

شتاب‌دهنده شریف

روایت یک دهه تحول و نوآوری

پاییز ۱۴۰۳

Sharif Accelerator



بہ نام او ...



پارک علم و فناوری

مسیر شتاب‌دهنده شریف از آغاز تا امروز

ده سال پیش، در دل دانشگاه صنعتی شریف، ایده‌ای نو شکل گرفت؛ ایده‌ای که هدف آن توانمندسازی کارآفرینان در تیم‌سازی، غنی‌سازی استارت‌آپ‌ها و دگرگونی فضای کارآفرینی در دانشگاه و کشور بود. شتاب‌دهنده شریف آغازگر مسیری بلندمدت و پرچالش شد؛ مسیری که در آن، ایده‌های خلاقانه به واقعیت پیوستند و کارآفرینان پرانگیزه با سرعتی بی‌نظیر به سوی اهداف خود حرکت کردند.

اکنون، در آستانه دهمین سالگرد فعالیت این نهاد، با نگاهی به مسیر طی شده به دستاوردهای برجسته آن افتخار می‌کنیم. این گزارش نه تنها مرورگر ده سال تلاش، نوآوری و پیشرفت است، بلکه به آینده‌ای روشن و پرامید نیز اشاره دارد. در طول این دهه، شتاب‌دهنده شریف به عنوان حمایت‌گر اولیه استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان، نقشی محوری در شکل‌گیری زیست‌بوم استارت‌آپی کشور ایفا کرده است.

در این گزارش، به بررسی دستاوردها، چالش‌ها و موفقیت‌ها خواهیم پرداخت. شتاب‌دهنده شریف، روایت‌گر اراده، نوآوری و تحولی است که در آن، هر موفقیت گامی به سوی ترویج نوآوری و پیشرفت در جامعه کارآفرینی کشور بوده است.

این مستند، یادآور روزهای خوبی است که تکرارشان خواهیم کرد.



طبقه ۰۹ | در گفت‌وگو با بنیان‌گذاران؛ از چالش‌ها تا موفقیت‌ها

طبقه ۰۷ | همراهان استراتژیک؛ نقش کلیدی در موفقیت و رشد

طبقه ۰۵ | از شتاب‌دهنده تا زیست‌بوم کارآفرینی؛ بررسی تأثیرات کلیدی

طبقه ۰۳ | گنجینه خدمات؛ تنوعی از راه‌حل‌های کاربردی

طبقه ۰۱ | مسیر تکامل؛ از ایده به واقعیت

کلام آخر؛ برداشت‌های کلیدی | طبقه ۱۰

پشت‌صحنه موفقیت؛ همکاران کلیدی و نقش آن‌ها در مسیر رشد | طبقه ۰۸

مروری بر یک دهه؛ مهم‌ترین رخداد‌های ۱۰ سال اخیر | طبقه ۰۶

از بنیان‌گذار تا بازار؛ تنوع در فعالیت‌های استارت‌آپی | طبقه ۰۴

روایت‌های آماری؛ جستجوی معنا در اعداد | طبقه ۰۲



طبقه ۱۰

مسیر تکامل؛
از ایده به واقعیت



سرآغاز تحول؛ کلامی از ریاست پارک علم و فناوری

بهنام طالبی | رئیس پارک علم و فناوری

شتاب‌دهنده شریف؛ کانون پرورش ایده‌ها و تیم‌های کارآفرین



دو دهه از ایجاد و توسعه پارک‌های علم و فناوری در کشور می‌گذرد و در حال حاضر این مجموعه‌ها به یکی از بازیگران موثر در اکوسیستم کارآفرینی و نوآوری ایران تبدیل شده‌اند و به صورت ساختارمند با پراکندگی جغرافیایی خوبی به صورت ملی فعالیت می‌کنند.

پارک علم و فناوری شریف علاوه بر نقش خود در رشد شرکت‌های فناور بر ایجاد و تقویت بسترهای لازم برای حمایت از تولد کسب‌وکارهای فناورانه نیز تاکید دارد. از این رو شتاب‌دهنده شریف به عنوان نهادی که بتواند به پرورش ایده‌های استارت‌آپی و تیم‌سازی کارآفرینان نوپا کمک کند از سال ۱۳۹۳ فعالیت خود را آغاز نمود و در طول یک دهه اخیر با حمایت از بیش از ۲۰۰ استارت‌آپ، نقش مؤثری در توسعه اکوسیستم کارآفرینی کشور ایفا کرده است. گزارش حاضر نیز به روشنی بر عملکرد درخشان این نهاد در ایجاد استارت‌آپ‌های پیشرو در صنایع تاکید دارد.

موفقیت پارک علم و فناوری شریف وابسته به موفقیت تیم‌ها و شرکت‌هایش است و تمام تلاش پارک علم و فناوری این است که بتواند نقش‌آفرینی موثری در حمایت از ایجاد و توسعه واحدهای فناور تحت عضو داشته باشد. لذا چشم‌انداز مجموعه را به گونه‌ای ترسیم نمودیم که شاهد درخشش خانواده پارک علم و فناوری دانشگاه صنعتی شریف در اقتصاد ایران و در سطح بین‌الملل باشیم.



درخشش اندیشه؛ کلامی از بنیان‌گذار

مجید دهبیدی پور | بنیان‌گذار شتاب‌دهنده شریف

شتاب‌دهنده شریف؛ تداعی‌گر امید آفرینی



شتاب‌دهنده شریف با حمایت از ایده‌های فناورانه، ایجاد شبکه‌های ارتباطی و ارتقای فرهنگ کارآفرینی، به ایجاد یک فرهنگ جدید در زمینه نهادسازی نوآورانه به کشور کمک کرده است. شتاب‌دهنده شریف تداعی‌کننده مفهوم امیدآفرینی است و با ارائه الگویی موفق در حمایت از ایده‌های نوآورانه، به جوانان انگیزه می‌دهد تا با خلاقیت و جسارت ایده‌های خود را دنبال کنند و در مسیر خلق ارزش‌های جدید قدم بردارند. اگر جامعه استارت‌آپی کشور را همچون خانواده فرض کنیم، مهم‌ترین دارایی و سرمایه این خانواده را امید می‌دانم و ما باید از این امید صیانت کنیم و برای افزایش سطح امیدواری جوانان مان تلاش کنیم.

برای ارزیابی اثرگذاری شتاب‌دهنده شریف می‌توان از ۳ بعد به موضوع نگاه کرد؛ اول، شکل‌گیری شتاب‌دهنده موجب هویت‌بخشی به دانشجویان دانشگاه صنعتی شریف در ایجاد یک کسب‌وکار جدید شده است. جایی که می‌تواند در این مرحله کلیدی به کمک کارآفرینان نوپا بیاید و با اعتبار دادن به آن‌ها، امید را در دل صاحبان ایده تقویت کند. دوم، اثرگذاری یک شتاب‌دهنده را می‌توان با خروجی‌های آن سنجید. در طی این یک دهه شاهد کسب‌وکارهای موفق بوده‌ایم که توانسته‌اند به زندگی روزمره مردم وارد شوند و تاثیر اقتصادی مهمی در فضای دانش‌بنیان کشور ایجاد کنند. آخرین بعد معطوف به ایجاد گفتمان و جریان‌سازی در سطح ملی است. شتاب‌دهنده شریف به عنوان اولین شتاب‌دهنده دانشگاهی در کشور، با مدل عملکرد موفق خود، الگویی برای سایر شتاب‌دهنده‌ها بوده و نقش بسزایی در پویایی و توسعه زیست‌بوم نوآوری کشور ایفا کرده است.

در مسیر تحول؛ چگونه به اینجا رسیدیم

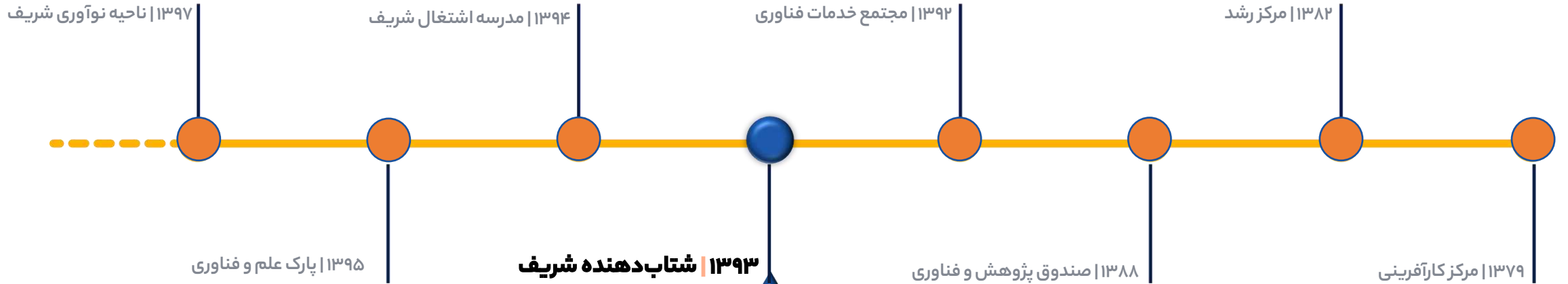
داستان شکل‌گیری شتاب‌دهنده شریف گامی در راستای تکمیل زنجیره ارزش کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف و پوشش دادن به نیازی بود که در ارتباط با ایجاد و غنی‌سازی تیم احساس می‌شد. در حقیقت یکی از ویژگی‌های متمایز شتاب‌دهنده شریف این است که براساس نیاز واقعی شکل گرفته است.

در سال ۱۳۹۲، دو عامل باعث شد ایده تأسیس شتاب‌دهنده دانشگاهی جدی‌تری شود؛ اول، تیم‌هایی که متقاضی ورود به مرکز رشد دانشگاه بودند اما از نظر مهارتی و ساختاری به بلوغ لازم نرسیده بودند و دوم، رشد سریع زیست‌بوم فناوری اطلاعات در کشور که تجاری‌سازی ایده‌ها و محصولات را به‌طور معناداری تسریع کرده بود.

این کسب‌وکارها به خدمات ویژه و کوتاه‌مدت نیاز داشتند تا بتوانند به شرکت‌های نوپا تبدیل شوند.



شتاب‌دهنده؛ نقش کلیدی در زنجیره کارآفرینی پارک علم و فناوری



پارک علم و فناوری شریف چهار حلقه زنجیره ارزش‌آفرینی را رهبری می‌کند: مرکز کارآفرینی، شتاب‌دهنده، مرکز رشد و شرکت‌های پسارشد. شکل‌گیری این جریان نوآوری روندی طبیعی داشته و نهادهای جدید به‌طور متناسب با نیازهای مختلف مخاطبان، در سال‌های مختلف برای ارائه خدمات شکل گرفته‌اند.

۲۴ سال پیش، مرکز کارآفرینی با هدف تقویت روحیه کارآفرینانه در میان دانشجویان و با دو هدف فرهنگ‌سازی و ترویج و آموزش و توانمندسازی تأسیس شد.

در سال ۱۳۸۲، مرکز رشد به‌منظور ارائه امکانات و حمایت از دانشجویان و فارغ‌التحصیلانی که قصد راه‌اندازی شرکت داشتند، ایجاد گردید.

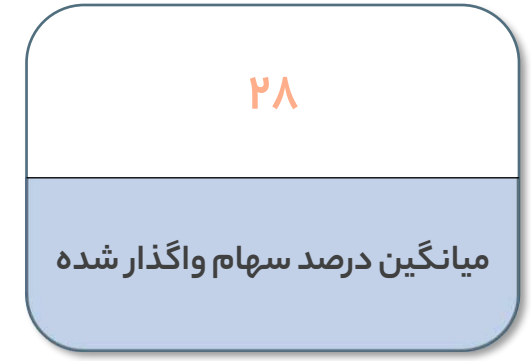
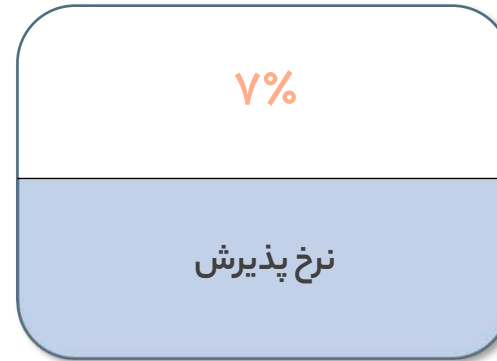
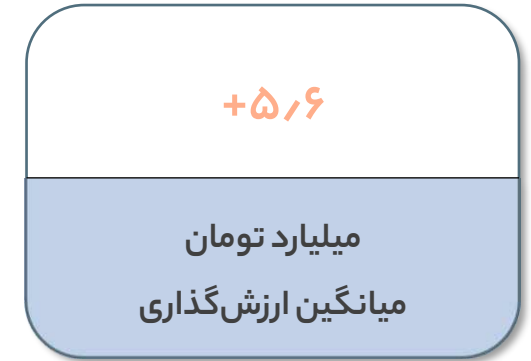
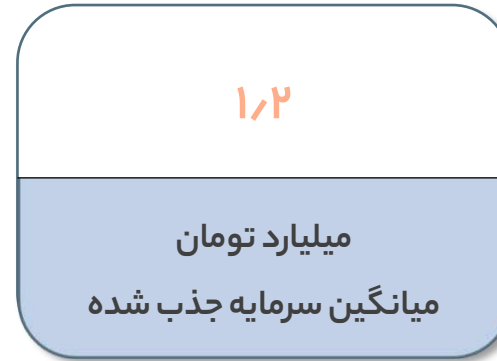
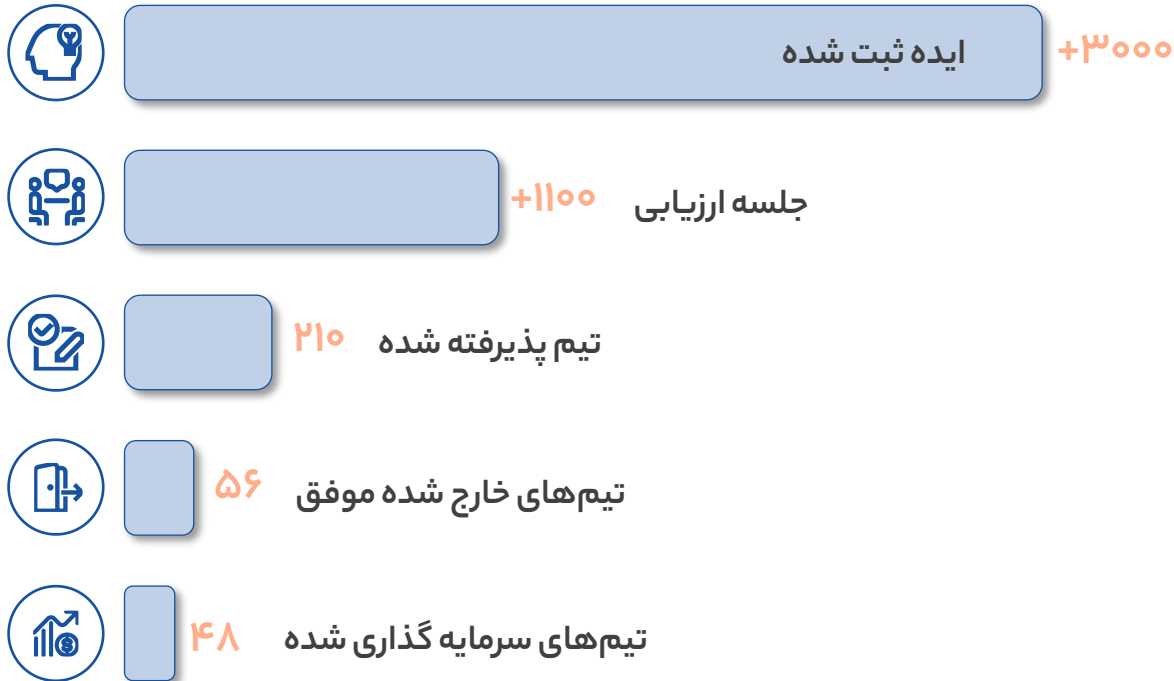
در سال ۱۳۹۳، شتاب‌دهنده شریف با هدف حمایت از تیم‌های نوپایی که در مرحله اعتبارسنجی و توسعه محصول هستند، شکل گرفت. شتاب‌دهنده شریف با تمرکز بر مرحله شتاب‌دهی، نقشی کلیدی در زنجیره کارآفرینی پارک علم و فناوری ایفا می‌کند. این شتاب‌دهنده با شناسایی و حمایت از استارت‌آپ‌های با پتانسیل بالا، به آن‌ها کمک می‌کند تا در این مرحله حیاتی رشد چشمگیری داشته باشند و به سمت مراحل بعدی زنجیره کارآفرینی حرکت کنند.



طبقه ۰۲

روایت‌های آماری؛
جست‌وجوی معنا در اعداد

نگاهی بر آمار و ارقام





طبقه ۰۳

گنجینه خدمات؛
تنوعی از راه‌حل‌های کاربردی

مراحل برنامه شتابدهی

۰۱ | ثبت ایده



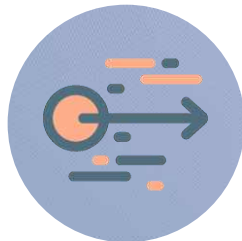
درگاه ثبت نام استارت‌آپ‌ها، وبسایت techpark.sharif.ir می‌باشد. هر استارت‌آپ برای ثبت نام وارد این سایت شده و اقدام به تکمیل فرم ثبت استارت‌آپ می‌نماید. شتاب‌دهنده شریف به صورت سیکلی اقدام به پذیرش استارت‌آپ‌ها نمی‌کند و تیم‌ها در هر زمانی می‌توانند ایده خود را ثبت کرده و وارد فرایند ارزیابی شتاب‌دهنده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

تمامی مراحل ارزیابی استارت‌آپ‌ها در شتاب‌دهنده شریف، غیر حضوری است. در جلسه ارزیابی از مرحله نخست، در صورتی که جنبه‌های فنی، کسب‌وکاری و معیارهای تیمی استارت‌آپ به تایید ارزیاب‌ها برسد، تیم وارد مرحله دوم ارزیابی می‌گردد. استارت‌آپ به ارائه کسب‌وکار و برنامه کاری ۹ ماهه خود، به کمیته پذیرش می‌پردازد. در صورت تایید کمیته پذیرش، استارت‌آپ برای بهره‌مندی از بسته خدمات حمایتی، وارد شتاب‌دهنده شریف می‌شود.



۰۲ | ارزیابی ایده

۰۳ | پیش‌شتاب‌دهی



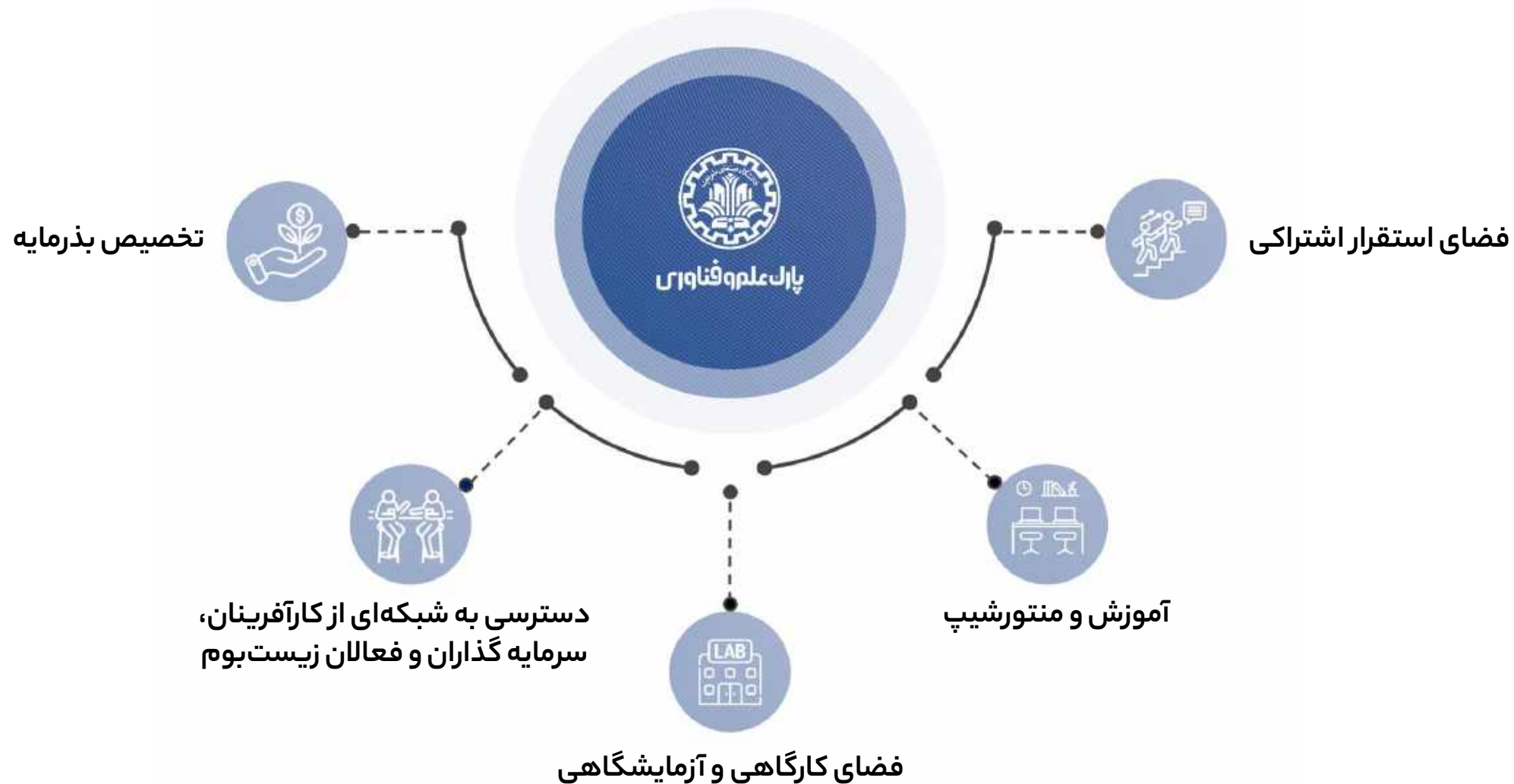
در صورتی که تیم در سطحی باشد که اولویت آن، توسط ارزیابان و کمیته پذیرش تمرکز بر توسعه محصول تشخیص داده شود، در فرایند پیش‌شتاب‌دهی پذیرش خواهد شد. پیش‌شتاب‌دهی یک برنامه حداکثر ۳ ماهه است تا استارت‌آپ در این بازه زمانی، بر روی توسعه نمونه اولیه محصول خود متمرکز گردد.

