

STARTUP IN 48 UUR

Fraser Doherty

Vertaling Ruud van der Plassche

HarperCollins



© 2016 Fraser Doherty
Oorspronkelijke titel: *48-Hour Start-Up*
Vertaling: Ruud van de Plassche
Omslagontwerp: Leendert Masselink/Illurama
Omslagbeeld: Leendert Masselink/Illurama
Zetwerk: Mat-Zet B.V., Soest
Druk: CPI Moravia Books s.r.o.

ISBN 978 94 027 2350 2
NUR 600
Eerste druk maart 2017

Originele uitgave verschenen bij HarperCollins Publishers, U.K.
Deze uitgave is uitgegeven in samenwerking met HarperCollins Publishers LLC
© Nederlandse uitgave: HarperCollins Holland
HarperCollins Holland en Harlequin Holland zijn divisies van Harlequin Enterprises Limited
www.harpercollins.nl

Niets uit deze uitgave mag openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, internet of op welke andere wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

INHOUDSOPGAVE

Woord vooraf van Eelke Boezeman	9
Voor je begint – een woord van de auteur	11
Voorwoord – De filosofie achter de 48-uur start-up	13
1 In één weekend...	17
2 Een idee bedenken	56
3 Een reis van duizend mijl...	94
4 Het product	123
5 Een retegoed merk neerzetten	141
6 Dot.com vanaf dag één	160
7 Je eerste klanten werven	183
8 Wat nu?	223
9 Bronnen, links, hulpmiddelen, waar te gaan, wat te lezen	243
Dankwoord	251
Over de schrijver	253

WOORD VOORAF

Heb je een leuk idee voor een onderneming? Zit je al een tijdje te broeden op de gedachte om iets anders te gaan doen met je leven? Of ken je iemand die dat zou moeten doen? Wat ook de reden is dat je dit boek hebt opgepakt, de eerste stap is gezet. De grote vraag is: wat doe je nu?

Ondernemen is namelijk vooral een kwestie van doen. Heel veel dingen doen. Je kunt koffie drinken, je telefoon checken, een rondje lopen, boeken lezen over hoe je onderneemt, je telefoon nog 'ns checken; maar aan het einde van de dag gaat het vooral om wat je echt gedaan hebt.

Dit boek helpt je te focussen op de dingen die ertoe doen en geeft je een no-nonsense plan van aanpak om zo snel mogelijk tot resultaten te komen. Een weekend is kort, maar er zijn legio voorbeelden van zeer succesvolle bedrijven die ontstaan zijn tijdens een weekend aan de keukentafel. Neem bijvoorbeeld WhatsApp, dat ooit startte op een hackathon van TechCrunch. Elk idee, groot of klein, begint bij... het begin. Is dit boek jouw begin?

Als je eenmaal aan de slag bent, zul je merken dat een eigen bedrijf een uitdaging kan zijn. Je moet allerlei dingen doen die je nooit eerder gedaan hebt. En daar zitten altijd dingen bij waar je totaál geen zin in hebt, zoals de boekhouding, wanbetalers nabelen of (last but not least) nieuwe klanten binnenhalen. Aan de andere kant kan het oplossen van problemen (hoe groter hoe beter) met je eigen creativiteit en inzet, een enorme kick geven. De dalen

en pieken van het ondernemen maken het elke dag weer een avontuur.

Belangrijk is dat je niet bang moet zijn om te falen, want falen zul je – soms meerdere malen per dag. Fouten maken is niet erg, als je er maar van leert. Blijven nadenken over hoe je dingen beter kunt doen stelt je in staat erachter te komen wat jouw idee wél kan doen slagen. Het is natuurlijk ook mogelijk dat je merkt dat je plan gedoemd is om te mislukken. Is dat erg? Nee, totaal niet. Je hebt het geprobeerd. En uiteindelijk leer je daar dan veel meer van dan als je er nooit aan begonnen was.

