

Bí quyết xây dựng các cộng đồng khởi nghiệp

Tyler Crowley chia sẻ về bí quyết đã góp phần xây dựng các cộng đồng doanh nhân khởi nghiệp tại Los Angeles, London và Stockholm.

Trong nhiều năm nay, Berlin vẫn được coi là địa chỉ lý tưởng nhất ở châu Âu dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Nhưng đến 2012, Stockholm, nơi khởi nghiệp của nhiều công ty công nghệ thành công như Spotify, Mojang hay Klarna, quyết định giành lại danh hiệu này bằng cách tìm đến sự hỗ trợ của Tyler Crowley.

Bản thân là một doanh nhân khởi nghiệp, Crowley đã tìm ra “công thức” riêng xây dựng những cộng đồng khởi nghiệp. Những khu khởi nghiệp này tuy chưa thể so sánh được với đại bản doanh khởi nghiệp của thế giới tại Silicon Valley, hay thậm chí là Silicon Alley tại New York, nhưng với việc xây dựng được Silicon Beach tại Los Angeles, và góp phần thiết lập Silicon Roundabout ở London vừa đúng lúc cho Thế vận hội Olympics 2012, nay với STHLMTech phát triển nhanh chóng, Crowley trở thành một nhân vật mà các chính phủ có thể tin tưởng đặt vào tay nhiệm vụ hỗ trợ đưa các cộng đồng khởi nghiệp công nghệ vào cuộc sống.

Theo Tyler Crowley, cần bốn yếu tố cơ bản làm nên thành công của việc xây dựng một cộng đồng khởi nghiệp: có một địa điểm có vị trí trung tâm và tương đối rẻ để tổ chức các buổi gặp mặt; hằng tháng tổ chức một sự kiện để tất cả các doanh nhân khởi nghiệp có thể gặp gỡ và trao đổi; có một không gian ảo hashtag trên trang mạng xã



Tyler Crowley phát biểu tại cộng đồng khởi nghiệp Stockholm.

hội Twitter nơi mọi người trong cộng đồng đều có thể chia sẻ thông tin về các sự kiện này. Và yếu tố cần thiết cuối cùng là một không gian làm việc chung (coworking space) mở cửa 24/7 sao cho mỗi khi có ai đó từ nơi khác đến, họ có thể đến và gặp rất nhiều người ngay lập tức.

Các yếu tố cơ bản này giúp thiết lập một cộng đồng công nghệ và giúp họ quảng bá những thành tựu của mình ra thế giới bên ngoài, tạo ra câu chuyện về một cộng đồng mang tính gắn kết và hợp tác mà các nhà

báo, chính trị gia và các nhà đầu tư quan tâm có thể liên tục theo dõi.

Crowley tìm ra được công thức này sau khi xây dựng Silicon Beach vào năm 2007. Vào thời kỳ ấy, quỹ Sequoia Capital và nhiều quỹ đầu tư mạo hiểm khác muốn các công ty mà họ đầu tư vào đặt trụ sở tại Silicon Valley. Crowley khi đó đang ở Los Angeles làm việc với Mahalo.com, một doanh nghiệp khởi nghiệp được sáng lập bởi “chiến binh” khởi nghiệp dày dạn kinh nghiệm Jason Calacanis. Chính công ty này khi nhận được sự đầu tư từ Sequoia và một số quỹ khác đã từ chối chuyển về Silicon Valley và họ quyết định xây dựng một phiên bản Silicon Valley của chính mình.

Sau khi đã thu hút được 20 triệu USD, Ma-



Các sự kiện thường xuyên là một phần cần thiết để thu hút sự chú ý và xây dựng một cộng đồng khởi nghiệp.

halo chuyên xuống Santa Monica và bắt đầu tổ chức các buổi gặp mặt tại văn phòng của mình để tuyển lập trình viên tốt. “Chiến lược của chúng tôi khi đó là đến các trang như Meetup.com, tìm tất cả các lập trình viên Python, Django và Ruby và thông báo “chúng tôi có một địa điểm tuyệt vời ở Santa Monica, chúng tôi sẽ chiêu đãi bia và pizza, và cả nơi đỗ xe miễn phí nữa”, Crowley nói. “Trong vòng sáu tới tám tháng sau, mọi cuộc gặp gỡ trao đổi về công nghệ đều được diễn ra ở văn phòng của chúng tôi lúc 6 giờ chiều hằng ngày cho đến khi Mahalo tuyên bố và có 125 người.

