

روش‌های تضمینی برای بالابردن حاشیه سود که حتما باید بدانید

همه با نیت کسب سود، وارد بازار کسب و کار می‌شوند. فرقی نمی‌کند این اقدام تجاری، راه‌اندازی یک مغازه کوچک باشد یا یک کارخانه بزرگ؛ یک تولیدی باشد و یا یک وب‌سایت دراپ شیپینگ. هر کسب و کاری، با هدف سوددهی و رشد شکل می‌گیرد. حاشیه سود یکی از مهم‌ترین شاخص‌های مالی در هر کسب‌وکاری است که نشان‌دهنده توانایی شرکت در تولید سود از درآمدهای خود می‌باشد. در این مقاله، به معرفی و بررسی راهکارهای بالا بردن حاشیه سود پرداخته‌ایم. با استفاده از این استراتژی‌ها، کسب‌وکارها می‌توانند بهره‌وری خود را افزایش دهند و به حداکثر سود ممکن دست یابند.

حاشیه سود چیست و چگونه باید آن را حساب کنیم؟

حاشیه سود به نسبت سود خالص به درآمد کل اشاره دارد و نشان‌دهنده کارایی یک کسب‌وکار در تبدیل درآمد به سود است. برای محاسبه حاشیه سود، فرمول زیر استفاده می‌شود:

$$\text{حاشیه سود} = ((\text{سود خالص}) / (\text{درآمد کل})) \times 100$$

سود خالص معمولاً از طریق کسر هزینه‌های عملیاتی، مالیات‌ها و سایر هزینه‌ها از درآمد کل به دست می‌آید و نشان‌دهنده مهارت بیشتر در مدیریت هزینه‌ها و سودآوری است.

استراتژی‌هایی برای بالا بردن حاشیه سود

در ادامه، استراتژی‌هایی برای مدیریت هزینه‌ها و بالا بردن حاشیه سود به شما پیشنهاد می‌شود. با به کارگیری این تکنیک‌ها، می‌توانید هزینه‌های عملیاتی خود را کاهش و سود نهایی خود را افزایش دهید. البته مدیریت یک کسب و کار و اجرای دقیق این تکنیک‌ها به تجربه و تخصص نیاز دارد. با این حال، با اجرای قدم به قدم و دقیق آن‌ها و کمک گرفتن از نیروهای متخصص، می‌توانید سرعت رشد خود را افزایش دهید.

هزینه‌های خود را کاهش دهید

هرچه هزینه‌های شما در ابتدای کار کمتر باشد، بخش بیشتری از درآمد شما را سود آن تشکیل خواهد داد. با روش‌های زیر می‌توانید هزینه‌های خود را کاهش دهید:

آگاهی تجاری خود را افزایش دهید

با یک‌جا نشستن و محدود کردن دسترسی به منابع هیچ اتفاقی نخواهد افتاد. بهترین‌های صنعت خود را بشناسید. اگر قصد دارید یک تولیدی راه‌اندازی کنید، با بهترین تامین‌کنندگان و عرضه‌کنندگان، واسطه‌ها و فروشندگان آشنا شوید. اگر کسب و کار اینترنتی راه انداخته‌اید بهترین شرکت‌های خدمات‌رسان در زمینه دیجیتال مارکتینگ و برندینگ را بشناسید و از آن‌ها یاد بگیرید. هرچه دانش بیشتری نسبت به کسب و کار خود داشته باشید، در آینده انتخاب‌های بهتری خواهید داشت.

مواد اولیه را عمده و ارزان بخرید

خرید عمده باعث کاهش قیمت محصولات اولیه و افزایش حاشیه سود می‌شود. برای تهیه مواد و منابع اولیه عجله نکنید، سعی کنید ابتدا بهترین تامین‌کنندگان را بشناسید، کیفیت و قیمت‌ها را مقایسه کنید و بهترین گزینه را انتخاب کنید. توجه داشته باشید که ارزان‌ترین قیمت‌ها گاهی به علت بی‌کیفیت بودن مواد اولیه هستند و ممکن است بر فروش شما در آینده تاثیر منفی بگذارند. پس سعی کنید محصولات باکیفیت را با قیمت‌های مناسب بخرید تا در آینده هم کیفیت مطلوبی داشته باشید و هم بتوانید در بازار رقابت کنید.

