

تیکا پل ارتباطی بین زبان آموز و مدرس

آموزش زبان یکی از نیازهایی است که به دلیل ضعیف مدارس و دانشگاه در برآورده کردن آن، همیشه بازار گسترده‌ای داشته است. بازاری که بستر فعالیت موسسه‌ها و معلمان خصوصی را ایجاد کرده است. تسهیل‌گری در این فضا نظیر راه‌اندازی پلتفرم‌هایی برای ارتباط مدرسین و زبان‌آموزان و همچنین ایده‌ی آموزش مجازی از رایج‌ترین اقداماتی است که استارت‌آپ‌ها در پی انجام آن بوده‌اند. تیکا نیز یکی از استارت‌آپ‌هایی است که در فضای ارائه‌ی خدمات آموزش زبان با دیگر استارت‌آپ‌ها به رقابت می‌پردازد. برای آشنایی بیشتر با این استارت‌آپ و مسیری که تاکنون پیموده است مصاحبه داشتیم با حامد وفایی، هم‌بنیان‌گذار تیکا، که در ادامه تقدیم‌تان می‌کنیم.

از خودتان شروع کنید. از اینکه قبل از تیکا چه فعالیت‌هایی داشتید.

من حامد وفایی هم‌بنیان‌گذار استارت‌آپ تیکا فارغ‌التحصیل رشته‌ی نرم‌افزار هستم. علی رضایی و حسین محسنیان، هم‌بنیان‌گذارهای دیگر تیم هستند. حسین محسنیان در رشته‌ی نرم‌افزار و علی رضایی در رشته‌ی مهندسی پزشکی در دانشگاه امیرکبیر تحصیل کرده‌اند. من و حسین در چند شرکت کار فین تک انجام داده‌ایم و پیش از این هم در کسب و کارهایی مثل تبلیغات تلگرامی، نوشتن نرم‌افزارهای مدیریتی برای آتل‌یه‌های عکاسی و همچنین طراحی سایت فعالیت داشتیم که تا حدی هم موفق بودیم؛ به دلیل کار در شهرستان و حجم بازار نسبتاً کم، با تولید شدن نمونه‌های مشابه، عملاً کار برای ما دشوار شد.

تیکا از کجا شروع شد؟

مشکل آموزش زبان، مشکلی است که از دوران مدرسه همراه دانش‌آموزان است و هیچ وقت راه‌حلی برای آن ارائه نشده است. با توجه به مطالعات علی در نوروساینس و سابقه‌ی تدریس زبان، به این نتیجه رسیدیم که می‌توانیم راه‌حلی ارائه دهیم. ابتدا به سراغ یافتن اپلیکیشن‌های موجود در بازار و شیوه‌ی عملکرد آموزشگاه‌ها رفتیم و در خرداد سال ۹۶ به MVP رسیدیم. برای فضای کار هم از شتاب دهنده طرفه‌نگار کمک گرفتیم و مشاوره‌هایی که از آن‌ها گرفتیم بسیار کمک کننده بود. طرفه‌نگار یک هلدینگ بزرگ است که محصول اصلی آن نرم‌افزار حسابداری هلو است که یک واحد به نام واحد نوآوری و کارآفرینی طرفه‌نگار راه انداخته که توسط آن روند شتابدهی تیم‌ها را بر عهده می‌گیرد و بعد از مدتی تیم‌ها را به کارایا و یا مجموعه‌های دیگر معرفی می‌کند.

چه خدماتی ارائه می‌دهید؟

تیکا یک پل ارتباطی بین زبان‌آموز و مدرس است. مدرسان به دلیل دسترسی به جامعه‌ی حداقلی، شیوه‌ی آموزشی خود را تکرار می‌کنند و از طرفی محتوایی که زبان‌آموز دریافت می‌کند، محتوای غنی‌ای نیست و به اساتید خوب دسترسی ندارد. همین باعث شد ما یک پل ارتباطی ایجاد کنیم تا مدرس‌ها دوره‌های خود را ضبط کرده و به سامانه‌ی تیکا بفرستند.

