

PV242

Inovace a podnikání

1. blok

Vojta Krmíček

krmicek@jic.cz



www.jic.cz

Co nás dnes čeká?

- Je podnikání pro mě?
- Co je inovace?
- Proč startupy neuspějí?
- Host - příběh podnikatele + diskuse
- Lean metodologie a tři fáze startupu
- Kde začít: zákazník, problém, řešení
- Jak poznat trh

Je podnikání pro mě?

Aneb, co budu dělat po škole...



A) Zaměstnání



B) Akademická sféra

C) Podnikání





D) Jiná možnost

Proč se nechat zaměstnat?
Proč podnikat?

Výhody a nevýhody

- v týmu společně vymyslete minimálně 5 plusů pro oboje
- vyberte top 3 u každého

WHICH
PATH
CHOOSE
YOU WILL?



Co je dobré mít, abych se do podnikání mohl
vrhnout?

START

WITH WHY

Simon Sinek

www.startwithwhy.com

TED TALK

People don't buy WHAT you do, they buy WHY you do it.

All the great leaders and organisations communicate the same way...

It's the WORLD'S simplest idea

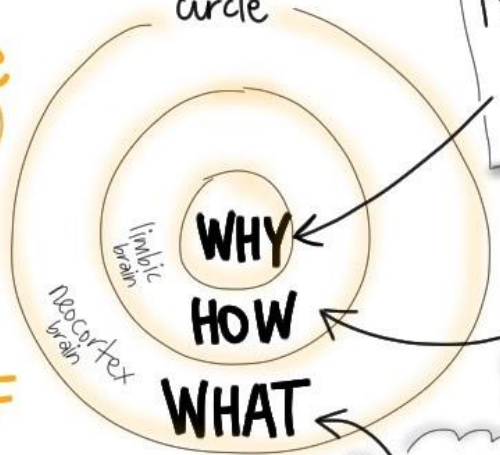
The GOLDEN circle

YOUR PURPOSE (not PROFIT)

YOUR cause

YOUR BELIEF

Why should anyone CARE?



Few PEOPLE or ORGANISATIONS know WHY they do what they do.

INSPIRED leaders and organisations communicate from the INSIDE OUT

We KNOW HOW we do it

We KNOW WHAT we do...

MARTIN LUTHER KING

DO BUSINESS with people who believe what you believe

IT LINKS DIRECTLY to how our BRAIN works

LAW of DIFFUSION of INNOVATION



I BELIEVE

by www.lynnecazaly.com

**start
with why**

vášeň



Now I've found you Passion,
I can go anywhere!

odvahu a odhodlání



čas



znalosti
schopnosti





kontakty

dobrý tým



podporu blízkých



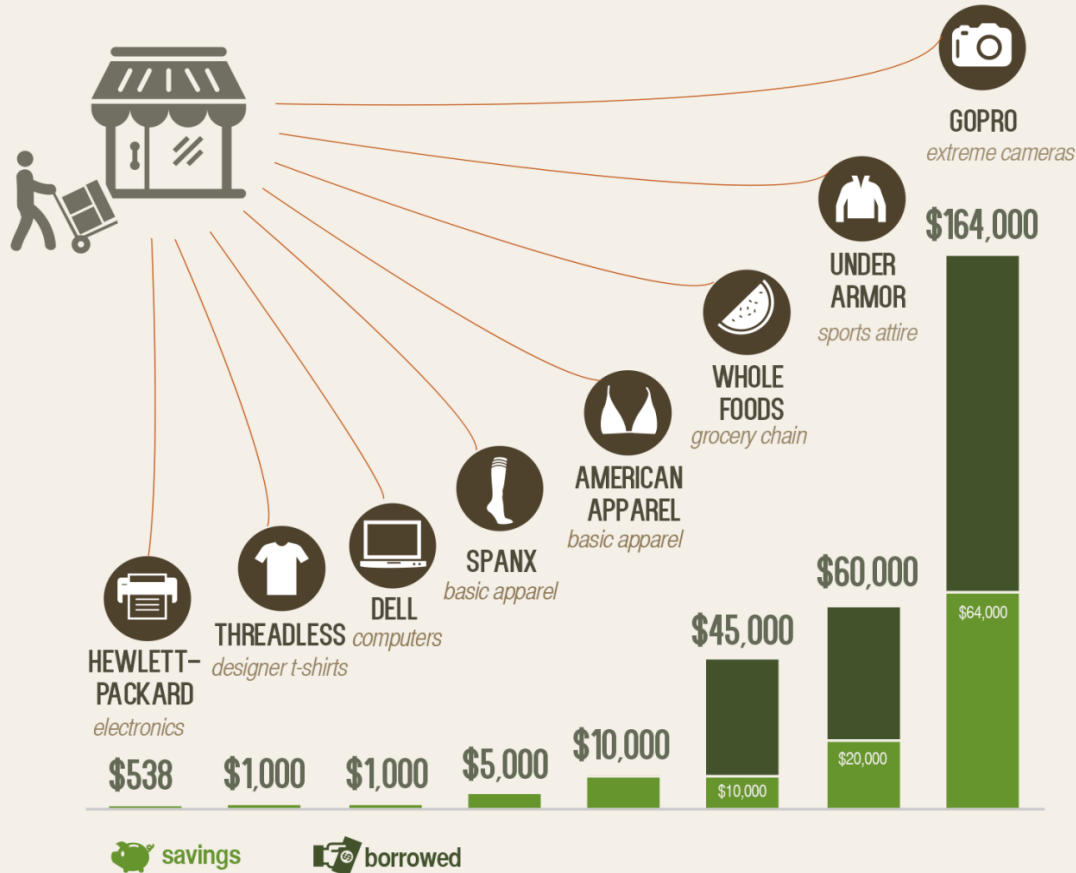


peníze???

ENOUGH MONEY TO START?

How Much Money Companies Were Started With

by Anna Vital



www.jic.cz

Tři klíčové pohledy na podnikání



Osobní rozhodnutí

- Co od podnikání očekávám?
- Čeho chci podnikáním dosáhnout?
- Co jsem ochoten obětovat?
- Co je první nevratný krok?

A jak to mám já?

- Kdy jsem zažil „flow“? Co mě opravdu baví?
- Moje klíčové dovednosti a schopnosti (talenty)
- Proč chci podnikat? (Případně proč bych někdy zkusil podnikat?)

Co je inovace?





www.jic.cz





Ian. Stradanus inuict. Ioan. Galle excud.

4.

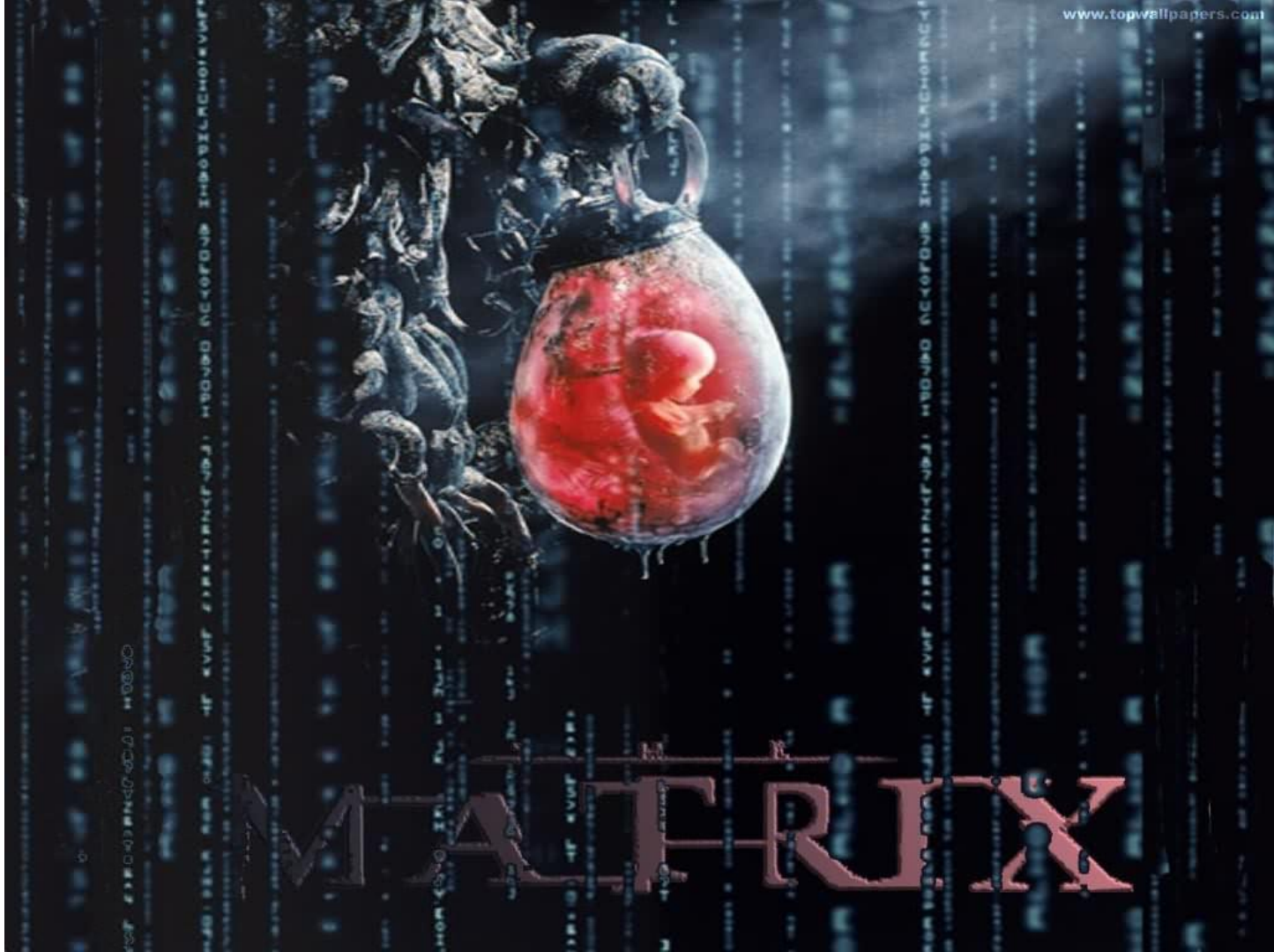
IMPRESSIO LIBRORVM.

