

شتاب‌دهنده شریف

قصه‌ی هفت سال تلاش

زمستان ۱۴۰۰



پارک علم و فناوری

به نام او



پرورش بذرهای امید

در مسیر پر پیچ و تاب کارآفرینی و راه‌اندازی یک کسب‌وکار، حساس‌ترین مرحله، ایده‌ایست که مانند یک جرقه در ذهن کارآفرین شکل می‌گیرد. شاید بتوان گفت این ایده همان رویایی است که در قالب یک کسب‌وکار عینیت خواهد یافت. ایده‌ای که در هاله‌ای از بیم و امید واقع شده است. بیم آنکه ممکن است ایده موردنظر اصلاً جوابگوی بازار نباشد و امید از آنکه اگر این ایده به ثمر بنشیند خلق ارزش و ثروت زیادی خواهد داشت.

کارآفرینان و نوآوران در ابتدای مسیر خود در نقطه صفر به نام جستجوگری هستند. مرحله‌ای که سنگ‌بنای تمام مسیر ایجاد و توسعه کسب‌وکارشان خواهد بود. قسمت پر چالش ماجرا لحظه‌ایست که این ایده شامل یک فناوری جدید و به طور کلی استارت‌آپی نوآورانه باشد آنگاه مرحله جستجوگری برای کارآفرینان حساس‌تر از قبل خواهد شد و طیف متنوع سوالات ذهن صاحبان ایده را درگیر خواهد کرد؛ آیا این ایده مناسب بازار است؟ آیا محصول فناورانه‌ای که تولید می‌شود عملکرد مناسبی خواهد داشت؟ مدل درآمدزایی پایدار این کسب‌وکار چیست؟ چطور می‌توان برای این کار تیم‌سازی کرد؟

بعد از گذشت چند سال از تأسیس مرکز رشد پارک علم و فناوری شریف متوجه شدیم بخشی از درخواست‌های پذیرش برای استقرار در مرکز که عمدتاً دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف بودند، به مرحله بلوغ خود نرسیده بود و به نظر می‌رسید سازوکار حمایتی دیگری به غیر از مرکز رشد برای این مخاطبان نیاز است. مجموعه‌ای که بتواند نیاز کارآفرینان و نوآوران را در مرحله جستجوگری برطرف کند. نهادی که بتواند به پرورش ایده‌های استارت‌آپی و تیم‌سازی کارآفرینان نوپا کمک کند. در این زمان شتاب‌دهنده شریف شکل گرفت. جایی که بتواند در این مرحله کلیدی به کمک کارآفرینان و نوآوران بیاید. جایی که بتواند بیم‌ها را به حداقل برساند و امید را در دل صاحبان ایده تقویت کند. الان با گذشت ۷ سال از تأسیس شتاب‌دهنده می‌توان کارنامه عملکرد آن را به دقت ارزیابی و خروجی‌های موفق و تجربه‌های شکست در استارت‌آپ‌هایش را بررسی کرد. امیدواریم گزارش پیش‌رو بتواند تجربه‌های ارزنده‌ای را در خدمت استارت‌آپ‌ها و فعالان اکوسیستم کارآفرینی کشور قرار دهد. تجربه‌ای که حاصل پرورش بذرهای امید در جوانان سرزمین ماست.

فهرست

- از کجا شروع شد صفحه ۵
- آمار و ارقام کلیدی صفحه ۶
- اثر اقتصادی شتاب‌دهنده بر اکوسیستم کارآفرینی صفحه ۷
- مراحل برنامه شتابدهی صفحه ۸
- خدمات ارائه شده به استارت‌آپ‌ها صفحه ۹
- تنوع فعالیت سبد استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده صفحه ۱۰
- اطلاعات بنیانگذاران سبد استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده صفحه ۱۱
- دلایل رد اولیه ایده‌ها صفحه ۱۲
- دلایل رد ثانویه ایده‌ها صفحه ۱۳
- شرکای استراتژیک شتاب‌دهنده شریف صفحه ۱۴
- آموزش در موضوعات مختلف صفحه ۱۵
- استارت‌آپ تریگر صفحه ۱۶
- دورهمی‌های دوستانه استارت‌آپی صفحه ۱۷
- داستان‌های موفقیت صفحه ۱۸
- داستان‌های انحلال صفحه ۷۰
- سرمایه‌گذاران برخی از استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده صفحه ۸۱
- دلایل جذابیت شتاب‌دهنده صفحه ۸۲

از کجا شروع شد؟



شتاب‌دهنده شریف، گامی در راستای تکمیل زنجیره ارزش‌آفرینی دانشگاه شریف بوده است.

۲۱ سال پیش مرکز کارآفرینی دانشگاه در تلاش برای پاسخ دادن به نیاز دانشجویان برای مسیر آینده‌ای به جز اپلای و تقویت روحیه کارآفرینانه تأسیس شده بود و با دو کلیدواژه اصلی پیوند داشت، اول **فرهنگ‌سازی** و **ترویج** و دوم **آموزش** و **توانمندسازی**.

در سال ۱۳۸۲ مرکز رشد با هدف ارائه امکانات و حمایت از دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که قصد راه‌اندازی شرکت داشتند ایجاد شد و در سال ۱۳۸۸ برای تقویت بازوی ارائه خدمات مالی به شرکت‌ها صندوق پژوهش و نوآوری شکل گرفت.

در سال ۱۳۹۲ دو موضوع باعث شد ایده تأسیس شتاب‌دهنده دانشگاهی جدی‌تر پیگیری شود؛ یکی تیم‌هایی که متقاضی ورود به مرکز رشد دانشگاه بودند ولی احساس می‌شد هنوز از نظر مهارتی و ساختاری به اندازه یک شرکت بالغ نیستند و همچنین رشد اکوسیستم فناوری اطلاعات در کشور که سرعت تجاری شدن ایده‌ها و محصولات را به طور معناداری افزایش داده بود.

این نوع کسب‌وکارها باید در دوره کوتاه‌تری خدمات خاصی دریافت می‌کردند تا بتوانند به یک شرکت نوپا تبدیل شوند.



+۲

میلیارد تومان
میانگین ارزش‌گذاری



۳۵

تیم‌های خارج شده موفق



+۲۶۵۰

ایده ثبت‌شده



+۶۵۰

جلسه ارزیابی



+۵۰۰۰۰

نفر ساعت مشاوره
و کارگاه آموزشی



۵۳۷

میلیون تومان میانگین
سرمایه جذب‌شده



۳۴

تیم‌های سرمایه‌گذاری
شده



۲۶

میانگین درصد
سهام واگذار شده



۱۵۰

تیم پذیرفته‌شده

آمار و ارقام کلیدی



اثر اقتصادی شتاب‌دهنده بر اکوسیستم کارآفرینی



۱۵۰

استارت‌آپ



+۶۵۰
میلیارد تومان
ارزش اقتصادی خلق شده



+۱۰۰۰
نفر
اشتغال ایجاد شده

مراحل

برنامه شتابدهی

رسالت کاری شتابدهنده شریف، کاهش ریسک آغاز کسب‌وکار برای تیم‌های مستعد و دانشی است. شتابدهنده شریف تلاش می‌کند تا استارت‌آپ‌ها در آغاز به کار خود در فرآیند شتابدهی ۹ ماهه بر روی توسعه فناوری و محصول متمرکز شوند. همچنین استارت‌آپ‌های موفق خارج‌شده از شتابدهنده می‌توانند دوره سه‌ساله رشد را در مرکز رشد پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف، سپری کنند و از خدمات آن بهره‌مند شوند.

ثبت ایده

درگاه ثبت‌نام استارت‌آپ‌ها وب‌سایت techpark.sharif.ir می‌باشد. هر استارت‌آپ برای ثبت‌نام وارد این سایت شده و اقدام به تکمیل فرم ثبت استارت‌آپ می‌نماید. شتابدهنده شریف به‌صورت سیکلی اقدام به پذیرش استارت‌آپ‌ها نمی‌کند و تیم‌ها در هر زمانی می‌توانند ایده خود را ثبت کرده و وارد فرایند ارزیابی شتابدهنده گردند.

ارزیابی ایده

گام اول ارزیابی ایده استارت‌آپ‌ها، به‌صورت غیرحضوری می‌باشد و تیم‌هایی که در این مرحله تأیید می‌شوند به مرحله ارزیابی حضوری راه می‌یابند. در جلسه ارزیابی حضوری در صورتی‌که جنبه‌های فنی، کسب‌وکاری و معیارهای تیمی استارت‌آپ به تأیید ارزیاب‌ها برسد، تیم وارد مرحله دوم ارزیابی می‌گردد. استارت‌آپ به ارائه کسب‌وکار خود و برنامه کاری ۹ ماهه خود به کمیته‌ای متشکل از مدیر شتابدهنده شریف، مدیر مرکز رشد فناوری‌های پیشرفته شریف و نماینده پارک علم و فناوری دانشگاه شریف می‌پردازد. در صورت تأیید کمیته پذیرش، استارت‌آپ برای بهره‌مندی از بسته خدمات حمایتی وارد شتابدهنده شریف می‌شود.

پیش‌شتابدهی

در صورتی‌که تیم در سطحی باشد که اولویت آن توسط ارزیابان و کمیته پذیرش تمرکز بر توسعه محصول تشخیص داده شود، در فرایند پیش‌شتابدهی پذیرش خواهد شد. پیش‌شتابدهی یک برنامه حداکثر ۳ ماهه است تا استارت‌آپ در این بازه زمانی بر روی توسعه نمونه اولیه محصول خود متمرکز گردد.

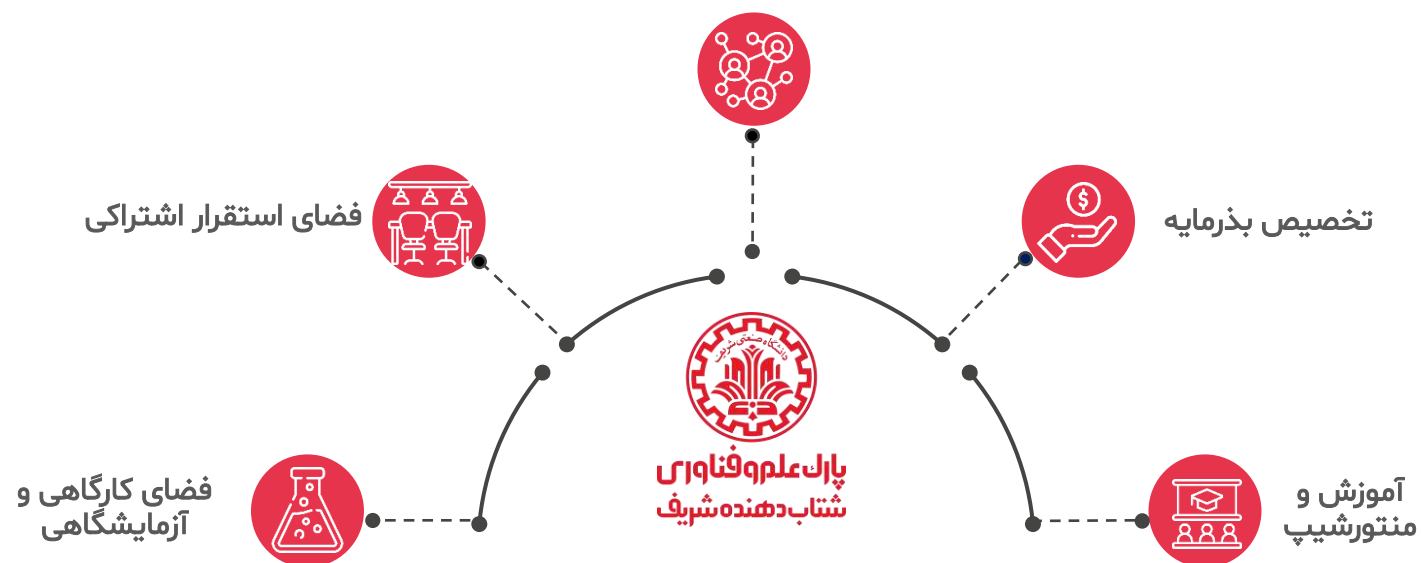
شتابدهی

در صورتی‌که استارت‌آپ در مدت‌زمان دوره پیش‌شتابدهی به اهداف مدنظر در توسعه محصول دست پیدا کند، وارد دوره شتابدهی می‌گردد. دوره شتابدهی یک برنامه حداکثر ۶ ماهه است و استارت‌آپ در این برنامه می‌بایست بر روی رشد استارت‌آپ و فرایند تأسیس شرکت و جذب سرمایه متمرکز شود.

خدمات

ارائه شده به استارت‌آپ‌ها

دسترسی به شبکه‌ای از کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و فعالان اکوسیستم



تنوع فعالیت

سبد استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده

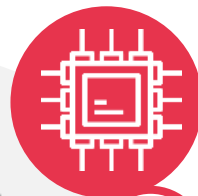
فناوری اطلاعات و
تجارت الکترونیک



۶۸%



سخت افزار



۲۴%



هوش مصنوعی

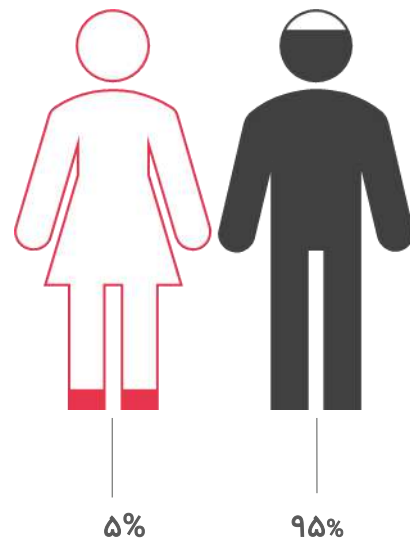


۸%

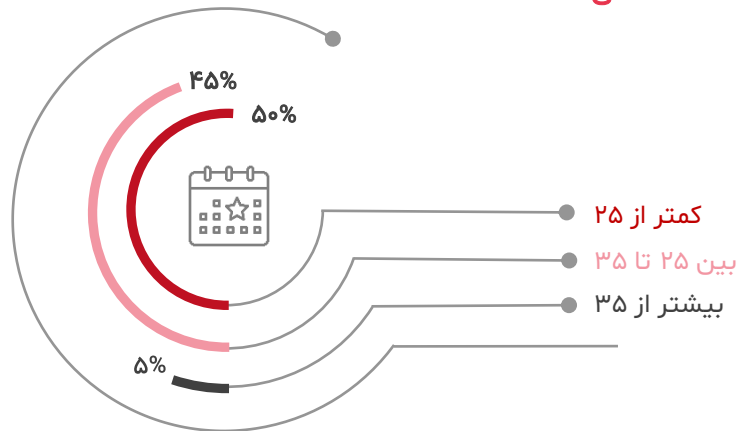


اطلاعات

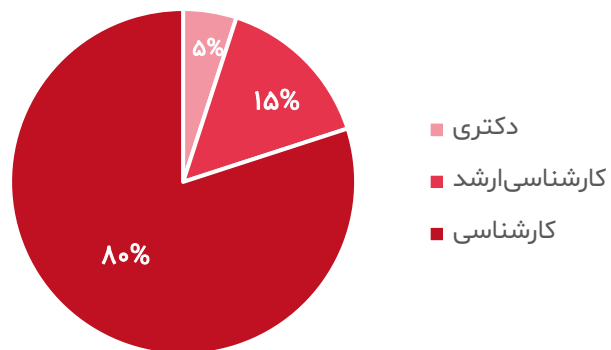
بنیانگذاران سبد استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده



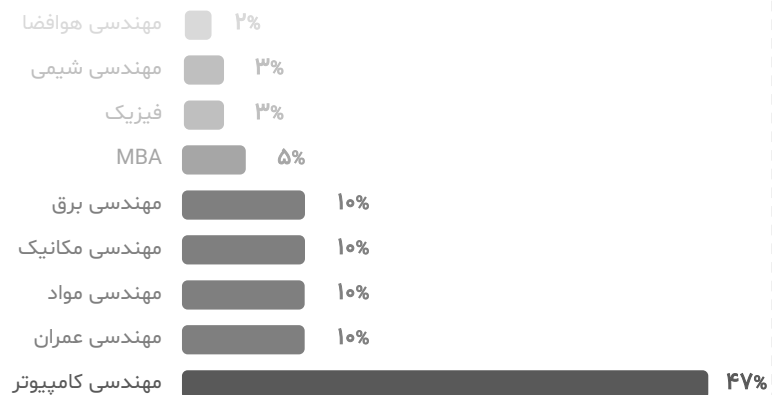
سن



تحصیلات



رشته تحصیلی



دلایل

رد اولیه ایده‌ها

در مرحله اول ارزیابی پس از ثبت ایده در سایت شتاب‌دهنده، تیم‌ها و ایده ارائه‌شده بر اساس معیارهای اولیه مورد ارزیابی قرار می‌گیرند.

- ضرورت تحقیقات و شناخت بیش‌تر از بازار؛
- عدم توجه به سایر رقبا و فعالان در این حوزه؛
- عدم شناخت کافی از زنجیره ارزش صنعت؛
- عدم وجود نوآوری کافی در ایده؛
- مشابهت با نمونه‌های موجود، عدم تمایز کافی با سایر رقبا؛
- وجود نمونه‌های مشابه قبلی شکست‌خورده در شتاب‌دهنده.

۴۸٪

نداشتن تیم شریفی

۱۹٪

عدم شناخت کافی بازار

۱۶٪

نداشتن تیم

۹٪

ناپختگی ایده

۷٪

سایر

۵٪

نقص مدارک

۴٪

ثبت شرکت حقوقی

۱٪

تکراری بودن

دلایل

رد ثانویه ایده‌ها

مرحله دوم ارزیابی به صورت مصاحبه حضوری تیم توسط کارشناسان است. هر استارت‌آپ در مدت زمان ۱۵ دقیقه به ارائه کسب‌وکار خود می‌پردازد و پس از آن کارشناسان فنی و کسب‌وکاری در قالب پرسش و پاسخ تخصصی، بر اساس معیارهای مختلف، به ارزیابی تیم می‌پردازند.

تیم

- کم بودن اشتیاق، جدیت و تعهد تیم؛
- نداشتن وقت آزاد و کافی تیم؛
- قابل اعتماد نبودن تیم؛
- عدم تمایل به یادگیری و عدم مربی پذیری؛
- کمبود تخصص فناوری و دانش در تیم؛
- ناتوانی تیم در اجرای برنامه‌های استارت‌آپ.

بازار

- نداشتن شناخت کافی از زنجیره ارزش صنعت؛
- نیاز به تحقیقات و شناخت بیشتر از بازار؛
- نداشتن توجه به سایر رقبا؛
- پتانسیل کم فروش محصول؛
- ریسک‌های بازار.

سایر

- ایده استارت‌آپی نبوده و تنها نیاز به مشاوره داشته است؛
- نمونه مشابه ایده یا نمونه مشابه ناموفق ایده مطرح شده در شتاب‌دهنده وجود داشته است؛
- ایده نیاز به هزینه‌هایی بیشتر از توان شتاب‌دهنده داشته و برای پذیرش در شتاب‌دهنده مناسب نبوده است؛
- ایده نیازی به دوره شتاب‌دهی نداشته و تیم در مرحله جذب سرمایه بوده است؛
- تیم از ادامه ارزیابی، اعلام انصراف کرده است.

۲۵%

عدم توانمندی اعضای تیم

۲۴%

دلایل فنی

۲۲%

مشکلات منابع انسانی

۹%

سایر دلایل

۹%

دلایل بازار

۷%

ناپختگی ایده

۶%

عدم نوآوری کافی

شرکای

استراتژیک شتاب‌دهنده شریف



صندوق نوآوری و شکوفایی



معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری



صندوق پژوهش و فناوری غیردولتی
توسعه صادرات و فناوری شریف



صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران



سرمایه‌گذاری خطرپذیر اسمارت‌آپ ونچرز



شرکت علی بابا



شرکت سرمایه‌گذاری خطرپذیر رهنما



گروه توسعه بن‌دا



شرکت توسعه کارآفرینی بهمن



گروه سرمایه‌گذاری نیک اندیشان کارایا



موسسه هادی اندیشه توسعه فناور

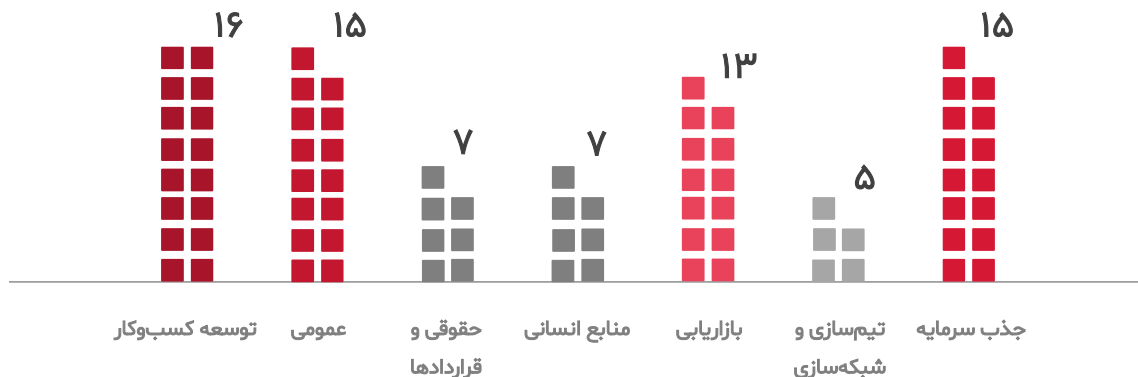


شرکت لاوان

آموزش

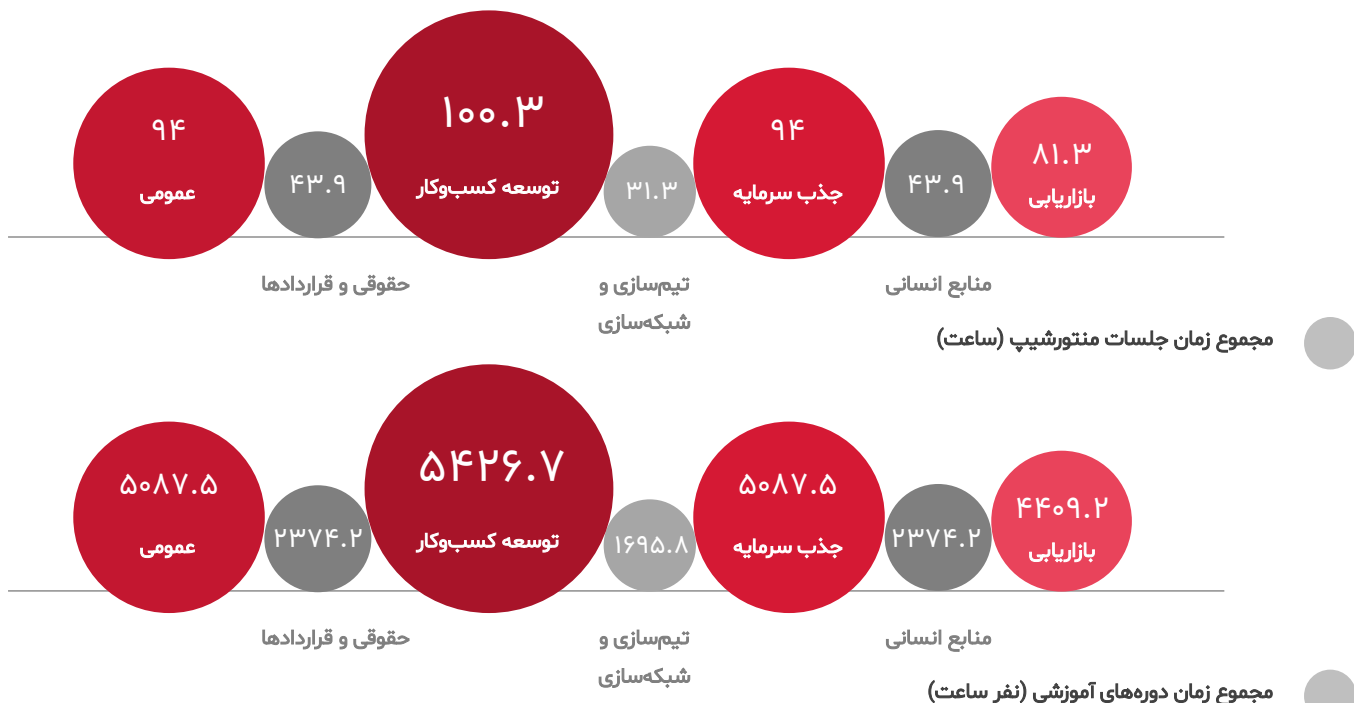
در موضوعات مختلف

فراوانی دوره‌های آموزشی (سال ۹۶ تاکنون)



خدمات منتورشیپ شتاب‌دهنده شریف، در دو طبقه‌بندی مشاوره‌های فنی و مشاوره‌های مرتبط با کسب‌وکار به استارت‌آپ‌ها ارائه می‌گردند.

در کنار ارائه خدمات منتورشیپ بر اساس نیازمندی هر تیم، شتاب‌دهنده شریف اقدام به برگزاری کارگاه‌های آموزشی تخصصی و عمومی در زمینه‌های گوناگون در جهت ارتقای سطح دانش اعضای استارت‌آپ‌ها و سایر مخاطبین می‌نماید.

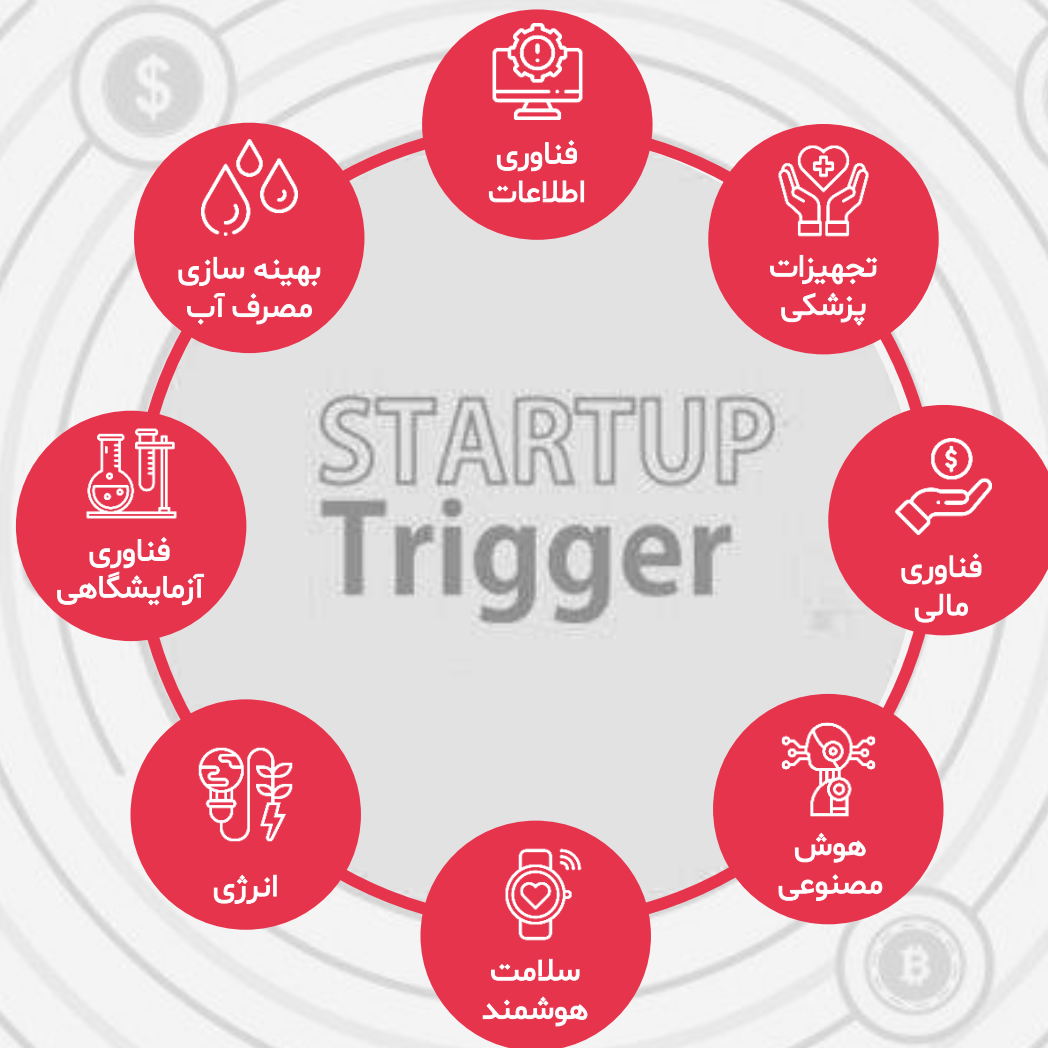


استارت‌آپ تریگر

رویداد استارت‌آپ تریگر یک رویداد آموزشی، ترویجی و رقابتی در زمینه‌های مختلف تخصصی است که شرکت‌کنندگان در مدت‌زمانی معین با فضای استارت‌آپی و فرصت‌های کارآفرینی در صنعت آشنا می‌شوند.

هدف از برگزاری این رویداد، آشنا کردن دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف و دیگر دانشگاه‌ها با شرایط راه‌اندازی یک استارت‌آپ، مهارت‌های لازم در این مسیر، تیم‌سازی و کار تیمی، جذب سرمایه، ارائه به سرمایه‌گذار، نوشتن طرح کسب‌وکار و مسائل مربوط به آن می‌باشد.

استارت‌آپ تریگر در مجموع ۱۱ دوره برگزار شده است. حوزه‌های تخصصی روبه‌رو موضوعات محوری این رویداد بوده‌اند.



دوره‌می‌های دوستانه استارت‌آپی

دوره‌می استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده شریف رویدادی که به صورت ماهانه با هدف شبکه‌سازی استارت‌آپ‌ها با سرمایه‌گذاران خطرپذیر و فعالان اکوسیستم و آشنایی بیشتر میهمانان رویداد با شتاب‌دهنده شریف و استارت‌آپ‌های آن برگزار می‌شود.

