# HOW TO

# DO THINGS THAT DON'T SCALE

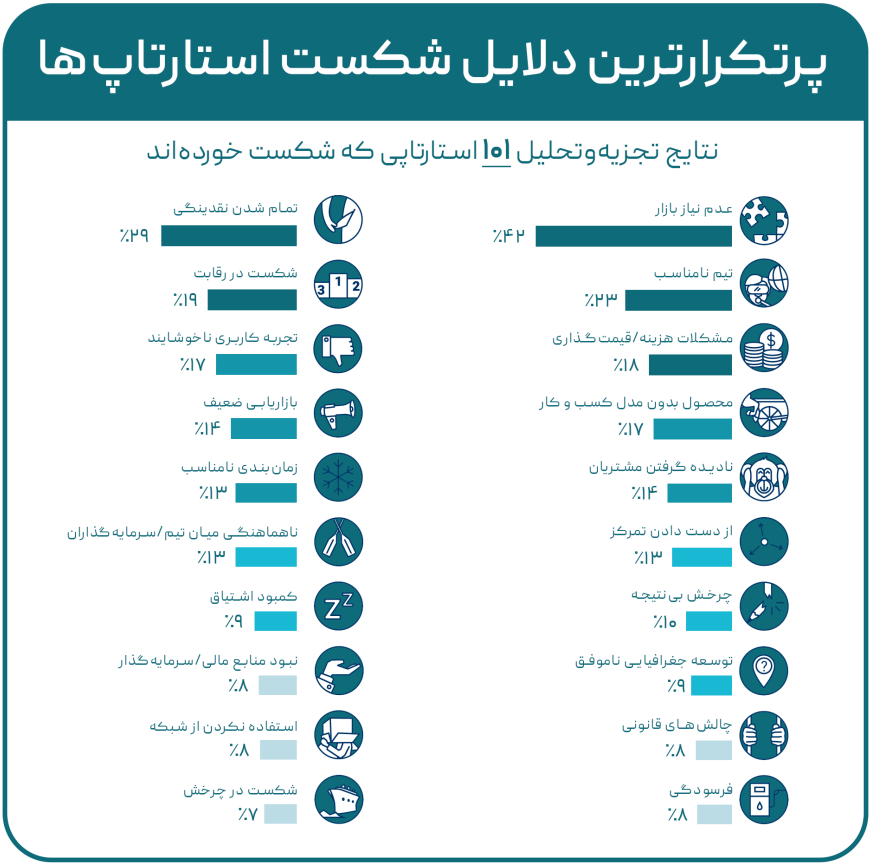
# چگونه کارهایی را انجام دهید که مقیاس‌پذیر نیستند

NITESH AGRAWAL

روزانه هزاران استارتاپ متولد می‌شوند و می‌میرند.

در حین ساخت ایندیز(Indiez) با بیش از ۶۰۰ بنیان‌گذار در مراحل اولیه صحبت کردم که در حال حاضر فقط تعدادی از آن‌ها موفق شده‌اند. این مسئله واقعا برای من تعجب‌آور است زیرا بیشتر بنیان‌گذاران ناتوان نبودند. در واقع، برخی از آن‌ها کارآفرینان سریالی بودند و تفکر محصول باورنکردنی‌ای داشتند.

یک جستجوی ساده در گوگل برای «چرا استارتاپ‌ها شکست می‌خورند؟» من را به این جواب رساند:



«عدم نیاز بازار»، «تمام شدن پول نقد»، «فقدان مدل کسب‌وکار»، «له شدن توسط رقیب» و «بازاریابی ضعیف» همگی به عدم یافتن مشتریان کافی مرتبط هستند.

بیشتر اوقات علت مرگ گرسنگی است که به دو دلیل اتفاق می‌افتد: هیچ کس محصول شما را نمی‌خواهد و هیچ کس در مورد محصول شما نمی‌داند.

