

موضوع مقاله آموزش در سایت حرفه پلاس : بوم کسب و کار یک مشاور

مؤلف : دکتر امیرحسین صبور طینت

دویست و بیست و یکمین برنامه اتاق فکر مدرسه کسب و کار ماهان
ویراستار واحد آموزش حرفه پلاس در حوزه کسب و کار : زهرا رنگچیان



کلمات کلیدی : بوم کسب و کار مشاور

سرفصلهای نوشتار

کوزه گر از کوزه شکسته آب نمیخوره!

بوم کسب و کار

عناصر بوم کسب و کار

مشتریان هدف در صنعت مشاوره

حرف اول در این آموزش

بوم کسب و کار یک شمای گرافیکی برای طرح ایده های مدل کسب و کار است. وقتی بوم کسب و کار را طراحی میکنیم یعنی بیزینس مدل صنعت مشاوره را طراحی میکنیم.

کوزه گر از کوزه شکسته آب نمیخوره!

ما از طریق بوم کسب و کار میخواهیم این ضرب المثل شامل حال مشاورین نشود. چون مشاورینی که برای شرکتهای مختلف در حوزه استراتژی مشاوره میدهند، خودشان هم باید برای کسب و کار خودشان استراتژی داشته باشند. و خودشان هم در حرفه مشاوره بوم کسب و کار داشته باشند. و سوالات اساسی که یک مشاور با آن مواجه است را بتواند از طریق مدل کسب و کار پاسخ دهد.

یک مشاور گزینه های مختلف تصمیم گیری دارد که باید بتواند در مورد این گزینه ها تصمیم مناسب را اتخاذ کند.

سوالات استراتژیکی که در این حرفه مطرح است را باید قبل از آن با خودش مطرح کند و سیاست خودش را در ارائه خدمات مشاوره مشخص کرده باشد.

بوم کسب و کار DNA یک سازمان است. زمانی که شما تصمیم میگیرید به عنوان یک مشاور وارد فعالیت مشاوره بشوید، اول باید متوجه شوید که بیزینس مدل یا همان DNA به چه صورت است.

بوم کسب و کار مشاور

بوم کسب و کار، المانهای مختلفی دارد که وقتی شما به آنها پاسخ میدهید، توانسته اید بوم کسب و کار خودتان را طراحی کنید.

عناصر بوم کسب و کار مشاور

1. مشتریان هدف

معمولاً مشتریان هدف در بومهای کسب و کار صنایع مختلف، زمانی که بازار شما بازار انبوهی است و یا نیازهای همه گروه های مشتری را میخواهید برآورده کنید، یک استراتژی است که در هر صنعتی بگویید من میخواهم نیاز همه مشتریها را هدف قرار بدهم. در نقطه مقابل، زمانی هست که شما میگویید میخواهم بازار صنعت را بخش بندی کنم و به بخش خاصی از این صنعت پاسخ بدهم، در این صورت استراتژی شما در قبال مشتریان هدف، ارائه خدمت به صورت انبوه نیست بلکه بازار را بخش بندی و انتخاب میکنید که در کدام بخش وارد شوید.

مشتریان هدف در صنعت مشاوره

آ) یک مشاور باید تصمیم بگیرد که آیا میخواهد مشاور صنایع دولتی باشد یا مشاور بخش خصوصی یا شرکتهای عمومی غیردولتی. عمده ترین معیاری که مطرح میباشد این است که ماهیت مشاوره دادن در بخش دولتی با بخش خصوصی کاملاً متفاوت است این یکی از تصمیم گیری های اصلی یک مشاور است.

ب) یک مشاور باید تصمیم بگیرد که به کدام یک از سازمانها از لحاظ اندازه میتواند پاسخ بدهد. شرکتهای کوچک و متوسط و یا شرکتهای بزرگ و یا استارتآپها.

الگوهای ارائه خدمات مشاوره به هر کدام از بخشها میتواند متفاوت باشد.

2. ارزش پیشنهادی به تفکیک گروه های مشتری

مشاورین در مورد ارائه ارزش پیشنهادی، به دو بخش متفاوت تقسیم میشوند: آ) مشاور میخواهد راه حل کلی ارائه دهد (خدمات یکپارچه و تنوع محصول). ب) مشاور میخواهد به صورت تخصصی بر روی یک موضوع خاص مشاوره میدهد (حول یک تخصص خاص).

