

در مقاله اولی که درباره اشتباهات کسب و کار اینترنتی منتشر شد، درباره ایده آل گرایي افراد صحبت کردیم، اما در این مقاله میخواهیم به اشتباهاتی اشاره کنیم که افراد زیادی در دام آنها گرفتار می شوند و بعدها دچار ضررهای زیادی می شوند. البته اگر مقاله قبلی را با عنوان مهمترین عوامل شکست در کسب و کار اینترنتی قسمت اول را نخوانده اید پیشنهاد می کنم ابتدا آن را بخوانید و سپس در ادامه این مقاله را بخوانید.

## ۱. مزیت رقابتی در کسب و کار اینترنتی

اگر قبل از راه اندازی کسب و کار اینترنتی خودتان به فکر تمام مزیت های رقابتی هستید شکست خواهید خورد، منظورم از این جمله این نیست که نباید به فکر یک مزیت رقابتی باشید بلکه این نکته را به شما می گویم که در ابتدای راه شما نمی توانید تمام مزیت های رقابتی ممکن را برای خودتان فراهم کنید.

زیرا هنوز وارد بازار کارتان نشدید، حتی مشتریان آینده خودتان را به خوبی نمی شناسید حتی اگر بازار هدف خودتان را مشخص کرده باشید باز هم نیاز دارید آنها را بهتر و از نزدیک بشناسید، باید ببینید نظر آنها در مورد شما چیست، به شما چه خواهند گفت.

سپس با توجه به اطلاعاتی که از بازار کار خودتان دریافت می کنید و بر اساس تجربه به مزیت های رقابتی بهتری دست پیدا خواهید کرد، بنابراین در ابتدای راه نگران این موضوع نباشید که هنوز مزیت های رقابتی و یا همان وجه تمایز شما به اندازه کافی رشد پیدا نکرده، بلکه در ادامه راه می توانید به آن برسید.

البته من در جلسات مشاوره خودم بارها چنین حرفی را به دوستان گفته ام، آن هم این موضوع هست که این افراد می خواهند یک کالای فیزیکی بفروشند و یا یک محصول آموزشی، حرف آنها این است که قبل از آنها افرادی این کار را کرده اند و به نوعی آنها غول این کارند، در این حالت ما دیگر نمی توانیم رقابت کنیم.

در پاسخ به این دوستان می گویم، شما به یکی از بزرگترین بازارها و یا پاساژهای شهرتان بروید، چند تا بوتیک پوشاک در کنار هم خواهید دید؟ حتی اگر در کنار هم نباشند باز هم در آن بازار شما بوتیک های پوشاک زیادی خواهید دید، حالا فرض را بر این بگذارید که فردی جدید وارد این بازار شود، آیا دلیل بر این می شود که این فرد نتواند کالای خودش را بفروشد؟

اگر چنین فرضی دارید لطفا دست به هیچ کسب و کاری نزنید و از همین امروز بروید سراغ کار کارمندی، اگر هنوز سستان

اجازه می دهد که می توانید در یکی از ادارات دولتی کار پیدا کنید، اگر هم نه، می توانید در یکی از شرکت های خصوصی یک کاری برای خودتان دست و پا کنید.

## ۲. بررسی نکردن رقبا

شما هر کاری را که شروع کنید بالاخره یک سری رقبایی خواهید داشت، مگر اینکه کار شما کاملا ایده محور و جدید باشد، اگر بخواهید موفق باشید حتما باید رقبا خودتان را در بازار بشناسید و اگر چنین کاری نکنید به زودی دچار مشکل خواهید شد زیرا رقبا حتما شما را بررسی خواهند کرد و از نقطه ضعف های شما بهره برداری می کنند.

چه کسب و کار شما سنتی باشد و چه اینترنتی شما باید چنین کاری را انجام دهید، باید هر چند وقت یک بار ببینید رقبا شما چه کار می کنند، چه محصولی آنها ندارند که شما می توانید زودتر از بقیه ارائه کنید، چه کاری هست که آنها انجام نمی دهند و اگر شما انجام دهید ممکن است سریعتر پیشرفت کنید.

یادم هست زمانیکه ابتدا در بازار یک مغازه خدمات کامپیوتری داشتم یکی از مشتریام یک حرف جالب به من زد، گفت یک روز در ماه مغازه رو یا تعطیل کن یا بسیار دست شاگرد و راه بیفت توی بازار بین بقیه دارن چه کار میکنن، چی میارن چی نمیارن، برخوردشون با مشتری چه جوریه هست حالا ببین تو چه جوری میتونی جنس های بهتری بیاری و رفتار بهتری با مشتریان داشته باشی

بنابراین شما هم باید بدانید رقبای اصلی شما چه کسانی هستند، آنها را بشناسید و هر چند وقت یک بار آنها را بررسی کنید تا بتوانید ایده های جدید تری را اجرا کنید، البته ممکن است گاهی اوقات این رقبا را کمی دیرتر بشناسید، همانطور که ما هم دچار چنین حالتی شده ایم اما همینکه آنها را شناختید باز هم خوب است.

## کلام آخر

اگر هنوز هم فکر می کنید که باید منتظر پیدا کردن مزیت رقابتی باشید، یقین داشته باشید یک نفر دیگر با یک مزیت رقابتی بسیار ساده شروع کرده و به زودی از شما سبقت خواهد گرفت، اگر هم کارتان را شروع کردید و رقبا خودتان را هنوز نمی شناسید هر چه سریعتر در گوگل کلماتی که با کار شما ارتباط دارند را جستجو کنید و این رقبا را بشناسید.