

"Kẻ" liêu lĩnh chốn khởi nghiệp

■ HOÀNG MINH

"KẺ LIÊU LĨNH"

Ông Jeffrey Paine, đối tác sáng lập Quỹ đầu tư Golden Gate Venture, chuyên đầu tư vào các công ty khởi nghiệp (startup) ở Đông Nam Á cho biết ông luôn có ấn tượng với các công ty startup tại Việt Nam, do phần lớn họ ngày càng liêu lĩnh hơn.

Do không có hỗ trợ từ nhiều phía, nên họ cần làm việc chăm chỉ hơn để thành công, điều này đã làm nên một điểm mạnh khác của các doanh nhân khởi nghiệp Việt Nam trong khu vực. Đỗ Tuấn Anh, nhà sáng lập Công ty cổ phần Appota nằm trong số đó.

Năm 2010, Tuấn Anh tạo ra kho ứng dụng appstore.vn. Chưa đầy một năm sau, anh lại thành lập Appota. Và vài tháng sau đó, anh rời appstore.vn, chuyên tâm phát triển Appota với ý tưởng tạo nền tảng cho thị trường nội dung số trên mobile dành cho người dùng smartphone tại các nước đang phát triển.

Trở thành "cái gai" trong mắt các đối thủ, Đỗ Tuấn Anh, cựu sinh viên ĐHQGHN, đang làm mọi việc để đưa Appota trở thành công ty phát triển nội dung số trên mobile tầm cỡ thế giới bằng việc áp dụng những thứ mà anh đã trực tiếp trải nghiệm và kiểm chứng tại Google. Nhắc đến Appota, một trong những start-up tiêu biểu nhất trong cộng đồng khởi nghiệp tại Việt Nam không thể không nhắc Đỗ Tuấn Anh, người đã đưa công ty từ quy mô nhân viên dưới 10 người trở thành đơn vị phát triển nền tảng di động số một tại Việt Nam với hàng chục triệu khách hàng trên khắp thế giới.



Chỉ sau một năm thành lập, hệ thống phân phối nội dung số Appota đã giành được tiếng vang lớn tại sự kiện Demo-Asia, khi vượt qua 565 founder trên toàn thế giới để nhận Giải Most Disruptive (Doanh nghiệp đột phá nhất trong năm) của Founder Institute 2012 trên toàn cầu, và nhận được sự bảo trợ của Tập đoàn Microsoft.

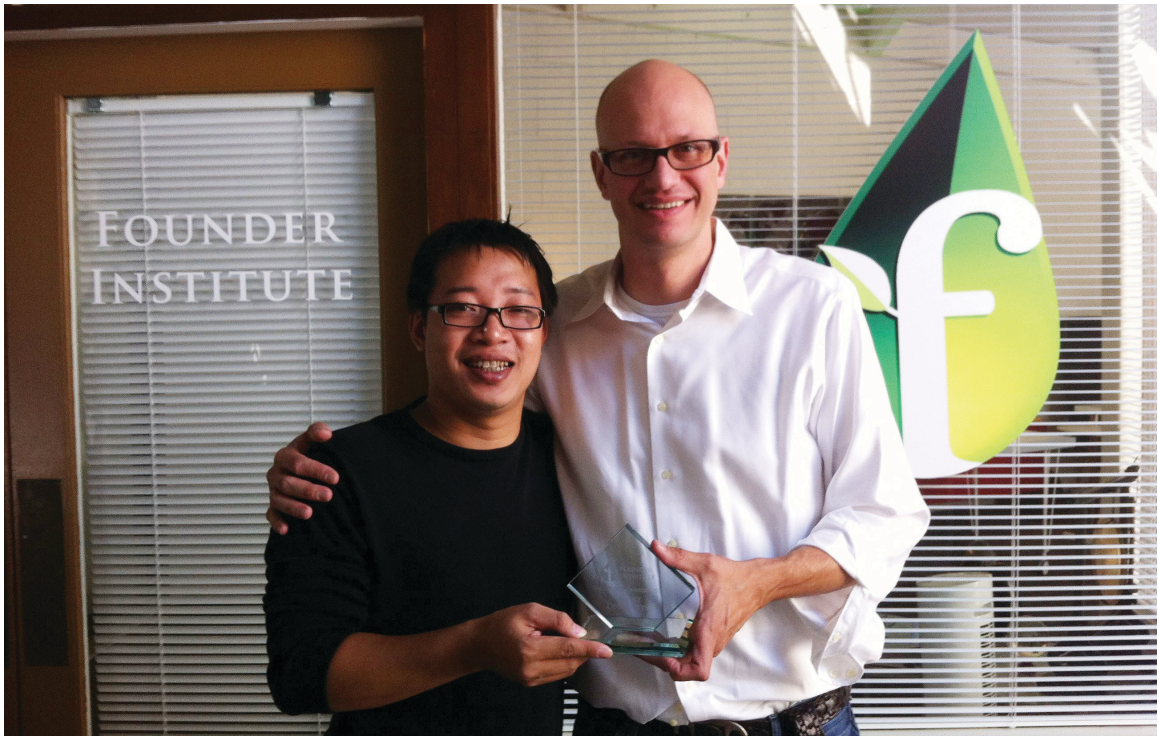
Giải thưởng đánh giá cao ý tưởng và mô hình kinh doanh, cũng như những con số biết nói của Appota. Theo đó, trong suốt 2 năm 2012 và 2013, mức độ tăng trưởng theo quý của Appota đều trên 200%, có những quý lên tới 400%. Nguồn thu của Appota có được từ phần doanh thu chia sẻ từ các ứng dụng tính phí và quảng cáo qua các hệ thống như kho tải ứng dụng (appstore.vn, google play, iTunes), Facebook (các fanpage lớn), diễn đàn online, blog.

