

# Materiał skrócony

## „Co to za projekt ?”

Krótki opis projektu – jego podstawowej idei, najważniejszych produktów czy usług. Nie więcej niż pół strony. Opis ten ma nam odpowiedzieć na pytanie „Czego dotyczy i czym jest projekt?”. Co jest jego najmocniejszą stroną i dlaczego? Co w nim jest unikalnego, innowacyjnego, odróżniającego od produktów czy usług konkurencji?

*Przykład:*

*Prezentujemy projekt pod nazwą „MłodyTata.pl”. Będzie to serwis internetowy adresowany do mężczyzn, którzy zostaną albo niedawno zostali ojcami. Serwis podzielony będzie na cztery zasadnicze działy - Informacje, Porady, Pociechy, Sklep. Serwis będzie pomagał ojcom w codziennej opiece nad dzieckiem. Wyróżniać się będzie udzielaniem porad on-line (w czasie rzeczywistym) oraz sklepem z produktami dla dzieci z najszerzą na rynku ofertą.*

*Źródłem przychodów będzie przede wszystkim sklep internetowy, opłaty za dostęp do wybranych treści, usługi dodatkowe dla użytkowników (konto Premium) oraz prowizje od sprzedaży produktów partnerów (np. nadruki na kubeczkach, wywoływanie zdjęć).*

## „Co – produkty i usługi”

Stwórz prostą tabelkę i w kolejnych wierszach wypisz wszystkie planowane usługi i produkty. W jednej kolumnie je nazwij, w drugiej w paru słowach opisz, w trzeciej podaj kto będzie odbiorcą/kupującym produkt i usługi. W czwartej kolumnie prawdopodobną cenę za nie (ceny netto, bez VAT).

Stwórz drugą tabelkę w której wypisz najważniejsze cechy i funkcjonalności Twoich produktów i usług (oddzielna tabelka dla każdego produktu/usługi) oraz ich wariantów.

Przykładowe tabelki znajdziesz w pliku „OpisProjektu.xls” w arkuszu „Produkty\_Uslugi”.

## „Kto – zespół projektowy”

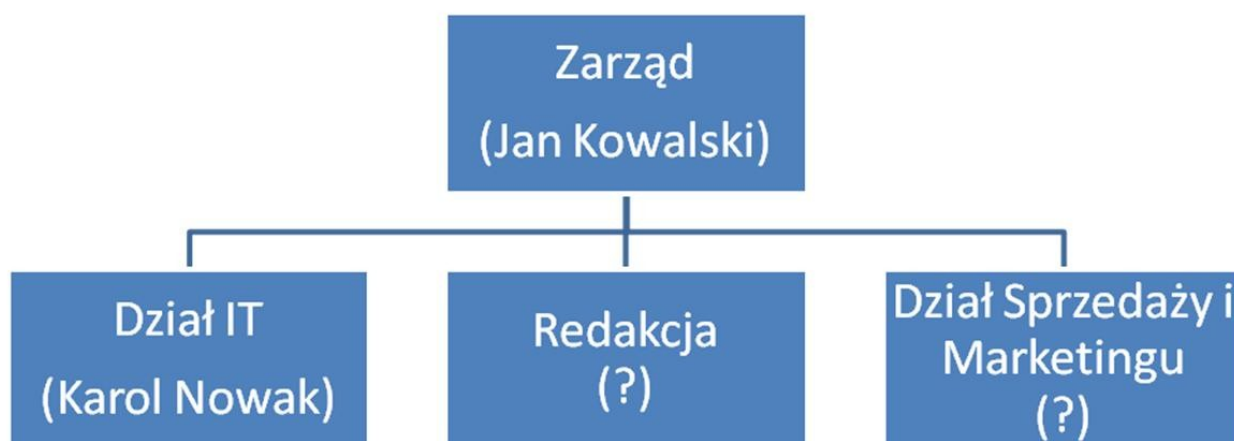
Możliwie krótko napisz kto wchodzi w skład kluczowego personelu. W paru zdaniach opisz doświadczenia, kompetencje i wiedzę członków zespołu. Interesują nas tylko fakty, które mają znaczenie dla projektu. Zaznacz kto będzie współnikiem a kto wyłącznie pracownikiem. Jeśli to możliwe i celowe, zaprezentuj schemat organizacyjny przyszłej firmy, przypisując konkretne osoby do działów i stanowisk.

