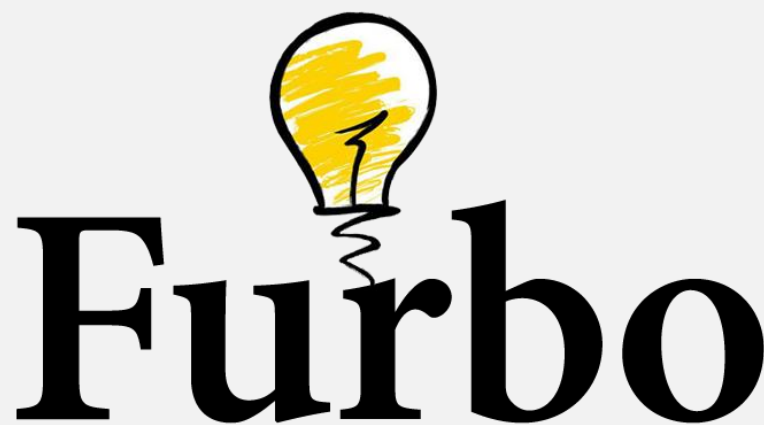




Furbo

راه‌های پیدا کردن ایده جدید
کسب و کار اینترنتی



فوربو | راهنما و آموزش بازاریابی دیجیتال

FURBODM.COM

درباره این فایل

این فایلی که در هم‌اکنون در حال مطالعه آن هستید، فایل پی‌دی‌اف کامل یکی از مقالات سایت فوربو است. فوربو جهت راحتی بیشتر کاربران، سعی می‌کند مقالات خود را شیوه‌های مختلف به دست کاربر برساند. در صفحه مربوط به هر مقاله می‌توانید علاوه بر محتوا متنی اصلی، ویدیو تصویری، فایل صوتی و همچنین فایل پی‌دی‌اف مقاله را نیز دریافت کنید.

عنوان این فایل: راه‌های پیدا کردن ایده جدید کسب و کار اینترنتی ([لینک صفحه مقاله در سایت](#))



عنوان سایت: فوربو

موضوع: بازاریابی دیجیتال

صاحب‌امتیاز: مجموعه زندگی

نشانی: Furbodm.com

راه‌های ارتباطی

Furbodm.com/contact

info@furbodm.com

Reza98.Tavakoli@gmail.com

All Social Media: @Furbodm

یکی از نگرانی‌های ابتدایی افراد برای راه اندازی کسب و کار اینترنتی نبود ایده برای شروع است. شما با یک ایده کسب و کار اینترنتی می‌توانید اولین قدم‌ها را برای راه‌اندازی کسب و کار بردارید. ایده و طرح برای شروع مهم است و اگر بتوانید خوب روی آن تمرکز کنید، می‌توانید یک ایده کسب و کار جدید و پردرآمد خلق کنید. البته بارها در مقالات سایت به این موضوع اشاره شده است که یک ایده صرفاً ضامن موفقیت شما نیست بلکه باید ایده را به‌خوبی پیاده کنید. در این مقاله هم قصد داریم به شما ایده‌های مخلف را معرفی کنیم و بگوییم این‌ها ایده‌های کسب و کار موفق و درآمدزا هستند و بروید آن‌ها را اجرا کنید. بلکه می‌خواهیم روش پیدا کردن ایده جدید کسب و کار را به شما آموزش دهیم تا خودتان ایده جدید کسب و کار را خلق کنید. اگر شما هنوز طرح و ایده راه اندازی کسب و کار اینترنتی خود را پیدا نکرده‌اید، در ادامه این مقاله با سایت فوریو دیجیتال مارکتینگ همراه باشید تا با هم انواع روش‌ها را برای پیدا کردن ایده کسب و کار را بررسی کنیم.

بررسی نیازها

اولین طرح برای رسیدن به یک ایده، می‌تواند از نیازها ساخته شود. بسیاری از کسب و کارها و یا خدمات آنلاینی که هم‌اکنون در دنیا فعالیت می‌کنند، بر اساس نیازهای جامعه ساخته شده‌اند. بخشی از نیازها توسط خود کسب و کارها ایجاد می‌شود، یعنی سرویسی مانند گوگل می‌گویند می‌خواهید در اینترنت جستجو کنید؟ پس بیاید در سایت ما این‌کار را انجام دهید.

برخی دیگر از کسب و کارها در راستای تحول جامعه و مسیر پیشرفت تکنولوژی شکل می‌گیرد. برای مثال سال‌های سال سفارش‌گیری از طریق تلفن در همه‌جا انجام می‌شد. مردم هر چیزی که می‌خواستند را می‌توانند با زنگ زدن برای خود فراهم کند. اما وقتی تکنولوژی جلوتر رفت و هر کسی به اینترنت متصل شد و موبایل در دست گرفت، شیوه سفارش‌گیری هم فرق کرد. حال امروزه بسیاری از خدمات مانند، خرید ابزار و وسایل، غذا، تاکسی و... به صورت آنلاین ارائه می‌شوند و چون مسیر پیشرفت تکنولوژی به این سمت بوده است، هر کسب و کاری برای موفقیت و ایجاد رقابت، باید از این ابزارها جدید برای رشد و توسعه خود استفاده کند.



