

مبانی کار آفرینی فناورانه

زمستان ۱۴۰۱



معرفی

سجاد شکرچیان

دکتری مهندسی صنایع

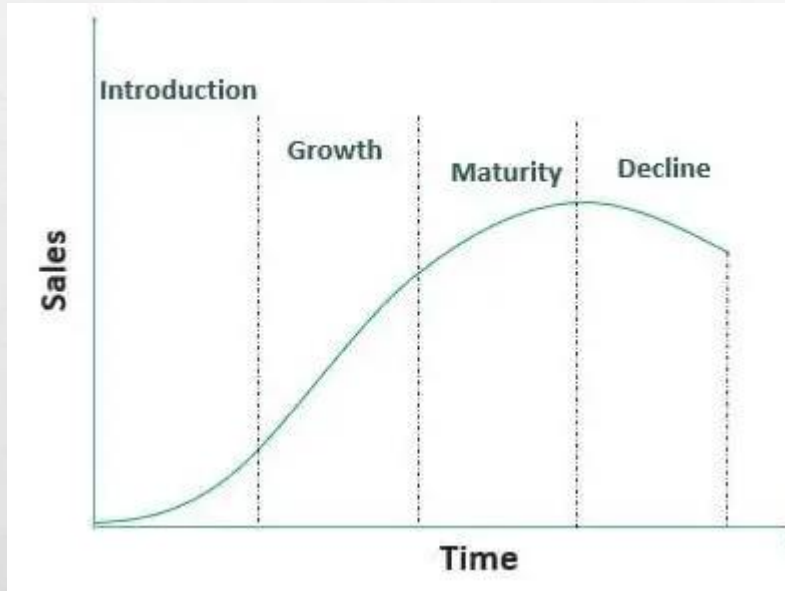
کارشناس سابق مرکز شرکت ها و
موسسات دانش بنیان

مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری
چهارمحال و بختیاری

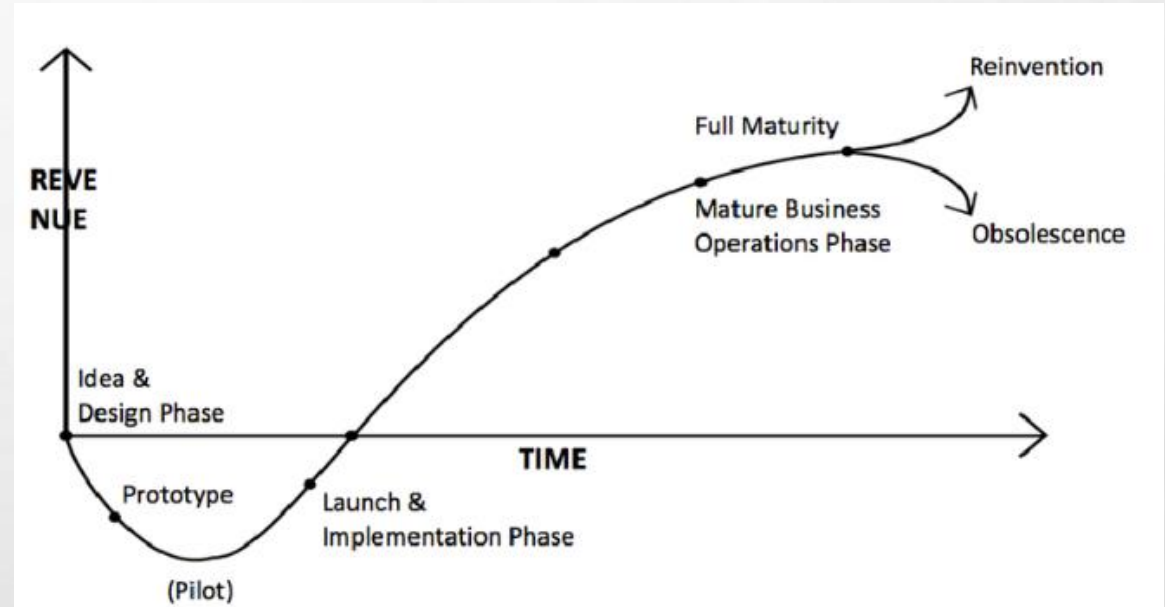
09131840618

Sajjad.Shekarchian@gmail.com

تفاوت کسب و کارهای فناورانه و سنتی



کسب و کار سنتی



کسب و کار فناورانه

چرا یادگیری مبانی کارآفرینی فناورانه مهم است؟

- سرمایه گذاری مورد نیاز زیاد

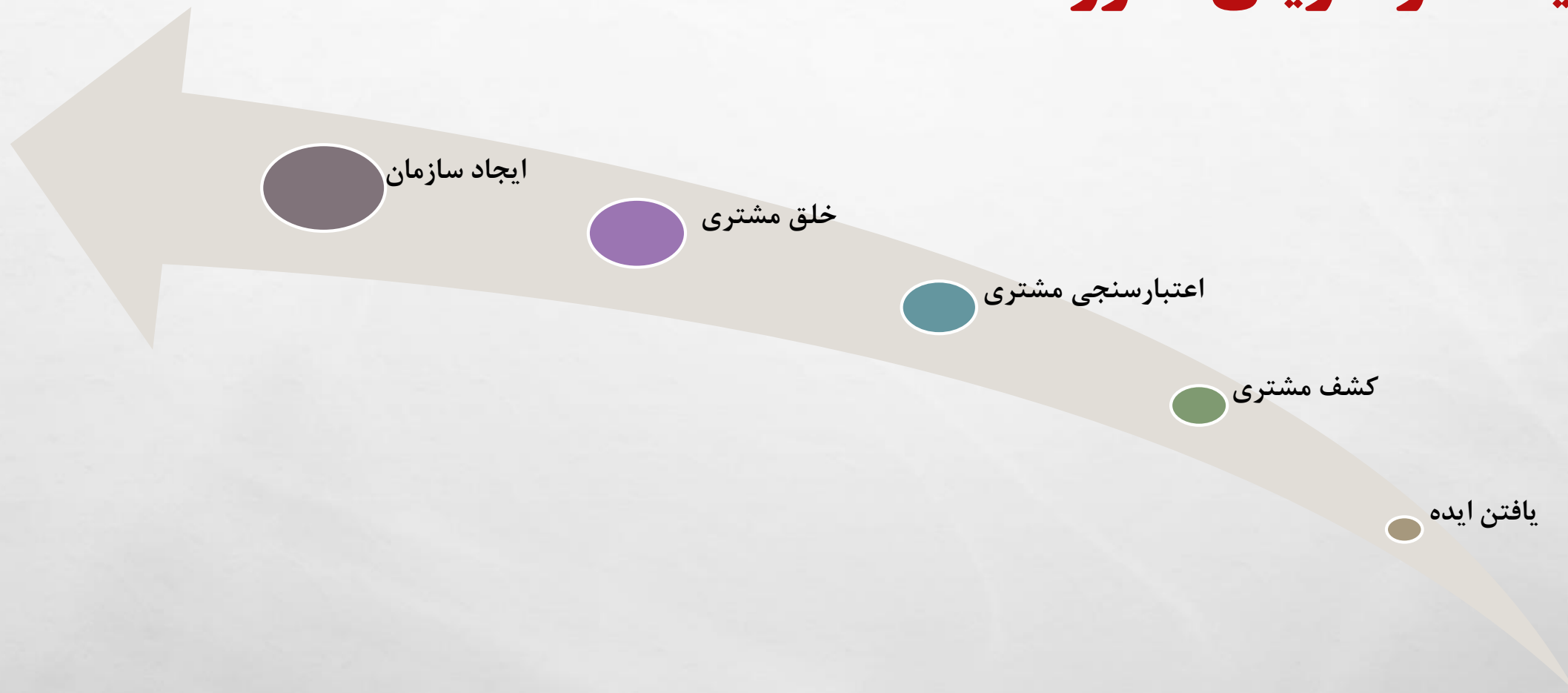
- زمان توسعه زیاد

- احتمال شکست زیاد

- تخصص فنی کارآفرینان و ناآشنایی با مسائل مدیریتی

- عمدتاً کارآفرینان جوان و کم تجربه

فرایند کارآفرینی فناورانه



یافتن ایده



یافتن ایده

NEEDS WANTS DEMANDS



یافتن ایده

PESTLE Analysis

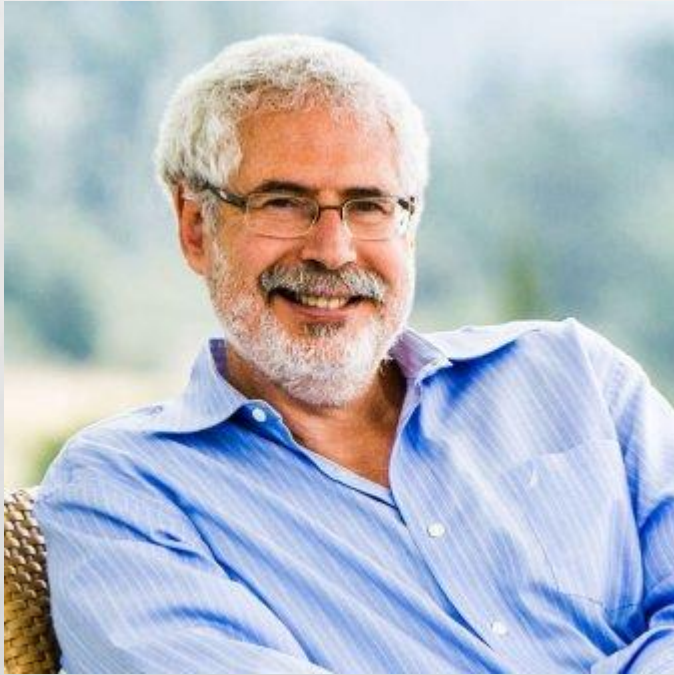
P POLITICAL	E ECONOMICAL	S SOCIAL	T TECHNOLOGICAL	L LEGAL	E ENVIRONMENTAL
<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Current tax policy• Brexit• Trade policies• Political stability• Government policy	<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Inflation rate• Exchange rates• Economic growth• Interest rates• Disposable income• Unemployment rate	<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Lifestyle attitudes• Cultural barriers• Population growth• Population age• Health consciousness• Target demographics	<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Level of innovation• Automation• Technological awareness• Cybersecurity• Technological change• Internet availability/speed	<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Employment laws• Discrimination laws• Health and safety• Copyright protection• Consumer safety	<p>Example:</p> <ul style="list-style-type: none">• Weather• Climate change• Environmental policies• NGO pressure• Recycling• Pollution• Sustainability



