



Dr. Tarek Tantawi

---

SHORT AND SWEET

---

# دكتور/ طارق الطنطاوي

هو رجل أعمال مصري، باحث وخبير في الإدارة الإستراتيجية ومجال تطوير الأعمال، متخصص بارز وممارس ومؤلف في مجالات البيزنس وادارة الأعمال والتسويق والمبيعات، وهو من أوائل من تبنوا مفهوم تطوير الأعمال في مصر والوطن العربي، إذ أسس و قاد في عام 2008 فريق عمل متخصص شارك في تأسيس وتطوير العديد من الشركات مختلفة الأنشطة والتخصصات، كما يرأس حالياً مجلس إدارة مجموعة شركات في مصر وخارجها، ساهم الدكتور/ طارق الطنطاوي في تأسيس و تطوير أكثر من 125 مشروع صناعي وتجاري و خدمي في مصر وخارجها و قدم أكثر من 3000 استشارة ومقترح وخطة عمل خلال مسيرته المهنية.

**حصل الدكتور/ طارق الطنطاوي** على ثلاث درجات MBA في تخصصات التسويق وال HRM والإدارة الإستراتيجية كما حصل علي درجة الدكتوراة DBA من الولايات المتحدة الأمريكية في تخصص تميز المؤسسات والإدارة الإستراتيجية Business Excellency، كما شارك في برنامج اعداد التنفيذيين المتقدم بكلية إدارة الأعمال بجامعة الإمارات إضافة إلى إدارة المشاريع PMP وبرنامج الإمارات/ الولايات المتحدة الأمريكية لإعداد القادة التنفيذيين بجامعة أبوظبي، والعديد من الدبلومات التأهيلية المتخصصة في مجالات التسويق والتخطيط الاستراتيجي وإدارة المواهب وإدارة وتطوير المسار الوظيفي، عمل الدكتور طارق مستشاراً للعديد من رجال الاعمال و المستثمرين البارزين في مصر و خارجها وعمل مستشاراً لأحد المحافظين بجمهورية مصر العربية وساهم في ادارة وتخطيط العديد من الحملات الدعائية للعديد من الشركات والهيئات الكبرى ورجال الأعمال وأصحاب الرأي والمهتمين بالشأن العام وغيرهم من المشاهير البارزين في مجالات العلوم والفنون وبناء الهوية الشخصية Personal Branding.

قام سيادته بتأليف مجموعة من الكتب المتخصصة في مجال الإدارة والتسويق وال HRM والإدارة الإستراتيجية باللغتين العربية والإنجليزية منها كتاب Exploring Organizational Strategy الذي ألفه الدكتور طارق في عام 2009 وهو الكتاب الذي ساهم في ذبوع شهرته عالمياً قبل ان يعود إلي مصر بعد ان باع الكتاب أكثر من مائتي الف نسخة ورقية و الكترونية حول العالم وحقق شهرة واسعة في معارض الكتاب الدولية في دول الإتحاد الأوروبي ودول الخليج العربي والولايات المتحدة الأمريكية ويعكف الدكتور طارق حالياً علي وضع مؤلفات أكثر باللغة العربية لمناقشة مفاهيم البيزنس وعملياته المختلفة ومجالات إدارة الأعمال ليتسني للقارئ العربي والمصري ان يعرف عن هذا العالم الواسع مايلزمه لسبر اغواره والتمكن الفعلي والعمللي منه والابحار فيه.