+۲۵۰۰

شرکت‌کننده

+۱۸۰

میهمان

+۶۰

دوره‌می



داستان‌های موفقیت

در این بخش از موفقیت‌های ۲۰ استارت‌آپ خارج شده از شتاب‌دهنده پارک علم و فناوری شریف خواهیم شنید.



کاربر فعال
روزانه

+۱,۰۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۱

ترب

موتور جستجوی هوشمند خرید

مصاحبه با علی بابایی

شکل‌گیری ایده:

در سال ۹۲ و قبل از ترب، مشغول کار روی ایده‌ی استارت‌آپی به نام نسخه‌پیچ بودیم که یک اتوماسیون برای داروخانه‌ها بود. آن زمان بحث استارت‌آپ‌ها به شکل امروز در کشور مطرح نبود و ما طررحمان را به مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف ارائه کرده بودیم. بعد از شروع به کار شتاب‌دهنده‌ی شریف، تیم ما و نوآک به‌عنوان اولین تیم‌ها وارد شتاب‌دهنده شدند.

بعد از مدتی، به این نتیجه رسیدیم جامعه‌ی هدف نسخه‌پیچ، پذیرش استفاده از این سرویس را ندارند و فعالیت ما اوایل تابستان ۹۳ متوقف شد. مجدداً شروع به بررسی برای یافتن ایده‌ی جدید کردیم که یکی از آن‌ها موتور جستجوی خرید بود و سپس، با بررسی و تحلیل‌ها، متوجه شدیم احتمال موفقیت آن بیشتر است و درنهایت، در مهرماه ۹۳ ترب را در شتاب‌دهنده‌ی شریف شروع کردیم. کمتر از ۱ سال در شتاب‌دهنده مستقر بودیم و بعد از آن به مرکز رشد رفتیم و پس از ۳ سال به دفتر جدید در پارک نقل‌مکان کردیم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

از ویژگی‌های شتاب‌دهنده حضور تیم‌های قوی و متواضع در آن بود. اینکه می‌توانستیم در داخل دانشگاه فضایی برای کسب‌وکار خود در کنار تحصیل داشته باشیم بسیار به ما کمک می‌کرد. اتفاق خوب دیگری که شتاب‌دهنده برای ما رقم زد و انتظار آن را نداشتیم آشنایی ما با سرمایه‌گذاران بود.

ترب یک موتور جستجو برای خرید اینترنتی به شمار می‌رود و شاید بشود گفت مهم‌ترین ارزشی که به کاربر می‌دهد این است که فرد به‌جای اینکه در چند فروشگاه دنبال کالا بگردد یا محصول موردنظر خود را در گوگل جستجو کند (با توجه به اینکه نتایج گوگل مخصوص خرید نیست و ممکن است وبلاگ‌ها و ... را نمایش دهد) می‌تواند در ترب جستجو کند و محصول موردنظرش را پیدا کند.

مسیر ترب تا به امروز:

ترب طی سال‌های اخیر رشد ۳۰ برابری داشته و درحال توسعه‌ی خدمات خود در بازار کشور ترکیه است. محصول جدید ما فروشگاه‌ساز میکسین است. میکسین روی امنیت فروشگاه‌های خود حساسیتی ویژه دارد و همواره تلاش کرده است تا بهترین و جدیدترین استانداردهای امنیت شبکه را در خدماتش ارائه بدهد.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

اگر بخواهیم نقش تیم و نقش دانشگاه را در نظر بگیریم، نقش تیم پررنگ‌تر است؛ ولی قطعاً دانشگاه می‌تواند نقش مؤثری داشته باشد. مثلاً بگوییم ۲۰ تا ۳۰ درصد نقش دانشگاه و ۷۰ درصد نقش دانشجویان، همان ۲۰ تا ۳۰ درصد می‌تواند مؤثر باشد. اگر دانشگاه هیچ بستری را فراهم نکند، هرسال مثلاً ۸۰ تا ۹۰ درصد مهاجرت می‌کنند؛ اما اگر آن بستر فراهم شود، آن ۱۰ درصد که می‌مانند، می‌شود ۲۰ درصد و این مسئله خود می‌تواند ترغیب‌کننده باشد.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

به نتیجه رسیدن کار خیلی به جگندگی و پشتکار آدم‌ها بستگی دارد و اگر می‌خواهند وارد این حوزه شوند، فضای آن با فضای کارکردن در یک شرکت خیلی متفاوت است. به‌خاطر شرایط اقتصادی و اتفاقات اجتماعی و سیاسی کشور، فضای منفی و ناامیدی بین بچه‌ها بیشتر شده است؛ اما اقتصاد ایران با همه‌ی مشکلاتی که دارد، ظرفیت بسیار زیادی برای کارآفرینی و ارزش‌آفرینی دارد و افراد هم می‌توانند در بلندمدت به لحاظ مالی منتفع شوند. حجم اثرگذاری نیز در اینجا می‌تواند بزرگ‌تر باشد؛ چون شکاف اقتصادی نسبت به کشورهای توسعه‌یافته بسیار زیاد است و هم اینکه ایران کشوری در حال توسعه است و کمک‌کردن به رشد اقتصادی کشور در حال توسعه جذاب‌تر است و حس رضایت بیشتری دارد.

”اقتصاد ایران با همه‌ی مشکلاتی که دارد، ظرفیت بسیار زیادی برای کارآفرینی و ارزش‌آفرینی دارد و افراد می‌توانند در بلندمدت به لحاظ مالی منتفع شوند.“

کوئرا

مصاحبه با محمدباقر تبریزی

فضایی برای یادگیری، رشد حرفه‌ای و همگرایی توسعه‌دهندگان

شکل‌گیری ایده:

ایده‌ی کوئرا در سال ۹۱-۹۲ شکل گرفت. ۲ نفر از دانشجویان دانشکده‌ی کامپیوتر شریف محصولی برای تصحیح تمرین‌ها و پروژه‌های برنامه‌نویسی توسعه داده بودند و من در آن سال به آن تیم اضافه شدم.

به مرور زمان، محصول به‌طور جدی‌تری در دانشکده به کار گرفته شد و در سال ۹۳ تقریباً همه‌ی گروه‌های درسی‌ای که تمرین برنامه‌نویسی داشتند، از این سرویس استفاده می‌کردند.

سال ۹۴، در قالب یک تیم ۴ نفره در دوره‌ی دوم استارت‌آپ تریگر شریف شرکت کردیم. ایده‌ی اصلی، پیاده‌سازی سرویس آموزش تعاملی روی همین محصول بود. به این صورت که مخاطب پس از یک آموزش کوتاه اولیه با حل‌کردن تمرین و دست به کدشدن به‌صورت تعاملی با سیستم، برنامه‌نویسی یاد بگیرد و درنهایت، هدف این بود که گروهی برنامه‌نویس آموزش دهیم تا به شرکت‌ها برای استخدام معرفی شوند. از همان زمان، بحث جذب نیروی متخصص برنامه‌نویس بسیار جدی و موردنیاز شرکت‌ها بود.

با این ایده ما توانستیم رتبه‌ی اول رویداد استارت‌آپ تریگر را کسب کنیم و یکی از امتیازاتی که به ما داده شد، حضور در شتاب‌دهنده‌ی شریف بود.

نام محصول اولیه‌ی ما کدآموز بود که ایده‌ی کلی پس از ورود به شتاب‌دهنده‌ی شریف در تابستان ۹۴ اندکی تغییر کرد و با نام کوئرا ادامه یافت.

مسیر کوئرا تا به امروز:

حدود ۱ سال در شتاب‌دهنده بودیم و از فضا و خدمات آن استفاده می‌کردیم و بهار ۹۵ از شتاب‌دهنده به مرکز محاسبات دانشگاه رفتیم. در مرکز محاسبات فضای بیشتری داشتیم و تیم توسعه پیدا کرد و از ۳ نفر به ۵ نفر رسیدیم. تا دی‌ماه ۹۵، در مرکز محاسبات مستقر بودیم و درخواست جابه‌جایی به مرکز رشد را دادیم. اوایل دی‌ماه وارد مرکز رشد شدیم و تا اواخر سال ۹۸ به مدت ۳ سال در مرکز رشد مستقر بودیم.

مزیت مرکز رشد این بود که مکان خوبی در اختیار ما قرار داده بود، ما با ۷ نفر وارد مرکز رشد شدیم و تا انتهای مدت فعالیتیمان در آنجا به ۱۷-۱۸ نفر رسیدیم. اوایل سال ۹۹، به دفتر جدیدی در ناحیه‌ی نوآوری شریف نقل‌مکان کردیم که ظرفیت ۲۵ نفر را داشت. سال ۹۹ کوئرا خیلی بزرگ شد و در اواخر ۹۹ به ۵۰ نفر رسیدیم و در حال حاضر تیم کوئرا ۵۳-۵۴ نفر است.

محصول اولیه‌ی ما سیستم کمک‌آموزشی (LMS) برای دانشگاه‌ها و مدارس بود.



دانشجوی
کوئراکالج

۲۷,۱۱۲

تعداد راند
جذب سرمایه

۱



مشتری اول ما دانشگاه شریف به حساب می‌آمد. پس از آن، به سراغ دانشگاه‌ها و مدارس دیگر رفتیم و با مدرسه‌ی علامه حلی ۱ (یکی از مدارس استعداد درخشان) قرارداد بستیم. حس می‌کردیم می‌توانیم با همه‌ی دانشگاه‌ها و مدارس کشور قرارداد ببندیم؛ اما این اتفاق نیفتاد؛ زیرا سرویسی که ارائه می‌کردیم سرویس خاصی بود و نیاز جدی همه نبود. فروش این خدمت بسیار سخت بود و نیاز به تغییر مدل کسب‌وکار داشتیم. ترجیح دادیم LMS رایگان شود تا همه از آن استفاده کنند و ما از محصولات دیگر درآمد کسب کنیم.

این تغییر باعث شد مدارس و خصوصاً دانشگاه‌های بیشتری مشتری کوئرا شوند و در حال حاضر، حدود ۵۰۰ دانشگاه و مؤسسه کاربر ما هستند. این امر کمک کرد تا به دانشجویهای خوب دانشگاه‌های برتر دسترسی داشته باشیم و بتوانیم آن‌ها را برای کارهایی معرفی کنیم.

برای اینکه با شرکت‌ها در ارتباط باشیم و از این طریق درآمد داشته باشیم، محصول دوم را معرفی کردیم. محصول دوم ما یک سیستم مسابقات برنامه‌نویسی بود به نام Quera-Contest. با یک سری از شرکت‌ها توانستیم ارتباط بگیریم و مسابقه‌ی برنامه‌نویسی برگزار کنیم که باعث ایجاد جریان درآمدی برای ما شد. مسابقه برای شرکت‌ها این آورده را داشت که هم می‌توانستند افراد زیادی را در زمان کم ارزیابی کنند و سطح مهارتشان مشخص شود و هم در جامعه‌ی برنامه‌نویسان بیشتر شناخته شویم. اینجا بود که موقعیت را برای طراحی یک محصول کارایی برنامه‌نویسی مناسب دیدیم.

بعد از ۲-۱ سال، متوجه شدیم که چالش کمبود نیروی بامهارت به‌طور جدی وجود دارد و تصمیم گرفتیم به آموزش‌های برنامه‌نویسی ورود کنیم. ایده این بود که در کوئرا یک آموزش را شروع کنیم و ببینیم بازخورد کاربران چگونه است، آموزش اولیه‌ای که ارائه کردیم مبانی برنامه‌نویسی بود که مورد استقبال خیلی خوبی قرار گرفت.

آذر و دی ۹۷ حدود ۱۵۰۰ نفر از کاربران این دوره را خریداری کردند و این اتفاق مثبتی بود و باعث شد به آموزش برنامه‌نویسی، که در ابتدا کنارش گذاشته بودیم، جدی‌تر فکر کنیم.

آموزش‌ها و دوره‌های جدید شروع شد و این مزیت را داشت که درآمد بیشتری ایجاد کرد. از طرف دیگر، مسابقات درآمد قابل‌توجهی نداشت و مقیاس‌پذیر نبود. کاریابی هم درآمد خوبی ایجاد نمی‌کرد. در حال حاضر، ۱۴ دوره‌ی آموزشی تولید شده است و پردرآمدترین محصول کوئرا است که حدود ۶۰ درصد درآمد مربوط به آن می‌شود.

جدیدترین محصول را تابستان پارسال در حوزه‌ی دانش‌آموزی شروع کردیم. یک بوت‌کمپ آموزش برنامه‌نویسی را برای دانش‌آموزان راه انداختیم به نام Code Up که تجربه‌ی خیلی خوبی بود و بازخورد خوبی داشت. دوره‌ی دوم را زمستان ۹۹ و بهار ۱۴۰۰ و دوره‌ی سوم را تابستان امسال با همکاری همراه اول برگزار می‌کنیم که نام آن به Quera School تغییر پیدا کرده است.

اهداف آینده کوئرا:

ما در کوئرا به توسعه‌ی محصولاتی علاقه‌مند هستیم که برای جامعه‌ی برنامه‌نویسان ارزش‌افزوده داشته باشد و قصد داریم چرخه‌ی آموزش تا اشتغال را در کوئرا توسعه دهیم. همچنین، می‌خواهیم به توسعه‌ی محصول با تمرکز بر بازار خارج از ایران بپردازیم.

”
ترجیح دادیم LMS رایگان شود تا همه از آن استفاده کنند و ما از محصولات دیگر درآمد کسب کنیم.
این تغییر باعث شد مدارس و خصوصاً دانشگاه‌های بیشتری مشتری ما شوند.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

خدماتی که شتاب‌دهنده ارائه می‌داد، در کل بسیار جذاب بود. مهم‌ترین بحث، بحث فضای کار اشتراکی بود که در اختیار ما قرار می‌داد و باعث می‌شد کار جدی‌تر جلو برود. فضای کار ۲۴ ساعته داشتیم و اینکه در داخل دانشگاه فضای کار جدی‌ای وجود داشت و قبلاً چنین فضایی در دانشگاه نداشتیم یا اگر هم بود، در هسته‌های کارآفرینی بود که خیلی متفاوت بود. فضا کاملاً مدرن طراحی شده بود و امکانات لازم در اختیارمان قرار داشت.

مورد بعدی، منتورهای ما بودند که به رشد و توسعه‌ی ایده کمک می‌کردند. ما با ایده‌ی آموزش وارد شدیم؛ اما بعداً نظر منتورها این شد که چرا روی محصول قبلی، که آماده بود، کار نکنیم. پس، سراغ همان محصول قبلی رفتیم و به‌طور جدی‌تر آن را ادامه دادیم.

یک سری کارگاه‌های حوزه‌ی مالی برگزار می‌شد که خیلی به آشنایی با نیازمندی‌هایمان در زمان کم کمک می‌کرد.

بذرمایه‌ای که به ما می‌دادند غیرانتفاعی بود و سهامی دریافت نمی‌شد و تا سقف ۲۵ میلیون تومان لحاظ شده بود، عددی نبود که روی آن برای خودمان حقوق در نظر بگیریم؛ ولی کمک جدی‌ای برای ما در تأمین مخارج جهت طراحی، سرور و دیزاین بود و درضمن خیلی پربرکت بود.

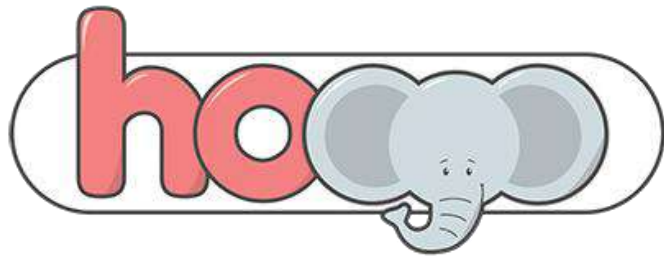
مورد بعدی، دوره‌هایی بود که ۱ هفته در میان برگزار می‌شد و مهمان‌های آن از جنبه‌های مختلفی می‌توانستند به ما کمک کنند؛ مثل سرمایه‌گذاری، مارکتینگ، فروش، همکاری با شرکت‌های بزرگ و در نتیجه، یک سری ارتباطات شکل می‌گرفت.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

ابتدا کار در فضای استارت‌آپی را تجربه کنند تا بتوانند شرایط را به‌خوبی درک کنند. داشتن تجربه‌ی کاری قبل از شروع استارت‌آپ می‌تواند خیلی مؤثر باشد.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

شتاب‌دهنده خیلی در تصمیم‌گیری برای عدم مهاجرت مؤثر بود. درواقع راه سوم خیلی جذابی را پیش روی ما قرارداد. برای خیلی‌ها این فضا به وجود آمد که می‌توانند همین‌جا کارکنند؛ چون فضای بکری در ایران وجود دارد.



کالا

+۱,۵۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۲

شکل‌گیری ایده:

اوایل سال ۹۴ با تولید یک اسباب‌بازی و تجاری‌سازی آن وارد این صنعت شدیم. همین تجربه باعث شد پی ببریم رابطه‌ی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان صنعت اسباب‌بازی اصلاً هوشمندانه نیست. مادرها نمی‌توانند آنچه را که واقعاً می‌خواهند برای فرزندانشان خریداری کنند و از سمت تولیدکننده‌ی ایرانی نیز معیاری برای توسعه‌ی محصولات جدید متناسب با نیاز مشتری و در رقابت با اسباب‌بازی‌های خارجی وجود ندارد.

تا اواسط سال ۹۵، به این ایده رسیده بودیم که ایجاد پلتفرمی با هدف هوشمندسازی ارتباط میان مصرف‌کننده و تولیدکننده، کنار هم قراردادن محصولات ایرانی و خارجی برای مقایسه و همچنین دادن بازخورد مؤثر به تولیدکننده برای ارتقای ویژگی‌های اسباب‌بازی‌ها و رقابت با کالای خارجی، می‌تواند تأثیر جدی بر صنعت اسباب‌بازی ایران بگذارد. اما در آن زمان حس می‌کردیم آمادگی و مهارت لازم برای راه‌اندازی یک استارت‌آپ در تیم ما وجود ندارد. به همین علت، به شرکت توسعه‌ی سامانه‌های نرم‌افزاری نگین پیوستم و در جریان رشد این استارت‌آپ از ۴ نفر تا ۱۰۰ نفر پرسنل قرار گرفتم.

اوایل زمستان ۹۷، با اتکا به تجربه و مهارت‌های آموخته‌شده، تصمیم به راه‌اندازی استارت‌آپ هویو گرفتیم. پیش از آن، در پاییز در مجموعه‌ی باشگاه کسب‌وکار دانش‌بنیان (باکس) میزبان اجاره کرده بودیم و با حضور چند همکار کارآموز جوان و علاقه‌مند به اکوسیستم استارت‌آپی مشغول تحقیقات بازار و جمع‌بندی ایده بودیم.

در نهایت اسفند ۹۷، برای پذیرش شتاب‌دهنده‌ی شریف اقدام کردیم و ۱۸ فروردین ۹۸ وارد شتاب‌دهنده شدیم.

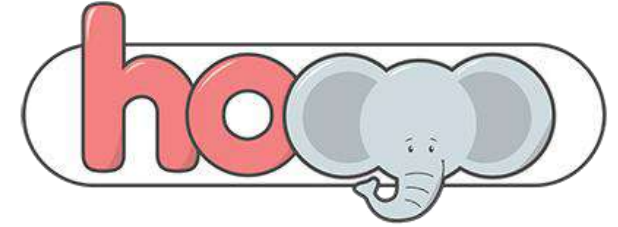
مسیر هویو تا به امروز:

در ابتدای سال ۹۸، ما در ۳ گروه تولید، فروش و تولید محتوا فعالیت می‌کردیم؛ اما به مرور تصمیم گرفتیم به‌طور جدی بر فروش متمرکز باشیم. روز ۲۳ خردادماه، از سایت هویو با ۷۰ قلم اسباب‌بازی رونمایی کردیم. طی سال ۹۸، به‌طور جدی بر توسعه‌ی همکاری‌های استراتژیک خود و نفوذ به بازار متمرکز بودیم؛ از جمله همکاری با باغ کتاب (فروشگاه هویو و پیاده‌سازی ایده‌ی سکوی بازی)، شرکت در جشنواره‌ی اسباب‌بازی و غیره.

با شیوع کرونا و تعطیلی شعبه‌ی باغ کتاب، تصمیم گرفتیم به‌طور جدی بر فروش آنلاین تمرکز کنیم و در فروردین ۹۹، توانستیم دو برابر اهداف فروش خود را تنها به‌صورت آنلاین محقق کنیم. مرداد همان سال، از مرکز رشد دانشگاه پذیرش گرفتیم و هم‌زمان کل تیم درگیر کرونا شدیم.

همواره باور داشتیم مأموریت ما فروش هدفمند و هوشمندانه‌ی اسباب‌بازی است و این سبب تمایز ما با بقیه‌ی فروشگاه‌های اینترنتی می‌شود. برای رسیدن به این ارزش اصلی، یک روانشناس در تیم داشتیم که وظیفه‌ی تحقیق در این زمینه را به عهده داشت. شهریور ۹۹، محصول جدید هویو استار را راه‌اندازی کردیم. درواقع هویو استار براساس تست‌های انجام‌شده، یک برنامه برای خرید اسباب‌بازی با هدف رشد و پرورش توانمندی‌های کودکان در کنار سرویس‌های دیگری ارائه می‌دهد. علاوه‌برآن، روانشناس به‌صورت مستمر با مادرها در ارتباط است.

امروز رسالت خود را این می‌بینیم که خانواده‌ها خرید اسباب‌بازی را تنها به چشم سرگرمی نبینند. خرید اسباب‌بازی می‌تواند به‌مرور باعث رشد و ارتقای کودک شود.



کرونا به ما این دید را داد که تمرکز فروش را روی مدل آنلایین بگذاریم. در نتیجه‌ی این تمرکز، ما در ۴ ماه اهداف فروش ۶ ماهه را، که سرمایه‌گذار مشخص کرده بود، تنها از طریق فروش آنلایین محقق کردیم.

همچنین، کرونا باعث مجازی‌شدن دانشگاه اعضای تیم شد که در نتیجه‌ی آن قادر بودیم وقت بیشتری را برای پیشبرد کسب‌وکار اختصاص دهیم.

اهداف آینده هویو:

- می‌خواهیم براساس جذب سرمایه‌ی اخیر رشد داشته باشیم.
- ۱۰ نفر روانشناس به تیم اضافه کرده‌ایم و قصد داریم در یک برنامه‌ی ۶ ماهه کامل‌ترین بلاگ بازی و سرگرمی را در حوزه‌ی مادر و کودک راه‌اندازی کنیم.
- می‌خواهیم راه‌اندازی هویواستار برای کودکان زیر ۳ سال را پیش ببریم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

ما به چند دلیل قصد ورود به شتاب‌دهنده را داشتیم. بزرگ‌ترین مزیت شتاب‌دهنده برای ما فضای کار بود که بدون نیاز به پرداخت مبلغی در فرایند رشد می‌توانستیم آنجا مستقر شویم و عامل دوم بذرمایه‌ی بسیار ارزشمندی بود که شتاب‌دهنده به استارت‌آپ‌ها می‌داد و در کنار این موارد، مشاوره و آموزش‌های جذابی هم وجود داشت.

امروز اگر بخواهیم به تیمی که در ابتدای راه است توصیه‌ای داشته باشیم، حتماً پیشنهاد می‌کنیم کار خودشان را تحت نظر یک شتاب‌دهنده جلو ببرند. حتی توصیه می‌کنیم اگر امکان ورود به شتاب‌دهنده‌ی شریف را دارند به این شتاب‌دهنده وارد شوند.

دلیل این پیشنهاد نه صرفاً به‌خاطر سرمایه‌ی بذری و فضای استقرار است؛ بلکه به‌خاطر دانش انباشته‌ی موجود در شتاب‌دهنده و ارتباطاتی است که در آنجا ایجاد می‌شود. شما زمانی که به‌عنوان یک استارت‌آپ تازه‌کار با بنیانگذار کسب‌وکاری که ۱ سال جلوتر است صحبت می‌کنید، بسیار ذهنتان شفاف می‌شود و اشتباهات خود را پیدا می‌کنید. زمانی که به مشاورهای متخصص موجود در شتاب‌دهنده هم مراجعه می‌کنید، همین اتفاق رخ می‌دهد.

امروز ما اگر اینجا هستیم، قطعاً یکی از مهم‌ترین دلایلش کمک مشاورهای شتاب‌دهنده‌ی شریف و ارتباطاتی بود که از طریق این شتاب‌دهنده شکل گرفت. شتاب‌دهنده در ما فرهنگ مشاوره‌گرفتن را ایجاد کرد.

من به‌عنوان مدیرعامل استارت‌آپ هویو یاد گرفتم که برای پیشرفت کسب‌وکار در این جایگاه لازم است از مدیرعامل‌های دیگری که چند سال جلوتر از من هستند یادگیری داشته باشم که برای این کار جلسات منظمی با یکی از دوستان داشتم.

به‌خاطر دارم فردای روزی که در شتاب‌دهنده مستقر شدیم، من و میعاد ۵۰۰ هزار تومان گل و گیاه خریدیم و در فضای کاری خودمان به همراه لوگو هویو قراردادیم. گفتیم این گل‌ها با شروع ما و هویو اینجا گذاشته شدند و هم‌زمان با رشد ما بزرگ‌تر می‌شوند. دفتر کار ما دفتر سبزی بود پر از اسباب‌بازی در یک فضای شاد. ما زودتر از کارکنان شتاب‌دهنده ساعت ۷ وارد می‌شدیم و بچه‌ها بعضاً تا ۱۱ شب آنجا بودند. حس خیلی خوبی داشت و هنوز آن روزها را به یاد داریم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

من همواره اعتقادم این است که بعضی‌ها باید بروند و اگر بمانند، اذیت می‌شوند. یک تیپ شخصیتی است که وقتی مشکلی را می‌بیند، ناامید می‌شود و تیپ دیگری هم وجود دارد که وقتی مشکل و کمبودی را می‌بیند، انگیزه می‌گیرد که برود مشکل را درست کند. هر دو رویکرد براساس شخصیت افراد می‌تواند درست باشد.

قطعاً اگر شتاب‌دهنده نبود، من که امروز دوست دارم بسازم و اینجا باشم، چهار قدم عقب‌تر بودم. نمونه‌های بارزی را از بچه‌های شتاب‌دهنده می‌شناسم که حتی اپلای کرده بودند؛ اما وارد یک تیم شدند و دیدند که می‌شود در ایران هم اثرگذار بود. قطعاً شتاب‌دهنده در این مسیر یک کاتالیزگر مثبت است.

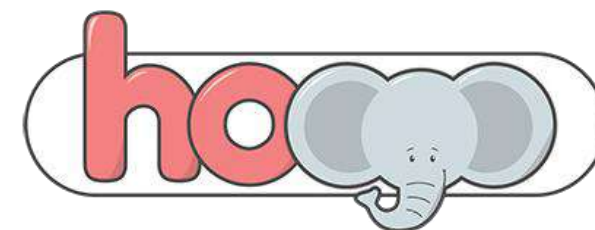
توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

تلاش کنید قبل از اینکه کسب‌وکار خودتان را راه بیندازید، در کنار کسی باشید که در مسیر شروع یک استارت‌آپ است و با او زندگی کنید. به‌عنوان یک مدیر ارشد در کنار آن بنیانگذار باشید و طعم دردسره‌ای این مسیر را بچشید. اگر همچنان علاقه‌مند بودید، بعد کسب‌وکار خود را راه بیندازید. هرچند باید در نظر داشت که این تجربه لزوماً برای همه صادق نیست. افرادی هم بوده‌اند که هیچ تجربه‌ای نداشته‌اند و استارت‌آپ‌های موفقی ساخته‌اند.

در چند حوزه‌ی کلیدی کسب‌وکار مثل مالی، حقوقی و استراتژی مشاور داشته باشید؛ آدمی که به شما راه‌حل پیشنهاد نمی‌دهد؛ ولی می‌فهمد که شما اشتباه می‌روید و این اشتباه را مستقیماً به شما نشان می‌دهد. درواقع شما را زیر سؤال می‌برد. از زیر سؤال رفتن توسط آدم‌های دلسوز استقبال کنید.

با افراد مختلف در اکوسیستم ارتباط داشته باشید. این ارتباطات می‌تواند با سرمایه‌گذارها، منتورها و بنیانگذاران سایر کسب‌وکارها و ... باشد. صحبت و همزادپنداری با بنیانگذارهای دیگر خیلی قوت قلب می‌تواند باشد.

” حتماً اگر شتاب‌دهنده نبود، من که امروز دوست دارم بسازم و اینجا باشم، چهار قدم عقب‌تر بودم. نمونه‌های بارزی را از بچه‌های شتاب‌دهنده می‌شناسم که حتی اپلای کرده بودند؛ اما وارد یک تیم شدند و دیدند که می‌شود در ایران هم اثرگذار بود. قطعاً شتاب‌دهنده در این مسیر یک کاتالیزگر مثبت است.



استادبانک

مصاحبه با محمد دارستانی فراهانی

سامانه انتخاب آنلاین معلم خصوصی



شکل‌گیری ایده:

من و امیر هر دو دانشجوی MBA شریف بودیم و هم‌زمان هم مشغول به کار بودیم. در یک فضای دوستانه تصمیم گرفتیم باهم کاری را شروع کنیم. امیر و وحید که دانشجوی رشته نرم‌افزار بود با هم سایت استادبانک را بالا آورده بودند؛ ولی درآمد نداشت و فقط اساتید تبلیغ می‌کردند و تا سال ۹۴ مدل درآمدی ما بر اساس تبلیغات بود.

