



7.2. Daha Fazla F.A.I.L (ÖĞRENMEYE İLK TEŞEBBÜS):

7.2.1. Hazırlık hatası.

Hazırlanmadaki başarısızlık genellikle girişimcinin dikkatsizliğinden kaynaklanan örgütsel eksikliklerden kaynaklanmaktadır.

7.2.2. Başlatma hatası.

Bu, yatırımcıları fikrin değerli olduğuna ikna etme yetersizliğinden kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca, bu tür başarısızlıklar bölgedeki malzeme veya insan kaynağı eksikliğinden de belirlenebilir.

7.2.3. Başarısız markalama.

Uygun pazar segmentini belirleme konusundaki yetersizliğin sonucu olabilir; pazar segmentinin ihtiyaçlarını, beklentilerini ve kültürünü anlamak; uygun kanalları kullanmak için bu segment; uygun markayı yetiştirmek; markayı yasal olarak korumak vb.

7.2.4. Alana özgü iş bilgilerinin eksikliğinden kaynaklanan başarısızlık.

Bazı girişimciler uzmanlıklarının dışındaki alanlara girerler ve bu önemli boşluğu yalnızca kendi zekalarının telafi edeceğine inanırlar. Uzman uzmanlardan tavsiye (dostça veya sözleşmeli) almalıdırlar. Uzmanlığınız olan ve tutkulu olduğunuz bir iş kurmak tercih edilir.

7.2.5. Piyasa ihtiyacının fazla tahmin edilmesinden kaynaklanan başarısızlık.

İhmalci girişimciler sadece "hislerine" güvenirler ve aslında anlamadıklarında piyasayı anladıklarına inanırlar. Klasik örnekler:

[Sinclair C5](#) ve

[Webvan](#)

7.2.6. Rakiplerin küçümsenmesinden kaynaklanan başarısızlık.

Girişimciler rekabet konusunda dikkatli olmalıdır, çünkü rekabet, pazarın büyük bir bölümünü zaten fethetmiştir, müşterileri derinlemesine kavramıştır ve çoğu durumda, girişimcinin sahip olmadığı "savaş" için büyük miktarda fonu vardır.

7.2.7. Hedef grubun yetersiz bilgisinden kaynaklanan başarısızlık, kötü pazarlama ile sonuçlanır.

Bugün müşteriler onlarca yıl öncesine göre daha sofistike. Sadece yüksek fonksiyonel özelliklere sahip olan ürünler tek başına başarılı değildir. Ayrıca yüksek ergonomik özelliklere sahip olmalı ve anlamlı markalar tarafından desteklenmelidir.

7.2.8. Kurucu ekipte tutku ve bağlılık eksikliğinden kaynaklanan başarısızlık.

Tipik bir girişimci, vizyonu ve fikrine bağlılığı ile kendisini diğer insanlardan ayırır. İşine duyulan tutku ve işi geliştiren ekip içindeki iletişim, başarılı bir iş için çok önemli iki faktördür.