

SMEs

เสริมความรู้ผู้ประกอบการ

เคล็ดลับ นำพารุรกิจ

แค่เคล็ดลับเดียวก็อาจเปลี่ยนชีวิตคุณได้...อย่างไม่น่าเชื่อ

คู่มือ...

นักธุรกิจใหม่ไฟแรง

Smarter business
Start-ups

โดย Jon Smith

เรียบเรียงโดย เฉลิมชัย เลิศทวิพรกุล

ซีเอ็ด

คู่มือ... นักธุรกิจใหม่ไฟแรง

เรียบเรียงจาก Smarter business start-ups

ของ Jon Smith

เรียบเรียงโดย เฉลิมชัย เลิศทวีพรกุล

สงวนลิขสิทธิ์ในประเทศไทยตาม พ.ร.บ. ลิขสิทธิ์ © พ.ศ. 2556 โดย บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
ห้ามคัดลอก ลอกเลียน ดัดแปลง ทำซ้ำ จัดพิมพ์ หรือกระทำการอื่นใด โดยวิธีการใดๆ ในรูปแบบใดๆ
ไม่ว่าส่วนหนึ่งส่วนใดของหนังสือเล่มนี้ เพื่อเผยแพร่ในสื่อทุกประเภท หรือเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ
นอกจากจะได้รับอนุญาต

Original edition copyright © 2005 by Infinite Ideas Company Limited. All rights reserved.

Thai edition copyright © 2008 by SE-EDUCATION Public Company Limited.

No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means,
or stored in database or retrieval system, without the prior written permission of publisher,
with the exception that the program listings may be entered, stored, and executed in a computer system,
but they may not be reproduced for publication.

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สมิท, จอน.

คู่มือ... นักธุรกิจใหม่ไฟแรง. —กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2556.

1. การจัดการธุรกิจ.

I. เฉลิมชัย เลิศทวีพรกุล, ผู้แปล. II. ชื่อเรื่อง.

650

ISBN(e-book) : 978-616-08-1087-1

ผลิตและจัดจำหน่ายโดย



บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน)
SE-EDUCATION PUBLIC COMPANY LIMITED

อาคารทีซีไอเอฟ ทาวเวอร์ ชั้น 19 เลขที่ 1858/87-90 ถนนบางนา-ตราด แขวงบางนา
เขตบางนา กรุงเทพฯ 10260 โทรศัพท์ 0-2739-8000

[หากมีคำแนะนำหรือติชม สามารถติดต่อได้ที่ comment@se-ed.com]

คำนำ

หนังสือเล่มนี้ได้นำเสนอแนวคิดต่างๆ วางไว้ตลอดทั้งเล่ม ซึ่งช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้คุณได้เป็นอย่างดี คุณสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ตั้งแต่วันอ่านแล้ว แล้วนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที



แนวคิดดังกล่าวแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกันคือ:

- **สองอีกไอเดีย** เป็นการแนะนำให้คุณเปิดใจไปสู่วิธีคิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ทั้งนี้เพื่อเป็นการเสริมความเข้าใจ
- **ไอเดียสำหรับคุณ** นำเสนอแนวคิดซึ่งพร้อมนำไปใช้งานได้ทันที
- **นิยามไอเดีย** นำเสนอคำคมการมปราชญ์
- **เขากำลังทำอะไร?** เป็นคำถามซึ่งเกี่ยวข้องกับปัญหาที่พบเห็นได้บ่อยๆ รวมทั้งคำตอบเพื่อการแก้ไขปัญหาเหล่านั้น

สารบัญ

คุยกันก่อน	13
บทที่ 1 ชื่อนั้นสำคัญไฉน	17
บทที่ 2 ใหญ่ ชัดเจน และโดดเด่น	21
ไม่เห็นจะต้องเหนียม	22
ญาติดีกับสื่อมวลชนเข้าไว้	23
บทที่ 3 ขอ ขอยืม หรือจะขโมย	25
เมื่อต้องกู้ธนาคาร	27
บทที่ 4 ใครอยากได้ยกมือขึ้น?	29
บทที่ 5 อะไรรอยู่ในกระเป๋า?	33
บทที่ 6 ค่าใช้จ่าย (ทำไม) มากมายจัง	37
บทที่ 7 ทำเลดีมีชัยไปกว่าครึ่ง	41
ขนาดก็สำคัญนะ	42
แสดงภาพลักษณ์	43
บทที่ 8 เรื่องคำนวณต้องถ่วงถี้	45
แยกรายการไปอีกก็ได้	46
รูปภาพอันสวยงาม	46
บทที่ 9 แต่งแต้มสีสันสักเล็กน้อย	51
บทที่ 10 ติดอยู่กับระบบ	55
ที่เก็บข้อมูล	56
ป้องกันตัวเองไว้บ้าง	57