شما برای راه اندازی کسب و کار اینترنتی خود می‌توانید مشابه مثال‌های گفته شده عمل کنید. ایجاد نوع اول نیازها مانند گوگل، کار آسانی نیست و نیازمند مدت‌ها بررسی و آنالیز است که بتوانید نیازی را برای مردم به وجود آورید، اما امکان راه اندازی کسب و کار بر مبنای نیازهایی که تاکنون به آنها پاسخ داده نشده است، وجود دارد. به اطراف خود نگاه کنید، از اطرافیان و دوستان خود سوال بپرسید. چه چیزی می‌تواند باعث شود کاری را زودتر انجام دهند؟ به دنبال چه اطلاعات و آموزش‌هایی هستند که در اینترنت پیدا نکرده‌اند؟ این دست سوال‌ها و بررسی ساده آنها می‌تواند باعث شود ایده کسب و کار اینترنتی برای شما شکل بگیرد.

برای این پرسیدن، مطلق شدن و رفع نیازهای مردم حتما یک فراخوان عمومی و نظرسنجی با تعداد شرکت‌کنندگان بالا لازم نیست. شما می‌توانید در یک مقیاس بسیار کوچک‌تر هم این پرسش را از افراد داشته باشید. اعضای خانواده شما اولین کسانی هستند که می‌توانند به شما کمک کنند. دوستان و اقوام گروه دیگری از افراد هستند که می‌توانند به شما نیازهایشان را بگویند. همچنین اگر رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک و اینستاگرام تنها ۵۰ نفر را دنبال کرده باشید هم می‌توانید با یک سوال ساده، از نیازهای آن‌ها مطلع شوید.

بعد از پرسش در مورد نیازها، برای جمع‌بندی حتما باید همه آن‌ها را یادداشت کنید و ببینید چه چیزی بیشتر از همه پاسخ داده شده است. معمولا در این‌گونه نظرسنجی‌ها یک مورد خاص چندین بار تکرار می‌شود و این می‌تواند همان ایده کسب و کار شما باشد. برای مثال استارت‌آپ «بقچه» در ایران به همین صورت شکل گرفت. آن‌ها در یک محله در تهران از مردم آن محله پرسیدند که دوست دارید چه چیزی را به صورت آنلاین سفارش دهید تا راحت‌تر باشید و وقت بیشتری برای شما آزاد شود. در این نظرسنجی، خرید نان با اختلاف بیشتر مطرح شد و آن‌ها هم همین مورد را ایده کسب و کار خود کردند و اولین کسب و کار آنلاین سفارش نان را در ایران راه‌اندازی کردند.

نیاز وب فارسی

خب این مورد به صورت غیر مستقیم دوباره به نیاز مردم مربوط می‌شود. بالاخره این مردم هستند که در وب فارسی به دنبال سایت‌ها و مقالات می‌گردند. اما یک مورد را می‌خواستم در این مقاله به شما بگویم. شاید شما هم شنیده باشید که می‌گویند وب فارسی فقیر است. دلیل هم آن وجود سایت‌هایی با محتوا سطح پایین و پورتال‌هایی است که فقط قصد جذب ترافیک بیشتر دارند. در ایران و به صورت در بیشتر کشورهای دنیا، محتوای تخصصی در اینترنت وجود ندارد و در ایران بیشتر! سایت‌های محتوایی و آموزشی در ایران بیشتر در مورد موضوعات کلی فعالیت می‌کنند و کمتر دیده شده که به یک موضوع خاص و تخصصی بپردازند.

برای مثال در علوم تخصصی مانند اقتصاد، پزشکی و رشته‌های آن، حقوق و... بسیاری دیگری از رشته‌های تخصصی، در وب فارسی و اینترنت وبسایت معتبری وجود ندارد. معتبر بودن از آن جهت است که یک فرد که خودش در آن کار متخصص باشد، پشت آن سایت مشغول باشد و فعالیت کند. مقالات مفید و مستند که به‌توان به آن‌ها ارجاع داد، در وبسایت‌های ایرانی بسیار کم است. البته هر روز بهتر از دیروز است و واقعا کسانی هستند که با این دغدغه در حال فعالیت هستند.

اما از شما دعوت می‌کنم اگر در یک رشته تخصصی مهارت دارید، حتما آن را آنلاین کنید و به دیگران خدمت کنید. این نکته را هم فراموش نکنید که در بسیاری از موضوعات می‌توانید اولین کسی باشید که در ایران فعالیت می‌کند. برای مثال در مورد تخصص و مهارت‌های فنی مانند لوله‌کشی، طراحی داخلی، خیاطی، برق‌کاری، تعمیرات داخلی، رنگ‌آمیزی و... در ایران وبسایت و مقالات معتبر نداریم و این می‌تواند به شما کمک کند که در این موضوعات سرمایه‌گذاری کنید.

