്ള ഫീഡ് ബാക്ക് എടുക്കണം.

അവർ തരുന്ന ജെനുവിൻ ആയിട്ടുള്ള ഫീഡ് ബാക്ക് ഇംപ്രൂവിമെന്റ് ചെയ്യുന്നതിനായി പ്രയോഗിക്കാം. ഒരു കാര്യം ഓർക്കണം 98 ശതമാനം ഉപഭോക്താക്കളും പ്രതികരണം തരില്ല. വെറും രണ്ടു ശതമാനം മാത്രമാണ് ഇത് പറയുന്നത്.

മറ്റുള്ളവർ ഒന്നും പറയില്ല എന്നു മാത്രമല്ല തിരിച്ചു വരില്ല എന്നതു കൂടി ഓർക്കുക. ജോലിക്കാരുടെ നല്ല കസ്റ്റമർ റിലേഷൻഷിപ്പും വിജയത്തിന് അനിവാര്യമാണ്.

ഉപഭോക്താക്കളുടെ ഭാഗത്തു നിന്നുള്ള പരാതികൾ വളരാനുള്ള ഉപകരണമായി കാണണമെന്നു കൂടെയുള്ളവരെ പഠിപ്പിക്കുക. ഒരു കസ്റ്റമർ പരാതിപറഞ്ഞാൽ നമുക്കൊക്കെ വലിയ ഭയമാണ്. ഭയക്കാതെ അതു നല്ലതിനാണെന്നു ജോലിക്കാരെ ബോധ്യപ്പെടുത്തുക അതിന് ലോകത്തിലെ ഏറ്റവും വലിയ ഷു കമ്പനിയായ സാപോസ് ഏറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണമാണ്. ഈ അടുത്ത് ഒരു ലോക റെക്കോഡ് ആ കമ്പനിയിലുണ്ടായി. ഒരാൾ വിളിച്ചു പരാതി പറഞ്ഞപ്പോൾ അതു കേട്ടു പരിഹരിക്കാനായി ഇവർ 10 മണിക്കൂർ ചെലവിട്ടു. ചിന്തിക്കാമോ കസ്റ്റമർ സർവീസ് സെന്ററിലിരിക്കുന്നയാളുടെ അവസ്ഥ. അതാണ് ലോക നിലവാരത്തിലുള്ള പ്രവർത്തനം. ഉപഭോക്താവിനെ എപ്പോഴും സന്തോഷിപ്പിക്കുക.

ബിസിനസുകൾക്കു പിന്നെ നിലനിൽപ്പില്ല.

സെൻട്രൽ മാളിലെ അനുഭവം

എനിക്ക് ഈ അടുത്തുണ്ടായ അനുഭവം പറയാം. സെൻട്രൽ മാളിലെ സിനിപോളിസിൽ കമ്മട്ടിപ്പാടം എന്ന സിനിമക്കായി ടിക്കറ്റ് ബുക്ക് ചെയ്തു. ട്രാഫിക് ബ്ലോക്കിലൂടെ കഷ്ടപ്പെട്ട് കുടുംബവുമായി അവിടെയെത്തിയപ്പോൾ സമയമായിട്ടും സിനിമ

തുടങ്ങിയിട്ടില്ല.

കൂടെയിരിക്കുന്നവരെക്കെ അസ്വസ്ഥരായി കാണപ്പെട്ടു. ഒരു 20 മിനിറ്റിനു ശേഷം ഒരു ജോലിക്കാരൻ വന്നു പറഞ്ഞു. ടെക്നിക്കൽ എറർ മൂലം പ്രൊജക്ടർ വർക്ക് ചെയ്യുന്നില്ല എന്നും ഷോ ക്യാൻസൽ ചെയ്തു എന്നും.

അവധി ദിനത്തിലെ സായാഹ്നം നഷ്ടപ്പെട്ടതിന്റെ രോഷമാണ് എല്ലാവരിലുമുണ്ടായത്. ഉടനേ തന്നെ സിനി പോളിസിന്റെ മാനേജർ ജെറി പ്രത്യക്ഷപ്പെടുകയും വളരെ വിനീതമായി എല്ലാവരോടും തിരുറ്റററകത്തു കടന്നിരിക്കാമോ എന്നു ചോദിച്ചു. ചിലരെങ്കിലും പിറുപിറുത്തു കൊണ്ട് മറുപടി പറയുന്നുണ്ടായിരുന്നു. ഷോ ഇല്ലെങ്കിൽ എന്തിനു കടന്നിരിക്കണം എന്നായി ആളുകൾ.

