

مهم ترین عوامل موفقیت یا شکست استارتاپ ها از قول بیل گراس - دیجیاتو

پیام ادیب | چهارشنبه، ۱۴ بهمن ۱۳۹۴

بیل گراس انسان باهوشی است. او بیست سال پیش Idealab را راه اندازی کرد؛ شرکتی که تا به حال بیش از ۱۰۰ شرکت راه انداخته است، که از این میان برخی به موفقیت رسیده اند و بسیاری شکست خورده اند.

گراس عاشق استارتاپ هاست. او اعتقاد دارد بهترین استارتاپ ها می توانند پتانسیل انسان را آزاد کنند. او می گوید در برهه ای از زندگی اش می خواست بداند کدام عامل یا عوامل، بیشترین تأثیر را در موفقیت یا شکست استارتاپ ها دارد. به همین منظور برای تجزیه و تحلیل برخی شرکت هایی که با آنها کار کرده بود و چند شرکت دیگر، رویکردی کمی در پیش گرفت. گراس ۱۰۰ شرکت از مجموعه ی Idealab و ۱۰۰ شرکت دیگر خارج از این مجموعه را مورد بررسی قرار داد؛ از جمله Flooz، YouTube، Pets، AirBNB، Kozmo، Linkedin، Friendster و بسیاری شرکت های دیگر.

او برای پیدا کردن مهم ترین و اثرگذار ترین علت موفقیت و یا شکست استارتاپ ها، به چند عامل که فکر می کرد از بقیه اهمیت بیشتری دارند نگاهی انداخت و به یافته های جالبی دست پیدا کرد که احتمالاً تعجب شما را نیز بر خواهد انگیخت:

سرمایه گذاری: ۱۴٪

گاهی اوقات سرمایه گذاری های هنگفتی روی برخی شرکت ها می شود. آیا این می تواند عامل موفقیت آنها باشد؟ پاسخ این سؤال منفی است. شرکت هایی که سرمایه گذاری خوبی رویشان انجام می شود تنها ۱۴٪ از نرخ موفقیت شرکت های مورد بررسی را بر عهده داشته اند.

مدل کسب و کار: ۲۴٪

همیشه مهم است بدانیم آیا شرکتی به خصوص، مسیر شفافی برای درآمدزایی دارد یا خیر. اما بیل گراس خاطرنشان می کند که بدون مدل کسب و کار هم می توان اول کار را شروع کرد و بعداً مدل را تدوین کرد. او برای نمونه به یوتیوب اشاره می کند و می گوید این شرکت در ابتدا مدل کسب و کار نداشته است.

ایده: ۲۸٪

بیل عاشق ایده های بزرگ است. او حتی نام شرکت خود را Idealab یا آزمایشگاه ایده گذاشت چون به ایده علاقه ی وافری دارد. اما این مورد تنها مسئول ۲۸ درصد نرخ موفقیت شرکت هایی بوده است که او مورد بررسی قرار داده است.

تیم: ۳۲٪

بیل به تجربه می دانست که مشتری واقعی انکارناپذیر است. او در سخنرانی تد خود از مایک تاپسون نقل کرد که می گوید «هر کسی نقشه ای دارد، تا اینکه مشتری حواله ی صورتش می شود». یک تیم خوب اگر بتواند خود را با واقعیت حقیقی مشتری متوقع اش وفق بدهد، شاید بتواند مهم ترین شاخص موفقیت باشد، اینطور نیست؟ اما این عامل هم نمی تواند از پس این مسئولیت بر بیاید. تیم تنها ۳۲ درصد از نرخ موفقیت شرکت ها را بر عهده دارد.

زمان بندی درست: ۴۲٪

زمان بندی با در دست داشتن ۴۲ درصد تعیین کنندگی در موفقیت یا شکست استارتاپ ها، پاسخ پیروز این سؤال است. بیل گراس خاطرنشان می کند بسیاری از سرمایه گذاران، AirBNB را رد کردند. اغلب آنها فکر می کردند خیلی عجیب است اگر کسی بخواهد یک اتاق از خانه ی خود را به یک غریبه اجاره بدهد.

اما AirBNB جدا از مدل کسب و کار و تیم فوق العاده اش، زمان را نیز در جبهه ی خود داشت. این شرکت فعالیت خود را هنگام رکود اقتصادی و زمانی آغاز کرد که مردم به پول بیشتر نیاز مبرم داشتند و به این ترتیب ایرادات وارد شده به خود را به کلی به حاشیه راند.

Uber نیز از شروع فعالیتش در دوران رکود اقتصادی منتفع شد. چرا که راننده ها در آن زمان به دنبال راهی برای افزایش درآمد خود بودند.

اینجاست که باید از خودتان پرسید آیا مصرف کنندگان آمادگی خدماتی که می خواهید به آنها ارائه دهید را دارند یا نه؟ شما باید در این باره با خود و شرکایتان صادق باشید؛ به این امید که بتوانید موفق شوید و چیز فوق العاده ای به این دنیا بیفزایید.

[دیجیاتو](#)