ما به‌عنوان بنیان‌گذار واقعا از این فکر هیجان‌انگیز که میلیون‌ها کاربر در مورد محصول ما صحبت می‌کنند لذت می‌بریم. من این را درک می‌کنم و اگر شما موسس یک استارتاپ هستید، می‌دانم که شما هم متوجه حرفم می‌شوید.

اما، چه می‌شود اگر به شما بگویم که موفقیت در رسیدن به یک میلیون کاربر در یک شب نیست؟

ممکن است به نظر برسد که اکثر استارتاپ‌ها در اولین تلاش محصولی عالی را خلق کرده‌اند و آن‌قدر عالی بوده که وایرال شد و بلافاصله به یک میلیون کاربر رسید.

اما واقعا این حقیقت نیست.

همه‌ی استارتاپ‌های موفق از تعداد قابل توجهی کاربر شروع شدند و با انجام مکرر کارهایی که مقیاس‌پذیر نیستند، رشد کردند.

میانبری وجود ندارد. این تنها راه رشد است.

به گفته‌ی پل گراهام (موسس Y Combinator) - به‌عنوان یک استارتاپ جوان، تنها سه چیز وجود دارد که باید روی آن‌ها تمرکز کنید:

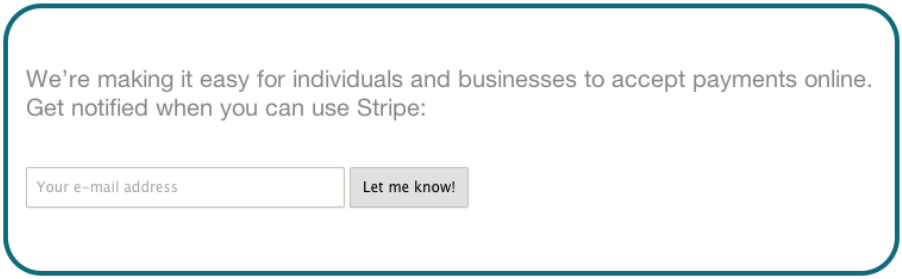
- محصولی که قرار است بسازید
- ساختن آنچه کاربران شما می‌خواهند
- کارهای مقیاس‌ناپذیری که در ابتدا برای راه‌اندازی شرکت انجام می‌دهید

باور کنید یا نه، این تنها راه برای دستیابی به یک میلیون کاربر است! ساده است؟ نه، در واقع اصلا.

من به‌طور گسترده در مورد معنای واقعی «انجام کارهایی که مقیاس‌پذیر نیستند» مطالعه کرده‌ام. بسیاری از وبلاگ‌ها در مورد اهمیت انجام کارهایی صحبت می‌کنند که مقیاس‌پذیر نیستند، اما تعداد کمی از آن‌ها در واقع به نحوه‌ی انجام این کارها اشاره می‌کنند. در این‌جا برخی از بینش‌های باورنکردنی وجود دارد که من توانستم پیدا کنم.

## ۱. جذب کاربران بتا

مطمئنا درباره‌ی این موضوع صحبت شده است، اما دقیقا چگونه این کار را انجام می‌دهید؟ بیایید یک مثال بزنیم. Stripe که اکنون یک استارتاپ ۵ میلیارد دلاری است، یک صفحه‌ی ثبت‌نام بتای بسیار ساده داشت که به شکل زیر بود:



آن‌ها از طریق این صفحه‌ی ساده افرادی را برای آزمایش محصولات خود به خدمت گرفتند. هنگامی که شخصی موافقت می‌کرد که Stripe را امتحان کند، می‌گفتند «لپتاپت را به من بده» و آن را در محل نصب می‌کردند. این روش «نصب در محل» به آن‌ها کمک کرد تا اولین کاربران خود را به‌دست آورند.

