

หลายคนนิยามว่าสตาร์ทอัพที่ดีต้องเริ่มต้นที่ Pain Point และหากไขปัญหาทุกอย่างได้สำเร็จย่อมหมายถึง การปฏิวัติความคิดและการกระทำแบบเดิมๆ ลงอย่างรวดเร็ว

ซึ่งในวันนี้ บารามี่ซี สามารถสร้างประวัติศาสตร์หน้าใหม่ให้วงการวิศวะและตกแต่งบ้าน พร้อมประกาศว่า Wazzadu.com (วัชซาดูดอทคอม) ก็คือ "Decorative Social Platform" ที่รวมสินค้าวิศวะและสินค้าตกแต่งบ้านที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการของผู้ขายและผู้ซื้อในยุคดิจิทัล และถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่มีความสมบูรณ์แบบที่สุดในเมืองไทยและในเอเชียเลยด้วยซ้ำ

เชื่อหรือไม่ว่า Wazzadu.com เกิดขึ้นง่าย ๆ "จุลเกียรติ (ทวง) สินชัยชูเกียรติ" ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บารามี่ซี กรุ๊ป เล่าว่า น่าจะเป็นเวลาราวๆ 5 ทุ่มของคืนวันหนึ่งเมื่อสองปีที่ผ่านเขา (จบปริญญาตรี คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง) และผองเพื่อนชาวสถาปนิกได้มาพบปะกันและก็นั่งถกถึงปัญหาว่า "ทำไมไม่มีวิศวะที่สามารถนัดนัดตัวไปได้ทุกที่" ซึ่งพวกเขาก็พบเจอกันอยู่เป็นประจำในการทำงาน

"เวลานำเสนองานทางด้านสถาปัตย์ ลูกค้าเขาอาจอยากได้ไม่สับบางหนึ่ง แต่ปรากฏว่าไม่มีที่สถาปนิกไปเสนอมีแค่ไม่กี่ที่ซึ่งดีกว่า ลูกค้าก็จะบอกว่ามีอย่างอื่นให้ดูไหม ก็ต้องมีอะไรไปทบทวนสักที ตกกลางคืนได้ต้องใช้เวลาค้นหาที่อาศัย พวกเราเลยทำ Wazzadu app ขึ้นมาก่อนเพื่อรวบรวมวิศวะ แต่ทำไปทำมามันซับซ้อน และก็กลายเป็นธุรกิจสตาร์ทอัพเลย"

ความสำเร็จไม่ได้เกิดจากโชคช่วย แต่เป็นเพราะ Wazzadu app ซึ่งนับเป็นนวัตกรรมที่ช่วยปิดกับปัญหาที่เกิดขึ้นจริง ทำให้มีการดาวน์โหลดแอปฯ ถึงกว่า 50,000 ครั้ง รวมถึงความสำเร็จของแพลตฟอร์ม Wazzadu ที่มีผู้กดไลค์กว่า 270,000 คน บารามี่ซีจึงสมารถทำการพัฒนาต่อยอด เป็นเว็บไซต์ Wazzadu.com

