[#نصيحة\_من\_خبير](https://www.facebook.com/hashtag/%D9%86%D8%B5%D9%8A%D8%AD%D8%A9_%D9%85%D9%86_%D8%AE%D8%A8%D9%8A%D8%B1?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R)

-

[#مصفوفة\_أنسوف](https://www.facebook.com/hashtag/%D9%85%D8%B5%D9%81%D9%88%D9%81%D8%A9_%D8%A3%D9%86%D8%B3%D9%88%D9%81?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R)

-

مصفوفة أنسوف دي بتقول لحضرتك - إنّك عندك 4 احتمالات في حالة إنّك عاوز تطوّر شركتك

اتنين منهم هيكونوا بتطوير منتجك من غير ما تخرج من مجالك - واتنين منهم هيكونوا بإنّك تاخد نفس منتجك تروح بيه لمجالات أخرى

-

الاحتمالات هي /

1 - هتشتغل بنفس منتجك - في نفس مجالك - لكن هتحاول توسّع حجم مبيعاتك من نفس المنتج داخل نفس السوق

2 - هتحاول اجتذاب عملاء جداد من نفس مجالك من خلال تقديم منتجات ( أو خدمات جديدة )

3 - هتاخد نفس منتجك - وتحاول تبيعه في مجالات مختلفة عن مجال عملك

4 - هتعمل منتج جديد - وتحاول تبيعه في سوق جديد بالنسبة لك

-

كأمثلة /

خلّينا ناخد مثال ثابت - ونحاول نشوف ال 4 استراتيجيّات هيتطبّقوا ازّاي عليه

-

حضرتك مثلا عندك مطعم بيتزا - نسبة إشغال الكراسي في المطعم بتكون دايما ما بين 70 إلى 80 % - وبتفكّر تكسب أكتر

-

[#الاحتمال\_الأوّل](https://www.facebook.com/hashtag/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%91%D9%84?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R) /

-

هتشتغل بنفس منتجك - في نفس مجالك - لكن هتحاول توسّع حجم مبيعاتك من نفس المنتج داخل نفس السوق

-

يعني كحلول ممكن تفكّر في الآتي

-

1 - إزّاي تخلّي نسبة إشغال المطعم توصل ل 90 % فيما فوق - فحضرتك مش هتعمل حاجة جديدة - هوّا نفس المطعم ونفس العملاء - لكن حضرتك هتصرف أكتر على الإعلانات مثلا

-

2 - إنّ حضرتك تجتهد في التسويق أكتر - فتدخّل خدمة الديليفري مثلا - فأصبح المطعم مشغول طول الوقت بنسبة 90 % - وحضرتك عندك مبيعات زيادة بنسبة 50 % فوق ال 90 % دي جايّه من مبيعات الديليفري

-

3 - حضرتك هتزوّد عدد الترابيزات في المطعم - وتبدأ تزوّد عملاء المطعم أكتر وأكتر

-

4 - حضرتك هتفتح فرع جديد في مدينتك - وبعدها تفتح فروع تانية في المدن المجاورة - كلّ ده والمطعم بيقدّم نفس النوع من الأكل

-

5 - حضرتك هتعمل بيتزا لشرايح مختلفة

يعني كنت متخصّص في البيتزا الاقتصاديّة متوسّطة السعر - فهتفكّر تستهدف شريحة أعلى من عملاء البيتزا - أو أقلّ

-

وعادة ده ممكن يحصل من خلال تقديم براندات جديدة مملوكة لنفس الشركة

يعني هتعمل محلّ بيتزا بيقدّم بيتزا فاخرة - لكن باسم جديد - وفي مكان راقي مناسب لتوافر الطبقة دي من المجتمع اللي مستعدّة تشتري البيتزا دي بالسعر ده

-

6 - حضرتك هتحوّل منتجات مطعمك لمنتجات قياسيّة - ممكن بيعها في السوبر ماركت

يعني مثلا كنت بتعمل بيتزا - فتعمل منها بيتزا جاهزة - ممكن ستّ البيت تشتريها من السوبر ماركت وتحطّها في الميكروويف تجهز وبقت غدا