در صورتی که استارت‌آپ در مدت زمان 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.

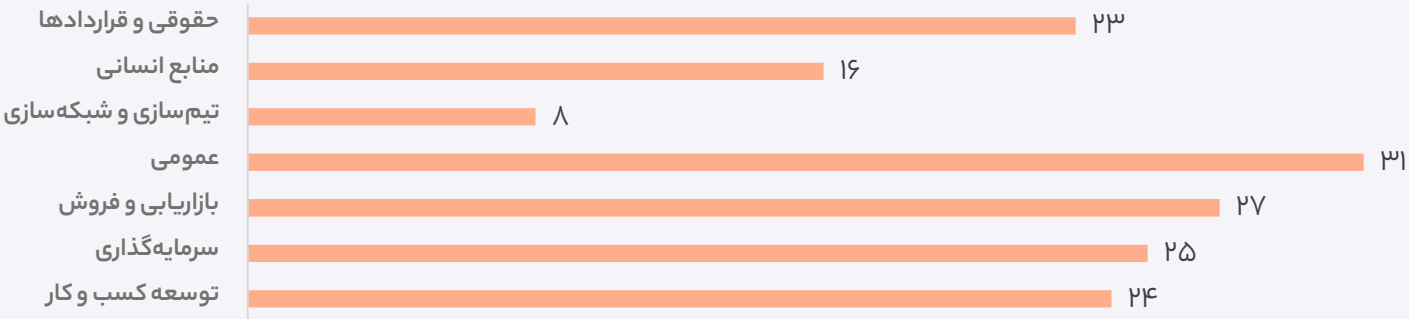


۰۴ | شتاب‌دهی

خدمات ارائه شده به استارت‌آپ‌ها

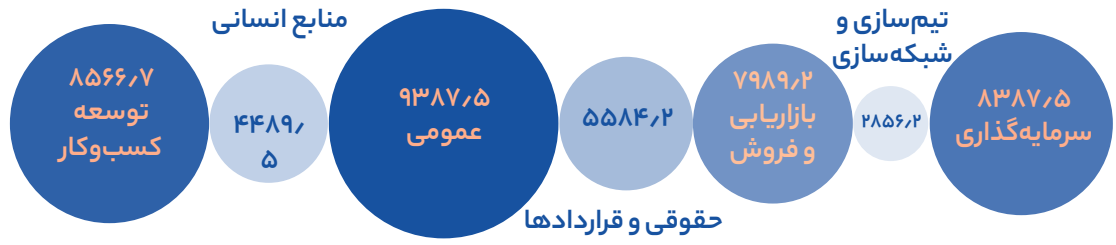


راهنمایی برای رشد؛ نقش آموزش و منتورشیپ



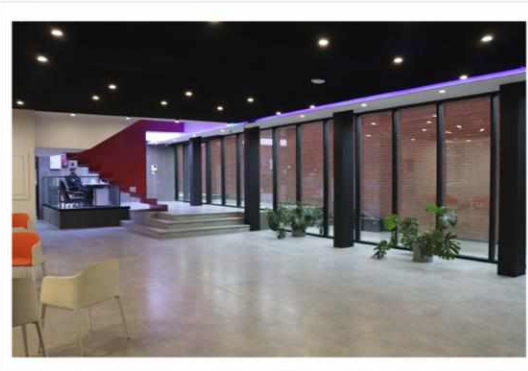
فراوانی دوره های آموزشی

مجموع زمان دوره های آموزشی (نفر/ ساعت)



مجموع زمان جلسات منتورشیپ (ساعت)

همکاری زیر یک سقف؛ نگاهی به فضای استقرار اشتراکی



۱۶۶

ظرفیت
(نفر/ صندلی)



۶۶۵

فضای کار اشتراکی
(مترمربع)

هم‌افزایی استارت‌آپی؛ دسترسی به شبکه‌ای از کارآفرینان و فعالان زیست‌بوم



+۱۰۰ دوره‌می



+۲۲۰ مهمان



+۳۵۰۰ شرکت‌کننده

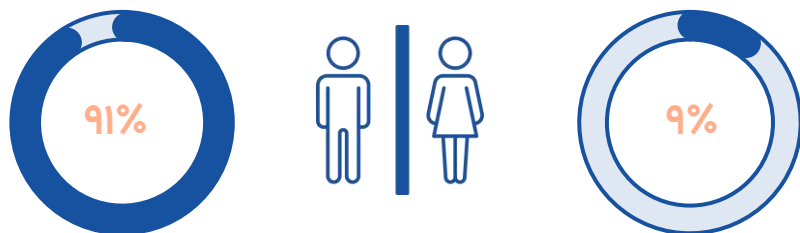


طبقه ۰۴

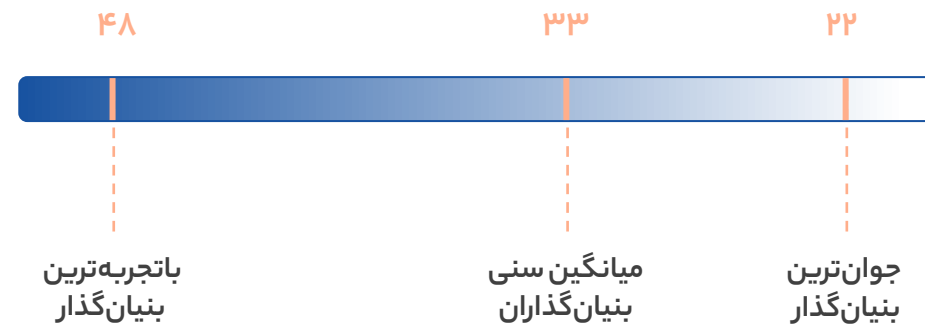
از بنیان‌گذار تا بازار؛
تنوع در فعالیت‌های استارت‌آپی

اطلاعات بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده

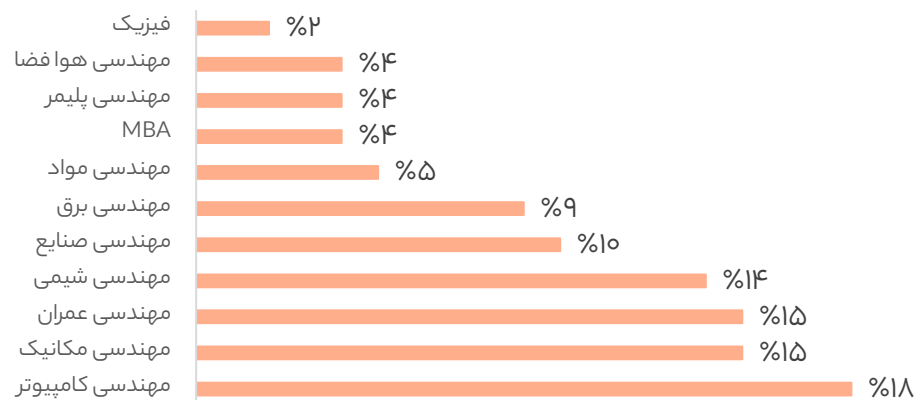
بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها به تفکیک جنسیت



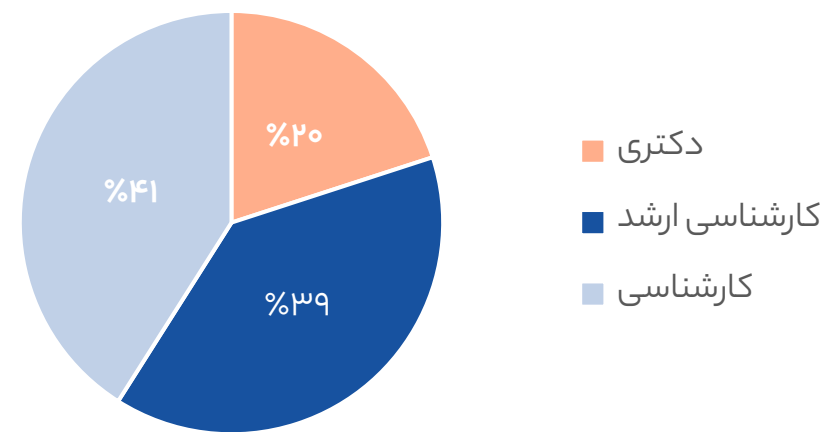
سن



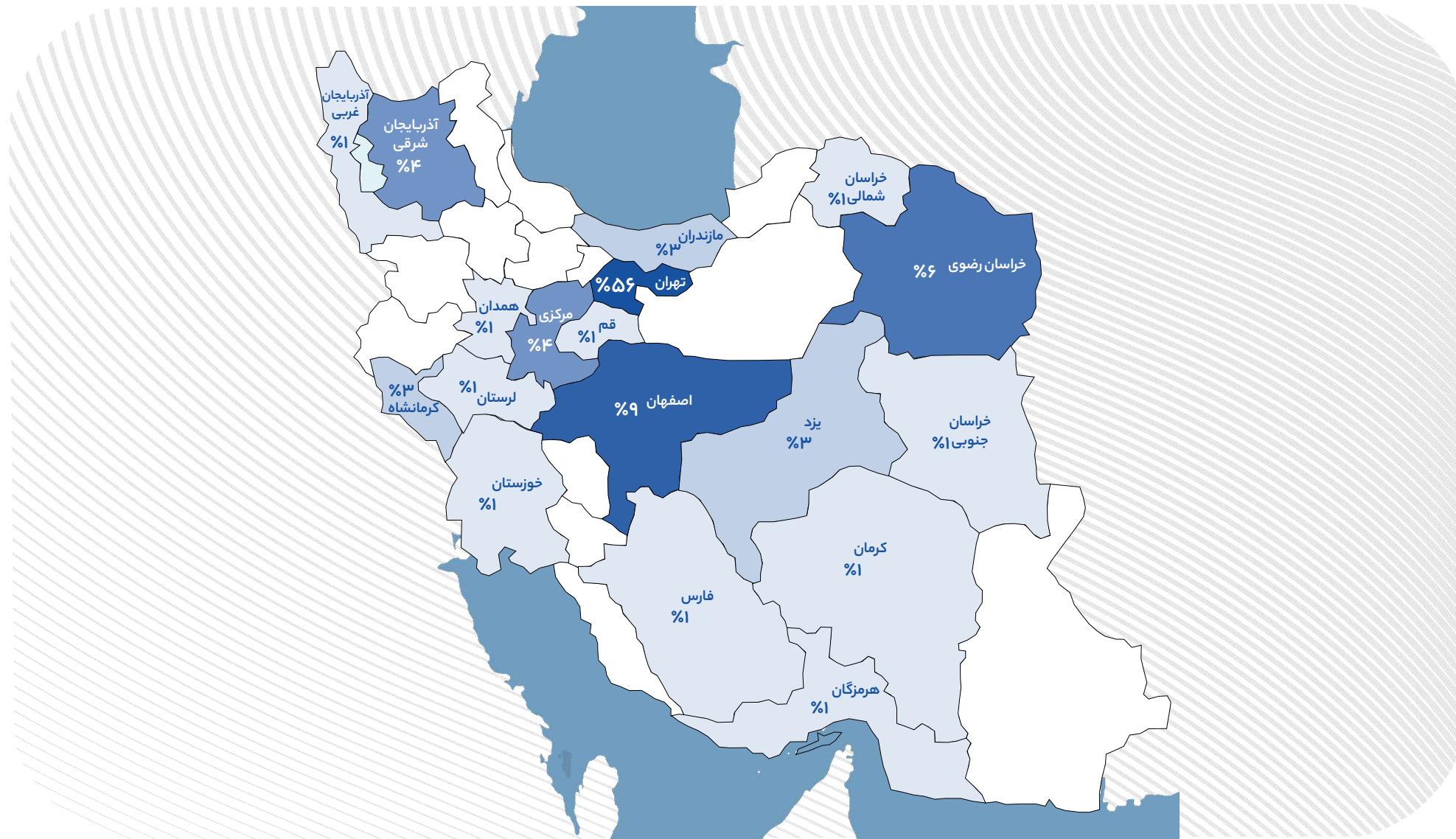
رشته تحصیلی



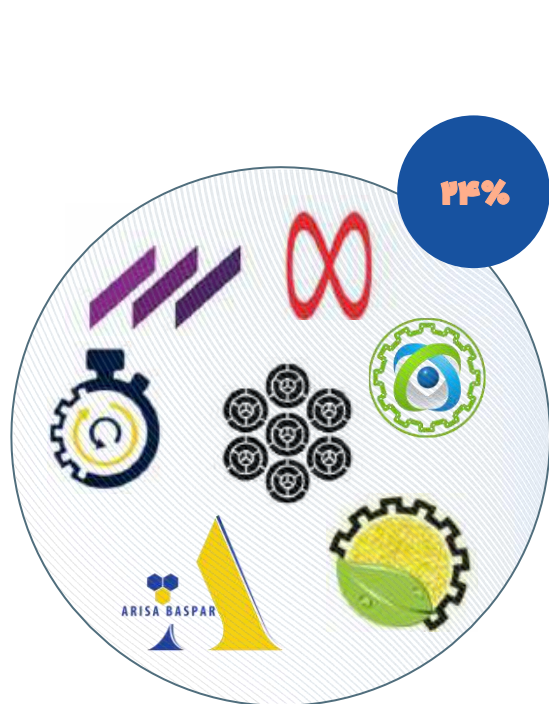
تحصیلات



جغرافیای نوآوری؛ پراکندگی محل تولد بنیان گذاران استارت آپها



از فناوری تا خدمات؛ تنوع استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده



سخت افزار



فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک

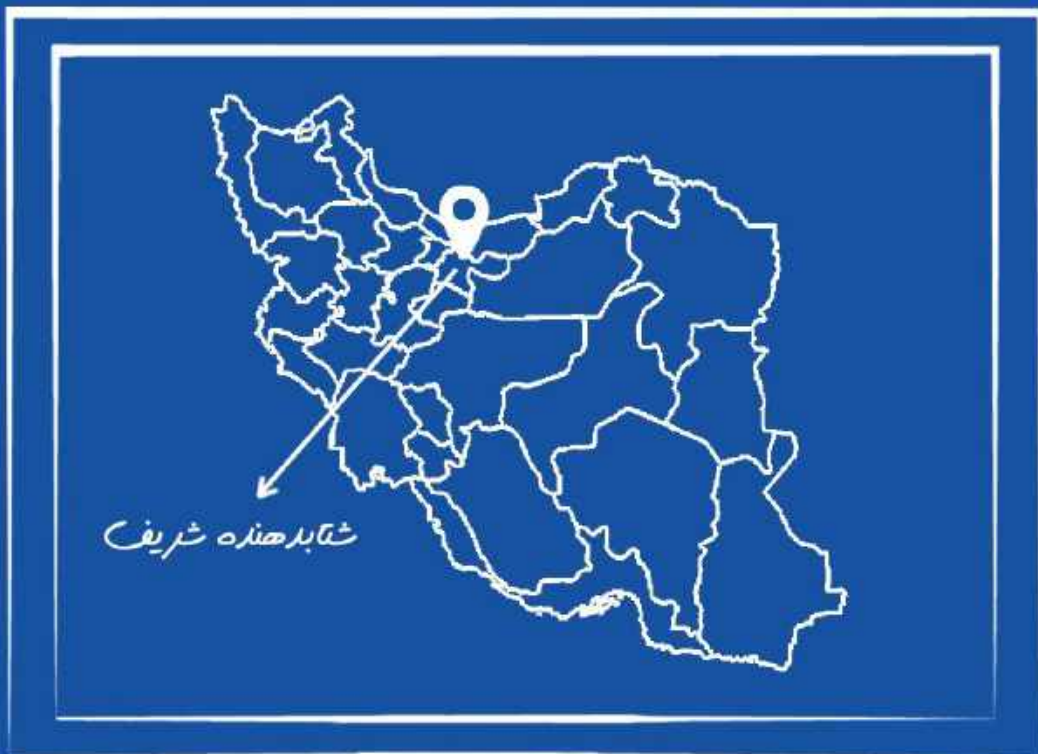


هوش مصنوعی و اینترنت اشیا



سلامت و خدمات پزشکی

راهنما: نمونه خروجی‌های موفق در هر دسته نمایش داده شده است.



طبقه ۵۰

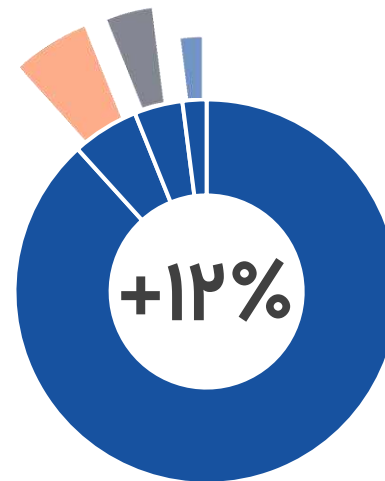
از شتاب‌دهنده تا زیست‌بوم کارآفرینی؛
بررسی تاثیرات کلیدی

اثرگذاری شتاب‌دهنده در ناحیه نوآوری شریف



شتاب‌دهنده شریف به عنوان یکی از ارکان کلیدی ناحیه نوآوری شریف، نقشی حیاتی در توسعه و پویایی این ناحیه ایفا کرده است. شتاب‌دهنده شریف با پرکردن خلاء بین ایده‌های نوآورانه و کسب‌وکارهای موفق، به شکوفایی استعدادها و ظهور شرکت‌های فناورانه جدید کمک کرده است.

شتاب‌دهنده شریف، با ایجاد بستر مناسب برای رشد توانسته است استعدادها را جذب و حفظ کند و زمینه تولد و رشد کسب‌وکارهای نوپا را فراهم آورد. این شتاب‌دهنده نه تنها به تکمیل زنجیره ارزش کارآفرینی در دانشگاه شریف کمک کرده، بلکه نقشی مهم در تقویت و توسعه زیست‌بوم نوآوری در ناحیه ایفا نموده است.



نرخ شکل‌گیری شرکت‌ها در ناحیه نوآوری شریف توسط شتاب‌دهنده

اثر اقتصادی شتاب‌دهنده بر زیست‌بوم کارآفرینی



+۷

نسبت تعداد استارت‌آپ‌های شتاب‌دهنده
به استارت‌آپ‌های مرحله بذری (درصد)



+۱۳۰۰

اشتغال ایجاد
شده (نفر)

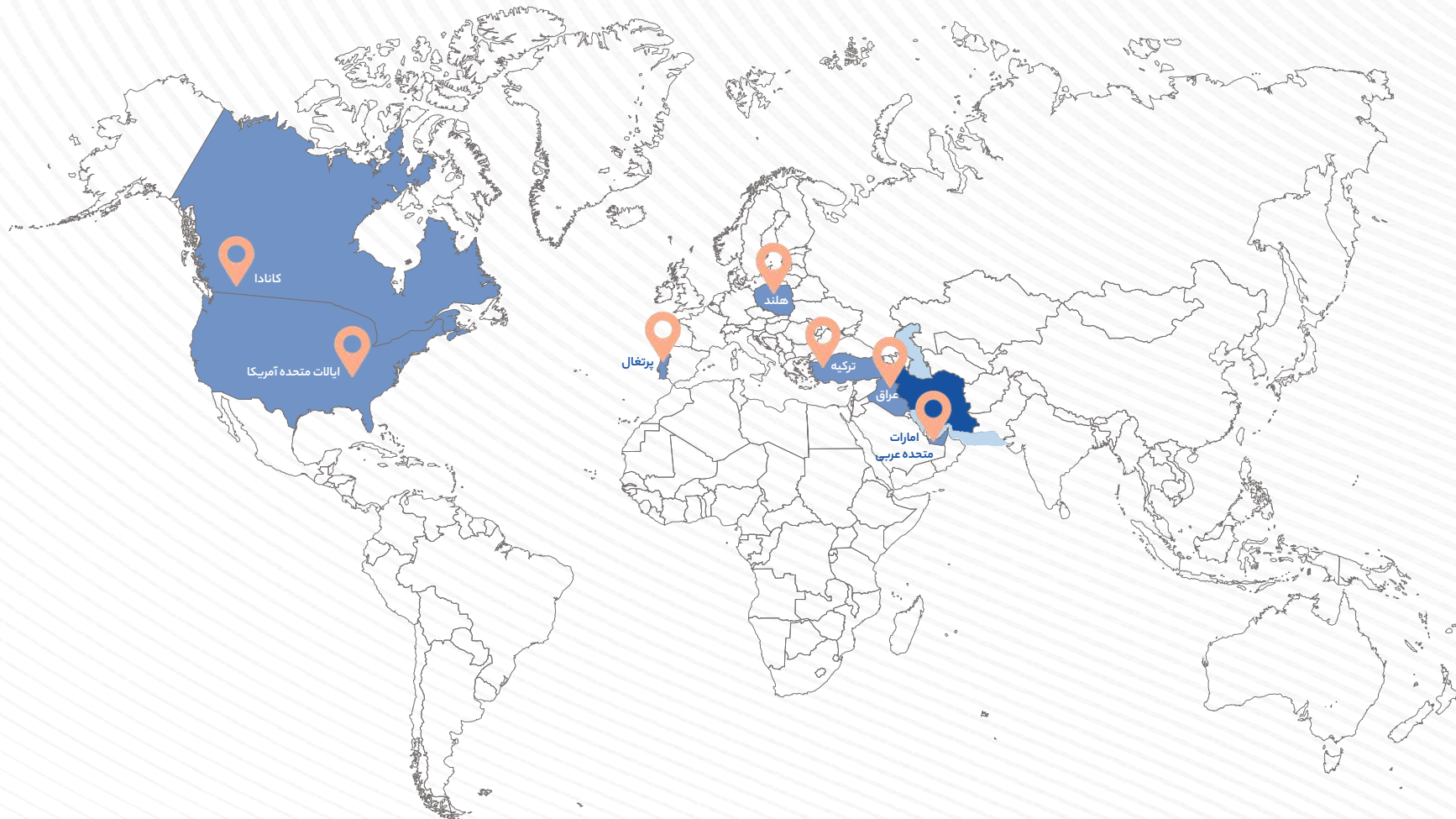


+۹۵۰

ارزش اقتصادی
خلق شده (میلیارد تومان)



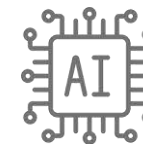
اثرگذاری شتاب‌دهنده در فضای بین‌المللی



تنوع فعالیت
۱۴ استارت‌آپ فعال در حوزه بین‌الملل

۲۲%

هوش
مصنوعی



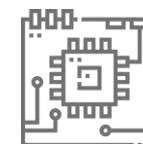
۶۴%

فناوری اطلاعات و
تجارت الکترونیک



۱۴%

سخت افزار





طبقه ۰۶

مروری بر یک دهه؛
مهم‌ترین رخداد های ۱۰ سال اخیر

استارت‌آپ تریگر یک رویداد آموزشی، ترویجی و رقابتی با هدف آشناسازی و آموزش عملی دانشجویان با شرایط راه‌اندازی یک استارت‌آپ، مهارت‌های لازم در این مسیر، تیم‌سازی، جذب سرمایه، نوشتن طرح کسب‌وکار و دیگر مفاهیم استارت‌آپی است که از سال ۱۳۹۳ تا کنون در ۱۱ دوره برگزار شده است.