پاسخ Quora توسط دانیل، یکی از کاربران بتا: «وقتی از محصول آن‌ها استفاده کردم، فروش آغاز شد. در عرض چند هفته، احتمالا به هر دوستی که مطالبی را در وب گذاشته بود، درباره‌ی استفاده از Stripe گفته بودم. محصول فوق‌العاده بود و البته هنوز هم هست.»

دانیل همچنین در مورد این‌که چگونه از طریق ایمیل بنیان‌گذار، حتی در ساعت ۲ بامداد - با او تماس گرفت، صحبت کرد. و مشکلی که در عرض چند دقیقه حل شده بود.

**نکته**

از پشتیبانی کاربران خود بهره‌مند شوید که توییت می‌کنند، به مردم راجع به شما می‌گویند و کارهایی از این دست. بدون حمایت آن‌ها، ایجاد موفقیت اولیه، عملا غیرممکن است.

## ۲. آستین‌هایتان را بالا بزنید

در مراحل اولیه‌ی توسعه‌ی محصول، نمی‌توانید دست به کار شوید و منتظر محصول نهایی باشید. این بهترین زمان برای غواصی در صنعت و یادگیری هر چه بیشتر با رفتن در گود است.

- برای درک نقاط درد با مردم صحبت کنید
- راه‌حل‌های موجود را برای کشف آن‌چه می‌توان بهبود بخشید، تجربه کنید
- در فرایند توسعه شرکت کنید

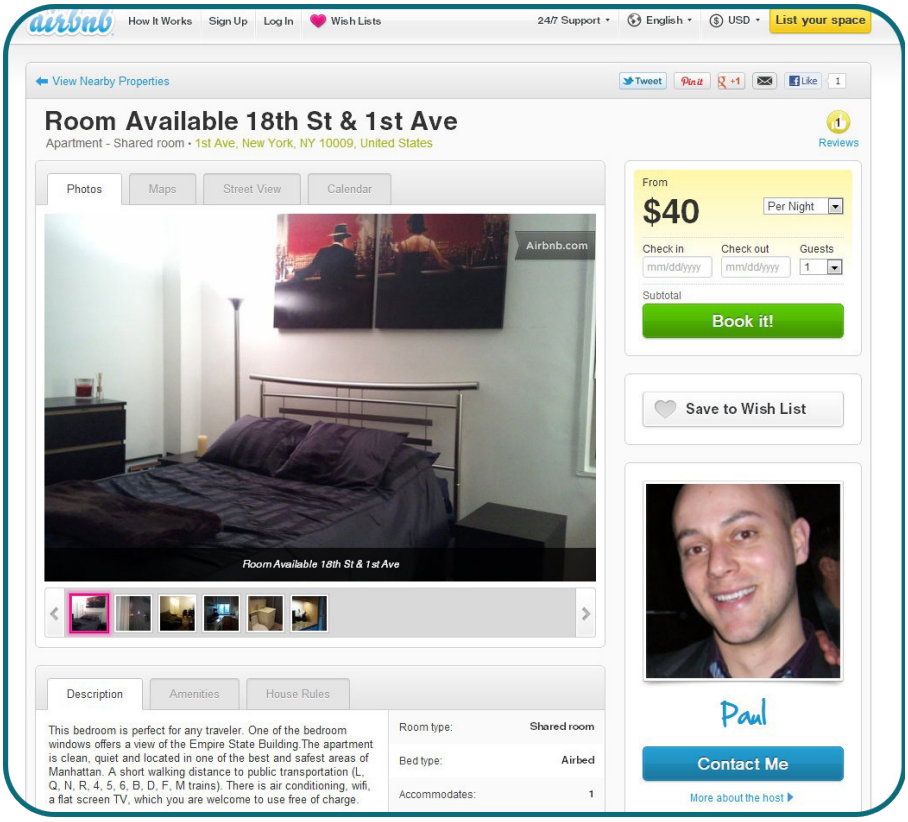
در روزهای ابتدایی ما در ایندیز، شرکت در همه‌ی کنفرانس‌های مهم توسعه‌دهندگان را اولویت خود قرار دادیم. ما این ایده را برای هر توسعه‌دهنده‌ای که می‌توانستیم با آن‌ها ارتباط برقرار کنیم، مطرح کردیم. به این ترتیب ما یک جامعه‌ی عالی از برخی از بهترین توسعه‌دهندگان سراسر جهان ایجاد کردیم و بینش عمیق‌تری در مورد این صنعت به‌دست آوردیم.

