



Nabór^{do}
Inkubatora
Technologicznego
rozpoczęty!

TEMAT NUMERU

ZASADY WEJŚCIA DO INKUBATORA

STR. 4



SAMOUCZEK

**WŁASNY BIZNES
- JAK TO ZROBIĆ, OD CZEGO
ZACZAĆ?**

STR. 6

8



WYKREUJ WŁASNĄ MARKE

NOWE OBLCZE WSPARCIA DLA FIRM - AMMF

10



HISTORIA SUKCESU

WYWIAD Z ZAŁOŻYCIELEM AXEL MEDIA

12



BUDOWA KPT NA FINISZU

FOTORELACJA

13



PRZEDSIĘBIORCZY UNIWERSYTET

JACEK SEMANIAK PROTEKTOR DS. OGÓLNYCH

REDAKCJA: MONIKA KAZIMIERCZAK (redaktor naczelna), ZESPÓŁ KIELECKIEGO PARKU TECHNOLOGICZNEGO
PROJEKT, SKŁAD, DRUK: SMYK s.c.

KONTAKT Z REDAKCJĄ: TEL. 41 367 63 85

E-MAIL: monika.kazimierzczak@um.kielce.pl



Szanowni Czytelnicy,

W końcu przyszła długo oczekiwana wiosna, a z nią kolejny numerem Pulsu Przedsiębiorczości pełen nowych propozycji i świeżych informacji.

Najważniejszą z nich jest uruchomienie naboru do Inkubatora Technologicznego. Od 21 marca czekamy na Wasze nietuzinkowe, nowatorskie pomysły biznesowe. Jeżeli chcecie dowiedzieć się jak zostać naszym lokatorem i korzystać z preferencji, koniecznie musicie przeczytać artykuł, w którym opisujemy całą procedurę naboru.

Ponadto, w tym numerze rozpoczynamy cykl artykułów dla niezdecydowanych, którzy myślą o własnej firmie, ale nie wiedzą jak zrobić ten pierwszy krok. W kolejnych wydaniach będziemy opisywać poszczególne etapy na drodze do samozatrudnienia. Pierwszy artykuł poświęciliśmy pomysłom biznesowym, skąd je brać, na czym się wzorować, jak wybrać ten odpowiedni.

Zachęcam również do obejrzenia zdjęć z budowy infrastruktury KPT. Miło nam poinformować, że jesteśmy już na finiszu, wkrótce otwarcie!

Dla młodych firm chcących poznać tajniki skutecznego marketingu przygotowaliśmy nową usługę audytów marketingowych. Szczegóły projektu zdradza na naszych łamach Izabela Czeremcha reprezentująca Górnośląską Agencję Przekształceń Przedsiębiorstw.

Przypominam także o kolejnej edycji Kieleckich Dni Przedsiębiorczości Akademickiej. Tym razem spotykamy się 10-11 maja br. na Uniwersytecie Humanistyczno-Przyrodniczym Jana Kochanowskiego. Szczegółowy program dwudniowej konferencji połączonej z panelami warsztatowymi i szkoleniami znajdziecie również na stronach tego numeru.

Zachęcam do lektury.

Monika Kazimierczak

Szymon Mazurkiewicz

Dyrektor Kieleckiego
Parku Technologicznego

ZASADY WEJŚCIA DO INKUBATORA

Inkubator Technologiczny otwiera swoje podwoje dla wszystkich zdeterminowanych, pomysłowych „młodych” przedsiębiorców. Zobacz, jakie to proste! Specjalnie dla Was przedstawiamy krok po kroku ścieżkę wejścia do Inkubatora Technologicznego! Zapraszamy!



Modernizacja budynku przy ul. Olszewskiego 8 wchodzi w fazę wykończeniową. Już niedługo wykonawca inwestycji zjedzie z budowy. To dla nas sygnał do rozpoczęcia naboru lokatorów. Chcemy, aby nowoczesne przestrzenie i korytarze wypełniły się jak najszybciej świeżymi pomysłami biznesowymi.

Na co mogą liczyć lokatorzy?

Inkubator Technologiczny to ponad 2,4 tys. m² powierzchni biurowo-laboratoryjno-produkcyjnej. W tym 4 kondygnacyjnym budynku znajdzie swoje miejsce ponad 70 przedsiębiorstw. Lokatorzy mają do wyboru cały wachlarz pomieszczeń w zależności od ich zapotrzebowania - umeblowane i nieumeblowane pokoje biurowe, powierzchnie laboratoryjno-produkcyjne oraz przestrzeń magazynową o różnym metrażu od najmniejszych o wielkości 16m² do nawet 300 m². Nasza oferta została przygotowana tak, aby odciążyć firmy raczkujące na rynku od podstawowych spraw organizacyjnych i administracyjnych. W ramach obowiązującej opłaty eksploatacyjnej Inkubator Technologiczny zapewni lokatorowi zarówno obsługę recepcyjno-telefoniczną, jak również zadba o dostęp do Internetu, przejmie na siebie obowiązki opłacania mediów, ochronę pomieszczeń czy wywóz śmieci.

Największym atutem obecności w Inkubatorze będą referencyjne stawki najmu powierzchni (szczegóły patrz ramka obok). Dobrze wiemy, że kluczowe dla nowopowstającej firmy jest pierwsze 12 miesięcy jej funkcjonowania. Aby zmniejszyć obciążenia finansowe zastosowaliśmy bardzo atrakcyjne stawki najmu - w pierwszym roku będzie to jedynie **30% standardowej opłaty**. Jesteśmy przekonani, że nigdzie indziej na rynku przedsiębiorca nie znajdzie lepszych

warunków do rozwoju niż w Inkubatorze.

