



สร้างสรรค์สูตรทางธุรกิจของคุณเอง

บทความนี้ตีพิมพ์ครั้งแรกในชื่อ 'Making a business plan' ในหนังสือ 'Read this First: Growth and Development of Creative SMEs'. (ISBN/EAN 978-90-810079-2-4)

David Parrish

ความคิดสร้างสรรค์ กับธุรกิจ

มีหลายๆ คนที่คิดว่า ความคิดสร้างสรรค์ กับ ธุรกิจ ก็เปรียบเสมือนน้ำมาเจอกับน้ำมัน มันผสมกันไม่ได้ พวกเขาคิดว่ามันเหมือนกับคำถามที่ **หรือ** ต้องเลือกตอบอย่างใดอย่างหนึ่ง เลือกระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับธุรกิจ ซึ่งผมไม่เห็นด้วย

เมื่อก่อนผมคิดว่าความคิดสร้างสรรค์มาวางแผนธุรกิจ ความท้าทายคือการต้องให้ได้ไปพร้อมๆกัน ความหมายคือ การ 'เลือกลูท' และ 'เลือดยืด' สวมทั้งต้องใส่ทั้งความคิดสร้างสรรค์ และไอเดียธุรกิจชั้นยอด มาผสมกันเข้าด้วยกัน เพื่อจะเปลี่ยนจากไอเดียให้กลายเป็นช่องทางรายได้ และผู้ประกอบการสายสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่สามารถผสมผสานทั้งสองสิ่งนี้ได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจก็เหมือนศิลปะอย่างหนึ่ง ในงานศิลปะที่มีตัวเลือกให้เลือกมากมายนับไม่ถ้วน จะต้องเลือกตั้งเลือกที่ผสมกันแล้วนำมาวาดเป็นผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่งได้ และสามารถสร้างศักยภาพทางการเงิน ภาพวาดที่ได้ก็คือสูตรทางธุรกิจที่พิเศษและแตกต่าง

โดยธรรมชาติแล้ว ธุรกิจความคิดสร้างสรรค์นั้น มีแนวโน้มที่จะเน้นเรื่องไอเดียใหม่สดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ องค์การที่ประสบความสำเร็จมีการผสมผสานองค์ประกอบทางธุรกิจได้อย่างสร้างสรรค์ นอกจากพวกเขาจะสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความคิดสร้างสรรค์แล้ว พวกเขาจะคิดค้นสูตรพิเศษที่ผสมผสานส่วนผสมทางธุรกิจทั้งหมดเอาไว้

ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ 'จงเลือกคำตอบที่ถูกที่สุด' นี่จึงไม่ใช่ และธุรกิจ สิ่งสำคัญคือการทำให้ดีที่สุดควบคู่ไปทั้งสองอย่าง

แผนธุรกิจ

ก่อนอื่น เรามาทราบความแตกต่างระหว่าง การวางแผนทำธุรกิจ กับ กันดีกว่า ทั้งสองอย่างไม่จำเป็นต้องเหมือนกัน 'การเขียนแผนธุรกิจ' จากประสบการณ์ของผม มีหลายคนเขียนแผนธุรกิจอย่างเดียว เพราะมันเป็นสิ่งที่นักลงทุนต้องการดู แผนธุรกิจประเภทนี้มักจะเขียนขึ้นแบบไม่ได้ศรัทธา หรืออินกับมันเท่าไร และมักจะถูกเขียนขึ้นหลังจากที่เสร็จธุระกับหน่วยงานหรือนักลงทุนเรียบร้อยแล้ว แผนธุรกิจนั้นไม่ควรเขียนขึ้น มี 'แผนที่สู่ความสำเร็จ' เพราะใคร แต่ควรเขียนขึ้นเพื่อตัวธุรกิจเอง เป็นจุดมุ่งหมาย และขั้นตอนเพื่อไปสู่จุดหมาย ในทางอุดมคติแล้ว แผน