رفع مشکل سرویس‌های فعلی

درست در راستای پارگراف قبل در مورد نیازها، یک سری ایده‌های کسب و کار اینترنتی از دل یک کسب و کار دیگر بیرون می‌آید. در همان سوال پرسیدن از دوستان، ممکن است به این جواب برخورد کنید؛ فلان سرویس بسیار خوب است اما این قسمت آن مشکل دارد و یا در این بخش حرفه‌ای عمل نمی‌کند. مواجه شدن با یک سرویس بد، اتفاق بسیار خوبی برای افراد خلاق است زیرا می‌توانند با رفع نقص آنها مدل بهتر آن را ارائه دهند.



از همین رو همیشه سرویس‌های فعلی و خدمات آنلاینی که بر بستر وب سایت و یا اپلیکیشن هستند را می‌توانید بررسی کرده و در صورت وجود نقص‌هایی، مدل بهبود یافته آن را ارائه کنید. توجه داشته باشید که ایرادهایی که باعث می‌شوند شما مدل جدیدی را بسازید، باید آنقدر بزرگ و یا مهم باشند که مشتریان آن سرویس به سراغ شما آمده و به شما پول پرداخت کنند. اما اگر شما تنها ادامه دهنده مسیر حرکت رقبا باشید، به‌جایی نخواهید رسید، چراکه همیشه یک مرحله از آن‌ها عقب‌تر خواهید بود.

همان‌طور که عنوان شد این مسئله زمانی برای رسیدن به ایده کسب و کار اینترنتی جواب می‌دهد که ایراد رقیب بسیار بزرگ و یا بسیار مهم باشد. آنالیز دقیق شما از رفتار کاربران آن‌ها، فاکتوری کلیدی برای پیدا کردن این مشکل است. شما باید به‌خوبی رفتار کاربران و نظرات آن‌ها را دنبال کنید تا بتوانید به دید و درک درستی برسید.

ترکیب کردن چند طرح با یکدیگر

در بخش قبل اشاره شد که به سراغ بررسی سرویس‌ها بروید. حال ممکن است در بررسی شما به چند سرویس مشابه برخورد کنید که هر کدام نقاط قوت خاصی دارند، اما هیچ‌کدام کامل نیستند. ترکیب کردن چند طرح باهم یکی دیگر از راه‌های پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی است. در این روش شما می‌توانید خدمات سرویس‌های مشابهی که وجود دارد را با هم ترکیب کرده و خدمت جدیدی را ارائه دهید. خود این ترکیب دو حالت دارد که در ادامه بررسی آن‌ها می‌پردازیم.

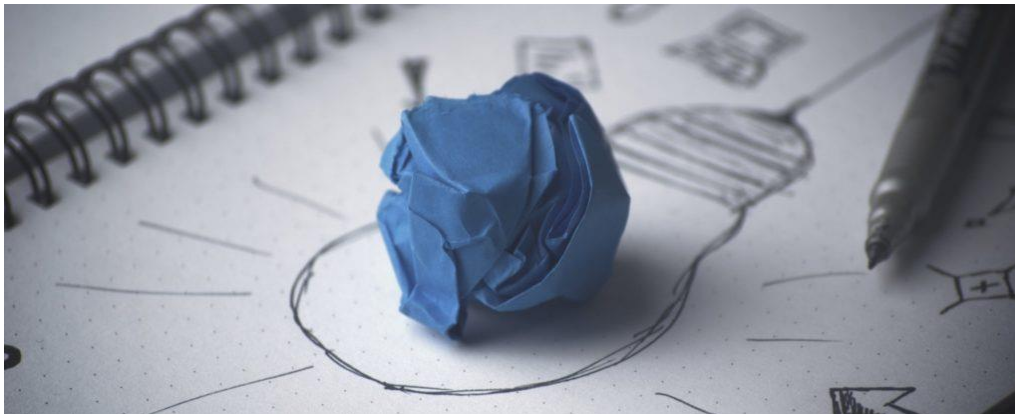
ترکیب کردن طرح سرویس‌های مشابه

در این حالت شما دو یا چند سرویس که خدماتی را ارائه می‌کنند را با یک دیگر ادغام می‌کنید. برای مثال سه سایت در حوضه دیجیتال مارکتینگ فعالیت می‌کنند اما هیچ‌کدام

به صورت کامل عمل نکرده و هر سایت تنها بخشی از آنها را آموزش می‌دهد. حال شما می‌توانید با استفاده از این ایده یک وب سایت با موضوع دیجیتال مارکتینگ ساخته و به صورت جامع و کامل روی آن فعالیت کنید. در این حالت وقتی کاربران یک بار به سایت شما بیایند، ممکن است دیگر به سایت‌های قبلی سر نزنند، چون شما همه آنچه که در یک موضوع به آن نیاز دارند را گرد هم آورده‌اید.

