



**Тренинг для студентов
Санкт-Петербургского
государственного университета
телекоммуникаций
им. проф. М.А. Бонч-Бруевича**



Международный союз электросвязи

193

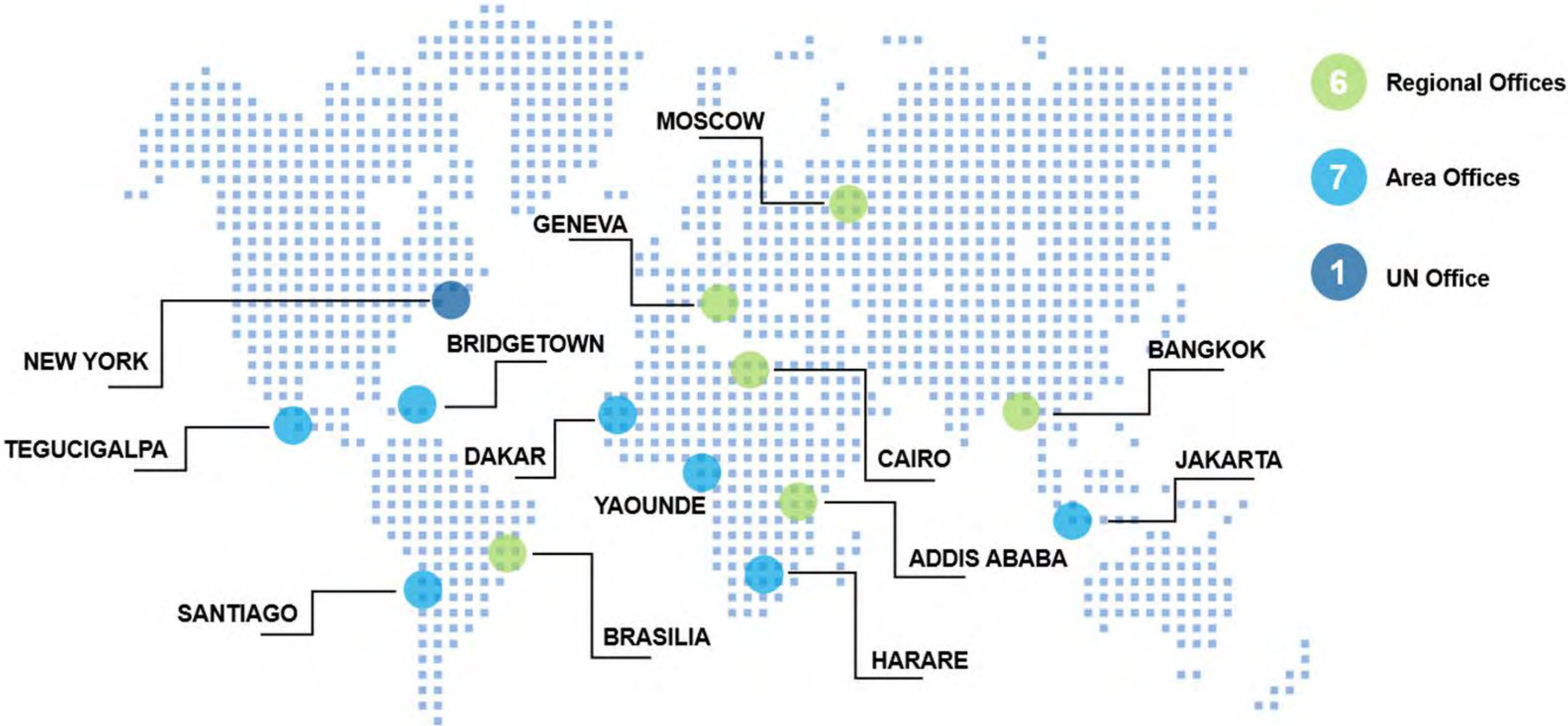
государства-члена

900+

членов из числа компаний частного
сектора, ВУЗов, международных и
региональных организаций



МСЭ Региональное присутствие





3 сектора

Сектор радиосвязи МСЭ

Координирует радиочастотный спектр и согласовывает спутниковые позиции

Сектор стандартизации МСЭ

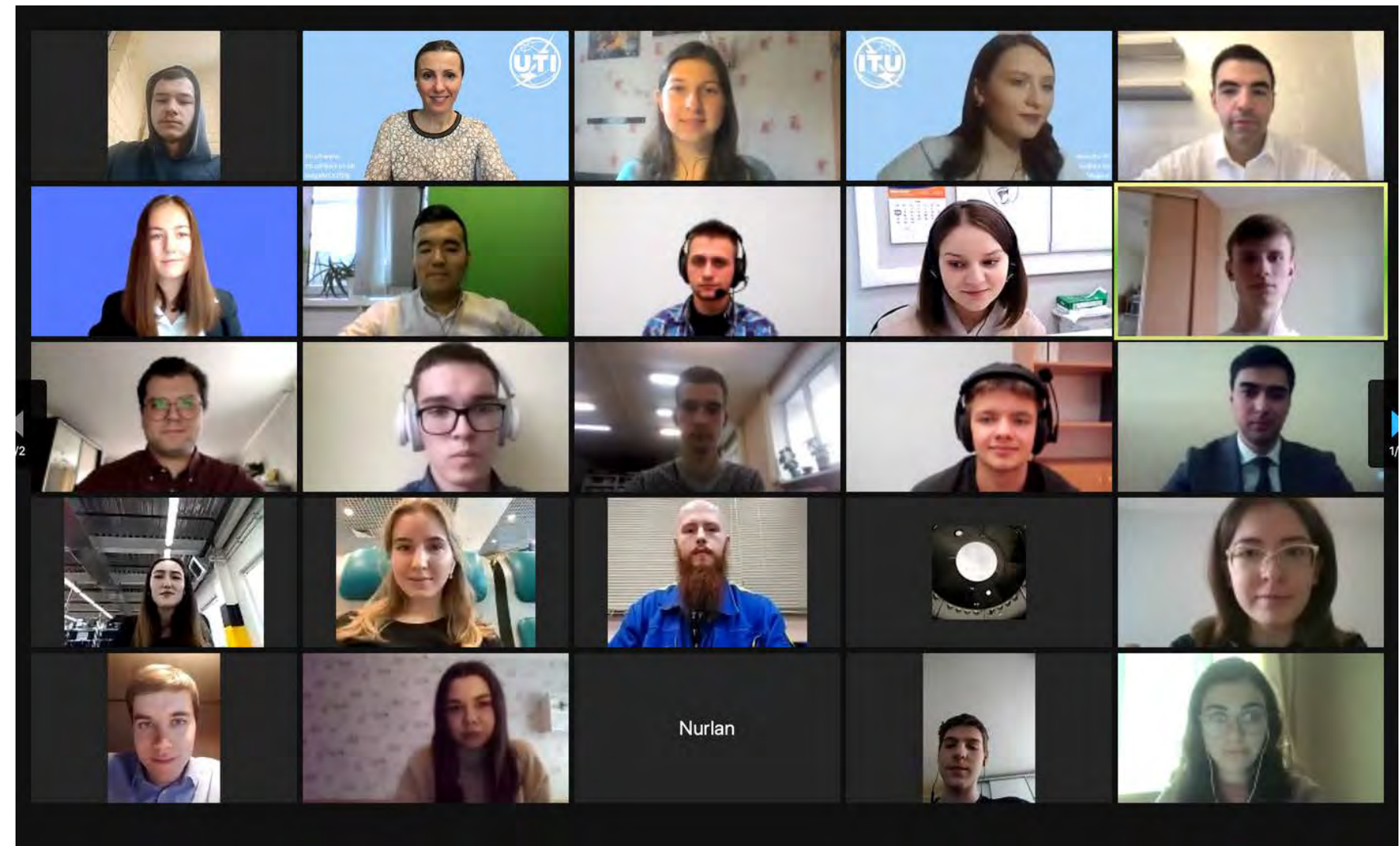
Разрабатывает международные стандарты

Сектор развития МСЭ

Работает над сокращением цифрового разрыва

Молодежная группа

Commonwealth of Independent States
Youth Group



Startup Central Eurasia



www.startupcentraleurasia.com

Что такое Startup Central Eurasia?

Платформа Startup Central Eurasia и организуемые в рамках нее мероприятия позволяют объединить ресурсы стран региона для обеспечения экосистемы инноваций элементами, которые необходимы для ее успешного развития.

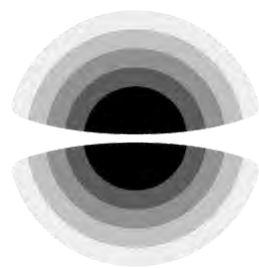


- 600 + стартапов
- 20 + организаций-партнеров из региона





Startup Central Eurasia



astana hub

SABAH.lab



IT PARK

START local & GO global

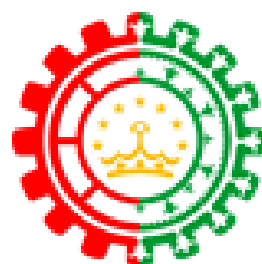
HIGH TECHNOLOGY PARK
of the Kyrgyz Republic



UZCARD



KYRGYZPATENT



**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
БИЗНЕС-ИНКУБАТОР
ТАДЖИКИСТАНА**



MOST
Ventures



IDDA



HOS



MYVENTURES

- 5 региональных мероприятий
- 7 страновых тренингов
- 2 Venture day



**Что такое стартап
и чем он отличается
от предпринимательства?**

Немного истории



Стартап — это временная структура, которая нуждается в инвестициях для реализации своей бизнес-идеи в готовый уникальный продукт, а также дальнейшего масштабирования, выхода на рынок и трансформации в полноценный бизнес.



Стартап — молодая быстро развивающаяся компания,
в основе которой лежит инновационная бизнес-идея
и технология.

Стартап — это временная организация, направленная
на поиск новой бизнес-модели.

