



## استارتاپ چیست ؟

شرکت نوپا یا نوآفرین یا استارتاپ (به انگلیسی startup، :: کوتاه شده startup company) به یک شرکت یا کسب و کار گفته می شود که معمولاً به تازگی و در نتیجه کارآفرینی ایجاد شده است، رشد سریعی دارد، و در جهت تولید راه حلی نوآورانه و دوام پذیر برای رفع یک نیاز در بازار شکل گرفته است. این شرکت ها معمولاً مبتنی بر ایده هایی ریسک پذیر هستند که مدل کسب و کارشان مشخص نیست و بازار هدفشان نیز در حد فرض است. شرکت های نوپا می توانند در هر حوزه ای ایجاد شوند، ولی اغلب به شرکت هایی گفته می شود که رشد سریعی دارند و در زمینه فناوری (تکنولوژی) فعالیت می کنند. اگر چه در تعریف استارتاپ بر این مسئله تاکید وجود ندارد که حتماً فعالیت آن در حوزه تکنولوژی یا فن آوری اطلاعات باشد، اما به دلیل اینکه بسیاری از استارتاپ ها در سالهای اخیر، حول این زمینه ها شکل گرفته اند، گاهی در تعریف استارتاپ به این مسئله هم اشاره می شود که استارتاپ باید در حوزه فن آوری های نوین فعال باشد. در ادامه به توضیح استارتاپ ها از سه دیدگاه می پردازیم:

✓ **تعریف خیلی ساده یک استارتاپ:** استارتاپ یک کسب و کاری است که قسمتی از آن مبتنی بر فناوری است. هر کسب و کار که بر پایه فناوری است، لزوماً استارتاپ نیست، ولی همه استارتاپ ها به نوعی از وب، موبایل، اینترنت و تکنولوژی های جدید استفاده می کنند تا رشد بالایی داشته باشند و به تعداد کاربران بالایی برسند.

نظراً وقتی حباب استارتاپ ها خواهد ترکید که چه در ایران، چه در سیلیکون ولی، مشتری ها از استفاده از تکنولوژی خسته بشوند. مثلاً اگر یکی از مشتریان ثابت آمازون با خودش فکر کند که، نه خرید از طریق سایت آمازون همچین هم خوب نیست و ترجیح بدهد سوار ماشین شده، در ترافیک بشیند و به یک فروشگاه فیزیکی

رفته و لپ تاپ جدیدش را حضوری با پول نقد بخرد. در آن حالت، احتمال سقوط استارت‌آپ‌ها بسیار بالا خواهد بود. در غیر این صورت به از مد افتادن این کلمه امیدوار نباشید.

✓ **توضیح قدری پیچیده تر یک استارت‌آپ:** در کنار رشد سریع و نسبتاً ارزان، امکانی که نرم افزار و فناوری به این کسب و کارها می دهد Scalability است، که مقیاس پذیری یا گسترش پذیری ترجمه شده است. مقیاس پذیری یکی از مهمترین شرطهای یک استارت‌آپ است که توضیح آن کمی سخت و به شرح زیر است:

نا متناسب بودن رشد بالای یک کسب و کار، نسبت به هزینه‌های آن، مقیاس پذیری نام دارد.

✓ **آنچه گفته شده به چه معنی است؟** یعنی اگر به فرض درآمد کسب و کار شما نسبت به سال گذشته ۱۰ برابر شده باشد ولی هزینه هایتان ثابت مانده باشد، احتمالاً به مقیاس پذیری رسیده اید. یا برعکس، اگر به فرض با ۲ برابر شدن درآمد کسب و کار شما، هزینه‌هایتان نیز ۲ برابر شود، این کسب و کار مقیاس پذیر نیست (حداقل در آن مقطع). توجه داشته باشید مقیاس پذیر بودن یا نبود ربطی به موفقیت کسب و کار شما ندارد و در حالت دوم سود شما نیز قاعدتاً ۲ برابر شده و کسب و کارتان رو به رشد و پیشرفت است. ولی مقیاس پذیر نیست.

کسب و کارهایی که مقیاس پذیر نیستند، معمولاً خیلی زود به سقف می‌خورند. رستوران سر کوچه شما فقط ظرفیت پذیرایی از ۱۰۰ نفر را دارد. اگر آن رستوران بخواهد درآمد روزانه خود را ۲ برابر کند، باید یک شعبه دیگر با آشپز، میز و صندلی و گارسون جدید بزند که هزینه هایش نیز ۲ برابر میشود. ولی استارت‌آپی مانند اینستاگرام را در نظر بگیرید که از صفر تا ۳۰ میلیون کاربر را در ۲۴ ماه طی کرد، ارزش یک میلیارد دلاری را از فیسبوک گرفت، ولی کلاً ۱۳ تا کارمند بیشتر نداشت. هزینه های اینستاگرام نسبت به رشد و تعداد کاربرانش بسیار ناچیز بود. یا استارت‌آپ واتس‌آپ، که ۴۵۰ میلیون کاربر جذب کرده بود، به قیمت ۱۳ میلیارد دلار فروخته شد و ۵۰ تا کارمند بیشتر نداشت. این شرکت‌ها مقیاس پذیر اند، و دقیقاً ارزش بالای آنها هم بخاطر مقیاس پذیری آنها است.

نرم افزار، وب، موبایل، تکنولوژی‌های جدید خیلی می‌توانند به مقیاس پذیری کسب و کار شما کمک کنند. چون یک سایت می‌تواند در ماه اول به ۱۰ نفر سرویس دهد، همان سایت با سرور های قوی‌تر (که قیمت ناچیزی دارند) می‌تواند ماه بعد همان سرویس را به ۱۰ میلیون نفر عرضه کند. پس استارت‌آپ‌ها کسب و کارهایی هستند که رشد بالایی دارند و (معمولاً از طریق نرم افزار و فناوری) می‌خواهند به مقیاس پذیری برسند.

✓ **توضیح پیچیده‌تر:** حالا شاید با خودتان بگویید که چه خوب، اگر می‌شود سرویس با ارزشی ارائه کرد که با هزینه‌های ناچیز میلیون‌ها کاربر داشته باشد، چرا همه استارت‌آپ نمی‌زنند؟

چون در حال حاضر هیچ فرمول ثابتی برای راه اندازی و رشد یک سرویس استارت‌آپی وجود ندارد. هیچ کس نمی‌تواند به شما بگوید که اگر فلان کار را شروع کنید و کیفیت محصولاتتان خوب باشد، بی شک در ظرف ۳ یا ۴ سال می‌توانید مثل زاک‌برگ دنیا را بگیرید و میلیارد شوید.

همه استارت‌آپ‌ها در حال جستجو برای پیدا کردن مدل تجاری ای هستند که (۱) مقیاس پذیر باشد و (۲) مشتریان زیادی جذب آن شود. ترکیب این ۲ مورد باعث می‌شود که خیلی از استارت‌آپ‌ها شکست بخورند. آمار جهانی می‌گوید که از هر ۱۰۰ استارت‌آپ ۹۰ تا از آنها شکست می‌خورند، و از ۱۰ تایی باقی مانده فقط شاید یکی از آنها به موفقیت استارت‌آپ‌های معروفی مثل آمازون و فیسبوک و گوگل برسند. اکثر استارت‌آپ‌ها هیچ وقت نمی‌توانند مشتریان زیادی را جذب کنند.