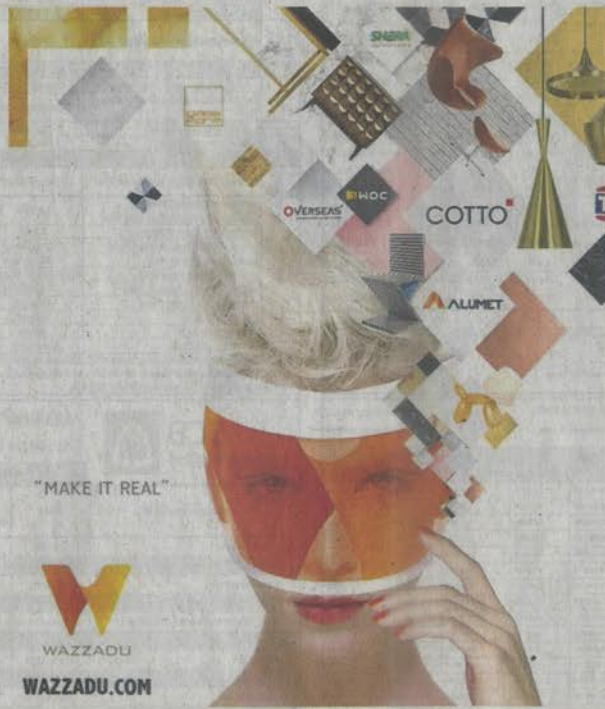
"แพลตฟอร์มนี้เป็นทั้งมีทูปีและมีทูซี และต้องบอกว่าเรามีวิธีขายที่มากกว่าจะทำมันขึ้นมา ซึ่งบารามี่ซีมีแผนวิสัยทัศน์ของตัวเอง และได้วิจัยอุตสาหกรรมทั้งหมดว่า มันขาดอะไร ดังนั้นไม่ว่าสถาปนิกอยากหาวิศวะอะไร ยูสเซอร์อยากหาไอเดียตกแต่งบ้าน หรืออยากได้โซฟา อยากได้กระเบื้อง จะหาซื้อได้ที่ไหน ในแพลตฟอร์มมีให้ทั้งหมด

โดยเราจะเริ่มจากภาพสวยๆ จากนั้นก็ลิงค์ไปหาช่าง ไปหาผู้ผลิต สุดท้ายก็ปิดการขายกันได้ ซึ่งมันเอื้อให้ธุรกิจรายย่อยสามารถติดต่อลูกค้าได้"

สรุปย่อๆ แพลตฟอร์มนี้อยู่ภายใต้แนวคิดที่ช่วยผู้ใช้งานสามารถต่อยอดจินตนาการจากไอเดียสู่การสร้างได้จริงบนจุดยืนว่า Make It Real

คงมีสตาร์ทอัพเพียงแค่อายิบมือ ที่พอคิดทำอะไรแล้ว "ปัง" หรือ "โตน" ในทันทีทันใด ถ้ามองความสำเร็จที่รวดเร็วปานสายฟ้าแลบนี้เกิดจากองค์ประกอบใดบ้าง ได้รับคำอธิบายว่า ก่อขึ้นต้องจำแนกความต่างระหว่างเอสเอ็มอีกับสตาร์ทอัพที่ที่ถึงแม้จะเป็นธุรกิจขนาดเล็กเหมือนกันแต่ก็ไม่เหมือนกันอยู่ 2 เรื่อง หนึ่งคือที่มาและเป้าหมาย เอสเอ็มอีส่วนใหญ่

กฎทอง 3 ข้อแจ้งเกิด Wazzadu.com



ก็ได้แรงหนุนเป็นเพราะคุณพ่อคุณแม่เปิดธุรกิจให้ทำ

แต่สตาร์ทอัพเกิดจาก Pain Point เริ่มต้นที่ปัญหาแล้วหาทางแก้ไขโดยอาศัยเทคโนโลยี และสอง เป้าหมาย เอสเอ็มอีมักมองตัวเองเป็นใหญ่ ธุรกิจก็ต้องทำไรต้องโต ขณะที่เป้าหมายของสตาร์ทอัพมีความ "ยิ่งใหญ่" คือมุ่งเปลี่ยนวิถีชีวิตวิถีโลกไปจากเดิม

"สตาร์ทอัพจะสำเร็จหรือไม่วิธีคิดต้องถูกต้องตั้งแต่แรก และธุรกิจที่ทำต้องมีอุปสงค์ขนาดใหญ่ สองคือ Scalable สามารถขยายไปต่างประเทศได้ ถ้าธุรกิจริเริ่มหากอยากขยายยอดขายจำเป็นต้องเปิดสาขาเพิ่ม แต่ไม่ใช่อะไรก็ตามอย่างไลน์เขาก็มีเซ็นเตอร์กลางทีเดียว แต่ก็จะขยายตลาดก็แค่การตลาดอย่างเดียวในประเทศนั้นๆ และสาม ต้องแก้ปัญหาได้