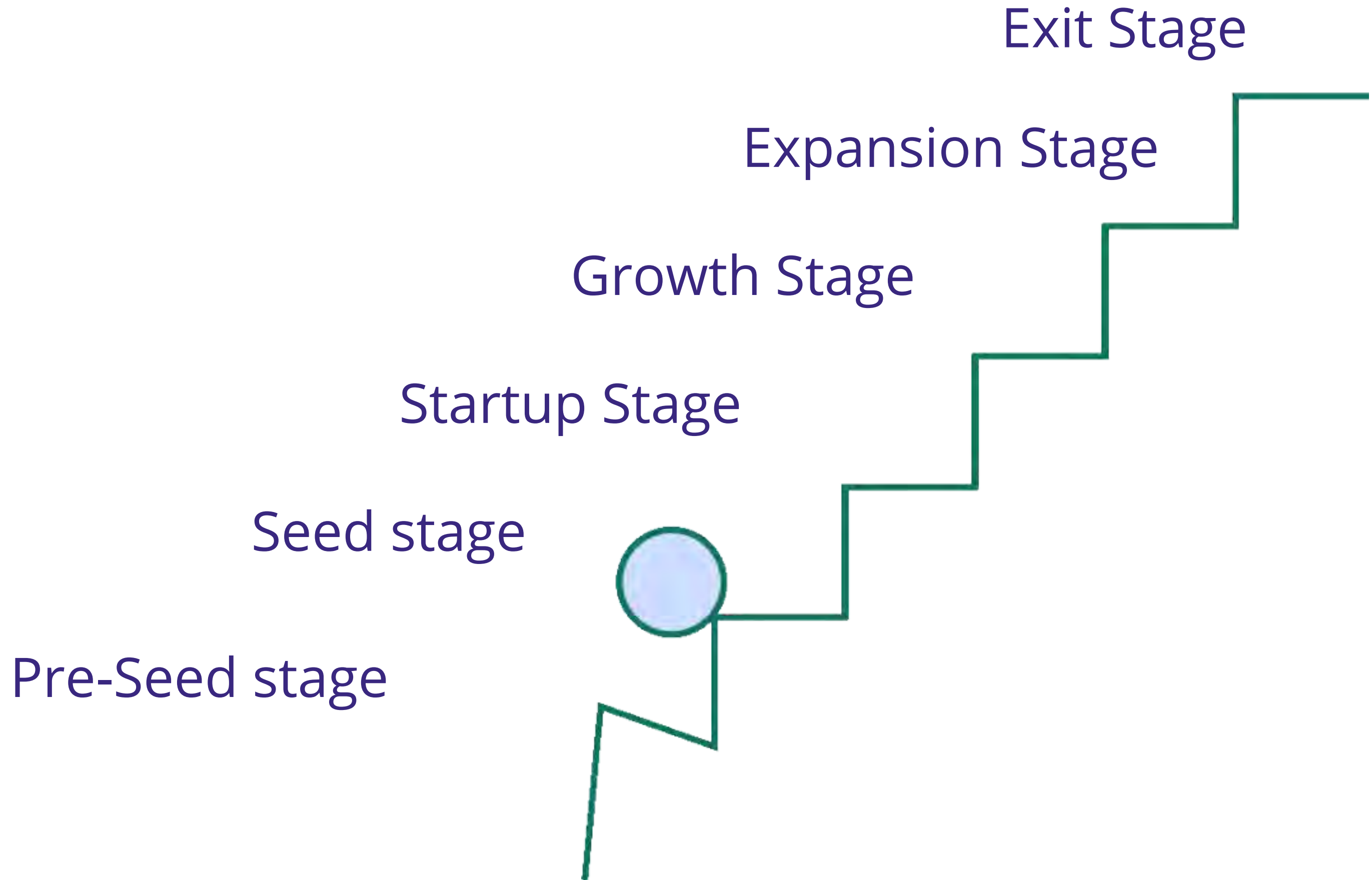


Стартап и малый бизнес: в чем отличие?

- Цель
- Инновационность
- Темпы роста
- Способы финансирования
- Доход



Стадии развития стартапа



**Как сгенерировать идею
для стартапа?**

9 из 10 стартапов никогда не добиваются успеха.

В 42% случаев причиной неудачи является то, что они не нужны пользователям, так как не предлагают **никаких решений проблем**

Каким образом стартаперы выбирают проблему?

1) Проблема должна быть насущной



3) Проблема должна быть воспроизводимой



2) Проблема должна быть частой



4) Проблема должна быть протестирована (общение с пользователями + тест MVP)



От боли
клиента
к идеи
стартапа

- **Uber** решает проблему высокой стоимости такси и традиционного трудоемкого процесса поиска или заказа такси.

- **Dropbox** решает проблему синхронизации файлов между различными устройствами.

- **Airbnb** решает проблему получения комфортного жилья по справедливой цене во время отпуска или командировки.

- **Netflix** решает проблему пропущенных сериалов и позволяет пользователям смотреть любимые сериалы онлайн, когда и где им удобно.

Pre-Seed stage – стадия идеи проекта



1 часть: проблема

А) Важно, чтобы эта проблема была у многих. Рынок в основном растет такими темпами, когда больше и больше людей сталкиваются с проблемой. Желательно, если рынок растет на 20% в год.

Б) Проблема может быть срочной, которую нужно решить очень-очень быстро.

В) Проблема может быть дорого решаемой (потому что если стартаперы в состоянии решить их, то потенциально можно потребовать много денег и закладывать это в бизнес-модель).

Г) Проблемы может быть обязательной к решению.

Pre-Seed stage – стадия идеи проекта

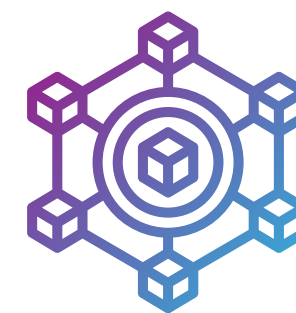
1 часть: проблема

Д) Проблема может быть частой, с которой люди будут сталкиваться снова, и снова, и снова, и часто в короткие промежутки времени.

Е) Проблемы могут быть продиктованы новым правовым регулированием.

(В США медицинские стартапы родились после того, как был принят Закон о доступном медицинском обслуживании, (многое из этого было связано с тем, что внезапно появилась возможность – эта проблема, с которой столкнулись все больницы и клиники).

Стартап может работать над отдельным аспектом проблемы, над одним из них, и идеально, если у стартапера их несколько. Идеальные проблемы — это миллионы пользователей. Проблема есть у миллионов людей



Pre-Seed stage – стадия идеи проекта

2 часть: решение проблемы

В основном, что это за стартап вы будете делать, учитывая условия (технологические тренды, рынок, риски), чтобы стартап рос очень быстро?

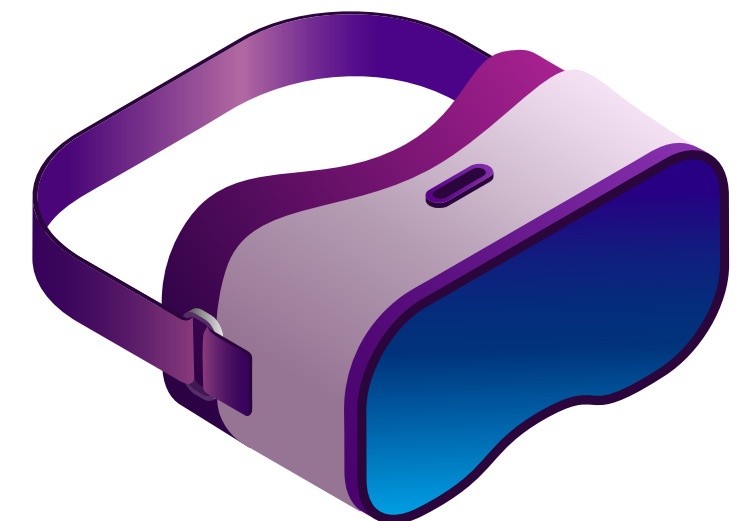
Как делать не рекомендуют:

Подход «Решение в поисках проблемы»

К примеру, вы инженер, вы в восторге от технологии, какая-то новая технология вышла на сцену. Допустим, это блокчейн или GPT/ИИ

И вы говорите: «Хорошо, какую проблему я могу решить сейчас?».

Подход, где вы пытаетесь впихнуть проблему в решение



Pre-Seed stage – стадия идеи проекта

3 часть: преимущество

Преимущество (видение, миссия и понимание как этого добиться основанное на вашем уникальном опыте). Объясните, почему то, что вы собираетесь попробовать, чтобы ваш стартап в конечном итоге увенчается успехом?

Ваш продукт в 10 раз лучше, чем у конкурентов (очень очевидное).

К примеру, в 10 раз быстрее, в 10 раз дешевле чем решать проблему классическим путем.

Если платное привлечение – единственный способ, с помощью которого вы смогли развить свою компанию, то это сильно обесценивает канал роста. Скажем, став компанией с доходом в 100 миллионов долларов, вы привлечете множество конкурентов в этой области, и это преимущество со временем быстро сойдет на нет. Blue Apron – пример этого, почти все их приобретения были оплачены, а затем как они достигли определенной точки развития, им почти некуда больше идти.

Важно найти пути приобретения пользователей, которые не стоят денег.

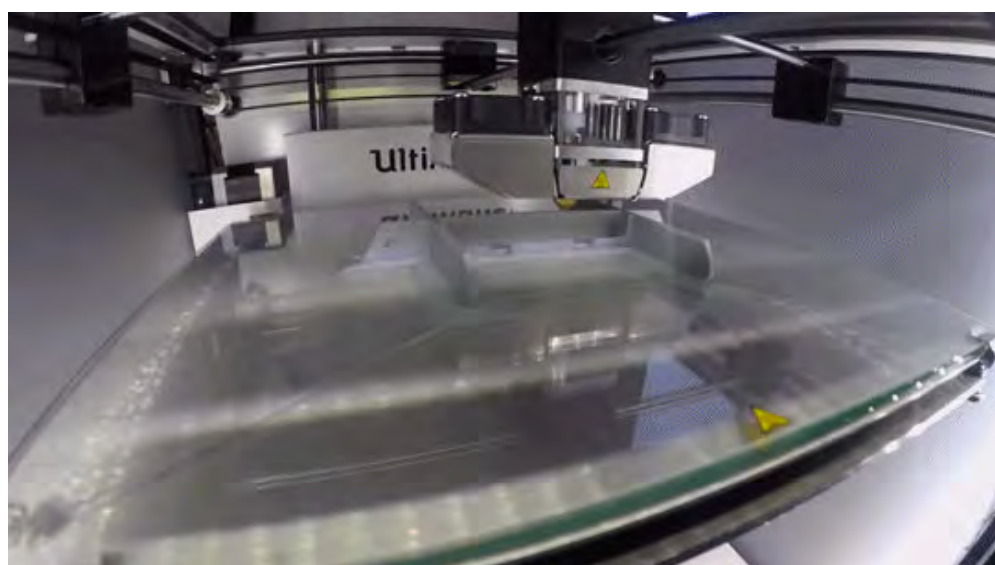




Какие новые технологии ты знаешь?