-

7 - حضرتك هتعمل نشاط كاترنج - يعني تقديم وجبات جاهزة للشركات - الوجبات دي هيّا هيّا الوجبات اللي انتا بتقدّمها في مطعمك

-

8 - حضرتك هتفكّر تصدّر منتجاتك القياسيّة - البيتزا الجاهزة دي هتفكّر تصدّرها

-

كلّ ده بيحصل من غير ما تغيّر منتجك - ولا تغيّر سوقك ( عملائك يعني )

همّا همّا عملائك همّا الناس اللي عاوزة تاكل - ما رحناش لحدّ عاوز يسشور شعره مثلا

-

[#الاحتمال\_الثاني](https://www.facebook.com/hashtag/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%86%D9%8A?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R) /

-

هتحاول اجتذاب عملاء جداد من نفس مجالك من خلال تقديم منتجات ( أو خدمات جديدة )

-

يعني بدل ما كان مطعم بيتزا - بقى مطعم - وبسّ كده

يعني بقيت ممكن تاكل فيه مشاوي مثلا

أو بقى مطعم وكافيه - يعني بقيت ممكن تدخل تطلب مشروب

-

وبالمناسبة - دا أكتر حلّ الناس بتميل ليه مش عارف ليه !!

ممكن لسهولته - يعني انتا مش هتتعب كتير لو خلّيت نفس المطعم يطلّع أصناف أكل مختلفة

أو لو هتضيف حدّ بيعمل مشروبات

-

لكن عادة سهولة الحلّ دي بتكون نذير شؤم !!

أصل الحلّ السهل ده - غالبا بيكون سهل ( ظاهريّا ) لكنّه من جوّاه بيحمل عوامل خطر كتير ( لكنّها غير ظاهرة )

-

زيّ إنّه مثلا جودة الأكل في النوعين هتقلّ

-

أو إنّ العملاء الأصليّين نفسهم هيقلّوا

فيه عملاء بتشمئزّ لمّا تلاقي مكان متعوّدين ياكلوا فيه حاجة معيّنة - بقى فاتح في أكتر من حاجة

والاشمئزاز ده سببه بيكون توقّعهم إنّ جودة منتجهم اللي همّا متعوّدين عليه هتقلّ لا محالة

-

أو إنّ نوع معيّن يضرب نوع تاني

من النادر مثلا - وشبه المستحيل - إنّ مطعم يعمل مأكولات بحريّة - ومشاوي - في نفس الوقت

-

فيه مشكلة تانية هنا - ألا وهي - إنّه منتج بيداري على مشكلة منتج تاني !!

-

يعني مثلا إحنا عاملين أكل ومشروبات - والمشروبات شغّالة كويّس - لكن الأكل فيه مشكلة

الأكل لوحده كان بيجيب مثلا 80 جنيه - دخلت المشروبات بقت بتجيب 40 جنيه

الأكل جودته نزلت - وبقى بيجيب 70 جنيه

لكن مبيعاتنا زادت من 80 جنيه ل 110 جنيه - فكده احنا تمام !!

-

بينما مع الوقت مبيعات الأكل هتنزل - والمشروبات مبيعاتها مش هتزيد !!! فحتّى مش هنقدر نجيب ال 80 اللي كانوا بييجوا في الأوّل

-

لكن لو حضرتك كنت شغّال على الأكل فقط - ونزل من 80 ل 70 - حضرتك هتلاحظ ده في ثانية

-

[#الاحتمال\_الثالث](https://www.facebook.com/hashtag/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%AB%D8%A7%D9%84%D8%AB?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R) /

-

هتاخد نفس منتجك - وتحاول تبيعه في مجالات مختلفة عن مجال عملك

-

زيّ إنّك تفكّر تفتح فرانشايزات من مطعمك !!

