

Startupy o startupach (3)

Spoleczność element14, wykreowana przez koncern Premier Farnell, wspiera inżynierów o różnym stopniu doświadczenia. W ramach swojej działalności, zespół serwisu element14 rozmawiał z wieloma liderami startupów na temat tego, jakie są główne wyzwania i jak należy postępować, gdy zakłada się nowe przedsiębiorstwo technologiczne. W niniejszym artykule prezentujemy trzecią część zestawu najbardziej cennych wskazówek na szereg tematów, począwszy od wkraczania na rynek, a kończąc na podtrzymywaniu sukcesu i nauce na własnych błędach.



Niezależnie czy marzysz o skoku w ekscytujący świat startupów, czy już teraz jesteś na ścieżce do wprowadzenia swojego produktu na rynek, niniejszy artykuł będzie stanowić wartościowy zbiór porad. Po wcześniejsze porady sięgnij do poprzednich części tekstu, które zostały opublikowane w Elektronice Praktycznej 09/2018 i 10/2018 oraz na stronie internetowej www.ep.com.pl.

9. Wyciąganie wniosków z własnych błędów

Całkiem możliwe, że w którymś momencie, twoja firma spotka się z nieoczekiwanymi przeciwnościami losu. Niezależnie czy będzie to tylko chwilowe potknięcie czy silny cios, który zmusi cię do przemyślenia całego swojego modelu biznesowego, zawsze można nauczyć się cennych rzeczy nawet z porażki.

Prowadzenie startupu jest jak żeglowanie

Prowadzenie startupu to żeglowanie łodzią, w której pełno jest małych dziur, mogących w każdej chwili doprowadzić do zatonięcia statku. Musisz stale łątać te dziury i poruszać się do przodu, by nie utonąć. W 2018 roku natrafiliśmy na ogromny problem, który doprowadził nas na krawędź bankructwa. Byliśmy w stanie przetrwać tylko dzięki czystej determinacji i uporczywym poszukiwaniom rozwiązań dla tych problemów. Mogliśmy się tak po prostu poddać, ale pomimo wszystko staraliśmy się iść do przodu i koniec końców – udało nam się rozwiązać problem.

Często trudności techniczne nie stanowią takich przeszkód, jak finansowe. Coś tak prostego, jak wzajemne niezrozumienie się może być katastrofalne w skutkach. Możesz przeliczyć popyt podczas zamawiania swoich produktów lub nie zdążyć zmieścić się w ważnym terminie. Czasem możesz po prostu mieć słaby finansowo miesiąc. Przykładaj uwagę do szczegółów, koncentruj się na znajdowaniu rozwiązań i powinieneś być w stanie pokonać większość przeszkód.

Sigbjorn Groven – Futurehome

Nie lekceważ ochrony znaków towarowych

Zwracaj uwagę nawet na proste umowy i warunki współpracy z firmami, z którymi współdziałasz. My musieliśmy się zmierzyć z wieloma problemami, spowodowanymi sprawami znaków towarowych, które zajęły nam kilka lat, a ich rozwiązanie kosztowało pokaźną sumę pieniędzy. Jeśli jesteś ostrożny i odpowiednio wcześniej zbadasz wszystkie te tematy, możesz uniknąć takich problemów. Wielu prawników, zajmujących się ochroną znaków towarowych jest skłonnych do oferowania bezpłatnych, wstępnych konsultacji dla nowych klientów. Korzystaj z tych darmowych porad.

Małe firmy i startupy mają tendencję do bycia onieśmiałymi przez długie umowy. Takie kontrakty mogą wydawać się nieco zbyt

biurokratyczne i bywają postrzegane jako niepotrzebne przeszkody na drodze do rozwijania swojego produktu i wprowadzania go na rynek. Ale umowa to przede wszystkim podręcznik, w którym zabrane są wszystkie zasady, jakie zostały uzgodnione pomiędzy tobą i innymi firmami, zanim rozpoczęliście faktyczną współpracę. Wiele osób traktuje spisana umowę jako dowód na brak zaufania ze strony partnera, ale jest wręcz odwrotnie, gdyż umowa jest właśnie wynikiem zaufania. Jeśli zajęlibyśmy się odpowiednio sprawami zabezpieczenia znaków towarowych wcześniej, nie tylko zaoszczędzilibyśmy dużo czasu i pieniędzy, ale też szybciej wprowadzilibyśmy nasz produkt na rynek.

Aaron Shaw – Pi Supply

Sposób na radzenie sobie w problemami

Gdy coś idzie nie tak, jak powinno, staram się poradzić sobie z tym tak szybko, jak to tylko możliwe. Albo zarzucić pomysł czy projekt i zająć się czymś innym, albo skoncentrować na problemie, rozwiązać jego najgorszy element i uczynić co w mojej mocy, by poradzić sobie z trudnościami.

