

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**دوره کسب کارهای اینترنتی (استارت آپ ها)**

**ویژه پرسنل محترم اداره کل تعاون روستایی استان خوزستان**

## سیلابس دوره

- ✓ معرفی گونه های مختلف کار آفرینی
- ✓ معرفی استارت آپها ، ویژگیها و وجوه تمایز آنها
- ✓ ویژگی های استارت آپ در مقایسه با کسب کار
- ✓ فرآیند تیمسازی در استارت آپ
- ✓ مراحل راه اندازی استارت آپ
- ✓ استراتژی های لازم در راستای موفقیت استارت آپها
- ✓ شرح جزئیات متدولوژی استارت آپ های ناب (The Lean Start up)
- ✓ علل عدم موفقیت استارت آپ ها در جهان و ایران
- ✓ برخی استارت آپ های موفق داخلی

## انواع کارآفرینی

۱. کارآفرینی کسب و کارهای کوچک (سوپرمارکت، نانوائی، گاوداری کوچک، خشکشویی، جوشکاری و تراشکاری).
  ۲. استارت آپ های گسترش پذیر، در ابتدا هدفشان جستجوی مدل کسب و کار است و به دنبال سرمایه های خطرپذیر هستند. درصد شکست در این روش بالا است ولی کسانی که موفق می شوند رشد خیلی بالایی دارند تمایل دارند در یک منطقه نزدیک به هم قرار بگیرند معروفترین نمونه برای این نوع نزدیک به هم بودن سیلیکون، در این دوره این نوع کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.
  ۳. استارت آپهای خریدنی: تکنولوژیهای جدید مثل نوشتن APP با هدف نهایی فروش به شرکتهای بزرگ
  ۴. کارآفرینی در شرکتهای بزرگ: بزرگ بودن برای شرکتهای بزرگ هم مزیت است هم عیب بخاطر بزرگ بودنشان و چرخه عمر کوتاه محصولاتشان نوعی نوآوری را استفاده می کنند که به آن نوآوری پیوسته می گویند. در این نوآوری خود محصول اولیه وجود دارد ولی در هر مرحله چیزی به آن می شود. ولی شرکت هایی که میخواهند جلوتر از بقیه باشند مجبورند به سراغ گونه ی دیگری از نوآوری بروند که مختص استارت آپهای گسترش پذیر است که نوآوری ویرانساز یا توفنده ترجمه شده است.
  ۵. کارآفرینی اجتماعی: در ۴ نوع بالا کارآفرینان معمولاً یک هدف بیشتر ندارند و آن هم رسیدن به سود است. در کارآفرینی اجتماعی هدف تغییر و بهبود یک چیز در اجتماع است.
- در کارآفرینان استارت آپها معمولاً یک تفاوت عمده با دیگر کارآفرینان دارند. می خواهند دنیا را تغییر دهند . جهان اکنون در انقلاب دوم صنعتی به سر می برد. محصول از طریق کانال هایی به دست مشتری می رسد که به کانال های توزیع معروف است . محصول و کانال میتوانند فیزیکی باشند یا مجازی.

## تعریف استارت آپ

تعاریف مختلفی از استارت آپ ها ارائه گردیده است که در اینجا به چند تعریف مهم اشاره می شود

استارت آپ = کسب و کار نوپا

استارت آپ = کسب و کار نوپای فعال در محیط فن آوریهای نوین

تعریف استارت آپ به عنوان یک واژه انگلیسی در دیکشنری وبستر:

استارت آپ یک کسب و کار جدید است (A New Business)

تعریف استارت آپ توسط مرکز کسب و کارهای کوچک آمریکا:

کسب و کاری که عموماً حول محور تکنولوژی شکل گرفته و پتانسیل رشد بالایی دارد.

از نگاه استیو بلنک (بزرگترین متفکر حوزه استارت آپ):

استارت آپ نهادی است انسانی که ساخته شده برای خلق محصول یا خدمتی نو در شرایط عدم قطعیت بسیار .

