



۳ درس مهم از غول‌های کسب‌وکار

چند ماه پیش «علی طهماسب» در آمریکا کتاب بسیار فوق‌العاده‌ای به نام «Super Founders» یا «ابرنیان‌گذاران» منتشر کرده است که در مورد بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای بزرگ دنیا است. با ۳۰ هزار داده و بررسی این داده‌ها به نتایجی رسیده که می‌تواند بسیار ارزشمند باشد و بسیاری از ما دیدگاه اشتباهی در این زمینه‌ها داریم.

۳ درس مهم از این کتاب:

۱. ایده جدید الزامی نیست

برخی از کسب‌وکارهای موفق مانند Coinbase با ایده‌های جدید شروع کردند که هنوز تقاضای قابل‌توجهی برایشان در بازار نبود. ولی همیشه این‌طور نبود. یک مثال خیلی خوب شرکت آمازون است. ایده خلاقانه جدیدی وجود نداشت. آمازون همان بازار قدیمی کتاب را با فناوری جدید تغییر داد.

کدام سودآورتر است؟ ساخت بازار جدید و ایجاد تقاضا برای آن یا رفتن سراغ بازارهای موجود؟ داده‌های واقعی نشان می‌دهد، گروه دوم موفق‌تر بودند.

این موضوع نشان می‌دهد برای ساختن یک کسب‌وکار بزرگ و قوی، لزوماً نیازی به ایده جدید نیست. ایده رایجی که خوب اجرا نشده، می‌تواند عامل موفقیت شما باشد؛ دقیقاً همان کاری که آمازون انجام داد.

۲. میانگین سن بنیان‌گذاران

دومین مورد در مورد سن بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای بزرگ و میلیارد دلاری دنیا است. سن افراد اهمیتی در موفقیت آن‌ها نداشته است. میانگین سن این افراد ۳۴ سال بوده است؛ ولی افرادی بوده‌اند که بالای ۴۰ سال کارشان را شروع کرده‌اند و همچنین افرادی بوده‌اند که از نوجوانی کارشان را شروع کرده‌اند. مثلاً اریک یوان، صاحب پلتفرم وبیناری زوم، کارش را در ۴۱ سالگی آغاز کرد.

ایشان به این نتیجه رسیده است که سن پارامتر مهمی در ساخت یک کسب‌وکار قدرتمند جهانی محسوب نمی‌شود و با هر سنی می‌توانیم این کار را انجام دهیم. نه تنها سن، بلکه تحصیلات و تعداد بنیان‌گذاران هم اهمیت چندانی ندارد.

۳. ورود به بازار پرقابث

سومین درس بسیار مهم این است که ۶۰ درصد این کسب‌وکارهای موفق دنیا به‌جای اینکه یک محصول کاملاً جدید برای بازار جدید طراحی کنند سراغ کسب‌وکارهای پرقابث رفته‌اند.

یعنی تعداد زیادی از کسب‌وکارهای مشابه خودشان وجود داشته است و به‌جای ترس از رقبای باسابقه‌تر، سراغ مواردی رفته‌اند که همین الان مشتریان زیادی دارد و همین الان تامین‌کنندگان بسیار زیادی هم وجود دارد که به آن مشتریان خدمات می‌دهند.

۶۰ درصد این کسب‌وکارهای میلیارد دلاری چنین حوزه‌ای را انتخاب کرده‌اند.

با توجه به این ۳ درس مهمی که از این کتاب یاد می‌گیریم به این نتیجه می‌رسیم که اگر پارامترهای درستی را برای موفقیت کسب‌وکار انتخاب کنیم، احتمال موفقیت‌مان خیلی بیشتر خواهد شد.