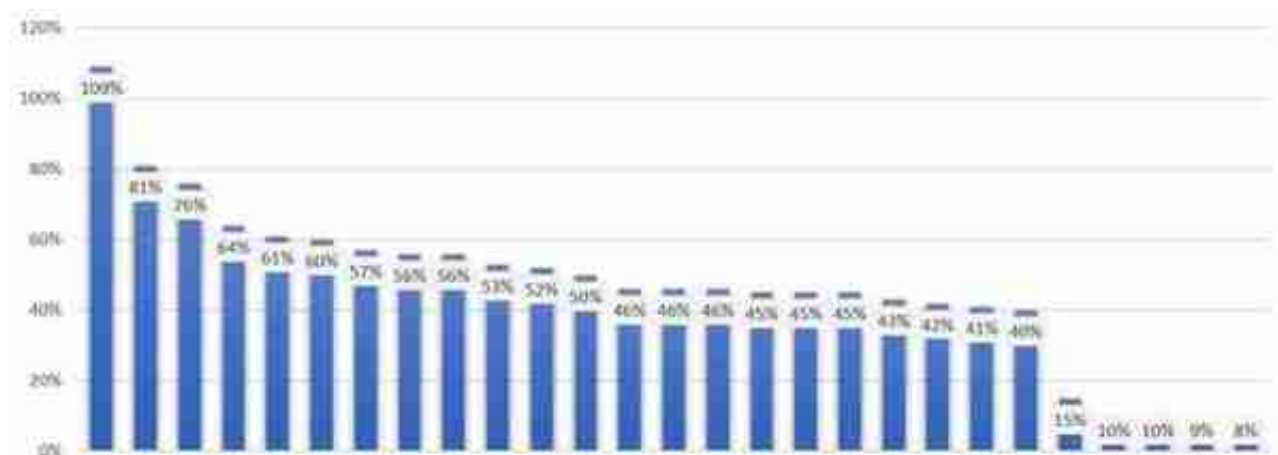


在传统的创业梦中，我们想到一个很好的点子，顺利抓住风口，风投机构看好投资，公司招兵买马，一路上市，股价飘红，市值不断上涨。

然而，在实际创业中，这种例子凤毛麟角。更多的是，如果没有融资，企业想要长期生存发展道阻且艰。

近期，Zoho创始人斯瑞达·温布接受了美国知名科技博客TechCrunch的独家专访，讲述公司在没有外部投资，自负盈亏的情况之下，通过26年的布局，如何发展成为如今营收过10亿美元的科技公司。



27家SaaS上市公司2021年度营销占比图

2、不止满足大客户，中小企业同样是Zoho的服务重点

我们都知道，大客户对公司的发展至关重要，也是很多企业开发拓展的难题。不少营销学讲义中这样说道：“企业要么具有高性价比，要么具有高体验感，中间的企业将难以生存。”多数人认为，公司服务好大客户才是成功的关键。

在Zoho内部，有不一样的做法。

斯瑞达认为，Zoho服务了非常多的大客户，他们对公司的贡献非常大。但**中小企业群体同样值得关注**。

“目前Zoho为这些中小企业提供了付费版和免费版两种方式，企业可根据自身需求选择。当这些中小企业业务逐渐发展壮大时，他们也将需要更加复杂的功能，用户数量也将上涨。Zoho期待和这些企业共同成长。

事实证明，长期以来的耕耘是有结果。今天，**Zoho25%-30%的业务来自于中端市场**，而且这部分正在迅速增长，我们也拥有了一大批相信公司的忠实用户。”

CRM Essentials的创始人兼首席分析师布伦特·利里 (Brent Leary)

曾经谈到：“Zoho是一家特别的公司，能够坚持自己的核心原则，大限度减少外部力量的干预。他们**不融资、不上市**，就是选择了一种不侵蚀公司核心及文化的方式做事，忠实于自己坚持的信念，而非硅谷的增长模板，这就是为什么我认为他们会成功的原因。”

寒气之下，比起裁员更关注员工的良性发展

市场增长疲软、裁员、减少招聘、业务缩水.....等等关键词从年初一直蔓延至现在。往日风光无限的大厂也开始通过砍掉业务线，裁员等方式过渡。

寒气之下，人人自危。

斯瑞达认为，越是不好的环境，越要用更良性的方式对待。“Zoho将员工放在中心，我们在很久以前就开始布局，一直在坚持一项持续了17年的计划—Zoho Schools

。该计划每年都在招收成绩优异，但家境贫寒无力攻读大学的同学。这些学生进入Zoho Schools后，除了提供免费住宿外，每月还有补贴，毕业后，他们可以选择在Zoho内部工作，也可以自由寻找其他工作。通过这种方式，每年为Zoho选拔出很多人才。

在2020年疫情刚开始的那段时间，我自己坚持的方向就是不裁员，通过良性的运作方式渡过难关。我们期待建设出更有凝聚力、归属感以及在专业上不断精进的团队。”

并且，
今年Zoho计划在全球扩招2000多名员工，以支持越来越多的客户需求。

没有任何一家公司是完美的，Zoho更想成为忠于自身理念，对用户负责的企业。目前已经形成了一套契合自身的运营方式，以每年40%的营收速度稳定发展。”

。”