

#RealBiznes - birinci yazı

Son günlər bloqumuzda bir neçə dəfə toxunduğum kimi, bu ay mənim üçün yeni bir sahəyə başladığım ay kimi yadda qaldı. Çoxlarınızın bildiyi kimi bölgələrdə olan mebel mağazalarımızla paralel sentyabr ayından texnika (məişət) əşyaları təklif edən mağazamızı müştərilərimizə təqdim etdik. Bu bizim ilk məişət texnikası salonumuz olsada ilin sonuna qədər ən azı 2 salonumuzun açılmasını planlayırıq. İnşallah qismət olsa biz, bölgələrdə (Aran bölgəsində) yalnız mebel deyil, həmçinin müştərilərimizə məişət texnikasında təklif edəcəyik. Bu sahə mənim üçün təzə olduğundan bu günlərdə Sizinlə daha az söhbət edirəm..., üzrlü hesab edin, evdə ən tezi 22:00 sonra oluram!) Hər bir yeni biznes, yeni sahə insan üçün yeni-yeni biliklər, təcrübə qazandırır. Mən bu bloq postumda Sizinlə silsilə olaraq yeni biznes başladığım zaman yaşadığım problemlər, onların həlli yolları barədə tam real praktikamdan məlumatlar verəcəm. Vaxtınız olsa, davamını oxuyun, yaxşı!?

Sözün açığı bu rubrikanın yaradılmasını çoxtan düşünürdüm. Səbəb olaraq bloqun oxucuları öz emallərin vasitəsi ilə məni suallar yağdırırdılar – praktik biznes haqqında. Bugün Azərbaycanda [biznesin praktikasından](#) yazan demək olar ki, heç kim yoxdur: yazanlar real biznesdə deyillər, biznesdə olanlar yazmağı sevmirlər və mən bu yazı ilə Sizinlə realda yaşadığımı, həm də “sıfırdan” yaşadığımı barədə danışacam. Tam səmimi. Nə artıq, nə əksik.

Necə başladı?

Mənim bölgələrdə ortalama 500 kv.metr olan mağazalarım var. Bu salonlarda biz [mebel](#) təklif edirik. Ortalama bir kvadraturadan gələn gəlirin artırılması yolları barədə mütəmadi olaraq düşünürdüm və ilk ağıma gələn konsepsiya mebellə yanaşı digər məhsulları təklifi edilməsi oldu. Almaniyada olan mebel salonlarını elementar təhlil etdikdə aydın şəkildə hiss edilirdi ki, yalnız mebel satan mebel salonu demək olar ki,

olmur. Butün salonlarda mebellə paralel olaraq ev üçün digər əşyalar təklif edilir (məsələn, tekstil, qab-qacaq, çılçılmaq, xalça və s.). Bununla yanaşı heç bir mebel salonunda məişət əşyası təklif edilmirdi. Hətta [IKEA](#) belə, məişət texnikasının sektorunda demək olar ki, çalışmır (yalnız mətbəx üçün ankastre məhsul təklif edir).

Buna baxmayaraq mağazalarımızın yerləşdiyi regionun spesifikasiyasını təhlil etdikdə sonra, məişət texnikasında aksent etməyə qərara gəldim. Həmçinin burada məişət texnikası olaraq daha çox dövriyyə edəcəyimə ümid edirdim. Məntiq çox sadə edi: salonlarımızda çöldən ayrıca girişi olancaq zonalar ayrılır (təxminən 80-100 kv.metr) və burda çöl reklamları olmaqla məişət texnikası satışı təşkil edilir. Ayrıca mebel salonunun içərisində bura giriş olacaqdı. Beləliklə konsepsiya (ideya) tam hazır edi və növbəti etapa başladıq.

Təhcizatçılar hardan tapıldı?

Təbii ki, növbəti etap kimi təhcizatçıların axtarışı önə gəlirdi. Suallar isə təxminən belə edi.