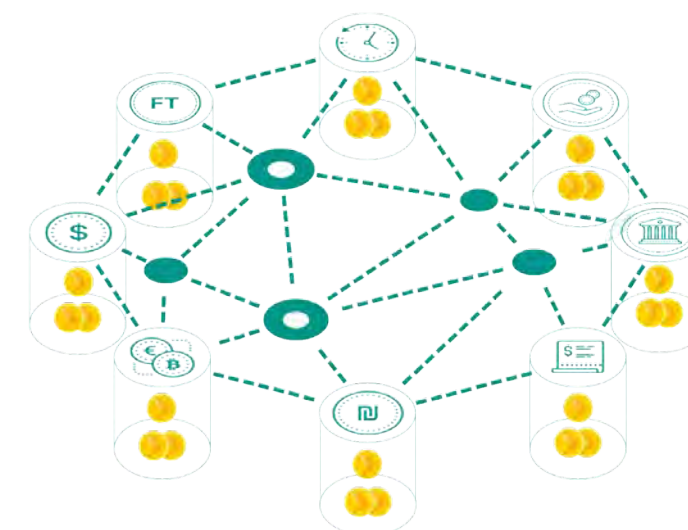
3D-печать



Интернет вещей



Технологии распределенного реестра



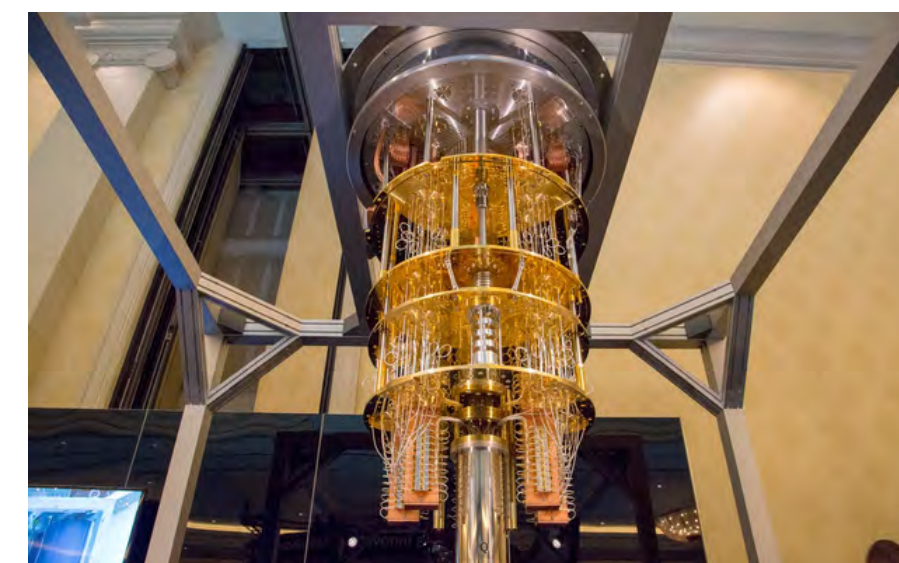
Большие данные



Искусственный интеллект



Квантовые технологии



Дроны



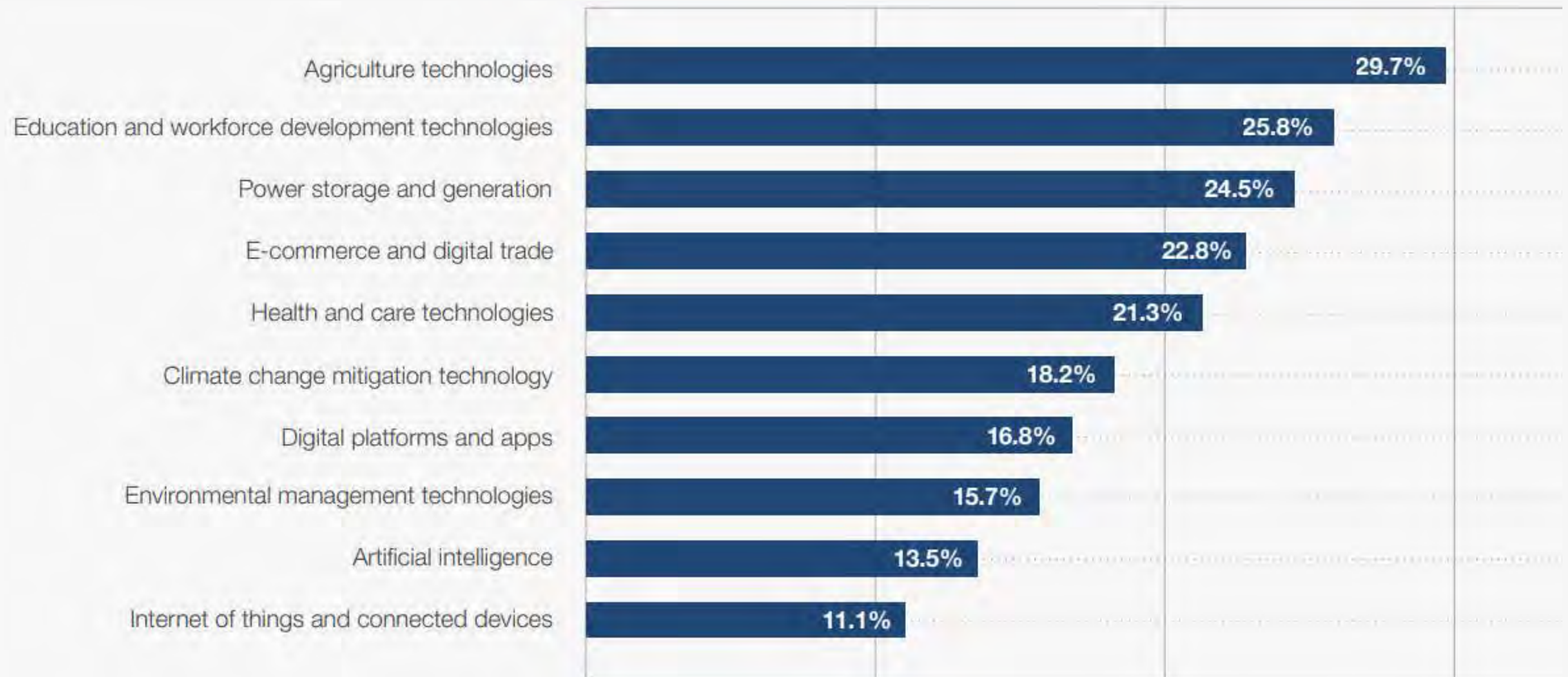
Робототехника



Виртуальная и дополненная реальность

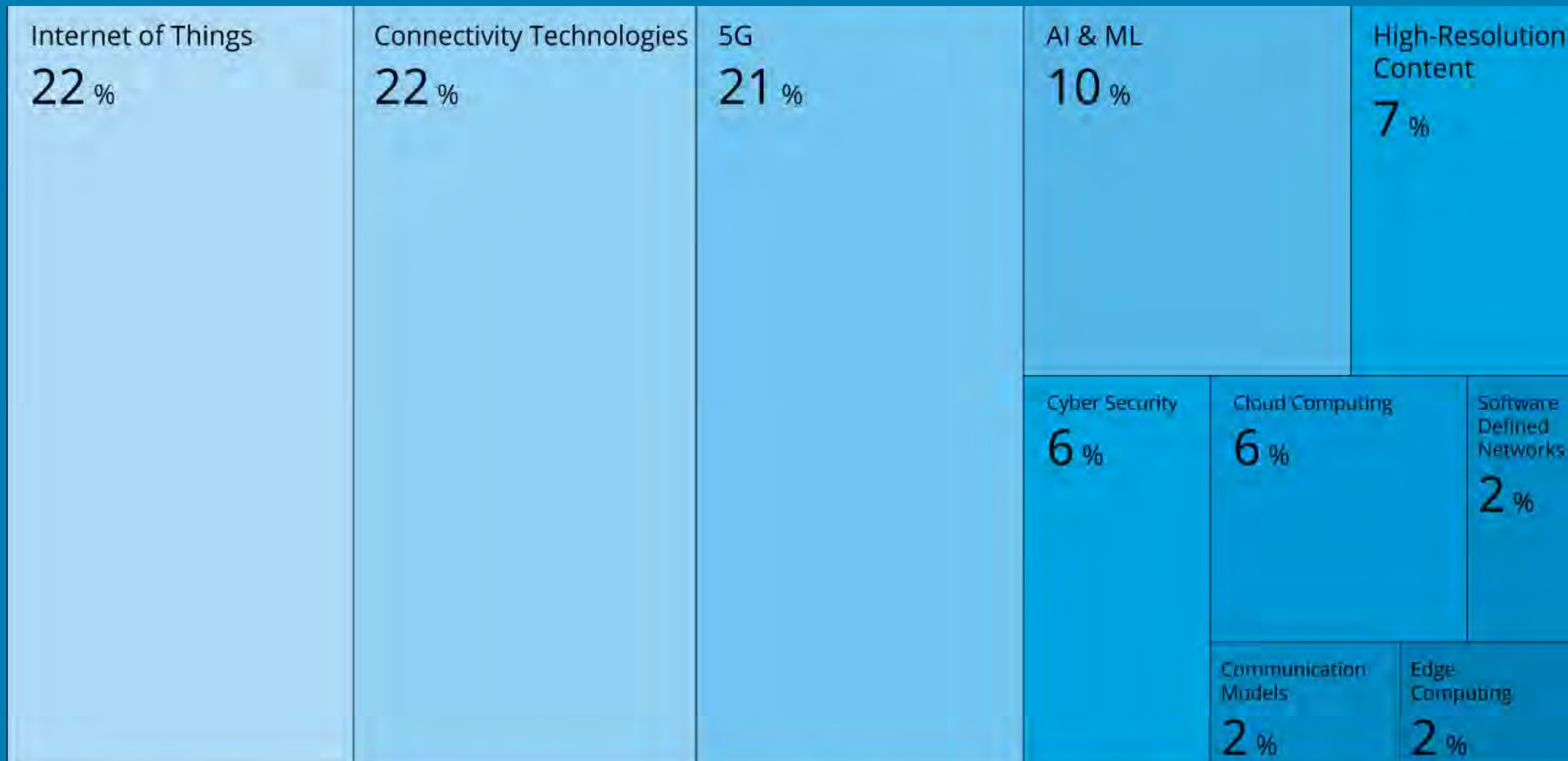


Глобальные технологии, имеющие стратегическое значение по данным WEF



(World Economic Forum, Markets of Tomorrow Report 2023:
Turning Technologies into New Sources of Global Growth)

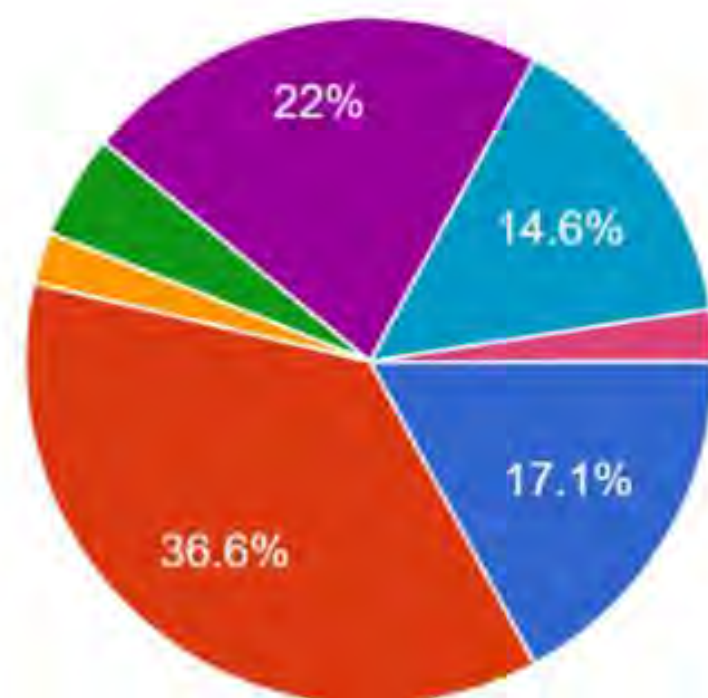
Топ-10 телеком-трендов в 2023 году



Опрос Startup Central Eurasia среди основателей стартапов по способу определения ключевой проблемы стартапа

Как вы нашли проблему и придумали технологическое решение? / How did you find the problem and come up with a technological solution?

41 responses



- Исследовал рынок и мнение потенциальных пользователей / Res...
- Столкнулся с проблемой самостоятельно и предложил реше...
- Оптимизировал профессиональные знания в готовый универсальный пр...
- Скопировал и улучшил глобальный...
- Идея пришла в студенческой среде...
- Определил проблему исходя из вну...
- Firstly, I faced with this problem mysel...

Цели устойчивого развития как перспективное направление для стартапа



ЦЕЛИ В ОБЛАСТИ  **УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

17 ЦЕЛЕЙ ДЛЯ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ НАШЕГО МИРА



Top Telecom Industry Trends

- WEB 3.0
- Роботехника
- VR/AR
- Internet of Things
- Cybersecurit
- 5G & Network Infrastructure
- Edge Computing
- Artificial Intelligence
- High Resolution Content
- Connectivity Solutions
- Cloud Computing
- Communication Models
- Software Defined Networks

Что почитать на тему трендов?

