

פינת הפרויקטים



מה זה אקסלרטור - ולמי הוא מתאים?

תמר ערבה¹, נורית איל²

מה זה אקסלרטור?

אקסלרטורים (או בעברית: "מאיצים") הם תוכניות שנועדו להאיץ את קצב ההתפתחות של סטארטאפ בשלביו המוקדמים. בעולם הרחב קיימים מגוון רחב של אקסלרטורים שנועדו לסייע להקמה וצמיחה של סטארטאפים, כאשר כל תוכנית אקסלרציה מגדירה נקודתית לאיזה שלב בפיתוח הסטארטאפ היא מיועדת (מרעיון בלבד, ועד לכדי מוצר שעובד ולקוחות שמשלמים; מלפני גיוס הון ראשוני ועד אחרי השקעה). לצד האקסלרטורים, ישנן תוכניות נוספות כגון חממות, תוכניות ליווי (מנטורינג), מעבדות חדשנות ועוד³. ההגדרה המקובלת בישראל לאקסלרטור היא ההגדרה המופיעה באתר הטכנולוגיה והסטארטאפים גיקטיים (Geektime)⁴ לפיה "אקסלרטורים נועדו להגביר את התקדמות הסטארטאפ בצורה משמעותית, בתוך פרק זמן מוגדר מראש. רוב התוכניות המקומיות עובדות באותה הדרך ומציעות ליזמים חלל עבודה, גישה למנטורים ובעלי ידע במטרה לעזור לפתח את המוצר בצורה הטובה ביותר וכמובן גישה למשקיעים פוטנציאלים ולקהל היעד אליו מכוונת החברה".

לב ליבו של האקסלרטור הינו תוכנית מובנית הכוללת הרצאות, סדנאות ועבודה עצמית. אקסלרטורים נועדו לסייע ליזמים בבניית החברה שלהם, להוביל אותם בדרך המובנית לבניית סטארטאפ בצורה נכונה כולל הגדרת מוצר ולקוח ותיקופם בשוק, בניית תוכנית עבודה, תקציב, הכנת חומרים כתובים, בניית מצגת משקיעים ועוד. התוכניות מתנהלות על ידי אנשי מקצוע בעלי ניסיון בהובלת תוכניות אקסלרציה, ובסיוע אנשי הייטק ואנשי שירותי הייטק המשמשים כמנטורים ויועצים, כגון עורכי דין, עורכי פטנטים, רואי חשבון ועוד. השתתפות בתוכניות האקסלרציה היא הדרך היעילה והמהירה ביותר לבניית חברת סטארטאפ בתחילת דרכה והכנתה לגיוס ראשון. בשלביה הראשונים, התוכניות מקנות גם אינדיקציה האם לרעיון שבבסיס המיזם ישנה הוכחת היתכנות שיווקית, לרבות שוק ולקוחות פוטנציאלים. בהרבה מקרים, לאחר בדיקת ההיתכנות הראשונית, נמצא כי התשובה לכך היא שלילית. תוכניות האקסלרציה בשלביהן המתקדמים, מאפשרות גם להגיע במהירות לבדיקת היתכנות בפועל, לאחר פיתוח ראשוני, ובדיקת המוצר הראשוני מול הלקוחות והשוק. כך או אחרת, תוכניות האקסלרציה מאפשרות ליזמים להאיץ את המיזם

¹ גב' (עו"ד) תמר ערבה, פועלת בתחומי החדשנות הפנים-ארגונית, ניהול אקסלרטורים וקידום פרויקטים מגוונים בתחומי החדשנות והיזמות הטכנולוגית. עורכת דין במקצועה ובעלת ניסיון בניהול ועבודה עם חברות פרטיות וציבוריות, רשויות מוניציפליות ומשרדים ממשלתיים, TamarArava@gmail.com