نسخه‌ی قبلی ما شامل یک بخش به اسم "کالج" که مثل کلاس زبان است و یک بخش دیگر به اسم سرگرمی بود. بخش سرگرمی باعث می‌شود که فضا محدود به فضای مطلقاً آموزشی و ارائه‌ی نکات نشود. ساختار بخش کالج هم به شکلی است که از سطح مبتدی تا پیشرفته همراه کاربر است.

تیم سازی در تیکا چگونه اتفاق افتاد؟

باتوجه به رفاقت و هم‌دانشگاهی بودن اعضای تیم قبل از شکل‌گیری تیکا، مهارت‌های اعضا تا حدودی به هم نزدیک بود. علی‌بیش‌تر در حیطه‌ی ساختن الگوریتم‌های تیکا و تعامل با مدرس‌ها فعال بود. من و حسین در حیطه‌ی تولید و بازار فعالیت می‌کردیم و سعیمان بر این بود که مهارت‌های مختلف را تجربه کرده و خود را در زمینه‌های مختلف، محک بزنیم. تیم شامل ۵ عضو ثابت و ۵ عضو پاره وقت است. خانم‌ها حدیث فخاری، شقایق خراسانی و فاطمه بازدار در زمینه‌ی تولید محتوا، امیر امینی و یاسین ورمزیار به عنوان توسعه‌دهنده و اعضای اصلی، به ما کمک می‌کنند.

جذب مدرس به چه صورت انجام می‌شود؟

ابتدا جمعی از مدرسان را به دیدن سرویس دعوت می‌کنیم و بعد از آن، از مدرسان علاقه‌مند، درخواست ارائه‌ی رزومه و پروپوزال می‌شود؛ البته یک‌سری خطوط و فیلترهایی هم برای مدرسین قبل از ورود به سامانه وجود دارد.

حدود ۱۳ مدرس با ما در حال همکاری هستند و قصد داریم که تعداد مدرسین را تا آخر سال به ۴۰ نفر برسانیم؛ ضمن این‌که هر مدرس می‌تواند چند دوره‌ی مختص به خود داشته باشد.

دو نفر از مدرسین ما سابقه‌ی زندگی در خارج از کشور داشته‌اند و در حال حاضر هم در مقطع فوق لیسانس در حال ادامه‌ی تحصیل در رشته‌ی زبان هستند؛ ولی در کل، تنها افرادی که رویکرد آموزشی داشته باشند، مدنظر ما هستند.

چه برنامه‌ای برای ورود به بازار دارید؟

نخستین استراتژی، بر محور خود مدرسین چیده شده است؛ مدرسان، خودشان تعداد زیادی زبان‌آموز دارند که هم در حال یادگیری زبان هستند و هم علاقه‌مند، که این‌ها می‌توانند به عنوان کاربر در تیکا آموزش بگیرند. استراتژی بعدی ما، استفاده از محتوا است. محتوایی که قوی کار شده و سعی داریم آن را در شبکه‌های اجتماعی مختلف گسترش بدهیم. معمولاً برای تبلیغات، زیاد هزینه نمی‌کنیم و سعی داریم از طریق ارائه‌ی مزیت‌های سرویس، کاربر جذب کنیم.

هم‌اکنون تیکا چند کاربر دارد؟

ما در حال حاضر ۱۱۰۰۰ کاربر داریم که از تیکا استفاده می‌کنند و بخشی از این افراد، به شکل رایگان سرویس را امتحان می‌کنند. فرق تیکا با بقیه‌ی رقبا در این است که در تیکا، کاربران می‌توانند به طور رایگان از اشتراک ۵ روزه‌ی اپلیکیشن استفاده کنند.

درآمدزایی تان به چه صورت است؟

ما اشتراک‌های یک ماهه، سه ماهه و شش ماهه می‌فروشیم که مدل اصلی ما همین مدل اشتراکی است و در کنار آن، دوره‌هایی داریم که کاربر با پرداخت، آن‌ها را می‌خرد.