- World Economic Forum, Markets of Tomorrow Report 2023: Turning Technologies into New Sources of Global Growth
- 10 прорывных технологий в 2022
<https://www.technologyreview.com/2022/02/23/1045416/10-breakthrough-technologies-2022/#ai-for-protein-folding>
- 11 главных трендов стартапов (2023-2026)
<https://explodingtopics.com/blog/startup-trends>
- Top 10 Industry 4.0 Trends & Innovations in 2023 <https://www.startus-insights.com/innovators-guide/top-10-industry-4-0-trends-innovations-in-2021/>



Креативный брейншторм



Top Telecom Industry Trends

- WEB 3.0
- Роботехника
- VR/AR
- Internet of Things
- Cybersecurit
- 5G & Network Infrastructure
- Edge Computing
- Artificial Intelligence
- High Resolution Content
- Connectivity Solutions
- Cloud Computing
- Communication Models
- Software Defined Networks

**Если есть идея, что делать дальше:
как построить бизнес-модель
и получить инвестиции
на начальной стадии?**

Pre-Seed stage – стадия идеи проекта

Потенциал инвестирования: Профессиональные инвесторы редко вкладываются в компании на этом этапе, но можно обратиться к бизнес-ангелам и в фонды предпосевных инвестиций.

Основатели на этом этапе владеют 100% акций.

Привлекают: \$10-40 тысяч (от 750 тысяч рублей до 3 млн рублей), а саму компанию оценивают до \$100 тысяч (7,4 млн рублей)
(пишет Максим Спиридонов в книге «Стартап на миллиард. Пошаговое руководство»).

Интерес инвестора (ангела): продать долю в 5-10 раз дороже на следующих этапах.

Сколько стартапов проходит на следующий этап: 10%.

Seed раунд (Разработка прототипа и тестирование бизнес модели).

Потенциал инвестирования: Можно обратиться к венчурным фондам.

Основатели на этом этапе владеют 85% акций. Seed инвестор – 15%.

Привлекают: от 3 до 15 млн рублей под оценку компании от 20 до 50 млн рублей.

Интерес инвестора: продать долю в 3 раза дороже на следующих этапах.

Сколько стартапов проходит на следующий этап: 15%.

Startup Stage (Серийное производство и первые пользователи)

Потенциал инвестирования:

Можно обратиться к венчурным фондам и привлечь ангельский капитал. Основатели на этом этапе владеют 30% акций. Seed инвестор – 10%, Инвестор А – 50%, Option Pool – 10%

Привлекают: от 10 млн рублей (на срок от 2 месяцев до 2 лет), оценка бизнеса происходит по фактическим оборотам. С этого этапа следует уделить внимание финансовой модели, инвестор в целом анализирует финансовую грамотность основателя. Финансовая модель должна содержать информацию о финансировании в двух этапах (с учетом финансирования и без)

Интерес инвестора: 10-30 % часть акций компании. Особенность, что компания выходит в публичное поле (освещается в деловой прессе, блогах, отраслевых отчетах и других средствах массовой информации).

Сколько стартапов проходит на следующий этап: 30%.

Growth Stage

(Масштабирование и продажи)

Потенциал и особенности: как правило, уже есть несколько бизнес-ангелов или фондов в капитале стартапа. Поэтому показатели здесь крайне индивидуальны (и заранее обговорены). С этого этапа следует уделить много внимания финансовой модели, лучше основателю самому ее построить и затем отдать на аудит профессионалу

Основатели на этом этапе владеют: 20% акций. Seed инвестор – 5%, Инвестор А – 31%, Инвестор В – 31%, Option Pool – 12%

Привлекают: от \$1 млн.

От проблемы к миссии и технологическому решению

Проблема:

Насколько эта проблема является актуальной? Она применима к рынку вашей страны или шире? (является глобальной/региональной/локальной)

Решение проблемы:

- Какое предложение вы делаете своим клиентам? В чем его оригинальность?
- Каковы технические особенности вашего потенциального продукта или услуги? Какой стек технологий вы будете использовать (в том числе обратите внимание на основные тренды и индустрию 4.0, веб 3.0)? Какие технологические риски существуют и как вы будете ими управлять?

Миссия и ценности

Какая миссия и ценности будут лежать в основе вашего бизнеса? (зачем вы делаете этот стартап, к примеру, продать его и заработать денег, изменение мира, достижение ЦУР ООН, улучшение экономики страны и тд)

Рынок стартапа

Сегменты рынка

- Какие группы клиентов будут целевыми для вашего бизнеса (B2B/B2C/B2G)?
- Опишите их характеристики (возраст, пол, профессия), потребности и поведение.

Каналы распространения

Какие каналы будут использоваться для привлечения новых клиентов и удержания текущих?

Конкуренция

- Кто является вашими конкурентами на рынке?
- Чем вы отличаетесь от них и какова ваша уникальная ценностная предложение?
- Какие преимущества у ваших конкурентов и как вы собираетесь их преодолеть?

Модель масштабирования

KPI

Какие метрики вы будете использовать для измерения успеха вашей бизнес-модели?
Какие ключевые показатели эффективности (KPI) вы будете использовать, чтобы оценивать рабочая ли ваша бизнес-модель?
К примеру, основными KPI являются (для самой распространённой бизнес-модели SaaS или подписочной):

Монетизация

– Как будет работать бизнес (подписочная/транзакционная/рекламная/лицензия/иная)? Какую цену вы будете устанавливать для своего продукта или услуги?
– Как вы будете зарабатывать деньги на своем стартапе?

Масштабируемость

Как вы собираетесь масштабировать свой бизнес? Какие возможности у вас есть для расширения вашей бизнес-модели на новые рынки или в новые сегменты?

Расчет ресурсов, затрат и рисков

Ресурсы

Какие ресурсы вам нужны для запуска и успешного функционирования бизнеса?
Например, финансовые, человеческие, технологические, материальные и т.д.

Затраты

Какие расходы будут связаны с запуском и функционированием вашего бизнеса?

Риски

С какими рисками вы можете столкнуться при запуске продукта? Как вы будете их преодолевать?

Приступим к созданию бизнес-модели:

Материалы по созданию бизнес-модели



**Как понять, что вы движетесь
в правильном направлении?
Почему инвесторы смотрят на метрики
развития стартапов?**

Сегодня инвесторы готовы поддерживать стартапы, ориентируясь на ключевые параметры успеха



MRR (Monthly Recurring Revenue)

ARR (Annual Recurring Revenue)

MRR Growth Rate

ARPA

New Business MRR

Customer Churn Rate

Revenue Churn Rate

Burn Multiple


Gross margin

LTV: CAC (Ratio of Lifetime Value to Customer Acquisition Cost)



Что такое "KPI"?

"Ключевой показатель эффективности", он же измеримые метрики, которые вы отслеживаете



Что такое "расстановка приоритетов"?

Ответ на вопрос: Над чем вы работаете каждый день?

Список задач

- Ответьте на письмо инвестора-ангела, договоритесь о звонке
- Разговоры с 5 пользователями продукта
- Ответьте на электронные письма службы поддержки клиентов
- Добавить отзывы пользователей в спринт по стартапу
- Составить проект обновлений для инвесторов

Определите ваши главные KPIs и барьеры

- В 90% ситуаций это рост выручки (Revenue Growth) и динамика роста от месяца к месяцу
- Установите цель, которую вы хотите достичь в краткосрочной перспективе, убедитесь, что она соответствует любым долгосрочным целям, которые у вас есть
- Определите ваше самое узкое место/проблему в достижении вашего главного KPI

Простой алгоритм действий для определения KPIs



Запишите идеи основных метрик

Проранжируйте и выберите несколько

Если ваш KPI не достигается, будьте предельно честны в выяснении причин с командой

Проведите внутреннюю аналитику, поймите точки убыточности и скорректируйте курс стартапа

Двигайтесь быстро

Для стартапов на стадии подготовки продукта/*market fit*

В вашем списке задач должны быть:

- Создание функций, за которые, как вы знаете, ваши клиенты будут платить
- Разговоры с пользователями и ответы на сообщения в службу поддержки
- Улучшение бизнес модели: создать условие, чтобы пользователи платили за то, что вы создали



Выбор правильных KPI гарантирует что вы *быстро* двигаетесь в верном направлении

*Расстановка приоритетов эффективна только в том случае, если вы расставляете приоритеты, ориентируясь на правильную основную метрику (North Star Metric).
Вы не можете позволить себе тратить время на быстрое движение в неправильном направлении.*

Метрика North Star



Измеряет ваш прогресс

Помогает лучше
ориентироваться на
прибыль

Связана с ценностью
для клиентов

- The North Star Metric (NSM) — это метрика, которую компания использует в качестве ориентира для своего роста
- The North Star Metric — это ценность, которую ваши клиенты получают платя за продукт
- The North Star Metric — это способ организовать мышление для консолидирования усилия команды

Кейс: Как MySpace упустил North Star



Ключевой причиной того, почему MySpace потерпели неудачу, а Facebook преуспел, была метрика Полярной звезды.

MySpace сосредоточился на использовании метрики, фиксирующей общее количество зарегистрированных пользователей, в то время как Facebook решил отслеживать ежемесячно активных пользователей. Вместо того, чтобы отслеживать постоянное взаимодействие с платформой, они сосредоточились только на добавлении новых участников, а не на развитии отношений с существующими

Шаги для поиска метрики Полярной Звезды



1. Определите момент ценности для вашего клиента (какую проблему пользователя решает продукт).

2. Определите диапазон времени и частоту, в которой пользователи получают ценность (каким образом и как регулярно они взаимодействуют с продуктом), исследуйте карту пути пользователя.

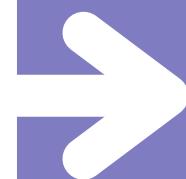
3. Поймите, что можете контролировать и влиять на эту метрику.

4. Если этот показатель растёт, ваш стартап тоже будет расти.

Какие метрики важны?

Первичная метрика

Это метрика, которая однозначно говорит вам, работает ли ваш стартап. Чаще всего это рост доходов



Вторичные метрики

Это показатели, которые необходимо отслеживать, чтобы убедиться, что вы не обманываетесь с вашей основной метрику.

Примеры:

- Удержание/Отток
- Unit economics
- CAC | LTV

Какие метрики могут ввести в заблуждение?