Tiếp theo, một yếu tố quan trọng khác của một cộng đồng khởi nghiệp được hình thành ngay sau đó: Twitter. Người không lồ mạng xã hội này mới bắt đầu chạy năm 2007 và cả cộng đồng Silicon Beach ngay lập tức phát huy vận dụng lợi thế của trang xã hội này.

Không cam lòng trước tình trạng các doanh nghiệp khởi nghiệp lần lượt rời bỏ Los Angeles để đến Bay Area (khu Silicon Valley) để làm việc sau khi đã nhận được đầu tư từ các quỹ, Crowley và bạn bè và bắt đầu sử dụng Twitter để chống lại trào lưu này.

Họ sử dụng một hashtag trên Twitter để đăng ảnh của các sự kiện hằng đêm diễn ra ở Los Angeles. Đồng thời các sự kiện hằng tháng được bắt đầu tổ chức để tập trung mọi người từ những nhóm chủ đề quan tâm khác nhau cùng một lúc. Ngoài ra, họ cũng bắt đầu mời các khách mời

chuyên gia từ Silicon Valley đến thuyết trình.

“Mọi thứ phát triển tới mức các nhà báo ở tờ Thời báo Los Angeles phải tìm đến viết bài về chúng tôi”, Crowley nói. “TechCrunch cũng có phóng viên thường trực ở đây, và khi mà báo chí vào cuộc, thì các chính trị gia cũng quan tâm và muốn “được chia sẻ công lao”.

Như vậy là trong vòng một năm họ đã có một không gian làm việc chung, một địa điểm tổ chức gặp gỡ, một sự kiện gặp mặt hằng tháng và một hashtag trên Twitter. Silicon Beach chính thức tham gia vào cuộc đua khởi nghiệp.

Đầu năm 2010, London vừa được lựa chọn là thành phố tổ chức Thế vận hội Olympics 2012. Họ quyết định sẽ tổ chức trong khu O2 Arena ở vùng Shoreditch, một khu vực vốn đã có một không gian làm việc chung để hình thành một cộng đồng khởi nghiệp. Thủ tướng Anh lập ra ngay một tổ công tác (Task Force) tìm kiếm các cộng đồng khởi nghiệp có tiếng tăm trên thế giới để có thể học hỏi kinh nghiệm. Ngay lập tức họ chú ý đến Silicon Beach.

Một nhóm đại diện đến Los Angeles để gặp gỡ những người đứng đầu cộng đồng để tìm học bí quyết. Cái tên Crowley được người ta thường xuyên nhắc đến, vì vậy họ mời anh đi ăn tối. Khi bữa ăn chuyển sang phần tráng miệng thì cũng là lúc Crowley đã tiết lộ xong “công thức” bí mật của mình. Và London cũng rất sẵn sàng chi một khoản tiền lớn để thúc đẩy triển khai theo kế hoạch Crowley đã vạch ra.

“Đây là ý tưởng của Tyler 100%,” Calacanis nói. “Anh ấy đã nghĩ ra hệ thống này và áp dụng thành công ở cả hai thành phố”.

Sau kỳ Thế vận hội thì Silicon Roundabout đã có thể bám rễ vững chắc, Crowley đến Stockholm để gặp gỡ một số doanh nhân khởi nghiệp. Họ nhận ra rằng Stockholm vào cuối 2012 rất giống với Los Angeles vào cuối 2007, nơi hầu hết mọi doanh nhân khởi nghiệp chỉ làm việc một cách lặng lẽ trong những góc riêng của mình.

