

# Азевич Артем

e-mail: [aazevich@iidf.ru](mailto:aazevich@iidf.ru)

facebook: [facebook.com/azevich](https://www.facebook.com/azevich)

## **Руководитель трекинга стартапов в ФРИИ.**

Работа с 200+ стартапов по увеличению ключевых показателей бизнеса. Работа над методологией ускорения и поиска точек роста бизнеса.

## **Ex-Исполнительный директор**

### **Acrobator.com,**

10+ инвестиций до 500 000\$

Представительство Mythings.com в России и СНГ

Маркетинговые консультации top ecommerce Russia (ozon, kupivip, enter, другие).

Спорт: фехтование, батут

Интересуют: Growth hacking, Lean startup



ФРИИ

СТАРТАП

---

Москва, 2015

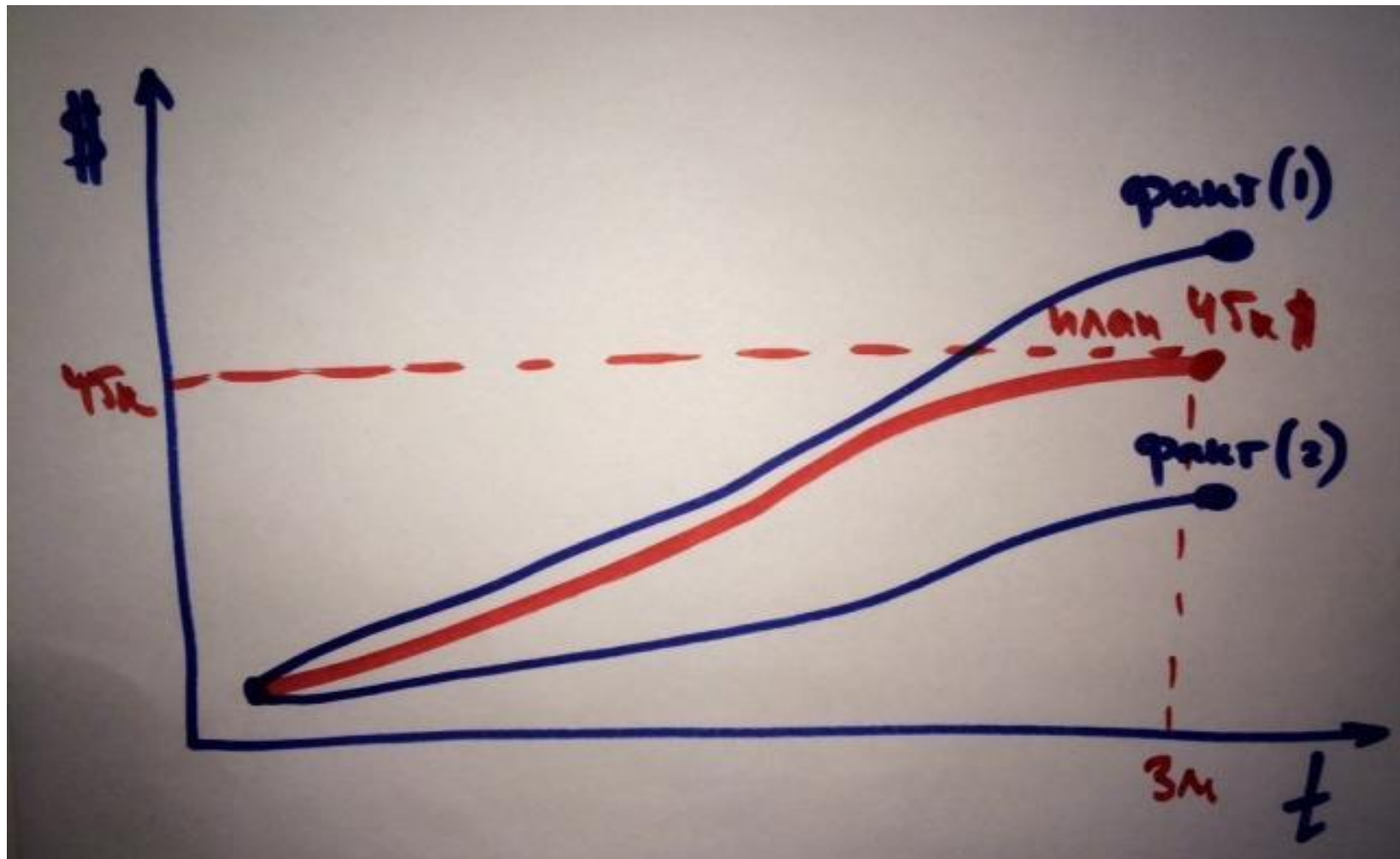
# Что такое стартап?