² ד"ר נורית איל, יזמת סדרתית, הקימה 9 סטארטאפים בתחומי מדעי החיים. היתה אחראית השקעות מדעי החיים בקרנות הון סיכון, יועצת לקרנות, תאגידים בינלאומיים וחברות ישראליות בתחומי פיתוח עסקי ותכנון אסטרטגי. הקימה וניהלה את התוכנית להשבת אקדמאים ברשות החדשנות וניהלה את תוכנית האקסלרטורים של משרד הכלכלה. בעלת דוקטורט ממכון ויצמן למדע, nuritel@gmail.com

³ לא תמיד יש בסיווג השמי בכדי לרמוז על מהות התוכנית, מאחר ואין מודל אחד לסוגי התוכניות והזירגון של שמות התוכניות אינו אחיד, לא בישראל ולא בחו"ל.

⁴ <https://www.geektime.co.il/accelerator-guide-2017/>

שלהם בצורה מובנית, תוך קבלת פידבקים מאנשי מקצוע מנוסים בתחומים השונים, או לחלופין, לחדול ולהתחיל לחלום על המיזם הבא, משום שזים תמיד נשאר זים. לאחר שההליך הושלם, מקובל לחתום את התוכנית באירוע סיום של Demo day שבמסגרתו מציגים (Pitching) הסטארטאפים בפני משקיעים ובעלי עניין את המוצר/ שירות, המודל העסקי ותכנית הפעולה שלהם לגיוס הון. מדובר באירוע המסמל את יציאתם של הסטארטאפים לשלב גיוס ההון ומהווה בעיקר כמעין טקס של מעבר שלב. במקביל לאירוע ה-Demo day מתחילים הסטארטאפים לקיים פגישות אישיות שמטרתן התקדמות בפועל לשלב הבא - גיוס הון, לקוחות, ורקימת שיתופי פעולה עם שותפים אסטרטגיים.

לצד התכנים והפגישות, חלק מהאקסלרטורים מעמידים לרשות היזמים מתחמי עבודה משותפים (Hubs). מטרת השהות הפיזית בצוותא במתחמי העבודה המשותפים הינה לייצר שיתופי פעולה בין יזמים ואנשי טכנולוגיה מתחומי מומחיות וניסיון מגוונים, כמו גם ליצור כר פורה להזדמנויות חדשות ולסיוע הדדי. כך נוצר אקוסיסטם (Ecosystem) סביב האקסלרטור שמקנה ערך מוסף למשתתפים. רשת הקשרים (Networking) במתחם ובמהלך תוכניות הליווי של הסטארטאפים, מחבר את היזמים לקבוצת הסטארטאפים המשתתפת באותו מחזור של האקסלרטור, לבוגרי מחזורים קודמים, למעגלים הולכים ומתרחבים של מנטורים, מומחים, ארגונים נותני חסויות ועוד, כאשר רשת הקשרים הולכת ונבנית במפגשים במסגרת האקסלרטור וכן במפגשים פתוחים לקהל הרחב (מיטאפים - Meetup)⁵.

המתודולוגיה והכלים

מתודולוגיית העבודה המקובלת באקסלרטורים היא Lean Startup (בהתבסס על ספרו של אריק ריס⁶), לפיו סטארטאפ בשלביו הראשונים צריך להתנהל בצורה "רזה", משמע בסבבים מהירים של בדיקה מול הלקוחות והשוק. סבבים אילו כוללים 3 שלבים: Build - Measure - Learn. בניית ניסוי, קביעת יעד כמותי ומדיד וקבלת תוצאות. אם התוצאות חיוביות, ממשיכים באותו הכיוון ומשפרים. לחלופין, בהתאם למשובים שניתנים, משנים את ההגדרות, מבצעים התאמות ובודקים שוב מול הלקוחות. הפיתוח נעשה על בסיס תפיסת ה-MVP (Minimum viable product). בהתאם לתפיסה זו, בשלב הראשוני מפתחים את המוצר המינימלי שיכול לתת ערך ומאפשר בדיקה של הרעיון והטכנולוגיה באופן מעשי. בשיטה זו, במקום להשקיע זמן וכסף על פיתוח מלא, ארוך ויקר, מתקפים (Validation) במהירות את ההנחות שבבסיס המיזם ביחס לצורך עליו נותנים מענה, לערך שמספקים, למודל העסקי ועוד. יש לשים לב כי המתודולוגיה הזו מתאימה בעיקר למוצרים מבוססי תוכנה ולא למוצרים הדורשים פיתוח ומחקר ממושכים ומורכבים.

