

KRATEK POVZETEK VAŠE IDEJE

V največ 1000 znakov s presledki opišite svojo poslovno idejo: kateri problem rešujete in komu, kakšno rešitev zanj ponujate, kako se rešitev imenuje, kako se razlikujete od tekmecev in kakšni so odzivi prvih uporabnikov oz. kupcev. Primer opisa najdete [tukaj](#).

1. SKLOP: EKIPA

1. Na kratko predstavite ekipo – kje, kako in zakaj ste začeli sodelovati, kdo je bil pobudnik in kdo je aktualni vodja in koliko časa že delujete kot ekipa.
2. Za vsakega člana podjetniške ekipe navedite:
 - a. kontaktne podatke (e-pošta in mobilni telefon) ter spletno povezavo do njihovega LinkedIn profila ali sorodnega orodja, kjer so javno objavljene ključne reference in karijerne informacije o posamezniku;
 - b. stopnjo njegove zaveze za realizacijo startup projekta (za polni delovni čas, delni oz. dodatni delovni čas, občasno priložnostno angažiranje,...)? Stopnja zaveze mora biti dokazljiva tudi z ustreznimi pogodbami, sploh v primeru pridobitve financiranja.
 - c. za katero poslovno funkcijo v podjetju bo odgovoren, kot to opredeljuje knjiga Delaj vitko¹ na strani 56, in sicer za področje razvoja (inženirski del), designa (oblika in uporabnost produkta) in marketinga (prodajne veščine in znanja). Navedite tudi ključne reference, ki jih ima posameznik iz navedenega področja.
 - d. ali že ima izkušnje z razvojem startupov (navedite katerih in v kakšni vlogi)?
 - e. koliko je že/ še namerava investirati svojega lastnega kapitala v podjetje?
3. Predstavite sodelovanje z morebitnimi zunanjimi člani, podporniki, mentorji, investitorji.
4. Ali imate oziroma nameravate pridobiti tudi zasebnega investitorja in kakšna bo njegova vloga v podjetju (pasivni investitor, mentor,...)?

2. SKLOP: PROBLEM*

1. Opišite panogo v katero vstopate (velikost, rast, trendi, zakonitosti,...) ter predpostavke na katerih nameravate graditi globalno usmerjeno hitro rastoče podjetje.
2. Opišite problem, ki ga rešujete in komu?
3. Opišite, kaj vas je pripeljalo do problema, ki ga nameravate reševati? (izkušnje v panogi, naključje, ...)
4. Opredelite segment (ali več njih) zgodnjih uporabnikov, pri katerih je problem še posebej prisoten in so potencialno že v procesu iskanja ustreznih rešitev ali so v preteklosti poskusili najti rešitev (povpraševanja na trgu, reševanje problema s kombinacijo drugih produktov ipd.).
5. Opišite morebitno neposredno oz. posredno konkurenco, ki že delno ali v celoti rešuje opredeljen problem na soroden ali drugačen način. Kako vaši potencialni kupci ali uporabniki trenutno rešujejo opredeljen problem?
6. Kako vaši potencialni kupci ali uporabniki sami ocenjujejo opredeljen problem? Na kratko opišite proces in rezultate izvedenega testiranja hipotez o problemu s katerim ste pozitivno potrdili obstoj in velikost problema (metoda, število eksperimentov, odziv potencialnih kupcev, ...)².
7. Opišite zakaj po vašem mnenju opisan problem še ni rešen na ustrezen način.
8. Opišite, zakaj bi po vašem mnenju rešitev problema predstavljala donosno poslovno priložnost.

*Pomoč pri razumevanju tematike sklopa vprašanj "Problem" vam lahko služijo poglavja 2, 3 in 4 v knjigi Delaj vitko.