ایده‌ی ما این‌طور شکل گرفت که تدریس خصوصی چیزی است که اکثر بچه‌ها پس از شروع تحصیل در دانشگاه در درسی که نقطه‌ی قوت آن‌هاست به دنبال آن می‌روند یا از مدارس به آن‌ها پیشنهاد می‌شود؛ اما افتادن ما در این داستان به خاطر این نبود که بگوییم تدریس بخش اصلی زندگی ماست و استارت‌آپمان هم در این حوزه باشد. در ابتدا، زمانی که با امیر تصمیم گرفتیم وارد کار شویم، می‌خواستیم وارد فروش لوازم‌آرایشی شویم که رفتیم جلو و سایتی بالا آوردیم شبیه بالاترین و Reddit که دیدیم این حوزه خیلی برایمان جذاب نیست و آن را رها کردیم و به سراغ استادبانک آمدیم که مغفول مانده بود و به حدی رسیده بود که از تمديد سرور آن خسته شده بودند و می‌خواستند آن را به مبلغ ۱۰ تا ۱۵ میلیون به یک آموزشگاه بفروشند.

مسیر استادبانک تا به امروز:

شتاب‌دهنده با سایت قبلی و مدل کسب‌وکار تبلیغاتی ما را پذیرفت و این بیشتر به‌خاطر تیم ما بود و بعد چرخش در مسیر کسب‌وکار (Pivot) اتفاق افتاد. شتاب‌دهنده آن زمان هم خیلی جذاب بود، ما زمانی طولانی در شتاب‌دهنده ماندیم و مبلغ ۲۵ میلیون تومان هم بدون اینکه سهامی دریافت کنند، به ما پرداخت کردند و از حدود آذر و دی‌ماه که سرمایه جذب کردیم، از شتاب‌دهنده جدا شدیم و یک دفتر سمت میدان ولیعصر گرفتیم و ۱ سال بعد، مجدد به مرکز رشد برگشتیم و تا به الان آنجا مستقر هستیم. دلیل آن هم این بود که اکوسیستم شریف خیلی اکوسیستم خوبی است. مرکز رشد حمایت‌ها و خدمات بسیار خوبی ارائه می‌دهد و افراد بسیار خوبی در مرکز رشد مشغول به کار هستند.



معلم خصوصی

+۳۵۰,۰۰۰

تعداد راند جذب سرمایه

۱

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

شتاب‌دهنده‌ی شریف جزو گزینه‌های ما بود. برای شتاب‌دهنده‌های دیگر هم درخواست می‌فرستادیم؛ اما اولویت ما شتاب‌دهنده‌ی شریف بود. شتاب‌دهنده‌ی شریف آن زمان به بلوغ‌یافتگی‌الان نبود؛ اما تا جایی که می‌توانست همکاری می‌کرد و جلسه‌ها و دوره‌های مختلفی برگزار می‌کرد.

دلایل مهم علاقه‌ی ما به شتاب‌دهنده‌ی شریف این موارد بود: در داخل دانشگاه شریف قرار داشت و ما هم فضای شریف را دوست داشتیم، در قبال بذرمایه‌ای که پرداخت می‌شد سهامی از ما نمی‌گرفت، در آنجا بدون دغدغه و آرامش کار می‌کردیم.

یک شتاب‌دهنده می‌تواند به یک استارت‌آپ این مفهوم را انتقال دهد که "ما تو را پذیرفتیم؛ چون به تو باور داریم". شتاب‌دهنده‌ی شریف این حس را به ما منتقل می‌کرد؛ پس خودمان هم باید به خودمان باور می‌داشتیم.

ارزش‌گذاری و میزان سرمایه جذب‌شده:

در دوره‌های دوستانه‌ی شریف از مجموعه‌ی کارایا حضور داشتند و طی صحبت‌هایی که داشتیم، از حوزه‌ی فعالیت ما خوششان آمد و اشتیاق نشان دادند و با استقبال ما مواجه شدند. درنهایت، روی استارت‌آپ ما سرمایه‌گذاری شد.

مبلغ سرمایه‌گذاری چیزی حدود ۳۰۰ میلیون تومان بود، در مقابل ۲۵ درصد سهام دریافتی. درنهایت، سال گذشته کل سهام خود را بازخرید کردیم و فقط یکی از سهامداران با ما باقی ماند. تا سال ۹۵، ما همچنان در سازمان‌های دیگر بیرون از استارت‌آپ مشغول به کار بودیم و درآمدان را صرف توسعه‌ی کارمان می‌کردیم و سال ۹۶، پس از دریافت کامل سرمایه از شغل‌های دیگرمان بیرون آمدیم و روی استادبانک تمرکز کردیم. سال ۹۵، ۲ نفر به تیم ما اضافه شد و بعد به‌مرور با جذب سرمایه تعداد نیروهایمان بیشتر شدند و در حال حاضر، حدود ۴۰ نفر هستیم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

مسیری که تا اینجا آمدیم و اتفاق‌هایی که به‌موقع رخ دادند، ایده‌آل‌ترین مسیر ممکن بود و نقش شتاب‌دهنده و اکوسیستم شریف در شکل‌گیری استادبانک خیلی مهم بود.

شتاب‌دهنده‌ی شریف و ورود به‌موقع سرمایه‌گذار چسب‌هایی بود که این تیم را به هم وصل کرد.

سلام سینما

مصاحبه با مهدی سلیمانی

مرجع آنلاین فیلم و سینما

شکل‌گیری ایده:

ایده‌ی سلام سینما اواخر سال ۹۲ با راه‌اندازی یک سایت خبری، تحلیلی و محتوایی شکل گرفت. من و دیگر اعضای تیم به حوزه‌ی سینما علاقه‌مند بودیم و اخبار این حوزه را به‌صورت جدی پیگیری می‌کردیم. در همین راستا، دغدغه‌هایی شکل گرفت و در نهایت تصمیم گرفتیم ایده‌ی سلام سینما را عملی کنیم. بنابراین، با ۲ نفر از اعضای تیم، یعنی محمد نفت‌تچی و هادی راسخ، کار شروع شد. در ادامه، راضیه جعفری به‌عنوان مسئول محتوا و من به‌عنوان مدیر روابط عمومی و ارتباطات به تیم اضافه شدیم. به‌این‌ترتیب، سایت اولیه‌ی سلام سینما راه‌اندازی شد. هم‌زمان با شروع سی‌ودومین جشنواره‌ی فیلم فجر، سایت راه‌اندازی و فعالیت اصلی ما آغاز شد.

در ابتدای کار، استقبال زیادی از این پلتفرم شد؛ طوری‌که سلام سینما در تمام جست‌وجوهای گوگل رتبه‌ی اول تا سوم را کسب کرد. علاوه‌براین، در روز اختتامیه‌ی جشنواره فجر سال ۹۲، یعنی ۱۰ روز بعد از شروع کار، ۳۳ هزار ورودی برای سایت گرفتیم.

به‌تدریج با اهالی سینما و رسانه از جمله بازیگران، کارگردانان و کسب‌وکارهای دیگر ارتباط گرفتیم و توانستیم سلام سینما را به جامعه بزرگ‌تری معرفی کنیم. در حال حاضر، سلام سینما بین تمامی اهالی سینما یک اسم شناخته‌شده است و اهالی سینما اخبار مربوط به فیلم را از سایت ما دنبال می‌کنند. الان در اهالی سینما کمتر کسی است که سلام سینما را نشناسد.

برای ورود به شتاب‌دهنده باید تیم ۵۰ درصد شریفی می‌بود، ۲ نفر دیگر به تیم ما اضافه شدند که ۲ نفر از ۵ نفر شریفی بودند و ما در سال ۹۴ وارد شتاب‌دهنده شدیم.

در دوره‌ی هفتم و هشتم جشنواره‌ی کارآفرینی و توسعه‌ی کسب‌وکار شریف شرکت کردیم و جزو ۳ تیم برتر بودیم و توانستیم دیپلم افتخار بگیریم.

مسیر سلام سینما تا به امروز:

دوره‌ی شتاب‌دهی ۶ ماه بود و ما بعد از ۱ سال جذب سرمایه داشتیم. ۶ ماه در شتاب‌دهنده بودیم و سال ۹۵، از شتاب‌دهنده به مرکز محاسبات شریف رفتیم و با آن‌ها تهاوتر داشتیم. چون ترافیک ما بالا بود، سرورهایمان را روی سرورها و دیتاسنترهای شریف گذاشتیم و در قبال آن، از فضا استفاده کردیم. حدود ۱ سال آنجا بودیم.

سلام سینما

۲۵

نفر همکار



کاربر فعال

+۱,۰۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۱

در حال حاضر، در حوزه‌ی پخش در یوتیوب هم فعالیت می‌کنیم و می‌خواهیم یکی از بازیگران اصلی باشیم. پخش یوتیوب فیلم هزارپا منحصرأ با سلام‌سینما بوده و پربازدیدترین فیلم سینمای ایران در یوتیوب بوده است.

در حال حاضر، ۱ میلیون کاربر تأییدشده داریم. ماهی حدود ۵-۶ میلیون بازدید داریم. اتفاقی که خیلی دنبال آن بودیم این بود که در تولید محتوا پربازدیدترین سایت باشیم. عمده‌ی سایت‌های حوزه‌ی سینما خبری هستند. فرق ما این است که علاوه‌بر خبر، مرجع فیلم و سینمای ایران هم هستیم. تا سال ۹۵، کافه سینما پربازدیدترین سایت سینمای ایران بود و با اختلاف خیلی زیاد از ۵ سال گذشته پربازدیدترین سایت هستیم.



۱۷۰
نفر همکار

رشد نسبت به اواخر سال ۹۵

سفارش
روزانه

۳۰ برابر

تعداد راند
جذب سرمایه

۶

میاره

سامانه حمل و نقل موتوری

مصاحبه با امیراحمد برکتین

شکل‌گیری ایده:

ما ۳ دوست قدیمی بودیم، من، سروش آذری و مازیار امینی. من و سروش برق امیرکبیر می‌خواندیم و مازیار در مجارستان در رشته‌ی نرم‌افزار مشغول به تحصیل بود.

از نظر کاری من در فضای کسب‌وکار سنتی بودم، سروش با علی بابایی هم‌بنیانگذار ترب بود و مازیار هم‌بنیانگذار ادپرداز بود و بعد رفت شاپرک و آنجا در حوزه‌ی مارکتینگ فعالیت می‌کرد.

سال ۹۴ سروش پیشنهاد داد که استارت‌آپی را راه‌اندازی کنیم. در آن زمان ۶-۷ ایده را بررسی کردیم که مربوط به نمونه‌هایی از چند یونیکورن در اروپا و آمریکا بود و می‌دیدیم که جای کدام در ایران خالی است. از ایده‌ی معرفی متخصص در بازسازی منازل تا لجستیک‌های تحویل سریع مثل پست‌میتس (Postmates) که به اوبر فروخته شده بود، همه را بررسی کردیم. بعد، برای ارزیابی ایده‌ها از قانون پل گراهام در این زمینه استفاده کردیم و به ایده‌ها با استفاده از ۵ شاخص امتیاز می‌دادیم و ظرفیت خودمان ۳ نفر را هم می‌سنجیدیم. در نهایت به ایده‌ی پست‌میتس رسیدیم.

پست‌میتس یک پلتفرم ۳ سمتی بود؛ یعنی هم مشتری، هم لجستیک و هم فروشنده را هدف قرار می‌داد که ریحون و چیلیوری و ... از این دست بودند. سمت مشتری و فروشنده در ایران رقیب زیاد بود؛ ولی عید ۹۵ هیچ پلتفرم دلیوری آنلاینی وجود نداشت. پس، ما تصمیم به ورود در آن حوزه گرفتیم. الوپیک آبان ۹۵ و اسنپ باکس هم در سال ۹۶ شروع به فعالیت کرد.

اول می‌خواستیم شبکه‌ی لجستیکی لست‌مایل درست کنیم و بعدش به مشتریان هم خدمات بدهیم؛ ولی هیچ‌کدام سرمایه‌ی کافی یا تجربه‌ی جذب سرمایه نداشتیم. برای همین به این فکر کردیم که یک کسب‌وکار را از روز اول به شکل بوت‌استرپ راه‌اندازی کنیم و یا سرمایه‌های کوچک جذب کنیم و ظرف مدت ۲۲ روز سایت "میاره" را عرضه کردیم. میاره در بازاری عرضه شد که همان موقع برای آن راه‌حل‌های سنتی وجود داشت و در آن بازار سنتی کار پیش می‌رفت. پس، تصمیم گرفتیم برای کافه‌ها و رستوران‌ها راه‌اندازی کنیم. ۳ ماه اول فقط رفته بودیم سراغ موضوعات اثبات مفهوم.

چون عملیات اجرایی و هماهنگی با موتورسوارها را داشتیم، نمی‌توانستیم در دانشگاه فعالیت کنیم و برای همین یک دفتر در بیرون دانشگاه اجاره کردیم. شهریور همان سال ۳ پیشنهاد سرمایه‌گذاری گرفتیم. هولدینگ مادیران، سرآوا و رهنما. در نهایت سرآوا روی الوپیک سرمایه‌گذاری کرد و رهنما روی ما. اسفند ۹۵ بود که در خصوص بذرمایه با رهنما و آقای زانیار کمانگر به جمع‌بندی رسیدیم.

قبل‌تر مهندس قطبی‌نژاد (مدیرعامل بهمن) هم در مرحله‌ی پیش‌بذری روی میاره سرمایه‌گذاری کرده بودند.

مسیر میاره تا به امروز:

اولین محصول قابل عرضه که طراحی شد، سیستم پوش نوتیفیکیشنش کار نمی‌کرد. برای همین رفتیم سراغ تلگرام و یک کانال ایجاد کردیم برای موتورسوارها و با یک بات تلگرامی به ایشان خبر می‌دادیم که برایتان سفر آمده و بروید سفر را انجام بدهید. پتل سمت رستوران هم بسیار ساده بود.

خودم و مازیار هم ۳ ماه اول پیک ایستادیم، برای اینکه دقیقاً بتوانیم فرایند را بررسی کنیم. آبان ۹۵، یک همکاری با زودفود انجام دادیم به نام **زودمیاره** که "اکسپرس" حال حاضر اسنپ فود حاصل آن پروژه است. ۴-۵ ماه که از عرضه گذشته بود، ۲۶ استارت‌آپ دلیوری لست‌مایل وارد بازار شدند و توفانی از این کسب‌وکارها ایجاد شد. از آن توفان تا الان میاره، الوپیک و اسنپ‌باکس باقی‌مانده‌اند.

سال ۹۶، سال فوق‌العاده‌ای بود. با یک جذب سرمایه‌ی ۹۰۰ میلیون تومانی از رهنما و زانیار سال را شروع کردیم و در این ۱ سال، ۳ دور دیگر با آن‌ها تمدید کردیم. از انتهای ۹۵ تا انتهای ۹۶، سفر روزانه در میاره ۱۰ برابر شد و ما می‌خواستیم برویم سراغ جذب سرمایه در رنج ۱۵-۱۶ میلیارد تومانی که خوردیم به داستان تحریم‌ها و از طرف دیگری مدل ما از لحاظ ماهیتی دچار مشکلاتی بود. در بازار ما شاخص کیفیت از شاخص قیمت اهمیت بالاتری داشت. در بازار غذا و سوپرمارکت مردم به دنبال رفع نیاز اولیه‌ی خودشان هستند؛ یعنی اگر تحویل انجام نشود، مشتری می‌رود از یک رستوران دیگر خرید می‌کند. برخلاف تصور کشش در این بازار از سمت مشتریان به شدت بالاست. ۸۵ درصد افراد از قبل در ذهنشان تصمیم می‌گیرند که از کدام رستوران غذا بگیرند و چه چیزی سفارش دهند و خیلی از قابلیت جست‌وجوی پلتفرم استفاده نخواهند کرد.

برای همین این پلتفرم‌ها یک خط درآمدی مشخص سالانه از مشتریان‌شان دارند و خراب‌شدن یک سفارش به معنی خراب‌شدن کل آن خط درآمدی سالانه خواهد بود که بسیار زیاد است (فرکانس بالاتر نسبت به خرده‌فروشی).

در ابتدا، تصمیم به تغییر مدل گرفتیم و بعد از آن، تصمیم گرفتیم که مبلغ واقعی هزینه‌ی جابه‌جایی را به مشتری ارائه دهیم. در سال ۹۷، قیمت را به ۲ برابر افزایش دادیم و هم‌زمان مدل را هم تغییر دادیم. ۸۰ درصد مشتریان در پی این تغییرات از میاره ریزش کردند؛ اما آن‌قدر کیفیت محصول ما بهتر شد که دوباره همگی مشتریانمان طی ۴ ماه بازگشتند.

در طول ۶ ماهی که گذشت، باید شرکت را با پولی که خودش درمی‌آورد زنده نگه می‌داشتیم. در مهرماه سال ۹۷، سرمایه‌ی دور بعد را جذب کردیم. این فاند از مجموعه‌ی ادونچرز و آوند جذب شد. پس از جذب سرمایه، در مهرماه به نرخ رشد ثابتی رسیدیم و نسبت به سال ۹۶ از لحاظ ارزش ناخالص کالا (GMV) حدود ۲.۵ برابر شدیم.

سال ۹۸ را پرفشارتر شروع کردیم و ۳ برابر شدن ارزش ناخالص کالا نسبت به سال ۹۷ داشتیم؛ اما زمانی که برای دور جدید جذب سرمایه اقدام کردیم، کرونا شروع شد. ۱ ماه اول واقعاً فاجعه اتفاق افتاد. در عرض ۱ هفته روزی ۲۰ درصد سفرها کاهش پیدا می‌کرد. اواسط فروردین ۹۹، ما برگشته بودیم به رکوردهای سال ۹۵. در این شرایط مجبور شدیم ۸۰ درصد نیروهای شرکت را تعدیل کنیم؛ اما در خرداد سال ۹۹ خدایا شکر توانستیم ۱.۵ برابر کل فاند‌هایی را که تا آن موقع جذب کرده بودیم، جذب کنیم. مجموعه‌ی الین شیمی و بانک سامان این سرمایه را تأمین کردند. از شهریور سال ۹۹ رشد خیلی خوبی داشتیم که بیشتر نتیجه‌ی یادگیری ما از شرایط بود و تغییر مدل مجددی صورت گرفت. الان در شهریور سال ۱۴۰۰ از لحاظ ارزش ناخالص کالا، ۱.۵ برابر سال ۹۹ هستیم.

اهداف آینده میاره:

ما دوست داریم تا ۵ سال آینده ۱۵ درصد از بازار تحویل غذای کشور را داشته باشیم. هنوز از تهران خارج نشده‌ایم و مهم‌ترین کاری که در اواخر ۱۴۰۰ می‌خواهیم انجام دهیم این است که در اولین شهرستان عرضه کنیم و می‌خواهیم تا ۵ سال آینده از لحاظ فروش ناخالص بین ۲۰ تا ۳۰ برابر بزرگ شویم.

رشد میاره تا امروز:

نسبت به فصل آخر سال ۹۵، امروز میاره به لحاظ تعداد سفارش روزانه، ۳۰ برابر شده است و به لحاظ ارزش ناخالص کالا تقریباً ۸۰ برابر شده است. از نظر تعداد نیروی انسانی در آخر سال ۹۵، ۸ نفر بودیم، آخر ۹۶، ۳۰ نفر، انتهای ۹۷، ۵۷ نفر، انتهای ۹۸، ۸۵ نفر و الان ۱۷۰ نفر هستیم که ۱۱۰ نفر نیروهای استخدامی شرکت و ۶۰ نفر نیروی فریلنسر هستند. از نظر تعداد راننده هم ۱۰۰ برابر رشد داشته‌ایم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

ما بیشتر به دنبال شبکه بودیم که در جذب سرمایه کمک بگیریم و علاوه بر آن، فضای کاری برای ما خیلی ارزشمند بود. همچنین، توانستیم با ۳ فرد خیلی مهم ارتباط بگیریم؛ مهدی مظاهری، وحید عطاری و مهندس قطبی‌نژاد که به اندازه‌ی هم‌بنیانگذاران در پیشبرد کار تأثیر داشتند. نقش این افراد در دوره‌های جذب سرمایه‌ی بعدی میاره خیلی پررنگ بوده است. ما از آموزش‌ها و دوره‌ها خیلی استفاده نمی‌کردیم و خیلی حضور فیزیکی نداشتیم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

خودم و بقیه‌ی هم‌بنیانگذاران خیلی به ایلای کردن فکر نمی‌کردیم و حتی مازیار هم مهاجرت معکوس کرد و به ایران برگشت؛ ولی دوستانمان ۵ درصدشان بیشتر در ایران نماندند. سال‌های ۹۴، ۹۵ و ۹۶ به‌خاطر برجام اوج شکل‌گیری اکوسیستم فناوری، نوآوری و کارآفرینی IT در ایران بود و کلی انرژی داشتیم؛ ولی ۹۷، ۹۸ و ۹۹ اوج ناامیدی و بی‌انرژی‌بودن بود. اکوسیستم که در ایران هنوز خیلی وجود ندارد؛ ولی همان فضای محیطی موجود خیلی کمک‌کننده بود.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

مسیر زندگی همه از کارآفرینی نمی‌گذرد و لزوماً کارآفرینی ارزش عجیب‌وغریبی خلق نمی‌کند. کارآفرینی به ژنتیک و تربیت خیلی ربط دارد و بخش قابل‌توجه آن موروثی است.

آواز دهل شنیدن از دور خوش است. اگر اهداف مالی دارید، شاید راه بهتری وجود داشته باشد و زندگی همه قرار نیست از کارآفرینی بگذرد و شاید بهتر باشد که برخی افراد شانس‌های دیگری در زندگی را مورد توجه قرار بدهند.

نواک

مصاحبه با احسان رزازی

لذت شنیدن موسیقی آنلاین

شکل‌گیری ایده:

تحصیلات لیسانس من مهندسی کامپیوتر بود و از سال دوم دانشگاه فعالیت‌هایی در حوزه‌ی IT داشتم. اتفاقی که از سال ۸۸ شروع شد، همکاری من با شرکت تازه‌تأسیس سیما رایان شریف بود که محصول اصلی آن شرکت تلویزیون بود و درواقع شروع مسیر کاری من از آنجا بود. ساختارهای استیریمینگ تلویزیون خیلی شبیه به کاری است که ما الان انجام می‌دهیم و همان زمینه‌ساز چیزی بود که ایده‌ی اصلی نواک را شکل داده است. هدف نواک از ابتدا حوزه‌ی موسیقی بود و بخش مهمی از آن به علاقه‌ی شخصی من به فضای موسیقی بازمی‌گردد؛ چراکه همیشه سیدی می‌خریدم و سعی می‌کردم قانونی به موسیقی گوش بدهم. همه‌ی این‌ها باعث شد که این ایده در ذهن من جرقه بزند و شروع به بررسی آن کنم که آیا این ایده در دنیا بوده یا نه؟ آن زمان تازه ترند استیریمینگ رایج شده و Spotify تازه شکل گرفته بود. ایده را با دوستم علیرضا جعفری و ۲ نفر از دوستان دیگر مطرح کردم. درنهایت، سعید و آرش به ما اضافه شدند که تیم اولیه ۴ نفره‌ی ما تشکیل شد.

ابتدای سال ۹۲، قرار ملاقاتی با مهندس دهبیدی‌پور گذاشتم و از ایده صحبت کردیم و همین باعث شد کارمان را به‌عنوان یک هسته‌ی فناوری در مرکز کارآفرینی شریف شروع کنیم.

مسیر نواک تا به امروز:

بعد از تأسیس شتاب‌دهنده، به‌عنوان اولین تیم وارد شتاب‌دهنده شریف شدیم و فرایند شتاب‌دهی، که تقریباً با آزمون‌وخطا بود، با نواک شروع شد و ما هم تجربه‌های خوبی داشتیم.

پس از ما ترب وارد شد و بعد چند تیم دیگر. چند ماه بعد، دوستان دیموند وارد شریف شدند و در قالب سرمایه‌گذاری با ما صحبت کردند و توافق کردیم و از دیموند بذرمايه گرفتیم و به‌عنوان اولین استارت‌آپ با آن‌ها همکاری داشتیم.

با این سرمایه‌گذاری کار ما شتاب گرفت و تیم بزرگ‌تر شد. محصول اولیه‌ی ما وبسایت نواک بود که در قالب برنامه‌ی تحت وب بود. بعد، اپلیکیشن IOS و اندروید را منتشر کردیم و شروع به قرارداد بستن با خواننده‌ها، صاحبان اثر و ناشران کردیم. درنهایت، رسیدیم به جایی که الان نواک ۱.۵ میلیون کاربر دارد و جوایز بسیار زیادی دریافت کرده است.

آبان ۹۳، شرکت به‌طور رسمی به نام مؤسسه‌ی **نوا کامکار ماندگار** ثبت شد و در یک بازه‌ی ۶ ماهه به مؤسسه‌ی فرهنگی دیجیتال و بعد از آن، به شرکت دانش‌بنیان تبدیل شد.



۳۰

نفر همکار

کاربر
ماهانه

+۱,۵۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۱



سال، ۹۴ اتفاقات خوبی برای نواک رخ داد. استقبال خوب کاربران را داشتیم که به دلیل ارائه خدمات رایگان بود. همچنین، نواک در جشنواره‌های بین‌المللی و داخلی متعددی برگزیده شد.

در عین حال اتفاق ناخوشایند هم داشتیم که مهم‌ترین آن‌ها جداسدن هم‌بنیانگذاران ما بود.

فعالیتی که سال ۹۵ استارت زدیم و وارد فضای آن شدیم این بود که از دایره‌ی ایران فراتر برویم و شروع به انتشار بین‌المللی آثار موسیقی ایرانی کنیم و از آن زمان، خیلی از کارهای بازار موسیقی را در سایر پلتفرم‌های خارجی از جمله Spotify، آمازون، اپل موزیک و ... منتشر کردیم و توانستیم تبلیغات خوبی انجام دهیم، بازدیدهای خوبی بگیریم و درآمدزایی خوبی برای این افراد داشته باشیم و حقوق کپی‌رایت آن‌ها را تا حد ممکن ایجاد کنیم.

در حال حاضر یک تیم ۳۰ نفره هستیم.

اهداف آینده نواک:

بخش عمده‌ای از کار نواک به حوزه‌ی بین‌المللی اختصاص خواهد داشت. نواک الان در مرحله‌ای است که نیازمند یک فاز سرمایه‌گذاری جدید است تا کار شتاب بگیرد.

تا الان در قالب پلتفرم جلو رفتیم؛ اما تجربه‌ی این سال‌ها نشان می‌دهد که اگر بخواهیم در مقابل رقبای خود حرفی برای گفتن داشته باشیم، لازم است تا فراتر از یک پلتفرم عمل کنیم. ما در حال حاضر رقبای جدی‌ای داریم؛ از رادیو جوان (که خارج از ایران و بدون محدودیت فعالیت دارد) گرفته تا سایت‌های دائلود غیرقانونی.

یکی از اهداف جدی، مبحث کپی‌رایت است. دائلود غیرقانونی آسیب جدی به صاحبان کسب‌وکار و تولیدکنندگان آثار هنری وارد می‌کند. نواک قصد دارد تا حد ممکن از وقوع این آسیب‌ها جلوگیری کند که تا جای خوبی پیش رفتیم و به واسطه‌ی فعالیت‌های بین‌المللی تا حدی توانستیم این کار را انجام دهیم.

در کنار فضای سرمایه‌گذاری، یک سری تغییر رویه در نواک خواهیم داشت. مشخصاً در فضای ویدئو خیلی داریم تمرکز می‌کنیم و در پلتفرم خودمان هم جزو موضوعات مورد توجه است.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

چیزی که در شتاب‌دهنده جذابیت داشت فضای کار اشتراکی بود که به ما داده شد و در کنار فضای فیزیکی، دوستانی که در کنار ما بودند باعث شدند تجربه‌ی متفاوتی برای ما شکل بگیرد؛ افرادی مثل خانم ناصری.

آن زمان هنوز فضای استارت‌آپ خیلی شکل نگرفته بود و ترند نبود و دوستان برای برقراری ارتباط با افراد دیگر که کسب‌وکارهای موفق داشتند تسهیلگری می‌کردند که خیلی به توسعه‌ی ما کمک کرد و باعث شد مسیر پیش رو را با سعی و خطای کمتری طی کنیم.

اضافه‌شدن تیم‌های دیگر نیازمندی‌های جدید را فراهم می‌کرد و ما هم می‌توانستیم از آن‌ها استفاده کنیم.

همچنین، حضور افراد به‌عنوان مشاور که کمک می‌کرد تا بتوانیم به شکل بهتر کار را پیش ببریم (در برنامه‌ریزی‌ها، طرح کسب‌وکار و مباحث استراتژیک کار).

حضور در شتاب‌دهنده‌ی شریف کلاً برای من جذاب بود از سال ۹۲ تا سال ۹۵ بیشترین گروهی که ماندن در شریف را تجربه کرد، ما بودیم و از ۱ سال به بعد، سعی می‌کردیم به تیم‌های جدیدی که وارد می‌شوند کمک کنیم و تجربیات خود را منتقل می‌کردیم.

ارزش‌گذاری و میزان سرمایه جذب‌شده:

سرمایه‌گذاری ما توسط دیموند انجام شد. آن زمان محصول وایرال هم نداشتیم و تنها رزومه و تیم اطمینان‌بخش بود. ۵۰ هزار دلار معادل ۱۶۰ میلیون تومان در مقابل ۲۰ درصد سهام دریافت کردیم.

بعد از آن، از درآمدها هزینه می‌کردیم. الان هم که درباره‌ی سرمایه‌گذاری صحبت می‌کنیم، براساس تجربه به این نتیجه رسیده‌ایم که نیاز به صرف هزینه‌های خیلی بزرگ‌تری داریم. ارزش اولیه‌ی نواک در زمان سرمایه‌گذاری دیموند ۲۵۰ هزار دلار بود.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

دلیل آن بیشتر شخصی بود؛ نه اینکه سیستم کمک نکرده باشد؛ اما وزن تصمیم‌گیری شخصی بیشتر بود. هنوز در داخل ایران خیلی کارها می‌شود انجام داد که در خارج از ایران اتفاق افتاده است و خیلی ایده‌ی نو و تازه‌ای به شمار نمی‌رود.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

یکی از مواردی که برای شروع یک استارت‌آپ مهم است داشتن تجربه‌ی کاری قبل از شروع استارت‌آپ است. دوستانی که تجربه داشته باشند بسیار کمک‌کننده خواهند بود. مورد دوم تیم است؛ افرادی که به‌عنوان بنیانگذار کنار هم هستند باید بتوانند در کنار همدیگر زندگی کنند. از نظر اخلاقی و رفتاری باید بتوانند باهم کنار بیایند و پذیرش ریسک داشته باشند.



