



استارت آپ
۶۰ دقیقه‌ای

نویسنده: رامش دونثا
مترجم: مهنا حاجتی



فهرست مطالب

- مقدمه (پیشگفتار) ۵
- راز شروع یک کسبوکار موفق سریعتر از زمانی که فکرش را می‌کنید ۸
- روز ۱: با «چرا» شروع نکن با «چه چیز» شروع کن ۲۳
- روز ۲: خلق مشتری ۳۱
- روز ۳: فروش چیزی که مردم مایل به خرید آن هستند ۳۵
- روز ۴: ارزش پیشنهادی منحصر بفرد خود را پیدا کنید ۴۱
- روز ۵: مهمترین سوال ۴۷
- روز ۶: قیمت‌گذاری صحیح ۵۳
- روز ۷: کسبوکار خود را آغاز کنید ۵۷
- روز ۸: از دستاورد خود محافظت کنید ۶۳
- روز ۹: فروش آنلاین محصولات را آغاز کنید ۶۹
- روز ۱۰: پول، پول، پول ۷۵
- روز ۱۱: بیایید درباره اعداد و ارقام صحبت کنیم ۸۳
- روز ۱۲: رویکرد چابکی در برندسازی کسبوکار ۸۹
- روز ۱۳: برنامه کسبوکار ترسناکی که آنقدرها هم سخت نیست ۹۵
- روز ۱۴: مکان فروش، لجستیک بازار، عرضه محصول ۱۰۳
- روز ۱۵: زمان عرضه محصولات فرا رسیده ۱۰۹
- روز ۱۶: مشتریان شما از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند - شما چطور؟ ۱۱۳
- روز ۱۷: مشتریان مخصوص خود را پیدا کن ۱۱۹
- روز ۱۸: مشتریان برای همکاری با شما رقابت می‌کنند ۱۲۷
- روز ۱۹: مورد توجه قرار بگیریم ۱۳۱
- روز ۲۰: فروش از طریق معرف را به کمک شبکه‌های اجتماعی افزایش دهید ۱۳۷

راز شروع یک کسب‌وکار موفق سریعتر از زمانی که فکرش را می‌کردید

سالی و ساندر هر دو می‌خواهند کسب‌وکاری راه اندازی کنند. سالی وقت خود را صرف تحقیق درباره ایده‌های کسب‌وکار، محصولات و پتانسیل فروش دارند و بازارهای هدف می‌کند. او آنقدر خود را در اطلاعات غرق کرده که اکنون نسبت به روز اول سردرگمی او بیشتر شده است. ساندر سوال ساده‌ای برای خود مطرح کرده است: «اگر من محصول X را بفروشم، چه کسی با پرداخت چه مبلغی حاضر به خرید آن خواهد بود؟» او تکلیف خود را انجام می‌دهد و در عرض یک ساعت به پاسخ می‌رسد.

سالی در کلاس کسب مهارت در برندسازی شرکت می‌کند و روی رنگ، طرح و فونت لوگوی کسب و کار خود کار می‌کند تا به شکل مطلوب برسد. یک ماه دیگر نظر او تغییر می‌کند و به خانه اول برمی‌گردد. ساندر لوگوی خود را ظرف چند دقیقه با کمک یک سایت آنلاین ایجاد لوگوی برند، طراحی می‌کند و تصمیم خود را نهایی می‌کند. او برای طراحی این لوگو جایزه‌ای کسب نمی‌کند اما آنقدر خوب است که افراد کسب‌وکار او را جدی بگیرند.

سالی کتابی می‌خواند که در آن گفته شده پیش از ساخت محصول باید نیاز بازار را شناسایی کرد. پس او برای انجام این تحقیق و رسیدن به پاسخ، پول خود را صرف نظرسنجی می‌کند و از آنجایی که با پاسخ‌های متضاد مواجه می‌شود و این نظرسنجی را دوباره برگزار می‌کند. در نهایت دست از تلاش برمی‌دارد و با گزینه خود کار را پیش می‌برد. ساندر نیز همان کتاب را می‌خواند اما تنها کاری که انجام می‌دهد این است که از چند نفر از کسانی که با آنها در ارتباط است پرس و جو می‌کند و پایان هفته اولین فروش خود را تجربه می‌کند.

سالی از دیدگاه «چرا شروع کن» پیروی می‌کند، ارزیابی‌های شخصی پیچیده‌ای انجام می‌دهد و یک تخته آرزوها (vision board) طراحی می‌کند. در مقابل ساندر محصولات بیشتری به فروش می‌رساند.

