



ПОЧАТИ ► БІЗНЕС

КУРС
ПОЧАТИ БІЗНЕС У СФЕРІ
ТЕХНОЛОГІЙ

Лектори:
Ярослав Ажнюк
Андрій Клен
Олександр Нескін
компанія Petcube



Petcube

Українська компанія, що виробляє гаджети для власників домашніх тварин.

Найкращий hardware-стартап Європи 2014 року за версією The Europas, найперспективніший український стартап 2013 року за версією AIn, а також найкращий український стартап 2013 року за рейтингом iForum. Перший продукт компанії - це пристрій, що дозволяє через мобільний додаток дистанційно стежити, розмовляти і грати у лазерні ігри із домашнім улюбленцем.

Старт проєкту отримав фінансування за допомогою краудфандингової платформи Kickstarter.

ІДЕЯ

Ідеї, якими займаються підприємці, починаються з реальних потреб у їхньому житті. **Petcube** виник, у першу чергу, із особистих потреб засновників (і потреб їхніх домашніх улюбленців).

Ідеї варто **тестувати**. Спочатку на собі та близькому оточенні. Потім спробувати викласти інформацію про продукт в Інтернет, промоніторити скільки людей клікне, скільки перейде за посиланням.

На цьому етапі готового продукту ще може і не бути, але можна написати щось на кшталт “Якщо вас цікавить це - залиште свій імейл”. Так тестується попит.

Схожими методами можна тестувати **ціну** тощо.

Можна залучати А/В-тестування, перевірку гіпотез. Все це складає **MVP** (*minimum viable product*) - мінімальну життєздатність продукту.



A white cat with grey patches is stretching on a light-colored wooden floor. In the background, there is a grey wall, a wooden chair with a colorful woven blanket, a two-tiered wooden side table with a small black device and a potted plant on top, and a dark book with a brown ceramic pot on it. The word "СТАРТ" is written in large white letters in the center of the image.

СТАРТ

Запускаючи власний технологічний продукт, варто розібратися, чи великий ринок у цій сфері, чи ідея - інноваційна, чи є конкуренція. Якщо немає конкуренції і ринок замалий - це може свідчити, що такий продукт взагалі **не потрібен** споживачеві.

Petscube починали власну справу за сценарієм стартап-бізнесу: амбітні цілі, великі ринки, орієнтація на світових технологічних **гігантів** на кшталт Apple, Google тощо.

Вдалим рішенням вважають, що почали не з регіональної ініціативи, а з **глобального** планування і статистики: думки *"де у світі найбільше домашніх улюбленців і де на них найбільше витрачають"*

Однодумців шукали на спеціалізованих конференціях і нетворкінгах. Засновники одразу чітко розуміли сферу відповідальності кожного. Маючи експерта з технічної реалізації та арт-директора, шукали саме **СЕО**, який розумітиметься на бізнес-складовій.

”

Орієнтувалися на англomовну бізнес-пресу
та світові **тенденції**.