Potest vt vna vox capi aure plurima: Linunt ita vna scripta mille paginas.

http://www



www.jic.cz



Inovace
=
Nápad uplatněný na trhu

Inovace produktu



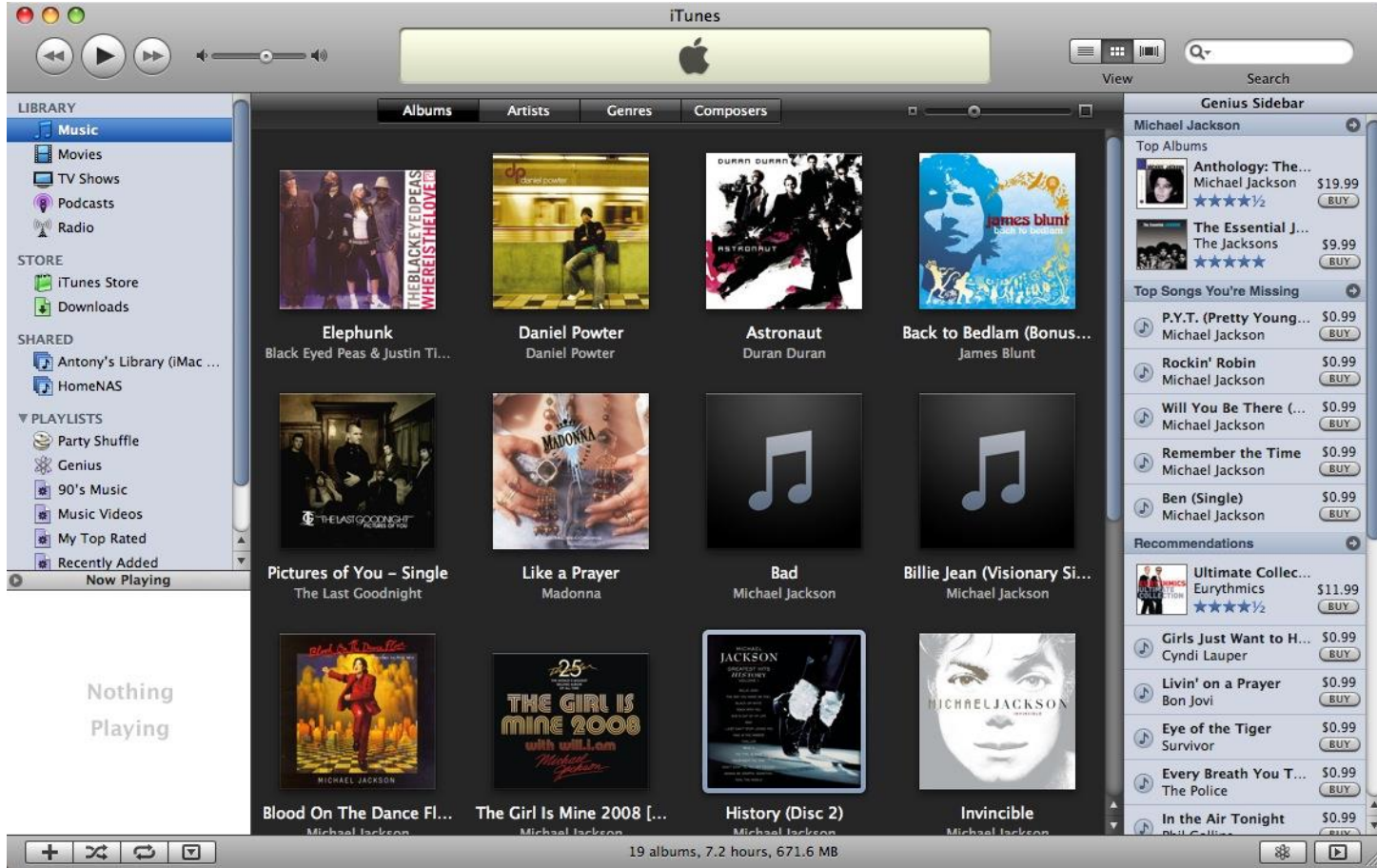
Inovace procesu



BMW M5
Return of the king.
www.bmw.com.tr



Sheer
Driving Pleasure

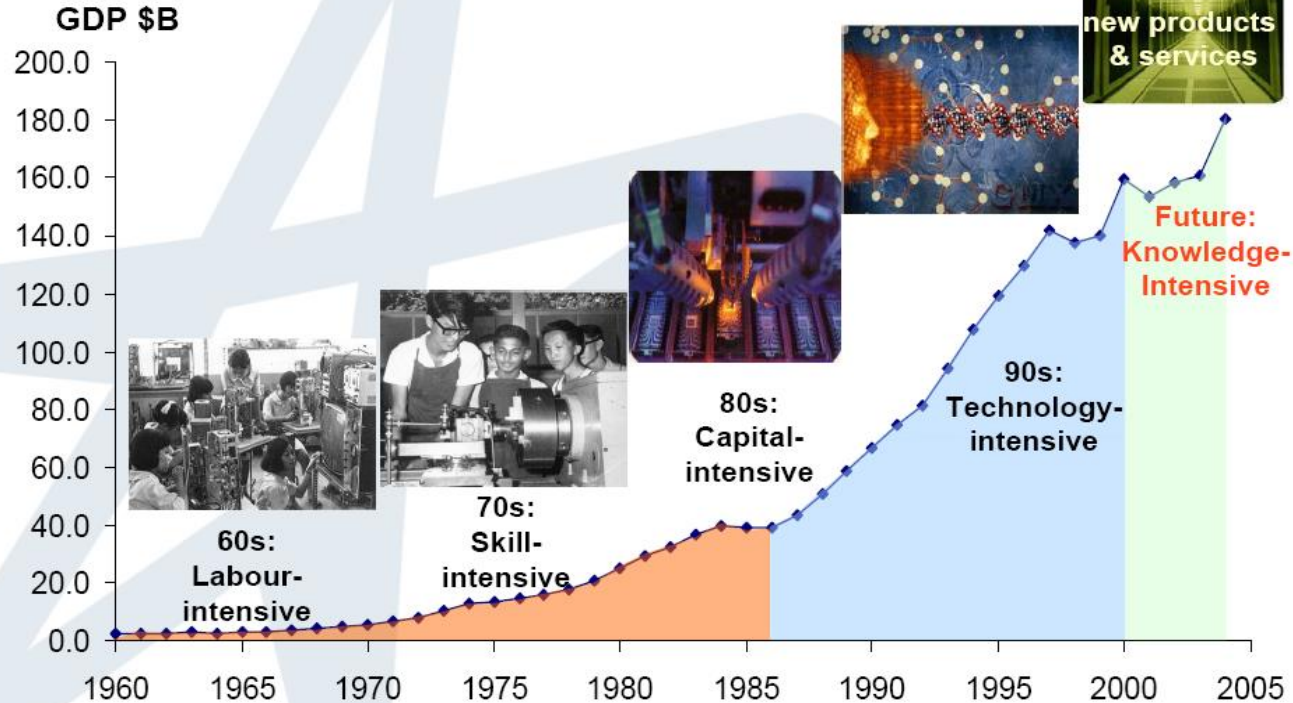


Inovace byznys modelu

Ekonomika založená na inovacích

The Singapore Growth Story

A Success Story



Inovační procesy - lidé

„Inovace nemají co do činění s velikostí
R&D rozpočtu ... nejsou o penězích.

Je to o lidech, které máte, jak jsou
vedení, a jak vám to myslí“



Proč startupy neuspějí?



WE ARE LIVING THROUGH A GLOBAL ENTREPRENEURIAL RENAISSANCE

#Opportunity



THERE IS NO BETTER TIME THAN THE PRESENT TO START



Access to tools and
knowledge



Cheaper and
Faster



Launch and grow
a business

Students

Intrapreneurs

Startup Founders

Business Owners

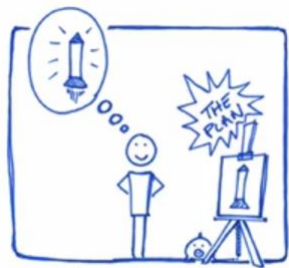


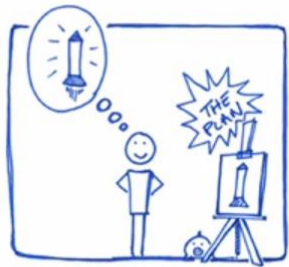
? of 10

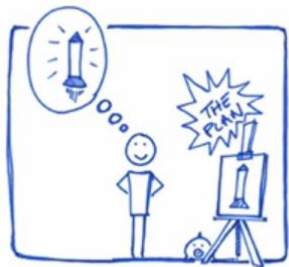
startups fail

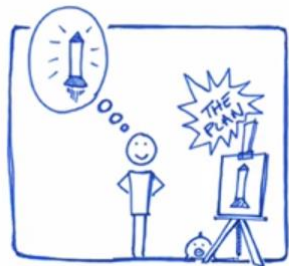
9 of 10

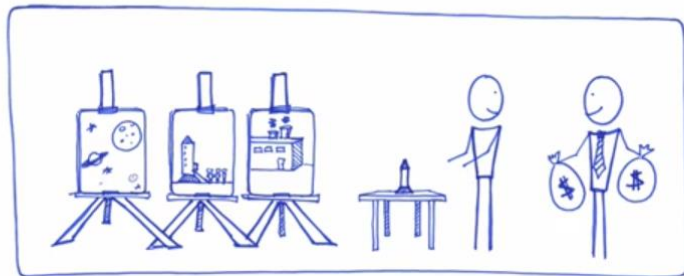
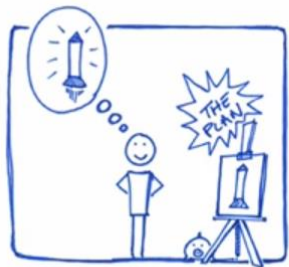
startups fail

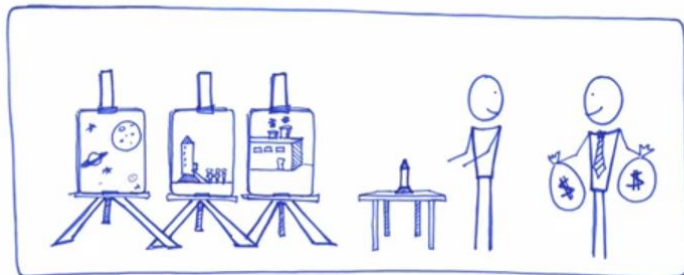
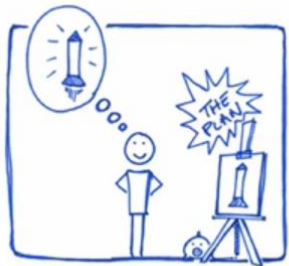