Стартап – временная организация, для поиска масштабируемой бизнес-модели в условиях неопределенности с целью быстрого роста

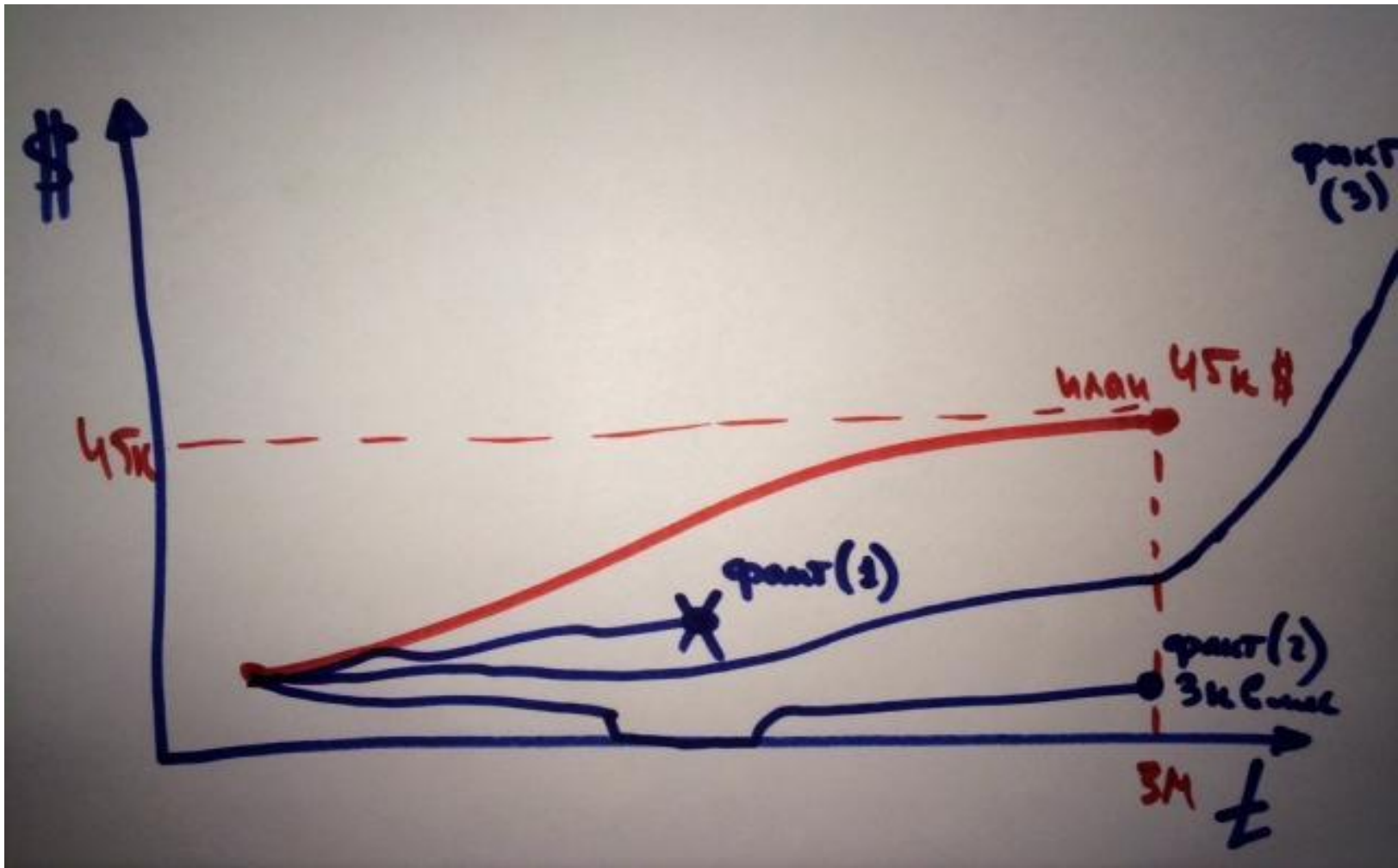
не

Стартап  $\neq$  маленькая версия большой  
КОМПАНИИ

# Крупная компания



# Стартап



# ДРУГАЯ КУЛЬТУРА

## СТАРТАП

## КРУПНАЯ КОМПАНИЯ

организация

Все делают все

Должности и  
инструкции

культура

Все меняется.  
Главное быстро ошибаться.