موضوعات محوری رویداد:

فناوری آزمایشگاهی



فناوری اطلاعات



هوش مصنوعی



تجهیزات پزشکی



انرژی



بهینه‌سازی مصرف آب



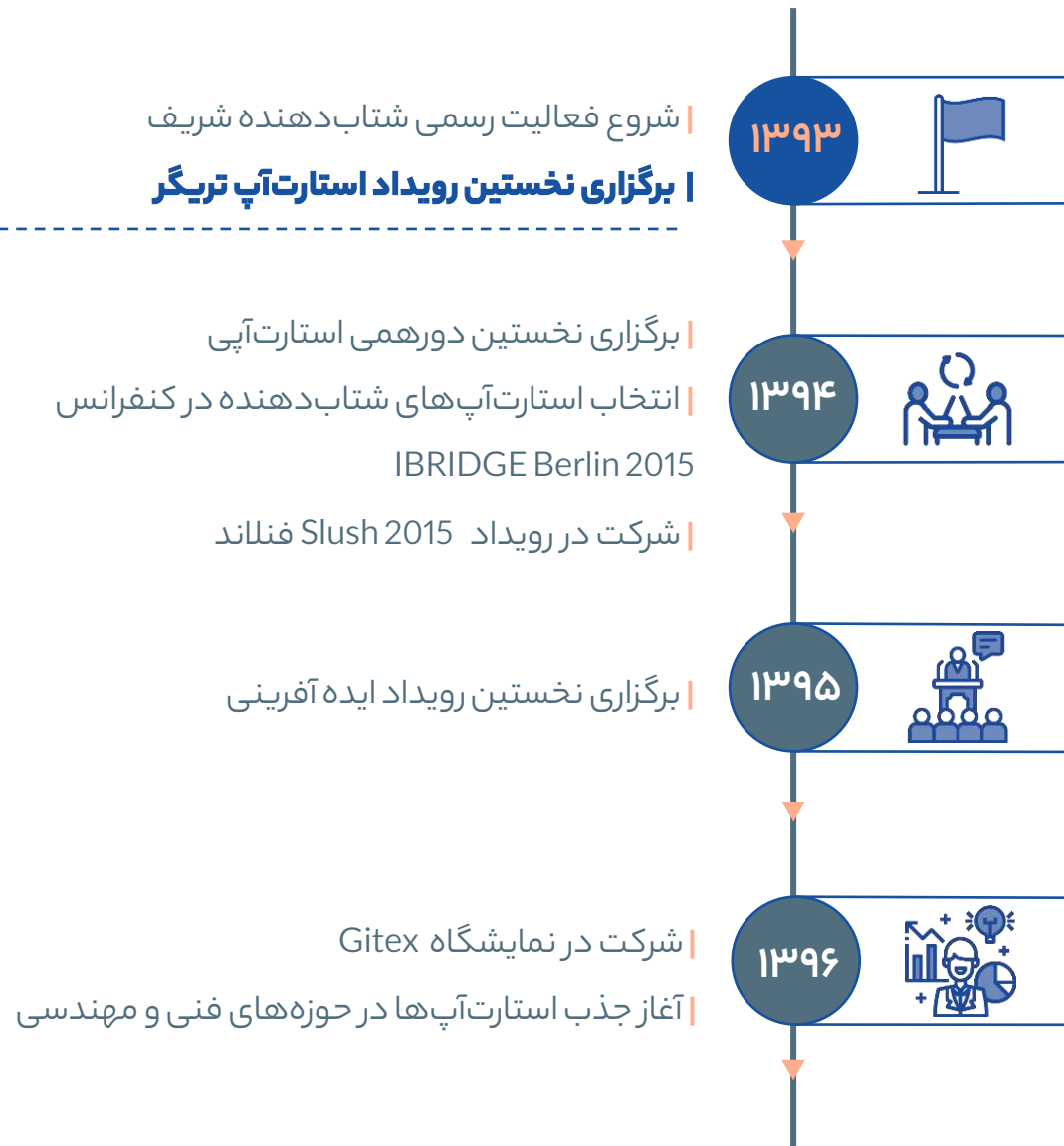
سلامت هوشمند



فناوری مالی



لحظات کلیدی؛ مروری بر رخدادهای مهم سال‌های گذشته



لحظات کلیدی؛ مروری بر رخداد های مهم سال های گذشته

در سال ۱۴۰۰، مدرسه استارت آپی با هدف آموزش و گسترش فرهنگ کارآفرینی در میان دانشجویان و علاقه مندان به این حوزه شکل گرفته است و به عنوان نقطه شروعی برای ورود به دنیای کارآفرینی طراحی شده است. شرکت کنندگان پس از پایان دوره، با مبانی راه اندازی یک کسب و کار (اعتبارسنجی ایده، شناخت بازار، تیم سازی، طراحی مدل کسب و کار، ساخت نمونه اولیه و . . .) آشنا شده و قادر خواهند بود با استفاده از آموخته های خود، فرآیند شکل گیری و توسعه کسب و کارشان را آغاز کنند.

مدت زمان هر دوره: ۶ هفته



تعداد دوره های برگزار شده: ۲



محتوای آموزشی ضبط شده: ۸۰۰ دقیقه



مجموع تعداد شرکت کننده: ۱۷۱ نفر



۱۳۹۷ | آغاز طرح حامی
| برگزاری اولین رویداد Demo Day
| تأسیس کمپ های تخصصی شتاب دهی



۱۳۹۸ | برگزاری کمپ شتاب دهی تخصصی در حوزه
فنی-مهندسی و سخت افزار



۱۳۹۹ | برگزاری کمپ شتاب دهی تخصصی در
حوزه هوش مصنوعی



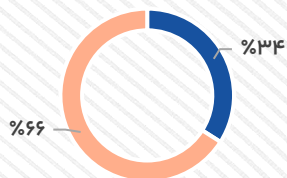
۱۴۰۰ | مدرسه استارت آپی شریف



در بهمن ماه ۱۴۰۲، شتاب‌دهنده شریف برای نخستین بار و در قالب طرح امید، فراخوان ایده‌ها و استارت‌آپ‌ها را در تمامی دانشگاه‌های کشور برگزار کرد. این طرح با هدف شناسایی و حمایت از تیم‌های نوآور و مستعد و رشد زیست‌بوم نوآوری کشور برگزار شد. تیم‌های برگزیده پس از گذراندن مراحل ارزیابی، برای بهره‌مندی از بسته خدمات حمایتی وارد شتاب‌دهنده شریف شدند.

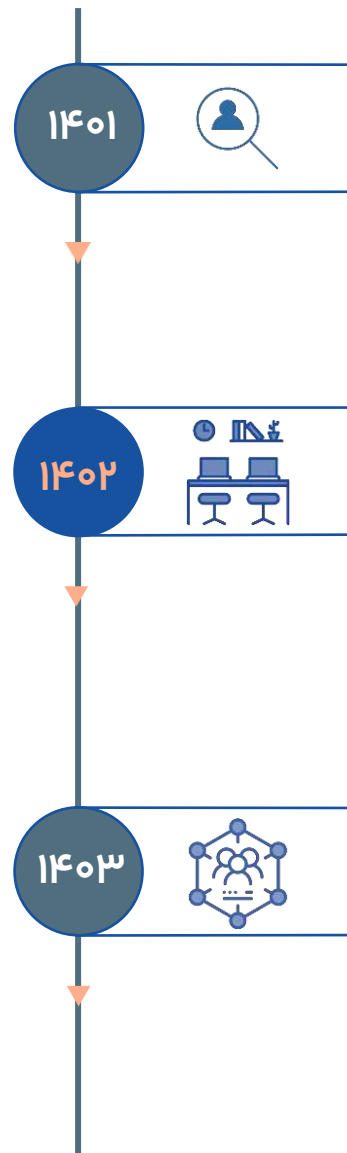


پراکندگی محل تحصیل بنیان‌گذاران



سایر دانشگاه‌های کشور ■ دانشجویان و فارغ التحصیلان دانشگاه صنعتی شریف ■

لحظات کلیدی؛ مروری بر رخداد‌های مهم سال‌های گذشته



اولین فراخوان جذب استارت‌آپ‌ها (طرح امید)
گسترش فضای مربوط به استقرار استارت‌آپ‌ها

استقرار و عضویت بیش از ۳۵ تیم در شتاب‌دهنده



طبقه ۰۷

همراهان استراتژیک؛
نقش کلیدی در موفقیت و رشد

شرکای استراتژیک شتاب‌دهنده



صندوق پژوهش و فناوری
غیردولتی توسعه صادرات و
فناوری شریف



معاونت علمی و فناوری
ریاست جمهوری



صندوق نوآوری
و شکوفایی



گروه توسعه و نوسازی
صنایع گداختر



صندوق مالی توسعه
تکنولوژی ایران



گروه توسعه بن دا



موسسه هادی اندیشه
توسعه فناور



سرمایه‌گذاری خطرپذیر
اسمارت‌آپ ونچرز



شرکت توسعه
کارآفرینی بهمن



شرکت سرمایه‌گذاری
خطرپذیر رهنما



شرکت تحقیقاتی،
مهندسی توفیق دارو



گروه سرمایه‌گذاری
نیک‌اندیشان کارایا



شرکت علی بابا

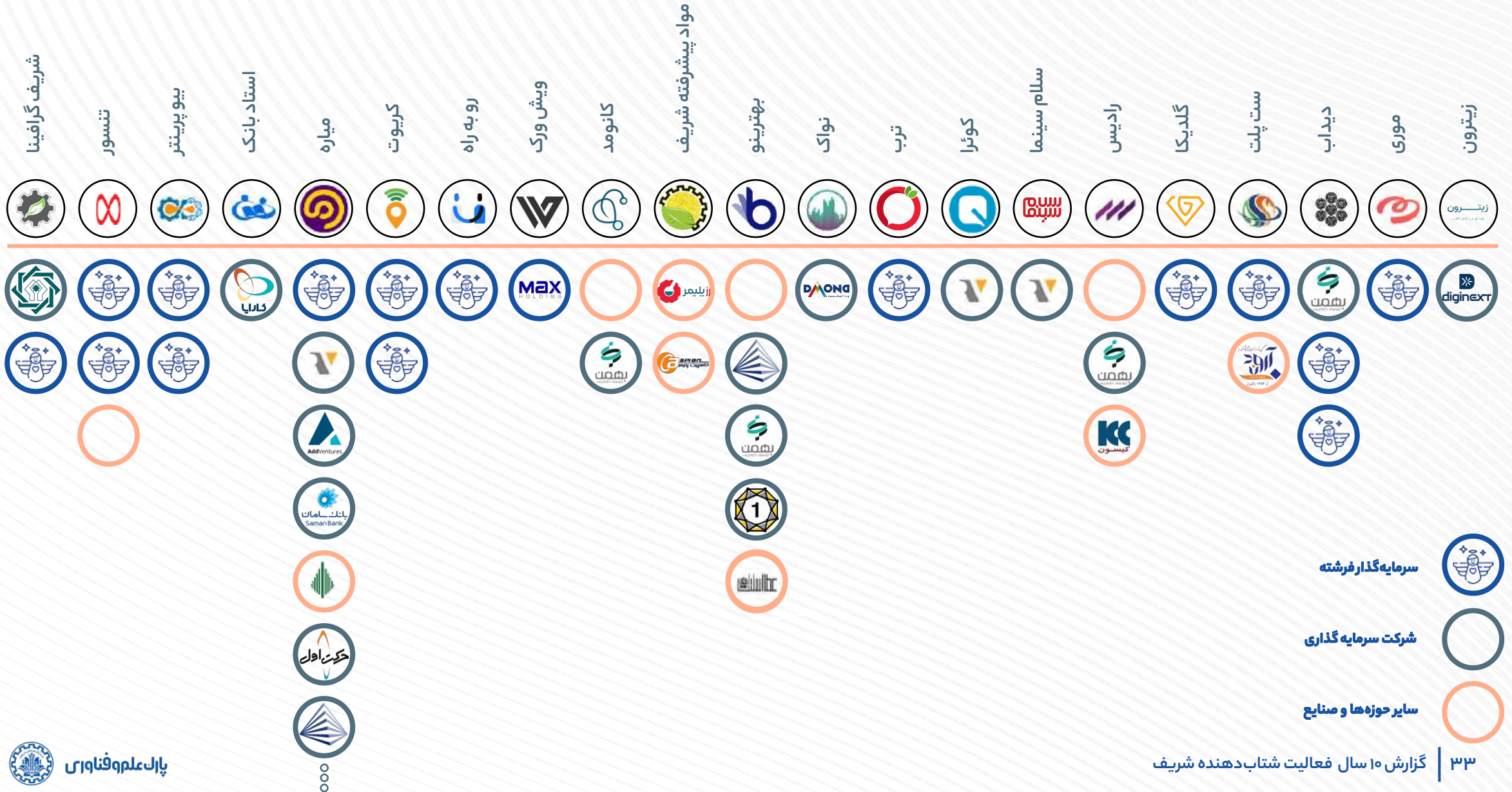


شرکت لاوان



شرکت سرمایه‌گذار خطرپذیر
شرکتی گروه صنعتی گلرنگ

استارت‌آپ‌های موفق در جذب سرمایه



سرمایه‌گذار فرشته

شرکت سرمایه‌گذاری

سایر حوزه‌ها و منابع

گفت‌وگو با سرمایه‌گذاران؛ بینش‌ها و تجربیات کلیدی

رضا زرنوخی | مدیرعامل صندوق مالی توسعه تکنولوژی ایران

همکاری من در فضای زیست‌بوم نوآوری از ۱۵ سال پیش با کسب‌وکارهای حوزه تجهیزات الکترونیک شروع شد. زمانی که من به‌عنوان سرمایه‌گذار و مالک صندوق مالی توسعه تکنولوژی مشغول فعالیت بودم، اولین تعامل با شتاب‌دهنده شریف شکل گرفت و در اولین توافق خود با شتاب‌دهنده، تصمیم بر آن شد سرمایه‌های بذری را در اختیار تیم‌های استارت‌آپی قرار دهیم. در آن زمان ما بر روی ۴ تیم سرمایه‌گذاری کردیم.

در سال‌های اخیر، شتاب‌دهنده شریف هم به خاطر بودن در فضای ناپایدار زیست‌بوم فراز و نشیب‌های زیادی را تجربه کرده است اما با وجود این شرایط تمرکز خود را بر حمایت از تیم‌های استارت‌آپی قرار داده است تا تیم‌ها بتوانند محصولات خود را توسعه دهند و گام مثبتی برای توسعه زیست‌بوم بردارند.

در نهایت اگر بخواهم براساس سال‌ها تعامل با استارت‌آپ‌های مختلف، به استارت‌آپ‌های آینده نکته‌ای را متذکر بشوم، این است که سعی کنید تیم قوی تشکیل بدهید و توجه زیادی روی تیم‌سازی خودتان داشته باشید و بعد از آن صبور باشید.



حمزه قطبی‌نژاد | مدیرعامل شرکت توسعه کارآفرینی بهمن

فعالیت گروه بهمن به‌طور رسمی از سال ۱۳۹۵ شروع شد. نقطه آغاز و هدف اصلی ما شناسایی کسب‌وکارهای مستعد از تیم‌های مستقر در شتاب‌دهنده شریف بود و تمایزی که شتاب‌دهنده شریف برای ما دارد توانمندی تیم‌ها در حوزه فنی-مهندسی است. تا به امروز بر بیش از ۱۰ کسب‌وکار که خروجی شتاب‌دهنده بودند سرمایه‌گذاری کردیم و در مجموع نزدیک به ۵۰ کسب‌وکار از پرتفوی شریف در گروه بهمن هستند.

در سال‌های اخیر تعداد مراجعه به گروه بهمن به‌عنوان یک سرمایه‌گذار بسیار کاهش یافته است که شرایط کلان اقتصادی هم باعث این تغییرات بوده است اما متعقدم شتاب‌دهنده باید وجود داشته باشد و نیاز این زیست‌بوم است و اگرچه کار شتاب‌دهی نیازمند صبر، استمرار و شبکه‌سازی است.

ما در گروه بهمن همچنان مشتاق حفظ و تقویت ارتباط هرچه بیشتر با شتاب‌دهنده شریف به‌عنوان یک سرمایه‌گذار خطرپذیر هستیم.

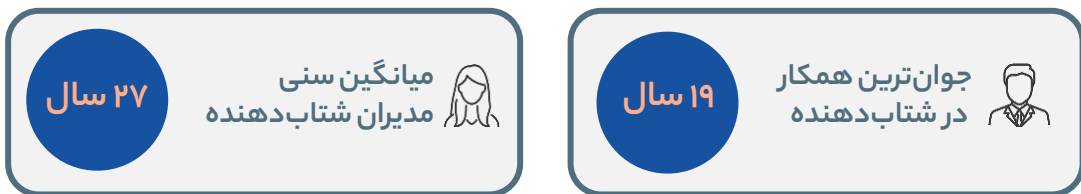




طبقه ۰۸

پشت صحنه موفقیت؛
همکاران کلیدی و نقش آن‌ها در مسیر رشد

اعتماد به جوانان؛ کلید موفقیت شتاب‌دهنده



سرمایه‌های انسانی شتاب‌دهنده شریف به تفکیک جنسیت

یکی از ویژگی‌های متمایز شتاب‌دهنده شریف، **تیم جوان، خلاق و کوشایی** است که از ابتدای شکل‌گیری شتاب‌دهنده همراه بوده و شور و اشتیاق زیادی به کار خود تزریق کردند. حضور و تلاش این افراد، به ایجاد محیط کاری مثبت و پرجنب‌وجوش در شتاب‌دهنده کمک کرده و به نوآوری در فعالیت‌ها منجر شده است. این جوانان هر استارت‌آپ را کسب‌وکار خود دانسته و دلسوزانه تلاش می‌کنند تا چالش‌های آن‌ها را حل کنند. این فرهنگ حمایت‌گرانه یکی از دستاوردهای مثبت سال‌های فعالیت شتاب‌دهنده شریف محسوب می‌شود.

مدیران و شتاب‌دهنده شریف؛ نگاهی از درون

مونا ناصری | اولین مدیر شتاب‌دهنده شریف

شتاب‌دهنده شریف؛ حضور در کنار افرادی با قدرت طراحی برای حل مسئله

شتاب‌دهنده شریف را می‌توان به فضای امیدوارانه‌ای تعبیر کرد که به شکست باور ندارد و هر راهی را گامی برای توسعه می‌داند. در شتاب‌دهنده راه‌های خلاقانه و جسورانه‌ای به جامعه عرضه می‌شوند که کیفیت زندگی را برای گروهی از کسب‌وکارها و مردم کشورمان ارتقا می‌دهند. شتاب‌دهنده شریف یکی از بهترین فضاهای کاری و ارتباطی بود که تجربه کردم. کار کردن با افراد با دانش و اهل عمل که قدرت طراحی برای حل مسئله دارند برای من همواره معنادار و رضایت‌بخش بوده است.



سید حمیدرضا حسینی | از مدیران سابق شتاب‌دهنده شریف

شتاب‌دهنده شریف؛ سنگ بنای توسعه بیشتر فرهنگ استارت‌آپی

شتاب‌دهنده شریف از ابتدای فعالیت خود استارت‌آپ‌های موفق متعددی را پرورش داده است. این موفقیت‌ها سنگ‌بنای توسعه بیشتر فرهنگ استارت‌آپی در دانشگاه و کشور شد. حضور در کنار این استارت‌آپ‌ها و مشاهده بالندگی آن‌ها، تجربه هیجان‌انگیزی را برای من رقم زد و در عمل شتاب‌دهنده شریف مسیر زندگی شغلی من را پایه‌گذاری کرد و تجربیات زیادی را در حوزه‌های مختلف کاری برای من ایجاد کرد.