Плохие KPIs
(Vanity Metrics)



- Привлеченная сумма средств
- Размер команды
- Площадь офисного пространства
- Упоминания в прессе
- Одобрение знаменитостей
- Лайки в социальных сетях





Факторы, что нужно
учесть

Успех

- Скрытый спрос
- Продолжительность цикла продаж
- Органические VS платные продажи
- Удержание/
привлечение

Два метода постановки целей

Сверху вниз

- Выберите дату в будущем, к которой хотите достичь результатов (например, 20 000 долларов MRR к венчурному дню)
- Работайте в обратном порядке отталкиваясь от этой цели за счет двухнедельных циклов



Снизу вверх

- Что реально важно сделать для стартапа в ближайшие 2 недели?
- Работайте над этим, чтобы определить реалистичные метрики и результаты к концу периода

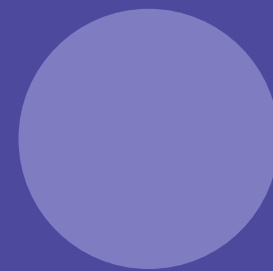


Основные KPIs (не связанные с доходом)



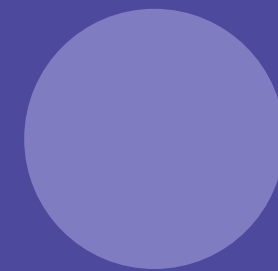
CAC/LTV

Понимай срок окупаемости



Free signups/DAUs

Используй сетевой эффект



Ориентируйся на индивидуальные KPI

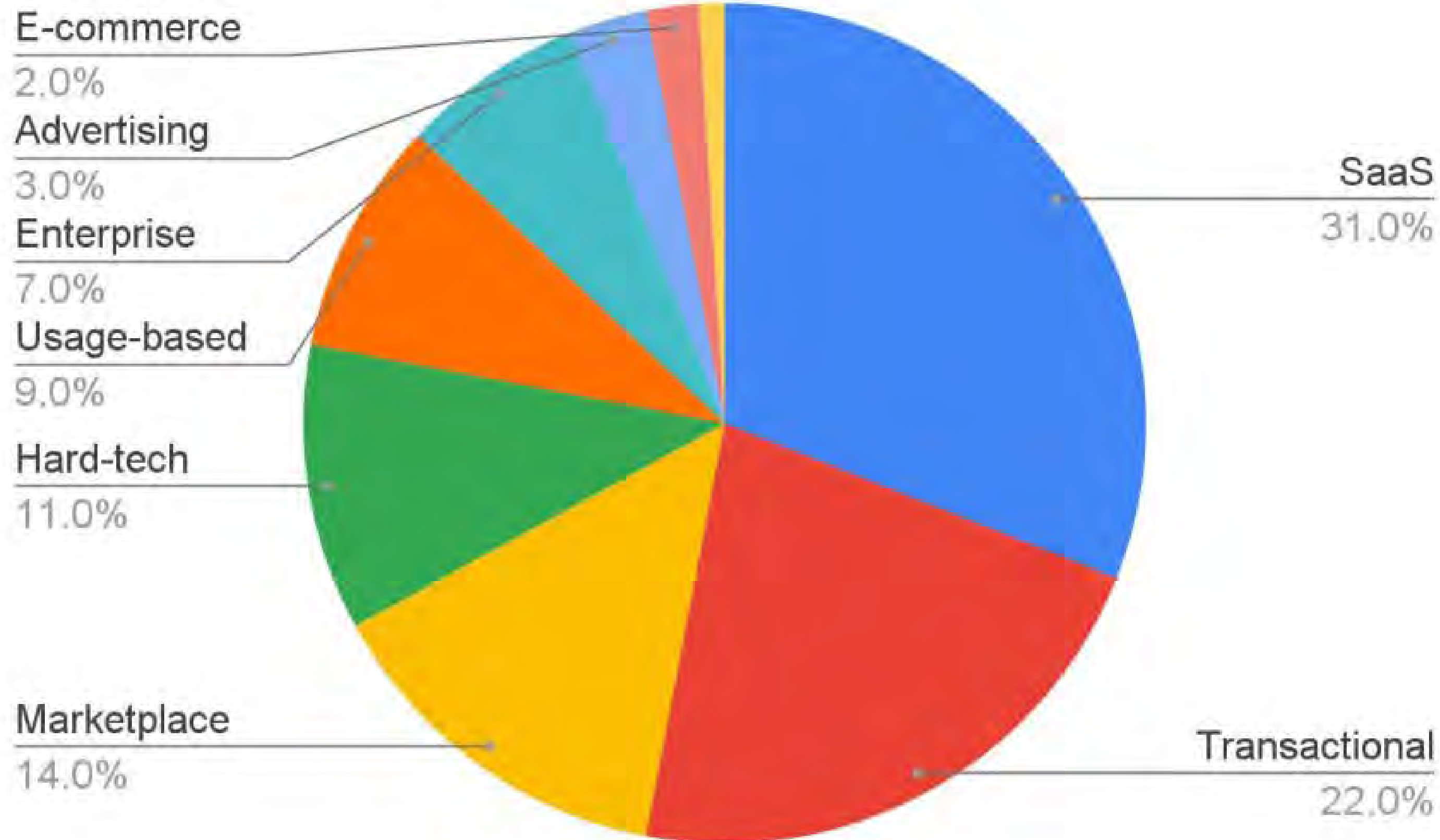
- Hardware/biotech
- Open source projects
- Корпоративные продукты

**Как Startup KPIs tool помогает говорить
на одном языке с инвестором?**

Платформа StartupKPIs была разработана, чтобы помочь стартапам и инвесторам анализировать ключевые показатели успеха продукта



Top 100 YC Companies by Model



Основные бизнес-модели:

SaaS – облачная подписка программного обеспечения

Transactional – содействие в проведении сделок

Marketplaces – облегчение транзакций между покупателями и продавцами

Hard-tech - много технических рисков и длинные временные горизонты

Usage-based - оплата по мере использования на основе потребления

Enterprise – продавайте большие контракты огромным компаниям (5 тыс.+ сотрудников)

Advertising – продавайте рекламу, чтобы монетизировать бесплатных пользователей

E-commerce – продавать товары онлайн

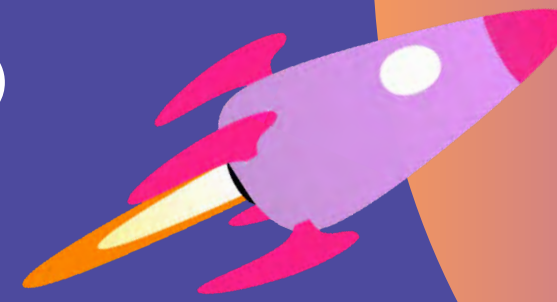
Bio – научно-технические компании

StartupKPIs связывает инвесторов и стартапы через просчитанные KPI роста, чтобы предприниматели могли понимать уровень своего развития, а инвесторы исходя из него принимать решения о вложении средств, значительно упрощая процесс поиска потенциальных кандидатов для поддержки.

KPIs инвестирование упрощает жизнь инвесторам, переводя процесс инвестирования из формата «игры в казино» в парадигму математики и бенчмарков, повышая шансы на отдачу от стартапов и развивая лучшие идеи




Что можно делать с помощью калькулятора?




- **ОЦЕНИВАТЬ** состояние стартапа взглядом инвесторов (здоровье пользователей)
- **ВЫЯВЛЯТЬ** точки роста стартапа – сильных делаем сильнее (ARR)
- **НАХОДИТЬ** уязвимые места – исправлять погрешности развития (Churn)
- **ОПТИМИЗИРОВАТЬ** процессы развития и прогнозировать перспективы, экономить деньги (LTV)

Мы составляем рейтинг стартапов с учетом:



Business model of a startup (in particular on the example of SaaS)



Calculate universal startup development ratings (taking into account the form of development, the content of the idea, and the team)

Ключевые «метрики здоровья» стартапа, которые мы оцениваем на данном этапе:

MRR (Monthly Recurring Revenue)
– доход за месяц
от пользователей продукта

ARR (Annual Recurring
Revenue) – годовой
доход

MRR Growth Rate – динамика
роста дохода

ARPA – среднемесячный
доход с аккаунта

New Business MRR – выручка от
тех пользователей,
кто начал платить в этом
месяце

Customer Churn Rate –
отток клиентов

Revenue Churn Rate –
отток дохода

Оценка жизненного
цикла клиента (LTV)
отражает вклад каждого
клиента в ваш доход

CAC (Customer Acquisition Cost) =
сколько потратили
на привлечение / сколько
пользователей привлекли

Отношение ценности жизненного цикла к стоимости привлеченного клиента (LTV/CAC)

MRR

ARPA

LTV

Gross Margin

ARR

Churn Rate

CAC

Retention

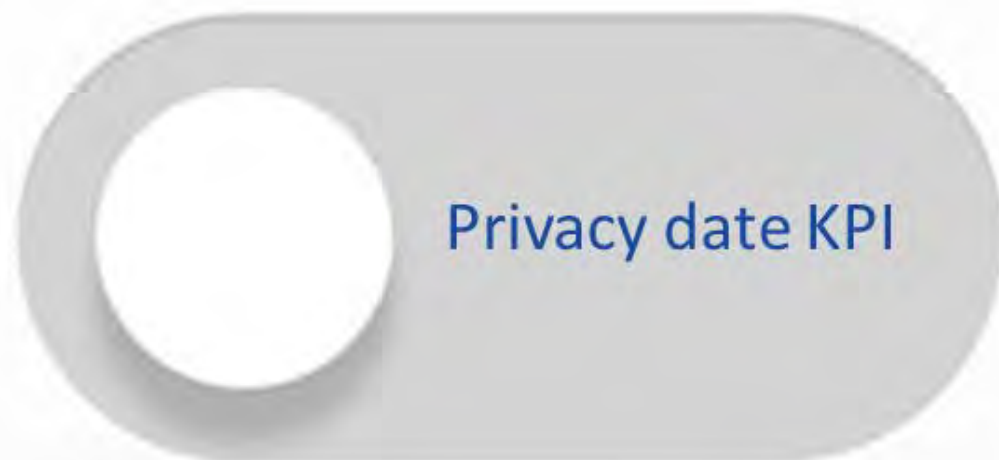
31% компаний из Топ-100 являются SaaS-компаниями

Постоянный доход последовательно создает
стартапы чемпионы:


- Высокая предсказуемость
- Более высокая пожизненная ценность клиента (LTV) по сравнению с разовыми сделками транзакций
- Более низкий САС, не нужно постоянно привлекать НОВЫХ КЛИЕНТОВ



Rating Benchmarking Board




Investor Matching*

| Startup KPIs: Look at a startup from the perspective of an investor  | |
|---|--------|
| Name of Startup | Date: |
| Rating Benchmarking Board | |
| Total Customers Number | 3141 |
| Total ARR \$ | 556225 |
| MRR Churn Rate % | 3 |
| Average Revenue per User (ARPU) \$ | 49,86 |
| Customer Acquisition Cost (CAC) \$ | 7,32 |
| Lifetime Value (LTV) \$ | 17,86 |
| LTV:CAC Ratio % | 2,44 |
| Burn multiple % | 4,01 |
| Hype Ratio % | 14,34 |

Rating Benchmarking Board

Startup KPIs: Look at a startup from the perspective of an investor

 SKPI

Name of Startup _____ Date: _____

Rating Benchmarking Board

| | |
|--------------------------------------|--------|
| Total Customers Number | 3141 |
| Total ARR \$ | 556225 |
| MRR Churn Rate % | 3 |
| Average Revenue per User (ARPU) \$ | 49,86 |
| Customer Acquisition Cost (CAC) \$ | 7,32 |
| Lifetime Value (LTV) \$ | 17,86 |
| LTV:CAC Ratio % | 2,44 |
| Burn multiple % | 4,01 |
| Hype Ratio % | 14,34 |



Where then the investor can see the description of the startup/goals/business model/team description

StartupKPIs Rating

Это система подсчета метрик и показателей стартапов на основе измеримых числовых и других показателей для демонстрации лучших стартапов в регионе Центральной Евразии с целью ускорения развития