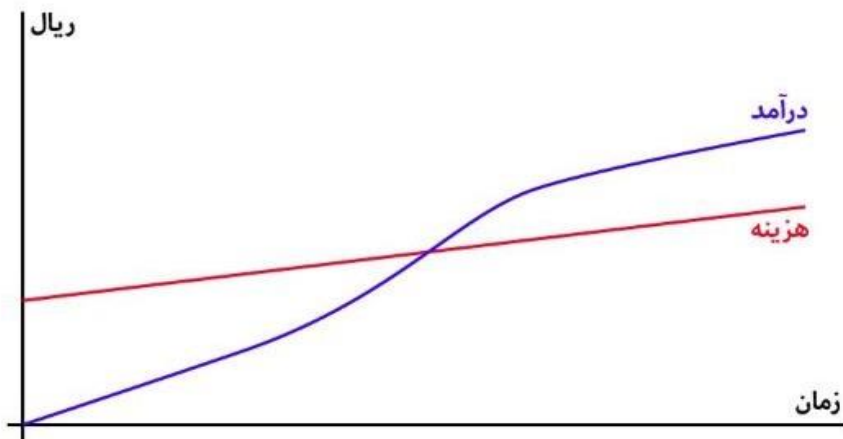
و در تعریف دقیقتر:

استارت آپها واحدهای نوپایی هستند که با فناوریهای-سطح-بالا ایده آنها شکل خواهد گرفت و هدف آنها تولید محصولات فناورانه سطح بالا برای تأمین نیازهای جدید و دانش بنیان و یا نیازهای معمول به روشی مبتنی بر دانش های جدید است.

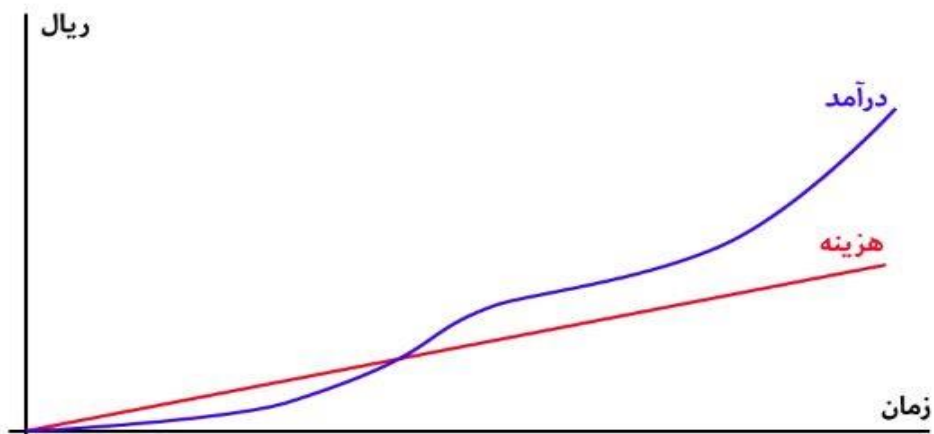
**ویژگی های استارت آپ ها:**

- کسب و کاری است که یک نیاز جدید و اساسی را بر طرف کند.
- به کسب و کاری می گویند که مقیاس پذیر است.
- استارت آپ ممکن است ایده ای کپی باشد یا نباشد .ممکن است ایده ای جدید و نو باشد.
- ممکن است قبلاً کسی آن را راه اندازی کرده باشد یا نباشد.
- ممکن است کسب و کاری آینده نگر باشد که باعث تحول در بازار می شود .
- کسب و کاری سنتی باشد که به صورت آنلاین خدماتی را ارائه می دهد.
- احتمالاً ریسک بالایی دارد و در شرایطی راه اندازی می شود که همراه با ابهامات زیادی است.
- ممکن است موفق شود یا شکست بخورد.
- ممکن است با استقبال مردم رو به رو شود یا نشود.
- ممکن است در تأمین هزینه های مالی کم بیاورد.
- ممکن است در آینده دیگر طرفدار نداشته باشد.

## ویژگی های استارت آپ در مقایسه با کسب کار:



شکل ۱. نمونه ای از درآمدها و هزینه های یک کسب و کار موفق



شکل ۲. نمونه از درآمدها و هزینه های یک استارت آپ موفق

- سرعت رشد
- استارت آپ با سرعت رشد می کنند و به بلوغ میرسند. محصول نوآورانه ای دارند که قرار است به بخش بزرگی از بازار عرضه شود ولی در کسب و کارهای سنتی در دست گرفتن بخش کوچکی از بازار و فعالیت طولانی مدت در آن حوزه است.
- نحوه تامین سرمایه

سرمایه گذاران خطر پذیر یا بنگاه های سرمایه گذاری خصوصی بهترین گزینه های پیش روی استارت آپ ها هستند.

کسب و کار های کوچک بیش تر تمایل دارند سرمایه خود را از طریق وام و قرض تامین کنند. (سرمایه گذاری بی خطر)

### • برنامه برای بازپرداخت سرمایه

حدود ۹۰٪ استارت آپ ها شکست می خورند و سرمایه گذاران هم پس از مدتی پول خود را می خواهند پس باید برنامه ای برای بازپرداخت سرمایه داشته باشید.

