

# Start-up Now!

Pilotní ověření č. 3 v rámci projektu Smart Akcelerátor III ve Středočeském kraji  
reg. č. CZ.02.01.02/00/22\_009/0002773

## Závěrečná evaluace

Ing. Benedikt Fischer, Ing. Petr Voplakal, Ing. Jakub Pechlát  
Středočeské Inovační centrum

Červen 2024



Spolufinancováno  
Evropskou unií



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,  
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

## Obsah

|   |    |
|---|----|
| Úvod .....  | 3  |
| 1. Manažerské shrnutí .....                               | 3  |
| 2. Identifikace projektu.....                             | 4  |
| 2.1. Účel pilotního projektu .....                        | 4  |
| 2.2. Cíl pilotního projektu .....                         | 4  |
| 2.3. Časová osa pilotního projektu .....                  | 4  |
| 2.4. Účastníci pilotního projektu .....                   | 4  |
| 2.5. Kritéria pilotního projektu.....                     | 5  |
| 2.6. Financování pilotního projektu .....                 | 6  |
| 3. Průběh, výstupy a vyhodnocení pilotního projektu ..... | 6  |
| 3.1. Průběh pilotního projektu.....                       | 6  |
| 3.1.1. Oslovení cílové skupiny .....                      | 6  |
| 3.1.2. Příjem účastníků .....                             | 7  |
| 3.1.3. Průběh konzultací .....                            | 8  |
| 3.1.4. Workshopy .....                                    | 9  |
| 3.2. Hodnocení z pohledu účastníků .....                  | 9  |
| 3.3. Hodnocení z pohledu expertů.....                     | 10 |
| 3.4. Plánované výsledky pilotního projektu .....          | 10 |
| 4. Další směřování.....                                   | 11 |
| 5. Přílohy.....   | 12 |
| Příloha č. 1.....   | 12 |

## Úvod

Pilotní projekt Would-be-preneurs byl zahájen s cílem adresovat klíčové problémy, kterým čelí začínající podnikatelé ve Středočeském kraji. Mnoho jednotlivců s inovativními nápady často narazí na překážky v podobě nedostatečných znalostí a zkušeností, které jsou nezbytné pro úspěšné založení a vedení firmy. Nedostatek podnikatelských dovedností a podpory vede k tomu, že mnoho perspektivních projektů zanikne ještě před jejich zahájením. Projekt se snažil tento problém řešit tím, že poskytoval komplexní podporu včetně konzultací, odborných workshopů a individuálního poradenství. Cílem bylo pomoci budoucím podnikatelům překonat počáteční bariéry a zvýšit tak dynamiku zakládání nových firem v regionu. Program nabízel strukturovanou podporu od fáze nápadu až po realizaci podnikatelského plánu, což mělo a má za cíl snížit riziko neúspěchu a podpořit dlouhodobou udržitelnost nově vzniklých podniků.

V kontrastu s tradičním zaměřením Středočeského inovačního centra byl tento pilotní projekt prvním krokem do nové cílové skupiny, tedy mimo zavedené společnosti a výzkumná centra v regionu. Už při návrhu pilotního ověření byla akcentována potřeba zvýšení podpory vznikajících firem v raných fázích a tím pádem i kultivace start-up ekosystému.

Projekt byl z původního pracovního názvu Would-be-preneurs během realizace přejmenován na Start-Up Now (zkratka „SUN“), pro účely tohoto dokumentu bylo použito novější označení.

## 1. Manažerské shrnutí

Manažer projektu hodnotí pilotní projekt jako úspěšný. Projekt naplnil své cíle a byl pozitivně přijat účastníky, kteří ocenili kvalitu poskytovaných konzultací a podpory. Úspěšně se podařilo dosáhnout plánovaných výstupů včetně uskutečnění akcí a poskytnutí expertního poradenství pro skupinu začínajících podnikatelů, jejichž spokojenost s výsledkem služby rovněž odpovídala očekáváním.

Během pilotního ověření bylo odbaveno přes 100 zaslaných nápadů k podnikání díky online kampani, jež vedla na vzniklou webovou stránku. Část zájemců přicházela i přes stránku SIC a samotný jeho network. Ve výsledku bylo poskytnuto 250 hodin konzultací celkem 31 účastníkům, z nichž 3 dnes mají založenou firmu ve Středočeském kraji. Dlouhodobě se pohyboval průměr vyčerpaných hodin na osobu kolem 8 hodin, a z tohoto důvodu byla snížena maximální časová dotace z původních 15h na 10h. Díky tomuto kroku bylo možné podporu dostat k většímu množství relevantních zájemců, kde čerpání původní časové dotace 15 hodin bylo umožněno pouze ve výjimečných případech na základě doporučení experta.