علاوه بر اپلیکیشن، به فکر وبسایت هم هستید؟

وبسایت تا یک ماه دیگر آماده ارائه می‌شود. ما به دلیل این که خودمان توسعه‌دهنده اندروید بودیم، بیش‌تر با پلتفرمی کار کردیم که خودمان بر آن تسلط داشتیم و در حال حاضر سایت تنها یک لندینگ پیج است که کاربر را به سمت اپلیکیشن هدایت می‌کند. سایت، امکانات اپلیکیشن را خواهد داشت و کاربر می‌تواند با اکانت خود هم از طریق اپلیکیشن و هم از طریق سایت وارد شود. از طرفی هم جذب کاربر از طریق وب خیلی راحت‌تر از جذب به واسطه اپلیکیشن است.

رقیبانتان چه استراتژی‌هایی هستند و مزیت رقابتی شما چیست؟

بازار رقیبانمان اتفاقاً بسیار داغ است؛ چون این بازار هم از جنبه‌ی مالی و هم از جنبه‌ی طیف مخاطب اغوا کننده است. ما دو مزیت رقابتی اصلی داریم که ما را از رقبا متفاوت می‌کند:

- ما حول پلتفرم فعالیت داریم و استادان را دعوت می‌کنیم و محتوای ما در قسمت موزیک، ویدئو و یا دوره‌ها، به‌روز بارگذاری می‌شوند.
- دو این که ما یک متد داریم که طبق آن عمل می‌کنیم؛ این متد روند یادگیری را تثبیت و روند فراموشی را به تعویق می‌اندازد و چون تخصص یکی از بچه‌های تیم در این حوزه است، یک‌سری الگو داریم که این متد براساس آن پی‌ریزی شده؛ ساده‌ترین برنامه‌ها در راستای این متد، ارسال نوتیفیکیشن‌هایی است که برای مرور ارسال می‌شود و از راه گیمیفیکیشن، این مرور را جذاب‌تر کردیم که بعضی از رقبا هم به سمت گیمیفیکیشن رفته‌اند.

حوزه‌ی آموزش زبان چه سهمی از بازار را دارد؟

طبق آمار سال ۹۳، درآمد آموزشگاه‌های تهران ۱۰۰۰ میلیارد تومان بوده است. در سطح خاورمیانه هم آموزش دیجیتال زبان انگلیسی ۲۳۰ میلیون دلار بوده است.

آیا قصد توسعه خدمت جدیدی بر بستر تیکا دارید؟

در ابتدا قصد داریم قسمت پشتیبانی را تقویت کنیم و بعد از آن سراغ زبان‌های دیگر برویم و زبان‌های دیگر را وارد تیکا کنیم که برای ورود به این حیطه و گرفتن سهم بازار، نیاز به جذب سرمایه داریم و امیدواریم که این مبلغ وارد تیکا شود تا بتوانیم سرویس را بسط دهیم.

در طول مسیر به چه چالش‌های مهمی برخوردید؟

معمولاً اولین چالش، شکل‌گیری تیم و هماهنگ کردن روحیات اعضای تیم با هم است و یکی از دلایلی که ما خوب پیش رفتیم، شناخت هسته‌ی اصلی اعضای تیم از هم بود. بزرگ‌ترین چالش، همکاری با اعضای دیگر تیم بود که حدود ده نفر در این مدت به ما ملحق و سپس جدا شدند که اتفاقاً دو نفر از آن‌ها هم در استارت‌آپی جدا، در حال فعالیت روی ایده‌ای مشابه ایده‌ی ما در حال فعالیت هستند. چالش دیگر ما هم بحث مالی بود که با مبلغی که بابت شتابدهی از طرفه‌نگار گرفتیم، بخشی از مشکلات حل شد.

سخن آخر...

در مسیر شکل‌گیری استارت‌آپ، تیم اهمیت بسیار زیادی دارد. یک تیم هم می‌تواند به استارت‌آپ بال بدهد و هم می‌تواند مانع پیشرفت آن شود که خداروشکر تیم خوبی داشتیم و خیلی از مسیرها را با هم طی کردیم و امیدوارم مابقی مسیر هم به خوبی طی شود.

