

دليل لتطوير الفكرة إلى تجارة مربحة

1. فكرة تجارية

- اختيار الفكرة التجارية
- تحليل والتحقق من الفكرة التجارية
- وصف الفكرة التجارية
- استخدام نموذج (Lean Canvas) لوصف العمل

2. خطة العمل

- إيجاد نموذج خطة عمل جيدة
- تشكيل خطة عمل مثالية

3. اشتغل داخل فريق

- تشكيل فريق وشبكة معارف
- خلق حديث المصعد (pitch deck) الأولي لمشروعك

4. إبدأ

- وضع النموذج الأولي، الحزم أو العمل التجاري الأولي
- اختيار العلامة التجارية لعملك أو اسم لمنتجك
- التقدم للحصول على منحة الشركات الناشئة
- اختيار شكل لشركتك وإنشاء

5. انمو

- استخدم وسائل التواصل الاجتماعي في التسويق
- قلل من التكاليف وكن مربحاً
- نمّ أعمالك عن طريق نموذج لين ستارت أب (lean startup)

6. روج

- كيف تروج لفكرتك أو منتجك أو خدمتك
- تعريف الترويج
- محتوى الترويج
- أدوات الترويج
- التقديم
- إنشاء حديث المصعد الأولي لتجارتك

تطوير الفكرة إلى تجارة مربحة

- **مقدمة:**
- يصف هذا الدليل الخطوات الرئيسية لكيفية تطوير الفكرة إلى شركة
- التجارة المربحة باستخدام نموذج لين ستارت أب (lean startup) كواحدة من النماذج
- **الجمهور المستهدف:**
- جميع الأشخاص الذين يريدون أن يصبحوا أصحاب مشاريع وأن يبدأوا مشاريعهم التجارية الخاصة.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كون فريقا < إبدأ < انمو < روج

- تأكد من حل المشكلة الحقيقية، وأن لديك الشغف والمهارات لحلها.
- اختر نشاطًا تجاريًا يهتم به العديد من الأشخاص ← مثل السلامة، والطعام، والمال، والوقت والنقل.
- أو اعثر على مجال تسويق محدّد جيد وركز عليه ← يمكنك توسيع أهدافك لاحقاً.
- احصل على معرفة أساسية بالقوانين الفنلندية المتعلقة بالأعمال التجارية، والشركات، وما إلى ذلك (ستأتي هذه خلال العملية)



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كون فريقا < إبدأ < انمو < روج

- تحقق من فكرة عملك واختبرها عن طريق شبكة معارفك وذلك بتقديمها
- سوف تتدرب على الترويج وستحصل على ردود فعل قيمة.
- الناس لديهم وجهات نظر أخرى وهذا قد يؤدي إلى مزيد من الفرص.
- الفكرة التجارية تساوي صفر تقريبًا
- كلنا لدينا أفكار. شخص ما كانت لديه على الأرجح نفس الفكرة من قبل.
- الأمر كله يتعلق بالتنفيذ. (افعل ذلك)
- اتصل بالعملاء المحتملين في وقت مبكر قدر الإمكان للتحقق من
من صحة فكرتك. (اسألهم عن آرائهم)



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كون فريقا < إبدأ < انمو < روج

- ابدأ بكتابة الملاحظات وضع رسوماً لفكرة مشروعك
- ركز على 3 ميزات أساسية للمجموعة الأولى المستهدفة.
- تُعد قابلية وسهولة استخدام خدماتك من العناصر الأساسية للنجاح.
- فكر في نموذج الأعمال (كيف تخطط لجني المال) في وقت مبكر قد الإمكان
- أوصف أسعارك. حل تكاليفك الأولية والثابتة.
- كن فريداً وبلبل → افعل أشياء مختلفة عن المنافسين.
- قم بتحليل السوق الحالي والمنافسين
- استخدم أدوات مثل تحليل SWOT (تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر)
- قم على الأقل بما يسمى "mini swot" ← -/+ تحليل المنافسين

الفكرة التجارية < خطة المشروع < كون فريق < ابدأ < نمو < روج

- استخدم نموذج لين كانفاس (lean canvas) للتعريف بفكرتك
- صف الفوائد في وقت مبكر ← سترشدك الفوائد إلى الأمام.
- ← القيمة هي الشيء الوحيد الذي يهتم العملاء.

LEAN CANVAS MODEL					TEAM NAME	DATE
						ITERATION #
PROBLEM List top 3 problems.	1 SOLUTION Outline a possible solution for each problem.	3 UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention.	7 UNFAIR ADVANTAGE Something that cannot easily be bought or copied.	1 CUSTOMER SEGMENTS List your target customers and users.		
	6 KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing.	2 High-level Concept List your X for Y analogy e.g. YouTube = Flickr for videos.	4 CHANNELS List your path to customers (Inbound or outbound).	1 High-level Concept List the characteristics of your ideal customers.		
existing alternatives List how these problems are solved today.						
5 COST STRUCTURE List your fixed and variable costs.			5 REVENUE STREAMS List your sources of revenue.			