บทที่ 11	คำนึงถึงภาพลักษณ์กันไว้ด้วย	59
บทที่ 12	หันมามองฉันสักหน่อย...สิเธอ!	63
	อ้อมหน่อยจ้ะ	64
	ผู้ชนะเลิศก็คือ	65
บทที่ 13	เชื่อมั่นและใส่ใจ	69
บทที่ 14	เมื่อต้องไปธนาคาร	73
	บางครั้งก็ต้องรอเวลา	75
บทที่ 15	นางฟ้าหรือซาตาน	77
บทที่ 16	พลิกวิกฤต ให้เป็นโอกาส	81
	บริษัทจำกัด	81
	ห้างหุ้นส่วนหรือห้างหุ้นส่วนจำกัด	82
	นักธุรกิจอิสระ	83
	PLC (บริษัทมหาชน)	83
บทที่ 17	ว่างแล้วช่วยโทรกลับ	87
บทที่ 18	เหนียวแน่นเข้าไว้ก่อน...เป็นดี	91
บทที่ 19	ไม่มีมิตรแท้...หรือศัตรูที่ถาวร	95
	บริษัทจัดหางาน	96
	ทางเว็บไซต์	96
	ลงโฆษณา	97
	อย่าหลงเพียงแค่รูปโฉมภายนอก	97
บทที่ 20	รู้เปล่าผมลูกใคร?	99
	บทบาทของคณะกรรมการ	101
บทที่ 21	ผลงานขึ้นโบแดง	105
บทที่ 22	นำเสนออนาคต	109

บทที่ 23	ภาษาพา (สู่ความ) สำเร็จ	113
	มันเป็นไปได้อย่างไร?	114
	เลียนวนที่สุดท้าย?	114
	ต้องมีอะไรบ้าง	115
บทที่ 24	ทำอะไรให้ผ่านพ้นการประเมินประสิทธิภาพไปได้	117
	จะเตรียมการรับมืออย่างไรดี	118
บทที่ 25	รู้จักตัวเองดีพอหรือยัง	123
	ผู้จัดการที่ขาดทักษะ	124
	คัดเลือกจากเพื่อน ๆ	125
บทที่ 26	ทุ่มหมดหน้าดัก	127
บทที่ 27	เราในฐานะ...คุณทำอะไรกันอยู่!	131
บทที่ 28	ต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล	135
	ทักษะของพนักงาน	136
	ที่ว่างรอบๆ ตัว	137
บทที่ 29	การกระทำกับการตอบสนอง	141
	จังหวะเวลาที่ดี	141
	เมื่อมาถึงก็ต้องลงเดิน	142
บทที่ 30	หน้าต่างมีหู ประตุมีตา	145
	ความลับถ้าไม่พูด...มันก็ยังเป็นความลับอยู่	145
	เลือกให้ถูกทาง	146
	ข้อเสนอนี้...ใครยื่นให้มา?	146
	ทำไม?	147
บทที่ 31	ชีวิตไม่สิ้น...ต้องดิ้นกันไป	149
บทที่ 32	อัฐยายซื้อขนมยาย	153

บทที่ 33	เล็กๆ ไม่ ใหญ่ๆ ทำ	159
บทที่ 34	สบายดีหรือเปล่า?	163
บทที่ 35	ฝันให้ไกล...แล้วไปให้ถึง	167
	พวกเขาต้องการอะไร?	168
	ด้วยเหตุอันใด?	168
บทที่ 36	ซื้อเลยพี่!	171
บทที่ 37	หลงทางเสียเวลา	177
	ทางเลือก X	178
	ชี้ชัดด้วยตัวอย่าง	179
บทที่ 38	หลายต่อ (น้ำเลี้ยง) ดีกว่าต่อเดียว	181
	ยุคของเว็บ	182
	บริษัทจัดจำหน่าย	182
	สร้างพีระมิด	183
บทที่ 39	ภาษีมูลค่าเพิ่ม	185
บทที่ 40	กลเกมการขาย	189
	จิตรกรรมบนฝาผนัง	190
	เงินพลาสติกก็รับ	190
	แสดงให้เห็น, บอกลูกค้า	191
บทที่ 41	สอบบัญชี	195
	ใช้ซอฟต์แวร์ดีกว่า	196
	ต้องชัดเจน	197
บทที่ 42	ทีมงานมือฉมัง	199
	ดึงเอาความสามารถของตนเองและผู้อื่นออกมาใช้	201