احتمال بالای شکست باعث شده است که استارت‌آپ‌ها به روش‌های چابک و ناب، بیشتر و بیشتر رو بیاورند. بجای اینکه از روز اول شرکتی ثبت کنند و سر سهم شراکت با هم دعوا کنند، یک گروه موقت تشکیل میدهند که از طریق آزمون و خطا، راه‌های مختلفی را امتحان کند. بجای اینکه ۶ ماه درب اتاق خود را ببندند و کد بزنند، در ظرف ۶ روز یک محصول اولیه ای به تعدادی مشتری عرضه میکنند تا ارزش‌های محصول خود را با توجه به بازخورد مشتریان بسنجند. بجای اینکه طرح تجاری ۱۰۰ صفحه‌ای تالیف کنند و سعی کنند پنج سال آینده را پیش بینی کنند، در ۱۰ ساعت مدل تجاری خود را بر روی بوم کسب و کار پیاده می کنند و قدم به قدم با مصاحبه با مشتریان اولیه خود، به اعتبارسنجی فرضیات کسب و کارشان می پردازند. استارت‌آپ‌ها لازم است با برداشتن قدم‌های کوچک‌تر، حساب شده‌تر و با ریسک پایین‌تر جلو بروند.

## چگونه استارتاپ راه اندازی کنیم؟

راه اندازی یک استارتاپ، به نوعی هنر و علمی است که به چندین مهارت از جمله تجاری، فنی، رهبری و مهارت های ارتباطی نیاز دارد. در ادامه چند مرحله کلی برای راه اندازی یک استارتاپ را شرح خواهیم داد:

✓ **ایده یابی:** ابتدا باید به دنبال یک ایده جدید و نوآورانه برای استارتاپ خود باشید. برای این کار، می توانید به دنبال مشکلات موجود در بازار باشید و راه حل هایی برای آن ها ارائه دهید.

✓ **بررسی بازار:** پس از شناسایی ایده خود، باید بازار را بررسی کنید تا ببینید آیا محصول یا خدمات شما در بازار قابل قبول است یا خیر. همچنین باید با رقبا، مشتریان و خریداران بحث و گفتگو کنید تا نیازهای آن ها را درک کنید.

✓ **طرح کسب و کار:** باید یک طرح کسب و کار کامل و جامع برای استارتاپ خود تهیه کنید. این طرح باید شامل اهداف، استراتژی ها، برنامه ها، بودجه و منابع مورد نیاز برای راه اندازی و رشد استارتاپ باشد.

✓ **جذب سرمایه:** برای راه اندازی یک استارتاپ، باید منابع مالی مورد نیاز را تامین کنید. برای این کار می توانید از سرمایه گذاران فردی و یا سازمانی، تسهیلات بانکی و یا سایر منابع مالی استفاده کنید.

✓ **تیم سازی:** باید یک تیم قوی و متخصص برای استارتاپ خود تشکیل دهید. افرادی که تجربه و تخصص در زمینه های مختلف دارند، می توانند به راحتی در استارتاپ شما فعالیت داشته باشند.

✓ **توسعه محصول:** پس از تشکیل تیم، باید شروع به توسعه محصول خود کنید. در این مرحله، باید به طور مداوم محصول خود را ارتقا دهید و بر اساس بازخوردهای مشتریان و بازار تغییرات لازم را اعمال کنید.

✓ **بازاریابی و فروش:** برای رشد استارتاپ، باید به بازاریابی و فروش محصول خود بپردازید. باید راه هایی را برای جذب مشتریان پیدا کنید و برای افزایش فروش و افزایش درآمد تلاش کنید.

✓ **رشد:** پس از شروع به فروش محصول خود، باید به رشد استارتاپ خود بپردازید. برای این کار باید استراتژی های مختلفی را اعمال کنید، مثلاً گسترش بازار، افزایش قابلیت دسترسی به محصول، تقویت برند و...

✓ **پیگیری:** باید به پیگیری و نظارت بر عملکرد استارتاپ خود بپردازید تا بتوانید بهبودهای لازم را اعمال کنید و استارتاپ خود را به موفقیت های بیشتری برسانید.

توجه داشته باشید که راه اندازی یک استارتاپ، فرایندی طولانی و پر کار است که نیاز به هوش، استعداد، تلاش و پشتکار دارد.

## انواع استارتاپ ها

استارتاپ به شرکت‌های نوپا و در حال رشد گفته می‌شود که با استفاده از تکنولوژی و نوآوری، به ارائه خدمات یا تولید محصولات جدید و نوین می‌پردازند. برخی از انواع استارتاپ‌ها عبارتند از:

✓ **استارتاپ‌های حوزه تکنولوژی:** این استارتاپ‌ها اغلب در حوزه‌های IT، نرم‌افزار، پلتفرم‌های آنلاین، هوش مصنوعی و اینترنت اشیا فعالیت می‌کنند.

✓ **استارتاپ‌های تولید محصول:** این استارتاپ‌ها محصولات جدید و نوآورانه را به بازار عرضه می‌کنند. این محصولات می‌توانند در حوزه‌های مختلفی مانند فناوری، سلامت، ورزش، غذا و... باشند.

✓ **استارتاپ‌های خدماتی:** این استارتاپ‌ها خدمات جدید و نوآورانه‌ای را به بازار عرضه می‌کنند. این خدمات می‌توانند مربوط به حوزه‌هایی مانند طراحی وب سایت، بازاریابی دیجیتال، خدمات رفاهی و سفر و... باشند.

✓ **استارتاپ‌های اجتماعی:** این استارتاپ‌ها با هدف ارتقای شرایط اجتماعی و بهبود جامعه‌ی محلی یا جهانی، خدماتی را ارائه می‌دهند. این خدمات می‌توانند مربوط به مباحثی مانند سلامت، آموزش، محیط زیست و... باشند.

✓ **استارتاپ‌های فرهنگی:** این استارتاپ‌ها در حوزه‌هایی مانند هنر، فرهنگ و ارتباطات فعالیت می‌کنند. این استارتاپ‌ها خدماتی را ارائه می‌دهند که مربوط به بخش‌هایی مانند فیلم، موسیقی، کتاب و... می‌باشند.

✓ **استارتاپ‌های سلامت:** این استارتاپ‌ها بهبود خدمات سلامت و بهبودی بیماران را هدف خود قرار داده‌اند. می‌توانند در حوزه‌های مختلفی مانند داروسازی، تشخیص بیماری‌ها و خدمات پزشکی به کار برده شوند.

✓ **استارتاپ‌های خودرو:** این استارتاپ‌ها بهبود صنعت خودرو و خدمات مربوط به آن را هدف دارند. این خدمات می‌توانند مربوط به نرم‌افزارهای خودرو، خدمات تحویل خودرو، خدمات اشتراکی خودرو و غیره باشند.

✓ **استارتاپ‌های بلاک‌چین:** این استارتاپ‌ها در حوزه بلاک‌چین و رمزارزها فعالیت می‌کنند. این استارتاپ‌ها می‌توانند برای برقراری امنیت در تراکنش‌های ارزهای دیجیتال، برقراری سامانه‌های پرداخت بر مبنای بلاک‌چین و... استفاده شوند.

✓ **استارتاپ‌های بازی:** این استارتاپ‌ها با هدف ارائه بازی‌های جدید و جذاب فعالیت می‌کنند. می‌توانند در حوزه بازی‌های رایانه‌ای، بازی‌های تلفن همراه و بازی‌های واقعیت مجازی فعالیت کنند.

