



چک لیست نجات استارتاپ‌ها

۲۴ سؤال برای شناسایی خطرهای پنهان کسب‌وکار

در پایان این فایل

- امتیاز سلامت کسب‌وکاران را از ۱۰۰ محاسبه می‌کنید
- سه خطر اصلی را اولویت‌بندی می‌کنید
- برای ۳۰ روز آینده یک برنامه اصلاحی می‌سازید

نام کسب‌وکار

تاریخ ارزیابی

این ارزیابی، احتمال شکست را پیش‌بینی نمی‌کند؛ خطرها را برای تصمیم‌گیری مرتب می‌کند

برای هر عبارت، گزینه‌ای را انتخاب کنید که وضعیت واقعی ۹۰ روز اخیر را بهتر توصیف می‌کند هرچا ممکن است پاسخ را با یک عدد، گزارش یا نمونه واقعی پشتیبانی کنید اعضای اصلی تیم بهتر است ابتدا جداگانه پاسخ دهند و سپس اختلاف امتیازها را بررسی کنند

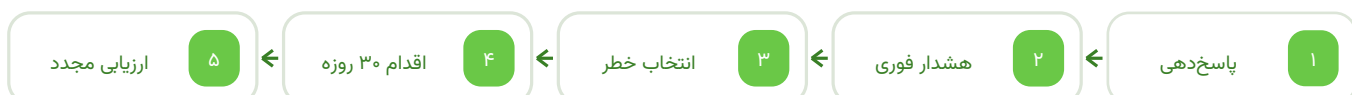
کامل و با شاهد	۴
معمولا بیشتر اوقات	۳
ناقص گاهی	۲
به‌ندرت	۱
خیر انجام نمی‌شود	۰

پاسخ با شاهد ۹۰ روز اخیر؛ نمی‌دانم داده نداریم امتیاز صفر می‌گیرد

فرمول امتیاز سلامت

امتیاز سلامت مجموع امتیازها، تقسیم بر ۹۶، ضربدر ۱۰۰

نتیجه را به نزدیک‌ترین عدد صحیح گرد کنید



آیا چیزی می‌سازید که مشتری واقعا می‌خواهد؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولا بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

مشتری هدف و مسئله‌ای که محصول برای او حل می‌کند، دقیق و مشخص تعریف شده‌اند

۱

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

شواهد رفتاری مانند پرداخت، پیش‌خرید یا استفاده تکرارشونده از محصول داریم

۲

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

رفتار واقعی کاربران را اندازه می‌گیریم و فقط به تعریف یا نظر مثبت آن‌ها تکیه نمی‌کنیم

۳

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

در ۹۰ روز گذشته، یک فرضیه مهم محصول یا بازار را با مشتری واقعی آزمایش کرده‌ایم

۴

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ اولویت اصلاح

آیا فروش اول به رابطه‌ای ماندگار تبدیل می‌شود؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولاً بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

نرخ خرید مجدد، تمدید یا بازگشت مشتری را برای دوره‌های زمانی مشخص می‌سنجیم

۱

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

برای مراحل مهم پس از خرید، پیام یا اقدام ارتباطی مشخص و زمان‌بندی شده داریم

۲

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

مشتریان غیرفعال را با یک تعریف روشن، مانند زمان آخرین خرید، شناسایی می‌کنیم

۳

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

بازخورد مشتری به یک مسئول می‌رسد و نتیجه آن در محصول یا فرایند پیگیری می‌شود

۴

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ اولویت اصلاح

آیا می‌دانید هر ریال تبلیغات چه نتیجه‌ای ساخته است؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولاً بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

۱ هزینه جذب مشتری را برای هر کانال و در یک بازه زمانی مشخص محاسبه می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۲ منبع هر ثبت‌نام، تماس یا فروش با لینک، کد یا شناسه اختصاصی مشخص می‌شود

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۳ پیش از افزایش بودجه، کمپین را روی گروهی محدود آزمایش می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۴ برای توقف، ادامه یا اصلاح هر کمپین معیار عددی از پیش تعیین‌شده داریم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ اولویت اصلاح

آیا سرمایه تا رسیدن به نقطه بعدی رشد دوام می‌آورد؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولا بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به‌ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