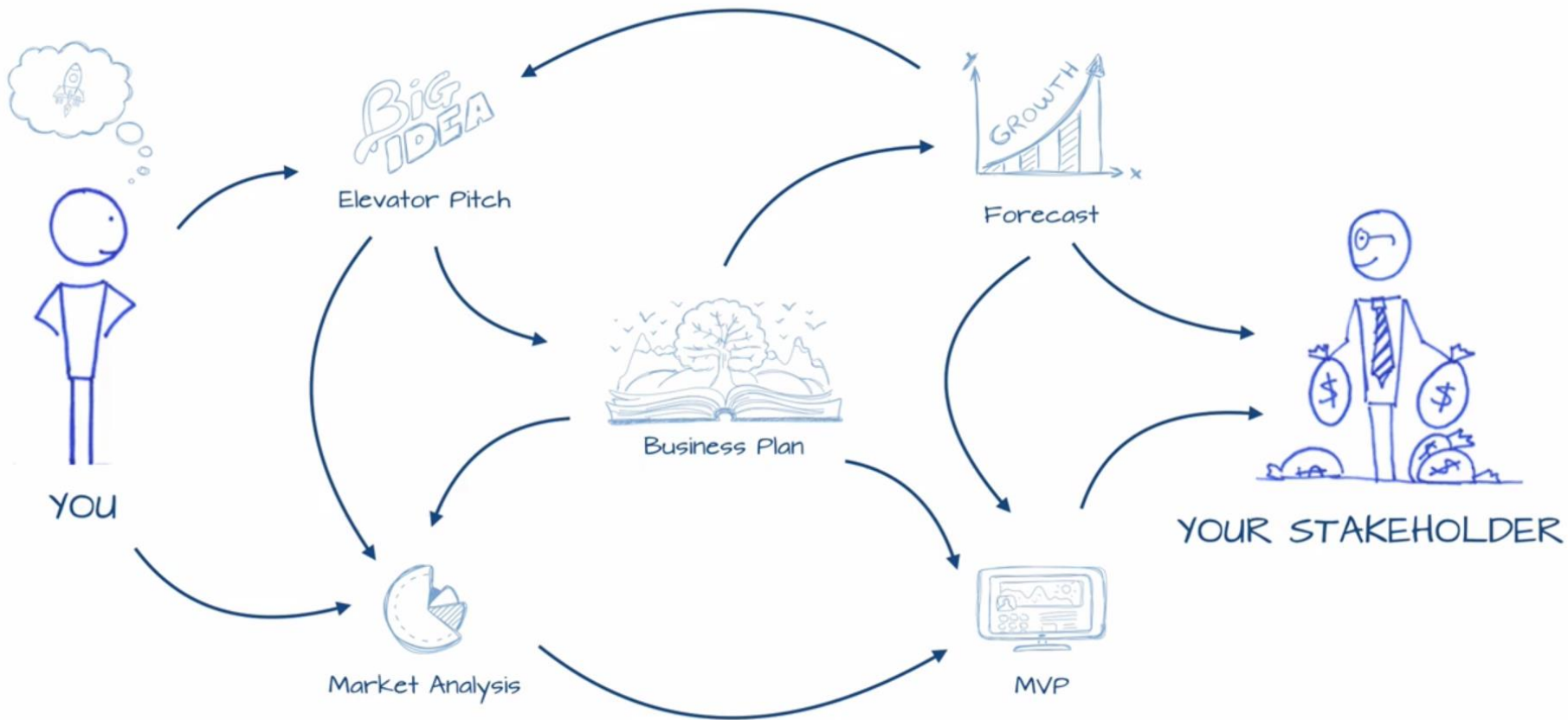




YOU



YOUR STAKEHOLDER









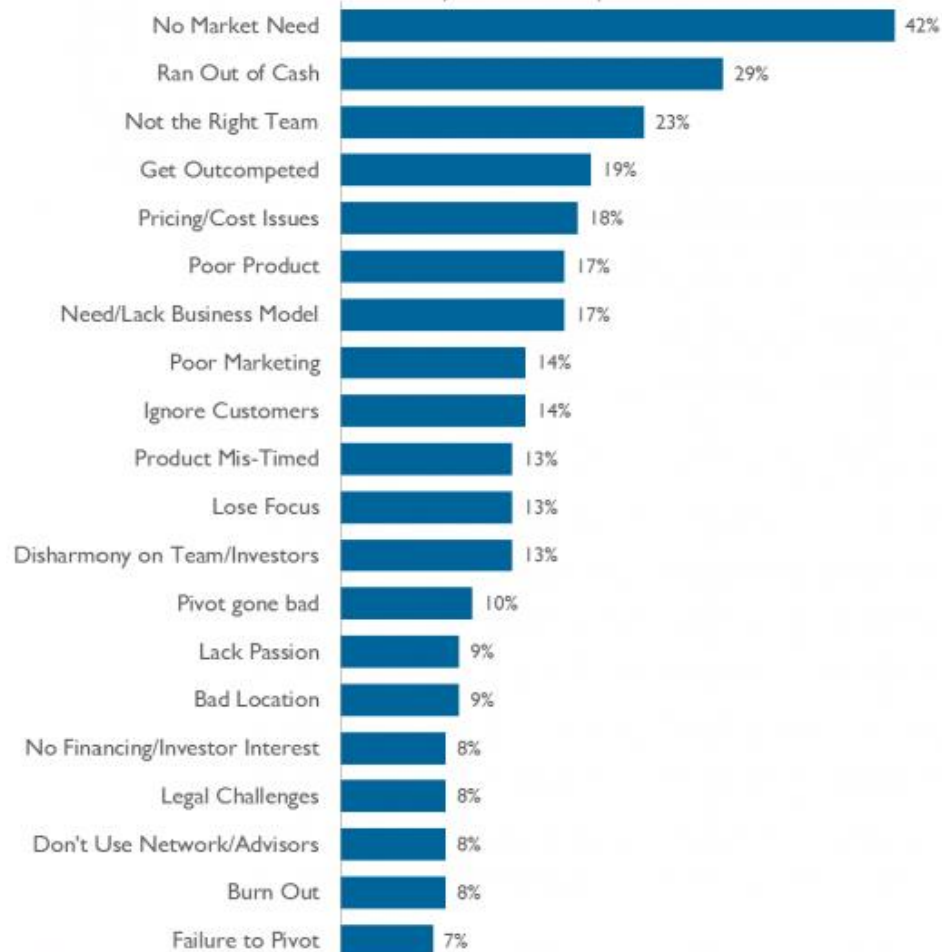
Why startups fail, according to their founders

by Erin Griffith @eringriffith SEPTEMBER 25, 2014, 3:00 PM EST



Top 20 Reasons Startups Fail

Based on an Analysis of 101 Startup Post-Mortems

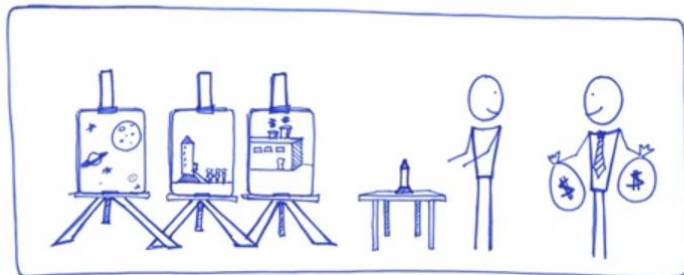
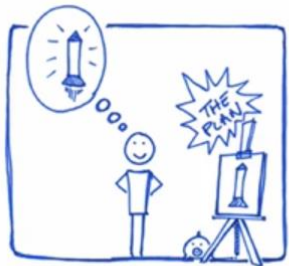


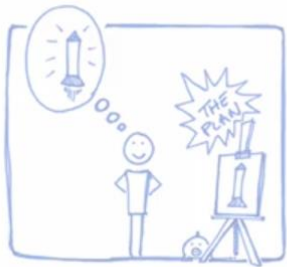


**THE #1 REASON WHY PRODUCTS FAIL:
WE BUILD SOMETHING NOBODY
WANTS.**

LIFE'S TOO SHORT TO BUILD
SOMETHING NOBODY WANTS.







BACKWARDS

- There is a better way
- These big failures can be avoided
- **A lot more of learning, turning it into successful business model**

THE NEW YORK TIMES BESTSELLER

THE LEAN STARTUP

How Today's **Entrepreneurs** Use
Continuous Innovation to Create
Radically **Successful** Businesses

ERIC RIES

THE LEAN SERIES

2nd Edition

Ash Maurya

RUNNING LEAN

Iterate from Plan A to **a Plan That Works**

O'REILLY®

Eric Ries, Series Editor



“Customer is the most important part of your production line”

What The Customer Really Wanted

Create your own cartoon at www.projectcartoon.com



How the customer explained it



How the business consultant described it



How the project leader understood it



How the analyst designed it



How the programmer wrote it



What the beta testers received



How it performed under load



How the project was documented



How the customer was billed



When it was delivered



How it was supported

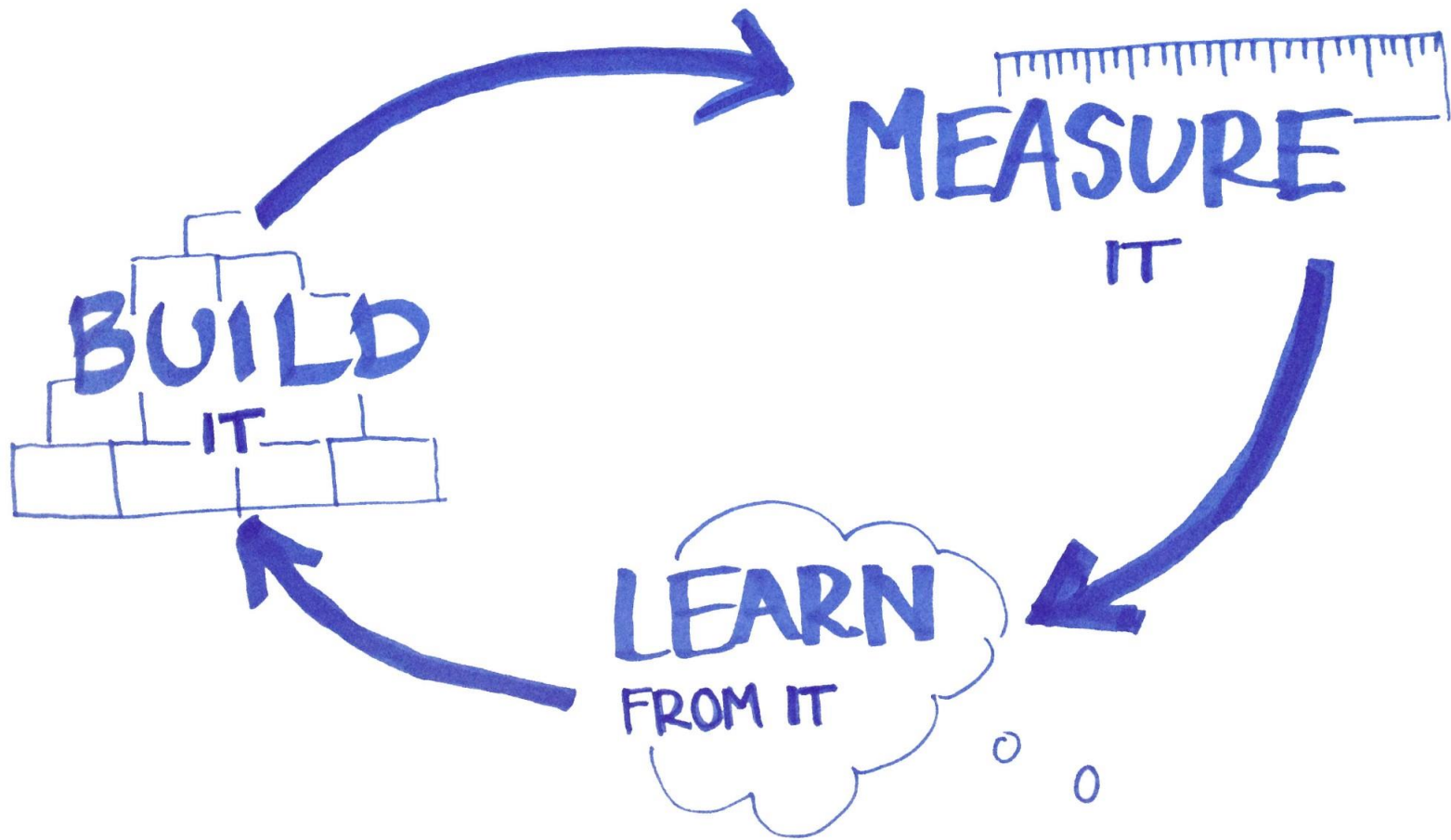


What the customer really wanted

WE ARE MORE CONNECTED TO
CUSTOMERS THAN EVER BEFORE



Happy customers get you paid and doing this repeatedly and efficiently is the goal of every business.



Time is your
critical
resource.

