

تاکنون استارت‌آپ‌های کثیری در حوزه خدمات فنی و عمومی ورود کرده‌اند. بسیاری از آن‌ها شکست خورده‌اند اما همچنان رقابت برای کسب سهمی از این بازار بین دیگر استارت‌آپ‌ها وجود دارد. برخی ترجیح داده‌اند که تنها به ارائه یک سرویس خاص بپردازند اما برخی دیگر مانند استارت‌آپ نکسو کوشیده‌اند با پوشش خدمات متنوع، بازار بزرگ‌تری را رقم بزنند. چنانکه در پلتفرم نکسو علاوه بر خدمات فنی ساختمان، خدمات منزل و امور مربوط به تاسیسات، خدمات مالی، تجاری و حقوقی نیز پوشش داده شده است. با محمد قنبری، هم‌بنیانگذار نکسو، هم‌کلام شدیم تا بیشتر درباره‌ی بازار استارت‌آپ‌های خدمات و نکسو کسب اطلاع کنیم.

## محمد قنبری

من محمد قنبری، متولد سال ۵۷، فارغ‌التحصیل رشته‌ی سخت‌افزار از دانشگاه آزاد تهران واحد جنوب هستم. از سال ۸۰ تا ۸۲ در عسلویه در پروژه‌های فاز ۴ و ۵ مشغول به کار بودم که به دلیل استفاده از سیستم‌های نرم‌افزاری، پروژه زودتر از زمان موعود تمام شد و ما با گزینش برداری از سیستم کاری آن‌ها، نرم‌افزاری به اسم PMS (مدیریت پروژه‌های صنعتی ایران) تولید کردیم. در سال ۸۹، شرکت "سامان اندیشه‌ی ستیا" را تاسیس کردیم که به طور تخصصی در زمینه‌ی PMS فعالیت داشت و با استقبال زیادی از جانب صنعت نفت و گاز مواجه شد. در حال حاضر در ۲۳ مگا پروژه‌ی ایران، از این نرم‌افزار استفاده می‌کنند و ستیا در زمینه‌ی نرم‌افزارهای مدیریت اجرایی پروژه، برند مطرحی شده است.

## عاقبت ستیا

از سال ۹۶، مشکلاتی در حوزه‌ی نفت و گاز پیش آمد، برای مثال با توجه به عدم شکل‌گیری پروژه‌های جدید در ایران، بازار ستیا در حال حاضر بازخورد چندانی ندارد. دیگر این‌که با توجه به محدود و خاص بودن بازار، ستیا دیگر جای رشدی نداشت و به اندازه‌ی کافی رشد کرده بود.

## اول ستیا و بعد نکسو

نکسو سامانه‌ای است برای ارائه‌ی آنلاین خدمات فنی و تخصصی که یک سمت آن متخصصین و سمت دیگر مردم هستند. اصل سرویس شامل ۸ نوع بازه‌ی خدماتی مثل خدمات فنی، تفریحی، مالی و ... است. هدف ما این است که درگاهی شویم در راستای هر نوع خدمتی که یک شهروند طلب می‌کند. گسترده بودن بازه‌ی خدماتی ما هم به این دلیل است که طبق تجربه، استارت‌آپ‌هایی که در جهان در حوزه‌ی خدمات رشد داشته‌اند، بازه‌ی خدماتی وسیعی ارائه داده‌اند؛ چون در خدمات، تکرارپذیری خرید خیلی مهم است. برخی خدمات مالی مثل پرداخت قبض، خرید شارژ تلفن، خدمات حمل‌ونقل و ... تکرارپذیری خرید بالایی دارند ولی نیاز به خدماتی مثل خدمات فنی ساختمان، ممکن است سالی یک بار رخ دهد؛ بنابراین ممکن است بازار در خدمات فنی ساختمان بزرگ باشد؛ ولی تکرارپذیری آن خیلی کم است و مردم هم زمانی اپلیکیشن را نصب می‌کنند که حداقل ماهی یک بار به خدمات آن، احساس نیاز کنند و ما با گسترده کردن بازه‌ی خدمات، تکرارپذیری را زیاد کردیم. ما هنوز هم در حال امتحان خدمات مختلف و گرفتن بازخوردها از کاربرانیم تا به نیاز حقیقی بازار برسیم.