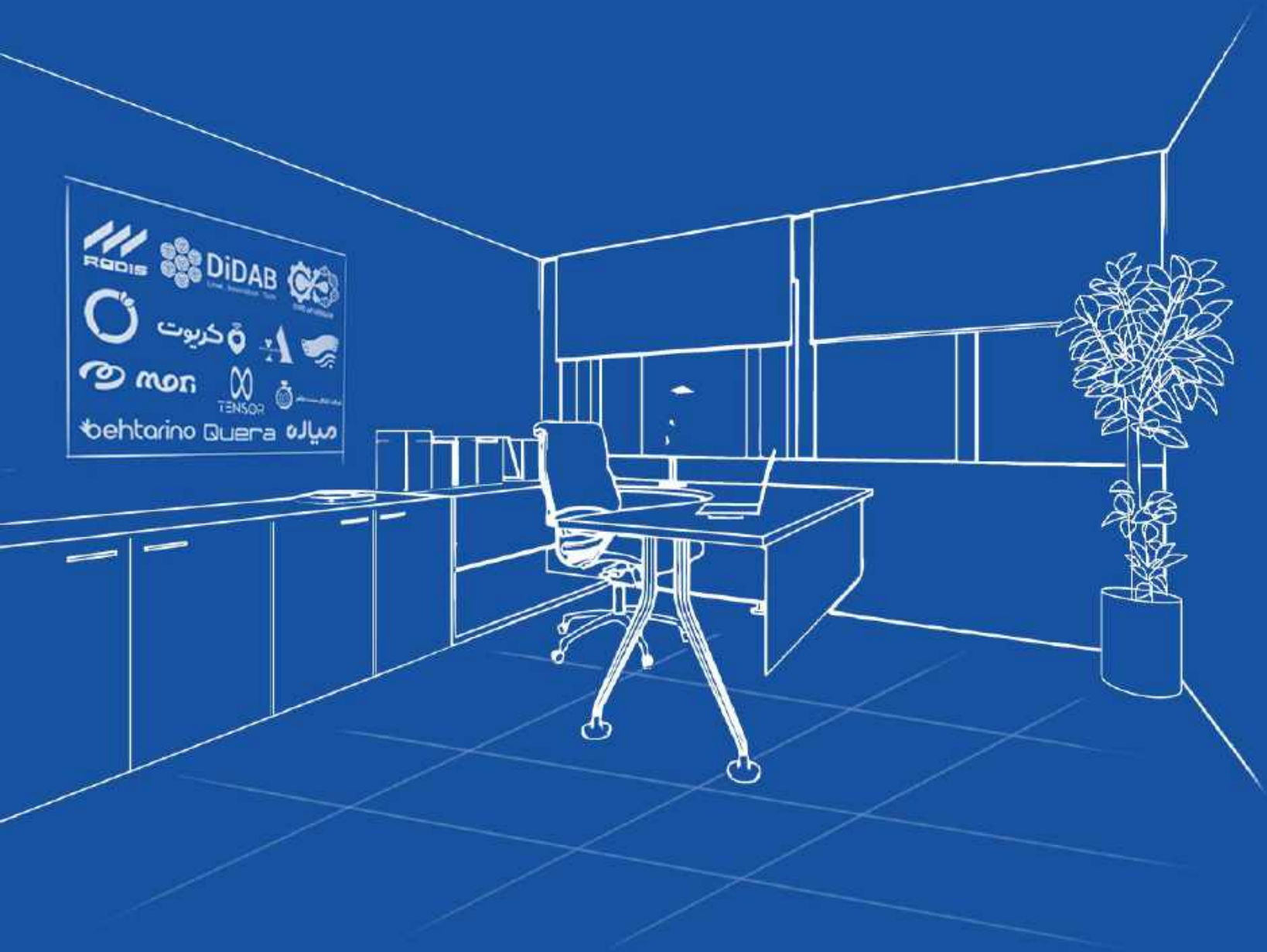
میترا بهرامی | مدیر شتاب‌دهنده شریف

شتاب‌دهنده شریف؛ باغی سرشار از زندگی، نوآوری و امید

شتاب‌دهنده شریف در طول یک دهه فعالیت خود، با ایجاد فضایی حمایتی و انگیزه‌بخش برای کارآفرینان، سعی کرده تا بیم‌ها را به حداقل رسانده و امید را در دل صاحبان ایده تقویت کند. این شتاب‌دهنده به باغی سرسبز و پُرطراوت شباهت دارد که هر گوشه آن مملو از بذره‌های نوآوری و امید است.

در این محیط، روزانه با تیم‌های خلاق و پرانرژی همکاری می‌کنم که با اشتیاق و توانایی‌های خود به دنبال حل مسائل و ایجاد تغییرات مثبت هستند و شاهد رشد و بالندگی استارت‌آپ‌هایی هستم که با شوق و انگیزه در حال تبدیل ایده‌هایشان به واقعیت هستند. شتاب‌دهنده شریف به من آموخت که چگونه می‌توان از مشکلات به عنوان محرکی برای نوآوری استفاده کرد و با رویکردی مثبت و خلاقانه به چالش‌ها نگاه کرده و در مسیرهای پیچیده و پراز ابهام، امید و انگیزه را حفظ کرد.





طبقه ۰۹

در گفت‌وگو با بنیان‌گذاران؛
از چالش‌ها تا موفقیت‌ها



مسیر ترب تا به امروز

سال ۱۳۹۳ بعد از شکست استارت‌آپ نسخه پیچ، ایده راه‌اندازی موتور جستجوی خرید را شروع کردیم. ساختار اولیه شبیه گوگل بود با این تفاوت که تمرکز روی جستجوهای خرید داشتیم و فقط فروشگاه‌های اینترنتی معتبر ایرانی را فهرست کرده بودیم. از ابتدا قصد داشتیم محصول اصلی در قالب اپلیکیشن اندرویدی باشد و برای همین یک اپلیکیشن به نام بازارچه راه‌اندازی و منتشر کردیم که بازخورد خوبی داشت. سال ۱۳۹۴ موفق به جذب یک سرمایه‌گذار فرشته شدیم. با جذب سرمایه به سمت توسعه وبسایت و بهبود اپلیکیشن خود با هدف یکی کردن محصولات یکسان فروشندگانهای مختلف در ترب رفتیم. با جذب سرمایه‌ای که اتفاق افتاد در سال ۱۳۹۵ از شتاب‌دهنده شریف خارج و در مرکز رشد دانشگاه مستقر شدیم. در ابتدای این سال اولین خلق درآمد ما از فروشگاه اتفاق افتاد و در پایان همان سال رشد خوب درآمدی را برای ترب رقم زده بودیم. اوایل کار، عدد ثابت ماهیانه از فروشگاه‌ها دریافت می‌کردیم و در ادامه مدل درآمدی به ازای هر کلیک تعریف کردیم. در سال ۱۳۹۶ توانستیم در پارک علم و فناوری شریف مستقر شویم. در آن زمان حدود ۲۰ نفر بودیم و در دو سال آتی مشغول به توسعه زیرساخت‌های خود شدیم تا اینکه در سال ۱۳۹۸ کرونا شروع شد. در این سال کل تیم ترب ریموت شد و ما جزو اولین شرکت‌هایی بودیم که تمام تیم (حدود ۴۰ نفر) ریموت کار می‌کردند. با کم‌رنگ شدن تب کرونا به توسعه محصول دوم خود پرداختیم و اولین سرویس فروشگاه‌ساز خود را در سال ۱۳۹۹ ارائه دادیم. پس از آن به سمت توسعه بین‌الملل رفتیم و در یکی از کشورهای منطقه محصول مشابه ترب را عرضه کردیم. در سال ۱۴۰۱ با حضور ترب در کمپین‌های تلویزیونی رشد خوبی در فروش ما اتفاق افتاد. اما با بروز بحران در کشور تبلیغات خود را متوقف کردیم. با رشد خوبی که داشتیم تصمیم گرفتیم تا امکانات جدیدی به وبسایت ترب اضافه کنیم. در سال ۱۴۰۲ امکان اضافه کردن محصولات برای فروشگاه‌هایی که سایت نداشتند را اضافه کردیم و در ادامه توسعه‌های خود تصمیم گرفتیم که امکان خرید از فروشگاه‌های ضمانت شده را نیز به ویژگی‌های خود اضافه کنیم. رسالت ترب کمک به فروشندگان اینترنتی برای ورود با هزینه‌ی کم مالی و زمانی و کمک به خریداران برای پیدا کردن بهترین فروشندگان است. در این راستا در حال توسعه‌ی محصولات جدید خود هستیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به دانشگاه شریف
- دسترسی به شبکه ارتباطی خوبی از سرمایه‌گذاران
- عدم دریافت سهام در روزهای ابتدایی راه‌اندازی استارت‌آپ

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + تمرکز تیم بر توسعه محصولی که می‌تواند خلق ارزش واقعی کند
- + رسیدن پلتفرم به نقطه Product Market fit در زمان مناسب

برنامه‌های آینده

- توسعه ترب و ورود به بازارهای بین‌المللی و تبدیل شدن به بازیگری جدی در E-commerce حداقل ۵ کشور
- ورود به حوزه‌های دیگر از E-commerce و توسعه محصولات و سرویس‌های دیگر این حوزه

تعداد اعضای تیم

۱۱۰

تعداد کاربر فعال ماهانه

حدود ۱۰ میلیون نفر

تعداد راند جذب سرمایه

۱

آمار و ارقام

مسیر کوئرا تا به امروز

ما در سال ۱۳۹۴ با ارائه یک پلتفرم کمک‌آموزشی برای دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی شروع به کار کردیم. دانشگاه صنعتی شریف و مدارس استعداد درخشان از اولین مشتریان ما بودند و در ادامه دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی از سراسر کشور به مشتریان ما اضافه شدند و در حال حاضر بیش از ۸۰۰ مورد از خدمات سرویس کمک آموزشی کوئرا استفاده می‌کنند. ویژگی منحصر به فرد این سامانه‌ی کمک آموزشی تصحیح خودکار کدها و پروژه‌های برنامه‌نویسی بود که در ادامه در سایر محصولات کوئرا نیز از آن ویژگی استفاده شد. اواخر سال ۹۴ اولین دوره‌ی مسابقات کدکاپ را برگزار کردیم و این مسابقه، اولین مسابقه‌ی برنامه‌نویسی کوئرا بود و محصول مسابقات برنامه‌نویسی و هوش مصنوعی کوئرا شروع به کار کرد. مسابقات از موفق‌ترین محصولات کوئرا هست و در حال حاضر برند یک مسابقه‌ی برنامه‌نویسی کشور محسوب می‌شود. در این محصول انواع مسابقات، رویدادها و هکاتون‌های برنامه‌نویسی و هوش مصنوعی برگزار می‌شود. همچنین برخی از مسابقات را شرکت‌های مطرح حوزه‌ی فناوری اطلاعات با هدف جذب نیرو و تقویت برند کارفرمایی با همکاری کوئرا برگزار می‌کنند. بعد از یک سال از شروع مسابقات برنامه‌نویسی در سال ۹۶ سرویس کارایی کوئرا را راه‌اندازی کردیم. در سرویس کارایی هدف این بود که کارجویان توسط پلتفرم مهارت‌سنجی کوئرا مهارت‌سنجی شوند و شرکت‌ها بر اساس نتیجه‌ی مهارت علمی کارجو در حوزه‌ی استخدامی شرکت، تصمیم به پذیرش کارجویان بگیرند. بعد از حدود یک سال و بعد از برگزاری یک رویداد عمومی مهارت‌سنجی برای کارجویان و شرکت‌ها و با توجه به فیدبک‌هایی که از شرکت‌ها گرفتیم به این جمع‌بندی رسیدیم که چالش اصلی کمبود نیروی کار ماهر در حوزه‌ی برنامه‌نویسی است. بنابراین در سال ۹۷ آموزش آنلاین و تعاملی برنامه‌نویسی کوئرا با برند کوئراکالج را شروع کردیم. ویژگی ممتاز کوئراکالج تعاملی و تمرین محور بودن آن است و مهارت‌جویان به صورت عملی کد حل تمرین را در سامانه می‌نویسند و سامانه بعد از تصحیح کد به مهارت‌جو بازخورد می‌دهد. در صورتی که کد صحیح باشد به مرحله‌ی بعد آموزش و تمرین وارد می‌شود و در صورتی که کد نادرست باشد سامانه به مهارت‌جو کمک می‌کند که کد صحیح را بنویسد. در ادامه‌ی مسیر کوئراکالج تا کنون بیش از ۴۵ هزار آموزش برنامه‌نویسی و هوش مصنوعی در بیش از ۳۰ دوره‌ی آموزشی در کوئرا محقق شده است و با توجه به گسترش ابزارهای هوش مصنوعی در حال توسعه‌ی پلتفرم به کمک هوش مصنوعی و تعریف دوره‌های بیشتر در حوزه‌ی هوش مصنوعی هستیم. در ادامه‌ی مسیر کوئراکالج آموزش‌های بوت‌کمپی نیز در سال ۱۴۰۱ به مسیر آموزشی کوئرا اضافه شد و تا کنون حدود ۲۰۰۰ نفر در بوت‌کمپ‌های کوئرا آموزش دیده‌اند. ویژگی مهم بوت‌کمپ‌های کوئرا صنعت‌محور بودن و آموزش با حضور اساتید و منتورهای آموزشی حرفه‌ای است. در ادامه به توجه به چالش‌های جدی که در فضای دانش‌آموزی کشور دیدیم، در سال ۱۴۰۱ تصمیم گرفتیم آموزش علوم کامپیوتر، برنامه‌نویسی و هوش مصنوعی برای رده‌ی سنی کودک و نوجوان را با برند جونیورا شروع کنیم. در این مسیر تا کنون بیش از ۲۵ هزار دانش‌آموز در جونیورا آموزش‌های متنوعی را دریافت کردند. در جونیورا با توجه به رده‌ی سنی متفاوت، پلتفرم آموزش کاملا متفاوت با کوئرا است و آموزش‌های آنلاین و تعاملی و بوت‌کمپی و حتی بوت‌کمپ‌های حضوری به دانش‌آموزان ارائه می‌شود. محصولات بین الملل کوئرا با هدف آموزش و مسابقات برنامه‌نویسی با تمرکز بر زبان عربی در کشورهای منطقه در سال ۱۴۰۲ شروع به کار کرد و در کشورهای عراق و مصر و چند کشور عربی دیگر توانستیم ۱۰۰۰ کاربر عرب زبان را جذب کنیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بستری خوب برای نگه‌داشت فارغ‌التحصیلان در ایران
- دسترسی به شبکه قوی از مشاورها و منتورهای مجرب
- تخصیص سرمایه بذری در ابتدای مسیر
- علاقه به حفظ ارتباط با شریف به دلیل پتانسیل موجود برای هم‌افزایی

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + داشتن تیمی هم‌مدل و همراه
- + مقیاس‌پذیری مدل کسب‌وکار

برنامه‌های آینده

- تقویت برند و توسعه فروش از طریق بازاریابی
- توسعه محصولات در بازارهای منطقه
- توسعه مسیر آموزشی در محصول جونیورا، کوئراکالج و بوت‌کمپ
- توسعه سهم بازار

تعداد اعضای تیم
۷۰

فارغ‌التحصیلان
۳۵۰,۰۰۰

تعداد راند جذب سرمایه
۲

آمار و ارقام

مسیر رادیس تا به امروز

ایده رادیس سال ۱۳۹۳ و در جلسه دفاع پایان‌نامه‌ام شکل گرفت. زمانی که به واسطه گفت‌وگو با یکی از دوستانم، متوجه شدم سرقت درب‌های فلزی چاه‌های خیابان زیاد شده است و شهرداری می‌بایست به ماشین‌هایی که از این طریق صدمه دیده‌اند، خسارت پرداخت کند. این ایده در ذهن من شکل گرفت که اگر بتوان محصولی تولید کرد که جایگزین این درب‌های فلزی شود، می‌توان مساله را حل کرد. تحقیقات من نشان می‌داد این موضوع فقط مختص ایران نیست و چالش اکثر شهرداری‌ها در جهان است. در آن زمان من استارت‌آپ دیگری داشتم که در زمینه آموزش زبان فعالیت می‌کرد. به واسطه مشکلاتی که پیش آمد تصمیم گرفتم ادامه مسیر را با ایده رادیس پیش ببرم. سال ۱۳۹۳ شروع کار ما بود. ۲ سال تلاش کردیم تا به محصول نهایی رسیدیم. در این سال یعنی سال ۱۳۹۵ اولین جذب سرمایه ما توسط یک سرمایه‌گذار خصوصی اتفاق افتاد. نمونه اولیه از محصول ما نصب شد و در عمل پاسخگوی نیاز شهرداری بود. اولین قرارداد ما با شهرداری تهران بسته شد. پس تصمیم به توسعه محصولات گرفتیم. در سال ۱۳۹۷ برای بار دوم با همراهی شرکت سرمایه‌گذاری بهمن سرمایه جذب کردیم و به توسعه محصولات خود پرداختیم. در این فاصله بر تولید دریچه‌های نانو کامپوزیت تمرکز داشتیم. در سال ۱۴۰۰ یکی از موسسین به‌عنوان مدیر محصول انتخاب شد و توانستیم تعداد سرمایه‌های انسانی خود را به ۲۸ نفر برسانیم. در آن زمان مخاطب ما بخش دولتی بود اما در سال ۱۴۰۲ تصمیم به ورود به بازار B2C هم گرفتیم. ما تولید وزنه‌های ورزشی را با برند رادیس فیت آغاز کردیم. از سال ۱۴۰۲ خط‌های تولیدی خود را افزایش دادیم. در حال حاضر ۲ خط تولید ما مختص به همکاری با دولت است. در سال ۱۴۰۳ سومین جذب سرمایه ما توسط شرکت کیسون به صورت غیرنقدی و با مبلغ ۱۱۵ میلیارد تومان اتفاق افتاد. در حال حاضر تعداد سرمایه‌های انسانی ما در بخش تولید ۷۰ نفر و در بخش اداری ۳۰ نفر هستند. ما تاکنون توانستیم به کشورهای عراق و افغانستان صادرات پراکنده‌ای داشته باشیم. در حال حاضر جزء رهبران بازار هستیم و توانستیم در ۴ ماه ابتدایی ۱۴۰۳، جز ۳ برند محبوب ورزشی دیجی‌کالا قرار بگیریم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به برند شریف
- اتمسفر آرام و حرفه‌ای

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + توسعه فروش محصولات B2C برای کنترل چرخه نقدینگی با شرایط همکاری با مراکز دولتی
- وجود تحریم‌ها و چالش‌های معاملات بانکی در مراودات مالی با سایر کشورها
- از دست دادن مشتریانی که ایران در لیست تحریم‌های آن‌هاست

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات نانو کامپوزیت
- توسعه فعالیت‌های بین‌المللی در بازارهای منطقه
- ساخت بازی‌وار ابزارهای ورزشی
- توسعه فروش به مقدار ۲ برابر در هر سال
- ساخت یک استارت‌آپ استودیو برای نگه‌داشت فارغ‌التحصیلان در ایران

تعداد اعضای تیم
۱۰۰

میزان فروش (سال ۱۴۰۲)
+۱۰۰ میلیارد تومان

تعداد راند جذب سرمایه
۳

آمار و ارقام



مسیر میاره تا به امروز

داستان «میاره» در سال ۱۳۹۵ با هم‌فکری سه دوست قدیمی با نام‌های امیراحمد برکتین، سروش آذری و مازیار امینی در مرکز کارآفرینی دانشگاه شریف آغاز می‌شود. سه دوست که در جست‌وجوی راه‌اندازی کسب‌وکار خود، ایده‌های متنوعی را از حوزه دکوراسیون داخلی تا سرویس دلیوری، مورد ارزیابی قرار دادند. در آن سال خبری از اسنپ باکس و الوپیک نبود. اسنپ تاکسی به تازگی وارد بازار شده بود و مسیر رشد خود را طی می‌کرد. از سوی دیگر، پلتفرم‌های متعددی در حوزه سفارش‌گیری وجود داشتند که فاقد ناوگان مخصوص به خود بودند؛ به عنوان مثال ریحون، زودفود، چلیوری در بازار غذا و در بازار تجارت الکترونیک، دیجی‌کالا، بامیلو و تگموند در حال فعالیت بودند. علاوه بر موارد بالا و بازار غذا، بازارهای متنوعی از قبیل بازار محصولات تند مصرف، بازار تجارت الکترونیک، بازار تجارت اجتماعی و همه بازارهایی که در انتهای زنجیره خود، احتیاج به حمل‌ونقل و جابه‌جایی سریع کالا دارند، به سرویس دلیوری نیازمندند. برای کارآفرینان این داستان، حرکت در مسیر شناخت دغدغه‌ها، چالش‌ها و نیازهای برجسته در بازار دلیوری علی‌الخصوص بازار کیلومتر آخر (Last Mile Delivery) منجر به یافتن راهی نو در ایجاد داستانی منحصر به فرد گشت و بر اساس این شناخت، داستان «میاره» با جزئیات جدید آغاز شد. ارائه سرویس دلیوری بهینه، به صرفه و به موقع، مستلزم تخصصی است که فراتر از توانایی کارفرمایان است. در این بازار، فقدان حضور یک سرویس‌دهنده، که علاوه بر حل تعارضات و چالش‌ها، توازن مناسبی را میان نیاز فروشندگان به پیک و رضایت پیک‌ها از درآمد حاصل از این شغل ایجاد کند، به راحتی تشخیص داده می‌شد. بدین ترتیب «میاره» نخستین سرویس آنلاین دلیوری کیلومتر آخر B2B در ایران شد که با گام‌های اولیه خود در سال ۱۳۹۵ و با چشم‌انداز ارائه خدمات متنوع به تمام بازارهای کیلومتر آخر، فعالیت خود را از بازار دلیوری غذا آغاز نمود. این بازار به دلیل حجم انبوه سفارشات، فرصت مناسبی برای ورود به بازار دلیوری کیلومتر آخر به شمار می‌رفت. در آغاز فعالیت «میاره»، همانطور که گفته شد، اثری از شرکت‌هایی که امروز در حوزه دلیوری فعالیت دارند به چشم نمی‌خورد و «میاره» با نوآوری و پویایی خود، به عنوان اولین بازیگر در این بازار شناخته می‌شود. بیزینس مدل منحصر به فرد «میاره»، از دو بخش ناوگان و مشتریان (کسب‌وکارها) تشکیل شده است. در طول سال‌های فعالیت «میاره»، این بیزینس مدل به دلیل لزوم به تطابق با نیازهای بازار (Product Market Fit)، تغییرات فراوانی را تجربه کرده است. تمام تغییرات اعمال شده در بیزینس مدل «میاره» با هدف بهبود رضایت مشتریان صورت گرفته و در نهایت منجر به نگهداشت آنان شده است. ارتقاء کیفیت خدمات یکی از عوامل اساسی در تاثیرگذاری بر رضایت مشتریان است که «میاره» همواره به دنبال آن بوده است. «میاره» از شهریورماه سال ۱۳۹۵ تا خردادماه سال ۱۴۰۳، ۸ دوره جذب سرمایه را پشت سر گذاشته است و جمعاً حدود ۲۸۰ میلیارد تومان از ۱۰ سرمایه‌گذار حقیقی و حقوقی دریافت کرده است. از مهم‌ترین این سرمایه‌گذاران، می‌توانیم به سرمایه‌گذاری جسورانه حرکت اول، گروه صنعتی شکلی، توسعه سرمایه‌گذاری سامان و رهنما نام‌برد. «میاره» در سال ۱۴۰۰ بعد از رسیدن به مدل فیت شده با مارکت توانست طی دو سال رشد هیجانی بیش از ۴ برابری را تجربه کند و پس از آن برای پایداری کسب‌وکار به سمت سودآوری و حرکت در مسیرهای رشد توسعه عمودی و افقی خود را آغاز کرد. شرکای استراتژیک «میاره»، ۸۰ هزار پیک موتورسوار فعال در تهران، کرج و همچنین «دیجی‌کالا»، «آزپ» و ۱۱۰۰۰ فروشگاه فروش محصولات صنعت خرده‌فروشی هستند. در حال حاضر، «میاره» پس از گذشتن از فراز و فرودهای فراوانی که داشت، از ۱۱ نفر از بهترین همکاران در واحدهای فنی، بیزینسی و پشتیبانی بهره می‌برد.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- شبکه‌سازی برای توسعه روابط
- دریافت سرمایه بذری مناسب

