



معرفي يك كسب و كار خانگي

مشاوره با كسب و كارها و سازمانها

برگرفته از كتاب ۱۰۱ كسب و كار خانگي

ترجمه: دكتور احمدپور

مشاوره در جامعه مدرن و اطلاعاتی امروز، حرفه‌ای با توسعه روزافزون محسوب می‌گردد. در آمریکای شمالی بالغ بر نیم میلیون مشاور با تخصص‌های مختلف وجود دارند. صدها تخصص موجود از گستردگی و تنوع فراوان برخوردارند. این گستردگی از فعالیتهای خوش‌بینانه تا اتوماسیون، از محصولات کشاورزی تا بررسی نرخ خدمات رفاهی، از مدیریت پول نقد تا تحلیل رقابتی، از طراحی فرم‌ها تا مدیریت خدمات هواپیمایی، از ژئوشیمی (شیمی زمین‌شناسی) تا خط شناسی، از مراقبت مدیریت شده تا پردازش دستوری، از نظارت والدین تا خرید و فروش، از شکل بسته بندی تا مخاطرات سیاسی، از مخابرات تا عبور و مرور، از دادن حقوق و دستمزد تا ترتیب لوازم خانگی و غیره. احتمالات همینگونه ادامه پیدا می‌کند بهمین خاطر **مرکز مشاوره مدیریتی^۱**، اعضای خود را به ۲۷۹ تخصص متفاوت تقسیم نموده است.

مشاوره چیست؟ **بیل مونی^۲**، فردی که علم مشاوره را به جهانیان معرفی کرده است، می‌گوید: **مشاوره، کسب و کاری است که مشکلات مردم را در سازمانها حل و فصل می‌کند.** در این معرفی، دقت نظرمان بر روی مشاورانی است که در سازمانهای انتفاعی، غیر انتفاعی و دولتی فعالیت دارند. از جمله زمینه‌های مشاوره، **همراهنگی مراسم عروسی^۳ و فیلمبرداری مراسم^۴** است که مشتریان آنها مصرف‌کنندگان بخصوصی هستند که هر کدام بطور جداگانه در این کتاب معرفی خواهند شد. بخش‌های معرفی شده نیز زمینه‌هایی بسیار آشنا از مشاوره هستند، اما احساس می‌شود که بایستی بطور جداگانه تعریف و توصیف گردند. از میان آنها، می‌توان به مشاوران رایانه، کارشناسان روابط عمومی و مشاوران امنیتی اشاره کرد. در این میان مشاوران، بازاربایان و کارشناسان مشهور، مشاوران فنی و مهندسی از آینده درخشانی برخوردار هستند. دیگر زمینه‌های تخصصی در حال رشد شامل، سازگاری با محیط^۵، ایجاد تنوع در محل کار^۶، تنظیم طرح بازنشستگی^۷ می‌باشد.

اساساً زمینه‌های مشاوره در دو بعد سخت و نرم قابل بررسی هستند:

بعد سخت^۸: مشاوره در بعد سخت در حیطه خدمات فیزیکی و ریاضیات توسعه می‌یابد و مشتمل بر، مهندسی مکانیک، مهندسی شیمی، علوم طبیعی، علوم فضایی، زمینه‌های پزشکی، الکترونیک رادیو و تلویزیون و بسیاری از زمینه‌های علمی و ریاضی می‌باشد.

بعد نرم^۹: این بعد از مشاوره در حوزه علوم انسانی و روانشناسی توسعه می‌یابد و مواردی همچون توسعه تکنولوژیکی در منابع انسانی، خدمات بهداشتی، آموزش و پرورش، علوم قضایی، دولت، و کسب و کار را در بر می‌گیرد.