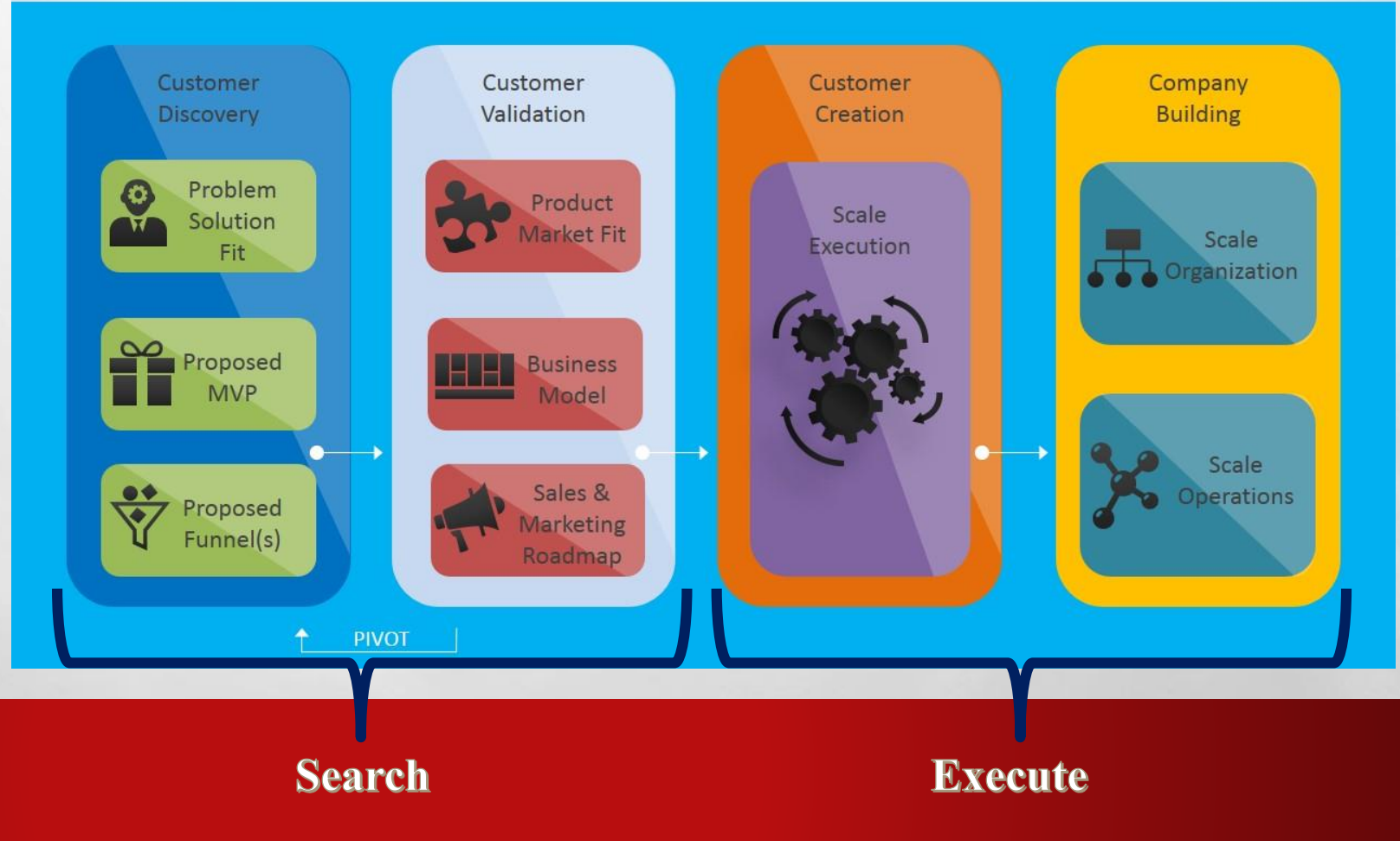
**THINK
BIG.
START
SMALL.
SCALE
FAST.**

فرایند توسعه مشتری

Developed by
Steve Blank



Customer Development Process



کشف مشتری



• پیدا کردن یک مشکل و یافتن راه حل اولیه برای آن

• توسعه محصول اولیه (Minimum Viable Product)

• اندیشیدن در مورد نحوه یافتن مشتری، فروش و توسعه بازار

اعتبار سنجی مشتری



اعتبار سنجی مشتری



S Segmentation	T Targeting	P Positioning
Divide market into distinct groups of customers (segments) using segmentation practices.	Determine which customer group (segment) to focus your marketing efforts on.	Create product positioning and marketing mix that is most likely to appeal to the selected audience.

انتخاب بازار هدف ساحلی

اعتبار سنجی مشتری



**Business
Model
Canvas**

اعتبار سنجی مشتری



اعتبار سنجی مشتری

Customer Validation



Product Market Fit



Business Model



Sales & Marketing Roadmap

• بررسی اقدامات انجام شده افراد جهت حل مشکل

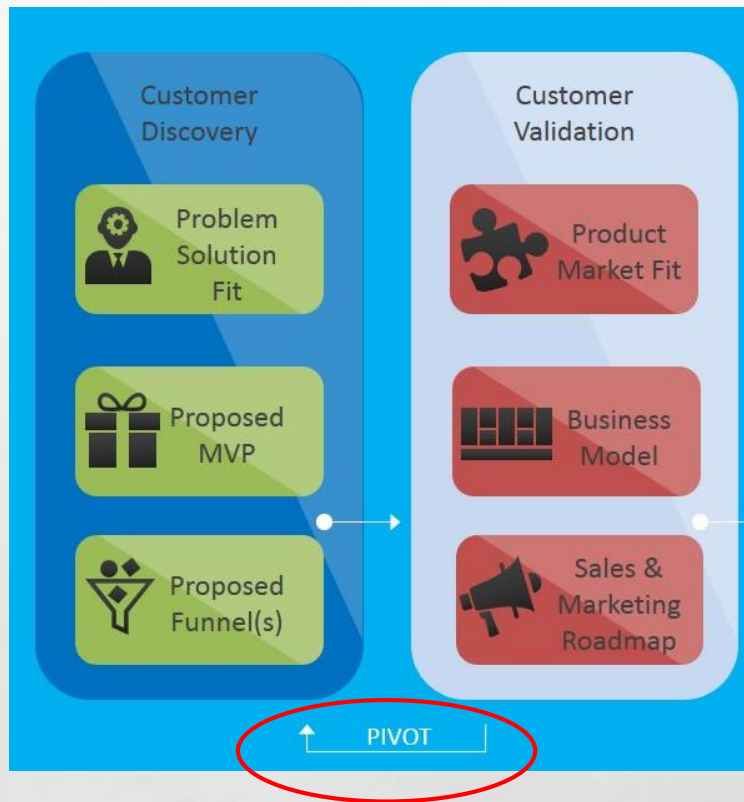
• مطالعات بازار (مشاهده، مصاحبه، بررسی آمار، ...)