Problemy niekoniecznie są czymś złym – niezależnie czy dotyczą ludzi, którzy obiecali wyłożenie środków finansowych, a później nie dotrzymują obietnic, czy też sprowadzają się do utraty klienta lub natrafienia na poważny problem techniczny. Gdy coś się nie udaje, zawsze możesz się na tej podstawie czegoś nauczyć – nawet jeśli po prostu dowiadujesz się tego, czego nie należy robić w przyszłości. Jeśli nie ponosisz porażek, nigdy nie doświadczysz jednych z najważniejszych lekcji na temat prowadzenia biznesu.

William Bainborough – Doordeck





10. Wkraczanie na rynek

Wprowadzanie na rynek swojego własnego produktu, może być jednym z najbardziej ekscytujących i stresujących momentów w cyklu życia startupów. Poniżej prezentujemy wspomnienia właścicieli startupów odnośnie do wprowadzania swoich pierwszych poważnych produktów.

Dzień, w którym zaprezentowaliśmy nasz produkt

Dzień premiery naszego produktu zaczęliśmy od naprawiania rzeczy. Od tamtego momentu, do teraz, stale pracowaliśmy nad naszym produktem, dodając nowe funkcje i czyniąc go lepszym. Nie każdy startup będzie miał formalną premierę produktu. Jeśli twój ma, to ważne by traktować ten moment jako pojedynczy krok w procesie, a nie jego zakończenie.

Ze względu na specyfikę naszego produktu, musi on stale poprawnie działać – non-stop. Co miesiąc wprowadzamy zestaw nowych funkcji, których listę podajemy w emailach do naszych klientów. Nie tylko czyni to nasz produkt aktualnym, ale też pozwala stale prowadzić rozmowy z klientami i śledzić, zarówno nam, ale i klientom, aktualne zmiany i ewentualne problemy. Ponieważ zawsze pracujemy nad polepszeniem naszego produktu, podniecenie, jakie w wielu firmach wiąże się z premierami jest u nas czymś ciągłym.

Imran Shafiqat – ThingTrax

Nasza pierwsza premiera

W naszym przypadku premiera pierwszego produktu była niesamowicie udana, ale poświęciliśmy bardzo dużo czasu, by się do niej przygotować, gdyż wiedzieliśmy, że od początku mieliśmy bardzo dobry produkt. Nasza praca nie polegała jedynie na wprowadzaniu produktu na rynek. Poświęciliśmy dużo czasu na przygotowanie grafik, opakowania, marketingu i stworzenie promocyjnych filmików – czyli na wszystko, co mogliśmy zrobić, by gdy produkt trafi na rynek, mieć pewność, że zadaliśmy o każdy szczegół.

Nasze plany obejmowały nawet harmonogram prowadzenia kampanii na Kickstarterze oraz zadania na każdy dzień przed wprowadzeniem produktu na rynek i na okres po jego premierze. Pomogło nam to skoncentrować się na tym, co musieliśmy zrobić i wiedzieliśmy, kiedy mamy przekazywać odpowiednie informacje do mediów, by zapewnić udaną premierę.

Kluczowe jest sensowne zarządzanie czasem. To od niego zależy to, czy wprowadza się produkt na rynek i uzyskuje krótkotrwałą popularność w mediach, czy też powstaje efekt kuli śnieżnej i kampania staje się wiralna. Musisz mieć dużo wsparcia, pewności siebie i dobry plan. W naszym przypadku premiera została wspaniale odebrana. Udało się 12-krotnie przekroczyć nasze cele.

Aaron Shaw – Pi Supply

Zorganizowaliśmy przyjęcie

Z okazji naszej pierwszej premiery produktowej, zorganizowaliśmy przyjęcie w naszym biurze. Nie było to jedynie świętowanie, ale też pokaz. Byliśmy w stanie wypromować naszą pierwszą serię produktów i przeprowadzić prezentację, która spotkała się z dobrym odbiorem wśród naszych klientów.

To był naprawdę przyjemny moment, gdy widziało się tyle zainteresowanych osób – począwszy od inwestorów i klientów, a kończąc na naszych przyjaciółach i osobach, które nas wspierały. Wszyscy oni przybyli w czwartek wieczorem, by zobaczyć nad czym pracowaliśmy. Uzyskaliśmy sukces, ale za kulisami ukryte było bardzo dużo pracy, którą włożyliśmy w to, by wszystko poszło gładko.