บทที่ 43	คุณคือใคร?	203
บทที่ 44	คอมพิวเตอร์	207
	ขั้นพื้นฐาน	208
	ทักษะที่ซ่อนอยู่	208
	ชื่อโดเมนกันไปทำไม?	209
บทที่ 45	เล่นกับอินเทอร์เน็ต	211
	ทำอะไรเว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมการขายจึงใช้ได้ผล	212
	ทำอะไรเว็บไซต์เพื่อการส่งเสริมการขายจึงล้มเหลว	213
บทที่ 46	เครื่องใช้สำนักงาน	215
	ตู้เลขาของตงดูดี	216
	หมึกพิมพ์อิงค์เจ็ท vs เลเซอร์	217
บทที่ 47	คือหัตถการของพิภพ	219
	เครื่องมือช่วยงานธุรกิจ	219
	การกระทำของผู้อื่น	220
	ปกป้องธุรกิจของคุณไว้ก่อน	221
บทที่ 48	โอดครวญกันไปทำไม?	223
	คำถามที่ต้องตอบ	224
บทที่ 49	ประเมินตนเอง	229
บทที่ 50	พบกันเพื่อพลัดพราก	233
บทที่ 51	ฟางเส้นสุดท้าย	237
บทที่ 52	ขอให้เจ้าภาพจงเจริญ	241
ส่งท้าย		246

เชื่อนั้นสำคัญไฉน

การตั้งชื่อกิจการก็เหมือนกับการตั้งชื่อนูถุนั่นเอง กิจการแห่งนี้
เป็นผลงานของคุณ คุณจึงต้องประทับใจประทับใจและสร้างความ
เติบโตยิ่งๆ ขึ้นไปเป็นของธรรมดา



การตั้งชื่อกิจการนั้น บางทีอาจต้องใช้เวลาหลายเวลา
ซึ่งไม่ว่าจะลงมือได้ ล่วงจะตั้งชื่อว่าอะไรนั้นก็สุดแท้แต่
บุคคล ขอเพียงอย่าตั้งชื่อที่เพื่อนจะเอาไปอ้ากั้นในภายหลัง
จะเป็นการดีที่สุด

การตั้งชื่อที่ไม่เหมาะสมอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของกิจการได้ ชื่อที่เรียก
ยากนั้นมักสร้างความสับสน คนเรียกผิดต้องคอยแก้ตลอดเวลา ชื่อที่สื่อไปถึงสินค้า
และบริการที่ต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง จะก่อให้เกิดความสับสนได้มาก พึงระลึกไว้ว่า พวก
เพื่อนๆ และครอบครัว ก็เป็นผู้บริโภคเช่นกัน พวกเขาจะให้ความเห็นเกี่ยวกับชื่อกิจการ
ของคุณอย่างตรงไปตรงมาที่สุด

ไฮไลท์ สำหรับคุณ

ลองตั้งชื่อสำหรับกิจการของคุณเอาไว้สัก 10 ชื่อ แล้วนำไปสอบถามความเห็นจากคนอื่นดูว่าชอบชื่อไหนมากที่สุด ด้วยเหตุผลอย่างไร เพื่อเป็นข้อมูล ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว คุณเองในฐานะเจ้าของกิจการควรจะเป็นผู้ตัดสินใจ แต่ต้องฟังเสียงสะท้อนจากลูกค้าด้วย

ในระหว่างที่กำลังตัดสินใจเลือกชื่อนั้น อย่าลืมตรวจสอบกับหน่วยงานราชการด้วยว่า มีใครใช้ชื่อนี้ไปแล้วหรือไม่ สิ่งสำคัญประการหนึ่งคือ คุณสามารถใช้ชื่อที่เคยมีบริษัทอื่นใช้มาก่อนแล้วก็ได้ แต่ต้องเป็นกิจการที่เลิกไปแล้วเท่านั้น แต่ทว่าคุณก็จะต้องรับเอาภาพลบติดมาด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากคุณดำเนินธุรกิจที่คล้ายกับบริษัทดังกล่าว และขายสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกัน

ยกตัวอย่างเช่น หากคุณเปิดกิจการขายเสื้อผ้าแบบออนไลน์ โดยใช้ชื่อว่า Boo.com ซึ่งเจ้าของเดิมเคยประสบความสำเร็จมาแล้ว ถ้าคุณใช้ชื่อนี้และขายสินค้าบริการประเภทเดียวกัน คุณจะต้องเหนื่อยหนักแน่ๆ