کسب و کارهای کوچک معمولاً با سرمایه شخصی یا وام بلند مدت راه اندازی می شوند کم تر با چنین مشکلی مواجه می شوند

## فرآیند تیم سازی در استارت آپ

شروع یک کسب کار جدید همواره با چالش ها و سختی های بسیاری همراه است. یک استارت آپ مشابه یک نوزاد نیازهای متعددی دارد که هر کدام در جای خود اگر برآورده نشوند منجر به مرگ و شکست آن می شود. بسیاری معتقداند پول زیاد در ابتدای کار برای استارت آپها مرگبار است و آنها را تنبل می کند. در این مورد نمی توانیم نظر قطعی داشته باشیم ولی مطمئناً هیچ کس با اینکه منابع انسانی بهتری را استخدام کنیم مخالف نیست. کیفیت منابع انسانی در ابتدای کار استارت آپ نقش بسیار تعیین کننده ای در موفقیت آن خواهد داشت. برای یک کارآفرین که استارت آپش همه زندگی اش است کار مشکلی است که افرادی مشابه خود به تیمش اضافه کند. تعهد کاری بالای موسسان کسب و کارها باعث می شود که در بسیاری از مواقع از استخدام و افزودن افراد جدید به تیم امتناع کنند، ولی در نهایت تیم اولیه باید گسترش پیدا کند و گرنه هیچ گاه استارت آپ به موفقیت نمی رسد.

لیندر گریر استاد دانشگاه استنفورد که ۱۲ سال است در زمینه تیم سازی برای استارت آپها فعالیت می کند تعبیر جالبی برای استخدام نیرو در ابتدای راه برای استارت آپها دارد. به عقیده او رابطه نخستین کارمندان با استارت آپها همانند یک ازدواج است. هسته اصلی استارت آپها باید توجه داشته باشند که افرادی که قرار است به تیم خودشان اضافه کنند باید سالها در کنارشان بوده و کسب و کار موجود را گسترش دهند. آیت مهایی را که یک کارآفرین برای تشکیل نخستین تیم خود باید مورد توجه قرار دهد شامل

### ۱- تشخیص نیاز

ابتدای مسیر تیم استارت آپها صرفاً از موسسان تشکیل می‌شود. هسته اولیه تیم باید تصمیم بگیرد که هر کدام از اعضا چه نقشی را خواهند داشت. چه کسی مدیر فناوری است و چه کسی مسئول بازاری؟ بعد از مشخص شدن موقعیت هر کدام از موسسان نیازهای استارت‌آپ مشخص می‌شود و می‌توان در قدم بعدی اعضای بیشتری به تیم اضافه کرد.

## ۲- نیروی تمام‌وقت یا پاره‌وقت؟

مدیریت یک استارت‌آپ به معنی کسب و کار در بهینه‌ترین شرایط ممکن از نظر مالی است. شاید استارت‌آپ در ابتدای کار نیازی به نیروی تمام‌وقت نداشته باشد. موسسان و هسته اولیه استارت‌آپ باید در این مورد تصمیم‌گیری کنند و با توجه به نیازمندی‌های استارت‌آپ خود نیروهای تمام‌وقت یا پاره‌وقت استخدام کنند.

## ۳- یکی مرد جنگی به از صد هزار

اگر گوگل در استخدام نیروی جدید اشتباه کند ظرف چند ماه می‌تواند بدون داشتن مشکلات زیاد این اشتباه خود را جبران کند. ماشین عظیم گوگل با یک یا چند استخدام اشتباه دچار مشکل نمی‌شود، ولی قضیه یک استارت‌آپ کاملاً متفاوت است. وقتی تیم یک استارت‌آپ از ۱۰ نفر تشکیل شده یک استخدام اشتباه می‌تواند ضربه جبران‌ناپذیری به استارت‌آپ بزند.

هنگام استخدام افراد برای یک استارت‌آپ، هسته اصلی استارت‌آپ باید به این نکته توجه داشته باشد که فردی که به تیم اضافه می‌شود را به خوبی بشناسد. در این موارد توصیه می‌شود که کارآفرینان کسی را که شناخت کامل از او دارند، استخدام کنند. البته این موضوع همیشه به صورت ۱۰۰ درصدی اتفاق نمی‌افتد ولی هر چه شناخت از فرد جدید بیشتر باشد ریسک اشتباه کاهش می‌یابد.