بدأ حياته المهنية كموظف في أحد الشركات الأمريكية العالمية العملاقة بإمارة دبي بدولة الإمارات العربية المتحدة ثم بعدها انتقل إلي مجموعة الجابر ليعمل كاستشاري في مجالات ال HRM / إدارة الموارد البشرية ومجال Business Development / تطوير الأعمال ثم انتقل بعد ذلك ليعمل استشاري للتدريب والتطوير والتخطيط الإستراتيجي في حكومة أبوظبي بدولة الإمارات العربية المتحدة، فاز الدكتور طارق بالعديد من الجوائز والتكريمات منها الموظف المثالي بمجموعة الجابر ليكون الأول علي عدد من العاملين تجاوز السبعين ألفاً، كما تم تكريمه من نفس المجموعة كأفضل مخطط استراتيجي، ثم تم تكريمه من جامعة أبوظبي كأفضل خبير استراتيجي و مطور للأعمال في عام 2013 أثناء عمله بحكومة أبوظبي.

بدأ الدكتور طارق حياته كموظف في احدي دوائر الموارد البشرية وكان لديه الطموح في اقتحام عالم الأعمال ليكون لديه مشروعه الخاص ولذلك أسس في عام 2008 مشروعه الشخصي بمدينة دبي لبدأ مشواره المهني كاستشاري للشركات ورجال الأعمال بجانب وظيفته المعتادة إلي أن عاد مؤخراً إلي مصر وبدأ بتأسيس عدد من المصانع والشركات مختلفة الأنشطة والتخصصات لرجال الأعمال والراغبين في اقتحام مجالات البيزنس والأعمال، يقوم الدكتور طارق بتقديم خدماته في مجال الإستشارية الإدارية و التدريب بفرع شركته الأول في العاصمة القاهرة في حي مدينة نصر و فرع شركته الآخر بمدينة دمياط ولدي الدكتور طارق خطة لفتح عدد من الأفرع في محافظات المحروسة المختلفة للتسهيل علي العملاء وتوفير خدمة الإستشارات والتدريب للراغبين في جميع أنحاء مصر الغالية و لينقل خلاصة خبرته العملية و العلمية في مصر الغالية الحبيبة بعون الله



# كيف تبدأ مشروعك

عادة ما تكون البدايات صعبة و دائماً ما نتردد في عملية اتخاذ القرار لبدء أي أمر جديد في حياتنا ودعني أقول لك أن هذا الخوف إذا كان في الحدود المنطقية فهو خوف مشروع و تردد محمود يجب أن ينتاب كل من يرغب في بدء أمر جديد عليه وخصوصاً إذا كان هذا الأمر هو الدخول إلي عالم البيزنس والأعمال، وهذ الخوف الذي قد يعكس الخشية من الفشل أو القلق من مواجهة المشكلات والصعاب هو خوف منطقي لا يمكن إنكاره ولا استهجانته.

و فيما يتعلق ببدء مشروعك الناشئ فيجب أن تعلم أن الكثير من المحيطين بك وغالبيتهم من الشباب لديهم الكثير من الأفكار والطموحات والمخططات ولذا فلست غريباً عنهم ولست شاذاً عن المجموع فالطموح في الإنضمام إلي عالم البيزنس والأعمال هو أمر محبب للكثيرين كما أنه أمر مشروع ولا مانع من أن تخوضه لا أن تفكر فيه فقط.

و لأن هذا الكتيب يأتي بعد كتيب آخر تحدث عن أهمية إعداد دراسة الجدوي والإهتمام بها وقد ناقشت فيه بعضاً من التفاصيل الهامة بدراسة الجدوي فكان لزاماً علينا أن نخوض في بعض من المفاهيم المعنية بالمشروعات وعالم الأعمال وبعدها قد تسأل نفسك سؤال مباشراً ،

## يا تري هل أنا مستعد؟ هل لدي الرغبة في خوض غمار التجربة؟

و تلك هي الطريقة التي أمارس بها الكتابة دائماً بأن أضع أمامك عزيزي رجل الأعمال المستقبلي مجموعة التعريفات التي سيدور حولها نقاشنا في هذا الكتيب الذي أتمني لك الإستفادة التامة إن شاء الله:

## السؤال الأول: ما هو تعريف المشروع:

المشروع في أبسط تعريفاته مجموعة من البنود والمهام والأعمال التي يتم انجازها خلال فترة زمنية محددة بهدف تحقيق مجموعة من الأهداف المحددة سلفاً، فالمشروع منظومة محددة الفترة بداية ونهاية تهدف إلي تحقيق مهمة/ مهمات **Mission** من خلال مجموعة من المدخلات **Inputs** منها علي سبيل المثال لا الحصر، **الخامات** و **المعدات** و **العمالة** و **التمويل** و **الوقت** و هذه المدخلات يتم معالجتها **Processing** للحصول علي النتائج **Outcomes** و التي قد تكون خدمة/ منتج/ رسالة أو إجابة.



## السؤال الثاني: شرارة المشروع:



تعتبر **فكرة Idea** المشروع بمثابة الشرارة الأولى له وقد يكون لدي كل منا العديد من الأفكار والتطلعات التي يمكن أن تؤدي إلى مشروعات جيدة أو أن تصبح نواة مشروعات جيدة ولكن بعد دراستها بطريقة صحيحة كما سبق وأشرنا في كتيب دراسات الجدوي، و لكن قد لا يكون لديك فكرة للعمل عليها ولكنك تملك الشغف وهو الحماس والإصرار إلى الدخول في عالم البيزنس والأعمال، و لذلك فيمكنك تحويل كل المحيطين بك إلى ماكينات وصناديق لإنتاج الأفكار **Think Tanks** التي قد تخضع للدراسة والفحص والتي قد تجد فيها ضالتك ووسيلتك للدخول إلى عالم الأعمال.



و هذا هو أكبر الأسئلة في هذه المرحلة المبكرة من المشروع وأهمها، فالمهارات والهوايات يمكن أن تتحول إلي مشروع فإذا كنت تهوي تربية الكلاب والحيوانات الأليفة فباستطاعتك فتح محل للتجارة وبيع الحيوانات الأليفة ومستلزماتها، وإذا كانت هواياتك ركوب الدرجات البخارية فتستطيع أن تفتح متجراً لبيع الإكسسوارات ومستلزمات محبي الدرجات البخارية وهكذا ففي داخل كل منا رغبة أو هواية إذا اكتشفها وقام بتغذيتها والعمل علي إرضائها فيمكنه تحويلها إلي مشروع يُدر عليه دخلاً والعالم ملئ برجال وسيدات أعمال كان الدافع لهم للدخول إلي عالم الأعمال والنجاح فيه هو الرغبة في إرضاء هواياتهم ورغباتهم الشخصية ومنهم من حقق النجاح لكونه **قام بوضع نفسه مقام العميل** وتساءل كيف أحصل علي خدمة مميزة من خلال هذا النشاط؟ ثم قام باستحداث نموذج عمل رائع **قائم علي سد احتياج لديه و لدي غيره من العملاء** فالدوافع نحو البيزنس كثيرة و متشعبة وإنجاحها من وجهة نظري الدوافع الذاتية.