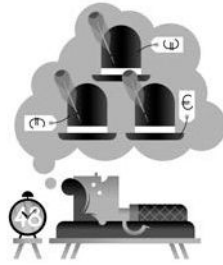
De verleiding is groot om bij het lezen van dit boek precies dat te blijven doen – doorlezen. Je leest het van begin tot eind en verwacht dan dat je de tools hebt om aan de slag te gaan. Helaas, je start niet met een bedrijf door er simpelweg veel over te lezen. De enige manier waarop jouw idee een succesvolle onderneming kan worden, is als je ermee begint – en dan het liefst zo snel mogelijk.

Dus hierbij mijn tip voor dit boek: combineer het lezen met het doen. Lees een hoofdstuk en pas wat je geleerd hebt meteen toe. Je snapt dan beter waar het over gaat, en je bent ook nog eens onder-tussen een bedrijf aan het opzetten!

Eelke Boezeman
Mede-oprichter Peerby

VOOR JE BEGINT - EEN WOORD VAN DE AUTEUR

Of het al dan niet handig is in het weekend te starten, hangt af van het soort onderneming dat je wilt beginnen. Heb je bijvoorbeeld materialen nodig, dan moet je er rekening mee houden dat sommige leveranciers alleen door de week open zijn. Om het simpel te houden laat ik *Startup in 48 uur* afspelen op Dag 1 en Dag 2. Het is aan jou of je de jouwe door de week of in het weekend begint.



Voorwoord

DE FILOSOFIE ACHTER DE STARTUP IN 48 UUR

Voor iedereen die ervan droomt voor zichzelf te beginnen, zijn er in de vliegveldboekhandels talloze bouw-je-eigen-miljoenenbedrijfhandleidingen beschikbaar. Maar wat als jij er niet van droomt de volgende Apple te maken? Wat als jouw droom... realistischer is?

Voor veel mensen geldt dat ze in het leven op de eerste plaats op zoek zijn naar vrijheid. We zouden verlost willen zijn van geestdodend werk waaraan we een hekel hebben en vrij willen zijn om ons brood te verdienen met iets wat we leuk vinden, te werken op de uren die het ons uitkomt en zaken te doen op de manier die wij juist vinden.

In mijn ogen is rijk worden niet waarom het gaat als je een bedrijf begint. Natuurlijk heb ik dankzij zakelijk succes ook materiële dingen kunnen aanschaffen, maar ik hecht veel meer waarde aan het avontuur dat het opzetten van mijn ondernemingen is geweest

– aan het plezier dat het me heeft verschaft, de mensen die ik heb ontmoet en de plaatsen die ik heb bezocht.

Sommige mensen worden ietwat overweldigd door het denkbeeld dat het opzetten van een bedrijf je weg naar vrijheid en avontuur kan zijn, waardoor je eindelijk datgene kunt doen waarvoor je in de wieg bent gelegd. Veel mensen broeden jarenlang op hun ideeën, maken eindeloos nieuwe plannen en schema's, uit angst dat hun idee nog net niet goed genoeg is, dat ze misschien nóg meer marktonderzoek moeten verrichten om zeker te weten dat het niet op een compleet fiasco uitdraait.

Meer dan al het andere weerhoudt deze vrees voor mislukking ons ervan onze dromen na te jagen. We gunnen onszelf niet wat we verdienen in het leven, uit angst dat de mensen ons zullen uitlachen als het anders uitpakt dan gehoopt en we op onze bek gaan – of erger nog, dat ze ons geen tweede kans zullen geven.

In de loop der tijd heb ik honderden mensen ontmoet die met deze zeer reële angst worstelen, en dat zette me aan het denken. Wat als het risico bij die duik in het ongewisse nu eens geminimaliseerd kon worden? Wat als je op zodanige wijze een bedrijf kon beginnen dat je eerst met je teen het water kunt testen in plaats van meteen in het diepe te springen en alles op het spel te zetten? Als dat mogelijk was, dacht ik, zouden misschien meer mensen bereid en in staat zijn om hun hart te volgen.

