۱۰ رمز موفقیت کارآفرینان از زبان خالق واتساپ

چه کسی بهتر از جان کوم (Jan Koum) می‌تواند الهام‌بخش شما در شروع کسب‌وکارتان باشد، کسی که واتساپ را راه‌اندازی کرد و آن را به مبلغ ۱۹ میلیارد دلار به فیس‌بوک فروخت. وی که از خانواده فقیری بود توانست با تلاش و پشتکار جایگاه مهمی را در این عصر فناوری به خود اختصاص دهد. جان کوم در سن نوجوانی علاقه زیادی به برنامه‌نویسی کامپیوتر داشت. او خودش کدنویسی را یاد گرفت بدون آن‌که آموزشی در این زمینه دیده باشد. سپس به‌عنوان مهندس IT برای کار به شرکت یاهو رفت. در طول دوره کاریش در یاهو بود که ارتباط صمیمی و بسیار نزدیکی با برایان اکتون (Brian Acton) پیدا کرد. دوستی او با برایان اکتون منجر به شکل‌گیری واتساپ شد. حال ببینیم از نظر جان کوم - خالق واتساپ - رمز موفقیت کارآفرینان در چیست؟

۱. گذشته شما بهانه‌ای برای شکست شما در زندگی نیست

درحالی‌که مادر جان کوم برای امرارمعاش به کار پرستاری بچه مشغول بود، وی نیز در یک بقالی کارهایی همچون تمیزکاری و تی کشیدن انجام می‌داد. حتی آن‌ها در مقطعی از زندگی خودشان وابسته به کمک‌هزینه دولتی بودند. او قرارداد خود با فیس‌بوک را دم در اداره خدمات اجتماعی امضا کرد یعنی همان‌جایی که او و مادرش برای دریافت بن غذا در صف می‌ایستادند.

۲. آینده‌نگر باشید

با وجود گذشته تلخ، او یاد گرفت که زندگی می‌تواند همیشه چیزهای جالبی هم در آستین داشته باشد. به همین دلیل، همیشه جهت‌گیری‌اش رو به آینده است. او می‌داند که این آینده تا حدود زیادی توسط خود او ساخته می‌شود و به همین دلیل خودش را برای ساختن آینده آماده می‌کند.

۳. در مورد مدرسه و دانشگاه زیاد غلو می‌شود

او هنوز در دانشگاه ایالتی سان خوزه تحصیل می‌کرد و تازه شغلش را در یاهو آغاز کرده بود، که یکی از سرورهای این شرکت خراب شد. موسس یاهو دیوید فیلو به موبایل جان زنگ زد و از او کمک خواست. جان کوم پاسخ داد: «من سر کلاس هستم». فیلو گفت: «سر کلاس چه کار می‌کنی؟ سریع بیا شرکت». فیلو تیم کوچکی از مهندسین سرور داشت و می‌خواست از تمام آن‌ها کمک بگیرد. کوم تصمیم گرفت دانشگاه را نیمه‌تمام رها کند.

۴. جزییات مهم‌اند

جان در روز تولدش شرکت واتساپ را در کالیفرنیا تاسیس کرد. این اپ هنوز نوشته

نشده بود که کوم روزها وقت خود را صرف ساخت کد Backend می‌کرد تا اپ خود را با تمام شماره موبایل‌ها در سراسر جهان همگام‌سازی کند. او ماه‌های زیادی را صرف به‌روزرسانی صدها اختلاف مختصر منطقه‌ای این اپ کرد.

۵. برای فکرهای مهم و جدی، قلم و کاغذ داشته باشید

واتساپ اولیه، دائم خراب می‌شد و هنگ می‌کرد و وقتی آقای فیش‌من (Fishman) آن را در تلفنش نصب کرد، صدها شماره‌ای که در دفترچه آدرسش بود - بخصوص دوستانش - نیز آن را دانلود کردند. فیش‌من مشکلات را موردبررسی قرار داد و کوم آن‌ها را در دفتر یادداشت خود که سال‌ها پیش خریده بود، یادداشت کرد و برای پروژه‌های مهم نگه داشت.

۶. مادام‌العمر به فکر یادگیری باشید

جان کوم صبر یادگیری داشت. وی که به فناوری اطلاعات علاقه‌مند بود در خصوص آنچه از برنامه‌نویسی نرم‌افزار آموخته بود، شروع به مطالعه و تمرین کرد. او آن‌قدر در زمینه برنامه‌نویسی نرم‌افزار تمرین و مطالعه نمود که اعتمادبه‌نفس لازم برای نوشتن کدهای نرم‌افزاری را پیدا کرد. مهارت وی به قدری بود که شرکت یاهو او را به‌عنوان مهندس زیرساخت فناوری اطلاعات استخدام کرد. سپس تجربیات بیشتری را در خصوص برنامه‌نویسی کامپیوتر کسب کرد و توانست کسب‌وکار خود را راه بیندازد.

۷. نگذارید ناامیدی بر شما غلبه کند

فیس‌بوک استخدام جان کوم را رد کرد و او را نپذیرفت. او ضمن اشاره به این موضوع گفت: «فیس‌بوک من را رد کرد. کار در فیس‌بوک یک فرصت عالی برای ارتباط برقرار کردن با انسان‌های خارق‌العاده بود. چشم‌انتظار اتفاقات بعدی زندگی باشید.»

۸. از ارتباطات خود بهره گیرید

به دلیل این‌که کوم از طبقه پایین جامعه برخاسته است، قدر ارتباطات را می‌داند. او تلاش می‌کند که در بخش‌های مختلف صنعتی ارتباطات زیادی ایجاد کند و از ارتباطات خود به بهترین نحوی برای رفع مشکلات و پیشرفت کارها استفاده می‌کند.

۹. اشتیاق محور باشید نه پول‌محور

جان می‌خواست محصولی بسازد که یک نیاز را برطرف کند و وقتی نیاز برطرف شد، پول هم به دنبالش بیاید. امروز او میلیاردر است. پول انگیزه اصلی او نبود. کوم گفت: «من واتساپ را راه‌اندازی کردم تا یک محصول عالی بسازم. نمی‌خواستم به خاطر آن شرکت بزنم، هدفم پول نبود. می‌خواستیم وقت خود را صرف ساختن سرویسی کنم که مردم بخواهند از آن استفاده کنند تا هم در پولشان صرفه‌جویی شود و هم زندگیشان بهتر و راحت‌تر شود.»

۱۰. محصول خوب خودش، خودش را تبلیغ خواهد کرد

آیا می‌دانید چقدر هزینه صرف بازاریابی این سرویس شد؟ پاسخ صفر است. سیاست واتساپ سیاست بدون تبلیغ بود. واتساپ در مورد تبلیغات می‌گوید: «هیچ‌کس به خاطر این‌که تبلیغات بیشتری را ببیند صبح از خواب بیدار نمی‌شود و کسی با فکر تبلیغاتی که فردا خواهد دید، به خواب نمی‌رود. باید دید که چه چیز در افراد ایجاد انگیزه می‌کند تا صبح به خاطر دیدن آن از خواب بیدار شوند.»