เมื่อคุณตัดสินใจเลือกชื่อกิจการได้แล้ว ไม่ว่าจะใช้เวลาไม่กี่ชั่วโมง นานวัน หรือนับเดือน ก็ถือว่าธุรกิจของคุณได้เริ่มตั้งขึ้นแล้วในทางพฤตินัย และจะเป็นการสะดวกต่อตนเองในการเรียกขานเมื่อพูดถึงกับผู้อื่น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างตราที่ยึดแล้วเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักกันทั่วไปในวงกว้าง ทุกครั้งที่คุณเอ่ยถึงชื่อกิจการ ก็ถือเป็นการตอกย้ำให้ผู้จดจำชื่อกิจการของคุณได้ แล้วแพร่หลายออกไปเรื่อยๆ

การตั้งชื่อกิจการถือเป็นขั้นตอนแรกในการสร้างแบรนด์ หากข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์ได้ในบทที่ 2

ลองอีก
ไอลีป

"ลองนำเอาเรื่องราวที่ได้พบพานในชีวิตประจำวันมาใช้เป็นข้อมูล จะเป็นการดีไม่ใช่น้อย"

นิจาม
ไอลีป

ราล์ฟ วอลโด อีเมอร์สัน



"จงทำในสิ่งที่ต้องทำ แล้วตั้งชื่อให้เหมาะสม"

นิจาม
ไอลีป

ราล์ฟ วอลโด อีเมอร์สัน

เราทำกัน
อย่างไร?

ถาม กรรมการผู้จัดการคนอื่นๆ ต้องการใช้ชื่อกิจการซึ่งน้อยคนที่จะเข้าใจความหมาย ผลปรากฏว่าเมื่อลองสอบถามความเห็นจากคนทั่วไปดู ก็ได้รับคำถามสวนกลับ มาว่า “มันหมายถึงอะไรกันเธอ?” ถ้าเป็นเช่นนั้นจะพอใช้การได้หรือไม่?

ตอบ ชื่อที่เข้าใจความหมายได้ยากนั้น บางครั้งอาจส่งผลดีก็ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหาก เป็นที่จดจำได้ง่าย ผมคิดว่าน้อยคนเหลือเกินที่จะรู้ว่า “Nike” ในภาษากรีกแปลว่า “ชัยชนะ” แต่ปรากฏว่าธุรกิจของ Nike ไปได้ดีมากๆ หากตั้งชื่อกิจการได้ดี ก็อาจ นำมาตั้งชื่อยี่ห้อสินค้าได้ด้วย หากคุณชอบชื่อดังกล่าวนั้น นำมาใช้ได้เลย อีกตัวอย่าง หนึ่งคือ Adidas ชื่อนี้ได้มาจากชื่อผู้ก่อตั้งชาวเยอรมัน เอ็ด ดาสส์เลอร์

ถาม เราเลือกชื่อจากทั้งหมด 10 ชื่อ คัดเหลือ 2 แต่จนแล้วจนรอดก็เลือกแบบฟันธง ลงไปไม่ได้สักทีว่าควรเป็นชื่อใด เพราะต่างก็น่าสนใจ อีกทั้งยังบ่งบอกตัวตนของ ธุรกิจเราได้เป็นอย่างดีทั้งคู่ เราจะเลือกอย่างไร?

ตอบ เป็นไปได้ว่าคุณอาจชอบชื่อได้หลายๆ ชื่อพร้อมกัน แต่สุดท้ายคุณก็ต้องเลือกเอาชื่อ ใดชื่อหนึ่ง หากเลือกเสี่ยงทายหัวก้อยก็จะดูยุ่งๆ อยู่ ถ้างั้นก็ลองทำวิจัยเพิ่มเติม ทำ โลกไคและตรายี่ห้อสำหรับชื่อทั้งสอง เช่นนี้จะช่วยให้คุณตัดสินใจได้ง่ายขึ้น กิจการขนาดใหญ่ มักทำการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อหาข้อมูลสำหรับการตั้งชื่อและออกแบบตรายี่ห้อ คุณอาจทำเช่นนั้นบ้างก็ได้ โดยเริ่มที่เพื่อนๆ ก่อน

ใหญ่ ชัดเจน และโดดเด่น

การสร้างโลโก้กับการตั้งชื่อกิจการนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างมาก ควรตัดสินใจเลือกไปพร้อมๆ กัน เนื่องจากชื่อกิจการและโลโก้นั้นจะกลายเป็นแบรนด์ของคุณนั่นเอง



