



در مسیر موفقیت

شگرد ضد گلوله شدن

چرا محصولات در مرحله توسعه ایده‌ها شکست می‌خورند؟



محصولات، نقطه اتصال شرکت‌های نوپا و کاربرانشان هستند. هر قدر يك محصول بتواند نیازهای کاربران را بهتر و دقیق‌تر پاسخ بگوید در بازار موفق‌تر خواهد بود. کسب‌وکارها انرژی زیادی صرف بهبود ارتباط کاربر با محصولشان می‌کنند و همواره در تلاشند پاسخ‌های درستی به مسائل کاربران بدهند. در فرآیند توسعه محصول ممکن است اشتباه‌هایی مسیر رشد را منحرف کند. یکی از آنها توسعه اشتباه محصول است. اگر مسیر توسعه محصول با آنچه کاربران در انتها انتظار دارند هماهنگ نباشد، تولید با شکست مواجه می‌شود. در رابطه با کسب‌وکارها باید توجه داشت که توسعه بد محصول به مراتب بدتر از توسعه ندادن است. در مسیر توسعه محصول، ایده‌های بسیاری مطرح می‌شود اما پیاده‌سازی همه این ایده‌ها ممکن نیست. صرف زمان و منابع بدون آگاهی و برنامه‌ریزی در این موضوع می‌تواند کسب‌وکار را با شکست مواجه کند. در ادامه به بعضی از اشتباه‌ها در مسیر توسعه محصول اشاره شده است:

ارائه محصولی که هنوز کامل نشده
ممکن است به دلایل مختلف مثلا کمبود زمان، محصول پیش از آن‌که به حداقل ویژگی‌های مقبول کاربر برسد، در بازار ارائه شود. طبعاً این محصول نمی‌تواند نیازهای حداقلی کاربران را برآورده کند و این مساله بر کیفیت خروجی اثر منفی می‌گذارد. اگر محصولی در بازار وارد شده است باید حداقل عملکرد اصلی محصول را برای کاربر فراهم سازد.

منطبق نبودن محصول با رفتار کاربران
اگر محصول ارائه شده با عادات و رفتارهای کاربران منطبق نباشد زمان زیادی برای ایجاد هماهنگی و همسازی با محصول نیاز خواهد بود. ایجاد منش جدید کاربری نیازمند صرف هزینه مادی و معنوی است. يك شرکت نوپا ممکن است در آغاز کار شرایط ایجاد بستری برای این هماهنگی را نداشته باشد. پس تیم محصول باید آگاهانه از آن حذر کند.

کشتن زمان در توسعه جزئیات
يك محصول معمولا پیرامون مدل کسب‌وکاری‌اش شکل گرفته و در ازای ایجاد خدمات و رفع یق نیاز اصلی از طرف کاربر مورد استفاده قرار می‌گیرد. وسوسه توسعه جزئیات و خدمات فرعی همیشه همراه تیم خواهد بود. اگر زمان زیادی برای این مساله صرف شود ممکن است خود محصول نیز از دامنه نیاز کاربران خارج شود پس باید همواره به این نکته توجه داشت که تمرکز و صرف زمان باید روی ویژگی‌های اصلی محصول اتفاق بیفتد.

نداشتن دید درست در تولید
آگاهی به مسیر راه توسعه محصول الزامی است و اگر همه تیم به این مسیر آشنا نباشند ممکن است توسعه را در مسیر اشتباهی پیش ببرند. چشم انداز محصول مشخص می‌کند که دید درست تولید چیست و بر چه مبنایی ساختاربندی خواهد شد. مدل کسب‌وکاری در شکل‌گیری این دید موثر است.

بررسی نکردن نتیجه با کاربر
محصولی که در نهایت آماده می‌شود قرار است کاربران از آن استفاده کنند. ممکن است يك محصول از دید توسعه دهندگان عالی و کامل باشد اما کاربران آن را به دلایل مختلف نپسندند. بنابراین بررسی کردن محصول با کاربر پیش از ارائه به بازار می‌تواند از شکست‌های احتمالی پیشگیری کند.

چه باید کرد؟

مسیر راه محصول باید دقیق و درست ترسیم شود و همه اعضای تیم توسعه از آن آگاه باشند. زمان ارائه محصول به بازار باید درست انتخاب شود. محصول باید کامل باشد؛ یعنی ویژگی‌های اصلی در آن کاملاً قابل استفاده باشند.

