

BİZNES · PULSUZ RESURS

Yeni biznes üçün ilk 30 gün: addım-addım fəaliyyət planı

İdeyanı müştərilərlə yoxla, sadə təklif hazırla və ilk sifariş üçün çalış. Hər həftənin tapşırıqları və ayın sonunda qərar vermək üçün doldurula bilən suallar bir yerdədir.

QISACA

İlk həftə müştərinə dinlə. İkinci həftə bir təklif və qiymət hazırla. Üçüncü həftə təklifi sına, dördüncü həftə nəticəni ölç. Məqsəd hər şeyi qurmaq deyil: insanların nə üçün pul ödəyəcəyini anlamaq və növbəti addımı seçməkdir.

KİMƏ LAZIMDIR

Kiçik mağaza, kafe, onlayn satış və ya xidmət biznesinə başlamaq istəyənlər üçün. İdeyası olan, amma ilk həftə nə edəcəyini bilməyən frilanserlərə də uyğundur.

Nə əldə edəcəksən

- Kimə, hansı problemi həll edən və hansı qiymətə təklif verdiyini bir cümlə ilə yazacaqsan.
- Müştəri söhbətlərini, satış cəhdlərini və xərclərini sadə cədvəldə toplayacaqsan.
- 30-cu gün davam etmək, təklifi dəyişmək və ya sınağı dayandırmaq üçün əsasın olacaq.

Müəllif: Anar Rustamli · **Auditoriya:** Sahibkarlar · Rəqəmsal peşəkarlar · **Yeniləndi:** 2026-09-25 · anarrustamli.com/resources/your-first-30-days-in-business-a-practical-action-plan/

1-7-ci günlər: kimin hansı problemini həll edirsiniz?

Bu planı gündə təxminən bir saatlıq işə bölə bilərsiniz. İlk həftə məqsədin potensial müştərinin indiki davranışını anlamaqdır. Aşağıdakı sayılar işini planlamaq üçündür, uğur zəmanəti deyil.

- 1-ci gün: bir müştəri qrupu seç. Məsələn, Bakıda ofisə nahar sifariş edən kiçik komandalar. «Hamı» çox geniş cavabdır.
- 2-ci gün: həmin qrupdan danışa biləcəyiniz 10 nəfərin siyahısını yaz. Onlardan qısa söhbət üçün vaxt istə.
- 3-5-ci günlər: ən azı 5 nəfərlə danış. Soruş: «Bu problemlə son dəfə nə vaxt qarşılaşdınız? Necə həll etdiniz? Nə qədər vaxt və ya pul sərf etdiniz?»
- 6-cı gün: təkrarlanan problemləri topla. İnsanların öz dediyi sözləri qeyd et. «Alardım» cavabını sifariş kimi sayma.
- 7-ci gün: ən aydın problemi seç və yaz: «Mən [müştəri qrupu] üçün [problem] məsələsini [təklif] ilə həll edirəm».

- Doldur: Müştəri qrupum: ____.
- Doldur: Son söhbətlərdə təkrarlanan problem: ____.
- Doldur: Müştərilər bunu indi belə həll edir: ____.
- Həftənin nəticəsi: ən azı 5 söhbət qeydi və sınaqdan keçirəcəyiniz bir problem.

8-14-cü günlər: kiçik təklif və xərc planı hazırla

Başlanğıc təklifin həcmi aydın olsun. Məsələn, kiçik onlayn mağaza üçün «sosial media xidməti» əvəzinə «5 məhsul üçün foto və qısa mətn, 3 günə təhvil» yaz. Müştəri nə alacağını, sən isə nə etməli olduğunu biləcəksən.

- 8-9-cu günlər: təklifə daxil olanları, daxil olmayanları, qiyməti və təhvil vaxtını yaz.
- 10-cu gün: bir sifariş üçün material, qarşıdırma, çatdırılma və digər birbaşa xərcləri hesabla. Öz iş vaxtını ayrıca qeyd et.
- 11-ci gün: ilk ay üçün xərcləyə biləcəyiniz maksimum məbləği yaz. Birdəfəlik xərcləri və hər ay təkrarlanan xərcləri ayır.
- 12-ci gün: bir nümunə hazırla. Bu, məhsul fotosu, menyu və ya xidmətin nümunə nəticəsi ola bilər. Nümunəni real müştəri işi kimi təqdim etmə.
- 13-cü gün: təklifini bir səhifədə və ya bir mesajda topla. Sifariş vermək üçün bir aydın yol göstər.
- 14-cü gün: üç potensial müştəridən təklifdə nəyin anlaşılmadığını soruş. Ödənişli işə başlamazdan əvvəl fəaliyyətinə aid qeydiyyat, vergi və icazə tələblərini rəsmi mənbədən dəqiqləşdir.

