في بداية قراءات الناس للبيزنس والتسويق

خصوصا الناس اللي جايّين من كارير صعب

والمذاكرة فيه كانت مرهقة

بيحصل شعور تقريبا كلّنا حسّينا بيه

ألا وهو

( إيه ده ؟ هوّا ده بسّ البيزنس والتسويق ؟!!! )

-

حاجة كده زيّ فيلم حزلقوم

لمّا ماجد الكدواني كان بيقول لبدريّة طلبة

إيه ده - خلاص كده ؟!

فقالت له

أمّال حضرتك فاكر إيه يعني ؟!!!

-

يبقى واحد قعد 7 سنين في طبّ

بيدرس حاجات في منتهى التعقيد والصعوبة

وبعيدن يجي لنا

نقول له إنتا هتختار منتج بناءا على طلب السوق

وتعمل له لوجو وسلوجان وصورة ذهنيّة

وتبيع بقى

وتكسب

-

فهوّا طبعا يحسّ على طول بإحساس ماجد الكدوانيّ

اللي هوّا إيه ده - هوّا بسّ كده ؟!

ههههههههههههه

-

ولّا واحد مهندس كان كاره نفسه في مسائل

المسألة بتتحلّ في 10 صفحات ولّا حاجة

وبعدين يجي لي

يلاقيني بقول له هتجمع الإيرادات

وتجمع التكاليف

وتطرحهم من بعض

تطلّع الأرباح

ههههههههههه

يا راجل ؟!!!

هههههههههههههههههه

-

الحقيقة إنّه فعلا هوّا الموضوع بالبساطة دي

بسّ الحقيقة بردو إنّ الموضوع مش بالسهولة دي

-

الفرق في مفاهيم البيزنس

هوّا إنّ مفهومها أو تعريفها سهل جدّا

لكن الجزء الأكبر منها مش مكتوب في كتاب

-

يعني

إنتا كدكتور مثلا

هتلاقي 99 % من اللي محتاج تعرفه

عن الجسم البشريّ موجود في الكتب

عشان كده لمّا بتيجي تذاكر

بيكون مطلوب منّك تذاكر حاجة بكثافة ال 99 %

-

لمّا هيجيلك مريض هتكون مهمّتك سهلة

ألا وهي إنّك فقط تحدّد الحالة اللي قدّامك دي

هيّا مين من ال 99 %

من العلم اللي إنتا بالفعل درسته

وال 1 % الباقي هيكون مجهود شخصيّ منّك

-

لكن في البيزنس العكس

المعلومات اللي إنتا محتاج تعرفها هيّا فقط 1 %

وال 99 % الباقيين مش هتلاقيهم في كتاب

هيكون مطلوب منّك تبدعهم على سبيل الابتكار

-

شايف حضرتك صورة البوست

صورة إسكندريّة

جميل

فيه مشاعر كتير جدّا جاشت في صدرك

وتحرّكت في قلبك أوّل ما شفت الصورة

حاجة كده تحسّ إنّه قلبي دقّ 3 دقّات

-

طيّب

لو قلت لك

إنّك مطلوب منّك تعمل للشركة بتاعتك صورة ذهنيّة

بحيث فيه شعور محدّد

يجيش في صدر كلّ من يرى لوجو الشركة بتاعتك

وإحساس يوصل لقلبه وأفكار توصل لعقله

بمجرّد ما فقط يشوف لوجو الشركة بتاعتك

-

الكلام ده لو جينا نحسب فين المعلومة اللي فيه

هتلاقيها 1 %

اللي هوّا الشعور بتاع

( إيه ده - هوّا كده وخلاص ؟!!! )

أيوه يا فندم

هوّا كده وخلاص

-

حضرتك لو هتقرأ عن العلم اللي في نقطة

( الصورة الذهنيّة )

هتلاقي هوّا كده وخلاص

بالكتير هيقولوا لك أمثلة زيّ

مرسيدس ليها صورة ذهنيّة في خيالك

وبي إم دابليو ليها صورة ذهنيّة في خيالك

شفت إزّاي الشركات دي

قدرت تحفر الصورة الذهنيّة بتاعتها في خيال العملاء

-

يلّا بقى يا وحش

آهو إحنا عاوزينك كده يا بطل

عاوزينك تعمل صورة ذهنيّة للمنتج بتاعك

أوّل ما اسم منتجك يتقال

هوبّ تيخ تراخ

الصورة الذهنيّة دي تيجي في ذهن العملاء

وبسّ كده

وهيسيبوك ويمشوا

-

أيوه لحظة يا حضرات المعلّمين

اللي بتعلّمونا البيزنس والتسويق

لحظة واحدة

نعمل ده إزّاي بقى لمنتجنا الجديد ؟!