ทุกวันนี้การสร้างแบรนด์มีความสำคัญอย่างยิ่งจนรูปแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน หากได้มีโอกาสลองจลองไปศึกษาอู่ติถจะส่งผลดีต่อทางรกรุงทางไปสู่ความสำเร็ของ่างแน่นอน

เคล็ดลับ : อย่าออกแบบโลโก้ให้มีลักษณะคล้ายอวัยวะเพศชาย แม้ว่าจะไม่ตั้งใจก็ตาม เนื่องจากลูกค้าบางส่วนจะรับไม่ได้

มีบ่อยครั้งเหมือนกันที่เปิดกิจการกันอย่างเร่งรีบ ส่วนใหญ่แล้วก็เนื่องมาจากปัญหาค่าใช้จ่าย และต้องการเปิดตัวสู่ตลาดให้เร็วที่สุดเพื่อให้มีรายได้กลับเข้ามาบ้าง หรืออาจเกรงว่าจะมีคู่แข่งแรงเปิดกิจการที่กำรธุรกิจคล้ายกันไม่เสียก่อน ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลประการใด ก็ควรจะสักใจเสมอว่า อย่าออกแบบโลโก้อย่างเร่งรีบ

ไอเอ็ง
รับคุณ

ลองไปเดินดูแถวถนนสีลม แล้ว
สังเกตดูแบรนด์ต่างๆ ว่ามีแบรนด์
รูปแบบใดบ้างที่ถูกนำไปใช้เป็น
โลโก้? หรือรูปภาพแบบไหนที่มัก
ถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งบนโลโก้?
จริงๆ แล้วกิจการของคุณอาจไม่
จำเป็นต้องขึ้นโลโก้หรืออยู่บนถนน
สีลม แต่ถ้าเป็นเช่นนั้นจริง มันก็ดี
อยู่ไม่น้อย เพราะผู้คนที่ผ่านมา
ผ่านมาจะได้เห็นและจดจำได้

อย่าได้ริอ่านนำเอาโลโก้ซึ่งมีอยู่ใน
ซอฟต์แวร์เพื่องานออกแบบ (ไม่มีลิขสิทธิ์)
มาใช้ แม้ว่าจะใช้ชั่วคราวก็ตาม ผู้คนทั่วไปที่
มาเห็นโลโก้ดังกล่าวอาจจำได้ ซึ่งเขาจะรู้ได้
ทันทีว่าคุณไม่ได้ออกแบบเอง หรือถ้าเขาจำ
ไม่ได้ ก็อาจจะคิดว่ามันไม่เข้าท่าเอาเสียเลย
ก็เป็นได้

พึงระลึกไว้ว่าผู้คนที่คุณจะไปพบปะใน
ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (อย่างเช่น ชัพพลายเออร์
ลูกค้า ที่ปรึกษากฎหมาย นักบัญชี นักลงทุน
และนายธนาคาร) นั้น คุณจะต้องคบกับพวก
เขาไปอีกนาน และบางคนอาจมีความสำคัญ

เป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจของคุณ ซึ่งคุณก็มักจะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับเขาเหล่านั้น
ดังนั้นจงอย่า “เสียน้อยเสียยาก เสียมากเสียง่าย” ควรลงทุนควักกระเป๋าจ้างนักออกแบบ
มืออาชีพมาสร้างโลโก้ให้ดีกว่า อาจจะแพงหน่อยแต่ก็คุ้มค่า

ไม่เห็นจะต้องเหนียว

นิงาม
ไอเอ็ง

**“อย่าลังเลที่จะบรรลุเป้าหมาย
ซึ่งนำพาคุณไปสู่ความสำเร็จ”**
วิลเลียม เชกสเปียร์

โฟนรี่ที่ใช้ คุณควรลองพิจารณางานของนัก
ออกแบบดูด้วย ผลลัพธ์ที่ออกมาอาจดูแปลก
น่าตื่นตาตื่นใจ น่าวิตกกังวล หรืออาจดูตลก
ขบขันก็ตามที เนื้อหาในบทนี้จะแสดงให้เห็น

ว่าแบรนด์จะส่งผลต่อปฏิกิริยาของผู้คนทั่วไปได้อย่างไร ลองสำรวจตลาดแบบเจาะเฉพาะกลุ่มดูว่า ผู้คนทั่วไปรู้สึกอย่างไรกับโลโก้ของคุณ ยิ่งถามคนได้มากเท่าไรยิ่งดี แล้วคุณจะรู้ว่าแบบไหนจึงจะดีที่สุด โดยใช้เวลาไม่นาน