شرکت‌های آمریکایی نسبت به شرکت‌های کشورهای دیگر تمایل بیشتری به استفاده از مشاوران دارند، دلایل عمده آن به شرح زیر است:

- از آنجا که شرکتها در هر شرایطی نیروهای با سابقه بیشتر از ده سال خود را طبقه‌بندی می‌کنند، برای تکمیل پروژه و مشورت درباره آن، به مشاوران توجه خاصی می‌شود؛ که در اینصورت دستمزد خوبی هم می‌گیرند.
- اکثر شرکتها برای حل مشکلات خود و جلب رضایت مؤسسات دولتی (فدرال، ایالتی، شهری یا منطقه‌ای) یا سازمان‌های نیمه دولتی مانند سازمان **مدیریت کیفیت هوا^{۱۰}** نیازمند مشاوره هستند.
- همیشه شرکت‌ها نیازمند آشنایی با فن‌آوریهای مدرن و عرضه آنها در هر دو بعد مذکور هستند.
- بدلیل اُفت و خیز فراوان اقتصادی در رقابت جهانی، مشکلات بایستی بصورت کارآمد، هزینه - اثربخشی^{۱۱} حل و فصل گردند که این به معنی بکارگیری مشاوران مستقل، به منظور کاهش هزینه‌های استخدام متخصصان است.

¹ The Institute Of Management Consulting

² Bill Mooney

³ Wedding Planner

⁴ Image Consultant

⁵ Environmental Compliance

⁶ Diversity In The Workplace

⁷ Retirement Planning

⁸ Hard Side

⁹ Soft Side

¹⁰ Air Quality Management Department

مشاوران در مقایسه با کارکنان شرکت؛ افق گسترده‌ای از تجربیات و روابط را برای شرکت مهیا می‌سازند. شرکت‌های کوچکتر بطور روز افزونی در حال انعقاد قرارداد با افرادی بعنوان مشاور در رابطه با تمام وظایف خود، از جمله منابع انسانی، خرید و فروش هستند. قرارداد با رئیس امور مالی، فردی که ممکن است فقط یک روز در هفته بیاید و یا یک مهندس شیمی که برای راه‌اندازی یک آزمایشگاه به آن نیاز است؛ از جمله این افراد هستند. بعضی مشاوران با آماده سازی بخش‌های مختلفی از فعالیتهای مشاوره خود، قابلیت ارتقاء و پیشرفت مشاغل مهم را فراهم می‌سازند؛ از جمله، تبادل الکترونیکی داده‌ها (¹¹EDI) از طریق شرکتها و سازمانهای غیرانتفاعی. شرکتها برای انجام معاملات جاری خود که بایستی بصورت الکترونیکی انجام شود به یک سیستم EDI نیازمند هستند. شرکتهایی که خواهان سرمایه‌گذاری بر روی EDI نیستند و یا اینکه نمی‌خواهند در دسر داشتن آن را به همراه داشته باشند، از مشاوران در این امر کمک می‌گیرند. چنین برنامه‌ای همانند یک اداره خدماتی عمل می‌کند که در آن، گزارش‌های مربوط به شرکت به داده‌های اطلاعاتی تبدیل می‌شود و سپس مانند یک **وال-مارت**¹² به مقصدش فرستاده شده و در نهایت، اطلاعات تحویل مشتری شده و همیشه با او خواهد بود.

پائول فرانکلین¹⁴، ناشر قبلی کتاب «مشاوره حرفه‌ای» معتقد است که پیشرفت روزافزون در فن‌آوریها در بکارگیری مشاوران، به عاملی پیش‌برنده و مهم تبدیل شده است.

در حال حاضر شرکتها، از یک مشاور برای طراحی در استراتژیهای جدید کمک گرفته و سپس برای انجام کارهای بعدی از مدیران داخلی، جهت برنامه‌ریزی و تجهیز و تکمیل طرح کاری‌شان استفاده می‌کنند. اما استخدام مشاور به کار اعتبار می‌بخشد.

با توجه به این حقیقت که مشاوره، مردم را برای زندگی روزمره آماده می‌کند، افراد برای افزایش سطح مهارتهای مورد نیازشان، از مشاوران خود، در زمینه کنترل کارشان انتظار بالایی دارند. آنها تنوع، چالش و احترام بیشتری را از مشاوران می‌خواهند. آنها می‌خواهند بدون سرمایه‌گذاری هنگفت، مشاور این مسیر را هموار نموده به نحوی که خود رئیس خود باشند. مشاوره مدیریتی با هدف اخذ صلاحیت‌های ذیل، می‌تواند کسب و کار عالی باشد. البته کسب محبوبیت از طریق همکاری با شرکت‌های کوچک و بزرگ نیز سودمند و مؤثر خواهد بود.