- Təklifim: ____; qiymət: ____ AZN; təhvil müddəti: ____.
- Bir sifarişin birbaşa xərci: ____ AZN; tələb etdiyi iş vaxtı: ____ saat.
- Qiymət – birbaşa xərc = qalan məbləğ. Bu, xalis mənfəət deyil: aylıq xərclər, vergilər və öz əməyinin dəyəri də nəzərə alınmalıdır.
- 30 günlük xərc həddim: ____ AZN. Bu həddə çatanda yeni xərc etməzdən əvvəl nəticəni yoxlayacağam.
- Qeydləri Google Sheets-də və ya dəftərdə saxla. Cədvəli özün yeniləməlisən; o, mühasibat uçotunu əvəz etmir.

15-30-cu günlər: satışı sına, işi təhvil ver, qərar çıxar

- 15-17-ci günlər: müştərinin olduğu bir satış kanalı seç. Bu, mövcud tanışlıqlar, Instagram səhifən və ya yerli bizneslərə fərdi müraciət ola bilər. Uyğun 10 potensial müştəriyə konkret təklif ver.
- 18-21-ci günlər: cavabları qeyd et. Maraqlananlarla qiyməti, işin həcmi, ödəniş və təhvil şərtlərini yazılı razılaşdır. Cavab verməyə uyğun vaxtda bir dəfə xatırlatma göndər.
- 22-25-ci günlər: sifariş varsa, razılaşdığın işi təhvil ver. Faktiki vaxtı və xərci yaz. Müştəridən nəyin faydalı, nəyin çətin olduğunu soruş.
- Sifariş yoxdursa: danışmağa razı olan üç nəfərdən onları nə saxladığını soruş. Səbəbi bilmədən qiyməti endirmə.
- 26-28-ci günlər: rəylərə əsasən bir şeyi dəyiş. Məsələn, paketin həcmi və ya təhvil vaxtını. Yenilənmiş təklifi uyğun müştərilərlə yenidən sına.
- 29-30-cu günlər: nəticələri topla. Davam etmək, bir şeyi dəyişib yenidən sınamaq və ya bu təklifə xərci dayandırmaq qərarı ver.

- Satış qeydi: tarix | müştəri | təklif | cavab | növbəti addım.
- Ayın nəticəsi: ___ nəfərə təklif verdin; ___ nəfər cavab verdi; ___ sifariş təsdiqləndi; ___ sifariş ödəndi.
- Pul qeydi: daxil olan ödəniş ___ AZN; faktiki xərclər ___ AZN; hələ alınmalı ödəniş ___ AZN. Alınmamış ödənişi mövcud pul kimi sayma.
- Vaxt qeydi: bir sifarişə planladığın ___ saat; faktiki sərf etdiyim ___ saat.
- Növbəti ayın qərarı: ___; bunu əsaslandıran müşahidə: ___; ilk addım və tarix: ___.

Davam etmək üçün ödənişli tələb, işi vaxtında görə bilmək və xərclərin uyğunluğu birlikdə önəmlidir. Bəyənmə və baxış sayı təkbaşına kifayət etmir. Bir ayda satış alınmaması da bütün ideyanın yararsız olduğunu sübut etmir: təklifin düzgün insanlara çatıb-çatmadığını yoxla.

AI Builders icması ilə irəli get

Biznesində süni intellektdən istifadəni sınamaq istəyirsənsə, real nümunələr, digər iştirakçıların rəyi və müzakirələr üçün Azərbaycan AI Builders icmasının resurslar səhifəsinə baş çək: <https://abcommunity.org/resurslar>. 30 günlük sınağının nəticəsini də icmada paylaş: nə təklif etdin, nə öyrəndin və indi hansı suala cavab axtarırsan.

- Paylaşım üçün şablon: «Mən ___ üçün ___ təklifini sınaıdım. ___ nəfərlə danışdım. Nəticə ___ oldu. İndi ___ barədə rəy axtarıram».
- Müştərilərin adlarını, əlaqə məlumatlarını və məxfi biznes məlumatlarını paylaşmadan əvvəl qeydlərdən çıxar.

Tez-tez verilən suallar

Başlamaq üçün sayt və loqo lazımdır?

İlk söhbətlər və kiçik sınaq üçün aydın təklif, nümunə və əlaqə yolu çox vaxt kifayətdir. Müştərinin qərar verməsi üçün hansı məlumat çatdırsa, əvvəl onu hazırla. Sayt və loqoya xərci konkret ehtiyac yarananda planlaşdır.

Reklam büdcəm yoxdursa, ilk müştərim necə axtarım?

Seçdiyin müştəri qrupuna uyğun tanışlardan başla və təqdim edilməyini istə. Təklifini paylaşmağa icazə verilən uyğun qruplarda konkret nümunə göstər. Hər müraciətin cavabını qeyd et. Pulsuz tanıtım da vaxt tələb edir, bu vaxtı iş planına daxil et.

30 günə satış olmasa, nəyi dəyişməliyəm?

Əvvəl bax: təklif neçə uyğun insana çatıb, onlar nə cavab verib, hansı səbəbdən almayıblar? Az adama çatıbsa, müştəriyə çıxış yolunu yoxla. Təklif anlaşılmırsa, mətni sadələşdir. Problem onlar üçün vacib deyilsə, müştəri qrupunu və ya həll etdiyin problemi yenidən seç. Hər sınaqda bir əsas dəyişiklik et.