โลโก้เป็นสิ่งแรก (ในกระบวนการสร้างแบรนด์) ที่คุณต้องตัดสินใจเลือก หาข้อมูลเพิ่มเติมในบทที่ 9

ลออริก
ไอเจียง

ญาติกับสื่อมวลชนเข้าไว้

อีกสิ่งหนึ่งที่พึงพิจารณาก็คือ โลโก้นั้นเหมาะสมกับสื่อทุกแขนงหรือไม่ ถึงแม้ว่าคุณยังไม่คิดจะสร้างเว็บไซต์ของบริษัท แต่คุณควรทดลองนำโลโก้ไปวางบนหน้าเว็บ เพื่อให้รู้ว่าจะมีหน้าตาเป็นอย่างไร รวมทั้งบนหน้าจอทีวีและบนป้ายโฆษณาขนาดใหญ่? หากคุณต้องการให้พนักงานในชุดพนักงาน ถ้าติดโลโก้ดังกล่าวเข้าไปแล้วจะดูดีหรือไม่? หากนำโลโก้ไปขยายใหญ่มากๆ หรือย่อเล็กมากๆ แล้วยังดูดีอยู่หรือไม่? ลองให้พนักงานแบบใส่สีโหนดำกับสีอื่นอีกสีเดียวลงไป ในบางกรณีการใช้สีแบบเรียบง่ายกลับกลายเป็นดีที่สุดอีกอย่างหนึ่งถ้าคุณใช้สีหลายๆ สีจะสวยพร้อมไปหมด จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายสูงขึ้นเมื่อต้องการจัดทำเพิ่ม ไม่ว่าจะเป็นหัวจดหมาย นามบัตร และงานโฆษณา อย่างไรก็ตาม อย่าลืมว่าเป้าหมายหลักของการสร้างแบรนด์ก็คือ สร้างความประทับใจ จดจำได้ และดึงดูดใจให้เขามาร่วมงานกัน หากคุณต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอีกเล็กน้อยเพื่อแลกกับโลโก้ที่น่าทะลุดี ก็จงทำไปเถอะ

“คงไม่มีสิ่งใดเลวร้ายยิ่งไปกว่าภาพแนวคิดอันสับสนอลหม่าน”
แอนเซล อดัมส์

นิงาม
ไอเจียง

เขาทำกัน
อย่างไง?

ถาม ตัวอย่างโลโก้ที่เราไปเห็นมาเป็นร้านค้าปลีก แต่ของเราเป็น b2b (ธุรกิจต่อธุรกิจ) ซึ่งเม็ดเงินที่ต่างกันมาก เราไม่ควรนำโลโก้ของร้านค้าปลีกมาเป็นแรงบันดาลใจใช่หรือไม่?

ตอบ ไม่ว่าลูกค้าของคุณคือใครก็ตาม พวกเขาก็อยากเห็นโลโก้ที่ผ่านการคิดไตร่ตรองมาอย่างดีจากมืออาชีพ คุณต้องทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือ แบรินด์และโลโก้ควรสะท้อนให้เห็นบุคลิกของกิจการ อย่างเช่น หากคุณใช้นโยบายตั้งราคาเย่อเยาะหรือขายสินค้าคุณภาพสูง โลโก้ก็ควรบ่งบอกเป็นนัยเอาไว้ด้วย

ถาม ผมไม่เห็นด้วยกับหุ้นส่วนเกี่ยวกับการออกแบบโลโก้ ผมพยายามคิดให้เหลือเพียง 2-3 ตัวเลือก มีสิ่งใดบ้างหรือไม่ที่ผมควรหลีกเลี่ยง?

ตอบ สิ่งที่คุณควรหลีกเลี่ยงคือ การใช้โลโก้ที่ดูคล้ายกับของคนอื่น เนื่องจากจะดูเหมือนกับว่าคุณไปลอกเขามา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้ากิจการนั้นประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงโด่งดัง ตัวอย่างเช่น ในวงการธุรกิจค้าปลีกอาหาร ซึ่งมีการแข่งขันกันอย่างดุเดือด จะเกิดการลอกเลียนแบบแบรนด์หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์กันมาก โดยหวังว่าลูกค้าจะมอดหันเหสินค้าของตนไปโดยมิได้พิจารณาอย่างถี่ถ้วน จึงเกิดการฟ้องร้องกันใหญ่โต