کارآفرینان همچنین هنگام استخدام باید به این نکته توجه داشته باشند که فردی که قرار است به تیم اضافه شود فارغ از نقشی و رده سازمانی، مهارت‌ها، دانش و ارتباطاتی داشته باشد که در بلندمدت به نفع استارت‌آپ باشند. برای مثال ممکن است فردی تحصیلات دانشگاهی خیلی خوبی ندارد ولی در صنعت ارتباطات بسیار خوبی داشته و می‌تواند به توسعه استارت‌آپ کمک فراوانی کند. در این مورد ارتباطات فرد می‌تواند یک دارایی مهم برای استارت‌آپ بوده و ضعف وی در مدارج تحصیلی را جبران کند. در کل توجه به چهار عامل زیر برای استخدام افراد در یک استارت‌آپ ضروری است:

تجربه کاری در زمینه محصول و صنعت استارت‌آپ داشته باشد

شناخت کافی از آنها وجود داشته باشد



به حقوق کم قانع باشد

به محصول و یا خدمتی که استارت‌آپ ارائه می‌دهد علاقه داشته باشد

#### ۴- استخدام متخصصان منابع انسانی، مالی و بازار

یک استارت‌آپ باید علاوه بر فعالیت در بازار همواره در حال رشد باشد. برای ورود به بازار و موفقیت، یک استارت‌آپ نیازمند متخصصان بازاریابی و فروش است. بحث فروش و بازاریابی نیازمند افرادی با انرژی بالا و دارای دانش بازاریابی است و یک کسب و کار نوپا نیاز دارد که چنین متخصصانی در تیم خود داشته باشد.

علاوه بر بحث فروش، استارت‌آپ برای توسعه و استخدام افراد جدید نیازمند یک فرد متخصص در زمینه منابع انسانی است. شاید استخدام یک متخصص خبره در زمینه منابع انسانی برای هر استارت‌آپی از لحاظ مالی به صرفه نباشد، ولی داشتن یک مشاور در این زمینه علاوه بر کاهش هزینه‌های حقوق ثابت می‌تواند به توسعه منابع انسانی استارت‌آپ کمک شایانی کند.

در کنار دو تخصص منابع انسانی و بازار، یک متخصص مالی برای مدیریت سرمایه نقدی در استارت‌آپ ضروری است. البته باید توجه داشته باشیم که مباحث حسابداری و مالیات خیلی پیچیده نبوده و یکی از اعضای اصلی با صرف اندکی وقت می‌تواند این پست را در سازمان بر عهده بگیرد، هرچند اگر این توانمندی در تیم استارت‌آپ وجود نداشته باشد استفاده از یک حسابدار پاره‌وقت در کنار هزینه نه‌چندان بالا، می‌تواند جلوی زیان‌های احتمالی و جریمه‌های سنگین مالیاتی را بگیرد.

#### ۵- کارمندان جدید لزوماً دوستان خوبی نیستند

در بسیاری از اوقات موسسان استارت‌آپها سعی می‌کنند تا افرادی را استخدام کنند که به شخصیت خودشان نزدیکتر است. داشتن نظرات، شخصیت‌ها و ریسک‌پذیری‌های مختلف در استارت‌آپ ضروری است. البته باید این نکته را مد نظر قرار دهیم که افراد جدید با فرهنگ استارت‌آپ و ارزش‌های تیم سازگار باشند.

این اشتباه به صورت ناخودآگاه و طبیعی در افراد اتفاق می‌افتد، مدیران همیشه علاقه دارند افراد نزدیک به شخصیت خود، همشهری و یا هم قومیت خود را استخدام کنند. حضور بیش از ۱ نفر در پنل مصاحبه و یادآوری این موضوع که شایستگی‌ها و سازگاری افراد با ارزش‌های کسب و کار مهمترین موضوع در استخدام فرد جدید است، می‌تواند به کاهش بروز این اشتباه کمک کند.

#### ۶- صبر و تامل موقع استخدام، ولی هنگام اخراج نه

استخدام افراد در یک تیم استارت‌آپی کاری بسیار حساس است و باید وقت زیادی برای جستجو و مصاحبه با کاندیداهای مورد نظر صرف شود. شناخت کافی و دقت نظر در انتخاب فرد جدید از جمله نکات حیاتی در بحث گسترش تیم‌های استارت‌آپی است ولی وقتی صحبت اخراج است، قضیه فرق می‌کند.

مزیت رقابتی استارت‌آپها چابک بودن آنهاست. استارت‌آپها همانند کسب و کارهای بزرگ صاحب سرمایه مالی بزرگی نیستند و درست کار نکردن یک قسمت از تیم می‌تواند ظرف مدت کوتاهی کل تیم را نابود کند. به همین دلیل توصیه می‌شود برخلاف زمان استخدام، در تصمیم‌گیری برای اخراج افراد از تیم صبر زیادی نداشته باشیم. اگر کسی را استخدام کردیم و متوجه شدیم که به هر دلیلی قابلیت ادامه همکاری با او را نداریم برای خروج او از تیم نباید زمان زیادی صرف کنیم.