את ה-Lean Startup פיתח אריק ריס בהתבסס על מתודולוגיה נוספת חשובה אשר נעשה בה שימוש בפיתוח סטארטאפים בשלב המוקדם שלהם והיא מתודולוגיית ה-Customer Development/ Discovery שפיתח סטיב בלאנק⁷. אם בעבר יזמים טכנולוגיים היו בונים תחילה מוצר ואז פונים ללקוחות, משמע מתחילים בשלב של Product Development, התהליך היום הינו שונה. היום יזמים טכנולוגיים "מפתחים תחילה את קהל הלקוחות", משמע, מבינים את הצורך שלהם, באיזה פתרונות הם משתמשים, מה הצורך שלהם בשינוי ואיך השוק מתנהל, ורק לאחר מכן מתחילים בבניית המוצר. המונח שהוטבע לתהליך זה הוא Get out of the building, שמשמעתו לעזוב את המשרד והתיאוריות, ולצאת לפגוש לקוחות, לראיין, לאסוף מידע מהשטח ולתקף אותו שוב ושוב בכל שלב.

⁵ מונח שהוטבע בזכות פלטפורמת meetup.com.
⁶ <http://theleanstartup.com/>
⁷ <https://steveblank.com/>

מונח נוסף המתייחס למתודולוגיית העבודה המקובלת בסטארטאפים הוא הקנבס (Canvas). את ה-Business Model Canvas (או בגרסתו הרזה: Lean Canvas) יצר אלכסנדר אוסטרולדר⁸. מדובר בתבנית ויזואלית למיפוי המודל העסקי ובניית תוכנית עסקית. במתודולוגיה הזאת, התוכנית העסקית מפורקת למרכיביה הבסיסיים בצורה ויזואלית ומאפשרת מעקב, הבנה ושינוי בצורה מסודרת וויזואלית. הקנבס הוא "נייר חי" המלווה את הסטארטאפ ומתעדכן תוך כדי תנועה.

למי מתאים האקסלרטור?

האקסלרטור מועיל במיוחד ליזמים הפתוחים ללמידה, לשינוי, אלו המסוגלים לגמישות בחשיבה, להקשבה וקבלה וליישום מהיר. יזמים שמסגרת מובנת של תכנים וניהול משימות מסייעת להם להתקדם, ירוויחו מההשתתפות בתהליך סדור ומובנה, מהליווי המקצועי והצמוד וכן מהפריה הדדית עם יזמים נוספים המשתתפים בתהליך. המסע היזמי רצוף עליות ומורדות, והחיבור לאנשים מנוסים וקבלת תמיכה וליווי ברכבת ההרים היא משמעותית. ולראייה, יזמים רבים מדווחים על הקושי והבדידות שמתעוררים עם הניתוק מהסביבה התומכת בסיום תוכנית האקסלרטור.

בראש המחנה: אקסלרטור Y Combinator

לא ניתן לכתוב על אקסלרטורים בלי להתייחס ל-Y Combinator (YC), שהינו אחד מהאקסלרטורים הבולטים והמצליחים בעולם. YC הוקם ב-2005 והטביע את המונח אקסלרציה כתוכנית להאצת התקדמות סטארטאפ. את האקסלרטור ולצידו קרן השקעות, הקימו קבוצה של יזמים מצליחים ואנשי טכנולוגיה אליהם חברו קרנות הון סיכון וחברות נוספות. התוכנית מורכבת מ-3 חודשים, שבמהלכה היזמים נדרשים להגיע פיזית אל עמק הסיליקון ולהשתתף בתהליך באופן מלא. YC משקיע בכל סטארטאפ \$150K בתמורה ל-7% מהון המניות (Equity) של החברה. מאז הקמתו, עבד אקסלרטור זה עם למעלה מ-2,000 סטארטאפים, הידועים מביניהם: Airbnb, Dropbox, Reddit ועוד. שויים המאוחד של הסטארטאפים בוגרי התוכנית, מוערך בלמעלה מ-\$155B.