## تفاوت نکسو

ما ارزش‌هایی که در بازار سنتی خدمات گم شده‌اند را به سرویس می‌دهیم تا کاربر، بازار آنلاین را به بازار سنتی ترجیح بدهد. نخست، مشخص نبودن قیمت عمده‌ی خدمات در بازار سنتی است. دوم این‌که در بازار سنتی خدمات، کیفیت تعریفی ندارد و کیفیت، طبق اعتبار شخص تعریف می‌شود؛ در صورتی که ما شخص معتبری سراغ نداشته باشیم، کیفیت نهایی مبهم خواهد بود. سوم، سرعت عمل در یافتن سرویس‌دهنده‌ی معتبر هم از جنبه‌ی کیفی و هم از جنبه‌ی اخلاقی است. کاربران هم می‌توانند پروفایل و رزومه‌ی شخص سرویس‌دهنده و هم نظرات اشخاصی را که از آن شخص سرویس گرفته‌اند، ببینند. کاربر در اپلیکیشن، خدمت موردنظر خود را جست‌وجو کرده و درخواست خود را ثبت می‌کند و این درخواست بین سرویس‌دهنده‌های نزدیک به مشتری، به اشتراک گذاشته می‌شود؛ سرویس‌دهنده‌ها قیمت‌های پیشنهادی خود را به کاربر اطلاع می‌دهند و کاربر از بین این افراد، یکی را انتخاب می‌کند و در صورتی که کاربر از خدمت ارائه شده ناراضی باشد، ما کارشناسی را جهت صحت‌سنجی می‌فرستیم و درنهایت به مباحث گارانتی و ... منتهی می‌شود.

ما برای گزینش سرویس‌دهندگان علاوه بر مصاحبه‌ی اولیه، تست عدم سوء پیشینه و عدم اعتیاد را می‌گیریم. افراد باید جواز کسب یا کارت مهارت داشته باشند. به علاوه، ما از صحت محل سکونت آن‌ها اطمینان حاصل می‌کنیم. با مشتری‌های سابق آن‌ها تماس می‌گیریم و از منظر کیفی و اخلاقی، سرویس‌دهنده را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم و بعد از پذیرش آن‌ها، از مشتریان سطح مقبولیت را جویا می‌شویم. همین سخت‌گیری‌ها باعث ریزش نصف متخصصین و رد شدن آن‌ها در این مراحل شده است.

## رقابت

بیش‌تر از ۴۰ استارت‌آپ وارد این حوزه شده‌اند. ۲ استارت‌آپ از بقیه جلوتر بوده و عده‌ای هم مثل ما در مرحله‌ی رشد هستند. همه‌ی استارت‌آپ‌های این حوزه، تمامی سرویس‌هایی که ما ارائه می‌دهیم را دارند؛ ولی چیزی که باعث وفاداری مشتری می‌شود، عملکرد حقیقی پلت‌فرم در ارائه‌ی انواع خدمات و ایجاد اطمینان در مشتریان است.

## تیم

من، آقای امین حیدرپور و آقای سعید فکورسانی، هم‌بنیان‌گذاران استارت‌آپ هستیم که شرکت ستیا هم توسط همین اعضا اداره می‌شد. آقای فکورسانی در ستیا و هم‌چنین در نکسو مدیریت پشتیبانی را برعهده دارند. من در ستیا مدیرعامل بودم و در نکسو مدیریت اجرایی و زیرساخت‌های نرم‌افزاری را برعهده دارم. آقای حیدرپور در بحث فنی و سیستم کنترل کیفیت فعالیت دارند. بعد از مدتی تیم‌های گرافیک و برندینگ و مارکتینگ به ما ملحق شدند و هم‌اکنون، تیم از ۱۲ نفر تشکیل شده است.

## ورود به بازار

ما در سه ماه اول شروع فعالیت، با شیوه‌ی خاصی پیش نرفتیم و صرفاً به شناخت بازار پرداختیم تا توقعات مردم را بشناسیم و سرویس‌ها را اصلاح کنیم. در دی ماه، تیم مارکتینگ را مستقر و در حوزه‌ی دیجیتال مارکتینگ برنامه‌ریزی کردیم.