۱ نرخ مصرف نقدپنگی و تعداد ماه‌های باقی‌مانده تا پایان سرمایه را حداقل ماهی یک‌بار محاسبه می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۲ زمان وصول مطالبات و سررسید پرداخت‌های اصلی را ثبت و با یکدیگر مقایسه می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۳ برای هفته‌های آینده، پیش‌بینی ورود و خروج وجه نقد را ثبت و با واقعیت مقایسه می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

۴ هزینه‌های ثابت و توسعه‌های کم‌اولویت را پیش از ایجاد بحران بازبینی می‌کنیم

☐ ۰
 ☐ ۱
 ☐ ۲
 ☐ ۳
 ☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ تا ۰ اولویت اصلاح

آیا فروش بیشتر واقعا پول بیشتری باقی می‌گذارد؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولا بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به‌ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

هزینه متغیر و حاشیه سود هر محصول یا بسته را به‌صورت جداگانه می‌دانیم

۱

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

قیمت را با مشتریان واقعی آزمایش کرده‌ایم و فقط از رقبا تقلید نکرده‌ایم

۲

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

علاوه بر نرخ تبدیل، درآمد و سود نهایی هر پیشنهاد را اندازه‌گیری می‌کنیم

۳

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

حداقل قیمت سودده و اثر تخفیف‌ها بر حاشیه سود را محاسبه و ثبت کرده‌ایم

۴

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ اولویت اصلاح

آیا تیم می‌تواند به‌موقع تصمیم بگیرد و عمل کند؟

برای هر سؤال فقط یک امتیاز را علامت بزنید

۴ کامل و با شاهد ۳ معمولاً بیشتر اوقات ۲ ناقص گاهی ۱ به‌ندرت ۰ خیر انجام نمی‌شود

نقش، مسئولیت و اختیار تصمیم‌گیری هر عضو اصلی تیم روشن است

۱

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

اختلاف‌های مهم اعضای تیم درباره محصول، بازار یا مدل درآمدی ثبت و با شواهد بررسی می‌شوند

۲

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

هر تصمیم مهم یک مسئول نهایی، مهلت اجرا و زمان بازبینی مشخص دارد

۳

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

پیش از هر آزمایش، معیار ادامه، اصلاح یا توقف آن را مشخص می‌کنیم

۴

☐ ۰

☐ ۱

☐ ۲

☐ ۳

☐ ۴

امتیاز این بخش از ۱۶

امتیاز ۱۲ تا ۱۶ وضعیت مناسب ۸ تا ۱۱ نیازمند توجه ۷ اولویت اصلاح

امتیاز هر بخش را وارد کنید و تصویر کلی کسب و کار را ببینید

۱	تناسب محصول با بازار	از ۱۶ _____
۲	حفظ و ارتباط با مشتری	از ۱۶ _____
۳	بازدهی تبلیغات	از ۱۶ _____
۴	جریان نقدی	از ۱۶ _____
۵	قیمت‌گذاری و سودآوری	از ۱۶ _____
۶	هماهنگی تیم و تغییر مسیر	از ۱۶ _____

مجموع امتیازها از ۹۶

امتیاز سلامت از ۱۰۰

سبز	۷۵ تا ۱۰۰	پایه‌های اصلی نسبتاً پایدارند؛ بخش کم‌امتیاز را بهبود دهید
زرد	۵۰ تا ۷۴	چند خطر حل‌نشده وجود دارد؛ یک اقدام ۳۰ روزه تعریف کنید
قرمز	صفر تا ۴۹	ادامه مسیر بدون بازبینی می‌تواند منابع کسب و کار را تهدید کند

این بازه‌ها یک ابزار داخلی برای اولویت‌بندی‌اند، نه مدل علمی پیش‌بینی شکست امتیاز هر بخش و شواهد واقعی را مهم‌تر از نمره کل بدانید

