

نصائح من رائدات أعمال ناجحات لتطوير مشاريعكم

كتبه ألي هوف | 1 أغسطس, 2020



ترجمة وتحرير: نون بوست

غالبًا ما يتعلم رواد الأعمال المبدعون وأصحاب المشاريع الصغيرة فن القيادة بطرق فريدة من نوعها أثناء قيامهم بتطوير طواقمهم وتكوينها. وتبقى مبادئ الإدارة المعتمدة في الشركات الأكبر حجمًا راسخة في أذهان مؤسسي الشركات الصغيرة.

لإعطاء نصائح مهمة للمديرين المبتدئين، قدم قادة الأعمال الناجحون من خلفيات متنوعة خلاصة التجارب والخطوات التي ساعدتهم في تطوير شركاتهم. يمكن أن تكون هذه الاستراتيجيات بمثابة تذكير بأهمية العودة إلى الجذور والتفكير بشكل مختلف.

كُون فريقا يتقاسم الأهداف

تؤكد لورين كونراد الشريك المؤسس لمتجر “[ذا ليتل ماركت](#)”، والتي عُرفت من خلال البرنامجين التلفزيونيين “لاغونا بيتش” و”ذا هيلز”، أهمية بناء فريق على أساس قيمية مشترك، وهو ما تعلمته من عملها في التلفزيون والموضة والكتابة. في السنة الماضية، استورد متجر “ذا ليتل ماركت” أكثر من 65 ألف قطعة من حرفيين في المجتمعات الأشد فقرا في جميع أنحاء العالم، تطبيقا لما يُعرف بمبادئ التجارة العادلة.

خلال عملية التوظيف، تولى كونراد اهتماما خاصا بأخلاقيات المتقدم للوظيفة ومدى اقتناعه بمبادئ “ذا ليتل ماركت”. في الواقع، يصبح طالب العمل الذي يحمل فكرة واضحة عن الشركة ومبادئها، والمستعد للمساهمة في تحقيق الأهداف، الشخص المرغوب فيه للانضمام إلى الطاقم.

في هذا الصدد، تقول كونراد: “عندما نعتمد التوظيف المرتكز على الأهداف، نجد مرشحين متحمسين لمهمتنا وعملنا. إن العثور على الفريق المناسب من الأشخاص يمكن أن يجعل القرارات اليومية ومهام الإدارة أكثر سهولة، ويجعل الجميع في قمة التركيز”.

من جهتها، تعزو هانا سكفارلا، وهي شريكة كونراد في تأسيس “ذا ليتل ماركت”، نجاح مؤسستهم غير الربحية أيضا إلى استعداد الفريق لمواكبة آخر التطورات في المجال الصناعي.



لورين كونراد وهانا سكفارلا.

في الأيام الأولى للشركة، أدركت سكفارلا وكونراد وجود عدد قليل من المتاجر التي تعمل كمؤسسات غير ربحية وتعتمد مبادئ التجارة العادلة. من خلال الجمع بين النموذجين، أظهر الثنائي قدرة على استيعاب التطورات الصناعية ومتطلبات المنافسة في السوق.

اعتمادا على تجربة سكفارلا، فإن تشجيع الموظفين على مواكبة آخر التطورات في المجال الصناعي والإعلام باستراتيجيات العصف الذهني، يجعل المؤسسة أكثر نشاطا وحيوية.

في الواقع، تشجع كونراد وسكفارلا المديرين في الشركة على إعطاء الأولوية للأنشطة الترفيهية، مثل دروس الرقص والنزهات الطويلة وما إلى ذلك، حتى يشعر الموظفون بالراحة وأنهم مدعوون لمشاركة تجاربهم وأفكارهم عندما يعودون إلى المكاتب.