האקסלרטורים בישראל

בישראל כאמור אין מודל אחד לאקסלרטור והשונות בין התוכניות רבה, לכן ניתן לסווג את האקסלרטורים לפי אספקטים מגוונים, וביניהם:

התמחות: חלק מהאקסלרטורים מקבלים סטארטאפים עם טווח תחומי פעילות מגוונים וחלקם מתמקדים ומתמחים בתחום ספציפי כגון: חקלאות, בינה מלאכותית, בנייה ונדל"ן, ביטוח וביטוח, ערים חכמות, סייבר, אנרגיה, תעשייה חכמה ועוד.

טכנולוגיה: בחלק מהאקסלרטורים קיימת הקפדה על בדיקת החדשנות הטכנולוגית לפני הקבלה לתוכנית, כמו גם על קניין רוחני פוטנציאלי ועל רקע טכנולוגי של היזמים המייסדים. לעומת זאת, אקסלרטורים אחרים שמים פחות דגש על העומק הטכנולוגי ומתעדפים חדשנות פונקציונאלית ומידת השפעה (Impact), למשל קבלת מיזמים חברתיים מבוססי דיגיטל.

מחויבות: חלק מהאקסלרטורים מקבלים רק יזמים המקדישים 100% מזמנם לפיתוח הסטארטאפ (All in), ואחרים מקבלים גם יזמים שמפתחים את הסטארטאפ בזמנם החופשי.

⁸<http://alexosterwalder.com>
⁹<https://www.ycombinator.com>

השקעה: חלק מהאקסלרטורים משקיעים כסף בסטארטאפים שמתקבלים לתוכנית (לעיתים בתמורה למניות בחברה) וחלקם גובים דמי השתתפות מהיזמים.

הגוף המממן: ניתן לסווג אקסלרטורים על פי הגוף המקים והמממן של התוכנית - דבר המשפיע על אופי התוכנית, מטרותיה, יעדיה והערך המוסף ליזמים המשתתפים. לשם כך נבחין ב- 3 קטגוריות מרכזיות: אקסלרטורים פרטיים/תאגידיים, מוניציפאליים וממשלתיים ואקסלרטורים ללא כוונת רווח ובמסגרת האקדמיה.

אקסלרטורים פרטיים/תאגידיים

תוכניות רבות הוקמו על ידי חברות ותאגידיים בינלאומיים מתחומי הטכנולוגיה (לדוגמה Microsoft, IBM) או מעולמות תוכן שונים (לדוגמה: אל-על, שיכון ובינוי, בזק, שטראוס ועוד). חברות טכנולוגיה המנהלות אקסלרטור מנגישות לסטארטאפים את מוצריהן ושירותיהן באופן שסטארטאפים בונים את התשתית שלהם באמצעותן במהירות ובעלויות נמוכות, תוך יצירת התחייבות לאותה התשתית. התאגידיים נהנים ממיתוגם כחדשניים, מחשיפה לחברות צעירות בתחומם, למגמות ולטכנולוגיות בפיתוח, להשפעה על כיווני הפיתוח המתאימים ללקוחות החברה וכן מהאפשרות לזהות הזדמנויות להשקעה בשלבים מוקדמים. הסטארטאפ זוכה למידע שאינו יסולא בפז, הישר מהשטח, מקשר ישיר ללקוחות הפוטנציאליים שלו, לידע של אנשי המקצוע שאינו ניתן לרכישה או ללימוד עצמי, ולמוניטין של סטארטאפ שנבחר ומלווה על ידי חברה אסטרטגית בתחומו. שיתוף פעולה זה יכול להתמשך כמובן מעבר לתקופת האקסלרציה ולתרום לסטארטאפ במהלך התפתחותו, משלב הפיתוח ועד למכירות.

