

№23 – Сабақ: «Бірге барайық!» бизнес-кейсі



Авторлар: Жұлдызбаев Н.Е., Мырзакулов Б.Б.

Сабақ мақсаттары:

- стартап пен жұмыс істеп тұрған бизнесті ажыратуды үйрену;
- стартап сипаттамасын анықтауды және стартаптардың операциялық қызметін тануды үйрену.



- Өткен сабақта сіз стартап ұғымымен таныстыңыз. Сіз стартап – бұл бизнестің одан әрі дамуы мен жұмыс істеуіне қатысты негізін қалаушылардың гипотезаларын растайтын уақытша құрылым екенін білдіңіз. Сондай – ақ, біз кез келген стартаптың мақсаты - клиенттердің сұраныстарын қанағаттандыратын немесе олардың проблемаларын шешетін шешімді іздестіру екенін анықтадық.
- Стартаптардың кейбір ерекшеліктерін толығырақ қарастыру үшін, біз бүгін "Бірге барайық!" стартапының бизнес-кейсімен танысамыз - ол қаланың түрлі оқиғалары мен іс-шаралары бойынша навигацияны жүзеге асыратын паблика.

Оқы, қызық!



Кербұлақ ауылынан келген жас жігіт – *Бақдәулет Исаев* Алматы қаласындағы университеттердің біріне оқуға түсті. Бақдәулет оқумен қатар бизнеспен айналысуды шешті. Сол кезде оның идеясы шоколад фонтандарын сату болды – ол үйлену тойы мен түрлі іс-шаралар үшін сұйық шоколад десерті. Клиенттерді іздеу кезінде Бақдаулет Алматыда алдағы қызықты іс-шаралар немесе оқиғалар туралы ақпарат жарияланатын нақты бір арнайы алаңның жоқ екенін анықтады. Шоколадты фонтандарды сатумен қатар жас бизнесменге ұйымдастырушыларға өз қызметтерін ұсыну үшін осындай іс-шараларды өзі іздеуге тура келді. Ыңғайлы болу үшін 2012 жылдың мамыр айында ол "ВКонтакте" әлеуметтік желісінде жеке парақша ашты, онда алдағы оқиғалардың тиісті анонстары мен сипаттамасын жариялай бастады. Посттар басқа жастардың назарын аудартты, көптеп лайктер мен репостарды жинай бастады және парақша аудиториясы күннен күнге өсе бастады.

- **Өзінің стартапын құрудың ең бірінші сатысында** Бақдәулет клиенттерінің мұқтаждықтарын қанағаттандыратын: қала тұрғындары қаланың қызықты іс-шараларының афишаларымен танысып, жаңа мейрамханалар мен дәмханалар туралы біле алатын арнайы алаңның жоқ болғанын сезінді және осындай мәселеге өзі де тап болған. Бақдәулет өз стартапымен клиенттерінің "мәселесін" шеше бастады. Стартаптың компаниядан басты ерекшеліктерінің бірі – стартап бұған дейін болмаған нарықтық тауашадан (нишадан) орын алады, сондықтан оның жобасы қалай дамитыны туралы нақты түсінігі болмайды. Стартап гипотезалар ұсынады және олардың әрекет қабілеттілігін тексереді, өз тәсілдері мен сервистерін үнемі жетілдіреді.
- **Бақдәулеттің идеясы** өте уақытылы болды. Жуық арада жоба аудиториясының өскені соншалықты, оған іс-шараларды ұйымдастырушылардың өздері афишасын "Бірге барайық!" "ВКонтакте" парақшасына жариялау өтінішін жаза бастады. Бір жылдан кейін паблик өз дамуының келесі кезеңіне келді – яғни монетизация (ақшалай пайда алу) жасау қажеттілігі туды.