Kielecki Park Technologiczny nie ogranicza się jedynie do wynajmu powierzchni. Naszym celem jest zbudowanie kompleksowego programu wsparcia przedsiębiorczości, dlatego oprócz nowoczesnych powierzchni ofertujemy swoim lokatorom również wsparcie biznesowe w postaci specjalistycznego doradztwa i szkoleń. Ich tematyka będzie każdorazowo wynikała z zapotrzebowania składanego przez lokatorów. Z naszych doświadczeń wynika, że przedsiębiorcy poszukują najczęściej informacji o tym, jak pozyskiwać dodatkowy kapitał dla swojego rozwoju oraz porad z zakresu księgowości i prawa.

sowe, jak i już istniejące przedsiębiorstwa działające na rynku nie dłużej niż 3 lata.

Pierwszy krok - Formularz aplikacyjny

Pierwszy krok to wypełnienie przygotowanego przez nas formularza aplikacyjnego, który jest wstępem do oceny przyszłego lokatora. Składana aplikacja zawiera podstawowe informacje o kandydacie tj. ogólną prezentację koncepcji biznesowej, w tym opis przedmiotu działalności ze wskazaniem branży, w której działa firma oraz krótki opis oferowanych produktów i usług. Ponadto, oczekujemy od kandydata wykazaniem się znajomością swojego otoczenia biznesowego poprzez opisanie konkurencji oraz określenie, w jaki sposób oferta

Stawki najmu powierzchni biurowej w Inkubatorze Technologicznym

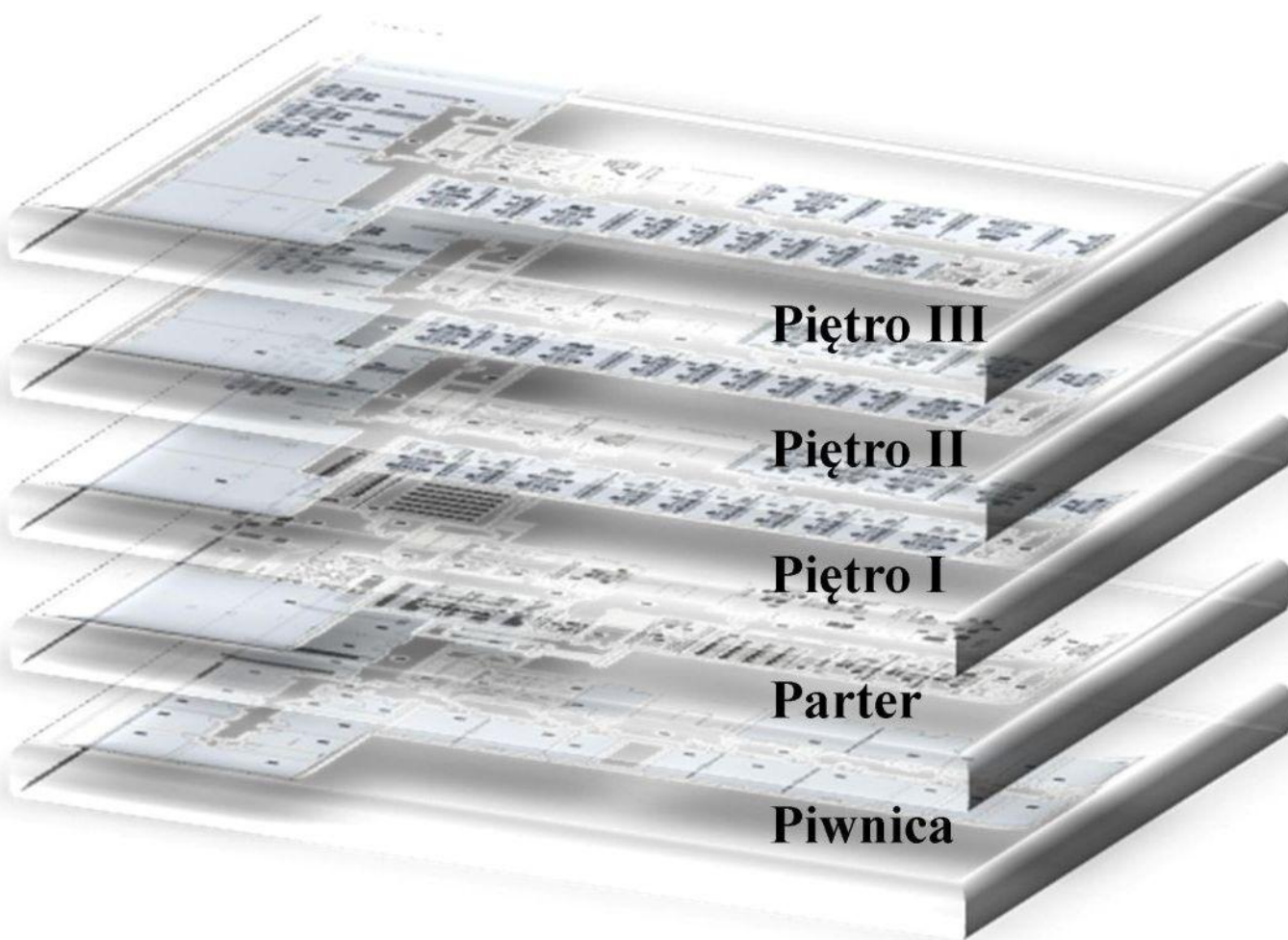
Długość pobytu w inkubatorze	Cena za 1m ² powierzchni nie umeblowanej	Cena za 1m ² powierzchni umeblowanej
1 rok (30% stawki bazowej najmu)	7,50 zł	9,00 zł
2 rok (50% stawki bazowej najmu)	12,50 zł	15,00 zł
3 rok (75% stawki bazowej najmu)	18,75 zł	22,50 zł
4 rok (bez preferencji)	25,00 zł	30,00 zł

Od czego zacząć?