✓ **استارتاپ‌های رباتیک:** این استارتاپ‌ها با استفاده از ربات‌های هوشمند و تکنولوژی‌های پیشرفته، به حل مشکلاتی مانند اتوماسیون، حفاظت و... می‌پردازند.

به طور کلی، استارتاپ‌ها در حوزه‌های مختلفی فعالیت می‌کنند و در صورت موفقیت، می‌توانند به شرکت‌های بزرگ و بسیار پرسود تبدیل شوند.

## هدف استراتاپ چیست؟

هدف اصلی استراتاپ‌ها برای رسیدن به موفقیت و تبدیل شدن به یک شرکت پایدار و پرسود است. برای رسیدن به این هدف، استراتاپ‌ها باید به دنبال پیدا کردن یک محصول یا خدمت نوآورانه با بازاریابی مناسب، جذب سرمایه‌گذار و بهره‌گیری از تکنولوژی‌های پیشرفته باشند.

به طور کلی، هدف استراتاپ‌ها عبارتند از:

✓ ارائه یک محصول یا خدمت نوآورانه و متمایز

✓ جذب سرمایه‌گذاران و جذب منابع مالی برای توسعه و گسترش فعالیت‌ها

✓ رشد سریع و استفاده بهینه از فناوری‌های پیشرفته

✓ رقابت با شرکت‌های بزرگ و برتر در صنعت

✓ رسیدن به پایداری و استقلال مالی و عملیاتی

✓ بهره‌برداری از نوآوری و خلاقیت در حل مشکلات صنعتی و اقتصادی.

با توجه به رشد روزافزون رقابت در بازار و اهمیت نوآوری و خلاقیت، استراتاپ‌ها به عنوان محرک‌های اصلی اقتصاد کشورها و بهبود کیفیت زندگی جامعه، به شمار می‌روند.

## جدیدترین استارت‌آپ‌های دنیا

دنیای استارت‌آپ‌ها همواره در حال تغییر و رشد است و هر روز شاهد پدیده‌های جدیدی در این حوزه هستیم. در ادامه به برخی از جدیدترین و پرفرودارترین استارت‌آپ‌های دنیا اشاره می‌کنیم:

✓ **کارا:** یک استارت‌آپ ایستگاه خودروی هوشمند است که امکان شارژ خودروهای الکتریکی و ارائه خدمات دیگری مانند تعمیر و نگهداری خودروها را فراهم می‌کند.

✓ **دیسکورس:** یک سامانه مدیریت جامعه برای انجمن‌ها و گروه‌های آنلاین است که امکان بحث، بررسی و مدیریت انجمن‌ها را فراهم می‌کند.

✓ **لیزر:** یک پلتفرم تحویل مواد غذایی است که با استفاده از ربات‌ها، پیک‌های موتوری و سیستم‌های هوشمند، مواد غذایی را در سریع‌ترین زمان ممکن به مشتریان تحویل می‌دهد.

✓ **راکت‌لاپ:** یک پلتفرم آموزشی آنلاین است که به دانشجویان و دانش‌آموزان این امکان را می‌دهد که با استفاده از روش‌های نوین آموزشی، مهارت‌های خود را ارتقا دهند.

✓ **اینشورنسی:** یک سامانه مشاوره بیمه است که با استفاده از هوش مصنوعی، به کاربران خود پیشنهادات بیمه‌ای شخصی شده و در صورت نیاز، برای آنان بیمه تعیین می‌کند.

✓ **وندی:** یک سامانه پیام‌رسان هوشمند است که از قابلیت‌هایی مانند ترجمه، رمزگذاری، ارسال پیام‌های خودتخصیصی و مدیریت محتوای خودکار برخوردار است.

✓ **Hologram:** استارت‌آپی که یک پلتفرم برای اینترنت اشیا م یباشد که برای اتصال دستگاه‌ها به اینترنت و مدیریت آنها از راه دور خدمات ارائه می‌دهد.

✓ **New Age Meats:** استارت‌آپی که با استفاده از کشاورزی سلولی گوشت تولید می‌کند. (تولید گوشت آزمایشگاهی)

✓ **Stark:** استارت‌آپی که از هوش مصنوعی برای کمک به کسب و کارها برای بهینه‌سازی فرآیند خرید و کاهش هزینه‌ها استفاده می‌کند.

✓ **Viz.ai:** استارت‌آپی که از هوش مصنوعی برای تشخیص و تشخیص سگته در زمان واقعی استفاده می‌کند و امکان درمان سریع‌تر و نتایج بهتر بیماران را فراهم می‌کند.

✓ **Suki.AI:** استارت‌آپی که یک دستیار صوتی برای پزشکان فراهم می‌کند و به آنها اجازه می‌دهد تا با استفاده از دستورات صوتی یادداشت‌های بالینی ایجاد و مدیریت کنند.

✓ **Sym:** استارت‌آپی که از فناوری بلاک چین برای ایجاد یک پلتفرم امن و شفاف برای رسیدگی به مطالبات بیمه استفاده می‌کند.

این تنها چند نمونه از جدیدترین استارت‌آپ‌های دنیا هستند که در حال توسعه و رشد هستند. استارت‌آپ‌ها همواره در حال بروزرسانی و توسعه فعالیت‌های خود هستند و هر روز با پدیده‌های جدیدتر و جذابتری در این زمینه مواجه هستیم.

## چک لیست راه اندازی استارتاپ

راه اندازی یک استارتاپ ممکن است بسیار پیچیده باشد و نیازمند برنامه ریزی و بررسی دقیقی از مسائل مختلف است. در ادامه چند مورد از مواردی که باید در نظر گرفته شود، برای راه اندازی یک استارتاپ را برای شما لیست می کنیم:

✓ **ایدهی کسب و کار:** در ابتدا باید یک ایدهی کسب و کار داشته باشید. این ایده باید برای شما جذاب و قابل اجرا باشد و بازار قابلیت پذیرش آن را داشته باشد.

✓ **تحقیقات بازار:** قبل از شروع کار باید بازار و نیازهای مشتریان را به دقت بررسی کنید و تحقیقات بازار انجام دهید.

✓ **برنامه ریزی مالی:** باید برنامه ریزی مالی دقیقی برای استارتاپ خود انجام دهید و بودجهی لازم برای شروع کسب و کار خود را تعیین کنید.

✓ **تیم:** شما به یک تیم موفق نیاز دارید که با شما همکاری کند و بهترین نتیجه را برای شما به ارمغان بیاورد. باید تیم خود را با دقت انتخاب کنید.

✓ **برنامه ریزی بازاریابی:** برنامه ریزی بازاریابی موثر، کلید موفقیت استارتاپها است. باید برنامه ریزی بازاریابی دقیقی برای محصول یا خدمت خود انجام دهید.

✓ **شناخت تکنولوژی:** شما باید با تکنولوژیهای مورد استفاده در استارتاپ خود آشنا باشید و بتوانید از آنها به درستی استفاده کنید.

✓ **ارتباط با مشتریان:** برای رشد استارتاپ خود، باید با مشتریان خود در ارتباط باشید و نظرات و بازخوردهایشان را جدی بگیرید و به آنها پاسخ دهید تا بهتر بتوانید نیازهای آنها را درک کنید و خدمات و محصولات خود را با توجه به نیازهای آنها بهبود بخشید.