Khi sang Thung lũng silicon (San Francisco, Mỹ) nhận

Giải Most Disruptive, lần đầu tiên anh được đi Mỹ và đứng trên sân khấu lớn, trước các nhà đầu tư nước ngoài và các doanh nhân của các công ty nổi tiếng trong làng IT thế giới. Sau cảm xúc bất ngờ và đầy tự hào ấy, anh quyết định, từ đó trở đi, mọi điều anh nghĩ và làm luôn hướng tới mục tiêu tìm cái gì đó phải phá vỡ cái cũ bằng sự khác biệt.

Cuối năm 2013, khi đưa phiên bản Beta sản phẩm Onclan - mạng xã hội game mobile đầu tiên tại Việt Nam đến Singapore, Appota lại tiếp tục được giới IT tán dương. Ngay sau đó, đội ngũ R&D của Appota đã tiếp thu và đề xuất những tính năng mới thực sự hữu ích cho các game thủ trên mobile, mà hiện chưa sản phẩm nào trên thị trường có được.

Appota đang hoàn thiện khâu cuối cùng để giới thiệu Onclan tại Ngày hội khởi nghiệp ở San Francisco (Mỹ) vào tháng 9 tới. Dù Onclan đã đạt 80% tiến độ,



nhưng Tuấn Anh vẫn rất đau đầu, vì đây là một sản phẩm mang tính chiến lược trong tổng thể phát triển của Appota trong tương lai.

CHƠI GAME ĐỂ... HIỂU KHÁCH HÀNG

Theo các chuyên gia trong ngành công nghệ, khi Onclan ra thị trường, sản phẩm này có thể đẩy thị trường game di động sang một hướng khác. Onclan bao gồm cả chức năng OTT (nhắn tin, gọi điện miễn phí), lớp ngoài cùng sẽ kết nối người dùng giống như mạng xã hội và đặc biệt sẽ không thua kém gì Zalo của Vinagame (VNG).

Tuấn Anh tiết lộ, từ năm 2012 đến nay, VNG đã ba lần tìm đến hỏi mua Appota, với mức giá "trong mơ", nhưng anh kiên quyết từ chối. Anh bảo, VNG không có chiến lược đầu tư vào startup khác, nên khi họ đầu tư ra ngoài, thì chỉ có M&A. "Nếu VNG đầu tư tài chính, chiến lược vào Appota thôi, thì tôi sẵn sàng, nhưng họ vẫn giữ ý định chỉ muốn mua đứt,

mà tôi thì không muốn trở thành nhân viên của VNG", Tuấn Anh nói.

Hơn nữa, Zalo và Onclan là hai dòng sản phẩm khác nhau. Bản chất của Zalo chủ yếu là phần mềm chat, định vị và thông điệp đến người dùng phổ thông. Trong khi đó, Onclan đi theo hướng ngách: mạng xã hội cho các game thủ và người làm game, giúp họ tiếp cận trực tiếp khách hàng.

"Tôi không muốn đụng đến Zalo, vì nó thuộc công ty số một về Internet tại Việt Nam, họ dùng tiền để phủ rộng và hướng đến đích lớn hơn. Trong khi đó, tôi đánh vào nhu cầu thực sự cần thiết của người dùng, mà bộ phận người dùng đó cũng không hề nhỏ, bất kỳ ai có nhu cầu chơi game đều là khách hàng của Onclan", Tuấn Anh nói.