• اخذ «تعهد» از مشتری (پیش فروش، اعتبار، وقت)

• از تعریف و تمجیدهای گمراه کننده بترسید!

• ترس از نپذیرفتن ایده را کنار بگذارید!

چرخش!

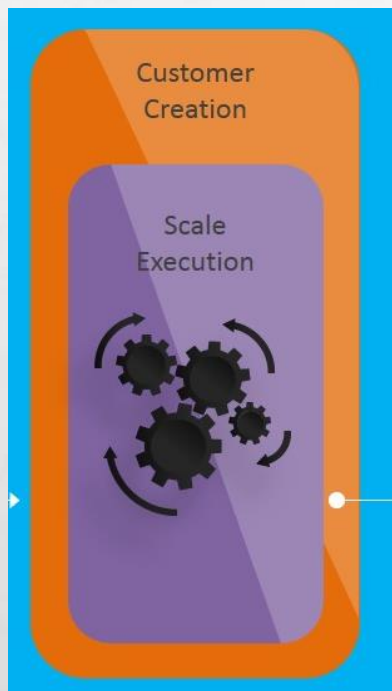


خلق مشتری

• استفاده از منابع کسب شده از مشتریان اولیه (منابع مالی، اعتبار، روابط، تجربه، ...) جهت گسترش کسب و کار

• گسترش بازار (مشتریان جدید، محصولات جدید)

