

Основи в предприемачеството

Всичко, което трябва да знаем, за да

превърнем идеите в реалност

Александрина Икономова

Email: a.ikonomova@hotmail.com





Александрина Икономова Длъжност Предприемач

Александрина е сериен предприемач, като нейният път започва през 2020г, когато създава първата компания в България за производство на продукти за красота и здраве. Малко след това тя се присъединява към екип, с който основават първата компания в страната, предоставяща достъп до висококачествена психологическа и терапевтична подкрепа за служители. Има богат опит в създаването на компании от идея до реализация, набиране на капитал и пускане на пазара на различни физически и софтуерни продукти.

**Може да задавате Вашите въпроси по
време на уебинара на [slido.com](https://www.slido.com) #FA1**

Съдържание

- 1. Опит*
- 2. Видове бизнеси и финансиране*
- 3. Намиране и валидиране на проблем*
- 4. Валидиране и създаване на решение*
- 5. Намиране на правилните съдружници и партньори*
- 6. Полезна литература*

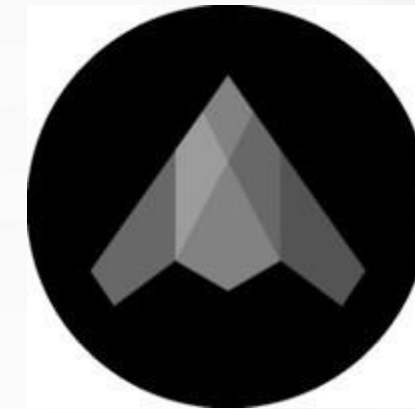
Речник

1. *B2C - Business to customer*
2. *B2B - Business to business*
3. *PMF - Product-market-fit*
4. *FMF - Founder-market-fit*
5. *VC - Venture capital*
6. *Cap table - capitalization table*

ОПИТ



MindFit





Видове бизнеси

Конвенционален бизнес:

- Лайфстайл бизнес
- Физически продукти или услуги
- Много трудно се скалира
- Много голяма конкуренция

Стартъп:

- Базиран на технология
- Има иновативен елемент
- Може да скалира много бързо
- Трудно се репликира

Видове бизнеси

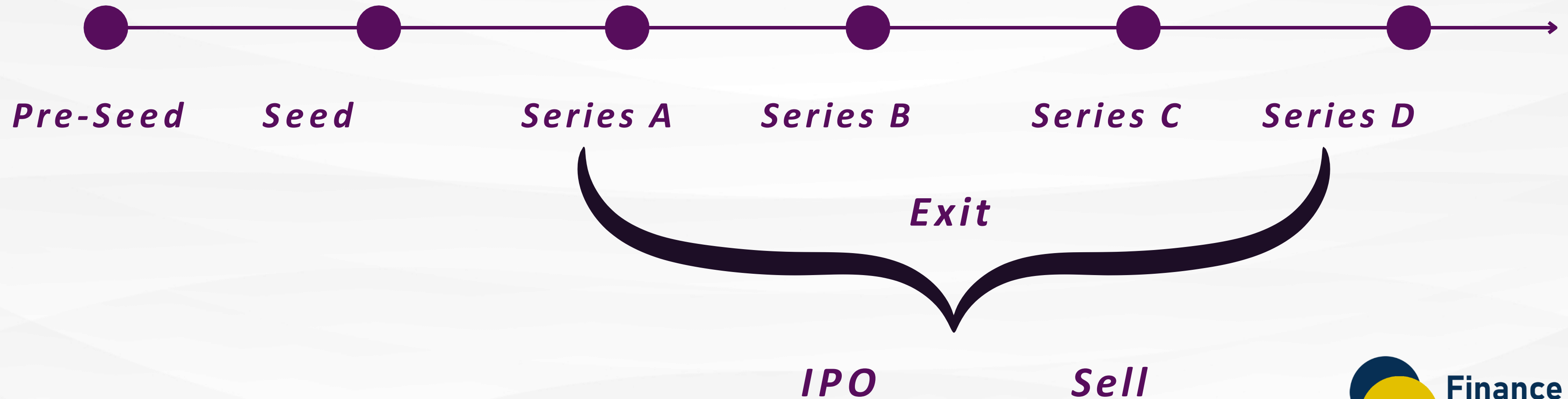
Конвенционален бизнес:

- *Инвестиция от близки и познати*
- *Банков заем или кредит*
- *Субсидия*
- *Грантове*
- *Лизинг*
- *Краудфъндинг*
- *Приходи*

Стартъп:

- *Инвестиция от близки и познати*
- *Ангели инвеститори*
- *Фондове за рисков капитал*
- *Венчър студио*
- *Консорциум (Joint Venture)*
- *Приходи*

Етапи на развитие на компанията:



Всяка стартираща компания има две основни задачи:

Валидиране

и

Създаване

Етапи на валидиране и създаване:

1. Валидиране на проблем
2. Валидиране на сегмент
3. Валидиране на решение
4. Създаване на MVP
5. Итериране
6. Скалиране

Може да отнеме около 3 години

най-голямото преимущество на малката компания е гъвкавостта

Намиране и валидиране на проблем:

Най-добрият проблем е този, който сме изпитали самите ние или наш близък човек.

Примери: AirBnB, Apple, PayPal, Stripe, etc

Но и намирането на проблем, който ни е интересен, също може да доведе до създаването на успешна компания

Примери: Amazon, Netflix, Deel, etc.

Как да намерим проблем?

За да намерим проблем, който сме добре позиционирани да разрешим следва първо да знаем:

Личен аспект:

1. Сфери на познания и интереси
 2. Таланти и силни качества
 3. Развити качества
 4. Слаби места и безинтересни сфери
- Неща, които съм създавал/а през
Годините

Приложими качества и индустрия

Как да намерим проблем?

За да намерим проблем, който сме добре позиционирани да разрешим следва първо да знаем:

Личен аспект:

1. Сфери на познания и интереси
 2. Таланти и силни качества
 3. Развити качества
 4. Слаби места и безинтересни сфери
- Неща, които съм създавал/а през
Годините

Приложими качества и индустрия

Професионален аспект:

- Най-упоритите проблеми, с които сме се сблъскали в работата/хобито си
- Най-упоритите проблеми, с които се сблъскват наши близки и приятели
- Проучване на макротрендове и микротрендове

Често срещани проблеми

Как да валидираме проблем?

За да намерим проблем, който сме добре позиционирани да разрешим следва първо да знаем:

Общи характеристики на добрите проблеми

- **болезнен**
- **често срещан - сред достатъчно голям брой хора/компани**
- **повтаряем**
- **недобре разрешен**
- **желание за плащане**
- **възможност за разрешаване**

Fall in love with the problem, not the solution - Uri Levine

Как да валидираме проблем?

Най-добрият начин да валидираме проблема е чрез интервюта с потенциални потребители.

- **Система:**

Записване на предварителни хипотези & въпроси

- Стратегия за намиране на потребителите за интервюта
- Използване на софтуер за записване на разговора (Fireflies или обикновен аудиозапис)
- Предварително подготвена таблица за вкарване на наученото
- Прослушване на запис и записване на отговори и заключения

Как да валидираме проблем?

Problem Statement Hypothesis

[Customer segment] **who needs to** [certain result] **because** [personal or professional stakes],
despite [key challenge or limitation]

Преди да започнем интервюта, следва да разпишем хипотезите, които искаме да валидираме:

Болниците губят 30% от потенциалните си приходи заради неефективни графици на лекарите и мед. сестри;

Лекарите изпитват 20% неефективност в следствие на бърнаут заради пренатоварени графици;

Как да валидираме проблем?

Фази на потребителски интервюта:

- **Въпросници за потенциални потребители - може да се пропусне**
- **Интервюта с потенциални потребители**
- **Въпросници със съществуващи потребители**
- **Интервюта със съществуващи потребители**

Независимо колко е голям бизнесът ни, разговорите с нашите клиенти никога не трябва да спират

Как да валидираме проблем?

Въпросници за потенциални потребители

- **NB!** Таблица с канали, в които пускаме въпросниците + резултати -> важно за последващи маркетинг усилия
- Въпроси за елиминиране на персони
- (Работите ли в държавна болница?)
- Въпроси за идентифициране на low-hanging fruit
- (Колко често работите със система за записване на часове?)
- Въпроси, за да разберем дали проблемът е разрешим за тази персона
- Демографски въпроси или неудобни за интервю въпроси

Колкото повече предварителна информация имаме, толкова по-качествено е интервюто

Как да валидираме проблем?