ترکیب کردن ایده‌ها و طرح‌های مختلف باهم یکی از روش‌های ایده کارآفرینی است. بسیاری از افرادی که امروزه در دنیا به‌عنوان کارآفرین‌های موفق فعالیت می‌کنند، ایده‌های مختلف را در زمان درست در کنار هم قرار داده‌اند. بسیاری از ایده‌های آفرینی از همین مورد خلق می‌شوند. برای مثال ایده شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی مختلف به این صورت بوده است. هر کدام از این سرویس‌ها، ویژگی‌های مثبت یک سرویس را بر می‌داشتند و کنار ویژگی مثبت یک سرویس دیگر قرار می‌داند، به همین ترتیب یک کسب و کار جدید شکل می‌گرفت که نسبت به دو سرویس قبل برتری داشت.

نکته مهم در مورد ترکیب کردن ایده‌های مشابه این است که در زمان درست، ویژگی‌های کلیدی و مثبت کسب و کارهای در حال فعالیت را کنار هم قرار دهید. در این قسمت باز هم ارجاع می‌دهم که پاراگراف قبل و نیاز وب فارسی. اگر چندین وب‌سایت در یک موضوع به‌صورت تخصصی فعالیت نمی‌کنند، می‌توانید ویژگی‌ها و در اصل موضوعات اصلی دو وب‌سایت را کنار هم گذاشته و یک به‌صورت جامع‌تر به آن موضوع در وب‌سایت خود بپردازید.



ترکیب کردن طرح سرویس‌های مختلف

حالت دوم ترکیب کردن، مربوط به سرویس‌هایی است که یک‌دیگر ربطی هم ندارند. این حالت شما باید از امکانات سرویس اول برای ارائه خدمات سرویس دوم استفاده کنید. در این ایده کسب و کار اینترنتی برای مثال باید به این شکل عمل کنید؛ سرویسی مانند اسنپ در ایران در حال مشغول ارائه خدمات تاکسی‌رانی به مردم است. شما این امکان سفارش از طریق موبایل و ارسال راننده به آن شخص را در نظر بگیرید. حال می‌توانید از این امکان برای خدماتی دیگر استفاده کنید. یعنی شما می‌توانید سرویسی راه‌اندازی کنید که برای مثال افراد فنی (لوله‌کش، برق‌کار و...) را به خانه افراد متقاضی بفرستد. با استفاده از این روش هم می‌توانید ایده کسب و کار اینترنتی جدیدی را خلق کنید.

ایده کسب و کار جدید و ایده کسب و کارهای درآمدزا، امروزه بیشتر مربوط به این بخش هستند. این مورد باز هم نیازمند، بررسی و شروع در زمان درست است. این شما هستید

که باید با بررسی و آنالیز خود از کسب و کارهای مختلف فعال و موفق، کسب و کار جدیدی بسازید. البته این مورد کسب و کارها معمولا سرمایه زیادی می‌خواهند اما می‌توانید یک مدل کوچک‌تر آن‌را در یک مقیاس کوچک‌تر شروع کنید. برای توسعه هم می‌توانید زمان بیشتری را صرف تولید محتوا و بازاریابی انجام دهید و یا اصلا ایده و طرح پیاده شده را پیش شتاب‌دهنده‌ها ببرید. این تعریف مربوط به موضوع حداقل محصول پذیرفتی یا MVP بود که صورت تمایل به مطالعه در مورد آن، می‌توانید دو پاراگراف آخر سرمایه کسب و کار اینترنتی را مطالعه کنید.

تمرکز بر روی یک موضوع خاص

اختصاصی کار کردن خودش یک ایده کسب و کار اینترنتی عالی است! سایت‌ها و فروشگاه‌های بسیاری وجود دارند که همه‌چیز در آنها پیدا می‌شود اما خدماتی که به صورت اختصاصی بر روی یک موضوع فعالیت می‌کنند همیشه علاوه بر رشد، مشتریان خاص خود را دارند. اختصاصی بودن در هر حوضه کاری می‌تواند به برندسازی شما بسیار کمک کند. یک مثال در دنیای واقعی وجود دارد. فرض کنید می‌خواهید در شهر عینک بخرید. آیا به فروشگاه‌هایی که همه‌چیز و «عینک» می‌فروشد سر می‌زنید یا یک فروشگاه‌هایی که فقط «عینک» می‌فروشد؟ در دنیای اینترنت همین مسئله وجود دارد. درست است که فروشگاه‌های اینترنتی بزرگی در ایران وجود دارند اما هیچ‌کدام از آنها در یک حوزه خاص نمی‌توانند آتقدر ریز شوند و دسته‌های تخصصی ایجاد کنند. شما با ایجاد یک فروشگاه که تنها در یک زمینه به صورت تخصصی فعالیت می‌کند، می‌توانید راحت‌تر مشتری جذب کرده و تبدیل به یک برند در آن حوزه خاص شوید. اختصاصی کار کردن و تمرکز بر روی یک موضوع یکی از روش‌های بازاریابی جاویژه یا همان [نیچ مارکتینگ](#) (Niche Marketing) است که توصیه می‌کنم حتما برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد آن، لینک نیچ مارکتینگ رو باز کرده و مقاله مربوط به آن را مطالعه کنید.