*Przykład:*

*Liderem projektu jest Jan Kowalski (ur. 1982) – jego pomysłodawca. W projekcie będzie Prezesem Zarządu odpowiedzialnym za bieżące jego zarządzanie oraz rozwój produktów. Studiował Zarządzanie i marketing, posiada dyplom MBA. W latach 2003-2004 Pracował przy projektach informatycznych w BigCorp gdzie odpowiadał za projekt BigProject.com. Od 2004 realizował projekt dla wydawnictwa InterPress. Jan Kowalski będzie udziałowcem.*

*Za aspekty technologiczne odpowiadać będzie Karol Nowak (ur. 1967). Ukończył MIT i specjalizował się w projektowaniu sieci neuronowych oraz systemów informatycznych. Od 2001 do 2008 pracował w MiniSofcie na stanowisku „Project Leader” gdzie odpowiadał za utrzymanie systemu mainframe obsługującego system dużego banku. W projekcie będzie Szefem Działu IT i współnikiem.*

*Schemat organizacyjny przedstawia się następująco:*



*W dziale IT planuje się zatrudnić dwóch programistów oraz jednego administratora. Redakcja będzie się składać z Redaktora Naczelnego oraz jednego stałego Redaktora, wspieranych przez kilka osób współpracujących. Dział sprzedaży i marketingu będzie pierwotnie jednoosobowy, a część zadań realizowana będzie przez zewnętrzne CallCenter oraz brokera reklamy internetowej.*

## **„Komu i Jak”**

Skąd Twoi przyszli klienci dowiedzą się o produktach/usługach ? Jak dotrzeć do nich z reklamą ? Jak dokonają zakupu ? Czy zakup wiąże się z jakimiś dodatkowymi, niezbędnymi czynnościami (np. konieczność podpisania wcześniej umowy, darmowe testy) ? Jak wyglądać będzie logistyka/dostarczanie produktów klientom ? Czy planujesz sprzedawać bezpośrednio do klienta końcowego czy poprzez sieć partnerów/dystrybutorów ? Jak sprzedaje Twoja konkurencja ? Opis powinien dotyczyć w miarę możliwości każdego produktu/usługi z osobna. Odbiorców swoich produktów zdefiniowałeś w punkcie „Co – produkty i usługi”. Zobacz w tabelce, kto jest odbiorcą, zastanów się gdzie ich znajdziesz i jak dotrzesz.

Kto będzie kupował Twoje produkty ? Kto będzie Twoim użytkownikiem ? Nazwij i pogrupuj swoich klientów w ramach poszczególnych produktów i usług. W jaki sposób Twoi klienci zapłacą i kiedy ? Kto jest odpowiedzialny za zakupy Twoich usług i produktów ? Gdzie ich znajdziesz ?

Zobacz też jakich kanałów komunikacji używa Twoja konkurencja.

Zawsze rozpatruj odbiorców swoich usług/produktów dla pojedynczego produktu czy usługi.

*Przykład:*

*Należy możliwe szybko pozyskać stałych użytkowników/odwiedzających serwis „MlodyTata.pl”. Mając nie mniej niż 30 000 unikalnych użytkowników miesięcznie można rozpoczynać działania promocyjne i sprzedażowe innych produktów i usług. W celu pozyskania użytkowników planujemy przeprowadzić w pierwszych miesiącach kampanie SEM (wyszukiwarki) i brandingową opartą o reklamę w Internecie. Dodatkowo prowadzone będą działania PR i nawiązana zostanie współpraca z redakcją miesięcznika „Tatusiek” (reklama w barterze, stały patronat, wspólne forum dyskusyjne). Równolegle prowadzone będą działania SEO. W efekcie 30 000 unikalnych użytkowników planujemy pozyskać w drugim miesiącu licząc od startu serwisu (przy zakładanym budżecie reklamowym na poziomie 20 000 PLN). W kolejnych miesiącach wydatki na SEM będą systematycznie rosły co pozwoli uzyskać kolejnych 20 000 unikalnych użytkowników. Planujemy również podpisać umowę partnerską z jednym z portali co zagwarantuje dodatkowy napływ użytkowników. Serwis*

