

От идеи до первого миллиона
и венчурных инвестиций:
методология, истории ошибок и успехов

6 млрд. рублей

активно инвестируем

150+

посевных инвестиций и
прошедших акселератор команд

**Крупнейший акселератор в Европе,
3-й в мире**

Откуда мне это известно



- Директор акселератора ФРИИ: 150+ инвестиции в ИТ-стартапы по 1,4 миллиона рублей за последние 1,5 года
- Со-основатель программа стажировок в Кремниевую Долину GoValley.ru
- Бизнес-ангел и управляющий партнер фонда RedButton: закрытые сделок на \$10M
- Директор Сбербанк-Технологии в Екатеринбурге: от нуля до 50+ человек за 6 месяцев, закрытие проекта внедрения на 1800 офисов
- Советник министра экономики региона
- Naumen: от 6 сотрудников до 200+ и десятков миллионнов \$ оборота. Сегодня – акционер

ВЕНЧУРНАЯ ИСТОРИЯ = БОЛЬШОЙ БИЗНЕС

Посмотрим на США... 26 млн. бизнесов

- 4 % или 1 из 25 зарабатывают >\$1 М
- 0,4 % или 1 из 250 зарабатывают >\$10 М
- 0,065 % или 1 из 1500 зарабатывают >\$50 М
- 0,005 % или 1 из 18,5 тыс зарабатывают >\$1 млрд

Достижимость оборота в 300 млн. руб.

количество потенциальных клиентов

ARPPU в год	1 000	20 000	100 000	500 000	1 000 000	10 000 000
150	200000%	10000%	2000%	400%	200%	20%
500	60000%	3000%	600%	120%	60%	6%
1 000	30000%	1500%	300%	60%	30%	3%
10 000	3000%	150%	30%	6%	3%	0,3%
50 000	600%	30%	6%	1,2%	0,6%	0,1%
100 000	300%	15%	3%	0,6%	0,3%	0,03%
1 000 000	30%	2%	0,3%	0,06%	0,03%	0,003%

Ключевые состояния: оборот в месяц



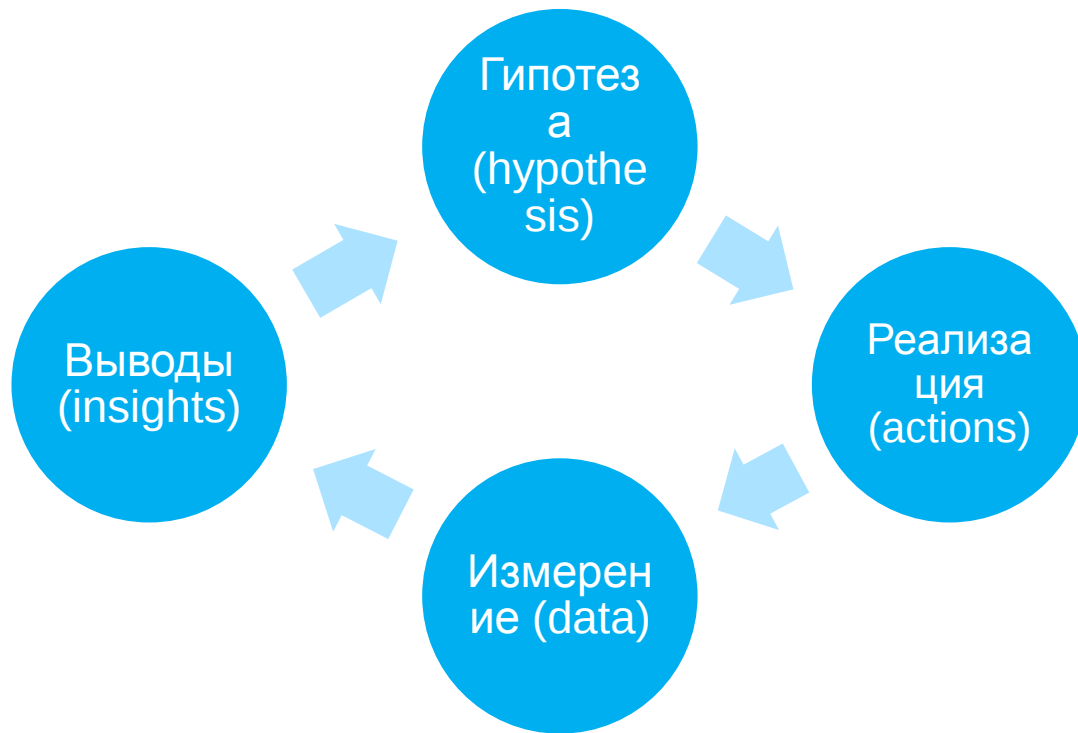
- 0 – нет подтверждения спроса от рынка
- **10–100 тыс**
Цель: подтверждение спроса на большом рынке
- **500 тыс–1 млн**
Цель: сходящаяся экономика, найденные каналы к большому рынку
- **2 млн–10 млн**
Цель: умение масштабировать бизнес, переход в устойчивый бизнес, не завязанный только на основателя

Разница в состоянии компании по ФРИИ

Pre-seed	seed	Раунд А
отбор лучших на рынке	цифры и команда	в основном цифры
• MVP • Команда • Рынок >\$10 М • Первые пользователи	• Положительная Unit-экономика • Подтверждение масштабируемости каналов привлечения • Темп роста, подтверждающий план в Excel 😊 • Рынок все еще большой	• История за 12-24 месяца: unit-экономика по всем каналам • Сохранение темпа роста за весь период • Есть куда расти 3-5 лет (рынка еще достаточно)