SPEED OF LEARNING IS THE NEW UNFAIR ADVANTAGE



Out-learn the
competition



Build what
customers want



Stay relevant
to customers



Grow your
business model

Learn fast

Fail fast

Succeed faster

Čas na příběh podnikatele

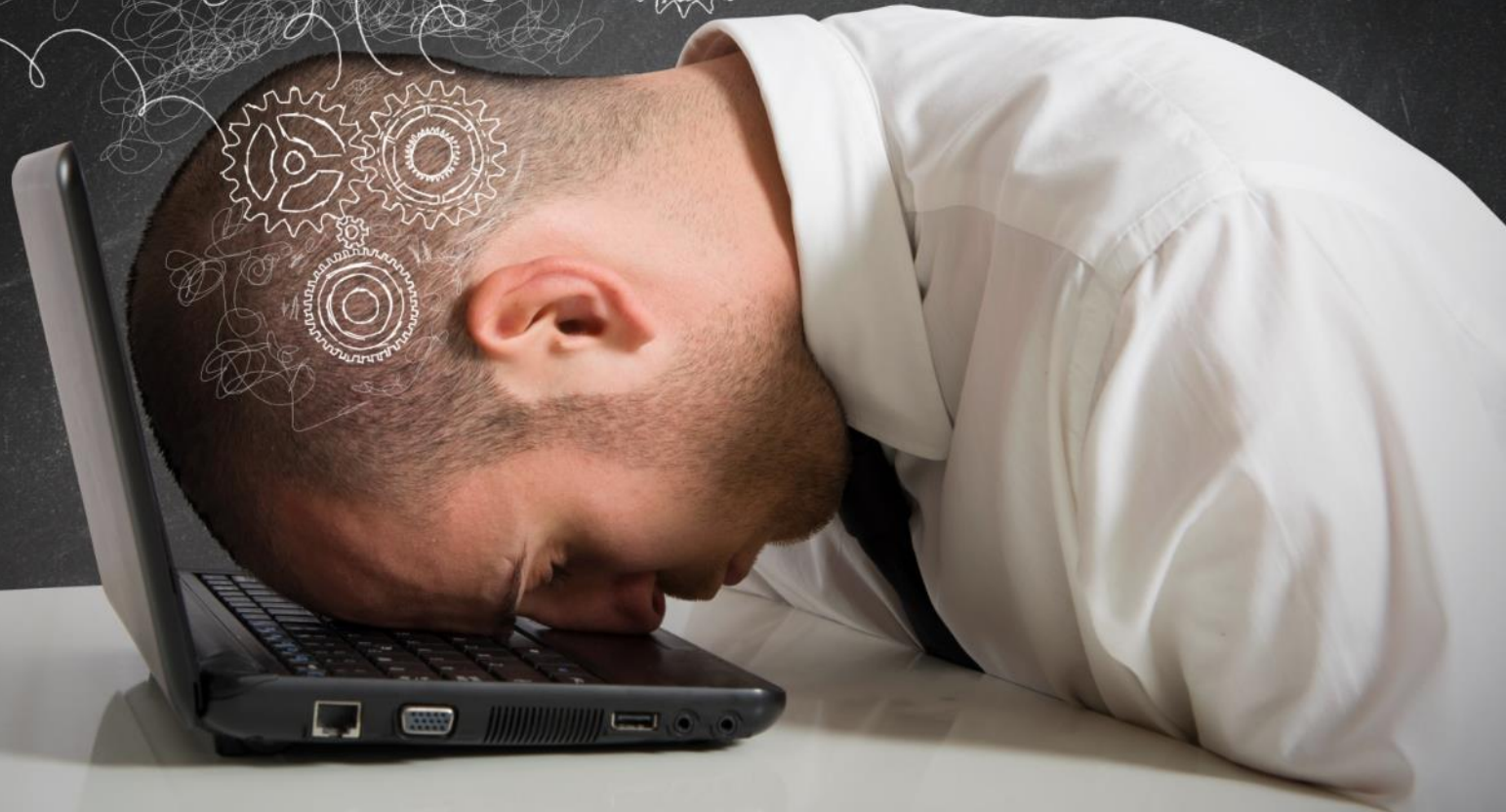


TŘI FÁZE STARTUPU A KDE ZAČÍT

zákazník+problém+řešení



Zákazník vs. uživatel



Problém...





... a jeho řešení

OLD WORLD

Measure of progress



Intellectual Property

NEW WORLD

Measure of progress



Traction

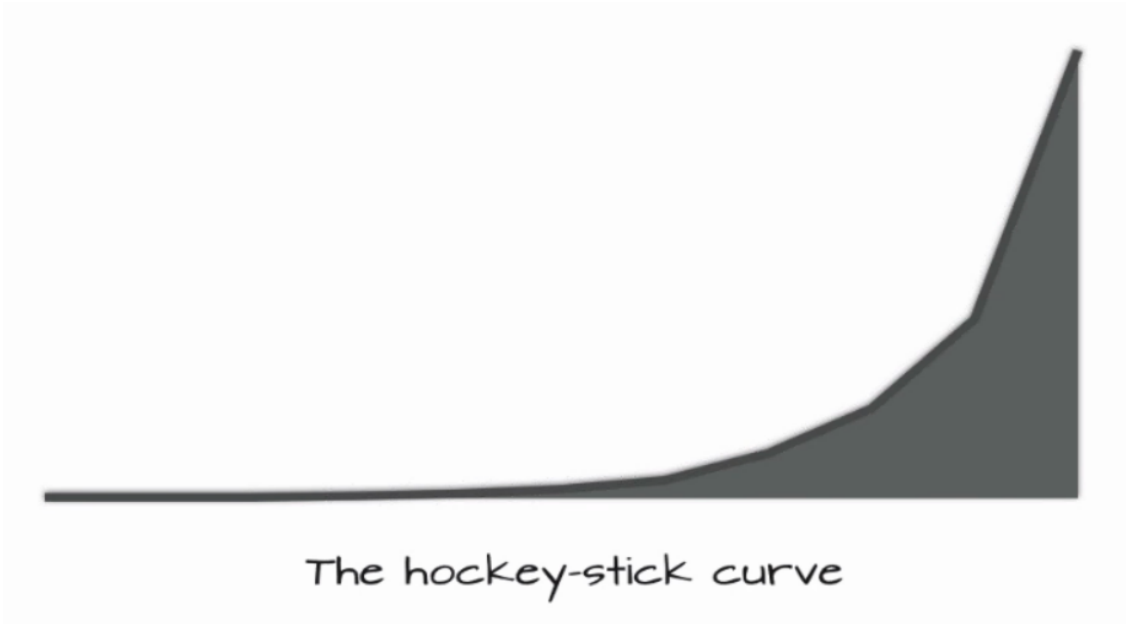


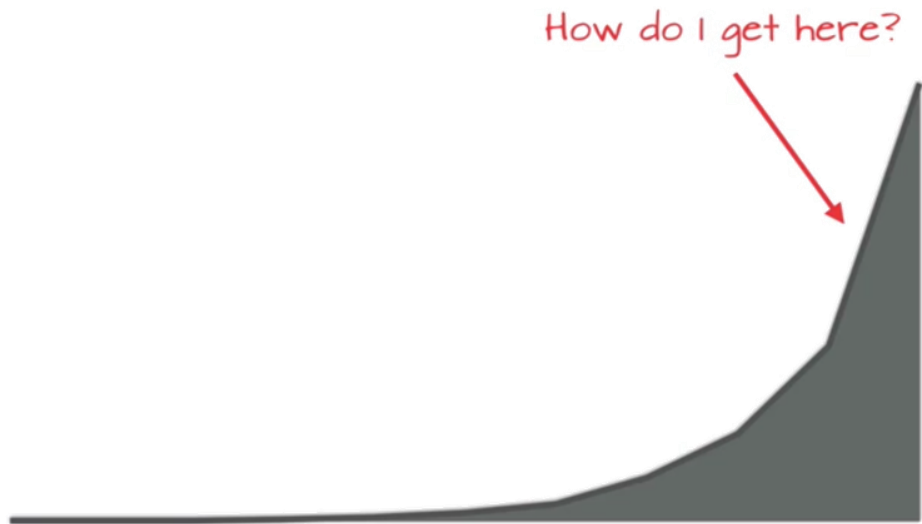
RIGHT ACTION, RIGHT TIME

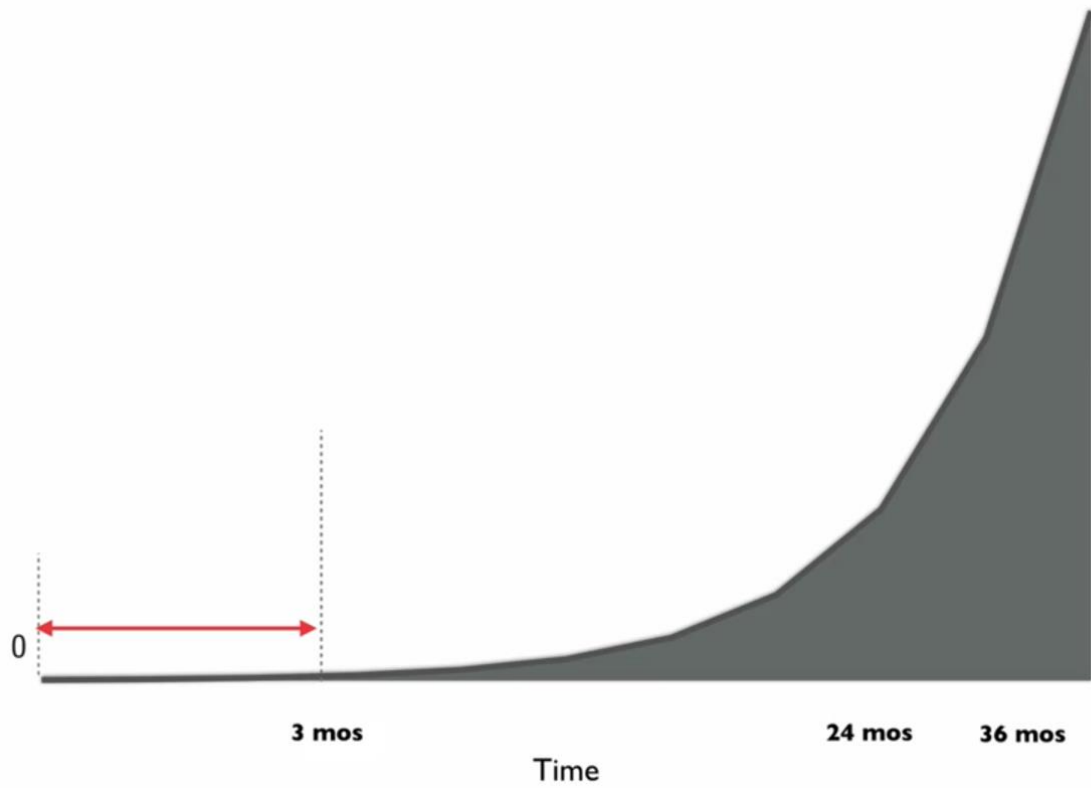
“The **essence of strategy** is choosing what **not to do.**”