*adresowany jest do młodych mężczyzn w wieku 20-30 lat.*

*Obsługę części powierzchni reklamowej w serwisie planuje się przekazać sieci internetowej „AdNetwork SA”. Część powierzchni będziemy sprzedawać bezpośrednio, kierując swoją ofertę bezpośrednio do Szefów Działów Sprzedaży firm produkujących lub dystrybuujących artykuły dla dzieci. Sprzedaż tę poprowadzi własny Dział Sprzedaży. W serwisie zostanie także zamieszczona reklama kontekstowa sprzedawana w ramach programu 'Google AdSense'. Za pozyskiwanie tej reklamy odpowiedzialny jest Google i działania te nie angażują naszego Działu Sprzedaży.*

*Sklep internetowy będzie promowany z wykorzystaniem dwóch głównych kanałów tj. SEM oraz porównywarek cen. Dodatkowo sklep promowany będzie wśród odwiedzających serwis „MłodyTata.pl” – za pomocą reklamy displayowej, modułów reklamowych osadzanych w artykułach oraz mailingach do zarejestrowanych użytkowników. Wyselekcjonowana oferta sprzedawana będzie w pasażach i sklepach prowadzonych przez banki internetowe. Klient będzie mógł dokonać płatności jedną z kilku metod płatności – od karty kredytowej, przez przelew z konta elektronicznego aż po pobranie. Planujemy uruchomić program partnerski, w którym w zamian za przyprowadzenie klienta do naszego sklepu zaoferujemy procent od wygenerowanej przez niego sprzedaży. Obsługą logistyczną zajmie się firma „Logistic Masters SA” co zagwarantuje dostawę produktów w czasie nie dłuższym niż 48 godzin.*

*Konta Premium oraz usługi dodatkowe świadczone przez partnerów będą promowane wyłącznie w ramach serwisu „MłodyTata” za pomocą banerów, modułów reklamowych oraz mailingu. Za część usług możliwe będzie wniesienie opłaty Premium SMS. Usługi będą aktywowane natychmiast po dokonaniu płatności.*

## **„Z kim walczymy”**

Wskaż pięciu Twoim zdaniem najważniejszych konkurentów. Jeśli nawet nie mają identycznego produktu, albo wszystkich funkcjonalności i tak ich uwzględnij. Dlaczego to właśnie oni są najgroźniejsi ? Na czym polega ich przewaga ? Co decyduje o tym, że możesz ich pokonać lub co najmniej zyskownie współistnieć na tym samym rynku ?

Przygotuj tabelkę i porównaj swoje produkty z produktami konkurencji. Pokaż co ma Twój produkt/usługa a czego nie ma konkurencja, porównaj również ceny. W tym celu możesz wykorzystać tabelki z arkusza „Konkurencja”. Zauważ, że przenosisz do niej część danych z arkusza „Produkty\_Uslugi”. Produkty konkurencji możesz pokazać jako warianty Twoich produktów. Zobaczysz dzięki temu (i my również) czym Twój produkt różni się od konkurencji, czego mu brakuje, a w czym przewyższa konkurencję. Koniecznie jako parametr/cechę produktu dodaj cenę (zobacz w przykładowym arkuszu,

jest zaznaczona na czerwono). To samo należy zrobić z porównaniem serwisów internetowych konkurencji (o ile Twój projekt dotyczy uruchomienia serwisu). Wypisz cechy i funkcjonalność serwisów konkurencji i skonfrontuj ze swoimi. Znów – możesz do tego wykorzystać dane z tabelki z arkusza „Produkty\_Uslugi”.

W jednej tabelce dokonujesz sprawdzenia kto posiada jakie produkty. W drugiej tabelce – porównujesz cechy poszczególnych produktów pomiędzy konkurentami oraz konkurentami i Twoimi produktami. Trzecia tabelka pozwala porównać funkcjonalność różnych serwisów internetowych. Warto dokonać tabelarycznego porównania innych kluczowych parametrów opisujących konkurencję np. liczbę użytkowników, przychody, itd.