Misschien is het jouw droom om een bedrijf te beginnen en daar je nieuwe werkende leven van te maken. Misschien wil je gewoon voor je plezier iets uitproberen naast je reguliere baan. Of wellicht heb je al een bedrijf, maar ben je op zoek naar een manier om een paar ideeën voor nieuwe producten te testen zonder al je schepen achter je te verbranden.

Welke reden je ook mag hebben om zo'n experiment te wagen, ik hoop van harte dat de ervaringen, hulpmiddelen en trucs die ik in dit boek uit de doeken doe je helpen om je doelen dichterbij te brengen. Ik heb daar eigenlijk alle vertrouwen in, als je maar over de benodigde gedrevenheid en energie beschikt.

Het boek bevat lessen die ik heb geleerd en hulpmiddelen die in mijn ervaring het proces om van idee tot eerste klant te komen aanzienlijk kunnen versnellen. Hoewel de bedrijven die ik ben begonnen – om maar te zwijgen van jouw eigen start-up – allemaal sterk verschillen, zijn veel van de stappen die we moeten zetten min of meer hetzelfde.

Aangezien de weg naar een eigen bedrijf al talloze malen eerder is bewandeld, zou je wel gek zijn om elke stap van de route zelf uit te puzzelen. Aarzel niet dit boek te gebruiken als een ‘spiekbriefje’; het verschaft je de wezenlijke basiskennis over de cruciale stappen waarmee je een idee ontwikkelt en in een handomdraai op de markt zet.

Door het complete start-upproces op deze wijze te stroomlijnen zul je iets waar veel beginnende ondernemers maanden over doen in een paar dagen voor elkaar krijgen. Toegegeven, je kunt in één weekend geen miljoenenbedrijf neerzetten, maar je zult er verstand van staan wat je tot stand kunt brengen met een methodische aanpak en, het allerbelangrijkste, twee dagen van totale inzet.

De resultaten die je gedurende je eerste twee dagen boekt, zullen je hoogstwaarschijnlijk het zelfvertrouwen geven je idee verder uit te bouwen. En uiteraard is dit de manier waarop het verhaal van elk succesvol bedrijf ter wereld is begonnen: iemand overwon zijn of haar angst en zette de eerste stap.



Hoofdstuk 1

IN ÉÉN WEEKEND...

'Is het mogelijk om in twee dagen tijd niet alleen een idee voor een bedrijf te bedenken maar dat ook draaiende te hebben met een product dat wordt verkocht aan betalende klanten?'

Met deze vraag begon mijn project om in 48 uur een bedrijf op te zetten, een ietwat krankzinnig experiment dat ik in de lente van 2016 ondernam zonder een duidelijk beeld te hebben van de uitkomst ervan. Ik wilde de uitdaging aangaan en kijken of dit project te verwezenlijken was met alle moderne hulpmiddelen die de ondernemer ter beschikking staan. Dat zou me bovendien de gelegenheid geven de vele lessen toe te passen die ik tot dusverre had geleerd in mijn opwindende, uitdagende en soms regelrecht bizarre carrière in het zakenleven.

Tijdens mijn avonturen als jonge ondernemer heb ik het voorrecht gehad om op honderden ondernemersbijeenkomsten over

de hele wereld te spreken. Hoezeer de cultuur van het gastland ook verschilde van die in mijn eigen land, ik heb me altijd op mijn gemak gevoeld in het gezelschap van andere ondernemers. We vormen een soort onaangepaste wereldwijde familie van mensen die toevallig op dezelfde manier tegen de dingen aankijken: mensen die niet voor iemand anders willen werken, maar die op hun eigen bijzondere manier hun stempel op de wereld willen drukken.