دانش و مهارتهای مورد نیاز

مشاوران، مبلغان بزرگ انقلاب اطلاعاتی هستند. مرحوم **هوراد شینسین**¹⁵ عقیده داشت: «آنها صاحبان دانشی هستند که چرخ سیستم اقتصادی‌مان را به حرکت در می‌آورند». بنابراین برای حرفه مشاوره، دارا بودن دانش یکی از اولین پیش‌نیازها است. **بیل مونی** می‌افزاید: دانش فنی برای کسب موفقیت کافی نیست. وجود تخصص و تجربه نیز بسیار ضروری است. تخصص و تجربه، اساس دانش و تکنیک یک مشاور را پوشش می‌دهد. تجربه به عنوان سابقه کاری، همراه با کار تخصصی در سازمانها منجر به حل مشکلات افراد شده و در ادامه به ارزش کار و سود حرفه‌ای مشاور می‌افزاید. سوال همیشگی مشتریان شما این است که قبلاً به چه افرادی مانند آنها کمک کرده‌اید؟ بر طبق گفته **بیل مونی**، بهترین حالت ممکن این است که بعنوان یک مشاور، به یک منبع قابل اطمینان تبدیل شوید. در صورت تسلط و تخصص‌تان در کار، موفقیت شما تضمین شده است.

بنابراین دانش کامل درباره موارد فوق، ضرورت دارد. پیچیده‌گویی و زبان‌بازی، مشکلات آنها را حل نخواهد کرد؛ مشتریان از مشاور می‌خواهند که به تعهدات خویش عمل کند.

مشاوران می‌بایست از مهارتهائی برخوردار باشند تا نیازهای مشتری را درک کنند، مشکلات آنها را بفهمند و راه حل روشن و مشخصی ارائه دهند. البته هر کسی که از مهارتهای مشاوره برخوردار است قادر به بررسی مسائل تخصصی و حل مشکلات فنی نیست. یک مشاور نیاز به مهارتهای ارتباطی، نوشتاری و شنیداری عالی دارد. بعد از ملاقات و

¹¹ Cost Effective

¹² Edi (Electronic Data Interchange)

¹³ Wal - Mart

¹⁴ Paul Franklin

¹⁵ The Late Howard

صحت با مدیران عامل، مدیران اجرایی، رؤسای شرکتها، یک مشاور احتمالاً گزارشهایی را نوشته و در میان گروههای اجرایی، در مورد آنها به بحث خواهد نشست.

یک مشاور با داشتن مهارتهای روانشناسی، میتواند در جهت کمک مؤثر و درست به مشتریان، موفق باشد. بعنوان یک فرد مستقل، مدت زمان زیادی طول میکشد که با خط مشی سازمانهای همکار آشنا شده و درک کاملی از رخدادهای و پیامدهای آن داشته باشید.

اغلب، مطالبی که صاحبان کار یا بازاریابها به شما میگویند، به صورشان همان مطلبی است که دوستدار شنیدن آن هستید و دقیقاً همان حرفهایی است که آنها در قبال حفظ موقعیت شغلیشان، بازگو میکنند؛ بنابراین کاملاً هوشیار باشید. مشکلات افراد را به گونه‌ای در ذهنتان تجسم کنید که گویی این مشکل شرکت یا مجموعه خودتان است و نیاز به حس مدیریتی بسیار عالی دارد. بایستی گرایش اصلی‌تان در جهت تحقیق و توسعه باشد. این به مفهوم استفاده درست و بجا از سؤالات در جهت کسب اطلاعات بیشتر است و در ادامه با تجزیه و تحلیل این اطلاعات، از آنها در جهت کمک به مشتریان و سود دهی کسب و کار خود استفاده کنید.

با بکارگیری یک برنامه‌ریزی استراتژیک در موقعیتهای تنگاتنگ رقابتی پیروز خواهید بود. به این معنا که یک مشاور بایستی نیازهای پنهان و جهت‌گیریهای مشتریان را در وجود خود بی‌اطلاع هستند را شناسایی نماید. شما بایستی خواسته‌ها و جهت‌گیریهای آینده‌ی صنایعی که در آنها مشغول به کار هستید را به خوبی مشاهده نمایید.

