

## # Popis akcelerační fáze KA5 – Příloha 5

### Zajišťují:

- Odborný garant akcelerace
- Komunitní manažer
- Komunitní manažer akcelerace
- Mentoři
- Konzultanti
- Lektori

### Časový rámec:

- Trvání akcelerační fáze 3 měsíce
- Předchází 3 měsíční inkubační fáze
- Následuje 3 měsíční růstová fáze

### Kapacita:

- 10 týmů (5 v 1. cyklu)

### Důležité:

Projekt se pro tým stává zaměstnáním! Nadace Vodafone částečně financuje mzdové příspěvky členů týmů v rozsahu 150 000 Kč/tým. Inkubační fáze prověří odhodlání týmu věnovat se plně akceleraci projektu. Předpokladem je, že do akcelerační fáze vstupuje tým o min. 3 členech, ideálně 4. V inkubační fázi je program předem definovaný, v akcelerační fázi definuje obsah aktivit Odborný garant akcelerace, Komunitní manažer akcelerace až na základě důkladného poznání projektů a identifikace jejich potřeb. Týmy se setkávají každý den v coworkingovém prostoru, kde mají vyhrazená fixní pracovní místa. Každý den jsou v kontaktu s akceleračním týmem (viz výše).

### Konzultace

Probíhají 1 den v týdnu. Každý tým se setká na 1 hodinu s akceleračním týmem (viz výše). Cílem je vyhodnotit pokrok předchozího týdne, naplánovat cíle, formulovat zakázku pro mentory/konzultanty. V rámci těchto pravidelných konzultací je definován obsah a intenzita akcelerace na míru jednotlivým týmům.

### Mentoring 1-1

Partner projektu zajistí přístup k databázi 120 mentorů, se kterými spolupracuje (více o profilu mentorů v Příloze 2). Dále bude využita síť mentorů dodavatelů a stávající síť mentorů Laboratoře Nadace Vodafone. V prvním měsíci se každý tým potká až s 6 mentory denně, 45 min. s každým, 4 dny v týdnu. Mentoring probíhá na osobní bázi, pouze pokud je mentor ze zahraničí, používá se Skype. Mentory pro daný tým vytipuje Komunitní manažer. Mentoring je pro týmy povinný. Mentoring je stěžejní forma podpory, která pomáhá zefektivnit byznys a rozvíjet ekosystém podnikatele (identifikovat aktéry a

podmínky prostředí, ve kterém podnikatel operuje). Na konci prvního měsíce mají týmy jasně definovaný diferenciator, tržní segmenty, monetizační strategii a marketingový mix.

## **Workshopy**

Probíhají ve 2. měsíci akcelerace. Během tohoto měsíce každý tým absolvuje 20 workshopů v rozsahu 2 - 8 hodin. Součástí workshopů je i mentoring nebo master mind skupiny. Cílem je vybavit členy týmů kompetencemi potřebnými pro vedení startupu tak, aby zvyšoval svou ekonomickou i sociální hodnotu. Obsah workshopů není možné stanovit dopředu. Témata definuje Komunitní manažer ve spolupráci s Odborným garantem až na základě znalosti potřeb konkrétních týmů. Nejčastěji se jedná o tato témata: online podnikání, UI/UX design, finanční modely, optimalizace webu, tiskové zprávy, tvorba one page prezentací, příprava pitchu (výťahové prezentace), videoprezentace pro investora, efektivní online kampaň, B2B prodej, optimalizace vyhledávačů, ochrana dat, účetnictví, daně, hlasový a mediální trénink, značka a další. Vše naučené zkouší týmy na svých nově vznikajících firmách. Na konci této fáze mají týmy hotové finanční projekce založené na předpokladech, které umožní komukoliv, aby na firmě sehrál „co kdyby“ simulace“.

## **Konzultace nad rámec**

V posledním měsíci akcelerace mají zakladatelé prostor na to, aby prováděli obchody, marketing, HR strategie, k tomu slouží konzultace a intenzivní práce s týmy (viz níže).

Každý tým přichází se specifickými požadavky na know-how, účelem konzultací je doručit týmům tyto znalosti na míru prostřednictvím odborníka z praxe. Nejčastěji se jedná o konzultace v oblasti prezentace/pitchování, social media, technologií, UXD, HR, financí, legislativy. Obsah a objem konzultací není možné predikovat, uvádíme tedy odhad.

## **Intenzivní práce s týmy**

Každý tým má v rámci coworkingu přidělená 4 fixní pracovní místa. V rámci akcelerace je nezbytné, aby týmy pracovali na každodenní bázi spolu s akceleračním týmem, který je po celou dobu akcelerace přítomný v coworkingovém prostoru. Je podporou v operativě i strategických rozhodnutích. Akcelerační tým sleduje progres, hledá pro tým řešení, validuje hypotézy, definuje požadavky na mentory a konzultanty, doplňuje chybějící články v týmu, např. HR, CFO, CEO, CMO.

## **DemoDay**

Událost, která ukončuje akcelerační fázi. Každý tým prezentuje 7 min. svůj posun a plány. Událost je veřejná s kapacitou 200 lidí. Následuje networking a setkání s odborníky a investory. DemoDay je hrazen Nadací Vodafone.

### **Ukázka DemoDay 2016 partnera StartupYard:**

<http://startupyrd.com/category/demo-day/>

### **Ukázka Dne D 2016 Laboratoře Nadace Vodafone:**

<http://www.nadacevodafone.cz/novinky/laborator-nadace-vodafone-%E2%80%93-den-d-vyhlaseni-nejlepsiho-technologickeho-projektu-se-spolecenskym-dopadem.html>

## **Ukázka SOCAP pitchers 2016:**

<http://socialcapitalmarkets.net/2016/10/19/watch-socap16-entrepreneur-pitches/>

### **Jak vypadá projekt/tým připravený na růstovou fázi? (viz Příloha č. 6):**

Operativa: prokazatelný růst, víceletý strategický plán s milníky pro škálování, provozní plán na rok v souladu se strategickým plánem, doloženo, že zapojení dalšího tržního segmentu je ekonomicky výhodné, schopnost zvýšit kapacitu za účelem dodání produktů/služeb, formalizované procesy vedoucí k profesionalizaci dokumentace, školení a dalších postupů klíčových pro rostoucí organizaci, mobilní strategie, risk management

Marketing a prodej: roadmapa produktu/služby, zavedené mechanismy pro aktualizace / update nabídky produktů/služeb, strategie kontinuálního vyhledávání nových trhů, postupy průběžného sledování konkurence, procesy zjišťování zpětné vazby od uživatelů/beneficientů a její zpětné zapracování do strategie marketingu a prodeje, postupy zavádění nových distribučních kanálů s novými trhy, pravidelný reporting

Management a tým: postupy rozvoje managementu (včetně mechanismů udržení klíčových manažerů, náboru nových manažerů s ohledem na expanzi na nové trhy), průběžný nábor, školení, péče o členy týmu/zaměstnance, postupy pro rozvoj, obměnu rady, plán nástupnictví pro zakladatele

Finanční management a strategie růstu: účetní systém natolik flexibilní, že umožňuje růst, finanční data se průběžně vyhodnocují a používají se při rozhodování, provozní výhled na jeden rok po měsících, finanční výhled na 3 roky dopředu, management rizik a plán mitigace, zajištění stabilního financování, postupy pro zajištění potřebných legislativních rámců při expanzi na nové trhy

Impakt: doloženo, že produkt/služba bude generovat sociální impakt i mimo stávající tržní segmenty, skupiny uživatelů a benefitentů