Стабильность.  
Ошибки стоят  
слишком дорого.

приоритеты

Нахождение бизнес-модели,  
подтверждение экономики

Зарабатывание денег,  
захват доли рынка.

**facebook**

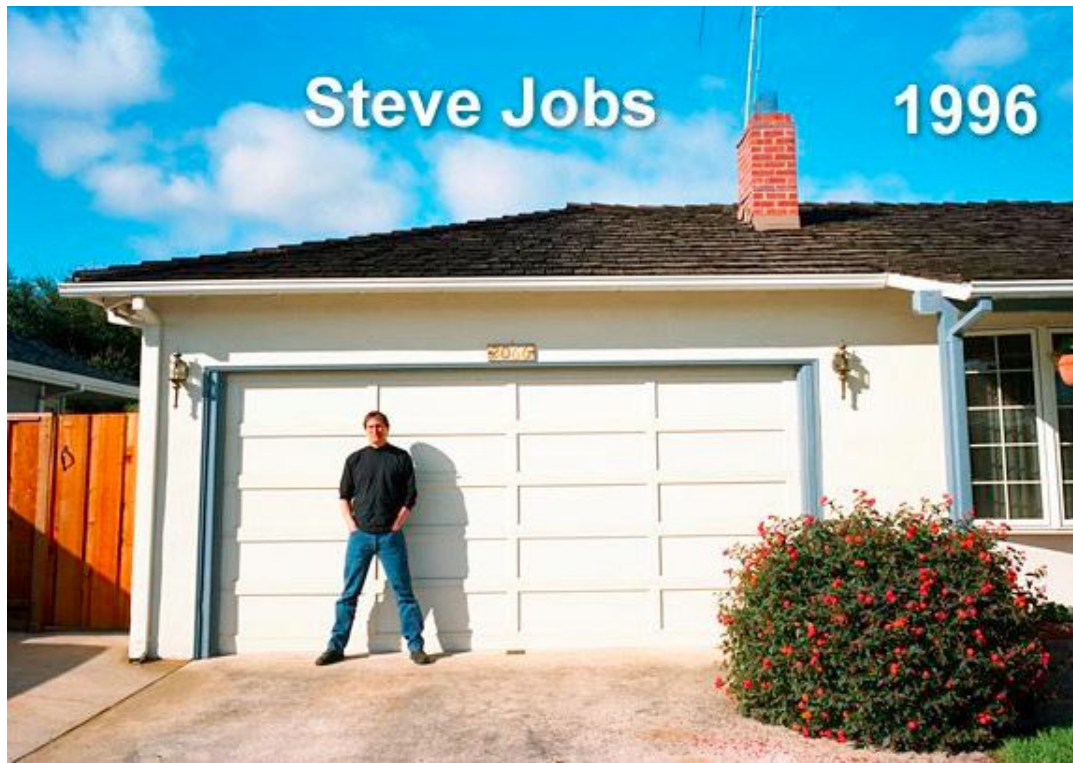


**Google**

**Яндекс**

**PayPal<sup>TM</sup>**







Элон Маск, американский инженер и предприниматель, создатель и соучредитель PayPal, Tesla Motors и SpaceX с состоянием 7,7 миллиарда долларов