Startup KPIs эталонные метрики

| KPI | Early-stage | Mid-stage | Источник |
|-------------------------|-------------|-----------|------------------------------|
| LTV / CAC | > 3 | > 3 | Common wisdom |
| Burn / MRR | < 2 | < 2 | David Sax and Craft Ventures |
| Churn Rate | < 12% | | Industry average Benchmark |
| Gross Margin | > 75% | | Healthy Industry Benchmark |
| Burn Multiple | < 1.6 | < 1 | Based on a16z benchmarks |
| Revenue Growth (Annual) | >>100% | > 30% | Healthy Industry Benchmark |
| Revenue Growth (MoM) | > 10% | > 5% | Healthy Industry Benchmark |
| S&M as % of Revenue | | < 40% | Healthy Industry Benchmark |
| CAC Payback | < 12 | < 12 | Healthy Industry Benchmark |
| Rule of 40 | N/A | > 40% | Annualized Revenue Growth |
| Runway (months) | > 6 | > 12 | Common wisdom |
| Cash Conversion Score | > 0.5 | | |

MRR (Monthly Recurring Revenue) – регулярно повторяющаяся месячная выручка

MRR – общая сумма денег, приходящая от пользователей. Если вы вводите не месячную, а годовую подписку, стоит использовать параметр ARR (Annual Recurring Revenue). Однако эти параметры должны исключать разовые поступления.

| Annual recurring revenue (ARR) calculation system based on monthly recurring revenue (MRR) analysis | B2B SAAS | | | | | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | 2021 | | | | | | |
| The time period for the year 2021. Indicator calculation format - actions required | January | February | March | April | May | June | July |
| Monthly Recurring Revenue (MRR for a particular month) \$ - summarizes the system | 1352 | 2197 | 3692 | 5837 | 8632 | 12727 | |
| Growth rate (MRR Growth Rate) compared to the previous month % - calculated by the system | - | 63 | 68 | 58 | 48 | 47 | |
| ARPA (average monthly income from the account) \$ - calculated by the system | 21,46 | 21,54 | 21,59 | 21,62 | 21,63 | 21,64 | |
| Revenue and/or loss of revenue from those users who started/stopped paying this month (New Business MRR) | | 840.03 | 1 489.75 | 2 140.23 | 2 790.80 | 4 090.82 | 4 090.82 |

MRR Growth Rate – скорость роста MRR

Итак, у вас есть данные по месячной выручке. Но инвестору будет более интересно увидеть, растет ли она. Поэтому важно подсчитывать MRR Growth Rate – скорость роста MRR или процентное увеличение дохода от месяца к месяцу.

Вычисляется он по следующей несложной формуле: разницу между MRR текущего месяца и MRR предыдущего месяца необходимо разделить на MRR предыдущего месяца.

MRR Growth Rate – скорость роста MRR

$$\text{MRR Growth rate} = \frac{\text{MRR_текущего_мес} - \text{MRR_предыдущего_мес}}{\text{MRR_предыдущего_мес}}$$

Важно, что у стартапов на начальной стадии должен быть высокий рост – порядка 10% от месяц к месяцу. Но чем больше зарабатывает стартап, тем сложнее зарабатывать еще больше, поэтому на следующих стадиях развития бизнеса рост MRR Growth rate замедляется.

MRR_текущего_мес – или выручка за текущий месяц – складывается из выручки за предыдущий и выручки от новых пользователей – Net New MRR.

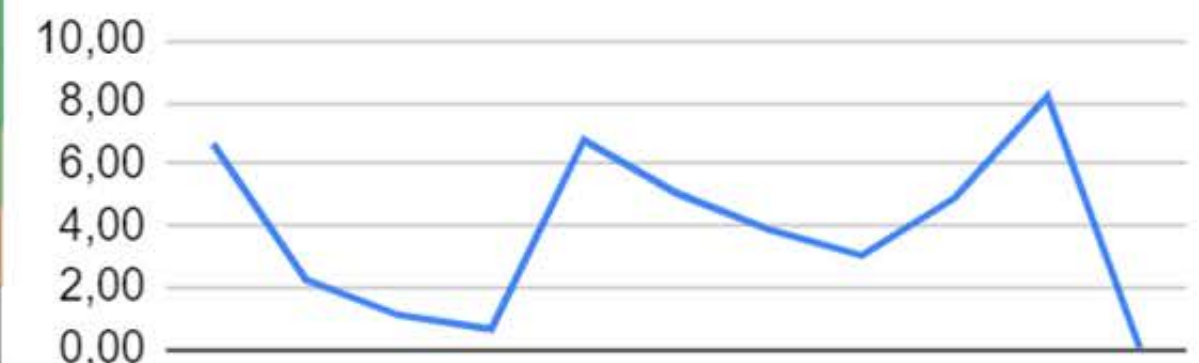
Выручка от новых пользователей, в свою очередь, также складывается из нескольких параметров и выражается следующей формулой.

Churn MRR% = Churn MRR / MRR_предыдущего_мес

Еще один важный параметр — Churn MRR — потерянный доход от тех, кто раньше платил и перестал платить вообще.

| The time period for the year 2021. Indicator calculation format - actions required | 2021 | | | | | | | | |
|--|---------|----------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| | January | February | March | April | May | June | July | August | Sep |
| Customer Churn Rate % - calculated by the system | - | 6,67 | 2,27 | 1,14 | 0,68 | 6,79 | 5,07 | 3,89 | |
| Revenue Churn Rate % - calculated by the system | - | 8,33 | 2,86 | 1,43 | 0,85 | 6,82 | 5,08 | 3,90 | |
| Rention Rate (Customer) % - calculated by the system | - | 93,33 | 97,73 | 98,86 | 99,32 | 93,21 | 94,93 | 96,11 | |
| Rention Rate (Revenue) % - calculated by the system | - | 91,67 | 97,14 | 98,57 | 99,15 | 93,18 | 94,92 | 96,10 | |
| Rention Rate (Customer) on Package 1 % - calculated by the system | | 100,00 | | | | | | | 96,15 |
| Rention Rate (Customer) on Package 2 % - calculated by the system | | 90,00 | | | | | | | 96,09 |
| Rention Rate (Customer) on Package 3 % - calculated by the system | | 90,00 | | | | | | | 96,09 |
| MRR Churn Rate /Alternative calculation method/ % - calculated by the system | | 8,33 | | | | | | | 3,90 |
| Rention Rate (Revenue) /Alternative calculation method/ % - calculated by the system | | 91,67 | | | | | | | 96,10 |

Customer Churn Rate for 2021



Churn есть у всех, и его можно сравнить с показателями в других компаниях.

**Как презентовать свой стартап:
формируем питчдек
и свой образ в медиа**

- **Питчдек**
- **Блог и сайт**
- **Медиаресурсы для вдохновения**

Питч-дек для презентации стартапа: основные слайды и их оформление

Интро

Нужно в буквальном смысле одно предложение, чтобы рассказать о том, кто вы и какой представляете проект.

Проблема

В питч-деке Airbnb, например, было сказано: «Отели оставляют тебя оторванным от города и его культуры, а легкого пути забронировать комнату у местных или стать хостом не существует».

Решение

Это и есть ваш продукт, теперь нужно ясно и точно его представить. Как ваша услуга решит выше обозначенную проблему и сделает чью-то жизнь лучше?

Бизнес-модель или модель монетизации

SaaS, одноразовые продажи, подписка, freemium — обозначьте вашу бизнес-модель и метод ценообразования.

Рынок

Стоит указать и данные TAM, SAM, SOM:

- Total Addressable Market — общий объем целевого рынка;
- Serviceable Available Market — доступный объем рынка;
- Serviceable Obtainable Market — реально достижимый объем рынка.

При методе «снизу-вверх» складываются вместе все главные переменные вашей бизнес-модели по каждому источнику дохода и самый простой способ расчета этих переменных — умножить примерную цену продукта на общее число потенциальных покупателей. Также уточните и долю рынка, на которую сможете претендовать.

Конкуренты

В отношении конкуренции особенно популярны слайды с графиками. Например, две оси «цена» и «качество» либо сравнение характеристик в таблице, где стартап обычно получает все плюсики, а остальные компании пестрят минусами.

Команда

Если у вас в команде 10 или более человек — не нужно рассказывать о каждом. Укажите общее количество и опишите профессиональный бэкграунд ключевых сотрудников, особенно интересующих инвестора: основателей, исполнительного и технического директоров, директора по маркетингу.

Что уже есть и динамика развития

Распишите, на сколько по времени разделены основные точки развития: задумка, создание прототипа и первые продажи, то есть, покажите свой трекшн + Roadmap на год или даже на несколько лет вперед. Оформить Roadmap можно классическим образом, проставив на временной оси обозначенные точки-достижения.

Что вы ищете?

Финал

Придумайте свой Call-To-Action — простой, короткий и динамичный призыв инвестора к действию



Airbnb Pitch Deck

Book rooms with locals rather than hotels

Solution



A web platform where users can rent out their space to host travelers.



Save money when traveling. Make money when hosting.



Share culture by making a local connection to the city.



Problem

Price is an important concern for customer booking travel online.

Hotels leave you disconnected from the city and its culture.

No easy way exists to book a room with a local or become a host.

Lorem Ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.



Market Validation

couchsurfing.com



In SF and NYC from 7/9 to 7/16

craigslist.com



Temporary housing listings in SF and NYC from 7/9 to 7/16

Market Size



\$2+ Billion
from trips booked (worldwide)