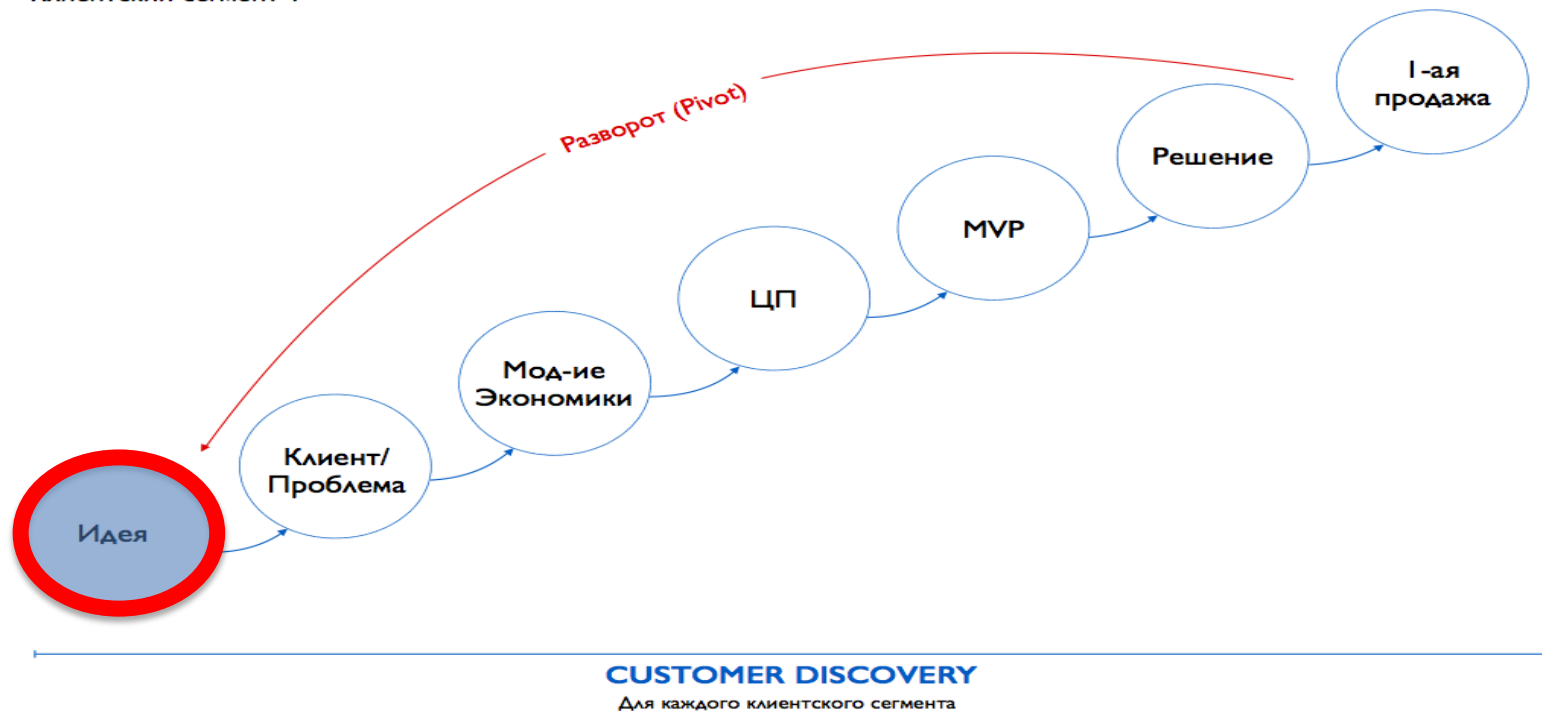
Коротко о методологии

Ключевой инструмент - HADI



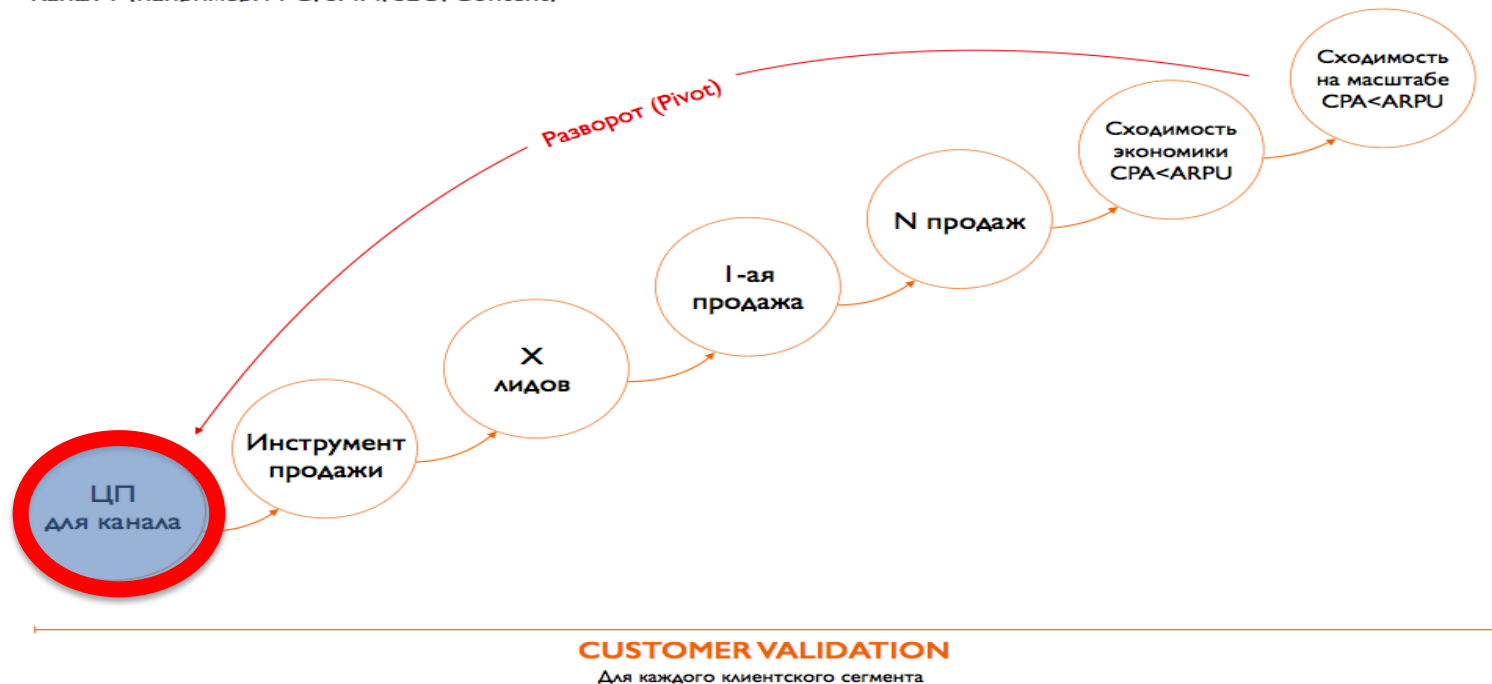
Поиск клиентов

Клиентский сегмент I



Поиск каналов привлечения

Канал 1 (например: PPC, SMM, SEO, Content)