ریسک‌پذیری بسیار بالا نیز از جمله مهارتهای مورد لزوم در این حرفه محسوب می‌گردد.

بیل مونی تأکید می‌کند «بهینه‌سازی و به روز کردن دانش، فناوری و مهارتهای فردی امری حتمی و ضروری است» همیشه گوش به زنگ آخرین پیشرفتهای اثربخش در کار سازمانی خود و حرفه مشاوره باشید. چگونگی تجزیه و تحلیل مشکلات و راه‌های آن را آموخته و زمینه‌های تخصصی‌تان را درست بشناسید. برای انجام هر کاری زمان مشخصی را اختصاص دهید، با برآوردی که بازار، برای نوع کار شما دارد، همیشه در رقابتها شرکت کنید.

هزینه‌های اولیه	حداقل هزینه	حداکثر هزینه
رایانه	۱۵۰۰ دلار	۳۰۰۰ دلار
چاپگر	۳۰۰ دلار	۸۰۰ دلار
دستگاه چند منظوره کپی، اسکنر، فکس و چاپگر	۱۵۰ دلار	۶۰۰ دلار
تلفن همراه	۷۵ دلار	۲۰۰ دلار
نرم‌افزار تخصصی مربوط به مدیریت پروژه و ارتباطات	۲۵۰ دلار	۱۰۰۰ دلار
لوازم اداری بویژه صندلی مخصوص کار	۴۰۰ دلار	۱۰۰۰ دلار
بودجه بازاریابی اولیه	۲۰۰۰ دلار	۵۰۰۰ دلار
تعهد بیمه حرفه‌ای	۹۰۰ دلار	۱۳۰۰ دلار
سمینارهای توسعه حرفه‌ای، کتابهای مرجع و ادامه تحصیل	۵۰۰ دلار	۱۰۰۰ دلار
جمع کل	۵/۷۷۵ دلار	۱۳/۸۰۰ دلار

مزایا

■ بر طبق آگاهی و قابلیت‌تان، حداکثر درآمد را خواهید داشت.

■ مشاوره، خلاقیت شما را بر می‌انگیزاند. اغلب مشاوره‌ها، راهگشا هستند. مشاوران در مقایسه با مشتریان دارای دیدگاهها و راه‌های متفاوت و جدیدی هستند که میتواند پاسخگوی نیاز مشتریان باشد.

■ کارهای پیشنهادی می‌توانند گوناگون و چالشی باشند، از طریق همکاری با سازمانها و شرکتهای مختلف با گستره وسیعی از مسائل، مطالب و موقعیتهای روبرو می‌شوید. در گذشته، بسیاری از افراد تمایل به کسب

مشاوره داشتند و در صورت پیشنهاد به آنها، آنرا قبول می‌کردند. امروزه افرادی که به این حرفه روی می‌آورند، با آن بعنوان حرفه ثابت خود، بسیار جدی برخورد می‌کنند.

تحقق یافتن عقاید و راهکارها و استراتژیهای پیشنهادی شما به مشتریان، می‌تواند رضایت‌بخش باشد و در ادامه، بازخورد مطلوب کارتان را شاهد خواهید بود.

در سطح فدرال، ایالتی و گاهی محلی، قوانین و برنامه‌های جدید، ایجاد می‌کند که افراد به سرعت این موارد را بیاموزند و بعضی نیز قادر به ارائه مشاوره شوند. تکنولوژی نوین، افقهای جدیدی را در پیش دیدگان ما می‌گشایند. یکی از افراد و نامهای معروف بر روی برگه‌های تبلیغاتی، کسی نبود جز یک آشپز که بعد از آشنایی با تکنولوژی جدید به آن علاقمند شده بود.

مشکلات

مشاوران خواهان عرضه دانش و پند و نصیحت‌های خود هستند و مشتریان نیز با پرداخت رقمهای بالا خریدار آن می‌باشند. برای بازاریابی موفق، بایستی نتیجه کار خود را بطور آشکار به مشتریان نشان دهید. این همان معمای پردر^{۱۶} در مشاوره است که مشاوران با آن مواجه هستند.