Najważniejszy jest pomysł, nietuzinkowe podejście do prowadzenia biznesu. Inkubator Technologiczny oferując ze swojej strony opiekę i pomoc w początkowej fazie rozwoju przedsiębiorstwa, oczekuje w zamian przemyślanych koncepcji biznesowych, które mają potencjał do dalszego rozwoju. Zależy nam najbardziej na kreatywnym podejściu do prowadzenia własnej firmy i nie ukrywamy, że będziemy stawiać na innowacyjne rozwiązania. O przystąpienie do Inkubatora mogą ubiegać się zarówno osoby posiadające koncepcje bizne-

przedsiębiorcy różni się o tego co już funkcjonuje na rynku. W skrócie można powiedzieć, że przyszli lokatorzy składają do nas uproszczony biznesplan. Dodatkowo oczekujemy od kandydatów wykazaniem się innowacyjnością, rozumianą jako zastosowanie nowych lub ulepszonych produktów, procesów bądź usług. Premiować będziemy również takie firmy, które wykorzystują w swojej działalności wiedzę pochodzącą z uczelni wyższych.

Aplikacja, która wpłynie do Kieleckiego Parku Technologicznego poddana



zostanie dwuetapowej ocenie formalnej i merytorycznej. Cała ścieżka naboru została pomyślana tak, aby szybko i sprawnie przeprowadzić ocenę, dlatego założyliśmy, że przedsiębiorca dostanie ostateczną odpowiedź maksymalnie w terminie 3 tygodni od momentu złożenia poprawnego zgłoszenia. Po wstępnym zweryfikowaniu pod kątem formalnym, złożona aplikacja oceniana jest przez doradców biznesowych.

Pomysł biznesowy a rzeczywistość rynkowa

Jak wynika z naszego doświadczenia, nie każdy pomysł na biznes może przerodzić się w dobrze prosperujące przedsiębiorstwo. Co prawda w naszej działalności kierujemy się takimi przesłankami jak kreatywność, nowatorskość, świeżość projektu, ale koncepcje biznesowe, które otrzymają naszą pomoc muszą cechować się możliwością ich realizacji. Nie każdą, choćby wybitną ideę da się przekuć w dobrze funkcjonujące przedsiębiorstwo. I to po naszej stronie jako Inkubatora Technologicznego leży odpowiedzialność za wybór spośród wszystkich aplikacji tych najbardziej przemysła-

nych i najbardziej wartościowych pod kątem opłacalności biznesowej. Temu ma służyć właśnie ocena merytoryczna aplikacji, która jest kolejnym elementem rekrutacji do Inkubatora Technologicznego. W tej części zapraszamy kandydata na spotkanie z komisją oceniającą, w skład której wchodzi pracownicy KPT posiadający doświadczenie przy weryfikacji planów biznesowych. Podczas prezentacji kandydat na lokatora ma możliwość zaprezentowania siebie i swojego pomysłu. Ocena merytoryczna dokonywana jest w oparciu o wcześniej ustalone kryteria. Zależy nam na wyłonieniu dojrzałych koncepcji biznesowych, które mają szansę powodzenia na rynku, dlatego będziemy oceniać kandydatów pod kątem wiarygodność przedsięwzięcia i perspektywy samodzielnego rozwoju, a także profilu samego przedsiębiorcy tj. jego osobowość, doświadczenia zawodowego i biznesowego. Kielecki Park Technologiczny to miejsce dla najlepszych przedsiębiorców wykorzystujących nowoczesne rozwiązania i technologie. Ostateczną decyzję o przyjęciu do Inkubatora podejmuje Dyrektor, na podstawie rekomendacji Komisji Oceniającej. Po pozytywnej weryfikacji zgłaszanego przedsię-

Wszelkie niezbędne informacje o warunkach naboru znaleźć można na naszej stronie internetowej w zakładce Szybki Start / Nabór do KPT.

www.technopark.kielce.pl

Tam również można pobrać wzór formularza aplikacyjnego oraz innych dokumentów koniecznych do złożenia podania o przyjęcie do Inkubatora technologicznego.

wzięcia następuje podpisanie umowy najmu na czas określony wynoszący do 3 lat.

Nabór do Inkubatora trwa!

23 marca br uruchomiliśmy procedurę zasiedlania lokatorów. Osoby, które mają wątpliwości jak poprawnie wypełnić niezbędne aplikacje zachęcamy do kontaktu z nami osobiście, telefonicznie bądź za pośrednictwem poczty elektronicznej. Ponadto na naszej stronie internetowej można znaleźć plik z najbardziej nurtującymi pytaniami wraz z odpowiedziami.

**Nie czekaj zgłoś się już dziś!
Czekamy właśnie na Ciebie.**

Własny biznes – jak to zrobić, od czego zacząć?

Niniejszy artykuł powstał z myślą o tych wszystkich, którzy wiążą swoją przyszłość z uruchomieniem własnej działalności gospodarczej. Kiedy zastanawiałem się, co powinno się w nim znaleźć, gdzie jest ten najważniejszy moment, który stanowi o sukcesie własnego biznesu, postanowiłem przede wszystkim skupić się na pomysle, wskazaniu metod poszukiwania tak zwanej „niszy rynkowej”, gdzie jej szukać.