## ۷- در انتخاب شرکای جدید بیش از استخدام افراد جدید وقت صرف کنید

همانند افراد جدید و حتی بیشتر از آنها، وقتی یک شریک جدید برای استارت‌آپ انتخاب می‌شود باید زمان صرف بررسی تمام جوانب کار شود. یکی از سوالاتی که لیندرد گرید از کارآفرینانی که شریک جدید پیدا کرده‌اند می‌پرسد این است: "آیا تا به حال با او دعوا کرده‌ای؟" شناخت کافی از شریک کسب و کار بسیار مهم است. اینکه او در مواقع پرتنش و استرس‌زا چه رفتاری دارد بسیار حائز اهمیت است. مسلماً یک استارت‌آپ دائماً با موقعیت‌های بحرانی روبه‌رو است و رفتار هسته اصلی آن در این مواقع نقش تعیین‌کننده‌ای در عبور از بحران‌ها یا شکست در موقعیت‌های تنش‌زا دارد.

## ۸- استفاده از ابزارهای روان‌شناسی

استخدام افراد در پست‌های مختلف نیازمند شناخت کافی از شخصیت آنها و تعیین پست سازمانی متناسب با شخصیت آنهاست. تحقیقات شرکت فوربس نشان داده است که ۸۰ شرکت از ۱۰۰ شرکت برتر دنیا هنگام استخدام از تست‌های شخصیت‌شناسی استفاده می‌کنند.

تست‌های MBTI، Big Five و DISC از جمله مشهورترین تست‌های شخصیت‌شناسی است که در سازمان‌ها استفاده می‌شود. این تست‌ها که به صورت رایگان در فضای مجازی وجود دارند و تفسیر نتایج آنها می‌توانند ارزیابی اولیه‌ای از فردی که قصد دارد به تیم اضافه شود بدست می‌دهد.

## مراحل راه اندازی استارت آپ:

- ۱- ببینید دنیا چه چیزی کم دارد.
- ۲- آن را یادداشت کنید.
- ۳- یک نمونه اولیه بسازید.
- ۴- نمونه اولیه را با ۱۰۰۰ نفر نشان دهید.
- ۵- تکرار کنید.
- ۶- یک هم بنیان گذار پیدا کنید.
- ۷- کسب کار خود را ثبت کنید.
- ۸- به دنبال سرمایه گذار باشید و اولین نسخه را تولید کنید.
- ۹- راه اندازی کنید.
- ۱۰- با کاربران همراه باشید.
- ۱۱- دوباره راه اندازی کنید.
- ۱۲- محصول ره به ۱۰۰۰ نفر نشان دهید.
- ۱۳- رشد کنید.
- ۱۴- به موفقیت برسید.

## استراتژی های لازم در راستای موفقیت استارت آپها

- ۱- ارتباطات با رسانه ها
- ۲- بازاریابی موتور جستجو
- ۷- هدف گیری وبلاگها
- ۸- بهره برداری از شبکه های اجتماعی

۳-بازاریابی ویروسی

۹-توسعه کسب و کار از طریق شبکه های ارتباطات

۴-تبلیغات

۱۰-کمک به فرایند فروش

۵-بازاریابی محتوا

۱۱-برگزاری رویدادها، سخنرانیها، نمایشگاهها،

کنفرانسها

۶-مهندسی بازاریابی

۱۲-جامعه سازی

## استارت آپ های ناب (The Lean Start up)

متدولوژی لین استارت تاپ یاد می دهد چگونه یک استارت آپ را هدایت کنید، چه موقع آن را تغییر دهید و از چه راه هایی برای رشد آن استفاده کنید.

لین استارتاپ یک رویکرد علمی برای ساختن و مدیریت کردن استارتاپ به شما می دهد و کمک می کند محصول خودتان را سریع تر به دست مشتری برسانید.

## اصول استارت آپ های ناب شامل

۱. کارآفرینان همه جا هستند .

اریک ریس در تعریف استارت آپ می گوید نهادی است انسانی که محصول یا خدمتی را خلق کند در شرایط عدم قطعیت، پس اگر شما کارمند هم باشی و این شرط را انجام دهی کارآفرین به حساب می آید.

۲. کارآفرینی مدیریت است .