هیچ راه دیگری نمی‌توانست به این سرعت کار را انجام دهد. ما نمی‌توانستیم فقط یک آگهی شغلی ایجاد کنیم و منتظر بمانیم تا افراد درخواست دهند.

بنیان‌گذاران Airbnb چسکی و گبیا با یک DSLR اجاره‌ای خانه به خانه رفتند تا اولین آگهی‌های خود را ارائه دهند.

بن سیلبرمن، بنیان‌گذار پینترست، برای جذب وبلاگ‌نویسان طراحی برای ایجاد محتوای عالی برای پلتفرم، به کنفرانس‌های طراحی رفت.

بنیان‌گذار Topspot تقریبا از ۶۰ خانواده در منطقه‌ی خلیج بازدید کرد تا با آن‌ها گپ بزند.



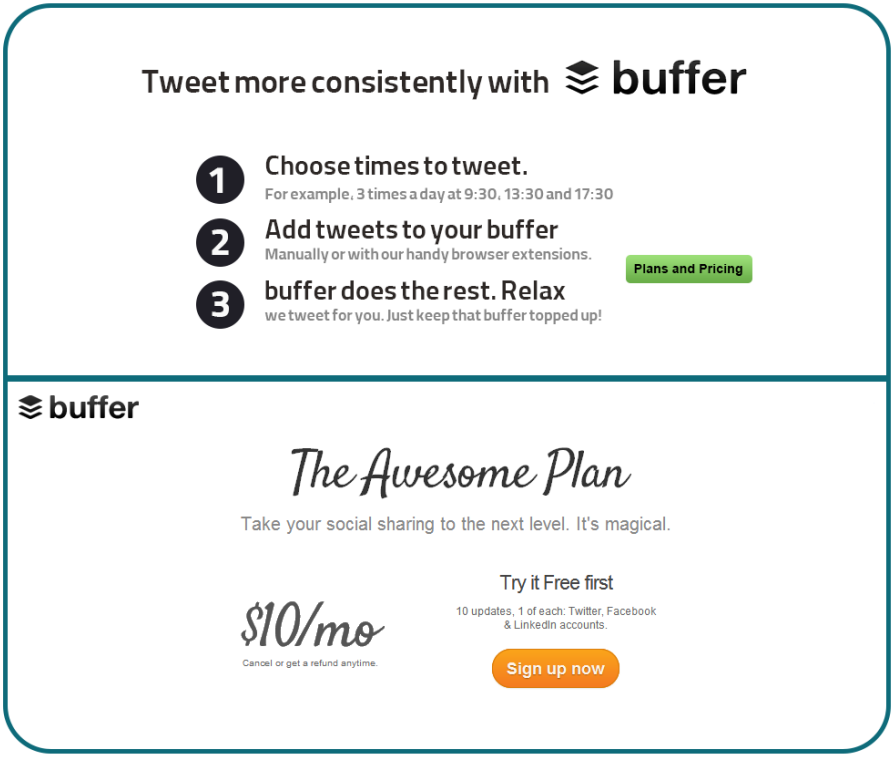

## نکته

هنگامی که برای اولین بار شروع به کار می‌کنید، باید از همه‌ی کانال‌هایی استفاده کنید که شرکت‌های بزرگ نمی‌توانند از آن‌ها استفاده کنند زیرا روی مقیاس تمرکز دارند. روی لیست‌های پستی، انجمن‌های آنلاین، گردهمایی‌های آفلاین و غیره تمرکز کنید. همه‌ی این موارد راه‌هایی عالی برای دسترسی به مردم هستند.