تمرکز بر روی یک موضوع خاص بسیار اهمیت دارد و مطمئن باشید اگر کسب و کار خود را بر مبنای آن ایجاد کنید، پشیمان نخواهید شد. این مورد در دسته ایده‌های کسب و کار بدون سرمایه یا ایده کسب و کار با سرمایه کم قرار می‌گیرد. زیرا شما مجبور نیستید برای فراهم کردن همه‌چیز و تولید محتوا در مورد طیف گسترده‌ای از موضوعات، هزینه کنید. بلکه کافی است وقت و هزینه خود را تنها بر روی یک موضوع متمرکز بگذارید.

بسیاری از کسب و کارها هم برای موفقیت در ادامه مسیر به سراغ ایده‌های تخصصی می‌روند و مدام موضوع موردنظر خود را کوچک‌تر می‌کنند. برای مثال حتماً با فروشگاه اینترنتی دیجی‌کالا آشنایی دارید. این فروشگاه برای موفقیت و رقابت با وبسایتی به نام مدیسه، که در موضوع خرید آنلاین پوشاک فعالیت می‌کرد، مجبور به راه‌اندازی کسب و کار جدیدی شد. فروشگاه دیجی‌کالا آن‌قدر نمی‌توانستند دسته‌بندی تخصصی و همچنین فیلترهای مختلف را برای محصولات خود ایجاد کند. به همین خاطر فروشگاه جدید به نام دیجی‌استایل راه‌اندازی که تنها پوشاک را موضوع و طرح فروشگاه خود قرار داد و امروز یکی از بهترین وبسایت‌های فروشگاه‌های در حوزه پوشاک در ایران است. حتماً برای درک بهتر این موضوع به دیجی‌کالا و دیجی‌استایل، در یک دسته‌بندی یک‌سان بروید. برای مثال دسته، شلوار و یا عینک را باز کنید تا متوجه دسته‌بندی و فیلترهای بسیار متنوع دیجی‌استایل نسبت به دیجی‌کالا شوید.

جدا از مسائل برندسازی و بدست آوردن مشتری، در بحث فنی نیز موفق‌تر خواهید بود. سئو و بهینه‌سازی سایتی که به صورت اختصاصی بر روی یک موضوع فعالیت می‌کند بسیار ساده و راحت‌تر است سایتی است که هر چیزی در آن پیدا می‌شود. این مورد به این معنی است که یعنی اگر همین روز دو نفر شروع به راه‌اندازی فروشگاه اینترنتی بکنند و از منابع و بودجه یکسان برخوردار باشند، قطعاً آن کسی که به صورت اختصاصی یک دسته خاص محصول را پوشش می‌دهد، زودتر به موفقیت خواهد رسید. این مسئله صرفاً بر روی یک فروشگاه اینترنتی صدق نمی‌کند و هر سایت و یا سرویس دیگری در اینترنت کاملاً به این شکل می‌تواند رشد سریعتری نسبت به دیگران داشته باشد.

در وب فارسی تا دلتان بخواهد وبسایت خبری داریم که همه از چند خبرگزاری تغذیه کرده و بر اساس خبر آن‌ها خبر تولید می‌کنند و یا حتی دقیقاً همان خبر را به نقل از آن خبرگزاری منتشر می‌کنند. اگر ۱۰۰ وبسایت خبری را بررسی کنید. حداقل ۹۰ تا از آن‌ها وبسایت‌های خبری هستند که در همه موضوعات فعالیت می‌کنند. اگر در یک موضوع علاقه دارید و خودتان پیگیر اخبار آن در سایت‌های مختلف هستید، می‌توانید یک کسب و کار با محوریت تولید اخبار پیرامون یک موضوع خاص را راه‌اندازی کنید و مطمئن باشید خیلی زود می‌توانید طرفداران آن موضوع را جذب خود کنید.

تمرکز بر روی یک موضوع خاص

یکی از بهترین راه‌های پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی دوباره به همان مسئله اختصاصی کار کردن بر می‌گردد که در قسمت قبل توضیح داده شد. یکی دیگر از روش‌های اختصاصی کار کردن، می‌تواند ربطی به موضوع کاری نداشته باشد، بلکه هدف‌گذاری شما مربوط به گروه سنی و یا جنسی خاص باشد. اگر شما یک سرویس که به صورت عمومی وجود دارد را برای مثال، مختص کودکان بهینه کنید و آن را به مردم پیشنهاد دهید که می‌توانید برای فرزندان آن از آن استفاده کنید، قطعاً نتیجه‌بخش است. در همه جای دنیا به خصوص در ایران که سیستم درست حسابی «رده بندی سنی» نداریم و همه چیز در اینترنت برای همه سنین در نظر گرفته می‌شود، ارائه این دست از سرویس‌ها می‌تواند بسیار مهم باشد. برای مثال یوتیوب چندین سال پیش سرویس YouTube Kids را معرفی کرد که ویدیوهایی مختص کودکان در آن وجود داشت. بعد از استقبال فراوان والدین از این سرویس، آپارات در ایران این سرویس را برای خود راه‌اندازی کرد.

