

Unit-4

Entrepreneurial Strategies

Entrepreneurial Strategies:

In today's ever changing business climate, an entrepreneur can easily become overwhelmed. It's vital, though, to stay focused on your goals for the company.

Even with a firm strategy in place, every entrepreneur should do these six things to clear a path to success: Entrepreneurial strategy is characterized as strategy involving widespread and more-or-less simultaneous change in the pattern of decisions taken by an organization. The concept is distinguished from others which use 'entrepreneurial' to characterize a long-term pattern of strategic behaviour. Entrepreneurial strategy will be enacted with some greater or lesser frequency by all firms, whether their long-term behaviour is conservative or innovative. It is hypothesized that such strategy will be observed occurring in cycles at the single business-unit level in response to both environmental and organizational stimuli and that it will reflect choice from a limited repertoire of basic strategic moves.

1. Study the competition.

As an entrepreneur, you need to know who your competitors are. You also should understand the rival product or service that is being offering. This knowledge will help you better market your product or service to stand out, perhaps even using your competition's weaknesses to your advantage.

2. Conserve cash no matter how good business is.

Frankly put, live as cheaply as possible.

Entrepreneurs should be as conservative with their money as possible to be able to deal with any rough patch that arises. Conserving several months' worth of operating expenses in the bank will help you survive most unforeseen circumstances.

3. Research new products and services.

Understand emerging products or services on the horizon that could improve your company's operations. Do your homework. Are you taking advantage of all technology has to offer? Is there an app that could help you manage your time more efficiently or a service that lets you delegate ordinary tasks to free up more time for priority projects?

4. Don't tackle huge markets at first.

Avoid expanding into large markets in the initial stages. Thinking "if we can capture just 1 percent of China" could turn into a mistake. Niche marketing can be extremely cost effective if you keep three things in mind:

Meet the market's unique needs by offering something new and compelling.

Speak the market's language and understand its hot buttons.

Your language should be in synch with that niche even for the minor aspects of a marketing campaign like the company's slogan.

5. Listen to customer feedback and adapt.

Salespeople know the adage "always be closing," referred to by the acronym ABC. Entrepreneurs have an acronym, too: Always be adapting, or ABA.

But entrepreneurs can evolve their business only when they're listening to customer feedback. It may not mean much if one customer doesn't like your product but if this is true for many of them and they're requesting another feature, listen and be ready to adapt.

Whether you're adapting your marketing plan, simplifying a product or responding to new trends, pay attention to customer feedback. Be all ears.

6. Respond to change.

In business change is inevitable and those capable of responding are flexible and versatile.

An entrepreneur must be prepared to accept change and adapt business operations accordingly. Be flexible. If a shift in your product or service is warranted, don't be left behind. Realize from the start that where you are is likely not to be where you'll end up. A lack of adaptability can result in loss in customers, profits and even business failure.

As an entrepreneur, understand that the world is evolving rapidly. Even a company founded a year ago could change the world today.

Yes, the world customarily commends big players like Bill Gates and Oprah Winfrey. Yet there's room for everyone in the game. Entrepreneurship in emerging markets could very well be a major factor in the return of a hearty global economy. Why couldn't you be a part of that change?

How to pitch your business plan:

Presenting your business plan is an art and a science to which you must devote time if you are going to be successful as an entrepreneur.

When presenting your business plan, it's important to keep your audience in mind and target your content appropriately.

As you seek to finance your business, your audience can be broken down into two groups: Potential investors and potential lenders. You should tailor your presentation to the differing interests and goals of these two groups and be ready to answer their question.

What investors are looking for?

Investors look into the future to a time when they can cash in, hopefully at a high multiple to their initial investment. Therefore, they are concerned with your growth potential.

Is there a growing market for your product or service?

Does it involve breakthrough technology or is it merely a me-too product?

What would be the exit strategy?

How much return can investors make on this investment, and when?

Investors typically won't see an entrepreneur more than once and often will want to listen to you present your business for no more than a couple of minutes.