אקסלרטורים מוניציפאליים וממשלתיים

בישראל ישנם מספר אקסלרטורים שהוקמו על ידי עיריות (לדוגמה HAC בהרצליה ו-Hubanana ברעננה) בשיתוף מרכזי הצעירים המקומיים. בשנים 2019-2020 פעלה בארץ תוכנית MaofTech, ביסוד הסוכנות לעסקים קטנים ובינוניים ומערך מעוף במשרד הכלכלה והתעשייה, בשיתוף 22 רשויות מקומיות מרחבי הארץ. במסגרת התוכנית נוצרו שיתופי פעולה עם עיריות, עמותות, חברות מהתחום ויועצים. התוכנית הפעילה שני מחזורים (2019, 2020) באזורי עדיפות גאוגרפית, מקריית שמונה ועד אילת, ובהתאמה לאוכלוסיות מגוונות כגון החברה החרדית, הערבית ולמשרתי מילואים פעילים. בתוכנית לקחו חלק למעלה מ-740 יזמים והשתתפו למעלה מ-460 מיזמים. בתוכנית הושקעו כ-30 מיליון ₪, כאשר החברות שהשתתפו בתוכנית גייסו כ-55 מיליון ₪¹⁰ (לא כולל מענקי רשות החדשנות). אקסלרטורים מסוג זה שמים למטרה את ההתנסות הפרקטית ביזמות ולא רק את סיכויי ההצלחה לסטארטאפ הנוכחי. כך למשל, תוכנית MaofTech הוקמה על מנת לצמצם את הפער בין פעילות ההייטק ותרבות הסטארטאפ הענפה באזור המרכז לאזורים בעדיפות לאומית. פעילות האקסלרטורים חיזקה מאוד את התרבות היזמית במקומות אלו ובשאיפה ליצירת שינוי בטווח הרחוק, הן של התעסוקה והן של פעילות ההייטק הכללית באזורים אלו.

אקסלרטורים ללא כוונת רווח ובמסגרת האקדמיה

עמותות וגופים ללא כוונת רווח המקימים אקסלרטורים יתמקדו לרוב בקידום סקטור או תחום מסוים. דוגמאות לכך ניתן למצוא בקמא-טק המיועד ליזמים מהמגזר החרדי, Mubadren ליזמים מהמגזר הבדואי, לפיתוח טכנולוגיות מסייעות לאנשים עם מוגבלויות, הכוורת - לפתרון אתגרים חברתיים מיסודם של הגוינט וקרנות הביטוח הלאומי. תוכניות לטיפול יזמות באמצעות אקסלרטורים פועלות גם בתוך מוסדות

¹⁰ הנתונים עדכניים לאוקטובר 2020, בטרם הסתיים מחזור 2020 ובעיצומה של מגיפת הקורונה.

אקדמאים במסגרת מרכזי יזמות בקמפוס, פקולטות או מטעם הסטודנטים. ביניהן ניתן למצוא את: Zell בביתחומי בהרצליה, מרכז ברוניצה T-Hub בטכניון, jumpTAU באוניברסיטת תל אביב ועוד.

בסיס הפעילות של מרבית האקסלרטורים תחת מודל זה אינו במודל רווח אלא בהשגת מטרות אחרות. בין המטרות הללו ניתן להצביע על קידום מיזמים טכנולוגיים להשגת יעדים חברתיים, כלי לחשיפה לטכנולוגיות חדשניות, וככלי לזיהוי טכנולוגיות וקבוצות יזמים מבטיחות בשלבים מוקדמים. מרבית האקסלרטורים הללו אינם רווחיים או ברי קיימא כיחידה עצמאית, והם ממומנים על ידי מחלקות הפיתוח העסקי והחדשנות בחברות, על ידי תקציבים ממשלתיים ועמותות. מיעוטם שואפים גם לרווח עתידי ואלו ממומנים בדרך כלל על ידי קרנות הון סיכון וחברות אשר מקבלות מניות בסטארטאפ (כנגד השקעה כספית או השתתפות באקסלרטור בלבד), וזאת בשאיפה שהסטארטאפ בוגר התוכנית יבשיל לכדי אקזיט משמעותי.