ธุรกิจที่ดีควรเป็นเอกสารที่ธุรกิจสามารถใช้เพื่อการดำเนินงานได้ รวมถึงยังสามารถช่วยให้ข้อมูลแก่บุคคลภายนอก ถึงประโยชน์ของธุรกิจ ผลตอบแทนจากการลงทุน การจัดการความเสี่ยง และประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้อง และพันธมิตรควรทราบ

อย่างไรก็ตาม แผนธุรกิจไม่ใช่เอกสารศักดิ์สิทธิ์ แผนธุรกิจไม่ได้การันตีว่าธุรกิจจะประสบความสำเร็จ แผนธุรกิจจำนวนมากนำเสนอรายละเอียดได้ดี แต่กลับพลาดเรื่องพื้นฐาน แผนธุรกิจจะต้องอ้างอิงตามคุณค่าและเป้าหมายของผู้ประกอบการ และหัวใจของแผนธุรกิจจะต้องมีสูตรทางธุรกิจที่เป็นไปได้จริง ทั้งสองส่วนนี้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีคุณค่าเพื่อใช้ในการพิจารณาครั้งต่อไป

คุณค่า และเป้าหมาย

เวลาที่ผมเป็นที่ปรึกษาทางธุรกิจ หรือเทรนเนอร์ให้กับผู้ประกอบการสายสร้างสรรค์ สิ่งแรกที่ผมจะให้พวกเขาลองพิจารณาคือ เป้าหมายพื้นฐานของกิจการ ทุกคนต้องการประสบความสำเร็จ แต่พวกเราต่างก็มีนิยามของคำว่าประสบความสำเร็จที่แตกต่างกัน สำหรับบางคน คือความมั่งคั่ง สำหรับบางคน คือชื่อเสียง หรือบางครั้งก็อาจจะเป็เป้าหมายเพื่อช่วยเหลือสังคม ในกรณีของ social enterprise สำหรับหลายๆ ธุรกิจ ส่วนใหญ่แล้วก็จะเป็นส่วนผสมของทั้งหมดที่กล่าวมานี้หน้าที่ของผมไม่ใช่การนิยามคำว่าประสบความสำเร็จให้กับคนอื่น แต่ในฐานะที่ปรึกษา ผมจะช่วยเหลือผู้ประกอบการให้เขาเข้าใจนิยามของคำว่าประสบความสำเร็จของตัวเอง

การพัฒนาธุรกิจ (Business Development) ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่เป็นพื้นฐานที่ต้องคิด ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงตอนที่ธุรกิจเริ่มเติบโต และถ้าใช่ คุณมีวิสัยทัศน์? แล้ว การเติบโตเป็นเป้าหมายของคุณหรือไม่ การเติบโตสามารถอยู่ในรูปแบบ ปริมาณการซื้อขาย? เติบโตอย่างไร จำนวนพนักงาน ส่วนแบ่งการตลาด หรือ ความสามารถในการทำกำไร อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสายสร้างสรรค์หลายคน ไม่ได้ต้องการให้ธุรกิจมีขนาดใหญ่ พวกเขาต้องการทำธุรกิจให้เป็นเหมือนไลฟ์สไตล์ ใช้ความสามารถที่ตัวเองมี สร้างธุรกิจที่สามารถทำให้มาตรฐานความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตดีขึ้น เท่านั้นก็พอแล้ว สำหรับหลายๆ ธุรกิจ ความสำเร็จวัดด้วยความสมดุลทั้งสามด้าน ซึ่งนอกจากเรื่องการทำกำไรแล้วยังมีเรื่องการตอบแทนต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม เกี่ยวข้องในปัจจุบันด้วย ดังนั้น เราไม่ได้มองแต่เพียงว่าธุรกิจนี้ทำอะไร แต่ยังมองว่าทำอะไรด้วย โดยคุณค่าของธุรกิจเป็นสิ่งที่สำคัญมากเช่นกัน ผมใช้คำว่าคุณค่าแบบกว้างๆ ที่หมายรวมถึงทุกอย่างตั้งแต่ จรรยาบรรณทางธุรกิจ ความวิธีการ) ไปจนถึงวัฒนธรรมองค์กร (เช่น อีสรภาพ) ต้องการส่วนบุคคลเหล่านี้เป็นสาระที่มักถูกลืมในระหว่างขั้นตอนการ (ทำงานของเราวางแผนธุรกิจ แต่เป็นสาระสำคัญที่ควรหยิบยกขบคิดตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงควรกลับมาทบทวนบ่อยๆ ด้วย ถ้าหากการพัฒนาธุรกิจไม่ได้ตรงกับคุณค่าที่ผู้ประกอบการต้องการขับเคลื่อน ความไม่สอดคล้องหรือเหตุการณ์ไม่คาดคิดก็มีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น