هتقول لي - مش ده تبع النوع الأوّل - دا يفرق إيه عن إنّك عملت فرع جديد ؟!

أقول لحضرتك لا يا فندم - لا وألف لا

-

في حالة إنّك فتحت مطعم جديد - فحضرتك ما زلت في مجال الأكل - هوّا مجال استثمار واحد

حتّى لو فتحت ألف فرع - في النهاية إنتا عملائك همّا همّا - سياسة تعاملك هيّا هيّا

-

لكن - لو فتحت الباب للفرانشايز - فحضرتك كده دخلت مجال استثمار جديد خالص - إسمه مجال الفرانشايز

-

عملائك فيه مش جايّين ياكلوا

ولا تعاملك معاهم إنّهم اوّل ما بيجوا لك فرع شركتك عشان ياخدوا منّك فرانشايز - بتقوم مقدّم لهم منيو !

-

ولا شكاوى العملاء بتوعك هتبقى عن جودة الأكل

ولا نظام إدارة شركتك هيفكّر في يا ترى الطماطم بكام النهارده - إنتا هتفكّر في حاجات تانية خالص

-

ولا خطّتك التسويقيّة هتفكّر فيها تستهدف عملاء الأكل

ولا مكاسبك وخسايرك هتدور في نطاق مكاسب وخساير المطاعم

-

ولا كونك شاطر في الأكل هيساعدك في تسويق منتجك الجديد

وهتبقى محتاج تتعلّم علوم وتكتسب مهارات جديدة عشان تمشي بيها في المجال الجديد

-

[#الاحتمال\_الرابع](https://www.facebook.com/hashtag/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AD%D8%AA%D9%85%D8%A7%D9%84_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%B9?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZVFNsExnN8l7ZXke8Aeh45OpwxnsQCYxWNO_HnTRXmGK3aWNaVW_CUC-nDvlbhPM7R0QMyqNev3Ggj0-1Ay8R2cHJZhFTpFsrNKE0D6BiCsi7eaUHxHAHtsvYn7E906jXDEUe9xp-4uz9TmKnCUjZNGLT4wRvGL_GVq97GoBbLv-FCytH4ZJlYO68HjFuZojeg&__tn__=*NK-R) /

-

هتعمل منتج جديد - وتحاول تبيعه في سوق جديد بالنسبة لك

-

حضرتك مثلا هتفكّر تفتح مطعم - الأكل ما بيخسرش

إيه ده ؟! هوّا النشاط القديم كان إنّ احنا عندنا مطعم أصلا

خلاص - نفكّر نعمل كوافير حريميّ - الحريم ما بتخسّرش - ههههههههههه

-

الحقيقة إنّ دا بيكون أحبّ احتمال بييجي على بال الناس

الناس دايما بيكون عندها اشمئزاز من مجالها - ومش من مجالها فقط - دا من أيّ منتج في مجالها - أو من أيّ سوق ليه علاقة بمجالها

فبيكون تفكيرهم دايما طاير على استهداف منتج جديد في سوق جديد !!

-

ودا نابع من حاجة بسيطة جدّا - ألا وهي ( إنّك عارف مشاكل مجالك )

-

طيّب - كونك تكون عارف مشاكل مجالك - دا شيء جميل

لكن اللي مش جميل - إنّك تتخيّل إنّ المجالات التانية ما فيش فيها مشاكل - لمجرّد إنّك مش عارف المشاكل دي

-

مش مصدّقني - هقول لك على تجربة بسيطة جدّا - وعمليّة جدّا

إسأل الناس من خارج مجالك - عن مشاكل مجالك - وشوف تصوّرهم عن مجالك ده تعطي له كام %

-

هتلاقي نفسك معتبر الناس اللي خارج مجالك دول مجانين - وتقييمك لتصوّرهم عن مجالك لن يتعدّى 25 %

-

آهو بردو يؤسوفوني أقول لحضرتك إنّ تصوّ حضرتك عن المجالات الأخرى بردو هو 25 % !!