האתגרים בהקמה וניהול של אקסלרטור

לכל אקסלרטור ישנם אתגרים הייחודיים שלו, כתלות בתחום פעילותו, שלב המיזמים אותו הוא קולט, הזמינות והיקף הצוות המייעץ אותו הוא מצליח לגייס. לצד אתגרים אלו קיימים גם אתגרים משותפים לכלל האקסלרטורים וביניהם:

- **גמישות:** כל מחזור באקסלרטור שונה מקודמיו, בתלות, באופי המיזמים וביזמים הנקלטים בו. ניהול אקסלרטור מחייב גמישות ושינוי תוך כדי תנועה, בהתאם לצרכים שעולים מהשטח לבצע שינוי ו/או העשרה של התכנים הנלמדים.
- **משפך:** לאורך ניהול התוכנית הולך ומתחדד הפער בין המיזמים, בדרך כלל כתוצאה מרמת בשלות שונה של היזמים והמיזמים, ומתחומי הפעילות של המיזמים. משכך, קשה ליישם מדיניות של one size fits all מבלי לפנות למכנה המשותף הנמוך ביותר. אחת הדרכים להתמודד עם הנושא היא יצירת תוכנית המורכבת ממספר שלבים, ושימת דגש על הצרכים השונים של המיזמים בכל שלב. בצורה כזו כל מיזם מתקדם על פי הצרכים שלו, תוך פגיעה מינימלית בהתקדמות המיזמים המתקדמים יותר. התנהלות כזו עשויה גם לשמש כמסננת לניפוי מיזמים שלא עומדים בשלבי ההתקדמות הנדרשים על ידי התוכנית.
- **שונות ומגוון:** אקסלרטורים המיועדים לחיזוק אוכלוסיות ומגדרים צריכים לשים לב לצורת הפנייה ובניית התוכנית בצורה המתאימה לקהל היעד. לעיתים המסרים בשלב גיוס הסטארטאפים לתוכנית אינם מותאמים ו/או מונגשים באופן המותאם לחסמים ולצרכים הייחודיים של המגזרים השונים.
- **חיבור ליזמים מצליחים:** אחד הנושאים החשובים בתוכנית האקסלרטורים הוא המפגש הבלתי אמצעי עם יזמים מנוסים ומצליחים, שבנו סטארטאפים ונמצאים בשלבים מתקדמים, בעלי פרספקטיבה, ניסיון, סיפורי הצלחה וכישלון. יצירת שיתוף פעולה עם יזמים מצליחים הוא אתגר הדורש רשת רחבה של קשרים לאיתור וגיוס יזמים בעלי ניסיון בתחומי הפעילות והשווקים הרלוונטיים לסטארטאפים באקסלרטור.
- **רשת תמיכה ומחויבות:** מנטורים, יועצים, מומחי תוכן, אנשי טכנולוגיה, עורכי דין, כלכלנים, נותני החסות, יזמים מנוסים ועוד מהווים את הרשת התומכת ביזמים באקסלרטור. לעיתים תכופות עבודתם עם היזמים היא ללא תמורה כספית, ובהתאם נקודתית ולא תהליכית. על מנת להצליח בבניית רשת ענפה עם מחויבות יש ליצור תחושת שליחות, חיבור לחזון המשותף ולהעמיק את המחויבות לתהליך מצד היזמים, הצוות ורשת התמיכה.

