

# 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

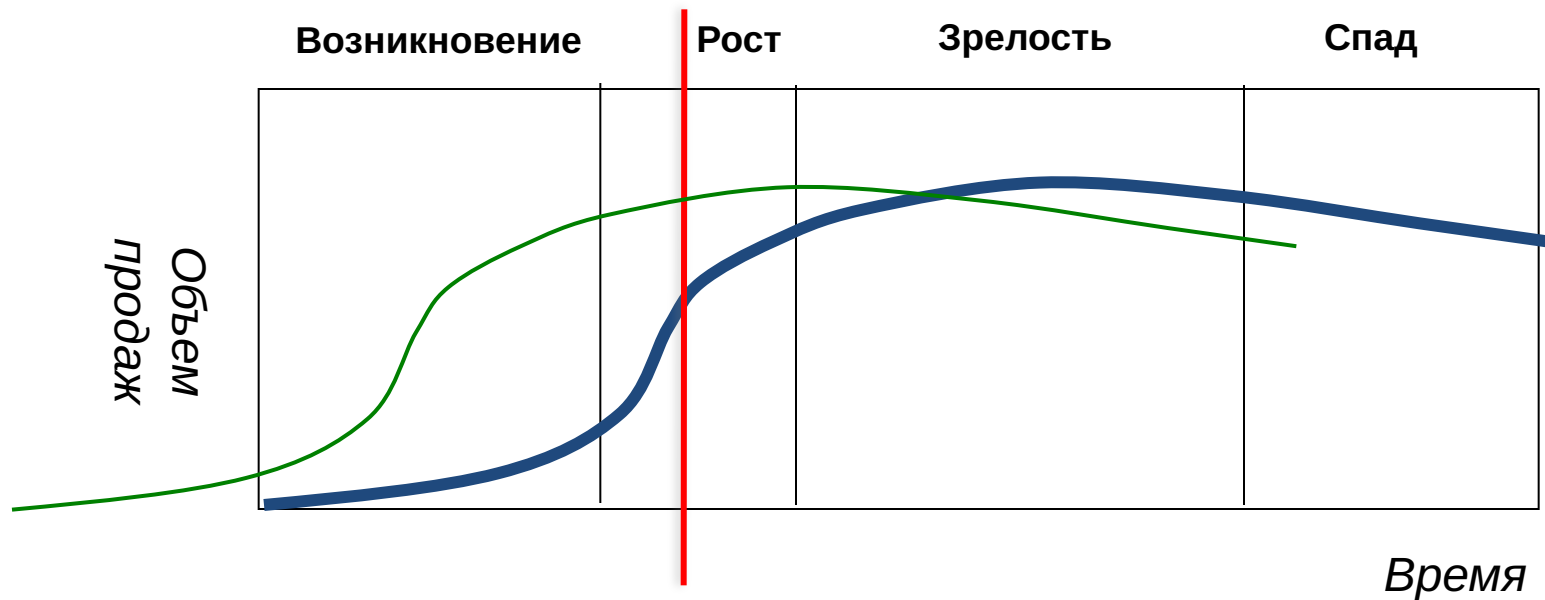
инвестор не должен отдать  
последнее

не берите друзей/родственников в  
инвесторы и партнеры

остерегайтесь «диких» инвесторов



# Концепция Жизненного Цикла

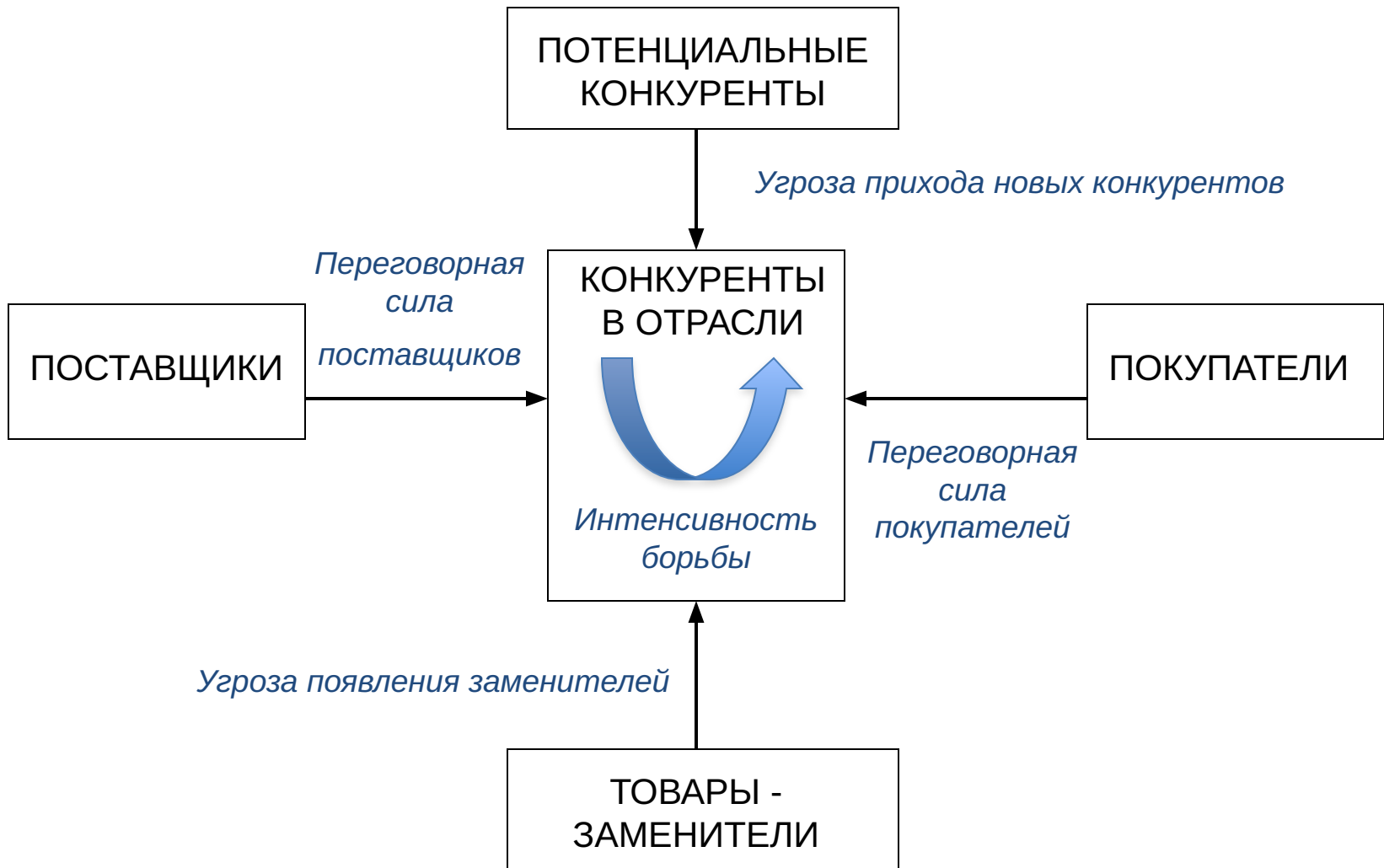


Запускать проект на ранних этапах – риск неразвития рынка и недостатка денег. Инвесторы хотят большую долю за небольшие деньги.

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

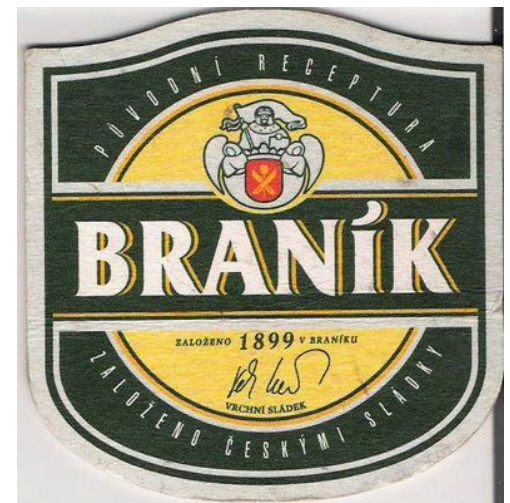
меньше угроза товаров-заменителей, чем у конкурентов

## 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

Быть во  
всей  
отрасли

ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ

ЛИДЕРСТВО ПО  
ИЗДЕРЖКАМ

Работать  
только в  
своем  
сегменте

Ф О К У С

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ ЦЕЛЬ