ขอ ขอยืม หรือจะขโมย

หากคุณต้องการกู้ยืมเงิน มีแค่ความมั่นใจเท่านั้นไม่พอ คุณต้องมีแผนดำเนินงานธุรกิจ และสามารถแสดงให้เห็นเจ้าของเงินได้เห็นศักยภาพในการใช้เงินคืน



หากคุณไปกู้เงินใครมา คุณอาจต้องถูกควบคุมบางสิ่ง บางอย่าง แต่ถ้าไม่กู้ คุณก็ลำบากขึ้นเรื่อยๆ ไปได้บ้างครั้ง นอกจากนั้นการลงทุนจะปล่อยกู้ให้คุณแล้ว จึงนำประสบการณ์ดีๆ มาให้ดังนี้

เงินลงทุนอาจสร้างหรือทำลายธุรกิจก็ได้ การใส่ใจให้มากเข้าไว้ ถึงแม้บางครั้งอาจต้องโกหก (แบบไม่มีใครเสียหาย) บ้าง ก็ถือว่าเป็น "บาปบริสุทธิ์"

หากคุณมีแนวคิดดีๆ ในการทำธุรกิจ เวลาผ่านไปคุยกับใครๆ พวกเขาถึงกันด้วยความยินดี แต่พอพูดถึงต้องการเงินทุนเท่านั้นแหละ จะเกิดบรรยากาศหมกมุ่น แล้วพวกเขาก็จะขอตัวลากกันไปอย่างเอื่อยๆ

ถ้าจะให้ดีที่สุดก็คือ ใช้เงินทุนของตนเอง แต่ก็ไม่ง่ายนัก คุณอาจจำเป็นต้องขายทรัพย์สินหลายรายการ หรืออาจต้องขอหยิบยืม หรือไม่ว่ากันก็ต้องกู้เงิน

ไอเอ็ง
สำหรับคุณ

ควรเปิดบัญชีธนาคารเพื่อใช้ใน
กิจการของบริษัท ไม่ควรนำบัญชี
ส่วนตัวมาใช้ เนื่องจากบัญชี
ส่วนตัวกับบัญชีบริษัทนั้น
แตกต่างกันมากเกินไป

สิ่งสำคัญอย่างยิ่งก็คือ คุณควรเก็บ
รวบรวมเงินของตัวเองให้ได้มากที่สุดเสียก่อน
ที่จะไปกู้ เงินทุกบาททุกสตางค์ล้วนมีความ
หมาย เนื่องจากยิ่งกู้มากก็ยิ่งต้องจ่ายคืนมาก
และถูกควบคุมมาก

หากคุณต้องการขายรถยนต์ โดยคิด
ว่าอีกไม่นานเมื่อเปิดกิจการแล้วก็หาเงินมาซื้อ
ใหม่ได้ ลองคิดไตร่ตรองดูให้ดีเสียก่อน เนื่องจากมันมักจะไม่เป็นไปตามนั้น และคุณก็
จะไม่มีรถยนต์ไว้ใช้งานไปอีกนานพอสมควร น่าจะขายอย่างอื่นดีกว่า เช่น ของที่ไม่ใช้
งานแล้ว (เช่น ซีดี ดีวีดี หรือเฟอร์นิเจอร์) หลายคนมีของเหล่านี้เก็บอยู่มากมาย

ถึงแม้เพื่อนๆ และครอบครัวของคุณจะใจดีแค่ไหนก็ตาม แต่ถ้าจะให้มาร่วมหัว
หกกันชีวิตกับคุณ พวกเขาจะต้องคิดหนัก ไม่ใช่ว่าไม่เชื่อมือคุณหรอกนะ มันเป็นเรื่อง
คิดผั่งหัวเราๆ ท่านๆ ทุกคนก็ว่าได้ ว่าการสร้างธุรกิจใหม่นั้น ถ้าไม่มีความพร้อมในทุกๆ
ด้านแล้ว ย่อมมีความเสี่ยงสูงต่อการพังทลายไป ซึ่งสถิติก็ระบุว่าธุรกิจใหม่มีโอกาสประสบ
ความล้มเหลวสูง

หากพวกเขายินดีเข้าร่วมลงทุนด้วย คุณต้องมอบเอกสารแบบเดียวกับที่เวลาภูธนาการให้พวกเขาด้วย อย่างเช่น แผนดำเนินธุรกิจและข้อมูลทางการเงิน อีกทั้งต้องปฏิบัติต่อพวกเขาในฐานะผู้ให้กู้ และกำหนดตารางการชำระเงินอย่างเป็นทางการ เพื่อที่ว่าต่างฝ่ายต่างจะได้รับบทบาทที่เหมาะสมของตน หากผู้ให้กู้ขอถอนตัว คุณจะต้องดำเนินการให้อย่างมีมืออาชีพ วิธีการแบบสัญญาสุภาพบุรุษนั้นไม่เหมาะสม หากผลประโยชน์มิได้เป็นไปดังที่คาดหวังไว้