پرداخت
در ماه

۱,۵۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۰

سامانه استعلام و پرداخت هوشمند

قبضینو

مصاحبه با علی عباسی

شکل‌گیری ایده:

قبضینو ۴ سال پیش تحت نام شرکت آیان شروع به کار کرد. با ۳ نفر به عنوان هم‌بنیانگذار آیان را شروع کردیم و در ادامه‌ی مسیر ۱ نفر دیگر به عنوان سهامدار به ما اضافه شد و هسته‌ی اصلی ۴ نفره‌ی ما شکل گرفت.

۴ سال پیش که کار را شروع کردیم، ما ۳ دوست صمیمی بودیم و در یک بازه‌ی زمانی حتی در یک شرکت همکار هم بودیم. در نتیجه، هم توان فنی خودمان را می‌دانستیم و هم از اخلاقیات یکدیگر خبر داشتیم. باهم تصمیم گرفتیم کاری را شروع کنیم؛ ولی دورنمای خیلی بلندی متصور نبودیم و صرفاً می‌خواستیم این نوع همکاری را تجربه کنیم.

هر ۳ به این نکته اذعان داشتیم که این مسیر احتمالاً آخرین فرصتی است که می‌توانیم از کار کارمندی خارج شویم و کسب‌وکار خودمان را داشته باشیم. هرچند بیشتر نگاهمان این بود که اگر قرار است به مسیر کارمندی ادامه بدهیم، نیاز برطرف‌نشده‌ای در ذهنمان نباشد؛ ولی برای توسعه‌ی آن نیز تلاش کردیم.

مسیر شروع آیان کمی متفاوت بود. ۳ یا ۴ ایده داشتیم. به عنوان نمونه، یکی قبضینو بود و یکی در حوزه‌ی حمل و نقل و در نهایت، قبضینو را انتخاب کردیم. یک اتفاق خوبی که افتاد این بود که ۳ نفر اول و حتی نفر چهارم تجربه‌ی مدیریتی داشتیم و مدیر فنی و مدیر محصول بودیم و پایه‌های اولیه از کسب‌وکارهای مختلف را می‌دانستیم.

با توجه به اطلاعات و شناخت از بازار، حوزه را انتخاب کردیم و در نهایت، برای ورود به شتاب‌دهنده درخواست دادیم؛ چون می‌خواستیم تیم تشکیل دهیم و نیاز به فضا داشتیم که بتوانیم دورهم جمع شویم تا از ابتدا کار به صورت منسجم و اصولی پیش برود.

مسیر قبضینو تا به امروز:

هرکدام از ما ۴ نفر قبل از شروع کار ۶-۴ سال تجربه‌ی کاری داشتیم. سال ۹۶، وارد شتاب‌دهنده شدیم. ۱ سال در شتاب‌دهنده بودیم و از خدمات دانشگاه و شتاب‌دهنده استفاده کردیم و سال ۹۷، از ناحیه‌ی نوآوری شریف خارج شدیم. در حال حاضر، ۳ سال است از ناحیه بیرون آمده‌ایم.



آیان در ۳ حوزه‌ی کلی فعالیت دارد:

- ۳ محصول داریم که مالکیت آن در اختیار شرکت است؛ قبضینو، پیشخوان ۲۴ و ...
- یک سری پروژه انجام می‌دهیم؛ پروژه‌ی تهران من، پروژه‌ی تجمیع قبوض آب کل کشور
- بازی‌های موبایل

آیان هر ۹ یا ۱۰ ماه یک‌بار یک محصول را عرضه می‌کند و چند محصول شکست‌خورده هم داریم. در این مسیر، هر سال ۱۰ تا ۱۲ نفر به تیم ما اضافه شد و الان حدود ۵۰ نفر هستیم. ۷ یا ۸ مجوز مهم از جمله دانش‌بنیانی تا شورای صنفی را گرفته‌ایم.

دپارتمان پروژه را برای کسب درآمد ایجاد کردیم؛ زیرا می‌دانستیم که تا ۳ سال اول نمی‌توانستیم از قبضینو انتظار درآمد داشته باشیم و به سرمایه‌گذار نیاز نداشته باشیم. چون می‌دانستیم در کوتاه‌مدت نمی‌توانیم محصول را به درآمد برسانیم. خصوصاً در حوزه‌ی فین‌تک زمان خیلی مهم است.

از نظر توسعه‌ی کسب‌وکار در قبضینو، هر ۶ ماه یک‌بار کاربران ۲ برابر شده‌اند.

در حال حاضر، ۱.۵ میلیون پرداخت در ماه داریم و نقطه‌ی سربه‌سری را رد کرده‌ایم؛ ولی هنوز محدوده‌ی درآمدی که سهامداران را خوشحال کند اتفاق نیفتاده است.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

وقتی کار را شروع کردیم، چند آموزه از کارهای قبلی را در نظر گرفتیم. یکی این مسئله بود که بچه‌ها باید بدانند لزوماً قرار نیست موفق باشیم و بچه‌ها مثل من فکر نمی‌کردند و می‌گفتند باید حتماً موفق شویم.

یکی از دلایل انتخاب شتاب‌دهنده این بود که همراه ۱ یا ۲ تیم شکست می‌خوردند، یکی سرمایه‌گذار می‌گرفت و تیم‌های جدید وارد می‌شدند. همه بچه‌های دانشگاه بودند و آدم‌های باهوش و باسوادی هم بودند.

وقتی این شکست‌ها اتفاق می‌افتاد، در ذهن بچه‌ها شکل گرفت که ما هم ممکن است شکست بخوریم و باید تلاشمان را بیشتر کنیم و صرفاً داشتن تجربه‌ی کاری و اعتمادبه‌نفس بالا جوابگو نیست. یکی از بدهیات شتاب‌دهنده این مسئله بود.

جزو معدود تیم‌هایی بودیم که در زمان ورود به شتاب‌دهنده ۳ نفر بودیم و بعد از این بازه‌ی چندماهه، در زمان خروج به ۱۳ نفر رسیدیم.

نکته‌ی بعد این بود که یک سری امکانات لازم بود که شتاب‌دهنده داشت؛ مثل کمک به جذب سرمایه؛ اما جزو اهداف اصلی ما نبود و الان هم بعد از ۴ سال همچنان سرمایه‌گذار نداریم و درآمدهایی که ایجاد کردیم هزینه‌های ما را پوشش می‌دهد.

نکته‌ی بعد مواردی بود که از بیرون می‌شنیدیم و تجربه نکرده بودیم و سعی کردیم آنجا تجربه کنیم. مثلاً می‌گفتند جمع‌های شتاب‌دهنده به تیم‌سازی کمک می‌کنند و این یک مفهوم انتزاعی است و من تجربه کردم. مثلاً با تیم‌های شکست‌خورده صحبت کردم و ۲ نفر از بچه‌های آن‌ها را به تیم اضافه کردم. چون شبکه‌سازی خیلی مهم بود، آن زمان دوره‌می‌های دوستانه داشتیم. سرمایه‌گذاران می‌آمدند و بلافاصله من و بقیه‌ی بنیانگذاران را جذب می‌کردند تا در این جلسات شرکت کنیم و با آن‌ها صحبت کنیم و ارتباط بگیریم.

آن شبکه بعد از چند سال که باهم ارتباط برقرار می‌کنیم، تازه به شکل معناداری شکل می‌گیرد. اگر آن پیش‌زمینه‌ی ۳ سال پیش نبود، الان مسئله‌ی جذب سرمایه پرچالش‌تر بود.

اهداف آینده قبضینو:

- هر ۱۰ ماه یک‌بار محصول جدید عرضه کنیم.
- قبضینو تاکنون سامانه‌ی مدیریت و پرداخت قبض بوده است و داریم در مسیر توسعه‌ی آن به سمت سامانه‌ی تولید، مدیریت و پرداخت قبض کار می‌کنیم.

خیلی از افرادی که وارد
کسب‌وکار می‌شوند، این نگاه را
دارند که چند نفر دورهم جمع
می‌شویم تا کاری را شروع
می‌کنیم و اگر هم نشد، جمع
می‌کنیم. این به نظر من
اشتباه‌ترین نگاهی است که
می‌توان داشت.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

نکته‌ی اول این است که برای کسب‌وکار راه انداختن از اول نگاه این باشد که داریم خانواده تشکیل می‌دهیم و فردا هم می‌خواهیم تعدادی بچه داشته باشیم و این بچه‌ها محصولات ما هستند. این نگاه کمک می‌کند خیلی چالش‌ها حل شود.

نکته‌ی دوم این است که باید انتظار داشته باشیم که علی‌رغم سعی برای انتخاب بهترین افراد در تیم و داشتن بهترین رفتار با یکدیگر، ممکن است با شکست مواجه شویم.

نکته‌ی سوم این است که مسئله‌ی مهم موضوع سرمایه‌گذار است که از نظر من سرمایه‌گذار باید کمک کند به بزرگ‌شدن شما؛ نه اینکه صرفاً هزینه‌های روزمره‌ی شما را بدهد. اگر تیمی می‌خواهد سرمایه‌گذار بگیرد، باید حداقل یک درآمد اولیه داشته باشد. تیم‌هایی که هیچ درآمدی نداشتند و سرمایه‌گذار گرفتند، در این چند سال شکست خوردند.

نکته‌ی آخر این است که مسئله کاملاً از جنس تجربه است - و این باور به ما خیلی کمک کرد - چند نفر اول به‌عنوان هم‌بنیانگذار باید سهام برابر داشته باشند؛ یعنی اینکه باید احتمالاً ۲ یا ۳ نفر مثل خود انتخاب کنید و باید هم‌خانواده و هم‌معنی و هم‌وزن خودتان را انتخاب کنید. خیلی از تیم‌ها این کار را نمی‌کنند و بعد از مدتی دچار چالش می‌شوند. خصوصاً در مسئله‌ی تقسیم کار و حجم کاری به نسبت میزان سهام. خیلی از افرادی که وارد کسب‌وکار می‌شوند، این نگاه را دارند که چند نفر دورهم جمع می‌شویم تا کاری را شروع کنیم و اگر هم نشد، جمع می‌کنیم. این به نظر من اشتباه‌ترین نگاهی است که می‌توان داشت.



کاربر
ماهانه

۵,۰۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۲

رتبه‌بندی بهترین و معتبرترین کسب‌وکارها

بهترینو

مصاحبه با پویا مصدق

مسیر بهترینو تا به امروز:

آبان ۹۷ کارمان را شروع کردیم. برنامه‌ی اولیه این بود که یک هدف سه ماه و نیمه تا انتهای بهمن داشته باشیم. اگر تا انتهای بهمن به ۶۰ هزار کاربر رسیدیم، بهترینو را ادامه می‌دهیم. موفق شدیم در انتهای بهمن به ۸۰ هزار کاربر ماهانه برسیم. بعد از اینکه مطمئن شدیم بهترینو در جامعه مخاطب دارد، به سراغ طراحی مدل درآمدی برای آن رفتیم. در آن زمان یک تیم ۵ نفره بودیم. کلیت سال ۹۸ ما به این صورت بود که مدل‌های مختلف درآمدی را تست می‌کردیم و درنهایت به جمع‌بندی رسیدیم.

سال ۹۹، تمرکزمان روی پیاده‌سازی مدل و گرفتن خروجی مطلوب بود. توانستیم درآمدمان را افزایش دهیم و تعداد کاربران بهترینو در انتهای این سال به ۱.۵ میلیون نفر ماهانه رسید.

رشد بهترینو در سال ۱۴۰۰ ادامه داشته، ما تقریباً ۵ میلیون نفر کاربر ماهانه داریم و در حال حاضر، تقریباً مجموعه‌ی ما ۵۵ الی ۶۰ نفره است.

شکل‌گیری ایده:

ایده‌ی بهترینو از آنجا شکل گرفت که ما شکافی را در فضای وب فارسی مشاهده کردیم که اگر فردی به دنبال یک خدمت مناسب در منطقه‌ای بود نمی‌توانست آن را پیدا کند. مثلاً فرض کنید ۱ نفر در محله‌ی سعادت‌آباد دنبال یک آرایشگاه خوب است؛ اما آنچه را که مدنظرش است، پیدا نمی‌کند. بهترینو از اینجا شروع شد ...



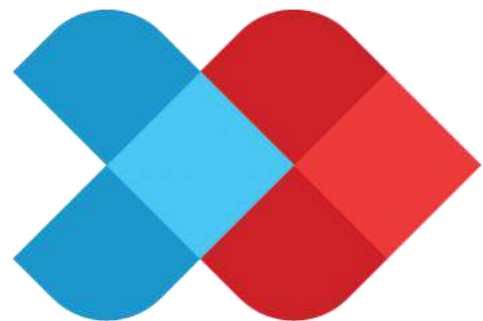
چرا شتاب‌دهنده شریف؟

زمانی که در آبان ۹۷ وارد شتاب‌دهنده شدیم، انگیزه‌ی ما آن زمان فضای کار اشتراکی‌ای بود که شتاب‌دهنده در اختیار ما قرار می‌داد. بعد از آن، توانستیم از افرادی که در شبکه‌ی ارتباطی شتاب‌دهنده یا تیم آنجا بودند هم مشورت بگیریم؛ اما همچنان تأثیرگذارترین کمک برای ما فضا بود؛ چون تقریباً فضای قابل‌توجهی را در شتاب‌دهنده اشغال کرده بودیم و بذرمایه هم نگرفتیم.

در فضای شتاب‌دهنده حضور یک تیم اجرایی که واقعاً خیلی خالصانه تلاش می‌کرد و می‌جنگید بسیار قوت قلب بود. این تیم می‌بایست از یک طرف در فضایی که تعدادی استارت‌آپ می‌خواهند خیلی سریع رشد و حرکت کنند کمک می‌کرد و از طرف دیگر، با سیستمی در تعامل بود که باوجود همه‌ی اقتضائات، آن سیستم به‌شدت کند بود و تلاش می‌کرد شرایط را تسهیل کند. مهم‌ترین نکته که می‌توانم اشاره کنم این است که این تیم اجرایی همکاری خیلی جدی با تیم‌های شتاب‌دهنده داشت.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

استارت‌آپ اصولاً آن تصویر رنکارنگی که در رسانه‌ها نشان می‌دهند نیست؛ دربه‌دري، بدبختی و کلی زحمت دارد پس ناامید نشوید.



بازدیدکننده
یکتا روزانه

۸,۰۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۰

دیدئو جستجوگر هوشمند ویدئو

مصاحبه با محمود کریمیان

شکل‌گیری ایده:

از سال ۹۴، با دوستم آقای فرزانه‌پور روی دیدئو شروع به کار کردیم. در دوره‌ی خدمت سربازی باهم آشنا شده بودیم و بعد از آن، همچنان ارتباط ما ادامه داشت. دیدئو یکی از ایده‌های ما بود که براساس دغدغه‌های خود ما شکل گرفت. این دغدغه که ما ویدئوهایی را که می‌خواستیم در بستر یوتیوب ببینیم خصوصاً در حوزه‌ی تخصصی یا هوش مصنوعی، به دلیل فیلتر بودن یوتیوب به راحتی در دسترس نبود و نیاز بود تا از ابزارهای مختلف برای دیدن آن‌ها استفاده شود و مشکلات زیادی به همراه داشت.

ایده از اینجا شکل گرفت که تصمیم گرفتیم فضای مناسبی را ایجاد کنیم برای کسانی که می‌خواهند محتوای مناسب در حوزه‌ی دانش و فنی ببینند تا بتوانند از آن بدون نیاز به پروکسی استفاده کنند. این ایده را از مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف شروع کردیم و خود من هم هم‌زمان مقطع دکترای هوش مصنوعی را در سال ۹۴ شروع کردم. به همین دلیل تا حدی دید هوش مصنوعی به موضوع داشتیم که بتوانیم بستری ایجاد کنیم که به صورت هوشمند محتوای مناسب را در اختیار افراد قرار دهد.

اوایل فقط یک سری امکانات توسعه و فنی بود و خیلی به سمت هوش مصنوعی نمی‌رفت و نمی‌شد هر کاربری هر ویدئویی را که بخواهد به راحتی ببیند و محدودیت زیادی داشت که باید سیستمی برای رفع آن طراحی می‌شد.

مسیر دیدئو تا به امروز:

ما با یک سری تست و ایده این کار را انجام دادیم. شروع کار این‌طور بود که لیست سفید کار می‌کردیم، این‌گونه که بررسی می‌کردیم چه ویدئوهایی را کاربران دوست دارند و سیستمی درست کرده بودیم که بتوانیم راحت ویدئوهای یک کانال را اضافه کنیم. یا اینکه یک سری ویدئوهایی که می‌دانستیم کاربران می‌خواهند اضافه می‌کردیم. در ادامه، متوجه شدیم که اگر بخواهیم با این مدل اضافه کردن پیش برویم، چند صد نفر همکار و زمان بسیار زیادی نیاز خواهیم داشت.

رفتیم سمت هوش مصنوعی و از یک لیست سیاه شروع کردیم که در آن همه چیز خوب بود؛ به جز مواردی که به لحاظ حاکمیتی مشکل داشت و روی هوش مصنوعی در این مسیر کار کردیم. در ادامه‌ی کار، در جهت بهبود ۲ اقدام انجام دادیم: سیستم جست‌وجویمان را سریع‌تر کردیم، الگوریتم‌ها را قوی‌تر کردیم و دقت را بالا بردیم. اشتباهاتمان را برای استفاده‌ی سریع‌تر و راحت‌تر کاربر کمتر کردیم.



سال ۹۴، وارد مرکز کارآفرینی شدیم و ۹۵ به شتاب‌دهنده پیوستیم. سال ۹۷، وارد مرکز رشد شدیم و در مرکز محاسبات شریف مستقر شدیم. اواخر سال ۹۹ هم خارج شدیم.

خدمات ما بر اساس تقاضا بود و مطابق نیاز مشتریان بهبود و توسعه پیدا کرد. یک اکستنشن اضافه کردیم که الان حدود ۵۰ هزار کاربر دارد و در همه‌ی مرورگرها قابل استفاده است. افزونه‌ی dideo یکی از کاربردی‌ترین افزونه‌های فارسی است.

اپلیکیشن هم سال ۹۸ اضافه شد، بدون هیچ تبلیغی حدود ۱۰۰ هزار کاربر گرفتیم. اواخر سال ۹۹، سرویس پریمیوم راه‌اندازی شد که ویژگی‌هایی را که کاربران ویژه لازم داشتند، داشت. مثلاً دانلودکردن، مشترک شدن، پخش‌نشدن تبلیغ و همچنین سرورهای مخصوص به خودشان.

سرویس تبلیغاتی هم از سال ۹۷-۹۶ فعال بود، با آژانس‌های مختلف کار کردیم و سرویس تبلیغاتی خودمان را هم راه‌اندازی کردیم و در حال حاضر یکی از منابع درآمد ماست.

حدود ۸ میلیون بازدیدکننده‌ی منحصربه‌فرد روزانه داریم و ۲۵ میلیون ویدئو ماهیانه دلیور می‌شود.

رتبه‌ی سایت در الکسا هم بین ۱۰۰ تا ۳۵۰ متغیر بوده است. به لحاظ نفرات با ۲ نفر شروع کردیم تا حدود ۱۵ نفر رسیدیم؛ اما مجدداً به‌دلیل کرونا و دورکاری به ۹ نفر رسیدیم.

به لحاظ آمار بازدیدکنندگان روزانه:

- دوره حضور در مرکز کارآفرینی: حدود ۱۰ هزار کاربر
- دوره حضور در شتاب‌دهنده: حدود ۱۰۰ هزار نفر
- دوره حضور در مرکز رشد: حدود ۶۰۰ هزار نفر
- و در حال حاضر: حدود ۸ میلیون نفر

اهداف آینده دیدئو:

- رشد سرویس پریمیوم
- افزایش کیفیت خدمات و تعداد کاربران
- تمرکز بر بالا بردن کیفیت و ویژگی‌هایمان.

جذب سرمایه و سرمایه‌گذاری نداشتیم و بوت استرپ بوده است. اوایل خودمان آورده داشتیم و از یک جا به بعد درآمد داشتیم و صرف توسعه شد.

ارزش ما زمانی که در مرکز رشد بودیم و حدود چند صد هزار کاربر داشتیم، تقریباً ۱۰ میلیارد تومان تخمین زده‌شده است.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

مجتمع خدمات همزمان با شتاب‌دهنده راه افتاده بود و خیلی فضای جذابی برای ما داشت و به نظرمان برای شروع کار خوب بود. در ۲ سال اول بیشتر دنبال تست و بررسی بخش‌های مختلف بودیم و سعی می‌کردیم سنگ بناهای اولیه را بچینیم.

شتاب‌دهنده هم خدمات جذابی داشت که آن زمان به درد ما می‌خورد؛ مثل بذرماه‌ای که می‌داد و تعدادی نیرو جذب کرده بودیم که در فضای دفتر کارآفرینی نمی‌شد کار کرد و نیاز به فضای بیشتری داشتیم. در شتاب‌دهنده افراد تیم به ۶ یا ۷ نفر رسیده بود. خیلی از کلاس‌ها و دوره‌ها استفاده نکردیم؛ چون تجربه‌هایی از قبل از شروع این کار داشتیم.

یکی از خوبی‌های شتاب‌دهنده افرادی بود که آنجا مستقر بودند. آن‌ها به ما کمک می‌کردند و روابطی شکل می‌گرفت. از خاطره‌های آن دوران تولدهایی بود که دورهم جمع می‌شدیم، همچنین همایش‌ها و گفت‌وگوها.



کاربر فعال

+۳,۰۰۰,۰۰۰

تعداد راند
جذب سرمایه

۰

مرجع رایگان کوپن و کد تخفیف فروشگاه‌های اینترنتی

موپن

مصاحبه با محمدجواد پاکدامن

شکل‌گیری ایده

سال ۹۵، یک گروه دانشجویی تلگرامی به نام چتربازان شکل گرفته بود و هدفش این بود که بچه‌هایی که داخل دانشگاه سفارش غذا داشتند و نمی‌خواستند از غذای دانشگاه استفاده کنند، کد دریافت غذا را به بقیه می‌دادند. یا اینکه اگر داخل و اطراف دانشگاه خدمات رایگانی بود، دانشکده‌ها جشنی و برنامه‌ای برگزار می‌کردند، شیرینی و محصولات را به‌صورت رایگان می‌دادند.

آن سال فضای کسب‌وکارهای آنلاین خیلی داغ بود و بسیاری از مجموعه‌ها داشتند شناخته می‌شدند؛ مثل ریخون، زودفود که تقریباً تازه شروع کرده بودند یا چیلیوری، اسنپ و تپسی که به‌دنبال جذب کاربر بودند و کدهای تخفیفی را هم ارائه می‌کردند.

در این گروه دانشجویی موارد این‌چنینی هم اطلاع‌رسانی می‌شد، مثلاً تخفیف برندها، سایت‌ها و اپلیکیشن‌ها و ... استقبال خیلی خوبی وجود داشت و در دانشگاه‌های دیگر هم این گروه ایجاد شد.

در آن زمان، دسترسی به تخفیف‌های مجموعه‌های آنلاین برای کاربران آسان نبود. مجموعه‌های ارائه‌ی تخفیف‌های گروهی مثل تخفیفان و نت‌برگ حضور داشتند؛ اما پلتفرم‌های آنلاین را پشتیبانی نمی‌کردند. یعنی اگر کسی می‌خواست از یک رستوران یا از یک خدماتی به‌صورت حضوری استفاده کند، از این سایت‌های تخفیف استفاده می‌کرد؛ اما برای سایت‌ها، پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های آنلاین بستری وجود نداشت که کاربر بتواند تخفیف دریافت کند و جرقه‌ی ایده‌ی ما از همین موضوع و گروه تلگرامی شکل گرفت.

ایده را بررسی کردیم و نمونه‌های خارجی را دیدیم که بازار آن چطور است و آیا بستر آن برای رشد به‌عنوان یک استارت‌آپ وجود دارد یا خیر.

درنهایت، وب‌سایتی راه‌اندازی کردیم و چند هم‌تیمی هم اضافه شدند. تابستان ۹۶، ۴ نفر بودیم و تیم را شکل دادیم و مرداد ۹۶ بود که سایت طراحی و راه‌اندازی شد. مهر ۹۶ موپن دیگر به بازار معرفی‌شده بود.



مسیر موپن تا به امروز:

در ابتدای کار هدف این بود که جذب کاربر داشته باشیم و بعدش بتوانیم با شرکت‌ها مذاکره کنیم و از طریق ارائه خدمات همکاری مستقیم داشته باشیم. پیش از آن کدهای تخفیف را از منابع عمومی گردآوری، پیگیری و منتشر می‌کردیم.

ابتدای سال ۹۷، به تعداد کاربر موردنیازمان رسیدیم؛ روزانه حدوداً ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ نفر بودند که از موپن استفاده می‌کردند در آن زمان با شرکت‌های دیگر شروع به مذاکره کردیم.

بستری که موپن برای شرکت‌ها دارد امکان اطلاع‌رسانی کدهای تخفیف و تبلیغات با هدف افزایش جذب کاربر و فروش است و به‌نوعی یک سیستم همکاری در فروش محسوب می‌شود.

سال ۹۸، تازه سیستم همکاری در فروش دیجی کالا راه‌اندازی شده بود و هنوز رونمایی نشده بود. از نظر تعداد کاربران هم رشد داشتیم و افراد بیشتری موپن را می‌شناختند. با توجه به نوع خدمات که رایگان بود و نیازی به ورود و ثبت‌نام نداشت، سایت جذابی بود و مشابه آن در بازار ایران نبود و مورد استقبال قرار گرفتیم.

به‌مرور خدمت دیگری هم به‌صورت ربات تلگرام یا افزونه که بتواند روی مرورگر نصب شود، اضافه کردیم. افزونه به این صورت است که کاربر وارد هر سایت یا فروشگاه‌ای که شود، اگر کد تخفیف فعالی وجود داشته باشد، به‌صورت خودکار نمایش داده می‌شود.

کمپین‌های فروشگاه‌های داشتیم و پلن سازمانی که به این صورت است که برای کارمندان و کارکنان سازمان‌ها طراحی شده تا با یک سری تخفیفات اختصاصی با شرایط جذاب‌تر و درصدهای بالاتر خدماتی به ایشان ارائه شود.

سال ۹۸، وارد مرکز رشد شدیم و از اواخر آن سال به‌دلیل نیاز به فضای بیشتر جابه‌جا شدیم و در محدوده‌ی ناحیه‌ی نوآوری شریف خودمان دفتر گرفتیم و همچنان در آنجا مستقر هستیم. تعداد کاربران ما اواخر ۹۷ حدود ۱۰۰ هزار نفر بوده و الان تقریباً ۳ میلیون است.

از نظر تعداد شرکت‌ها هم در ابتدا با حدود ۵۰ تا ۱۰۰ برند کارکرده بودیم و الان به بیش از ۵۰۰ برند مختلف رسیده است.

اهداف آینده موپن:

در مرحله‌ی اول می‌خواهیم موپن را بیشتر گسترش دهیم و با شرکت‌ها و فروشگاه‌های اینترنتی مختلف و بیشتری کارکنیم و از نظر تعداد برندهای همکار افزایش داشته باشیم و از نظر کاربر هم بتوانیم در فضای آنلاین موجود بیشتر شناخته شویم. همچنین، تقویت کسب‌وکارهای جانبی برای ما مهم است.

ارزش‌گذاری و میزان سرمایه جذب‌شده موپن چقدر است؟

ما جذب سرمایه نکردیم و سال ۹۶ تا اوایل سال ۹۷ افرادی که سهامدار و مؤسس بودند، این هزینه‌ها را پشتیبانی می‌کردند و از سال ۹۷ توانستیم به درآمدزایی برسیم و دیگر نیازی به سرمایه‌گذار نبود.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

سال ۹۶، هنوز درآمدزایی و فضای کاری مستقل نداشتیم. یکی از مهم‌ترین دلایل ما بحث فضای کاری بود. بحث دریافت بذرمایه هم بود که در پروسه قرار گرفتیم؛ ولی هم به درآمدزایی رسیدیم و هم شرایط طوری بود که منصرف شدیم و دیگر آن را نگرفتیم. از بین خدمات شتاب‌دهنده ارائه‌ی فضای کاری و اینترنت باعث حرفه‌ای‌تر شدن کار ما شد. همچنین، هر ۲ یا ۳ هفته یک‌بار دوره‌ی برگزار می‌شد که افراد مختلف با هدف شبکه‌سازی دعوت می‌شدند و آن هم تجربه‌ی خوبی بود. شاید بیشتر برای افرادی که سرمایه‌گذار گرفتند مؤثر بود؛ ولی آشناسدن، دیدن افراد و صحبت‌کردن با آن‌ها هم تجربه‌ی خوبی بود.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

زمانی که ما شروع کردیم، خیلی فضای استارت‌آپی پررونق بود. اخبار زیادی از ورود سرمایه به این حوزه بود و فضای مساعدی بود. سال ۹۷، جهش قیمت دلاری رخ داد و خیلی از کسب‌وکارها دچار رکود شدند و یک‌باره فضای منفی شکل گرفت. خطرپذیری سرمایه‌گذارها کمتر شد و ناخودآگاه جو کارآفرینی کمرنگ‌تر شد. سال ۹۸، اوضاع به دلیل افزایش قیمت‌ها، قطع‌شدن اینترنت و ... بدتر شد. سال ۹۹ و الان هم که مشکلات شدید شده است، کرونا و موارد این‌چنینی به وجود آمده است. اگر ما سال ۹۶ شروع نمی‌کردیم، شاید الان اینجا نبودیم یا شکست‌خورده بودیم. جو مهاجرت آن زمان خیلی کمرنگ‌تر شده بود.