توقف عن محاولة الظهور بشكل مثالي

على مدار الإثني عشر سنة الماضية، طورت إميلي شومان مدونتها الشخصية لتتحول إلى العلامة التجارية الشهيرة “[كابيك أند كاشمير](#)”. منذ سنة 2008، قامت شومان بتأليف كتابين من أكثر

الكتب مبيعا، وافتتحت متجرا لبيع الملابس والتجارة الإلكترونية، وهي تملك أكثر من مليون متابع على مواقع التواصل، وملايين الزوار شهريا. ومن أجل أن تحقق كل هذا النجاح، كان عليها أولا أن تتقبل عيوبك.



إميلي شومان.

تقول شومان: “في مرحلة ما، كنت أشعر بالرضا عندما أكشف عن تفاصيل من حياتي الشخصية عبر وسائل التواصل الاجتماعي، لكنني كنت قلقة من أن ذلك سيزر بالعلامة التجارية إذا لم يكن كل شيء “مثاليا”. وعلى العكس تماما، وجد القراء أن الكشف عن تلك التفاصيل غير المثالية أمر جيد، مما أدى إلى توسيع قاعدة جمهورنا وانتشار علامتنا التجارية في مناطق جديدة”.

بدأت تجربة شومان في الحديث عن تلك التفاصيل الشخصية من خلال منشورات في مدونتها عن القلق والشعور بعدم الكفاءة المهنية ومشاكل الرضاعة الطبيعية. حظي [منشورها حول القلق](#) بتفاعل كبير من القراء لدرجة أنها اتبعت هذا الأسلوب على أنستغرام، حيث نشرت [صور سيلفي وهي تنكي](#)، وصورا أخرى مختلفة تماما عن تلك الصور الجميلة التي عُرفت بها في بداياتها، كما تقول هي نفسها.

وتؤكد شومان أن الأمور تغيرت منذ ذلك الحين، إذ أن صراحتها حول قلقها ومخاوفها زادت من جماهيرها وزبائنها.

تعود على تفويض بعض صلاحياتك

اضطرت تونيا دالتون إلى التعود على تفويض مهامها في الأيام الأولى لتأسيس شركة “إنك وال برس بروداكتيفيتي”، والتي باعت 350 ألف مخطط ومجلة في جميع أنحاء العالم عبر الإنترنت وفي 1500 متجرًا للتجارة التقليدية. وأصبح التنازل عن بعض الصلاحيات أمراً بالغ الأهمية حيث أضافت شركة “إنك وال” عروضاً جديدة.



تونيا دالتون.

طوّرت الرئيسة التنفيذية للشركة مؤخراً تطبيق “مورنينغ مومنتم”، والذي يرسل نصوصاً يومية لمساعدة رواد الأعمال على تحسين أداء شركاتهم.

كانت دالتون في البداية ترغب في القيام بكل المهام بنفسها، لكنها في النهاية قسمت مهام التسعير والتصميم والتكنولوجيا والتسويق بين أعضاء فريقها.

في هذا الصدد، تقول دالتون: “لو كنت أقوم بكل المهام بنفسني، لما بدأت فكرة “مورنينغ مومنتم” على الإطلاق. عندما تُشجع فريقك على أن يحرز تقدماً بتوفير الأدوات والدعم الذي يحتاجونه، عندها يمكنك التركيز على الهدف الذي تريد الوصول إليه كشركة.”

احرص على تكوين فريق متكامل

قبل إنشاء **ستوديو سيمباتيكو** المشترك، وهي شركة متخصصة تدعم عملاء مثل “**أد ثيورنت**” و”**رود واريور**” و”**هارمليس هارفست**” و”**بروكلين بوتانيك غاردين**”، عملت تامارا أولسون كرائدة تصميم في شركة غوغل، وعرفت أهمية توظيف الأشخاص أصحاب مهارات التكامل مع الآخرين.



تامارا أولسون.