Cách hiểu rõ khách hàng nhất mà Tuấn Anh áp dụng là đam mê chơi game. Anh coi chơi game cũng là công việc vì đây là sản phẩm rất trí tuệ. Anh tìm thấy trong các trò chơi những ý tưởng hay của người phát

minh, từ việc rèn ý chí, kiên nhẫn, trí tưởng tượng phong phú, đến việc nhìn sự vật khách quan khi xảy ra bất đồng lúc làm việc theo nhóm... Do đó, mỗi khi rảnh hay căng thẳng, anh lại chơi game và khuyến khích nhân viên chơi game khi cần tìm cảm hứng, ý tưởng.

LUÔN VẬN ĐỘNG, THAY ĐỔI ĐỂ TIẾN VỀ PHÍA TRƯỚC

Lọt vào Top 9 công ty khởi nghiệp đáng được đầu tư nhất Đông Nam Á, Appota giờ đã qua vòng gọi vốn thứ hai, được định giá lên tới vài chục triệu USD và đang là cái tên "nóng" được nhiều người săn lùng. Song lúc này, Appota lại trở thành "cái gai" trong mắt những công ty Internet lớn tại Việt Nam. Appota sẽ làm gì để bảo vệ mình trước các đối thủ sừng sỏ?

Không ngần ngại, Tuấn Anh bảo: "Trong kinh doanh không có đối thủ và không có bạn bè vĩnh viễn, chỉ có lợi ích là vĩnh viễn. Trong thế giới của sự liên kết hợp tác và liên kết các nền tảng ứng dụng, chúng tôi không thể



quay lưng với đối thủ của mình khi tìm ra được lợi ích chung, giống như mối quan hệ hợp tác và đối thủ giữa Facebook, Google và Apple”.

Ở góc độ kinh doanh, VNG là đối thủ của Appota, nhưng với cá nhân, thì người sáng lập Lê Hồng Minh lại dẫn dắt nhiều người khởi nghiệp giỏi và Tuấn Anh nằm trong số đó. Lê Hồng Minh từng là huấn luyện viên của Tuấn Anh thời kỳ đầu về khâu tuyển dụng và sa thải nhân viên. Tuy nhiên, điều Tuấn Anh ấn tượng nhất ở anh Minh lại là cách anh quản lý tài chính, cân bằng dòng tiền để có doanh thu mỗi năm lên tới cả trăm triệu USD.

“Tôi chỉ mong tránh vấp phải tình huống chơi xấu nhau, mà hãy cạnh tranh bằng thực lực, sản phẩm tốt cho người dùng. Còn nếu trong nội bộ mà nhân viên không có mục đích, không nhiệt huyết, thì tự công ty cũng chết mà không cần đối thủ”, anh nói.

Trở lại với giấc mơ đưa Appota trở thành một công ty toàn cầu, anh và

các cộng sự đã chuẩn bị bộ phóng cho mình từ năm 2012, với thể kiếng ba chân: chiến lược sản phẩm và R&D, tài chính và phát triển nhân sự.

35 tuổi, khởi nghiệp và thành công nhanh chóng với Appota, nhưng đây không phải là lần đầu tiên Tuấn Anh đối mặt với hoàn cảnh công ty phát triển quá nóng. Giai đoạn năm 2009, công ty sửa chữa điện thoại của anh tại Nguyễn Du (Hà Nội) thành công nhanh chóng, nhân sự tăng lên ở ạt trong thời gian ngắn, nhưng do chủ quan và không có phương án phòng ngừa rủi ro cũng như kỹ năng quản lý, công ty đã bị phá sản.

Từ bài học đó, Tuấn Anh hiểu rằng, thị trường công nghệ luôn hỗn loạn, hôm qua bạn là một câu chuyện thành công mỹ mãn, hôm nay có thể bạn đã là dĩ vãng. Đó là lẽ tất nhiên trên thương trường, ngay cả một công ty khi quyết định tung ra dòng sản phẩm mới cũng sẽ đưa dòng sản phẩm cũ về dĩ vãng. Như vậy, vấn đề cốt lõi là Appota phải luôn vận động,

linh hoạt thay đổi để đưa ra các sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm cũ tham chiếu trên sự biến động của đối thủ, của ngành và cả xã hội.

Mỗi ngày, chàng sinh viên Khoa Sử, Trường Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn, ĐHQGHN có ước mơ trở thành nhà báo ngày nào chỉ được ngủ 5 tiếng, và anh thực sự tiếc khi nhiều cơ hội đã bị bỏ qua trong quá khứ. Nhưng anh không có gì phải hối hận, vì bản thân luôn tin rằng, có rất nhiều cánh cửa phía trước tốt hơn sẽ mở ra. Và nếu được quay trở lại thì anh vẫn chọn cách làm như thế, nếu không, thì chắc chắn không có một Tuấn Anh nhiều góc cạnh trong lĩnh vực phát triển nội dung số như hôm nay.