Dominik Kraska
Kierownik Działu Doradztwa
i Transferu Technologii
Kieleckiego Parku Technologicznego



To pierwszy z cyklu artykułów, które mają pokazać wam jak wygląda droga do własnej firmy. W kolejnych wydaniach Pulsu Przedsiębiorczości opiszemy jak skonstruować poprawnie swoją ofertę, czym jest i jaka powinna być skuteczna strategia marketingowa, jak wstępnie skalkulować nasz pomysł na biznes.

Gdzie szukać pomysłów?

Zacznijmy jednak od tego czym jest sam pomysł na biznes? Najogólniej mówiąc to pomysł na zarabianie pieniędzy poprzez zaspokajanie jakiejś potrzeby określonej grupy osób, czyli klientów-konsumentów.

W rzeczywistości schemat jest dość prosty - oferowanie naszego produktu lub usługi po akceptowalnej dla obu stron cenie oraz dotarcie z tym produktem, usługą do klienta i przekonanie go do zakupu.

Oczywiście pomimo, że współczesna oferta rynkowa zaspokaja wszystkie, nawet najbardziej wymyślne potrzeby konsumentów, przedsiębiorcy nieustannie wymyślają i realizują nowe pomysły na biznes. A więc istnieją wciąż tzw. nisze rynkowe, które mogą stać się sukcesem Twojej firmy.

Niestety, nie ma jednej, sprawdzonej i gwarantującej sukces metody szukania pomysłów na biznes. Jest ich wiele i z pewnością każdy przedsiębiorca wskazałby inną, która przyczyniła się do jego sukcesu.

Wróćmy jednak do tego gdzie można znaleźć te pomysły?

Pomysły na biznes są wszędzie. Możliwości, sposoby, to wszystko jest bliżej niż kiedykolwiek myślałeś. Jedyne, co jest Ci potrzebne, to inny rodzaj patrzenia na rzeczywistość, która daje ogrom cudownych pomysłów, gdy już nauczysz się je znajdować.

Generalnie można opierać się na intuicji, zdając się na przypadek i możliwość odkrycia czegoś w sposób niespodziewany. Jednak w dzisiejszych czasach takie sytuacje są coraz rzadsze. Najlepszą metodą jest działanie w pełni świadome, przemyślane a więc w sposób celowy i zorganizowany, wykorzystując głównie głęboką analizę i badanie rynku, wybranej branży.

Pamiętaj!

Poszukiwanie pomysłu na biznes to zwykle proces długotrwały. Wielu przedsiębiorców, którzy odnieśli sukces rynkowy poświęca na niego wiele miesięcy, nawet lat. Dobra praktyka podczas szukania pomysłów to spisywanie wszystkich interesujących idei i dogłębna analiza rynku w poszukiwaniu niszy, która jest najbardziej przekonująca i rokuje duże szanse powodzenia w istniejącym otoczeniu biznesowym.

Dlatego warto zawsze zacząć od postawienia sobie pytania **na czym dobrze się znam, lub co lubię? Dlaczego?** Ponieważ, łatwiej i przyjemniej jest zdobywać, pogłębiać nową wiedzę w dziedzinie, która choć troszkę mnie interesuje.

Analiza wypowiedzi przedsiębiorców, którzy osiągnęli sukces wskazuje, że najczęstszym źródłem pomysłów na biznes są:

- **doświadczenie** i wiedza wynikająca z wykonywanego zawodu – zwykle osoba wykonująca określone czynności dla firmy – z czasem nabywa coraz szerszą wiedzę specjalistyczną, poznaje zasady funkcjonowania danej branży i może w którymś momencie dostrzec własną szansę na biznes; podobna sytuacja może mieć miejsce podczas działalności w jakiejś organizacji czy nawet podczas studiów lub praktyki zawodowej

- **problemy ze znalezieniem produktu lub usługi** – często szukamy jakiegoś produktu bądź usługi, brak oferty na rynku czy też niedostateczna informacja na ich temat może być pomysłem do wprowadzenia, znalezienia niszy rynkowej,
- **słabość dostępnych produktów/usług** – źródłem inspiracji może być korzystanie z jakiegoś produktu lub usługi i dostrzeżenie jego ograniczeń lub wad. Ich usunięcie może mieć potencjał nowego pomysłu na biznes,
- **zainteresowania i pasje** – często pomysły na biznes wynikają z poszerzania zainteresowań i pasji, mogą się wiązać z biznesowym zastosowaniem zdobytej wiedzy i umiejętności. Pozytywne zaangażowanie sprzyja kreatywności a przez to wpływa na tworzenie nowych pomysłów,
- **spotkania, konferencje i targi** – miejsce wymiany pomysłów i idei oraz prezentacji oferty handlowej w postaci nowych rozwiązań, nowych produktów i usług, które mogą stać się inspiracją do własnego biznesu,
- **inne miejsca, inne kraje** – wszelkie podróże są świetną okazją do szukania pomysłów na biznes. Dlaczego? Bo w różnych krajach a nawet w innych miastach te same towary mogą być oferowane w inny sposób, można też odnaleźć nowe produkty lub usługi, nieznane w Twoim otoczeniu,
- **internet** – przeszukiwanie różnych zakątków świata ofert produktów i usług, jest szczególnie atrakcyjne dla takich krajów jak Polska, które wciąż są państwami rozwijającymi się i wiele produktów i usług można „zapozyczyć” od bardziej rozwiniętych sąsiadów.

Trend!