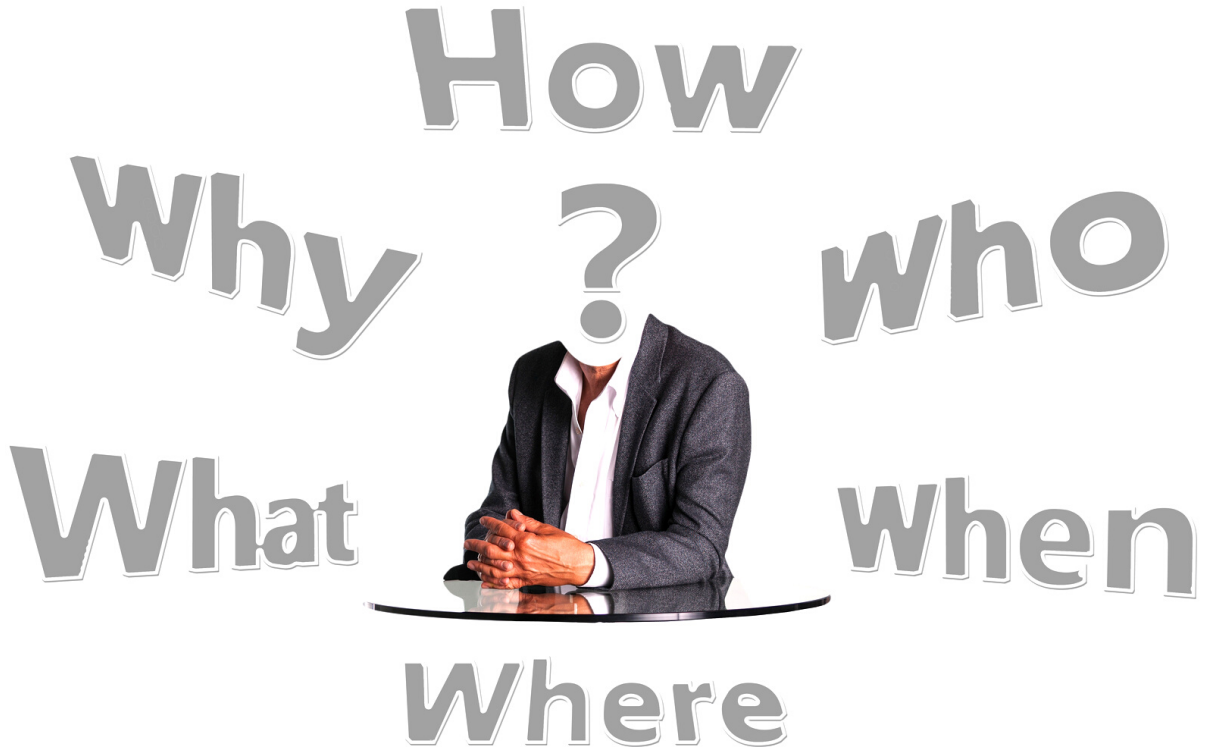
ولذلك يجب عليك أن تطرح الأسئلة التالية علي نفسك، **من هم معارفي و المحيط الإجتماعي المحيط بي؟ كما يجب أن تسأل نفسك عن تطلعاتك الشخصية و هواياتك و مهاراتك و أنشطتك وخبراتك العملية و الإجتماعية و أيضا دراستك العلمية و مدى ارتباط ذلك كله بالفكرة التي طرأت لرأسك أو ساقها أحدهم إليك؟**

## السؤال الثالث: السلع والخدمات التي تحتاجها البيئة المحيطة

جغرافي كإنشاء حمام سباحة يستهدف شريحة ما أو أحد ملاعب كرة القدم الذي يخدم منطقة ما، وقد يكون مشروعك عبارة عن أفكار لتطوير سلعة أو خدمة متاحة وإدخال تحسينات عليها أو إصدار نموذج جديد متطور منها. و قد يكون مشروعك انطلاقةً من دراسة التغييرات في اتجاهات ورغبات أفراد المجتمع المحيط بك وهنا لا بد من التأكد من قبول المجتمع للتغيير والسماح به وهذا يتأتى بالدراسة والتحليل والدخول في معتكرات دراسات وتحليلات لسلوك المجتمع ودوافعه وأهدافه ومدى قابليته للتغيير من عدمه أو رفضه له، كما قد يقوم مشروعك أيضاً علي توفير الإحتياجات الغير متوفرة محلياً كالمنتجات والبضائع التي لا تتوافر إلا بالإستيراد.