این مدیریت با مدیریت کالسیک فرق دارد. در استارت آپ با توجه به خصوصیت عدم قطعیت بسیار، ما به گونه جدیدی از مدیریت نیاز داریم

مدیریت بودن کارآفرینی به این معنی نیست که کسانی که مدیریت خوانده اند می توانند کارآفرینان موفق باشند و استارت آپها را مدیریت کنند. استیو بلنک میگوید: مدیریت کالسیک نه تنها برای استارت آپها مفید نیست بلکه مضر هم هست

چرخش چیست؟

هر تغییر در استراتژی بدون تغییر در چشمان داز را چرخش می گوئیم. بسیاری از استارت آپها چرخش های بزرگی داشتند. سرعت در متدولوژی های جدید بسیار مهم است. اگر بتوانیم زمان بین چرخش ها را کم کنیم می توانیم شانس موفقیت را بالا ببریم

### ۳. تولید محصول معتبر

برای تولید محصول بهترین حالت این است که یک محصول را در زمان مقرر با کیفیت بالا و طراحی زیبا ارائه دهیم.

اگر تمام این کارها را انجام دهیم ولی کسی محصول ما را نخواهد، شکست خورده ایم. با این مسأله اصطلاحاً دست یافتن به شکست میگویند: موفقیت در اجرای برنامه بد.

ادوارد دمینگ میگوید: مشتری مهمترین بخش خط تولید است؛ یعنی در تمام پروسه تولید مشتری باید حضور داشته باشد گرچه هیچکس این مسأله را رعایت نمیکند. ما معمولاً فقط همان اول کار به سراغ مشتری می رویم

### ۴. بساز - بسنج - بیاموز ما پیوسته ایده داریم

که بر اساسش یک محصول میسازیم، محصول را بیرون میدهیم، فیدبک را میسنجیم، از دادههای حاصل از فیدبک می آموزیم و براساس آموخته ها ایده می دهیم... و این چرخه ادامه دارد. شرکتهایی موفقند که قبل از اینکه منابعشان ته بکشد این چرخه را به اندازه کافی چرخیده اند.

### ۵. نوآوری

باید سه گام زیر را در نظر گرفت

۱- پایه خود را مشخص کنید.

✓ کمینه محصول پذیرفتنی در نظر گرفته شود.

✓ بسنجید که مشتریان اکنون چگونه رفتار می کنند

۱- موتور را تنظیم کنید.

آزمایش کنید تا ببینیم آیا میتوانیم سنجه ها را برای رسیدن از پایه به ایده آل بهبود بخشیم

۲- چرخش کنید تا ثابت قدم بمانید .

وقتیکه آزمایش ها به نتایجی روبه نزول میرسند، زمان چرخش است .

## **علل عدم موفقیت استارت آپ ها در جهان و ایران**

علت آنکه در این گزارش به بررسی دلایل شکست استارت آپها در جهان و ایران پرداختیم بالا بودن درصد شکستها نسبت به موفقیتها در استارت آپها می باشد و آمارهای ارائه شده در ادامه خود گویای این مسئله می باشد. از طرفی با بررسی دلایل شکست میتوان اولین گامها برای طراحی راههای پیشگیرانه را برداشت.

بعد از شکست استارت آپها معمولاً بنیان گذار یا بنیان گذاران آنها دلایل این شکست را اعلام می کنند تا سایرین بتوانند از این تجربیات استفاده کنند این رسم به پس از مرگنویسی استارت آپها معروف شده است. وب سایت سیبی اینسایتس مجموعه ای از بیست دلیل عمده شکست استارت آپها را با بررسی و تحلیل بعد از مرگ نویسی ۱۰۱ استارت آپ استخراج کرده براساس گزارش منتشر شده ۴۲ درصد از علت عدم موفقیت استارت آپها مورد تحقیق نیاز نداشتن بازار برای محصول آنها بوده است بطور مثال تمام شدن منابع مالی و نداشتن تیم مناسب نیز از عوامل دیگری بودند که عنوان شده اند. این بیست عامل به شرح زیر می باشند.

### **۱. عدم نیاز بازار به محصول**

ممکن است یک کسب و کار نوپا، فناوری، شهرت، رهبری قوی، متخصص، مشاوران و دادههای کافی در مورد رفتار کاربران داشته باشد ولی تا زمانی که نتواند درد و مشکل بازار را با روشی مقیاس پذیر حل کند موفق نمی شود. اولین و مهمترین دلیل در عدم موفقیت استارت آپها بی توجهی به نیاز اصلی بازار است.

### **۲. اتمام بودجه**

پول و زمان محدود هستند و باید به درستی تخصیص داده شوند بعضی وقت اتمام بودجه استارت آپها به این علت است که بودجه تخصیص داده شده به آنها واقعاً نسبت به نیازشان کمتر است اما امکان دارد بودجه زیاد و مناسبی وجود داشته باشد ولی بدرستی صرف و خرج نشود.