ابتدا هشدارهای فوری را بررسی کنید

☐ سرمایه کمتر از سه ماه دوام دارد

☐ هنوز شواهد پرداخت یا استفاده تکرارشونده نداریم

☐ اختلاف تیم، اجرای تصمیم‌های اصلی را متوقف کرده است

وجود هر کدام از این موارد، صرف‌نظر از امتیاز کل، به بررسی فوری نیاز دارد

سپس سه خطر مهم را با شاهد واقعی وارد کنید

خطر و شاهد آن	اثر ۱ تا ۵	فوریت ۱ تا ۵	حاصل ضرب
			۱
			۲
			۳

چطور اولویت را تعیین کنیم؟

اثر خطر بر ادامه فعالیت را از ۱ تا ۵ نمره دهید

۱

فوریت رسیدگی را از ۱ تا ۵ نمره دهید

۲

دو عدد را ضرب کنید؛ بالاترین حاصل ضرب، اولویت نخست است

۳

شاهد می‌تواند یک عدد، گزارش، رفتار مشتری یا رویداد مشخص باشد برداشت شخصی بدون شاهد برای اولویت‌بندی کافی نیست

یک خطر، یک فرضیه و یک آزمایش قابل سنجش

خطر اصلی و شاهد آن

پرریسک ترین فرضیه

آزمایش یا اقدام مشخص

شاخص و آستانه موفقیت

مسئول نهایی

مهلت اجرا

نمونه تکمیل شده

تا پایان هفته با ۲۰ مشتری غیرفعال تماس می گیریم

اقدام

سه دلیل پرتکرار بازنگشتن مشتریان ثبت می شود

شاخص

اگر یک مانع در بیش از ۳۰٪ پاسخ ها تکرار شد، اصلاح آن وارد برنامه محصول می شود

آستانه تصمیم

آیا اقدام اصلاحی واقعا نتیجه ساخته است؟

۱ اقدام تعیین شده به طور کامل اجرا شد ☐ بله ☐ خیر

۲ نتیجه به آستانه موفقیتی که از قبل تعیین کردیم رسید ☐ بله ☐ خیر

۳ داده کافی برای ادامه، اصلاح یا توقف اقدام داریم ☐ بله ☐ خیر

۴ خطر اصلی هنوز مهم ترین تهدید کسب و کار است ☐ بله ☐ خیر

امتیاز سلامت امروز

تغییر نسبت به ارزیابی قبلی

تصمیم بعدی ☐ ادامه ☐ اصلاح ☐ توقف

مهم ترین آموخته این ۳۰ روز

خطر را زود تشخیص دهید؛ اقدام را کوچک، مشخص و قابل سنجش نگه دارید

مشاوره ملی پیامک ۰۲۱۶۳۴۰۴

این چکلیست چگونه ساخته شده است؟

شش حوزه ارزیابی از الگوهای پرتکرار شکست کسب‌وکارهای نوپا گرفته شده‌اند ساختار فرضیه، آزمایش، شاخص و آستانه از ابزارهای آزمون و بخش اقدام ۳۰ روزه از چرخه یادگیری و بازبینی اقتباس شده است امتیاز صفر تا صد برای مقایسه داخلی و پیگیری تغییر طراحی شده و یک شاخص علمی یا احتمال آماری شکست نیست

اداره آمار کار آمریکا داده‌های بقا و خروج کسب‌وکارهای جوان

bls.gov/bdm/entrepreneurship/entrepreneurship.htm

۱

سی‌بی اینسایتس مرور دلایل شکست استارت‌آپ‌ها

cbinsights.com/research/report/startup-failure-reasons-top/

۲

استارت‌آپ ژنوم پژوهش رشد ناهماهنگ و مقیاس‌پذیری زود هنگام

startupgenome.com/insights/premature-scaling-a-deep-dive

۳

کارت آزمون استراتژی‌زیر فرضیه، آزمایش، شاخص و آستانه موفقیت

strategyzer.com/library/validate-your-ideas-with-the-test-card

۴

کارت یادگیری استراتژی‌زیر مشاهده، آموخته و اقدام بعدی

strategyzer.com/library/capture-customer-insights-and-actions-with-the-learning-card

۵

اداره کسب‌وکارهای کوچک آمریکا؛ برنامه‌ریزی و محاسبه هزینه‌های شروع

sba.gov/counseling/plan-your-business/

۶

روش استفاده حرفه‌ای

پاسخ‌ها را با شواهد ثبت کنید، یک خطر را انتخاب کنید و پس از ۳۰ روز همان شاخص را دوباره بسنجید
برای تصمیم‌های مالی، حقوقی یا سرمایه‌گذاری از متخصص مرتبط کمک بگیرید