هزینه‌های غیر ضروری را حذف کنید

بسیاری از کسب‌وکارها ممکن است هزینه‌هایی داشته باشند که تأثیر کمی بر عملکرد آن‌ها دارند یا حتی باعث ایجاد اتلاف منابع می‌شوند. برای مثال، بررسی هزینه‌های تبلیغاتی و بازاریابی برای شناسایی کمپین‌هایی که بازدهی مناسبی ندارند، می‌تواند باعث صرفه‌جویی در مخارج شود. با تمرکز بر حذف هزینه‌های غیر ضروری، می‌توانید منابع مالی بیشتری را برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مهم اختصاص دهید.

اتوماسیون سازی برخی اقدامات

با استفاده از فناوری‌های نوین مانند نرم‌افزارهای مدیریت پروژه، سیستم‌های حسابداری خودکار و ابزارهای بازاریابی دیجیتال، در زمان و منابع انسانی صرفه‌جویی کنید. اتوماسیون باعث کاهش خطاهای انسانی و افزایش دقت در انجام وظایف می‌شود در نتیجه علاوه بر کاهش هزینه‌ها، امکان تمرکز بیشتر بر روی فعالیت‌های استراتژیک فراهم می‌شود که در نهایت منجر به افزایش حاشیه سود خواهد شد.

همه وظایف را خودتان به عهده نگیرید

برخی از وظایف تخصصی را به متخصصان بسپارید و خودتان بر روند کلی کسب و کار نظارت کنید. بله، سپردن برخی امور به افراد و شرکت‌های متخصص، هزینه‌هایی را به همراه دارد، اما در دراز مدت، مانع از اضافه شدن هزینه‌های ناشی از بی‌تجربگی شما در برخی امور، خستگی ناشی از وظایف زیاد و سنگین و از دست دادن کنترل اوضاع به علت زیاد بودن وظایف خواهد شد. برای مثال، برون‌سپاری برندینگ یا تبلیغات به آژانس‌های تخصصی می‌تواند منجر به طراحی کمپین‌های پربازده و جذب مشتریان بیشتر شود و در اولین کمپین، فروشی را به دست بیاورید که خودتان شاید بعد از ده کمپین به آن می‌رسیدید!

هوشمندانه تولید کنید

تولید به تنهایی کافی نیست. گاهی تولید هوشمندانه ۱۰۰ محصول خاص، بازدهی بیشتری نسبت به تولید عمده هزار محصول عادی دارد. رعایت تکنیک‌های زیر، منجر به تولید بهتر، کاهش برخی هزینه‌ها و در نهایت، بالا بردن حاشیه سود خواهد شد.

تولید محصولات کاربردی و مورد نیاز

قبل از شروع به تولید، نگاهی به بازار هدف بیاندازید و محصولاتی را ارائه دهید که در صدر نیاز مردم قرار دارند. برای دستیابی به یک درک دقیق از نیازهای بازار، باید تحقیقات بازار را انجام داد، نگاهی به محصولات و خدمات پرفروش رقبا کرد، نظرات مردم را خواند و به شرایط اجتماعی توجه کرد. یک مثال جذاب در این زمینه که احتمالاً همه شما حداقل یکبار شنیده‌اید این است: «در زمانی که همه در جستجوی گنج بودند، فردی با فروختن بیل ثروتمند شد!».

ترکیب محصولات پرفروش با محصولاتی که فروش کمتری دارند

پکیج‌هایی از محصولات پرفروش در کنار محصولاتی که فروش کمتری دارند تهیه کنید. این کار باعث می‌شود محصولات کمتر شناخته شده نیز فرصتی برای دیده شدن و فروش داشته باشند. به‌علاوه، مشتریان برای تهیه پکیج‌های خلاقانه هزینه بیشتری پرداخت می‌کنند. با این روش، تنوع محصولات فروشگاه یا برند شما بیشتر شده و حاشیه سودتان بیشتر خواهد شد.