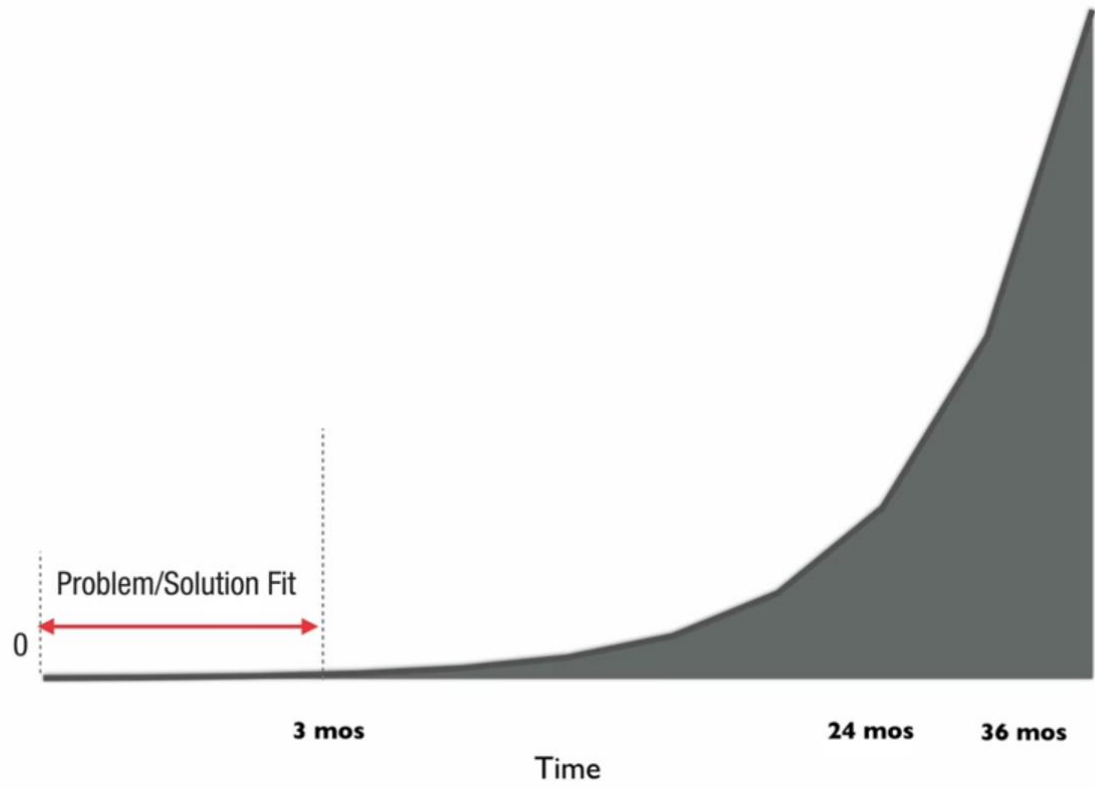
- Michael Porter

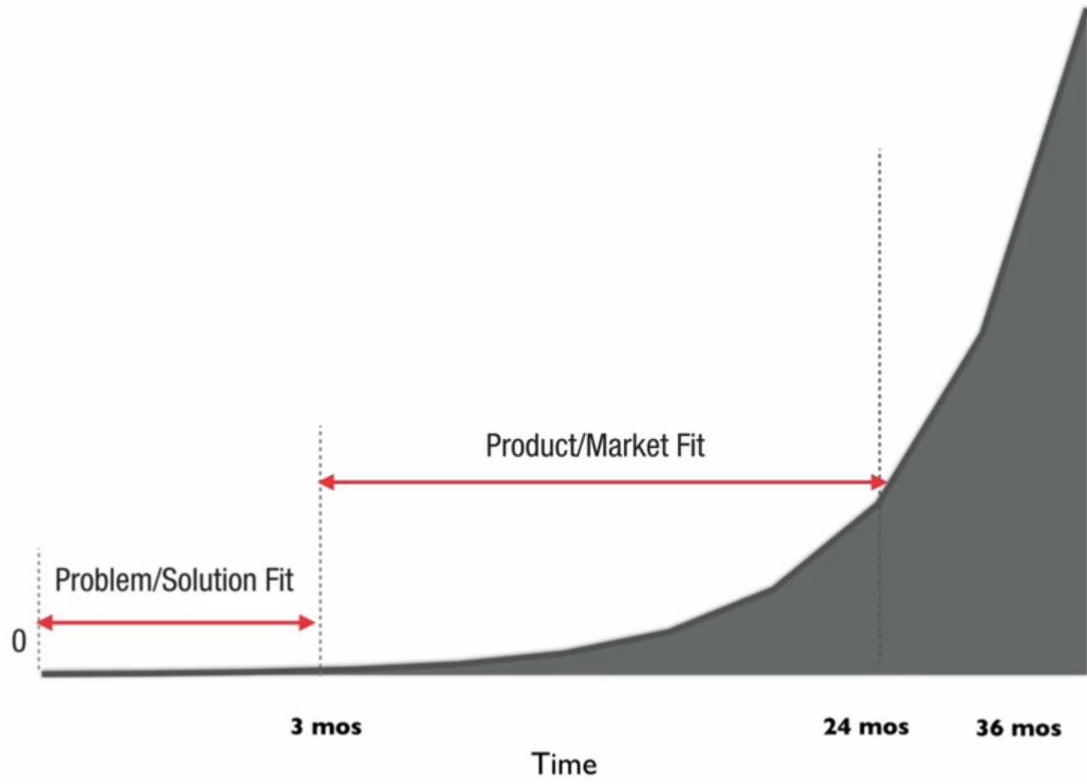
DON'T start with a
Minimum Viable Product?

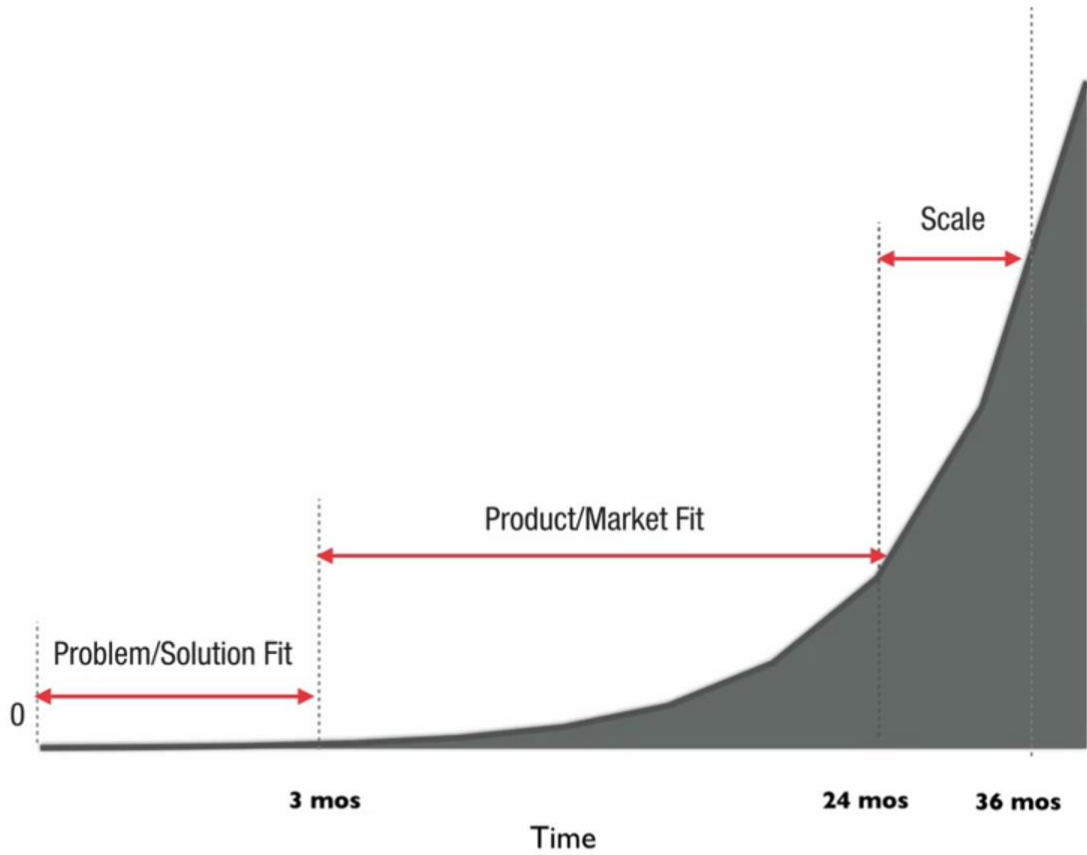


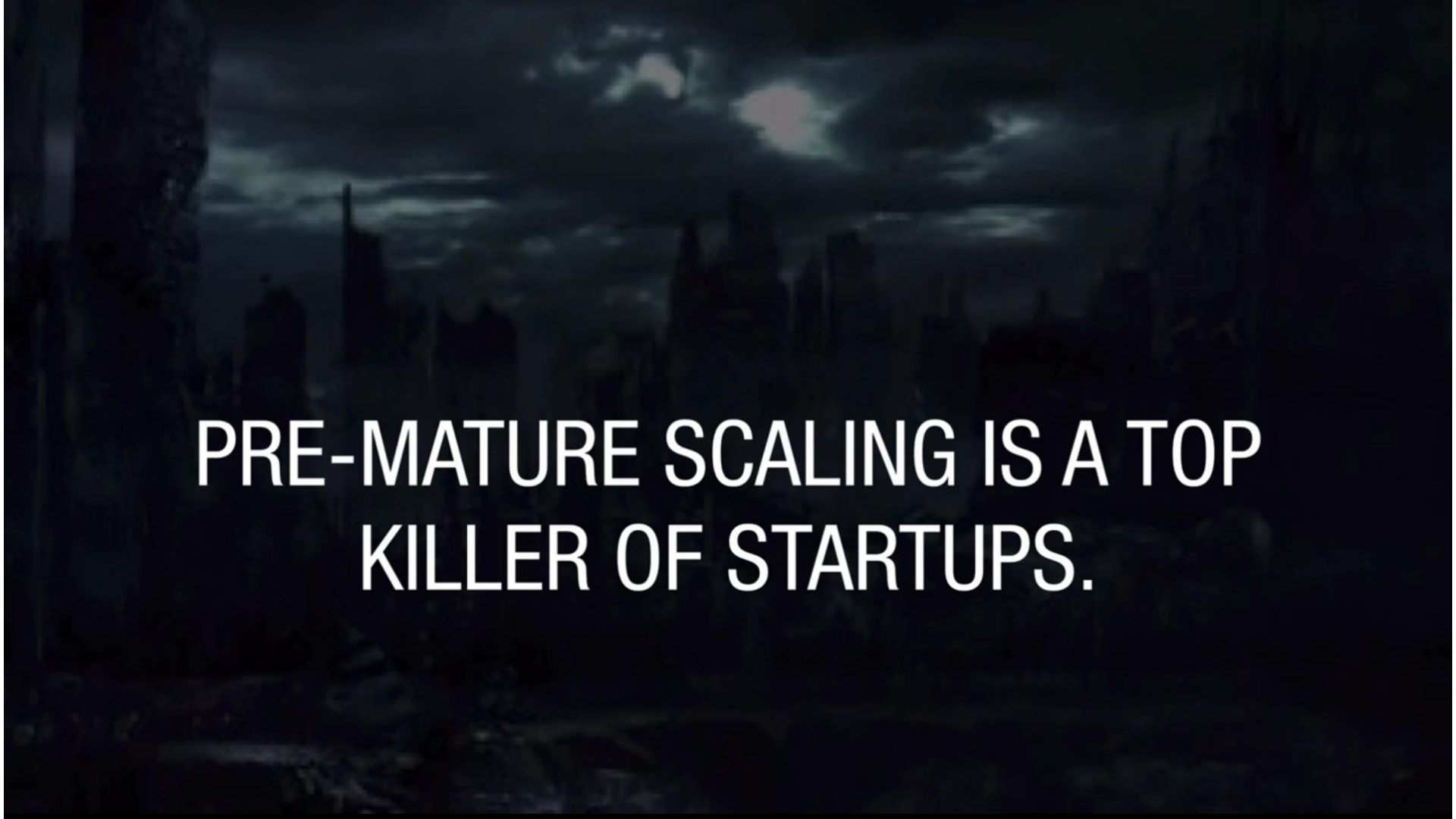










A dark, moody cityscape at night with a bright light source in the sky. The text is centered in the lower half of the image.

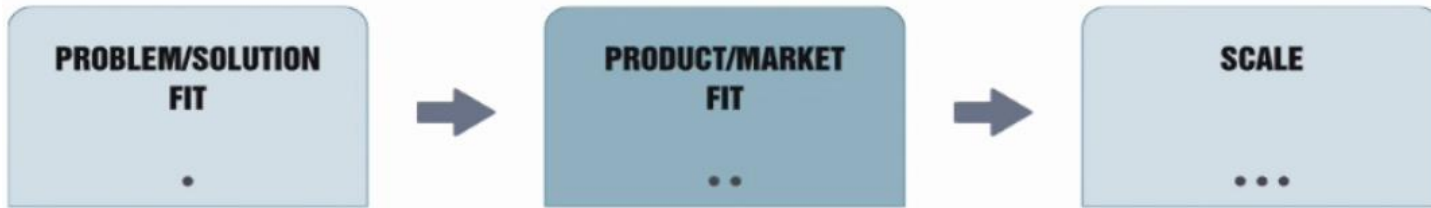
**PRE-MATURE SCALING IS A TOP
KILLER OF STARTUPS.**

3 Stages of a Product



Do I have a problem worth solving?

3 Stages of a Product



Have I built something people want?

3 Stages of a Product



90

How do I accelerate growth?

Stage 1 – Problem/Solution Fit

PROBLEM/SOLUTION FIT

- **Key question:** Do I have a problem worth solving?
 - Is it something customers want? (must-have)
 - Will they pay for it? If not, who will? (viable)
 - Can it be solved? (feasible)
- Qualitative customer observation and interviewing techniques
- no prototype yet, just demo/interviews/sketches/...