We zijn een groep mensen die graag ideeën bedenken en soms zelfs producten uitvinden die de wereld tot dan toe niet kende. We zijn, althans in mijn ervaring, ook een groep mensen die vinden dat het leven kort is – en dat we elke seconde ervan dus ten volle moeten benutten. Om allerlei soorten redenen denken we dat het beste te kunnen doen door een bedrijf te beginnen. Dat geeft ons de mogelijkheid zelf onze loopbaan uit te stippelen, misschien met onze vrienden samen te werken, iets te doen waar we plezier in hebben en wellicht een kleine bijdrage aan de wereld te leveren. Wat zou je meer van je werk kunnen verlangen?

Toch heb ik tijdens mijn zakenreizen gemerkt dat niet alle mensen die deze gevoelens delen er ook daadwerkelijk naar handelen. Sterker nog, de meeste mensen die dergelijke emoties koesteren, leiden een leven dat daarmee in strijd is: ze hebben een vaste baan, studeren aan de universiteit, streven naar opslag, betalen maandelijks hun hypotheek en laten zich al met al meedrijven met de status quo.

DE CULTUS VAN WENSONDERNEMERSCHAP

Overal waar ik op mijn reizen kwam, sprekend op uiteenlopende bijeenkomsten over ondernemerschap, ben ik gestuit op de hordes 'wensondernemers' die dergelijke conferenties bezoeken. Hiermee doel ik op de mensen die vaak met het idee spelen een bedrijf te beginnen – ze wonen de seminars bij, kopen alle boeken, maken zelfs

afspraken met geslaagde ondernemers aan wie ze advies vragen – maar ze voegen de daad nooit bij het woord.

Misschien durven ze die laatste stap niet te zetten uit angst voor mislukking, of misschien schuiven ze hun plannen keer op keer op de lange baan. Ik ben er zeker van dat veel van hen wachten op het ‘volmaakte idee’, dat in werkelijkheid nooit komt. Ze hebben het tegen hun vrienden altijd over hun nieuwste superidee, maar zijn nooit voldoende gefocust op één idee om dat simpelweg in praktijk te gaan brengen.

Al te vaak geven wensondernemers dit bijzonder gezonde proces geen kans door hun ideeën angstvallig voor zich te houden en er tegen anderen met geen woord over te reppen – laat staan dat ze ermee de boer op gaan. In mijn ogen is dit bijzonder jammer. Het maakt dat een heleboel ideeën nooit een podium krijgen en, belangrijker nog, dat heel veel mensen zichzelf de kans ontnemen hun idee werkelijkheid te laten worden.

Misschien komen sommige van deze rechtvaardigingen om niets te doen je bekend voor. Het spijt me als ik de vinger op een pijnlijke plek leg, maar wie weet slaat de uitdrukking ‘wensondernemer’ wel op jou. Maar maak je geen zorgen, het is een aandoening die goed te genezen is. Als je bereid bent in actie te komen, dan kan ik je verzekeren dat de uitdrukking spoedig niet langer op jou van toepassing zal zijn.

VERTEL IEDEREEN OVER JE IDEEËN

Voor mij komt de mentaliteit van de wensondernemer bij uitstek tot uiting in het volgende. Heel vaak komt, aan het slot van een van mijn voordrachten, iemand naar me toe die zich aan me voorstelt. Die persoon zegt dan: ‘Hoi, ik heb een idee voor een bedrijf,’ waarop ik antwoord: ‘O, fantastisch, waar gaat het om?’ Dat ontlokt de uitroep: ‘O, nee, dat ga ik niet zeggen... Wie garandeert me dat je mijn idee niet steelt?’

Dit is niet alleen best grappig, het is ook de wereld op zijn kop. Als je een idee voor een bedrijf hebt, met name als het een halfbakken idee is, moet je het volgens mij vertellen aan iedereen die maar wil luisteren. Je weet immers nooit wie jou zou kunnen helpen. Mensen kunnen je nuttige feedback geven, je voorstellen aan iemand die in jouw bedrijfstak werkt of, als je echt geluk hebt, je in contact brengen met een gretige klant.

