

AKO NAŠARTOVAŤ SVOJ START-UP ZA 10 DNÍ?

- Michal Meško a jeho online životný príbeh martinus.sk

Robil webové stránky ako napríklad referáty.sk a postupne sa dostal ku knihám. Vytvoril Martinus.sk. Prešlo kopec rokov, ktoré si doslova odmakal. Teraz je tu ten okamih, keď sedí vo Foxforde, síce vidí ešte kopec nedostatkov, ale podľa neho je to dobrý pocit. Je to to, čo ho naozaj baví a naplňa - niečo tvoriť. Martinus.sk je len 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 predtým. Vhodný čas na webové start-upy je práve dnes.

Nebolo to vždy jednoduché. Michal Meško začal relatívne skoro. Začal podnikáť už vo veku 15-16 rokov a potom pokračoval aj na vysokej škole. „V Martinuse som začínal ako programátor, bolo to financované z kamenného kníhkupectva. Neskôr, keď som sa stal spoločníkom, zažil som situácie, kedy sme neskutočne dlho dokázali riešiť, či sa rozhodneme pre to-či-to, a ušetríme 200 korún. Vtedy sme investovali množstvo času, aby sme ušetrili, kde sa dá. Dnes už vnímame situácie, kedy radšej obetujem 100 eur a bude to urobené rýchlejšie a ten čas, ktorý nám to ušetrí sa vráti. Čas je pre mňa vzácný.“

Nečakajte. Čas by mal byť vzácný i pre vás. Prečítajte si ako podľa Michala Meška môžete spustiť svoj web start-up a na čo by ste si mali dať pozor. A urobte to. Avšak pripravte sa na to, že je to dlhodobá práca a úspechy často prídu až po veľa rokoch driny a omylov.

Prvý deň - Nápad

Podnikateľ webového projektu by mal od začiatku vedieť nasledovné: Prečo to robím. Pre koho to robím. Či to celé bude dávať zmysel. Až potom riešiť konkrétne veci a hľadať ľudí to tímu. Potom príde moment zaloviť v mysli a spomenúť si, ktorý zo spolužiakov a známych by mi mohol pomôcť a poradiť či to vôbec bude mať zmysel. Najviac z toho celého si však „odmaká“ samotný zakladateľ start-upu. Ak nemáte chuť pracovať na sebe, nechajte to tak.

Druhý deň – Oblasť podnikania

Dnes je módne robiť všetko globálne, čo môže motivovať. Nemám však rád, keď sa to zužuje len na to, že buď urob niečo fakt veľké a globálne, alebo vlastne radšej ani nič nerob. To vďaka čomu sa máme všetci lepšie nevzniká z jedného Facebooku či Twiteru, ale z malého biznisu – online shop, ktorý podporuje lokálnych dodávateľov. Bolo by skvelé, ak by sa dala aplikovať aj globálne. Ale nerobiť to len preto, že musíš “myslieť vo veľkom”. Nemusíš. , Radšej mať výnimočný lokálny web projekt, ktorý pomôže ľuďom, ako priemerný svetový nápad. Príkladom takýchto lokálnych projektov sú debnickari.sk, bioprevas.sk, ale aj mnoho iných.

Tretí deň - Vypracovanie podnikateľského plánu

Ak ide človek robiť webovú stránku a rozmýšľa, koľko má dať na grafiku a aký veľký redakčný systém má robiť – pričom vôbec nevie, či mu ten biznis vôbec pôjde, tak mu radím - Nájdi si študenta, postav to na open source, otestuj to. A keď budeš vidieť, že máš zákazníkov a že ti nestačí tento systém, tak hneď začni investovať. Ale nezačínaj od konca. To je paradox škôl, ktoré učia ako robiť podnikateľský plán a držať sa ho. Na jednej strane je to dôležité. Ale školy nedostatočne učia „do not overthink“. Pretože start-up je o improvizovaní. O tom, že idem s minimom urobiť maximum. Nie je to o situácii, že máš rozpočet 50 tisíc eur a máš ho učebnicovo rozdeliť.

Štvrtý deň - Zlegalizovanie podnikania

Licencie, práva, založenie sro-čky, ... Treba si to prehrýzť. Keď som začínal, prežíval som zdesenie z toho, že si mám vytvoriť živnosť. Mal som paniku z toho, či nepôjdem do väzenia za to, že niečo nepodám. A čelil som mnohým otázkam. Ako to mám urobiť? Kde nájdem k tomu podklady? Musel som ich od kamarátov zbierať, pretože vtedy ešte neexistovala jednoduchá stránka v zmysle, „Týchto 10 vecí budeš musieť urobiť, aby si sa stal živnostníkom“. Bolo to pre mňa niečo nové. Od tých čias, kedy som si zakladal živnosť a dnes, je viditeľný posun. Tento proces je rýchlejší. Mnohé veci sa dajú podávať elektronicky.