അദ്ദേഹം പറഞ്ഞു, 'എനിക്ക് പണം തിരിച്ചു നൽകേണ്ടതുണ്ട്.'

എന്നെ സംബന്ധിച്ചതോളം ആകാംക്ഷയുണ്ടായത് എന്താണ് പറയാൻ പോകുന്നതെന്ന് അറിയാൻ. കാരണം ഇത് തീർച്ചയായും സിനിപോളിസിനെ

പരാജയത്തെ വിജയമാക്കുക

ബിസിനസ് തുടങ്ങി എന്നതു കൊണ്ട് വിജയിക്കണമെന്നില്ല. പരാജയങ്ങളുണ്ടാകാം. തുടക്കത്തിൽ തന്നെ വരുന്ന പരാജയങ്ങളിൽ നിന്നു പരാജയത്തിന്റെ കാരണം മനസിലാക്കി അതിനെ മാനേജ് ചെയ്ത് കൊണ്ടു പോകുകയാണ് ചെയ്യേണ്ടത്. ചിലർ പരാജയമുണ്ടാകുന്നിടത്തു നിർത്തിക്കളയും.

ഒരു പരാജയം ഉണ്ടായി എന്നുവെച്ച് ബിസിനസിൽ വിജയം ഉണ്ടാകില്ല എന്ന് അർത്ഥമില്ല. തുടക്കത്തിലുണ്ടാകുന്ന പരാജയങ്ങളെ പരിശീലനമായി കണ്ട് അതിൽ നിന്നും എന്തു പഠിച്ചു എന്നതിനെ അടിസ്ഥാനമാക്കി വേണം മുന്നോട്ടു പോകാൻ.

ബിസിനസിന്റെ വളർച്ചയിൽ തന്നെ ഒരു മെന്ററിനെ കണ്ടെത്തുക എന്നതും നല്ലതാണ്. കാരണം എന്തുപ്രശ്നവും ഉണ്ടാകുന്നതിനു മുന്നേ ചർച്ച ചെയ്യാൻ ഇത് നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. ബിസിനസ് വളരണമെങ്കിൽ വിജയിച്ച സംരംഭകരുമായി നല്ല ബന്ധം കാത്തു സൂക്ഷിക്കാൻ എപ്പോഴും ശ്രദ്ധിക്കണം. ഇത് നിങ്ങളെ പുതിയ കാര്യങ്ങൾ പഠിപ്പിക്കാനെ സഹായിക്കും.

സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം ഒരു പ്രശ്നം തന്നെയാണ്. പുതിയതാണ്. ഭാവിയെലെ പ്രവർത്തനത്തെ ഇത് ബാധിക്കും.

ജെറി വളരെ വിനീതമായി പറഞ്ഞു, "ഇത് പുതിയതാണ്. ഇങ്ങനെ ഒരു ടെക്നിക്കൽ എറർ വരുമെന്ന് ഞങ്ങൾ കരുതിയില്ല. എല്ലാവരുടെയും സീറ്റിൽ കൊണ്ടു വന്ന് പണം തിരികെ നൽകും. കൂടാതെ എത്ര ടിക്കറ്റാണോ എടുത്തത് അത്രയും ടിക്കറ്റിന് ഭാവിയെൽ അവർക്കിഷ്ടമുള്ള ഒരു സിനിമ വന്നു കാണാനുള്ള ഫ്രീ ടിക്കറ്റും നൽകും."

അതു കേട്ടപ്പോൾ എല്ലാവർക്കും കുറച്ചൊരു ആശ്വാസമായി. എന്റെ അടുത്ത് എത്തിയപ്പോൾ ഞാൻ ചിരിച്ചു കൊണ്ട് പറഞ്ഞു, 'ജെറി, ഈ ടിക്കറ്റു കൊണ്ട് തീരുന്നതല്ല എന്റെ പ്രശ്നം.'