Типовые ошибки

B2B

- Долгие продажи
- Не умеют «загрызть» клиента

B2C

- Низкий чек (выживают только 1000р+)
- Низкая конверсия в продажу

B2G

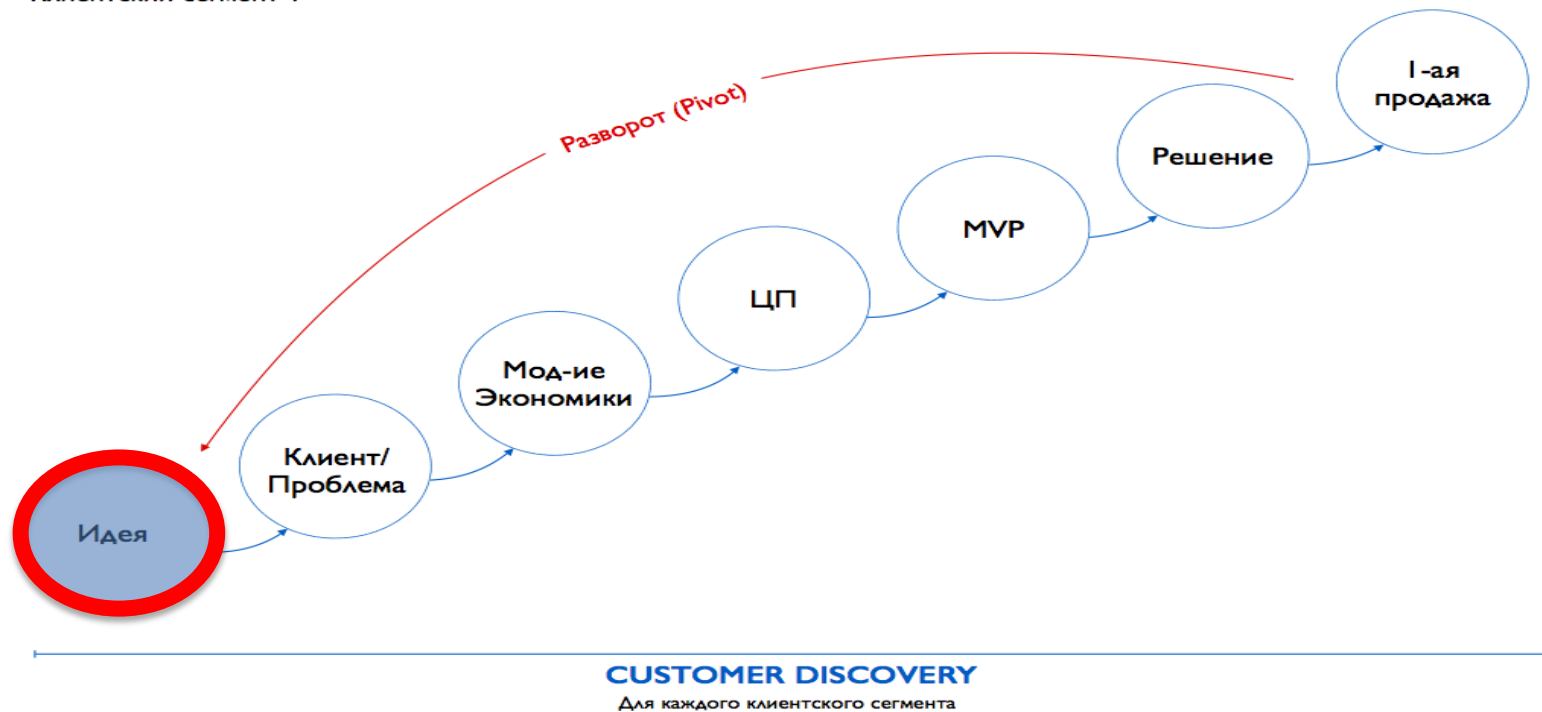
- О-о-о-очень долгий цикл продаж
- Иллюзорное мнение о работе государства

B2B2C

- Фокусируются не на той части
- Маленькая аудитория для «В»
- Нужно придумывать lifehack'и

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I



Трэкшн карта

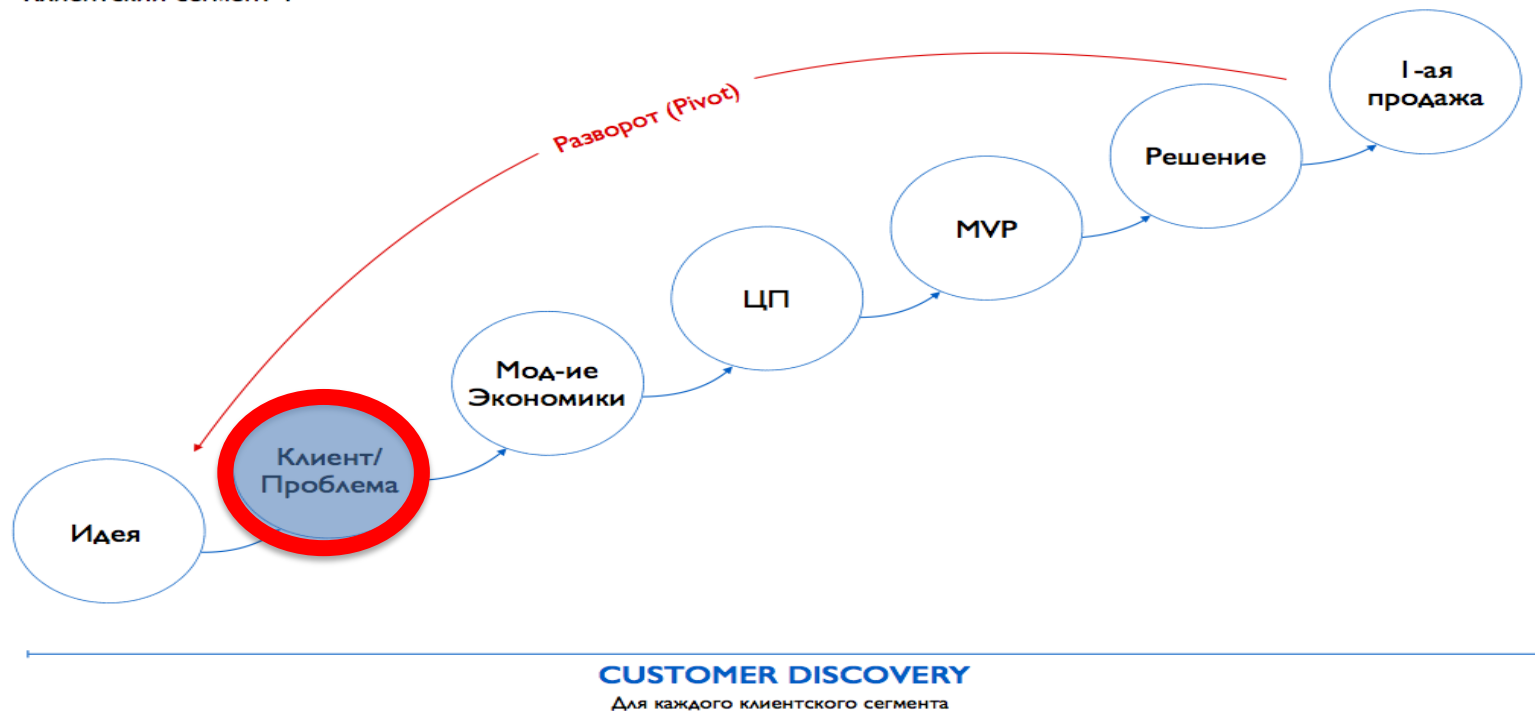
Клиентский сегмент	Ценностное предложение сформировано	Проблема подтверждена	Готов MVP	Решение подтверждено	Есть 1-я продажа руками
Управляющие компании	нет	нет	да	да	да 4 (30 через партнера)
Обслуживающие организации	нет	нет	да	да	да 12
Теплоснабщающие организации	нет	нет	да	да	2 (1 через партнера)
Водоканалы	нет	нет	да	да	1 (через партнера)
Гос. учреждения	нет	нет	да	да	Больше 100 (через партнера)
Муниц. учреждения	нет	нет	да	да	Больше 100 (через партнера)
Коммерческие сети	нет	нет	да	да	3 через партнера)

