

LEHMAN SISTERS

Ondernemen volgens Chris Dixon

<https://cdixon.org/blog> 2009-2021

Samengesteld door Vincent van der Borg van Lehman Sisters

<https://lehmansisters.substack.com/>

Chris Dixon is general partner bij de invloedrijke venture capital firm Andreessen Horowitz (a16z). Hij ontpopte zich binnen a16z tot de grote cryptoman en was betrokken bij tal van investeringen in cryptobedrijven en DAOs. De beursgang van Coinbase bezorgde hem een plekje (#7) op de Forbes lijst van beste venture capital investors van 2021. Vóór venture capital was hij zelf ondernemer, hij was co-founder van SiteAdvisor (verkocht aan McAfee in 2006) en Hunch (eBay, 2011).

Maar bovenal: hij is een blogger. Sinds 2009 schreef hij 318 blogposts en hoewel de laatste tijd erg infrequent, wat hij schrijft is altijd de moeite waard.

LEHMAN SISTERS

The greater good

In het Chris Dixon Universum zijn *entrepreneurs* de grote helden. Zij die risico's durven te nemen en keihard werken veranderen de wereld *for the better*. Het is niet zo dat ondernemers zichzelf opofferen voor *the greater good*, in tegendeel, ondernemen kan je heel veel brengen. De ervaring die je opdoet is breed inzetbaar en het feit dat startups klein beginnen en hard willen groeien maakt het intellectueel uitdagend. Waar binnen grote bedrijven de belangen van een bepaalde afdeling vrij duidelijk zijn, lopen de doelen en belangen binnen een startup continue door elkaar heen.

Zoeken, proeven, kiezen

Een goede onderneming begint met een goed idee. Houd een lijstje bij van alle startup ideeën die in je opkomen en praat over deze ideeën met zoveel mogelijk mensen. Het gaat er niet om dat alle ideeën goed zijn of dat je alle ideeën volledig uitdiept, het gaat erom dat je blijft zoeken en proeven tot je iets gevonden hebt.

Zodra je een idee hebt gekozen om mee verder te gaan moet je zoveel mogelijk deuren intrappen en op elk dak gaan staan vanwaar je kunt schreeuwen. Wees niet bang dat iemand je idee zal jatten. De meeste mensen zijn druk met hun eigen leven en hebben helemaal geen zin om met je idee aan de haal te gaan. Daarnaast, als je idee zo voordehand liggend is dat veel mensen het direct zien zitten is het waarschijnlijk niet *forward-thinking* genoeg. Terwijl de risico's klein zijn, zijn de voordelen van je idee delen en bespreken enorm:

- Je zult veel leren over je idee, over de sterke en zwakke kanten, over kansen en bedreigingen.
 - Je zult veel leren over de markt, over de behoeftes van mensen en bestaande alternatieven.
 - Je wordt steeds beter in het uitleggen van je idee, wat cruciaal is om werknemers, financiers en klanten aan je te binden.
-

En we noemen het...

Het beestje een naam geven is een belangrijke stap die speciale aandacht verdient. Een groot deel van het succes van Twitter kan worden toegeschreven aan de naam. Twitter is een simpel woord, het is makkelijk te spellen, makkelijk te visualiseren en het zegt iets over het product zonder te letterlijk te zijn (vogeltjes doen tweet tweet). Denk na over het doel van de naam: wil je vooral duidelijk maken wat het product inhoudt of wil je juist prikkelen en het spannend maken?

LEHMAN SISTERS

Nee, nee en nog eens nee

Zodra je een idee hebt gekozen en uitgewerkt, je baan hebt opgezegd en een naam hebt gekozen zul je merken dat ondernemen moeilijker is dan je denkt. De *default state* van de wereld is om te blijven hoe ze was, wat betekent dat startups in de regel falen. Mensen boeit het niet waar je mee bezig bent, ze hoeven je nieuwe product niet, ze gaan anderen er niet over vertellen en ze gaan er zeker niet voor betalen... Dat hoort er allemaal bij dus laat je niet ontmoedigen.

“If you aren’t getting rejected on a daily basis, your goals aren’t ambitious enough.”

Wees eerder bang dat je het jezelf te makkelijk maakt en de verkeerde berg aan het beklimmen bent. Het zou zonde zijn als de berg eerder op is dan je ambities, dat je vanaf de top moet bekennen dat er nog een hogere berg was die je ook had kunnen beklimmen.

