Co jest kluczem do udanego biznesu? Jeśli Twoja odpowiedź brzmi „dobry pomysł”, to masz tylko częściową rację. Nie w myśleniu, że dobry pomysł jest bez znaczenia, ale w myśleniu, że jest najważniejszy. Można to argumentować, podając przykłady wszystkich przełomowych firm ostatnich stuleci. Niewątpliwie Facebook czy Netflix to świetne pomysły, ale byłyby niczym bez odpowiednich kroków podjętych przez ich założycieli na początku ich długiej drogi. Prawda jest taka, że nie ma jednego czynnika, który może zagwarantować sukces, a dobry pomysł to zaledwie 5% całości. Zobaczmy, co przyszły biznesmen musi wziąć pod uwagę przed rozpoczęciem działalności.

Czy Twój pomysł jest naprawdę dobry?

Dobry pomysł to podstawa Twojego produktu. Pamiętaj jednak, że Twój biznes musi być użyteczny dla ludzi. Jest to zgodne z definicją produktu – czegoś, co zostało wyprodukowane i jest na sprzedaż. Ponieważ ludzie tego potrzebują, są skłonni to kupić. Mówiąc o pomysłach, zawsze dobrze jest szukać w obszarze swoich zainteresowań. Na przykład stworzenie zupełnie nowego programu do projektowania graficznego może nie być najlepszym wyborem dla kogoś, kto przez całe życie tworzył tylko strony internetowe. Znajomość swojego produktu to najlepsze, od czego możesz zacząć, zanim ocenisz, czy ludzie chcieliby go kupić.

Przeprowadź dokładne badania

Krok ten obejmuje analizę rynku przed rozpoczęciem działalności. Analiza musi uwzględniać wiele czynników, takich jak:

- **Klienci docelowi – kim są, ich potrzeby, wiek, lokalizacje, status finansowy i stan cywilny.**
- **Poznaj swoich klientów – zadawaj im pytania. Idealnym miejscem do tego są media społecznościowe. Im więcej klienci powiedzą o sobie i produkcie, którego potrzebują, tym lepiej.**
- **Konkurenci – kim są, co oferują, jakie wady mają ich produkty. Pomoże ci to porównać swój produkt z tymi już dostępnymi na rynku i zidentyfikować istniejące słabości. Zwróć także uwagę na ceny i to, ile klienci wydają na podobne produkty.**

Stwórz biznesplan

Biznesplan uwzględnia cele biznesowe, obecne i przyszłe. Pomaga wybrać kierunek działalności na każdym etapie jej rozwoju. Pomoże również

strategicznie w podejmowaniu ważnych decyzji. Możesz stworzyć biznesplan samodzielnie lub zatrudnić profesjonalistę, który zrobi to za Ciebie. Niezależnie od wybranej opcji, plan powinien zawierać kilka kluczowych cech:

- **Strona tytułowa i treść – ważne jest, aby były dobrze zorganizowane, wyglądały schludnie i profesjonalnie. Twój biznesplan będzie pokazywany potencjalnym inwestorom i chcesz zrobić na nich wrażenie.**
- **Oświadczenie o celu – podsumowanie produktu wraz z operacjami biznesowymi. Powinno ono określać, czy szukasz finansowania, czy nie.**
- **Opis produktu/usługi – opisz co oferujesz, w jaki sposób twój produkt przynosi korzyści klientom i ewentualnie czym różni się od produktów już dostępnych na rynku.**
- **Analiza rynku – pokaż oczekiwania klientów docelowych i trendy sprzedaży.**
- **Analiza konkurencji – słabe i mocne strony produktów konkurencji**

.

Zdobądź finansowanie

Dobry biznesplan zwraca również uwagę na początkowe koszty założenia startupu. Żadna firma nigdy nie rozpoczęła działalności bez pieniędzy, ale brak funduszy nie oznacza, że nie możesz jej założyć. Oprócz oczywistych źródeł funduszy, takich jak pożyczki od przyjaciół i rodziny, które prawdopodobnie już wypróbowałeś, istnieją inne, które możesz spróbować zdobyć za pomocą swojego biznesplanu. Należą do nich:

- **pożyczki bankowe**
- **dotacje, finansowanie lokalne**
- **venture capital – finansowanie, które inwestorzy zapewniają startupom i małym firmom o długoterminowym potencjale wzrostu**
- **inwestorzy-aniołowie – prywatni inwestorzy finansujący w zamian za kapitał własny**

.

Planowanie strategii marketingowej

Nawet najlepszy produkt nie odniesie sukcesu, jeśli ludzie go nie kupią. Aby go kupić, muszą wiedzieć o jego istnieniu. Dlatego też marketing musi być tak skuteczny, jak to tylko możliwe. Planując strategię marketingową, należy uwzględnić takie obszary jak:

- **Logo i identyfikacja wizualna – idealnie byłoby, gdybyś chciał przedstawić swój biznesplan z tymi dwoma już ustalonymi. W przeciwnym razie jest to ostatni dzwonek na stworzenie logo i identyfikacji wizualnej. Będzie to potrzebne do wdrożenia strategii marketingowej we wszystkich innych kanałach.**
- **Firmowa strona internetowa – dom dla Twojej firmy. W dzisiejszych czasach większość czynności wykonuje się online, w tym zakupy. Jeśli nie istniejesz w Internecie, nie istniejesz w ogóle.**
- **Media społecznościowe – strona internetowa to miejsce, w którym sprzedajesz swoje**

produkty lub usługi, ale media społecznościowe to miejsce, w którym się reklamujesz. Równie ważne jest, aby Twoja firma posiadała wszystkie najważniejsze kanały (takie jak Facebook, Instagram, Twitter, TikTok itp.), jak i działającą stronę internetową.