Prepare a brief, compelling presentation that tells your story, describes your business and explains how you will fulfill a customer want, need or desire. Tell them what you have achieved and why it's a good idea to invest with you.

What lenders are looking for?

Lenders are more concerned with risk and the return of their money with interest. So they look more at revenue, expenses, and other cash flow issues.

Bankers prefer one clear and complete idea over many excellent but vague possibilities. So make sure your presentation is focused and fact-based.

Is your product priced right for its market niche?

Can company management control expenses?

Does the company have the ability to repay its loan and still grow?

How much are company owners willing to share the risk?

In its risk assessment, a bank will not only look at your ability to execute a project and repay the loan. Your banker will also consider the project itself and ask: "Is this the right decision for this company? Will it contribute to its profitable growth in the years to come?" Therefore, the business plan for the project you want to fund must be clear and succinct.

For more information on borrowing download your free copy of BDC's eBook How to get a business loan.

Establishing your credibility

If your new business doesn't have substantial revenue or isn't generating positive cash flow, it is even more fundamental to demonstrate you are a credible and worthwhile risk.

That means having all the pieces in place—deep market knowledge, a competitive product or service offering, and the self-confidence to overcome the inevitable setbacks.

You will have to demonstrate you have the experience, skills, determination and self-confidence to successfully build your company or carry out the project for which you're borrowing money. If you don't believe in yourself, your business and your project, why should others?

Here are some points to keep in mind when you meet investors and bankers to discuss your business plan.

Use facts and figures—Support every conclusion and claim with research from third-party sources. If you mention trends or evaluate your market potential, make sure you've done the research to back your claims.

Be clear—your banker or potential investor probably isn't an expert in your field, so avoid industry jargon, acronyms and technical details.

Show you've done your research—demonstrate you've looked at your project from every angle and prepared contingency plans. Discuss how your previous experience and achievements will help in this case.

Stick to business—Focus on proving your case. It's good to be passionate about your business, but it's your facts and figures that will get you the money.

Be realistic—your forecasts should clearly show how your business or project will be profitable for both you and your counterpart. These forecasts must be rational and backed up by solid data. Be careful about making claims that you'll be the next Google or Amazon.

Unit-4

उद्यमी रणनीतियाँ

उद्यमी रणनीतियाँ:

आज के बदलते कारोबारी माहौल में, एक उद्यमी आसानी से अभिभूत हो सकता है। हालाँकि, कंपनी के लिए अपने लक्ष्यों पर केंद्रित रहना महत्वपूर्ण है।

यहां तक कि एक दृढ़ रणनीति के साथ, प्रत्येक उद्यमी को सफलता का रास्ता साफ करने के लिए ये छह चीजें करनी चाहिए: उद्यमिता रणनीति को एक संगठन द्वारा लिए गए निर्णयों के पैटर्न में व्यापक और कमोबेश एक साथ परिवर्तन को शामिल करने वाली रणनीति के रूप में जाना जाता है। अवधारणा दूसरों से अलग है जो रणनीतिक व्यवहार के दीर्घकालिक पैटर्न को चिह्नित करने के लिए 'उद्यमी' का उपयोग करते हैं। सभी फर्मों द्वारा कुछ अधिक या कम आवृत्ति के साथ उद्यमिता रणनीति लागू की जाएगी, चाहे उनका दीर्घकालिक व्यवहार रूढ़िवादी या अभिनव हो। यह परिकल्पना की गई है कि इस तरह की रणनीति पर्यावरण और संगठनात्मक उत्तेजना दोनों के जवाब में एकल व्यवसाय-इकाई स्तर पर चक्रों में घटित होती देखी जाएगी और यह बुनियादी रणनीतिक चालों के सीमित प्रदर्शनों की सूची से पसंद को दर्शाएगी।

1. प्रतियोगिता का अध्ययन करें।

एक उद्यमी के रूप में, आपको यह जानना होगा कि आपके प्रतियोगी कौन हैं। आपको प्रतिद्वंद्वी उत्पाद या सेवा को भी समझना चाहिए जो पेश किया जा रहा है। यह ज्ञान आपको अपने उत्पाद या सेवा को बेहतर ढंग से बाजार में खड़ा करने में मदद करेगा, शायद आपके लाभ के लिए आपकी प्रतिस्पर्धा की कमजोरियों का भी उपयोग कर रहा है।