### **۳. نداشتن تیم مناسب**

تقریباً ۳۷ درصد کارآفرینان در کشور هند، بزرگترین چالش خود را داشتن تیم مناسب معرفی کرده اند آنچه مهم است داشتن تیمی با استعدادها و مهارتهای متفاوت برای رسیدن به موفقیت است داشتن یک تیم بزرگ به معنای داشتن تیم مناسب نیست.

#### ۴. نادیده گرفتن به رقبا

استارت آپها باید برای شناخت رقبای خود وقت بگذارند معمولاً وقتی استارت آپها وارد یک بازار می شوند در آنجا رقبای زیادی بصورت مستقیم و غیر مستقیم وجود دارند. و باید تمایز خود را نسبت به رقبا در آن بازار هدف ایجاد کنند.

#### ۵. قیمت گذاری نامناسب

برخی از استارت آپها ممکن است محصول مناسبی به بازار ارائه دهند اما قیمتگذاری نامناسب براحتی می تواند باعث شکست آن شود استراتژی قیمت گذاری خود یکی از مسائل مهم است که استارت آپها باید به آن توجه کنند.

#### ۶. محصول غیرکاربرپسند

وقتی نیازها و خواسته های کاربران نادیده گرفته میشود خروجی آن یک محصول غیرکاربرپسند است.

#### ۷. نداشتن مدل کسب و کار

داشتن یک ایده عالی کافی نیست بنیانگذاران باید مدل کسب و کار و مدل درآمدی مشخصی داشته باشند.

#### ۸. ضعف در بازاریابی

شناخت بازار هدف و پیدا کردن راه مناسب برای تبدیل آن بازار به مشتریان راغب و در نهایت مشتریان بالفعل از مهارتهای مهم برای موفقیت استارت آپها می باشد.

#### ۹. نادیده گرفتن مشتریان

توجه نکردن به فیدبک مشتریان و انعطاف پذیر نبودن از دلایل عدم موفقیت برخی استارت آپها می باشد.

#### ۱۰. زمان نامناسب ارائه محصول

عرضه دیر هنگام یا زود هنگام یک محصول میتواند به شدت به موفقیت یک استارتآپ لطمه وارد کند.

#### ۱۱. از دست دادن تمرکز گرفتن

پروژه های منحرف کننده از کار اصلی و وجود مشکلات شخصی میتواند باعث از دست رفتن تمرکز بر روی کسب و کار اصلی شود.

### ۱۲. ناهماهنگی تیم / سرمایه گذاران

وجود تنش میان بنیانگذاران و عدم توجه به درخواستهای سرمایه گذاران یا توجه بیش از حد به آنها می تواند به کسب و کار ضربه بزند.

### ۱۳. چرخش نادرست

چرخش می تواند هر یک از عناصر کسب و کار را شامل شود از تغییر بازار هدف گرفته تا مدل کسب و کار، یکی از نمونه های موفق در این زمینه شبکه اجتماعی اینستاگرام بود که توانست از یک شبکه اجتماعی به مبتنی بر محل به اسم برن یک اپلیکیشن اشتراک عکس برای آیفون تغییر ماهیت بدهد و چرخش کند.

### ۱۴. فقدان اشتیاق و علاقه

نداشتن علاقه و اشتیاق به ایده و فقط علاقمند بودن به کسب سود باعث میشود بنیانگذاران کسب و کارها با بروز اولین مشکلات بی انگیزه شوند.

### ۱۵. محل نامناسب

حضور در مکانی که پر از استعدادها و ایدههاست می تواند به بنیان گذاران کمک کند تا استراتژیهایشان را پیش ببرند. حضور در موقعیت مناسب همچنین سبب می شود مخاطبین بخواهند از محصول استارتآپ استفاده کنند.

### ۱۶. عدم علاقه سرمایه گذاران

کمبود بودجه یا عدم علاقه سرمایهگذاران ممکن است نشاندهنده این باشد که ایده طرح شده پتانسیل کمی برای کسب و کار دارد یا به شکلی ارائه نشده است که بتواند افراد را جذب کند.

### ۱۷. چالشهای حقوقی

ممکن است با شروع رشد یک استارتآپ در بازارها یا حوزههای دیگر، مسائل حقوقی پیش بینی نشده به وجود آید.