سالی ده نرم‌افزار رایگان برای پیدا کردن بازار هدف خود دانلود می‌کند اما هنوز نمی‌داند بازار هدف او چگونه است. ساندر از این مرحله چشم پوشی کرده است

اما مشتریانی دارد که از او خرید می‌کنند و این همان بازار هدفی است که یک کارآفرین تازه کار به آن نیاز دارد. سالی در دوره آموزشی رایگان برنامه ریزی کسب‌وکار که در مرکز پیشرفت کسب‌وکارهای کوچک محل زندگی او برگزار می‌شود شرکت کرده است. دوره آموزشی به پایان می‌رسد، نظر سالی درباره همه چیز تغییر می‌کند و تمام برنامه‌ای که برای کسب‌وکار خود در نظر گرفته بود دور می‌اندازد. در مقابل ساندر تنها از یک برنامه کسب‌وکار ساده که امتحان خود را پس داده استفاده می‌کند تا بتواند اولین مشتریان کسب‌وکار خود را جذب کرده و حفظ نماید و این برنامه مانند یک جادو، موثر واقع می‌شود.

سالی مشترک برنامه‌های آموزشی کارشناسان بازاریابی می‌شود و در زمینه کانال‌های خرید، بازاریابی ایمیلی و شبکه‌های اجتماعی دوره‌های آموزشی مختلفی خریداری می‌کند. در سه ماه آینده هیچ پیشرفتی در کسب‌وکار او حاصل نمی‌شود اما مطالب زیادی درباره مارکتینگ یاد می‌گیرد. درست در این زمان ساندر حضور آنلاین کسب‌وکار خود را تا حدودی تثبیت کرده و آنقدر مشتری ثابت دارد که بتواند از کار تمام وقت خود استعفا دهد.

راهی که سالی در پیش گرفته راهی است که بیشتر کارآفرینان تازه کار در آن قدم می‌گذارند. انجام صحیح و دقیق آن بسیار کند و خسته کننده است. شیب یادگیری در این راه بسیار تند است و حتی اگر به موفقیت منجر شود، موفقیتی همه جانبه نخواهد بود. پس از گذشت چندین ماه سالی هیچ فروشی نداشته و نمی‌داند چگونه این راه را ادامه دهد. سالی نه تنها در کسب‌وکار خود بلکه حتی در آغاز کسب‌وکار خود نیز شکست خورده است.

ساندر الگوی کارآفرینی چابکی را انتخاب کرد؛ یک الگوی جدید برای شروع یک کسب‌وکار سودآور و جذب سریع مشتری درست زمانی که بقیه افراد درمانده شده و کاری از پیش نمی‌برند. روشی سریع، منعطف و چابک.

شما می‌خواهید کسب‌وکار خود را چگونه آغاز کنید؟ مانند سالی یا ساندر؟ مهم نیست کسب‌وکار یک کارآفرین به فروش محصول ختم شود یا ارائه خدمات؛ آنچه بین تمامی آنها مشترک است کسب درآمد در سریع‌ترین زمان ممکن است. پس بگویید شما این کار را چگونه انجام می‌دهید؟ چگونه می‌توانید با یک ساعت فعالیت در روز در مدت یک ماه و حتی کمتر مشتری جذب کرده و کسب‌وکار خود را آغاز کنید؟

در ادامه به شما نشان می‌دهیم چگونه مانند ساندر عمل کنید.

دنیای عجیب کارآفرینی چابکی

باید اطلاعات خود را بازبایی کنیم و به معنی کلمه «چابک» در دیکشنری Merriam-webster نگاهی بیندازیم:

۱. کسی یا چیزی که سریع و با ظرافت حرکت می‌کند
۲. کسی که زرنگ، کاردان و سازگار است

عموماً موسسان استارت آپ‌ها زمان و هزینه زیادی را صرف ساخت الگوی کسب‌وکاری می‌کنند که ممکن است هیچ وقت به موفقیت و سودآوری نرسد. اما کارآفرینان چابک عملکرد متفاوتی دارند: آنها معتقدند برای کسب درآمد کافی است محصولی برای عرضه به بازار در اختیار داشته باشید.

من هم دوباره می‌گویم:

برای کسب درآمد کافی است محصولی برای عرضه به بازار در اختیار داشته باشید.