Stopniowe bogacenie się Polaków – większe zapotrzebowanie na dobra wyższego rzędu bardziej wyszukane, ekskluzywnie, ekstrawaganckie.



Bardzo ważnym źródłem inspiracji do tworzenia nowych pomysłów biznesowych, które odgrywają największą rolę w dzisiejszych czasach są zmiany zachodzące na rynku. To właśnie zmieniające się otoczenie często może być impulsem do zakładania innowacyjnych firm. Nie jest to jednak łatwe, ze względu na szybkość tych zmian.

Na co warto zwracać uwagę przede wszystkim?

- **zmiany w technologii** – które zachodzą w ostatnich latach bardzo dynamicznie, szczególnie w tzw. technologiach komunikacyjnych (internet, telefonia komórkowa) i komputerowych. Nieustannie wprowadzane są nowe produkty czy usługi bazujące na technologii, pojawiają się zapowiedzi nowych rozwiązań i ulepszania starych. Często wystarczy po prostu wprowadzić nowy produkt na polski rynek by zrobić dobry interes.
- **zmiany w przepisach prawnych** – które szczególnie w Polsce zachodzą bardzo często. Choć rodzą wiele zagrożeń (np.: nagły wzrost obciążeń podatkowych), to

również dają wiele możliwości. Często przepisy wprowadzane są w wyniku działania różnych grup nacisku, ale także pod wpływem zmian w przepisach Unii Europejskiej – i często rynek nie jest do nich przygotowany. Świadomość możliwej zmiany stwarza więc szansę na jej wykorzystania.

- **zmiany w społeczeństwie i kulturze** – zachodzą dynamicznie i nieustannie. Zalicza się tutaj zarówno zmiany krótkoterminowe (takie jak moda), jak i te bardziej trwałe (np.: zmiany w mentalności czy przyzwyczajeniach ludzi). Wiele nowych biznesów bazuje na takich zmianach, wykorzystuje je by oferować swoje produkty i usługi, proponując nowe formy wykonywania pewnych czynności czy zaspokajania potrzeb.
- **zmiany w gospodarce** – zmiany wynikające ze wzrostu bądź spowolnienia gospodarczego. W miarę zmian w tzw. cyklu koniunkturalnym wzrasta bądź spada zapotrzebowanie na różne produkty i usługi, które można wykorzystać szukając pomysłu na biznes. Ważne są również trendy, jakie zachodzą w samym biznesie – zmiany w sposobach organizacji przedsiębiorstw, w sposobach produkcji i dystrybucji dóbr.

Przyszłość!

Zmiany technologii – dalszy dynamiczny rozwój technologii komunikacyjnych - internet, telefonia komórkowa, technologie informatyczne: software i hardware.

Sam nowy lub ulepszony produkt czy usługa jednak nie wystarczy. Najlepszy nawet towar nie sprzeda się jeżeli klient nie będzie o nim wiedział. Dlatego, drugim kluczowym elementem pomysłu na biznes jest wymyślenie tego kto ma być naszym klientem oraz sposobu dotarcia do niego i zachęcenia do zakupu. I tak natrafimy na kolejny element tworzenia swojej koncepcji biznesowej – przygotowanie odpowiedniej strategii marketingowej. Jak to zrobić, od czego zacząć dowiedzie się w kolejnym numerze Pulsu Przedsiębiorczości.

Izabela Czeremcha
 Menadżer projektu
 Regionalne Centrum Innowacji
 i Transferu Technologii
 Górnośląska Agencja Przekształceń
 Przedsiębiorstw S.A.



NOWE OBLCIE WSPARCIA DLA FIRM - CZYLI O NOWYCH USŁUGACH DORADCZYCH I INNOWACJACH MARKETINGOWYCH.

„Charakteru firmy nie określa jej nazwa, statut czy akty prawne. Określają go potrzeby klienta, które zostają zaspokojone, kiedy kupuje on jakiś produkt lub usługę. Zadowolenie klienta stanowi misję i cel każdej firmy. Odpowiedź na pytanie, czym jest nasza firma, można więc uzyskać, jedynie patrząc na nią z zewnątrz, z punktu widzenia klienta i rynku”.

Autor: Peter Drucker



Pojęcie marketingu znane jest nam wszystkim, jednak w praktyce nie zawsze jest ono używane i rozumiane prawidłowo. Najczęściej kojarzy się nam ze sprzedażą i reklamą, które są de facto jednymi z działań i narzędzi, natomiast nie stanowią istoty marketingu. Dzieje się tak dlatego, że są to najbardziej widoczne elementy całej filozofii biznesu jaką jest marketing. Samo pojęcie wywodzi się od angielskiego słowa market - rynek i oznacza działanie na rynku. W rozumieniu biznesowym marketing to wszelka działalność prowadząca do wzrostu zyskowności przedsięwzięcia. Przekładając to na bardziej zrozumiały język marketing można określić jako: „Dowiedzenie się, czego chce nabywca, i danie mu tego”.

Marketing - istotne ogniwo budowania przewag konkurencyjnych

Wiemy już, że marketing to wielowarstwowe pojęcie a jego oddziaływanie na sposób funkcjonowania przedsiębiorstwa odgrywa kluczowe znaczenie i niejednokrotnie decyduje o powodzeniu całego przedsięwzięcia biznesowego. Warto podkreślić, że marketing nie łączy się tylko z planowaniem, ale również wymaga kierowania, organizowania, wdrażania i kontroli, a więc wykonywania podstawowych funkcji wchodzących w skład zarządzania. Dodatkowa działalność marketingowa zmierza do dwustronnego zaspokajania potrzeb, zarówno nabywcy, jak i sprzedawcy produktu.