**Get out
of the building!**

*Flameboy
COMICS*

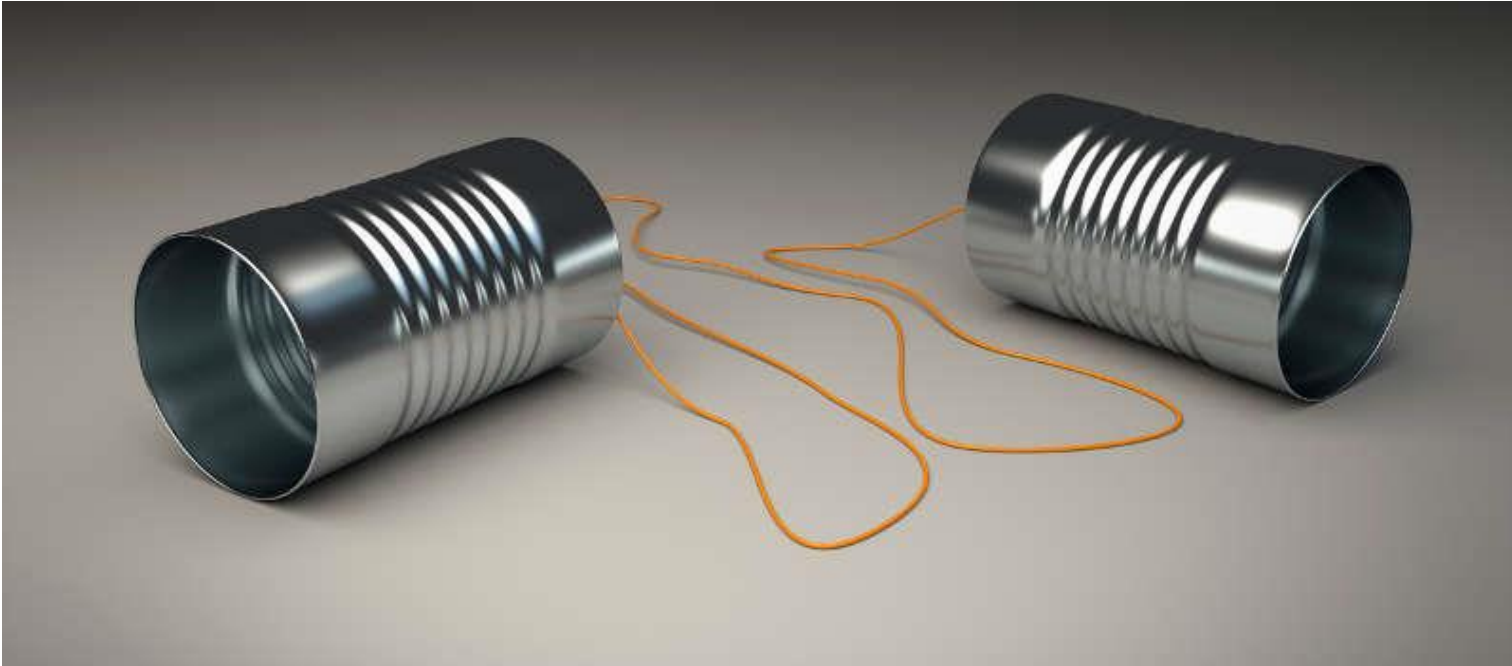
www.jic.cz

Stage 2 – Product/Market Fit



- **Key question:** Have I built something people want?
 - build MVP and test/develop it with customers
 - number of paying customers is growing
- Use both qualitative and quantitative metrics
- Product/Market Fit - first significant milestone

Minimum Viable Product



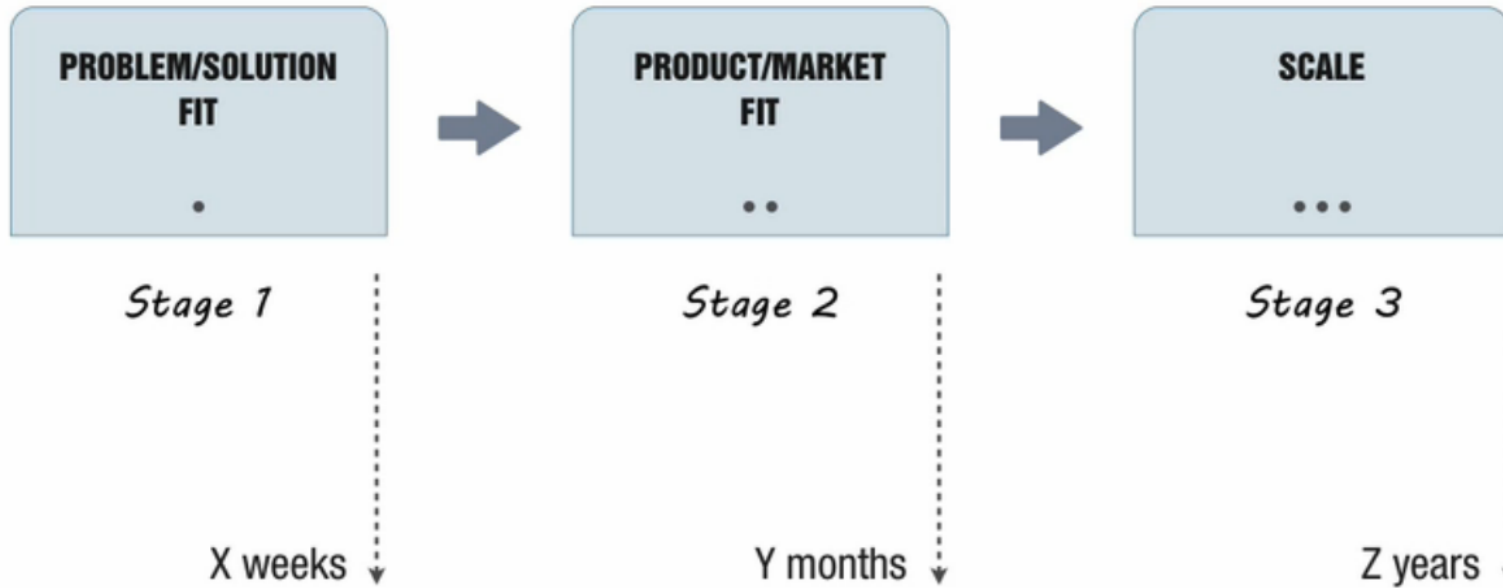
A smallest solution that delivers customer value

Stage 3 – Scale

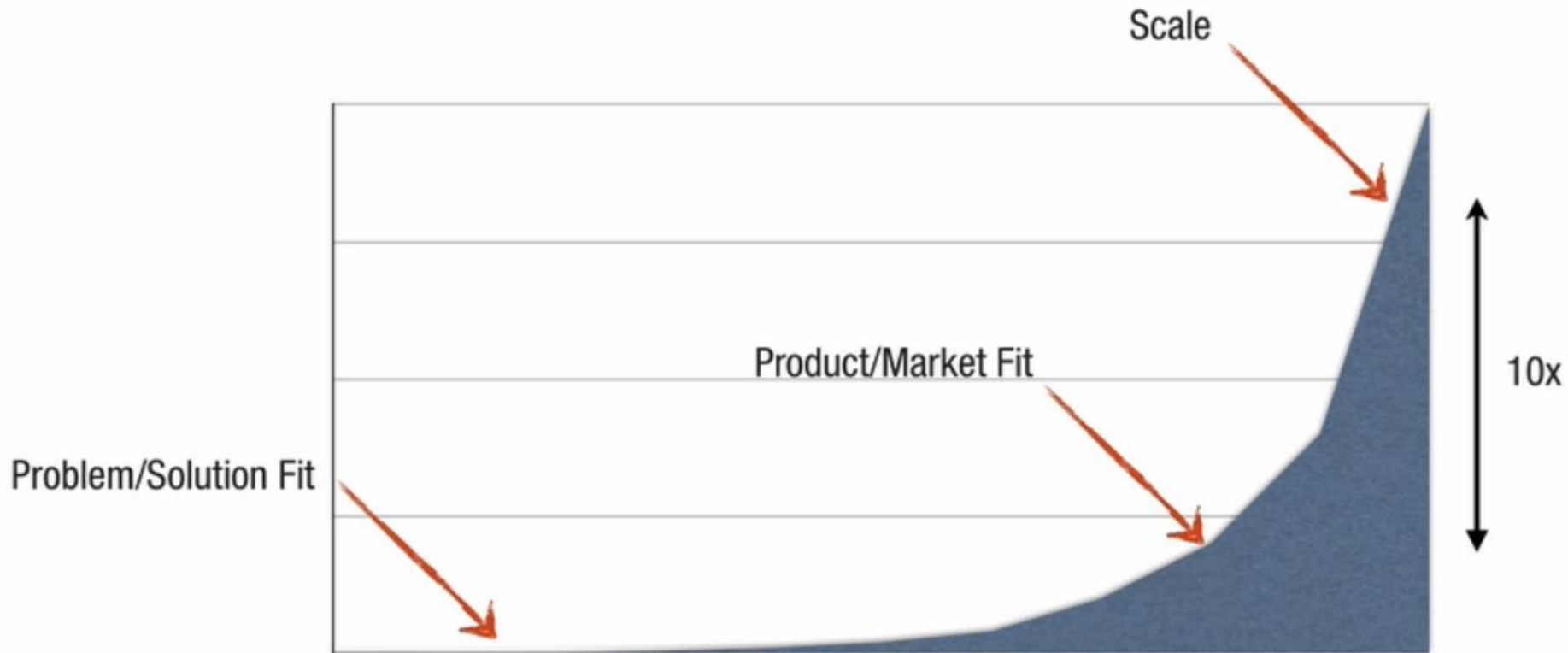


- **Key question:** How do I accelerate growth?
- Focus toward growth or scaling your business model