✓ **مدیریت زمان:** برای موفقیت در استارتاپ، باید مهارت های مدیریت زمان خود را به خوبی پرورش دهید و به بهترین نحو ممکن برنامه ریزی کنید.

✓ **برنامه ریزی راه اندازی:** باید یک برنامه ریزی دقیق برای راه اندازی استارتاپ خود داشته باشید و به تمام جزئیات آن توجه کنید.

✓ **تجربه ی کاربری:** برای موفقیت در استارتاپ، باید به تجربه ی کاربری مشتریان خود توجه کنید و محصولات و خدمات خود را به گونه ای طراحی کنید که تجربه ی بهتری برای مشتریان شما به ارمغان بیاورد.

✓ **قانونها و مقررات:** باید با قوانین و مقررات مربوط به کسب و کار خود آشنا شوید و برای پایبندی به آنها تلاش کنید.

✓ **برنامه ریزی برای رشد:** برای رشد استارتاپ خود، باید برنامه ریزی دقیقی داشته باشید و برای بهبود محصولات و خدمات خود به تلاش بیشتری بپردازید.



این چک لیست به عنوان یک راهنمای کلی برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ است و بسته به نیازها و شرایط هر کسب و کار، ممکن است برخی از موارد اضافی یا کمبودهایی وجود داشته باشد.

## مراحل راه‌اندازی یک استارت‌آپ

### حل کردن یک مشکل واقعی

برای اینکه یک محصول موفق شود، باید نیازی را پیدا کند که تا به حال در یک بازار برآورده نشده یا بازاری پیدا کند که قبلاً کشف نشده بوده است. باید مردم را متقاعد کند تا با درآمدی که به سختی آن را به دست آورده‌اند مشارکت کرده و محصول استارت‌آپشان را خریداری کنند چرا که باور دارند این محصول زندگی آن‌ها را بهبود خواهد بخشید.

اما کارآفرین‌ها و نوآوران درست در جایی مرتکب اشتباه می‌شوند که به ایده‌ای می‌رسند و بعد سعی می‌کنند آن را به زور در بازار بچپانند. هرچقدر هم این ایده جذاب و تازه باشد، اگر در خدمت تأمین نیاز یا تسکین دردی از مخاطب هدف خود قرار نگیرد، احتمالاً به موفقیت زیادی دست پیدا نخواهد کرد.

وقتی به محصولات شکست‌خورده‌ای فکر می‌کنیم که تمام انرژی شرکتی را به خود معطوف ساخته و درنهایت زمین خورده‌اند، می‌بینیم که حتی بزرگترین شرکت‌های بین‌المللی هم می‌توانند اشتباه کنند. برای مثال چند محصول شکست‌خورده‌ی گوگل از جمله Google Wave تا Google Video Player را در نظر بگیرید. هر یک از این محصولات با یک هدف بنا شده‌اند که به‌طور نظری یک ایده‌ی خوب است، اما درنهایت به دلایلی (از قبیل تکثیر محصولات موجود بدون ارتقای آن‌ها، دشواری به‌کارگیری محصول و ...) شکست سختی خورده‌اند که همه‌ی دلایل در یک چیز خلاصه می‌شوند: اینکه این محصولات چیزی نبوده‌اند که مصرف‌کننده می‌خواست یا نیاز داشته است.

عوامل موثر در رفتار مصرف‌کننده را بشناسید !! اشتباه احتمالی دیگر، بازماندن از اصل مطلب و وفق دادن خود با مطالبات در حال تغییر بازار است. درحال حاضر، وجود فن‌آوری، بروز تغییرات را با سرعتی بیش از همیشه میسر می‌سازد، و کسب و کارها اگر می‌خواهند از کهنه شدن در امان بمانند باید از تغییراتی که در راه است آگاه باشند.

موفقیت به کمی خوش‌شانسی نیاز دارد، اما به دانستن اینکه بازار محصولاتان کجاست هم نیازمند است، و اینکه بازار دارد به کجا می‌رود. خیلی بهتر است به جای اینکه اجازه دهید باورهایتان، پیش‌فرض‌هایی درمورد خواسته‌های مردم را به شما دیکته کنند، نسبت به آنچه مشتریان احتمالی‌تان در زمان حال و آینده می‌خواهند ایده‌ای داشته باشید.

ازاین‌رو، قبل از صرف ساعت‌ها وقت و هزینه برای یک پروژه، تشخیص دهید که این پروژه چه مشکلی را حل می‌کند و آیا بازار آن مدت زیادی دوام خواهد آورد یا خیر. اگر افرادی را در این صنعت می‌شناسید، نظرشان را بخواهید. و مهم‌تر از همه این که، با مشتریان احتمالی صحبت کنید. درمورد گرایش‌های بازار و مقصد این صنعت، تحقیقات خود را انجام دهید. وقتی به این نتیجه رسیدید که حالا و در درازمدت می‌توانید مشکلی را برای

مشتریان حل کنید، با اطمینان از قرار گرفتن در مسیر درست می‌توانید از تلاش کردن برای فروش محصولاتان احساس آرامش کنید.

### مدیریت صحیح و قدرتمند

داشتن یک ایده‌ی جدید و نوآورانه نقطه‌ی شروع هر کسب و کاری است، اما میان داشتن یک ایده‌ی خوب و یک کسب و کار موفق، فرسنگ‌ها فاصله وجود دارد. برای بیشتر ما، آزمودن ایده‌ها و تحقق بخشیدن به آن‌ها، به کار و تلاش بسیاری نیاز دارد، حتی برای افراد با استعدادی که خلاقیت زیادی دارند نیز تلاش زیادی لازم است تا شرکتی حول یک محصول ساخته شود. استخدام، مدیریت، بازاریابی، و توسعه‌ی کسب و کار همگی چیزهایی هستند که ظاهراً توجه شما را به هزاران جهت جلب، و از مفهوم اصلی که با آن کارتان را شروع کرده‌اید پرت می‌کنند.

نکته‌ای که افراد موفق را از آن‌هایی که در نهایت شکست می‌خورند متمایز می‌کند، اخلاق کاری جدی همراه با دقتی منحصربه‌فرد است. یک کارآفرین معمولی و متوسط، یا هر فرد متوسطی که به هر کاری مشغول است، احتمالاً فکر می‌کند نهایت تلاش خود را به کار بسته است. چیزی که این افراد را از رهبران و کارآفرینانی متمایز می‌کند که به بزرگ‌ترین موفقیت‌ها دست یافته‌اند، کمی زیاده‌خواهی است که آن‌ها را مجبور می‌کند ساعت‌ها اضافه‌کاری کرده و خودشان را جلوتر از بقیه بکشانند. این زیاده‌خواهی در برخی افراد به شکل نیازی مبرم به موفقیت و کامیابی درمی‌آید، و در برخی دیگر، به شکل احساس ترس شدید از شکست یا ترکیبی از هر دو مورد مذکور.

### راه اندازی و تشکیل تیم

شما به-عنوان یک کارآفرین، همانند ناخدای کشتی رهبر و پیش‌برنده‌ی پروژه‌ی خود هستید. اما هر کشتی که قرار است به مقصدش برسد به خدمه‌ی خوب هم نیاز دارد، و کارآفرینی که می‌خواهد کسب و کار خود را گسترش بدهد، باید افرادی را پیدا کند که در انجام این کار او را یاری کنند.