**« Запускать стартап — это как будто всматриваться в бездну и жевать стекло».**

ფრუუ pitches

# Важно: быстро сказать кто ты

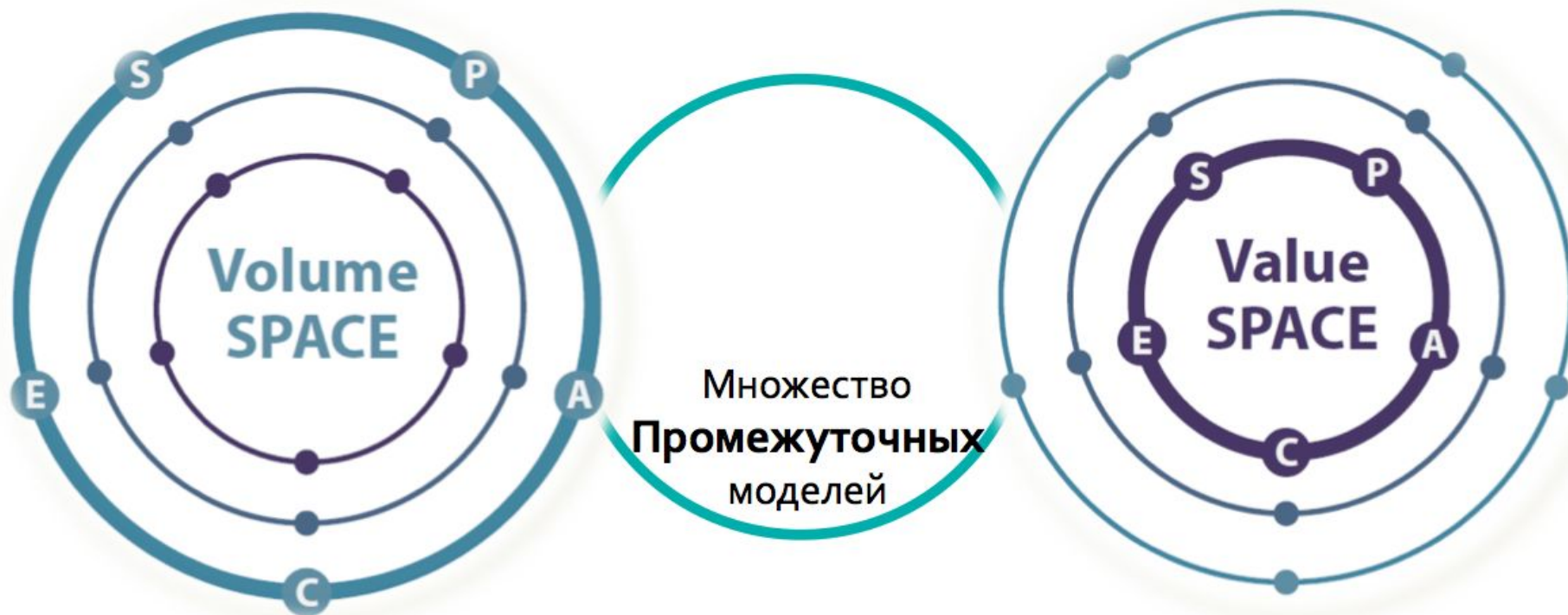
- Мой проект (**название**) создает (**определение предложения клиентам**) помогающий (**описание аудитории**) решать (**проблему**) при помощи (**секретный соус**)
- Я делаю Акселератор ФРИИ, помогающий стартапам быстро доходить до Seed-инвестиций при помощи лучших бизнес-практиков рынка.

**ФРИИ** баланс рынка/продукта

# SPACE: что значат эти буквы

- Supplier (поставщик)
- Product (продукт)
- Average Revenue Per Paying User (средний чек)
- Customer (количество клиентов)
- Evaluation (принятие решения о покупке)

# Визуализация



Продается решение  
**Массовой Проблемы**  
целевой группы клиентов

Продается решение  
**Большой Проблемы**  
конкретного заказчика

# SPACE: детали

Supplier	<b>Кто вы, как поставщик? Как вас оценивают?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Отгрузка. Экспертиза не нужна.</li><li>2. Нужно простое понимание проблем</li><li>3. Требуется глубокая диагностика</li></ol>
Product	<b>Каков ваш продукт?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Понятен и прост</li><li>2. Требует некоторого понимания</li><li>3. Невозможно просто сравнить</li></ol>
ARPPU/ LTV	<b>Какой у вас доход на одного платящего клиента?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. &lt; \$500</li><li>2. \$500 - \$20 000</li><li>3. &gt; \$20 000</li></ol>
Customer	<b>С каким потоком клиентов вы работаете?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. &gt; 1 миллиона</li><li>2. 100 тысяч – 1 миллион</li><li>3. &lt; 100 тысяч</li></ol>
Evaluation	<b>Как ваши клиенты принимают решение о покупке?</b>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Моментально/импульсивно (минуты-часы)</li><li>2. Надо сравнить (часы-недели)</li><li>3. Только после тщательного анализа (недели-месяцы)</li></ol>



# Дополнение

- На старте SPACE – ломанный т.к. необходимо слушать клиента.
- Для стадии масштабирования (seed-раунд и поднее)– SPACE должен быть нормальный.

# Пример: ЕТранспорт

пользователи

рекламодатели



# фрии Практика

Фонд Развития  
Интернет Инициатив

# Задача №1

Используя нижеприведенные данные постройте для компании SPACE и сделайте необходимые выводы.

Кто вы как поставщик? – понятен и прост.

Каков ваш продукт? – понятен и прост.

Какой у вас средний чек? – 900 руб. В месяц

Какой у вас рынок? – в компании 3 инженера, всего 200 000 компаний. Итого 600 000

Как ваши клиенты принимают решения о покупке? – моментально импульсивно.