Идея

- Не знают конкурентов
- Должны убедиться сами.
- Fail fast
- **Что делать:**
 - Как можно быстрее поставить эксперимент, подтверждающий ошибочность идеи

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

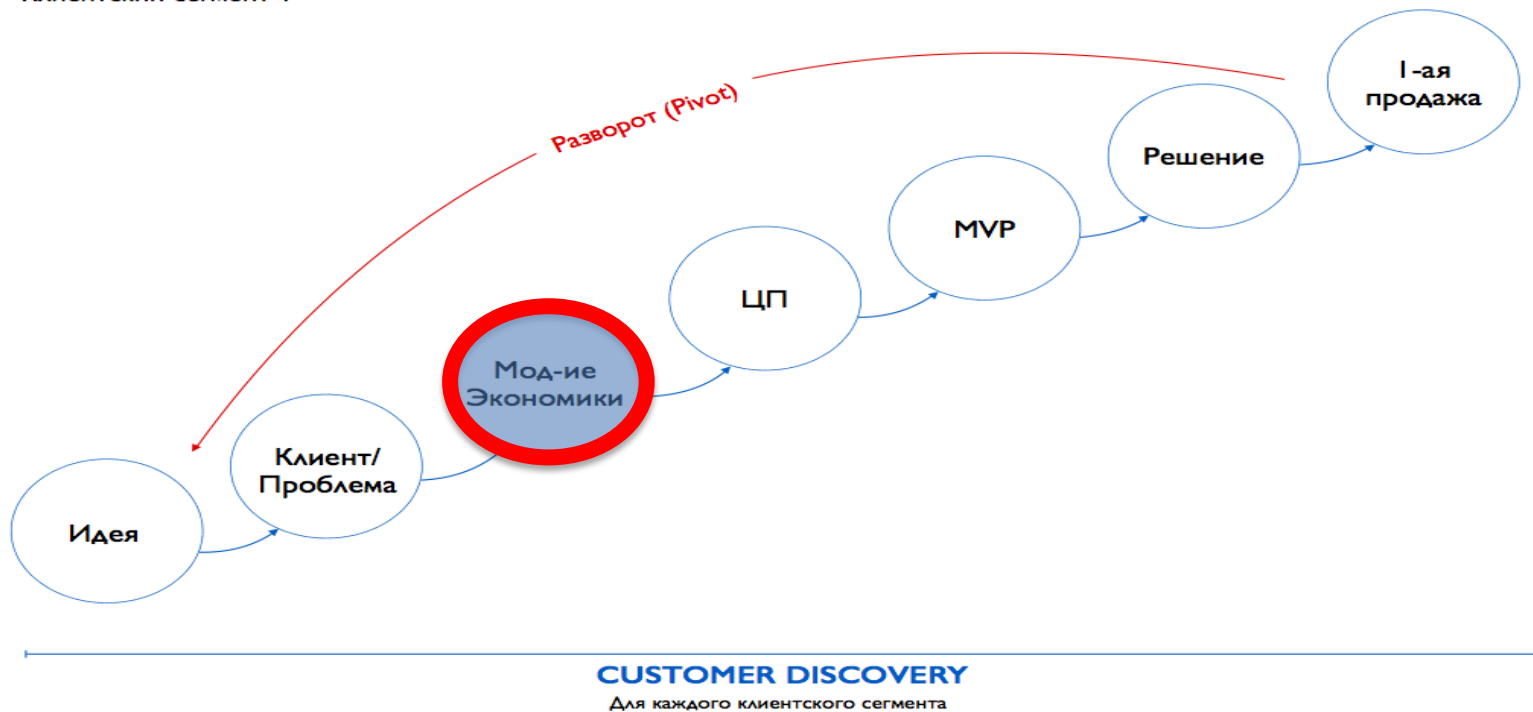


Наличие проблемы у клиента

- Не выявляют паттерны
- Слабый Customer Development
- Писать скрипты и ходит к клиенту вместе
- **Что делать:**
 - Проводить по 20 (b2b) – 100 (b2c) интервью
 - Дойти до понимания наличия проблемы