تشکیل دادن یک تیم مناسب برای کسب و کار می‌تواند چالش‌های مختلفی را به وجود آورد، همان‌طور که هر موقعیت دیگری که بخواهید در آن اشخاص و افکار متفاوت را نظم بدهید، چالش برانگیز خواهد بود. همواره احتمال بروز تعارض و رقابت وجود دارد، و این درگیری احتمالی می‌تواند در صورت درست مدیریت نشدن، کار شما را از ریل خارج کند. اما تیمی که با ترکیب درست شکل گرفته باشد می‌تواند موفقیت و شکست شرکت را تعیین کند.

هنگام استخدام کارکنان احتمالی، بهتر است که شخصیت آن‌ها را در کنار مهارت‌ها و تجربه‌شان در نظر بگیرید. برخی ممکن است تمام مهارت‌ها و تجربه‌ی ای را که برای ایفای یک نقش آرزو می‌کردید داشته باشند، اما تناسبی با فرهنگ شرکتتان نداشته باشند. قطعاً توانایی مهم است، اما بهترین تیم‌ها آن‌هایی هستند که با هم خوب کار می‌کنند تا یک هدف جمعی را تحقق بخشند.

به عنوان رهبر تیم، برعهده‌ی شماست که برای تیمتان، اهداف و مقاصد و انتظارات فعلی خود را روشن کنید و به آن‌ها بفهمانید که این موارد ممکن است در آینده تغییر کنند. اگر ایده‌ها و فرآیند فکری پشت آن را به تیم خود منتقل نکنید، نباید از آن‌ها انتظار درک اصول یادشده را داشته باشید، و اگر جهت حرکت آن‌ها را در ابتدای مسیر تعیین نکرده باشید نباید از گمراه شدنشان دلخور شوید.

## پیدا کردن مشاور

پیدا کردن منتور های مناسب می‌تواند یک چالش به نظر برسد؛ بسیاری از ما دوست نداریم برای شروع کارمان از دیگران درخواست کمک کنیم و درخواست از کسی برای حضور در هیئت مشاوره یا گوش دادن به مشکلات و شکایت‌هایتان شاید درخواست بزرگی به نظر برسد. اما مشاوران و منتورها اغلب تمایل به ارائه‌ی کمک و تخصص خود به دیگران دارند چرا که خودشان زمانی افرادی را داشته‌اند که مایل بودند همین کار را برای آنها انجام بدهند. داشتن مشاورانی در کنار خود از همان ابتدای کار، کلید جلوگیری از بروز مشکلات و حفظ سلامت روانی شماست.

اگر کارآفرینی هستید که به خاطر اینکه به‌تنهایی در صدر هرم سازمانی نشسته‌اید، همه‌چیز را به‌تنهایی بر دوش می‌کشید و کسی را ندارید که تصمیمات و مشکلات سطح بالا را با او در میان بگذارید، این مشکلات می‌توانند به تصمیمات کوتاه‌بینانه‌ای منجر شوند. داشتن نظرات و دیدگاه‌های مشاوران و مربیان می‌تواند در عین حال که شما تصمیم‌گیرنده‌ی نهایی هستید، اطلاعات بیشتر و دیدگاه‌های متفاوتی را برای تصمیم‌گیری آگاهانه در اختیارتان بگذارد.

آنچه منتورها سر میز می‌آورند، تجربه‌ی خود آن‌ها و درس‌هایی است که در مراحل ابتدایی کارآفرینی گرفته‌اند. شما می‌توانید این آگاهی و تجربه را فراگرفته و از ارتکاب همان اشتباهات اجتناب کنید بدون اینکه هزینه‌ای را متحمل شوید. یافتن مشاوران و مربیانی متعلق به حیطه‌ی کاری خودتان عالی است، اما داشتن پایگاه گسترده‌ای از مشاوران متعلق به حوزه‌های مختلف می‌تواند آگاهی‌های ارزشمند دیگری را هم به شما بدهد. علاوه‌براین، دیدگاه بیرونی جدید حتی شاید در بررسی چالش‌ها و بازبینی وضعیت فعلی این صنعت به درد بخورد.

## برنامه ریزی ، نظم کاری و راه اندازی واحد تجاری

داشتن یک فرهنگ قوی و مثبت در تیم می‌تواند هنگام استخدام نیرو به شما کمک کند. بهترین و با استعدادترین افراد، پیشنهادات شغلی بسیاری دارند. اما کارمندان هنگام درخواست دادن برای شغل و گرفتن آن، بیش از پیش چیزهایی مثل کیفیت زندگی و شرح وظایف خود در شرکت را در نظر می‌گیرند، به علاوه کارمندان خوشحالی که آن فرهنگ مثبت را از قبل دارند، در روند استخدام شدن جلو می‌افتند، به خصوص اگر نمی‌توانید نسبت به دیگران در این صنعت، دستمزد بالاتری پیشنهاد دهید.

راه اندازی واحد تجاری ، یکی از مهم‌ترین قدم‌هایی است که می‌توانید در آغاز کسب و کارتان بردارید. یک نهاد تجاری، تضمینی برای موفقیت یا حتی بیمه‌ای درمقابل شکست نیست، اما اگر می‌خواهید درمقابل هر نوع مشکل مالی احتمالی در معاملات کاری از خود و خانواده‌تان محافظت کنید، عنصر مهمی محسوب می‌شود، و به سرمایه گذاران و شرکای احتمالی نشان می‌دهد که شما نسبت به آینده‌ی کسب و کارتان مسئول و جدی هستید.

از دیگر موارد مهمی که در ابتدای راه اندازی باید در نظر داشته باشید ، داشتن قراردادهای مکتوب مانند قرارداد کاری ، پیمانکاری ، استخدامی ، همکاری و توافق نامه های کاری است . فارغ از اینکه با طرف قراردادتان چه نسبتی دارید، باید با هرکسی که قصد همکاری با او را دارید، هم در داخل و هم در خارج از شرکت، قرارداد داشته

باشید. قراردادها و توافق‌ها سند جدایی ناپذیر همکاری‌ها و شراکت‌های مختلف شما بوده و هم شما و هم طرف دیگر را از بحث بر سر بندهای قرارداد باز خواهد داشت.

### ثبات ایده ، برنامه ریزی

صحبت کردن در مورد ایده‌هایتان در محیط عمومی، هزینه‌ی تلاش برای انجام کسب و کار است، اما اگر مراقب نحوه‌ی حفاظت از حساس‌ترین جزئیات کاری خود نباشید، می‌تواند خطرناک باشد. آگاهی اجمالی از تاریخچه‌ی کارآفرینی به ما می‌گوید که برای عده‌ای معمول است که به خاطر منافع خودشان، از جزئیات خاص کار شخص دیگری کپی‌برداری کنند. بنابراین برداشتن چند قدم کوچک برای حفظ اسرارشان می‌تواند به اطمینان از اینکه نبوغتان فقط به خودتان تعلق خواهد داشت، کمک کند.

متأسفانه، اکثر افراد به نحوه‌ی حفاظت از این دارایی فکری باارزش توجه کافی ندارند، به‌خصوص به این خاطر که درگیر اقدامات بعدی خود برای استخدام، رشد، و سرمایه‌گذاری هستند. حفاظت از دارایی فکری شاید جذاب‌ترین بخش راه اندازی یک استارت‌آپ نباشد، اما می‌تواند با توجه به محوریت آن در ارزش هر کسب و کاری، مهم‌ترین بخش محسوب شود. کمی وقت گذاشتن برای توجه به چیزی که ساخته‌اید و نحوه‌ی حفاظت از آن می‌تواند در دراز مدت سود سهامتان را پرداخت کند.

