

SARTUP DE SUCCES (YAHOO STRATEGIES)

Autor: Olga ZUBCOV

Coordonator științific: Cristina LAZARIUC

Universitatea Tehnică a Moldovei

***Abstract:** Starting a startup is not the great mystery it seems from outside. If you want to create a successful startup, you must satisfy three conditions: to start with good people, to make something customers actually want, and to spend as little money as possible. Some startups fail because they don't pay enough attention at least at one of these conditions. The most important are not ideas, but the people who have them. Good people can fix bad ideas, but good ideas can't save bad people. Financially, a startup is like a pass/fail course. The way to get rich from a startup is to maximize the company's chances of succeeding, not to maximize the amount of stock you retain, and of course to give customers what they want.*

***Cuvinte cheie:** idee, startup, resurse, strategie, finalitate, succes, perspective.*

Dincolo de munca pe care o depunem zi de zi la job, probabil că fiecare dintre noi are cel puțin o idee de proiect revoluționar, fie că este vorba de o aplicație, care ar putea schimba lumea, sau un produs inedit. La fel de probabil, cei mai mulți dintre noi le păstrează doar în gând, pentru că nu știm cât de realizabile sunt de fapt. Filosoful grec Heraclit a scris: «Există o singură înțelepciune: să recunoști inteligența care conduce totul.» Este vorba de acea inteligență care face corpurile noastre să funcționeze, păsările să zboare și florile să crească, și care împlinește visele și dorințele. Puterea sa de organizare e infinită, deci cu cât ești mai conectat la ea, cu atât ai mai mult acces la creativitate nelimitată. Prin conectarea conștientă la această inteligență, relațiile, munca și viața voastră se vor transforma.

Prezentând acest subiect într-o discuție de startup-uri ești privit cu puțină suspiciune și multă compasiune. Cu toate acestea, persist să cred că un startup este mai mult decât o simplă idee. Mă abțin să spun "idee genială" pentru că, pe o piață în curs de dezvoltare este suficientă o idee care să se adreseze unei necesități. Și cum necesități neadresate sunt destule, există loc pentru ca aproape orice idee decentă să aibă succes.

Aveți nevoie de trei lucruri pentru a crea un startup de succes:

1. luați startul cu oameni buni,
2. creați ceva ce consumatorii într-adevăr doresc,
3. și cheltui cât mai puțini bani posibil.

Cele mai multe companii eșuează din cauza nerespectării uneia din aceste reguli. Acești pași sună într-un fel provocator, când vă gândiți că toți trei sunt realizabili. Dificili, dar realizabili. Crearea unui startup nu doar de succes, dar și care îi face pe fondatorii săi bogați este la fel realizabil. Dificil, dar realizabil. Există un mesaj pentru cei care-și doresc un startup de succes: **Nu există nici un pas magic dificil, care necesită o mare strălucire a minții pentru a-l rezolva, totul depinde de atitudine, dorință și acțiune.** Acest proces de reorientare către succes conține o doză de „cum să” și o mare cantitate de „vreau să” – dorința este secretul.

Ceea ce este creat trebuie, în mod necesar, să fi fost creat într-un anumit scop, a spus Platon, unul dintre marii gânditori ai omenirii. Concluzia copleșitoare pare a fi că scopul pentru care am fost creați este acela de a ne realiza conform potențialului cu care am fost înzestrați. Ni s-a dăruit viața, iar scopul nostru ar trebui să fie să facem din ea un succes. Acest succes nu poate fi măsurat decât comparând ceea ce am realizat cu ceea ce suntem în stare să realizăm. Pe frontispiciul școlii lui Socrate stătea scris: „Cunoaște-te pe tine însuși”, consfințindu-se importanța faptului că, în acest proces al autocunoașterii, un factor crucial îl reprezintă conștiința unicității proprii tale persoane. De fapt, fiecare din noi este o ființă unică, deosebită și înzestrată cu capacitatea de a realiza lucruri mari, pentru că suntem în stare să gândim, ceea ce ne plasează deasupra celorlalte forme de viață. S-a spus că tot ce omul construiește în minte, poate construi și în fapte.

IDEEA

Nu aveți nevoie, în special, de o idee strălucită de a implementa un startup. Modul în care un startup poate aduce un venit, este de a oferi oamenilor o tehnologie mai bună decât o au în momentul de față. Iar ceea ce au oamenii acum este atât de rău, încât nu este necesară în mod obligatoriu genialitatea unei idei pentru a le oferi ceva mai bun, mai eficient, mai prielnic.