Cytując Petera Drucker'a "Marketing posiada tak fundamentalne znaczenie, że nie może być rozpatrywany jako oddzielna funkcja. Jest to cały biznes widziany z punktu widzenia jego ostatecznego wyniku, to jest z punktu widzenia klienta... Powodzenie biznesu zależy nie od producenta, lecz klienta." Skuteczne

zarządzanie przedsiębiorstwem jest nierozdzielnie związane z odpowiednim podejściem do planowania działań marketingowych.

Marketing bowiem nie jest trudny, nie stanowi żadnej wiedzy tajemnej, dostępnej tylko dla specjalistów posługujących się hermetyczną terminologią. Trzeba jedynie dobrze poznać narzędzia, żeby później poprawnie je stosować. Stąd tak ważna staje się obiektywna ocena podejmowanych działań w obszarze marketingu, którą umożliwiają nowe usługi audytów marketingowych.

Audyty Marketingowe – nowe proinnowacyjne usługi doradcze

Górnośląska Agencja Przekształceń Przedsiębiorstw S.A. i działające w jej strukturach Regionalne Centrum Innowacji Transferu Technologii od ponad 15 lat realizuje działania na rzecz wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw, angażuje się w działania związane z procesem transferu wiedzy i technologii, innowacjami. Dzięki bogatemu doświadczeniu, które nabyliśmy współpracując z Instytucjami z całego kraju i Europy, realizacją kilkudziesięciu projektów związanych z transferem i komercjalizacją technologii, innowacjami poznaliśmy potrzeby i oczekiwania przedsiębiorców dotyczące tych obszarów. To wszystko zaowocowało konkretnymi propozycjami dla przedsiębiorstw w zakresie usług doradczych - Audyty Potrzeb Marketingowych (APM) i Audytu Marketingowego Młodej Firmy (AMMF).

Analiza dotychczasowego katalogu usług doradczych świadczonych przez Instytucję Otoczenia Biznesu na rzecz przedsiębiorstw pokazała, że brakuje specjalistycznych usług, które oceniają skuteczność działań i wykorzystanie

instrumentów marketingowych. Usług, których efektem będą raporty i wydane rekomendacje w zakresie wdrożenia innowacji w przedsiębiorstwie. Wypełnieniem tej niszy rynkowej było przygotowanie i realizacja wspólnie z Partnerami dwóch wyżej wymienionych inicjatyw.

Przygotowując projekty, planując działania i etapy standaryzacji usług wiedzieliśmy, że większość przedsiębiorstw szczególnie z sektora MSP nie ma czasu i środków na ocenę ekspercką podejmowanych przez nią działań marketingowych, a na wydanie rekomendacji przez zewnętrznych ekspertów w zakresie wdrożenia innowacji marketingowej zazwyczaj brakuje środków – bo są pilniejsze potrzeby. Odpowiedzią miały być (i są) APM i AMMF - usługi tak przygotowane aby mogły być przeprowadzone niezależnie od branży, w której działa przedsiębiorstwo, usługi które wskażą na jakim poziomie dana funkcja marketingowa w przedsiębiorstwie występuje, ale będą dostosowane do różnej fazy rozwoju przedsiębiorstwa. Udzielane podczas audytu odpowiedzi są odpowiednio punktowane, a narzędzia stworzone w projekcie dają obiektywny obraz i ocenę podejmowanych działań marketingowych. Audyty są przeprowadzane przez osoby posiadające zarówno odpowiednie wykształcenie i kwalifikacje, ale co ważniejsze praktykę we współpracy z przedsiębiorstwami. Jak pokazały zrealizowane do tej pory audyty, przedsiębiorcy w obszarze wykorzystywania instrumentów marketingowych działają dość intuicyjnie, często nie analizują efektywności podejmowanych działań. I choć intuicyjnie nie oznacza wcale źle, to jednak podejmowane działania wymagają usystematyzowania, zaplanowania i analizy.



Audyty Marketingowe Młodej Firmy

Założeniem projektu Audyt Marketingowy Młodej Firmy było inspirowanie nowych przedsiębiorstw do analizy ich dotychczasowych działań marketingowych i budowania strategii w firmach w początkowej fazie rozwoju.

Usługa AMMF polegać będzie na przeprowadzeniu w przedsiębiorstwie badania kwestionariuszowego oraz bezpośredniego wywiadu skoncentrowanego na podejmowanych w firmie działaniach marketingowych. Audyt dotyczyć będzie przede wszystkim oceny działań marketingowych zgodnie z koncepcją 4P (produkt, cena, dystrybucja, promocja) lub 7P (produkt, cena, dystrybucja, promocja, ludzie, proces, świadectwo materialne) oraz wskazania potencjalnych szans i zagrożeń dla firmy w obszarze marketingu dla jej produktów i usług.

Przygotowane przez ekspertów i konsultantów raporty zawierające będą rekomendacje umożliwiające podjęcie przez firmę działań pro-rozwojowych i innowacyjnych, a także posłużą

do zbudowania strategii marketingowej dla firmy. Rezultatem projektu będą wdrożone w przedsiębiorstwach innowacje zaproponowane w raportach z AMMF. Konsorcjum Projektu zakłada, że skorzystanie z Audytu Marketingowego Młodej Firmy będzie dla przedsiębiorców szansą na poprawę w zauważalny sposób ich pozycji konkurencyjnej na Jednolitym Rynku Europejskim. Jak pokazują wykonane analizy w projekcie Audytu Potrzeb Marketingowych, z którego skorzystało 120 firm - 100% ankietowanych uznaje, że uzyskane

rekomendacje w zakresie wdrożenia innowacji marketingowej w przedsiębiorstwie są przydatne.