هتلاقي كلّ واحد منهم خلع من سكّة

وهيسيبوك لوحدك

-

مش إنتا من شويّة

كنت عامل لي فيها ال 7 رجّالة ف بعض

وبتقول إنّ البيزنس ده كلّه والتسويق كلّه

قدّ مادّة واحدة من اللي درستها في هندسة

طيّب يا عمّ الوحش

اتفضّل

شيل يا خويا

-

الفرق زيّ ما قلت لك

إنّه في العلوم التقليديّة

الموضوع بيكون صعب في الدراسة

-

لأنّ الدراسة قادرة تجمّع لك

معظم الاحتمالات اللي هتقابلك في الشغل

فالدراسة بتبقى تقيلة

لأنّها محتوية على كمّ كبير من الاحتمالات

اللي لازم تدرسها

-

بتيجي بعد كده تنفّذ تلاقي الموضوع سهل

لإنّ اللي متساب ليك بعد الدراسة قليّل

-

في البيزنس والتسويق العكس

حضرتك بيتقال ليك مجرّد إشارات

على بدايات الطرق

لكن المشي في الطريق نفسه ده بتاعك

-

ومطلوب منّك تبدع وتبتكر

إنتا ممكن ينفع إنّك تكون دكتور جراحة مثلا

وتعمل عمليّة الزايدة 100 مرّة زيّ بعض

-

ممكن تكون مهندس

وتبني 100 كوبري زيّ بعض

ممكن تبني 100 فيلّا زيّ بعض

الأساسات واحدة - وتغيّر شويّة في الديكور

-

لكن في البيزنس والتسويق

ده ما ينفعش

ما ينفعش تاخد اللوجو والسلوجان

والصورة الذهنيّة بتاعة منتج

وتكرّرها

ما ينفعش

-

ما ينفعش تدرس حالات نجاح الشركات الكبيرة

وتعمل زيّها

لأنّك إنتا في تراك وهمّا في تراكات تانية خالص

إنتا فقط بتاخد منهم إشارات

لكن ما ينفعش تنقل التجربة كلّها

-

وحتّى لو في نفس المجال

كلّكوا هتبيعوا ملابس مثلا

فما ينفعش تاخد تجربة حدّ وتنسخها عندك

-

جوّا نفس السوق الواحد فيه أسواق فرعيّة كتير

وجوّا السوق الفرعيّ الواحد فيه شرايح عملاء كتير

واللي ينفع مع ده ما ينفعش مع ده وده وده

فما ينفعش

ما ينفعش

-

لازم كلّ واحد صاحب بيزنس

هيخترع العجلة من أوّل وجديد

-

طيّب طالما هوّا كده

يبقى إيه لازمتها بقى دراسة البيزنس والتسويق ؟!

طالما أنا كده كده هاخترع العجلة من أوّل وجديد

-

لازمتها هيّا إنّها بتعطيك ال 1 % اللي في الأوّل

بتشاور لك على بداية الطريق الصحّ

لكنّها مش هتمشي معاك فيه

-

لو إنتا مش محتاج ال 1 % ده

وولا عاوز تعرف بداية الطريق الصحّ

خلاص براحتك ما فيش مشكلة

-

ما فيش مشكلة بالنسبة لنا إحنا يعني

لكن بالنسبة لك إنتا فبراحتك

-

وأختم بمثال

لمّا عملت المكتب

ما كنتش عارف إيه الميزة التنافسيّة بتاعتي

فضلت سنتين شغّال كده

شغّال وخلاص لحدّ ما نشوف هنوصل لإيه

-

وكنت عامل سلوجان عامّ كده مالوش مسكة

بيقول ( شركاء النجاح )

اللي هوّا أيّ حدّ ممكن يبقى شركاء النجاح عادي

فين بقى ميزتك التنافسيّة ؟!