Sigbjørn Groven – Futurehome

11. Pójście za ciosem

Przetrawiasz swoją pierwszą premierę. Co teraz? Pójście za ciosem i bazowanie na początkowym sukcesie jest kluczowym elementem do zapewnienia długotrwałego działania twojego startupu. Na czym powinny skupić się twoje główne priorytety w tym ważnym momencie?

Pracowaliśmy nad tym samym produktem

Przez ostatnie kilka lat, pracowaliśmy praktycznie nad tym samym produktem. Koncentrowaliśmy się na wprowadzaniu kolejnych usprawnień. Jeśli nie masz zaplanowanych nowych produktów do wprowadzania na rynek co kilka miesięcy, ważnym jest by cały czas pokazywać się w mediach i by nie zostać zapomnianym. Dlatego zawsze poszukujemy nowych okazji do nawiązywania współpracy. Mamy ciągle, bliski kontakt z mediami, klientami i osobami, które śledzą nasze poczynania online.

Nigdy nie osiadaj na laurach. Zawsze miej jakieś plany na przyszłość – jakiś horyzont, w którego kierunku możesz się udać i osiągnąć nowe rzeczy. Klienci muszą widzieć, że stale polepszasz swoje produkty, zamiast że do zadowolenia wystarczyło Ci już samo dotychczasowe powodzenie.

Sigbjørn Groven – Futurehome

Jedna z największych inwestycji

Jedną z największych inwestycji, jakie poczyniliśmy, było zatrudnienie menedżera od marketingu i PRu na pełen etat. Byłem krytykowany przez niektórych inwestorów, którzy uważali to za zbędny wydatek, ale jest niezwykle ważnym by utrzymywać stałą obecność w mediach cyfrowych i by wiedzieć, że sposób w jaki firma jest postrzegana oraz jak komunikuje się z otoczeniem jest dobrze zorganizowany.

Tworzymy dużo wartościowych treści i utrzymujemy naszą obecność online poprzez blogi, media społecznościowe, współpracę z większymi firmami w ramach wspólnych inicjatyw oraz pojawiając się na pokazach i wydarzeniach. Poza tym naprawdę słuchamy naszych klientów i jako firma, przykładamy wagę do tego, by cały nasz zespół był zmotywowany i brał udział w każdym aspekcie naszej działalności. Sześciuosobowy zespół jest w stanie pracować za 20 osób, jeśli tylko wszyscy są zaangażowani.

William Bainborough – Doordeck

Nietypowe formy promocji

Mieliśmy dużo szczęścia co do mniej tradycyjnych form reklamy, takich jak tworzenie treści. Nasz produkt jest w dużej mierze definiowany przez jakość treści z nim powiązanych. Jeśli do twojego produktu nie ma żadnych przydatnych podręczników, współpracujące z nim oprogramowanie nie jest zbyt udane, albo informacje na temat produktu nie są łatwo dostępne, wtedy nigdy nie osiągniesz pełnego sukcesu, na który mógłbyś zasłużyć.

Przygotowaliśmy kilka podręczników i poradników na temat naszych produktów. Osiągnęły one całkiem dużą popularność. Najlepszą



rzecz w pracy w firmie technologicznej jest to, że jeśli jest ona zaangażowana w fajny projekt, czy to samodzielnie, czy poprzez inne przedsiębiorstwo, to tworzone przez nią podręczniki i materiały informacyjne mogą być udostępniane przez ludzi zupełnie niezależnie od produktu, który promujesz.

Poza tym jesteśmy skoncentrowani na dostarczaniu naprawdę dobrych usług i niezawodnego wsparcia dla klientów. Staramy się, by nasi eksperci od technologii byli tak pomocni i dostępni dla odbiorców, jak to tylko możliwe. Poszukiwanie sposobów na zaoferowanie bardziej spersonalizowanych usług może mieć istotny wpływ na wyniki firmy.

Aaron Shaw – Pi Supply

12. Pozostałe porady

Na koniec naszego poradnika dla nowych firm technologicznych, poprosiliśmy naszych ekspertów o podzielenie się najcenniejszymi poradami, bazującymi na wiedzy zdobytej dotąd podczas pracy w startupach. Mamy nadzieję, że podane informacje okażą się przydatne czytelnikom.

Znajdź mentora

Znajdź nawet dwóch mentorów. Regularnie do nich dzwoń i korzystaj z ich doświadczenia jako cennego zasobu, który pomoże zbudować ci swoją własną firmę. Nie ma niczego ważniejszego podczas tworzenia nowej firmy niż wsparcie mentora.

