

AKO SLOVENSKÍ PRIEKOPNÍCI V CROWDFUNDINGU DOKÁZALI ZÍSKAŤ PENIAZE NA SVOJ START-UP CULCHARGE?

Momentálne sú traja, svoju ideu však rozbiehali len dvaja. S konceptom CulCharge začali vo februári 2013. Dovtedy riešili množstvo projektov, ktoré neboli tak úspešné. Zopárkrát sa popálili, ale aj poučili. Vyšlo im to vďaka zdravému prístupu, nasadeniu a crowdfundingovej webovej stránke, prostredníctvom ktorej vyzbierali na svoj start-up takmer 95-tisíc dolárov. CulCharge je jeden z úspešných príbehov mladých šikovných Slovákov, ktorým nechýba odvaha a guráž presadiť sa. V rámci aktuálneho rámcového programu EÚ Horizont 2020 sa im dostáva viac pozornosti a príležitostí ako kedkoľvek predtým. Vhodný čas na nové webové start-upy je práve dnes.

Na Slovensku to pred nimi nikto s crowdfundingom neskúsil, o to väčšia výzva to pre nich bola. V konečnom dôsledku sa ukázalo, že to bol výborný krok. Za 40 dní zarobili viac ako čakali, 94.311 dolárov (cca 70.000 eur), podporilo ich viac ako 3 000 ľudí zo 71 krajín sveta.

Prečo crowdfunding?

Najviac ich na crowdfundingu fascinovalo, že je to alternatívna forma vyfinancovania nápadu, ktorej benefitom je získať financie bez záväzkov a vyfinancovať si realizáciu hardwaru či softwaru. Druhým benefitom je spätná väzba od celosvetového publika, takpovediac bezplatný prieskum verejnej mienky, či by o daný nápad bol záujem. Crowdfunding ponúka priestor aj na uletené nápady. Tak vidieť rozmanitosť konceptov a nálad, ktoré ľudia nemajú problém podporiť.

Ako sa im to podarilo?

Iní na to idú klasicky a prichádzajú s nápadom. Chlapci z CulCharge sa odlišili od väčšiny. Pozreli na trh a hľadali, čo by mohlo fungovať, o čo by mohol byť reálny záujem. Našli si segment a urobili si takzvaný „lievik“, z ktorého im vyšlo, čo by malo bežať a o aký produkt by mali mať ľudia záujem.

Ich jednoduché zariadenie CulCharge, najmenší nabíjací a dátový kábel pre smartfóny, si získal značnú priazeň a „klaplo“ to. Dnes ponúkajú 4 verzie – USB micro, USB mini, USB pre iPhone 4 a iPhone5.

Jozef Žemla, MBA a Viktor Reviliak, MBA a ich nový člen tímu Marek Krajčír, MBA tvrdia, že nie je až tak dôležitý nápad, ale skôr ako ho prezentovať. To je podľa nich potenciálom úspechu konkrétne pre crowdfunding. Najdôležitejšia je príprava na kampaň a následne jej korigovanie, pretože zverejnenie nápadu je len prvý krok. Bez starostlivosti to peniaze zarábať nebude. Pri príprave využili všetky skúsenosti, ktoré predtým nabrali. Keby ich nemali, nebolo by to úspešné. Dovtedy robili na produktovom dizajne a výrobe, riešili reklamu či medzinárodný obchod. „Zopárkrát sme sa popálili, ale aj poučili,“ tvrdí Jozef.

Ich prvým krokom bolo naštudovanie trhu a odsledovanie jeho fungovania. Googlili, preštudovali si projekty, ktoré boli úspešné aj neúspešné. Zistili tak, ktoré faktory zohrávajú dôležitú úlohu. Tento prípravný proces im trval pol roka. Veľmi im pomohla aj pomoc profesionálov, ako napríklad bratislavskej advokátskej kancelária MAPLE & FISH s.r.o.

Ako crowdfundingovať?

Vďaka ich úspechu dokázali namotivovať aj svojich kamarátov, ktorí to so svojimi projektmi teraz tiež skúšajú. Tvrdia o sebe, že síce nie sú experti, ale radi poradili, na čo si majú dať iní pozor a ako skúšať tiež šťastie. V rámci Vysoké školy manažmentu/City Univerzity v Bratislave, kde momentálne majú kanceláriu, dokonca v rámci prednášok a seminárov lektorujú aj študentov.

„Potrebné je uvedomiť si, že to síce znie výborne, ale je za tým množstvo práce. Keby sme išli do druhej crowdfundingovej kampane, náš postup by sme obohatili o naše nové skúsenosti. Už vieme koho osloviť a ako postupovať. Tento úspech mal efekt magnetu, ktorý pritiahol záujem ľudí a získali sme dobré kontakty,“ uviedol Viktor.

Peniaze z crowdfundingu, nie sú peniaze za nápad či finančná odmena, ale sú na to, aby sa prezentovaný nápad zrealizoval. Chlapci z CulCharge z darovaných peňazí nemali nič, žiadne kabriolety či drahé dovolenky. Dali však život projektu CulCharge, ktorý si získava priazeň verejnosti a mnohých známych investorov a firiem.

Vyber crowdfundingovej stránky

V CulCharge sa rozhodovali medzi Kickstarter a Indiegogo. Nakoľko v Indiegogo môžu participovať nielen v Amerike registrované firmy a dá sa realizovať viac kampaní naraz, šli do toho cez nich.

Tu je zoznam najznámejších crowdfundingových stránok: *Kickstarter, Indiegogo, Crowdfunder, Peerbackers, RocketHub, Crowdrise, Somolend, appbackr, Angellist, Invested.in, Quirky, ...*

Odporúčanie, cez ktorú vyfinancovať svoj nápad, by chlapci z CulCharge dávali neradi. Ideálne je, keď si start-uper pozrie všetky a porovná, čo bude pre jeho nápad najideálnejšie. Napríklad Quirky je unikátny a nápomocný v tom, že keď človek má skvelý nápad, ale vôbec nevie ako ho realizovať, vie im to poslať. Keď sa verejnosti nápad zapáči a prejde valuačným procesom, dokážu sa naň vyzbierať peniaze.

Možnosti a príležitosti pre malé a stredné firmy na Slovensku

Európska únia v rámci doterajších aktivít a aktuálneho rámcového programu Horizont 2020 vytvára viaceré ústretové prístupy voči malým a stredným podnikateľom (MSP) na podporu ich podnikania v oblasti ICT a webových riešení:

- Startup Europe: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/en/entrepreneurship-innovation/startup-europe-0>
- Digitálna agenda: <http://ec.europa.eu/digital-agenda/>
- Neelie Kroes, podpredsedkyňa Európskej komisie zodpovedná za digitálnu agendu Európy: http://ec.europa.eu/commission_2010-2014/kroes/en

- Európskou úniou podporované programy na podporu MSP v rámci programu Horizont 2020: http://ec.europa.eu/easme/sme_en.htm

Užitočné kontakty

- Kontaktná osoba pre účasť MSP v programe Horizont 2020 na Slovensku: Ivan Filus, BIC Bratislava, Zochova 5, 81103 Bratislava, tel. +421 2 5441 7515, filus@bic.sk, www.bic.sk
- Slovenská start-upová scéna: www.neulogy.sk, www.startupers.sk, www.thespot.sk

Kontakty pre médiá

PR agentúra Media In

- Jana MALAGA, Senior PR manažérka: jana.malaga@cohnwolfe.sk; +421 911 704 111
- Zástupca Európskej komisie na Slovensku
- Ingrid LUDVIKOVÁ: ingrid.ludvikova@ec.europa.eu