TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Lời khuyên "chậm mà chắc" dành cho các nhà khởi nghiệp

05:04 29/04/2018

Dẫu rằng cuộc chiến trên thương trường đòi hỏi các doanh nghiệp cần có sự nhanh nhạy trong mọi khâu, nhưng đôi khi "dục tốc" thì "bất đạt". Bài viết sau đây chia sẻ những quan điểm của các chuyên gia về "nhanh" và "chậm" trong tiến trình kinh doanh của các công ty khởi nghiệp.

"Chúng ta đã nghe rất nhiều về sự cần thiết của tốc độ trong kinh doanh. Tuy nhiên, dù chúng ta vẫn luôn tin rằng mang sản phẩm đến tay khách hàng một cách nhanh chóng sẽ đóng góp rất lớn vào thành công của công ty, nhưng nếu bạn muốn mọi bước diễn ra quá nhanh đến mức chóng mặt, khả năng cao là bạn sẽ mắc phải nhiều sai lầm kìm hãm toàn bộ quá trình kinh doanh."

Đó là những chia sẻ của Will Herman, đồng tác giả cuốn The Startup Playbook: Founder-to-Founder Advice from Two Startup Veterans.

Trong cuốn sách này, Herman cùng đồng tác giả Rajat Bhargava đã phản biện những ngộ nhận của số đông về giới khởi nghiệp, trong đó có ngộ nhận rằng "công ty phải mau chóng thực hiện các bước, phải lựa chọn thời điểm tiếp thị sớm, phải giành được lợi thế thâm nhập thị trường đầu tiên".

Theo hai tác giả này, yếu tố thành công của công ty khởi nghiệp một phần nằm ở việc tạo dựng nền tảng kinh doanh cần thiết – bất kể việc tạo dựng này có thể lâu hơn kì vọng của nhà sáng lập.

Không chỉ vậy, hai tác giả còn đưa ra ba khía cạnh cần được xem xét chậm rãi kĩ càng để công ty có thể nhanh chóng phát triển vượt bậc về sau, đó là huy động vốn, tìm hiểu khách hàng, và hoàn thiện sản phẩm cho phù hợp với thị trường.

Huy động vốn

Cả hai tác giả đều nhận thấy rằng mọi nhà sáng lập đều chăm chăm vào huy động vốn.



Theo Herman, mọi người đều có suy nghĩ "làm sao để có tiền". Lời khuyên đưa ra là không nên quá tập trung vào thu thập ngân sách ngay từ đầu, nếu không thì công ty sẽ có nguy cơ thất bại.

Dựa trên kinh nghiệm là nhà sáng lập của 10 công ty khởi nghiệp, tác giả Bhargava cho biết hầu hết các nhà sáng lập đều muốn nhanh chóng trình bày ý tưởng của mình tại các cuộc họp của các nhà đầu tư mạo hiểm hoặc cuộc họp của các nhà cấp vốn.

Ông cũng khuyên rằng thay vì làm vậy, các nhà sáng lập trước tiên nên hiểu rõ mô hình kinh doanh của công ty khởi nghiệp của họ, điều chỉnh mô hình đó, và tìm hiểu những nhà đầu tư đổ tiền vào các công ty tương tự như công ty của họ – làm như vậy sẽ giúp công việc kinh doanh gắn với một nhà đầu tư phù hợp.

Các nhà sáng lập muốn nhanh chóng trình bày ý tưởng ở các cuộc họp nhà đầu tư vì họ quá phấn khích và tự tin với ý tưởng của mình. Các nhà đầu tư sẽ đào sâu ý tưởng đó bằng những câu hỏi. Một khi nhà sáng lập không thể trả lời thì họ sẽ mất động lực, và mất động lực thì sẽ không hấp dẫn giới đầu tư.

Vì thế, nhà sáng lập nên phối hợp với các cộng sự chuẩn bị chu đáo phần thuyết trình và các ý tưởng kinh doanh cũng như tài chính để có thể có cơ hội được cấp vốn rõ rệt nhất.

Vậy thì làm sao để trả lời những câu hỏi của giới đầu tư?

Câu trả lời nằm ở việc tìm hiểu khách hàng một cách… kĩ càng.

Tìm hiểu khách hàng

Với cương vị là nhà sáng lập của 5 công ty, là nhà đầu tư của hơn 70 doanh nghiệp khác, và là nhà tư vấn cho hàng trăm cái tên khởi nghiệp khác nữa, tác giả Herman đã chỉ ra những vấn đề khi sớm ngộ nhận về khách hàng của công ty.

Ông cho biết: “Công ty sẽ thử nghiệm ý tưởng chỉ với vài ba người, mà những người này vốn là bạn hay người quen của công ty và sẽ ngay lập tức tán đồng với ý tưởng đó. Thế là công ty tưởng rằng đã sẵn sàng tìm đến nguồn khách hàng thực sự với ảo tưởng rằng ý tưởng/sản phẩm của họ đã đáp ứng thị trường.”.

Lẽ dĩ nhiên là cách làm trên đồng nghĩa với việc nhà sáng lập chưa hiểu gì về mô hình kinh doanh của công ty.

Các công ty khởi nghiệp nên tìm đến những người sẽ phủ nhận ý tưởng/sản phẩm, tăng số lượng khách hàng để tìm hiểu lên 30 hoặc 50 người, tùy vào loại thị trường sản phẩm.

Các công ty khởi nghiệp sẽ bị tốn rất nhiều thời gian và tiền bạc vào một nhóm người sẽ không mua sản phẩm của họ nếu họ không tìm hiểu và xác định thật rõ đối tượng khách hàng họ muốn nhắm đến.

Khi khởi đầu, công ty khởi nghiệp chỉ nên tìm một nhóm rất ít những người thực sự khao khát sản phẩm/dịch vụ của công ty, càng ít càng tốt. Hãy thấu hiểu nhóm này thật rõ, vì nếu công ty có thể làm cho nhóm khách hàng này chịu bỏ tiền ra, công ty sẽ biết được đặc điểm của nhóm khách hàng này; nếu không thì công ty sẽ gặp khó khăn ngay lúc bắt đầu.”

Hoàn thiện sản phẩm

Sau khi đã tìm hiểu nhiều khách hàng, điều cốt lõi để các công ty tạo dựng giá trị của doanh nghiệp và trở nên khác biệt là phải xác định được nhu cầu thực sự của khách hàng. Đó chính là cách công ty nắm được chiến lược thị trường, thậm chí là cách để công ty kiếm tiền.

Sau cùng, Herman tổng kết lại bằng nhận định: “Nếu các công ty thực hiện những bước trên một cách chậm rãi kĩ càng, họ sẽ thực sự biết liệu họ có được đầu tư hay không.”

Theo Diễn đàn Doanh nghiệp