Stages and Time

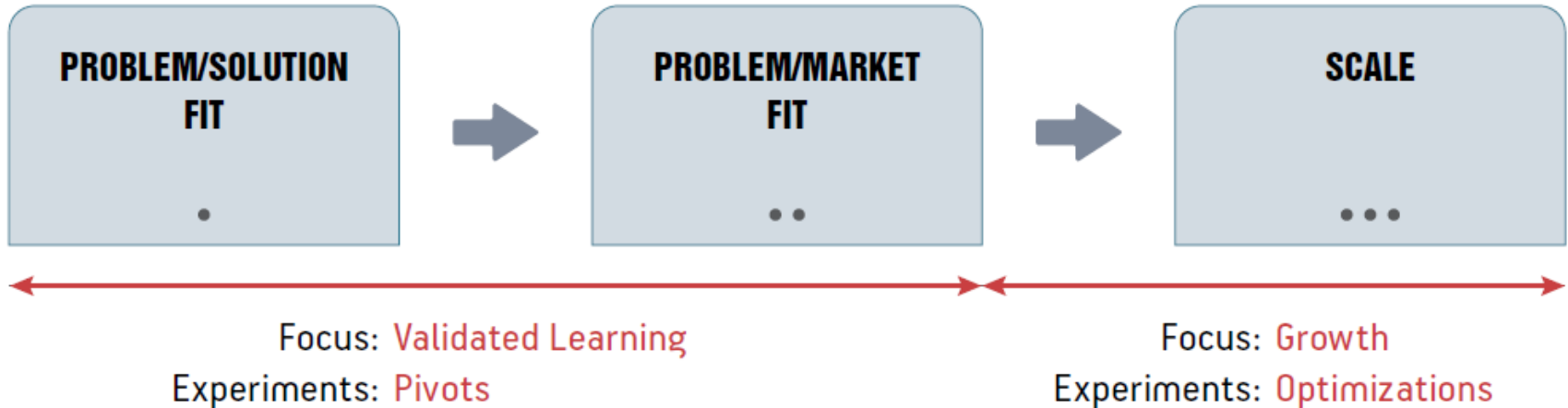


Time



Hockey-stick curve

Stages and Pivots/Optimization



- Pivot Before Product/Market Fit, Optimize After

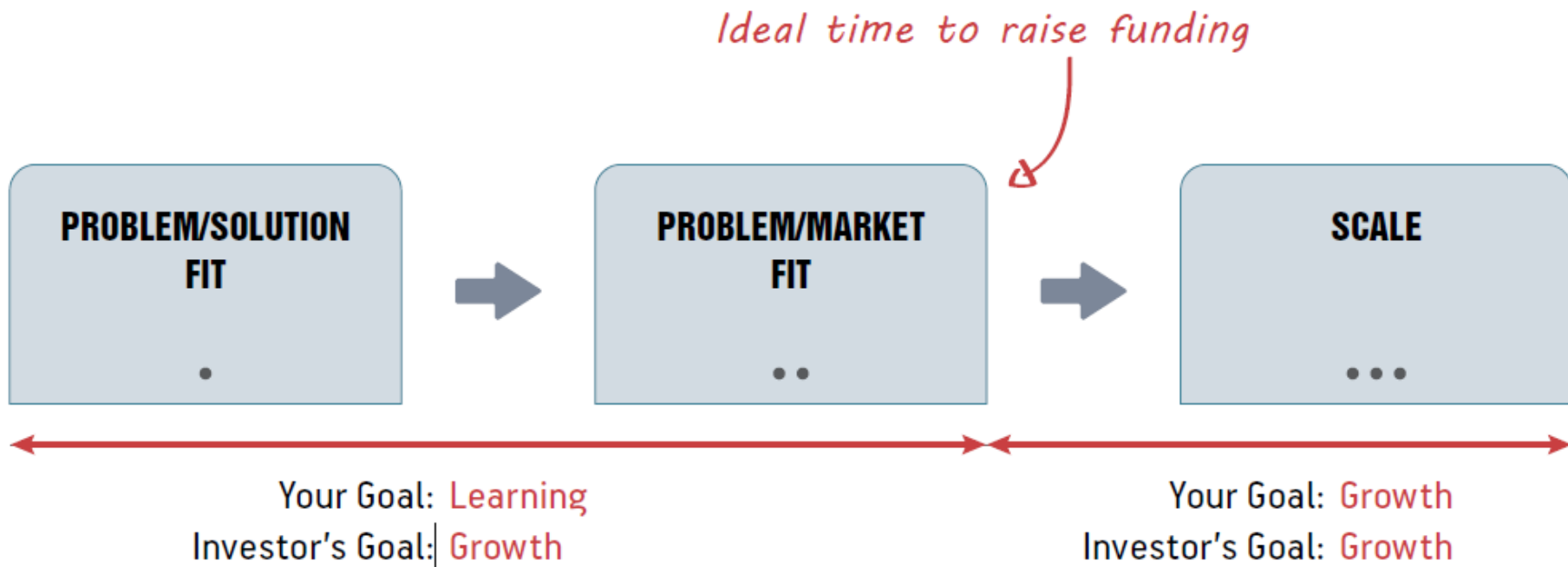
Pivot





I am not leaving you. I am pivoting to another man.

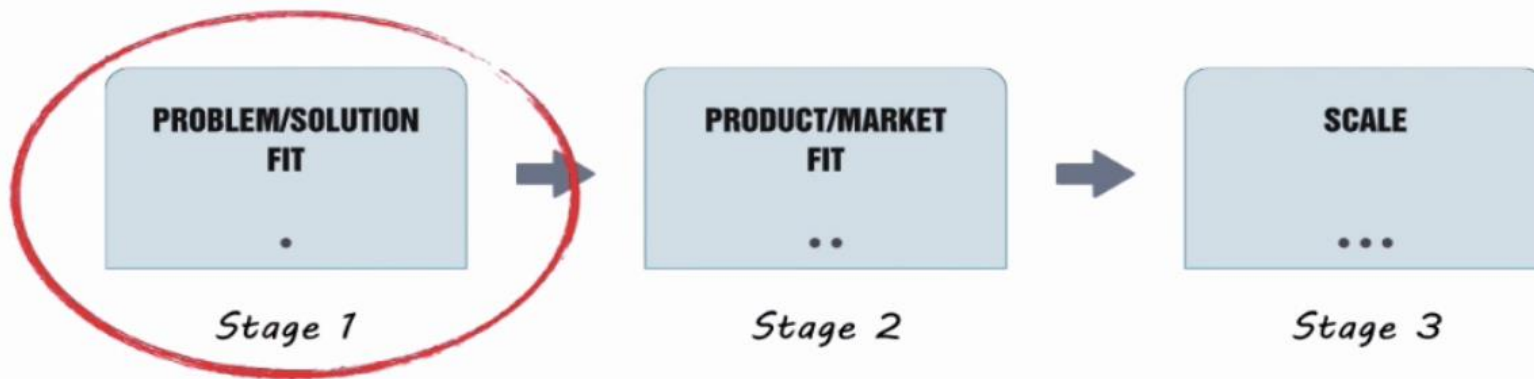
Stages and Funding



TRH A JAK HO POZNAT



3 Stages of a Product



PROBLEM/SOLUTION FIT

Understand
Problem



INSIGHTS

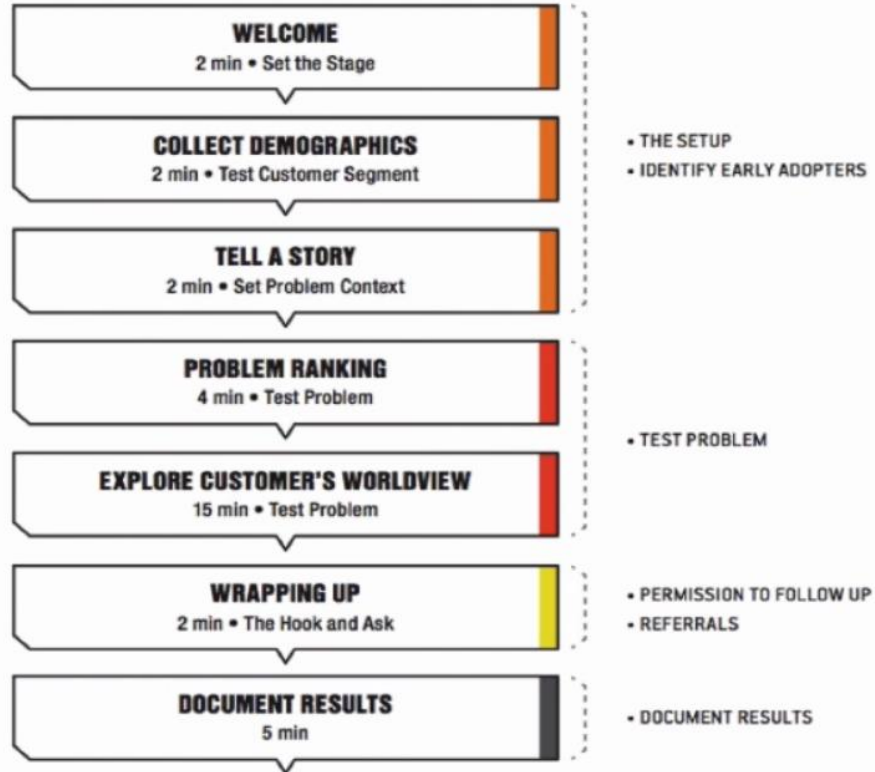


**Get out
of the building!**

*Flameboy
COMICS*

www.jic.cz

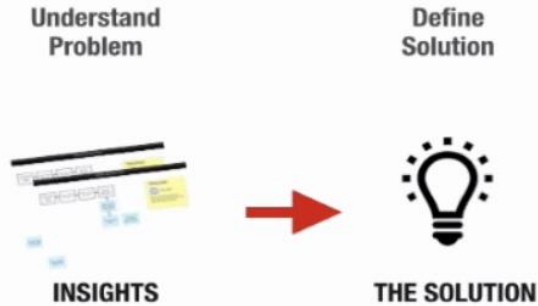
PROBLEM INTERVIEW SCRIPT DECONSTRUCTED



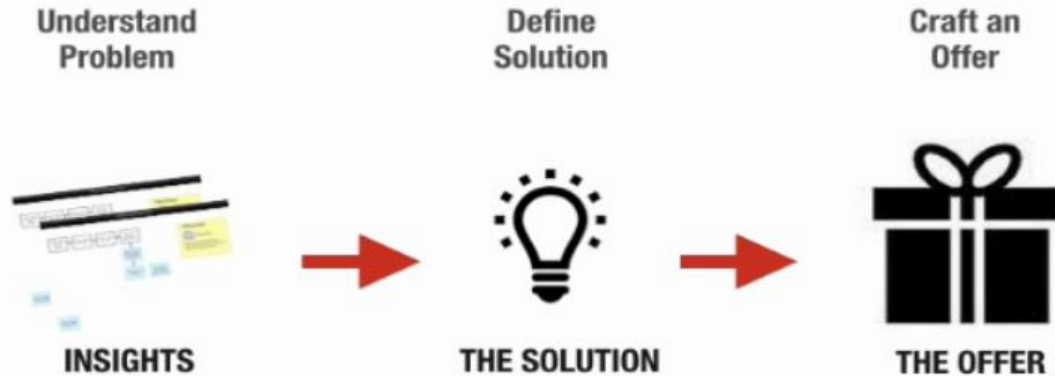
Poznejte svoje zákazníky!

- Interview jeden na jednoho
- Ověřujete jen problém, ne řešení
- Zjišťujete, jak nyní problém řeší, co mu vyhovuje, nevyhovuje, co využívá apod.
- Každý aspoň 2 interview
- Jakmile budete mít – v týmu dát dohromady hlavní zjištění

PROBLEM/SOLUTION FIT



PROBLEM/SOLUTION FIT



Where the rubber hits the road

DEMO



UVP



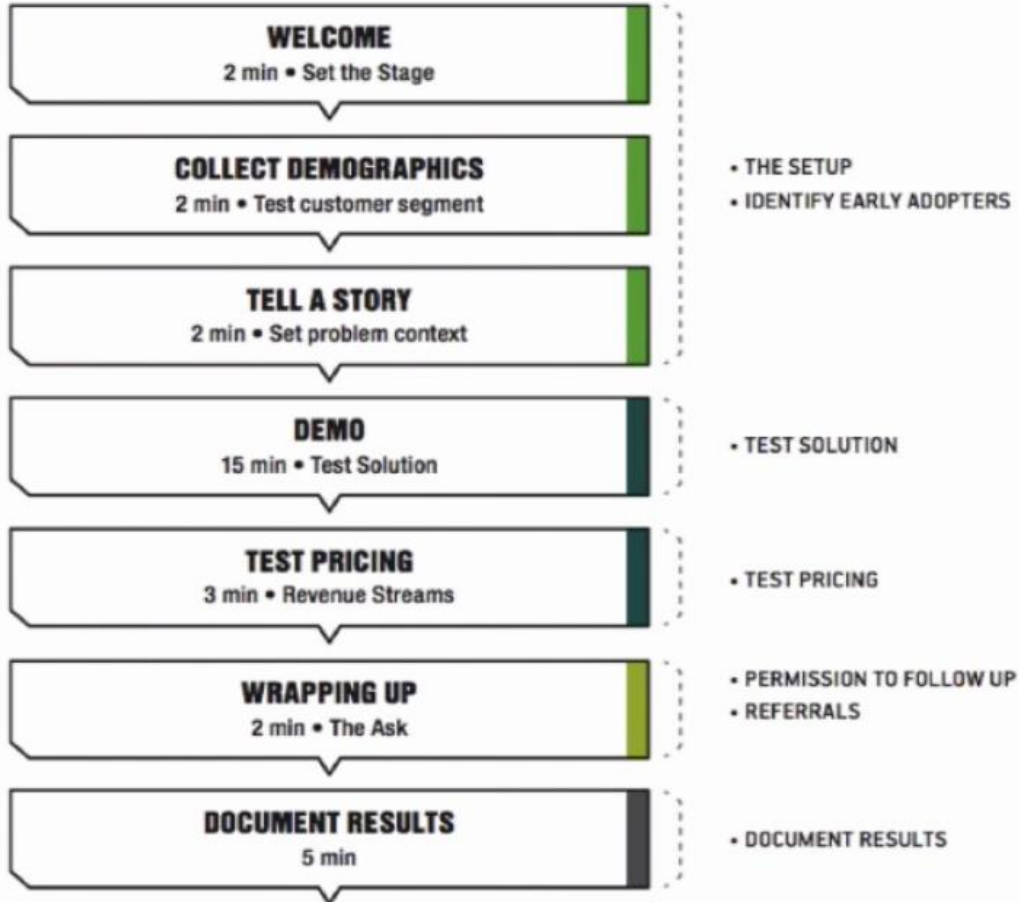
PRICING



110

www.jic.cz

SOLUTION INTERVIEW SCRIPT DECONSTRUCTED



CUSTOMER STAGES

CUSTOMERS



THE MAFIA OFFER



THE PRE-ORDER OFFER



THE SMOKE TEST OFFER



THE FREE COOKIE OFFER

TRIALS

LEADS

VISITOR

SCALABILITY



112

www.jic.cz

Understand
Problem

Define
Solution

Craft an
Offer

Build
MVP



INSIGHTS



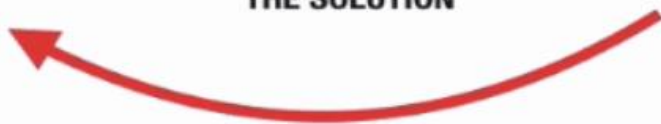
THE SOLUTION



THE OFFER



THE MVP



Where the rubber hits the road

Secondary Market Research – Why?