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

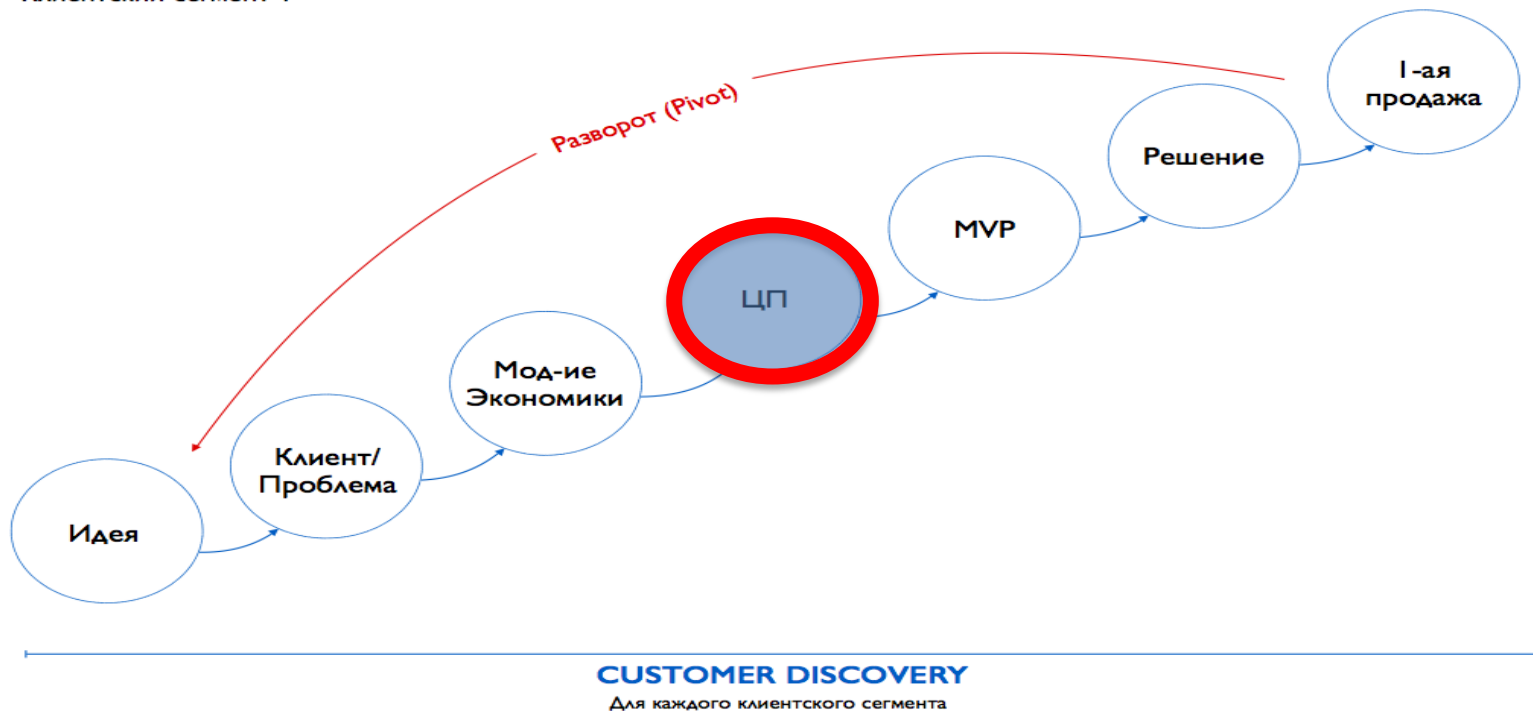


Моделирование экономики

- Низкий чек + мало клиентов
- Размер рынка: «мы же выйдем в США»...
- Менять чек/нишу
- Инструменты: SPACE, размер рынка
- Может размер устраивает основателей
- **Что делать:**
 - Посчитать экономику и предел рынка по Красинскому
 - Принять решение устраивает ли экономика

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

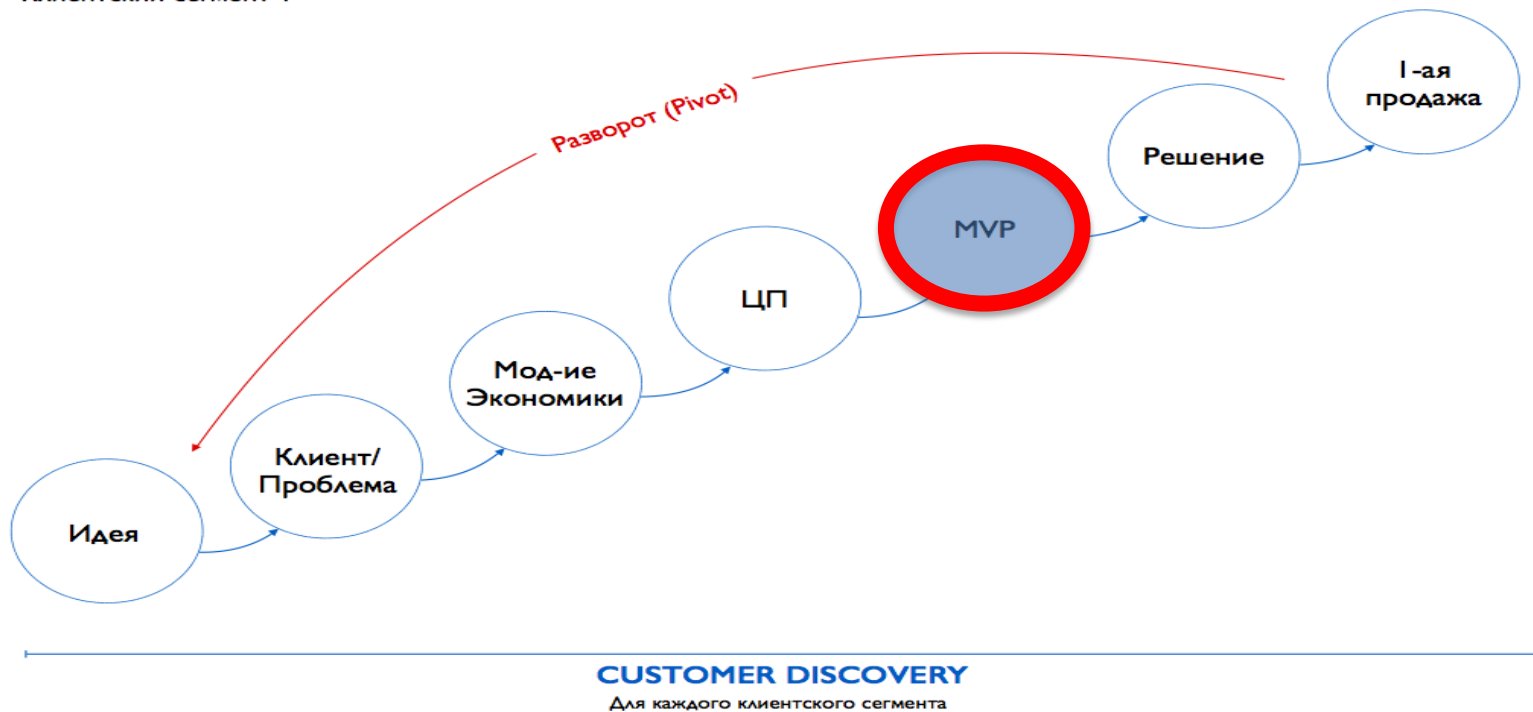


Ценностное предложение

- Может быть не выявили боль
- Не сформулировали само ЦП
- Боятся «переобещать» (не готовы называть результат от внедрения)
- Действительно слабое ЦП тк «боль» на уровне «витаминок»
- **Что делать:**
 - сформулировать ЦП в одно предложение
 - Подтвердить что это «цепляет» целевую аудиторию