موقعیت شما در پایان کار به تعداد مشتریان شما بستگی دارد و تمام چشمها به وضعیت شما دوخته شده است. بایستی همیشه پاسخگوی موفقیت یا شکست کل شرکت باشید حتی اگر عواملی خارج از کنترل شما یا محصولات معیوب، باعث ورشکستگی شوند. نتیجه کارتان مشخص نمی‌شود مگر با کسب موفقیت یا شکست شرکت در آینده‌های دور.

قسمت گسترده‌ای از کارتان را بایستی در تنهایی انجام دهید.

بسته به مکان و تخصص‌تان، ممکن است مشتریانی از اقصی نقاط کشور یا جهان به شما مراجعه نمایند. لذا ضروری است که بطور متوالی و به مدت طولانی در سفر باشید.

بعضی مشتریان شدیداً مشکل آفرین و مایه دردسر هستند.

یکی از مشکلات، گردش وجوه نقدی است. معمولاً انجام یک معامله زمان زیادی به طول می‌انجامد. شما باید در قراردادهای نوشتاری خود، زمان دریافت حق‌الزحمه به روشنی قید کنید و اگر بر خلاف آن انجام شود باید پیگیری آن از طریق رویه اداری، صورت گیرد. در یک شرکت عظیم دیرکرد در پرداخت صورت‌حسابها و دستمزدها عواقب وخیمتری را به همراه خواهد داشت.

بسیاری از افراد کمتر از حد انتظار به مشاوره متعهد هستند در حالیکه در آرزوی فرصتهای شغلی جدیدتری به سر می‌برند لذا درصد خطا بالاست.

قیمت‌گذاری

اغلب مشاوران بطور روزانه یا ساعتی سفارش کار، قبول می‌کنند. با این وجود؛ زمانی مشاوران می‌توانند بهتر از عهده کارها بر آیند که پرداخت به آنها پروژه‌ای باشد. پرداخت پروژه‌ای ممکن است از ثبات و یکنواختی برخوردار باشد همانطور که وجه پرداختی بابت یک کارگاه آموزشی یا سخنرانی، ثابت است. مشاور می‌بایست میزان زمان مصروفه برای هر پروژه را پیش‌بینی کند.

ارزش پروژه، به عواملی چون نتایج بدست آمده، ارزش افزوده ایجاد شده، افزایش فروش، افزایش قیمت و کاهش در هزینه‌ها بستگی دارد. بعضی از مشاوران بر اساس میزان کار انجام یافته دستمزد دریافت می‌کنند همچون دستمزد بر اساس تعداد افرادی که مورد مصاحبه قرار گرفته‌اند.

بسیاری از مشاوران به عنوان یک مستخدم^{۱۷} به مدت سه، شش یا دوازده ماهه، کار می‌کنند. آنها با این شیوه، درآمد ثابتی خواهند داشت و در عوض بایستی بر اساس توافق انجام یافته تعداد ساعات معین را در حوزه کاری مشخص، در اختیار مشتری باشند. استفاده از شیوه استخدام مشاوران، کاهش قیمت تمام شده را برای مشتری در بر خواهد داشت. بعضی از مشاوران محدودیتی برای ساعات کار خود ایجاد نمی‌کنند اما حیطه کاری را به دقت تعریف نموده و مشخص می‌نمایند. با این روش مشتریها با خیالی آسوده کمک‌های لازم را برای حل مشکلاتی که مورد توافق قرار گرفته، دریافت می‌نمایند.

در سال ۱۹۷۷ بررسی که توسط شرکت **کری آسوشیتس**^{۱۸} انجام شد، مشخص کرد که نرخها از ۵۰ دلار تا بیش از ۳۵۰ دلار در ساعت، با قیمت میانگین ۱۵۰ دلار متغیرند. این نرخ به عوامل بسیاری بستگی دارد: تجربه، اعتبار، مطلوبیت کار در صناعی که مشغول هستید، پیچیدگی ماموریت، ماهیت و گستره مشتری (عموماً مشاورانی که خدمات عمومی و غیر انتفاعی ارائه می‌دهند، درآمد کمتری دارند، شرکت‌های بزرگتر بطور کلی دستمزدهای بالاتری را می‌پردازند)، موقعیت مشتری و میزان تعجیل مشتری به دریافت مشورت.