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كوّن فريقا < ابدأ < انمو < روج

- استخدم غوغل للعثور على قالب خطة عمل جيد
- يعتبر قالب بيزنيس أولو (BusinessOulu) قالبا جيدا.
- أضف خطة تسويق، استراتيجيّة التطوير، إدارة المنتج.
- أضف الحسابات الماليّة ← استخدم قوالب مثل
liiketoimintasuunnitelma.com
- التنفيذ أمر مهم! افعل ذلك!
- ستتوضح الأمور بعد أن تحصل على شيء ملموس.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوِّج

- ابدأ في الكتابة، لا تتردد
- قم بخطة عالية المستوى
- هيكل واشتغل على تفاصيل العمل في وقت لاحق
- لا تبالغ في التوثيق ← خطة العمل هي أساسًا من أجل إرشادك
- اطلب المساعدة من ← بيزنس أولو (BusinessOulu)، أوسياريتوس كسكوس (Uusyrityskeskus)، بيزنيس كيتشن (Business Kitchen)، ومعارفك



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- قم ببناء شبكتك وأضف جهات الاتصال (إلى لينكت إن و فيسبوك و تويتر)
- شارك في الدورات التدريبية والفعاليات التواصلية ← بيزنس أولو (BusinessOulu) و بيزنيس كيتشن (Business Kitchen).
- قد تجد في شبكتك عميلا أو شريكا أو موظفا مستقبليا.
- الشبكة هي مجموعة الدعم الخاصة بك للحصول على المساعدة والتوجيه.
- يمكنك لاحقاً استخدام شبكتك في وسائل التواصل الاجتماعي للحصول على رؤية للعلامة التجارية وللتسويق



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوِّج

- الفريق الذي يمكنه القيام بذلك هو الأكثر قيمة
- تحتاج في جميع الأعمال التجارية إلى رؤية وإلى شخص ما لإنشاء وتنفيذ ذلك.
- أنت كصاحب مشروع مبكر، تحتاج إلى العديد من المهارات لبدء مشروعك
- (المبيعات، التسويق، المصمم، المطور، دعم العملاء ، ...)
- أنشئ لاحقًا فريقًا مثاليًا من حولك لدعم مهاراتك وكفاءتك.
- ابدء في إنشاء النموذج الأولي أو مواد مبيعاتك / أعمالك.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- أوصف فكرة مشروعك من خلال عرض باور بوينت قصير (حديث المصعد)
- قم بتضمين عمل -فوائد-حل-المشكلة على الأقل إلى حديث المصعد الخاص بك.
- شارك في مسرعات بدء التشغيل والمسابقات بحديث المصعد الخاص بك.
- اشرع في بناء النموذج الأولي أو MVP (الحد الأدنى للمنتج القابل للبقاء).
- اختر اسمًا جيدًا لشركتك ومنتجك
- اختر الشكل المناسب لشركتك
- تحقق من أن اسم الشركة شاغر في المجلس الوطني للبراءات والتسجيل (PRH) وأن النطاق <https://who.is> متاح.
- قم بتأمين اموالك أو التمويل الأولي اللازم قبل البدء.
- تقدم بطلب للحصول على منحة الشركات الناشئة قبل البدء
- استخدم الإنترنت لتوفير الوقت (Uusiyrittyskeskus).



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < نمو < رُوْج

- اتصل بالعملاء وبالسوق في وسائل التواصل الاجتماعية وقم بالبيع المسبق قبل أن يكون منتجك جاهزاً
- قم ببناء جمهورك على وسائل التواصل الاجتماع (فيسبوك و انستغرام ويوتيوب ولبنكت إن وتويتر...).
- يجب أن يكون لكل نشاط تجاري صفحة خاصة به على فيسبوك.
- تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي جيدة دائماً لزيادة الوعي بعلامتك التجارية.
- يمكنك أيضاً من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي أن تزيد من مبيعاتك وأن تحصل على عملاء جدد وأن تعبأ موقعك.
- اختر القنوات التي يستخدمها جمهورك المستهدف.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < نمو < رُوْج

- خفض التكاليف ← التكاليف الثابتة هي واحدة من أكثر الأسباب شيوعًا وراء فشل الشركات الناشئة
- استخدام البرمجيات المجانية ← مستندات جوجل (Google docs)، ج مايل (Gmail)، ترلو (Trello)، وورد بريس (WordPress)، سكايب (Skype)،
- افعلها بنفسك إذا كان ممكنا ← قم بالتسريع من خلال شراء الخدمات من الشركاء المناسبين.
- حصل على عملاء حقيقيين وعائدات لبناء نشاط تجاري حقيقي:
- مال يدخل > مال يخرج (Money in > money out)
- في التسويق: تكاليف اكتساب العميل > قيمة العميل الدائمة.
- استخدم نموذج لين (Lean): طور-قس-تعلم/ تَبَنَّ وكرّر !
- تذكر أن تعني بنفسك وبالمقربين منك.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