## ۳. فقط «آن‌چه را که واقعا مورد نیاز است» بسازید

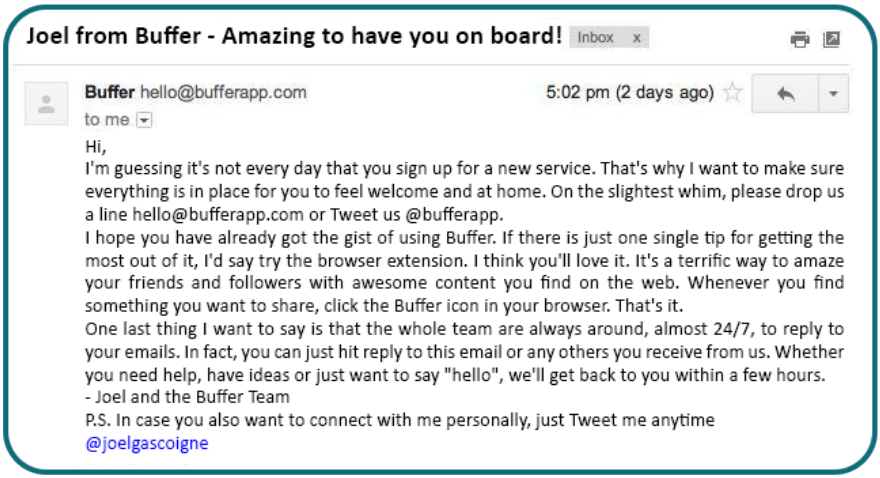
برای شروع آزمایش به محصول نهایی نیاز ندارید. روند توسعه تقریبا هرگز تمام نمی‌شود. همیشه چیزی هست که بتوانید آن را بهبود ببخشید.

اما شروع کار آسان است. به‌عنوان مثال، Buffer شروع به درخواست پرداخت بدون حتی اجرای درگاه پرداخت کرد!



در این‌جا یک آموخته‌ی مهم از جوئل گاسکوئین، بنیان‌گذار Buffer آمده است:

«من نه‌تنها محصول را با طرح‌های پولی از روز اول راه‌اندازی کردم، بلکه سیستم پرداخت را نیز به‌طور کامل پیاده‌سازی نکردم. وقتی شخصی به یک طرح پولی ارتقا می‌داد، به محض دریافت ایمیل از Paypal، شخصا برای او ایمیل می‌زدم. من این کار را برای اجتناب از کار کردن انجام ندادم، این کار را کردم چون نمی‌دانستم زمان شروع کار من ۴ روز یا ۴ ماه قبل از اولین پرداخت برای Buffer خواهد بود. اجرای یک سیستم پرداخت روان و بدون تایید اعتبار با تعداد کمی از مشتریان پرداخت‌کننده، هدر دادن تلاش‌های برنامه‌نویسی است.»


Joel from Buffer - Amazing to have you on board! Inbox x

Buffer hello@bufferapp.com 5:02 pm (2 days ago)

to me

Hi,

I'm guessing it's not every day that you sign up for a new service. That's why I want to make sure everything is in place for you to feel welcome and at home. On the slightest whim, please drop us a line hello@bufferapp.com or Tweet us @bufferapp.

I hope you have already got the gist of using Buffer. If there is just one single tip for getting the most out of it, I'd say try the browser extension. I think you'll love it. It's a terrific way to amaze your friends and followers with awesome content you find on the web. Whenever you find something you want to share, click the Buffer icon in your browser. That's it.

One last thing I want to say is that the whole team are always around, almost 24/7, to reply to your emails. In fact, you can just hit reply to this email or any others you receive from us. Whether you need help, have ideas or just want to say "hello", we'll get back to you within a few hours.