دریافت بر اساس ساعات کار، معمولاً پایین‌تر از میزان پیش‌بینی شده خواهد بود. بعضی مواقع مشاوران برای نرخهای خود یک حداکثر مجازی قائل می‌شوند. بررسی بیشتر، گویای این نکته است که اکثر مشاوران، سالانه حدود ۱۰۰۰ ساعت اشتغال به کار دارند. این امکان برای آنان وجود دارد که در رویارویی با پیشنهادها کاری بزرگ قیمت‌های بسیار بالایی را اعلام کنند. آنها با نشان دادن تبحر در کارشان، این موقعیت را برای مشتری فراهم می‌سازند که از حوزه کاری از قبل تعریف شده نیز فراتر روند.

در صورتی که مشتری مخالفت نمود، با وی برای محدود کردن حیطه کار مذاکره نمایید به نحوی که قیمت پیشنهادی-شان رابطه منطقی با قیمت اصلی پیدا کند.

از مشتریان قبلی خود که نیروی کارشان تا حدی تحلیل رفته و مدت زمانی است که قادر به انجام کارهای فیزیکی نیستند، انتظار پرداخت نرخ‌هایی چند برابر درآمد سابق خود بعلاوه سود ناخالص را نداشته باشید.

درآمدهای بالقوه

درآمد ناخالص سالیانه: ۱۵۰.۰۰۰ دلار بر اساس ساعتی ۱۵۰ دلار برای ۱۰۰۰ ساعت در سال. البته برای دستیابی به چنین اعداد و ارقامی، سالها سعی و تلاش را توصیه می‌کنیم.

هزینه سربار: متوسط به بالا (۲۰ تا ۶۰ درصد)

برآورد بهترین زمینه‌های کسب و کار خانگی

هر چه تغییرات بیشتری در ساختار، اندازه، عملکرد و بازار صورت بگیرد، تقاضای بیشتری برای مشاوران در هر دو زمینه تخصصی و کاری‌شان را شاهد خواهیم بود.

بهترین راه‌های دستیابی به کسب و کار موفق

مراجعه مجدد مشتریان بهترین نشانه کسب موفقیت است. شما می‌بایست به تکرار و مراجعه مجدد مشتریان به عنوان استمرار و ثبات کسب و کار خود توجه لازم را معطوف نمایید. بر اساس برآوردهای صورت گرفته، جذب یک مشتری جدید پنج برابر ادامه کار و عقد قرارداد با مشتریان قدیمی و تماس مداوم با آنها، برای یک مشاور هزینه در بر دارد. برای ادامه کار و ماندگاری در آن، به یک سری تماسهای تلفنی که برای شنونده، جالب و مفید است، نیاز دارید: همچنین ارسال مستقیم مقالات تخصصی توسط پست، پست الکترونیکی یا نمابر، موثر و کارآمد خواهد بود. کسب اعتبار و صلاحیت در حوزه تخصصی، بوسیله چاپ مقالات در کنفرانس‌های تخصصی ضروری است. یک برنامه بازاریابی موثر و ماهرانه، به کمک نرم‌افزارهایی از قبیل، تله مجیک^{۱۹}، اوت لوک^{۲۰}، مکسیمایزر^{۲۱}، گلد ماین^{۲۲}، اکوپرو^{۲۳}، اکت^{۲۴}،