شریف گرافینا

مصاحبه با اشکان سزا

بهبود کیفیت زندگی
با کمک فناوری نانو

شکل‌گیری ایده:

سال ۹۶ بود که وارد شتاب‌دهنده شدیم. قبل از آن، تیمی بودیم که روی مقاله و اختراع کار می‌کردیم و تجربه‌ای در فضای استارت‌آپ نداشتیم.

با ایده‌ی پوشش‌های تصفیه‌ی هوا (فوتوکاتالیستی) که با نور فعال می‌شود و می‌تواند آلاینده‌ها را از بین ببرد، کار جدی گرافینا آغاز شد.

مسیر شریف گرافینا تا به امروز:

تیم خوبی داشتیم و از آزمایشگاه‌های دانشگاه برای تولید این محصول استفاده می‌کردیم. ۲۵ میلیون تومان سرمایه هم در شتاب‌دهنده از صندوق مالی توسعه فناوری به‌ازای ۵ درصد سهام دریافت کرده بودیم.

بعد از آن، از دانشگاه‌های علوم پزشکی برای کار روی عفونت‌های بیمارستانی درخواست داشتیم، عفونت‌هایی که با هیچ‌چیز از بین نمی‌رفتند؛ باکتری‌هایی مثل قارچ سیاه که بررسی کردیم و نتایج خوبی گرفتیم و مواد ما اثرگذار بود. با همین محصول وارد دور بعدی جذب سرمایه شدیم و نزدیک ۱ میلیارد تومان از بخش صنعت برای مستقل شدن دریافت کردیم.

خواستیم محصول را نیمه‌صنعتی کنیم و اولین بار بود که با این فرمول خاص تولید می‌شد. در همین روزها بود که به شروع پاندمی کرونا خوردیم و با تست روی ویروس به نتایج خیلی خوبی رسیدیم. علوم پزشکی درخواست داد که محصول به بیمارستان‌ها برود و به آن‌ها کمک کنیم. از بیمارستان‌های تهران شروع کردیم. بعد، در سیستان و بلوچستان، اهواز و سایر نقاط کشور برای اولین بار توزیع شد.

در حدود چند هزار لیتر رایگان فرستادیم که در بحث کرونا اثرگذاری خیلی خوبی داشت. از آن زمان، درگیر مجوز غذا و دارو هستیم. چون این محصول برای اولین بار تولید شده است، مشکلات زیادی داشته‌ایم.

GRAPHENA
Made by Knowledge

۲۰

نفر همکار



۲

تعداد راند
جذب سرمایه

اهداف آینده شریف گرافینا:

هدف ما ارائه‌ی راهکاری جدید به جهان برای عفونت‌های مقاوم است؛ یعنی محصولی که به سبدهای بیمارستانی اضافه شود و با شروع کرونا از پوشش محافظ به محلول ضدعفونی تبدیل شد. گسترش و تکمیل طیف محصولات، ماندگاری محصول، عملکرد بهتر و تبلیغات بیشتر و ورود به بازارهای بین‌المللی از اهداف ماست. قصد داریم تولید پارچه‌های ضد میکروب مناسب برای لباس کادر درمان را نیز گسترش دهیم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

ما نوشتن مقاله، اختراع و حوزه‌های دیگر را قبلاً تجربه کرده بودیم. در آن زمان، شتاب‌دهنده‌ی شریف برای رشد محصولات بچه‌ها، صنعتی‌شدن و توسعه‌ی کسب‌وکار خدمات خوبی مانند فضای استقرار ارائه می‌داد. بیشتر می‌خواستیم یک کار جدید تجربه کنیم و ببینیم این دوره‌ی ۶ ماهه‌ی شتاب‌دهی چگونه است. آن زمان ۴ نفر بودیم و به همراه دکتر صدرنژاد، یکی از اساتید دانشکده‌ی مواد، شروع کردیم و به‌مرور تغییرات رخ داد.

سال ۹۶ تا ۹۷ که در شتاب‌دهنده بودیم، کار بیشتر آزمایشگاهی بود. ۹۷ تا ۹۸ مشغول جذب سرمایه، قراردادهای آماده‌سازی ورود به مرحله‌ی بعد بودیم. ۹۸ تا ۹۹ به تولید انبوه، سرمایه‌گذاری، ثبت شرکت، دانش‌بنیانی و ورود به مرکز رشد و فروش بیشتر پرداختیم.

یکی از اشتباهاتمان اضافه‌کردن محصولات جانبی و خارج از ایده‌محوری بود و آسیب زیادی از این بابت دیدیم؛ چه مالی و چه خود تیم. چندین بار محصولات جانبی را با هدف درآمدزایی سریع‌تر توسعه دادیم و ضررهای خیلی بزرگی دیدیم. به نظرم خارج‌شدن از ایده‌محوری باید یک خط قرمز باشد. یا باید ایده‌محوری تغییر کند یا کارهای جانبی را داخل استارت‌آپ انجام ندهند؛ چون حواشی ایجادشده به ایده‌محوری و هسته‌ی تیم آسیب می‌زند.

بعد از بذرمایه‌ی ۲۵ میلیون تومانی با سرمایه‌گذاری ۱ میلیاردی شروع کردیم که به ۲ میلیارد تومان هم رسید.

اوایل سال ۹۸، سرمایه‌ی اصلی ما از صنعت بود. ارزش‌گذاری استارت‌آپ زمان خروج از شتاب‌دهنده ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون تومان بود. الان موضوع این است که آیا می‌خواهیم این فعالیت را در ایران با سختگیری‌های وزارت بهداشت ادامه دهیم یا خیر؟ اگر مجوز نهایی را بدهند، همین الان هم شرکت ملزومات دارویی هستیم، مجوز غذا و دارو و تولید داریم و ارزش ما بالای ۱۰ میلیارد تومان است. اگر ندهند، وقتی نتوانیم محصولی بفروشیم، ارزش آن فرقی نکرده است. به همین دلیل، سناریوها متفاوت است.

در زمان حضور در شتاب‌دهنده فقط امکانات آزمایشگاهی داشتیم و چیزی در حد ۱ لیتر به‌سختی می‌توانستیم تولید کنیم؛ ولی بعد از آن با کارخانه‌هایی هماهنگ کردیم و به ما کمک کردند تا روزی ۵۰۰۰ لیتر قابلیت تولید داشته باشیم. تاکنون بیش از ۱۲,۰۰۰ لیتر هم به بیمارستان‌ها اهدا کرده‌ایم.

با ۴ بنیانگذار شروع کردیم و اکنون یک تیم بین ۱۰ تا ۲۰ نفره داریم.

” قبل از شروع کار خیلی مهم است که حداقل ۶ ماه آموزش طی کنند. همچنین، تیم‌سازی مهم‌ترین مسئله‌ی استارت‌آپ است. اگر هسته‌ی تیم در دوره‌ی شتاب‌دهی بد بسته شود، استارت‌آپ به احتمال زیاد شکست می‌خورد.

با فضای بسیار جدیدی آشنا شدیم. تیم‌هایی توانستند سرمایه‌های خیلی بالایی جذب کنند و برای ما جالب بود که تیم‌ها می‌توانستند سرمایه بگیرند و ایده‌هایشان را جلو ببرند. خود محیط و آشناسدن با مفاهیم استارت‌آپ و مباحث کارآفرینی برای من جالب بود. برندسازی‌ای که برای تیم‌ها انجام می‌شد هم جذاب بود. به نظر من یکی از مزایای شتاب‌دهنده، برندسازی و معرفی استارت‌آپ‌ها در رویدادهای مختلف است. از خدمات شتاب‌دهنده‌ی شریف، فضای استقرار آن بیشتر از همه برای ما جذاب و مفید بود.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

قبل از شروع کار خیلی مهم است که حداقل ۶ ماه آموزش طی کنند. همچنین، تیم‌سازی مهم‌ترین مسئله‌ی استارت‌آپ است. اگر هسته‌ی تیم در دوره‌ی شتاب‌دهی بد بسته شود، استارت‌آپ به احتمال زیاد شکست می‌خورد. کارگاه‌های تیم‌سازی خصوصاً در شتاب‌دهنده خیلی مهم است و منتورها و اعضای که به تیم می‌خواهند اضافه شوند به دقت باید بررسی شوند.

آریسا بسپار

مصاحبه با امیرحسین جانزاده

بومی‌سازی محصولات بر پایه پلیمر



تعداد راند
جذب سرمایه



مسیر آریا بسپار تا به امروز:

سال ۹۷ شرکت تأسیس شد. ۲ محصول دیگر علاوه بر فیلتر در مقیاس آزمایشگاهی و صنعتی تولید کردیم. یکی از این محصولات چسب حرارتی بود که توانستیم در داخل کشور برای اولین بار برای گرید باتری خودرو تولید کنیم و تا الان هم حدود ۷۰۰-۸۰۰ میلیون تومان از این محصول درآمد داشتیم.

محصول سوم را از اواخر پارسال شروع کردیم؛ یک کامپوند پلیمری که برای جلد و درب باتری خودرو استفاده می‌شود. در مجموع تا امروز ۳ محصول تولید کردیم و در مقیاس صنعتی به فروش رساندیم.

ورود به شتاب‌دهنده همراه با مصاحبه بود؛ ولی سختگیرانه نبود. بعد از ۲ یا ۳ هفته، وارد شتاب‌دهنده شدیم و در فضای آن یک میز به ما اختصاص دادند و یک خط تلفن مشترک و کلاس‌های آموزشی که به صورت موردی برگزار می‌شد. حدود ۱ سال و نیم آنجا بودیم و بعد، وارد مرکز رشد شدیم و در مرکز رشد فضای اختصاصی داشتیم و بحث‌های آموزشی هم بیشتر شد. تا مرداد ۹۷، داخل شتاب‌دهنده و مجتمع خدمات بودیم و بعد هم وارد مرکز رشد شدیم و تاکنون آنجا مستقر هستیم.

شکل‌گیری ایده:

شکل‌گیری ایده از جایی شروع شد که من در صبا باتری مشغول به کار بودم و نیازی در صنعت مطرح شد و ما داخل دانشگاه یک تیم تشکیل دادیم تا بتوانیم با ساخت محصولی آن نیاز را برطرف کنیم.

از سال ۹۵ شروع کردیم و ظرف مدت ۱ سال توانستیم به همراه ۳ هم‌کلاسی که جمع شده بودیم، مهندسی معکوس کنیم. اولین محصول ما فیلترهای متخلخل پلی‌اتیلن بود. بعد، قراردادی منعقد شد بین دانشگاه و صبا باتری و ما مجری طرح بودیم و توانستیم فیلتر را در مقیاس صنعتی تولید کنیم.



چرا شتاب‌دهنده شریف؟

در ابتدای کار بی‌تجربه بودیم و از تأسیس شرکت و مسائل حقوقی آن اطلاعاتی نداشتیم. حسنی که شتاب‌دهنده داشت این بود که این اطلاعات لازم را برای تأسیس یک شرکت و حرکت به جلو در اختیار ما گذاشت.

هم شتاب‌دهنده و هم مرکز رشد، دوره‌هایی که برای ثبت شرکت، امور مالیاتی، حسابداری و قراردادهای حقوقی برگزار می‌کردند خیلی به ما کمک کرد که تجربه و دانش لازم را کسب کنیم و فضای اداری‌ای هم که در اختیار ما گذاشت خیلی برای ما مفید بود.

مزیت دوم مشاوره‌های حقوقی و مالیاتی بودند که خیلی به ما کمک کردند. تا قبل از ورود به شتاب‌دهنده، دید روشنی نسبت به این مسائل نداشتیم و این دید را شتاب‌دهنده به ما داد و باعث شد که از خسارت‌هایی که ممکن بود به ما وارد شود جلوگیری کند.

اهداف آینده آریابسپار:

هرسال که شروع می‌کنیم، ابتدای سال استراتژی را مشخص می‌کنیم؛ ولی به‌خاطر شرایط بد کشور ۵ تا ۱۰ درصد آن محقق می‌شود. خیلی خوش‌بینانه است که فکر کنیم بازار ما خیلی وسیع خواهد شد؛ خصوصاً در حوزه چسب؛ ولی چیزی که در این چند سال به آن برخوردیم این بود که خیلی از پارامترها دست ما نیست و قابل پیش‌بینی هم نیست. در کار ما نمی‌شود پیش‌بینی کرد چه اتفاقی می‌افتد. تنها چیزی که وجود دارد این است که ما باید انعطاف‌پذیر باشیم و متناسب با شرایط از خودمان انعطاف نشان بدهیم و جلو برویم.

درزمینه‌ی تجهیزات پزشکی و دستگاه‌های دیالیز، که برای اولین بار در کشور تولید می‌شود، فیلترهایی وجود دارد. باید تأییدیه بگیریم و داریم تلاش می‌کنیم مشکلات برطرف شوند. نمونه‌ی آزمایشگاهی هم ساخته و تأیید شده است.

ما درواقع براساس نیاز صنعت محصول تولید کردیم. اول مشتری نیازش را مطرح کرد و ما متناسب با آن نیاز محصول تولید کردیم. بنابراین، در بحث بازاریابی و جذب مشتری جدید در کار ما شتاب‌دهنده تأثیر زیادی نداشت.

جذب سرمایه در کار ما سخت است؛ چون کار ما تولیدی است و معمولاً افراد سرمایه‌گذار ترجیح می‌دهند در کارهایی نظیرحوزه‌ی فناوری اطلاعات سرمایه‌گذاری کنند؛ چون ریسک کارهای تولیدی خیلی زیاد است. ما هم برای جذب سرمایه‌گذار به چالش خوردیم و تا به امروز در جذب سرمایه موفق نبودیم.

شتاب‌دهنده و مرکز رشد در شکل‌گیری ارتباط با سرمایه‌گذاران به ما کمک کردند؛ اما به نتیجه نرسیدند. از بابت میزان فروش از سال ۹۷ تا الان درآمد تقریباً ۲.۵ برابر شده و از سال ۹۶، ۳ برابر شده است. به لحاظ نیروی انسانی با ۳ نفر شروع کردیم. الان تقریباً ۷ نفر هستیم؛ اما آن چیزی که در ذهن ما بود به‌خاطر شرایط کشور محقق نشد. ما همچنان به آینده امیدواریم.

” یکی از اشکالات ما این بود که با هزینه‌ی شخصی جلو رفتیم و کارهایی را که می‌توانستیم برای کیفیت محصول انجام دهیم و تجهیزاتی را که می‌توانستیم برای کیفیت بهتر محصول تأمین کنیم، نکردیم و چوب آن را در ادامه خوردیم. اگر به عقب برمی‌گشتیم، همان اول کار سرمایه جذب می‌کردیم.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

تیم مهم است و اولین مسئله‌ی مهم این است که وظایف مشخص شود و سهامی که اول کار تخصیص پیدا می‌کند، براساس مسئولیت‌هایی باشد که هر سهامدار در طول سال انجام می‌دهد؛ چون در بین کار ممکن است یکی کنار بکشد و انتظار همان میزان سهم را داشته باشد.

ایده‌آل این است که یک استارت‌آپ که شکل می‌گیرد، سریع سرمایه جذب کند؛ اما متأسفانه سرمایه‌گذار زیاد به ایده اهمیت نمی‌دهد و زمانی توجه می‌کند که ایده به محصول تبدیل شده باشد و حداقل یک تأیید از جایی گرفته باشد.

ایده‌آل‌ترین حالت این است که یک استارت‌آپ با یک ساختار نسبتاً کامل شکل بگیرد و الزام آن سرمایه است. استارت‌آپ‌ها سعی می‌کنند با هزینه‌ی خودشان جلو بروند و معمولاً به‌خاطر کمبود بودجه‌ای که دارند متأسفانه عموماً از هم فرومی‌پاشند. ولی وقتی سرمایه جذب شود و ساختار متشکلی ایجاد شود و سیستم با آن جلو برود، مسلماً نتیجه حاصل می‌شود.

یکی از اشکالات ما این بود که با هزینه‌ی شخصی جلو رفتیم و کارهایی را که می‌توانستیم برای کیفیت محصول انجام دهیم و تجهیزاتی را که می‌توانستیم برای کیفیت بهتر محصول تأمین کنیم، نکردیم و چوب آن را در ادامه خوردیم. اگر به عقب برمی‌گشتیم، همان اول کار سرمایه جذب می‌کردیم



رادیس

مصاحبه با امین اسرافیلی

تولیدکننده انواع دریچه‌های مدرن نانوکامپوزیت

مسیر رادیس تا به امروز

از سال ۹۳ تحقیقاتمان شروع شد. سال ۹۶ برای ورود به بازار آماده شدیم. در این مرحله نیاز به سرمایه داشتیم و در این زمان ۲ نفر از دوستانمان سرمایه‌گذاری کردند و عضو تیم شدند و کار تولید را آغاز کردیم. در سال ۹۷، دور دوم جذب سرمایه انجام شد و در این زمان ما هدف بزرگی برای خود مشخص کرده بودیم. در سال ۹۷، سبد محصولمان را بزرگ‌تر کردیم و همچنین ظرفیت تولید را بالا بردیم. با تلاش زیاد حدود ۳ سال فقط روی دریچه‌ها تمرکز کردیم. در سال ۱۴۰۰، یکی از مؤسسين شرکت را به‌عنوان مدیر محصول انتخاب کردیم. حالا زمان بیشتری داریم تا روی گسترش سبد محصولاتمان تمرکز کنیم. بازار دریچه‌ها B۲G بود و می‌خواهیم به امید خدا در حوزه‌های مسکن و راه‌ها و همین‌طور تجهیزات ورزشی وارد شویم و در حوزه‌های B۲B و B۲C نیز فعالیت داشته باشیم.

شکل‌گیری ایده

سال ۹۳ وقتی در مراسم دفاع یکی از دوستانمان شرکت کرده بودم، با یکی دیگر از دوستانمان صحبت می‌کردم. ایشان می‌گفت پدرش که در شرکت بیمه کار می‌کرد با مشکلی روبه‌رو شده است. موضوع از این قرار بود که سرقت درب فلزی چاه‌های خیابان زیاد شده است و به همین سبب شهرداری باید به ماشین‌هایی که به این خاطر صدمه دیده‌اند خسارت پرداخت کند. از آنجایی که موضوع پژوهش خودم بتن مقاوم بود، به این فکر افتادم که اگر بتوان محصولی تولید کرد که جایگزین این درب‌های فلزی شود، این مشکل حل می‌شود. همچنین، بعد از جست‌وجو و مطالعه متوجه شدم که این مشکل در همه‌جای دنیا تبدیل به معضل بزرگی برای شهرداری‌ها و شرکت‌های بیمه شده است.

۲۸

نفر همکار

۲

تعداد راند
جذب سرمایه

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

مهم‌ترین ویژگی شتاب‌دهنده اتمسفر آنجاست. بسیاری از شتاب‌دهنده‌ها در سیکل معیوبی قرار می‌گیرند که باید خدمات یا سرمایه بدهند؛ ولی مهم‌ترین موضوع جو و فضای شتاب‌دهنده است. دیدن بقیه‌ی تیم‌ها که چقدر تلاش می‌کنند، آدم‌هایی شبیه خودمان که نگرانی‌ها و استرس‌های مشابهی دارند بسیار کمک‌کننده است. به‌طورکلی، آدم‌های کارآفرین کم هستند و حضور تعداد زیادی از آن‌ها در یک مکان بسیار اتفاق خوبی است.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

من از ابتدا به راه‌اندازی کار شخصی علاقه داشتم. ولی همیشه این موضوع در ذهنم بود که از ایران بروم یا نه؟ برای پاسخ به همین سؤال با مدیرعامل شرکت دانش‌بنیانی که آن زمان در آن مشغول بودم، مشورت کردم. پاسخ ایشان به این شکل بود: اگر در ایران انرژی و انگیزه‌ی تلاش و فعالیت نداری، خارج از ایران هم به همین شکل خواهی بود و فقط محیط خودت عوض خواهد شد. اگر رویای کارآفرینی داری، مهاجرت به یک کشور دیگر فقط باعث می‌شود ۵ یا ۶ سال عقب بیفتی. شناختن بازار و رویه‌های جدید یک کشور دیگر زمان‌بر است. درنهایت، تصمیم گرفتم که با استفاده از کمک‌هایی که امکان‌پذیر است، مانند پروژه‌ی نخبگان (به‌جای ۲ سال سربازی) و استفاده از حمایت‌های شتاب‌دهنده، ۲ سال در ایران کارکنم و اگر نشد، بعد از ۲ سال به خارج بروم؛ که خدا را شکر کارمان رونق گرفت و در ایران ماندیم.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

به کسانی که تازه شروع کرده‌اند توصیه می‌کنم تجربه کنند، تا می‌توانند جلو بروند و تجربه به دست بیاورند. اجازه ندهند که ترس از موفق‌نشدن باعث شود که شروع نکنند. هر کاری را که الان دوست دارند سریع انجام دهند. بعد از مدتی، می‌بینند ۴ کار موفق و ۱۰ شکست در کارنامه دارند. اجازه ندهند که ایده‌هایشان در گنجینه‌ی فکرشان بماند. انجامش بدهند؛ یا موفق می‌شوند و لذت می‌برند یا نه و جا برای ایده‌های بعدی باز می‌شود. این کار را تا زمانی که انگیزه برای ادامه دارند و از چالش‌های جدید لذت می‌برند، ادامه دهند.

واکاویک

مصاحبه با آرمان فاطمی

سرویس پردازش هوشمند متن فارسی

هت واکاویک

شکل‌گیری ایده:

من از دوره‌ی لیسانس بسیار علاقه‌مند فضای استارت‌آپی و کارآفرینی بودم، تقریباً سال ۸۷-۸۸ که هنوز واژه‌ی استارت‌آپ هم لزوماً شناخته شده نبود، به دلیل علاقه به اخبار حوزه‌ی تکنولوژی در جهان، فضا را می‌شناختم و همیشه دوست داشتم چنین تجربه‌ای داشته باشم.

آن زمان یک پروژه‌ی شخصی به نام برگدان راه‌اندازی کردم. استارت‌آپی بود که می‌خواستم مرجع کتاب‌های فارسی باشد، چیزی مثل IMDb؛ اما برای کتاب‌های فارسی.

تا حدی کار را پیش بردم و خیلی هم روی آن وقت و انرژی گذاشتم؛ اما به دلیل اینکه واقعاً دانش و تجربه‌ای در زمینه‌ی کسب‌وکار نداشتم و نمی‌دانستم چطور باید برای محصولم بازاریابی کنم، شراکت جذب کنم، تیم بسازم و ... موفق نشدم. این تجربه باعث شد بفهمم چه ضعف‌هایی دارم و باید چه یاد بگیرم. برای همین تصمیم به ادامه تحصیل در رشته‌ی MBA گرفتم.

زمانی که MBA را شروع کردم، به دلیل علاقه‌مندی‌ام به کسب تجربه در شرکت‌های مختلف مشغول به کار شدم.

مدتی هم در اسنپ بودم، زمانی که واحد مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) را خواستیم راه‌اندازی کنیم، تعداد زیادی تیکت به پشتیبانی می‌آمد که از جنس بازخورد بود و باید بررسی می‌شد. منتها به دلیل تعداد بالای آن‌ها به همکاران زیادی نیاز بود و هزینه‌ی این کار تصاعدی بالا می‌رفت.

من بررسی کردم که در دنیا استارت‌آپ‌های مشابه چگونه این مسائل را برطرف یا پیگیری می‌کنند و متوجه شدم راهکارهای خودکارسازی این عملیات از طریق ابزارهای پردازش هوشمند متن وجود دارد. منتها نسخه‌ی ایرانی آن وجود نداشت و راهکارهای خارجی هم زبان فارسی را پشتیبانی نمی‌کرد. این نقطه آغازی شد برای زنده‌شدن علایق کارآفرینی من. علاوه‌براین، نیاز بازار را شناخته بودم. بنابراین، از اسنپ بیرون آمدم و واکاویک را شروع کردم.



تعداد راند
جذب سرمایه

۱

مسیر واکاویک تا به امروز:

فروردین ۹۶ نسخه‌ای بسیار ابتدایی از واکاویک ارائه دادیم. اوایل فقط من و خواهر و برادرم بودیم و با نوشتن الگوریتمی که زبان فارسی را تشخیص می‌داد، شروع کردیم. آن زمان خیلی می‌خواندیم، نمونه‌های مختلف را بررسی می‌کردیم و سعی داشتیم با روش‌های استارت‌آپی محصول اولیه را خیلی زود بالا بیاوریم و با چند نفر شرکای استراتژیک احتمالی صحبت کردیم. اکثراً استقبال می‌کردند و چالش‌های فنی مختلفی هم برای اتصال محصولمان به پلتفرم آن‌ها داشتیم. پیش می‌رفتیم تا اینکه خواهرم اپلای کردند و برادرم هم می‌خواستند در حوزه‌ی علم داده جدی‌تر فعالیت کنند. در نتیجه، اواخر تابستان ۹۶ آقای معین قدسی به‌عنوان هم‌بنیانگذار به تیم ما پیوستند. در این زمان، یک تیم ۴ نفره بودیم که برای پذیرش شتاب‌دهنده‌ی شریف اقدام کردیم.

خیلی حضور فیزیکی در محل شتاب‌دهنده نداشتیم و بیشتر برای جلسات به آنجا می‌رفتیم؛ اما خود کادر اجرایی به‌طور مرتب با ما برای دوره‌های آموزشی و چالش‌ها در ارتباط بودند و از ما دعوت می‌کردند. شتاب‌دهنده برای ما فرصت آشنایی با سرمایه‌گذارها و افراد حرفه‌ای بود که خوشبختانه نظر مثبتی در مورد ما داشتند. این موضوع به ما اعتمادبه‌نفس بیشتری برای ادامه‌ی کار می‌داد. در این مدت، صحبت‌هایی برای جذب سرمایه بود و شتاب‌دهنده به ما سرمایه‌گذار معرفی می‌کرد؛ ولی ما با بودجه‌ی شخصی کار را پیش می‌بردیم و هزینه‌ها را پایین نگه می‌داشتیم.

چون شرکت را ثبت کرده بودیم و تجربه‌ی کارهای اداری را نداشتیم، همیشه دچار چالش‌های بیمه، مالیات و ... بودیم. مثلاً نداشتن کد اقتصادی ما را برای صدور فاکتور دچار مشکل می‌کرد. برای صدور کد اقتصادی نیاز به اجازه‌نامه‌ی رسمی بود که شتاب‌دهنده نمی‌توانست به ما بدهد و اجازه‌ی دفتر هم اصلاً در توان ما نبود. در نهایت تیر ۹۷ مرکز رشد شریف ما را پذیرش کرد و توانستیم اجازه‌نامه را دریافت کنیم و با داشتن کد اقتصادی راحت‌تر به مشتریانمان خدمات ارائه کنیم.

در این زمان، هنوز یک تیم ۴ نفره‌ی ثابت بودیم و ۲-۳ نفر پاره‌وقت به ما کمک می‌کردند. با زیاد شدن کارها تصمیم به جذب افراد جدیدی گرفتیم. من در دوره‌های استارت‌آپی زیادی به‌عنوان مربی فعال بودم که به من کمک کرد شبکه‌ی دوستان و آشنایان بزرگ‌تری داشته باشم.

در همین دوران، ما با شرکت‌های خوبی هم کار کردیم که می‌خواستند گزارش‌هایی از آنچه مخاطبان‌شان در شبکه‌های اجتماعی می‌گویند داشته باشند و تلاش داشتیم متناسب با نیاز و خواسته‌ی آن‌ها خدمات بدهیم.

به‌دلیل افزایش هزینه‌ها تصمیم به جذب سرمایه گرفتیم؛ ولی خیلی طول کشید تا گزینه‌ی مناسب را پیدا کنیم. مشکلات عجیب‌وغریبی پیش می‌آمد که این فرایند را دچار وقفه کرده بود. در نهایت، یکی از آشنایان خودمان با عددی کمی کمتر از پیشنهاد ما، در قالب سرمایه‌گذار فرشته با ارزش‌گذاری خوب سرمایه‌گذاری کرد.

تا حدوداً ۲ سال بعد از آن، مجموعه را به همین صورت پیش بردیم. به توسعه‌ی محصولات جدید، بهینه‌کردن کارها و جذب مشتریان جدید پرداختیم. مثلاً برای یکی از مشتریان ما چالشی جدی در شبکه‌های اجتماعی به وجود آمد و از ما خواستند گزارشی تحلیلی به ایشان بدهیم تا اثرگذاری اقدامات تیم روابط عمومی آن‌ها هم بررسی شود. همین‌طور با واحد مدیریت ارتباط با مشتری یکی از بانک‌های بزرگ همکاری کردیم و چت بات هوشمندی توسعه دادیم. برخی از مشتریانمان تمایل داشتند نرم‌افزار خودمان را روی سرور آن‌ها نصب کنیم که چالش‌های جالبی برای ما داشت. می‌بایست نحوه‌ی قیمت‌گذاری را بازنگری می‌کردیم، تغییراتی در زیرساخت کدها می‌دادیم و موارد دیگر.

اهداف آینده واکاویک:

گاهی به این فکر می‌کنیم که شاید خوب باشد به شرکت بزرگ‌تری بپیوندیم، به‌خصوص اینکه مسئله‌ی هوش مصنوعی دیگر در بازار ما جا افتاده و مجموعه‌های پیشرو به این حوزه ورود کرده‌اند. در حال حاضر، مشغول بررسی هستیم که چه راه‌حلی برای ما بهینه است.

برای توسعه، به‌دلیل B2B بودن کار ما، مسیر محصول به نیاز مشتریان بسیار وابسته است. درنتیجه، با توجه به مشکلاتی که کسب‌وکارهای نرم‌افزاری در سال‌های اخیر داشته‌اند، به تحلیل حجم بازار خودمان پرداخته‌ایم و تلاش داریم یک قدم جلوتر از نیاز مشتری را هم ببینیم تا بتوانیم برای بهره‌گیری حداکثری از توانمندی‌های خودمان به آن‌ها مشورت دهیم.