ГРОШІ

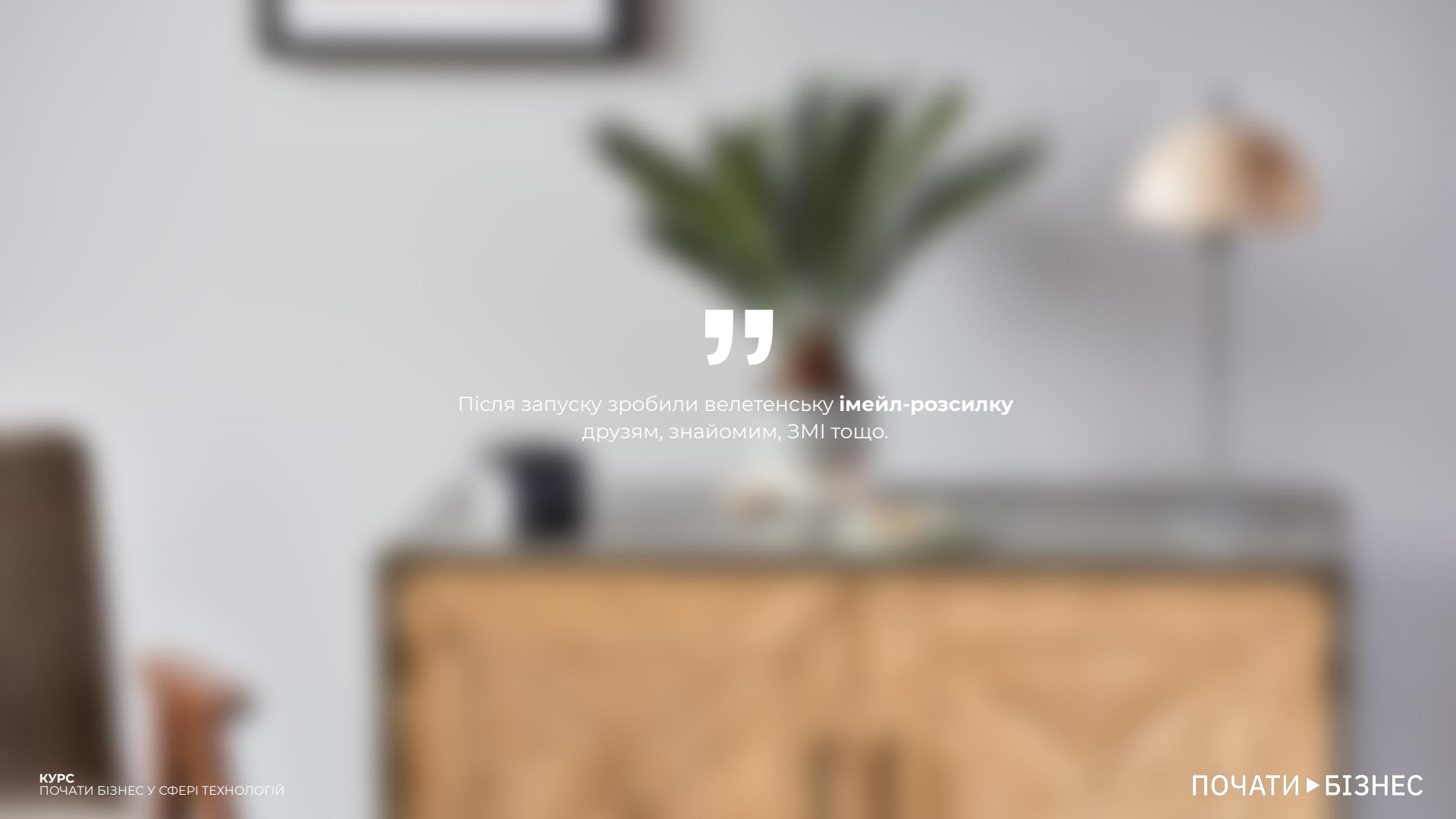
По-перше, це власні інвестиції для старту. Потім вдалося залучити іноземного інвестора, а далі стати частиною програми-акселератора від світового венчурного фонду.

Далі збирали кошти на краудфандинговій платформі **Kickstarter** шляхом попередніх продажів.

Тема залучення інвестицій, на думку засновників Petscube, перебільшена у медіа. У першу чергу треба працювати над власним бізнесом. Є компанії-гіганти, які від свого старту **взагалі** не залучали жодних інвестицій.

До Kickstarter підходили **поступово**. Планували запуститися за 3-4 місяці, а запустилися за 14. Досліджували успішні кейси, спілкувалися з їхніми авторами.

З інвесторами знайомитися **не складно**. Найчастіше це комунікація десь на публічних заходах. Зазвичай підприємці відкриті до комунікації та допомоги. Також існують венчурні фонди, що вкладають інвестиції у стартапи, отримуючи долю в компанії. Зазвичай знайомство з інвесторами відбувається через нетворкінг.