Zapraszamy firmy działające na rynku krócej niż 3 lata do skorzystania bezpłatnie z usługi Audytu Marketingowego Młodej Firmy. W okresie realizacji projektu tj. do czerwca 2013 r. z naszej pomocy skorzysta **120 przedsiębiorców** z całej Polski. Osoby zainteresowane zachęcam do kontaktu z instytucjami realizującymi projekt:

- Górnoląską Agencją Przekształceń Przedsiębiorstw S.A. w Katowicach
- Agencją Rozwoju Lokalnego Sp. z o.o. w Gliwicach
- Krakowskim Parkiem Technologicznym Sp. z o.o.
- Kieleckim Parkiem Technologicznym

Górnoląska Agencja Przekształceń Przedsiębiorstw S.A. w Katowicach www.gapp.pl
 Agencja Rozwoju Lokalnego Sp. z o.o. w Gliwicach www.arl.pl
 Krakowski Park Technologiczny Sp. z o.o. www.sse.krakow.pl
 Kielecki Park Technologiczny www.techopark.kielce.pl

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki.
 Inwestujemy w waszą przyszłość



UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI FUNDUSZ
 ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

WIRTUALNY BIZNES - AXEL MEDIA

Prowadzenie firmy w wirtualnej przestrzeni przynosi wymierne korzyści i realne pieniądze. Przekonał się o tym Albert Ksel, pomysłodawca i założyciel firmy Axel Media.

Kolejny, w naszym cyklu, przykład sukcesu młodego start-up, który rozwinął się w stabilne przedsięwzięcie biznesowe i z powodzeniem realizuje swoje ambitne plany rozwojowe.



Czym zajmuje się firma Axel Media?

Albert Ksel:

Axel Media działa w branży e-commerce, zajmuje się konsultingiem e-biznesowym, pomaga firmom działającym na tradycyjnych rynkach zaistnieć w wirtualnej przestrzeni oraz świadczy usługi w zakresie marketingu internetowego. Doradzamy również klientom przy tworzeniu i projektowaniu stron www, a także prowadzimy kilka własnych serwisów internetowych. Do najważniejszych z nich należą: www.gdziewesele.pl - lider na polskim rynku internetowym pod względem odwiedzin jak i ilości lokali; www.doradcydlabiznesu.pl - będący katalogiem skupiającym radców prawnych, biura księgowe, usługi audytorskie, konsultingowe oraz ubezpieczeniowe; następnie www.naszauroda.eu - skupiającym miejsca dbające o urodę i dobre samopoczucie; www.study4u.eu - ogólnoeuropejski katalog uczelni wyższych mającym na celu promowanie studiowania oraz portal www.pozegnaj.pl ogólnopolski katalog branży funeralnej, dzięki któremu w szybki i łatwy sposób można znaleźć firmę z wybranego województwa.

Skąd pomysł na taką działalność?

Sam pomysł pojawił się podczas mojego pobytu w Wielkiej Brytanii, gdzie pojechałem na studia. Nasi wykładowcy na wydziale business management bardzo mocno akcentowali nam rosnące znaczenie branży e-commerce. W tamtym czasie na Wyspach w tej dziedzinie dokonywał się ogromny postęp. Po powrocie do Polski zacząłem interesować się coraz poważniej Internetem i możliwością jego biznesowego wykorzystania. Zauważyłem ogromne braki w tym zakresie wśród polskich firm. Można powiedzieć, że znalazłem niszę rynkową, którą postanowiłem wyko-

rzystać i spróbować swoich sił w branży e-commerce. Na polskim rynku w tamtym czasie świadomość ogromnej użyteczności Internetu jako skutecznego medium do komunikowania się z klientem wśród polskich firm była wciąż niedostateczna.



Jak wyglądały początki Axel Media?

Powiem szczerze, że najtrudniejszy jest ten pierwszy krok, czyli przełamanie pewnej wewnętrznej bariery i podjęcie decyzji o założeniu własnej działalności. Chodzi tutaj głównie o psychiczne nastawienie się na to, że trzeba działać samemu. I to jest wydaje mi się najtrudniejszy moment w początkowej fazie myślenia o swoim biznesie. Jeżeli jest się już pewnym, że praca na własny rachunek to właściwy kierunek znalezienie drogi jak to zrobić nie jest już takie skomplikowane. Po powrocie do Polski kontynuowałem edukację na studiach magisterskich na Uniwersytecie Jagiellońskim na kierunku zarządzanie firmą i na czwartym roku otworzyłem własną działalność w Akademickim Inkubatorze Przedsiębiorczości. Był to okres, w którym mogłem bez większego ryzyka przetestować mój pomysł biznesowy, sprawdzić czy się przyjmie na polskim rynku. Jako pierwszy powstał portal www.gdziewesele.pl, czyli baza obiektów gastronomiczno-hotelowych,

w których można zorganizować przyjęcie weselne. Inkubacja w AIP trwała ok. 1,5 roku i po jej zakończeniu wypłynąłem na głęboką wodę rejestrując własną działalność gospodarczą.

Co według Pana zdecydowało o sukcesie Axel Media?

