

خط مشی حمایتی از استارت‌آپ‌های مرکز حمایت از کسب و کارهای نوآورانه (استارت‌آپی) شهرداری منطقه ۲

تعاریف

استارت‌آپ کسب و کاری است که یک نیاز جدید و اساسی مدیریت شهری را بر طرف کند که مقیاس پذیر است. یعنی در آینده افراد بیشتری را همراه خود می‌کند. اگرچه ممکن است در فواصل طولانی مقیاس پذیر نباشد.

طبق تعریف **استیو بلنک**، پروفیسور دانشگاه استنفورد، استارت‌آپ یک سازمان است که برای پیدا کردن یک مدل کسب و کار **تکرارپذیر و مقیاس‌پذیر** راه‌اندازی می‌شود.

استارت‌آپ ممکن است ایده‌ای کپی باشد یا نباشد. ممکن است ایده‌ای جدید و نو باشد. ممکن است قبلاً کسی آن را راه‌اندازی کرده باشد یا نباشد.

استارت‌آپ ممکن است کسب و کاری آینده‌نگر باشد که باعث تحول در بازار می‌شود. (مانند پیدو)
استارت‌آپ ممکن است کسب و کاری سنتی باشد که به صورت آنلاین خدماتی را ارائه می‌دهد. (مانند کشمون
- خرید زعفران از کشاورز)

معمولاً استارت‌آپ‌ها به گونه‌ای هستند که کمتر کسی می‌تواند از آن کپی کند و در این صورت است که اکثر آن‌ها کم‌رقیب یا حتی بی‌رقیب ظاهر می‌شوند. اما تمرکز اصلی استارت‌آپ‌ها روی صحیح دیده شدن و همچنین بیشتر دیده شدن است. چون قرار است ایده‌شان برای رفع نیاز افراد زیادی کاربرد داشته باشد.

مرکز استارت‌آپی: مرکز توسعه مشارکتهای فکری شهروندی شهرداری منطقه ۲ می‌باشد که استارت‌آپهای ثبت شده در آن مورد حمایت شهرداری منطقه ۲ قرار می‌گیرند.

شتاب‌دهنده: شتاب‌دهنده‌ها که طی چند سال گذشته تعدادشان در کشور ما افزایش یافته است کار اصلی شان سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها است. در واقع شتاب‌دهنده‌ها در قبال سرمایه‌گذاری روی ایده‌های نو و کاربردی استارت‌آپ‌ها درصدی از مالکیت آن‌ها را می‌گیرند. شتاب‌دهنده‌ها علاوه بر سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها خدماتی مثل آموزش دادن توسط متخصصین آن حوزه را در اختیار صاحب ایده‌ها قرار می‌دهند. معمولاً شتاب‌دهنده‌ها شانس به موفقیت رساندن استارت‌آپ‌ها را افزایش می‌دهند.
شتاب‌دهنده‌ها از ابتدای شروع کار یک استارت‌آپ یعنی ارائه محصول اولیه یا نسخه دمو تا مراحل پایانی و پیشرفته تر همراه آن‌ها هستند.

شتاب‌دهی: کوتاه‌سازی و روند راه‌اندازی و توسعه کسب و کار نوپا.

کارآفرین: فردی که فرصتی جدید در جامعه ایجاد می‌نماید و از فرصت‌های موجود در جامعه به جهت ایجاد اشتغال استفاده می‌نماید.

شرکت دانش‌بنیان: موسسات خصوصی یا تعاونی هستند که به منظور افزایش علم و ثروت، توسعه اقتصادی بر پایه دانش و تحقق اهداف علمی و اقتصادی در راستای گسترش اختراع و نوآوری و در نهایت تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده فراوان تشکیل می‌شود.

تفاوت های استارت آپ ها با دیگر کسب و کارها

تفاوت های استارت آپ ها با دیگر کسب و کارهای اینترنتی در این است که استارت آپ ها قابلیت مقیاس پذیری دارند.

مقیاس پذیری به رشد کسب و کار نسبت به هزینه های آن گفته می‌شود که این رشد به صورت کاملاً نامتناسب است.

پس فرق استارت آپ ها با دیگر کسب و کارها در این است که استارت آپ ها مقیاس پذیر هستند و پتانسیل این را دارند که بدون هزینه های اضافی رشد بسیار سریع و چشمگیری داشته باشند. البته این را هم بدانید فناوری های جدید کمک بسیار زیادی به مقیاس پذیری استارت آپ ها می‌کنند.