3. کانالهای توزیع فروش محصول و خدمات

در حوزه معرفی کانال دو نوع مشاور داریم: آ) خدمات مشاوره در قالب شخصیت حقیقی و برند شخصی. ب) خدمات مشاوره از طریق ایجاد یک شخصیت حقوقی و شرکت مشاوره مدیریت.

4. CRM

در فرآیند مشاوره، ارتباط بین مشاور و کارفرما بسیار حائز اهمیت است. انواع رویکرد ارتباط مشاور با مشتری: آ) رویکرد کلینیکی. ب) حضور مشترک با نمایندگان کارفرما در رویدادهای علمی و حرفه ای. ج) رویکرد کارگاهی.

5. ساختار درآمدی مدل کسب و کار

آ) برخی مشاوران مدل مشاوره ساعتی، را انتخاب میکنند خصوصاً مشاورینی که به صورت کلینیکی فعالیت میکنند.

ب) برخی مشاوران مدل خدمات حجمی، را انتخاب میکنند.

ج) برخی شرکتهای مشاوره مدل شراکت در ارزش افزوده، را انتخاب میکنند.

همچنین دو رویکرد آ) دنباله دار (مشاور با تعداد زیادی شرکت اما با رقمهای قراردادی پایین کار میکنند) و ب) غیر دنباله دار (مشاور با شرکتهای بسیار محدود اما با رقمهای قراردادی بالا کار میکنند) نیز در این مدل وجود دارند.

6. منابع کلیدی

انواع منابع سازمان: آ) منابع انسانی ب) منابع معنوی ج) منابع اطلاعاتی د) منابع فیزیکی ه) منابع مالی

منابع اصلی یک مشاور، منابع انسانی و منابع معنوی هستند. و میتواند از دو رویکرد آ) برون سپاری و ب) ایجاد دپارتمان مشاوره تخصصی استفاده کنند.

7. فعالیتهای کلیدی

انواع فعالیتهای یک مشاور: آ) مدل Adviser (نصیحت کننده) ب) مدل Consultant (مشاور) ج) مدل Coach (مری) د) مدل Change Agent (عامل تغییر)

تفاوت اینها در این است که مشاور چقدر در سازمان، در ارائه راه حلها همراهی و مشارکت دارد.

8. متدولوژی

متدولوژی (دانش فنی) برای مشاور حائز اهمیت است. انواع دسترسی به متدولوژی: (آ) مدلسازی بومی (ب) استفاده از مدل‌های مشاوره بین‌المللی

9. ساختار هزینه‌های مدل کسب و کار

معمولاً مشاورین به دنبال کاهش هزینه‌ها هستند، بنابراین در این بوم کسب و کار مشاوران باید پاسخ بدهند که چگونه هزینه‌ها را کاهش می‌دهند. (آ) برخی از مشاورین از دفاتر کار اشتراکی استفاده می‌کنند (ب) برخی از مشاورین ساختارهای پروژه محور ایجاد می‌کنند.

گاهی افرادی هستند که مشاوره را در کنار سایر فعالیت‌هایشان انجام می‌دهند و یا گاهی اوقات مشاوره را به عنوان یک مسئولیت اجتماعی در نقش مربی برای دیگران ایفا می‌کنند، این افراد مشاوره را به شکل یک بیزینس نگاه نمی‌کنند، طبیعتاً به خیلی از سوالات این بوم پاسخ نمی‌دهند. اما اگر بخواهیم مشاوره را به عنوان یک صنعت و یا یک کسب و کار انتخاب کنیم باید این بوم را برای خودمان طراحی کنیم.

حرف آخر در این آموزش

پس اگر کسی از شما بخواهد تا کسب و کارتان را در چند دقیقه برایش توضیح دهید، بهترین کاری که می‌توانید انجام دهید این است که بوم کسب و کارتان را برایش بیاورید.

موضوعات مرتبط با موضوع آموزش بوم کسب و کار یک مشاور در سایت حرفه پلاس

ضرورت برنامه ریزی و بودجه بندی جامع برای سازمانها و شرکتهای

مسئولیت پذیری مشاوران

شایستگیهای مشاور استراتژی

چرا و چه زمانی به صنعت مشاوره مدیریت نیاز داریم؟

مدل های عارضه‌یابی سازمانی

رابطه بین مشاور و مشاورپذیر

صنعت مشاوره مدیریت