

تیم کمپ ، آنچه برای مدیریت پروژه نیاز دارید

تیم کمپ یک سرویس آنلاین مدیریت پروژه است که حول ارائه خدمات کنترل پروژه و مدیریت پروژه توسعه یافته است . Trello و Asana نمونه‌های خارجی مشابه تیم کمپ هستند. در بازار داخلی نیز تسکولو مهمترین رقیب این استارت‌آپ به شمار می‌آید. با سینا یزدانیان، از بنیانگذاران تیم کمپ، مصاحبه‌ای داشتیم که شما را به مطالعه‌ی آن دعوت می‌کنیم.

سینا یزدانیان و دنیای استارت‌آپی

من سینا یزدانیان، متولد سال ۱۳۶۳، فارغ‌التحصیل در رشته‌ی نرم‌افزار و یکی از بنیان‌گذاران تیم کمپ هستم. از سال ۸۲ در حوزه‌ی رشته‌ی تحصیلی خودم فعالیت داشتم، در اواخر سال ۸۹ همراه یکی از دوستان تصمیم گرفتیم یک کسب و کار شخصی راه‌اندازی کنیم که طی آن به اجرای پروژه‌های نرم‌افزاری پرداختیم که موفقیت‌آمیز هم بود. در سال ۹۲ که تب استارت‌آپ داغ شده بود، کم‌کم وارد فضا شدیم و از چند شتاب‌دهنده دیدن کردیم و بنابر دلایلی از کسب و کار قبلی خارج شدیم.

ایده‌ی تیم کمپ

ما به دلیل این‌که به صورت پروژه‌ای با مشتریان خارج از ایران همکاری می‌کردیم، با نرم‌افزارهای مدیریت پروژه‌ی آنلاین مثل basecamp، asana و ... سر و کار داشتیم. بعد از مدتی احساس نیاز به یک نمونه‌ی داخلی از این نرم‌افزارها کردیم سپس یک نمونه‌ی اولیه راه‌اندازی کردیم. در سال ۹۵ که کار جدی‌تر شد، خانم ریحانه خزانه دارلو به عنوان هم‌بنیان‌گذار دوم در زمینه‌ی مدیریت پروژه به ما ملحق شد و در اردیبهشت ۹۶ تیم کمپ به طور جدی آغاز به کار کرد.

سرویس تیم کمپ

تیم کمپ یک سرویس آنلاین مدیریت پروژه است و زمینه‌ی فعالیت ما حول ارائه‌ی خدمات کنترل پروژه و مدیریت پروژه است. نمونه‌های خارجی آن **asana**، **trello** و اصلی‌ترین رقیب داخلی تسکولو است که در حال فعالیت هستند ولی ما به دلیل تمرکز روی مفاهیم کنترل پروژه، کمی متفاوت‌تر کار می‌کنیم به طوری که سرویس‌های مشابه بیشتر متمرکز بر مدیریت تعاملات بین اعضای تیم هستند اما مفاهیم کنترل پروژه یک مرحله بالاتر از این مفاهیم است؛ یعنی ما علاوه بر فعالیت در حوزه‌ی مدیریت پروژه و مدیریت تیم (که نمونه‌های مشابه ما هم ارائه می‌دهند) بر روی ابزارهایی تمرکز می‌کنیم که مدیران واحدهای مدیریت پروژه سازمان‌های بزرگ نیاز دارند مثل: گزارشات تحلیلی و آماری، مدیریت سبد پروژه و...

تیم ۷ نفره‌ی تیم کمپ

در حال حاضر تیم شامل ۵ خانم و ۲ آقا است و شاید از این جهت که تعداد بانوان در تیم زیاد است، فضای ایجاد شده از بقیه‌ی استارت‌آپ‌ها کمی متفاوت‌تر است و البته بازخورد خوبی هم از این ترکیب متفاوت گرفتیم. تیم کمپ ترکیبی از نیروهای فنی و غیرفنی است. بچه‌های فنی در حوزه‌ی frontend و backend و موبایل در حال فعالیت هستند و یک تیم هم در حوزه‌ی غیرفنی مثل فروش و بازاریابی فعال هستند. پایه‌ی تیم کمپ بر محور آموزش کارآموز است؛ ما طبق تجربه‌هایی که در آموزش کارآموز و تبدیل آن‌ها به نیروی حرفه‌ای در کسب و کار قبلی داشتیم، در تیم کمپ هم تمام اعضای تیم چه در حوزه‌ی فروش و چه در حوزه‌ی فنی را با جذب کارآموزان مستعد آغاز کردیم که در حال حاضر به عنوان نیروی تمام وقت در حال فعالیت هستند.

سرمایه گذاری

ما از کسب و کاری که قبل از تیم کمپ در آن فعالیت داشتیم، مبلغی پس انداز کرده بودیم و سرمایه‌ی اولیه داشتیم و تا به امروز سرمایه‌گذاری جذب نکردیم؛ چراکه روند کار، تحت این شرایط منعطف‌تر خواهد بود. هنوز هم عجله‌ای برای جذب سرمایه‌گذار نداریم، ترجیحا در حال حاضر تمرکزمان بر ارتقاء محصول و هم‌چنین در حوزه‌ی مشتری خواهد بود که به تبع آن جذب سرمایه‌گذار هم راحت‌تر اتفاق خواهد افتاد.