شور و اشتیاق شما پس از راه اندازی استارت‌آپ شما را تا اینجا کشانده است، اما چه اتفاقی می‌افتد که از مسیر خود منحرف شده و اداره‌ی روزانه‌ی شرکت برایتان پیچیده می‌شود؟ در کسب و کار هم مثل زندگی، ممکن است مسائلی پیش بیاید که ما را از اهداف بزرگ و کوچکمان منحرف کنند، تا جایی که ناگهان می‌بینیم از هدف اصلیمان فاصله‌ی زیادی گرفته‌ایم. داشتن برنامه و نقشه‌ای که مرتباً در هر مرحله از کار به آن مراجعه کنید، کمکتان خواهد کرد تا در همان مسیری که از ابتدا برای دستیابی به اهداف موردنظرتان تعیین کرده‌اید، حرکت کنید.

### رقابت ، نقشه راه و تولید محتوا

رقابت معیار در اختیارتان می‌گذارد تا در مقایسه با آن، شرکت و محصولاتتان را ارزیابی کنید. می‌توانید ببینید که آنها در فروش و بازاریابی چه کار مثبتی انجام داده‌اند ، یا چه شیوه‌ها و اقداماتی برایشان موفق عمل کرده است و بعد این یافته‌ها را با وضعیت شرکت خودتان مقایسه کنید تا بفهمید چطور باید پیشرفت کنید. (منظورم این نیست که می‌بایست آنچه رقیبتان انجام می‌دهد را کپی کنید.) به‌همین شکل، می‌توانید نقاط ضعف آنها را نیز بفهمید، و اینکه کجا می‌توانید از این ضعف‌ها و نواقص به نفع خودتان بهره‌گیری کنید. هیچ‌کس نمی‌تواند محصولی بسازد که تمام نیازها را برآورده ساخته یا تمام بخش‌های بازار را راضی کند، پس ببینید چه فرصت‌های بکری برای شرکت شما وجود دارد.

بعد از بحث رقابت یکی از مهمترین مباحث در این مرحله داشتن یک نقشه راه است . تهیه‌ی نقشه‌ی راه به معنای تعریف اهداف سطح بالایی است که آرزو دارید با شرکت خود به آنها برسید، اما تحقق آن اهداف به یک سند مکتوب نیاز دارد. این نقشه‌ی راه، طرح ملموسی است که کار سخت و فداکاری لازم برای تحقق اهداف متعالی تعیین‌شده در برنامه‌ی شما را نشان می‌دهد. این طرح که پروژه و اقدامات بزرگ و کوچک لازم برای

برآورده ساختن اهدافتان را دربردارد، شروع تحقق یافتن ایده هایتان است، اما تهیه و تنظیم نقشه‌ی راه نیازمند کار مجزایی است تا موفقیت تضمین شود.

آغاز کردن یک نقشه‌ی راه به معنای دریافتن چپستی اهدافتان، نحوه‌ی دستیابی به آنها، و زمانی است که باید آنها را به انجام برسانید. نقشه‌ی شما نباید روی وجود توسعه‌دهندگان و کارمندانی حساب کند که ۱۸ ساعت در روز کار می‌کنند، هرچند با بروز مشکلات و تأخیرها احتمالاً اضافه‌کاری لازم خواهد بود. و شما باید نسبت به آنچه دست‌یافتنی است واقع‌بین باشید، به‌خصوص اگر با گروه کوچکی کار می‌کنید. آن محصول بی‌نقصی که در ذهنتان است، شاید بدون داشتن منابع و نیروی کاری که فعلاً در اختیار ندارید، دست‌نیافتنی باشد.

تولید محتوا نیز از اصول حیاتی است، کار دشوار توسعه دادن کسب و کارتان با تولید محصول و جذب سرمایه متوقف نمی‌شود. این کافی نیست که محصولی را به بازار عرضه کرده و امیدوار باشید مشتریان آن را پیدا کنند؛ بازاریابی بخش بسیار مهمی از هر شرکت مردمی است، و امروزه محتوا سهم زیادی در این بازاریابی دارد. روزهایی که آگهی‌های چاپ‌شده یا دیجیتال برای جذب مشتری کافی بود دیگر گذشته است. برای رسیدن به رقبایتان باید برای مخاطبین هدف خود محتوایی تولید کنید که حاضر باشند آن را خوانده و نگاه یا گوش کنند تا بتوانید برند خود را ساخته و با مشتریان ارتباط برقرار کنید.

### روابط کاری و جذب سرمایه

برای دستیابی به موفقیت در استارت‌آپ راه درازی باید بروید، و در این سفر، با افرادی ملاقات می‌کنید که در مسیر کمکتان خواهند کرد. برقراری ارتباط، مختص ما انسان‌هاست، و این اقدامی حیاتی است که نه تنها به‌عنوان کارآفرین، بلکه در زندگی شخصی خودمان هم انجام می‌دهیم. حتی در محیط کسب و کار مدرن، که همه‌چیز نشأت گرفته از فن‌آوری و اینترنت اشیا است، درنهایت انسان‌ها در پشت کیبورد بوده و نهایتاً آنها هستند که شرکت شما را به جایی رسانده یا زمین می‌زنند. وقتی برای رشد و توسعه‌ی کسب‌وکار خود کار می‌کنید، نباید اهمیت نقش روابط انسانی در رسیدن به مقصدتان را فراموش کنید.

برقراری ارتباط با دیگر کارآفرینان و حضور افرادی که جان‌کندن هر روزه در دنیای استارت‌آپ را می‌فهمند، به‌عنوان مربی یا دوست، راه نجاتی برای خروج از مشکلات و ناکامی‌ها پیش‌رویتان می‌گذارد. آنها نه تنها سنگ صبورتان می‌شوند، بلکه می‌توانند درصورت لزوم درباره‌ی مسائلی که پیش می‌آید، به شما مشورت بدهند. داشتن دیدگاه شخص دیگری که خودش مشکل خاصی را از سر گذرانده یا به اندازه‌ی کافی از آن دور هست که بتواند دیدگاه تازه‌ای ارائه دهد، بسیار گران‌بهاست و همین شبکه در دیگر برهه‌هایی که به کمک نیاز دارید هم می‌تواند شما را به هر نحو ممکن یاری کند.

شراکت یکی از مهم‌ترین راه‌های سودآور برای کسب و کار شماست. محصول شما هرچه‌قدر هم که عالی باشد، احتمالاً تمام نیازهای مشتریان‌تان را برآورده نخواهد کرد، یا فروش و بازاریابی شما شاید نتواند آن تعداد مشتریان احتمالی را که می‌خواهید جذب کند. شراکت‌هایی که محصولات مکمل یکدیگر دارند، باعث می‌شود که آنها به یکدیگر کمک کرده و محصولات بیشتری را به مشتریان عرضه کنند تا خودشان را از رقبایشان متمایز سازند.

ممکن است هنگام ملاقات با افراد مهم عده‌ای هم به شما پیشنهاد سرمایه‌گذاری بدهند، جذب سرمایه یکی از مهم‌ترین و چالش‌برانگیزترین کارهایی است که در جریان اداره‌ی کسب و کار خود با آن مواجه خواهید شد.