مثلاً در حال توسعه‌ی راهکارهای استفاده از پردازش متن هستیم؛ ابزارهایی برای ثبت نظرات مشتریان، مدیریت نظرات و ...

ارزش‌گذاری واکاویک چقدر بوده؟

عدد دقیقی که قابل‌اتکا باشد در حال حاضر نمی‌توانم بگویم؛ اما ۱۰ برابرشدن مقیاس برای ما رخ داده و تقریباً ۱۰ میلیارد تومان ارزش‌گذاری ماست.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

حضور من در رویدادهای استارت‌آپی، فرصت‌های مربی‌گری، شبکه‌سازی و آشنایی با آدم‌های زیادی که هرکدام در مراحل به واکاویک کمک کردند به دلیل حضور ما در شتاب‌دهنده‌ی شریف بوده است.

همچنین اعتبار و تأییدی که این حضور برای ما آورد، باعث تقویت اعتمادبه‌نفس و دلگرمی بود، هم برای ما و هم برای مشتریانمان.

فضای کاری که در اختیار ما قرار گرفته بود بسیار به کاهش هزینه‌های ما کمک کرد. درعین‌حال، جدیت لازم را برای ادامه دادن فعالیت‌هایمان ایجاد کرد، جو بسیار پرشور و هیجان بود و تیم‌ها رویکردی صمیمانه داشتند.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

اگر بخواهم نسبتی بگویم، ۷۰ درصد تصمیم شخصی من بر ماندن بوده؛ اما باید قبول کنم که تأثیر اکوسیستم دانشگاه و شتاب‌دهنده بسیار کلیدی بوده است.

من از ابتدا به کارآفرینی علاقه داشتم و همیشه می‌خواستم کارآفرین بشوم و فکر می‌کردم اگر مهاجرت کنم، می‌توانم تحصیل کنم؛ اما احتمالاً نمی‌توانم کارآفرینی کنم یا حداقل به این زودی یا با این کیفیت نمی‌توانستم. من فکر می‌کنم مهاجرت یک ریسک بسیار بزرگ به زندگی ما اضافه می‌کند که باعث می‌شود دیگر به‌راحتی نشود ریسک‌های کارآفرینی را مدیریت کرد؛ اما وقتی در کشور خودت و در کنار خانواده و عزیزانت هستی، بهتر می‌توانی در این زمینه رشد کنی. درنتیجه، کلیت این تصمیم به نظرم شخصی است؛ اما قبول دارم که محیط حاصلخیز، مساعد و حمایتگر برای هر کار نوآورانه‌ای امیدواری ایجاد می‌کند.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

دو توصیه دارم که شاید به هم وصل باشند؛ یکی اینکه شبکه‌ی ارتباطی بسازند و با آدم‌ها ارتباط برقرار کنند، مشورت بگیرند و بپرسند، نظر بدهند و در جمع‌ها، فضاهای تخصصی، فضاهای مرتبط حضور داشته باشند. بالاخره از دل این حضور چیزهایی درمی‌آید که همیشه ارزشمند است. ممکن است در میان حرف‌های ۱ نفر جرقه‌ای در ذهن آدم بخورد و همه‌ی این‌ها می‌تواند ارزشمند باشد.

دوم اینکه تجربه کسب کنند. همان‌طور که گفتم، در اولین تجربه‌ی کارآفرینی خیلی چیزها نمی‌دانستم. مثلاً نمی‌دانستم بازاریابی یعنی چه و چگونه برای یک سایت مخاطب پیدا کنم. دیده بودم یک ماهنامه‌ی داستان مال همشهری وجود دارد. گفتم احتمالاً کسانی که این را می‌خوانند مخاطب من باشند. تماس گرفتم گفتم دانشجو هستم و یک سایت دارم می‌خواهم آگهی بدهم. کلی مکاتبه کردم و خلاصه یک تک صفحه با نرم افزار paint طراحی کردم و بد هم نبود. عده‌ای آمدند و دیدند. روابط عمومی ماهنامه بعداً پرسید می‌خواهی تمدید کنی یا نه که گفتم خیر. بعدها در شرکت‌ها دیدم تأثیر بازاریابی به تکرار و جلوی چشم بودن است. برای همین توصیه‌ی من به کارکردن و کسب تجربه قبل از کارآفرینی است.



۱۲

نفر همکار

۲

تعداد راند
جذب سرمایه

پلتفرم پرینت سه بعدی زیستی

بیوپرینتر

(امیدآفرینان)

مصاحبه با مجید حاج حسینی

مسیر بیوپرینتر تا به امروز:

در سال ۹۶، بر ساخت نمونه‌ی اولیه تمرکز داشتیم و در نهایت در نمایشگاهی از نمونه‌ی اولیه رونمایی کردیم. در این فاز ابتدایی، به جای فروش دستگاه بر ارائه‌ی خدمت با استفاده از دستگاه به تعدادی مشتری تمرکز داشتیم.

سال ۹۷ اولین فروش دستگاه را تجربه کردیم و نمونه‌ای از دستگاه را به صورت صنعتی تولید کردیم. از این سال به بعد، فعالیت تحقیق و توسعه‌ی ما به حدی جدی بود که هر سال یک نسخه‌ی جدید از دستگاه ساخته و روانه‌ی بازار می‌شد.

تولید مواد اولیه‌ی لازم برای دستگاه از سال ۹۸ به صورت جدی پیگیری شد. تاکنون ۱۸ ماده برای تولید بافت‌های مختلف تولید کرده‌ایم.

از سال ۹۹ شروع به تولید بافت با استفاده از دستگاه‌ها و موادی که خودمان ساخته بودیم، کردیم. از این سال عملاً وارد حوزه‌ی پرینت بافت‌های مختلف شدیم.

در سال ۱۴۰۰، تمرکز اصلی ما پیوند انسانی و آزمایش بافت‌های تولیدشده برای انسان است.

شکل‌گیری ایده:

ایده‌ی کار در یک جلسه‌ی دوستانه شکل گرفت. یکی از دوستان ما در دانشگاه شهید بهشتی در پروژه‌ای همکاری داشتند و در آن جلسه در مورد دستگاه بیوپرینتر که موضوع این طرح بود، توضیح دادند. به ما گفتند تجاری در این زمینه وجود دارد و آیا شما می‌توانید کمکی بکنید؟ ما علاقه‌مند شدیم و در نهایت با فردی از دانشگاه شهید بهشتی ارتباط گرفتیم و شروع به نوآوری و کار در این زمینه کردیم. دانشگاه شهید بهشتی بعد از ۳ ماه انصراف از پروژه را اعلام کرد و پروژه را متوقف کردند؛ اما ما کار را ادامه دادیم و بر ساخت یک نمونه‌ی اولیه از دستگاه بیوپرینتر متمرکز شدیم.



اهداف آینده بیوپرینتر:

هدف اصلی ما توسعه‌ی بافت‌های مختلف از جمله پرینت استخوان، قرنیه و پوست است. همچنین، با توجه به این که در بازار ایران از لحاظ شناخته‌شدن در جایگاه مناسبی هستیم، در نظر داریم بر ارائه‌ی دستگاه به خارج از کشور نیز تمرکز داشته باشیم.

ارزش‌گذاری و میزان سرمایه جذب‌شده:

ما سال ۹۸ از سرمایه‌گذار فرشته به میزان ۵۰۰ میلیون تومان جذب سرمایه داشتیم. ارزش ما در سال ۹۸ حدوداً ۲ میلیارد تومان برآورد شده بود.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

تیم ما فنی بود و همه از بچه‌های شریف بودیم. هرچند که همکاران سابقه‌ی کار داشتند و در جاهای مختلف کارکرده بودند؛ اما تجربه‌ی اداره‌ی یک کسب‌وکار را نداشتیم. مهم‌ترین انگیزه‌ی ما این بود که بتوانیم کار را اداره و اسکیل‌آپ کنیم و بزرگ‌تر بشویم.

سال ۹۷ وارد مرکز رشد شدیم و هم‌زمان به پیشنهاد مرکز رشد به شتاب‌دهنده‌ی شریف بخش سخت‌افزار ورود کردیم. تقریباً ۶-۷ ماه با این شتاب‌دهنده همکاری داشتیم.

در روزهای اول، عمده‌ی تمرکز ما بر این بود که مسائل مربوط به نیروی انسانی، مدیریت مالی، بازاریابی، فروش و ... را که برای گسترش کار نیاز داشتیم، یاد بگیریم. بد هم نبود! دوستان با تجارب مختلف به ما کمک می‌کردند و یادگیری خوبی در شتاب‌دهنده داشتیم. چیزی که خیلی جذاب بود این بود که آن زمان شتاب‌دهنده در بخش سخت‌افزار ساختار مشخصی نداشت و ما جزو تیم‌های اول بودیم. کارها به این ترتیب بود که هر تیمی یک مسئول داشت و آن مسئول با ما در لحظه یاد می‌گرفت. چینش به نحوی بود که ما هم‌زمان با آن افراد یاد می‌گرفتیم و در هر سؤالی که بود، مثلاً در بخش بازاریابی و مباحث مالی، همراهی برای یادگیری داشتیم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

۲ نفر دیگر که کار را با ما شروع کردند، الان جدا شدند و رفتند. به‌طورکلی، فکر نمی‌کنم شتاب‌دهنده تأثیر شگرفی بر این تصمیم داشته باشد. اکوسیستم استارت‌آپی و دانش‌بنیان با توجه به تبلیغات و خدماتی که ارائه می‌دهند، جذابیت دارند.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

در آمریکا ۹۷ درصد استارت‌آپ‌ها شکست می‌خورند و در ایران این عدد ۹۹.۹ درصد است. به‌هیچ‌وجه توصیه نمی‌کنم استارت‌آپ راه‌اندازی کنید؛ مگر اینکه از توان مالی، حمایت خانوادگی و حمایت روانی مناسب برخوردار باشید و اگر استارت‌آپ شما شکست بخورد، افسرده نشوید. اگر همه‌ی این‌ها را دارید، کاری را با علم به اینکه راه‌اندازی کسب‌وکار در ایران فرایند سختی دارد، شروع کنید.

ابتکار صنعت فاطر

مصاحبه با محمد سماواتیان

توسعه تجهیزات مانیتورینگ صنعتی و آنلاین



۱۱

نفر همکار

تعداد راند
جذب سرمایه



آن‌ها به ما کمک می‌کردند که بتوانیم بازار و نیازها و حجم بازار را بشناسیم و از همین مرحله ارزیابی‌هایمان را انجام دادیم و شکل و شمایل بازاری محصولات به وجود آمد که با یک محصول بتوانیم وارد صنعت شویم و بتوانیم آن را تولید کنیم و کارهای تجاری‌سازی آن را انجام دهیم. بحث کارهای تحقیق و توسعه انجام نشده بود و حدود ۲ سال درگیر این مسئله بودیم که بتوانیم همان یک نمونه‌ی اولیه را تولید کنیم که به حدی برسد که در صنعت قابل‌پذیرش باشد و در همان سال اول در قالب طرح تجاری‌سازی توانستیم با امکانات محدودی که داشتیم به نتیجه برسیم.

شکل‌گیری ایده:

سال ۹۶ من و هم‌بنیانگذارم در دانشگاه شریف آشنا شدیم و پایان‌نامه‌ی ارشد من در زمینه‌ی کاری کنونی ما بود و ایشان در آزمایشگاه در زمینه‌ی الکترونیک به ما کمک می‌کردند. حوزه‌ی پایان‌نامه‌ی ارشد من حوزه‌ای بود که کاربرد صنعتی زیادی داشت و بحثی که روی آن کار می‌کردیم سنسورهای اندازه‌گیری گشتاورتوان بود که در صنایع مادر خیلی کاربرد داشت. درنهایت، در همان آزمایشگاه ایده‌ی اولیه‌ی ما شکل گرفت و روی آن کار کردیم که چیزی که درنهایت در بازار و صنعت موردنیاز است، شکل و شمایل تجاری به خود بگیرد و نمونه‌هایی را برای ارائه به بازار تولید کنیم. این ایده‌ی اولیه توسط دوستان مطرح شد و شروع کردیم به بازاریابی. چون ذات کار هم صنعتی بود، در همان محیط آزمایشگاه و محیط‌هایی که دانشگاه در اختیار ما قرار داده بود به‌صورت دانشجویی کارمان را جلو می‌بردیم. تا اینکه نیاز به تحقیقات بازار پیدا کردیم که اول به‌صورت انفرادی کار را جلو می‌بردیم و بعد، با شتاب‌دهنده‌ی شریف بخش سخت‌افزار آشنا شدیم و از خدمات منتورینگ استفاده کردیم.



شرکت ابتکار صنعت فاطر

مسیر ابتکار صنعت تا به امروز:

اواخر سال ۹۷ محصول اولیه‌ی موردنظر ما شکل و شمایل فنی به خود گرفت و توانستیم محصول را به چند مشتری مدنظرمان ارائه دهیم و از آنجایی که محصول بسیار سفارشی‌سازی شده بود و هر مشتری می‌خواست محصول خاص خودش را داشته باشد و محصول عمومی نبود، در تلاش بودیم که به یک محصول قابل تکرار و عمومی برسیم.

در همان ۱ سال و نیم اول این قضیه تا حد خیلی خوبی درآمد که روی چه محصولی باید تمرکز کنیم. شتاب‌دهنده‌ی شریف امکاناتی که در اختیار ما گذاشت دفتر کار بود که بتوانیم با مشتریان ارتباط داشته باشیم و تحت عنوان حمایت مالی مبلغی هم در اختیار ما قرارداد؛ اما عملاً بیشترین سرمایه را خودمان گذاشتیم. سال ۹۸ را در شتاب‌دهنده شروع کردیم و از همان سال وارد بازار شده بودیم و داشتیم سبد محصولاتی را که در حوزه‌ی گشتاورسنجی بود، انتخاب می‌کردیم که در کدام زمینه جلو برویم و بتوانیم محصول تکرارپذیری را تولید کنیم.

فضای رایگانی که در اختیار ما گذاشته بودند و فضای کارگاهی که برای آزمایش‌هایمان و سعی و خطای ما در اختیار ما قرار گرفت خیلی مؤثر بود و روند رسیدن به محصول موردنظرمان را تسهیل کرد.

سال ۹۸ توانستیم محصولی را در صنعت ابزار دقیق گشتاورسنجی که مدنظرمان بود، توسعه دهیم و جایگاه خودمان را به دست آوریم و به یک ثبات بازار برسیم. محصول را عوض کردیم و سال ۹۸ وارد یک محصول جدید شدیم. این محصول هم ورژن‌های مختلفی داشت.

بیشترین کاری که شتاب‌دهنده برای ما انجام داد، فرصت‌های زمانی و هزینه‌هایی بود که در آن بازه‌ی ۱ تا ۲ سال نداشتیم که تأمینش کنیم. همچنین وجود تسهیلگر برای ما مطلوب بود که حداقل هزینه‌های ما کاهش پیدا کند. بحث مشاوره و فضای استقرار هم باعث می‌شد خیلی از هزینه‌های ما کاهش یابد. درکل، برای ما خیلی خوب بود که می‌توانستیم در کنار اینکه دانشجوی بودیم ایده‌ی خودمان را گسترش دهیم و در بازار به فروش برسانیم و در صورت نیاز به جذب سرمایه به ما کمک شود. سال ۹۸-۹۹ نیاز به دفتر مستقل پیدا کردیم و درخواست ورود به مرکز رشد را دادیم که حدود ۶ ماه این پروسه طول کشید و درنهایت وارد مرکز رشد شدیم.

خدماتی که پارک در قالب مرکز رشد به ما می‌داد، خدمات مشاوره‌ای که استفاده می‌کردیم و کلاس‌های آموزشی و دوره‌ها خیلی مفید بود و بیشترین اثری که برای ما داشت ایجاد یک فضای فیزیکی و ساختار استقرار بود که خیلی از نظر هزینه‌ها به ما کمک کرد و یک فضای قابل‌اعتماد برای مشتری ما ایجاد می‌کرد.

فضا را بزرگ‌تر کردیم و نیروی انسانی ما افزایش پیدا کرد. نیروی انسانی تمام‌وقت نداریم و برای اینکه هزینه‌هایمان را تا جای ممکن کاهش دهیم نیروهایمان را به‌صورت پروژه‌ای استخدام می‌کنیم که بعضاً دانشجوی هستند و یک سری نیروهای کاری ما، که طبیعتاً کارهای اصلی را انجام می‌دهند، شرکت‌های بیرونی هستند که با آن‌ها در ارتباطیم. برخی از شرکت‌ها و برخی از اشخاص حقیقی هستند که کل کارمان را به‌صورت یک‌جا به آن‌ها برون‌سپاری می‌کنیم. این یک استراتژی بود که سعی کردیم با آن جلو برویم و خیلی در بحث کاهش هزینه‌های ما مؤثر بوده و است.

الان تقریباً به این مرحله رسیدیم که وارد مرحله‌ی جذب سرمایه شویم. به این دلیل که هزینه‌های اولیه‌ای که برای کار نیاز داریم زیاد است و به‌صورت پروژه‌ای و سفارشی داریم پیش می‌بریم و این مسئله خیلی زمان‌بر است. با توجه به رقبای خارجی‌ای که داریم و مشتریان ما اکثراً شرکت‌های تولیدی هستند، این هزینه‌ها شاید در آینده برای آن‌ها مهم نباشد و رسیدیم به جایی که الان فقط هزینه‌ی مواد اولیه بدهیم و بتوانیم تولید انبوه کنیم و سرمایه در گردش ما تأمین شود و بتوانیم فضای استقرارمان را گسترش دهیم.

تصویری که در بازار برای ما به‌خاطر محصولی که تولید کردیم ایجاد شده، باعث شده بتوانیم با همین محصولی که تا الان توانستیم تولید کنیم مشتری‌های جدید بگیریم و بحث صادرات را استارت بزنیم.

اهداف آینده ابتکار صنعت:

هدف اصلی ما تولید انبوه و صادرات است که این دو به هم تنیده شده‌اند؛ ولی بخش زیادی از حجم فروش بالای مدنظر ما از صادرات است و بخش دیگر قسمتی است که در صنعت به این محصول نیاز دارند. در کنار افزایش کیفیت به دنبال جذب سرمایه هستیم. الان مشتری‌ها محصول مشابه را از کشورهای خارجی تأمین می‌کنند و ما در حال حاضر محصول را با قیمت پایین‌تر و کیفیت خیلی بالاتری تولید می‌کنیم. بازه‌ی سود محصول که یک محصول دارای تکنولوژی محسوب می‌شود، حداقل یک بازه‌ی سود ۱۵۰-۱۰۰ درصد مورد انتظار است؛ اما به دلیل فروش پایین سال قبل، به دلیل عدم تثبیت فنی و همچنین عدم تبلیغات، سود خیلی زیادی نداشتیم. هدف سال جدید فروش ۲ برابری است. امسال حجم مالی فروش حدود ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیون تومان است و می‌خواهیم با جذب سرمایه به ۱ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان برسیم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

دلایل مهم برای انتخاب شتاب‌دهنده‌ی شریف: داشتن فضای کاری، ارائه‌ی مشاوره‌های کارشناسان و منتورها و استفاده از تجربه‌ی افرادی که تجربه‌ی فعالیت در محیط تجاری را داشتند یا دانش آن را داشتند. فضای شرکت‌های دانش‌بنیان فضایی است که ارتباطات دولتی آن زیاد است و اکثر مشتری‌ها دولت، سازمان‌ها و ارگان‌های بزرگ است و آشنا بودن افراد با سازوکار این مجموعه‌ها خیلی به ما کمک می‌کند تا بتوانیم در حل مشکلات با آن‌ها مشورت کنیم و تا به امروز این امر خیلی برای ما مفید بوده. دوره‌هایی که در قالب مشاوره برای ما می‌گذاشتند و در دسترس بودن اساتید این دوره‌ها نیز بسیار کمک‌کننده بودند. به عنوان یک نقطه ضعف برای مجموعه‌هایی مثل پارک، صنایع دانش‌بنیان صنایعی هستند که صرفاً در صادرات می‌توانند یک مزیت اقتصادی داشته باشند و انگیزه ایجاد کنند که به فعالیت خود ادامه دهند؛ اما در زمینه‌ی صادرات خیلی کم کار می‌شود و همچنان جای کار و حمایت دارد. گاهی در کشور در فضای دانش‌بنیان نمی‌شود درآمد خیلی زیادی داشت و هرچقدر فرد جلوتر برود، سقف دارد و سقفش بسته است؛ چون کشور کشوری نیست که زیاد صنعتی باشد و بتواند کشش صنعتی زیادی داشته باشد و محصولات را بتوان به صورت انبوه در کشور فروخت و توقع رشد زیادی داشت. بنابراین، فروش در بازار داخل با این شرایط حجم فروش کم نسبت به زحمت و هزینه‌ها نمی‌صرفد که فقط در داخل کشور ادامه داد و انگیزه‌ی فرد را برای ادامه مسیر به همین صورت بدون صادرات کم می‌کند؛

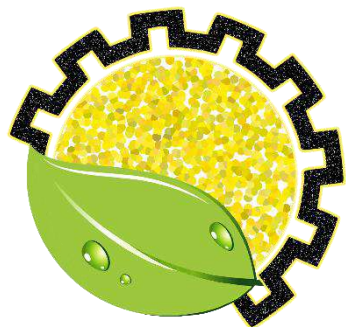
اما وقتی صادرات باشد، می‌شود با ۱۰۰ کشور مثل ایران در ارتباط بود و حجم فروش ۱۰۰ برابر می‌شود و انگیزه‌ی تلاش و ماندن خیلی زیاد می‌شود. حمایت‌هایی از جنس مشاوره، سیاست‌گذاری برای صادرات لازم است، چطوری صادر کنیم؟ چطوری در برگشت پول و تبلیغات به مشکل نخوریم؟ این‌ها را باید به عنوان راهبردها به شرکت‌ها آموزش بدهند و اگر به زیرساخت نیاز است، ایجاد و فراهم شود. معاونت علمی همین کار را می‌کند؛ ولی اثربخشی‌ای را که دوره‌های شتاب‌دهنده دارند، ندارد. بنابراین، باید افرادی را بیاورند که الفبای صادرات را برای شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه‌ی تکنولوژی باز کنند و راهکار ارائه دهند که بتوانند صادر کنند و در کشورهای دیگر بدون دردسر برای محصولات خود بازار ایجاد کنند. این خلأ در شرکت‌های دانش‌بنیان دیده می‌شود که فروش داخلی زیادی ندارند و فروش آن‌ها به خاطر صنعتی نبودن کشور و نبود نیاز زیاد به آن محصول در کشور نمی‌تواند اصلاً زیاد شود؛ ولی در کشورهای دیگر مزیت رقابتی بیش از ۱۰ برابر نسبت به سایر شرکت‌های خارجی دارند. به نظرم آدم‌ها شتاب‌دهنده را می‌سازند و این نشاط نیروی انسانی که شتاب‌دهنده را به وجود آورده است باعث ترغیب ما به ادامه می‌شود در صورتی که داریم از جیب خودمان هزینه می‌کنیم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

قطعاً اکوسیستم و شتابدهنده مؤثر بوده است. وقتی که شما می‌بینید چند نفر از شما حمایت می‌کنند و حتی اگر کاری از دستشان برنیايد، شنونده‌ی خوبی هستند و به حرف شما گوش می‌دهند یا برای حرف‌های شما راهکار ارائه می‌دهند. شاید کل کاری که یک شتابدهنده می‌تواند انجام دهد و هیچ هزینه‌ای هم نداشته باشد همین باشد. این روال باعث می‌شود که حداقل یک گوش شنوایی وجود داشته باشد که بشنود و از صحبت‌های شما تحلیل بگیرد و باعث شود انگیزه پیدا کنید و یک مقدار امیدوار باشید که ۱ نفر هست که برای مشکلاتی که می‌بینم راه‌حل و راهکار ارائه بدهد. نقش شتابدهنده اگر واقعاً به مسیر خود ادامه دهد، در این قسمت خیلی مهم است.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

اگر می‌خواهند داخل ایران شروع کنند، اصلاً بی‌گدار به آب نزنند و حتماً تحقیقات بازار را انجام دهند، از افرادی که در این زمینه تخصص دارند مشورت بگیرند، با منتورها در ارتباط باشند و گام‌به‌گام با آن‌ها جلو بیايند و طوری به بازار نگاه نکنند که می‌شود یک‌شبه پولدار شد. گام‌های سنجیده بردارند؛ مثل طفلی که آن را بزرگ می‌کنند و به بلوغ می‌رسانند. از نقطه‌ی صفر این کارها را انجام دهند نه اینکه متحمل هزینه‌های زیادی شوند و سپس، سراغ منتور بروند. در آخر هم به خدا توکل کنند.



تولیدکننده نانومحصولات سازگار با طبیعت



تعداد راند
جذب سرمایه

۲

مواد پیشرفته شریف

مصاحبه با اسماعیل نوری

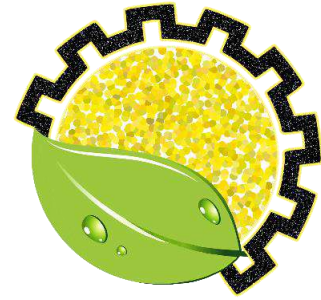
شکل‌گیری ایده:

در ابتدای کار، ما به دنبال ایده‌هایی بودیم که در ایران مصرف زیادی دارد؛ ولی در کشور ما جزو تکنولوژی‌های وارداتی باشد یا هنوز توسعه نیافته باشد. من و دکتر گودرزی بنیانگذار مجموعه بودیم و هر ۲ دورانی را برای دکتر یا فرصت مطالعاتی در کشورهای دیگر گذرانده بودیم. با هدف ایجاد ارتباط بین تخصص خودمان و زندگی روزمره مردم با نانومواد شروع کردیم؛ سنتزهای نانومتريالي که کاربردهای مختلف داشتند؛ از جمله در سلول‌های خورشیدی. روی این‌ها کار کردیم و چند جلسه خیلی خوب در شتاب‌دهنده تشکیل شد و لازم است از آقای دکتر نظری خیلی تشکر کنم.

در مشاوره‌ها به ما می‌گفتند که تلاش کنیم خودمان را به سنتز یک سری نانومواد محدود نکنیم، نهایتاً با این دیدگاه و تجربه‌های قبلی سراغ پلیمری به نام EPP رفتیم و آن را توسعه دادیم.

مسیر مواد پیشرفته شریف تا به امروز:

سال ۹۶، وارد شتاب‌دهنده شدیم. بعد از تشکیل تیم، به دنبال تأمین سرمایه برای ساخت یک رآکتور نیمه‌صنعتی کوچک بودیم. کمک ۱۵ میلیون تومانی بذرمايه شتاب‌دهنده خیلی خوب بود و سعی داشتیم تا این سرمایه را تا حد امکان مدیریت کنیم تا هدر نرود. مثلاً دستمزدی برای خودمان برنمی‌داشتیم. این پول صرف مطالعه و طراحی شد و اواسط سال ۹۷ از صندوقی که شتاب‌دهنده معرفی کرده بود وام قرض‌الحسنه گرفتیم و رآکتور را ساختیم. اوایل ۹۸ به این نتیجه رسیدیم که دیگر می‌توانیم سرمایه جذب کنیم.



در برنامه‌ی دوره‌می‌های شتاب‌دهنده شرکت کرده بودیم که کار ما کمی به چشم آمد و حدود ۱۰ سرمایه‌گذار به ما مراجعه کردند و با جزئیات رفتیم جلو و بدترین نوع سرمایه را جذب کردیم. گروهی بودند که حرفه‌ی اصلی‌شان حوزه‌ی دیگری بود و خیلی خوب حرف می‌زدند و تبلیغ می‌کردند؛ ولی یک چیز واهی و پوچ بود و کل سال ۹۹ ما را سوزاندند بدون اینکه پولی داشته باشند. مدل کاری ایشان این بود که ما را جذب کنند و با حمایت خودشان بفروشند به یک سرمایه‌گذار دیگر و از آن‌ها حق جذب بگیرند و ما بعداً فهمیدیم. ۱ سال طول کشید تا قطع رابطه کنیم و آخر سال ۹۹ سرمایه‌ی جدیدی گرفتیم که سرمایه‌ی هوشمند بود. وقتی با این گروه شروع کردیم، خیلی کار بهتر شد و وعده‌ها به‌موقع محقق شد. وقتی پیشرفت کار را دیدند، حتی سقف سرمایه‌ای را که صحبت کرده بودیم ۳۰ درصد افزایش دادند تا وضع به حالت کنونی رسید. تولید اولیه در حال انجام است و مرحله‌ی دوم جذب سرمایه را داریم که هدف آن افزایش ظرفیت و پایداری تولید است.

در نیروی انسانی خیلی رشد نداشتیم؛ چون سعی کردیم تا حدی که ممکن است هزینه‌ها کاهش یابد و سیستم را اتوماتیک کنیم تا به نیروی انسانی کمتر نیاز باشد. به‌سمت کنترل دقیق و هوشمندسازی رفتیم و یک تیم ۱۰ نفره تشکیل دادیم.

اهداف آینده مواد پیشرفته شریف:

ظرفیت الان پاسخگوی نیاز داخل نیست. هدف این است که افزایش ظرفیت داشته باشیم؛ چراکه حتی اگر از جایی که هستیم ۱۰ برابر افزایش ظرفیت دهیم، همچنان نیاز وجود دارد. بعد از آن، قصد ایجاد تنوع در محصولات از لحاظ توزیع اندازه داریم. وقتی توزیع اندازه و چگالی محصولات تغییر کند، زمینه‌های کاربری هم تغییر می‌کند.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

دانشجوهای بودیم که از پشت میز دانشگاه بیرون آمده بودیم و ایده‌هایی هم داشتیم. از فضای کار و مدل کسب‌وکار دور بودیم و هیچ نمی‌دانستیم. دوره‌هایی که می‌گذاشتند و منتورشپیپ‌ها خیلی به ما کمک کردند و شتاب‌دهنده برای ما درکل جذاب بود. فضایی خیلی دوستانه داشت و بدون چشم‌داشت به ما کمک می‌شد.