Er zullen momenten zijn dat je liever wilt opgeven, weet dan: 90% van het succes is blijven opdagen.

Rekruteren kun je leren

Goede programmeurs en andere technici zijn schaars en tegelijkertijd cruciaal voor het succes van de meeste startups. Om (de beste) programmeurs aan je te binden kunnen onderstaande tips helpen. Met enige fantasie zijn de tips ook toe te passen op het aantrekken van ander personeel.

- Begrijp wat programmeurs motiveert: interessante technische problemen, fijne, creatieve samenwerking en werken aan techniek die (potentieel) door veel mensen wordt gebruikt.
 - Software development is een creatieve activiteit: bied vrijheid.
 - Ga naar scholen, hackatons en meetups om ze te vinden. Blog over dingen die interessant zijn voor programmeurs.
 - Vraag ze wat ze in het verleden hebben gemaakt/gebouwd.
-

Regeren is vooruitzien

Als ondernemer ben je druk met duizend dingen en de successen of uitdagingen van vandaag eisen al gauw alle aandacht op. Toch is het belangrijk de lange termijn niet uit het oog te verliezen. Kies bijvoorbeeld altijd voor *founder vesting* van minimaal vier jaar. Dit betekent dat een medeoprichter alleen recht heeft op een aandelenpakket als hij minimaal vier jaar verbonden blijft aan de startup, dit is wel zo eerlijk en geeft flexibiliteit. Voor wat betreft investeringen is het ook belangrijk steeds een stap vooruit te denken. Wees niet te zuinig en probeer steeds een investering op te halen die je naar de volgende *milestone* kan brengen +50% (het valt altijd duurder uit). Wees niet te gulzig en ga niet voor een te grote investering, je wilt bij de volgende ronde weer een groter bedrag ophalen.

LEHMAN SISTERS

Verdienmodellen

Als ondernemer is het cruciaal jezelf voortdurend opnieuw te blijven uitvinden. Onderstaande invalshoeken helpen je nieuwe markten aan te boren en alternatieve omzetstromen te vinden.

- Door aan te sluiten op industriestandaards worden je mogelijkheden ineens veel groter: met creativiteit en innovatie voeg je waarde toe, productie laat je over aan anderen.
- Tijdens de *California Gold Rush* verdienden ondernemers meer aan het verkopen van *mining supplies* dan het gedolven goud uiteindelijk opleverde. Soms is het beter te focussen op ondersteunende producten of diensten dan op het 'eindproduct' dat *overhyped* is en waar iedereen een stukje van wil.
- Veel ondernemers willen een mooie omzet per klant binnenhalen, een alternatieve strategie legt de focus op volume. Vliegtuigmaatschappij Southwest is de koning van de capaciteitsmaximalisatie. Om zoveel mogelijk vluchten per vliegtuig mogelijk te maken paste Southwest verschillende tactieken toe: geen maaltijden, geen vaste zitplekken (mensen haasten zich naar binnen) en één type vliegtuig om onderhoud te vergemakkelijken.
- De trend van *product economy* naar *experience economy* is onmiskenbaar. Het is aan te raden de ervaring van de klant centraal te stellen en niet het product. Het is soms een subtiel verschil, maar daarom niet minder belangrijk.
- Geweldige algoritmes en rekenkracht zijn vrij beschikbaar, je maakt het verschil met een goede dataset om het algoritme te trainen.
- Prijsdiscriminatie is een krachtig wapen. Verschillende klanten hebben een verschillende betalingsbereidheid en hier kun je gebruik van maken. Maak op slimme manieren onderscheid tussen zakelijke en particuliere klanten, jong en oud, etc. Je kunt producten door de tijd goedkoper laten worden - sommige mensen wachten, andere niet. Je kunt verschillende modellen uitbrengen - specificaties hoeven niet veel te verschillen, sommige mensen willen simpelweg altijd de duurste.

Ga het doen

Ondernemen is belangrijk en waardevol. Verzamel ideeën en deel ze met iedereen. Besteed veel aandacht aan de naam. Blijf opdagen. Weet wat voor collega's je zoekt en wat dit soort mensen beweegt. Kijk (ver) vooruit. En denk na over een alternatief verdienmodel.