2. नकदी का संरक्षण करें चाहे कितना भी अच्छा व्यवसाय हो।

सच कहें तो जितना हो सके सस्ते में जिएं।

उद्यमियों को अपने पैसे के साथ जितना संभव हो उतना रूढ़िवादी होना चाहिए ताकि किसी भी मुश्किल पैच से निपटने में सक्षम हो सकें। बैंक में कई महीनों के परिचालन व्यय को बचाकर रखने से आपको सबसे अप्रत्याशित परिस्थितियों से बचने में मदद मिलेगी।

3. नए उत्पादों और सेवाओं पर शोध करें।

क्षितिज पर उभरते उत्पादों या सेवाओं को समझें जो आपकी कंपनी के संचालन में सुधार कर सकते हैं। अपना होमवर्क करें। क्या आप प्रदान की जाने वाली सभी प्रौद्योगिकी का लाभ उठा रहे हैं? क्या कोई ऐसा ऐप है जो आपको अपना समय अधिक कुशलता से प्रबंधित करने में मदद कर सकता है या ऐसी सेवा जो आपको सामान्य कार्यों को सौंपने देती है ताकि प्राथमिकता वाली परियोजनाओं के लिए अधिक समय खाली हो सके?

4. पहले बड़े बाजारों से न निपटें।

शुरुआती दौर में बड़े बाजारों में विस्तार करने से बचें। "अगर हम चीन के सिर्फ 1 प्रतिशत हिस्से पर कब्जा कर सकते हैं" तो यह सोचना एक गलती हो सकती है। यदि आप तीन बातों को ध्यान में रखते हैं तो आला मार्केटिंग अत्यंत लागत प्रभावी हो सकती है:

कुछ नया और सम्मोहक पेश करके बाजार की अनूठी जरूरतों को पूरा करें।

बाजार की भाषा बोलें और उसके हॉट बटन को समझें।

कंपनी के स्लोगन जैसे मार्केटिंग अभियान के मामूली पहलुओं के लिए भी आपकी भाषा उस जगह के अनुरूप होनी चाहिए।

5. ग्राहकों की प्रतिक्रिया सुनें और अनुकूलन करें।

सेल्सपर्सन एबीसी द्वारा संदर्भित "हमेशा बंद रहना" कहावत जानते हैं। उद्यमियों का एक संक्षिप्त नाम भी है: हमेशा अनुकूल रहें, या एबीए।

लेकिन उद्यमी अपने व्यवसाय को तभी विकसित कर सकते हैं जब वे ग्राहकों की प्रतिक्रिया सुन रहे हों। यदि कोई ग्राहक आपके उत्पाद को पसंद नहीं करता है, तो इसका अधिक अर्थ नहीं हो सकता है, लेकिन यदि यह उनमें से कई के लिए सच है और वे किसी अन्य सुविधा का अनुरोध कर रहे हैं, तो सुनें और अनुकूलन के लिए तैयार रहें।

चाहे आप अपनी मार्केटिंग योजना को अपना रहे हों, किसी उत्पाद को सरल बना रहे हों या नए रुझानों पर प्रतिक्रिया दे रहे हों, ग्राहकों की प्रतिक्रिया पर ध्यान दें। कान खोलकर सुनना।

6. परिवर्तन का जवाब दें।

व्यवसाय में परिवर्तन अपरिहार्य है और जो प्रतिक्रिया देने में सक्षम हैं वे लचीले और बहुमुखी हैं।

एक उद्यमी को परिवर्तन को स्वीकार करने और उसके अनुसार व्यवसाय संचालन को अनुकूलित करने के लिए तैयार रहना चाहिए। लचीले बनें। यदि आपके उत्पाद या सेवा में बदलाव की आवश्यकता है, तो पीछे न रहें। शुरु से ही इस बात का एहसास करें कि आप जहां हैं, वहां होने की संभावना नहीं है। अनुकूलन क्षमता की कमी के परिणामस्वरूप ग्राहकों को नुकसान, लाभ और यहां तक कि व्यावसायिक विफलता भी हो सकती है।