لا ينجح المشروع وهو بمعزل عن الوسط الإجتماعي له، فلكل مشروع قاعدة من العملاء المحتملين ينطلق منها، فلست بمعزل عن الناس **ولن يُكتب للمشروع النجاح والبقاء إلا برضا العملاء عنه، فالعملاء هم القوة الدافعة الفعلية والحقيقية لأي مشروع مهما كبر حجمه ومهما تضائلت إمكاناته وهم الملاك الفعليين للمشروع و أصحاب القرار في بقاءه من عدمه.** و لذا فإن انطلاقك من القاعدة الإجتماعية المحيطة بالمشروع بعد دراسة تلك القاعدة سيكون أحد أهم أسباب نجاحك وإنتشارك وإستمراريتك، فقد يكون إنطلاقك من خلال تلبية أو توفير منتج أو خدمة لمنطقة ما أو مجتمع ما كمحل لبيع الملابس أوالاستوكات أو من خلال فتح أحد محلات البيع بالتجزئة أو من تحقيق حلم أو هدف لقطاع جغرافي كإنشاء حمام سباحة





كل هذه المنطلقات قد تكون جميعها أو أحداها محفزات لبدء مشروع ما للدخول الي عالم الأعمال والمشروعات ولكن قبل أن تبدأ في تنفيذ الفكرة وتحويلها إلي مشروع حقيقي يجب أن تطرح علي نفسك الأسئلة التالية ويجب أن تقيس الأجوبة بشئ من الدقة و الحيادية **فما لا يقاس لا يدار كما قال فيلسوف علم الإدارة الحديث بيتر دراكر و ما لا يكتب لا ينفذ كما يقول صاحب هذا الكتيب:**

- ما هو المنتج/ الخدمة/ السلعة التي سأقوم بالاستثمار فيها؟
- من الذي سأبيع إليه هذا المنتج/ الخدمة/ السلعة؟
- كيف سأبيع؟
- ما هي الإحتياجات التي ستغطيها الخدمة/ المنتج؟

ملحوظة

"الأفكار الإستثمارية وصف حقيقي و مختصر للأسئلة السابقة"



## البيئة التي سيقام فيها المشروع / القطاع المستهدف

قبل البدء في تنفيذ المشروع علي الأرض قي قطاع جغرافي ما ستحتاج إلي دراسة مستفيضة ومتأنية وبحث للإجابة عن الأسئلة فيما يخص اللوائح والقوانين الحاكمة للنشاط المزمع قيامه في هذه المنطقة، عن أجوبة فيما يخص التقنيات المستخدمة في البيع والشرائح المستهدفة، عن أجوبة فيما يخص المنافسة وحدودها وحدتها وأيضاً يجب أن تكون الأجوبة شاملة للصناعات الداعمة والمتعلقة بالمشروع، ستحتاج إلي ترتيب الأولويات حسب جدول زمني محكم ومرن لمعرفة أهم النقاط لتستفيد من الإستغلال الأمثل والفعال للوقت.

## صفات المشروعات الصغيرة

- صغر حجم رأس المال المبدئي اللازم للمشروع.
- عدد قليل من العاملين ما بين الخمسة والعشرة عاملين غالباً بما فيهم صاحب الفكرة/ المشروع.
- دائماً ما يكون هناك تداخل ما بين الإدارة والملكية.
- الإعتماد علي التقنيات والتكنولوجيا البسيطة والمتوسطة.
- خلق فرص عمل بأجور بسيطة أولية.
- غالباً ما يكون التمويل ذاتي أو عائلي.



- ✓ القدرة علي تحمل المخاطر ومعرفة كيفية حسابها وإدارتها.
- ✓ القدرة علي إتخاذ القرار.
- ✓ القدرة علي التخطيط للأعمال والمهام و دراستها قبل الدخول فيها.
- ✓ القدرة علي إستخدام وإدارة الوقت بفاعلية وكفاءة.
- ✓ القدرة علي قيادة الناس وتوجيههم.
- ✓ قبول المغامرات المالية المدروسة بعناية.
- ✓ القدرة علي الإبتكار والإبداع والمبادرة.
- ✓ المقدره الصحية والبدنية للعمل فترات طويلة ومستمرة وخصوصاً في البدايات.
- ✓ المثابرة والإصرار وقبول التحديات.
- ✓ يعمل ضمن معادلة النجاح قبل الثراء فالنجاح يجلب الثراء و ليس العكس.
- ✓ لا يمل من المحاولات ويبدأ دائماً بحماس متجدد إنطلاقاً من الخبرة السابقة.
- ✓ يؤمن بتراكمية النتائج والمسارات الممتدة.
- ✓ لا يعمل ضمن معادلة "اخطف و اجري" ولكن ينطلق من رغبة متأججة ببناء مؤسسية مستمرة.
- ✓ يطمح دائماً في الوصول إلي نوادي الكبار.