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

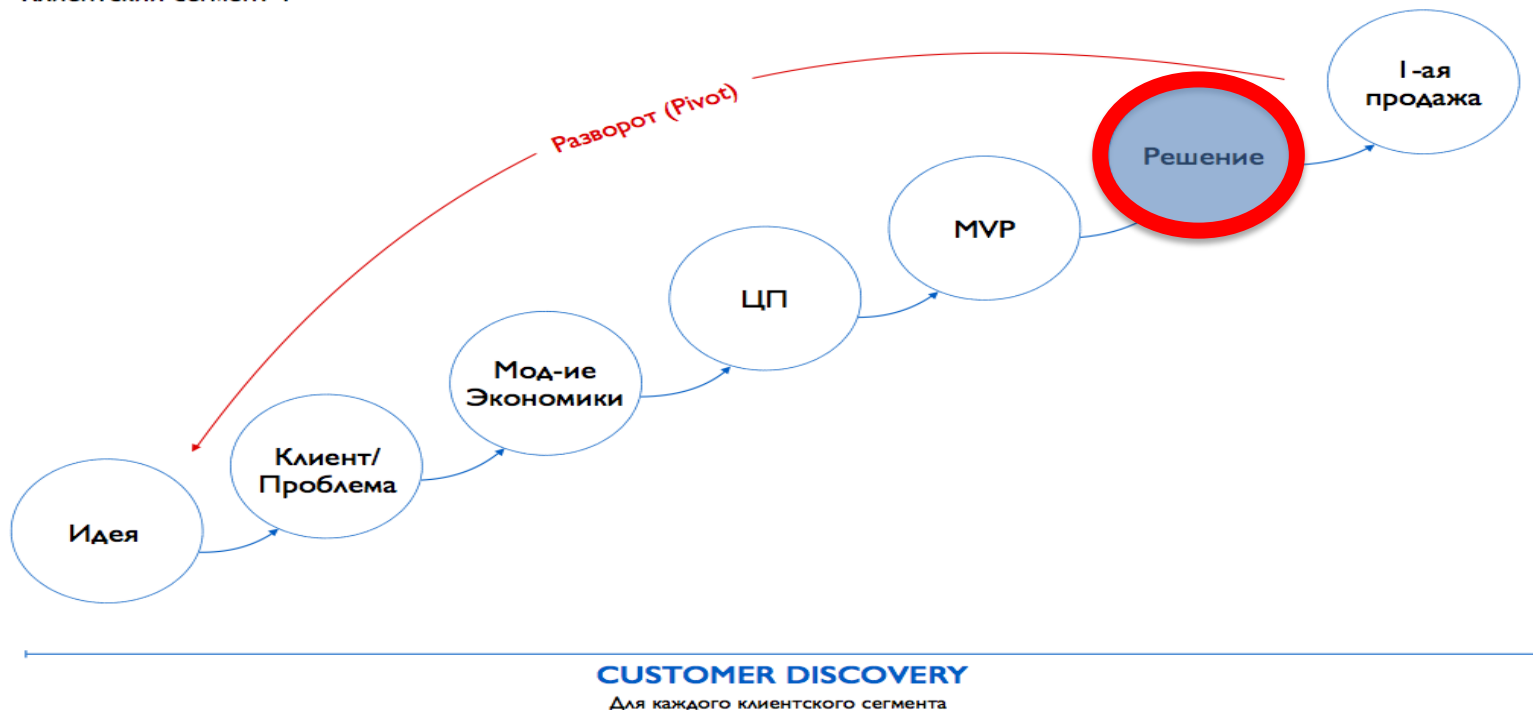


Завершенный минимальный продукт

- Оттягивают момент похода к клиенту
- Делают то, что привычнее
- Вместо поиска минимизации продукта «пилят» продукт
- **Что делать:**
 - Пресекать «пиление» продукта
 - Придумывать lifehack – как сделать MVP без программирования

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

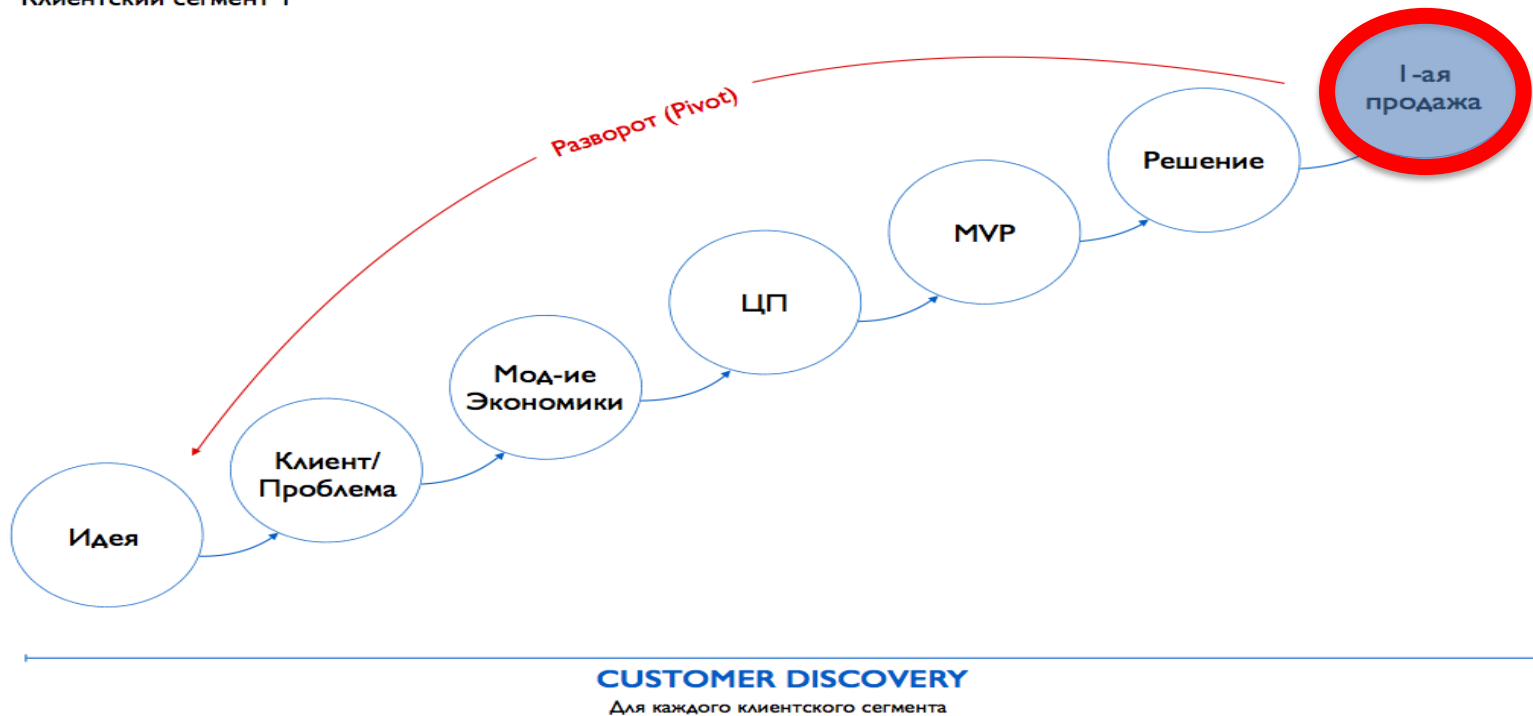


Подтверждение решения

- Решение не соответствует задаче
- Клиент не верит что это работает
- Решение не достаточного качества
- **Что делать:**
 - Пробовать решение самому
 - Идти со стартапом к клиенту (слушать записи)