หุ้นส่วนทางธุรกิจเองก็ต้องมั่นใจว่าพวกเขามีคลื่นทางความคิดแบบเดียวกัน ทั้งในเรื่องนิยามความสำเร็จ และเรื่องคุณค่า ในฐานะที่ปรึกษาผมเคยถูกขอให้ช่วยแก้ปัญหาทางธุรกิจ แล้วพบว่าปัญหาเกิดมาจากสาเหตุพื้นฐานคือ การขาดวิสัยทัศน์ร่วมกัน ซึ่งนี่ไม่ใช่แค่อาการบาดเจ็บ แต่เป็นเสมือนโรคภัยจากภายใน กล่าวอีกอย่างคือ ถึงแม้ทุกคนจะทำงานหนัก แต่กลับมุ่งหน้าไปยังเป้าหมาย หรือทัศนคติที่ต่างกัน คงไม่น่าแปลกใจ หากปัญหาจะเกิดขึ้น

สร้างความเป็นไปได้

หนึ่งในลักษณะของคนครีเอทีฟคือ ความสามารถในการสร้างสรรค์ไอเดียมากมาย แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เกิดขึ้นมาจากความคิดสร้างสรรค์ของพวกเขา แต่ผมกลับพบว่าหลายๆ คนที่เข้ามาหาผมเพื่อขอคำแนะนำ พวกเขากลับมามีไอเดียที่แคบและยึดติดมาก ในเวลาที่พวกเขาสนใจจะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการไปพัฒนาในรูปแบบการค้า หนึ่งในหน้าที่ของผมในฐานะที่ปรึกษาคือการสนับสนุนให้พวกเขาสร้างขอบเขตความเป็นไปได้ให้กว้างขวาง เพื่อที่จะได้ค้นหาตัวเลือกต่างๆ จากความสามารถทางความคิดสร้างสรรค์ที่พวกเขามี และแม้ว่าการสร้างไอเดียจำนวนมากจะเป็นเรื่องจำเป็น แต่แน่นอนว่ามันเป็นไปได้ที่จะนำทุกไอเดียมา ใช้กับการค้าจริงๆ นี่อาจเป็นเรื่องที่น่าหงุดหงิด ดังนั้นพวกเขาจึงต้องเลือกไอเดียที่ดีที่สุดจากความเป็นไปได้ทั้งหมด ซึ่งอาศัยทั้งจินตนาการ และการวิเคราะห์ร่วมด้วย กล่าวคือ อาศัยทั้งสมองซีกขวา และซีกซ้าย ด้วยการอาศัยสมองซีกขวา เราจะสร้างสภาพความเป็นไปได้กว้างร้อยไอเดีย หลังจากนั้นให้เราใช้สมองซีกซ้าย คัดกรองอย่างไม่ปราณี และเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุด แน่ใจว่าการผสมผสานระหว่างสมองทั้งสองซีกนั้นไม่ง่ายเลย นี่จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมเหล่าผู้ประกอบการถึงมีหุ้นส่วนที่เป็นคนคนละประเภทกัน จะได้ผสมผสานระหว่าง อัจฉริยะทางความคิดสร้างสรรค์ กับนักธุรกิจมือฉมังเข้าด้วยกัน หรือเป็นที่มาหลายคนที่มีความสมดุลระหว่างสององค์ประกอบนี้