تنها کودکان نیستند که می‌توانید آن‌ها در نظر بگیرید. برای مثال بیابید و افراد خانه‌دار را هدف قرار دهید. و یا تنها سایتی برای معلم‌ها و یا مدیران شرکت‌ها راه‌اندازی کنید. در این مدل از کسب و کار می‌توانید در راستای رشد مهارت‌های فردی این افراد فعالیت کنید. برای مثال شما با هدف قرار دادن جامعه مدیران شرکت‌ها می‌توانید، بسیاری از تکنیک‌های مدیریت زمان، برنامه‌ریزی، توسعه کسب و کار و... را آموزش دهید. این مورد در دسته ایده‌های آموزشی قرار می‌گیرد و همیشه موضوعات آموزشی طرفدار داشته‌اند و در ادامه هم افراد به آن نیاز پیدا خواهند کرد.

علاوه بر کودکان که واقعا برایشان محتوای کمی در اینترنت وجود دارد، سالمندان نیز وضعیت مشابهی دارند. ارائه سرویس به سالمندان مخصوصا در ایران که میانگین سنی بالای ۳۰ سال است، می‌تواند در آینده بسیار موثر باشد. اگر به فکر یک کسب و کار بلند مدت هستید و همچنین دید و نظر آینده‌نگری دارید، این مورد بسیار می‌تواند برای شما مفید باشد. همان‌طور که مطرح شد ما در کشوری زندگی می‌کنیم که میانگین سنی افراد جامعه بالای سی سال است و این مورد می‌تواند خودش یک طرح و ایده برای کسب و کار باشد. ارائه خدمات و یا حتی تولید کردن محتوای آموزشی در مورد میان‌سالان و سالمندان می‌تواند برای شما نه تنها در آینده، بلکه همین امروز هم موثر باشد.



جدا از گروه‌بندی سنی برای ارائه خدمات، گروه‌بندی جنسی نیز تا حدودی موثر است. اگر می‌خواهید خدماتی که ارائه دهید را زودتر معرفی کنید. می‌توانید از ایده کسب و کار اینترنتی استفاده کنید. اینکه بیابید یک وب‌سایت و یا اپلیکیشنی را ویژه فقط مردان یا زنان بکنید، می‌تواند زودتر خدمات خود را به آنها معرفی کنید. زیرا در این روش روی اسم کسب و کار و حتی برند شما ممکن است جنیست مطرح شود و این یک تفاوت برای شما نسبت به کسب و کارهای عادی ایجاد می‌کند.

هرچقدر هم بتوانید با استفاده از موارد بالا، بازار هدف خود کوچک‌تر کنید، می‌توانید برای شروع موفق‌تر ظاهر شوید. برای مثال یک فروشگاه اینترنتی راه‌اندازی کنید که صرفا مانتو برای زنان می‌فروشد. این مورد دوباره به موضوع تخصصی کار کردن و نیچ مارکتینگ اشاره دارد. اما اگر چند فروشگاه در زمینه فروش لباس برای زنان راه‌اندازی شود، آن فروشگاه که صرفا یک دسته‌بندی را برای خود انتخاب کرده است، شانس بیشتری برای موفقیت در اینترنت دارد.

بررسی بازارهای محلی

یکی دیگر از مهم‌ترین راه‌ها برای پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی در همه‌جای دنیا، بررسی بازارهای محلی است. این روش مرسوم در جهان، به این مورد اشاره دارد که شما برای شروع اگر نمی‌توانید آنقدر بزرگ ظاهر شوید که به همه سرویس دهید، بهتر است ابتدا روی بازار محلی خودتان تمرکز کنید. در این روش شما باید ابتدا بازار محلی را بررسی کنید.



اولین قدم برای بررسی بازار محلی، آگاهی از جمعیت شهر و یا محله‌ای است که شما در آنجا حضور دارید. شما می‌توانید خدمات خود را ابتدا برای همان محله و یا شهری که با آن آشنا هستید، ارائه دهید. این روش هم تا حدودی مشابه همان روش اختصاصی کار کردن است. در این حالت شما در شهر خود مطرح شده و در صورتی که سرویس خوبی را ارائه دهید، قابل اطمینان می‌شوید. به این صورت شما با هدف قرار دادن شهر خود، به اصطلاح می‌توانید آنجا را در زمان کوتاهی فتح کنید. (در صورتی که رقیب در شهر نباشد) اینکه بتوانید در کل کشور موفق شوید، بسیار راه دشواری است اما موفقیت در یک مقیاس کوچک‌تر کار دشواری نیست.

پس از موفقیت در یک مقیاس کوچک می‌توانید کار را گسترش داده و کم‌کم محله‌ها و شهرهای اطراف خود را هم تحت پوشش قرار دهید. به این صورت مرحله به مرحله می‌توانید پیشرفت کرده و سپس به فکر ارائه سرویس برای کل کشور باشید. همچنین شما می‌توانید ایده‌ها و طراحی‌هایی که فقط در مراکز استان‌ها و یا پایتخت ارائه می‌شود را به شهرهای کوچک‌تر ببرید. بسیاری از این ایده‌ها از خارج از کشور وارد شده و شما با اینکار درست مشابه خودشان در یک مقیاس کوچک‌تر عمل می‌کنید.