Ideea Google (ce aparține celor doi doctoranzi de la [Universitatea Stanford](#), Larry Page și Sergey Brin), de exemplu, a fost pur și simplu de a crea un site pentru căutare. Ei au avut trei idei noi: Web indexing (or Internet indexing), utilizarea link-urilor pentru clasificarea rezultatelor de căutare, și crearea unor pagini web curate, simple cu anunțuri discrete bazate pe cuvinte cheie. Mai presus de toate, ei au fost determinați să creeze un site perfect pentru utilizatori. Fără îndoială, există mari trucuri tehnice din cadrul Google, dar planul general a fost unul simplu. Și în timp ce ei, probabil, au ambiții mai mari acum, numai această realizare le aduce un miliard de dolari pe an.

Există mai multe procedee pentru generarea unei idei de startup, dar toate se reduc la una: **observă ce oamenii încearcă să facă, găsește un mod cât mai simplu și mai rapid pentru a-l realiza.**

De exemplu, site-urile de socializare sunt în prezent mult mai primitive decât cum a fost motorul de căutare Google înainte. Este folosit același model simplu. Probabil cei care au venit cu ideea au abordat problema, gândindu-se la modul cum să elaboreze baze de date în loc să analizeze cum se cunosc oamenii în lumea reală. Un student ar putea construi ceva mai avansat, ca un proiect de clasă de exemplu (mă refer la *facebook* site-ul de socializare creat de M.Tzuchemberg). Și totuși sunt puși o mulțime de bani în joc. Socializarea online este o afacere valoroasă astăzi, și ar putea fi de o sută de ori mai valoroasă în cazul în care aceasta va lucra.

Cu toate acestea, o idee este doar un început. Unii consideră că cheia întregului proces este ideea inițială, și din acel moment, tot ce trebuie să faceți este să executați. Dacă vă duceți la firme de capital de risc cu o idee strălucită pe care o veți dezvălui, dacă ei vor semna un acord de confidențialitate, vi se va răspunde că nu are sens. Aceasta arată cât de mult valorează o idee simplă.

Un alt exemplu care demonstrează cât de mult valorează o idee este numărul de startup-uri care-și modifică strategia „în drum”. Planul original Microsoft era de a face bani din vânzarea limbajelor de programare. Modelul lor de afaceri actual nu ar fi existat dacă IBM (corporație americană producătoare de tehnologie avansată.) nu le-ar fi lăsat modelul pe genunchi cinci ani mai târziu.

Deci ideea cu siguranță este un component indispensabil, dar ceea ce contează cu adevărat sunt oamenii care le au. Oamenii buni pot repara idei proaste, dar ideile bune nu pot salva oameni nepotrivii.

OAMENII

Mai bine de 85% din succesul vostru în viață va fi influențat de capacitatea de a vă comporta în societate, de a interacționa pozitiv și eficient cu ceilalți și de a-i determina să coopereze cu voi, pentru a vă ajuta să vă realizați scopurile. A învăța cum să dezvoltăți și să mențineți relații umane de calitate înseamnă pentru cariera și viața voastră personală, mai mult decât poate însemna orice altceva din ceea ce realizați.

Ținem să reliefăm încă o dată, cu riscul de a ne repeta: Oamenii buni pot repara idei proaste, dar ideile bune nu pot salva oameni nepotrivii. Dar cine sunt acei oameni buni? Sunt oare cei care iau munca un pic prea în serios, sau cei care fac ceea ce fac atât de bine încât trec direct de la profesioniști, la obsesivi. De exemplu compania Yahoo a creat pentru programatori trei teste. A fost persoana cu adevărat inteligentă? *Dacă da, ar putea aceasta să ducă lucrurile la bun sfârșit? *Și, în sfârșit, dacă unii hackeri sunt personalități nesănătoase, i-am putea suporta să-i avem în preajmă?

Cu toții fie credem că avem, fie simțim că avem, sau dorim să avem o „personalitate sănătoasă”. Există multe definiții ale „personalității sănătoase”; iată trei dintre cele mai utile, propuse de Brian Tracy, în cartea „Succesul în viață”. Prima: aveți o personalitate sănătoasă în măsura în care căutați, intenționat binele din fiecare persoană sau situație. Aveți o personalitate nesănătoasă, în măsura în care căutați răul din oameni și împrejurări. A doua: Oamenii cu adevărat sănătoși nu urăsc și nici nu manifestă mânie și resentimente față de întâmplările din trecut. Ei își scot din minte problemele vechi. Le lasă să plece. A treia: aveți o personalitate sănătoasă, în măsura în care aveți capacitatea de a vă înțelege cu o mare varietate de oameni cu temperamente, personalități, atitudini, valori și opinii diferite.