ธุรกิจที่ยอดเยี่ยมคือธุรกิจที่ผสมผสานระหว่างสุดยอดสร้างสรรค์ และเทคนิคทางธุรกิจที่เข้มแข็ง ผมจึงเปรียบเทียบไว้ว่า เป็นแนวคิดแบบ และแนวคิดนี้สามารถใช้ได้ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจแบบ 'เสื้อยืด และเสื้อสูท' เจ้าของคนเดียว หุ้นส่วนระหว่างสองคน กับหุ้นส่วนที่เป็นทีม

รู้จักตัวเอง

“วลีโดยซุนวูในตำราพิชัยสงคราม ”ผู้เขารู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง ในแง่ของธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญคือการเข้าใจจุดแข็ง และจุดอ่อนของคนที่เกี่ยวข้อง ในธุรกิจ และของธุรกิจในภาพรวมทั้งหมด PRIMEFACT คือเช็คลิสต์ที่สามารถนำมาใช้ในการประเมินธุรกิจในแง่มุมมองต่างๆ รวมถึงจุดแข็ง และจุดอ่อนในแต่ละเรื่อง โดยชื่อของมันมาจากตัวอักษรเก้าตัวรวมกันซึ่งเป็นตัวแทนของเก้าเรื่องที่เราควรประเมิน ได้แก่ People (คน), Reputation (ชื่อเสียง), Intellectual Property (ทรัพย์สินทางปัญญา), Market Information (ข้อมูลตลาด), Ethos (ความเชื่อส่วนบุคคล), Finances (การเงิน), Agility (ความคล่องตัว), Collaborators (และ ผู้ร่วมงาน Talents (มันอาจเป็น (ความสามารถเรื่องยากที่จะประเมินธุรกิจตัวเองอย่างมีตรรกะที่เป็นกลาง ดังนั้นมุมมองของคนภายนอกจึงมีประโยชน์มาก ในส่วนนี้ การรวบรวมข้อมูลสามารถช่วยให้สร้างกลยุทธ์ธุรกิจอย่างเป็นรูปเป็นร่างได้ เราสามารถนำมาใช้ในการเสริมจุดแข็ง และหลีกเลี่ยงจุดอ่อนของบริษัท

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

หลังจากที่ได้ค้นหาจุดแข็งของธุรกิจ ในแง่มุมต่างๆ แล้ว ขั้นตอนต่อไปที่เราต้องทำก็คือ การพิจารณาจุดแข็งของเรา โดยเปรียบเทียบอ้างอิงกับคู่แข่ง

แข่ง ถึงแม้เราจะมิจุดแข็งในด้านใดด้านหนึ่ง แต่ถ้าหากคู่แข่งของเราก็มีจุดแข็งเดียวกัน นั่นก็หมายความว่าเรายังไม่ได้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน เราจึงต้องมองหาในด้านใดด้านหนึ่งที่เราสามารถจะเป็นผู้นำหรือทำได้ดีกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ เราสามารถมองหาความได้เปรียบในการแข่งขัน จากความคิดสร้างสรรค์ได้ โดยมองหาหมุมบางมุม เรื่องบางเรื่องที่เราจะสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ดีกว่ารายอื่นๆ

เรดาร์ทางธุรกิจ

เปรียบเทียบเรือที่เดินทางข้ามมหาสมุทรที่ต้องการเรดาร์ในการตรวจหาตำแหน่งของมิตรและศัตรู ธุรกิจที่สร้างสรรค์ก็ต้องการการระมัดระวังอย่างสม่ำเสมอสำหรับ โอกาสและภัยคุกคาม ในสภาพแวดล้อม 'PEST Analysis' เป็น Framework หนึ่งที่คุณสามารถใช้ได้ เป็นวิธีที่ให้เรา มอง 4 ทิศทางของแรงภายนอกที่นำมาสู่โอกาสและภัยคุกคามต่อธุรกิจ สังคม และ เศรษฐกิจ , วัฒนธรรม ซึ่งนั่นได้แก่ การเมืองการปกครอง เทคโนโลยี ในปัจจุบันอีกวิธีหนึ่งครอบคลุมเพิ่มขึ้น โดยมีถึง 8 อย่างนั่นก็คือ 'ICEDRIPS Analysis' วิธีนี้ต้องการให้มองตามทิศทางต่อไปนี้ ,กฎข้อบังคับ ,สถิติประชากร ,เศรษฐกิจ ,คู่แข่ง ,นวัตกรรม การปกครอง และแนวโน้มของสังคม เราจำเป็นที่จะต้อง ,สาธยาย โภค ให้ความสนใจ ในผลกระทบจากภายนอกทั้งที่กำลังจะเกิดขึ้นและเกิดขึ้นอยู่ถึงจะนำเสนอโอกาสและการคุกคามของบริษัทได้ ลำดับต่อไปคือ พิสูจน์และวางแผนที่สอดคล้องกับศักยภาพที่เลือก เพื่อที่จะคว้าโอกาสและหลีกเลี่ยงภัยคุกคาม