• استفاده از جعبه ابزار بازاریابی (4P) جهت بازاریابی و فروش



ایجاد سازمان

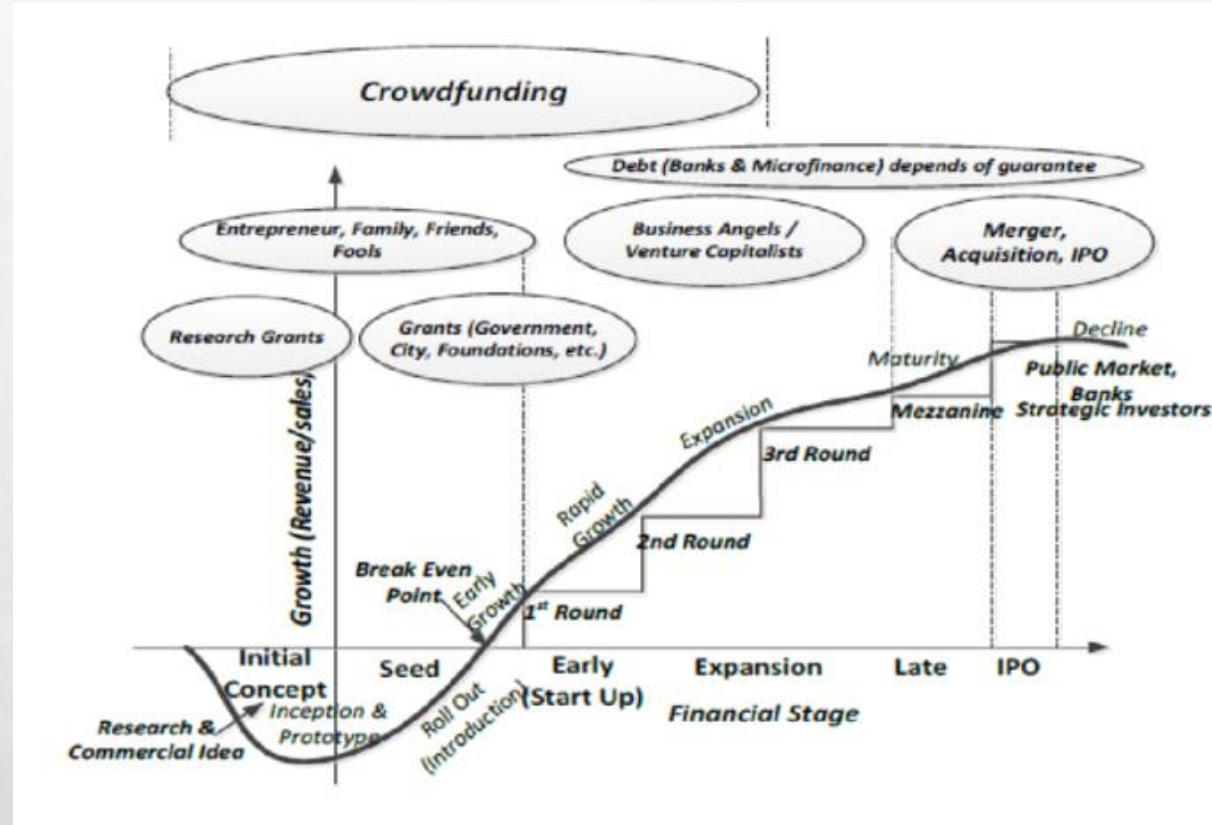


• سازماندهی کسب و کار

• ایجاد تیم های تخصصی جهت گسترش کسب و کار (مالی، فروش، تولید، حقوقی، ...)

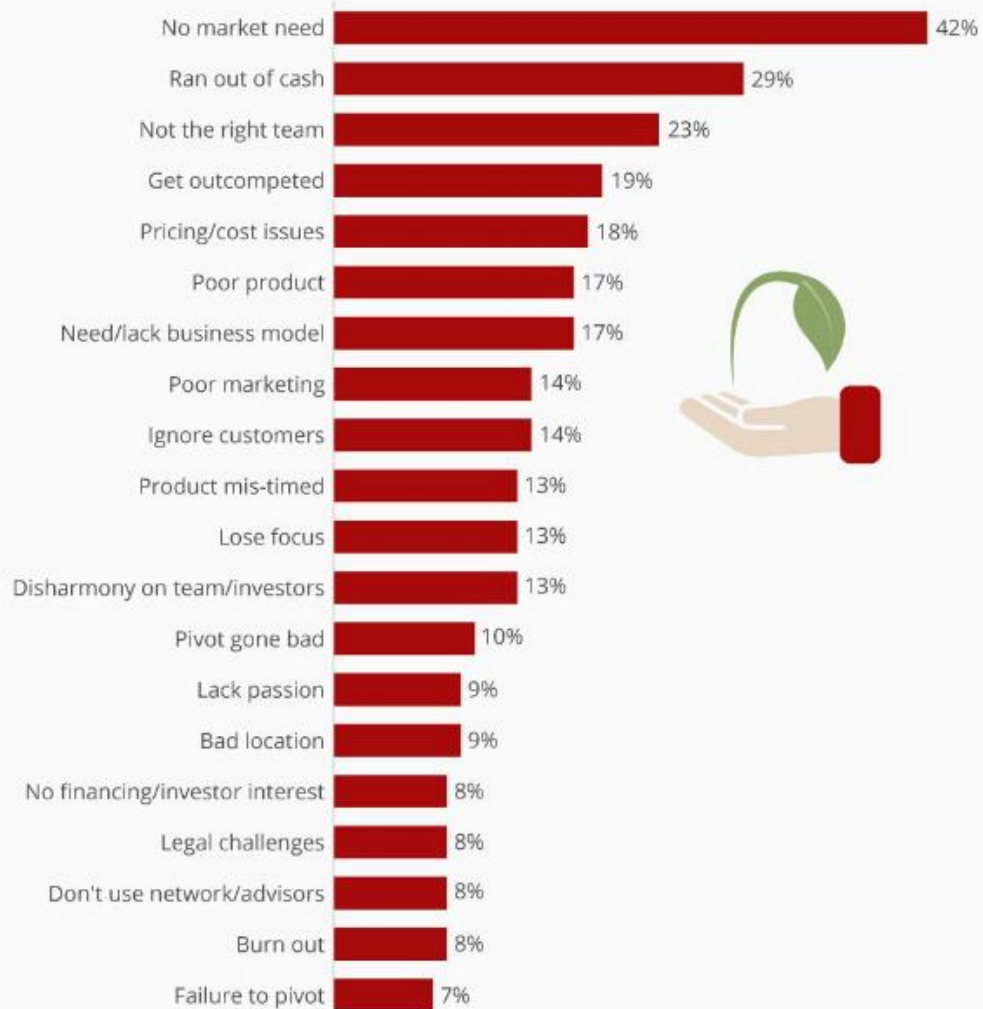
• سرمایه گذاری جهت افزایش تولید و خدمات

تامین مالی کسب و کار فناورانه



The Top Reasons Startups Fail

Most frequently cited reasons for startup failure*



دلایل شکست کسب و کارهای فناورانه

* Based on an analysis of 101 startup post-mortems
@StatistaCharts Source: CB Insights

Forbes statista

پیشنهاد

- متخصص شدن در یک حوزه (دانش، تجربه، ارتباطات، برند شخصی)

- یادگیری دانش و مهارت های مدیریتی (مالی، بازاریابی، حقوقی، ...)