Yahoo

La fel ca cele mai multe startup-uri, acesta a început cu un grup de prieteni, iar majoritatea oamenilor care au fost angajați au fost din contactele lor personale. Aceasta este o diferență esențială între un start-up și o companie mare. Fiind prieten cu cineva, chiar pentru câteva zile, el îți va spune mai mult decât o companie ar afla din interviurile sale.

Nu este nici o coincidență că startup-ul, deseori, începe în cadrul universităților, pentru că acesta este locul unde oamenii inteligenți se întâlnesc. Nu este ceea ce oamenii învață în clase de la MIT și Stanford, ceea ce determină ca companiile de tehnologii să apară. Deci dacă dorești să începi un startup, să știi că cele mai bune șanse vor fi împreună cu oamenii care-i cunoști din universitate sau colegiu. Înseamnă acest lucru oare că teoretic, trebuie să încerci să te împrietenești cu cât mai mulți oameni deștepți posibil? Bine nu este chiar așa. Nu încerca să-ți faci prieteni pentru beneficiul propriu, pentru că acest lucru nu merge cu hackerii. Ce trebuie într-adevăr să faci este să lucrezi asupra propriului proiect. Un hacker trebuie să facă aceasta chiar

dacă nu are deosebite planuri pentru a crea un startup, deoarece aceasta e singura cale de a învăța să programezi. În unele cazuri poți colabora și cu alți studenți, și acesta este cel mai bun mod de a cunoaște hackeri buni. Proiectul poate crește mai târziu chiar și într-un startup .

Este important de menționat faptul că nu **trebuie să te concertezi prea mult doar pe ținta finală, nu forța lucrurile, doar fă ceea ce-ți place cu oamenii care-ți plac. Dacă banii vor fi prima ta prioritate este puțin probabil să realizezi ceva.** Succesul nu este limitat la acumularea de bunuri materiale.

Atunci când studiezi un anumit subiect, îți vin din ce în ce mai multe idei pe măsură ce aprofundezi cele studiate. Dacă două sau mai multe persoane studiază împreună, ele se stimulează una pe alta, iar rezultatul direct al acestei concentrări multiple îl constituie apariția ideilor noi. În mod ideal este nevoie de 2-4 fondatori, pentru că va fi prea dificil să începi startup-ul de unul singur. O persoană va considera greutatea morala de la începutul drumului unei companii greu de suportat. Chiar Bill Gates, care părea să fie în măsură să suporte o afacere bună de greutate morală, a avut nevoie de un cofondator. Dar, în același timp, nu este de dorit să fie un grup prea mare, deoarece cu cât mai mulți oameni cu atât mai multe neînțelegeri, ceea ce nu este bine pentru coerența grupului .

Este oare necesară includerea unor oameni de afaceri? În general pentru un inginer IT business-ul pare a fi un mare mister, dar cu puțin efort este de înțeles faptul că lucrurile nu sunt atât de complicate și plictisitoare. Există desigur și domenii ale business-ului care sunt destul de dificile, cum ar fi legislația fiscală sau instrumentarul derivat de stabilire a prețurilor, dar de care nu aveți nevoie să știți într-un start-up. Tot ce trebuie să știți despre afaceri pentru a rula un startup sunt lucruri generale cunoscute de toți până a absolvi o facultate de business și administrare.

Dar totuși există un motiv pentru care s-ar putea include oameni de afaceri într-un startup: trebuie să aveți cel puțin o persoană dispusă și capabilă să se concentreze pe ceea ce doresc clienții. Unii cred că numai oamenii de afaceri pot face acest lucru - că hackerii pot implementa software-ul, dar nu și să-l modeleze. Asta este o greșală. Nu este nimic în a ști cum să programeze, care să-l împiedice pe un hacker să înțeleagă utilizatorii. În cazul în care nu poți să înțelegi necesitățile utilizatorului poți găsi un cofondator care este capabil de acest lucru.

AȘADAR, CE DORESC CONSUMATORII?