اصطلاحات رایج در استارتاپ

Lean Startup

متودولوژی لین استارتاپ (Lean Startup) یا نوپای ناب به شما یاد می‌دهد که چگونه یک استارتاپ را هدایت کنید، چه موقع آن را تغییر دهید و از چه راه‌هایی برای رشد آن استفاده کنید. لین استارتاپ یک رویکرد علمی برای ساختن و مدیریت کردن استارتاپ به شما می‌دهد و کمک می‌کند که محصول خودتان را سریع‌تر به دست مشتری برسانید. بسیاری از استارتاپ‌ها با ایده‌ی ساختن محصول مورد نیاز مردم راه‌اندازی می‌شوند. آن‌ها ماه‌ها و حتی سال‌ها زمان صرف می‌کنند که محصول خود را به بهترین نحو شکل دهند بدون اینکه آن را به مشتری نشان بدهند. همین موضوع باعث شکست خوردن بسیاری از آن‌ها می‌شود. زیرا آن‌ها با مشتری‌ها صحبت نمی‌کنند و در مورد محصولات خود از آن‌ها بازخورد نمی‌گیرند. زمانی که مشتری‌ها نتوانند با یک استارتاپ ارتباط برقرار کنند، به ایده‌ی آن اهمیتی نمی‌دهند و در نتیجه استارتاپ شکست می‌خورد.

Unicorn Startup

استارتاپ تک شاخ یا یونیکورن استارتاپ (Unicorn Startup) به استارتاپ‌هایی گفته می‌شود که رشد سریعی دارند و به ارزش بیش از ۱ میلیارد دلار می‌رسند. این لغت اولین بار در سال ۲۰۱۳ توسط سرمایه‌گذارانی به نام آلین لی ارائه شد و او از میان حیوانات افسانه‌ای، تک شاخ را به‌عنوان نماد این مدل استارتاپ انتخاب کرد.

از جمله بزرگ‌ترین استارت‌آپ‌هایی که در این دسته جا می‌گیرند می‌توان به Dropbox، Airbnb، Xiaomi، Uber و Pinterest اشاره کرد.

بنیان‌گذار استارت‌آپ (Founder)

به شخصی که استارت‌آپ را راه‌اندازی می‌کند بنیان‌گذار گفته می‌شود. این اشخاص معمولاً علاقه‌ای به کار کردن برای دیگران ندارند و باور دارند که می‌توانند با تلاش‌های بی‌وقفه‌ی خود دنیا را تغییر دهند. این افراد می‌توانند با تعدادی از دوستان خود در این راه شریک شوند و وظایف سنگین را بین خودشان تقسیم کنند. راه‌اندازی یک استارت‌آپ به هیچ‌عنوان کار راحتی نیست و در طی آن، به بنیان‌گذاران آن فشار زیادی وارد خواهد شد. اما اگر فعالیت‌های آن‌ها موفقیت‌آمیز باشد، نتیجه‌ی آن هم از نظر احساسی و هم از نظر مالی بسیار خوب خواهد بود.

شتاب‌دهنده‌ی استارت‌آپ (Startup Accelerators)

شتاب‌دهنده‌ها شرکت‌هایی هستند که روی استارت‌آپ‌هایی با ایده‌های جالب و البته کاربردی سرمایه‌گذاری می‌کنند. این شرکت‌ها درصدی از مالکیت استارت‌آپ را می‌گیرند؛ اما در عوض خدماتی مانند آموزش توسط مربی‌ها و آشنا کردن آن‌ها با سرمایه‌گذاران و متخصصان آن رشته را برایشان فراهم می‌کنند. در واقع این شرکت‌ها شانس موفقیت استارت‌آپ‌ها و پیدا کردن سرمایه‌ی بالقوه برای فعالیت‌هایشان را بالا می‌برند.

استارت‌آپ ویکند (Startup Weekend)

استارت‌آپ ویکند یک رویداد آموزشی-تجربی ۵۴ ساعته است که معمولاً در آخر هفته برگزار می‌شود. در این رویداد افراد مختلفی مانند علاقه‌مندان به استارت‌آپ، توسعه‌دهندگان، برنامه‌نویسان، مدیران کسب‌وکارها، بازاریاب‌ها و طراحان گرافیک حضور دارند. ایده‌ها در این رویداد مطرح می‌شوند و افراد گروه تشکیل می‌دهند تا طرح اولیه یا دموی ایده‌ی خود را پیاده‌سازی کنند.