مرکز فناوری سامسونگ

اواخر سال ۹۵ مدتی در باشگاه کارآفرینی تیوان مستقر شدیم و در همان زمان متوجه شدیم مرکز سامسونگ راه‌اندازی شده است. سپس به آن‌ها درخواست دادیم و در بهمن ۹۶ با ما مصاحبه‌ای صورت گرفت و در مرکز مستقر شدیم. یکی از ویژگی‌های مرکز فناوری سامسونگ، بالا بودن کیفیت مجموعه تیم‌های مستقر در آن و هم‌چنین بالا بودن کیفیت اجرایی تیم سامسونگ است که به شدت بر روند رشد تیم‌ها کنترل دارند.

چالش

در هر استارت‌آپ انواع عدم قطعیت‌ها مثل عدم قطعیت مشتری، راه‌حل، مسئله و ... وجود دارد. من فکر می‌کنم در اکثر استارت‌آپ‌ها هم چالش عدم قطعیت مسئله وجود دارد؛ مثلا این‌که بخش‌های مختلف مدل کسب و کار خود را بازتعریف کنند، همان‌طور که ما سه بار مسئله و نیازمندی‌ای را که تشخیص داده بودیم را بازتعریف کردیم. چالش دیگر، جمع کردن یک تیم متعهد و علاقه‌مند به یادگیری تخصص است؛ چرا که متخصص، قابل جذب است ولی جذب تیمی که با ارزش‌های اولیه‌ی بنیان‌گذاران در یک مسیر باشد و به دنبال ارزش‌هایی به جز صرفا مالی باشد، زمان‌بر است و پروسه‌ی تشکیل تیم هم زمان زیادی از ما گرفت. ورود به بازار یکی از بزرگ‌ترین چالش‌ها برای استارت‌آپ‌های حوزه‌ی B2B است؛ چون عمده‌ی مشتریان آن‌ها در حوزه‌ی کسب و کارهای بالغ و پخته هستند و به راحتی به یک تیم جوان اعتماد نمی‌کنند. روش مقابله با این تمرکز بر بالا بردن ارزش سرویس است.

جذب سرمایه‌گذار و ... هم به نظر من بعد از همه‌ی این‌ها چالش برانگیز است.

درآمدزایی

ما از اول امسال شروع به درآمدزایی کردیم که البته به قدری نیست که هزینه‌های سرور و نیروی انسانی را پوشش دهد. پیش‌بینی ما این است که ۳ سال دیگر به نقطه‌ی سر به سر خواهیم رسید و پتانسیلی که در بازار، به خصوص بازار خارج از ایران شاهد آن هستیم ما را به آینده در این حوزه بسیار امیدوار می‌کند.

تیم کمپ در قالب سه پکیج پایه، متوسط و پیشرفته با قیمت‌های ۵۰، ۱۰۰ و ۵۰۰ هزار تومان قابل استفاده است و هر سطح امکانات مختلفی ارائه می‌کند و یک‌سری محدودیت‌هایی هم در تعداد کاربر و پروژه تعریف شده است. ما برخلاف رقبا ارائه‌ی رایگان خدمات نداریم، به دلیل این‌که ما قسمتی از بازار را هدف گرفته ایم که مشتریان از فاز تیم‌های کوچک استارت‌آپی خارج شده اند و می‌دانند برای رفع نیاز خود باید هزینه کنند و به دلیل گستردگی پروژه و تیم‌شان قادر به پرداخت هزینه هستند.

بازار

هدف ما ورود به قسمتی از بازار مدیریت پروژه است که در حوزه‌ی کاری مجموعه‌های فعال در حال حاضر وجود نداشته باشد و قسمتی که انتخاب کرده ایم در حوزه‌ی تلکام است. حدس ما این است که تا آخر امسال بین ۲۰ تا ۲۵ درصد سهم این بازار بگیریم؛ کما اینکه در حال حاضر هم در همین حوزه مشتریان خوبی داریم مثل: هلدینگ پیشگامان، شرکت فکور و.. که از همکاران اپراتورهای اصلی کشور هستند.

توسعه‌ی محصول

بله تیم کمپ به دلیل این که لایه‌های مختلف سازمان علاوه بر مدیریت پروژه و مدیریت تیم را هدف قرار داده، یک برنامه‌ی ۶ ماهه در راستای تکمیل خدماتی که این لایه‌ها را پوشش دهد دارد.

بازاریابی

عمده تمرکز ما در بازاریابی و معرفی تیم کمپ به بازار، بر خلق ارزش است؛ که در این راستا پادکست و وبینارهایی در حوزه‌ی مدیریت پروژه ارائه داده ایم که در این وبینارها بر معرفی ارزش حاصل از استفاده از این ابزارها من جمله ابزار خودمان تمرکز داشتیم.

اکوسیستم استارت‌آپی

از نظر من بزرگ‌ترین مسئله در شکل‌گیری استارت‌آپ‌ها نداشتن خلاقیت و ریسک‌پذیری است و اینکه استارت‌آپ‌ها بازارهای جدید را امتحان نمی‌کنند و اکثراً حول حوزه‌ی خدمات فعالیت می‌کنند و حوزه‌ی ارائه‌ی سرویس هم غالباً محدود به تهران است. سرمایه‌گذارها هم مسائل را اصولاً از جنبه‌های خود بررسی می‌کنند و خیلی حاضر نیستند با جنبه‌ی ریسک‌پذیری استارت‌آپ‌ها کنار بیایند.