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

+ انتخاب بیزینس مدل متناسب با نیاز بازار موجود

برنامه‌های آینده

- تمرکز بر توسعه برنامه‌های بازاریابی
- تمرکز بر هدف ۱۰ ساله ابتدایی میاره؛ یعنی تمرکز بر محصول لجستیک
- توسعه جغرافیایی میاره (کسب ۸۰٪ سهم بازار با پوشش ۵ شهر)

تعداد اعضای تیم
۱۱۰

شرکای استراتژیک
۸۰ هزار پیک و ۱۱۰۰۰ فروشگاه

تعداد راند جذب سرمایه
۸

آمار و ارقام

مسیر آریسا بسپار تا به امروز

در سال ۱۳۹۵ استارت‌آپی را با هدف تولید محصولات بر پایه پلیمرهای شیمیایی راه‌اندازی کردیم و در مسیر تلاش برای پیاده‌سازی ایده، در سال ۱۳۹۶ در شتاب‌دهنده شریف مستقر شدیم. خدمات منتورینگ که در این مدت از شتاب‌دهنده دریافت کردیم کمک زیادی به توسعه ما کرد. همچنین با حضور در فضای شتاب‌دهنده توانستیم از تجارب دیگر استارت‌آپ‌ها نیز استفاده کنیم. پس از آن در سال ۱۳۹۷ وارد مرکز رشد دانشگاه شریف شدیم. در این فاصله توانستیم تعداد سرمایه‌های انسانی خود را افزایش دهیم و با ساخت نمونه‌های متعدد به یک نمونه اولیه با کیفیت رسیدیم. در سال ۱۳۹۹ توانستیم خط تولید خود را ۱۵۰٪ افزایش کنیم. با دریافت سفارش از واحدهای صنعتی توانستیم محصول خود را در عمل تست کنیم و با انجام تغییرات مدنظر مشتریان به محصولاتی برسیم که واقعا در صنعت کاربردی هستند. با این سیاست در سال ۱۴۰۰ ماهانه ۱۰ تن از محصولات خود را به کارخانه‌های باتری‌سازی فروختیم. با این تجربه در ادامه مسیر تمرکز خود را بر ارتقا کیفیت محصولات و ساختاردهی به سیستم تولید گذاشتیم. در ادامه همین سال و با سیاست پیشین توانستیم محصولات کامپاند را به لیست محصولات خود اضافه کنیم. با افزایش تولید در این سال توانستیم به سمت عقد قراردادهای دولتی در سال ۱۴۰۱ برویم. در سال ۱۴۰۱ رکورد تولید ۱۰ میلیون قطعه را برای خود ثبت کردیم. از سال ۱۴۰۱ سیر رشد صعودی را طی کرده‌ایم، سبد محصول تشکیل دادیم و از تک محصولی خارج شدیم. این مسیر باعث شد که ما در سال ۱۴۰۳ تعداد سرمایه‌های انسانی خود را افزایش دهیم. یکی از چالش‌های ما در این مسیر، ترس مدیران دولتی برای استفاده از محصول داخلی در برابر محصول خارجی بوده است. از طرفی پرداخت دیر مطالبات توسط شرکت‌های دولتی همواره باعث چالش در تامین مواد اولیه و متوقف شدن خط تولید می‌شود.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تخصیص فضای استقرار
- وجود شبکه خوب ارتباطی در شتاب‌دهنده
- دسترسی به شبکه قوی از مشاورها و منتورهاى مجرب

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + تلاش و کوشش تیم در برخورد با سختی‌ها
- + انجام مطالعه بازار پیش از شروع کسب‌وکار
- + پشتکار در اثبات کیفیت محصولات به مصرف‌کنندگان

برنامه‌های آینده

- برنامه هدفمند برای ارزیابی مشتریان جدید و افزایش ظرفیت تولید و کسب درآمد بیشتر
- ورود به حوزه تجهیزات پزشکی
- صادرات به کشورهای منطقه و حضور در بازارهای بین‌المللی

تعداد اعضای تیم

۱۲

تعداد محصولات

۴

رکورد فروش سالانه

۱۰ میلیون قطعه

آمار و ارقام

مسیر بیوپرینتر تا به امروز

ما در سال ۱۳۹۵ به بررسی ایده ساخت دستگاه‌های چاپ زیستی ۳ بعدی پرداختیم. با توجه به ایده توانستیم در سال ۱۳۹۶ یک سرمایه‌گذار جذب و شرکت خود را ثبت کنیم. با تلاش‌های تیم توانستیم یک نمونه اولیه از دستگاه خود بسازیم اما مدت مدیدی هیچ درخواستی برای ثبت سفارش از هیچ مرکزی نداشتیم. اما در آخرین روزهای سال ۱۳۹۷ اولین سفارش ساخت دستگاه برای ما ثبت شد و اولین دستگاه خود را به دانشگاه علوم پزشکی تهران فروختیم. با ثبت اولین سفارش دستگاه تصمیم به توسعه کسب‌وکار خود گرفتیم و به سمت تولید مواد اولیه مورد نیاز برای تولید توسط دستگاه‌های چاپ ۳ بعدی رفتیم. در سال ۱۳۹۸ این هدف را هم برای خود ثبت کردیم و توانستیم این مواد را به تولید برسانیم. کیفیت محصولات ما کیفیتی قابل قبول برای شرکت‌های خارجی بود. با مذاکرات متفاوت برای تولید ماده اولیه این دستگاه‌ها به سمت عقد قرارداد با یک شرکت خارجی رفتیم. در سال ۱۳۹۹ به دنبال تولید ماده بافت استخوان و غضروف بودیم و ایده‌های مختلف را بررسی کردیم. به مدت ۲ سال به تحقیق و توسعه، بررسی ایده‌های مختلف در حوزه مذکور و توسعه مواد اولیه پرداختیم. در نهایت در سال ۱۴۰۱ فرایند تولید بافت استخوانی به روش چاپ زیستی به بلوغ رسید و آزمایش انسانی آن نیز رقم خورد. با این اتفاق دومین سرمایه‌گذار خود را هم جذب کردیم. در سال ۱۴۰۱ به توسعه بخش تولید مواد اولیه به روش چاپ زیستی پرداختیم. در این نقطه تصمیم به جداسازی دو شرکت گرفتیم. در سال ۱۴۰۲ ما صاحب ۲ شرکت بودیم، یکی ساخت دستگاه‌های نوین در حوزه مهندسی بافت و دیگری تولید مواد اولیه برای مهندسی بافت. با توسعه کسب‌وکار ما و پیشبرد مستقل مذاکرات با مخاطب هدف یعنی پزشکان متوجه شدیم که چالش جدی در گفت‌وگو با این قشر داریم. پس در سال ۱۴۰۲ تصمیم به توسعه تیم بازاریابی با هدف مذاکره با گروه پزشکان گرفتیم. ما در ابتدا با ساخت یک مدل دستگاه شروع کردیم اما امروز ۴ مدل دستگاه را تولید می‌کنیم. در آن زمان تنها ۱ تکنولوژی چاپ داشتیم ولی امروز حدود ۱۵ تکنولوژی چاپ داریم. در حوزه مواد مصرفی هم حدود ۱۵ نوع جوهر و ماده اولیه داریم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به دانشگاه شریف
- راهنمایی‌های ارزنده مشاورها و منتورهای متخصص در هر حوزه
- تسهیل‌گری شتاب‌دهنده برای مذاکره با خریداران محصول

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- نیاز به سرمایه‌گذاری‌های کلان برای بقای استارت‌آپ‌های سخت‌افزاری
- نبود ثبات اقتصادی برای توسعه استارت‌آپ‌ها

برنامه‌های آینده

- تلاش برای دریافت مجوزهای مورد نیاز
- توسعه زیرساخت‌های داخلی باهدف توانمندی فروش در بازارهای خارجی

تعداد اعضای تیم

۱۱

رکورد فروش سالانه
۱۰ دستگاه

تعداد راند جذب سرمایه

۲

آمار و ارقام

مسیر دیداب تا به امروز

در طول مدت زمانی که این استارت‌آپ را راه‌اندازی کرده‌ایم، مسیر پرپیچ و خمی را طی کرده‌ایم و تمام این مدت بسیار سخت بوده‌است. ما یک تیم بسیار خوب در زمینه آماده‌سازی محصولات بودیم اما در حوزه تجاری‌سازی محصول، بسیار تجربه کمی داشتیم. ما در ابتدا کار خود را با ایده ساخت directional speaker آغاز کردیم در حالی که بعدتر متوجه شدیم آنقدرها هم پتانسیل بازار زیادی برای ما ندارد. اما توسعه این محصول گام مهمی برای ما بود و تاثیر مثبتی در ادامه مسیر برای ما داشت. ما با استفاده از این محصول توانستیم خود را به عنوان مجموعه‌ای توانایی توسعه محصولات تکنولوژیک دارد، معرفی کنیم. این محصول برای ما توانست توجه رسانه‌ها را جلب کند و این موضوع منجر شد تا دور اول جذب سرمایه را با شرکت بهمن داشته باشیم. پس از جذب سرمایه تصمیم به توسعه تولیدات خود و ساخت محصول جدیدی گرفتیم. در سال ۱۴۰۰ موفق شدیم که دستگاه هولوفن خود را طراحی و تجاری‌سازی کنیم. بازار این محصول بسیار جذاب‌تر از محصول اول ما بود و به‌واسطه فروش این دستگاه جدید نقدینگی در شرکت ما جریان پیدا کرد و این موضوع باعث شد تا استارت‌آپ ما بتواند روی پای خودش بایستد. ما هیچوقت در توسعه محصولات خود به جالش نخوردیم و همواره هرچه اراده کرده‌ایم، ساخته‌ایم. اما چالش اصلی در استارت‌آپ ما موضوع تجاری‌سازی بود و بین آن چیزی که از بازار تصویر می‌کردیم و آن چیزی که اتفاق می‌افتاد فاصله وجود داشت. در این مقطع ما دو محصول داشتیم که کار می‌کرد و جریان نقدینگی داشت. در نتیجه تصمیم گرفتیم تعریف خودمان را از شرکتی که این محصولات را ارائه می‌دهد، به شرکتی که توسعه دهنده تکنولوژی‌های مختلف است تغییر دهیم. در راستای این تصمیم و به دنبال ایجاد تکنولوژی جدید، با انجام تحقیقات لازم تصمیم به ورود به حوزه دندان پزشکی گرفتیم. ورود به این حوزه با بررسی ایده ساخت اسکندر ۳ بعدی دندان پزشکی رقم خورد. در پی این تصمیم با گروهی از دندان‌پزشکان برای جذب سرمایه مذاکراتی را آغاز کردیم. با پیشبرد این اقدامات، در سال ۱۴۰۱ شرکت جدید خود را با نام صنایع دیجیتال رامان راه‌اندازی کردیم. با تأسیس شرکت تمرکز خود را بر توسعه اسکنرهای سه بعدی دندان پزشکی گذاشتیم. در سال ۱۴۰۲ توانستیم اولین نمونه محصول را تولید کنیم. این بازار، بازاری چالشی بود و برای ورود به آن نیاز به بررسی بازار داشتیم. در ادامه این سال ایده ساخت اسکنرهای لابراتواری به ذهن ما رسید که تصمیم به بررسی ایده‌های حول این موضوع گرفتیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تخصیص فضای استقرار
- وجود شبکه ارتباطی قوی
- حضور منتورهای متخصص
- دسترسی به سرمایه‌گذاران از طریق رویدادهای متنوع

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + داشتن تیم توانمند و باپشتکار در پیشبرد فعالیت‌ها
- + توانمندی ما در ارائه توانمندی‌هایمان به منظور جذب سرمایه
- + تاب‌آوری بالا در تیم بنیان‌گذار

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات در زمینه هوش مصنوعی
- ورود به بازار تجهیزات پزشکی
- رونمایی از اسکندر لابراتواری

تعداد اعضای تیم
۱۵

تعداد محصولات
۵

تعداد راند جذب سرمایه
۳

آمار و ارقام

مسیر تنسور تا به امروز

شکل‌گیری اولیه ایده تنسور در سال ۱۳۹۹ با همکاری تیمی در آمریکا برای ساخت ربات‌های حرکتی شکل گرفت. تمام تمرکز ما بر فعالیت‌های تیم بود تا اینکه تیم ما از تیم اولیه جدا شد و تصمیم به تشکیل تیمی مستقل برای ساخت ربات‌های حرکتی گرفتیم. با یک رستوران در شهر اصفهان قرارداد بستیم و قرار بر تحویل ۷ ربات خدماتی رستورانی گذاشتیم. با تمام کم و کاستی‌ها آن دو ربات ساخته و در مهر ماه ۱۴۰۰ تحویل شد. پس از این تجربه موفق تصمیم به تشکیل یک تیم ساختاریافته گرفتیم. در بهمن ۱۴۰۰ در شتاب‌دهنده شریف مستقر شدیم. با هدف بررسی بازار ربات‌های خدماتی تصمیم به مذاکره با ارگان‌های مختلف گرفتیم. در اسفند ماه ۱۴۰۰ مذاکره با مرکز اصلی تجزیه مبادلات کل کشور را انجام دادیم و محصولات تولیدی خود را ارائه دادیم. ما در این فاصله از خدمات منتورینگ شتاب‌دهنده استفاده می‌کردیم. در فروردین ۱۴۰۱ با مدیر عامل شرکت ملی پست دیدار داشتیم و قرار شد در صورت به نتیجه رسیدن ایده ربات‌های جداساز مرسولات پستی، شرکت پست با ما قرارداد ببندد. در این میان مذاکرات مختلفی را موازی با ساخت ربات‌های خود پیش می‌بردیم. تا خرداد ۱۴۰۱ گفت‌وگوهایی برای جذب سرمایه‌گذار انجام شده بود که در نهایت با یک سرمایه‌گذار فرشته به توافق اولیه رسیدیم. در مرداد ماه ۱۴۰۱ اولین جذب سرمایه اتفاق افتاد و تعداد افراد تیم به ۱۲ نفر رسید و ۷ گروه فنی تشکیل دادیم. با پیشبرد کار تصمیم به ثبت حقوقی شرکت گرفتیم. کار خود را تا فروردین ۱۴۰۲ ادامه دادیم. در آن زمان در هیئت‌مدیره مشکلاتی بروز کرد و سرمایه‌گذار تصمیم به خروج گرفت. به واسطه نداشتن قرارداد رسمی با سرمایه‌گذار مشکلاتی برای ما رخ داد. در نهایت با مدیریت نقدینگی و روحیه افراد تیم توانستیم مشکلات را پشت سر بگذاریم و ربات‌های خود را در شهریور ماه ۱۴۰۲ مطابق با زمان بندی پیش‌بینی شده تحویل دهیم. با ارائه ربات‌های ساخته شده به وزیر وقت، توانستیم با شرکت پست قرارداد ببندیم. در نهایت توانستیم با استقرار ۵۰ ربات خدماتی در مرکز پست چهار راه لشگر به اولین سیستم پستی هوشمند دست پیدا کنیم. این ربات‌ها تا به امروز بیش از ۳۲۰۰ میلیون بسته را بدون خطا طبقه‌بندی کرده‌اند و ۸ ماه است که بی‌وقفه در حال فعالیت هستند و تنها سیستم طبقه‌بندی با دقت ۱۰۰ درصد در کشور می‌باشد.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به شریف
- ارتباط و شبکه‌سازی با سرمایه‌گذاران
- بهره‌مندی از تجارب منتورها

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + وجود نظم سازمانی برای پیشبرد بهتر کارها
- وجود چالش جذب سرمایه در استارت‌آپ‌های سخت‌افزاری

برنامه‌های آینده

- افزایش تولید ربات‌های خدماتی
- توسعه کسب‌وکار در بازارهای بین‌المللی
- راه‌اندازی digital twin
- تولید خودرو خودران با استفاده از هوش مصنوعی
- انعقاد قرارداد با پست‌های سراسر کشور

تعداد اعضای تیم
۲۵



تعداد ربات‌های ساخته شده
۷۰



تعداد راند جذب سرمایه
۳



آمار و ارقام

مسیر قبضینو تا به امروز

هم‌بنیان‌گذاران قبضینو از سال ۱۳۹۳ در حوزه پرداخت فعالیت داشتند و نقاط کلیدی فعالیت در این حوزه را به خوبی می‌شناختیم. طرز نگاه متفاوت ما منجر شد تا نیازهای بازار را بشناسیم و بر اساس آن، محصولات خود توسعه دادیم. از طرفی مشاهدات و تجارب ما و از سمت دیگر ریسک‌هایی که در بازار وجود داشت، منجر شد تا تصمیم بگیریم که تک محصولی نباشیم و تقریباً هر سال و نیم، یک محصول به سبد محصولات خود اضافه کرده‌ایم. یکی دیگر از مهم‌ترین دغدغه هم‌بنیان‌گذاران این بود که مستقل کار کنیم و سرمایه‌گذار نداشته باشیم. مأموریت اصلی ما الکترونیکی کردن خدمات دولتی بود و در همین راستا کار خود را با قبضینو آغاز کردیم. دولت در حال حاضر حدود ۹۰۰ سرویسی دارد که بنا دارد آن‌ها را الکترونیک کند. نقاط عطف مهمی در این مسیر برای ما ایجاد شد. مهم‌ترین نقطه عطف ما در این مسیر، رونق گرفت دولت الکترونیک از دولت دوازدهم به بعد بود. نقطه عطف بعدی که به قبضینو کمک کرد، کرونا و تقاضای دولت و مردم برای الکترونیکی شدن خدمات بود. این اتفاق باعث شد قبضینو رشد ۷ تا ۸ برابری را تجربه کند. در طی این مسیر و در سال‌های ابتدایی شروع فعالیت ما چالش اصلی ما درآمد بود؛ چرا که ایده‌هایی مثل قبضینو نیاز به اعتماد کاربر داشت. علاوه بر آن، با توجه به کارمزد محور بودن سرویس‌های مالی، تعداد کم کاربران هم از چالش‌های اصلی درآمدزایی برای ما بود. به همین دلیل برای حل این مسائل تصمیم به کنترل هزینه گرفتیم. از دلایلی که توانستیم کنترل هزینه را به خوبی انجام دهیم این بود که تیم بنیان‌گذاران، دانش فنی خوبی داشتیم و در واقع نیازی به استخدام افراد فنی جدید نبود. علاوه بر آن با این توانمندی تیم بنیان‌گذاران برای خلق درآمد تصمیم به انجام پروژه‌های متفاوت گرفتیم. پروژه‌های مختلف باعث شد که به صورت غیرمستقیم قبضینو تحت تاثیر قرار بگیرد و امکانات جدید اضافه نکنیم، در طی این مسیر کاربر به قبضینو راحت‌تر اعتماد کرد و البته پروژه‌ها باعث شد که شبکه روابط ما گسترش پیدا کند. به طور کلی با رشد درآمدی قبضینو پروژه‌های تیم کمتر شد و ما روی محصولات متمرکز شدیم. با بزرگتر شدن شرکت، چالش‌ها همچنان باقی است اما هم نسخه‌های وب‌سایت و اپلیکیشن خود را توسعه داده‌ایم و هم ارگان‌های دولتی به مرور اعتماد بیشتری به ما کرده‌اند و تعاملات ما با ارگان‌های دولتی در این مسیر افزایش یافته‌است.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بهره‌مندی از امکانات فیزیکی
- استفاده از راهنمایی‌های ارزنده منتورهای مجرب
- دسترسی به شبکه ارتباطی خوبی از استعدادها و سرمایه‌گذاران
- امکان شبکه‌سازی با استارت‌آپ‌های دیگر و استفاده از تجارب آن‌ها

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + تاب‌آوری و سرسختی هسته اصلی تیم
- + مدیریت هزینه در مسیر توسعه کسب و کار
- + ایجاد ذهنیت استقلال و عدم جذب سرمایه همراه با تحقق رشد ارگانیک

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات جدید در مجموعه

تعداد اعضای تیم

۸۰

تعداد کاربر روزانه

۴۰۰ هزار نفر

تعداد تراکنش روزانه

۲۰۰ هزار

آمار و ارقام

مسیر بهترینو تا به امروز

شروع کار بهترینو در آبان ماه ۱۳۹۷ و با ایده طراحی پلتفرمی برای رتبه‌بندی سایت‌های مختلف از کسب‌وکارها بود. ما با فاصله کمی توانستیم در شتاب‌دهنده مستقر شویم و اولین نسخه MVP خود را منتشر کردیم. سه ماه بعد، زمانی که به بررسی اهداف خود پرداختیم میزان تحقق اهداف ما بیشتر از اهداف تعیین‌شده بود. با بازخوردی که از استراتژی‌های خود گرفتیم، به دنبال جذب سرمایه‌گذار رفتیم. در تیر ماه ۱۳۹۸ توانستیم سرمایه‌گذار جذب کنیم که با این اتفاق و توسعه زیرساخت‌ها رشد خوبی در تعداد کاربران ماهانه برای ما رقم خورد. در بهمن ماه ۱۳۹۸ با شروع کرونا کسب‌وکار ما هم تحت‌تاثیر قرار گرفت. اما با کاهش قرنطینه‌ها در اردی‌بهشت ۱۳۹۹ دوباره رشد ترافیک در سایت ما اتفاق افتاد. خوشبختانه در دوران قبل از کرونا ما زیرساخت‌های خوبی برای بهترینو طراحی کرده بودیم که باعث شد بعد از کرونا رشد ما با سرعت زیادی اتفاق بیافتد. ما در انتهای سال ۱۳۹۹ به بررسی بیزنس مدل خود پرداختیم. با بررسی‌های انجام‌شده به این نتیجه رسیدیم که مدل Subscription برای ما مدل بهینه‌ای محسوب می‌شود. این عملاً یک نوآوری در کسب‌وکارهای شبیه ما بود. در سال ۱۴۰۰ بیزنس مدل خود را تغییر دادیم. با توسعه بیزنس مدل جدید تمرکز ما بر توسعه الگوریتم‌های تبلیغات و فنی قرار گرفت. این دو تغییر مدل کسب‌وکار و بهینه‌سازی الگوریتم‌های تبلیغات، باعث شدند درآمد ما رشد بسیار زیادی را تجربه کند. علاوه بر این اقدامات، ما تیم فروش خود را شکل دادیم، به آن‌ها آموزش دادیم، سیستم CRM خود به درستی پیاده‌سازی کردیم و مجموع این اقدامات منجر به رشد بهترینو شد. پس از آن به توسعه سرمایه‌های انسانی خود پرداختیم و تعداد افراد تیم بیشتر شد. در این اواخر هم برویژگی‌های ظاهری سایت تمرکز کردیم و به توسعه تجربه کاربری پرداختیم. در طی این سال‌ها، تغییرات ساختاری مختلفی را تجربه کردیم. هدف این تغییرات ساختار، ایجاد سرعت بیشتر در کسب و کار و بهینه‌تر شدن هزینه‌ها بود.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به دانشگاه شریف
- دسترسی به شبکه ارتباطی خوبی از استعدادها
- تسهیلگری خوب تیم شتاب‌دهنده در رفع نیازهای ما
- انعطاف‌پذیری، کنش‌گری و پشتیبانی مدیران شتاب‌دهنده

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + داشتن تیم خوبی از بنیان‌گذاران
- + تاب‌آوری و سرسختی هسته اصلی تیم
- + فضای همکاری خوب و روان به دلیل نداشتن ساختار سلسله‌مراتبی

برنامه‌های آینده

- توسعه محصول با هدف رجوع مستقیم مخاطب به وبسایت و اپلیکیشن

تعداد اعضای تیم

۱۵

رشد درآمد

۲۵ برابر

تعداد راند جذب سرمایه

۴

آمار و ارقام



مسیر شریف گرافینا تا به امروز

فعالیت شریف گرافینا در سال ۱۳۹۶ با تولید محصولات نانوساختار آلایندہ زدا در شتاب‌دهنده شریف آغاز شد. در همان سال، این محصول به‌عنوان یکی از محصولات استراتژیک مقابله کننده با عفونت های بیمارستانی معرفی گردید. این موفقیت باعث شد گرافینا با جذب سرمایه به سمت صنعتی شدن حرکت کند.