- Joel and the Buffer Team

P.S. In case you also want to connect with me personally, just Tweet me anytime @joelgascoigne

## نکته

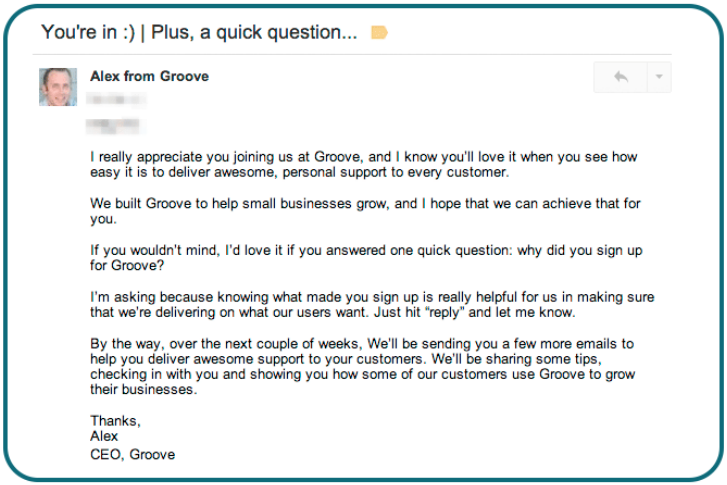
زمان برنامه‌نویس شما یک منبع مهم است و هوشمندانه‌ترین راه برای ساختن، ساختن ویژگی‌هایی است که واقعا مورد نیاز هستند.

به‌عنوان مثال، اگر در حال ساختن یک پلتفرم اجتماعی هستید و در حال حاضر تنها ۱۰ کاربر فعال روزانه از آن استفاده می‌کنند، ویژگی «پیام‌رسانی» آن چیزی نیست که باید بسازید. در عوض، بروید و با آن ۱۰ کاربر فعال آشنا شوید!

## ۴. ارتباط شخصی برقرار کنید

چیزهای ساده‌ای از این دست در روزهای اول اهمیت دارند. می‌توانید از طریق ایمیل با کاربران خود روابط شگفت‌انگیزی ایجاد کنید. هنگامی که برای اولین بار شروع به کار می‌کنید، در واقع می‌توانید به تک‌تک ایمیل‌ها پاسخ دهید و با آن‌ها در ارتباط بمانید. از آن‌ها استقبال کنید، سوال بپرسید و همان چند کاربر را عاشق خود کنید.

۵۰۰۰ کاربر اول شما ۵۰۰ هزار کاربر شما را به‌دست خواهند آورد. به آن‌ها یک تجربه‌ی فوق‌العاده خوب بدهید.


You're in :) | Plus, a quick question...

Alex from Groove

I really appreciate you joining us at Groove, and I know you'll love it when you see how easy it is to deliver awesome, personal support to every customer.

We built Groove to help small businesses grow, and I hope that we can achieve that for you.

If you wouldn't mind, I'd love it if you answered one quick question: why did you sign up for Groove?

I'm asking because knowing what made you sign up is really helpful for us in making sure that we're delivering on what our users want. Just hit "reply" and let me know.

By the way, over the next couple of weeks, We'll be sending you a few more emails to help you deliver awesome support to your customers. We'll be sharing some tips, checking in with you and showing you how some of our customers use Groove to grow their businesses.

Thanks,
Alex
CEO, Groove

### نکته

صحبت شخصی با کاربران خود یکی از قدرتمندترین کارهایی است که می‌توانید انجام دهید. اگر در عرض ۵ دقیقه پس از ثبت‌نام برای خدمات شما، با آن شخص تماس بگیرید، نرخ دسترسی به کاربر شما معمولا از ۲۵٪ به ۷۵٪ افزایش می‌یابد.