تؤكد أولسون أن فريق تطوير ستوديو سيمباتيكو هو مثال جيد على تحقيق التوازن بين المشروع في صيغته النهائية وبين الخطوات المختلفة التي تؤدي لاكماله. تقول إن أحد المطورين “مختص في التفاصيل بشكل رائع”، والآخر “دائما ما يكون جاهزا للألغاز التي تتطلب التركيز. وعلى الرغم من أن المطورين لدينا يتشاركون مجموعة المهارات نفسها، إلا أن حقيقة أن لديهم أشياء مختلفة يحبون القيام بها تجعل فريقنا أكثر كفاءة”.

تحمل المسؤولية كاملة

في هذا السياق، تقول المديرية التنفيذية لشركة “ذي أورغنايزيد أرتيست كومباني” **سامانثا بينيت**، والتي تقدم دورات في فن إدارة الأعمال، إن “نجاح مشروعك وفريقك، هو أفضل تعبير عن نجاحك الشخصي”. وتؤكد بينيت أن شركتها تحقق أرباحًا تصل إلى نصف مليون دولار سنويًا.

أطلقت الشركة في خريف سنة 2019 دورة تدريبية جديدة، وبدلاً من تحمل المسؤولية، شجعت بينيت أحد أعضاء فريقها على الأخذ بزمام الأمور وإطلاق استراتيجية تسويق جديدة لتحسين النتائج المتواضعة. لكن الأمور زادت سوءاً مما أدى إلى تراجع المبيعات بشكل كبير.



سامانثا بينيت

توضح بينيت قائلة: “تناقشت مع أعضاء الفريق بشكل صريح، ليس بهدف توجيه أصابع اللوم إلى شخص معين، بل لتحديد العوامل التي تسببت في تدهور المبيعات، وما الذي يمكننا القيام به”. وواصلت: في اجتماع الفريق في اليوم التالي، اعترفت أن الشركة تعاني من تراجع كبير في نسبة المبيعات جراء القيام بخيارات خاطئة”.

وقالت بينيت إنهم قرروا إطلاق دورة أخرى بمحتوى جديد في وقت لاحق من الأسبوع ذاته،

واعتمدوا استراتيجية تسويق مختلفة، وقد تجاوز مبيعاتهم 40 ألف دولار في 36 ساعة فحسب.

لا تخجل من الحديث عن خطتك وطموحاتك

من أجل تطوير شركتها “**بيستاشيو باي إيلين**”، عملت مصممة الديكور الداخلي إيلين بيرنز على تبادل أفكارها مع أصدقائها وعائلتها وعدد من زملائها العاملين في المجال ذاته.

عندما أخبرت أحد المديرين الذين عملت معهم سابقا في مجال آخر، عن رغبتها بأن تطور مشروعها وتصمم منازل كاملة بدلا من تصميم غرف منفصلة، عزّفتها على عدد من الزبائن، واستطاعت منذ ذلك الحين أن تضاعف أرباحها، وزاد عدد زبائنها ثلاثة أضعاف خلال سنة واحدة.



إيلين بيرنز

لذلك، احرص على أن تبحث عن فرص للتواصل خارج القطاع الذي تعمل فيه، وحتى في دائرة معارفك الشخصية. على سبيل المثال، كانت بيرنز تتواصل في المقام الأول مع الأشخاص الذين

تتعرف عليهم في الفعاليات والدورات، مثل تلك التي ينظمها نادي **ذي وينغ**، حيث تمكنت من إنشاء شبكة علاقات واسعة، وتبادلت معهم الأفكار حول أهدافها المهنية.

مرونة التعامل مع الخطط بعيدة المدى

اكتسبت المديرية التنفيذية لشركة الأغذية الفلبينية "**ذي ساراب شوب**"، كريستين بريانتس تقديرًا كبيرًا للنجاح الذي حققته خلال وقت وجيز بصفقتها رائدة أعمال مبدعة متعددة المواهب. حققت نموًا سريعًا منذ تأسيسها، معتمدة على عربة الطعام المتنقلة خلال سنتها الأولى. وتوسع نشاطها ليشمل تقديم الطعام في السنة الثانية، وأصبحت تنتج أطعمة معلبة في السنة الثالثة. في الوقت الراهن، تعمل بريانتس على وضع خطط عمل طويلة المدى، وفق نماذج محددة وخطوات مرسومة بدقة تتناسب مع كل مرحلة.