استارت‌آپ گرایند (Startup Grind)

استارت‌آپ گرایند یک برنامه‌ی جهانی است که در آن از کارآفرینان موفق دعوت می‌شود تا داستان موفقیت و چالش‌های استارت‌آپ خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. افراد می‌توانند در این برنامه با پروژه‌های یکدیگر آشنا شوند و از تجربیات هم استفاده کنند.

واگذاری (Vesting)

به نوعی تخصیص سهامی گفته می‌شود که طی آن بعد از گذشت مدت زمانی، مقدار سهم تعیین شده به کارمندان داده می‌شود. به‌عنوان مثال اگر به یک کارمند ۲۰۰ سهام طی ۱۰ سال داده شود، یعنی بعد از گذشت هر سال ۲۰

سهم به او اختصاص پیدا می‌کند. این کار به کارمندان انگیزه می‌دهد که عملکرد خوبی داشته باشند و برای مدت زمان زیادی در شرکت کار کنند.

بنچمارک (Benchmark)

به فرآیندی گفته می‌شود که یک استارت‌آپ برای اندازه‌گیری موفقیت فعلی خود از آن استفاده می‌کند. سرمایه‌گذاران میزان موفقیت استارت‌آپ‌ها را بر اساس بنچمارک‌ها می‌سنجند. به عنوان مثال وقتی می‌گوییم شرکت A به بنچمارک درآمد X در طی ۲ سال رسیده است یعنی این استارت‌آپ توانسته است طی ۲ سال میزان فروش خود را به X برساند.

بوت‌استرپ (Bootstrapped)

زمانی که گفته می‌شود یک شرکت بوت‌استرپ است، یعنی بودجه‌ی آن توسط خود کارآفرین یا بودجه‌ی خود شرکت تأمین شده است.

وام موقت (Bridge loan)

این نوع وام به Swing loan نیز معروف است و به مساعده‌هایی گفته می‌شود که بر اساس میزان درآمد به یک شخص داده می‌شود و فاصله‌ی بین درآمدهای عمده را پر می‌کند.

فروش (Buyout)

یک استراتژی معمول برای خروج است که طی آن سهام شرکت به فروش می‌رسد و به خریداران آن اجازه‌ی کنترل شرکت داده می‌شود.

سرمایه (Capital)

به دارایی‌های مالی گفته می‌شود که در حال حاضر برای استفاده در دسترس هستند. کارآفرینان از سرمایه برای آغاز استارت‌آپ استفاده می‌کنند و مقدار آن را افزایش می‌دهند تا به رشد استارت‌آپ کمک کنند.

دو دلینجس (Due diligence)

به ارزیابی و تحلیل سرمایه‌گذاران از وضعیت و پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری گفته می‌شود. این ارزیابی می‌تواند شامل بررسی سوابق مالی و اندازه‌گیری ROI باشد.

بازده سرمایه‌گذاری یا بازگشت سرمایه (ROI)

همان‌طور که از نامش پیدا است، برگشت سرمایه را مورد بررسی قرار می‌دهد. در واقع به پولی گفته می‌شود که به یک سرمایه‌گذار به‌عنوان درصدی از سرمایه‌گذاری خود در استارت‌آپ برگشت داده می‌شود. به‌عنوان مثال اگر یک سرمایه‌گذار مبلغ ۲ میلیون دلار برای خرید ۲۰ درصد سهام یک شرکت خرج کند و شرکت با مبلغ ۴۰ میلیون دلار به فروش برسد، این یعنی آن سرمایه‌گذار مبلغ ۸ میلیون دلار از فروش شرکت دریافت خواهد کرد.

خروج (Exit)

برخی بنیان‌گذاران و سرمایه‌گذاران استارت‌آپ این‌گونه پولدار می‌شوند؛ Exit به‌متدی گفته می‌شود که یک سرمایه‌گذار و یک کارآفرین سرمایه‌ی خودشان را از شرکت خارج می‌کنند. خروج معمولاً در زمان IPO و M&A اتفاق می‌افتد.