برای پیدا کردن ایده برای اینکه چه چیزی در محله و یا شهر خود بسیار اهمیت دارد و افراد به دنبال آن هستند، هم می‌توانید مشابه مثال مطرح شده در قسمت اول مقاله عمل کنید. یعنی دقیقاً بروید و در یک نظرسنجی از مردم ساکن آن شهر و یا محله، سوال بپرسید که چه چیزی را دوست دارید سریع‌تر و بهتر در اختیار داشته باشید و سپس بر اساس نیاز مردم تصمیم بگیرید.

بررسی ایده‌های استارت‌آپی سایر کشورها

بررسی ایده‌های اجرا در سایر کشورها یکی دیگر از راه‌های پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی است که نه تنها در ایران بلکه در سایر کشورها از آن استفاده می‌شود. برای مثال کشور هند یکی از پیشروترین کشورها در زمینه استارت‌آپ است و ایده‌های بسیار

خلاقانه‌ای توسط آن‌ها اجرا می‌شود اما نمونه‌های مشابه آن توسط سایر کشورها اجرا و سپس به دلیل مارکتینگ قوی دیده می‌شوند.



شما هم می‌توانید از این ایده‌ها برای پیاده کردن کسب و کار اینترنتی خود در ایران استفاده کنید. منابع انگلیسی زبان بسیاری برای اخبار دنیای استارت‌آپ وجود دارد که می‌توانید آنها را رصد کنید. جدا از بخش کارآفرینی خبرگزاری‌های بزرگ، سایت‌هایی مانند Start Up World، Entrepreneur و GeekWire به صورت اختصاصی اخبار پیرامون کسب و کارهای اینترنتی و استارت‌آپ‌ها را پوشش می‌دهند و می‌توانید از آنها استفاده کنید. پیشنهاد من این است که حتما وبسایت Entrepreneur را دنبال کنید. همچنین این رسانه، هرماه مجله‌ای را منتشر می‌کند که در آن مصاحبه ویژه‌ای با یکی از استارت‌آپ‌های موفق و در حال رشد، نوشته می‌شود. نمونه فارسی برای این رسانه نیز در ایران وجود دارد. هفته‌نامه «شنبه» هم وضعیت مشابهی دارد و مقاله‌های مهم خود را در وبسایتش نیز منتشر می‌کند که می‌توانید آن‌ها را مطالعه کنید.

ایده‌های کسب و کار اجرا نشده در ایران

در این قسمت قصد نداریم که بنویسم: (۱) ایده کسب و کار اجرا نشده در ایران اول، (۲) ایده کسب و کار اینترنتی اجرا نشده در ایران! اینکه طرح‌ها را به این شکل معرفی کنیم، دیگر اسمش ایده نیست، بلکه معرفی کسب و کارها و مدل کسب و کار آن‌ها است. هدف این مقاله هم آشنا کردن شما با روش‌هایی است که می‌توانید از آن‌ها برای پیدا کردن ایده جدید کسب و کار استفاده کنید. ایده‌های اجرا نشده و ایده‌هایی که هنوز در ایران کسی آن‌ها را اجرا نکرده بسیار زیاد است و در این مورد تحقیقاتی را انجام داده‌ایم که آن‌ها حتما در سایت منتشر خواهیم کرد اما نه در قالب این مقاله.

برای اینکه بتوانید بهتر در مورد ایده‌های کسب و کار جدید که در ایران اجرا نشده است تنها کافی است به همه اشیا و لوازم اطراف خود نگاه کنید تا ببینید که چه چیزهایی در فروشگاه‌های اینترنتی ایران به فروش نمی‌رسد و یا حتی در مورد آنها مقاله و وبسایتی هم نیست. حال معادل انگلیسی آن‌ها را در اینترنت جستجو کنید و ببینید که چقدر در مورد موضوعات مخصوصا تخصصی، در وب فارسی و در ایران وبسایت و مقاله کم است.

در پایان این قسمت یک نکته مدنظر داشته باشید. ایده خوب و جدید، داخل و خارج ندارد. اگر دید درستی نسبت به کسب و کارها و فضای کار آنلاین داشته باشید و روش‌های مخلف پیدا کردن ایده‌های جدید کسب و کار را فرا بگیرید، می‌توانید یک ایده جدید کسب و کار خلق کنید که شاید نمونه خارجی نیز نداشته باشد. باز هم در این مورد یک کسب و کار موفق ایرانی وجود دارد که ایده در زمان اجرا اصلا نمونه خارجی نداشت و آن اولین کسانی بودند که این ایده را عملی کردند. «صداگرافی» استارت‌آپ ایرانی است که در ابتدای فعالیت خود، تابلوهایی با نمودار فرکانس صوتی دلخواه شما را تولید می‌کرد. این ایده توسط علیرضا اسکندی و کوثر موحدی در ایران شکل گرفت و در ایران هم توسعه پیدا کرد. آن‌ها برای راه‌اندازی کسب و کار خود، در اینترنت به دنبال ایده‌های کسب و کار اجرا نشده در ایران نگشتند، بلکه خوششان ایده جدیدی را خلق کردند.