كريستين بريونتس

تقول بريانتس عن الخطط والاستراتيجيات بعيدة المدى: "في بعض الأحيان، أكون متحمسة حقًا لفكرة لا يمكن أن تتجسد على أرض الواقع إلا بعد ثلاث أو أربع سنوات أخرى.. أفكر في الموارد والمهارات والوقت الذي ستحتاجه هذه الفكرة حتى تتوفر لها أفضل الظروف الملائمة لتكفل بالنجاح،

مع السعي لتحسينها بمرور الوقت.”

أكدت بريانتس أن هذه المرونة في تنفيذ الخطط طويلة المدى، واتباع الخطوات اللازمة للوصول إلى كل هدف، سمح لها بخلق فرص جديدة لشركتها. وأضافت: “لو كانت خططنا أكثر صرامة، لما استطعنا الانفتاح على هذه الفرص وأن نصبح جزءًا من الجيل الأول من بائعي المواد الغذائية داخل مركز تشيس [في سان فرانسيسكو]. لم تتمكن من تحقيق هذا الهدف من خلال اتباع خريطة الطريق التي وضعناها في البداية.”

لا تضيعوا أفضل ساعات العمل في تفقد البريد

ترى مصممة حفلات الزفاف [جيسكا زيمرمان](#)، أنه من غير الملائم إهدار الوقت الأكثر إنتاجية من اليوم في تفقد رسائل البريد الإلكتروني.

ساعدت الدورة التدريبية التي قدمتها زيمرمان حول الإنتاجية والتسويق والتخطيط المالي، عملاءها على تطوير مشاريعهم الصغيرة ودفع رواتب موظفيهم وكسب 80 ألف دولار شهريًا وتحقيق أرقام مبيعات سنوية أعلى من المتوقع.



جيسيكا زيرمان

في هذا الشأن، تقول زيرمان: “في الأيام الأولى لتأسيس شركتي، عندما كنت أتصفح رسائل بريدي الإلكتروني بقلق، وجدت أنني أقضي أفضل ساعات اليوم في حل مشاكل الآخرين، وأتضايق عندما أتلقى بريداً إلكترونياً محبطاً.”

تضيف زيرمان: “عندما كنت أهتم بشدة بالبريد الإلكتروني، وجدت نفسي أعطي الأشخاص الآخرين سلطة على جدول أعمالهم ومزاجي الشخصي وحتى اتجاه أعمالهم.”

غالبًا ما كانت زيرمان تقضي معظم ساعات اليوم في الرد على رسائل البريد الإلكتروني وانتظار الردود، وذلك على حساب مهام أخرى لها أولوية قصوى.

لاحقًا، وبهدف زيادة الإنتاجية، أخبرت عملاءها وزملاءها لاحقًا أن ردها على رسائل البريد سيكون في غضون 24 إلى 48 ساعة من موعد إرسالها.

أدركت زيرمان أهمية أن تقاوم رغبتها في الرد على رسائل البريد الإلكتروني في لحظة وصولها، والتزمت باستثمار وقتها للقيام بمهام أخرى بفعالية أكبر.

تقول زيرمان: “أعلم أن أفضل وقت يشتغل فيه الدماغ هو الصباح، لذا فإن الأشياء التي ستساعد في تطوير أعمالهم تحدث عادة قبل الغداء. لهذا السبب أترك مسألة التحقق من بريدي



الإلكتروني إلى ما بعد الغداء.”

المصدر: [بزنس إنسايدر](#)

رابط المقال : [/https://www.noonpost.com/37779](https://www.noonpost.com/37779)