एक उद्यमी के रूप में समझें कि दुनिया तेजी से विकसित हो रही है। एक साल पहले स्थापित एक कंपनी भी आज दुनिया बदल सकती है।

हां, दुनिया बिल गेट्स और ओपरा विनफ्रे जैसे बड़े खिलाड़ियों की परंपरागत रूप से सराहना करती है। फिर भी खेल में सभी के लिए जगह है। उभरते बाजारों में उद्यमिता एक हार्दिक वैश्विक अर्थव्यवस्था की वापसी का एक प्रमुख कारक हो सकता है। आप उस बदलाव का हिस्सा क्यों नहीं बन सके?

अपनी व्यवसाय योजना कैसे पिच करें:

अपनी व्यवसाय योजना प्रस्तुत करना एक कला और विज्ञान है जिसमें आपको एक उद्यमी के रूप में सफल होने के लिए समय देना चाहिए।

अपनी व्यावसायिक योजना प्रस्तुत करते समय, अपने दर्शकों को ध्यान में रखना और अपनी सामग्री को उचित रूप से लक्षित करना महत्वपूर्ण है।

जैसा कि आप अपने व्यवसाय को वित्तपोषित करना चाहते हैं, आपके दर्शकों को दो समूहों में विभाजित किया जा सकता है: संभावित निवेशक और संभावित ऋणदाता। आपको अपनी प्रस्तुति को इन दो समूहों की अलग-अलग रुचियों और लक्ष्यों के अनुरूप बनाना चाहिए और उनके प्रश्न का उत्तर देने के लिए तैयार रहना चाहिए।

निवेशक क्या ढूंढ रहे हैं?

निवेशक भविष्य को ऐसे समय में देखते हैं जब वे अपने शुरुआती निवेश के लिए उच्च गुणक पर उम्मीद कर सकते हैं। इसलिए, वे आपकी विकास क्षमता से चिंतित हैं।

क्या आपके उत्पाद या सेवा के लिए कोई बाजार बढ़ रहा है?

क्या इसमें सफलता की तकनीक शामिल है या यह केवल एक मी-टू उत्पाद है?

बाहर निकलने की रणनीति क्या होगी?

इस निवेश पर निवेशक कितना रिटर्न कमा सकते हैं और कब?

निवेशक आमतौर पर एक उद्यमी को एक से अधिक बार नहीं देखेंगे और अक्सर यह सुनना चाहेंगे कि आप अपने व्यवसाय को एक-दो मिनट से अधिक समय तक प्रस्तुत करते हैं।

एक संक्षिप्त, सम्मोहक प्रस्तुति तैयार करें जो आपकी कहानी कहती है, आपके व्यवसाय का वर्णन करती है और बताती है कि आप ग्राहक की इच्छा, आवश्यकता या इच्छा को कैसे पूरा करेंगे। उन्हें बताएं कि आपने क्या हासिल किया है और आपके साथ निवेश करना क्यों एक अच्छा विचार है।

क्या उधारदाताओं के लिए देख रहे हैं?

ऋणदाता जोखिम और ब्याज के साथ अपने पैसे की वापसी के बारे में अधिक चिंतित हैं। इसलिए वे राजस्व, व्यय और अन्य नकदी प्रवाह के मुद्दों पर अधिक ध्यान देते हैं।

बैंकर कई उत्कृष्ट लेकिन अस्पष्ट संभावनाओं पर एक स्पष्ट और पूर्ण विचार पसंद करते हैं। इसलिए सुनिश्चित करें कि आपकी प्रस्तुति केंद्रित और तथ्य-आधारित है।

क्या आपके उत्पाद की कीमत उसके बाजार के लिए सही है?

क्या कंपनी प्रबंधन खर्चों को नियंत्रित कर सकता है?

क्या कंपनी के पास अपना ऋण चुकाने और अभी भी बढ़ने की क्षमता है?