نوآوری و خلاقیت در شکل محصولات و بسته بندی آن‌ها

بسته‌بندی و شکل ظاهری محصولات شاید به تنهایی باعث خرید آن محصول نشوند، اما تاثیری شگفت‌انگیز بر نتیجه تصمیم‌گیری خواهند داشت. فرض کنید وارد یک فروشگاه شده‌اید و دو برند معروف، با دو قیمت یکسان در برابر شما قرار دارد. در چنین شرایطی، احتمالاً نوع بسته‌بندی و شکل ظاهری آن محصول، منجر به تصمیم شما برای خرید آن می‌شود. علاوه بر این، بسته‌بندی‌های خاص و خلاقانه باعث می‌شوند که محصول شما در ذهن مشتری باقی بماند و دفعه بعدی که برای خرید می‌رود، محصول شما را انتخاب کند.

برندینگ را فراموش نکنید

بعد از اینکه کسب و کار خود را راه‌انداختید و محصولات و خدمات خود را متناسب با نیاز بازار تنظیم کردید، وقت آن رسیده که خود را به مردم بشناسانید. این کاری است که برندینگ برای شما انجام خواهد داد. برندینگ، به شما کمک می‌کند که دیده شوید و مشتریان به شما اعتماد کنند.

برخی از مهم‌ترین مزایای برندینگ برای کسب و کارهای کوچک و بزرگ عبارت‌اند از:

- ایجاد هویت منحصر به فرد برای کسب‌وکار
- جذب مشتریان جدید
- افزایش وفاداری مشتریان
- امکان قیمت‌گذاری بالاتر
- تسهیل ورود به بازارهای جدید
- ارتقاء اعتبار برند
- افزایش شناسایی برند
- تقویت ارتباطات با مشتریان

- جذب استعدادهای جدید
- ایجاد فرصت‌های همکاری

منطقی قیمت‌گذاری کنید

یکی از مراحل حساس برای فروش محصولات یا خدمات، قیمت‌گذاری است. قیمت یک محصول، جایگاهی سرنوشت‌ساز در فروش محصول و موفقیت آن در بازار دارد. قیمت‌های خیلی بالا از دور رقابت حذف می‌شوند، اما قیمت‌های خیلی پایین نیز ممکن است باعث شک مشتریان نسبت به کیفیت آن شود و از خرید صرف نظر کنند. با کمک تکنیک‌های زیر، قیمتی مناسب برای محصول خود انتخاب کنید:

تعیین قیمت متناسب با ارزش محصولات

یکی از دلایل اهمیت برندینگ برای کسب و کارها، همین معرفی و نشان دادن ارزش محصولات به مشتریان است. مشتریان معمولاً آماده‌اند تا مبلغ بیشتری برای محصولاتی پرداخت کنند که احساس کنند ارزش بیشتری دارند. برندینگ موثر، باعث می‌شود ارزش محصول به درستی دیده شود. اگرچه فرآیند برندینگ در ابتدا کمی هزینه‌بر است، اما در دراز مدت، منجر به بالا بردن حاشیه سود می‌شود.

پیش‌بینی تخفیف‌هایی برای خرید دوم و سوم

مهم‌ترین خاصیت این تخفیف‌ها تنها در افزایش فروش و ایجاد حس وفاداری در مشتریان نیست، بلکه مشتریان جدید نیز به خرید محصولات شما تشویق می‌شوند. علاوه بر این، مناسبت‌های مختلف سال نیز زمان مناسبی برای ارائه طرح‌های تشویقی به مشتریان هستند که حاشیه سود شما را بالا می‌برند.

پرهیز از قیمت‌های خیلی بالا یا خیلی کم

قیمت‌گذاری خیلی بالا ممکن است موجب دوری مشتریان شود و قیمت‌گذاری خیلی پایین ممکن است ارزش برند را تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین، تحلیل بازار و شناخت رقبا بسیار مهم است تا بتوان قیمت مناسبی تعیین کرد که هم جذاب باشد و هم بازدهی مناسبی داشته باشد.