در دوران همه‌گیری کرونا، با همکاری دانشگاه علوم پزشکی ایران، بسیاری از بیمارستان‌های کشور به صورت رایگان مجهز محصولات ضد ویروس گرافینا از قبیل پوشش های محافظ سطوح، البسه کادر درمان و محلول ضد عفونی به میزان ۱۵ هزار لیتر شدند و شرکت توانست با تولید محصولات مرتبط به رشد خود ادامه دهد. با توجه به اقدامات صورت گرفته، گرافینا در سال ۹۹ موفق به کسب عنوان شرکت برگزیده مرکز رشد دانشگاه شریف گردید.

در سال ۱۴۰۱ ایجاد تغییرات در شرکت و حضور سرمایه گذاران جدید، زمینه ساز حضور برند شریف گرافینا در بازارهای بین المللی و تاسیس واحد جدید شرکت در شهر دبی گردید. یکی از نقاط عطف شرکت حضور در نمایشگاه بین المللی wetex و ارائه محصولات جدید در حوزه های تصفیه آب و انرژی به عنوان محصولات نوآورانه ساخت ایران بوده است. این شرکت قصد دارد با فائق آمدن بر چالش های مختلفی مانند قوانین تجارت و تحریم‌ها، حضور خود را در بازار کشورهای حاشیه خلیج فارس تقویت کند و با بهره‌گیری از تجربیات گذشته، مسیر پیشرفت خود را ادامه دهد.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- دسترسی به شبکه قوی از مشاورها و منتورهای مجرب
- تعلق خاطر به اتمسفر شریف

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + تامین مالی مناسب
- + تسهیل قوانین مربوط به تولید در ایران
- + داشتن تیم خوب و متوازن

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات جدید به‌خصوص در حوزه انرژی
- توسعه بازارهای بین‌المللی به‌خصوص اروپا

تعداد اعضای تیم

۸

تعداد محصولات

۴

تعداد راند جذب سرمایه

۳

آمار و ارقام

مسیر موری تا به امروز

در گذشته با عنوان هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ کوئرا فعالیت داشتم که به دلیل راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، از آن‌جا خروج کردم. در همین راستا در تابستان سال ۱۴۰۱ با همکارم نوید کاکولی دوره‌های متعددی برای بررسی ایده‌های مختلف داشتیم. در نهایت به سه ایده نهایی رسیدیم. از میان آن‌ها به بستری برای توصیه‌دهنده پوشاک رسیدیم چرا که موتور جست‌وجوی معمولی در این زمینه به اندازه کافی قوی نیست. در آخر مهر ۱۴۰۱ این ایده نهایی شد. سهم فروش آنلاین لباس در ایران ۴ درصد است و ۹۶ درصد خرید به صورت حضوری است. در آبان ۱۴۰۱ با این پیش‌فرض که به راحتی بیشتر در حوزه انتخاب پوشاک کمک کنیم، شروع کردیم. اولین اقدام ما طراحی یک بازی برای شناخت بازار و نیاز مخاطب بود. آذر ۱۴۰۱ به نسخه اول از نرم‌افزار خود رسیدیم. در آن زمان ۳ نفر شریک بودیم و تیم ما با ۵ نفر شروع به کار کرد. اسم موری از کتاب سه‌شنبه‌ها با موری الهام گرفته شده است. از دی ماه ۱۴۰۱ هم وارد شتاب‌دهنده شریف شدیم. نسخه اولیه ما برای مخاطب جذاب و بامزه بود اما خرید اتفاق نمی‌افتاد. پس به سراغ نسخه دوم رفتیم. بهمن ماه به سمت ارتقا رفتیم اما در انتهای اسفند ۱۴۰۲ به نسخه نهایی رسیدیم. این نسخه نه بامزه و سرگرم‌کننده بود نه کمکی به خرید می‌کرد. در نتیجه دوباره به سمت تغییرات رفتیم و در انتهای بهار نسخه جدیدی را ارائه دادیم. با این نسخه به خرید آدم‌ها کمک می‌کردیم اما بامزه و سرگرم‌کننده نبود. باز هم برای رسیدن به هدف خودمان تلاش کردیم و در انتهای تابستان توانستیم به نسخه‌ای برسیم که هم سرگرم‌کننده بود و هم برای خرید قابل استفاده بود. در این زمان یعنی تابستان ۱۴۰۲، دیجیتال مارکتینگ را هم شروع کردیم. در این زمان‌ها تعداد بازدید موردی روزانه بین ۵۰ تا ۱۰۰ بازدید بود اما با گذر زمان یعنی در انتهای شهریور و همه‌گیر شدن ویژگی‌های استارت‌آپ ما در پلتفرم توینتر توانستیم به ۱۰۰۰ بازدید در روز هم برسیم. در حال حاضر بازدید روزانه موری بیش از چند هزار نفر است. برای ارائه خدمت جست‌وجو با شرکت‌های بزرگی گفت‌وگو کردیم و در نهایت از زمستان ۱۴۰۲ با ورود سرمایه‌گذار وارد فضای B2B شدیم.

در ابتدا ما فقط توصیه‌دهنده بودیم و با گذر زمان به سمت همکاری با فروشگاه‌ها رفتیم. در بازه زمانی تولد موری تا امروز توانستیم با ۶۵۸ فروشگاه همکاری کنیم. در حال حاضر موتور جست‌وجوی موری محصولات را براساس جست‌وجوی مخاطب، محتوای متنی یا حتی محاوره‌ای به‌خوبی تحلیل می‌کند و نتیجه را به مخاطب نمایش می‌دهد.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- دسترسی به شبکه خوبی از ارتباطات ارزشمند
- تخصیص فضای مناسب برای هسته اصلی تیم
- فراهم‌سازی امکانات کارآمد و مفید
- آشنایی با افراد جدید در زیست‌بوم استارت‌آپی

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + توسعه هوش مصنوعی و به‌واسطه آن ایجاد فرصت‌های جدید
- + امید به اثرگذاری در زیست‌بوم استارت‌آپی ایران حتی با وجود چالش‌های تحریم و فیلتر اینترنت

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات B2B
- توسعه سهم بازار فعلی و افزایش تعداد کاربران

تعداد اعضای تیم

۱۱

تعداد مجموعه‌های همکار

۱۵۰۰

تعداد راند جذب سرمایه

۱

آمار و ارقام

مسیر لکسیت تا به امروز

حدود ۴ سال پیش، ما چهار نفر از دانش‌آموختگان مقاطع ارشد و دکتری دانشگاه شریف و دانشگاه تهران کنار هم جمع شدیم و تصمیم گرفتیم در کشور خودمان کسب‌وکاری ایجاد کنیم که ارزش ماندن را داشته باشد. نتیجه این تصمیم، یک تیم ۱۲ نفره از جوان‌های بااستعداد کشور شده است که در حوزه طراحی، تولید و فروش محصولات هوشمند به‌صورت دانش‌بنیان فعالیت می‌کنند.

در آغاز فعالیت، تصمیم بر آن شد که وارد حوزه ساختمان هوشمند شویم و با برندهای موجود در بازار ایران، به هوشمندسازی پروژه‌های مختلف بپردازیم. پس از اجرای موفق چند پروژه هوشمندسازی با برندهای چینی و آلمانی، به دلیل عدم امکان گارانتی درست محصولات و اینکه کار صرفاً بازرگانی واردات محصولات چالش‌برانگیز نبود، تصمیم گرفتیم خودمان به تولید محصولات هوشمند بپردازیم.

پس از چندین مرتبه تلاش ناموفق برای رسیدن به یک مدار نهایی و قابل اعتماد برای تولید یک پرز هوشمند، سرانجام موفق به تولید این محصول شدیم. پس از آن، با تلاش و توسعه توانستیم کلیدهای مختلف را نیز به سبد محصولاتمان اضافه کنیم.

در طول این ۴ سال ما توانستیم با شرکت‌های مطرح ساختمان‌سازی جهت هوشمندسازی و با برخی شرکت‌های مطرح جهت ارائه خدمات نرم‌افزاری قرارداد ببندیم. در رویداد ملی مدارس آینده نشان طرح برتر و در اولین رویداد ارزیابی فعالان حوزه بهینه سازی مصرف انرژی از شورای عالی انرژی و وزارت نفت نشان طرح نقره‌ای را کسب کردیم. همچنین در هجدهمین جشنواره ملی فن آفرینی شیخ بهایی رتبه پنجم را در حوزه مدیریت شهری کسب کردیم. همواره تلاش کرده‌ایم تا محصولات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مطابق با به‌روزترین دانش دنیا را تولید کنیم و پیمانکاری پروژه‌های فاخر در سطح کشور را بر عهده بگیریم

هوشمندانه فکر کن... Lexia

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تعلق خاطر به دانشگاه شریف
- دسترسی به شبکه خوبی از ارتباطات ارزشمند
- بهره‌مندی از خدمات آموزش و شبکه مشاورین شتاب‌دهنده

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + عدم ترس از شکست و تداوم در مسیر درست
- + شور و اشتیاق اعضای تیم برای پیشرفت در کشور
- + هوشیاری نسبت به موقعیت‌های پیش رو

برنامه‌های آینده

- رسیدن به پلتفرم جامع و کامل برای ساختمان هوشمند در تمامی جنبه‌های ساختمان
- ارائه راهکار پارکینگ هوشمند
- ارائه راهکار سیستم اعلام حریق
- ارائه راهکارهای آسانسور هوشمند



تعداد اعضای تیم
۱۵



تعداد محصولات
۳۱



تعداد راند جذب سرمایه
۰

آمار و ارقام

مسیر کریوت تا به امروز

ما فعالیت خود را در سال ۱۳۹۶ با ایده طراحی پلتفرمی برای بیمه بدنه پیمایشی برای خودروها شروع کردیم. در شروع فعالیت یک سخت افزار ردیاب با قیمت پایین و یک نرم افزار تشخیص ریسک تصادف طراحی کردیم و وارد مذاکره با شرکت‌های بیمه شدیم که جلسات به خوبی پیش نرفت و برای ادامه مسیر به فکر بازطراحی بیزینس پلن و تغییر مسیر افتادیم. با توجه به مسیر توسعه محصول قبلی تصمیم بر این گرفتیم که وارد حوزه مدیریت ناوگان شویم چون هم تجربیات توسعه سخت افزار و هم نرم افزار کسب شده در گذشته می توانست به ما در این مسیر کمک کند. ایده ی اولیه ما پلتفرم مدیریت ناوگان با هدف استفاده از هوش مصنوعی در نظارت هوشمند بر ناوگان و تهیه گزارش‌های عملکردی، برای بهبود خروجی‌های مدنظر مدیران بود. بعد از صحبت کردن با شرکت‌های مختلف دارای ناوگان و انجام تست‌های محصولی مختلف ما یک فرصت مناسب برای ورود به بازار شرکت‌های دارای ناوگان پخش و توزیع را پیدا کردیم. مسیربندی هوشمند محصولی بود که در مذاکره با شرکت‌های پخش متوجه اشتیاق شرکت‌ها برای استفاده از این محصول و کاهش هزینه‌های توزیع با استفاده از آن شدیم. در طول سال ۹۸ کم کم تیم توسعه کریوت بزرگتر شد و با تغییرات در تیم هم بنیانگذاران با توجه به شرایط جدید پیش رو، اولین سرمایه جذب شد و کریوت با ساختار جدید و محصول جدید پیشرفت را شروع کرد. اتفاقات پیش آمده در سال‌های ۹۸ تا ۱۴۰۱ ضربات را به مسیر توسعه ما وارد کرد و ارتباط مد نظر ما با شرکت‌ها در این دوره کمی سخت و کند شد. از سمت دیگر بعد از اشتیاق اولیه شرکت‌ها برای استفاده از محصول بهینه‌سازی عملیاتی ما، در هنگام استفاده از محصول و پیاده‌سازی‌های عملیاتی متوجه این مسئله شدیم که با توجه به تغییرات زیادی که استفاده از محصول ما در عملیات ایجاد می‌کند، استفاده از آن در شرکت‌ها با ریسک بالایی همراه است. در شرایط اقتصادی موجود کشور پذیرش این ریسک در کنار ریسک‌های مربوط به همکاری با یک استارت‌آپ و هزینه‌های قابل پرداخت، پیشرفت به عنوان یک استارت‌آپ را بسیار کند می‌کرد. از طرف دیگر استفاده از این نوع محصولات در شرکت‌هایی که از نرم افزارهای متفاوتی در فرآیندهای خود استفاده می کردند نیازمند همگام‌سازی کریوت با نرم افزارهای داخلی شرکت‌ها بود که عملاً شرکت‌ها آماده همکاری در این زمینه نبودند یا به سختی قابل انجام بود. بعد از سال ۱۴۰۲ و همکاری‌های متفاوت در سطوح مختلف با شرکت‌های بزرگ و کوچک و متوسط به این نتیجه رسیدیم که نیازمند بازنگری در سیاست‌های کلان خود و ایجاد ساختار مقاوم‌تر در شرایط فعلی هستیم و در ادامه با تمرکز بیشتر بر فروش و کم کردن توسعه به دنبال ایجاد مدل کسب و کار کارآمدتری هستیم که بتوان در کوتاه مدت و میان مدت مدل توسعه محصولی مناسب با این فضا را بسازیم. در حال حاضر محصول کریوت قابلیت بهینه‌سازی (تا ۳۰٪) عملیات فروش میدانی، توزیع و نظارت بر ناوگان (خودرو) و تیم‌های عملیاتی فروش (بازاریاب‌ها) را به صورت هوشمند داراست و در شرایط اقتصادی فعلی راهکاری یکپارچه برای حل مسئله عدم بهینگی در عملیات برای شرکت‌هاست.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تخصیص فضای استقرار
- علاقه به استفاده از فضای ارتباطی در شریف

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + انتخاب بازار درست و دقیق
- + انتخاب تیم خوب و کارآمد
- + داشتن آمادگی لازم برای ورود به بازار

برنامه‌های آینده

- پخش سراسری هوشمند با هدف اتومات کردن تمامی فرایندهای زنجیره تامین
- ایجاد ۲ محصول با همکاری شرکت‌های دیگر
- طراحی محصولی برای فروش سازمانی و تامین کالا
- توسعه فعالیت‌ها در بازارهای بین‌المللی

تعداد اعضای تیم
۲۵



تعداد مجموعه‌های همکار
۱۵



تعداد راند جذب سرمایه
۲



آمار و ارقام



مسیر ابتکار صنعت فاطر تا به امروز

در حوالی سال ۹۵، ۹۶ ما به عنوان یکی از تیم‌های مستقر در شتاب‌دهنده بودیم. مسیر ما با طرح ایده دستگاه اندازه‌گیری توان گشتاور سیستم‌های دوار از آن زمان آغاز گردید. این محصول، سنسور ابزار دقیق صنعتی است که در آزمایشگاه‌های صنعتی و در خطوط تولید مورد استفاده قرار می‌گیرد. در آن زمان، این محصول در کشور تولیدکننده مشخصی نداشت و واردات آن هم بسیار سخت بود. به خاطر وجود نیاز سفارشی‌سازی شدن محصول، چالش‌های زیادی در نزد کارفرما و تأمین کنندگان این محصول وجود داشت. این گلوگاه منجر شد تا ایده تولید آن را عملی کنیم. پس از تولید اولیه محصول و بومی‌سازی آن، توانستیم با توسعه دانش فنی، نمونه صنعتی آن را تولید کنیم و آن را در اختیار مشتریان بگذاریم تا به جای استفاده از محصول وارداتی، از این محصول استفاده کنند. در ابتدای این مسیر، ۳ نفر بودیم و همزمان با تولید این محصول، محصول دیگری هم تولید کردیم که به خاطر نداشتن بازار برای آن، تولید آن متوقف شد. در همان سال‌های ابتدایی، شرکت خود را تاسیس کردیم و تبدیل به شرکتی دانش‌بنیان شدیم.

در ادامه مسیر و در طی ۱ سال توانستیم سبد محصولات خود را توسعه دهیم و تیم خود را بزرگ‌تر کنیم. پس از آن به مرکز رشد دانشگاه منتقل شدیم و یک دوره ۳ ساله را در آنجا سپری کردیم. در این دوره نیز به توسعه سبد محصولات خود پرداختیم و توانستیم مشتریان خوبی را از صنایع مختلف کشور جذب کنیم. در حال حاضر فعالیت‌مان را در دفتر و کارگاه اختصاصی خود پیش می‌بریم. در ابتدای مسیر توسعه محصولات، بازخوردهای مختلفی را برای بهبود محصولات دریافت می‌کردیم که با رعایت آن موارد، امروز محصولات ما به بلوغ خوبی رسیده است و مشتریان از نحوه عملکرد این محصولات رضایت کامل دارند. امروز نیاز کشور به این محصول نیز هم‌زمان با توسعه صنعت در کشور افزایش پیدا کرده است و می‌توانیم بگوییم نیاز کشور در این خصوص را به خوبی می‌توانیم تأمین کنیم. روند توسعه محصولات ما تا به امروز از دو منظر کیفی و کمی رقم خورده است. محصولی که در سال اول کارمان تولید کرده بودیم، امروز با قابلیت‌های فنی بسیار بیشتر در حال تولید است و در کنار آن و به مرور زمان، ۴ محصول دیگر را نیز توسعه داده‌ایم. در ادامه توسعه فعالیت‌های خود در زمینه محصولات و بازارهای خود، تصمیم داریم تا به بازارهای خارج از کشور نیز ورود کنیم و در حال حاضر، در حال آماده‌سازی زیرساخت‌های آن هستیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بهره‌مندی از امکانات و خدمات تخصیص داده شده
- دسترسی به شبکه ارتباطی از افراد متخصص

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + توجه به نیازها و درخواست‌های مشتریان در مسیر توسعه محصولات (نگاه بازار محور)
- + توجه به کیفیت محصولات و ایجاد رضایت در مشتریان
- + ارائه پاسخ مناسب به چالش‌های فنی در مسیر توسعه محصولات

برنامه‌های آینده

- توسعه محصولات جدید
- ورود به بازارهای بین‌المللی
- افزایش تعداد و تنوع مشتریان

تعداد اعضای تیم

۶

تعداد فروش دستگاه در سال

۱۰۰

تعداد محصولات

۵

آمار و ارقام



مسیر ویش ورک تا به امروز

ما در ویش ورک همواره اعتقاد داریم که برای تأثیرگذاری، نیازی به تغییر مکان نیست. همین اعتقاد پایه‌گذار این استارت‌آپ بود. به همین علت، در سال ۱۳۹۶، وقتی اولین بار با ایده‌ی پلتفرم فریلنسینگ پا به شتاب‌دهنده شریف گذاشتیم، هدف غایی ما دو چیز بود، یک آنکه افرادی در سراسر ایران هستند که توانمندی بالای حل مسئله دارند و می‌توانند پروژه‌های مهندسی متنوعی را انجام دهند، و دوم، آن‌که نیاز حتمی به مهاجرت برای تأثیرگذاری قشر نخبه در این عصر با وجود زیرساخت‌ها و منابع جهانی کمتر شده است.