## توجه به مشتریان

ما ابتدا یک وبسایت کاملاً پویا و منعطف داشتیم؛ بعد از آن طبق بازخورد مشتریان، یک وبسایت تست راه‌اندازی کردیم و طبق نتایجی که از وبسایت تست گرفتیم، در حال راه‌اندازی وبسایت جدید هستیم. در اپلیکیشن هم به همین شکل طبق بازخوردها، تغییرات را انجام دادیم؛ چراکه یک سیستم هر چقدر هم ایده‌آل راه‌اندازی شده باشد، ابتدا باید مورد قبول کاربر واقع شود و کاربردی باشد. در سیستم‌های B2C مثل سیستم ما برخلاف سیستم B2B کاربر قدرت انتخاب بالایی دارد و اگر مشتری سیستم شما را دوست نداشته باشد، به راحتی مجموعه‌ی دیگری را در این حوزه انتخاب می‌کند.

## جذب سرمایه

تا به امروز، هزینه‌های نکسو را ستیا تامین کرده است؛ ولی از این مرحله به بعد، به دلیل ورود به مرحله‌ی گسترش بازار، قادر به تامین هزینه‌ها نخواهد بود و به دنبال جذب سرمایه گذار هستیم. از مرکز سامسونگ امیرکبیر هم کمک گرفتیم و در آن مستقر شدیم. این مرکز که فضای آن از جانب دانشگاه امیرکبیر تامین شده و هزینه‌های آن توسط شرکت سامسونگ تامین می‌شود، نه تنها از تیم‌ها هزینه نمی‌گیرد، بلکه هزینه هم می‌کند و کمک‌های بسیاری به تیم‌ها از جمله تیم ما کرده‌اند. عمده‌ترین صحبت‌هایمان در جذب سرمایه‌گذار هم طی ۶ جلسه در نمایشگاه اینوتکس صورت گرفت که سه تای آن‌ها به مرحله‌ی دوم رسیدند.

## چالش

یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها - که هنوز به آن برنخوردیم و در آینده قطعاً با آن روبه‌رو خواهیم شد - برخورد با بازار سنتی است؛ زیرا استارت‌آپ‌های حوزه‌ی خدمات هنوز آن‌قدر بزرگ نشده‌اند که بازار سنتی احساس خطر کند و به محض این‌که این احساس خطر شکل بگیرد، چالش‌ها شروع می‌شوند. حوزه‌ی خدمات هم به دلیل گستردگی، متولی به خصوصی برای حمایت در این شرایط نخواهد داشت و قانون مدونی برای این حوزه وجود ندارد. به همین دلایل قطعاً به مشکلات بزرگی برمی‌خوریم ولی اخیراً از جانب انجمن کسب و کار اینترنتی و آقای الفت‌نسب، کارگروهی در راستای تدوین یک آیین‌نامه در این حوزه و اطلاع‌رسانی به مجموعه‌هایی مثل اماکن، پلیس فتا و .. شکل گرفته است و این عمل باعث حساس شدن و ورود این مجموعه‌ها به حوزه‌ی خدمات شده است.

## درآمدزایی

ما از اوایل فعالیت به درآمدزایی رسیده بودیم و به دلیل بالا رفتن درخواست‌ها، درآمد هم رو به افزایش است؛ اما برای رسیدن به نقطه‌ی سربه‌سر، به سرمایه و فرصت دوساله نیاز داریم.

### توصیه

من شخصا، حوزه‌ی استارت‌آپ را حوزه‌ی شفاف و ایده‌آلی نمی‌بینم. از طرفی، در دانشگاه هم هیچ واحدی در حوزه‌ی کسب و کار ارائه نمی‌شود و همه فکر می‌کنند با داشتن یک ایده در این زمینه، به موفقیت و پول می‌رسند؛ در حالی که بازار علاوه بر فن به چیزهای دیگری نیز نیاز دارد. حتی اگر ایده شکل بگیرد و به مرحله‌ی رشد برسد، قوانین و بازار سنتی ما، آن را دچار چالش می‌کنند.