نتیجه کار باید با کاربران بررسی شود و محصول منطبق بر کاربر توسعه داده شود. بازخوردهای کاربری اهمیت ویژه‌ای در این مساله خواهد داشت.

مدیریت زمان و منابع در توسعه محصول لحاظ شود و توسعه بدون آگاهی صورت نگیرد.

ستون‌های استخراج دی ان ای ایران ساخته شدند

يك شرکت دانش بنیان داخلی توانسته است با بومی‌سازی دانش فنی تولید ستون‌های استخراج دی ان ای و آران ای نیاز آزمایشگاه‌های ژنتيك مولکولی و پزشکی را تامین کند. تولیدکنندگان کیت‌های استخراج دی ان ای و آران ای عمده‌ترین مشتری این محصول دانش بنیان هستند. فعالان آزمایشگاهی حوزه‌های پزشکی، گیاه‌پزشکی، دامپزشکی، میکروبیولوژی، خون و سلول‌های بنیادی از این کیت‌ها استفاده می‌کنند. / جام‌چم



از ترندهای فروش استفاده کنید

جذب سرمایه ماهیتی مشابه فروش دارد، با این تفاوت که به جای فروش محصولاتان قرار است بخشی از ارزش‌داشت مجموعه کسب‌وکاری را که راه‌اندازی کرده‌اید بفروشید. همان‌گونه که فروش محصول نیاز به برنامه‌ریزی و استفاده از راهکارهای ویژه فروش دارد، برای جذب سرمایه‌گذار نیز نیاز به بهره‌گیری از این ترندها خواهد داشت. استفاده از این راهکارها به شما کمک می‌کند تا به بهترین شکل مجموعه کسب‌وکاری خود را به سرمایه‌گذار معرفی کنید و بر اساس واکنش‌هایی که دارد قدم بعدی خود را انتخاب کنید تا در نهایت به صورت کامل او را قانع کنید که این سرمایه‌گذاری می‌تواند یکی از بهترین فرصت‌هایش برای سرمایه‌گذاری باشد. روش‌های آگاهی‌رسانی دوره‌ای یکی از راهکارهایی است که می‌تواند در افزایش انگیزه و جلب نظر سرمایه‌گذاران اثربخش باشد.

در مورد نحوه ارتباط آتی پیرسید

زمانی که جلسه مذاکره اول‌تان را با سرمایه‌گذار به پایان می‌رسانید، در مورد ادامه مذاکرات از او بپرسید. این که بدون هماهنگی بخواهید با تماس‌های تلفنی پی‌درپی و ملاقات‌های زودتر از موعد او را کلافه کنید، نه‌تنها نشانه پیگیری و اشتیاق شما نخواهد بود، بلکه ممکن است سرمایه‌گذار را از ادامه همکاری منصرف کند. بنابراین برای این‌که بتوانید به طور مؤثر راه ارتباطی خود را با افراد حفظ کنید، به‌سادگی از آنها درخواست کنید تا خودشان نحوه تعاملات بعدی را برایتان مشخص کنند. آنها علاوه بر مشخص کردن فواصل قرارهای بعدی باید بگویند چقدر زمان برای فکر و تصمیم‌گیری نیاز خواهند داشت. یکی از مهم‌ترین مواردی که می‌تواند منجر به همکاری و مشارکت مؤثر و مثبت میان دو طرف شود این است که هر دو طرف حاضر به شنیدن خواسته‌های یکدیگر و احترام به این خواسته‌ها باشند و برنامه کاری خود را براساس نظر هر دو طرف تنظیم کنند.