آی‌پی‌او (IPO)

زمانی است که یک استارت‌آپ سهام خودش را در یک فراهخوان بورس برای فروش به مردم پیشنهاد می‌دهد. در این حالت یک شرکت خصوصی تبدیل به سهامی عام می‌شود و دیگر یک استارت‌آپ نیست.

مالکیت و ادغام (Merge & Acquisition)

زمانی است که استارت‌آپ توسط یک شرکت بزرگ‌تر خریداری یا با آن ادغام می‌شود. این اتفاق به‌صورت دوستانه (همراه با توافقنامه) یا خصمانه (بدون توافقنامه) صورت می‌گیرد.

توافقنامه عدم افشاکری (NDA)

NDA مخفف عبارت Non-disclosure agreement است و به توافقنامه‌ای گفته می‌شود که طی آن هر ۲ طرف از اطلاعات حساس و محرمانه مانند اسرار تجارت محافظت می‌کنند و آن را با شخص سوم به اشتراک نمی‌گذارند.

پیوت (Pivot)

زمانی است که استارت‌آپ جهت استراتژی‌های خودش را سریعاً تغییر می‌دهد. معمولاً این تغییرات به دلیل عدم بازدهی اتفاق می‌افتند و طی آن بر ویژگی‌های دیگر محصولات یا مشتری‌ها تمرکز می‌شود.

مذاکره در آسانسور (Elevator Pitch)

فرض کنید در یک آسانسور با یک سرمایه‌گذار هم مسیر شده‌اید و تنها ۳۰ تا ۱۲۰ ثانیه فرصت دارید او را متقاعد کنید که روی ایده‌ی شما سرمایه‌گذاری کند. به عبارتی شما باید در این چند ثانیه مشکل، راه‌حل آن و بازار مشتری‌ها را برای سرمایه‌گذار توضیح بدهید و او را متقاعد کنید.

نرم‌افزار به‌عنوان سرویس (SaaS)

به یک محصول نرم‌افزاری گفته می‌شود که از راه دور به وسیله‌ی اینترنت یا سیستم رایانش ابری کنترل می‌شود.

مدل مراحل توسعه استارت‌آپ^۱

۱- استارت‌آپ کامنز



مدل سایت استارت کامنز سه مرحله کلی شکل‌گیری (ماموریت، چشم‌انداز و استراتژی)، اعتبارسنجی (استارت‌آپ ناب شامل حداقل محصول قابل ارائه یا ام‌وی‌پی/ولیدیت و تکرار یا حتی چرخش) در نهایت رشد رو شامل می‌شود.

مرحله ۲- ایده‌پردازی (Ideating)

جاه‌طلبی‌های کارآفرینانه و یا ایده کالا یا خدمت با پتانسیل رشد بالا برای به بازار هدف به اندازه کافی بزرگ. به ایده اولیه در مورد چگونگی ایجاد ارزش. یک فرد یا به تیم مبهم و ساختارنیافته، بدون هیچگونه توافق مشترک یا شکل دهی تیمی با توازی نادرست از مهارت‌ها.

^۱ منابع:

- startupcommons.org
- saravapars.com

مرحله ۱- ایجاد مفهوم اولیه (Concepting)

تعریف ماموریت و چشم انداز کوتاه مدت برای چند سال آینده با استراتژی های اولیه و مایلستون های کلیدی جهت رسیدن به جایی که برای استارتاپ ترسیم شده. دو یا سه هم بنیانگذار کارآفرین اصلی با مهارت های مکمل و برنامه مشخص مالکیت.

در این مرحله شاید اعضای برای بعضی نقش ها و مسئولیت های خاص به تیم اضافه شده باشند.

مرحله ۰: ایجاد تعهد (Committing)

تیم موسسان متعهد، دارای مهارت های متوازن با چشم انداز، نگرش و ارزش های مشترک. توانایی توسعه ورژن اولیه از کالا یا خدمت، با منابع متعهد شده، یا وجود یک محصول اولیه یا خدمت در بازار. قرارداد شراکت هم بنیانگذاران (SHA) شامل مایلستون ها، تعهدات زمانی و مالی هریک از سهامدارن متناسب با سه سال آینده، امضا شده.