Минуты/часы.

# Задача №1

После расспроса основателя.

Кто вы как поставщик? – понятен и прост.

Т.е. отгрузка с момента принятия решения осуществляется сразу? – да!

Каков ваш продукт? – понятен и прост.

Т.е. Ваши клиенты читают информацию на сайте и сразу оплачивают услугу? Нет, на сайте они оставляют заявку, а потом наши менеджеры связываются с ними и продают по телефону.

Какой у вас средний чек? – 900 руб. В месяц

Т.е. 1 клиент покупает у вас подписку на 1 месяц и все? Нет, не на 1 месяц, а на 4 месяца.

Какой у вас рынок? – в компании 3 инженера, всего 200 000 компаний. Итого 600 000.

Т.е. все 3 инженера из одной компании покупают у вас продукт одновременно? Обычно в одной компании покупает 1 инженер. Значит всего таких клиентов может быть 200 000? Да!

Как ваши клиенты принимают решения о покупке? – моментально/импульсивно (Минуты/часы)

т.е. Клиент приходит на сайт оставляет заявку, вы звоните он оплачивает? Нет, еще демо доступ на 7 дней.

# Задача №2

Кто вы как поставщик? – нужно простое понимание проблемы.

Каков ваш продукт? – требуется некоторое понимание.

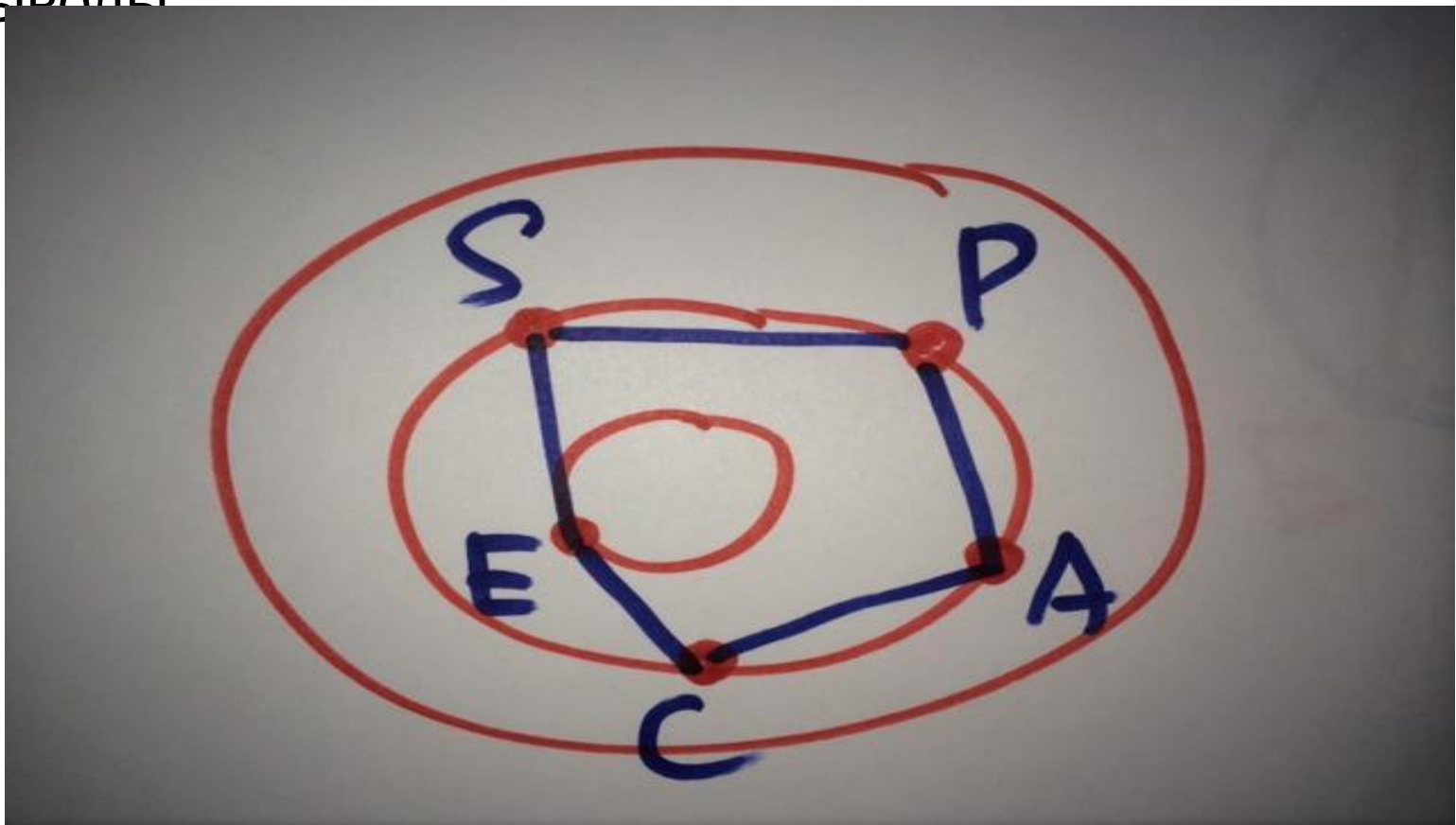
Какой у вас средний чек? – 4200 рублей в месяц.