เมื่อจำเป็นต้องกู้เงิน คุณอาจต้องยอมให้ผู้ให้กู้เข้ามาควบคุมบางสิ่งบางอย่าง หาข้อมูลเพิ่มเติมได้ในบทที่ 26

ลองอีก
ไอดี

เมื่อต้องภูธนาการ

ธนาคารเป็นแหล่งเงินทุนที่มีความปลอดภัย ถึงแม้อัตราดอกเบี้ยจะสูงไปสักหน่อย อีกทั้งต้องมีการเซ็นเอกสารตามระเบียบของธนาคาร และต้องมีหลักทรัพย์ค้ำประกัน อาจเป็นบ้านหรือทรัพย์สินอื่นๆ หรือทางธนาคารอาจต้องการให้กรรมการผู้จัดการเซ็นค้ำประกันเงินกู้ด้วย ในกระบวนการขอกู้ คุณต้องจัดเตรียมแผนงานธุรกิจและสแตตเมนต์ไว้ให้พร้อมสรรพ ซึ่งก็เป็นการดี อย่างน้อยคุณก็มีแผนงานธุรกิจซึ่งมีความชัดเจนไว้ยึดถือเป็นแนวปฏิบัติต่อไป

ธนาคารหลายแห่งเปิดบริการแบบไดรฟ์อิน จึงส่งผลให้รถยนต์ที่วิ่งกันอยู่บนท้องถนน มีโอกาสได้ไปพบเจอเจ้าของที่แท้จริงของมัน

อี. โจเซฟ ครอสมैन, กวี

นิจาม
ไอดี



“การเปิดกิจการใหม่ไม่ใช่เรื่องหมูๆ มีความเสี่ยงสูง และต้องทุ่มเทเวลาให้แบบสุดๆ แต่ถ้าแก้หมดๆ หลายรายก็ยังนำพาธุรกิจของคุณไปไม่รอด ทั้งๆ ที่ยังไม่ทันพ้นขวบปี”

“การเปิดกิจการใหม่น่าจะเป็นหนึ่งในประสบการณ์ที่น่าตื่นเต้นที่สุด เราใจที่สุด และได้รับความพึงพอใจมากที่สุดที่คุณจะพึงได้พบพบ แต่คุณจำเป็นต้องมี ลูกเล่นทางการค้าอยู่พอตัว และ **คู่มือ...นักธุรกิจใหม่ไฟแรง** เล่มนี้ ก็ได้แสดงให้เห็น วิธีการวางแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แข่งหน้าคู่แข่งไปแบบนิ่งๆ และหาแหล่ง เงินทุนได้อย่างเหมาะสม แต่ที่สำคัญที่สุดคือ แสดงให้เห็นวิธีการนำแรงปรารถนา ของคุณเองมาขับเคลื่อนธุรกิจ (อย่างสนุกสนานไปกับมัน)”

Jon Smith

คนส่วนใหญ่มักมีแนวคิดที่จะสร้างธุรกิจอย่างน้อยหนึ่งครั้งในช่วงเวลาใด เวลาหนึ่งของชีวิต หลายคนอาจปล่อยให้เป็นการผัดผ่อนไป แต่ผู้กล้าจะนำไปต่อยอดจนกว่าจะประสบความสำเร็จ มีผู้ที่พร้อมให้คำแนะนำมากมาย นับตั้งแต่ผู้จัดการธนาคาร นักบัญชี ที่ปรึกษา และทนาย แต่แทบจะไม่มีใครเลยที่เคยทำธุรกิจมาด้วยตนเอง แต่ Jon Smith ผ่านร้อนผ่านหนาว กับเรื่องแบบนี้มามาก และได้เล่าเกี่ยวกับเคล็ดลับ 52 ข้อสำหรับการเปิดกิจการใหม่ พร้อมวิธีนำไปสู่ความสำเร็จไว้ในหนังสือเล่มนี้ นับตั้งแต่ วิธีการเจรจากับกรรมการผู้จัดการไปจนถึงการตั้งชื่อกิจการ Jon Smith นำเสนอเทคนิคของคณวโนเพื่อนำพาธุรกิจของคุณไปสู่ความสำเร็จ

ISBN 978-974-212-752-7



180 บาท