به ندرت پیش می‌آید که سرمایه‌گذاران صف بکشند تا هرچه را که یک استارت‌آپ می‌خواهد در اختیارش بگذارند، پس گرفتن پول نیازمند کار سخت، پشتکار، و از همه مهم‌تر، صبر است. هیچ‌کس از فرآیند تکمیل اسلایدها و ارائه‌ی آن لذت نمی‌برد، پس قابل درک است که با طولانی‌تر شدن این روند، از آن ناامید شوید. اما صبور و سخت‌کوش بودن و هماهنگ کردن شرکتتان با سرمایه‌گذار درست، برای آینده‌ی کسب و کار شما بسیار مهم بوده، و در نهایت ارزش صبر کردن را دارد.

وقتی درمقابل سرمایه‌گذاران خطرپذیر قرار می‌گیرید، باید بدانید که در مورد شرکت و محصول خود قرار است چه چیزی ارائه کنید. «نحوه‌ی کار» محصولتان مهم است، اما سرمایه‌گذاران بیشتر مایلند درباره‌ی چشم‌انداز آینده‌ی شرکت شما و نحوه‌ی رشد و نمو آن بدانند. بخشی از آمادگی شما برای جذب سرمایه می‌بایست شامل ترسیم نقشه‌ای از تمام قدم‌های آینده‌ی شرکتتان و اهداف واقع‌بینانه‌ای باشد که برای رشد و پیشرفت آن در ذهن دارید. درعین‌حال که اطمینان به کسب و کارتان خوب است، تلاش برای بزرگنمایی‌اش می‌تواند ارائه‌ی شما را از مسیر خود منحرف کرده و به گزافه‌گویی و توهم تبدیل کند.

## راه های جذب سرمایه گذار استارتاپ

### جذب سرمایه گذار پس انداز و تامین سرمایه شخصی

از پس اندازتان استفاده کنید یا تا زمانی که به تامین سرمایه خارجی دست نیافته‌اید، کار روزانه خود را حفظ کنید و بخشی از دستمزدهایتان را برای تامین مالی استارتاپ خود بکار ببرید.

**هشدار:** همه پس اندازتان را وارد کار نکنید، مقداری از آن را برای وضعیت‌های اضطراری نگاه دارید.

### جذب سرمایه گذار تامین مالی جمعی

تامین مالی جمعی راهی عالی برای تمرین ارائه خودتان، شناخت مخاطبان و شناساندن محصول تان است. در صورتی که در تامین مالی جمعی موفق باشید، پیش از آنکه لازم باشد سرمایه گذاران آینده را به سرمایه‌گذاری متقاعد کنید، خود را به عنوان یک محصول پذیرفتنی در بازار به اثبات رسانده‌اید.

**هشدار:** موفقیت دیگران گمراه‌تان نکند. قرار نیست مثل برخی کمپین‌های موفق تا ۵۰۰ برابر بیشتر از هدفی که تعیین کرده‌اید، جذب سرمایه کنید. از آنجا که آماده و اجرا کردن کمپین ماه‌ها طول می‌کشد، می‌تواند برنامه زمانی شما را به هم بزند.

### جذب سرمایه گذار خانواده و دوستان

بدون حمایت خانواده و دوستان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر هم ریسک نخواهند کرد. اگر خانواده و دوستان به اندازه‌ی کافی نسبت به توانمندی ایده‌ی شما در بازپرداخت وجه، اطمینان نداشته باشند، چرا سرمایه‌گذاران خطرپذیر باید داشته باشند؟

**هشدار:** از کسانی که ظرفیت از دست دادن پولشان را ندارند درخواست قرض دادن پول نکنید. پولی که از افراد می‌گیرید را به طور حقوقی ثبت کنید تا هر کسی نسبت به تعهدات آگاه باشد. (آیا به آن‌ها سود خواهید داد؟ آیا سهام می‌خواهند؟ چه زمانی توقع بازپرداخت دارند؟)

### جذب سرمایه گذار وام‌دهندگان سنتی

آماده گسترش کسب و کارتان هستید اما قادر به تامین سرمایه‌ی بیشتر نیستید. با درک مناسبی از ریسک کسب و کارتان، ارزش آن و مدل درآمدی مشخص به نزد بانک‌ها بروید.

**هشدار:** بانک‌ها وام‌دهنده هستند نه سرمایه‌گذار. کسب و کار شما باید به مرحله‌ای رسیده باشد که آن‌ها بتوانند عملکردش را ارزیابی کنند و بر اساس آن به شما اعتبار تخصیص دهند.

### جذب سرمایه گذار سرمایه‌گذاران فرشته

این سرمایه‌گذاران از کسب و کارها در ازای سهامی که دریافت می‌کنند، حمایت می‌کنند. آن‌ها اغلب با یکدیگر یک شبکه می‌سازند و علاوه بر تجمیع منابع به ارائه مشاوره به شرکت‌هایی که در آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند می‌پردازند.

### جذب سرمایه گذار مراکز رشد



بعضی از مراکز رشد در سرمایه‌گذاری مشارکت می‌کنند و نیروی حمایتی در حوزه‌های جذب سرمایه، بازاریابی، فروش و استراتژی، به اضافه‌ی شبکه‌ای از متخصصین را در اختیاران قرار می‌دهند.

**هشدار:** چون آن‌ها در موفقیت شما سهیم هستند، افراد مرکز رشد در تصمیم‌گیری‌های شما داخل می‌شوند و همیشه این امکان وجود دارد که با دیدگاه شما مخالف باشند.

### جذب سرمایه گذار سرمایه‌گذاران خطرپذیر

سرمایه‌گذاران خطرپذیر در مراحل اولیه یا رشد در ازای دریافت سهام اقدام به سرمایه‌گذاری می‌کنند. بسیاری از سرمایه‌گذاران خطرپذیر، نیروهای متخصصی برای ارائه‌ی راهنمایی به کسب و کارهایشان مورد سرمایه‌گذاریشان در اختیار دارند تا مسیر رشد آن را تضمین کنند. در صورتی که تجربه زیادی در راه‌اندازی کسب و کار ندارید این مورد کمک کننده خواهد بود.

**هشدار:** با توجه به این که سهامدار هستند به اظهار نظر خواهند پرداخت. سرمایه‌گذاران خطرپذیر ممکن است که بخواهند عضوی از تیم شان را به رده‌ی بالای مدیریتی شما وارد کنند یا بر تصمیمات کلان شما نظارت داشته باشند.

## استارت‌اپ های موفق ایرانی

استارت‌اپ های موفق ایرانی در چه زمینه ای فعالیت داشته اند ؟

### فروشگاه اینترنتی

فروشگاه‌های خرده فروشی اینترنتی بزرگی در کشور راه اندازی شده است ، اغلب فروشگاه های اینترنتی راه اندازی شده انواع کالای دیجیتال ، لوازم منزل ، خاوروبار ، لوازم آرایشی و بهداشتی ، قطعات و ابزار آلات را به فروش می رسانند . وجه تمایز این فروشگاه ها با بقیه در گارانتی کالا ، ضمانت تعویض و پس گرفتن کالای فروخته شده و ارائه کالاهای اصلی می باشد . از نمونه های موفق انجام شده می توان به دیجی کالا اشاره نمود .