به سبب چالش‌ها و مسائلی مانند سرعت پیشرفت تکنولوژی و اینترنت در ایران در مقایسه با دنیا، ما در سال ۱۳۹۸ مجبور به تغییر مسیر شدیم. چرا که تحریم‌ها به شدت ارزش پول ملی را تضعیف می‌کرد و امر مهاجرت کماکان بازار قدرتمندتری پیدا می‌کرد، و ثانی، زیرساخت‌ها در مقایسه با حتی کشورهای همسایه تضعیف شده بود و قشر نخبه در جامعه مورد توجه تصمیم‌گیران نبود. زمانی که به عقب نگاه می‌کنیم این تغییر مسیر باعث پیشرفت ما شد. بدلیل مسائلی که ذکر شد، ما به سمت یک شرکت نرم‌افزاری بین‌المللی با نمایندگی در سه کشور عمان، کانادا و ایران قدم برداشتیم و سعی کردیم تا روابط بین‌المللی‌ای بر مبنای حیطه‌های تخصصی خود شکل دهیم. در این راستا، نباید از لطف‌های دوستان و آشنایان که خیلی از آن‌ها فارغ التحصیل‌های دانشگاه شریف بودند، چشم‌پوشی کرد. این کمک‌ها، بالاخص از لحاظ ذهنی، به ما کمک شایانی در شرایط سخت کشور می‌نمود. در تمام این مدت از زمان شکل‌گیری ویش ورک، ما توانستیم با شرکت‌های برتر سیلیکون ولی همانند Netflix همکاری داشته باشیم، برترین پلتفرم ارائه فضای کار اشتراکی به نام Spash را توسعه دهیم و توسط شرکت سرمایه‌گذاری مکث جذب سرمایه کنیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- وجود فضای حمایت‌گرا
- تسهیل‌گری خوب تیم شتاب‌دهنده در مسیر رشد و توسعه تیم

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + دیدگاه کارآفرینی و اثرگذاری جهانی بدون مهاجرت
- + تغییر سریع مسیر به دلیل تحریم‌ها
- + ایجاد روابط بین‌المللی
- + ایمان به رسالت فعالیت‌های تیمی

برنامه‌های آینده

- ارائه خدمات مشاوره، طراحی و اجرای نرم‌افزارهای اختصاصی
- ارائه خدمات طراحی بصری و هویت برند
- ارائه خدمات توسعه و به‌کارگیری هوش مصنوعی

تعداد اعضای تیم

۹

تعداد مجموعه‌های همکار

۷

تعداد راند جذب سرمایه

۱

آمار و ارقام



مسیر چشم‌یار تا به امروز

من به همراه دو نفر از دانشجویان دانشگاه شریف حول محور سلامت چشم از سال ۱۴۰۰ شروع به فعالیت کردیم. در این مدت با استفاده از هوش مصنوعی سعی داشتیم تا بوسیله انواع تصویربرداری چه در سطح تخصصی (نظیر تصاویر شبکیه ...) و چه در سطح غیرتخصصی (نظیر تصاویر دوربین‌های دیجیتالی)، بیماری‌های چشمی را پیش‌بینی و توصیف نماییم. این کار به صورت نرم افزار در اختیار متخصصین قرار گرفته تا بتوانند خطای انسانی را در تشخیص و یا دنبال کردن بهبود بیماران، به حداقل برسانند. از این رو در حوزه‌های سخت افزاری برای پزشکی از راه دور نیز ورود پیدا کردیم تا بتوانیم برای مردم ایران قدمی کوچک در راستای افزایش کیفیت خدمات درمانی برداریم.

بیشترین تمرکز ما بر روی ایجاد سرویس‌های تخصصی در وضعیت سلامت چشم بوده است اما درصدد تشخیص سایر بیماری‌های سایر ارگان‌های بدن نظیر قلب، مغز و کبد از طریق بررسی تصاویر و اطلاعات چشم بیماران هستیم. از این رو در تیم چشم‌یار هم پزشکان و هم مهندسين در کنار هم حضور دارند. در حال حاضر چشم‌یار سرویس‌های متنوعی را به صورت وب اپلیکیشن توسعه داده است.

در طول این سه سال از لحاظ علمی توانستیم بیش از ۵ مقاله معتبر پیرامون، سرویس‌های نوآورانه چشم‌یار منتشر کنیم و در حال حاضر با مراکز تحقیقاتی دانشگاه‌هایی از جمله؛ دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران و شهید بهشتی مذاکره و همکاری داشته ایم. با وجود اینکه تنها سه سال از فعالیت رسمی ما می‌گذرد ما برنده جایزه ایده بازار دانشگاه علوم پزشکی تهران و جایزه نوآوری دانشگاه علوم پزشکی ایران شدیم. هم چنین در آزمایشگاه اپتوالکترونیک در حال ثبت پتنت جدیدی هستیم که در ادامه Us پتنت شده در تولید بایو سنسور جدید در حوزه چشم پزشکی است.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بستری خوب برای نگه‌داشت فارغ‌التحصیلان در ایران
- وجود فضای حمایت‌گرفته

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + اثرگذاری مستقیم در کیفیت زندگی و سلامت مردم
- شرایط نامناسب اقتصادی در مقوله سلامت کشور
- مهاجرت نیروهای متخصص

برنامه‌های آینده

- ارائه پزشکی از راه دور در حوزه سلامت چشم بوسیله نرم‌افزار و سخت‌افزار های به روز

تعداد اعضای تیم
۱۰

تعداد محصولات
۱۵ نرم افزار+ ۳ سخت افزار

راند جذب سرمایه
۰

آمار و ارقام

مسیر موپن تا به امروز

موپن از گروه تلگرامی "چتربازان شریف" آغاز شد؛ گروهی که ابتدا با هدف اطلاع رسانی تخفیف‌ها و خدمات رایگان برای دانشجویان شکل گرفت. علاوه بر تخفیف‌های دانشجویی، کدهای تخفیف فروشگاه‌های اینترنتی و پلتفرم‌های آنلاین در حال رشد نیز در این گروه به اشتراک گذاشته می‌شد. به تدریج، کدهای تخفیف پلتفرم‌های شناخته‌شده‌ای چون اسنپ‌فود، دیجی‌کالا و سایر کسب‌وکارهای آنلاین نیز به مرور منتشر می‌شد. با توجه به نیاز بازار و الگو گرفتن از نمونه‌های موفق خارجی، ایده تأسیس موپن به عنوان مرجع کدهای تخفیف شکل گرفت.

موپن از تابستان ۱۳۹۶ فعالیت خود را آغاز کرده و تاکنون با بیش از ۱۰۰۰ سایت و اپلیکیشن ایرانی از طریق انتشار و تبلیغ کدهای تخفیف همکاری داشته است. این پلتفرم اکنون روزانه میزبان بیش از ۴۰ هزار کاربر منحصربه‌فرد است که از خدمات و تخفیف‌های متنوع موپن بهره می‌گیرند. اوایل سال ۹۷ به تعداد کاربران هدف رسیدیم، به طوری که روزانه حدود ۱۰ تا ۲۰ نفر از موپن استفاده می‌کردند. در همان زمان مذاکرات خود را با شرکت‌های مختلف آغاز کردیم. ارزش موپن برای شرکت‌ها در این است که امکان اطلاع رسانی کدهای تخفیف و تبلیغات را با هدف افزایش جذب کاربران و فروش فراهم می‌کند و سیستم همکاری موپن، ابزاری موثر برای افزایش رشد کسب‌وکار آن‌هاست. سال ۹۸ تازه سیستم همکاری در فروش را راه‌اندازی کرده بودیم، اما هنوز رونمایی عمومی از آن انجام نشده بود. به تدریج با رشد تعداد کاربران، آشنایی افراد بیشتری با موپن حاصل شد. در این زمان ویژگی خاصی که موپن داشت، این بود که کاربران بدون نیاز به ثبت‌نام می‌توانستند از خدمات رایگان سایت استفاده کنند؛ مزیتی که موپن را برای کاربران جذاب می‌کرد و باعث شد جایگاه خود را در بازار ایران پیدا کند و توجه بیشتری به دست آورد. در ادامه مسیر رشد، در سال ۱۴۰۱ سرویس جدیدی با نام گردونه نیز به مجموعه اضافه شد تا کاربران، علاوه بر دسترسی به تخفیف‌ها، از قرعه‌کشی‌ها و مسابقات برندهای ایرانی نیز مطلع شوند و فرصت شرکت در این رویدادها را داشته باشند.

هدف اصلی ما جذب کاربران بود تا پس از آن بتوانیم با شرکت‌ها وارد مذاکره شده و از طریق ارائه خدمات همکاری مستقیم داشته باشیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- تخصیص فضای استقرار
- بهره‌مندی از تجارب منتورها

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + داشتن تیم خوب
- + مدل درآمدی کارآمد
- + نداشتن رقیب مستقیم هنگام ورود به بازار

برنامه‌های آینده

- توسعه و افزایش سهم بازار

تعداد اعضای تیم
۱۰

تعداد مجموعه‌های همکار
۱۰۰۰

راند جذب سرمایه
۰

آمار و ارقام

مسیر سامفو تا به امروز

شرکت مواد پیشرفته شریف (سامفو) در ابتدا به صورت یک استارت‌آپ فنی مستقر در شتاب‌دهنده دانشگاه صنعتی شریف در بهار ۱۳۹۷ توسط تعدادی از فارغ التحصیلان دانشگاه شریف در زمینه مهندسی پلیمر، مهندسی فوم و نانومواد تاسیس گردید. هدف از تاسیس این شرکت پاسخ دادن به نیاز صنایع جهت تامین مواد پیشرفته از جمله کامپاندها، فوم‌های پلیمری و مواد نانوساختار بوده است. با این امید که تسهیل دسترسی و توسعه استفاده از این مواد علاوه بر کاهش وابستگی به واردات، به اعتلای کیفیت محصولات تولید داخل کمک نماید.

ما در آن زمان ابتدا با نام "زیست گستران" وارد شتاب‌دهنده شریف شدیم و هدف ما توسعه دانش‌های نوین در صنعت کشور در زمینه ذرات نانو بود. بعد از مدتی استقرار در شتاب‌دهنده و به کمک مشاوره‌ها و جلسات منتورینگ، به این نتیجه رسیدیم که برای موفقیت بهتر باید به فکر توسعه یک محصول کاربردی باشیم بجای آن‌که به بازاریابی و فروش خود نانوذرات بپردازیم. پس از تحقیق درباره کاربردهای مختلف صنعتی نانوذرات، به محصول فعلی رسیدیم. این محصول، فوم دانه پلی پروپیلن انبساطی (EPP) است که ذرات نانو در آن به عنوان یک جزء جوانه‌زا توسعه داده شده اند.

اولین راند جذب سرمایه ما به مبلغ ۱۵ میلیارد ریال اواخر سال ۱۳۹۸ اتفاق افتاد. سپس در سال ۱۳۹۹ موفق به اخذ گواهی دانش بنیان شدیم. یک سال بعد، اولین خط تولید این شرکت با محصول فوم دانه پلی پروپیلن انبساطی (EPP) در اواخر سال ۱۴۰۰ با ظرفیت روزانه یک تن راه اندازی شد که ما را به اولین تولید کننده این محصول در ایران تبدیل کرد. سپس در سال ۱۴۰۱ محصول جدید خود با نام فوم دانه پلی اتیلن انبساطی (EPE) را معرفی نمودیم. هم اکنون نیز در حال برنامه ریزی برای راند دوم جذب سرمایه هوشمند با اهداف افزایش ظرفیت تولید به میزان روزانه ده تن و همچنین تولید قطعات نهایی EPP هستیم.

از آنجایی که ما از محیط آکادمیک و دانشگاهی آمده بودیم، شتاب‌دهنده به ما کمک بسیار زیادی برای آشنایی با فضای کسب و کاری و پیدا کردن مسیر کرد. در دوره‌های انتقال تجربه، جلساتی که با شرکت‌ها و خروجی‌های قدیمی شتاب‌دهنده داشتیم بسیار جذاب بودند و از تجربیات آن افراد به خوبی استفاده می‌کردیم. همچنین جلساتی که با شرکت‌های صنعتی بزرگ، سرمایه‌گذارهای مختلف و ... داشتیم باعث شد بتوانیم ایده خود را به خوبی توسعه دهیم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بهره‌مندی از نظرات کارشناسان و منتورهای شتاب‌دهنده
- تخصیص فضای استقرار
- استفاده از شبکه ارتباطی برای تعامل با مراکز صنعتی مرتبط
- دریافت بذرمایه

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + تیم‌سازی قوی و انتخاب افراد متخصص و با روحیه کار تیمی
- + جذب سرمایه هوشمند و دقت در جذب سرمایه‌گذار
- وجود چالش افزایش ظرفیت تولید به دلیل شرایط بازار

برنامه‌های آینده

- توسعه ۱۰ برابری ظرفیت تولید
- توسعه محصولات جدید
- توسعه فعالیت‌های بین‌المللی در بازارهای منطقه

تعداد اعضای تیم

۱۰

میزان فروش (تاکنون)
۲۰۰ میلیارد تومان

تعداد راند جذب سرمایه

۱

آمار و ارقام



مسیر دکتر کلیم تا به امروز

استارت‌آپ ما در سال ۱۳۹۹ برای ارائه خدمات فنی، حقوقی، آموزشی، داوری و حل اختلاف در حوزه ساخت و ساز فعالیت خود را آغاز کرده است و از همان ابتدا با استقرار در شتاب‌دهنده شریف، تلاش کردیم تا با بهره‌گیری از امکانات و شبکه حمایتی این مجموعه، مسیر رشد و توسعه را با سرعت بیشتری طی کنیم.

در پروژه‌های عمرانی به دلیل پیچیدگی‌ها، گستردگی و تعدد ذی‌نفعان، اختلافات و دعاوی به وفور رخ می‌دهد و این موارد چالش‌های بزرگی برای مدیران پروژه‌ها به همراه دارد. با توجه به این نیاز، ما در "دکتر کلیم" با تکیه بر دانش تخصصی و تجربه، مجموعه‌ای جامع از خدمات مدیریت دعاوی را برای کمک به حل این مشکلات فراهم کرده‌ایم.

در این حوزه، مجموعه‌ای از خدمات فنی و حقوقی ارائه می‌دهیم که شامل تهیه و دفاع از لوایح تاخیرات، بسته‌های جبران ضرر و زیان، داوری و حل اختلافات ساختمانی است. علاوه بر این، کتاب‌ها و دستورالعمل‌های تخصصی در زمینه مدیریت دعاوی و پروژه منتشر می‌کنیم تا راهکارهای اجرایی و علمی را در اختیار فعالان این صنعت قرار دهیم. همچنین، الگوها و ساختارهای مدیریتی را برای مدیریت ادعا، قرارداد و پروژه به صورت کاربردی و متناسب با نیازهای شرکت‌های پروژه‌محور طراحی می‌کنیم.

در کنار این خدمات، دوره‌های آموزشی آنلاین و حضوری هم در زمینه‌های مدیریت ادعا و پروژه برگزار می‌کنیم تا افراد و شرکت‌ها بتوانند مهارت‌های لازم برای مدیریت دعاوی و پروژه‌های عمرانی را کسب کرده و در جهت حل مسائل پیچیده و جلوگیری از بروز اختلافات اقدام کنند.

ما با کسب رتبه یک خدمات یکپارچه مدیریت دعاوی در کشور، اکنون به عنوان جامع‌ترین و برترین ارائه‌دهنده خدمات مشاوره، داوری و حل اختلافات در پروژه‌های ساخت و ساز شناخته می‌شویم.

دلایل انتخاب شتاب‌دهنده

- بهره‌مندی از مشاوره‌های تخصصی
- تخصیص فضای استقرار
- حمایت‌های مالی و معنوی

اهرم‌های ماندگاری و چالش‌های مسیر

- + انتخاب ترکیبی از افراد با تخصص‌های مکمل
- + حضور یک عضو متخصص در بازاریابی و ارتباطات

برنامه‌های آینده

- ورود به بازارهای بین‌المللی، به‌ویژه بازارهای حاشیه خلیج فارس
- توسعه کسب‌وکار در زمینه‌های نوین به خصوص هوش مصنوعی

تعداد اعضای تیم
۲۵

تعداد مجموعه‌های همکار
۴۰

تعداد راند جذب سرمایه
۰

از زبان بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌های منحل شده



زیفاریتا



داستان شکل‌گیری، رشد و انحلال

داستان استارت‌آپ ما از سال ۱۳۹۳ شروع شد، زمانی که من در سازمانی مشغول به کار بودم و استفاده از پیام‌رسان‌های موجود مثل تلگرام و واتس‌آپ برای پیشبرد کارهای سازمانی باعث عدم تمرکز من می‌شد، ما یک تیم ۳ نفره تشکیل دادیم و تصمیم گرفتیم که ایده خود را برای طراحی اپلیکیشن مکالمه درون‌سازمانی پیش ببریم. در ابتدای مسیر به شتاب‌دهنده شریف درخواست دادیم و پس از بررسی‌های اولیه درخواست ما قبول شد. ما در سال ۱۳۹۴ در شتاب‌دهنده شریف مستقر شدیم. حضور در شتاب‌دهنده دستاوردهای خوبی برای ما داشت. در شتاب‌دهنده ما در کنار تیم‌های مختلفی قرار گرفتیم که باعث می‌شد یادگیری ما در حوزه‌های مختلف افزایش یابد. پس از آن تصمیم گرفتیم که ایده خود را به محصول تبدیل کنیم و با توجه به تیم فنی قوی‌ای که داشتیم به یک نمونه اولیه رسیدیم. در همان سال با همان نسخه اولیه تصمیم به بررسی بازار گرفتیم. پس از آماده‌شدن محصول، تازه با چالش‌هایی مواجه شدیم که این محصول را باید دقیقاً به چه سازمانی بفروشیم و چطور باید این کار را انجام دهیم. ما حتی مشخص نکرده بودیم دقیقاً به سمت چه طیف مخاطبی باید حرکت کنیم. به سراغ سازمان‌های متعددی رفتیم، تماس‌های متعددی برقرار کردیم و با آن‌ها مذاکره کردیم اما از محصول ما استقبال نشد. این دوره، دوره بسیار سخت و ناامیدکننده‌ای بود. بازخورد سازمان‌ها این بود که ما با استفاده از پیام‌رسان‌های دیگر راحت هستیم و چالشی در استفاده از این پیام‌رسان‌ها وجود ندارد. این موضوع، برخلاف تصور اولیه ما از توسعه این محصول بود. پس از تلاش‌های بسیار و پس از اینکه یک نفر را متخصص توسعه کسب‌وکار به خود اضافه کرده بودیم، توانستیم تعدادی از سازمان‌ها را برای استفاده از این محصول به صورت رایگان، قانع کنیم. در واقع ما در سال ۱۳۹۵، ۱۲ مشتری داشتیم اما همچنان خلق درآمدی برای ما اتفاق نیافتاده بود. پس از مدتی به این جمع‌بندی رسیدیم که در دنیای واقع استارت‌آپ ما شکست خورده است. اما تجربه داشتن یک استارت‌آپ برای ما جذاب و پراز تجربه بود و منجر شد موفقیت‌هایی را پس از آن به صورت فردی رقم بزنیم.

توصیه به علاقمندان

- **بهره‌مندی از تجارب کارآفرینان؛** فکر می‌کنم قبل از راه‌اندازی استارت‌آپ، صحبت کردن با افرادی که این مسیر را طی کرده‌اند و به نقاط خوبی رسیده‌اند می‌تواند بسیار راهگشا باشد. این کار باعث می‌شود واقعیت‌های کار و جنبه‌های مختلف آن مشخص شود. چرا که در ابتدای کار معمولاً به چالش‌های مختلف آن نگاه نمی‌کنیم و صرفاً تصویر جذابی که از کارآفرینی در ذهن داریم، پررنگ می‌شود. این گفت‌وگوها باعث می‌شود تصویر واقعی آن چیزی که در ذهن داریم به نمایش درآید.
- **دریافت بازخورد سریع از بازار؛** برای یک بنیان‌گذار، مهم‌ترین موضوع این است که بتواند مسیر را به گونه‌ای طراحی کند که در کوتاه‌ترین زمان ممکن، پاسخ سوالات خود را از بازار دریافت کند. پاسخ به سوالات در خصوص بازار و مشتریان، می‌بایست در سریع‌ترین حالت ممکن به دست آید و مشخص شود که بازار آماده پذیرش این محصول است یا خیر.

درس آموخته‌ها

- **لزوم تحقیقات و شناخت بازار؛** با توجه به اینکه تیم ما یک تیم فنی بود و شناخت درستی از بازار نداشتیم، مهم‌ترین درس آموخته را لزوم شناخت بازار می‌بینم. اگر به گذشته برگردیم، کار خود را از یک تحقیقات بازار عمیق شروع می‌کنیم تا دقیقاً مشخص شود برای چه مخاطبی باید محصول بسازیم، چالش‌های ارتباطی درون سازمان‌ها چیست، در حال حاضر چگونه عمل می‌کنند و محصول ما دقیقاً چه مسأله‌ای را برای آن‌ها حل خواهد کرد.
- **افزایش سطح بلوغ افراد در مسیر توسعه استارت‌آپ؛** اگر استارت‌آپ شکست بخورد، افراد آن استارت‌آپ تبدیل به افرادی چند بعدی شده‌اند که می‌توانند جنبه‌های مختلفی از یک کسب و کار را مورد بررسی قرار دهند.
- **بازخورد گرفتن از بازار قبل از جذب سرمایه؛** گرفتن سیگنال از بازار قبل از جذب سرمایه مهم است. در صورتی که کششی از سمت بازار مشاهده نشده باشد، جذب سرمایه برای ایجاد کشش در بازار، از عوامل شکست می‌باشد.

