



موجز حلقة

نصائح رائد أعمال عربي بنى شركة بقيمة ٣ مليار دولار

🕒 يُقرأ في ٨ دقائق

١٧ أغسطس ٢٠٢٥

moghamra

🎙️ كريم أمين

اسمع الحلقة كاملة أو اقرأ النسخة التفاعلية

mujaz.co/moghamra-kareem-amin



الزبدة في سطرين

كريم أمين مصري بنى Clay، منصة ال go to market التي بثق فيها OpenAI وجوجل وCanva Anthropic. القصة مش نجاح سريع: **قعد قريب من ٥ سنين من غير إيراد ومن غير product market fit**، بيغيروا الفكرة كل شوية وهم ٣ أفراد بس. في ٢٠١٩ Sequoia حطت ١٢.٥ مليون دولار من غير عملاء ولا traction، وراهنوا عكس نصيحة كل المستثمرين: **منتج معقد بيركز على ال user persona مش ال use case**. أول ما لقوا ال product market fit، الشركة طارت من صفر لـ ٣٠ مليون دولار إيراد في سنتين، ومن **١.٥ مليار دولار لـ ٣.١ مليار في حوالي ٦ شهور**. وبيتكلم بصراحة عن الجانب النفسي: **إن الرغبة في النجاح نفسها كانت بتوقفه**، وإن السر إنك تستسلم من الأول عشان تقدر تكمل.

الأفكار الرئيسية

١. من مصر لـ Clay: شركتين قبلها و ٥ سنين تحت الأرض ▶ 2:20

كريم مصري سافر بدري، راح McGill، وبعدين خد شغلانة في مايكروسوفت عشان يعمل إقامة، وابتدى شركته الأولى مع صاحبه نيكلاي وباعوها. Clay هي تالت شركة ليه، ومكانتش نجاح من أول يوم: **قعدوا قريب من ٥ سنين بيجربوا من غير ما يعرفوا الفكرة الصح**. القصة اللي بيحكىها مش عن عبقرية، لكن عن صبر طويل وقدرة إنه يكمل وهو مش شايف نتيجة.

٢. الفكرة: تدّي «قوة البرمجة» للناس العادية ▶ 3:11

من ٢٠١٧ كانت الفكرة الأساسية إن البرمجة هي «superpower» القرن ٢١، واللي ما يعرفهاش مش هيقدر يكبر شغله. فحبّوا يدّوا القدرة دي للناس العادية، زي ما Figma أتاحت التصميم للجميع وNotion الملاحظات. Clay في الآخر بقت منصة بتخلّي أي شركة تعرف تلاقي عملاءها وتكبر من غير ما تكون شركة برمجيات.

٣. ٥ سنين بيغيروا الفكرة من غير product market fit ▶ 47:29

أكثر حاجة عطلتهم إنهم كانوا كل ما يمسخوا فكرة يغيروها بعد كام أسبوع. **قبل ما توصل لـ product market fit، إنت ما عندكش حاجة غير القصة اللي بتقولها**، والقصة دي ساعات بتاخذ سنين. كريم بيقول إن اللي خلاه يكمل إحساسه إنه لسه ما حطّش المجهود الكامل بتاعه، ومش عايز يندم زي مشاريع قديمة سابها بدري.

٤. Sequoia حطت ١٢.٥ مليون وهم ٣ أفراد بلا عملاء ▶ 25:42

في ٢٠١٩، وهم لسه ٣ أفراد بس من غير عملاء ولا Sequoia، traction حطت فيهم ١٢.٥ مليون دولار (وقبلها كانوا خدوا ٢.٥ مليون في ٢٠١٧). السبب إن المستثمر مش بيدور على شركة نجاحها مضمون، لكن على سوق كبير وteam يقدر يمشي من الصفر للمليار، حق لو الاحتمال ١٪ بس.