### ۱۸. عدم استفاده از شبکه / مشاوران



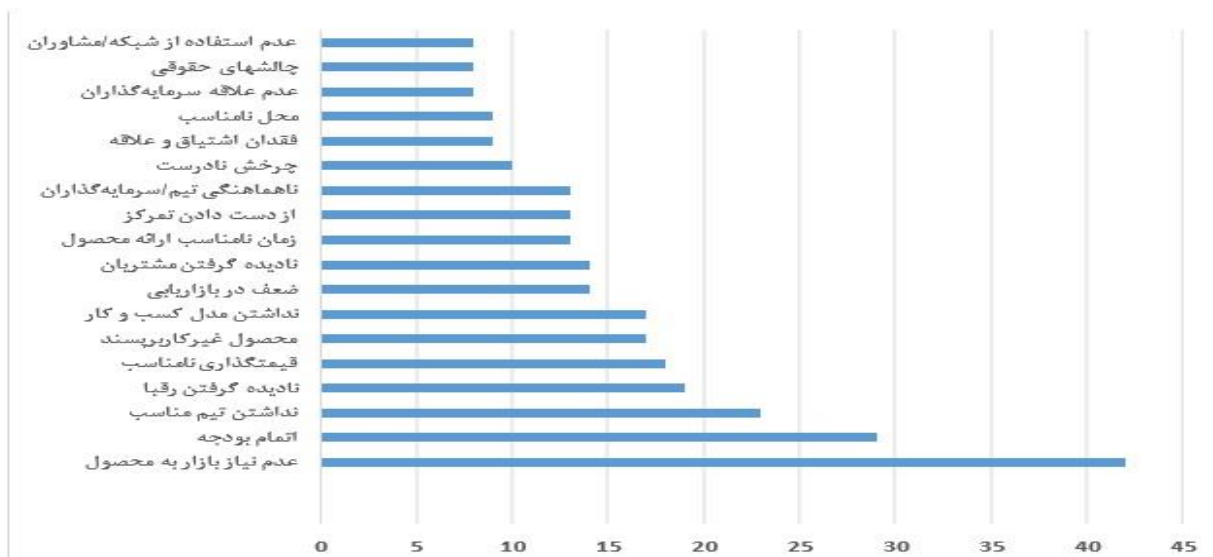
اگر بنیانگذاران از روابط سرمایه گذارانشان و روابط خودشان با دیگران نتوانند استفاده کنند. ممکن است توان کافی برای حرکت و پیشبرد صحیح کار را بدست نیاورند.

## ۱۹. خستگی

بنیانگذاران استارت‌آپ اغلب توازن مناسبی میان کار و زندگی ایجاد نمی کنند و از آنجا که وظایف زیاد و مختلفی باید انجام دهند این موضوع سبب خستگی مفرط و از کارافتادگی آنان می شود.

## ۲۰. عدم چرخش

عدم پذیرش اشکالات محصول و خدمات توسط استارت آپها می تواند باعث ایجاد هزینه های قابل توجه و ناامیدی کارکنان و عدم رضایت مشتریان شود.



نمودار ۱. درصد سهم بیست عامل عدم موفقیت استارت آپها (ویک لانس، ۲۰۱۶)

## برخی استارت آپ های موفق داخلی:

- ✓ دیجی کالا: یک کسب و کار دیجیتال مارکتینگ است از نوع کسب و کارهای B2C<sup>۱</sup> است که در زمینه ی فروش آنلاین فعالیت دارد
- ✓ بامیلو: یک دیجیتال مارکتینگ B2C است که مثل سایت آمازون کار کرده و در زمینه فروش آنلاین فعالیت می کند.

<sup>۱</sup>Business To Consumer

- ✓ فیدیو: یک تجارت الکترونیکی B2C است که در زمینه ی فروش کتاب های اینترنتی فعالیت دارد.
  - ✓ علی بابا: یک سایت رزرو بلیت است که به صورت B2C کار می کند
  - ✓ ایسام: ایسام سایت خرید و فروش و مزایدهات اینترنتی کالاهای نو و دست دوم با مناسبترین قیمت و ضمانت بازگشت کامل وجه است.
  - ✓ نت برگ: برگ های تخفیف اینترنتی باورنکردنی از همه چیز در محبوب ترین وب سایت تخفیف گروهی، یک کسب و کار B2C است.
  - ✓ پونیشا: یک کسب و کار اینترنتی بنگاهی است که دست فریلنسر ها و صاحبان پروژه ها را در دست هم می گذارد و صرفا یک واسط است.
  - ✓ اسنپ: حمل و نقل اینترنتی.
  - ✓ تپ سی: حمل و نقل اینترنتی .
  - ✓ کافه بازار: یک پلی استور ایرانی است که برنامه های اندرویدی بیشماری را در خود ذخیره کرده و یک کسب و کار اینترنتی B2C است.
  - ✓ خبر آنلاین: یک سایت خبری که از طریق تبلیغات درآمد زایی می کند از خبرگزاری های برتر ایران اخبار خود را جمع آوری می کند.
-