روی مشتری‌های خوب سرمایه‌گذاری کنید

شناسایی مشتریانی که بیشترین ارزش را دارند (مانند افرادی که بیشتر خرید می‌کنند یا وفادارتر هستند) بسیار مهم است. پس از شناسایی این مشتریان، باید تلاش کنید تا ارتباطات خود را با آن‌ها تقویت کنید، مثلاً تخفیف‌های ویژه را از طریق ایمیل یا پیامک به آن‌ها اطلاع دهید و یا پیشنهادهای شخصی و ویژه

برای آن‌ها در نظر بگیرید. با این کار، احتمال خرید مجدد این مشتریان را افزایش می‌دهید و به مجموعه‌ای از بازاریابان رایگان نیز دسترسی پیدا می‌کنید؛ زیرا آن‌ها شما را به دوستان و آشنایان خود معرفی خواهند کرد!

جریان‌های درآمدی جدید بسازید

تنها به یک گذرگاه اقتصادی برای فروش محصولات اکتفا نکنید. درآمدزایی از روش‌های مکمل به کاهش وابستگی به یک منبع درآمد و کاهش ریسک ناشی از نوسانات بازار خواهد شد. با روش‌های زیر می‌توانید درآمد و حاشیه سود خود را افزایش دهید.

ورود به بازارهای جدید

محصولات خود را تنها در یک بازار نفروشید. می‌توانید واسطه‌های مختلفی برای فروش محصولاتتان استخدام کنید و محصولات را به صورت خرده و عمده به فروش برسانید. حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال در ایران مانند دیجی کالا، ترب، باسلام و غیره نیز، درگاه‌های درآمدی دیگری محسوب می‌شوند که می‌توان از آن‌ها بهره گرفت. داشتن یک سایت اختصاصی نیز کمک زیادی به افزایش اعتبار برند، شناخته شدن آن و بالا بردن حاشیه سود می‌کند. با این تکنیک، حتی در صورت مسدود شدن یکی از جریان‌های درآمدی، کسب و کار شما فلج نخواهد شد.

ارائه خدمات یا محصولات مکمل

این خدمات یا محصولات باید طوری طراحی شوند که بتوانند ارزش افزوده‌ای برای مشتریان ایجاد کنند؛ مثلاً اگر یک شرکت لوازم الکترونیکی تولید می‌کند، ارائه خدمات پس از فروش یا لوازم جانبی مرتبط می‌تواند جاذبه بیشتری ایجاد کند. یا مثلاً ارائه فیلم‌های آموزشی برای شرکت‌هایی که کارشان تولید و عرضه نرم‌افزارهای کامپیوتری است، درآمد ثانویه‌ای برای شرکت ایجاد می‌کند؛ یا اگر یک تولیدی لباس دارید، فروش اکسسوری‌های مناسب برای ست کردن با لباس‌ها فروش شما را افزایش می‌دهد.

راه‌اندازی سرویس‌های اشتراکی

ارائه محتوای ویژه، خدمات خاص یا دسترسی زودهنگام به محصولات جدید می‌تواند انگیزه‌ای برای مشترک شدن باشد. سرویس‌های اشتراکی معمولاً دارای نرخ نگهداری بالاتری هستند زیرا کاربران برای بهره‌مندی از مزایای سرویس آن را تمدید می‌کنند.

پیشرفت خود را رصد کنید

بدون نگاه به گذشته نمی‌توان به خوبی در آینده پیشرفت کرد. هر کسب و کاری باید از تجربیات خود درس بگیرد و آن را چراغ راهی برای پیشرفت آینده کند. تکنیک‌های زیر، به شما در رصد نمودار پیشرفت کسب و کار کمک می‌کند.