”

Після запуску зробили велетенську **імейл-розсилку** друзям, знайомим, ЗМІ тощо.

A black cat is shown in a stretching pose on a light-colored wooden floor. In the background, there is a white shelf with two books: '150 Best House Ideas' and 'Green Homes'. To the right, a portion of a grey upholstered chair with a wooden frame is visible. The word 'ПРОСУВАННЯ' is overlaid in large white letters across the middle of the image.

ПРОСУВАННЯ

Про запуск Petcube написали сотні **ЗМІ**. До того ретельно обиралися журналісти, блогери та ресурси, пов'язані із тематикою стартапу. Кожному засновники писали **особисто**.

Деякі ЗМІ висміювали цю ідею. Але, як відомо, **поганого** піару не буває. Важливим для презентації такого продукту є вдалий і стильний діджитал. Відео про продукт має розповідати просту історію, тримати глядача в напрузі та бути цікавим.

З технологічними продуктами є сенс заходити на **Amazon**. Це комплексна платформа, де варто представляти себе, коли маєш вже хоч якийсь мінімальний бренд та сильний готовий продукт.

Спішити не варто. Щоб це було успішним кроком, потрібно мати хорошу маркетингову стратегію та людину, що займатиметься цим напрямком. Важливі **якість**, гарантія повернення та сапорт продукту. Для стартапів також існує платформа Amazon Launchpad.

”

Великим плюсом для бренду є його
соціальна відповідальність.

МАРКЕТИНГ

У світі, у США зокрема, вже давно **не звертають** увагу на пряму рекламу.

Важлива увага інфлюенсерів, **відгуки** у соціальних медіа. Рекламні кошти краще витрачати на цифрові кампанії, а не телевізійні.

Успішна кампанія - та, що допомогла залучити не лише достатньо запитів на продаж, а й забезпечити видимість для потенційних **партнерів** проєкту.

Чому компанії важливо приділяти достатньо уваги дизайну, бренду і **комунікаціям**? Зазвичай, у технологічних бізнесах потужності у всіх **+/-** однакові. Диференціація починається на рівні взаємодії з продуктом, на рівні комфорту. Тут бренд -це важливо. **Бренд** - це те, з чим себе приємно асоціювати.

Дизайн допомагає відокремити свій продукт від решти на ринку.





КОМАНДА

“Золоте правило” Petcube
- не наймати мудаків
(людей нечесних і
неприємних)

Тому в компанії завжди
кілька співбесід.
Важливий **лайфхак** - на
керівні чи
вузькоспеціалізовані
позиції в компанії варто
брати людей розумніших
за себе або ж спеціалістів
у своїй галузі. Тоді люди
Важливо; щоб спеціалісти
розширювали сферу своїх
знань, росли ще й
горизонтально, тоді
ростиме і компанія.

Також важлива комунікація всередині команди. Всі розуміють **ієрархію**, але
всі почуваються на одному рівні.

Цінності команди мають бути **однаковими**. Якщо ви маєте спільне
розуміння, що таке професіоналізм - тоді у вас вже спільні цінності.

HR - одна з **ключових** посад у колективі. Це по суті методолог, який має
навчити, допомогти менеджерам зрозуміти, що відбувається в їхній команді,
розуміти причини проблем та ефективно їх вирішувати.

Тому навіть маленька компанія за можливості має скористатися хоча б
послугами **HR-консультанта**.

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ

Маркетинг:

Блог Amazon - blog.aboutamazon.com

Retail therapy blog - realretailtherapy.com

Менеджмент:

книга Енді Гроу "Фундаментальний менеджмент".

Audible від Amazon - сервіс для прослуховування аудіокниг.

Amazon Launchpad - платформа для стартапів, що представлені на Amazon

<https://www.amazon.com/launchpad/startups/signup>

