

مدرسه استارتاپ

Startup School

ست گادین

Seth Godin

مترجمین:

علی قنلایان

یعقوب سالکے نیا

9

بخش ۱ - فریلنسر یا کارآفرین؟ ۱۱

به اولین قسمت از مدرسه استارت‌آپ ست گادین خوش آمدید. به این نویسنده پرفروش پیوندید زیرا وی در این کارگاه نادر برای کارآفرینان و فریلنسرها، مشاوره‌های شغلی ارائه می‌دهد. در این بخش، ست در مورد ایجاد انحصار بحث می‌کند، تفاوت‌های بین فریلنسرها (آزادکارها) و کارآفرینان را شرح می‌دهد، و درباره چگونگی اتصال یک تجارت به بازاریابی صحبت می‌کند.

بخش ۲ - تنظیم ساختار ۲۱

شما در این بخش می‌آموزید که تنظیم ساختار چقدر مفید است. این هفته گادین توضیح می‌دهد که چگونه مشاور بودن با کارآفرین بودن فرق می‌کند، توضیح می‌دهد که چگونه او صاحب یک تیشرت ۴۰ یلیارد دلاری شد و شروع به پرسیدن دسته‌سؤالانی می‌کند که هر کارآفرین باید بتواند پاسخ دهد.

بخش ۳ - ایجاد کمیابی ۳۱

درمی‌یابید که چرا کمبود برای شما بزرگ است که ارزش هزینه کردن، دارد. ست در مورد میلک‌شیک‌های مک دونالد برای صبحانه، اثبات عمل شدن، دنیای بزرگ اپلیکیشن‌ها و برنامه‌هایی که در آن قرار دارد، صحبت می‌کند و اینکه چگونه با گرفتن مشتری بیشتر برای محصولات شما نیست، کار شما این است که محصولات بیشتری را برای مشتریان خود پیدا کنید.

بخش ۴ - تقاضای مصرف‌کنندگان ۴۱

در این بخش مدرسه، گادین می‌گوید آیا محصولی را می‌فروشید، که مورد توجه پذیرندگان اولیه قرار می‌گیرد، افرادی که به آن احتیاج دارند یا برای دسته‌ای از مردم جذاب است. در این بخش ست توضیح می‌دهد که چگونه گوگل میلیاردها دلار از طریق تبلیغات مایل کلیک برداشت می‌کند، در مورد تفاوت ساختن یک چیز جالب در مقابل ساختن چیزی که مردم می‌کنند، بحث می‌کند، و درباره اینکه چگونه یک مکان تایلندی در محله کوئین به یکی از بهترین استوای‌های موجود در نیویورک تبدیل شد، بحث می‌کند.

بخش ۵ - مجوز و اعتماد ۴۹

در این قسمت از مدرسه استارت‌آپ ست گادین، یاد می‌گیریم که چگونه می‌توان یک جامعه را ایجاد کرد و اعتماد آن‌ها را جلب کرد. بحث می‌کند که چگونه به سادگی در دام کمال‌گرفتار می‌شویم، چرا به شروع و راه اندازی کار بیش از حد اهمیت داده می‌شود و «کیک استارتر» چگونه کار می‌کند.

بخش ۶ - جمع آوری پول ۵۷

در قسمت‌های مختلف این بخش در مورد نحوه جمع آوری پول و نحوه بازپرداخت این پول اطلاعات کسب می‌کنید. ست در مورد تلویزیون، اهمیت تبلیغات و تداوم آن صحبت می‌کند.

بخش ۷ - تبلیغات و رقبا ۶۹

ست به سؤالات گروه در مورد تبلیغات در این بخش از مدرسه استارت‌آپ ست گادین پاسخ می‌دهد. او در مورد اعتراض کاذب، برخورد با رقبا در بازار و بدست آوردن شیرینی مارشملو صحبت می‌کند.

بخش ۸ - به بازار از آوردن ایده‌ها ۷۷

در می‌باید که چگونه به ایده‌های خود در کار آفرینی حرکت دهید. ست در مورد مفید بودن طرد شدن زود هنگام، فروش و خبرنامه ایمیلی باب لفستر صحبت می‌کند.

بخش ۹ - سازش ۸۵

ست توضیح می‌دهد که شما می‌توانید به ست آوردن آنچه می‌خواهید، نیاز دارید تا چه حد سازش داشته باشید. ست در مورد این که مثال از خورد شما چیست، داستان‌های پشت پرده خیره‌ها چه می‌باشد و اینکه چرا بهتر است ابتدا کاری ست را انجام دهید، صحبت می‌کند.