¹ Knjigo Delaj vitko si lahko brezplačno prenesete na spletni strani www.delajvitko.si

3. SKLOP: REŠITEV, EDINSTVENA PONUJENA VREDNOST IN NEOBRANLJIVA PREDNOSTI*

1. Opišite vašo rešitev, navedite v kateri fazi se nahaja (ideja, skice, prototip, končna verzija produkta), katere lastnosti že vsebuje in kaj še načrtujete razviti. Priložite povezavo do vaše spletne strani, ki prikazuje rešitve ali prototipa v kolikor že obstaja.
2. Opišite, kje, kako in s kakšnimi rezultati ste preverili ustreznost rešitve glede na problem/probleme, ki ga/jih rešujete. Navedite število eksperimentov (število intervjujev, anket, ...), ki jih nameravate izvesti (ali ste jih že) ter ključne hipoteze, ki jih boste testirali.
3. Opišite komu, po kakšni ceni in na kak način predvidevate zaračunavati za uporabo vaše rešitve.
4. Koliko naročil/prednaročil za vašo rešitev ali prototip predvidevate v 2016 (konkretne številke in vrednost v EUR). V kolikor ste morebiti že ustvarili kakšne prihodke iz naslova vaše rešitve to tudi navedite.
5. Zapišite in utemeljite edinstveno ponujeno vrednost (EPV) za vašo rešitev, kot jo boste navajali na vaših promocijskih materialih. Primere EPV najdete v knjigi Delaj vitko na strani 29.
6. Opredelite in utemeljite neubranljivo prednost vašega podjetja (jedrna kompetenca, zaščiten intelektualna lastnina, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezav, izkušnje v panogi, ...)

**Pomoč pri razumevanju tematike sklopa vprašanj "Rešitev, Edinstvena ponujena vrednost in Neubranljiva prednost" vam lahko služijo poglavja 2, 3 in 4 v knjigi Delaj vitko.*

4. SKLOP: SEGMENTI KUPCEV IN KANALI*

1. Navedite in natančno opišite segmente vaših uporabnikov in kupcev ter jih razvrstite po pomembnosti.
2. Navedite in natančno opišite profil vašega zgodnjega oziroma tipičnega uporabnika ter navedite kako ga boste dosegli.
3. Koliko zgodnjih uporabnikov nameravate vključiti v fazo testiranja (konkretne številke in/ali imena pravnih ali fizičnih oseb). V kolikor že sodelujete z zgodnjimi uporabniki to tudi zapišite (konkretne številke in/ali imena pravnih ali fizičnih oseb ter njihove odzive - traction). Ali je med njimi že kaj plačljivih uporabnikov?
4. Opišite kako boste dosegli posamezne segmente kupcev (opis naj bo realen in izvedljiv in naj vsebuje tudi časovni vidik za 2016).
5. Opišite na katerih trgih boste vršili prodajo v letih 2016, 2017 in 2018 (Slovenija / sosednje države / Evropa / globalni trg).
6. Navedite in opišite kanale (vhodne in izhodne, plačljive in ne plačljive, posredne in neposredne), ki jih nameravate uporabiti za dostop do uporabnikov in kupcev (ali jih morda že uporabljate). Za obstoječe kanale navedite kako učinkoviti so. Navedite tudi ključni motor rasti.

**Pomoč pri razumevanju tematike sklopa vprašanj "Segmenti kupcev in Kanali" vam lahko služijo poglavja 2, 3 in 4 v knjigi Delaj vitko.*

5. SKLOP: TOKI PRIHODKOV, STRUKTURA STROŠKOV IN KLJUČNI KAZALNIKI*

1. Jasno opredelite potencialne tokove prihodkov ter koliko in na kak način bodo kupci plačevali za uporabo vaše rešitve. V kolikor imate prve plačljive kupce, to tudi navedite.
2. Jasno opredelite predvideno strukturo stroškov vašega startup podjetja.
3. Opredelite ključni kazalnik (ali več njih) za vaše start-up podjetje (finančni in/ali nefinančni kazalniki, stroški in prihodki). Na podlagi kazalnikov utemeljite ter predstavite vaše trenutno stanje ter napoved za 2016, 2017, 2018).