- Егер компания өз пайдасын қалай және не есебінен алатынын алдын ала білсе, стартап қандай да бір уақытта белгісіздік жағдайында болады – сол уақытта оның негізін қалаушыда өзінің сервисінің қалай "табыс табатыны" және оның клиенттерінің не үшін төлеуге дайын екендігі туралы тек гипотезасы (болжамы) ғана болады. Стартапер қандай да бір уақытта тегін жұмыс істеуге дайын болуы керек - өз жобасын қайта-қайта тексеріп және болашақта пайда табу нұсқаларын зерттейді.
- Алматының қызықты орындары мен іс-шаралардың анонстарын ақшаға жариялауды бастай отырып, **"Бірге барайық!"** жобасы енді бизнесті дамытуда пайдалануға болатын әжептеуір ақшалы пайда көре бастады.
- Бұған дейін Бакдаулет командасы екі адамнан ғана құралған болатын: өзі және оған қолы босамаған кезде интернетте пост жасауға жәрдем беретін досы болды. Жобаны монетизациялағаннан кейін стартаперлер адамдарды жалдау және оларға жалақы төлеу мүмкіндігіне ие болды. Енді оларға іс-шараларды іздеуге, клиенттермен сөйлесуге, жазылушыларға жауаптарды жазуға және т. б. көп уақыт жұмсаудың қажеті жоқ болды.
- Стартап табысының басты факторларының бірі оның командасы болып табылады: жобаға сенетін және стартаптың өсуі үшін өз іскерліктері мен дағдыларын дамытуға дайын адамдар. Бакдәулет өзіне деген сенімділігін жоғалтқан кезде, оның досы оны қолдап, жұмысын жалғастырды – стартапқа да, оның негізін қалаушыға да сенді. Бұл Бакдәулетке белгісіздік пен айқынсыздық кезеңін еңсеруге және **"Бірге барайық!"** жобасын дамудың келесі сатысына өтуге көмек берді.

- Енді стартаптың операциялық қызметі айқын көрініс алған кезде (контент-менеджер, SMM-менеджер, жарнама менеджері пайда болды), негізін қалаушылар өз ісін кеңейту (масштабтау) туралы ойлана бастады. Стартаптың анықтамасына оралайық. Естеріңізде болса, стартаптар қайта өндірілетін және ауқымын кеңейтетін бизнес-модельді іздестіру жолында болады.
- Енді, сервис нарықта берік орын алған кезде, Бақдәулет және оның командасы өзінің пайдаланушысы үшін не жасауға болатынын және қызмет көрсету одан әрі ыңғайлы болу үшін, өзінің ескі клиенттерін ұстап тұруды жалғастыратын және жаңаларын тарту стратегиясын ойлады. Дәл осы сұрақтар стартап негізінде жатыр: өз клиенттерімізді қалай қанағаттандыра аламыз? Оларға тағы қандай опциялар пайдалы және қызықты болады? Мұнда бірінші жоспарға тарату арналары, клиенттермен өзара іс-қимыл және негізгі серіктестер сияқты стартаптың бизнес-моделінің құрамдас бөліктері шығады. Стартаптың таралу арналары көп болған сайын және олар жақсы таңдалған сайын, клиенттермен жанасу нүктелері көп болған сайын және басты серіктестер неғұрлым салмақты болған сайын – стартаптың ірі және табысты компанияға даму мүмкіндігі соншалықты көп болады.

- Әлеуметтік желілердің функционалы шектеулі болғандықтан, Бақдәулет және оның командасы "Орындар", "Адамдар", "Тегін", "Қала", "Театр", "Көрмелер", "Кино", "Концерттер" және т.б. санаттары бойынша анонстарды пайдаланушылар сүзгіден өткізе алатын жеке өз сайты құру қажеттілігі туралы қорытындыға келді. Енді пайдаланушылар әлеуметтік желідегі барлық лентаны (таспаны) көру қажеттілігі жоқ, олар тек өзін қызықтыратын іс-шараны бірнеше клик басу арқылы таба алатын болды.
- Келесі қадам жаңа негізгі серіктестерді іздеу болды. Енді, қандай да бір оқиға туралы біліп, сайтқа кіруші Ticketon.kz билеттерді сату платформасымен интеграция жасау арқылы оған билетті бірден сатып ала алады.
- Пабликті пайдалану ыңғайлы болу үшін жобада Google Play (10 000+ жүктеу) және AppStore-да мобильді қосымшалар пайда болды. Енді ыңғайлы функционал, сүзгілер есебінен оқиғаларды жылдам іздеу және оларға билеттерді жылдам сатып алу мүмкіндігі смартфон арқылы да қолжетімді болды.
- Алты жыл ішінде стартап идеологиясы да өзгеріске ұшырады. Алматы оқиғаларының анонсы үшін "ВКонтакте" парақшасынан жоба қала өмірі бойынша толық ыңғайлы навигация сервисіне айналды және енді тек Қазақстанның көптеген қалаларын ғана емес, сонымен қатар таяу шетелдерді де қамтитын болды.