٥. لحظة التحول: ال focus، ونيكلاي مشي لل crypto ▶ 33:30

سنة ٢٠٢١ كان ال crypto على hype، ونيكلاي شريكه كان عايز يحوّل Clay لل crypto، بس كريم رفض. **اتفقوا إن نيكلاي يمشي يعمل شركة crypto، وكريم يكمل على فكرة ال go to market لوحده**. الدرس اللي طلع بيه إن «ال focus» مش شعار: قرّر يعمل حاجة واحدة بس، وأي فكرة جديدة تتقفل، لأن اللي بيورّع نفسه على كل حاجة بيضيع وقته.

٦. فارون والـreverse demos وcommunity على Slack ▶ 37:51

فارون، أول مستخدم متمكّن اتعلّق بـ Clay لدرجة إنه ما كانش قادر يركّز في فرجه، دخل معاهم وغير طريقة شغلهم. عملوا «reverse demos»: العميل يقول عايز يعمل إيه، وهم يوروه إزاي يعمل جوه Clay، فبيتعلم ويبيديهم data في نفس الوقت. وفتحوا community عامة على Slack للدعم، فالعملاء بقوا هم اللي بيساعدوا بعض ويبسّوقوا للشركة.

٧. راهنوا عكس المستثمرين: user persona مش use case ▶ 57:04

كل المستثمرين قالوا لهم لو بتبيعوا للـsales لازم المنتج يبقى سهل جدًا وكام زرار وخلص، فعملوا العكس بالضبط. بنوا منتج معقّد بيركّز على «user persona» مش «use case»: بيبيعوا للناس تقنيين بيساعدوا فرق الـsales، والنتيجة بتطلع أحسن حتى لو بتأخذ وقت وتفكير أكثر. كريم بيقول لازم يبقى في «feedback loop» دايماً، وإلا الـCEO بيتحوّل لواحد مقتنع بنفسه ومش سامع حد.

٨. استسلم من الأول: الرغبة في النجاح كانت بتوقفه ▶ 52:17

أهم اعتراف في الحلقة إن الرغبة إنه ينجح بسرعة هي بالضبط اللي كانت موقفاه عن النجاح. عشان لما بتكون عايز تنجح، بتعمل الحاجات اللي «شكلها» صح وبتتجنب الغلط، فما بتتعلمش. أفكار من البوذية ساعدته يسبب الرغبة دي، فبقى يجرب أفكار فيها مخاطرة ويغلط بجد ويتعلّم، وده اللي خلاه يكمل.

٩. العلامة التجارية الجوّانية: الثقافة نفسها هي التميّز ▶ 53:59

كريم شايف إن العلامة التجارية مش بس اللي العملاء بيشوفوه بره، لكن كمان طريقة الناس في التعامل مع بعض جوه الشركة. فجابوا «head of brand» للداخل، وصمّموا تجربة الموظف من أول يوم، وده حاجة محدش كان بيعملها وبقوا بيقلّدها دلوقتي. القاعدة عنده: عشان تنجح لازم تبقى مختلف وصح في نفس الوقت، مش مختلف وبس.

قواعد كريم في بناء startup يصمد سنين تحت الأرض

١. ابدأ من فكرة تؤمن بيها، واستعد تستنى سنين

أنجح الشركات ساعات بتأخذ سنين قبل ما تشتغل، زي UiPath اللي قعدت ١٢ سنة تقريباً من غير نتيجة. كريم فضل يكمل لأنه حس إنه لسه ما حظش مجهوده الكامل، مش لأنه شايف نجاح قدامه.

٢. اعمل الـfocus بجد: حاجة واحدة بس

الـfocus مش شعار: يعني تقفل أي فكرة تانية عشان تركز في حاجة واحدة. كريم قرّر إن أي فكرة جديدة تتقفل، وإن نيكلاي يمشي يعمل الـcrypto لوحده عشان هو يكمل على الـgo to market.

٣. اقرب من العميل لأبعد حد

اقعد جنب العميل وهو بيسخدم منتجك وصلّح المشاكل قدامه. Clay عملت «reverse demos» وcommunity عامة على Slack، فبقوا يعرفوا المشكلة فين بالضبط والعملاء يسوّقوا لبعض.