Doordat mensen op deze enigszins misplaatste wijze hun kaarten tegen de borst houden, krijg ik nooit iets te horen over al deze ideeën. Ik moet waarschijnlijk op mijn woorden passen, want het zou natuurlijk kunnen dat sommige van deze mensen aan heuse revolutionaire, wereldveranderende innovaties werken. Die kans is echter niet zo groot.

Het is niet mijn bedoeling bot te zijn. Je beseft vast even goed als ik dat de levensvatbaarheid van ideeën in alle gevallen gering is. De meeste nieuwe bedrijven komen amper van de grond en vaker dan niet lopen die waarbij dat wel lukt uit op een mislukking.

Kortom, het is een harde wereld waarmee deze enthousiaste ondernemers te maken zullen krijgen, wat in mijn ogen de kans dat hun onderneming wel zal slagen nóg kleiner maakt. Als hun ideeën niet eens zijn blootgesteld aan een vrije discussie, zullen ze in het echt nooit kunnen concurreren.

PESSIMISME EN OPTIMISME

Ideeën zijn als kleinoden die gekoesterd moeten worden. Je kunt veilig aannemen dat een nieuw idee nog niet echt hout snijdt – dat het bewerkt en bijgeschaafd moet worden, keer op keer, tot het eindelijk iets voorstelt. Ik denk soms dat een idee de meeste kans van slagen heeft in een omgeving met gelijke delen blind optimisme en eerlijk pessimisme.

Laat me uitleggen wat ik hiermee bedoel. Aanvankelijk is een beetje blind vertrouwen in het recept voor wat een idee zal laten

slagen zonder meer noodzakelijk. Als je willekeurig welk idee grondig analyseert, zul je het al gauw compleet laten varen. Het punt is dat de meeste ideeën in het begin niet veel voorstellen. Alleen als je er voldoende in gelooft om er daadwerkelijk mee aan de slag te gaan en al doende leert, kun je op een model stuiten dat blijkt te werken.

Om die reden moet je een beetje vertrouwen hebben. Stort je helemaal op je idee, ook al zijn alle aspecten ervan nog niet volmaakt in kaart gebracht. Hele volksstammen blijven talmen omdat ze eerst hun businessplan willen voltooien of meer marktonderzoek willen doen, maar de waarheid is dat je idee onmogelijk een volmaakte vorm kan hebben voordat het met de wereld kennismaakt. Eigenlijk moet je simpelweg aan de slag.

Naast dit vertrouwen moet je idee echter ook wat op zijn donder krijgen. Je zult het op zijn minst aan een paar mensen moeten voorleggen om er zeker van te zijn dat je niet compleet gestoord bent... of dat althans je idee dat niet is. Waarschijnlijk ben je geneigd simpelweg je familie en vrienden te vragen wat zij ervan vinden, maar feit is dat je van hen geen onafhankelijk advies te verwachten hebt. Zij houden immers te veel van je om het je ronduit te zeggen als je idee niet deugt.

Daarom moet je proberen je idee voor te leggen aan een paar mensen die je zijn voorgegaan en ervaring met dat soort dingen hebben, of aan een paar mensen die jouw gekozen branche van binnenuit kennen en weten waar ze het over hebben. Je moet een paar mensen vinden die niet bang zijn je te kwetsen, mensen die geen enkel belang hebben in jou of je idee.

Dit proces hoeft helemaal niet veel tijd in beslag te nemen, en we zullen later in het boek uiteraard ingaan op enkele manieren waarop je zulke kritiek heel snel kunt inwinnen. Als je voldoende optimisme bijeen kunt rapen om helemaal voor je idee te gaan en ook een paar pessimisten kunt vinden die je helpen het bij te schaven, dan zou het rupsje dat je concept nu nog is zich weleens kunnen ontpoppen tot een prachtige vlinder.