فقط موارد تکمیل شده را ارائه دهید



یکی از بهترین روش‌های جذب سرمایه این است که به افراد این فرصت را بدهید که بتوانند مسیر دستیابی به موفقیتشان را دنبال کنند. زمانی که با سرمایه‌گذاری قراردملقات دارید یکی از مواردی که حتما باید به آن پردزاد ارائه خلاصه‌ای از مسیری است که قرار است برای توسعه کسب‌وکارتان طی کنید. این که به سرمایه‌گذار از نحوه رشد کسب‌وکارتان در طول زمان بگویید این امکان را فراهم می‌کند که اگر حتی خودش نخواهد در این مسیر سرمایه‌گذاری کند، فردی را به شما معرفی کند که حاضر است در این مسیر همراهتان شود. اما در هنگام مطرح کردن این نقشه راه باید مراقب باشید که مسیر را واقع‌بینانه در نظر گرفته باشید. یکی از تله‌هایی که بیشتر کارآفرینان هنگام تعیین مسیر راهشان به دامش می‌افتند، خوش بینی بیش از حد در زمینه بازار و فروش است. زمانی که در زمان کوتاهی وعده فروش و سودآوری بزرگی به سرمایه‌گذار بدهید این فرصت را فراهم کرده‌اید که منتظر بماند و میزان موفقیت شما را در زمان وعده داده شده بررسی کند. اگر نتوانید به وعده خود پس از پایان موعد مقرر عمل کنید اعتبارتان را خدشه‌دار خواهید کرد. بهتر است به جای وعده دادن، براساس دستاوردهای کنونی خود و مواردی که از وقوعشان مطمئن هستید برای جلب نظر سرمایه‌گذار استفاده کنید. این روش فرصت بیشتری برای اعتمادسازی به شما خواهد داد.



کارخانه نوآوری سیستان و بلوچستان راه‌اندازی می‌شود

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در پایان سفر يك روزه خود به منطقه آزاد چابهار با تاکید بر آماده شدن زیرساخت‌ها در استان سیستان و بلوچستان نوید راه‌اندازی يك کارخانه نوآوری در آینده نزدیک در این استان را داد. سورنا ستاری گفت: ایجاد کارخانه نوآوری در این منطقه می‌تواند موتور محرک برای اقتصاد دانش بنیان استان باشد. / معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



فوت و فن‌های جذب سرمایه

۸ شگرد به نتیجه رساندن مذاکره با سرمایه‌گذاران برای جذب سرمایه در شرکت‌های نوپا

اگر کسب‌وکار خود را راه‌اندازی کرده‌و به دنبال جذب سرمایه‌گذاری برای توسعه کسب‌وکارتان هستید، به‌طور قطع با این مشکل مواجه شده‌اید که الزاما قرار نیست سرمایه‌گذاران پس از جلسه ارائه طرح شما بلافاصله قانع شده و پای میز قرارداد بیایند. کار اصلی کارآفرینان از این مرحله به بعد شروع می‌شود و باید با برگزاری جلسات مذاکره پی‌درپی در نهایت سرمایه‌گذاران را قانع کنند. نگه داشتن سرمایه‌گذار پس از جلسه ارائه طرح، کاملاً به توانایی شما در دنباله‌دار کردن ارتباطات با روش‌های گوناگون مانند برگزاری جلسات تکمیلی، تماس و پیگیری و قرار ملاقات‌های بعدی خواهد داشت. اگر تاکنون تلاش‌های زیادی برای جذب سرمایه‌گذار داشته‌اید اما هنوز موفق به جذب سرمایه‌گذار نشده‌اید، با این گزارش همراه شوید. در ادامه راهکارها و توصیه‌هایی را براساس تجارب کارآفرینان موفق مرور خواهیم کرد که می‌تواند در تغییر روند مذاکراتتان برای جذب سرمایه‌گذار بسیار مؤثر باشد.