*Przykład:*

*Jako głównych konkurentów postrzegamy K1 sp. z o.o., K2 sp. z o.o., K3 SA, K4 SA, K5 SA. Porównanie ich oferty oraz funkcjonalności dokonaliśmy w tabelkach poniżej {tu tabelki}.*

*Z zestawień wynika, że nasz serwis jako jedyny oferować będzie porady on-line, fotoalbum oraz sklep z artykułami dla dzieci. W pozostałych obszarach nasza oferta będzie zbliżona do konkurencji jeśli chodzi o funkcjonalność, ale nieznacznie tańsza. Najgroźniejszym konkurentem jest K3 SA ponieważ sprawnie i systematycznie rozwija nowe funkcjonalności oraz ma najwięcej użytkowników, co przekłada się na przychody z reklam. Znamienne jest, że konkurent oferujący najwięcej możliwości tj. K4 SA, ma mimo długiego stażu relatywnie niewielu użytkowników, w tym użytkowników płacących. Może to oznaczać, że część ich funkcjonalności jest nieistotna dla użytkownika.*

*Pomimo dość konkurencyjnego rynku naszą szansę widzimy w dwóch innowacyjnych produktach i skutecznej promocji. Dzięki skoncentrowaniu wydatków na reklamę w pierwszych miesiącach działania serwisu, uda się nam zaistnieć na wysokich miejscach w rankingach serwisów i badaniach (Gemius) co przełoży się na możliwość sprzedaży reklamy i pozostałych usług.*

## **„Ile trzeba wydać”**

Potrzebujemy wiedzieć ile firma będzie kosztować w kolejnych trzech latach. Pierwszy rok trzeba rozpiścić na miesiące. Kolejne dwa lata – jeśli nie da rady też na miesiące to w okresach kwartalnych. Planowane wydatki trzeba rozpiścić możliwie szczegółowo. W skróconej wersji podaj zsumowane wydatki w kategoriach „Inwestycje w sprzęt, oprogramowanie”, „Wynagrodzenia i usługi obce”, „Promocja i reklama”, „Pozostałe wydatki”. Przykład struktury kosztów znajduje się w zakładce ‘Wydatki’.

Podaj też kwotę, jaką chcesz pozyskać z naszego Inkubatora.

## **„Ile na tym zarobimy”**

Przygotuj tabelkę prezentującą sprzedaż wszystkich Twoich produktów/usług w czasie. W pierwszej kolumnie podaj nazwę swojego produktu/usługi. W kolejnych kolumnach pokaż sprzedaż w sztukach (odpowiednio) oraz przychód w wybranej jednostce czasu. W pierwszych dwóch latach okresy te powinny być kwartalne, kolejne okresy powinny być już roczne. Wielkość przychodów zsumuj dla poszczególnych okresów.

## **„Co uda się nam osiągnąć”**

Opisz co spodziewasz się osiągnąć po trzech latach. Ilu zdobędziesz klientów ? Jaki będzie średni przychód z klienta ? Ilu użytkowników będzie odwiedzać Twój serwis, a ilu się w nim zarejestruje ? Ilu z zarejestrowanych będzie płacić ? Ile będziesz miał odsłon ? Ilu partnerów pozyskasz ? Ile artykułów napiszesz ? Jak dużą bazę danych zbudujesz ? Ile wersji oprogramowania wypuścisz ?

Każdy projekt wymaga opisanie innymi kryteriami. Pomyśl jakie kryteria, poza przychodami i zyskami, będą decydowały o wartości firmy i opisz je.

## **„Jakie mamy pomysły na przyszłość”**

Nie wszystko da się zrobić od razu. Pokaż co jest najważniejsze i wymaga wykonania w pierwszej kolejności. Co może i powinno zostać zrobione w kolejnych etapach. Jak dużo czasu upłynie zanim uruchomisz pierwszą sprzedaż ? Ile czasu potrzebujesz na wdrożenie kolejnych ulepszeń czy wprowadzenie nowych produktów ? Pokaż w którą stronę rozwiniesz swoje produkty/usługi czy serwis internetowy. Opisz to wszystko wpisując co uruchomisz w którym kwartale.

## „Droga wyjścia”

Inkubator jest inwestorem finansowym. Jak każdy inwestor – oczekujemy zysku z zainwestowanych pieniędzy. Podaj kto Twoim zdaniem mógłby odkupić od nas udziały w Twoim projekcie. Komu by on pasował ? Może to jakiś większy gracz ? Może konkurent ? Może ktoś kto ma serwis adresowany do tej samej grupy, ale w innym obszarze ? Może to ktoś od kogoś kupujesz podzespoły ? Albo duży odbiorca Twoich urządzeń ?