Примеры по стадиям

Клиентский сегмент I

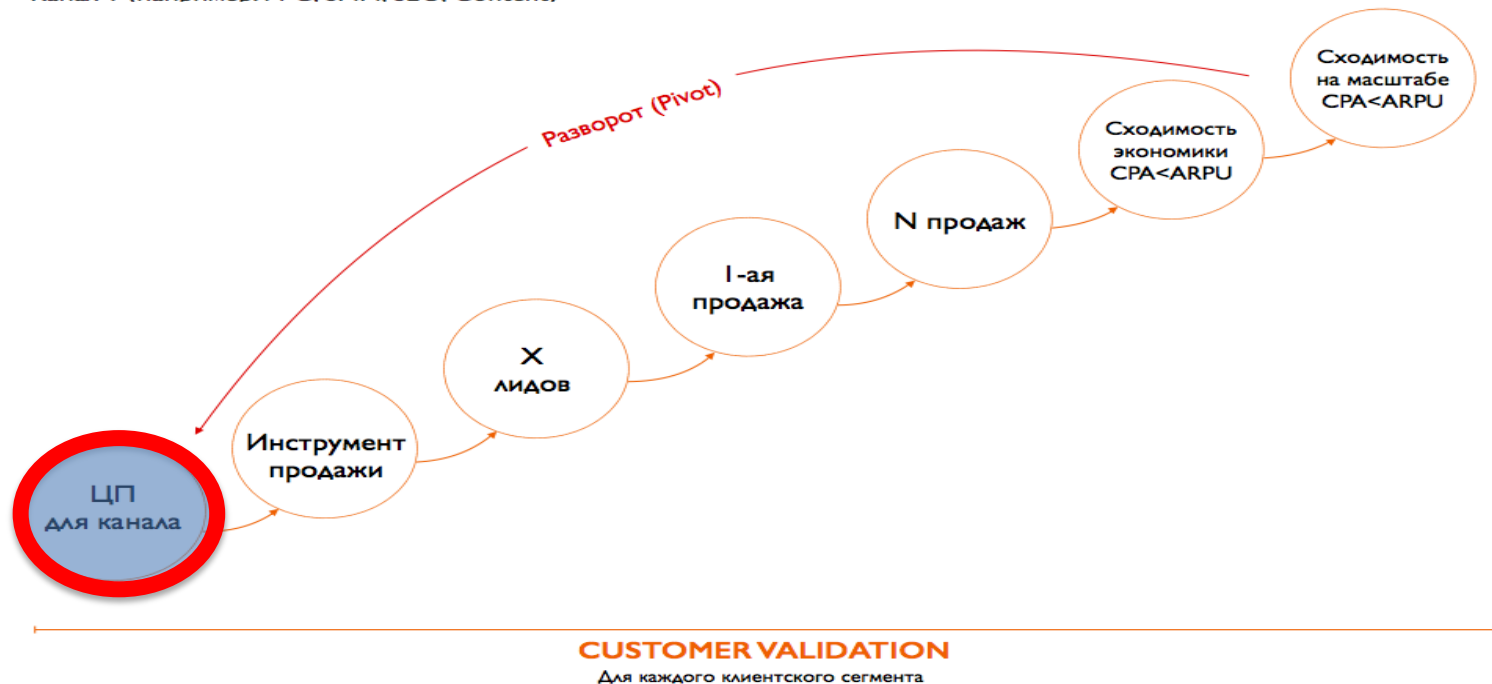


Первая продажа

- Принципиально не берут деньги
- «Стыдно» продавать. Хотят брать деньги, но боятся.
- Долгий цикл продаж – делать за микро-деньги (нужен референсный клиент)
- Боятся говорить с клиентом – стараются все «автоматизировать и регламентировать»
- **Что делать:**
 - Понять где проблема: клиент, продукт, предприниматель;
 - Помочь более теплыми контактами, если не могут пробиться;
 - Предлагать клиентам money back или пилотный проект за деньги.

Примеры по стадиям

Канал 1 (например: PPC, SMM, SEO, Content)