مرحله ۱: اعتبار بخشی (Validating)

تکرار و تست فرضیات برای اعتباردهی راه حل (ها) به منظور نشان دادن رشد کاربر و یا درآمد اولیه. شاخص های کلیدی عملکرد اولیه که شناسایی شده اند، باعث امکان جذب منابع اضافی (همچون منابع مالی و انسانی) از طریق سرمایه گذاری ها یا دریافت وام و... شده است که منجر به دریافت سهام یا تسهیم درآمد از درآمدهای آینده می شوند.

مرحله ۲: افزایش مقیاس (Scaling)

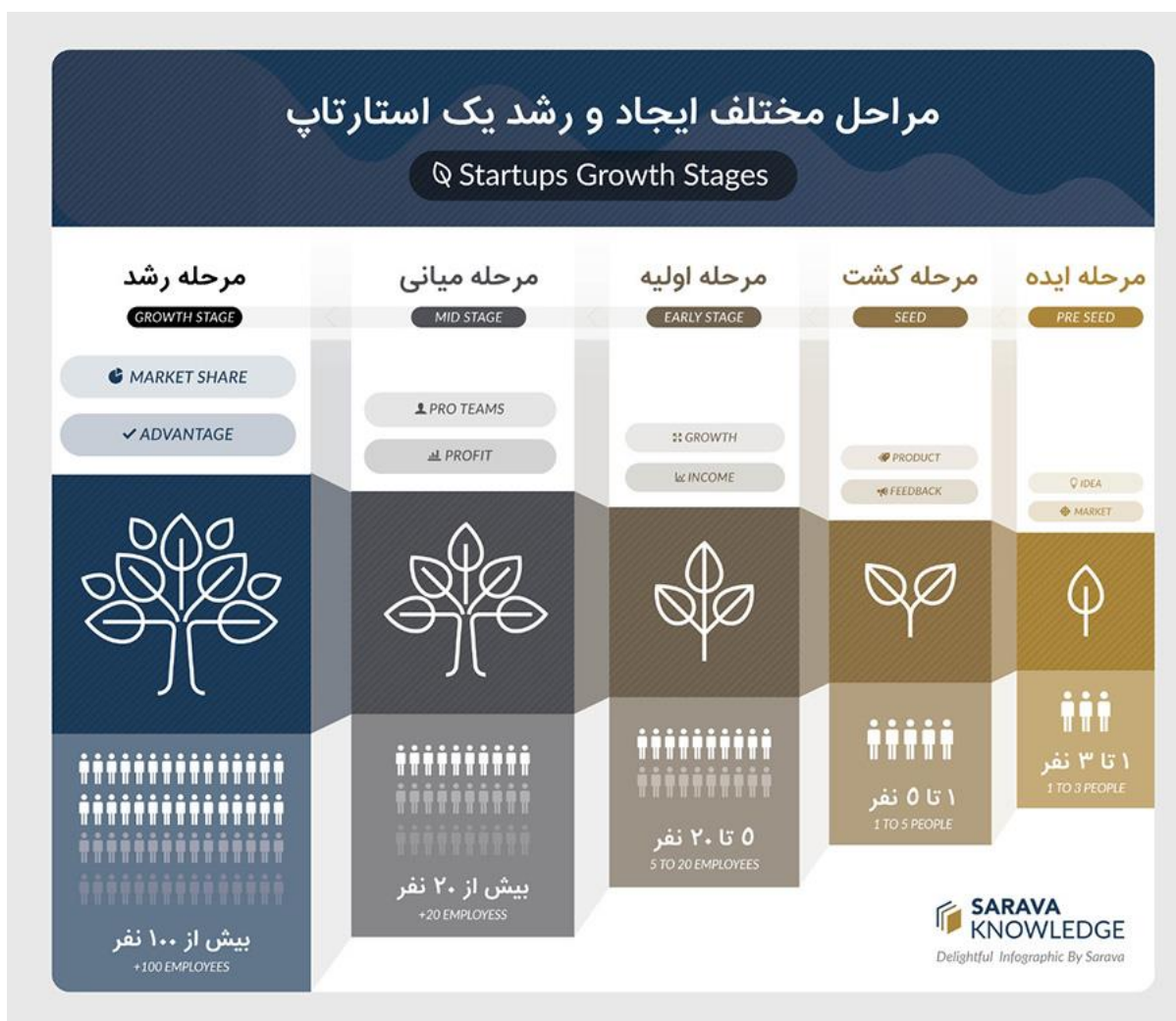
تمرکز بر رشد مبتنی بر شاخص های کلیدی عملکرد برای کاربران، مشتریان یا درآمدها و یا حتی کشش و سهم بازار بزرگ یا سریع تو بازار هدف. توانایی یا خواستن برای رشد سریع. سرمایه قابل توجه ای جذب کردن یا آگه به سرمایه نیاز داشته باشن قابلیت جذبشو دارند. استخدام، بهبود کیفیت و پیاده سازی فرایندها در این مرحله اتفاق می افتد.