- There are maybe customers, but is your business viable? Sustainable?
 - Enough size of markets?
 - Trends in the market? Future?
 - Competitors?

Secondary Market Research – How?

- Desk research
- Google, databases, statistics, internet
- Trend analysis, forecasts
- Market size, competition, segments, ...
- Resources as www.gartner.com, www.frost.com,
www.statista.com, www.gapminder.com,
www.oecd.org, unstats.un.org, statistic bureas etc.

Konkurence- Zdroje informací:

webové stránky konkurenčních firem
jejich profily na sociálních sítích
výroční zprávy
médiá



Work ahead – secondary market research

- List your main three competitors and learn from them
 - week spots, strong spots, presence, trends, geographical presence,
- Estimate size of your market
 - CZ/EU/World?

	A	B	C	D
1	Název týmu	Členové	Nápad	Pro koho
2	Communities	Dominik Hanák, Jaroslav Bončo, Michaela Martišová	Nástroj/Služba pre spájanie ľudí v komunitách a manažment komunít v lokalite	Pre ľudí s koničkami (od študentov po dôchodcov)
3	Loggy	ADÁMIK Samuel, BERTKO Michal, STERČO Patrik	Využitie potenciálu logistiky tovaru na základe GPS pozície jednotlivých vozidiel prepravcov a zásielky vrátane časových možností	Pre začiatok by to mohlo fungovať medzi bežnými ľuďmi, myšlienkou je to však aplikovať pre autodopravné spoločnosti s nákladnými vozidlami a celkovú medzinárodnú prepravu.
4	Rezervační systém pro doktory	Lucie Bartoňková, Ondřej Bajcar, Richard Šanda	Online rezervační systém pro doktory umožňující snadný výběr termínu u doktora na základě pacientova problému a podle časových možností pacienta a doktora s možností odeslání důležitých notifikací pacientovi	Pacienti/Doktoři
5	SenFar - Sensoric farming	Šimon Berka, Radim Podola, Martin Horák	Senzory pro měření prostředí a monitoring zemědělských ploch a objektů propojené pomocí low-power sítě a softwarové platformy sloužící pro analýzu a vizualizaci dat.	zemědělská družstva (jmenuje se to tak ještě?), osoby/firmy vlastníci sady, obecně pěstitele
6	Sport Now	Jakub Marek, Matuš Krška, Ondřej Zoder	Služba zaměřující se na propojení lidí za účelem sportovní aktivity.	Člověk, který by svůj volný čas chtěl vyplnit nějakou skupinovou sportovní aktivitou, ale nemá na takovou aktivitu partáky.
7	Ohnivě žilaly	Vlastimil Martinek, Nikodém Kroupa a Milan Jankovič	Je obdoba Dollar Shave klubu pro lokální trh - klub zajistí svým členům měsíčně dodávky holicích hlav i hygienických potřeb pro holení	Cílem jsou muži, kteří stojí o kvalitní a pohodlné oholení v dostupné cenové hladině bez starostí s doplňováním holítek
8	TrackTek	Lenka Heldová - 422578, Marek Urban - 422252, Maroš Grman -	Softwarové a hardwarové riešenie pre umožnenie real time trackovania zákaziek donáškových služieb.	Produkt bude určený primárne pre dopravcov aby ich spoločnosti a zákaznikom umožnila trackovať polohu svojich zásielok v real time a taktiež upresnila čas donášky pomocou výpočtu predpokladaného času výskytu na predvolených súradniciach podľa predvolenej trasy.
9	Komunitní žebříček her	Jan Fiala, Tomáš Pecuch, Adam Smejkal	Vytvoření lokalizovaného online žebříčku videoher, který bude sjednocovat zásadní služby spojené s vyhledáváním, hodnocením a nákupem videoher.	pro každého hráče videoher
10	Team of Innovators	Oliver Šurina, Jakub Smolár, Lukáš Jagoš	AirBnB/Uber pro parkování.	Použivatelom budú ako majitelia parkovacích miest tak aj vodiči, ktorí chcú parkovať.
11	Activity	Lucie Koláriková, Marek Perichla, Barbora Valtarová	Aplikace pro nalezení lidí v okolí s podobnými zájmy, vytvoření jejich komunit a organizaci jejich schůzek	Pro lidi z každé věkové kategorie, kteří potřebují společnost ke své oblíbené aktivitě. Aplikace je také vhodná pro obyvatele větších měst, kde se lidé tolik neznají a není jednoduché najít přátele s podobnými oblíbenými aktivitami a časovými možnostmi. Hodí se také pro cestovatele, kteří netráví v dané lokalitě mnoho času a nemají v místě vybudovanou komunitu.
12	SportBook	Marián Ďurčo (475945), Vojtech Duchoň (410007), Szabolcs Tacman (461448)	Hľadanie ľudí na spoločné športovanie.	Športovci.
13				
14				

Náročný prístup a kontakt ku komunitám v daných lokalitách
Urýchľuje to predávanie zásielok, zvyšuje efektívnosť ekologickú záťaž.
Šetříme čas pacientům (nemusí čekat dokud se najde termín) a snižujeme množství telefonátů, které potvrzují termíny jen jedním kliknutím).
využívány v autě, aby pokrytí velké plochy - díky naší LoRa stanici (přes velká území bez nutnosti GSM signálu a to s nízkou provoz na baterie (a možná i solární panely s bezdrátovou komunikací)
Využití volného času jedince dle jeho představ
Naša služba rieši problém donáškových služieb často krát výrazne odlišný od reálneho času príjmu zásielky a taktiež predpokladaný čas príjmu dopravcovia prehľad o polohách svojich zásielok celkovej efektivity spoločnosti. Samozrejme je potrebné presne overiť stav a polohu jeho zásielok.
Rieši to hneď 2 problémy ● Nemám kde parkovať ● Nemám peniaze
Aplikace řeší problém nalezení lidí s podobnými zájmy

Shrnutí

- Je podnikání pro mě?
- Co je inovace?
- Proč startupy neuspějí?
- Host - příběh podnikatele + diskuse
- Lean metodologie a tři fáze startupu
- Kde začít: zákazník, problém, řešení
- Jak poznat trh – rozhovory + sekundární pr.

Úkol do příště

- Každý tým dodefinovat:
 - název týmu
 - jména lidí v týmu
 - jednovětný popis nápadu
 - kdo bude uživatel/zákazník
 - jaký to řeší problém
- Poslat emailem na krmicek@jic.cz do úterý 3.4.



TĚŠÍME SE NA NÁPADY A PROJEKTY!

Vojta Krmíček
krmicek@jic.cz

www.jic.cz

Tools to validate your idea

- Landing page
- Customer interviews
- Online survey
- Pre-order offer

Tools to validate your idea

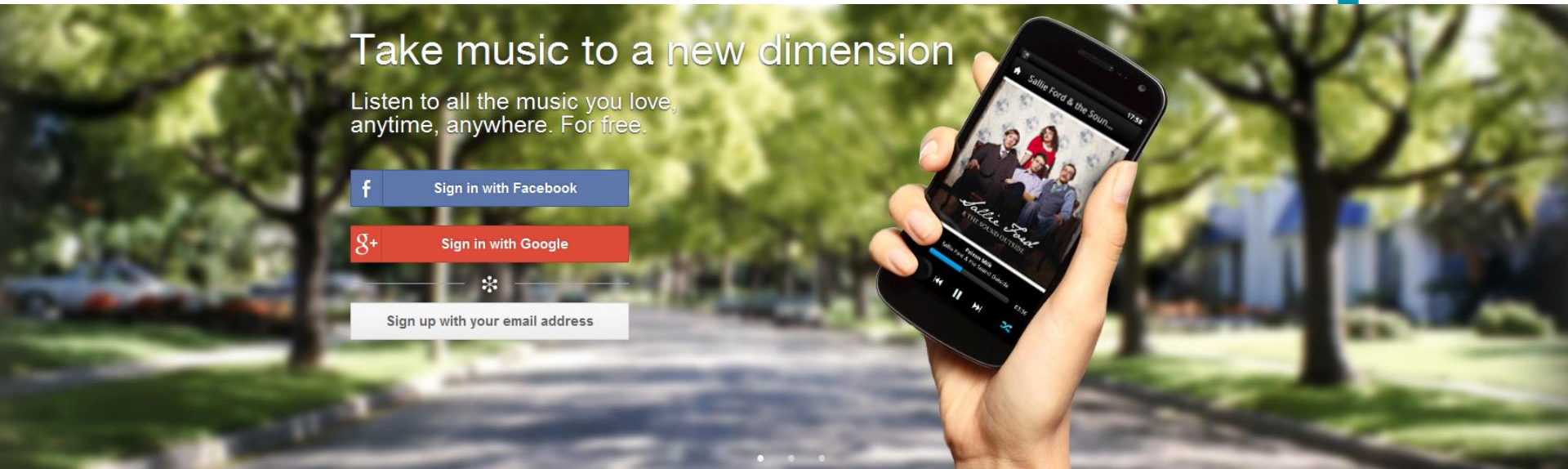
Landing page



Co je Landing page



- jednoduchá webová stránka
- cílem je přesvědčit návštěvníky k nějaké akci (Call To Action - CTA)
 - registrace, zanechání emailu, nákup aplikace, ...
- větší „conversion rate“ než klasická home page



Tools to validate your idea

Customer interviews



12 tips for customer interviews

1. One person at a time
2. Know your goals and questions ahead
3. Separate behavior and feedback interview
4. Listen to things you don't want to hear
5. Disarm “politeness” training
6. Ask open ended questions

12 tips for customer interviews



7. Listen, don't talk
8. Encourage but don't influence
9. Follow your nose and drill down
10. Parrot back or misrepresent to confirm
11. Ask for introductions
12. Write up your notes as quickly as poss.



www.jic.cz

Tools to validate your idea

Online surveys

This is sample set of survey questions

* Required

What is your name? *

What is your favorite operating system? *

Windows XP

Linux Ubuntu

Unix

Other:

How do you rate Windows Vista in terms of stability? *

	1	2	3	4	5	
Poor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Best

Do you open source operating system will become dominant in the future? *

Agree

No, Microsoft/Windows will still dominate.

Online surveys

- easy to distribute to many respondents
- difficult to target on right audience/possible customers
- free online systems
 - [Survio.com](https://www.surveymonkey.com)
 - [surveymonkey.com](https://www.surveymonkey.com)
 - Google Docs
- better for quantitative analysis

8 Tips for Writing Effective Survey

1. Write questions that are simple and to the point
2. Use words with clear meanings
3. Limit the number of ranking options
4. In a multiple choice question, cover all options without overlapping
5. Avoid double-barreled questions
6. Offer an “out” for questions that don’t apply
7. Avoid offering too few or too many options
8. Make recall easy

Key Objective

- There are only few key actions, that really matter.
- Focus on them and ignore the rest.
- Identify next significant key objective:
 - Less than 3 months
 - Customer based
 - Measurable
- Break it into actions/next steps

Základní otázky – kde začít

S čím bych podnikal?

- Produkt nebo služba

Komu bych prodával?

- Kdo (a proč) bude mým zákazníkem

V jakých podmínkách bych podnikal?

- Analýza odvětví – trh, konkurence, dodavatelé atd.

Jak bych vydělával?

- příjmový model (business model)

Za co bych podnikal?

- Kde na to vezmu