عسل اخویان طهرانی
دانش

با دادن اطلاعات بیش از حد آنها را سردرگم نکنید

تصمیم‌گیری برای سرمایه‌گذاری به‌ویژه زمانی که کارآفرین تازه‌کاری باشید، می‌تواند سازوکاری بسیار پیچیده و زمان‌بر شود. باید بتوانید در این مدت طولانی به‌خوبی سرمایه‌گذار را به طرح کسب‌وکار و اتفاقات جاری متصل نگه دارید. اما باید توجه داشته باشید که در ارتباط نگه داشتن سرمایه‌گذار به معنی بمباران او با اتفاقات لحظه به لحظه کسب‌وکارتان نیست. در عوض بهتر است از خود فرد بخواهید روشی که برای در ارتباط بودن ترجیح می‌دهد را برایتان مشخص کند. مطمئن باشید که سرمایه‌گذار نیز ترجیح می‌دهد با شما در ارتباط باشد تا بتواند آسان‌تر در مورد سرمایه‌گذاری تصمیم بگیرد. زمانی که روش ارتباطی خود را تعیین کردید، به صورت منظم در طول زمان اطلاعات مفید، دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت یا تغییرات احتمالی ایجاد شده در کسب‌وکارتان را با فرد مورد نظر در میان بگذارید. این اطلاعات می‌تواند شامل تغییرات مثبت در اعضای تیم کاری، افزایش مشتریان یا سوددهی و درخواست‌ها باشد. اگر در جلسه ارائه طرح سرمایه‌گذاران در مورد نحوه انجام برخی از موارد ابراز نگرانی کرده است، سعی کنید در طول کار نشان دهید که چطور قرار است این مشکل را برطرف کنید. در واقع باید بتوانید به‌خوبی ارتباطی را با سرمایه‌گذار پایه‌ریزی کنید و مذاکراتتان را دنبال کنید بدون این که بخواهید با اطلاعات بیش از اندازه او را کلافه کنید.

برای اعتمادسازی زمان صرف کنید



همه کسب‌وکارهای بسیار موفق دنیا روزی بسیار کوچک و بدون سوددهی بودند و با هزاران نه از طرف سرمایه‌گذاران مواجه شده‌اند. جلب اعتماد سرمایه‌گذار نیاز به زمان دارد؛ به‌ویژه اگر شما کارآفرین جوانی باشید کسب‌وکار نوپایی داشته باشید، طبیعی است که سرمایه‌گذار به‌سادگی نتواند از سوددهی سرمایه‌گذاری‌اش در کسب‌وکارتان مطمئن باشد. حتی در زمانی که سرمایه‌گذاری طرحتان را رد می‌کند از او بخواهید که ارتباطش را قطع نکند و به صورت دوره‌ای او را در جریان تغییرات و پیشرفت‌های کسب‌وکارتان به‌ویژه در مواردی که در موردشان احساس ضعف در مجموعه‌تان می‌کرده، قرار دهید. به مرور زمان وقتی سرمایه‌گذاران را به صورت شفاف در جریان تغییرات اهداف و نحوه پیگیری و دستیابی به آنها قرار دهید، اعتماد بیشتری در مورد کسب‌وکارتان پیدا می‌کنند و رقبیتشان برای افزایش ارتباط و مذاکرات جدید افزایش خواهد یافت. بسیاری از همین سرمایه‌گذارانی که در ابتدا مخالف کسب‌وکارتان بودند، به طرفداران شما تبدیل می‌شوند و خودشان درخواست همکاری با شما را خواهند داشت.

رویدادها را از دست ندهید

برای دستیابی به فرصتی برای مذاکره با سرمایه‌گذاران مطرح زیست‌بوم کسب‌وکار شاید استفاده از روش‌های معمول مانند ارسال طرح برای بررسی اولیه خیلی کارآمد نباشد و پاسخ مثبتی به عنوان کسب‌وکار نوپا از آنها دریافت نکنید. در این موارد بهتر است ابتدا بررسی کنید که این سرمایه‌گذاران در کدام رویدادها یا نمایشگاه‌هایی که در حوزه کسب‌وکار برگزار می‌شوند قرار است شرکت کنند و از این فرصت برای معرفی خودتان به آنها استفاده کنید. برقراری ارتباط حضوری و از نزدیک می‌تواند تأثیرگذاری بیشتری برای امکان مذاکره برایتان فراهم کند تا این که فقط از طریق تماس تلفنی یا پست الکترونیک بخواهید پیگیر بررسی طرحتان شوید. یکی از بهترین روش‌های دستیابی به برنامه‌های این افراد برای شرکت در رویدادها دنبال کردن آنها در صفحات اجتماعی‌شان است. همچنین با بررسی رویدادهای سالانه یا نمایشگاه‌هایی که در سال‌های پیش شرکت کرده‌اند نیز می‌توانید متوجه شوید که احتمالا در چه مکان‌هایی می‌توانید انتظار حضورشان را داشته باشید. این روش نه‌تنها امکان برقراری ارتباط با سرمایه‌گذار مورد نظر را برایتان فراهم می‌کند، بلکه حضورتان در زیست‌بوم‌های کسب‌وکاری را نیز گسترش می‌دهد.