Въпроси за интервюта

NB! Целта ни е да съберем максимално **релевантна** информация!

- Можете ли да ми кажете за последния път, когато го трябваше да...?
- Колко често ви се налага да правите?
- Как обичайно изглежда процеса? Колко човека са включени в него?
- Коя е най-голямата пречка, с която се сблъсквате, когато правите ...?
- Какво се случва, ако не успеете да?
- Има ли нещо друго, което трябваше да попитам?

The Mom Test правила: Отворени въпроси; Конкретни факти, а не мнения; Защо??

Валидиране и създаване на решение

Problem Statement & Value Proposition

(постановка на проблема и предложение за решение)

[Customer segment]
who needs to [certain result]
because [personal or professional stakes], **despite** [key challenge or limitation]

For [customer segment]
Who are dissatisfied with [current alternative]
Our approach/product offers [new category]
That provides [key problem-solving capability]
Unlike [competitive differentiation]
We provide [key whole product feature]

Валидиране и създаване на решение

Система за създаване и итерирание на MVP:

(постановка на проблема и предложение за решение)

- **Създаване на хипотези за валидиране**

Лекарите в държавните болници са пренатоварени заради неефективен софтуер за менажиране на часовете на болниците, в следствие на което болниците отчита 35% месечна загуба; Нашият софтуер ще направи записването на часове по-лесно и ще организира времето на лекаря така, че да може да обърне време на всеки пациент и да повиши приходите на болницата с 35%

- **Създаване на експеримент (който също се състои от хипотези)**

Да демонстрирам решението на 3 ИД и лекаря в 3 държавни болници, за да валидирам Value Proposition-а

- **Резултати от експеримента и следваща стъпка**

Валидиране и създаване на решение

Валидиране на решение преди да го създадем:

NB! Потребителите казват много неща, важно е какво правят











Методът на валидация се определя от North Star метриката. North Star метриката е единственото измерване, което предсказва най-добре дългосрочния успех на компанията. За да се квалифицира като „Северна звезда“, един показател трябва да прави три неща:

- Да води до приходи
- Да отразява стойността на клиента
- Да измерва прогреса

Валидиране и създаване на решение

North Star Metric Examples

By Ward van Gasteren - www.growwithward.com

	Monthly Active Users (MAU)
	Time spent listening
	Number of purchases per month
	Booked nights
	Monthly Active Users (MAU)
	Messages Send
	Number of answers to questions
	Rides per week
	Weekly active teams
	Daily Active Users (DAU)

Валидиране и създаване на решение

Валидиране на решение преди да го създадем:

NB! Потребителите казват много неща, важно е какво правят

Предплатена сума преди решението да е готово:

Подписване на д-р за изработка преди започване на работата с голям клиент;
Pre-sale акция на продукт, преди да е пуснат на пазара;

Алтернативно валидиране (числата трябва да са изумително големи):

Посещение на Landing Page;
Събиране на имейли;
Теглене на приложение;

Намиране на правилните съдружници и партньори:

Къде можем да намерим съдружници:

- Да се включим в съществуващ стартап или компания
- Приятели и познати
- Офлайн стартап/браншови общности
- LinkedIn
- Facebook
- Конференции, семинари, събития
- Специални общности за намиране на съдружник (YC, SeedLegals, WellFound)

Преди да търсим дялови партньори - задължително да разработим сами т.нар. Cap Table

Намиране на правилните съдружници и партньори:

Къде можем да намерим съдружници:

- Да се включим в съществуващ стартап или компания
- Приятели и познати
- Офлайн стартап/браншови общности
- LinkedIn
- Facebook
- Конференции, семинари, събития
- Специални общности за намиране на съдружник (YC, SeedLegals, WellFound)

Преди да търсим дялови партньори - задължително да разработим сами т.нар. Cap Table

Но най-важният съвет:

Започнете сега!

УСПЕХ!

Полезна литература:

The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company

The Mom Test: How to talk to customers & learn if your business is a good idea when everyone is lying to you

How Money Works: The Facts Visually Explained

Hooked: How to Build Habit-Forming Products

Build: An Unorthodox Guide to Making Things Worth Making

The Cold Start Problem: How to Start and Scale Network Effects

Имате ли въпроси?

🗨️ Email: a.ikonomova@hotmail.com

LinkedIn: Aleksandrina Ikonomova - Allya

Благодарим Ви!