اگر با جستجو کلمه‌های مرتبط با ایده‌های کسب و کار اینترنتی اجرا نشده در ایران به این مقاله رسیدید، توصیه می‌کنم با خواندن متن کامل راه و روش‌های پیدا کردن ایده‌های جدید، گشتن دنبال این موضوع را کنار گذاشته و به فکر خلق ایده کسب و کار خود باشید.

ایده‌های کسب و کار خانگی

یک سری طرح و روش برای درآمدزایی از طریق ایده‌های کسب و کار در خانه وجود دارد که در این قسمت می‌خواهیم به آن‌ها بپردازیم. ایده کسب و کار در خانه که عموماً جز دسته کسب و کارهای بدون سرمایه و یا با سرمایه کم حساب می‌شوند، بیشتر به فروش محصول تکیه می‌کنند. یعنی شما مهارت خود را در تولید یک کار دستی را می‌توانید به صورت آنلاین بفروشید اما راه بهتری هم در کنار فروش وجود دارد و آن هم آموزش. شما می‌توانید کاری که برای شما خیلی سخت نیست را به راحتی به دیگران در بستر اینترنت آموزش دهید و کسب و کار و برند خود را در این حوزه بسازید.

اگر می‌خواهید برای فروش محصولات خانگی خود به دنبال راه و روشی باشید، توصیه می‌کنم حتماً مقاله [چگونه محصولات خود را آنلاین بفروشیم](#) را مطالعه کنید. در این مقاله تمامی راه‌های فروش آنلاین و اینترنتی محصول را به شما آموزش دادیم که از آن‌ها برای فروش کارهای خود استفاده کنید.

بهترین راه؛ تمرکز بر روی تخصص خودتان



جدا از همه روش که به شما کمک می‌کند یک ایده جدید به ذهن شما برسد، شما می‌توانید بر روی تخصص خودتان متمرکز شوید. در فصل قبل عنوان شد که باید ابتدا خودتان و مهارت‌هایتان را بشناسید. با توجه به این نکته، به عقیده من بهترین راه برای پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی فکر و تمرکز بر روی تخصص خودتان است. فکر کنید این تخصصی که بلد هستید را چطور می‌توانید ارائه دهید. از تک‌تک موارد این بخش کمک بگیرید اما خودتان طرح نهایی را ارائه دهید. می‌توانید آن را آموزش دهید؟ ساخت یک وب سایت

آموزشی و تولید محصولات ویژه غیر رایگان، می‌تواند یک طرح خوب باشد. می‌توانید آن را به دیگران ارائه دهید؟ ساخت یک سرویس بر بستر وب و موبایل برای سفارش گرفتن و یا ایجاد یک دایرکتوری می‌تواند راه مناسبی برای شما باشد. در صورتی که به درآمدزایی از طریق تخصص علاقه دارید، توصیه می‌کنم مقاله [«چگونه از تخصص و مهارت خود کسب درآمد کنیم»](#) را مطالعه کنید.

جمع‌بندی

در این مقاله سعی شد روش‌هایی برای پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی مطرح شود. ابتدا عنوان شد که شما باید نیازها را بررسی کنید یا می‌توانید نقص سرویس‌های فعلی را برطرف کنید و طریق آن یک کسب و کار جدید بسازید. ترکیب چند طرح با یکدیگر هم روش خوبی برای پیدا کردن ایده کسب و کار اینترنتی است. همچنین تمرکز بر روی یک موضوع خاص، ارائه سرویس برای گروه‌های سنی و جنسی خاص و بررسی بازار محلی نیز روش‌های بسیار خوبی برای ایده کسب و کار اینترنتی هستند. در نهایت اگر به نتیجه نرسیدید می‌توانید ایده‌های استارت‌آپی سایر کشورها در سایت‌هایی که معرفی شد دنبال کنید، شاید یک ایده جدید بتواند در ایران به خوبی جواب دهد. در پایان هم برای کلام آخر عنوان شد که بهتر از این موارد کمک بگیرید اما باز بر روی تخصص خودتان تمرکز کنید.

مقالات و کتاب‌های سایت فوریو

شما با عضویت در وبسایت فوریو و ورود به ناحیه کاربری خود، می‌توانید به دو بخش مقالات و کتابخانه دسترسی پیدا کنید. بخش مقالات شامل آرشیو کامل فایل پیدی‌اف مقاله‌های سایت است که می‌توانید همه آن‌ها را دانلود کرده و سر فرصت مطالعه کنید. کتابخانه هم شامل کتاب‌هایی است که محتوای جامع پیرامون یک موضوع خاص دارند. قسمت کتابخانه تنها برای اعضای سایت فعال است و پس از عضویت می‌توانید لیست کامل کتاب‌ها را مشاهده و هر کدام را که مایل بودید، به‌صورت رایگان دانلود کنید.

پایان

این مقاله برای اولین بار در تاریخ ۴ تیرماه ۱۳۹۷ در وبسایت فوریو منتشر شده بود و در تاریخ ۴ آبان ۱۳۹۷، بروزرسانی شد.