بخش ۱۰ - تاکتیک‌ها ۹۱

در مورد تاکتیک‌هایی که رویای شما را به یک تجارت تبدیل می‌کند، در این بخش می‌آموزید. ست در مورد صفحات زرد، مارک مارون و مشکل قیمت‌گذاری صحبت می‌کند. ست همچنین در مورد شادکامی، داشتن شریکی که پشتیبان شما باشد، صحبت می‌کند و هدف از یک جدول سرمایه را توضیح می‌دهد.

بخش ۱۱ - جریان نقدینگی ۱۰۱

در این قسمت از مدرسه یاد می‌گیریم که چگونه مشکل جریان پول را حل کنیم. بحث می‌کند که چرا مردم به ندرت از طریق پول انگیزه می‌گیرند و چگونه مردم در مورد پولی که دارید نمی‌توانند نظر دهند. سپس در مورد جمع آوری پول و اینکه برای آخرین پولتان، چه کاری انجام دهید، صحبت می‌کند.

این هفته ست در مورد ورودی و خروجی های دره موفقیت صحبت می کند. ست توضیح می دهد که چرا شما نباید یک پروژه را شروع کنید، مگر اینکه آمادگی رسیدن به نتیجه را داشته باشید، چگونه وجود ترس در شما در طولانی مدت به نفعتان خواهد بود و به سؤالات گروه درباره دره موفقیت پاسخ می دهد. برای درک بهتر حتماً کتاب دره موفقیت نوشته ست گادین را مطالعه کنید.

بخش ۱۳ - ساختن حقیقت ۱۱۷

در این بخش از مدرسه یاد می گیریم که چگونه حقیقت را بسازیم و چرا اعتماد قلب همه معاملات است. اینجا ست در مورد موفقیت آموزون، تفاوت بین مدیر مالی و مدیر اجرایی و اهمیت یک هیات مشاوره بحث می کند.

بخش ۱۴ - دفترچه آماده سازی محصول ۱۲۳

ست در میان افراد گروه در دفترچه آماده سازی محصول توضیح می دهد. در مورد این که بدانید بخش سخت پرور چیست، صحبت می کند، تفاوت بین عالی و کافی را توصیف می کند و توضیح می دهد که چرا شما در اینجا بودن، قاتل پروژه است.

بخش ۱۵ - متمایز و مستقیم ۱۳۷

در قسمت آخر مدرسه استارت آپ ست این اهمیت متمایز و مستقیم بودن را می آموزیم. ست توضیح می دهد که چرا افراد رده بالای هر صنعت با همه صدمه می بینند، چرا پست الکترونیکی بهترین راه ارتباط مستقیم با مشتریان شما است. چرا مهم نیست که صدای متمایز خود را داشته باشید. برای قرار ملاقات با مدیران تصمیم گیر رده بالا و با استراتژی غیرممکن، روش جدیدی را بیان می کند. بحث می کند که چرا بهتر است در ابتدا طرری را در کنار بولی ندارید و به ما می گوید که چرا ترجیح می دهد ۴ سال قبل از نوشتن یک کتاب برای نوشتن یک وبلاگ وقت صرف کند تا از آن برای ایجاد مخاطب استفاده کند. او همچنین در مورد چگونه مورد پیگرد قانونی قرار نگرفتن، صحبت می کند. تجربه هدیه دادن به مردم تا شما را به خاطر بیاورند و قوانین مربوط به نام گذاری شرکت شما را نیز شرح می دهد.

خلاقیت، انگیزه و نیروی جوان مهم‌ترین شاخصه‌های استارت‌آپ‌ها به شمار می‌روند. آنچه امروز در بررسی و پایش استارت‌آپ‌ها به چشم می‌خورد وجود بازار بکر، زودبازده، نیاز به سرمایه‌گذاری اندک است.

تجربه موفق ایده‌های نو و مؤثر در اقتصاد کشور از جمله دیجیتال مارکتینگ این نوید را به فعالان استارت‌آپ می‌دهد که با جسارت و تلاش می‌توانند ضمن کمک به توسعه اقتصاد، کسب و کاری نو و جذاب را راه اندازی کنند.

مطالعه این کتاب از آن رو اهمیت دارد که بیشتر استارت‌آپ‌ها مدل‌های بازاریابی و بازاریابی خود را نمی‌توانند به نتیجه برسانند. ست گادین از جمله افرادی است که تونسته است با کتاب‌های خود در این زمینه کمک حال بسیاری از شرکت‌های نوپا باشد.

امیدوارم این کتاب و کتاب بعدی که در دست تهیه دارم در این راه کمک راه جوانان باشد.

این کتاب را برای دو عزیز جانم سارا و یاشا، آن‌هایی که قلبم بخاطرشان می‌تپد، تقدیم می‌کنم.

یعقوب سالکی‌نیا

دبیر استارت‌آپ‌های ورزشی کشور