

עקרונות להצלחת סטארט-אפ

מבוסס באופן חופשי על המאמר של פול גראהם "How to start startup" בשילוב תכנים ממאמרים נוספים.

המאמר המקורי באנגלית: <http://www.paulgraham.com/start.html>

ובעברית (!): <http://www.optimistec.com/start.htm>

שווה לקרוא למרות שהוא ארוך.

העיקרון הבסיסי באופן המקוצר הוא **לעשות משהו שאנשים רוצים**, ודרך טובה להתחיל היא **לעשות משהו שאתה רוצה**.

אנשים טובים- הצוות

- לקחת בכל תחום את **הטוב ביותר** בו. לכל אחד צריך להיות **ערך מוסף** ייחודי.
- בין שנים לארבעה מקימים.
- אדם אחד שמוכן ויכול להתרכז **במה שהלקוח רוצה**.
- עדיפות לאנשים טכניים עם הבנה שיווקית. בעלי ניסיון בעבודת צוות.
- גיבוי של **מנטור** (טכנולוגי ו/או עסקי ו/או שיווקי) המקושר לתעשייה הרלוונטית.
- לבנות את החברה לתגובה מהירה וגמישה. אנשים הפועלים היטב **בתנאי אי-**

ודאות.

- העקרונות החשובים בהצלחת הצוות:
 - מטרה משותפת- חשובה ומעוררת השראה.
 - אמון בין חברי הצוות.
 - בניית אמון ע"י היותך ראוי לאמון:
 - לקיים מה שאני אומר/ מבטיח.
 - לחגוג את השונות.
 - לכבד את חברי הצוות (ללא רכילות, ללא סרקזם).
 - לצפות מהם לטוב ביותר.

משהו שהלקוחות באמת רוצים- הרעיון- מיקוד בלקוח

- הבסיס הוא **צורך שיווקי אמיתי** ולא טכנולוגיה.
- הטכנולוגיה צריכה להיות טובה ממה שיש להם כעת. עומק וייחודיות טכנולוגיים.
- לפעול בשוק משמעותי **וגדל**. עדיף שוק צומח עם מרווחי רווחיות משמעותיים ומיעוט שחקנים.
- להתחיל **בבעייה**, להאמין שהיא בלתי נסבלת ושחייב להיות לה פיתרון, ואז לתת ליצירתיות להביא רעיונות.
- אפשר לחפש דרך לקחת מוצר יוקרתי ויקר ולהפכו לקומודיטי. לצורך כך צריך להגדיר מחדש את הבעייה. באופן יותר כללי- להפוך דברים **לקלים** יותר, קלים יותר לשימוש.
- להוציא גרסא ראשונה כמה שיותר מהר, לתת אב-טיפוס למשתמשים ולשפר אותו בהתאם לתגובה שלהם. סביר שהתכנית הראשונית אינה נכונה, העדיפות הראשונה לדעת במה היא שגויה, ואת זה יודעים ע"י יישום. ייתכן שיהיה שינוי גם בזיהוי המשתמשים העיקריים ולפיכך באופי המוצר. נדרשת גמישות, צמיחה הדרגתית. אפשר להתחיל באיזור גיאוגרפי או במגזר מסויים. למצוא קבוצת לקוחות סבלנית שתהיה שפן ניסיונות.
- שלב התכנון צריך להיות מזורז.
- להשקיע הרבה מאוד מאמץ להפוך את הטכנולוגיה לקלה לשימוש.
- להתבונן בלקוחות, ללמוד אותם. הבנה מעמיקה של צרכי הלקוח המאפשרת לספק מוצר שלם וידידותי לקהל רחב כל האפשר.
- לשקול- למצוא שוק **נישה**. להתמקד בבעייה הקטנה ביותר שאפשר לפתור ושתהייה מועילה.
- ההזדמנויות הגדולות הן היכן שהפתרונות הקיימים גרועים.
- להתחיל בגידול מפה לאוזן. לגדול לאט. בתקופה זאת לקבל פידבק מהלקוחות.
- לשים משתמשים לפני מפרסמים. להשיג את המשתמשים והמפרסמים ילכו אחריהם. לתכנן את המוצר כך שירצה את המשתמשים, אח"כ לחשוב איך לעשות מזה כסף (הערת העורך: זו גישתו של פול גראהם, יש משקיעים שלא מקבלים זאת).
- בכל רעיון חדש לחברה או למוצר ישנו שלב של סיעור מוחות, אך ברגע מסוים חייבים לחתוך ולהתביית על כיוון מאוד ספציפי ולרוץ איתו בכל הכוח תוך ביצוע התאמות בתנועה.

התנהלות שקולה- להוציא כמה שפחות כסף

- כשמשיגים כסף, לא לבזבז אותו. לשרוף את ההשקעה לאט, לגדול לאט. חיסכון בכ"א, תקורות, שכר.
- לעודד תרבות של חיסכון. ללכת על זול ומגניב ולא מרשים ויקר.
- להעסיק מינימום עובדים. מפשט ומוזיל. להעסיק רק אם יש משהו שאתה רוצה לעשות ולא יכול.

בהצלחה!