مرحله ۳: تاسیس / راه اندازی (Establishing)

دستیابی به رشد عالی ای که امکان تداوم آن فراهم. آسان منابع مالی و انسانی جذب می کنند. وابسته به ماموریت، چشم انداز و تعهدات، به رشد ادامه میدهند و این میشه فرهنگشان (رشد پایدار) درست مثل یه استارتاپ. بنیانگذار و یا سرمایه گذار یا از کسب و کار خارج میشن و یا به همکاری شون ادامه می دهند.

۲- مراحل توسعه استارت‌آپ، سرآوا

بر اساس فعالیت سرآوا، استارت‌آپ‌ها مطابق مراحل زیر دسته‌بندی شده و بر حسب هر یک از فازها برنامه‌ریزی‌های لازم برای حداکثر کردن احتمال موفقیت انجام می‌شود. این مراحل با در نظر گرفتن ماهیت استارت‌آپ‌ها، بر پایه‌ی مدل رشد به گیاه شبیه‌سازی شده است که شکل زیر آنرا نشان می‌دهد:



مرحله ایده (Pre-Seed)

وقتی تنها چیزی که از به استارت‌آپ وجود دارد، به ایده ناب باشد و هنوز محصول اولیه‌ای ساخته نشده، استارت‌آپ در مرحله‌ی ایده یا پیش از کشت قرار دارد. اغلب موارد تو این حالت، تیم متشکل از یک تا سه نفر که بیشتر وقت‌شان صرف ایده‌پردازی، مطالعه بازار و شناسایی نیاز مشتریان بالقوه می‌شود.

معمولاً موسسین در این مقطع هنوز روی ایده متمرکز نشده یا مشغول به فعالیت در شرکت دیگری هستند و راه‌اندازی یک استارت‌آپ برایشون بیشتر به کار جانبی محسوب می‌شود.

در این مرحله، صاحبان ایده با شرکت در رویدادهایی مانند استارت‌آپ ویکند، تلاش می‌کنند با فضای ایجاد یک کسب و کار نوپا آشنا شده و ارتباط‌های لازم برای تشکیل تیم اولیه‌شان رو ایجاد کنند.

مرحله کشت ایده (Seed)

یک استارت‌آپ زمانی در مرحله‌ی کشت ایده قرار دارد که موسسینش از مرحله ایده‌پردازی گذشته‌اند و در حال ساخت پروتوتایپ (نمونه) اولیه هستند تا بتوانند بازخورد ابتدایی مورد نیازشان رو از بازار بگیرند.

اغلب استارت‌آپ‌ها در این مرحله درآمدی ندارند و اکثر مشتریان شان به صورت مجانی از محصول یا سرویس استفاده می‌کنند. تیم استارت‌آپ در این مرحله متشکل از خود موسسین و ۱ تا ۵ نفر دیگر هستند.

مرحله اولیه استارت‌آپ (Early stage)

در این مرحله، معمولاً از پروتوتایپ گذشته و به درآمدزایی رسیدند. البته ممکن هنوز به سود نرسیده باشند ولی توانستند مشتریانشان جذب کنند و تلاش میکنند تعداد مشتریان شان رو افزایش بدهند و قوی‌تر در بازار هدف حاضر بشوند. اغلب استارت‌آپ‌ها در این مرحله، بسته به نوع فعالیت‌شان از تیم‌های ۵ تا ۲۰ نفره تشکیل میشوند.

مرحله میانی استارت‌آپ (Mid stage)

در این مقطع، استارت‌آپ‌ها به سودآوری رسیده‌اند اما معمولاً سهم بازارشان کم است و در حال توسعه محصول یا سرویس‌های جدیدتری برای رشد سهم بازار و ورود به بازارهای دیگر هستند. معمولاً تیم‌های استارت‌آپی در این مرحله ساختار یافته‌تر میشوند و حتی شاید تیم محصول، تیم بازاریابی، مالی، منابع انسانی، پشتیبانی و... داشته باشند.

