

تجارت را زندگی کن.

اول به یک سوال در ذهنت جواب بده.

آیا می‌خواهم تجارت را زندگی کنم یا اینکه می‌خواهم در مقطع

کوتاهی پولی به جیب بزنم و در بروم؟

اگر بزن در رو هستی توصیه می‌کنم آراد را بیخیال شوی چون ما

به شدت از بزن در روها متنفریم و یقیناً آنها هم از ما متنفرند

پس نمی‌توانیم با یکدیگر کنار بیاییم.

اما اگر می‌گویید واقعا می‌خواهم تجارت را زندگی کنم پس

درباره انتخاب محصول هم باید با همین نگاه یک عمر زندگی

تاجرانه تصمیم بگیرید.

برای اینکه محصولی انتخاب کنم که بتوانم یک عمر با آن زندگی

کنم می‌توانم به چهار اصل مهم توجه کنم که لااقل یکی از چهار

اصل در انتخابم باشد که اگر دو تا یا سه تا و یا هر چهار اصل

هم باشد که نور علی نور است.

اصل اول: علاقه

شما قرار است عمری با این محصول زندگی کنید پس به اولین و مهمترین موضوعی که باید توجه کنید اینست که این محصول را دوست دارید یا خیر؟

اصلا دوست دارید در آینده شما را به نام تاجر فلان محصول صدا کنند مثلا می گویند علی حسینی تاجر پنبه.

شاید علی حسینی دوست نداشته باشد کلمه تاجر پنبه به اسمش بچسبد و به هر دلیلی از پنبه بدش بیاید.

اصلا مهم نیست به چه دلیلی مهم اینست که من باید محصولی که می خواهم بر روی آن کار کنم از اسمش، از خودش، از اینکه مرا به آن نام بشناسند خوشم بیاید و این موضوع هر چند در نگاه اول مهم جلوه نمی کند اما در ادامه تجارت می بینید چقدر نکته حائز اهمیتی بوده است.

کسانی که عاشق محصولشان هستند تاجران موفقتری اند.

اصل دوم: تجربیات گذشته زندگی

همه ما قبل از تجارت گذشته ای داشته ایم.

مثلا من در گذشته بدنسازی کار می کردم و مربی بدنسازی بودم پس تجربیاتی در این زمینه دارم و تخصصی اندوخته ام در نتیجه می توانم محصولاتی که مرتبط با دستگاه های بدنسازی و یا مکمل های بدنسازی است را به عنوان محصول تجاری ام انتخاب کنم.

یکی آرایشگر بوده، یکی بنایی می کرده، یکی پزشک است و خلاصه هر کسی شغلی دارد و اگر بر روی محصولی که در تجربیات گذشته زندگی اش با آن سر و کار داشته است کار کند رشدش به مراتب بیشتر خواهد بود چرا که حداقل دانش فنی بیشتری بر روی آن محصول دارد و بهتر می تواند آن محصول را برای مشتریان تشریح نماید پس مذاکرات حرفه ای تر و تخصصی تری خواهد داشت و موفقیتش چشمگیرتر است.

اصل سوم: سرمایه های اجتماعی

خیلی از مردم گمان می کنند سرمایه یعنی فقط پول. درست است که پول هم سرمایه است اما سرمایه مادی است و ما مدل های مختلفی از سرمایه داریم که یکی از آنها سرمایه اجتماعی است.

سرمایه اجتماعی یعنی من در جامعه چه کسانی را می شناسم که بتوانم بر روی آنها حساب باز کنم.

به طور مثال بنده عمویی دارم که کارخانه پارچه دارد پس این عمو برای من یک سرمایه اجتماعی به حساب می آید.

پس می توانم با اتکای بر عمو به پارچه به عنوان محصول تجاری خود فکر کنم.

توصیه می کنم حتما یک بار تمام دوستان و آشنایان خود را بنویسید همانگونه که برای دعوت مراسم عروسی نامشان را

یادداشت می کنید تا سرمایه های اجتماعی تان را مرور کنید.

اصل چهارم: پتانسیل های شهرم

هر کدام از ما که در شهر یا روستایی زندگی می کنیم محصولاتی در آن اقلیم تولید می شود که ما در آن مشهورتریم یا اصلاحاً ناحیه ما در آن محصول برند است.

به طور مثال شمالی ها در برنج و مرکبات یا جنوبی ها در ماهی و خرما و هر ناحیه ای به چیزی مشهور است.

حتی لزومی ندارد مشهورترین محصول باشد و می تواند محصولی باشد که در شهر من یا شهرهای اطرافم تولید می شود و حتی مردم عادی منطقه ما هم ندانند که تولید کننده این محصول شهر ماست.

کافیست یک بار سری به شهرک های صنعتی شهرم بزنم و یا در اینترنت سرچ کنم که شهر من چه محصولاتی را تولید می کند و یا از بزرگترها و بازاری های شهرم بپرسم تا دستم بیاید که چه محصولی پتانسیل خوبی از نظر تولید و تامین در شهرم دارد.

جمع بندی انتخاب محصول

۱۹ شاخص است که می توانید در انتخاب محصول از آنها کمک بگیرید اما اصلی ترین ها همین ۴ تا بودند که گفتیم و اگر خواستید بیشتر و تخصصی تر درباره انتخاب محصول صحبت کنید حتما با بنگاه تجاری رابط خود این موضوع را مطرح کنید و اصلا خجالت نکشید از اینکه نمی دانید.

یکی از وظایف بنگاه های تجاری همین است که راهنمای تازه واردها در انتخاب محصول باشند تا در آینده هم بتوانند بهترین هدایت و راهبری را در پیشرفت تجارت هایتان داشته باشند. آنچه نویسنده بر آن تاکید دارد اینست که حتما محصولی را انتخاب کنید که دوستش داشته باشید.

خیلی ها می گویند محصولی باشد که پول خوبی در آن باشد. عزیزان بدانید که در همه محصولات پول خوبی هست و ما محصول خوب و بد نداریم بلکه این شمايید که اگر محصولتان

را عاشقانه دوست داشته باشید پول کلانی از تجارت آن محصول بدست می آورید و اگر هم دوستش نداشته باشید نمی توانید با آن مانوس شوید و کار به جایی نخواهید برد.

پس من اصل اولم را می بندم بر روی عشق به محصولم و به اینکه برندم شود و آینده خود را با آن گره بزنم.

نکته پایانی اینکه در انتخاب محصول دچار وسواس نشوید که کار برایتان سخت می شود و تجارت را آغاز نخواهید کرد.

هر محصولی را انتخاب کنید اگر خواستید آن را تغییر دهید قابل تغییر است.

مذاکره را که یاد بگیرید دیگر فرقی نمی کند محصولتان پسته باشد یا دمپایی یا هر محصول دیگری.

نقل و انتقال مالی یکسان است برندسازی اصول ثابتی دارد لجستیک یکسان است و خلاصه می توان با تغییرات اندکی

تغییر محصول هم داد اما بهتر است در ابتدای امر دقیقتر انتخاب کنید اما دچار وسواس فکری هم نشوید.