Piaty deň - Budovanie značky

Vytvorenie loga a reklamného sloganu netreba zásadne preceňovať ani podceňovať. Ak je môj rozpočet 10 tisíc eur, určite by nemalo ísť na logo či corporate identity 5 tisíc €, na druhej strane by to nemal byť nejaký WordArt vytvorený mnou samým, aby som ušetril. Ideálne je nájsť si šikovného študenta a mať jednoduché a solídne logo, ktorým sa dá budovať značka. Sú to náročné veci, pri ktorých si človek uvedomí, že to ešte nikdy nerobil a nevie to robiť. Ale aj o tom je cesta podnikania. Vy musíte byť ten, ktorý má prehľad o tom, ako na to. Zamestnanci sa Vás budú chodiť na všetko pýtať, lebo prvé mesiace nebudete mať na to, aby ste si najali profíkov.

Šiesty deň - Nastavenia s dodávateľmi

Keď dostanete od dodávateľa zmluvu, v 90 % to treba brať len ako návrh zmluvy, s ktorým je ešte možné niečo urobiť. Netreba sa hnevať na druhú stranu, ale normálne sa porozprávať a pýtať sa - ak nerozumiete konkrétnym bodom. Väčšinou sa to dá modifikovať. A v prípadoch, kedy nie, musíte brať do úvahy fakt, že ide o veľké firmy a korporácie, ktoré majú štandardizované zmluvy. V každom prípade je dobré vedieť, o čo ide a v čom sa danou zmluvou zaväzujete. Zmluva je právne vymáhateľná.

Siedmy deň - Reklama

Značku nebuduje billboardová kampaň, ale konkrétne zážitky a pocity. Ak ste boli nadšení, tak to napíšete na Facebook ako recenziu a ostatných 300 kamarátov si to prečíta. A naopak, ak ste boli naštvaní, tiež to dáte na Facebook a ostatní budú mať v hlave výkričník. Tak to funguje.

Ôsmy deň - Práca s médiami

Ak vám napíše novinár, tak mu hneď odpíšte. Ak môžete, odložte prácu, ktorú máte. Lebo keď novinári budú vedieť, že ste im odpísali vždy na čas, spoľahnú sa na vás a oslovia vás opäť. Je pravda, že tomu budete venovať aspoň pol hodinu a napíšete asi polstranový text a novinár z toho použije

možno len jednu vetu, ale nabadúce vás môžu osloviť a zahrnúť aj do väčšieho článku. Novinár je človek, ktorý nemá prehľad o všetkom, hľadá odborníka na dané témy a ak si vy k nemu nájdete cestu a poskytnete mu relevantné informácie, tak je to win-win pre obe strany. Môžete si tak budovať svoju značku, lebo čitateľ vďaka vyjadreniam v médiách vie, že v Martinuse vedia, o čom hovoria.

Deviaty deň – Byť dievča pre všetko

Prešiel som si všetkým. A každý deň som sa učil niečo nové. O tom je podnikanie. O tom je start-up. Pravdepodobné je, že prvé mesiace budete najšikovnejší zo všetkých a budete robiť všetky veci najlepšie – faktúry, adminovanie stránok a sociálnych sietí, komunikovať s dodávateľmi a zákazníkmi, ... Lebo nebudete mať na to, aby ste si najali špecialistov. A tak by to malo byť.

Veľmi dôležitý je v podnikaní zlom - okamih kedy začnete ľudí delegovať. Postupne bude potrebné najať ľudí, ktorých budete osobne zaúčať. Príde fáza, kedy títo ľudia, ktorých budete školiť, nebudú ešte skúsení a zruční ako vy a bude ťažké pozeráť sa na nich ako robia chyby. Ale je to prirodzená súčasť každého školiaceho procesu. Budete to musieť prijať a prekonať.

Desiaty deň – Motivácia a chuť vydržať

Mám veľmi rád samomotivujúcich ľudí. A tu sa opäť vraciame na začiatok – lebo ak robíte niečo, čo má zmysel a vysvetlíte aj ostatným ľuďom, prečo to má zmysel, tak sa to poradí. Zmyslom pre zamestnancov by malo byť - robiť veci lepšie a dokonca aj proaktívne zatelefonovať zákazníkovi, keď nájde poslednú knihu v sklade, ktorú on žiadal.

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