- **CRM (Customer Relationship Management) – obejmuje to zbudowanie listy kontaktów e-mail marketingowych i wdrożenie dobrze przeprowadzonej kampanii e-mail marketingowej. Wybierz odpowiednie oprogramowanie CRM, które pomoże Ci przechowywać dane klientów. Pamiętaj, że zgoda na wysyłanie komercyjnych wiadomości e-mail jest wymagana przez prawo. Poza tym dobrą praktyką jest proszenie klientów o zgodę na wysyłanie materiałów marketingowych. Buduje to zaufanie, pozwalając klientom zdecydować, czy wyrażają zgodę, czy nie.**

Wszystkie wyżej wymienione muszą być często aktualizowane o odpowiednie treści, nie tylko dotyczące produktów, ale także firmy, biznesu

lub wiadomości branżowych. Silna obecność online jest kluczem do sukcesu produktu. Bez niej nawet najbardziej fantastyczny produkt nie będzie się dobrze rozwijał. W związku z tym przestrzeganie dobrego planu marketingowego jest równie ważne, jak dostarczanie dobrej jakości produktu lub usługi.

Stwórz minimalny opłacalny produkt (MVP)

MVP powinien mieć wystarczająco dużo funkcji, aby przyciągnąć pierwszych klientów, którzy będą stanowić grupę testową. Dostarczą oni informacji zwrotnych, dzięki którym szybko poprawisz niedopracowane części aplikacji lub systemu. Pamiętaj, że MVP nie musi być idealne. Musi działać. Jego głównym celem jest sprawdzenie, czy pomysł przyciągnie klientów w dłuższej perspektywie. Minimalizuje to również czas i zasoby poświęcane na budowanie produktu, który w odpowiednim czasie może nie przyciągnąć żadnych klientów.

>

Udoskonalaj swój produkt w oparciu o opinie klientów

Zbieranie opinii może odbywać się na niezliczone sposoby. Poniżej wymieniono kilka z nich:

- **Ankiety w aplikacji – zapytaj o zadowolenie z produktu, jak łatwo jest z niego korzystać lub czy klienci polecą go znajomym.**
- **Wywiady lub grupy fokusowe – kontaktowanie się z klientami przy użyciu podanych przez nich danych kontaktowych. Jest to bardziej czasochłonny sposób zbierania danych, ale daje bardziej dogłębną wiedzę o klientach.**
- **Testy A/B – kampanie, których celem jest przetestowanie różnych wersji systemu na klientach, aby wybrać najbardziej odpowiednią**

  .

- **Monitorowanie strony docelowej – monitorowanie aktywności na stronie docelowej opisującej Twój produkt. Jeśli potencjalni klienci są zainteresowani, będą klikać w zakładki takie jak „więcej o**

produkcie” lub „ceny”.

Po uzyskaniu wszystkich informacji, wprowadź zmiany w swoim produkcie i nie zapomnij o informowaniu klientów na bieżąco. Pokazuje to zaangażowanie i zachęca ich do interakcji. Jest to ważne, ponieważ uzyskiwanie informacji zwrotnych i aktualizowanie MVP jest ciągłym procesem wpływającym na strategię produktu i procesy rozwoju w Agile.

Kontroluj finanse.

Kontroluj swoje finanse

Każda mała firma ma dwa rodzaje kosztów – koszty stałe i koszty zmienne. Koszty stałe nie zmieniają się wraz z ilością sprzedawanego produktu, podczas gdy koszty zmienne tak.

W przypadku większości firm koszty stałe obejmują czynsz, rachunki za media, ubezpieczenie, spłaty pożyczek, ale także płatności za domenę, bramkę płatności lub wszelkie koszty subskrypcji.

Zmienne koszty biznesowe obejmują materiały produkcyjne i dostawy, prowizje, opłaty za karty kredytowe itp. Im więcej produkujesz, tym więcej kosztów zmiennych poniesiesz.

Na przykład, jeśli nie sprzedasz żadnego ze swoich produktów, nie oznacza to, że nie poniesiesz żadnych kosztów. Podobnie, koszty zmienne prawdopodobnie wzrosną, jeśli sprzedasz wiele jednostek produktu. Prosty bilans pomoże ci ocenić koszty i wszystkie obliczenia. Spróbuj odpowiedzieć na kilka podstawowych pytań, takich jak:

- **Ile kosztuje wyprodukowanie jednej jednostki produktu? – daje to wyobrażenie o minimalnej cenie jednostki produktu, która pokrywa jego produkcję**

  .

- **Ile produktów musisz sprzedać miesięcznie, aby pokryć koszty stałe? – tyle sprzedanych produktów nie przyniesie Ci żadnego dochodu**

  .

W miarę rozwoju będziesz musiał mieć oko na koszty i być może będziesz musiał znaleźć sposoby na obniżenie niektórych z nich, aby sfinansować swój przyszły rozwój. Kluczem jest, aby nie robić tego kosztem jakości oferowanego produktu.

Rozwijaj swój biznes

Naturalną fazą rozwoju każdego biznesu jest wzrost. Działający produkt generuje szybki wzrost sprzedaży, a ty zaczynasz widzieć zyski. Na kolejnych etapach będziesz rozważał zatrudnienie większej liczby osób, wynajęcie większej powierzchni oraz zakup bardziej zaawansowanego sprzętu i technologii. Zaczniesz przyglądać się innym kierunkom rozwoju. Po przeczytaniu tego artykułu mam nadzieję, że wszystko to nastąpi raczej wcześniej niż później.