ถ้ามีสามองค์ประกอบส่วนใหญ่ มักมีโอกาสประสบความสำเร็จสูง ต้อง

“**สตาร์ทอัพโดนาภิคมามักคนเคยพูดถึงซิลิคอนวัลเลย์ว่าไม่มีวันไหนที่ไฟที่นั่นดับเขาแข่งกันโต**”

ตั้งไข่ให้ดีตั้งแต่แรก ดีดกระดุมเม็ดแรกให้ถูก”

เขาบอกว่า ธุรกิจช่วงเริ่มต้น Wazzadu อาจจำกัดกลุ่มเป้าหมายแคบๆ เพียงแค่กลุ่มสถาปนิกเท่านั้น แต่ตอนนี้ได้เปิดกว้างให้กับยูสเซอร์ทั่วไป แม้แต่เจ้าของร้านที่ขายที่เฉจหรือตลาดนัดจตุจักรก็มาเยี่ยมชมขายสินค้าได้ฟรี

"หลักคิดของเราคือ ให้ทุกคนเปิดเพจส่วนตัว เปิดร้านค้าฟรี แต่เมื่อไรที่ตามที Commercial ก็ต้องเสียตังค์ เช่นจะ Boost Post เป็นต้น วิธีการจำลองรายได้ของเราเป็นแบบแพลตฟอร์ม ตรงนี้จะเป็นแค่รายได้ส่วนหนึ่งเท่านั้น ในอนาคตเราจะทำโมเดลเดียวกับออลibaba ด้วยคือเก็บค่า Transaction Fee เวลาที่มีการซื้อขายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มซึ่งถือว่าต่ำมากเทียบกับวิธีที่เขาเอาไปฝากขายกับรีเทล"

เมื่อให้ออนไลน์ถึงอุปสรรคที่เกิดขึ้นระหว่างทางที่เดินมา เขาบอกว่าแน่นอนตราบไต่ที่เป็นของใหม่คนยังไม่เคยชินย่อมมีความยุ่งยาก อย่างแพลตฟอร์มก็ยังไม่ทันที่ในระยะแรกต้องพบเจอปัญหาเดียวกันที่คนไม่มาเปิดเพจ ไม่มีการแชร์ เพราะคนไม่รู้ว่าได้ประโยชน์อะไร

"เดี๋ยวนี้มันกลายเป็นเรื่องธรรมชาติอุปสรรคที่สตาร์ทอัพต้องพบเจอแทบทุกรายก็คือ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมคน ซึ่งมันหมายถึงเราต้องให้ความรู้เขา มีการทำมารีเก็ตติ้งอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนรู้สึกและรับรู้ว่า อ้อ...เดี๋ยวนี้มันมีแบบนี้เอง แค่นั้นยังไม่พอมันยังมีการจัดสัมมนาเดินสายบรรยายเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการใช้งาน ต้องทำคัลลิบริตี้ ต้องสื่อสารเยอะมาก"

แต่เมื่อเดินมาถึงระยะหนึ่งธุรกิจจะพบกับ "จุดติด" ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหมายถึงผู้ใช้แพลตฟอร์มเขาเกิดความสับสนในการใช้งาน เช่น ขายของได้ จากนั้นพบว่าเขายินดีที่จะเข้ามาใช้เองโดยที่ไม่ต้องมีการ "ขี้ดเยียด" แล้วจะมีการบอกต่อให้เพื่อนได้ลองใช้เพราะว่ามัน "เวิร์ค" กระทั่งกลายเป็นกระแส "บอกต่อ" อย่างไรก็ดี พอมาถึงวันนี้เขาบอกว่าความท้าทายจะเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นเรื่องที่ต้องแข่งขันกับตัวเองแข่งกับเคพีไอที่ตัวเองใช้