مرحله رشد (Growth stage)

تو این مقطع استارت‌آپ‌ها معمولاً بخش اعظمی از بازار رو در اختیار گرفته‌اند و تیم‌هایی با بیش از ۱۰۰ نفر پرسنل دارند. با توجه به اکوسیستم کنونی ایران شاید تعداد استارت‌آپ‌هایی که در این مرحله قرار دارند هنوز انگشت‌شمار باشد.

شرط حمایتی از استارت‌آپ‌ها توسط شهرداری:

۱. در یکی از نقش‌های تعریف شده در نقشه راه مرکز حمایت از کسب و کارهای نوآورانه منطقه قابل پذیرش باشد.
۲. استفاده از اپلیکیشن موبایل در کسب و کارهای خود. (توسعه یافته در بیشتر سیستم عامل‌ها)
۳. یکی از سطوح توسعه استارت‌آپی تعریف شده در قسمت تعاریف را پیموده باشد.
۴. دارای ضریب جذب و نفوذ مشتری بالای ۱۰۰ کاربر.

۵. دارای ایده و یا راه حل جهت رفع یکی از چالشهای شهری موجود در منطقه.
۶. دارای جذابیت (از نظر ایده و هزینه) و مطابق نیازهای شهروندی (کاربری آسان) باشد.
۷. در راستای هوشمند سازی آتی منطقه گام برداشته باشد.
۸. دارای چشم انداز و ماموریت بلند مدت باشد.
۹. نداشتن رقیب و در غیر اینصورت داشتن مزیت رقابتی شاخص.

وظایف شهرداری در قبال استارتاپ ها :

۱. در اختیار قرار دادن فضا، تجهیزات و ملزومات اداری، تلفن voip برای برگزاری رویدادها و دوره های آموزشی طبق تقویم مصوب شده در مرکز استارتاپی منطقه.
۲. در اختیار قرار دادن ظرفیت های موجود منطقه و نواحی شهرداری، به منظور برگزاری رویدادها، جلسات، تبلیغات و معرفی طرح های جدید که در حوزه مدیریت شهری تعریف می شود.
۳. معرفی افراد خبره و کارشناسان برای استفاده در امور داوری، کمیته های پذیرش و ارزیابی و معرفی چالش های مدیریت شهری و مدیریت آموزشی به استارتاپ ها.
۴. در اختیار قرار دادن امکانات شهرداری از جمله تبلیغات، اطلاع رسانی و تشکیل کمیته خبری و تهیه گزارشات با هماهنگی روابط عمومی شهرداری با توجه به برنامه های مرکز استارتاپی به استارتاپ ها.
۵. اولویت دهی استفاده از خدمات و یا محصولات استارتاپی با محوریت مدیریت شهری برای شرکت
۶. همکاری و مشارکت در برگزاری فن بازار، رویدادها، نمایشگاه ها و همایش ها برای معرفی استارت آپهای نوپا.
۷. حمایت از محل کسب و کار استارتاپ ها تا زمانی که میزان جذب مشتریان آنها به بالای ۱۰۰۰۰ کاربر برسد.

وظایف استارتاپ ها در قبال شهرداری:

- کمک به هم افزایی فعالیت های نوآورانه واحد های استارتاپی مورد حمایت شهرداری تهران از بستر پلتفرم (در صورت دارا بودن).
- شرکت در رویداد ها و جشنواره های تعریف شده توسط شهرداری .
- بالا بردن ضریب نفوذ جذب کاربر به میزان ۵۰۰۰ کاربر به بالا در مدت ۹ ماه .
- حرکت در سطوح توسعه استارتاپی تعریف شده در قسمت تعاریف بالا.
- ارائه مشاوره کسب و کاری به واحدهای استارتاپ های شهرداری در صورت نیاز.

- استفاده از لوگو و شعار مخصوص منطقه دو در تبلیغات محیطی بگونه ای که به برندسازی این منطقه کمک نماید.
- همکاری و تبادل اطلاعات با سایر استارتا پهای مورد حمایت شهرداری .
- هماهنگی های لازم جهت توسعه کسب و کارهای خویش با شهرداری در راستای قوانین.