Na sukces wpływa kilka czynników. Po pierwsze determinacja, nie można się poddawać. Na początku jak wiadomo jest trudno. Jednak w miarę upływu czasu jak się człowiek mocno zaangażuje to zaczynają pojawiać się pierwsze efekty, a to rodzi satysfakcję, która motywuje do dalszego działania. Dlatego nie można zrezygnować na starcie, trzeba przeczekać ten najtrudniejszy moment. Oczywiście nieuniknione jest zmierzenie się z licznymi trudnościami, mogę tutaj wymienić choćby fakt, że młoda firma działająca od niedawna na rynku nie posiada jeszcze odpowiedniego dorobku, a to sprawia, że potencjalni partnerzy biznesowi ostrożnie i z nieufnością podchodzą do współpracy. Dlatego trzeba być podwójnie zmotywowanym, żeby osiągnąć swoje cele. Z upływem czasu sytuacja ta zmienia się na naszą korzyść, buduje się zaufanie i pozytywne relacje z klientami. Wskazówka, jaka wynika z mojego doświadczenia i którą mogę podzielić się z osobami myślącymi o własnej firmie jest taka, że jeżeli w ciągu miesiąca znajdzie się choćby jeden klient na nasz produkt bądź usługę to warto w taką działalność wejść. Jeżeli zdołamy przekonać jedną osobę to znaczy, że jest potencjał w tym biznesie. I tak właśnie było w przypadku naszych serwisów, które tworzyliśmy od podstaw. Szukaliśmy nowych pomysłów, których nie oferował rynek. Pierwszym serwisem jak już wspominałem był portal www.gdziewesele.pl – pierwsza tego typu strona w polskim Internecie.

Dzisiaj po niemal 3 latach funkcjonowania jest ona najczęściej odwiedzanym serwisem wśród osób zainteresowanych znalezieniem odpowiedniego miejsca na uroczystość weselną.

Kolejnym czynnikiem mającym wpływ na powodzenie przedsięwzięcia na rynku jest podejście do pracy z klientem. W naszej działalności

uruchamiamy przynajmniej jeden nowy serwis rocznie. Kolejnym kierunkiem rozwoju jest handel elektroniczny. Planujemy założyć sklepy internetowe powiązane z branżami, w których działamy. Mają to być dedykowane sklepy koncentrujące się na sprzedaży produktów z wąsko określonych dziedzin. Z naszego doświadczenia wynika, że jest to najefektywniejszy

gospodarczej byłoby mi dużo ciężiej. Takie rozwiązanie uwalnia z części obowiązków i pozwala skoncentrować się na istocie prowadzenia własnej firmy czyli zdobywaniu klientów.

Druga, istotna kwestia to świadomość tego, że kiedy zakładamy własną firmę czas działa na naszą niekorzyść. Chodzi o to, że nie możemy się za długo zastanawiać i myśleć, trzeba wziąć



kierujemy się zasadą, iż liczy się efekt – do dla nas wyznacznik sukcesu. Każde zlecenie, jakiego się podejmujemy musi przynieść wymierną korzyść dla naszych klientów. Proszę pamiętać, że samo wprowadzenie firmy do wirtualnej przestrzeni będzie bezcelowe jeżeli nie pójdą za tym wymierne korzyści. Naszym zadaniem jest odpowiedni dobór instrumentów marketingowych, który przyniesie efekt w postaci nowych klientów dla naszych zlecających.

Jakie plany na przyszłość?

Planów jest wiele, cały czas się rozwijamy i udoskonalamy naszą ofertę. I tak na przykład jesteśmy przed etapem reorganizacji i zmiany strony www.gdziewesele.pl, ponieważ chcemy dać naszym klientom jeszcze lepszy produkt. Ponadto, realizując swoją koncepcję biznesową staramy się

sposób dotarcia do klienta. Aby zrealizować nasze pomysły na pewno potrzebować będziemy osób do współpracy. Niestety ciągle ciężko jest znaleźć dobrych i zaangażowanych pracowników.

Ostatnie pytanie, czy ma Pan jakieś wskazówki dla osób, które myślą o założeniu własnej firmy?

Tak, jak już wspomniałem, liczy się przede wszystkim pomysł oraz pokonanie własnych wewnętrznych barier. I tutaj z pomocą przychodzą instytucje otoczenia biznesu, które wspierają firmy na dorobku odważniej wejść w rzeczywistość biznesową. Mam tu na myśli takie podmioty jak inkubatory przedsiębiorczości.

Sam otrzymałem taką pomoc i mogę powiedzieć, że gdyby nie wsparcie osób, które mają większą wiedzę o realiach prowadzenia działalności

sprawy w swoje ręce i działać. I gdyby nie takie instytucje jak Kielecki Park Technologiczny to myślę, że w rozwoju mojej firmy byłbym o jakiś rok do tyłu. Szczególnie cenne na starcie jest doradztwo, jakie świadczą instytucje otoczenia biznesu w postaci porad prawnych czy księgowych. Ja osobiście skorzystałem z takiej pomocy przy zakładaniu swojej firmy. Moja działalność opiera się na współpracy B2B czyli business to business, dlatego na samym początku potrzebowałem wsparcia prawnego przy konstruowaniu wzorów umów.

I na koniec, należy pamiętać, że nic nie jest stałe, trzeba się ciągle rozwijać i wprowadzać zmiany, starać się udoskonalać swoją ofertę produktową.

Dziękuję bardzo,
Rozmawiała Monika Kazmierczak

KIELECKI PARK TECHNOLOGICZNY

Dołącz do nas na **facebook**



KIELECKI PARK
TECHNOLOGICZNY

Publikacja współfinansowana z Programu
Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego
pn. "Kreator innowacyjności - wsparcie
innowacyjnej przedsiębiorczości akade-
mickiej"

WWW.TECHNOPARK.KIELCE.PL