Natuurlijk zal een deel van je ideeën worden doodgeslagen door pessimisme – wat doorgaans terecht is. Wees nooit te stijfkoppig om je idee aan te passen of om van gedachten te veranderen. Wanneer alle adviezen negatief uitvallen, is het wellicht verstandig naar alternatieven te gaan zoeken.

Maar hoeveel ideeën je ook moet beproeven, het allerbelangrijkste is dat je je optimisme behoudt. Als je daarin slaagt, dan garandeer ik je dat je het uiteindelijk voor elkaar krijgt en je daadwerkelijk ondernemer wordt.

MIJN EERSTE BEDRIJF

Wat mezelf betreft, ik heb altijd ondernemer willen worden, misschien vanaf een ongebruikelijk jonge leeftijd. Ik weet niet precies wanneer het begon, maar ik was altijd in de weer met dingen maken en dingen aan de burens verkopen.

Als mijn geheugen me niet bedriegt, probeerde ik voor de eerste keer geld te verdienen toen ik acht was. Ik bakte een paar taarten en verkocht die aan mijn leraren op school. Ik gaf het geld dat ik verdiende aan Greenpeace, destijds mijn favoriete goede doel. Tegen mijn tiende, toen mijn ambities om te ondernemen waren toegenomen, raakte ik gefascineerd door de eenvoudige bedrijfjes die ik als kind rond mijn geboorteplaats Edinburgh tegenkwam. Met een vriendje bezocht ik een plaatselijke kippenboerderij. Wat een geweldige handel, dacht ik. De boer hoeft alleen maar de kippen te voeren, zij leggen eieren, en dan kan hij ze mooi inpikken en met winst verkopen, zonder dat hij iets van de inkomsten hoeft te delen met zijn gevederde werknemers. Dat ga ik ook doen!

We haalden de boer over ons gratis een doos eieren te geven, die ik mee naar huis nam. Daar legde ik mijn vader en moeder uit dat we een geniaal zakelijk idee hadden. We zouden de eieren warm houden zodat ze uitkwamen en vervolgens de eieren gaan verkopen die de groot geworden kuikens zouden leggen!

Je kunt je waarschijnlijk wel voorstellen dat mijn ouders niet razend enthousiast waren over dit ondernemingsplan, waarvoor hun achtertuin in onze woonwijk diende te veranderen in een kippenboerderij! Gewend als ze inmiddels waren aan mijn onbesuisde plannen lieten ze ons onze gang gaan, in de verwachting dat het twee tienjarige jongens niet zou lukken die eieren te laten uitkomen.

We besloten de eieren op het decoderkastje onder de tv te leggen, waar het redelijk warm was. En wonder boven wonder, drie weken later kwam er uit vier van de eieren een klein kuikentje. De arme beestjes dachten waarschijnlijk dat Jerry Springer hun moeder was!

We lieten de kuikentjes binnenshuis opgroeien, gaven ze namen, en ze waren al gauw zo groot dat ze naar buiten konden in een hok dat mijn vader voor ze in de tuin had getimmerd. Het duurde niet lang voordat ze eieren legden, die we aan de burens verkochten.

Helaas kwam er een triest einde aan mijn kortstondige carrière als kippenboer toen de vos in onze wijk op een middag besloot dat hij trek in kip had! In zekere zin zou je kunnen zeggen dat ik toen mijn eerste echte les als ondernemer leerde, en wel dat je bij een ondernemingsidee altijd op je hoede moet zijn voor roofzuchtige kapers op de kust!

Je hebt ondertussen vast wel geraden dat mijn geliefde ouders me alle steun verleenden bij mijn energieke maar voor hen ongetwijfeld uitputtende eerste schreden op het ondernemerspad. Mijn fascinatie daarvoor verbaasde hen, en iedereen in onze omgeving. Noch mijn ouders noch iemand die we kenden was ooit een bedrijf begonnen, en het was een raadsel waar deze drang vandaan kwam.