داستان شکل گیری، رشد و انحلال

من در سال ۱۳۹۴ به دنبال توسعه کسب و کار شخصی خودم با چند نفر از دوستانم بودم. در مسیر پیشبرد اهداف آن تیم و صحبت با افراد مختلف، با فردی آشنا شدیم که باتوجه به علایق شخصی اش به دنبال سرمایه گذاری در زمینه بازیافت زباله های الکترونیک بود. با شنیدن ایده هایش و باتوجه به اینکه برای خود ما هم ایده جالبی بود تصمیم به تغییر مسیر و کار بر روی ایده بازیافت زباله های الکترونیک گرفتیم. حدود دو سال با سرمایه گذار اولیه روی ایده بازیافت الکترونیک متمرکز بودیم و با شهرداری و ارگان ها و شرکت های مختلفی که تمایل به همکاری داشتند به عنوان شرکای تجاری همکاری می کردیم. ولی با توجه به اختلاف نظرهایی که با سرمایه گذار داشتیم ادامه همکاری میسر نشد. پس از مدتی با بررسی های بیشتر و پیشبرد مذاکرات مختلف با آن سرمایه گذار اولیه به این جمع بندی رسیدیم که بهتر است ایده را مستقل پیش ببریم. پس در مسیر ما یک چرخش ایجاد شد که منجر به ساخت یک نمونه اولیه از زیمارتا شد. ما با همین نسخه اولیه در سال ۱۳۹۷ توانستیم در شتاب دهنده شریف مستقر شویم. با کمک خدمات آموزشی که از شتاب دهنده دریافت کردیم، اتمسفر حاضر در شتاب دهنده و دسترسی به شبکه ارتباطات شتاب دهنده شریف، توانستیم پلتفرم خود را توسعه دهیم و شروع به جذب کاربر کردیم. در این سال به دلیل شرایط خاص این حوزه، نتوانستیم با شهرداری فعالیتی تعریف کنیم. متأسفانه تیم ما در سال ۱۳۹۹ درگیر مشکلاتی شد که امکان ادامه فعالیت برای افراد تیم میسر نبود. ایده کار می کرد، اما وجود مشکلات شخصی و همچنین تیمی، منجر به بروز این اتفاق گردید. ما مدتی را هم با همین شرایط ادامه دادیم اما در نهایت در سال ۱۴۰۰ به این جمع بندی رسیدیم که ادامه فعالیت زیمارتا ممکن نیست و استارت آپ را شکست خورده اعلام کردیم. تیم ما در ابتدای مسیر ۳ نفر و در انتهای سالی ۱۴۰۰، ۵ نفر بود. شکست در این استارت آپ درس آموزه های زیادی را برای من به ارمغان آورد.

توصیه به علاقمندان

- **تاب آوری داشتن در مسیر توسعه**
استارت آپ حتی اگر به شکست منجر شود، می تواند درک و شناخت درستی برای افراد از خودشان ایجاد کند. یکی از مهم ترین موضوعاتی که افراد در چین راه اندازی استارت آپ به آن توجه کنند، موضوع میزان تاب آوری آن ها است.
- **لزوم یادگیرنده بودن افراد در راه اندازی استارت آپ**
استارت آپ افرادی یادگیرنده نیاز دارد تا بتوانند آن استارت آپ را پیش ببرند. این یک روحیه و توانمندی در افراد است.

درس آموخته ها

- **نیاز به بررسی ایده قبل از شروع**
قبل از هر چیز، کسب و کار یعنی داشتن درآمد. اگر بهترین ایده را داشته باشیم اما منجر به درآمد نشود، آن ایده محکوم به شکست است.
- **بررسی دقیق افراد تیم قبل از شروع استارت آپ**
افراد نقش مهمی در موفقیت استارت آپ ها دارند. آدم های یک تیم استارت آپی می بایست افرادی پای کار باشند. کم تجربگی تیم در این موضوع، یکی دلایل شکست ما بود. استارت آپ ما برای نتیجه گرفتن نیازمند صبر بود.

داستان شکل گیری، رشد و انحلال

در سال ۱۳۹۲ باتوجه به علایق شخصی خودم ایده‌ای در زمینه راه‌اندازی پلتفرمی برای مربیان و منتورهای ورزشی داشتم. ایده فیت شیب، راه‌اندازی بستر جامعی بود که مربی‌های حوزه تناسب اندام، حرکات اصلاحی، بدنسازی و شاخه‌های مختلف این حوزه به همراه متخصصان تغذیه بتوانند در آن با کسانی که قصد بهبود وضعیت جسمانی خود را دارند، در ارتباط باشند. مخاطبین این بستر، به خدمات متنوعی از جمله دریافت برنامه غذایی، برنامه کاهش وزن و برنامه ورزشی دسترسی داشتند. تیمی از دوستان خود تشکیل دادم و با ارائه ایده و درخواست ورود به شتاب‌دهنده در سال ۱۳۹۳ در شتاب‌دهنده شریف مستقر شدیم. طی یکسال ما با استفاده از خدمات آموزشی که شتاب‌دهنده در اختیار ما گذاشته بود مراحل توسعه محصول را طی کردیم. شتاب‌دهنده شریف کمک می‌کرد تا محصول به نقطه مقیاس‌پذیری برسد و این موضوع برای ما ارزشمند بود. در نهایت در سال ۱۳۹۴ دوره شتاب‌دهی تیم ما تمام شد و از شتاب‌دهنده خارج شدیم. در ۳ سال آتی تیم ما مشغول به توسعه محصول خود بود و هم‌زمان در حال تلاش برای جذب سرمایه‌گذار بودیم. در نهایت در سال ۱۳۹۷ شرکت سرمایه‌گذاری کارا بر استارت‌آپ ما سرمایه‌گذاری کرد. پس از آن ساختار ما تغییر یافت و از استارت‌آپ به مجموعه‌ای با ساختار شرکتی تبدیل شدیم. با سرمایه‌ای که جذب کرده بودیم شروع به توسعه محصول و بازار خود کردیم و این روند تا سال ۱۴۰۰ ادامه داشت. در این زمان چند محصول در اختیار داشتیم که از بین آن‌ها می‌توان به بستر باشگاه مجازی و مجله فیت‌شیب اشاره کرد که تعداد بازدید کننده بالایی داشت و خود به صورت مجزا درآمدزایی داشت. با تصمیمات هیأت مدیره، به طور هم‌زمان پروژه‌های جانبی دیگری را نیز در دست داشتیم. به طور مثال، توانستیم دیتابیس بسیار دقیقی از کالری غذاها جمع‌آوری کنیم. همچنین اطلاعات دقیقی از اصطلاحات ورزشی را در اختیار کاربران قرار داده بودیم. کسب و کار در یک نقطه خوبی بود اما استراتژی‌های من در پیشبرد کسب و کار دیگر پاسخگو نبود و نمی‌توانستم همه پارامترها را تغییر دهم. گاهی اوقات یک خروج معقول می‌تواند هم به نفع سازمان و کسب و کار و هم به نفع تمامی افراد درگیر در آن باشد و اگر مدیری حس کند نمی‌تواند دیگر به قدر لازم موثر باشد بهترین تصمیم باز کردن فضا برای سایر رهبران برای پیشبرد اجرایی متفاوت است. من در سال ۱۴۰۰ طی یک فرایند به طور کامل از فیت شیب خروج کردم و مدتی بعد کسب و کار جدیدم را راه انداختم. فیت شیب نیز تحت رهبری اعضای هیئت مدیره مسیر جدیدی را آغاز کرد و چند سال بعد در شرکت دیگری ادغام شد. یک نکته مهم دیگر که اشاره کنم درباره سطح بلوغ پایین ابزارها و سرویس‌های لازم برای پیشبرد یک استارت‌آپ در آن زمان بود و بخش زیادی از انرژی و زمان تیم بنیان‌گذار جای این‌که صرف موضوعاتی مانند توسعه بازار و محصول شود، صرف ایجاد این ابزارها می‌شد.

توصیه به علاقمندان

• تاب‌آوری در مسیر کسب‌وکار

اگر کسی انگیزه کارآفرینی دارد، می‌بایست تاب‌آوری و پایداری زیادی هم داشته باشد. تاب‌آوری در این حوزه باعث می‌شود مسیر پیشرفت کار به نقاط خوبی برسد. حتی اگر کار با شکست مواجه شود، فرد به دید چندوجهی از کسب‌وکار می‌رسد.

• بررسی و توجه به عوامل پایداری

پایداری یک استارت‌آپ به موارد مختلفی وابسته است. به طور مثال بررسی شرایط محیطی و قانون‌گذاری‌ها، تناسب تعداد و مهارت‌های بنیان‌گذاران، بررسی زیرساخت‌های رشد محصول، توجه به موضوع نقدینگی، انجام تحقیقات بازار، برنامه‌ریزی مصارف سرمایه جذب‌شده و توجه به دانش تجربی افراد در آن مسیر، از مهم‌ترین عوامل پایداری استارت‌آپ است که باید به آن توجه کرد.

درس آموخته‌ها

توازن تنوع تخصص‌ها در تیم؛ ما در زمینه تکنولوژی و توسعه محصول توانمندی بالایی داشتیم و در طرف دیگر، در موضوعات بازاریابی و شناخت بازار دارای نقاط ضعف بودیم. علاوه بر این موضوع، ما می‌بایست دانش تخصصی خود را در حوزه مدیریت کسب و کار و همچنین شناخت کامل صنعتی که در آن مشغول به فعالیت بودیم، افزایش می‌دادیم. تیم ما متخصص نرم‌افزار بود اما یک متخصص تغذیه یا مربی ورزشی در کنار خود نداشتیم.

نگاه واقع‌بینانه به مسیر رشد؛ یکی از موضوعات دیگری که منجر شد ما دیرتر به سراغ اقدامات حوزه بازاریابی برویم، کمال‌گرایی ما در توسعه قدم به قدم محصولات بود و این موضوع مانع رشد سریع‌تر ما شد.

داستان شکل گیری، رشد و انحلال

اولین قدم‌های شروع فعالیت هوئو به سال ۱۳۹۴ برمی‌گردد. ما دغدغه رفع نیاز مادران برای انتخاب اسباب‌بازی کودکان خود را داشتیم. فعالیت تولیدکننده‌های داخلی متناسب با نیاز بازار نبود و مادران ایرانی نمی‌توانستند در این بازار، اسباب‌بازی متناسب با نیاز کودکان خود را تهیه کنند. این بازه زمانی مربوط به سال ۱۳۹۵ می‌شود که به دنبال ایجاد پلتفرمی بودیم که بتوان در آن انواع اسباب‌بازی‌های ایرانی و خارجی را مقایسه و از میان آن‌ها انتخاب کرد. دوست داشتیم تولیدکننده بتواند نظرات مصرف‌کننده را دریافت کند تا بتواند تولیدات خود را ارتقا دهد. ما به دنبال اثرگذاری بر صنعت اسباب‌بازی در ایران بودیم. اما احساس کردیم با تیم فعلی نیاز به تجارب بیشتری داریم. برای کسب تجربه بیشتر شروع به فعالیت در شرکت توسن کردیم و در آنجا رشد یک شرکت را از نزدیک لمس کردیم. تا این زمان یک تیم تحقیقات بازار داشتیم. پس از بررسی‌ها و جمع‌بندی ایده‌ها در سال ۱۳۹۷ تصمیم گرفتیم که استارت‌آپ هوئو را راه‌اندازی کنیم. در فروردین ماه ۱۳۹۸ وارد شتاب‌دهنده شریف شدیم. در این سال توانستیم با باغ کتاب همکاری اثربخشی داشته باشیم. در سال ۱۳۹۹ محصول جدید هوئو ارائه شد که برای این منظور از حضور یک تیم روانشناس بهره می‌بردیم. در طی این مسیر تعداد افراد ما به ۳۰ نفر رسیده بود، یک دفتر و یک انبار داشتیم و ۲ مرحله جذب سرمایه خطرپذیر و چندین مرحله جذب سرمایه جمعی را تجربه کرده بودیم. در بهترین حالت، ما به ۰.۵ تا ۱ درصد از سهم بازار فروش آنلاین اسباب‌بازی دست پیدا کردیم. در مجموع از یک سمت در طی این مسیر تیم اصلی مدیریتی شرکت متناسب با رشد شرکت نتوانست رشد کند و از سمت دیگر، تمرکز بیش از حد بر روی بازار کوچک اسباب‌بازی منجر شد تا فعالیت هوئو متوقف شود. عواملی بیرونی مانند فیلترینگ اینستاگرام نیز تاثیر زیادی بر روی این موضوع داشت. چراکه بخشی از درآمد هوئو از طریق اینستاگرام محقق می‌شد.

توصیه به علاقمندان

- **رشد دانش مدیریتی تیم هم‌زمان با رشد فنی و تعداد نفرات استارت‌آپ**
 - **ایده‌یابی:** نیاز به تیمی داریم که در بازه زمانی چند هفته تا چند ماه، ایده را به محصولی تبدیل کند که قابل ارائه به بازار باشد و اگر ایده جواب نداد، یا تغییر رویه دهند و یا محصول را به دوراز خطای مالکیت خاموش کنند.
 - **تیم زیر ۱۰ نفر یا محصول با درآمد ماهانه زیر ۴ هزار دلار:** وقتی محصولی در بازار کار می‌کند و شروع به درآمدزایی کرده‌است، زمان تیم سازی اولیه تا ۱۰ نفر است. در این مرحله مهارت‌های اولیه HR در تیم کافی است.
 - **منابع انسانی ۱۰ تا ۳۰ نفر یا درآمد ماهانه بین ۴ الی ۱۵ هزار دلار:** در این مرحله واحدهای شرکت در حال شکل‌گیری هستند. بنیان‌گذاران باید پی ببرند که سرعت رشد مهارت‌های آن‌ها، آهسته‌تر از سرعت رشد کسب و کار است و باید نیروهای با تجربه مدیریتی به تیم اضافه کنند. در این مرحله از مهم‌ترین کارها ایجاد واحد مالی است.
 - **منابع انسانی ۳۰ الی ۱۰۰ نفر یا درآمد ماهانه ۱۵ الی ۱۵۰ هزار دلار:** در این ساین، ارتباط بنیان‌گذاران با تمامی سطوح منابع انسانی بسیار دشوار است. در نتیجه ساختار منابع انسانی و مدیریت بودجه در اداره مدون شرکت بسیار اهمیت دارد. در این سطح بلوغ، مدیریت ریسک در مدیریت مالی نیز اهمیت زیادی دارد.

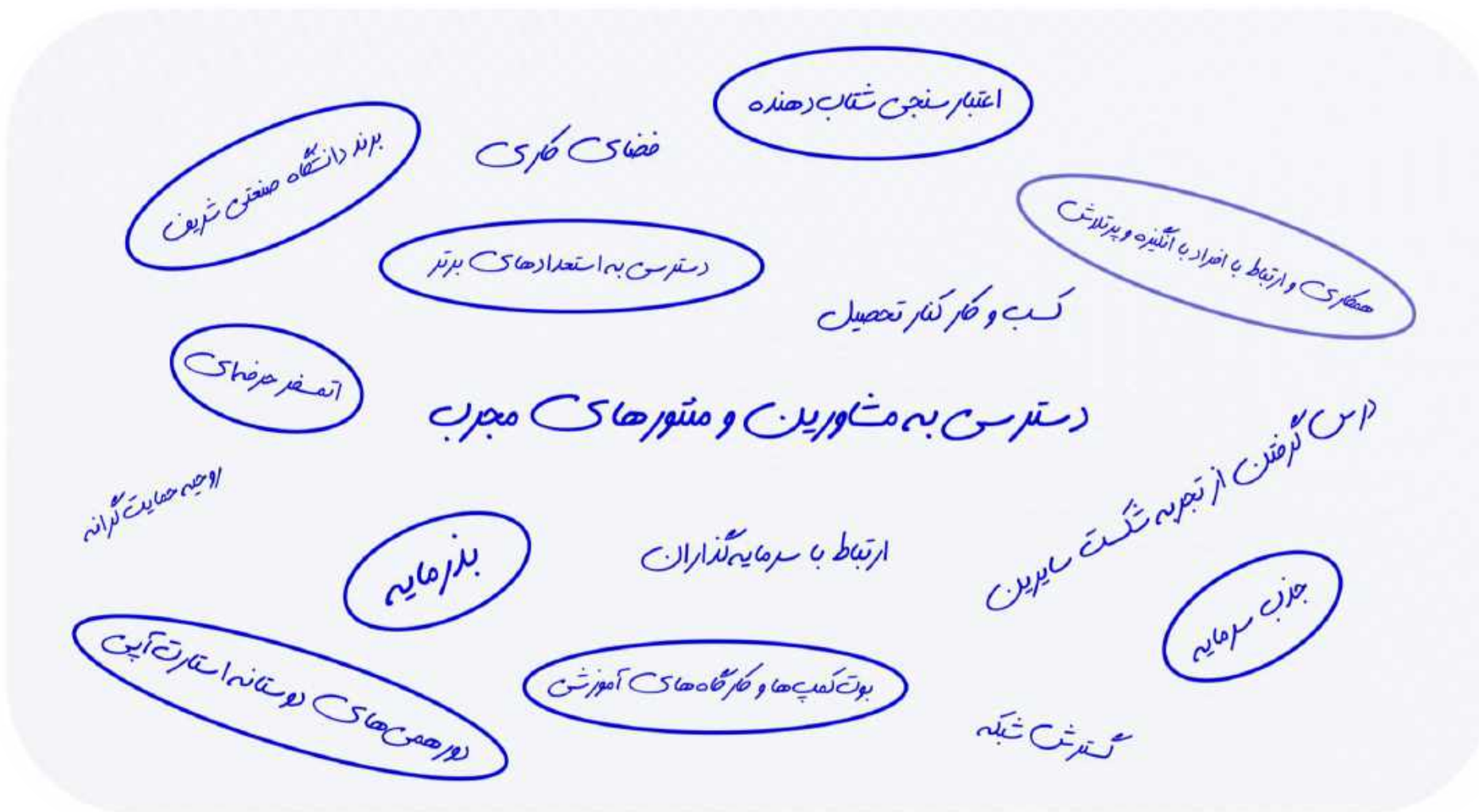
درس آموخته‌ها

- **بررسی تطابق نیاز بازار و فعالیت استارت‌آپ**
 - تعادل بین تمرکز روی قسمتی از بازار و توسعه، یکی از سخت‌ترین کارهایی است که باید مدیران کسب‌وکار در مورد آن تصمیم‌گیری کنند. توسعه بدون استراتژی، منجر به کمبود منابع می‌شود. از طرف دیگر، تمرکز بیش از حد روی قسمتی از بازار می‌تواند ریسک را برای تیم بالا ببرد. در تجربه هوئو در توسعه بازار ما تمرکز بیش از حد روی بازار اسباب‌بازی داشتیم و این موضوع تبدیل به نقطه ضعف ما شد. اگر بخش‌های دیگری مثل لباس مادر و کودک یا سایر حوزه‌ها را به جامعه مشتریانی که جمع کرده بودیم ارائه می‌دادیم، اتفاقات بهتری در ادامه می‌افتاد.
- **تلاش برای رشد تیم مدیریتی هم‌زمان با رشد دیگر شاخص‌ها**
- **ایجاد دشبوردهای مدیریتی و واحد محور در راستای ایجاد فرهنگ داده‌محوری**
 - بسته به ساین شرکت و دانش مدیران، شرکت‌ها می‌توانند سطوح مختلفی را در راستای ساخت یک شرکت داده‌محور تجربه کنند. این یک موضوع حائز اهمیت در مدیریت شرکت است.



طبقه ۱۰

کلام آخر؛ برداشت‌های کلیدی



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

تشبیه شتاب‌دهنده به یک درخت، تصویری زیبا و پرمغز از ماهیت و عملکرد این نهاد ارائه می‌دهد. این تشبیه در چندین سطح قابل تامل است؛

۱. همانطور که درختان ریشه‌های عمیقی در خاک دارند، در حال حاضر شتاب‌دهنده شریف که سابقه‌ای ۱۰ ساله دارد به مثابه درختی تنومند است که ریشه‌های خود را در خاک علم و فناوری کشور دوانده است.

۲. درست مانند درختان که دائماً در حال رشد و بالندگی هستند، شتاب‌دهنده شریف نیز به طور مداوم در حال تکامل و پیشرفت است و فعالیت‌های خود را متناسب با نیاز روز فضای زیست‌بوم نوآوری طراحی و برنامه‌ریزی می‌کند.

۳. سایه‌بان خنک و مطلوبی که درخت شتاب‌دهنده شریف ایجاد می‌کند، همان حمایتی است که در اختیار دانشجویان و استارت‌آپ‌ها می‌گذارد و شرایطی امن و مطلوب را برای رشد آنها فراهم می‌کند.

۴. شتاب‌دهنده شریف "**میوه‌های نوآوری**" به بار می‌آورد. این میوه‌ها شامل استارت‌آپ‌های موفق و پایدار هستند که به حل چالش‌های جامعه و ارتقای سطح زندگی مردم کمک می‌کنند.

۵. درختان نمادی از **پویایی، سرزندگی و امید** هستند. شتاب‌دهنده شریف نیز با فعالیت‌های نوآورانه خود، نمادی از پویایی و امید در منظومه کارآفرینی کشور به شمار می‌رود و تبدیل به جایی شده است که هم برای کشور ارزش آفرینی می‌کند و هم نور امید را در دل جوانان روشن نگه می‌دارد.

در طول این یک دهه، شتاب‌دهنده شریف با حمایت از ایده‌های نوآورانه و پرورش استعداد‌های جوان، به درختی پربار تبدیل شده و نقش موثری در تحول زیست‌بوم کارآفرینی کشور ایفا کرده است. این موفقیت روزافزون، حاصل تلاش بی‌وقفه و همکاری تمامی اعضای این خانواده بزرگ است و مصمم هستیم تا به رشد و بارآوری بیش از پیش ادامه دهیم. داستان این موفقیت‌ها، ادامه دارد...



مرور خاطرات



۱۳۹۳



۱۳۹۴



۱۳۹۵



۱۳۹۶



۱۳۹۷



۱۳۹۸



۱۳۹۹



۱۴۰۰



۱۴۰۱



۱۴۰۲



۱۴۰۳



۳۱۳

شتابدهنده شریف

313

Sharif Accelerator

روایت یک دهه تحول و نوآوری
گزارش ۱۰ سال فعالیت شتابدهنده شریف | پاییز ۱۴۰۳



پارک علم و فناوری