Какой у вас рынок? – строительные компании, 200 000 шт.

Как ваши клиенты принимают решения о покупке? – надо сравнить (часы/недели).

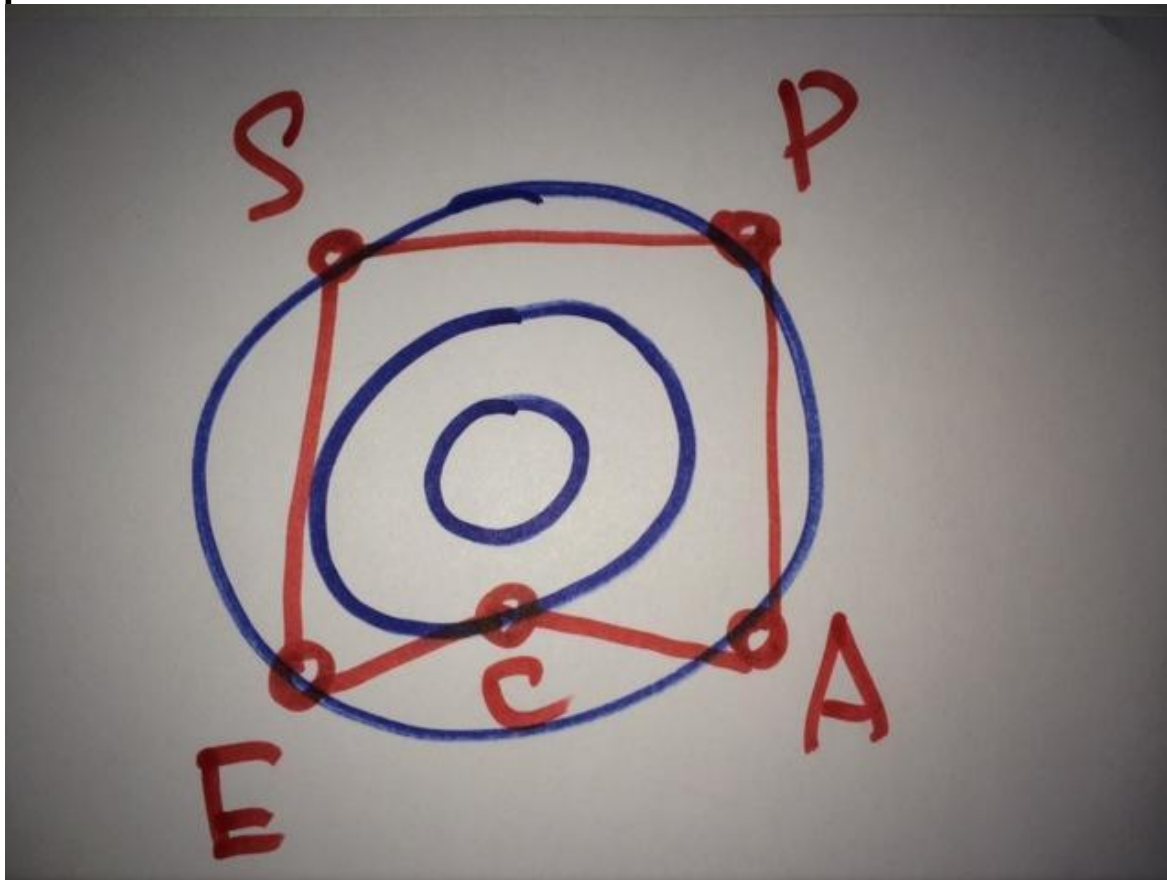