ปัจจัยสำคัญคือทรัพย์สินทาง : สิ่งที่จะช่วยกีดขวางการแข่งขันทางธุรกิจ ปัญหา

Barriers to entry คือปัจจัยที่ช่วยป้องกันการคนนอกจากการเข้ามาร่วมวงแข่งขันด้วย และหลาย ๆ อุตสาหกรรมก็กล่าวได้ว่ามีสิ่งนี้เป็นทุนเดิมอยู่ ยกตัวอย่างเช่น การให้บริการเครือข่าย โทรศัพท์ หรือการขุดเจาะน้ำมัน ความยากไม่ใช่เรื่องของเงินลงทุน แต่เป็นเรื่องของใบอนุญาตที่ต้องได้รับจากรัฐบาล ในทางกลับกัน อุตสาหกรรมประเภทเชิงความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) ถือว่ามีความเสี่ยงในการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ๆ ในตลาด เพราะอุปสรรคในการเข้าสู่อุตสาหกรรมนั้นไม่ได้มีมากมาย แล้วผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์จะหาวิธีปกป้องส่วนแบ่งทางการตลาด (Market share) จากการเข้ามาของคู่แข่งรายใหม่ๆ ในตลาดได้อย่างไร?

หนึ่งในอุปสรรคที่มีประสิทธิภาพ ในการเข้าสู่อุตสาหกรรมและยังเป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์คือทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) โดยการใช้ ลิขสิทธิ์ (Copyright), แบบผลิตภัณฑ์ (Design right), เครื่องหมายทางการค้า (Trademark), และสิทธิบัตร (Patent) อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถป้องกันตัวเองจากคู่แข่ง ผ่านทางสิทธิเหล่านี้ ไม่เพียงแต่ทรัพย์สินทางปัญญาจะสามารถช่วยป้องกันผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์จากคู่แข่งได้ มันยังสามารถใช้สร้างรายได้ในระยะยาวได้อีกด้วย

ตลาดที่จะเลือก

การสร้างความเป็นไปได้ เกิดขึ้นบนมิติที่แตกต่างกันไป วิเคราะห์หาประเภทของผู้บริโภค และลักษณะส่วนตัวของลูกค้า ,ตลาดที่มีศักยภาพบ่อยครั้งที่ผู้ประกอบการสายสร้างสรรค์จะมีไอเดีย แต่ยังคงขาดจินตนาการเวลาที่มองหาความเป็นไปได้ของกลุ่มลูกค้าที่ใช้ ผมมักจะแนะนำให้ลูกค้าใช้สมองซีกขวาคิดไอเดียความเป็นไปได้ต่างๆ มากมาย และใช้สมองซีกซ้าย ในการวิเคราะห์ และเลือกกลุ่มที่ดีที่สุด

