

Стратегии стартапа

Сергей Котырев,
Юмисофт



UMI.CMS
СЕРДЦЕ ВАШЕГО САЙТА™

Пара слов о моих стартапах

Живы-здоровы:

UMIS



UMI.CMS
СЕРДЦЕ ВАШЕГО САЙТА™

Полуживые и покойные:



Вероятность выживания стартапа от
0,1% до 20%

Статистика всегда против нас

Теория вероятности всегда против нас

Пропаганда скрывает 95% правды

Истории успеха нерепрезентативны,
нам рассказывают только об успешных

Факторы успеха

Качество идеи

Опыт, знания

Своевременность

Конкуренты

Качество команды и партнеров

Экономическая и полит. ситуация

Инвестиции

СЛУЧАЙНОСТЬ

СКОЛЬКО ИЗ НИХ ЗАВИСИТ ОТ ВАС?

Успешный старт =

Личность лидера +

Много времени и сил +

Идея и своевременность +

Деньги, партнеры, инфраструктура +

Стратегия +

СЛУЧАЙНОЕ ВЕЗЕНИЕ

Как повысить вероятность успеха

Не терять мотивации начинать новый проект после провала

Накапливать опыт, связи, знания – свои и чужие

Иметь партнеров и инфраструктуру

Смотреть трезво на себя и проект

Уметь договариваться с людьми

Иметь идеи

Видеть рынок и деньги за идеями и технологиями

Про инвесторов

инвестор – не Иван-царевич, а Злая Мачеха

инвестору в 95% случаев вы не нужны

инвестор в 50% случаев вам не нужен

обычно инвестор хочет много, а понимает мало

инвесторы часто губят проекты

smart-money есть у немногих инвесторов

чем дольше можете работать и развиваться без инвестора, тем лучше вам

Про инвесторов

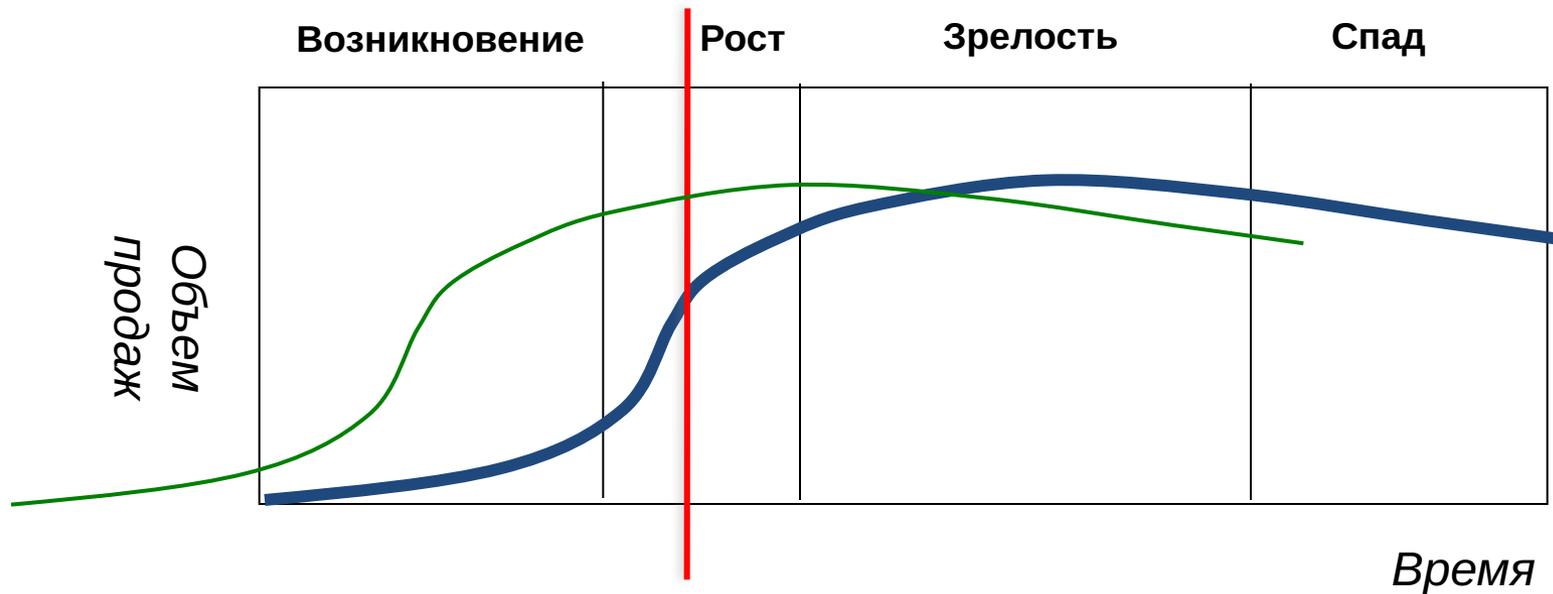
инвестор не будет работать за вас

инвестор не должен отдать
последнее

не берите друзей/родственников в
инвесторы и партнеры

остерегайтесь «диких» инвесторов

Концепция Жизненного Цикла

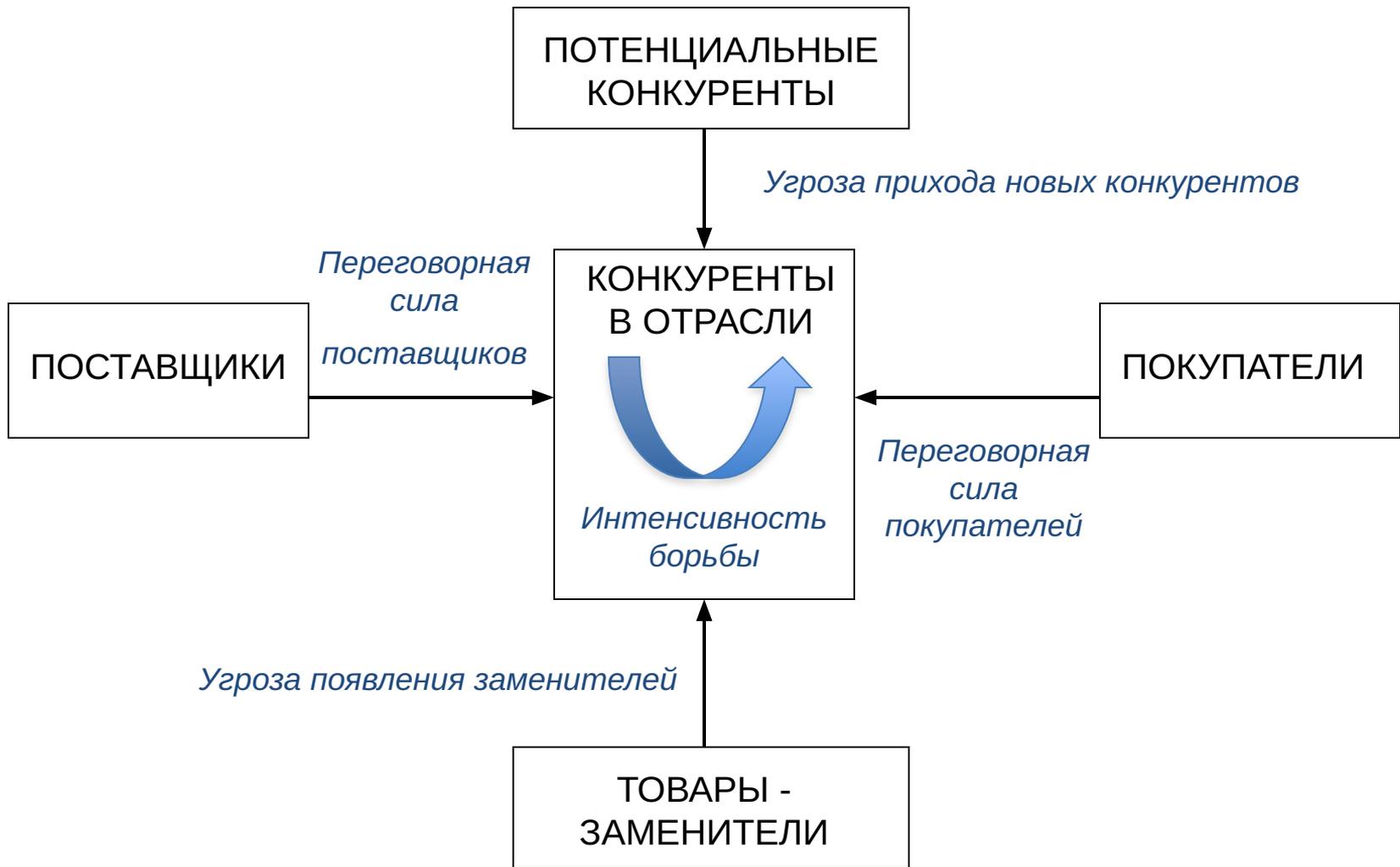


Запускать проект на ранних этапах – риск неразвития рынка и недостатка денег. Инвесторы хотят большую долю за небольшие деньги.