دیجی کالا بزرگترین شرکت خرده فروشی صورت اینترنتی در ایران است که در سال ۲۰۰۶ راه اندازی گردید. امروزه دیجی کالا، پربازدید ترین سایت در خاورمیانه و بزرگترین سایت فروش محصولات دیجیتالی و الکترونیکی در ایران می باشد . از تاسیس دی جی کالا تا به امروز نزدیک به ۱۱ سال می گذرد و در حال حاضر این سایت از نظر موسسات تعیین سطح خارجی با ارزش ۱۵۰ میلیون دلار بزرگترین استارت‌اپ ایرانی لقب گرفته است.

### اپلیکیشن مارکت ها

فروشگاه های ارائه اپ های موبایل در سراسر دنیا در حال گسترش هستند ، با محدودیت های ایجاد شده توسط شرکت گوگل و اپل برای دسترسی کاربران ایرانی به برنامه های قرار داده شده در فروشگاه گوگل (گوگل پلی) و اپ استور ، برنامه نویسان به فکر ایجاد یک سیستم کاملا بومی نموده تا این خلا رو پر کنند ، کافه بازار و چارخونه ایرانسل از نمونه های موفق اپ مارکت ها هستند.



کافه بازار بزرگترین بازار انواع اپلیکیشن های گوشی های هوشمند در ایران می باشد. موسسان این استارتاپ توانسته اند میلیون ها کاربر، تبلیغات کنندگان اینترنتی و برنامه نویسان گوشی های هوشمند را از طریق بسترهایی مانند آپ استور بازار به یکدیگر متصل نمایند.

چارخونه، فروشگاه اپلیکیشن های اندرویدی است که از طریق آن می توانید اپلیکیشن های مورد نیاز خود را به صورت امن دانلود کنید. این اپلیکیشن ها در حوزه هایی مانند بازی، موسیقی، فیلم، کتاب، روزنامه، مجله و تلویزیون اینترنتی هستند. برخی از این اپلیکیشن ها رایگان و برخی دیگر پولی هستند. شما می توانید اپلیکیشن های پولی را از طریق شارژ ایرانسل، درگاه بانکی، اشتراک یا به صورت نسخه خریداری کنید.

### اپلیکیشن های تاکسی آنلاین

ایده راه اندازی تاکسی های آنلاین را اولین بار شرکت Uber مطرح نمود ، این شرکت توانست با داشتن یک اپلیکیشن موبایل، افرادی که تمایل دارند تا به عنوان تاکسی فعالیت کنند را جذب کرده و با آنها همکاری داشته باشد. از طرفی با ارائه خدماتی با کیفیت بالا و پشتیبانی قوی به همراه هزینه پایین، مشتریان زیادی را به خود جذب نماید. از نمونه های موفق اجرا شده تاکسی آنلاین در کشور می توان به اسنپ و تپسی اشاره نمود.

### درخواست پیک موتوری

استارتاپ های درخواست پیک موتوری نیز مانند درخواست تاکسی بسیار جذاب است ، در این استارتاپ ها ارسال کالا ، دریافت کالا و حمل مسافر مد نظر قرار گرفته شده است و کاربران قادرند به سرعت درخواست پیک موتوری نمایند . از نمونه های موفق اجرا شده در ایران می توان به اسنپ باکس، الوپیک ، حملو ، پیکاپ ، پیک یاب و ... اشاره نمود.

### اشتراک گذاری ویدئو

سیستم های اشتراک گذاری ویدئو در سراسر دنیا همواره برای کاربران جذاب بوده است . از نمونه موفق جهانی می توان به یوتیوب اشاره نمود که میلیون کاربر در سراسر دنیا دارد . پس از فیلتر شدن سایت یوتیوب در ایران ، برنامه نویسان به فکر ایجاد یک سایت بومی جهت جایگزینی در داخل کشور افتادند . آپارات نمونه موفق بومی یوتیوب بوده که با استقبال خوب کاربران مواجه شد و خلا یوتیوب را در کشور بخوبی پر نمود . آپارات این سایت در سال ۸۰ تاسیس شد و در سال ۹۳ پس از تاسیس حساب کاربری رئیس جمهور در این سایت، آپارات رسماً وارد دنیای پخش ویدیوی آنلاین شد. سایت آپارات از سایت های زیر مجموعه ی شرکت صبا ایده است، این شرکت مالک سایت هایی نظیر میهن بلاگ و سایت تبلیغات کلکی صبا ویژه نیز می باشد. از نمونه های موفق دیگر می توان به نماوا ، نمایش و لنز اشاره نمود که با دریافت حق اشتراک ماهیانه می توان از خدمات آن استفاده نمود.

### اپلیکیشن های سفارش غذا

اپلیکیشن های سفارش غذا را می توان جذاب ترین استارتاپ ایرانی نام برد . ایده این استارت آپ سرویس دلپوری غذا در کمترین زمان است. این اپلیکیشن ها بر حسب موقعیت جغرافیایی، تمامی رستوران های طرف قرارداد خود را به شما نمایش می دهد. بدین ترتیب، شما می توانید از رستوران مورد نظر، غذای مورد علاقه خود

را سفارش داده و پرداخت آن را به صورت آنلاین انجام دهید. از نمونه های موفق انجام شده می توان به اسنپ فود ، چنگال ، چلیوری و ریحون اشاره نمود.

### اپلیکیشن های گردشگری

اپلیکیشن های خرید بلیط ، رزرو تور ، رزرو هتل و اقامتگاه در ایران بسیار پرطرفدار است . سهولت در خرید بلیط هواپیما ، قطار و اتوبوس ، رزرو سریع و آسان هتل و مراکز اقامتی باعث ایجاد محبوبیت این اپلیکیشن ها شده است . از نمونه های موفق ایرانی می توان به علی بابا در زمینه خرید بلیط و اسنپ تریپ در زمینه رزرو هتل اشاره نمود.

علی بابا با سابقه ترین، بزرگ ترین و معتبرترین سامانه ی خرید اینترنتی بلیط هواپیما و قطار است. علی بابا نه تنها تمامی پروازهای ثبت شده در سیستم پروازهای بین المللی را که از مبدا یا مقصد تهران انجام می شود برای شما جستجو می کند، بلکه این جستجو را برای تمامی مقاصد پروازی و ایرلاین های خارجی که امکان خرید آنلاین بلیط آنها موجود است انجام می دهد. همچنین برای خرید بلیط چارتر، علی بابا مطمئن ترین گزینه است، چرا که استرداد آنلاین پروازهای کنسل شده را تضمین می کند.

### خرید و فروش کالا و ارائه خدمات

سایت های خرید و فروش کالای نو و دست دوم در سراسر دنیا جذاب بوده است و طرفداران زیادی را به سمت خود جذب نموده است . در ج آگهی رایگان برای خرید و فروش ، درج آگهی استخدام ، درج آگهی ارائه خدمات مشاغل خانگی و ... از جذاب ترین بخش های این سایت ها می باشد . از نمونه های موفق ایرانی می توان به دیوار و شیپور اشاره نمود.

### ارائه خدمات تراکنش های مالی

فینتک ها نقش یک واسط بین خریدار و فروشنده را دارند و به کمک بستر امن خود می توانند خریدی راحت و آسان را برای مشتریان شما رقم بزنند. ارائه انواع درگاه های واسط بانکی ، خرید های بین المللی و شارژ کارتهای بین المللی مانند پی پال و مستر کارت از مهمترین خدمات این استارتاپ ها می باشد . از نمونه های موفق ایرانی می توان به زرین پال اشاره نمود.

تهیه شده توسط تیم تولید محتوای شرکت پیشگامان دامنه فناوری

فروردین ۱۴۰۲

علیرضا نوفرستی