

Startup Yard – sháníte investora?

Petr Ocásek radí, jak rozjet vlastní firmu aneb Vystupte z bubliny pohodlí!

Petr Ocásek je těžko zařaditelný do nějaké profesní škatulky. Zakladatel několika firem, které se pohybují v oblasti internetu & IT a marketingu. Konzultant a člověk, který se pohybuje kolem startupů, tedy nově vznikajících firem. Nyní je mimo jiné jednou z vůdčích osobností projektu Startup Yard, který poskytuje prostředky a mentory začínajícím podnikatelům. Uvažovali jste někdy, že rozjedete něco »vlastního«? Tak si přečtěte náš rozhovor z inspirativní zahrádky kavárny Adrie na Jungmannově náměstí.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jaký máš vztah ke kavárenskému povalečství?

PETR OCÁSEK: Společně s Nikolou Rafajem z Tuesday Business Network jsme do Prahy »dotáhli« ranní setkávání dle celosvětového konceptu Open Coffee, takže kavárny jsou mi celkem blízké, hlavně pokud jsou nekuřácké (úsměv).

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Když už zmiňuješ Open Coffee Club – jak se nyní vyvíjí?

PETR OCÁSEK: Sleduji to již jen z povzdálí, ale pokud vím, stále je to networkingová akce, kde se potkávají lidé z IT, z marketingu, z médií i startup investoři. Může přijít každý bez pozvánky a jednotlivá setkání jsou zaměřena hodně tematicky – například na akvizice, na investice, na optimalizaci konverzí e-commerce apod. Kdo má zájem, najde program na webu. Praha je ale celkem malá, takže to po těch čtyřech letech, kdy se tyto akce pořádají, trochu upadlo dle mého do toho zmíněného kavárenského povalečství. Lidé, kteří tato setkávání táhli a za kterými lidé přicházeli, dnes trochu chybí.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Máš řadu aktivit různého typu. Za co se sám považuješ, jsi investor, konzultant, manažer...?

PETR OCÁSEK: Považuji se za člověka, který je kreativní a rychle se dokáže zorientovat v konkrétních případech jednotlivých firem, zvláště pokud jde o e-byzns. Baví mě zvenčí radit lidem, kteří podnikají, pomáhat se start-upy nebo i radit v korporacích, které už mají svá marketingová oddělení, PR oddělení a mnoho dodavatelů. E-byzns koučing dělám jako svůj koníček.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jsi zvláštní v tom, že participuješ v různých firmách, některé jsi založil, děláš konzultanta... V čem vidíš výhody takového přístupu?

PETR OCÁSEK: Všechno vychází hlavně z toho, že mě baví spíš věci rozjíždět, už mě-



Tomáš Jindříšek

ně je pak dlouhodobě dělat. Proto mám aktivit hodně. I během volna mě, aniž bych se k tomu nějak nutil, napadají věci užitečné pro klienty, pro byzns, pro akcelerátor StartupYard.cz. Taková nenucenost mi vyhovuje a výhodou je především to, že neustále dělám jen to, co mě baví – radím, pomáhám nastartovat nové projekty nebo pracuji ve svých firmách...

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jsi na něco zvláště pyšný?

PETR OCÁSEK: Velký úspěch v podobě jednoho konkrétního výstupu asi ještě – doufám – přijde, nejdu ale primárně za takovým

cílem. Jsem šťastný, že dělám to, co mě baví, to se spouště lidí nikdy nepodaří. Za důležitou považuji svou práci ve společnosti Bene-ta, to ale nepovažuji za ten velký úspěch. Neměl jsem například na to vystoupit z tohoto byznysu dřív, byla to ale v mnoha směrech obrovská zkušenost a dodnes z ní čerpám. Říkám tomu MBA v praxi, veškeré věci dnes ale dělám opačně než tehdy. Například při práci na Streamhostingu. Je to technologická věc, vše se outsourcuje a má nízké fixní náklady.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Ocovpřípadě Streamhostingu jde?

PETR OCÁSEK: Streamhosting pomáhá např. televizím nebo webdeveloperům, kteří chtějí vytvořit internetový portál. My dodáme technologii. Stěžejní využití je například v případě, že se mnoho diváků chce dívat na některý konkrétní program, třeba olympiádu apod.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: To je specifický byzns. Jste v něm lídrem trhu?