• كيف تروج لمنتج أو خدمة أو فكرة؟

- تعريف الترويج
- محتوى الترويج
- أدوات الترويج
- نصائح التقديم
- القالب المثالي للترويج



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوِّج

- تعريف الترويج.
- أسلوب لتحدث عن عرضك بطريقة قصيرة ومثيرة للاهتمام تهدف إلى شيء ما.
- الهيكل النموذجي للترويج:
- مشكلة << حل << فوائد << منافسة << أعمال << فريق << دعوة لاتخاذ الإجراءات.
- يمكن أن تُستخدم تقنيات الترويج من أجل:
- الترويج للمبيعات
- الترويج للمنتج
- الترويج للفكرة
- الترويج للمستثمر
- تحديث المصعد
- الترويج الشخصي
- في الحياة اليومية عند اقتراح شيء معين لشخص ما



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- أدوات التقديم (حديث المصعد)
- اجعل الأمور مرئية واستخدم الصور
- قم بتصغير النص، استخدم القليل من الكلمات فقط لكل عرض
- حجم الخط 30 بيكسل كحد أدنى، بدون قائمة نقطية
- تخطيط متسق
- من الأفضل أن يستمع الجمهور ويتبعك بدلا من قراءة صفات العرض.



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- ما يجب التركيز عليه في الترويج
- أظهر التزامك والنتائج والشغف
- ركز على اختلافك عن الآخرين
- ركز على الفوائد بدلا من الميزات التقنية
- قم بضبط ترويجك للجمهور
- منافسة الترويج
- تقديم المنتج
- الترويج للمبيعات
- الترويج للمستثمر



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوِّج

- التقديم
- اجعلها بسيطة وواضحة ومختصرة ومفهومة
- كن عاطفياً، قم بإثارة الأحماسيس لأن الأحماسيس يتم تذكرها
- ابدأ وانتهى بقوة، وتذكر أن تحت على اتخاذ الإجراءات
- احكي قصة، إذا كانت تتماشى مع عرضك، قم بإثارة الاهتمام
- غير النعمة والحجم والوتيرة. تذكر أن تتنفس وتتوقف عن الكلام من وقت لآخر.
- كن نفسك
- التزم بالحدود الزمنية (إذا كان الحد الأقصى هو 3 دقائق، اهدف إلى 2:30)



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

• قبل الترويج:

- تدرب وتدرب وتدرب والمزيد!
- قم بإلقاء العرض دون ملاحظات، إذا كنت قد تجمد فاحتفظ بالملاحظات بالقرب منك
- تدرب أمام المرأة مع فريقك وأقاربك وأصدقائك
- صورته فيديو بهاتفك مثلا
- تذكر لغة الجسد الجيدة



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوِّج

- القالب المثالي للترويج
- 1. المقدمة:
- 2. المشكلة
- 3. الحل
- 4. السحب
- 5. المشروع
- 6. المنافسة
- 7. الفريق
- 8. ادعو إلى اتخاذ الإجراءات (التسويق)
- 9. الانتهاء والشكر



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- 1. المقدمة: استيقظ لتلقي الاهتمام، ولخّص منتجك / قيمتك المقترحة، وقدم نفسك بعد ذلك
- 2. المشكلة التي تحلها. المشاكل والخسائر مع الطريقة / الحل الحالي
- 3. الحل الميزات الرئيسية للحل، وركّز على الفوائد بدلا من الميزات التقنية
- 4. السحب ادرج عدد المستخدمين المسجلين لديك أو كيف تمكنت من التحقق من صحة الفكرة



الفكرة التجارية < خطة المشروع < كَوْن فريقا < ابدأ < انمو < رُوْج

- 5. المشروع كيف ستجني المال مع منتجك
- 6. المنافسة السوق والمنافسة، كيف تختلف، وتصمد وتكون فريدا من نوعك
- 7. الفريق الفريق الأساسي والكفاءة، لأن وزن الفريق قد يصل إلى < 50%
- 8. الدعوة إلى اتخاذ الإجراءات: لماذا تقوم بالترويج، اسأل دائماً عن شيء ما
- 9. الانتهاء والشكر سوف يتم تذكر البداية والنهاية.

تطوير الفكرة إلى تجارة مربحة

- حقوق النشر:
- تم إعداد هذا الدليل من قبل تيك إنسباير (Tecinspire) بالتعاون مع بيسنين أولو (Business Oulu) وهنري كويفوكانكاس (Henry Koivukangas) © Tecinspire Ltd 2017. جميع الحقوق محفوظة.
- تيسر إعداد هذا الدليل من طرف الصندوق الاجتماعي الأوروبي (ESR)