Joshua Montgomery – Mycroft AI

Pokaż się

Przetestuj swoje założenia tak szybko, jak to tylko możliwe. Czy rozwiążesz faktycznie istniejący problem? Czy ludzie będą chcieli to kupić? Ile będą skłonni za to zapłacić? Postawienie małej strony internetowej w postaci wizytówki oraz podłączenie do tego Facebooka i przeprowadzenie niedużej kampanii by ocenić zainteresowanie jest bardzo łatwe. Żałuję, że nie podjęliśmy takich działań znacznie wcześniej, gdyż zdecydowanie pomogłyby nam podczas podejmowania różnych decyzji.

Michael Tougher – Soundbops

Sekret

Jedną z rzeczy, którą ciągle słyszę od potencjalnych założycieli firm jest „Bardzo chciałbym stworzyć ten projekt, ale nie mogę Ci nic powiedzieć na jego temat” – tak jakby mieli oni naprawdę wielki sekret. Niestety, jest to ogromny błąd, gdyż tak naprawdę nie liczy się pomysł,

tylko jego wykonanie. Jeśli twój pomysł jest dobry, twoim celem powinno być przekonanie ludzi, że jest dobry, zamiast ukrywanie go.

Koniec – końców, pracą założyciela jest sprzedawanie swojej wizji pracownikom, inwestorom i klientom. Rozpoczynanie z podejściem, że ma się coś do ukrycia zdecydowanie w tym nie pomaga.

Mark Pavlyukovskyy – Piper

Szybko wprowadź produkt

Nawet jeśli jest jeszcze zbyt wcześnie, to i tak wprowadź produkt na rynek. Nie wstrzymuj premiery by dopracować produkt do perfekcji. Nawet jeśli masz zupełnie podstawową wersję produktu, która jest pełna błędów i niedoskonałości, musisz ją wprowadzić na rynek, by zobaczyć czy wzbudza zainteresowanie i określić rynek, do którego będzie pasować. Przykładowo, zanim rozpoczęliśmy działanie, zakładaliśmy że naszym głównym kanałem sprzedaży będzie sprzedaż bezpośrednia klientom końcowym. Jak się okazało, zostaliśmy zdecydowanie lepiej odebrani przez monterów i firmy zajmujące się wykonywaniem instalacji. Nie poddawaj się, jeśli na początku nie znajdziesz odpowiedniego dla siebie rynku. On wciąż gdzieś tam może na ciebie czekać.

William Bainborough – Doordeck

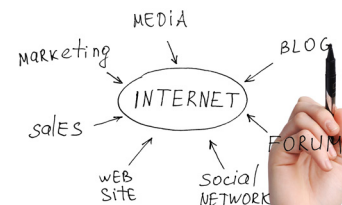
Świat startupów może być bardzo wymagający

Dlatego znajduj czas dla siebie samego. Wiele osób w moim otoczeniu startupowym odkryło, że gdy biznes się powodzi, życie osobiste na tym mocno cierpi. Upewnij się, że jesteś świadomy tej zależności i że dbasz odpowiednio o obie sfery życia.

Imran Shafiqat – ThingTrax

Wyjdź z biura!

Wyjdź i rozmawiaj z klientami. Testuj swoje produkty, nawet jeśli sprzęt nie jest jeszcze gotowy. Nigdy nie zwlekaj z kontaktem z kimś, kto twoim zdaniem mógłby ci pomóc. Nigdy nie czekaj zanim coś sprawdzisz, nawet jeśli boisz się, że możesz ponieść wielką porażkę. Odnosi się do tego wspaniały cytat, który kiedyś gdzieś usłyszałem: „Jeśli nie wstydzi się swojego produktu, który właśnie wprowadzasz na rynek, to znaczy że wprowadzasz go za późno.”



Pauline Issard – Trackener

Nie musisz korzystać z każdej okazji

Możesz pomijać niektóre okazje, które ci się trafiają. Jeśli dana oferta nie jest zgodna z twoimi celami, odrzuć ją. Nie bój się zadawać pytań. Jeśli nie pytasz i nie prosisz, nigdy nie dostaniesz tego, czego szukasz.

Aaron Shaw – Pi Supply

Podsumowanie

W artykule zaprezentowano trzecią część porad. W czwartej części, która ukaże się w następnym numerze Elektroniki Praktycznej, pokażemy w jaki sposób startupy mogą korzystać z oferowanej im pomocy. Podamy przykłady współpracy zagranicznych i polskich firm ze społecznością Farnell element14. Więcej materiałów dla startupów można znaleźć pod adresem <http://startup.farnell.com/pl>. Zachęcamy też do odwiedzenia stron społeczności element14, dostępnych pod adresem www.element14.com/community.