^{۱۷} Retainer

^{۱۸} Carey Associates, Inc

^{۱۹} Tele Magic

^{۲۰} Out Look

^{۲۱} Maximizer

سودمندتر خواهد بود. البته ارزش آن را دارد که قابلیت‌های ویژه هر نرم‌افزار، بررسی و کنترل گردد، در اینصورت به یک تناسب و هماهنگی میان نیازها و ظرفیت هر برنامه دست خواهید یافت. هر چه بیشتر به خود اتکا کنید، خلاقیت بیشتر و بهتری را در بازاریابی و کارتان خواهید داشت. بر طبق گفته **بیل مونی**، دومین شیوه سودمند در جلب مشتریان، «**تحقیقات اطلاعاتی**»^{۲۵} است. این کار با دعوت از شرکتها و طرح چند سوال راجع به مشکلات کاری و مدیریتی شروع می‌شود و یا با نوشتن مقاله‌ای می‌توانید این تحقیق را آغاز کنید. این تحقیقات، فرصت آشنایی با یک شرکت را بوجود آورده و در ادامه می‌توانید با افراد کلیدی و مهم آن ارتباط کاری و دوستانه برقرار کنید. در این میان امکان دارد یکی از سوالات شما با سوال یکی از کارکنان شرکت مطابقت داشته باشد و برای دستیابی به جواب از شما دعوت به همکاری شود.

پیشنهادات و سوابق کاری‌تان را آماده کرده و سپس ارائه دهید. یک مشاور بازاریابی، ۲۰۰ نسخه از سوابق کاری خود را از روی بی میلی و بدون هیچ هدفی ارسال کرد ولی هیچ پاسخی دریافت نکرد. سپس، او تصمیم گرفت، روش‌های دیگری را امتحان کند. بعد از آشنایی با ده شرکت و شناسایی نوع نیاز آنها، طرح شخصی‌اش را برای افزایش راندمان کاری آن سازمانها ارائه داد. بعد از ارسال پیشنهادش، دو دعوت به همکاری را دریافت کرد.

با مشتریان خود رابطه‌ای دوستانه برقرار کنید. مشاوران نه تنها تخصص خود را ارائه می‌دهند، بلکه بایستی خود را بعنوان منجی و حلال مشکلات معرفی کنند. مشتری، وسعت و عمق تدبیر مشاور را در حیطه کاریش بررسی می‌کند. مشاوره همیشه به معنای نصیحت کردن نیست بلکه بایستی سیرتکاملی در آن باشد. یک بروشور اطلاعاتی که در بر گیرنده مطالب مهم و اساسی باشد را تنظیم کنید. البته این نظرات و دیدگاهها، به تسلط شما بر آنچه که انجام می‌دهید بستگی دارد. این بروشور می‌تواند در وبسایت شخصی‌تان باشد و یا بعنوان یک کاتالوگ تبلیغاتی مجانی چاپ شود و یا اینکه بعنوان یک مجموعه مقالات برای افرادی که متقاضی آن هستند ارسال شود.

به شرکت‌های تجاری چند منظوره و سازمانهای حرفه‌ای، پیوسته و با آنها همکاری کنید. با یافتن شرکت‌های معتبر، به دنبال مشاوران مجرب باشید. فهرست تقویمی مشاغل منطقه خود را در وب بررسی و جستجو کنید. در نشست‌ها شرکت کرده و نظرات خود را بگویید. با شرکت و سخنرانی در سمینارها و محل‌های کار، زمینه تخصصی و تجربیات خویش را تکمیل خواهید کرد. موضوعات سخنرانی را بر اساس اهمیت روز، انتخاب کرده و آنها را دسته بندی شده و منظم ارائه دهید. اگر تجربه سخنرانی دارید و کسب درآمد بالایی را می‌خواهید، به شما توصیه می‌شود که به انجمن سخنرانان ملی بپیوندید.

بنویسید. این نوشتار می‌تواند از نوع نامه‌هایی که برای دبیران روزنامه‌ها و مجلات تجاری ارسال می‌کنید باشد لذا ممکن است عاملی برای حضورتان در (میزگردهای) اقتصادی رادیو- تلویزیونی و یا منبعی برای استفاده روزنامه نگاران قلمداد شود و یا اینکه از نوع مقالاتی باشد که برای خبرنامه‌ها یا بروشورهای تبلیغاتی خودتان قابل استفاده است، و یا تألیف یک کتاب تجاری به حساب آید.

تهیه محصولات صوتی- تصویری و دیگر ابزار اطلاعاتی- آموزشی برای مشتریان آینده نگری که می‌خواهند شما را بشناسند، ضروری است. بعضی از موارد مذکور قابل فروش نیز می‌باشند. در این راه حتی از کارت ویزیت^{۲۶} نیز می‌توان استفاده کرد.