कंपनी के मालिक कितना जोखिम साझा करने को तैयार हैं?

अपने जोखिम मूल्यांकन में, एक बैंक न केवल एक परियोजना को निष्पादित करने और ऋण चुकाने की आपकी क्षमता को देखेगा। आपका बैंक भी परियोजना पर विचार करेगा और पूछेगा: “क्या यह इस कंपनी के लिए सही निर्णय है? क्या यह आने वाले वर्षों में इसकी लाभदायक वृद्धि में योगदान देगा?” इसलिए, जिस प्रोजेक्ट के लिए आप फंड देना चाहते हैं, उसके लिए बिजनेस प्लान स्पष्ट और संक्षिप्त होना चाहिए।

उधार लेने के बारे में अधिक जानकारी के लिए बीडीसी की ई-बुक की अपनी मुफ्त कॉपी डाउनलोड करें बिजनेस लोन कैसे प्राप्त करें।

अपनी विश्वसनीयता स्थापित करना

यदि आपके नए व्यवसाय में पर्याप्त राजस्व नहीं है या सकारात्मक नकदी प्रवाह उत्पन्न नहीं कर रहा है, तो यह प्रदर्शित करना और भी अधिक मौलिक है कि आप एक विश्वसनीय और सार्थक जोखिम हैं।

इसका मतलब है कि सभी टुकड़ों को जगह में रखना - गहन बाजार ज्ञान, एक प्रतिस्पर्धी उत्पाद या सेवा की पेशकश, और अपरिहार्य असफलताओं को दूर करने के लिए आत्मविश्वास।

आपको अपनी कंपनी को सफलतापूर्वक बनाने या उस परियोजना को पूरा करने के लिए अनुभव, कौशल, दृढ़ संकल्प और आत्मविश्वास का प्रदर्शन करना होगा जिसके लिए आप पैसे उधार ले रहे हैं। यदि आप अपने आप पर, अपने व्यवसाय और अपने प्रोजेक्ट पर विश्वास नहीं करते हैं, तो दूसरों को क्यों करना चाहिए?

जब आप अपनी व्यावसायिक योजना पर चर्चा करने के लिए निवेशकों और बैंकों से मिलते हैं तो ध्यान रखने योग्य कुछ बिंदु यहां दिए गए हैं।

तथ्यों और आंकड़ों का उपयोग करें-तीसरे पक्ष के स्रोतों से शोध के साथ हर निष्कर्ष और दावे का समर्थन करें। यदि आप रुझानों का उल्लेख करते हैं या अपनी बाजार क्षमता का मूल्यांकन करते हैं, तो सुनिश्चित करें कि आपने अपने दावों का समर्थन करने के लिए शोध किया है।

स्पष्ट रहें- आपका बैंकर या संभावित निवेशक शायद आपके क्षेत्र का विशेषज्ञ नहीं है, इसलिए उद्योग शब्दजाल, संक्षिप्त और तकनीकी विवरण से बचें।

दिखाएँ कि आपने अपना शोध किया है - प्रदर्शित करें कि आपने अपनी परियोजना को हर कोण से देखा है और आकस्मिक योजनाएँ तैयार की हैं। चर्चा करें कि आपका पिछला अनुभव और उपलब्धियाँ इस मामले में कैसे मदद करेंगी।

व्यवसाय पर टिके रहें-अपना मामला साबित करने पर ध्यान दें। अपने व्यवसाय के बारे में भावुक होना अच्छा है, लेकिन यह आपके तथ्य और आंकड़े हैं जो आपको पैसा दिलाएंगे।

यथार्थवादी बनें-आपके पूर्वानुमानों को स्पष्ट रूप से दिखाना चाहिए कि आपका व्यवसाय या परियोजना आपके और आपके समकक्ष दोनों के लिए कैसे लाभदायक होगी। ये पूर्वानुमान तर्कसंगत होने चाहिए और ठोस डेटा द्वारा समर्थित होने चाहिए। यह दावा करने से सावधान रहें कि आप अगले Google या Amazon होंगे।