- **היום שאחרי:** בסיום התוכנית היזמים שצלחו את התוכנית במלואה יוצאים עם מנוף חיובי להתקדמות. בסיום האקסלרטורים יש בידיהם את החומרים הנדרשים להצגה למשקיעים אך לצד זה הם מאבדים את המסגרת התומכת והעוטפת שהיתה להם במהלך תקופת האקסלרטור. המעבר ממסגרת מחייבת, מעמידה במשימות ולוחות זמנים לביצוע, קבלת פידבקים ותחושות שותפות גורל לעבודה עצמאית, לעיתים בודדה, מקשה מאוד על חלק גדול מהיזמים. משכך, על מנת שלא לאבד את התאוצה של התהליך, מומלץ לקראת סיום האקסלרטור - לבצע הכנה ליום שאחרי שכולל, בין היתר, חיבור לתוכניות המשך וחממות ליזמים מתאימים, תוכנית פעולה עם יעדים ברורים, זאת לצד העמקת הקשרים והחיבורים בין בוגרי האקסלרטור לרשת הבוגרים משנים קודמות ולאקוסיסטם הרלוונטי לסטארטאפ.

השפעת מגפת הקורונה על תחום האקסלרטורים

בכל משבר ישנה גם הזדמנות לצמיחה של משהו חדש, נושא שניכר גם בתחום של האקסלרטורים וניתן להתייחס בהקשר זה לשלושה נושאים עיקריים:

- **תכנים ונטוורקינג.** בתקופת הקורונה עברו גם האקסלרטורים לעבודה מרחוק, מה שאפשר הלכה למעשה הרחבה של שיתופי פעולה בארץ ובעולם תוך קיום פגישות, סדנאות עבודה והרצאות באופן ווירטואלי. משקיעים ואנשים אשר בימים כתיקונם יומנם עמוס והם מצויים לרוב בפגישות ונסיעות עסקים, עבודתם נהייתה גמישה יותר, דבר שהקל על תיאום וקיום מפגשי שיחות וידאו לצורך קבלת משוב ועצה.

- **בחינת רלוונטיות.** נושא נוסף שבא לידי ביטוי בעקבות משבר הקורונה הוא הסיוע שניתן על ידי האקסלרטורים ליזמים בבחינת התאמת המוצר של היזמים לרוח התקופה, לרבות שאלות כגון כיצד ניתן להגדיל את הרלוונטיות שלהם לאור הנסיבות המשתנות ומהי ההשפעה של המגיפה על הצעת הערך ללקוחות ועל השוק. כך למשל, תחומים מסוימים זכו לתשומת לב מרובה יותר עם המעבר מפיזי לדיגיטל, מניהול מקומי - לענן וביניהם, פתרונות לעבודה ולמידה מרחוק, שירותי ענן, ביו ומדיקל, לוגיסטיקה, גיל שלישי, מסחר מקוון ועוד.

- **גיוסים.** בעקבות משבר הקורונה, יזמים רבים נדרשו לחישוב מסלול מחדש לקראת גיוס, מאחר ובשלב הראשוני והמידי בהתמודדות עם המגפה, ההתנהלות של המשקיעים והקרנות עברה לגישה שמרנית יותר, שכללה ירידה בהשקעות חדשות והתגייסות לטובת יזמים וסטארטאפים בהם כבר השקיעו בעבר. מצב דברים זה, הביא לשינוי בהערכת שווי של חברות צעירות, לצד הישענות בעיקר על מקורות הון ממשלתיים ומוסדיים ואיתור הזדמנויות חדשות למענקים ומימון שהושקו לסייע בהתמודדות עם משבר הקורונה.

סיכום

ידע ותשוקה הם משאבים שכלל משתפים אותם כך הם מתרבים, וכך ניתן לאפיין אקסלרטור מוצלח. אקסלרטור מוצלח כולל מסגרת ומתודולוגיה של למידה, בדיקה ויישום במהירות וביעילות וזאת לצד הרחבה של שיתופי הפעולה ומעגלי ההשפעה והמשובים. שיתופי פעולה אילו מתאפשרים באמצעות חיבור לרשת של אנשים מנוסים ומגויסים, אשר מסייעים ליזמים בשלבים הראשונים של הקמת הסטארטאפ ומעניקים לו את התורה שבעל פה.

[חזרה לתוכן העניינים](#)