Crowley liên lạc với tổ chức Phát triển Kinh doanh Stockholm, tư vấn cho họ “công thức” mà anh đã sử dụng trong quá khứ, bắt đầu với các cuộc gặp gỡ hằng tháng, STHLM_Tech, và một hashtag. Cả năm 2013 anh dùng để xây dựng cộng đồng này và đến cuối năm thì các nhà đầu tư bắt đầu để ý đến các công ty khởi nghiệp ở Stockholm. Từ đó các công ty như là Lifesum, Tripbirds, và Wrapp đã thu hút được vốn đầu tư không chỉ từ châu Âu mà cả từ Mỹ.

XEM XÉT ĐẶC THÙ RIÊNG CỦA ĐỊA PHƯƠNG TRƯỚC KHI XÂY DỰNG MỘT CỘNG ĐỒNG KHỞI NGHIỆP

Bí quyết thành công khi xây dựng một cộng đồng khởi nghiệp không chỉ đơn thuần là một danh sách các điều kiện cần đáp ứng mà còn phải quan tâm đến những yếu tố đặc thù của thành phố đó.

Ví dụ như Stockholm có rất nhiều nhân tài, một yếu tố quan trọng mà nhiều thành phố khác không có, Crowley nhận định. Los Angeles thì không có nhiều tài năng về công nghệ mang tính kỹ thuật, nhưng lại rất giỏi về marketing. Văn hóa vùng Bắc Âu (Scandinavi) đề cao năng suất nhưng vẫn rất khiêm tốn, thay vì phong cách tự quảng bá khoa trương kiểu Mỹ, phong cách mà họ gọi là Jantelagen.

“Stockholm không biết thôi phồng chính mình, ít nhiều đây là vấn đề của họ, nhưng qua

TECH CITY MAP Companies **819** Tweets **912k** 4x 2x 2x Like +1 Tweet



Khu vực Silicon Roundabout giờ đã dày đặc các công ty khởi nghiệp công nghệ.

thời gian Stockholm sẽ tỏa sáng” Crowley nói. “Đó là lý do vì sao mặc dù Silicon Beach đã đi trước tận hai năm, nhưng Stockholm chỉ cần dựa vào nguồn tài năng công nghệ của mình vẫn có thể vượt qua họ. Người Thụy Điển thường để chính sản phẩm hay dịch vụ của mình lên tiếng thay mình.”

Các kỹ sư vùng Scandinavi vốn nổi tiếng về sự cầu toàn trong tính năng và thiết kế sản phẩm, đó là lý do vì sao các sản phẩm của họ có tiêu chuẩn rất cao về chất lượng và rất được tin tưởng. Nhưng điều đó có nghĩa là họ cần vòng quay phát triển sản phẩm khá lâu để có thể đưa ra thị trường những sản phẩm hoàn hảo, thay vì những sản phẩm vừa làm vừa hoàn thiện thường thấy trong thế giới khởi nghiệp ở những nơi khác.

Sự khiêm tốn trong văn hóa và sự chính xác cao trong công nghệ ở Thụy Điển là những lợi thế giúp họ tiết kiệm chi phí kinh doanh. “Định giá các công ty ở Thụy Điển cũng thấp hơn nhiều, vì các công ty chỉ muốn xin đúng khoản đầu tư họ cần. Thế nên các khoản định giá cũng rất gần với giá trị thực, và đây là một điều rất có lợi cho một hệ sinh thái khởi nghiệp”, Crowley nói.

Như vậy, mặc dù hầu hết các cộng đồng khởi nghiệp đều nhìn đến Silicon Valley để tìm ý tưởng và lấy cảm hứng, nhưng điều họ thực sự cần là phát triển những thế mạnh của riêng mình để thoát ra khỏi cái bóng của Silicon Valley.