Deci problema înțelegerii necesităților și dorințelor utilizatorilor este singura cea mai importantă problemă în implementarea tehnologiilor noi, și ea este piatra care scufundă startup-ul, mai mult decât orice altceva. Și nu doar startup-urile ar trebui să se preocupe de această problemă. Considerăm că majoritatea afacerilor suferă eșec din cauza că nu oferă clienților produsul dorit. Spre exemplu, restaurantele. Un procentaj mare de restaurante se închid, o pătrime chiar în primul an de la deschidere, și aici nu este vorba de cele care oferă clienților un meniu variat și foarte gustos. Restaurantele cu mâncare gustoasă tind să prospere în pofida la orice. Un restaurant cu un meniu variat și gustos poate fi scump, aglomerat, zgomotos, poziționat nu prea reușit, sau chiar cu deservire proastă, dar oamenii oricum vor continua să vină și să ia masa în el .

La fel se întâmplă și în domeniul tehnologiilor. Ați auzit vreodată despre un startup care a lansat un produs ce a devenit foarte popular și solicitat, dar care oricum a eșuat? De obicei, când un startup eșuează, problema principală este că consumatorii nu doresc produsul. Unica modalitate care ne ajută să creăm ceea ce consumatorii doresc este de a plasa un prototip în fața lor, și a-l perfecționa în funcție de reacțiile lor față de acest produs. Într-un startup, planurile inițiale sunt din start predispușe într-un anumit fel să meargă în direcția greșită. Iată de ce este important ca principala noastră prioritate este să identificăm unde greșim, iar acest lucru este posibil numai prin implementarea acestor planuri.

Ca și în cazul altor startup-uri, noi ne vom modifica planurile pe parcurs. Cei de la Viaweb au crezut inițial că principalii lor utilizatori vor fi consultanții Web, dar au constatat că aceștia nu i-au plăcut, deoarece soft-ul lor era prea ușor de utilizat. Ei de asemenea au crezut că vor colabora cu diverse companii, deoarece vânzarea online putea fi o oportunitate de extindere naturală a business-ului acestora. Cu părere de rău, acestea însă nu vedeau în asta o oportunitate, ci ceva care necesită mai multă muncă și efort din partea lor. Iată de ce majoritatea utilizatorilor lor au fost vânzători mici, individuali, care au văzut Web-ul ca o oportunitate de dezvoltare a unei afaceri. Unii din ei aveau magazine cu amănuntul, iar alții existau doar online. Iată de ce cei de la Viaweb au fost nevoiți să-și modifice direcția și să se concentreze asupra acestor utilizatori. Iar cel mai important pentru succesul lor era să facă software-ul mai ușor de utilizat., deoarece asta poate duce într-un final la dublarea vânzărilor.

Nu contează în ce domeniu un startup își ia începutul, dificultatea va fi întotdeauna aceeași - de a înțelege dorințele consumatorilor. Unicul fel de software care va avea succes fără a analiza dorințele utilizatorilor este acela creat pentru un utilizator tipic, care tinde a fi un open-source cum ar fi sisteme de operare, limbaje de programare, editori, și așa mai departe. Într-adevăr, aveți posibilitatea să utilizați acest lucru ca pe o modalitate de a genera idei de startup-uri: ce-și oamenii, care nu sunt ca tine, de la tehnologii?

Atunci când oamenii se gândesc la startup-uri, în mințile lor apar așa companii ca Apple sau Google. Toată lumea le cunoaște, deoarece sunt branduri mari de consum. Dar pe lângă startupuri de genul acesta, există multe altele care operează pe piețe de nișă sau se dezvoltă la nivel mai jos în infrastructură. Deci dacă ați început un startup de succes, cu siguranță ați început cu unul din ele. Este mai ușor de a face un produs ieftin mai „puternic”, decât de a face un produs „puternic” mai ieftin. Dacă veți elabora o opțiune simplă și ieftină, veți reuși nu doar să o vindeți mai ușor, dar vă veți afla în cea mai bună poziție pentru a cuceri și restul pieții.

STRÎNGEREA DE FONDURI

Unele startup-uri s-au autofinanțat – Microsoft, de exemplu – dar cele mai multe nu aveau această posibilitate. În acest sens, considerăm că este înțelept să cauți investitori. Pentru a vă autofinanța, e necesar să începeți ca companie de consultanță, dar este destul de dificil de a trece mai apoi de la companie de consultanță la companie de produs. Din punct de vedere financiar un startup este ca un curs de tip admis/respins. Modalitatea de a deveni bogat într-un startup este de a maximiza șansele de reușită ale companiei și nu de a maximiza cantitatea de stoc reținut. Deci, dacă aveți posibilitatea de a schimba stocul pe ceva cere vă îmbunătățește șansele de reușită, nu ezitați.