PETR OCÁSEK: Na trhu v této oblasti u nás působí tři čtyři firmy, které to dělají jako svůj core byzns. Pro nás ale není podstatné, kolikátí v pořadí jsme. Důležité je, že nás to stojí minimum energie, a také skutečnost, že tato věc postupně roste. Máme klienty ze zahraničí, kteří přicházejí sami. S našimi zkušenostmi a zázemím mateřské společnosti Ignum se nám tu službu daří dělat jednoduše s minimálními náklady bez ohledu na počet zákazníků. Říká se tomu dobře škálovatelný byzns, což je jeden z atributů, který hledáme u všech nových projektů.

Na trhu v oblasti streamhostingu u nás působí tři čtyři firmy, které to dělají jako svůj core byzns. Pro nás ale není podstatné, kolikátí v pořadí jsme. Důležité je, že nás to stojí minimum energie, a také skutečnost, že tato věc postupně roste. Máme klienty ze zahraničí, kteří přicházejí sami.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jedna z nejnámennějších aktivit, kterým se teď věnuješ a kde uplatňuješ své zkušenosti, je akcelérátor StartUpYard.cz. Můžeš to nějak popsat?

PETR OCÁSEK: StartupYard je byznysový akcelérátor a zaměřuje se na startupy, které jsou zaměřeny technologicky, ale i jinak. Tři měsíce v nich působí třicet našich mentorů, aby co nejrychleji zjistili, jestli vize firmy má smysl. Pokud zjistí, že tomu tak je, snaží se, aby se ten startup stal tzv. investovatelný. Většina těch projektů se totiž po třech měsících ještě sama neuživí. Pomáháme jim tedy se získáním zákazníků a zpětné vazby od trhu a nakonec s hledáním investora, který by financoval další fungování společnosti.



Petr Ocásek

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: V čem akcelérátor pomáhá?

PETR OCÁSEK: Jde zejména o mentoring v začínajících firmách. Ve většině případů nechybí peníze, ale někdo, kdo by firmě její nápad zformuloval do nějaké smysluplné vize, přepočítal to, podíval se na to, jestli jejich zajímavý nápad není třeba určen pro trh, který klesá apod.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jde o zahraniční koncept nebo nápad vznikl u nás, lokálně?

PETR OCÁSEK: V Evropě je přes padesát akcelérátorů, vlastně je to teď docela »hype«, ale my konkrétně jsme k němu došli evolucí. Začal se odvíjet od toho, že jsme v únoru uspořádali první české IPO48, kde účastníci v pátek odprezentovali přes padesát nápadů – a do druhého kola jich postoupilo dvacet. Do této akce se hlásilo sto padesát lidí z celé Evropy, z nich jsme na základě jejich CV vybrali kombinaci sta nejlepších, šlo o marketéry, programátory, projektové ma-

nažery... Ti se pak po dobu osmačtyřiceti hodin snažili společně s našimi mentory rozpracovat odprezentované nápady do základního byznysu plánu nebo i první demoverze produktu, a v neděli večer pak před porotou prezentovali výsledky. Často šlo např. o hotové weby a profesionální produktová videa. Výhoda byznysu v technologiích a internetu je v tom, že rozjet firmu už netrvá roky, ale řádově měsíce.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jak vypadala dál vaše cesta k akcelérátoru?

PETR OCÁSEK: Vadilo nám, že ti, kteří projekty v rámci IPO48 vytvořili, se pak většinou zase vrátili ke své práci a dál o podnikání jen snili. Málokdo se překloupil do vlastního podnikání – těch, kdo to udělali, bylo jen asi deset procent. To je podle mne pro mentory, kteří se těmto lidem věnovali, ztráta času. Proto vznikla myšlenka akcelérátoru, jaký funguje např. v USA. Došli jsme k tomu tedy takovouto evolucí.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jak je to nyní s akcelérátorem? Kolik bude vybráno projektů?

PETR OCÁSEK: Do 31. července do akcelérátoru mohli lidé podat přihlášky. Z nich chceme vybrat pět až osm projektů. První cyklus bereme jako tříměsíční testovací běh a pak se rozhodneme, zda to celé budeme opakovat. Musí to dávat smysl i našim investorům.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Kdo se do akcelérátoru hlásí?