# Задача №3

Продиагностируйте SPACE и сделайте правильные  
ВЫВОДЫ



# Задача №4

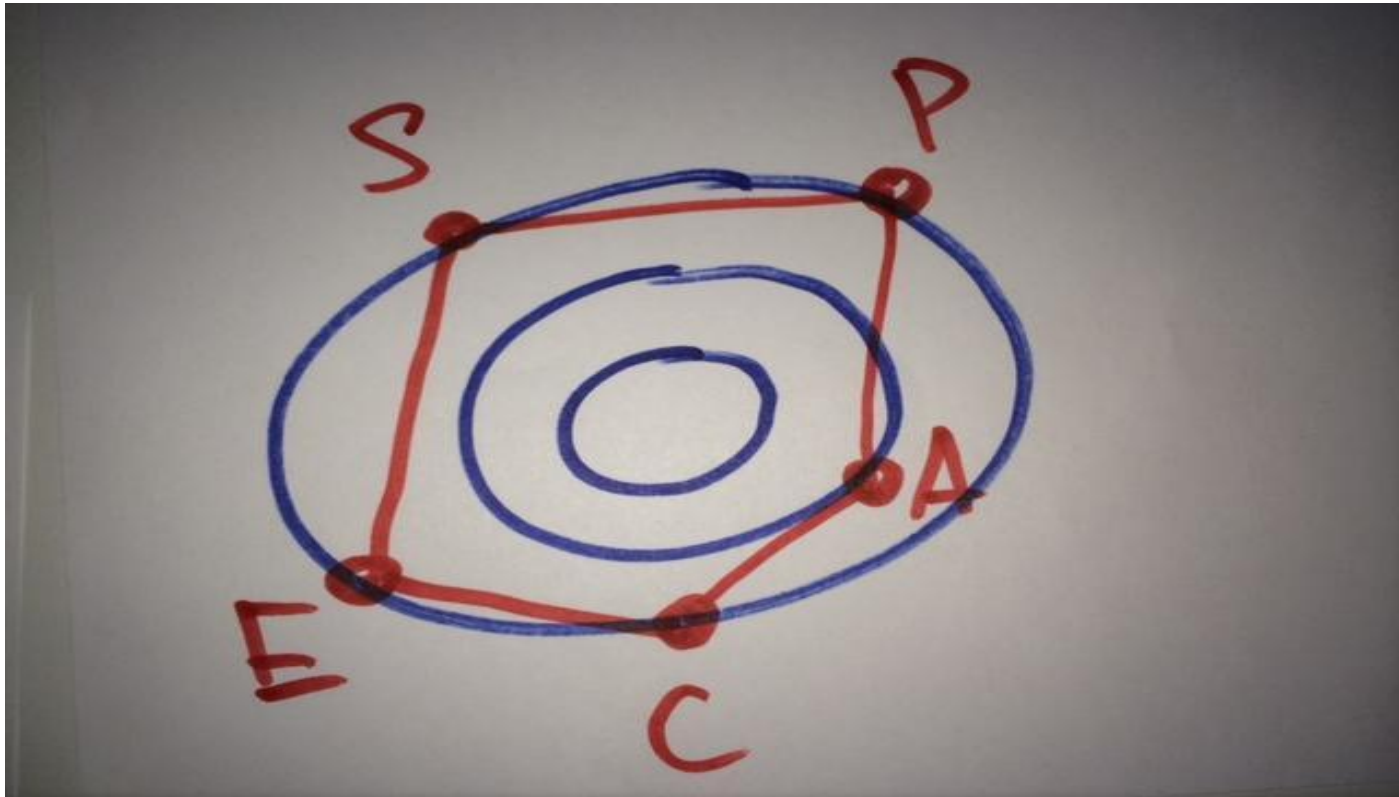
Продиагностируйте SPACE и сделайте правильные выводы