**Pomoč pri razumevanju tematike sklopa vprašanj "Toki prihodkov, struktura stroškov in ključni kazalniki" vam lahko služijo poglavja 2, 3 in 4 v knjigi Delaj vitko.*

6. SKLOP: PREDSTAVITEV PRED KOMISIJO (se pripne v spletnem obrazcu)

1. Predstavitev produkta, ki jo boste uporabili na DEMO dnevu, najkasneje do 15. aprila 2016 v .pdf obliki posredujte na elektronski naslov info@startup.si. Pazite na maksimalno dovoljeno velikost datoteke, ki je 15 MB. Vsebinsko naj ustreza vsebinski predlogi, ki je obrazložena med [pogostimi vprašanji](#).

7. SKLOP: DOSEDANJE IN PRIHODNJE AKTIVNOSTI - TERMINSKI NAČRT*

1. Časovno, vsebinsko in ekonomsko podajte (a) faze dosedanjega razvoja start-up podjetja in (b) predvidene prihodnje faze razvoja (za leto 2016 po mesecih, za 2017 po četrletjih). Iz podanega morajo biti jasno razvidni ključni mejniki glede posameznih razvojnih faz izdelka/storitve, faze trženja in prodaje po posameznih trgih.
2. Časovno in vsebinsko opredelite dosedanje in predvidene prihodnje scenarije financiranja start-up podjetja (ekipa, iz prodaje – bootstrapping, zunanji investitorji ...)

**Terminski načrt je bistveni del Predstavitev startup projekta, saj kaže povezavo med različnimi aktivnostmi v podjetju in časovni vidik njihove povezanosti. Je lahko tudi izjemno učinkovito prodajno orodje za pridobitev denarja s strani potencialnih investitorjev. Dobro pripravljen realističen terminski načrt kaže na zmožnost ekipe, da načrtuje rast podjetja na tak način, da priznava ovire in minimizira tveganja.*

Vprašalnik vam služi le v pomoč. Za sodelovanje v pre-seleksijskem postopku tekmovanja šteje izključno prijava preko spletnega Centralnega prijavnega sistema.

8. SKLOP: FINANČNI NAČRT

Zap. št.	Postavka v EUR	2015	2016	2017	2018	2019
		doseženo	plan	plan	plan	plan
1	Začetno stanje denarnih sredstev	0	0	0	0	0
2	Prejemki od prodaje proizvodov in storitev	0	0	0	0	0
2.1	Prejemki na domačem trgu	0	0	0	0	0
2.2	Prejemki na trgu EU	0	0	0	0	0
2.3	Prejemki na trgu izven EU	0	0	0	0	0
3	Razpoložljiva denarna sredstva (1+ 2)	0	0	0	0	0
4	Poslovni izdatki za nakup materiala, plačilo storitev, plač, dajatev	0	0	0	0	0
4.1	Blago, surovine in material		0	0	0	0
4.2	Promocijske aktivnosti	0	0	0	0	0
4.3	Storitve	0	0	0	0	0
4.4	Najemnine	0	0	0	0	0
4.5	Plače in zavarovanja	0	0	0	0	0
4.6	Drugi izdatki pri poslovanju	0	0	0	0	0
5	Presežek / primankljaj den. sred. pri poslovanju (3 - 4)	0	0	0	0	0
6	Izdatki za nakup osnovnih sredstev	0	0	0	0	0
7	Prejemki od odtujitve osnovnih sredstev	0	0	0	0	0
8	Saldo iz poslovne in investicijske dejavnosti (5 - 6 + 7)	0	0	0	0	0
9	Vplačila kapitala	0	0	0	0	0
10	Prejeta dolgoročna posojila	0	0	0	0	0
11	Prejeti kratkoročni krediti	0	0	0	0	0
12	Prejete subvencije	0	0	0	0	0
13	Vračila kapitala	0	0	0	0	0
14	Odplačila glavnin in obresti dolgoročnih posojil	0	0	0	0	0
15	Odplačila glavnin in obresti kratkoročnih kreditov	0	0	0	0	0
16	Končno stanje den. sredstev (8+9+10+11+12-13-14-15)	0	0	0	0	0
17	Ocena dobička	0	0	0	0	0
18	Število zaposlenih	0	0	0	0	0
19	Ocena dodane vrednosti na zaposlenega	0	0	0	0	0