## سمات و صفات المستثمر الصغير



## التسويق هو كل عمل تقوم به لتعرف من هم عملاؤك وزبائنك وما هي احتياجاتهم وكيفية إشباع رغباتهم لتحقيق ربح،

ولتحويل **الحلم / الفكرة** إلى حقيقة يجب أن يوجد مستهلكون لتلك الخدمة أو السلعة الناتجة عن هذا الحلم، ومن الضروري التعرف والإلمام بطبيعة العملاء ودراسة كيفية قيامهم بإتخاذ قرارات الشراء أو الإقبال علي **المنتج/ الخدمة**، فدراسة جانب الطلب علي الخدمة أمر في غاية الأهمية ويكون الهدف منها معرفة:

- من هم عملائي؟
- ماذا يريدون مني؟
- أين يريدون خدمتي/ سلعتي/ منتجي؟
- متي يقومون بالشراء؟
- ما هي الأسعار الأكثر ملاءمة لهم؟
- ما هي أفضل وأنجح الطرق للتعامل والتواصل معهم؟
- ما هي عاداتهم الشرائية؟
- أسباب إقبالهم علي الخدمة او المنتج؟
- دوافعهم؟
- تاريخهم مع منتج منافس؟
- من هم العملاء المحتملون مستقبلاً؟

# التسويق

## الإلمام بكل تفاصيل تخص العميل من حيث:

- النوع
- السن
- السكن
- مستوى المعيشة
- المستوى التعليمي
- القوة الشرائية
- نوع الثقافة الغالبة علي القطاع المستهدف.

- أيضاً يجب عليك دراسة أسباب إختيارهم لمنتجك وما هي التوقعات التي يأملون بتحقيقها من خلال الحصول علي هذا المنتج أو تلك الخدمة.
- أيضاً يجب عليك دراسة أسعار البيع وتحديد تكلفة الإنتاج والتميز بين النفقات العامة وغيرها وأيضاً تحديد الأرباح.





كل هذه البيانات السابقة ستساعدك للحصول علي معلومات دقيقة عن حجم السوق المستهدف للمنتج أو الخدمة التي ستقوم بتوفيرها، كما ستساعدك أيضا لمعرفة وتحديد الإتجاهات المستقبلية للسوق المستهدف محل الدراسة لتعرف حجم السوق و إمتداداته فالسوق ليس حكراً لأحد ولن يكون حكراً لك علي الدوام فالمنافسون الحاليون ستجدهم يحتلون قطاعاً وشرائح كبيرة من السوق وسيأتي إليك منافسون جدد ومستقبليون يشاركون السوق مع الجميع علي حساب حصتك أو حصة أحد المنافسين فلا تشغل بالك ولا تحاول في تفسير معادلة التنافس وأعلم أن وجود المنافس أفضل دليل علي وجودك وأفضل المحفزات لتطويرك وبقاءك طالما كنت تمتلك روح رجل أعمال بداخلك، فوجود النافس قد يوفر عليك القيام بدراسات وتحليل الفجوة بين المعروض والمطلوب كما قد يوفر عليك القيام بدراسات الإتجاهات الحديثة والمستقبلية في السوق حين يحاول تجريب خدمة أو منتج جديد لعرضه في السوق محل التنافس.