Слово «стартап» появилось в 1939 году и изначально упоминалось только в области информационных технологий. Его связывали с появлением молодых компаний, каждая из которых стремилась представить аудитории то, что конкуренты еще не успели или просто не догадались создать. Пик активного роста всевозможных организаций как коммерческих, так и некоммерческих, пришелся на период с конца 90-х 20 века до середины 2000-го года.

В последующем это понятие перекочевало и в остальные области научных и социальных исследований, культуры, предпринимательства, экономики. Рамки расширились, и стартапами стали называть не только информационные проекты, но и любые, недавно созданные организации.

Не существует универсальной формулы, которая бы смогла принести успех абсолютно любому проекту. Во-первых, в любой сфере действуют свои правила и законы. Например, секреты успеха в экономике далеко не всегда срабатывают, скажем, в научной деятельности. _____, внешние условия меняются крайне стремительно, и под них нужно уметь вовремя подстроиться. Команда, выбранная ниша, идея проекта, особенности продвигаемого продукта — все эти факторы индивидуальны, и именно они во многом определяют судьбу стартапа.

Не стоит забывать про упорный труд, без которого просто невозможно добиться успеха, особенно новичкам. Даже при наличии интересной и актуальной идеи для стартапа придется потратить немало времени, средств и сил на поиск оптимальных путей для ее реализации, разработку и планирование проекта, налаживание связей. Поэтому в качестве учредителя проекта часто выступает не один человек, а несколько компаньонов, каждый из которых выполняет свою функцию.

Одна из главных составляющих успешного стартапа — инвестиции. Среди учредителей большой популярностью пользуются всевозможные площадки, на которых можно не только отыскать инвесторов, но и накопить ценную информацию.

Для привлечения инвестиций нужно подготовить качественный бизнес-план и грамотно его презентовать. Независимо от того, куда вы решили обратиться за поддержкой — в банк, фонд или к частному инвестору, в любом случае придется предоставить подробный план. В плане должны быть подробно прописаны все детали, начиная с актуальности темы и заканчивая экономическими расчетами. Но на презентации не нужно углубляться в подробности, на которые у потенциальных инвесторов нет времени. Многие из них вовсе далеки от сути проблемы. Презентация должна быть лаконичной и понятной, чтобы собеседник без труда смог понять, чем рентабелен именно этот проект.

Хороший стартап имеет практическую ценность. Об этом необходимо рассказать коротко и ясно, избегая лирических отступлений и другой лишней информации. Вы должны четко изложить актуальность проблемы и предлагаемый путь решения. После вашей презентации практическая ценность должна стать понятной даже человеку, далекому от предмета исследований.

Проект, состоящий из одних лишь обещаний, не подкрепленный никакими наглядными результатами и грамотно составленными прогнозами, не вызовет доверия ни у одного инвестора. Если вы хотите, чтобы у собеседника возникло желание более подробно познакомиться с вашим стартапом, включайте в презентацию реальные цифры и факты, а не громкие заявления. Довольно часто учредители используют агрессивное продвижение, в котором исключена какая-либо толерантность к конкурентам. В данном случае руководитель отрицает или даже опровергает любые альтернативные решения, продвигая свой путь как наиболее выгодный.

Никто не станет поддерживать первый попавшийся проект. Из их огромного числа инвесторы выбирают только самые многообещающие. Постарайтесь сделать презентацию запоминающейся, понятной и в меру краткой.





Вопрос, оставшийся вне поля зрения автора

1) Что такое стартап? 2) На какой период пришелся пик роста организаций?
3) Как подготовить качественную презентацию для стартапа?
4) Что необходимо для привлечения инвестиции в стартап?