ما فيش

لسّه ما حدّدتهاش

-

وكنت عارف كده وعادي وماشي يعني

-

ودي بالمناسبة فترة طبيعيّة في بدايات البيزنس

ومن الخطأ إنّ حدّ يلزمك في البداية

إنّك تكون حاطط رؤية واضحة

وتصوّر قاطع لتحقيق الرؤية دي وبتاع

ده مستحيل

-

ومن الخطأ الحكم على نجاح أو فشل البيزنس

قبل سنة أو سنتين من بدايته

لكن ما علينا

-

بعد سنتين

بدأ يظهر لي إنّ الميزة التنافسيّة للمكتب

هيّا إنّي بالأساس مهندس تصنيع

وإنّي بسافر للشركات والمصانع

اللي أعرفهم بشكل شخصيّ

-

وبلفّ في المدن الصناعيّة بنفسي

ولمّا بقف في مصنع

بكون عارف المكنة دي اسمها إيه وبتعمل إيه

-

وعارف السوق في الواقع شغّال إزّاي

وعارف المطبّات والمقالب

الموجودة بين المورّدين والمنافسين والعملاء

-

أنا حدّ من السوق ومن الصناعة

وعارف لغة الصنايعيّة

وعارف حتّى لغاتهم

في كلّ مدينة صناعيّة غير التانية

-

وعارف تاريخ شركات كتير

نتيجة لجلسات النميمة الصناعيّة مع الأصدقاء

عارف إنّ فلان ده بدأ في البدروم

وفلان كان شغّال عامل في مصنع كذا

وفلانة دي كانت بتبيع شاي قدّام المصنع

وصاحب المصنع اتجوّزها ومات

وبقت هيّا مديرة المصنع

ودلوقتي الرجّالة بيقفوا قدّامها انتباه

-

فأنا حدّ من داخل مصارين المجال

بغضّ النظر عن إنّي لابس بدلة يعني

إلّا إنّي مش الخبير البهنساويّ

اللي ببرنيطة وعيون خضراء وشعر أصفر

وجاي من برّا

يطبّق أحدث ما وصلت إليه العلوم الإداريّة في المرّيخ

-

وأوّل ما هيدخل المصنع هيبصّ بقرف ويقول إيه ده

هدّوا الكلام الفاضي ده وهنبنيه من أوّل وجديد

ههههههههههه

-

فقلت لنفسي ((( وجدتها )))

شعار المكتب هيكون ((( [#احنا\_ع\_الارض](https://www.facebook.com/hashtag/%D8%A7%D8%AD%D9%86%D8%A7_%D8%B9_%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%B1%D8%B6?__eep__=6&__cft__%5b0%5d=AZU2x-g4hlypLvkACt3riL4hRZaV-gNKRSo3wtD599_d-63QlKsbkx6rPB6YRAD3i7vJJO5kCcWiSRD4YtvTC5tGVXNXBZBSzDhaN-sQcdE11ODYD9bQdU8iFp91I8uRqxXpoDVlBWsKxyqlMXxrVt6-GIMVVGfydkX-7YpBlKNUKpfuCw7lX0kLzzz9SrkIYXc&__tn__=*NK-R) )))

-

طيّب

حلو

كده عملنا ال 1 % بتاع الكتب

حدّدنا الميزة التنافسيّة

عاوزين نوصّل الكلام ده للناس بقى

-

عاوزين نعمل ( صورة ذهنيّة ) عند الناس

إنّهم لمّا يشوفوا اسم المكتب

يربطوه دايما بإنّ دول ناس على الأرض

عارفين الواقع ومتابعينه

مش بيتكلّموا عن كلام في الكتب

ولا نظريّات من الخيال

-

طيّب نعمل ده إزّاي ؟

وهنا بقى يبدؤوا ال 99 % اللي مش في الكتب

اللي ما حدّش قالهم لي

وولا حدّ هيقولهم لك

-

بدأت أهتمّ إنّي اكتب بوستات

كلّها من واقع الصناعة

أحكي عن مقالب ومطبّات

واجهت الناس من داخل أعماق شغلهم

لدرجة إنّ فيه ناس بتستغرب

إزّاي إنتا عرفت اللي بيحصل جوّا مصنعي

وكتبت بوست عنّه

-

بدأت أعمل بوستات

بتحكي مسار بعض أيّام الزيارات الخارجيّة بتاعتنا

الساعة 10 الصبح كنّا في مدينة كذا بنزور شركة كذا

الساعة 12 الظهر كنّا في مدينة كذا بنزور مصنع كذا

وهكذا

-

بدأت أصوّر نفسي سيلفي من داخل المصانع

بدأت أعمل فيديوهات زيارات لمصانع

بدات أعمل فيديوهات متصوّرة

خلال السواقة داخل المدن الصناعيّة

باحكي فيها عن المدينة وإيه الأنسب ليها كصناعات

-

وممكن تلاقيني في الفيديو بقول لك

كمان 20 متر فيه حفرة في الشارع ده

الجملة دي هدفها إنّها تزرع في خيالك فكرة

دا الراجل ده

عارف الحفر اللي في شوارع المدن الصناعيّة !!!

ده يبقى الراجل ده ع الأرض فعلا

-

طيّب

هل ده مكتوب في كتاب

لأ

ومش هتلاقي زيّه مكتوب في كتاب

بالنسبة لمشروعك الشخصيّ

قلت لك ( لازم تخترع العجلة من أوّل وجديد )

-

الموجود في الكتب

هو فقط إشارات للي المفروض إنّك تعمله

حدّ بيقول لك ( اعمل الصحّ )

وخلاص

لكن هتعمله إزّاي

ده ما بيتشرحش

-

وقد تكون دي متعة الموضوع

إنّ البيزنس والتسويق

فيهم 99 % مساحة حرّة للإبداع والابتكار