"ต้องขอบคุณน้องๆ ในทีม ซึ่งมาพร้อมกับ Passion ลึกซึ้งคือพวกเขาสนุกกับการทำงาน ผมเองจะบอกพวกเขาเสมอว่าอย่ามองเคพีไอเป็นความกดดัน มันเป็นแค่เครื่องมือให้เราทำงานอย่างมีประสิทธิภาพในความเป็นจริงสตาร์ทอัพโดนาภิคมมากจะทำงานแบบ Routine Work ไม่ได้ ทุกคนต้องรับเงื่อนไขตรงนี้ มีคนเคยพูดถึงซิลิคอนวัลเลย์ ซึ่งไม่ว่าก็เกิด เฟสบุ๊คและแอปเปิลก็เกิดขึ้นนั่น ว่าไม่มีวันไหนที่ซิลิคอนวัลเลย์ไฟดับเลย ทำงานกันทั้งวันทั้งคืน เขาแข่งกันโต"

สเต็ปต่อไปเป็นอย่างไร จุลเกียรติบอกว่า Wazzadu.com ผ่านก้าวที่หนึ่งมาแล้ว ต่อไปนี้จะเป็นก้าวที่สอง หมายถึงการเป็นเครื่องมือการตลาดสมัยใหม่ของวงการตกแต่ง ที่ยูสเซอร์เข้ามาหาไอเดีย ของแต่งบ้าน เปิดโพรไฟล์ตัวเองได้ ธุรกิจรายย่อยก็เข้ามาค้าขายตรงนี้ได้

ส่วนก้าวที่สาม มุ่งสู่ระดับอินเตอร์เริ่มจากขยายไปยังประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม เมียนมาร์ แล้วขยับสู่ภูมิภาค จากนั้นก็ข้ามไปประเทศอเมริกา โลกอีกฝั่ง และทั้งหมดจะอยู่ภายใต้กรอบเวลาสามปีนับจากนี้

ทีมแกร่งแข่งได้

ความโดดเด่นของสตาร์ทอัพอีกหนึ่งข้อ ก็คือ ความสำเร็จนั้นเกิดจาก "ทีมเวิร์ค" ไม่ได้เกิดจาก Founder หรือ CEO เพียงลำพัง

"กลไกของเรา ก็คือมีความเข้าใจยูสเซอร์ควบคู่ไปพร้อมกับเรื่องของเทคโนโลยี ส่วนใหญ่โปรแกรมเมอร์มักจะมองในมุมมองตัวเองไม่ได้มองในมุมมองยูสเซอร์ ขณะที่ทีมของเราจะพยายามบาลานซ์ ทีมก่อตั้งของเรามีความรู้ทั้งสองเรื่อง คนหนึ่งอิงไปทางฝั่งยูสเซอร์มาก อีกคนอิงกับฝั่งเทคโนโลยีมาก แต่ที่สุดจะมาเจอกันตรงกลาง จึงทำให้เราสร้างและทำอะไรได้เร็วกว่าคนอื่น"

อย่างไรก็ดี บารามี่ซีขึ้นพื้นเพเดิมเป็นธุรกิจที่ปรึกษาแบรนด์ ซึ่งถือว่าเป็นข้อได้เปรียบเช่นกัน เขาบอกว่าเรื่องการสร้างแบรนด์มีความสำคัญ และมันไม่ได้หมายถึงการทำให้สื่อมวลชนสนใจเพราะธุรกิจก็จะตั้งได้เป็นรูปๆ แต่ต้องอาศัยการดีไซน์ มีการออกแบบโลโก้ความเป็นตัวตนทั้งหมด รวมถึงต้องมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนตั้งแต่แรก