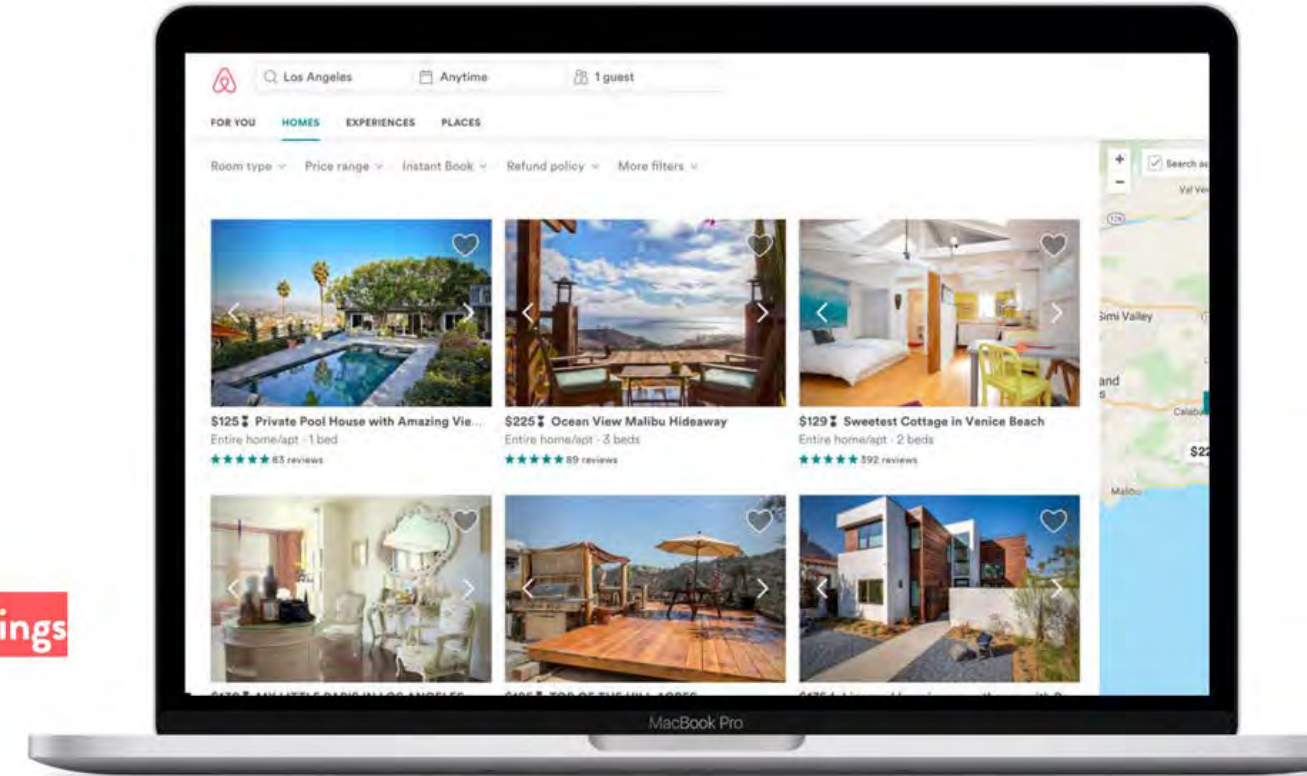
\$560+ Million
Budget & Online



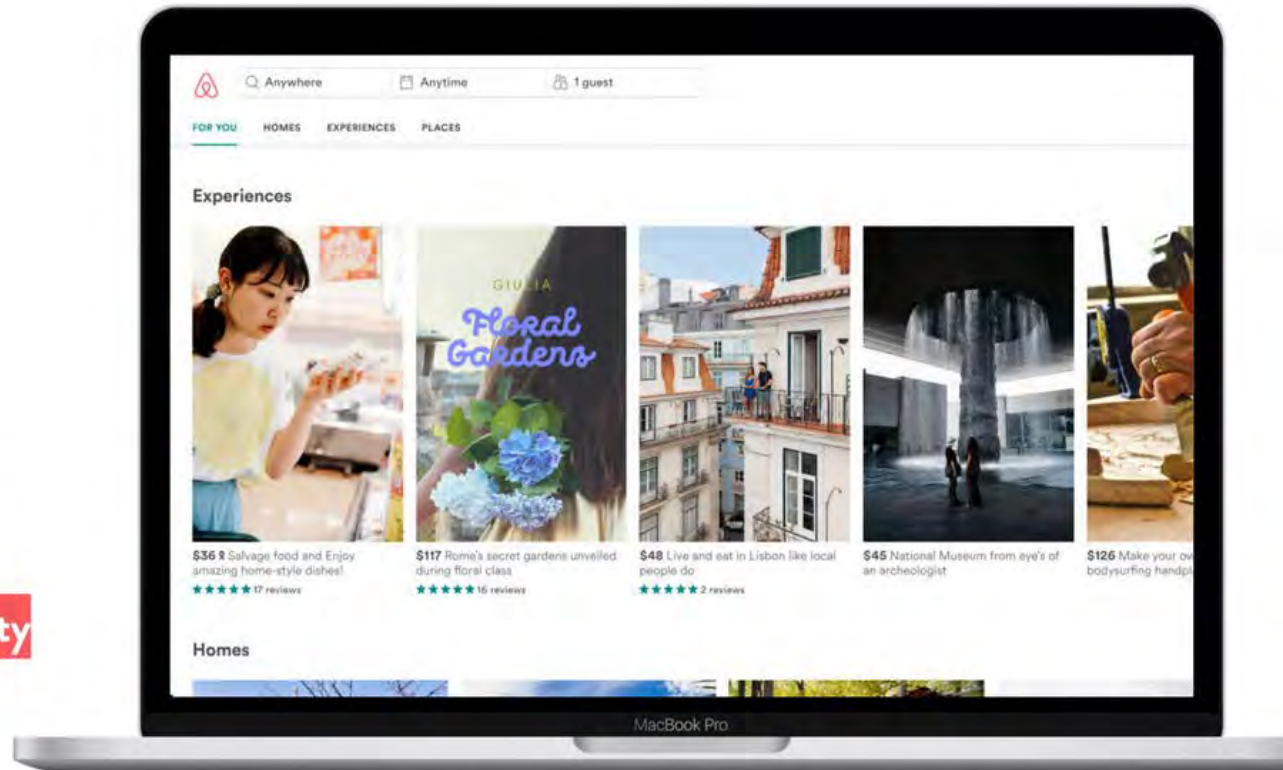
\$84 Million
15% Share of the Market



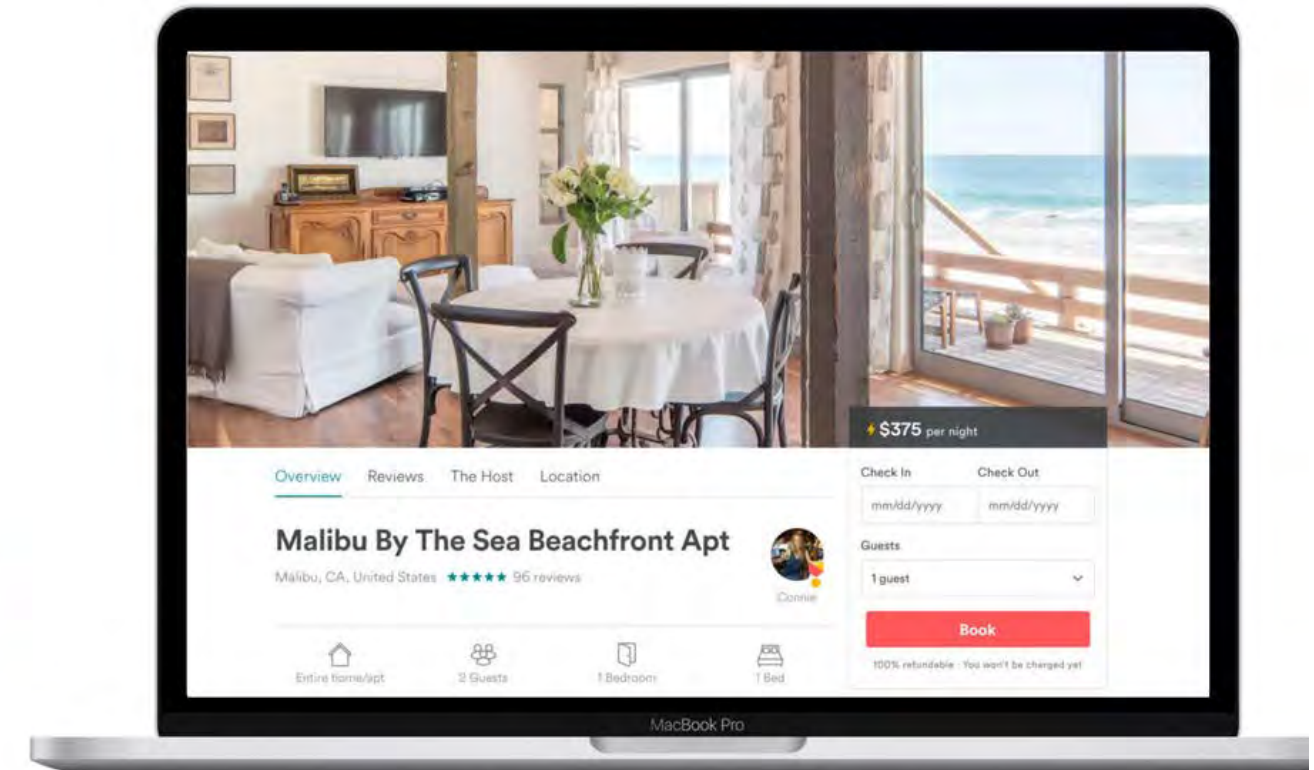
Review Listings



Search by city



Book It!



Business Model

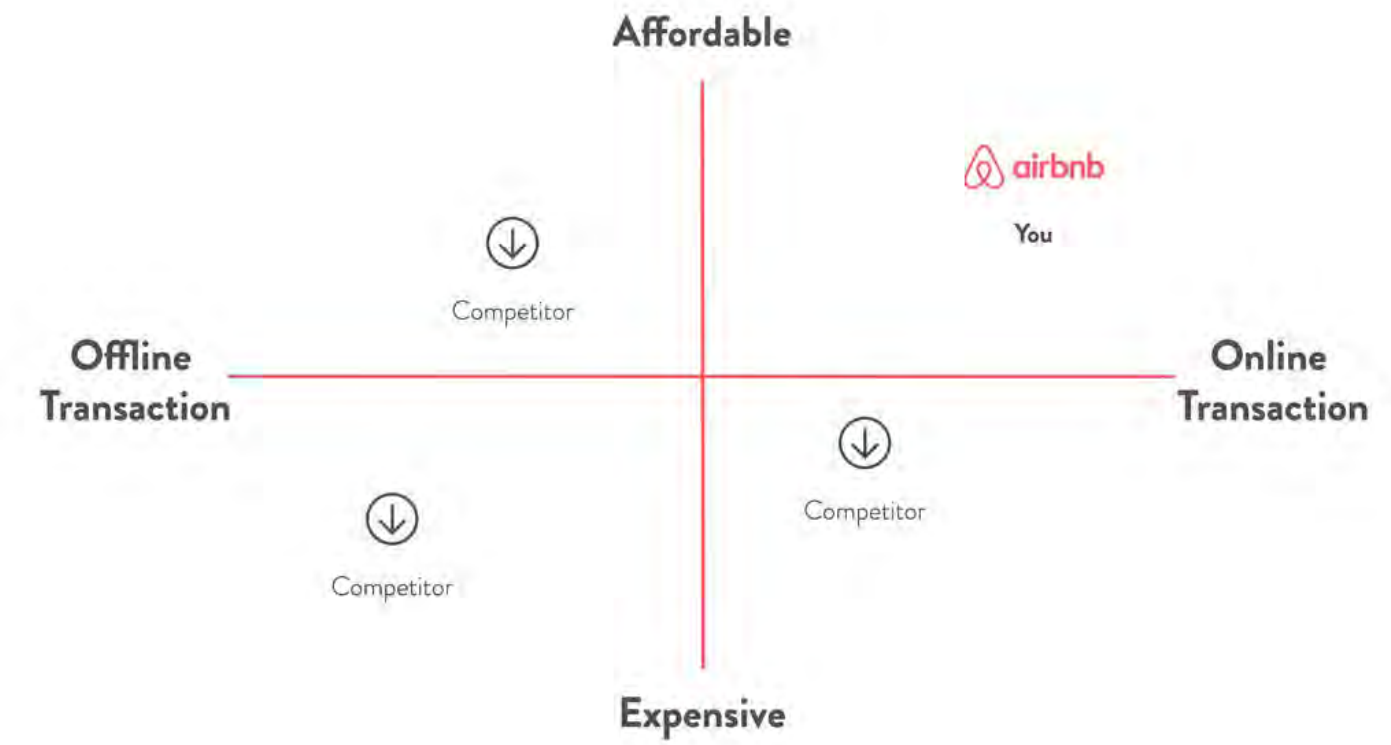
We take a 10% commission on each transaction

\$84 Million
Dollars

Trips with AirBnB
15% of Available Market

\$25
Dollars

Average Fee
\$80/night for 3 nights



Market Adoption



Events

Target events
monthly
Octoberfest (6M)
Eurocup (3M)



Partnerships

Cheap/alternative
travel
Kayak
Goloco



Craigslist

Dual posting
feature

Competitive Advantage



First to Market
for transaction-based
temporary housing site



Host Incentive
they can make money over
couchsurfing.com



Profiles
browse host profiles, and book
in 3 clicks



Ease of Use
Search by price,
location.