کارآفرینان چابک به بازخوردی که از دنیای واقعی کسب‌وکار دریافت می‌کنند بیشتر از تئوری‌ها اعتقاد دارند و سرعت را به نظم ترجیح می‌دهند. انجام کار در زمان حال مهم‌تر از انجام کار به بهترین شکل ممکن است. پولی که در حساب بانکی ذخیره می‌شود بهتر از پولی است که صرف دوره‌های آموزشی می‌شود. احتمالاً می‌گویید کارآفرینان چابک در این راه فقط به دنبال پول هستند و باید بگویم که دقیقاً همین طور است. اگر به دنبال چیزی که به آن علاقه دارید بروید شاید شما را به پول برساند و شاید هم نه. از آنجایی که تا این زمان موفق نشدم حتی یک کتاب پیدا کنم تا نکاتی را که برای آغاز یک کسب‌وکار ضروریست و به سرعت باعث جذب مشتری می‌شود به شما آموزش دهد، تصمیم گرفتم خودم کتابی بنویسم.

اگر شما زرنگ و چابک هستید می‌توانید به سرعت درآمد کسب کنید. چگونه؟ روی یک مورد کوچک کار می‌کنید، به سرعت آن را به مرحله اجرا درمی‌آورید، بازخورد می‌گیرید و بعد از آن برنامه کسب‌وکار خود را با نتایج به دست آمده وفق می‌دهید. این فرآیند چرخه‌های کوچک، سریع و تکراری با نام چرخه عمر تکرار شونده شناخته می‌شود. بر اساس این چرخه می‌توانید بررسی کنید که چه چیزی موثر است، کدام بخش عملکرد بهتری دارد و کدام بخش‌ها هیچ تاثیری

در فرآیند کسب‌وکار شما ندارند. در نتیجه می‌توانید رویه خود را بر مبنای این مشاهدات تغییر دهید و فرآیند مشخصی را حذف یا تکرار کنید.

اگر ساندن همیشه بر سالی پیروز می‌شود پس چرا شما پیش از این با کارآفرینی چابکی آشنا نشده بودید؟ چرا هیچ کدام از کتاب‌های حوزه کسب‌وکار و دوره‌های آموزشی این روش را آموزش نمی‌دهند؟ چابکی با کارآفرینانی که به تنهایی فعالیت می‌کنند، استارت آپ‌های صد دلاری و اقتصاد گیگی بیگانه است. چابکی کلمه‌ای است که من در حرفه خود به عنوان تحلیلگر سیستم، مدیر محصول و مشاور مدیریت زیاد به گوشم خورده است. ۱۰۰ شرکت برتر جهان از سراسر شبه جزیره هند، اروپا و ایالات متحده آمریکا پیام‌هایی برای من ارسال کرده و خواسته‌اند که کارایی سیستم‌های حوزه فناوری اطلاعات را افزایش دهم. دوست داشتم رویکرد چابکی را به نام خود ثبت کنم اما یک تیم توسعه دهنده نرم‌افزار که در یک کلبه ییلاقی در کوه‌های Wasatch ایالت یوتا آمریکا فعالیت می‌کنند برای نخستین بار از این اصطلاح استفاده نموده‌اند.

در فوریه ۲۰۰۱، هفده نفر از توسعه دهندگان نرم‌افزار که هر کدام اهل یک کشور بودند برای فراغت از مشکلاتی که با رئیس‌ان خود داشتند دور هم جمع شدند و در مورد اینکه چطور میتوان پروژه‌ها به موقع تحویل داد با یکدیگر گفت و گو کردند. این یک دور همی ساده بود اما با کمی برنامه ریزی این دورهمی‌ها هدفمند شد و آنچه از میان مکالمات آنها پدید آمد مانیفست توسعه «نرم‌افزار چابک» بود. این سند نرم‌افزاری کامل روش توسعه دهندگان در برنامه ریزی پروژه‌ها، همکاری با همکاران، ارائه گزارش کار به مدیران و پایان به موقع کارها را دگرگون ساخت. مانیفست این نرم‌افزار چهار بند اساسی دارد که راهنمای انجام تمامی پروژه‌هاست:

۱. افراد و تعاملات بر فرآیندها و ابزار ارجحیت دارند
۲. نرم‌افزاری که کار می‌کند نسبت به تولید سند نرم‌افزاری جامع ارجح است
۳. همکاری با مشتری نسبت به مذاکره بر سر عقد قرارداد در اولویت قرار دارد
۴. همگام شدن با تغییرات به جای پیروی از برنامه از پیش تعیین شده

رویکرد چابکی انقلابی در حوزه طراحی و تولید نرم‌افزار به وجود آورد. Silicon Valley را به پایتخت فناوری جهان تبدیل کرد و موجب طراحی سایت‌ها و اپلیکیشن‌هایی همچون Instagram، Dropbox، Airbnb، Uber و امثال اینها