- شروع با کارآفرینی درون سازمانی (intrapreneurship vs entrepreneurship)

معرفی کتاب



Rob Fitzpatrick
THE MOM TEST

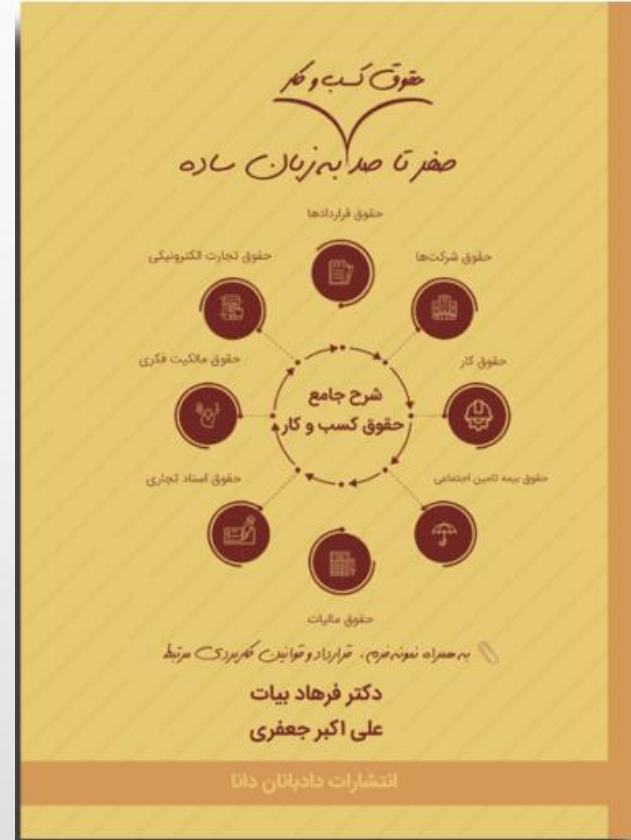
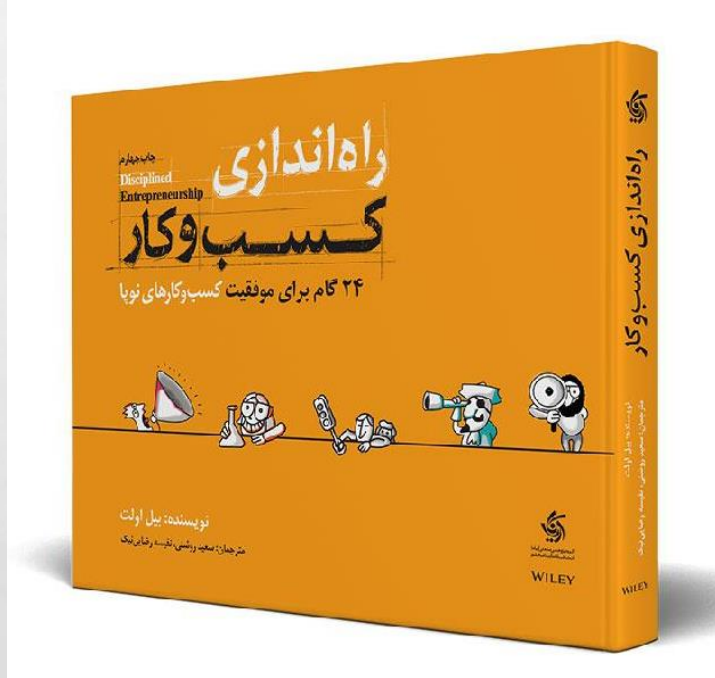


تست مامان

چطور با مشتری‌ها صحبت کنیم و با وجود دروغ‌هایی که از همه می‌شنویم، بفهمیم که آیا ایده‌ی کسب و کارمون به درد می‌خوره یا نه.

راب‌فیتزپاتریک مترجم: مهسا ریاحی

معرفی کتاب



پاسپاس