PETR OCÁSEK: Zhruba třetina přihlášených jsou podnikatelé, kteří už mají za sebou firmu, jež vydělávají i v řádu stovek tisíc měsíčně, ale stojí o to dělat něco nového a jde jim právě o naše know-how a zkušenosti. Akcelérátory v Evropě fungují už několik let a zúčastněné startupy mají velký úspěch v získávání investic. My jsme si stanovili cíl, aby alespoň třetina našich projektů získala investora na další rok života.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Kdo jsou vaši mentoři?

PETR OCÁSEK: V akcelérátoru působí čtyři nebo pět lidí ze zahraničí, kteří mají kontakty do velkého světa, ať už jde o Evropu nebo USA. Zhruba tři čtvrtiny projektů, které se k nám hlásí, totiž mají globální ambice.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Kdo za vámi chodí a jak těmto lidem můžete pomoci?

PETR OCÁSEK: Mezi zájemci je například čerstvý absolvent střední školy, který přišel s projektem, jenž je podle nás jeden z nejnadějnějších. Přicházejí ale i lidé, kteří pracovali ve vysokých pozicích v korporacích, mají zkušenosti, ale problematiku zakládání firmy na zelené louce neznají. Přinesli například pro-

jekt na to, jak se bude tři čtvrtě roku firma rozvíjet, a my jsme jim rozpočet na testování záměru z původních šesti set tisíc snížili na asi třicet a dobu rozjezdu na měsíc.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Co je při takové práci nejdůležitější? Nápadů je jistě hodně...

PETR OCÁSEK: Nejdůležitější jsou lidé. Když někdo přichází s nápadem, uvažuji jednak o jeho ideji, ale hlavně o něm samotném – o tom, jaký má background, jestli té oblasti rozumí, jak reaguje na problémy apod. Obecně jen velmi málo lidí je schopno svůj záměr realizovat a dotáhnout až do konce. Takové lidi, respektive týmy, my hledáme. Veříme, že schopný tým dokáže průměrný nápad časem změnit v nadprůměrný bysny. To, aby ten čas byl co nejkratší, je druhý náš úkol.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Co je potřeba specificky u manažerů, kteří chtějí začít podnikat? V čem by měli změnit myšlení?

PETR OCÁSEK: Pro tyto lidi je nejtěžší vystoupit z návyku, z bubliny pohodlí, kdy mají ve velké korporaci kolem sebe spoustu lidí a velké rozpočty. Pokud chtějí rozjet vlastní podnikání, musí sami s kůží na trh, jít za zákazníkem, za investorem a zjišťovat, jestli jejich projekt dává smysl.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Jak vypadá úspěch u vašich klientů?

PETR OCÁSEK: Přístupy a hodnocení toho, co je úspěch, jsou různé. O tom, co představuje úspěch pro mě, jsem už mluvil. To má ale cenu i pro jiné lidi – to, že člověk dělá právě to, co ho baví, a navíc s lidmi, se kterými se mu dobře pracuje, má velkou cenu. Jsou lidé, kteří vidí úspěch v růstu firmy, někomu na druhou stranu stačí i malý výdělek. Setkávám se také s lidmi, kteří obešli řadu investorů, dostali nabídku, ale říkají, že nevědí, jestli vzít peníze, když jsou tlačeni do něčeho, co nechťejí. Záleží na osobních motivacích.

TOMÁŠ JINDŘÍŠEK: Můžeš nabídnout nějaké rady lidem, kteří chtějí být úspěšní? Co by pro ně mělo být klíčové?

PETR OCÁSEK: Důležité je vzít v úvahu reálnou situaci kolem sebe. Moje rada zní: dívej se kolem sebe a to, co ti vadí, se snaž změnit. Když se člověk pozorně dívá kolem sebe, napadají ho věci, ve kterých se dá podnikat, a pokud jim rozumí, může se záměr vydařit. Dalším důležitým krokem je zjistit, jestli jsou na trhu i jiní lidé, kteří problém vidí podobně. Pokud deset z nich potvrdí, že jde o dobrý nápad, má smysl pokračovat. Naopak nejhorší je tajně několik let po večerech pracovat na něčem »unikátním«, co ve výsledku nikdo nekoupí.