آقای دراجی و دکتر نظری بسیار به بچه‌ها کمک می‌کردند و برای ما جلسات خصوصی می‌گذاشتند. با وجود مشغله‌های زیادی که داشتند، ما را راهنمایی می‌کردند و داشته‌های ارزشمند خود را در اختیار ما می‌گذاشتند.

فضایی که به ما داده بودند کمپ انرژی بود و از مزیت‌های این فضا این بود که خودش مثل یک کلاس درس بود و کارکردن کنار تیم‌های دیگر تجربیات زیادی به ما منتقل کرد.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

من زمانی که سال ۹۵ از آلمان برگشتم و ترم را دفاع کردم، از ۳ دانشگاه پذیرش پسادکتری داشتم و حتی یک فرصت شغلی برایم پیدا شده بود، هم از اروپا، هم از آمریکا و هم از چین.

اول فکر نمی‌کردم در ایران بمانم؛ چون آن فضا را دیده بودم؛ ولی بعد از آشنایی با فضای کسب‌وکار ایران انگیزه‌ی ماندن بیشتر شد و به‌طورکلی، اکوسیستم بی‌تأثیر نبود. ولی دلیل اول این بود که پس از اینکه با فضای کسب‌وکار آشنا شدم، تصمیم گرفتم سختی‌های ماندن را به جان بخرم و بمانم. چند باری هم پشیمان شده‌ام؛ ولی همچنان ادامه می‌دهم.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

توصیه‌ی من این است که اول یک تیم خیلی خوب بسازید. شریکی می‌خواهید که یک عمر کنار شما باشد. شاید بعد از ازدواج مهم‌ترین انتخاب همین شریک کاری است. اگر شریکتان مناسب کار نباشد، اصطکاک خیلی شدیدی به وجود می‌آید که کلاً کار را به هم خواهد ریخت.

تیم خوب ساختن بسیار مهم است، هیچ‌وقت رفیق گرمابه و گلستان شما لزوماً هم‌تیمی مناسبی برای شما نخواهد بود. دنبال تخصص، سلیقه و ایده باشید. در مسیر سختی‌های بسیاری خواهید داشت. پس، کسی را انتخاب کنید که با شما هم‌دل و حامی باشد و برای یک هدف بجنگد.

استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده‌ی شریف مطمئن باشند که جذب سرمایه خواهند داشت. پس، دنبال انتخاب بهترین گزینه باشید؛ همان‌طور که سرمایه‌گذار شما را دقیق بررسی می‌کند. با تیم‌های قبلی مشورت و صحبت کنید. هیچ‌وقت با سرمایه‌گذاری که تجربه‌ی اولش هستید کار نکنید.



دیداب

پلتفرم ایجاد تونل صدا با استفاده از فناوری اولتراسونیک

مصاحبه با رضا منتظری نمین

مسیر دیداب تا به امروز:

بعد از ۲ سال تحقیق و کار روی پروژه و ۴ سال بعد از تأسیس شرکت اول، شرکت دوم را تأسیس کردم و در شتاب‌دهنده مستقر شدیم. نمونه‌های اولیه ساختیم و به دنبال جذب سرمایه بودیم. ۶ ماه بعد از ورود به شتاب‌دهنده، شرکت بهمن با مدیریت جناب آقای مهندس قطبی‌نژاد سرمایه‌گذاری کردند؛ ولی معتقد بودند که بعید است این محصول به‌تنهایی به کسب‌وکار موفق تبدیل شود.

با این ایده به دنبال ساخت محصول بعدی رفتیم. ایده‌ی اصلی ساخت دستگاهی بود که تصویر هولوگرافیک در هوا ایجاد کند. این محصول می‌تواند کاربرد تبلیغاتی داشته باشد.

در این زمان، ۲ سال بعد از تأسیس شرکت دوم، ما محصول خاص داشتیم که فروش خوبی داشتند و می‌توانستیم به یک شرکت موفق در حوزه تبلیغات تبدیل شویم.

شکل‌گیری ایده:

بعد از موفقیت‌های تحصیلی و تحقیقاتی، این ایده به ذهنم رسید که کاری انجام دهم که ایجاد ارزش کند. با دوستانم یک شرکت در زمینه‌ی اپتیک تأسیس کردم و در مرکز رشد مستقر شدیم. بعد از ۴ سال متوجه شدم که این کار با روحیاتم سازگار نیست و از آن شرکت جدا شدم. البته دوستانم همچنان مشغول فعالیت هستند. بعد از این تجربه، از طرف دوستی دعوت شدم که در ساخت یک اسپیکر، که صدا را فقط در یک جهت می‌فرستد، مشارکت کنم. ایده‌ی جذابی بود و به یک تیم قوی فنی نیاز داشت.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

به دلیل شرایط بسیار خوبی که برای ادامه تحصیل در دانشگاه پرینستون وجود داشت، اگر در ایران راهی غیر از درس خواندن نداشتیم، قطعاً از ایران می‌رفتم؛ اما این ایده در ذهنم شکل گرفته بود که می‌توان اینجا ماند و کار کرد و مجموعه‌هایی هم هستند که در این راه کمک می‌کنند.

بخشی از تصمیم به ماندن و ساختن حاصل دیدن نمونه‌های موفق از کسانی بود که کسب‌وکار راه انداخته بودند و بخش مهمی هم به حمایت‌های مرکز رشد و شتاب‌دهنده مربوط می‌شود.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

کارآفرینی موضوعی نیست که برای همه‌ی افراد مناسب باشد. این موضوع به دلیل تفاوت در روحیات و خصوصیات آدم‌هاست. استرس و ابهاماتی که در این راه وجود دارد بسیار زیاد است و باید افراد توانایی مقابله با این شرایط را داشته باشند.

توصیه می‌کنم کسانی که تازه قدم در این راه گذاشتند تا جایی که می‌توانند با آدم‌های مختلف ارتباط بگیرند. نمونه‌های موفق را دنبال کنند و از تجربیات آن‌ها استفاده کنند. همچنین آموزش‌پذیر و دائماً در حال یادگیری باشند.

همه‌گیری بیماری کرونا باعث شد بازار تبلیغات کم‌رونق شود. در این زمان، یکی از مشتریان اصلی، که برای تولید دستگاه به ما پیش‌پرداخت هم داده بود، از خرید منصرف شد؛ چراکه بازار هدف آن‌ها نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌ها بودند که به دلیل کرونا تعطیل یا کم‌کار شدند.

بعد از این شرایط، تا ۱ سال سعی داشتیم محصولمان را بفروشیم تا اینکه راه جدیدی به نظرمان رسید. ما تیم مستعدی داشتیم؛ پس، تلاش کردیم محصولات دیگری را که می‌توانیم با تکیه بر دانش فنی اعضای تیم بسازیم، پیدا کنیم و چشم‌انداز کسب‌وکارمان را وسیع‌تر ببینیم. ما دوباره با ایده‌ی تبدیل‌شدن به هلدینگ تکنولوژی به کارمان ادامه دادیم.

یکی از توانایی‌های اعضای تیم این است که به خوبی می‌توانند ایده‌ی خود را توضیح دهند و از طرح خود دفاع کنند. با تکیه به همین توانایی، ۱ سال و نیم بعد از دور اول جذب سرمایه، اواسط سال اول شیوع کرونا سرمایه‌ی دوم را جذب کردیم. با این ایده که تبدیل به هلدینگ شویم و هر یک از محصولات را بعد از رسیدن به بلوغ از بدنه‌ی اصلی شرکت جدا کنیم و به یک شرکت زیرمجموعه بسپاریم.

پروژه‌ی بعدی که تعریف کردیم، ساخت محصولی در حوزه‌ی دندانپزشکی بود. روی این محصول هم توانستیم جذب سرمایه داشته باشیم. کار بر روی این محصول به عهده‌ی یک شرکت زیرمجموعه‌ی دیداب است و در همین راستا در حال جدایی محصولات هولوفن و اسپیکر هم هستیم.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

می‌دانستم که اگر وارد شتاب‌دهنده شویم، از کمک‌هایی در جهت رشد و بزرگ‌تر شدن کسب‌وکار بهره‌مند می‌شویم. همچنین، حضور افراد خبره و کارشناس، کسب‌وکارهای نوپای دیگر و همین‌طور ایجاد ارتباط با سرمایه‌گذاران از دیگر مزایایی بودند که حضور در شتاب‌دهنده را برای ما جذاب می‌کرد.



۲۱

نفر همکار



تعداد راند
جذب سرمایه

۱

سامانه هوشمند پایش زمین‌های کشاورزی

ستپلت

مصاحبه با علی‌رضا حاجی‌تبار

مسیر ستپلت تا به امروز:

رفتیم جلوتر و دیدیم که خیلی تغییرات اساسی در شرکت داریم و خیلی از هم‌بنیانگذاران جدا شدند و مسیر استارت‌آپمان از زمانی که در شتاب‌دهنده بود، تغییر کرد. در ابتدا، قرار بود یک شرکت خدماتی ماهواره باشیم. بعد، تصمیم گرفتیم یک پلتفرم تحلیل تصاویر ماهواره‌ای باشیم و مجبور بودیم برای این کار همه‌ی زمینه‌ها را پوشش دهیم: هوش مصنوعی، نرم‌افزار، ژئودیتابیس، سنجش از دور و کشاورزی. تغییرات زیادی دادیم و بچه‌های هوش مصنوعی به مجموعه اضافه شدند و تیم نرم‌افزار را قدرتمندتر کردیم و بخش کشاورزی را اضافه کردیم، سنجش از دور و تیم فروش و ... تا تقریباً بعد از ۱ سال، ۹۸ شرکت را ثبت کردیم و به‌عنوان یک شرکت شروع به فعالیت کردیم.

سال ۹۹، دانش‌بنیان شدیم و یک دوره خارج از دانشگاه بودیم. یک دوره هم رفتیم دانشگاه تهران و بعد، دوباره برگشتیم به شریف. الان هم تازه دوباره پذیرش گرفتیم و در ساختمان جدید پارک علم و فناوری، در ساختمان هوافضا مستقر هستیم.

آذرماه جذب سرمایه داشتیم و ۳ ماه طول کشید که نهایی شود و سرمایه وارد مجموعه شد.

شکل‌گیری ایده:

از سال ۹۷ عضو شتاب‌دهنده‌ی شریف شدیم و ایده از سمت بچه‌های سنجش از دور و دانشکده‌ی عمران بود و من آن زمان عضو مجموعه نبودم. بعد از اینکه تصاویر ماهواره‌ای برای بخش کشاورزی و محیط زیست رایگان شد و ناسا و ایسا این تصاویر را منتشر و رایگان کردند، شرکت‌های خصوصی مختلفی در دنیا شکل گرفت و اکثراً با بودجه‌های دولتی رشد کردند. در ایران هم پژوهشگاه فضایی ایران در این حوزه فعالیت دارد و به کمک بچه‌ها تصمیم گرفتیم تا چنین کاری را در ایران شروع کنیم. تقریباً از آبان ماه بود که من هم به مجموعه برای بخش نرم‌افزاری اضافه شدم.



بخش تصاویر ماهواره‌ای (مخصوصاً که بیشتر کار ما در بخش کشاورزی هم است) وابسته به دولت است؛ یعنی خیلی برای کشاورز خرد فایده‌ای نداریم. برای زمین‌دارها، کشت و صنعت‌ها یا سازمان‌هایی مثل صندوق بیمه که میلیون هکتاری تحت پوشش دارد، می‌توانیم مفید باشیم.

یکی از مهم‌ترین معیارهای رشد ما بحث برندسازی در سازمان‌های دولتی بوده است. بدون هیچ رانتی ست‌پلت سال‌به‌سال توانسته بخشی از پروژه‌های سازمان‌های دولتی را بگیرد. فقط یک شرکت خیلی کوچک هستیم که به آن اعتماد شده و توانستیم خیلی خوب در دل سازمان‌های دولتی نفوذ کنیم و قراردادهای خوبی را ببندیم. حسن انجام کار هرکدام از این قراردادها باعث شده که برند ما در سازمان‌های دولتی خیلی سر زبان‌ها بیفتد و این یکی از نقاط رشد ما بوده؛ همچنین، دسترسی به داده‌های خوب به ما کمک زیادی کرده است.

در حال حاضر، حدود ۲۰۰ ترابایت اطلاعات داریم. از نظر نیروی انسانی و فروش توانستیم توسعه داشته باشیم؛ ولی از نظر تعداد مشتری به هدفی که داشتیم، نرسیدیم. روی بخش BYB خیلی سرمایه‌گذاری کردیم؛ ولی محقق نشد. هدف ما کشت و صنعت‌ها بودند؛ ولی در بخش دولتی قدرت بیشتری پیدا کردیم تا حوزه‌ی موردعلاقه‌مان.

زمان حضور در شتاب‌دهنده، یک هسته‌ی خیلی کوچک بودیم که کار علمی انجام می‌دادیم؛ ولی در سال ۹۷ تا ۹۹ توانستیم اولین سازمان دولتی را جذب کنیم. تا الان در سال ۱۴۰۰، ما از ۳ سازمان دولتی پروژه گرفتیم و به اتمام رساندیم و پروژه‌های جدید آمده‌اند. با هرکدام از این سازمان‌ها ۶ یا ۷ پروژه داریم. ۲ سازمانی که خیلی برای ما اهمیت داشتند در این حوزه و به‌شدت مفید بودند و جزو KPI‌های ما بود که به آن‌ها برسیم، یکی صندوق بیمه‌ی کشاورزی بود و دیگری سازمان حفظ نباتات. یکی در حوزه‌ی اطلاعاتی داده‌های خود کشاورزان، بحث خسارت و خیلی از مواردی که با خود کشاورز در ارتباط است برای ما اهمیت داشت، یکی هم در حوزه‌ی بیماری‌ها در کشاورزی بود که هر دو را توانستیم هم قرارداد ببندیم، هم به دیتاها دسترسی داشته باشیم و هم دیتا در اختیارشان قرار بدهیم. سالی تقریباً ۲ سازمان دولتی در شاخص‌های کلیدی عملکردمان است که به آن‌ها برسیم. در حال حاضر، با ۳ سازمان دولتی قرارداد بستیم و الان تقریباً با ۴ سازمان دیگر در حال مذاکره هستیم که قرارداد ببندیم. در حال حاضر، حدود ۲۱ نفر نیرو داریم.

ارزش‌گذاری و میزان سرمایه جذب‌شده:

اوایل سال ۹۸ منتورهای شتاب‌دهنده ما را ارزش‌گذاری کردند و ارزش ما حدود ۵۰۰ میلیون تومان تخمین زده شد و الان ارزش شرکت ما حدوداً ۱۰ میلیارد تومان است. زمانی که جذب سرمایه انجام دادیم، روی ارزش ۶.۷ میلیارد صورت پذیرفت. سرمایه‌گذار ما بخش خصوصی بود؛ یعنی از دوستانی بودند که در حوزه‌ی صنایع سنگین فعالیت می‌کنند و کارخانه‌دار در حوزه‌ی فولاد هستند و بیشتر به‌خاطر رسالت اجتماعی‌ای که در حوزه‌ی کشاورزی می‌توانیم داشته باشیم و علاقه‌ی آن‌ها هم بود، سرمایه‌گذاری انجام شد.

مسیر ست‌پلت تا به امروز:

سال ۹۷ که شروع کردیم، با توجه به حوزه‌ی تخصصی‌مان در تکنولوژی و اینکه در حال پیاده‌سازی یکی از جدیدترین حوزه‌های کاری بودیم، دچار سختی‌های زیادی شدیم.

به دلیل نبود ساختار مناسب برای توسعه‌ی فناوری‌های جدید، امکان اقدام برای اخذ مجوزهای قانونی نداشتیم و به علت نداشتن مجوز نمی‌توانستیم سرمایه جذب کنیم. به ناچار عمده‌ی انرژی ما صرف ایجاد ساختار و فرهنگ‌سازی شد؛ یعنی حتی به برخی ۲ سال خدمات رایگان دادیم تا بتوانیم در نهایت پروژه‌ای با ایشان داشته باشیم. برنامه‌ی اصلی ما این بود که تا سال ۱۴۰۱، حداقل به یکی از کشورهای همسایه خدمات بدهیم و درآمد ارزی داشته باشیم. در این مدت پیشرفت خوبی داشتیم؛ ولی این حمایت‌نگرفتن از نهادهای نظارتی باعث مشکلات زیادی بود. حتی در نمایشگاه باکوتل آذربایجان شرکت کردیم و خیلی موفق بودیم؛ اما متأسفانه سرمایه نداشتیم. آن زمان سال ۹۸ بود (قبل از کرونا) و از ما خواستند زمان بیشتری در آذربایجان بمانیم و قرار بود وزارت ارتباطات پوشش هزینه‌ای برای ما داشته باشد؛ منتها از ما خواسته شد خودمان پرداخت کنیم و در زمان دیگری به ما برگردانند؛ اما این اتفاق تاکنون نیفتاده است.

به دلیل ماهیت کار ما، چنانچه نتوانیم به بازارهای بین‌المللی ورود کنیم، قابلیت مقیاس‌پذیری نخواهیم داشت.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

ست پلت مرداد ۹۷ وارد شتاب‌دهنده شده بود و من ۳ ماه بعد به تیم اضافه شدم. حدود ۹ ماه در شتاب‌دهنده بودیم.

منتورها خیلی تأثیرگذار بودند؛ چون ما در حوزه‌های فنی مثل برنامه‌نویسی، تخصصی عمران، منابع، آب و بقیه موارد خیلی قدرتمندیم؛ ولی در بحث‌های مالی و حقوقی، کسب‌وکاری، رشد شرکت، ارتباط بین افراد تیم، مذاکره و ... تجربه‌ای نداشتیم و راهنمایی آن‌ها به شدت کمک‌کننده بود.

از نظر مالی هم مبلغ بذرمايه کمک می‌کرد؛ ولی نسبت به مبالغ مشابه در دنیا خیلی عدد جدی‌ای نبود. اما باز هم به نسبت جاهای دیگر کمک‌های شتاب‌دهنده‌ی شریف خیلی دلی‌تر بود.

فضای شتاب‌دهنده بسیار عالی بود؛ یک جور فضای کار اشتراکی دوستانه‌ی علمی و خصوصی بود. برای ما و تیم‌هایی که آنجا حضور داشتند (که بیشترمان هم‌دانشگاهی بودیم) حس خوبی داشت و احساس هم‌دلی بین همه‌ی بچه‌های تیم‌ها خیلی قوی بود. انرژی مثبتی در آن فضا وجود داشت و خیلی دوست‌داشتنی بود.

بهترین خاطراتی که دارم از دوره‌ی‌هایی بود که سرمایه‌گذارها می‌آمدند و خیلی جو برای ارتباط گرفتن صمیمی و دوستانه بود. دوره‌ی می‌نشستیم و با صحبت با سایر افراد استرس کم می‌شد. ما حدوداً با ۴۰ سرمایه‌گذار ملاقات و مذاکره کردیم.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

حقیقتاً در شرایط ایران هیچ عاملی از اکوسیستم بر ما تأثیری نداشته است، از هر نظر در شرایط سختی هستیم و تنها فایده‌ی کار ما این بوده که توانستیم شرکتی ایجاد کنیم که حداقل ۲۰ نفر از بچه‌هایی که می‌خواهند در ایران کار کنند، بتوانند با ما جلو بروند. حوزه‌ی نرم‌افزاری بازار بهتری دارد و شرکت‌های بیشتری شکل گرفته‌اند؛ اما حوزه‌ی کشاورزی، سنجش از دور و موارد مشابه واقعاً فضای کار جدی‌ای ندارد.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

خیلی سخت است اگر بخواهم بگویم از نقطه‌ی مشخصی شروع کنید و به هدف برسید. برنامه‌ریزی بلندمدت داشتن سخت است و اتفاقات عجیب‌وغریب زیاد رخ می‌دهد؛ اما اگر به هر حال می‌خواهند حتماً کسب‌وکاری راه بیندازند، پیوستن به شتاب‌دهنده‌ی شریف قطعاً توصیه‌ی من است.



QuantCan



BOOJIK
STUDIO

داستان‌های انحلال

در این بخش از درس‌آموخته‌های
استارت‌آپ‌هایی خواهیم شنید که تصمیم به
انحلال مجموعه خود گرفته‌اند.



دیالوگ

اپراتور مجازی هوشمند

مصاحبه با احمد اسدی

شکل‌گیری ایده:

تیرماه ۹۴ به همراه دوستم آقای سجاد خطیری در دانشگاه بودیم و به فکر راه‌اندازی یک کسب‌وکار برای خودمان بودیم. زمانی بود که هر دو، ۱ سالی بود وارد حوزه‌ی هوش مصنوعی شده بودیم و به این فکر افتادیم یک سری کارهایی که در حوزه‌ی هوش مصنوعی در زمینه‌ی پردازش متن زبان فارسی در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی بتوانیم پیاده‌سازی کنیم و تحت قالب محصولی ارائه دهیم.

ایده کار از تیرماه ۹۵ شروع شد و بحث اولی که دنبال آن بودیم بحث فیلتر کردن محتوای متنی در فضای وب بود. با شرکت‌هایی کار می‌کردیم که دغدغه‌ی آن‌ها این مسئله بود. به این فکر افتادیم که می‌توانیم سرویسمان را از همین‌جا شروع کنیم و در ابتدا به نظرم کار ساده‌ای بود.

اولین استارت‌آپی که به آن خدمات دادیم استارت‌آپ پاپیون در حوزه‌ی طرز پخت غذاهای مختلف بود و کاربرها زیر پست‌های آن کامنت می‌گذاشتند و فیلتر کردن این کامنت‌ها چیزی بود که می‌خواست برای آن هزینه کند و بعدازآن با بازی Quiz of Kings کارمان را ادامه دادیم.

مسیر دیالوگ تا به امروز:

حوالی سال ۹۵ بود که با شتاب‌دهنده شریف و تیم آن آشنا شدیم و وارد مجتمع خدمات فناوری دانشگاه شریف شدیم. کارمان را در قالب منتورشیپ‌ها و مشاوره‌ها پیش بردیم و توانستیم خیلی از قسمت‌های کسب‌وکار را بهتر بشناسیم، پیش‌زمینه‌ی هر دوی ما فنی بود و با حوزه‌های کسب‌وکار خیلی آشنایی نداشتیم و شتاب‌دهنده خیلی به ما کمک کرد.

ابتدای سال ۹۶ اواخر مرداد که برای جذب سرمایه دور اول با اسمارت‌آپ شروع کردیم، فرایند جذب سرمایه ۹ ماه بود و تا انتهای سال توانستیم سرمایه بگیریم و وارد اسمارت‌آپ شویم. در نمایشگاه الکامپ شرکت کردیم و جایزه برنده شدیم و توانستیم تعدادی مشتری جذب کنیم.

زمانی که وارد اسمارت‌آپ شدیم به فکر چرخش (Pivot) افتادیم که محصولات متفاوتی برای بازارهای متفاوت ارائه بدهیم. زمان ورود محصول نسخه‌ی اولیه داشتیم، بهمن ۹۶ وارد اسمارت‌آپ شدیم آن زمان Quiz of Kings مشتری ما بود و از خدمات ما استفاده می‌کرد. تا سال ۹۶ با چالش‌های اساسی در حوزه‌ی کامنت‌ماینر روبرو شدیم، کاری که ما می‌کردیم چند خصوصیت برجسته داشت که ادامه را هم برای ما سخت می‌کرد.



ما داشتیم درباره‌ی یک محصولی که به لحاظ تکنولوژی High-Tech بود صحبت می‌کردیم و از طرفی مشتریان آن سازمان‌ها بودند و مشابه آن در ایران نبود، نمونه‌ی خارجی هم کم بود و تجربه‌ی استفاده از محصول در جامعه‌ی هدف ما وجود نداشت.

وقتی وارد بازار شدیم و با جاهای مختلف از جمله دیجی‌کالا، ایرانسل، همراه اول و ... تا ۳۵ کسب‌وکار مطرح پیش رفتیم و به خیلی از این شرکت‌ها نسخه‌ی آزمایشی دادیم اما درنهایت به این جمع‌بندی رسیدیم که این محصول درست است مشکل را حل می‌کند اما دغدغه‌ی اصلی این کسب‌وکارها نیست. همچنین وب‌سرویس‌هایی ارائه می‌دادیم که محدود بودند، می‌توانیم محتوا را فیلتر کنیم، در شبکه‌های اجتماعی رصد کنیم که چه صحبت‌هایی درباره‌ی کسب‌وکار شما می‌شود و چقدر نظر مثبت و منفی وجود دارد، چه جنبه‌هایی از کسب‌وکار شما مثبت و منفی است و ...

نکته این بود که خیلی از مدیران این کسب‌وکارها می‌دانستند ولی با چالش‌های بزرگ‌تری روبرو هستند که این دغدغه‌ی اصلی آن‌ها نیست به همین دلیل تصمیم گرفتیم کمی محصول را تغییر دهیم و بیشتر جلو برویم و محصول کامل‌تری در همین حوزه‌ها ولی کمی متفاوت‌تر ارائه دهیم.

یکی از محصولاتی که به نظر می‌رسید که سریع‌تر بتوانیم به آن برسیم و می‌تواند ارزش بیشتری برای ما داشته باشد بحث چت‌بات‌ها بود که در دنیا هم رایج شده بود. چت‌بات‌هایی که بتوانند در بخش پشتیبانی به‌طور خودکار بخشی از مکالمات را انجام دهند و هزینه‌ی پشتیبانی شرکت‌ها را کاهش دهند و می‌توانستند در یک فضای مجازی برای کسب‌وکارها سرخ ایجاد کنند یا سرخ‌ها را پیگیری کنند.

می‌خواستیم یک موتور ساخت چت‌بات ارائه دهیم که هر کسب‌وکاری دوست داشت بیاورد شود و چت‌بات خود را بسازد و آن را استفاده کند. فکر می‌کردیم می‌توانیم به کسب‌وکارهای مختلف و بیشتری سرویس ارائه دهیم و با این فکر وارد اسمارت‌آپ شدیم.

بهمن ۹۶ وارد اسمارت‌آپ شدیم، در تمام فرآیند چرخش (Pivot) اسمارت‌آپ کنار ما بود. چت‌بات اولیه را انتهای اردیبهشت‌ماه سال ۹۶ توانستیم بالا بیاوریم و اولین کسب‌وکاری که روی آن تست کردیم سلام‌سینما بود. (به عنوان پشتیبان سلام‌سینما) و رضایت کاربران را به همراه داشت.

این محصول به نام **دیالوگ** مطرح شد. اولین بار در الکامپ ۹۶ رونمایی شد و رتبه کسب کردیم، آگاهی نسبتاً خوبی ایجاد شد. بعدازآن در جیتکس ۲۰۱۷ دبی هم ارائه دادیم و بازخوردهای اولیه خیلی خوب بود و امیدوار بودیم مشکلاتی که در کامنت‌ماینر با آن‌ها روبرو بودیم در دیالوگ کمتر باشد اما جلوتر که رفتیم هرچند بازار بزرگ‌تر شده بود اما دیدیم مشکلات همچنان وجود دارد، خیلی از مشتری‌ها اعتماد نمی‌کردند، خیلی‌ها پشتیبانی برایشان مهم بود که نرم‌افزار نباشد و انسان باشد، ارائه‌ی یک موتور چت‌بات به شکلی که در ذهن ما بود به هر کسب‌وکاری سخت بود.

سال ۹۶ نزدیک ۲۴ استارت‌آپ و سایت بودند که از دیالوگ استفاده می‌کردند.

درآمد حاصل شد ولی نه آنچه مدنظر ما بود و می‌توانستیم به آن تکیه کنیم. کسب‌وکارهای خارجی هم با همین چالش‌ها روبرو بودند و درآمد آن‌چنانی نداشتند و عموم استراتژی‌های آن‌ها بحث جذب بود.

به این فکر افتادیم که نیاز به دور دوم سرمایه‌گذاری است و بدون سرمایه نمی‌توانیم ادامه دهیم و رفتیم برای جذب سرمایه‌گذار بعدی. درنهایت یک هم‌سرمایه‌گذاری توسط سرمایه‌گذاری رایان و کارگزاری خوارزمی صورت گرفت. آن زمان داشتیم نسخه‌ای را روی کارگزاری فارابی پیاده می‌کردیم و نیچ مارکت را مشخص کرده بودیم و تمرکز ما روی کارگزاری و بازار بورس بود ولی درنهایت پاییز ۹۸ بود که استارت‌آپ را منحل کردیم.

دلایل منحل شدن:

- زمانی که هم‌سرمایه‌گذاری (Co-Invest) گرفتیم اصلاً برای ما جذاب نبود.
- آن زمان هم‌زمان چند استارت‌آپ حوزه‌ی هوش مصنوعی هم‌پای ما دور اول سرمایه گرفته بودند اما هیچ‌کدام نتوانستیم مدل درآمدی مناسب طراحی کنیم که حتی روی کاغذ و تئوری اعداد و ارقام آن به هم بخورد.
- در عمل هیچ‌کدام از تخمین‌های ما محقق نمی‌شد.
- تیمی داشتیم که به‌شدت به لحاظ مختلف فرسوده شده بود، این تیم به دنبال پیدا کردن نیچ مارکت بود و این یعنی بازه‌های مثلاً هرماه روی بازارهای مختلف کار کنیم و تیم را سرخورده می‌کرد که ۱ سال مدام در حال تست حوزه‌های مختلف بودیم.
- این کار به‌راحتی کار در حوزه‌ی B2C نیست. چون کسب‌وکار حوزه‌ی B2B است باید قرارداد بسته شود، کار فنی زیادی می‌برد و باید اوایل کار بدون دریافت هیچ هزینه‌ای انجام شود تا اعتماد طرف مقابل جلب شود و تیم را هم به لحاظ مالی و هم انگیزه‌ای فرسوده می‌کرد.