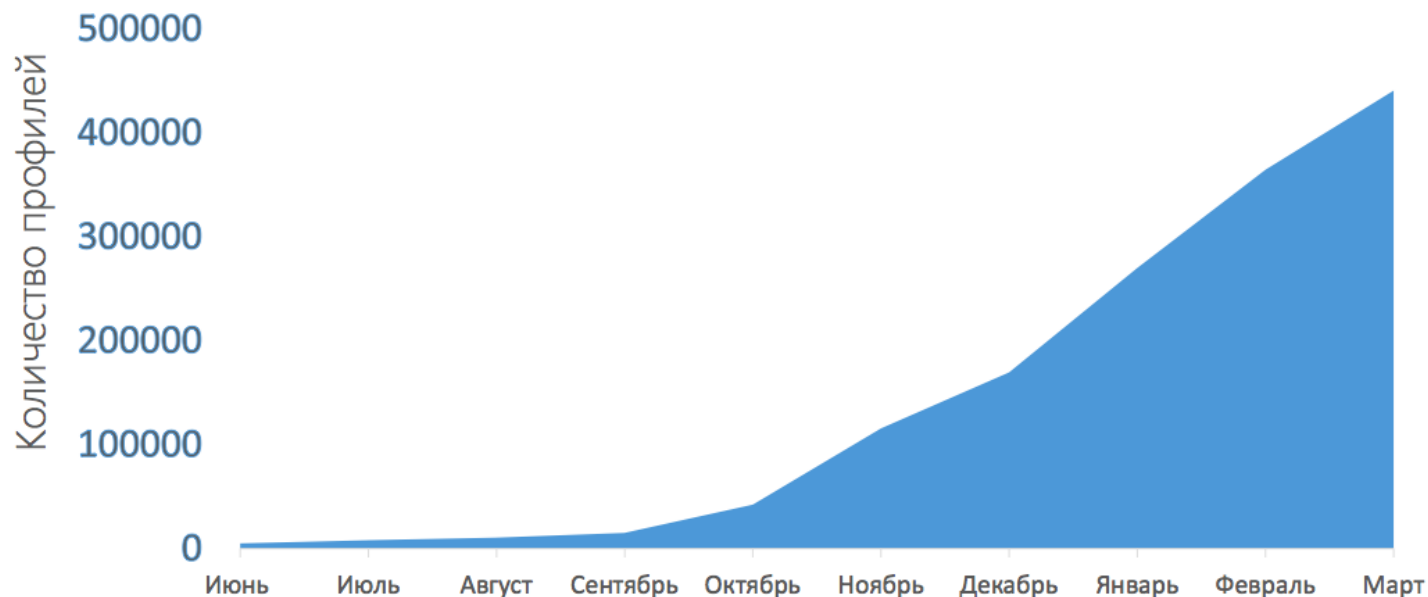


Ценностное предложение для канала

- Рано оказались на каналах – еще не завершен Customer Development
- Не могут сфокусироваться, продают «всем все»
- Вообще не поняли про каналы (пытаются продавать везде)
- Не собрали результаты от первых внедрений (изменения у клиентов, отзывы...)
- Планируют идти в каналы с заранее не работающей экономикой (личные продажи, привлечение на сайт через флаеры)
- **Что делать:**
 - проверить что ЦП на ручных продажах выявлено правильно;
 - проверить что определены сегменты в которых это ЦП работает.

Примеры успешных стартапов

Traction. База профилей.



(с) 2014 coloreyes.ru info@coloreyes.ru +7 (903) 949-47-47

Результаты акселерации

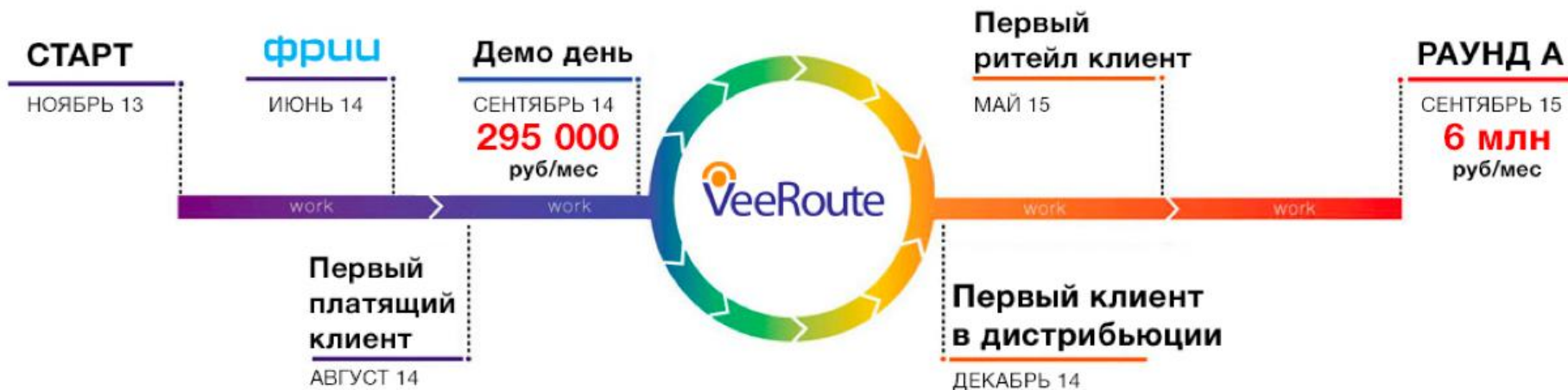


	03.2014 - 12.2014	01.2015 - 03.2015
Клиенты	60	90
Более 1 месяца использования	30%	70%
Срок закрытия сделки	14 дней	3 дня
Стоимость решения для крупной компании	49 000	240 000

Пример: VeeRoute

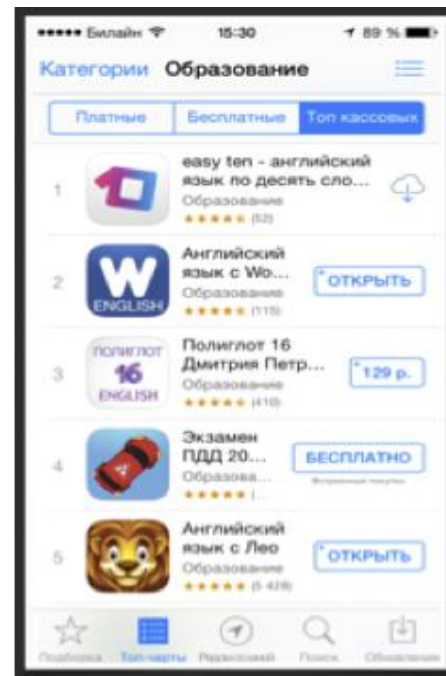
Результаты DEMODAY:

4 контракта на **295 000** руб/мес
6 открытых тендеров
14 демо доступов



Примеры: Easy Ten

Показатель	До акселератора	Сейчас
ARPU (\$)	0,12	0,34



Примеры: Hot WiFi

За последние
3 месяца

Средний чек

2000 ↗ 3000 руб. **x1,5**

Выручка

100 000 ↗ 400 000 руб. **x4**

Чистая прибыль

10 000 ↗ 200 000 руб. **x20**

Количество авторизаций

20 000 ↗ 40 000 авторизаций **x2**

Примеры: Unim Histology

до акселерации и после

Показатель	До	После
Стоимость привлечения пользователя (CPA)	3	2,6
Средний доход с платящего пользователя (ARPPU)	2305	2850
Стоимость привлечения платящего пользователя (CAC)	1666,6	623,4
Выручка (Revenue)	76000	340000

Примеры: Pets Ferma

ФРИИ: Ключевые вехи

До ФРИИ
4 продажи
4 000 р.

- 1 Увеличили комиссию с 1 000 до 3 000 рублей
- 2 Подключили IP-телефонию для прямого соединения продавцов и покупателей. Это снизило кол-во отказов
- 3 Начали информировать продавцов о новых заказах по SMS. Это сократило время обработки заказа с 60 до 5 мин.
- 4 Начали использовать несколько каналов продаж

Сейчас
139 продаж
460 000 р.
в месяц



МЕТРИКИ ЗА ПЕРИОД АКСЕЛЕРАЦИИ

СТОИМОСТЬ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ПЛАТЯЩЕГО



СРЕДНИЙ ЧЕК



Datamonkey

[FOR COMPANIES](#)[BLOG](#)[WHY DATAMONKEY](#)[BENEFITS](#)[REVIEWS](#)[ENROLL](#)[ABOUT US](#)[SIGN IN](#)

**Learn SQL and Excel
for Data Analysis
interactively with
concrete examples
and full immersion into
the work environment.**

[Start learning!](#)



Калаев Дмитрий

dkalaev@iidf.ru

+7.916.993.66.73

<http://edu.iidf.ru>