На этапе окончания роста – риск опоздать к распределению долей рынка.

В более развитых странах может быть уже следующий этап

Пять конкурентных сил Портера



1. Конкуренция на рынке опасна, если

У вас много конкурентов и они примерно равны по силе вам или сильнее

Ваш рынок уже на этапе зрелости и медленно растет

Вам требуются высокие постоянные издержки

Вы не можете быстро переключиться на другой продукт/сервис/клиентов/рынок

У вас высокие барьеры на выход с рынка (техника, эмоции, законы, ..)

2. Барьеры на вход велики, если

Выживают только крупные

Клиенты привержены раскрученным брендам

Требуются большие инвестиции для старта

Вы не можете быстро переключиться на другой продукт/сервис/клиентов/рынок

У «новичка» ограниченный доступ к ресурсам, знаниям, каналам распределения и т.п.

Медленный рост рынка

Опытные компании обладают защитой (патенты, связи, субсидии,...)

Барьеры мешают вам войти в бизнес, а затем защищают вас.

3. Власть поставщиков опасна, если

Среди ваших поставщиков только несколько компаний

У товара/услуги ваших поставщиков нет заменителей

Вы не являетесь значимым покупателем для поставщиков

Вы не можете сделать сами то, что покупаете у поставщиков

Вы не можете легко переключиться на другого поставщика

Ваш поставщик может купить или предпочесть вашего конкурента

Кто главные поставщики для web-стартапа?

4. Сила покупателей опасна, если

Немногие покупатели дают вам большую часть дохода

Приобретаемые ими у вас товары/услуги составляют значительную часть их издержек

Закупаемый ими у вас продукт/услуга является стандартизированным, недифференцированным и может легко быть куплен у вашего конкурента

Ваш покупатель беден

Ваш покупатель может сам создать или купить вашего конкурента

Ваш продукт/услуга не имеет большого значения для покупателя

Покупатель знает много о вашем бизнесе и вашей отрасли

5. Влияние товаров-заменителей

Это другой продукт, услуга, технология выполняющие ту же функцию, что и продукт/услуга, производимый вами.

Новые или зарождающиеся технологии

Новое применение уже известных технологий

Новые виды каналов распределения (например, Open Source, SaaS)

Ключевая компетентность (Core Competence)

Ключевые компетентности - это коллективный опыт организации в том, как и что она делает в качестве основной деятельности и лучше других

Идеально, когда портфель компетентностей формирует портфель бизнесов, а не наоборот.

Найдите свою ключевую компетенцию и инвестируйте в развитие только ее. Все, что за ее пределами – покупайте у тех, у кого она ключевая.



acer®



Три базовые стратегии

1. Лидерство по издержкам (научиться добиваться минимальной себестоимости)

защищает от конкурентов, т.к. вы можете ставить более низкие цены и оставаться в прибыли

заставит барьеры на вход новых конкурентов

более устойчивы к товарам-заменителям по сравнению с конкурентами

2. Дифференциация (мы не такие как все)

защищает от конкурентов за счет лояльности покупателей, которые готовы платить больше

повышает доходы по той же причине

лояльность покупателей и уникальность продукта обеспечивают высокие барьеры на вход конкурентов

понижает силу покупателей, т.к. те ограничены в выборе

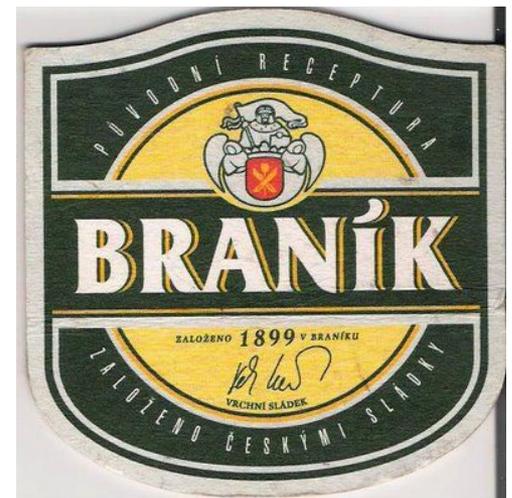
меньше угроза товаров-заменителей, чем у конкурентов

3. Фокус (лидерство, но только в определенном сегменте)

можно выбрать тот сегмент рынка, где вы наименее уязвимы для товаров-заменителей и конкурентов



БАЛТИКА



СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО

Быть уникальным
для покупателя

Быть доступным
всем

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ

Быть во
всей
отрасли

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

ЛИДЕРСТВО ПО
ИЗДЕРЖКАМ

Работать
только в
своем
сегменте

Ф О К У С