-

التنويع ده - اللي هوّا البديل الرابع - بيكون مناسب فقط للمستثمرين

-

طب ما انا مستثمر !!

لا يا فندم - حضرتك رجل أعمال - مش مستثمر

-

المستثمر هوّا اللي عنده بيزنس قدر يوصّله لمرحلة متقدّمة من الأوتوماتيكيّة - وجاب حدّ قعّده على رأس هرم البيزنس الأوّلانيّ ده - عمله مدير تنفيذيّ يعني

بينما حضرتك معاك فلوس زيادة - وخايف إنّ مجالك الأوّلاني ده تحصل له هزّة في يوم من الأيّام - هزّة في المجال كلّه خارجة عن إرادتك يعني

فقمت رايح تستثمر في مجال تاني تماما - وبفكر إنّك توصّل الشركة الجديدة إنّها بردو تبقى شغّالة توماتيكي توماتيكي - فتجيب حدّ تقعّده على راس هرم الشركة التانية - وتروح تعمل الشركة التالتة - وهكذا

-

وبعد فترة - تكون حضرتك بتدير المديرين دول - مش البزانس اللي تحتهم

كلّ بيزنس بيديره مديره - لكن حضرتك بتتابعهم كلّهم عن بعد - وبتتدخّل فقط بالتمويل - وفي القرارات الكبيرة فقط

زيّ إنّ مجال منهم أصلا يكون عاوز يعمل خطوة من الخطوات اللي فاتوا - عاوز يدخّل منتج جديد - أو يروح بنفس المنتج لسوق جديد

-

طيّب - خلاصة الموضوع إيه ؟!

-

خلاصة الموضوع هوّا إنّي أقول لحضرتك - ما تخرجش من المربّع الأوّل قبل ما تستنفذه تماما

شوف أنا ذكرت لك كام احتمال في البديل الأوّل ؟! ذكرت لك 8 احتمالات !!

تخيّل حضرتك إنّك سهل عليك تسيب ال 8 احتمالات اللي في نفس مربّعك - وتروح لمربّع تاني خالص !

-

السبب في ده هو سبب نفسيّ - ألا وهو - إنّ مجالك - وبسبب عشرتك الطويلة بيه - بيكون ( وجعك ) كتير - فانتا عاوز تخرج منّه !!

فبدل ما تفكّر تكبّره - بتفكّر تغيّره

-

فيه فرق بين إنّ المجال يكون مقفول أصلا - دا معقول إنّك تفكّر تنتقل لمربّع تاني

لكن عادة المجال بيكون يسمح - يسمح بإنّك تكبر كتير جوّا نفس المربّع - بسّ اللي مش سامح هوّا ( نفسيّتك )

-

واحنا ناس كبيرة وعاقلة - عاقلة دي بأمارة إنّنا نقدر نسيطر على نفسيّتنا - مش نفسيّتنا هيّا اللي تسيطر علينا

-

أخيرا /

فيه تكتيكات تانية اسمها تكتيكات التوسّع - غير تكتيكات التطوير

-

التوسّع ده يعني مثلا حضرتك عندك مطعم بيتزا - فتفكّر تعمل مطحن دقيق أو مصنع صلصة - فده اسمه توسّع خلفيّ - إنّك بترجع خطوة للخلف وتستبدل مورّدك

-

أو إنّك تكون عملت منتج البيتزا القياسيّة - فتفكّر تعمل أكشاك لتوزيع المنتجات دي على المستهلكين مباشرة - فتستبدل السوبر ماركت - تستبدل عملائك يعني - فدا إسمه توسّع أماميّ

-

لكن المقصود في البوست ده هو تكتيكات تطوير المنتجات والأسواق

-

التكتيكات دي زيّ ما قلت أوّل من ذكرها هو الخواجة أنسوف

لكن النكتة إنّه اتكلّم عن الكلام ده سنة 1960 !!

فأرجوك - ما تخترعش العجلة