അപ്പോൾ ജെറി എന്നോട് ചോദിച്ചു, 'സർ, ഈ സമയത്ത് വേറെ പല സിനിമകളുമുണ്ട്, മറ്റ് ഏതെങ്കിലും ഒരു സിനിമക്ക് ഞാൻ സാറിനെ കൊണ്ടിരുത്തട്ടെ?'

കുടുംബാംഗങ്ങളുമായി ആലോചിച്ച് വേറെ ഒരു സിനിമക്ക്



ഞങ്ങൾ കയറി. ആ സിനിമയും ഞങ്ങൾക്കു ഫ്രീയായിരുന്നു. കൂടാതെ ഭക്ഷണ പാനീയങ്ങളും ഞങ്ങളുടെ സീറ്റിലെത്തിച്ചു തന്നു. ഇവിടെ രണ്ടു സിനിമകൾ എനിക്ക് ഫ്രീ ലഭിച്ചു എന്നതിലുപരി ജെറിയെന്ന ഒരു സുഹൃത്തിനെക്കൂടി എനിക്ക് കിട്ടി.

ചുരുക്കത്തിൽ ജെറി എന്നെ അവരുടെ ബ്രാൻഡ് അംബാസിഡറാക്കി എന്നതാണ് സത്യം. കാരണം ഇനി ഞാൻ മറ്റൊരു തീയറ്ററിലേക്കു പോകില്ല. ഞാൻ ഇത് ഫെയ്സ് ബുക്കിൽ കുറിക്കുക കൂടി ചെയ്തു. ഇതാണ് ഇന്നത്തെ കാലത്തെ കസ്റ്റമർ സർവീസ്.

സുതാര്യമായിരിക്കണം ബിസിനസ്

അതു പോലെ തന്നെ തുടക്കത്തിൽ തന്നെ ബിസിനസ് വിജയിക്കണമെങ്കിൽ സുതാര്യത പ്രധാനമാണ്. ബില്ലോടു കൂടി സാധനങ്ങൾ നൽകുക. വാങ്ങുക. ടാക്സ് ഒരിക്കലും ഒഴിവാക്കാതിരിക്കുക. എല്ലാ രജിസ്ട്രേഷനുകളും എടുക്കുക. 'ദൈവത്തിനുള്ളതു ദൈവത്തിനും സീസറിനുള്ളത് സീസറിനും നൽകുക.'

ടാക്സ് കൃത്യമായി അടക്കുക എന്നത് നിങ്ങളുടെ ബിസിനസിനെ വിജയത്തിലേക്കേ നയിക്കൂ.

ബിസിനസ് വളരുന്നത് പമ്പർ ഓഫ് വൺ തിംഗ് എന്നൊരു സങ്കല്പമുണ്ട്. ഏതെങ്കിലും ഒരു മേഖലയിൽ നിങ്ങൾ പ്രശസ്തരായിരിക്കണം. വി.ഗാർഡ് എന്നു പറയുമ്പോൾ നമുക്കോർമ്മ വരുന്നത് സ്റ്റെബിലൈസറാണ്. അതു കൂടാതെ അവർക്ക് മറ്റ് എന്തെല്ലാം ഉൽപ്പന്നങ്ങളുണ്ട് എന്നുള്ളത് മറക്കരുത്.

റീബോക്ക് എന്നു പറയുമ്പോൾ നമുക്കു ഷൂസാണ് ഓർമവരിക. അവർക്കും നിരവധി ഉൽപ്പന്നങ്ങളുണ്ട്. അതിനാൽ ഏതെങ്കിലും ഉൽപ്പന്നം അല്ലെങ്കിൽ സേവനത്തിന്റെ പേരിൽ എന്നും മുന്നിട്ടു നിൽക്കണം.

ചെറിയ വിജയങ്ങൾ പോലും ആഘോഷിക്കുക

തുടക്കത്തിൽ വലിയ പരസ്യങ്ങൾ നൽകിയില്ലെങ്കിലും ചെറിയ തുകയുടെ പരസ്യങ്ങൾ നൽകുക. കാരണം ഇത് നിങ്ങളുടെ ഉപഭോക്താവിന് പരസ്യം നൽകും എന്നൊരു വിശ്വാസം നൽകും. ചെറിയ ചെറിയ നാഴികക്കല്ലുകൾ യാത്രയിൽ കണ്ടെത്താൻ ശ്രദ്ധിക്കണം. ഇത്ര ഡിസ് ട്രിബ്യൂട്ടറെ കണ്ടു പിടിച്ചു. ഇത്ര മാർക്കറ്റുകളിൽ നമ്മുടെ സാന്നിധ്യമുണ്ട്. ഇത്ര കസ്റ്റമറിനെ കണ്ടെത്തി. ഇത്ര ടേണോവർ നേടി ഇതൊക്കെ ആഘോഷിക്കുക.