## ۵. به تک‌تک کاربران ارزش بدهید

در مراحل اولیه، می‌توان برای کمک به تک‌تک کاربران و ارائه‌ی ارزش به آن‌ها از مسیر خود خارج شد. ارائه‌ی جلسات انفرادی که در آن مشکلات کاربران را بشنوید، درک و حل کنید، یک راه عالی برای ایجاد ارتباط با آن‌ها است.

به‌عنوان مثال، ما در Indiez از اینترکام استفاده کردیم تا شخصا با تک‌تک افرادی که وارد سایت ما شده‌اند گفتگو کنیم. می‌توانستیم آن را خودکار کنیم، اما احتمالا نمی‌توانستیم از این طریق به تک‌تک کاربران ارزش زیادی ارائه کنیم.

### نکته

برای دادن بیشتر از آن‌چه مردم انتظار دارند، از مسیر معمول خود خارج شوید و مطمئنا شما را به یاد خواهند سپرد.

اگر یک استارتاپ SaaS هستید، ابتدا روی خدمات تمرکز کنید. مردم SaaS را دوست دارند. اما آن‌ها همچنین دوست دارند که کسی دستشان را به گرمی فشار دهد. اول از همه، دوست باشید. به مشتریان بگویید که اگر راه تماس شخصی شما را داشته باشند، چگونه می‌توانند کاری را بهتر انجام دهند. این خدمات شخصی است که مشتریان را جذب می‌کند. می توانید بعدا روی تبدیل آن‌ها به SaaS تمرکز کنید.

## ۶. بگذارید آتش بسوزد

این یکی از متناقض‌ترین چیزهایی است که می‌توانم به شما بگویم. من می‌دانم که این حرف با گفته‌های قبلی من تناقض دارد، اما گاهی اوقات باید به مشتریان عصبانی اجازه دهید که عصبانی بمانند؛ چون شما در جای دیگری تمرکز کرده‌اید.

در یک مثال معروف، بنیان‌گذاران PayPal مطمئنا اجازه دادند این اتفاق بیفتد.

آن‌ها خاطرنشان کردند: «ما اجازه دادیم بیش از ۱۰,۰۰۰ شکایت ادامه یابد تا این‌که یک روز در موقعیتی قرار گرفتیم که مشکل را به یک‌باره حل کنیم. تیم به اوماها پرواز کرد و یک مرکز تماس ۲۰۰ نفره را در عرض دو ماه راه‌اندازی کرد.»

به یاد داشته باشید که لزوما تمام مشتریان مهم نیستند. می‌توانید اجازه دهید آتش بسوزد!

### نکته

وقتی می‌دانید که یک ویژگی ۹۸ درصد مشکلات مشتری را حل می‌کند، بهتر است آن ویژگی را بسازید و سپس با یک راه‌حل با مشتریان عصبانی صحبت کنید.

این‌ها تنها چند نکته بودند که قطعا به شما کمک می‌کنند تا محصول خود را به مقیاس برسانید. به یاد داشته باشید، اگر می‌خواهید مشکلی را حل کنید، دلیلی ندارد که راه‌حلی پیدا نکنید.

حالا دست به کار شوید، باور قلبی داشته باشید و به خودتان اطمینان کنید.

اشتیاق و باور شما برای ساختن ایده‌تان در هر کاری که انجام می‌دهید، مرکز و اصل است. از داده‌ها درس بگیرید و ادامه دهید.

# قهرمانان
## به مسیرهای سخت پشت نمی‌کنند

اگر روی تصویر کلیک کنید به صفحه‌ی لینکدین پرسیس هدایت می‌شوید.

linkedin.com/company/persis-ir

# هکر رشد

## معاون بازاریابی جدید

HOW TO BE A GROWTH HACKER
AN AIRBNB/CRAIGSLIST CASE STUDY

ANDREW CHEN

دریافت این
مقاله از سایت
پرسیس
کلیک
کنید !