- Mən hansı məişət texnikası brendləri ilə işləməliyəm?
- Mən məişət texnikası üçün vitrin mebellərini necə sifariş verəcəm?
- Mən məhsullarımın kreditləşdirilməsini necə təşkil edəcəm?
- Mən bu işi kiminlə edəcəm? (işçi, kadr, usta, müdir və s.)
- Belə pis çıxmasın... pulu hardan tapacam!?)

Həə-əəə... və başladığımız işləməyə. İlk olaraq deyim ki, bu işlərin həll edilməsində mənə Sizin bugün oxuduğunuz bloqun faydası sonsuzdur (!). Tam səmimi. Məni iki məsələ kömək elədi: birincisi bu bloqun Sizin kimi dəyərlə oxucuları, ikincisi Azərbaycanda ilk və daimi praktik Marketing təlimləri olan [Marketing AIR məzunları](#). Buradan Sizlərə bir daha çox sağ ol deyirəm. Sağ olun ki, məni "müəllim" adlandırdınız və mənə bu

işin başlanması üçün köməklik etdiniz.

Məişət texnikası brendləri olaraq mənə çoxluuu təkliflər verirdilər. Ümumiyyətlə təklif verən partnyorlarımız üç qrupa bölünürdü: topdançılar (yalnız qiymət haqqında danışırlar!), ticarətçilər (gözəl danışa bilirlər), [muasir biznesmenlər](#). Mən çalışırdım ki, təhcizatçı tapdığım zaman malları “nisyə” verən bilən adamlara üstünlük verim. Necə dəyərlər minimal xərclərlə salonumuzu keyfiyyətli və satılan texnika ilə doldura bilək.

Burada mən bir daha şahid oldum ki, biznesdə networking həyatı əhəmiyyət kəsb edir. İnanın səmimiyyətimə görüşə getdiyim hər 5 şirkətdən dördündə görüşdüyüm adamlar bir-başa tanışlarım çıxırdı. Bu tanışlıqların hesabına bizə olan etibar daha üst səviyyəyə qalxır, təhcizatçı şirkətlər “ürəklə” mənimlə söhbət edirdilər. Sizədə məsləhətim, həyatda ən dəyərli investitsiya tanışlıq, etibar və qazanılan dürüst addır.

Məhsul, brend və s. düzələn məsələdir, amma istənilən işdə ən çətin məsələ, kardlardır. Bu məsələyə mənim hər zaman olduğu kimi çox sadə olur – bir güclü kadr, bir zəif kadr. Güclü kadr işi qurur, zəif kadr işi öyrənir. Kadr sayı şərtidir. Əsas məsələ, prinsipdir. Yeni işdə, mütləq işi bilən bir nəfər olmalıdır.

Sabahdan mağazamız açılır. İnşallah inanıram ki, hər şey yaxşı olacaq. Sizə açıq deyim, nə çətinliyin, nə uğurum olsa mütləq yazacam.

Yeni sahədir, bilmədiyim məhsuldur, amma inanıram ki, hər şey yaxşı olacaq. Yada olmayacaq!) Ordan bətəri yoxdur ki! Hər bir işin uğurlu və uğursuz olacağına şahid olmağın yeganə yolu – nəsə etməkdir. Əzizlərim Sizdə edin. Alınsa sevinəcəksiniz, alınmasa rahat olacaqsınız!)

Sonda Sizə bir şeyidə deyim, bölgələrdə azda olsa biznesi, satışı, marketinqi çox yaxşı və düzgün başa düşən adamlar, dostlarımız var. Mən onlarla söhbət etdikcə, həqiqətən sevinirəm. Sevinirəm ki, bizim belə güclü və sistemli biznes

qura bilən vətəndaşlarımız var.

Silsilə yazılıramızı, gözləyin. Maraqlı olmasada, doğru olacaq!)

ƏLAVƏ OXUMAQ ÜÇÜN:

- [Məni dəyişən 3 dəyər](#)
- [Səderək və Sahibkarlar](#)
- [Uğur xəstəliyi barədə](#)
- [Biznes qurmağa iki maniyə barədə](#)