สูตรธุรกิจเฉพาะตัว

จุดประสงค์ของธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ ไม่ใช่การประณีต ประณีตระหว่าง ความสร้างสรรค์ และการค้า แบ่งส่วนครึ่งหนึ่งเป็นความจริงแล้ว จุด !คิดสร้างสรรค์ อีกครึ่งหนึ่งเป็นการค้ามันยังไม่เพียงพอ ประสงค์ก็คือมีความคิดสร้างสรรค์เต็มที่และประสบความสำเร็จทั้งหมด เพื่อที่จะบรรลุจุดประสงค์นั้น เราจะต้องผสมผสานลักษณะเฉพาะของ ความคิดสร้างสรรค์ของเราเข้ากับการเลือกกลุ่มเป้าหมายอย่าง ระมัดระวัง ให้สินค้าและบริการที่สร้างสรรค์ที่มีความเป็นไปได้อยู่ในมือ ช่างหนึ่ง และประเภทลูกค้าที่มีความเป็นไปได้อยู่ในมืออีกช่างหนึ่ง เพียง แค่นี้ ความเป็นไปได้ที่เกิดจากผสมรวมกันของสองมือ ก็ได้ผลลัพธ์ความ เป็นไปได้มากแล้ว มันก็คือการจำนวนเอาความเป็นไปได้ในแต่ละมือ มา คูณกันนั่นเอง สามารถวัดให้เห็นภาพ โดยการวาดกราฟ โดยให้สินค้า และบริการที่สร้างสรรค์อยู่แกนหนึ่งและประเภทของลูกค้าอยู่อีกแกน หนึ่ง ความสำเร็จของสูตรทางธุรกิจเกิดขึ้นเมื่อ สินค้าและบริการที่ สร้างสรรค์และเฉพาะเจาะจง ได้จับคู่เข้ากับ ลูกค้าที่สอดคล้องกันและมีกำลังซื้อ มีหลากหลายวิธีที่จะหาส่วนผสมที่ลงตัว ทางเลือกหนึ่งก็คือ เปรียบเทียบการหีบลูกบอลจากกระป๋องสอง ใบ และลองจับคู่ สินค้าที่ ถูกเลือกแบบสุ่มกับส่วนตลาดที่ถูกเลือกแบบสุ่ม ในที่สุดคุณก็จะเจอคู่ที่ เงิน และเวลา, ใช่ แต่มีความเป็นไปได้ว่าอาจจะเจอ คุณจะหมดพลังงาน ไปมากก่อนที่มันจะเกิดขึ้น เห็นได้ว่าวิธีนี้ยังไม่ฉลาดนัก คนที่มีความคิด สร้างสรรค์บางคน เมื่อลองสร้างธุรกิจจากความสามารถในทางศิลปะซึ่ง ไม่ได้ไม่เหมือนกัน เมื่อสินค้าและบริการไม่เข้ากันกับประเภทของลูกค้า นั้นทำให้มีความไม่พอใจเกิดขึ้น ดูเหมือนว่าการขายออกไปจะเป็นวิธี เดียวที่จะประสานกันได้ระหว่างการไม่ลงรอยกัน วิธีการที่เฉียบแหลมก็คือ การวางความเป็นไปได้ทั้งหมด และเลือกหนทางที่ดีที่สุด โดยใช่ ไหวพริบ การทดสอบตลาด และลองปล่อยไปเรื่อย ๆ ซึ่งจะช่วยจัดความ เป็นไปได้มากมายออกจากภาพของคุณ

การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

การตลาดสร้างสรรค์ เกี่ยวข้องกับการเลือกตลาดของสินค้าและบริการ อย่างระมัดระวัง มากกว่าการชักจูงให้คนซื้อสินค้าที่ไม่ได้ต้องการ ใน ขณะทั้งหลาย บริษัทใช้วิธีการกับตลาดกระสุนปืน ในการประชาสัมพันธ์ แล้วรอให้ลูกค้าปรากฏตัวเอง บริษัทที่ประสบความสำเร็จจะโฟกัสไปยัง ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม และหาวิธีที่สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมายได้

การทำงานร่วมกับผู้อื่น

ตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จสูงที่สุดนั้น ไปพร้อมๆ กัน เป็นแนวทางใน "เสื่อสุท" และ "เสื่อยัด" ต้องสวมทั้ง การพัฒนาธุรกิจ เพื่อรวมกันระหว่างความสามารถ ในด้านความคิดสร้างสรรค์