بوسیله تبلیغات چاپی، آدرس خود را مستقیماً به اطلاع مشتریان بالقوه خود برسانید.

اگر در صنایع گوناگون و با مشاوره‌های متنوع، همکاری دارید برای هر کدام بصورت جداگانه، تبلیغات چاپی و وب سایت تدارک ببینید.

گامهای اولیه

^{۲۲} Gold Mine

^{۲۳} Ecco Pro

^{۲۴} Act

^{۲۵} Informational Inquiries

^{۲۶} Calling Card

نخست بعنوان مشاور، نیاز دارید که افراد شما را شناخته و به شما مراجعه کنند؛ بنابراین از خود بپرسید:

۱. قادر به حل چه مشکلاتی هستید؟
۲. چه نوع مشتریانی به شما نیاز داشته و مراجعه می‌کنند؟
۳. در حل چه مشکلاتی، با تجربه هستید؟

با پاسخی که به این سوالات می‌دهید، دانش فنی، تخصصی و تجربه شما، توسعه می‌یابد.

در حین کار، جدیت، اصول انضباطی و موارد قابل توجه را رعایت کنید. در حال حاضر بهترین شیوه همان است که مشاوران، در کار خویش جدیت داشته باشند. برای ایجاد تمایز بین خود و رقبا به راهی ایده‌آل بپا دارید. این تمایز می‌تواند در تعریف تخصص ویژه برای خود، یا یک قیمت‌گذاری خلاقانه باشد. اینها در واقع پیشنهاداتی هستند که شرکت‌ها نمی‌توانند از پذیرش آنها امتناع ورزند. بخاطر داشته باشید که شما نمی‌توانید تمام انتظارات افراد را برآورده کنید.

برای سال اول، یک برنامه شغلی مدون که شامل یک طرح بازاریابی است را تنظیم کنید. آنرا می‌توانید بوسیله یک برنامه نرم‌افزاری طراحی کرده و یا اینکه آنرا با جزییات دست‌نویسی کنید. ۴۷ سوال و ساختار پاسخگویی به آنها را در کتاب «با کامپیوتر خود در خانه، پول درآورید» مطالعه کنید. آنها می‌توانند به شما کمک کنند. به سازمانهای مربوط به امور مشاوران و نیز تشکیلات تجاری که خواهان کار هستند، بپیوندید. لیستی از افرادی را تهیه کنید که شخصاً خودتان آنها را می‌شناسید و ممکن است آنها خودشان مشتریان بالقوه شما باشند و یا امکان معرفی مشتریان خوب نزد شما را دارند. این کار را تا زمانی ادامه دهید که حداقل ۲۰، مشتری داشته باشید. برای هر یک از آنها نامه‌ای بنویسید و بگویید که شما بعنوان یک مشاور آغاز به کار کرده و خوشحال می‌شوید که با آنها نهار بخورید. اکثر آنها دعوت شما را برای نهار قبول خواهند کرد. پروژه‌های کوتاه مدتی را با چند مشتری آغاز کنید، می‌توانید نتایج مشخصی را از اهداف بازاریابی و زمان طی شده گرفته و با تمام نیرو، کسب و کارتان را آغاز کنید. ممکن است پروژه اول یا دوم بدون هیچگونه دستمزدی صورت پذیرد اما تجربه خوبی برای شما خواهد بود.

به کمک بررسی شرکتها و سازمانهایی که امکان همکاری با آنها وجود دارد و با تشخیص نیازهای احتمالی‌شان، به بازاریابی بپردازید. پیشنهادات فعلی، دقیقاً تعیین کننده توانایی‌ها و قابلیت‌های شماست. اگر هیچ مشتری ندارید؛ تمام اوقات خود را به بازاریابی اختصاص دهید.

تعهد در کار عامل موفقیت است. اگر در دیگر عرصه‌های زندگی موفق هستید، این پیروزی را با تعهد کامل کاری در مشاوره نیز از آن خود کنید. بلند پرواز باشید و برای موفقیت، توانایی‌هایتان را باور کنید.