- توانسته بودیم یک محصول را فقط برای یک کارگزاری تست کنیم و در جای دیگر به همین شکل قابل استفاده نبود، برای یک کارگزاری دیگر نیاز به سفارشی سازی داشت و مشتریان ابتدای کار نمی پذیرفتند هزینه ای بپردازند.
- با ۲ سرمایه گذار که به صورت مشترک سرمایه گذاری کرده بودند مواجه شدیم که باهم قرارداد داشتند و هر کدام به تنهایی هم با ما روابطی داشتند و کم تجربگی ما بود که وقت زیادی برای شناخت روابط نگذاشتیم و این یکی از مهم ترین نکاتی بود که باعث انحلال تیم ما شد.
- چون از ایجاد ارتباط جدید با ۲ شرکت سرمایه گذار می ترسیدم، تصمیم گرفتیم یکی از شرکت ها به عنوان نماینده وارد هیئت مدیره شود و سرمایه گذاری اشتباهی را به عنوان نماینده انتخاب کردیم.
- نتوانستیم از پتانسیل کارگزاری که روی ما سرمایه گذاری کرده بود به درستی کمک بگیریم و استفاده کنیم اما شاید به دلیل کم تجربگی شخص بنده بود.
- به چرخش (Pivot) جدید رسیدیم که می توانست خیلی خوب باشد و با وجود این هیئت مدیره ای که در آن شرایط می توانست در حوزه های مختلف به ما کمک کند خصوصاً در حوزه B2C، در بحث مجوزها و امور اداری، در حوزه های مالی می توانست سکوی پرش باشد اما به دلیل عدم توانایی در مدیریت ارتباطات باعث شد این فرصت ها شکل نگیرد.
- نقطه ای آخر ریسک خود محصول بود که از آن غافل بودیم، مهم ترین اینکه برای توسعه ای یک محصول High-Tech برای یک مشتری خاص باید هزینه ای زیادی صورت بگیرد چه مالی و چه زمانی. منحل کردن برخلاف نظر سرمایه گذاران بود اما تصمیم نهایی خود ما بود.

چرا شتاب دهنده شریف؟

زمینه ی کاری ما کاملاً فنی بود و علاقه داشتیم و سجاد دانشجوی شریف بود و گفت جایی است که از کارهای مشابه ما حمایت می کند، یاد می دهد و مشاور است، برویم آنجا به ما کمک می کند، من هم گفتم برویم. درواقع جنبه ی آموزش کسب و کار و شبکه و ارتباطات برای ما مهم بود.

وقتی در کنار افرادی که قبل از شما چند بار این کار را انجام دادند کار می کنید می توانید راهنمایی بگیرید، نتیجه ی کارتان را چک کنید، چالش ها را باهم حل کنید و این جنس یادگیری برای ما مهم بود و واقعاً هم اتفاق افتاد.

مهم ترین چیزی که شتاب دهنده برای ما داشت این بود که به ما جرات داد که برویم در حوزه ای کار کنیم که تخصص ما نیست، کمک به جذب سرمایه، این فرصت را هم به ما داد و با منتورشیپ هایی که داشت توانست کارمان را تقویت کند و نقاط ضعف ما را به ما نشان داد و همین که نقاط ضعفتان را بدانید می توانید بروید و آن را حل کنید.

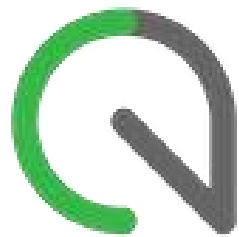
ارتباطاتی که شتاب دهنده ایجاد کرد اصل کار را انجام می داد. ما نمی خواستیم سمت جذب سرمایه برویم اما شتاب دهنده ما را هل داد و جلسه ی اول خوب پیش رفت و متوجه شدیم که مساله جدی است و باید آن را حل کرد.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

قصد اپلای داشتیم بعد تصمیم گرفتیم ارشد بمانیم و دکترای برویم، سجاد بعد از انحلال دیالوگ از ایران رفت ولی خودم بعد از انحلال دیالوگ با یک احمد اسدی جدید روبرو بودم که فرد ۲ سال پیش نبود و فقط یک دولوپر نبود و کسی بود که کمی کسب و کار و جلسه رفتن بلد بود و برنامه ی مالی طراحی کرده بود و سرمایه جذب کرده بود و فروش انجام داده بود و این ۳ سال تجربه باعث شد روی پله ای که الان هستم بایستم و این پله خیلی بالاتر از پله ای خواهد بود که اگر به شتاب دهنده شریف نمی رفتم می ایستادم و نکته ی مهمی برای من بود و از این مدل آدم هایی هستیم که معتقدم بمانیم و بسازیم.

توصیه شما به علاقه مندان به فضای استارت آپ:

اکیداً توصیه می کنم هیچ وقت خودشان را درگیر اصطلاحات اکوسیستم استارت آپ یا استارت آپ نکنند ما به شدت از آن ضربه خوردیم. مهم ترین چیز این است که کسب و کار شما پیشرفت کند و پیشرفت یعنی رسیدن به یک درآمد پایدار و شرایط شروع رشد و این را در نظر بگیرند و پیش بروند. خیلی وقت ها صرف این اصطلاحات باعث راه گم کردن و عقب افتادن می شود و تنها چیزی که مهم است صلاح کسب و کار است.



QuantCan

کوانتکن

پلتفرم معاملات الگوریتمی

مصاحبه با حامد حدادی

شکل‌گیری ایده:

من ورودی ۹۰ مهندسی صنایع شریف هستم و ارشد MBA مالی دانشگاه تهران. از سال ۹۱ درگیر استارت‌آپ‌های مختلف بودم و هنوز آن زمان شتاب‌دهنده تأسیس نشده بود. ۲ مسیر موازی در زندگی من شکل گرفت که یکی از آن‌ها منجر شد به ۷ شکست در استارت‌آپ‌های مختلف تا اینکه پس از ۷ امین شکست به این جمع‌بندی رسیدم من بدر استارت‌آپ راه انداختن نمی‌خورم و از مسیر جدا شدم و رفتم کارمند شدم. یکی از سرمایه‌گذارهایی که در روند کار با آن‌ها آشنا شدم شرکت تأمین سرمایه لوتوس پارسیان بود و من وارد شرکت تأمین سرمایه لوتوس شدم و شروع به کارکردم.

مسیر دومی که سال ۹۱ وارد آن شدم مسیر بورس ایران بود. من همیشه به بورس علاقه‌مند بودم و به مرور فعالیت حرفه‌ای را به‌عنوان تحلیلگر ادامه دادم. این مسیر و تجربه‌ی استارت‌آپی کمک کردند که من وارد شرکت تأمین سرمایه لوتوس شوم و در صندوقی که بعداً با نام رویش لوتوس شناخته شد با ۲ نفر کارشناس دیگر این صندوق را راه‌اندازی کردیم.

مسیر کوانتکن تا به امروز:

از سال ۹۵ تا ۹۶ به مدت ۱ سال در شتاب‌دهنده شریف بودیم که خیلی به ما کمک کرد و بعدازآن رهنما روی ما سرمایه‌گذاری کرد.

در کوانتکن پلتفرمی داشتیم که افراد بتوانند برای خودشان الگوریتم معاملاتی بنویسند و اجرا کنند و مجانی هم باشد. زبان برنامه‌نویسی پایتون نیاز داشت. بعدازآن الگوریتم‌ساز طراحی کردیم که بدون دانش برنامه‌نویسی می‌توانید الگوریتم معاملاتی بنویسید و بسیار سروسدا کرد که در بازه‌ی زمانی ۴-۵ ماهه رشد استارت‌آپ‌مان شروع شد. سال ۹۶ کوانتکن در قالب شرکت برکه سبز فناوری ثبت شد و بعدازآن محصول کوانتکن دانش‌بنیان شد. ۱ سال سعی و خطا کردیم برای تولید محصول و سال ۹۸ ابزار الگوریتم‌سازمان را معرفی کردیم. در مهر و آبان و آذر بدون هیچ تبلیغی از ۵۰ ثبت‌نام در ۲ سال به ۲ ثبت‌نام در روز که باید در ۲ نسخه با امضا پست می‌کردند رسیدیم. امیرعلی محمد زاده هم‌بنیانگذار بود و تمام امور فنی استارت‌آپ را انجام می‌داد.

”همیشه شنیده‌ایم تمرکز بسیار مهم است و امروز نگاه می‌کنم به جایی که ایستادیم و می‌بینم واقعاً هرچه ما به دست آوردیم حاصل تمرکز است و هرچا تمرکزمان بیشتر شده آنجا همان جایی است که بردیم.“

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

کسی که می‌خواهد استارت‌آپ بزند خودش نباید روی خودش سرمایه‌گذاری کند. وقتی کسی روی شما سرمایه‌گذاری می‌کند یک‌بار تأیید می‌شوید و کسی که به عنوان سرمایه‌گذار می‌آید فقط پول نمی‌آورد شبکه‌ای ایجاد می‌شود که ارزش ایجاد می‌کند.

شتاب‌دهنده از نظر مالی کمک زیادی نمی‌کند ولی خدمات و شبکه می‌دهد که خیلی برای ما با اهمیت بود، از خدمات دیگر شریف دوره‌هایی بود که مهمان داشتند تقریباً در همه‌ی ایونت‌ها شرکت کردم و از همه استفاده کردم. همه برای من مفید بود.

از کلاس‌ها چند دوره خوب یادم است:

- دوره‌ی انواع قراردادهای آقای دراجی
- دوره‌ی ارزش‌گذاری استارت‌آپ‌ها محمدرضا فرحی

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

تمرکز خیلی مهم است. استیو جابز می‌گوید: یک هنر مهم که یک کارآفرین باید داشته باشد این است که به فرصت‌های خوبی که خلق می‌شود نه بگوید. همیشه شنیده‌ایم تمرکز بسیار مهم است و امروز نگاه می‌کنم به جایی که ایستادیم و می‌بینم واقعاً هرچه ما به دست آوردیم حاصل تمرکز است و هرچا تمرکزمان بیشتر شده آنجا همان جایی است که بردیم.

تا اینکه یک روز سازمان بورس نامه زد به همه‌ی کارگزاری‌ها که سامانه quantcan.ir که ادعای معاملات الگوریتمی برای کاربران دارد کلاهبرداری از نوع فیشینگ و حمله‌ی سایبری است. از طریق مرکز کنترل و نظارت بر امنیت اطلاعات بازار سرمایه (مکنا) پیگیری و اعتراض کردیم و درخواست جلسه کردیم و بر سر دریافت مجوز و ادامه‌ی کار با چالش‌های جدی مواجه شدیم.

مسیر دیگری که از روزی که شروع به کار کردیم در ذهن ما ایجاد شد این سؤال بود که در بازار بورس ایران با این وضعیت الگوریتم معاملاتی جواب می‌دهد یا نه و از نظر ما جواب بله بود.

شروع کردیم به طراحی کردن الگوریتم‌های معاملاتی به عنوان مشتری محصول خودمان و روی محصول خودمان یک الگوریتم معاملاتی نوشتیم.

امروز ۴ ورژن مختلف از این الگوریتم ایجاد شده است و در بازار وال استریت استفاده می‌شود که بزرگ‌ترین بازار مالی دنیاست نزدیک به ۱۰۰ معامله را بستیم که هیچ یک از آن‌ها تبدیل به ضرر نشده است. شرکت عملاً ادامه فعالیت نداد اما تیم ما همچنان روی الگوریتم کار می‌کند اما در نه قالب شرکت کوانت‌کن و در خارج از ایران.

شرکت به ۱۸ نفر هم رسید و داشت توسعه پیدا می‌کرد اما مجدداً کوچک شدیم تا به امروز و در حال حاضر من و امیرعلی و چند تن دیگر از بچه‌ها در قالب یک تیم کوچک ۵ نفره و نه در قالب شرکت با هم مانده‌ایم.



تسکوک

اپلیکیشن تقویم

مصاحبه با مهدی باختری

شکل‌گیری ایده:

سال ۹۴ این احساس نیاز برای شخص خودم که خیلی سرم شلوغ بود به وجود آمده بود. اینکه بتوانیم در ۳ ثانیه وظیفه‌ی خودمان را در پلتفرمی ایجاد کنیم و با توجه به تصویر ذهنی که از ساعت داشتیم، دور ساعت مچی کارهایمان را بچینیم و ایده‌ی تسکوک شکل گرفت.

پیاده‌سازی ایده‌ی را در شتاب‌دهنده شریف شروع کردیم و پس از ۴-۵ ماه عرضه شد و پس‌از آن مسیر بهبود را ادامه دادیم.

ما در ابتدا ۲ نفر بودیم، علی زارعان و مهدی باختری، ۲ دوستی که از راهنمایی و دبیرستان در تیزهوشان باهم بودیم، کارشناسی نرم‌افزار امیرکبیر خواندیم و ارشد از هم جدا شدیم، علی رفت هوش مصنوعی شریف و من مسیر مدیریت را ادامه دادم و دوباره برای ایده‌ی تسکوک به هم ملحق شدیم. الان علی در شرکت سحاب پرداز مشغول به کار است.

مسیر تسکوک تا به امروز:

با مدیریت خانم ناصری واقعاً مسیر خوبی را طی کردیم و از مشاوره‌های مختلف در آن روزها استفاده می‌کردیم، اعم از مدل کسب‌وکار و ارائه (Pitch-deck) و ... ولی بزرگترین مشکل ما ایده آل‌گرایی بود و تسکوک تجربه خوبی برای حل این مشکل شد.

متأسفانه ۱ سال بعد از شروع در شتاب‌دهنده استارت‌آپ رها شده بود و فقط به عنوان یک ابزار سودمند در کافه بازار به حیات نباتی خودش ادامه داد. تسکوکی‌ها مسیرهای دیگری را پیش گرفتند، یکی از ما در شرکت‌های تپسی و تدبیر و ... بود تا اینکه تانک را راه انداخت و یکی دیگر از ما مدیر دوآپس سحاب پرداز بود و ...

ما فرایند خروج و جذب سرمایه نداشتیم و تسکوک ارزش‌گذاری هم نشد لذا تخمینی از ارزش الان هم نداریم، شاید در بهترین حالت ۲۰۰ میلیون تومان هم اسکیل نکردیم و الان کسی روی اپلیکیشن کار نمی‌کند، ولی چند استارت‌آپ به ما پیشنهاد استفاده از تسکوک در کارهایشان را داده‌اند و احتمالاً چند مشارکت کلیدی شکل دهیم.

” کلاً وقتی خودتان مسئول کاری باشید، رشد کردن بدیهی‌ترین نیاز روزانه می‌شود. مخصوصاً وقتی در یک شتاب‌دهنده پر از بچه‌های نخبه باشید.

چرا شتاب‌دهنده شریف؟

کلاً شروع بدون شتاب‌دهنده برای تیم‌ها خیلی سخت است، نه می‌دانند به چه سمتی باید بروند، نه می‌توانند هزینه‌های اولیه را پوشش دهند و نه به‌تنهایی می‌توانند محصول را به بلوغ برسانند. ما تقریباً از تمام خدمات شتاب‌دهنده در هر زمینه‌ای استفاده می‌کردیم، از انواع جلسات آموزشی مدل مالی، اختیار خرید سهام، ارائه (Pitch-deck) و ... همچنین از دوره‌ی با سرمایه‌گذارها به شدت استقبال کردیم و هنر صحبت کردن جلوی سرمایه‌گذار را هم یاد گرفتیم. شبکه‌ی بسیار خوبی در اکوسیستم به دست آوردیم و با افراد ارزشمندی مثل مهدی مظاهری آشنا شدیم که همین الان هم این آشنایی ادامه‌دار شده است. واقعاً یکی از شیرین‌ترین دوره‌های زندگی را در کنار تیم‌های دیدتو، ویدوفیل، همتا، لئوگیمز و ... گذرانده‌ایم و هر روز آن پر از خاطرات استارت‌آپی جذاب است، در ابتدا تیم‌ها قدری از هم دور بودند ولی به مرور ارتباط تنگاتنگی شکل گرفت که تا همین امروز هم ادامه دارد. یکی از جذاب‌ترین خاطرات ما ساخت استاپ موشن برای تیم‌های دیگر بود که درآمد خوبی هم داشت.

ماندن در ایران و حمایت اکوسیستم نوآوری از کارآفرینی:

کارآفرینی چیزی بود که اگر در ایران بسترش نبود، می‌رفتم یک جای دیگر دنیا انجامش می‌دادم اما خدارا شکر در ایران پیدایش کردم.

توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

توصیه‌ی من برای افرادی که به این راه وارد می‌شوند ثبات قدم، ثبات قدم و ثبات قدم است. همین‌طور نگاه‌داشتن تمرکز در یک کار و عدم انجام چند کار به صورت موازی که تنها عامل موفقیت و شکست استارت‌آپ‌ها همین است. نقش اکوسیستم در این مسیر بسیار کلیدی است. اصولاً هر چیزی که در این مسیر ساخته می‌شود تأثیر اکوسیستم به طور جدی در آن مشهود است و مهم‌ترین آن ایجاد مشارکت‌های کلیدی و استراتژیک است.

ما با این تجربه یاد گرفتیم چگونه یک استارت‌آپ به نقطه‌ی شکست نزدیک می‌شود و تمام تلاشمان را می‌کنیم دوباره تکرار نکنیم، به همراه تمام چیزهای روتین دیگری که بقیه یاد گرفتند و واقعاً چگالی یادگیری من در روزهای تسکوک چندین برابر کار کردن در بزرگ‌ترین شرکت‌های استارت‌آپی بود. کلاً وقتی خودتان مسئول کاری باشید، رشد کردن بدیهی‌ترین نیاز روزانه می‌شود. مخصوصاً وقتی در یک شتاب‌دهنده پر از بچه‌های نخبه باشید.



بوجیک

مصاحبه با آرش صادقیان حقیقی

رسانه‌ای تعاملی با هدف تلفیق آموزش و سرگرمی

مسیر بوجیک تا به امروز:

یکی از بچه‌های تیم شریفی بود و به ما پیشنهاد داد به شتاب‌دهنده شریف برویم. در آنجا با آقای حسینی و خانم ناصری صحبت کردیم، از ایده‌ی ما استقبال شد و وارد شتاب‌دهنده شدیم. یک اپلیکیشن طراحی کردیم و سال ۹۵ اپلیکیشن برگزیده‌ی کافه بازار شدیم.

۸۰۰ هزار تومان پول به برنامه‌نویس و ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان به تصویرساز دادیم، ۳۱ تیر ۹۵ اپلیکیشن را در کافه بازار عرضه کردیم. تا پایان تیر ۹۵ فقط از کافه بازار ۱۶ میلیون تومان درآمد داشتیم که ۴۰ درصد به کافه بازار و بقیه به خودمان رسید.

با یک اپلیکیشن و یک قصه در ۱ سال ۱۲ میلیون تومان درآمد داشتیم.

اسفند ۹۴ وارد شتاب‌دهنده شدیم ولی پیش از ورود به شتاب‌دهنده هم قصه و تصویر داشتیم، با بذرماه‌ای که از شتاب‌دهنده دریافت کردیم رفتیم و کامپیوتر خریدیم.

تا ۳۱ تیر، با موتور بازی‌ساز یونیتی اپلیکیشن را ساختیم. فضای شتاب‌دهنده باز بود و هر جا به مشکل می‌خوردیم سر میز بچه‌ها می‌رفتیم و کمک می‌خواستیم.

شکل‌گیری ایده:

من مدرس دوره‌های حرفه‌ای تئاتر کودک هستم. تا المپیاد جهانی شیمی رفتم و دانشگاه رشته کامپیوتر خواندم و بعدازآن سراغ تئاتر و چیزی که فکر می‌کردم به آن علاقه دارم رفتم. چون کامپیوتر خوانده بودم و آدم‌هایی که گرایش به کار خلاقانه دارند می‌توانند از آن بهره ببرند. این شد که در این حوزه هم مقداری کار کردم مثل ساخت اپلیکیشن، بازی، شبیه‌ساز و غیره.

بانک پاسارگاد ابتدای سال ۹۳ وبسایت کودک داشت و از ما برای همکاری در این پروژه دعوت شد و تعدادی داستان برای آن‌ها ساختیم. داستان‌های ما بر مبنای فناوری و تعامل بود. من مدیر پروژه سایت کودک بانک بودم.

توی اینترنت می‌گشتم، دیدم یک گروه دیگر هم هستند که داستان تعاملی می‌سازند و متوجه شدم از بچه‌های دانشگاه شریف هستند. باهم قرار گذاشتیم و دوست داشتیم با آن‌ها آشنا شویم و باهم تیم شدیم. می‌خواستیم به آوا تک بپیوندیم که برخی شرایط را دوست نداشتیم.

در میانه‌ی مسیر ۲ نفر از تیم ما جدا شدند و سپس شرکت را ثبت کردیم. در مسیر مشکلات زیادی داشتیم مثلاً یکی از برنامه‌نویس‌ها پول گرفت ولی کار را انجام نداد. لوازم ما را دزدید و ۳۷ میلیون تومان (سال ۹۶) برای برگرداندن آن‌ها از ما خواست. این‌طور شد که من سال ۹۷ رفتم و خودم کدنویسی یاد گرفتم. در زمانی که دوستان برای یک اپلیکیشن ۳ ماه وقت می‌گذاشتند، من ۱۱ اپلیکیشن نوشتم.

زمانی که گوگل به خاطر ایرانی بودن ما را حذف کرد ۱۱۶ دلار در ماه درآمد از یک اپلیکیشن داشتیم. آنجا فهمیدم تحریم از داخل و خارج همیشه به ما فشار خواهد آورد ولی چاره‌ای نبود. کرونا تازه شروع شده بود که روی آوردم به اپلیکیشن‌های آموزشی و الان در این حوزه فعالیت می‌کنم. فعلاً در تلاش برای بررسی گزینه‌های مهاجرت و یا ایجاد درآمد ارزی هستیم. ۳ روز در هفته فناپ مشغول هستم و امسال روی آموزش مجازی کار کردیم. یک پروژه هم برای همراه اول عرضه کردیم و ۵۰۰۰ رکورد آموزشی داشتیم در قالب گروه توسعه مدیریت نشا. تعدادی پروژه هم برای سایر سازمان‌ها داشتیم.

بقیه‌ی وقت‌ها را صرف اپلیکیشن‌های آموزشی می‌کنم. از سال ۸۶ هم در بیمارستان‌های کودکان هر جمعه برای بچه‌ها نمایش اجرا می‌کنم. صحبت کردیم ببینیم امکان صادرات محتوای کمک‌آموزشی به عراق چطور است چون عراق هم نیازمند محتوای آموزشی است و ما هم در این سال‌ها به تکنولوژی مسلط شدیم و الان راحت‌تر است و می‌فهمیم چه‌کاری قابل انجام است.

تخمین ارزش‌گذاری ما بر مبنای درآمد زیر ۱ میلیارد تومان می‌شد و سرمایه جذب نکردیم. بحث سرمایه‌گذاری سال‌های ۹۶ و ۹۷، ۶۰۰ میلیون تومان درازای ۳۵ درصد بود. اگر تیم باشد ارزش کنونی بیشتر است اما الان از این استارت‌آپ فقط من مانده‌ام. من خودم خیلی سرمایه‌پذیری را توصیه نمی‌کنم. بزرگ‌ترین مشکل ما مشکل ارتباطی است، به معنای واقعی چه در کار تیمی چه در سرمایه‌گذاری مشکل ارتباطی داریم، خیلی سخت همدیگر را درک می‌کنیم یا به نفعمان نیست درک کنیم.



چرا شتاب‌دهنده شریف؟

انگیزه‌ی اولیه‌ی ما فضای کاری بود و اینکه می‌دانستیم بلد نیستیم. من در ۳۰ سالگی وارد شتاب‌دهنده شدم و برایم کلی یادگیری داشت. این یادگیری هم مستقیم بود چون کارگاه‌های خیلی خوبی برگزار می‌شد و هم غیرمستقیم چون زیست کردن در آن فضا کمک می‌کرد درک کارآفرینی داشته باشیم. شتاب‌دهنده یادگیرنده بودن را یاد می‌داد چون در فضایی قرار می‌گرفتید که آدم‌ها دائماً در حال یادگیری بودند و اگر چیزی به خودتان اضافه نمی‌کردید از جمع جا می‌ماندید. فضای کاری و ارتباط با سرمایه‌گذاران اتفاق خوبی بود، خود فضای شتاب‌دهنده هم خیلی برای من مفید بود.

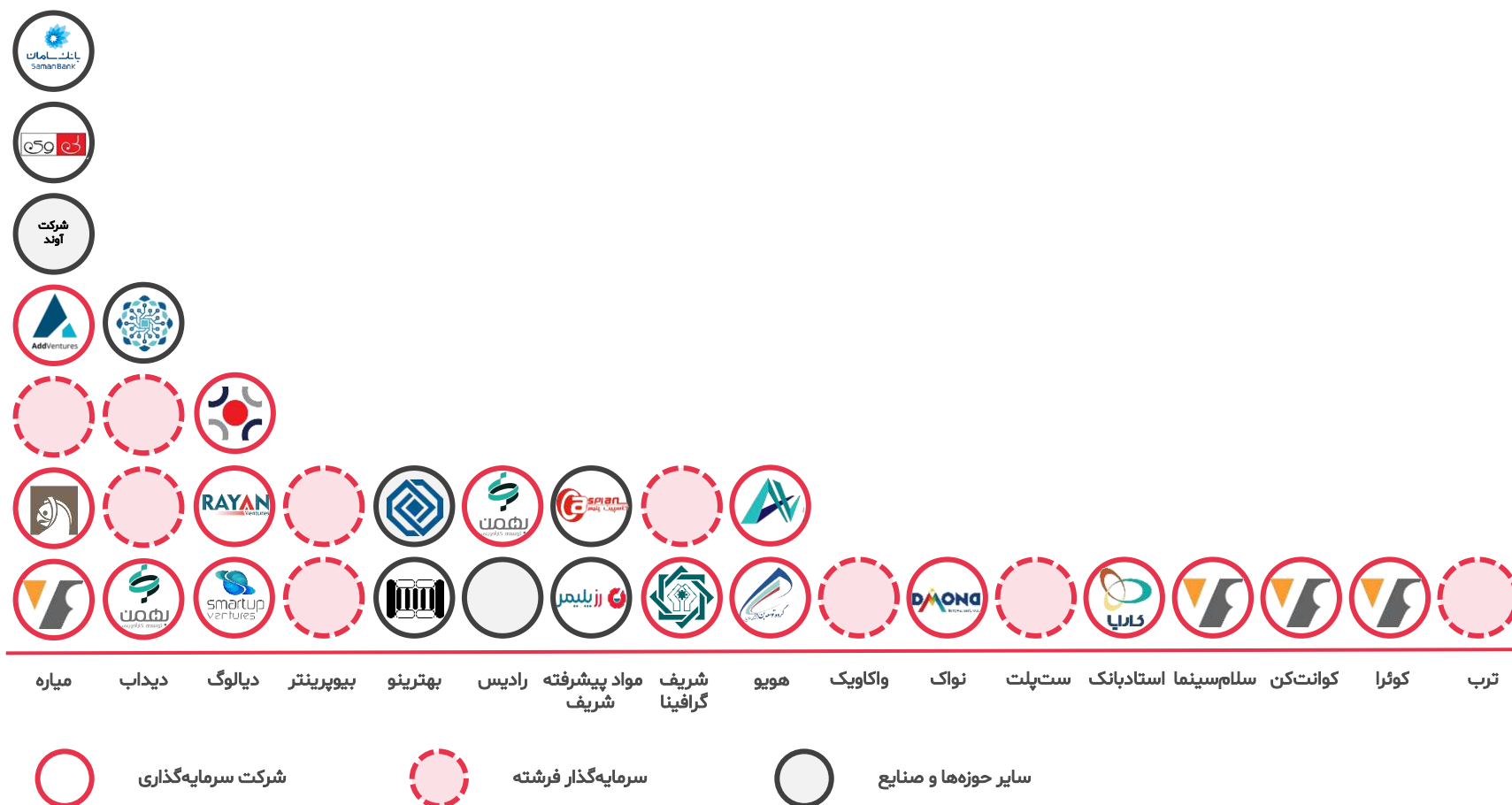
توصیه شما به علاقه‌مندان به فضای استارت‌آپی:

به قصد جذب سرمایه این کار را نکنند و تماماً برنامه را بر این مبنا بچینند که کار چطور با پول خودش رشد کند و اگر بعداً رقیبی وارد شد، بازار و استقبال از محصول جدی شد و برای جا گذاشتن رقیب نیاز به سرمایه بود به دنبال جذب سرمایه بروند. حتماً روی آموزش خود وقت صرف کنند که بعدها بتوانند تیم خوبی تشکیل دهند. رفتار سازمانی و سازمان‌دهی یاد بگیرند و در هنگام جذب هر فرد جدید به تیم روی هماهنگ شدن از نظر فرهنگی و رفتاری توجه کنند.

سرمایه‌گذاران

برخی از استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده

در این قسمت سرمایه‌گذاران برخی از استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده، که در این گزارش داستان آن‌ها را مطالعه کردید، آورده شده است.



دلایل جذابیت شتاب‌دهنده

مشاوره حقوقی

جذب سرمایه

اتمسفر آرام و حرفه‌ای

کمک بدون چشم‌داشت

کسب‌وکار کنار تحصیل

سرمایه‌گذاران

فضای کاری ارتباطات بذرمایه

تقویت اعتماد به نفس

اینترنت حرفه‌ای

منتورها

برند دانشگاه شریف

کارگاه‌های آموزشی

یافتن دوستان قوی و حرفه‌ای

جدی‌تر شدن کارها

دوره‌می‌های دوستانه شتاب‌دهنده

امکانات راحتی

درس گرفتن از تجربه شکست سایرین

عدم سهامداری در استارت‌آپ

تحلیلی بر دلایل انتخاب شتاب‌دهنده شریف
از دید استارت‌آپ‌ها بر اساس میزان تکرار هر
عامل اثرگذار





پارک علم و فناوری