Team



Joe Gebbia
User Interface & PR

Holds a patent for his product, Critbuns(R). Has dual BFA's in graphic design and industrial design from Rhode Island School of Design (RISD).



Brian Chesky
Business Development & Brand

Founder of Brian Chesky Inc, industrial design consultant. Has a BFA in industrial design from RISD.



Nathan Blecharcyk
Developer

Created Facebook Apps "Your neighbors" (75,000 users). Computer Science from Harvard Nate. Worked @ Microsoft, OPNET Technologies

User Testimonials



“A complete success! It is easy to use and made me money.

Emily, Austin TX



“It's about the ideas, the interactions, the people. You don't get that in a hotel room.

Dan, Ontario, Canada.

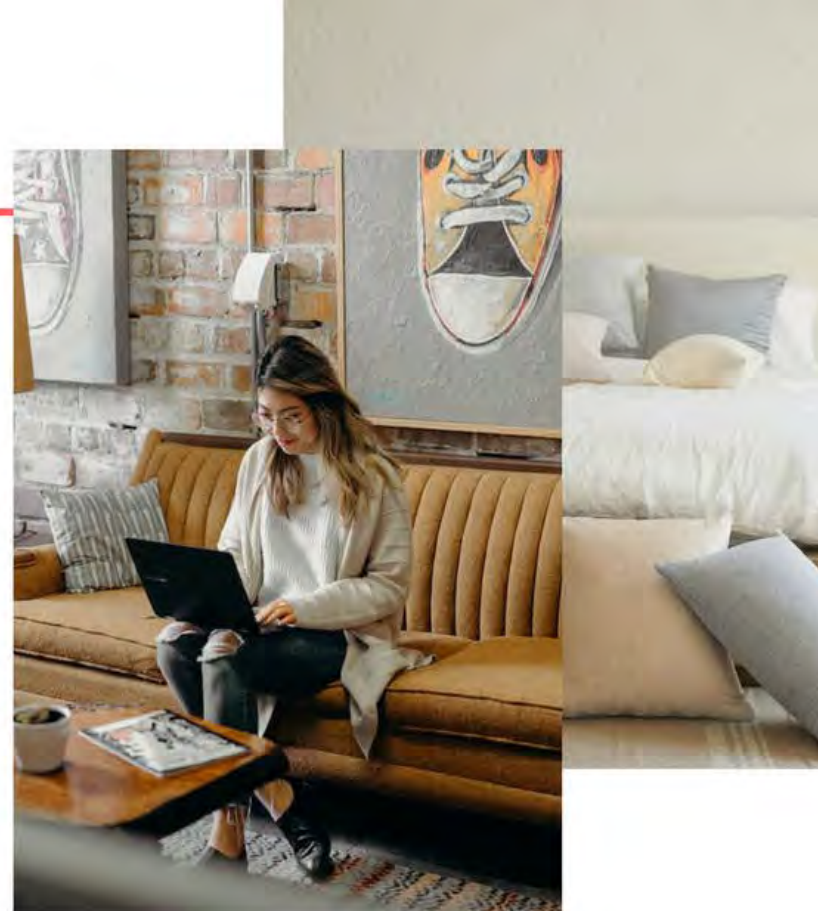
Press

“Think of it a Craigslist meets [hotels.com](https://www.hotels.com), but a lot less crappy.

Josh Spear

“A cool alternative to a boring evening in a hotel room

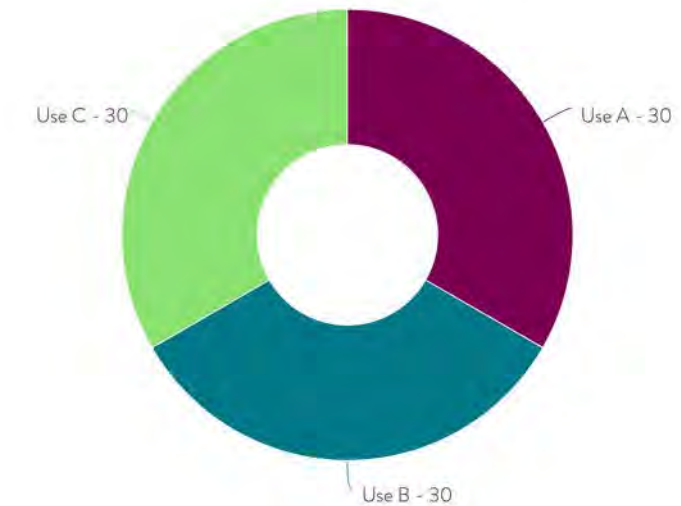
Mashable



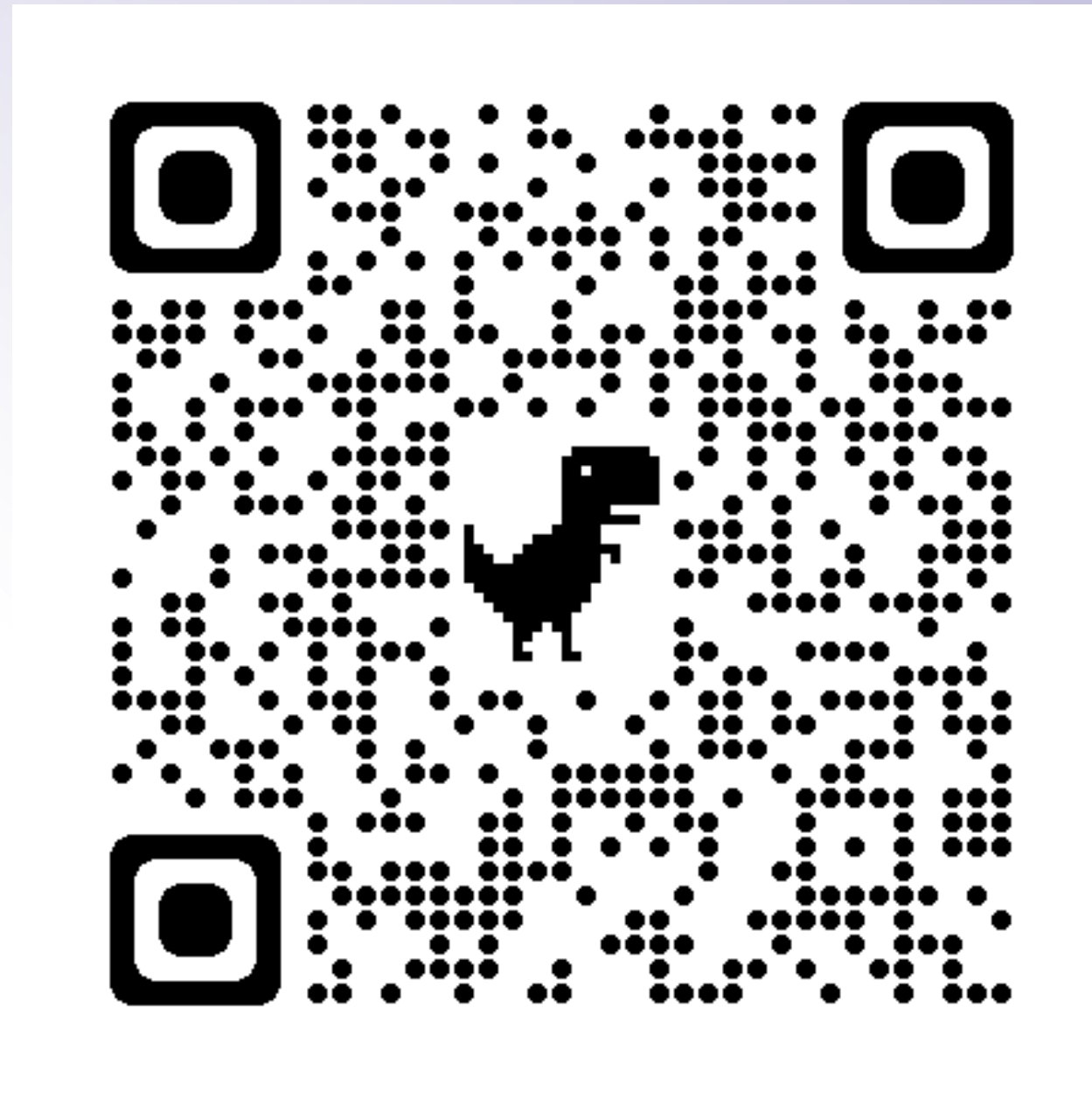
Financial

\$500K Angel Round
Initial investment opportunity

We are looking for 12 months' financing to reach 80,000 transactions on AirBed&Breakfast. That translates into \$2M Revenue over 12 months



Приступим к созданию питчдека



Шаблон для презентации
в папке вашей команды

Контент-маркетинг включает в себя:

Работу с аудиторией

Поиск тем

Составление контент-плана

Написание текстов

Продвижение публикаций

По данным исследования агентства BRANDfog, 77% людей отдадут предпочтение компании, где соцсети успешно ведёт именно владелец.

Опрос, проведенный медиахолдингом Rambler&Co, показал: 46% считают, что образ человека определяют его дела и действия, формирующие его личный бренд.

Personal blog



Company's blog on its own platforms



Blog on the thematic platforms

Medium

habr

VC
.RU

P Product Hunt



astana hub

На что обратить внимание при создании контента для блога

1 Концепция и главная идея

— ЦА (новые партнеры/
пользователи/ инвесторы)

2 Площадка: сконцентрироваться на 2-3-х

Например:

блог на сайте + LinkedIn

LinkedIn + Telegram

— что должен захотеть
сделать читатель (купить
продукт/подружиться/дать
вам денег, чтобы заработать
еще больше)

— языковые особенности

— наличие визуала

3

Структура и композиция

— Заголовок = самое важное предложение

— Чем короче текст, чем больше охваты.

Длинные тексты при этом должны быть долговечными

— Не больше 3к знаков для статьи + короткие форматы до 800 знаков для соцсетей.

Не забываете про деление на смысловые блоки, пункты, нумерацию, врезки, смайлы как вспомогательный инструмент в соцсетях

4

Жанровое разнообразие

Советы по тексту, что всегда хорошо:

- Новости, подборки, анонсы, репортажи, аналитические комментарии, которые отразят вашу экспертизу
- Цифры (но не много),
- короткие выделенные цитаты,
- гиперссылки или теги на места/партнеров,
- гиперссылки на исследования/источники,
- кейсы и примеры,
- оценочность, личное отношение и впечатления

Медиа для стартаперов.

Что читать:

СМИ и площадки для самостоятельной публикации

Crunchbase

Medium

VC.ru

Forbes

Inc.

Rusbase

Telegram-каналы

СберСтартап

Мировоззрение Y Combinator

MISTER SOSISTER 3.0

Volotovskaya

проВенчур

Strategic move: стратегия, бизнес-модели, продукты

Startup Village

Венчур по Понятиям

Русский венчур

Стартап Саммари

Трендоскоп

Написать нам о
предложениях, вашем опыте
развития стартапа и
поделиться дополнительными
данными можно по почте:

maksim@futurelab.ge

anastasia@futurelab.ge

Презентации

