PULS BIZNESU
2014-03-20

Nadmierny optymizm może szkodzić start-upowi

Przedsiębiorczość Przekonanie, że mój pomysł na biznes jest świetny, nie wystarczy. Trzeba to udowodnić w dobrze przygotowanym biznesplanie

Dorota Czerwińska
d.czerwinska@pb.pl ☎ 22-333-98-52

Aeon Form, startupowa spółka z Gdańska, zajęła trzecie miejsce w konkursie „Gdyński Biznesplan 2013", pokonując 700 konkurentów. Jak to zrobiła?

– Myślę, że najważniejszy jest pomysł, ale sens jego realizacji trzeba udowodnić w biznesplanie – uważa Dominik Sędziński, jeden z trzech wspólników Aeon Form.

Potwierdza to Irena Muszkiewicz-Herok, prezes Fundacji Gospodarczej, sekretarz jury konkursu. Na co zwraca uwagę, oceniając biznesplany?

– W pierwszej kolejności na pomysł, który robi wrażenie. Jednak za nim powinny pójść konkrety – mówi prezes Fundacji Gospodarczej.

Jej zdaniem, częstym błędem, popełnianym głównie przez młodych ludzi, jest zbyt entuzjastyczne podejście do swojego projektu. Samo w sobie jest to dobre, ale często rodzi zbyt optymistyczne prognozy, a biznesplan powinien udowodnić, że jest szansa na sukces i zrealizowanie pomysłu. W taki właśnie sposób należy uzasadnić swoje racje podczas starań o źródło finansowania.

– Niesprawdzone rzetelnie pomysły to najczęstszy błąd początkujących przedsiębiorców. Jako fundusz venture capital analizujemy zgłaszane do nas pomysły, ale rozpoczynająca działalność firma najpierw musi sama zweryfikować swoje plany – wyjaśnia Radosław Tadajewski, prezes Grupy Trinity, która m.in. inwestuje w dobrze zapowiadające się biznesy.

Ciężka to praca

Biznesplan powinien być efektem długich przygotowań i przemyśleń. Wymaga przede wszystkim analizy rynku. Radosław Tadajewski wskazuje, że biznesplan powinien odpowiadać m.in. na pytania: jakie jest nasycenie rynku produktem lub usługą, jaka jest konkurencja (podział rynku), jak ma być zrealizowany pomysł, jaka jest szansa na jego rozwój, jak firma ma działać, na czym zarabiać, czym się wyróżniać, kto będzie jej klientem i jak do niego dotrzeć. Trzeba także przygotować plan sprzedaży i promocji oraz analizę finansową.

– Sam schemat biznesplanu jest prosty, ale diabeł tkwi w szczegółach. Najtrudniejszym punktem są finanse, które pokazują, czy jest szansa na realizację projektu. Trzeba policzyć koszty stałe i zmienne, planowane przychody i prognozowane zyski. Potrzebna jest ocena zdolności finansowej oraz określenie konieczności i wielkości wsparcia finansowego. Trzeba też pamiętać, że w przypadku niektórych dotacji czy kredytów trzeba mieć wkład własny, jak również zabezpieczenia – wylicza Irena Muszkiewicz-Herok.

> Niesprawdzone rzetelnie pomysły to najczęstszy błąd początkujących przedsiębiorców.

Jej zdaniem, wielu przedsiębiorców ma kłopoty z liczbami, które uwiarygodniłyby projekt, i z umiejscowieniem się na rynku między konkurencją.

– Wiele danych jest nieoszacowanych na zasadzie „jakoś to będzie, może się uda, będę się martwił później". Przestrzegam: z takiego podejścia może wyniknąć katastrofa – mówi prezes Fundacji Gospodarczej.

Warto się wyróżnić

Radosław Tadajewski podpowiada początkującym przedsiębiorcom, że jeśli biznesplan wysyła się do instytucji, licząc na jej wsparcie finansowe, to warto się wyróżnić.

– Otrzymujemy bardzo dużo biznesplanów. Najczęściej zawierają lakoniczny wstęp i wyglądają tak samo. Oczywiście najważniejsza jest treść, ale zwracamy uwagę na oryginalną formę. Zaczynają się pojawiać nowe propozycje, np. krótkie filmiki o pomyśle na firmę, które są ciekawą zapowiedzią tego, co się znajdzie w biznesplanie – mówi Radosław Tadajewski.

Zachęca także przedsiębiorców do osobistego kontaktu z potencjalnymi instytucjami inwestującymi. Ma to sprzyjać zapamiętaniu firmy.

Irena Muszkiewicz-Herok radzi natomiast, aby przed przygotowaniem biznesplanu skorzystać ze szkoleń i doradztwa. Wiele instytucji prowadzi je bezpłatnie, m.in. Fundacja Gospodarcza.

– Warto skorzystać z tej pomocy, aby dowiedzieć się m.in. jaką formę prawną prowadzenia działalności wybrać, aby jej opodatkowanie było korzystne, a także poznać podstawy marketingu czy negocjacji – wskazuje Irena Muszkiewicz-Herok.

KONKURS

Zgłoś się, weź pieniądze i działaj

Spółka z sektora private capital VRP i redakcja „Pulsu Biznesu" we współpracy z Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości i Bankiem Gospodarstwa Krajowego organizują konkurs „Impuls do biznesu". Można do niego zgłaszać innowacyjne produkty, usługi, technologie, procesy sprzedaży, modele działalności, sposoby dotarcia do klienta, a także modele dystrybucji produktów lub usług. Konkurs jest przeznaczony dla mikrofirm, małych i średnich przedsiębiorstw oraz osób, które mają ciekawy pomysł na biznes. Nagrody otrzymają trzy projekty — w sumie 2 mln zł. Dodatkowo skorzystają z doradztwa VRP. Na wnioski czekamy **do 7 kwietnia 2014 r.** Więcej na **www.impuls.pb.pl**

impuls do biznesu