- Сол уақытта "Бірге барайық!" қызметі бір ғана "ВКонтакте" әлеуметтік желісімен ғана ұсынылған болатын. Бұл жоба аудиториясына кейбір шектеулер туғызатын. Пайдаланушылардың ең көп санын қамту үшін Бақдәулет Facebook және Instagram әлеуметтік желілерінде соған ұқсас парақшаларды ашты. Әрбір осындай әлеуметтік желілерде өз ерекшеліктері мен өз "жазылушылары" болады, сондықтан паблик мазмұны (контенті) тікелей ол қандай желіде жарияланатынына байланысты болады. Мәселен, ол Facebook үшін жастарды қызықтыратын алдағы болатын оқиға мен орны көрсетілген анағұрлым салмақты посттарды білдірсе, Instagram және "ВКонтакте" желісінде фотоматериалға аса маңыз беріледі. Уақыт өте келе "Бірге барайық!" жобасында өзінің жеке бейне бөлімі пайда болды, және стартаперлер өздерінің аккаунттарында орналастыру үшін бірегей фото мен бейнематериалдарды түсіре бастады. Контентке қойылатын талаптар өсті, өйткені нарық бір орнында тұрмайды. 2012 жылдан бастап, онда оңтүстік астананың оқиғалы өмірін көрсете бастаған басқа да ойыншылар пайда болды.
- Қазір «Бірге барайық! Алматы» паблигінде 302 000 жазылушы (подписчик), "Бірге барайық! Астана" - 283 000 жазылушы бар. Жалпы алғанда, "Бірге барайық!" жобасында қазіргі аудитория 2 млн адамды құрайды. 6 жылдағы жұмыс нәтижесінде оның парақшаларында 15 000 іс-шара жарияланды, ал оның командасы 25 адамға дейін өсті.

"Бірге барайық!" жобасының негізін қалаушылар енді өз компаниясының дамуының келесі қадамы ретінде республикалық ауқымдағы іс-шаралардың тікелей ұйымдастырылуын - оқиғаларды жария ету ғана емес, олардың бастамашысы болу, бүкіл әлемде қазақстандық мәдениетті ілгерілетуді көріп отыр. Ол үшін жобаның барлық құрамдас бөліктері бар: бірегей құнды ұсыныс, адал тұтынушылар, дамыған тарату арналары, клиенттермен өзара іс-қимыл жасаудың әртүрлі нұсқалары, олар үшін ыңғайлы, пайда көздері, негізгі ресурстар (соның ішінде адами) және негізгі серіктестер.





1- тапсырма

Неге осы сатыда Бакдәулет Исаевтың жобасын стартап деп атауға болады?
Стартаптардың қандай ерекшеліктерін сіз атап көрсете аласыз?

2 - тапсырма

Стартап пен компания үшін монетизациялау (ақшалай пайда алу) механизмдерінің айырмашылығы неде? Өз тұжырымыңызды "Бірге барайық!" мысалында келтіріңіз.

3 - тапсырма

"Бірге барайық!" жобасын осы кезеңде қалай дамытуға болатынын ойланып көріңіз.

4 - тапсырма

Бакдәулетке стартап табысты болу үшін қандай дағдыларды дамытуға тура келді деп ойлайсыз. Неліктен?



5 - тапсырма

Осы кезеңдегі "Бірге барайық!" жобасының ауқымын дамытудың өз нұсқаларын ұсынып келтіріңіз.

6 - тапсырма

Тағы қандай:

- а) осы кезеңде "Бірге барайық!" жобасына лайықты стартаптың тарату арналары сәйкес келеді;
- ә) клиенттермен өзара іс-қимылды тағы қалай жақсартуға болады; және
- б) қандай жаңа негізгі әріптестерді тартуға болатынын ойланыңыз.

7 - тапсырма

Стартаптардың бизнес-моделінің қандай ерекшеліктері "Бірге барайық!" жобасының толыққанды және табысты компанияға айналуына көмектескенін топтастырып қорытынды жасаңыз.



НАЗАРЛАРЫҢЫЗГА РАХМЕТ!