تعیین اهداف تجاری برای رصد پیشرفت

اول مشخص کنید که در یک بازه زمانی مشخص، انتظار چه میزانی از پیشرفت را دارید. اهداف تجاری شما باید خاص، قابل اندازه‌گیری و معقولانه باشند. مثلاً نمی‌توان از کسب و کاری که با یک میلیارد سرمایه راه‌اندازی کرده‌اید، انتظار بازدهی ده میلیاردی در عرض یک سال را داشته باشید. با تعیین اهداف منطقی، می‌توانید میزان پیشرفت خود را اندازه‌گیری کرده و در صورتی که پیشرفت شما فاصله زیادی با اهدافتان داشته باشد، برگردید و نقاط ضعف و قوت خود را بررسی کنید.

تحلیل منظم داده‌ها

اگر اهداف خود را برای بازه یک‌ساله یا پنج ساله تنظیم کردید، به این معنا نیست که باید پس از یک سال پیشرفت خود را رصد کنید! تحلیل‌های منظم ماهانه و فصلی به شما کمک می‌کند تا در مسیر رشد بمانید و تصمیمات هوشمندانه‌ای را در زمانی کوتاه بگیرید. استفاده از نرم افزارهای تحلیلی پیشرفته امکان مشاهده روندها و الگوهای را فراهم می‌کند که ممکن است در غیر این صورت قابل شناسایی نباشند. از نظر متخصصان و کارشناسان نیز می‌توانید بهره بگیرید.

رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت

با تحلیل‌هایی که انجام می‌دهید چشم انداز نسبتاً واضحی نسبت به نقاط ضعف و قوت خود پیدا می‌کنید. با رفع نقاط ضعف و تقویت نقاط قوت می‌توانید پله پله کسب و کار خود را توسعه دهید.

نتیجه‌گیری

همانطور که دیدیم بالا بردن حاشیه سود تنها با یکی دو اقدام ساده مانند کاهش قیمت‌ها و افزایش محصولات ممکن نیست. این کار به زمان، دقت، پیگیری، نظم، هوش و تخصص نیاز دارد. این طبیعی است که به عنوان یک صاحب کسب و کار، همه مهارت‌ها را یکجا نداشته باشید. به همین دلیل می‌توانید

از خدماتی که افراد و شرکت‌های متخصص برای رشد کسب و کارها ارائه می‌دهند استفاده کنید تا بهترین نتایج را به دست بیاورید.

سوالات متداول

- ۱- چرا گاهی اوقات، حاشیه سود کسب و کار افت می‌کند؟
نوسانات بازار، افزایش ناگهانی قیمت‌ها، رقابت شدید، تغییر نیازهای بازار، به روز نبودن داده‌های کسب و کار، از جمله عواملی هستند که بر فروش و سوددهی تاثیر منفی می‌گذارند.
- ۲- آیا کاهش قیمت محصول، باعث بالا بردن حاشیه سود می‌شود؟
کاهش قیمت اگر منطقی باشد بر سوددهی بیشتر اثر می‌گذارد. اما کاهش قیمت شدید، ارزش برند را کاهش داده و باعث بی‌اعتمادی مشتریان می‌شود.
- ۳- کاهش حاشیه سود برای رشد کسب و کار خطرناک است؟
در کوتاه مدت خیر! کاهش حاشیه سود در برخی موارد تنها نشان‌دهنده وجود برخی نواقص در کسب و کار است که با تحلیل دقیق می‌توان آن‌ها را رفع کرد.
- ۴- هزینه‌های برندینگ باعث کاهش حاشیه سود نمی‌شوند؟
اگر با دید بلندمدت به قضیه نگاه کنیم، خیر. برندینگ، هزینه نیست، سرمایه‌گذاری است و در بلندمدت باعث بالا بردن حاشیه سود و اعتبار کسب و کار می‌شود.
- ۵- آیا می‌توان اثر تغییرات سیاسی و اقتصادی بر حاشیه سود را پیش‌بینی کرد؟
بله اما این امر به دانش و تخصص اقتصادی و تحلیل دقیق اخبار و اطلاعات نیاز دارد.

منابع

+++

<https://aligholizadeh.ir/posts/profit-margin>

<https://kazemhosseini.com/post/۶۷/۷-practical-strategies-to-increase-company-profits>

<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/how-to-improve-profit-margin>