# Задача №5

Продиагностируйте SPACE и сделайте правильные  
ВЫВОДЫ



фри

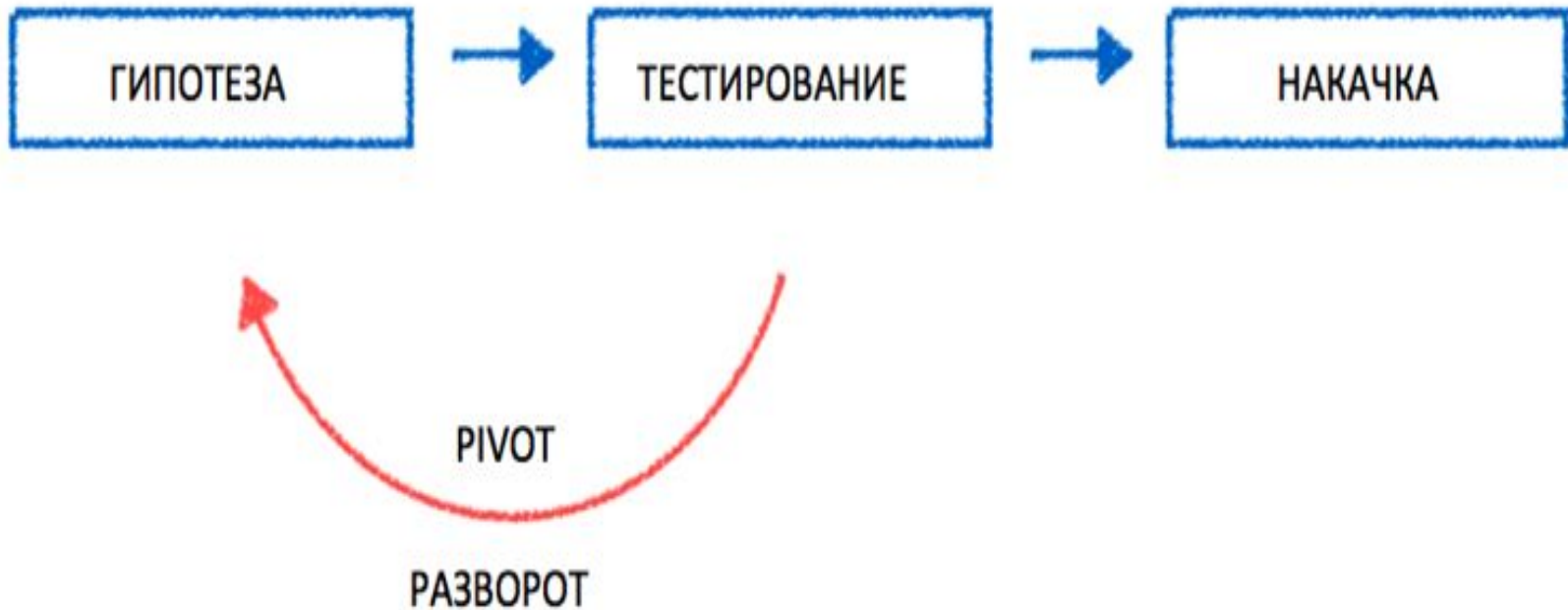
# СТАДИИ СТАРТАПА

---

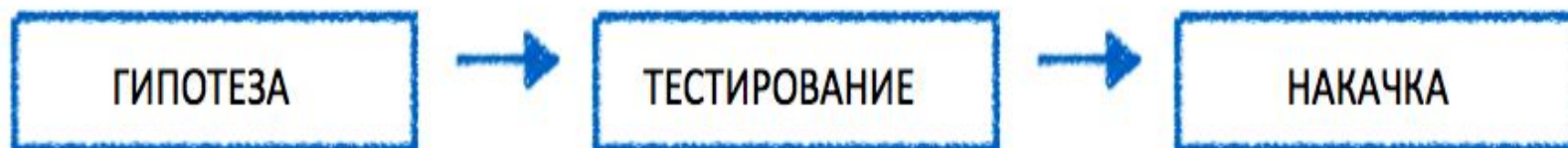
Москва, 2015

# Стадии жизни стартапа

---



# Стадии жизни стартапа



Поиск бизнес-модели.

Подтверждение:

- Есть проблема
- Решение соответствует
- продукт кому-то нужен.

**Результат:**

Первые инсталляции,  
первые покупки.

Подтверждение что на  
продукте можно  
построить бизнес.

**Результат:**

Нахождение экономики,  
при которой привлечение  
клиента стоит меньше,  
чем на клиенте можно  
заработать.

Увеличение клиентской  
базы, оптимизация  
процессов.

Раунды инвестиций:

Seed, A и последующие

---

Как узнать, что стартап  
перешел  
из этапа Customer  
development  
в работу в каналах? (вопрос  
в зал)

# Границы перехода

---

Эмпирическим путем вычислено,  
подтверждено  
доверительными интервалами,  
что:

1. LTV (0–500 \$): 100 – 200  
платящих клиентов.
2. LTV (500 \$ – 20 000 \$): 20–70  
платящих клиентов.

фрци

Практика

# Задача

---

Определить стадию развития бизнеса

1. LTV = 30 \$, clients = 100?
2. LTV = 12 000 \$, clients = 2?
3. LTV = 700 \$, clients = 50?
4. LTV = 3 \$, clients = 250?
5. LTV = 40 000 \$, clients = 1?