禪

[redacted]

[redacted]

[redacted]

Quora [redacted] Invento Robotics [redacted] 2004 [redacted] «[redacted]: [redacted]»

[redacted] Buzz [redacted] +Orkut [redacted] Google [redacted] Quora [redacted] Knol [redacted] Google Wave [redacted] Slack [redacted]

Picasa

-1

-2

-3

-4

-5

آنها را سرزنش کنند . ولی اگر استارتآپ کوچکی شکست بخورد، این اتفاق برای آن نمیافتد .

6- موانع مقرراتی، قانونی و اجتماعی

رسانهها و نهادهای ناظر بهخوبی شرکتهای بزرگ را تحت نظر دارند . مایکروسافت روز اول کاری یکی از مدیرانش به او گفت هرگز به هیچ اختراع و یا کد منبع بازی نگاه نکند . حتی یک اشتباه تصادفی میتواند خسارتهای میلیاردی به بار بیاورد و این مانع بهرهوری میشود . همه اقدامات گوگل نیز تحت نظارت دولت است. پس استارتآپهای کوچک میتوانند از چیزهایی قسر در بروند که برای شرکتی همچون گوگل امکانپذیر نیست. در بازارهای نوظهور که قوانین مشخصی ندارند، فعالیت یک استارتآپ بسیار راحتتر از شرکتهایی همچون گوگل است که وکلای آن باید دائم مراقب ورود به مناطق خاکستری باشند . تا تیم مهندسی در گوگل بتواند رضایت وکلا را در آن مناطق خاکستری به دست بیاورد، استارتآپها سه قدم جلوتر هستند .

7- انگیزه

در استارتآپها، زندگی هر فرد به عقد قرارداد بستگی دارد . وقتی آدمها در موقعیت سخت قرار دارند، با شور و انگیزه بیشتری کار میکنند . در شرکتهای بزرگ انگیزه بسیار پایین است . کارکنان این شرکتها میدانند که حتی اگر قراردادی در کار نباشد، هزینهها و حقوقشان تأمین و تضمین شده است . از سوی دیگر، اگر قراردادی هم امضا شود، ترفیع میگیرند و مزایای بیشتری نصیبشان میشود .

8- گم کردن مسیر

اغلب اتفاق میافتد که شرکتهای بزرگ دیدگاه و هدف خود را گم میکنند . حتی کارکنان باانگیزه هم پیدا کردن مسیر حرکت را دشوار میدانند . آنها بهجای حرکت در یک مسیر مشخص، ناشیانه به این سو و آن سو میروند .

9- اولویتها

شرکتهای بزرگ بهدلیل تنوع و وجود بخشهای مختلف تولید محصول یا بهدلیل حذف برخی بخشهای کلیدی کسب و کار خود دچار سردرگمی میشوند . هر دو اینها، فرصت خوبی برای استارتآپها هستند . مگر اینکه استارتآپی بخواهد با یکی از اولویتهای اصلی این شرکتها، مثل موتور جستوجو، تبلیغات گوگل یا سیستم عامل مایکروسافت رقابت کند.

نکاتی برای رقابت با شرکتهای بزرگ

1- بهدنبال سرعت باشید

از آنجا که شرکتهای بزرگ حرکت کندتری دارند، بازارهایی را بیابید که سرعت در آنها حرف اول را میزند . در اصل استارتآپها همانند یک جتاسکی در برابر کشتی مسافربری هستند . آنها نمیتوانند وزنی معادل وزن یک کشتی مسافربری را حمل کنند، اما از نظر سرعت میتوانند همیشه با آنها مسابقه بدهند .

2- بهدنبال مناطق خاکستری باشید

در فناوریهای جدید اغلب مناطق خاکستری زیادی وجود دارند که مشخص نیست قانونی هستند یا غیرقانونی . استارتآپها میتوانند وارد این مناطق شوند کاری که رقبای بزرگ از انجام آن عاجزند . خطر انجام کارهای غیرقانونی برای شرکتهای بزرگ بهمراتب بیشتر است . استارتآپها اغلب اظهار بیگناهی میکنند یا بدترین حالت برای آنان این است که کسب و کارشان را از دست بدهند که البته باز هم ارزشش را دارد .

3- با محصولات بزرگ رقابت نکنید

ساختن موتور جستوجو برای رقابت با موتور جستوجوی گوگل نوعی خودکشی است. در عوض، حوزههایی را برای رقابت انتخاب کنید که کوچکتر از آن هستند که گوگل متوجه شود . این همان کاری است که بیل گیتس با فروش DOS در برابر IBM انجام داد . اگر شما هم به هیبت و بزرگی گوگل باشید، خم شدن و توجه کردن به

زیر پایتان برای شما دشوار خواهد بود . همین فرصت خوبی است که استارتآپها بتوانند وارد عرصه رقابت شوند.

4- دشمن تراشی نکنید

بیتقارنی اطلاعات بهنفع شما است تا رقبای بزرگ متوجه شما نشوند . تا زمانی که در رده بالایی قرار نگرفتهاید، سعی کنید مدیران را عصبانی و بیاعتبار نکنید . ممکن است آنها با شما رقابت نکنند، اما میتوانند شما را نابود کنند .

5- نقش بازندهها را بازی کنید

اگر مؤسسان استارتآپها به بازندگان دوست داشتنی تبدیل شوند، حداقل مزیتی که دریافت میکنند، روابط عمومی رایگان است. رسانهها نمیتوانند منتظر بمانند تا یک داستان موفقیت طولانی شکل بگیرد . ولی همه دوست دارند شکست شرکتهای بزرگ یا خجالتزدگی آنها را ببینند . توجه داشته باشید که طبق آمار شکست دادن گوگل در همه محصولاتش (در تمام گروهها) بعید است. اما آن کاری مایه سربلندی و افتخار است که انجامش از نظر آماری بعید نباشد .

نویسنده :
مهسا قنبری
منبع :
inc
دسته بندی:
عصرشبکه
تاریخ انتشار :
14:35 - 25/01/1397
برچسب:
استارت آپ - رقابت با گوگل

نشانی
https://www.shabakeh-mag.com/are-network/12196/%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%A7%D8%B1%D8%AA%E2%80%8C%D8%A2%D9%BE%E2%80%8C%D9%87%D8%A7-%DA%86%DA%AF%D9%88%D9%86%D9%87-%D9%85%DB%8C%E2%80%8C%D8%AA%D9%88%D8%A7%D9%86%D9%86%D8%AF-%D8%A8%D8%A7-%D8%BA%D9%88%D9%84%E2%80%8C%D9%87%D8%A7%DB%8C%DB%8C-%D9%87%D9%85%DA%86%D9%88%D9%86-%DA%AF%D9%88%DA%AF%D9%84-%D9%88%D8%A7%D8%B1%D8%AF-%D8%B1%D9%82%D8%A7%D8%A8%D8%AA-%D8%B4%D9%88%D9%86%D8%AF%D8%9F:□□□□