Nhằm dẫn đầu cộng đồng khởi nghiệp của mình, *Stockholm Business Region* đã nhờ sự trợ giúp của Crowley để:

*** Tổ chức hằng tháng một sự kiện nhằm giới thiệu các công ty mới, hay các vị trí quan trọng trong công ty đang cần tuyển dụng.**

*** Tổ chức hằng năm một cuộc hội thảo trong hai ngày nhằm bổ sung cho các sự kiện hằng tháng với các buổi chia sẻ của các nhà giáo dục và khách mời cao cấp.**

*** Tổ chức một cuộc thi hack Hackathon hằng quý nhằm tăng cường mối quan hệ cộng đồng và để tạo điều kiện cho các nhân tài thể hiện mình.**

*** Tổ chức các buổi gặp hằng tuần cấp thấp, bao gồm các doanh nghiệp khởi nghiệp mở cửa văn phòng cho cộng đồng tham quan, hay giờ café chia sẻ, buổi ăn trưa cùng CEO, v.v.**

Los Angeles dựa vào thế mạnh của họ là thủ đô giải trí của toàn thế giới. Không phải vô tình mà Hulu (doanh nghiệp công nghệ chuyên cung cấp các video clip và phim trên mạng) được khởi nghiệp ở Los Angeles. Dù Silicon Valley có ý định chiếm lấy Hollywood bằng ưu thế công nghệ, thì Hollywood lại đang bắt đầu chiếm thế thượng phong khi mà các studio phim và nhiều ngôi sao trên kênh video Youtube đều đến từ Los Angeles, chứ không phải San Francisco.

Crowley bây giờ không chỉ bay giữa Stockholm và Los Angeles, mà gần đây còn bay đến Oslo và Copenhagen để bắt đầu trao đổi không chính thức về việc xây dựng các cộng đồng khởi nghiệp tại các thành phố này.

Thách thức đối với Oslo là họ vốn đã quá giàu có, Crowley nói. Nhờ vào nguồn tài nguyên dầu khí khổng lồ của mình, Na Uy không thực sự cần có công nghệ mới, hay là sự sáng tạo, mọi người tốt nghiệp các trường và đi ngay vào làm trong ngành dầu khí. Đầu tư cho công nghệ thì luôn tiềm ẩn nhiều rủi ro, và buổi hoàng hôn của ngành dầu khí vẫn còn trong tương lai xa. Sự cần trọng của Na Uy cũng là dễ hiểu nếu nhìn lại lịch sử cách đây chưa lâu, khi bong bóng đầu tư vào các doanh nghiệp công nghệ internet vỡ thì các nước Scandinavia đã bị thiệt hại sâu sắc. Đặc biệt là ở Thụy Điển

và Phần Lan, nơi mà các ông lớn viễn thông của các quốc gia này như Ericsson và Nokia đã ném đi những khoản đầu tư rất lớn. Với dân số của hai quốc gia lần lượt chỉ là 9 triệu và 5 triệu người, thì việc các tập đoàn này bị ảnh hưởng lớn cũng làm cho sự hồi phục của các nước rất chậm chạp. Vì vậy phải đến tận bây giờ chính phủ các nước vùng Scandinavi mới bắt đầu để ý đến các công ty khởi nghiệp công nghệ nhiều hơn.

Crowley hiện nay đang quan tâm đến một số thành phố khác ở Dubai, Qatar và Abu Dhabi, nơi đã bắt đầu mạnh nha hoặc chưa có gì nhưng được chính phủ sẵn sàng bỏ tiền vào hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp. Và chính phủ các nước này đã đưa ra lời mời tới Crowley.

Sau đợt lên sàn IPO khổng lồ của Alibaba gần đây, bốn trong số mười công ty Internet có giá trị cao nhất thế giới hiện đang có trụ sở chính ở châu Á, do đó Trung Quốc sẽ là điểm đến tiếp theo của Crowley. “Trung Quốc có 150 thành phố có dân số hơn một triệu người”, anh nói. “Stockholm có khoảng 1.5 triệu người, còn Trung Quốc có 150 thành phố như Stockholm. Con số thật kinh khủng”. □

HOÀNG TUẤN ANH dịch

Nguồn: <http://www.fastcolabs.com/3037054/the-recipe-for-building-a-startup-scene-in-your-city>