Pentru cei mai mulți hackeri, atragerea de investitori pare a fi un proces terifiant și misterios. De fapt, este doar plictisitor. Primul lucru de care veți avea nevoie este un capital inițial necesar pentru a acoperi cheltuielile pentru crearea și dezvoltarea unui prototip. De obicei, primiți acești bani de la oameni bogați numiți „îngeri” („angels”), care de cele mai multe ori s-au îmbogățit de pe urma tehnologiilor. La nivelul inițial, investitorii nu așteaptă să aveți un plan de afaceri elaborat. Mulți din ei, în special cei care s-au îmbogățit de pe urma tehnologiilor, se mulțumesc cu un „demo” și o descriere verbală a ceea ce aveți de gând să faceți. Dar mulți vor dori o copie a planului de afaceri, doar pentru a-și reaminti în ce au investit. Planul de afaceri ar trebui să includă la nivelul inițial o scurtă descriere a ceea ce plănuieți să faceți, cum veți obține bani din asta și CV-urile fondatorilor.

Următoarea rundă de finanțare este cea în care s-ar putea să aveți de a face cu firme reale de capital de risc. Dar nu așteptați până epuizați banii obținuți în runda de finanțare precedentă, pentru a face cel de-al doilea pas în strângerea de fonduri. Investitorii de capital de risc sunt mai greu de convinși. Negocierile pot dura luni de zile, deoarece suma de bani pusă în joc este mult mai mare. Deci încheierea unei afaceri va dura mai mult, vă va solicita mai mult efort și vă va impune mai multe condiții și obligații de onorat.

Și dacă ai obținut o infuzie de bani reali de la investitori, nu-i cheltuiți pe toți. În cazul celor mai multe startup-uri care eșuează, motivul este epuizarea resurselor financiare. De aceea trebuie să prevenim astfel de crize. Îndreptați-vă lent spre scop – nu epuizați banii rapid, cu cât mai lent cheltuiți banii, cu atât mai mult timp aveți pentru a învăța pașii spre succes. Un alt avantaj al cheltuirii lente a investițiilor este încurajarea culturii de a cheltui minimum posibil, chiar și atunci când bugetul este unul considerabil.

Și totuși, ești tu persoana potrivită pentru a implementa un startup? Se merită acest lucru?

Majoritatea oamenilor sunt potriviți pentru aceasta, dar puțini din ei realizează acest lucru. Fiecare om dispune de suficient talent, de idei și de șanse care să-l ajute să se realizeze în toate domeniile vieții. Ar putea fi de zeci de ori mai multe start-upuri decât sunt în prezent, ceea ce ar fi, probabil, un lucru bun. Majoritatea, însă, nu își exploatează niciodată aceste resurse, își aruncă la gunoi ideile crezându-le lipsite de valoare și nu sesizează ocaziile ce li se oferă din cauză că nu se hotărăsc să privească lucrurile dintr-o perspectivă nouă, preferând să vadă jumătatea goală a paharului, în loc să-și formeze o gândire pozitivă. Deci, cine ar trebui să înceapă un startup? Desigur, cel care este un hacker bun și care vrea să rezolve problema banilor dintr-o împușcătură, în loc să aștepte să fie plătit treptat pe parcursul vieții profesionale. Este greu de spus cu precizie cine este acel hacker bun. Din fericire, procesul unui startup tinde să-i selecteze automat pe cei buni.

Dacă dorești să realizezi un startup de succes, acționează. Când cauți succesul, succesul te va găsi. Când cauți un motiv să nu ai succes, îl vei găsi și pe acela. Succesul este mai mult o atitudine, decât o realizare. Startul unui startup nu este un mare mister cu toate că pare a fi. Un startup de succes nu implică în mod obligatoriu cunoștințe din domeniul afacerilor. Regula de aur este să crezi ceea ce le place utilizatorilor, și să cheltui cât mai puțin posibil. Cât de dificili par a fi acești pași pentru tine?

Bibliografie:

1. Renshaw B. Succesul e o stare de spirit. Ghid de dezvoltare personală. - București, 2002.
2. Tracy B. Succesul în viață. Deprinderi și strategii care vă vor revela puterile și calea spre succes. – București, 2004.
3. <http://www.paulgraham.com/start.html>