



创业讲座系列之一

技术创业的10大误区和解决方案

创猿投资董事合伙人 陈世欣
sting@innosource.cn

误区1：技术压倒一切

- 技术人员往往把创业看成一个软件技术项目
- 在所有创业项目中，公司商业目的才是核心。
- 懂技术往往可以较低成本较快起步，但很多业务并非技术主导。

解决方案

- 如果你是技术人员，要么自己掌握业务知识和能力，要么找到合伙人解决业务问题。
- 如果你并不具备技术背景，不考虑把技术作为创业公司的顶点，那么技术只是一个推动者。
- 你不必知道开发一个技术产品，代码该怎么写。雇用精通这门业务的人，或者外包给其他机构，你可以通过这些技术手段帮助你实现商业目标。
- 案例：滴滴打车，ww123，篱笆网

误区2：开发出产品，任务就完成了

- 开发一个app是创建公司过程中最容易的事情；
- 让用户一直使用你的app才是困难的部分；
- 让你的产品被用户主动传播，持续带来增长和收益是更加困难的部分。

解决方案

- 根据用户的痛点找到解决方案
 - 找到用户持续使用你的App的价值点
 - 找到用户愿意传播App的引爆点
 - 不断测试，提供可靠性、可用性
 - 提高用户体验
-
- 例子：今夜酒店特价

误区3：创意就是一切

- 如果你的想法是独一无二的，以至于没有人曾经想到过，那么很有可能没有人会认同它。
- 创意越是新颖，这些问题的不确定性就越高
- 如何实现你的想法才是最重要的

解决方案

- 在实际中验证问题和解决方案，消除不确定性
 - 这个想法是否可行
 - 是否有用
 - 是否无差错
 - 是否可以被可靠地复制
- 专注于执行
 - 把伟大的想法分解，找到合适的资源和合适的人来很好地执行。
- 例子：锤子手机，智能牙刷

误区4：仅仅有个创意原型就可获得融资

- 现在，科技创业企业的整体成本比起以前创建传统的软件公司来，已经大幅下降了不少。
- 投资者们在考虑投资时，往往会寻找已经经过用户测试的，用户注册数量和用户留存率已经出现增长的产品。

解决方案

- 应该尽快完成第一个demo或客测试版本
 - Hackathons大赛上，几天之内就可以做出一个app的demo版本或可测试版本来。
- 尽快去找到目标客户群体测试或征求意见
- 案例：红沙发、微信导航

误区5：可以请朋友对创意项目进行验证

- 询问某人对一个假想的产品反馈，你得到的也是一种想象中的回应。

解决方案

- 不用咨询“不必对意见承担后果”的人的意见
- 应该去相信那些真正使用你的app的人的意见
- 更好的一种做法是，从有偿使用你的app的人那里寻求建议。
- 例子：小米手机

误区6：做营销意味着必须支出

- 付费营销是最简单的路径，但不一定是最有效的。
- 销售增长的基础是，你的app确实是一个很好的产品，并且能让你的第一批客户感到满意。
- 每一个成功的app公司都是基于口碑才渐渐受到普遍欢迎的。
- 存在免费营销改进产品的方案

解决方案

- 在花大钱做付费营销前，想办法找到免费营销办法
- 通过免费营销模式，改进产品，让产品可以脱颖而出，付费营销可能会让你获得下载数量的增长，但不会留住用户。
- 案例：魔窗

误区7：获得资金是公司的首要任务

- 筹集风险资金是你要做的最艰难的事情之一。
- 你创业的雄心不应依赖于风险投资，但是你却一定要下决心成为一个成功的企业家，开拓自己的市场和用户。

解决方案

- 当你想建立一个创业企业时，请专注于开发产品以及获得客户。
- 假设在启动前，你不能保证能够获得足够的投资，那么你的首要计划就始终应该是打入市场。
- 例子：五分钟

误区8：“兄弟义气”建团队最牢靠

- 创业公司获得风险投资（Venture Capital，简称VC）的青睐无疑是获得认同的可喜的一步，但公司创始人之间以及投资方和公司管理层的关系也变得更加复杂。
- 投资人和管理层之间存在矛盾冲突，以及创始人内部的股权分配失衡，均会增长创业企业的不确定性

解决方案

- 公司创始人之间应该保持沟通一致。
- 需要慎重选择投资方，在投资方公司管理层的存在存在矛盾冲突时候，需要有个内部决策机制。
- 例子：母婴电商红孩子

误区9：自己定义的需求肯定是真需求

- 找准目标用户的真实需求是创业的第一步。
- 创业者起步阶段的市场调研缺少严密的数据分析，而是凭直觉判断，甚至是从自身需求出发判断市场，这中间往往存在着很大的误差。

解决方案

- 找到目标用户群，建立社群，沟通需求和解决方案。
- 设计最小可用产品原型或版本。
- 通过产品原型收集用户反馈验证直觉判断，发现误差后，分析原因，调整产品原型，再进行验证。循环往复，直到找到真实用户需求和合适的解决方案。
- 案例：优T

误区10：照搬国外成功模式是创业捷径

- 商业模式是创业者在创业初期规划时遇到的第一个问题。
- 中国互联网过去10年的创业大潮中，硅谷一直是中国创业者的灵感来源。他们习惯于利用硅谷和中国之间的趋势时间差，把硅谷热门的初创公司的商业模式复制到中国。在预计成功复制的同时，也需要考虑在中国市场上遭遇水土不服的风险。

解决方案

- 参照国外成功商业模式，把硅谷热门的初创公司的商业模式复制到中国时候，需要考虑在中国市场上遭遇水土不服的风险。
- 根据中国市场的反馈调整产品方向和细节，运营方面必须贴合实际。
- 案例：土豆，优酷

谢谢聆听，欢迎提问！