ചെറിയ ചെറിയ വിജയങ്ങൾ പോലും ആഘോഷിക്കുക.

നമ്മുടെ വിജയത്തിലേക്ക് കൂടുതലുള്ളവരെക്കൂടി പങ്കുകാരാക്കുക. സ്വാർത്ഥത ഇല്ലാതാകുന്നിടത്താണ്

സാങ്കേതിക വിദ്യ (പ്രയോജനപ്പെടുത്തുക)

ബിസിനസിൽ നമ്മളും നമ്മുടെ ഉൽപ്പന്നവും വിജയിക്കണമെങ്കിൽ തുടർച്ചയായി വികസനം നടത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കണം. അതിന് പുതിയ ടെക്നോളജികൾ ഉപയോഗിച്ചു കൊണ്ടേയിരിക്കണം. വെബ്സൈറ്റ്, ഫേസ് ബുക്ക് പേജ് തുടങ്ങിയ പ്രചരണങ്ങളിലൂടെ ആദ്യം തന്നെ ശ്രമിക്കുക. കാരണം, മാർക്കറ്റ് ഇന്ന് വളരെ പ്രധാനമാണ്.

തുടക്കത്തിൽ തന്നെ വലിയ പരസ്യങ്ങൾ നൽകാനൊന്നും പറ്റില്ല. അതു കൊണ്ടു തന്നെ ചെലവു കുറഞ്ഞ ഇത്തരം പരസ്യങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുക. ഈ അടുത്തിറങ്ങിയ കബാലി എന്ന തമിഴ് സിനിമ ഇതിന് ഏറ്റവും വലിയ ഉദാഹരണമാണ്. വൈറൽ മാർക്കറ്റിംഗ് എങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാം എന്നുള്ളതിനു ഒന്നാത്തരം ഉദാഹരണമാണിത്. സോഷ്യൽ മീഡിയകളിലൂടെ പ്രചരണം ലഭിച്ച സിനിമക്ക് കേരളം പോലെ ഒരു ചെറിയ സംസ്ഥാനത്തു നിന്നും കോടികളുടെ കളക്ഷൻ, 2000 തീയേറ്ററുകളിൽ പ്രദർശനം. ടെക്നോളജിയുടെ മികവ് എന്നല്ലാതെ എന്തു പറയാൻ.



ബിസിനസ് പൂർണ്ണ വിജയത്തിലേക്കെത്തുന്നതെന്ന് ഓർക്കുക. നമ്മുടെ വിജയം ഇരിക്കുന്നത് നമ്മുടെ കൂടെയുള്ളവരുടെ പ്രവർത്തനങ്ങളിലാണ്. ഈ അടുത്ത് ഐടി വ്യവസായിയായ എന്റെ ഒരു സുഹൃത്തു വിളിച്ചു ചോദിച്ചു, 'ഞാൻ ഒരു ഓഡി കാർ വാങ്ങിയാൽ എന്നെ വിജയിച്ചവനായി സമൂഹം കണക്കാക്കുമോ എന്ന്.

ഞാൻ പെട്ടെന്നു തന്നെ മറുപടി പറഞ്ഞു. 'തീർച്ചയായും. പക്ഷേ, ഒന്നോർക്കുക നിങ്ങളുടെ കമ്പനിയുടെ മാനേജർ എന്ന് അത്തരമൊരു കാർ വാങ്ങുന്നുവോ അന്നാണ് നിങ്ങൾ യഥാർത്ഥത്തിൽ വിജയിക്കുക.'

എപ്പോഴും ഓർമ്മിക്കുക, നമ്മുടെ വിജയമിരിക്കുന്നത് നമ്മുടെ കൂടെയുള്ളവരുടെ കൈകളിലാണ്; അവരുടെ പ്രവർത്തനത്തിലാണ്; അവരുടെ വിജയത്തിലാണ്.