٤. راهن على الـ user persona مش الـ use case

بدل ما تبسّط المنتج لأقصى درجة زي ما الكل بيقول، ركّز على مين الشخص اللي هيسخدمه. Clay بنت منتج معقّد لناس تقنيين، والنتيجة طلعت أحسن حتى لو أخذت وقت أكثر.

٥. استسلم من الأول عشان تقدر تكمل

سبب الرغبة في النجاح السريع، لأنها هي اللي بتخليك تمثّل بدل ما تشتغل. لما تستسلم للنتيجة وتفضل صادق مع نفسك، بتعرف تعمل غلطات حقيقية وتتعلّم منها بسرعة، وده أهم من إنك تبان ناجح.

خطوات تطبّقها

✓ لو لسه بتدور على الفكرة الصح، استعد تستنى سنين وما تقيسش نفسك بحد تاني، لأن نقطة بداية كل واحد مختلفة

✓ اقعد جنب العميل وهو بيستخدم منتجك واعمل «reverse demos»، عشان تتعلم منه وتديه data في نفس الوقت

✓ افتح community عامة للدعم بدل ما تخيّ مشاكلك، وخلي العملاء يساعدوا بعض ويسوّقوا لك

✓ قبل ما تبسّط منتجك لأقصى درجة، ركّز على الـ user persona، مش على الـ use case

✓ سبب الرغبة في النجاح السريع واستسلم من الأول، عشان الرغبة دي نفسها بتوقفك عن النجاح

✓ اعمل غلطات حقيقية واتعلم منها بسرعة، وخلي عندك التواضع إنك تقول أنا غلط

اقتباسات تستحق الحفظ

«الرغبة إنني أنجح بسرعة كانت هي اللي موقفاني عن إنني أنجح»

— كريم أمين

«قبل ما توصل لـ product market fit، إنت ما عندكش حاجة غير القصة اللي بتقولها»

— كريم أمين

«عشان تنجح لازم ساعات تروح للفشل وتتعلّم منه، وإحنا كلنا بنهرب من الفشل»

— كريم أمين

«أهم حاجة السرعة: تعمل الغلطة، تتعلم منها بسرعة، ويبقى عندك التواضع تقول أنا غلط»

— كريم أمين

«سواء إنجزت حاجة أو ما إنجزتش، أنا كويس إنني موجود ومتفرّج على الفيلم ده ومتحمس أشوف آخره»

— كريم أمين

مذكور في الحلقة

Clay · منصة ال go to market التي أسسها كريم؛ بثق فيها OpenAI وجوجل وAnthropic وCanva، ووصلت قيمتها ٣.١ مليار دولار

Sequoia · حظّت ١٢.٥ مليون دولار في Clay سنة ٢٠١٩ وهم ٣ أفراد، وبعدين قادت صفقة بيع shares الموظفين بتقييم ١.٥ مليار

CapitalG (من Alphabet) · قادت ال Series C التي رفعت تقييم Clay ٣.١ مليار دولار، في حوالي ٦ شهور من التقييم التي قبله

Y Combinator و **TechStars accelerators**؛ كريم دخل TechStars في سياتل، وبياخدوا شركات لمدة ٣ شهور مقابل استثمار صغير

نيكلاي (Nikolai) · شريك كريم وزميله في الجامعة؛ أسسوا Clay مع بعض، وبعدين مشي يعمل شركة crypto لوحده

فارون (Varun) · أول مستخدم متمكّن اتعلّق ب Clay، دخل ال team وقاد فكرة ال reverse demos وال community

Retool و Airtable · أدوات كريم قارن بيها Clay؛ Retool بيتباع بال sales ومحتاجة وصول لقاعدة البيانات، وهو كان عايز حاجة أبسط زي

جدول البيانات

UiPath · شركة قعدت حوالي ١٢ سنة من غير ما تعمل حاجة، وبعدين وصلت لمليار دولار؛ مثال إن القصة بتاخذ وقت

موجز.

النسخة الكاملة والتفاعلية – بالصوت والروابط

mujaz.co/moghamra-kareem-amin