สรรค์กับทักษะในการบริหารธุรกิจ บ่อยครั้งที่การผสมผสานนี้ เกิดจาก ทีมที่มีขนาดใหญ่ คำถามที่เกิดขึ้นมักเกี่ยวกับสิทธิ ในการครอบครอง และการควบคุมขององค์กร โครงสร้างของบริษัทสามารถเสนอความ เป็นไปได้ต่างๆ สำหรับเจ้าของและสามารถควบคุมผ่านการขายหุ้น ให้ แก่ผู้ถือหุ้น และกรรมการบริษัท ถึงแม้ว่ากฎหมายบริษัทจะแตกต่างกัน ในแต่ละประเทศ แต่ก็ยังคงมีโครงสร้างที่สามารถสร้างขึ้นได้ใน บริษัทจำกัด " ขอบเขตของ" (Limited company) ประกอบไปด้วย การไม่แสวงหากำไร (Non for profit) ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่ม social enterprises

การวางแผนกลยุทธ์

หลังจากที่ได้สร้างวิสัยทัศน์และคุณค่าของบริษัท และสูตรทางธุรกิจแล้ว ต่อไปในแผนการก็คือหาว่าก้าวเดินสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จต้อง ทำอะไรบ้าง พูดย่างๆ การวางแผนกลยุทธ์คือ การวางแผนขั้นตอน สำคัญๆ ที่เราต้องทำ เพื่อจะพาเราจากจุดที่เราอยู่ในปัจจุบัน ไปยังจุดที่ เราต้องการ ผมแนะนำลูกค้าของผมให้คาดการณ์อนาคต มองเห็นภาพ ตัวเองที่ประสบความสำเร็จอย่างที่เขาต้องการก่อน จากนั้นให้มองกลับ ไปว่าจากจุดนั้น เขาจะต้องผ่านอะไรมาก่อนบ้างระหว่างทาง วิธีนี้จะช่วย เช่น) ให้มองเห็นสเตป 5 หรือ 6 ได้ชัดเจนมากขึ้น จากนั้นให้ (ขั้นตอน มองภาพกลับมาปัจจุบัน ขั้นตอนต่างๆ นั้นจะอยู่ตรงหน้าเรา และนั่นแหละคือฐานของกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เราต้องมุ่งไป

สรุป

หัวใจของการวางแผนทางธุรกิจคือการสร้างสรรค์สูตรทางธุรกิจที่แตกต่าง สำหรับบริษัทสร้างสรรค์ที่จะประสบความสำเร็จ มันเกี่ยวข้องกับการ สืบสวนทุกๆ ตัวเลือก โดยให้สินค้าและบริการที่สร้างสรรค์อยู่บนมือช่าง ที่เป็นไปได้ทั้งหมดอยู่(กลุ่มของลูกค้า)หนึ่ง และการพิจารณาส่วนตลาด บนมืออีกช่างหนึ่ง ผลลัพธ์ของเมตริกซ์สองมิติคือ การรวมกันที่เป็นไปได้ มากมาย ศิลปะที่สำคัญคือการเลือกตัวเลือกที่ดีที่สุดจำนวนน้อยจากการ รวมกันที่เป็นไปได้ทั้งหมดของสินค้าและบริการกับประเภทของลูกค้า

ธุรกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จจะถูกสร้างขึ้นมาจากการผลิต สินค้าและบริการที่เราได้จับคู่ด้วยความระมัดระวัง ในการเลือกลูกค้า วิธี นี้ช่วยให้ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์สามารถปล่อยความคิด สร้างสรรค์ของพวกเขา และได้รับความประสบความสำเร็จทางการค้าได้

สูตรเฉพาะทางธุรกิจคือกุญแจสำคัญ ถ้าสูตรผิดก็อาจจะผิดพลาดได้ ถ้า ทำถูก บริษัทที่สร้างสรรค์จะได้รับ โอกาสที่ดีครั้งใหญ่ทั้งสองด้าน ทั้ง ความสำเร็จ ในการสร้างสรรค์และความสำเร็จด้านธุรกิจ

Links

www.davidparrish.com

Copyright © David Parrish. Some rights reserved ([Creative Commons licence](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)).

Copyright © in the translation: อรวี สมิตธิพล (Oravee Smithiphol) <http://oraveevivi.com/>