Expert, jejichž selekce stavěla na univerzálním využití osob v oblasti business developmentu, byli zároveň členy expertní sítě Ynovate. K jejich kvalitě měl Projektový manažer zpětnou vazbu z první ruky, jelikož SIC jejich služeb běžně využívá i v rámci projektů ve firmách.

Dalším, nepřímým výstupem je pro realizační tým ambice budovat alumni síť absolventů, která vznikla samovolně v důsledku uskutečňování fyzických setkání na workshopech. Na těchto událostech se poznávali jednotliví účastníci programu, které kromě programu spojovala i chuť k práci a networkingu, vzdělávání a ke zpětné vazbě. Existují scénáře, kdy při dobře zvolené strategii může podobná komunita začít existovat a růst genericky, a to i při minimální časové investici.

Pilotním projektem bylo ověřeno, že v daném rozsahu, časové dotaci a v rozsahu samotné investice v této fázi dává smysl nadále poskytovat podporu. Pilot bude základním kamenem pro navazující programy SIC v této cílové skupině, které pravděpodobně ponesou název Start-Up Now i do budoucna. Kromě drobných změn budou mít selektovaní účastníci nadále možnost čerpat až 10 hodin konzultací s expertem na obdobná témata jako doposud. Časová dotace se v této fázi z tohoto pohledu dokonce zdvojnásobí, kde v rámci dalších 10 hodin ti nejlepší z první fáze naváží na předchozí práci s hlubšími tématy za pomoci dalšího experta s čerstvým pohledem.

## 2. Identifikace projektu

Pilotní ověření č. 3 bylo součástí projektu Smart Akcelerátor III ve Středočeském kraji, reg. č. CZ.02.01.02/00/22\_009/0002773 se spolufinancováním Středočeského kraje.

### 2.1. Účel pilotního projektu

Pilotní projekt Start-Up Now byl zahájen s cílem řešit klíčové problémy, které brání začínajícím podnikatelům ve Středočeském kraji úspěšně realizovat jejich inovativní nápady. Mnoho potenciálních podnikatelů čelí nedostatku klíčových dovedností a znalostí, což může vést k předčasnému zániku jejich podnikatelských záměrů. Projekt je zaměřen na poskytnutí komplexní podpory jednotlivcům a skupinám, které mají inovativní nápad a chtějí založit vlastní firmu. Cílem je nabídnout strukturovanou podporu, která zahrnuje konzultace, odborné workshopy a individuální přístup k poradenství, aby budoucí podnikatelé mohli překonat počáteční bariéry a vyhnout se častým chybám. Tímto způsobem chce projekt zvýšit dynamiku zakládání nových firem v regionu a přispět k jejich dlouhodobé udržitelnosti.

Projekt pilotního ověření měl otestovat, zda je pro tyto účely podobný program vhodným nástrojem.

### 2.2. Cíl pilotního projektu

Zvýšení míry přežití nově zakládaných firem: Poskytnutí nezbytných dovedností a znalostí potřebných k úspěšnému založení a vedení firmy, což by mělo vést ke zvýšení míry přežití nově vzniklých podniků v regionu.

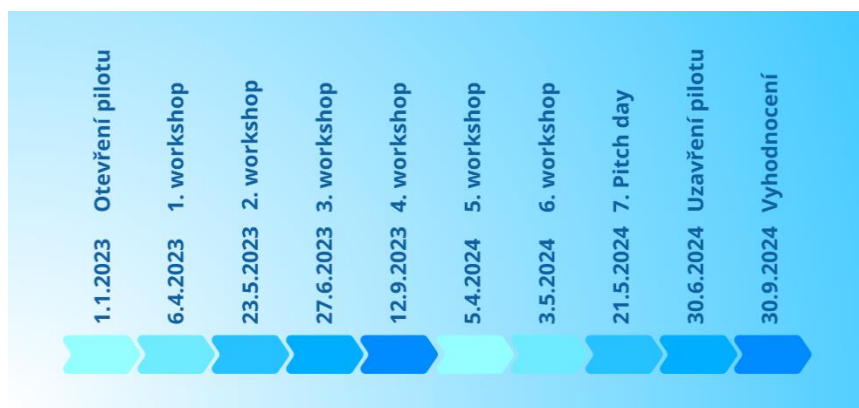
Filtrace a podpora životaschopných podnikatelských záměrů: Identifikovat a podporovat podnikatelské záměry s vysokým potenciálem úspěchu a zároveň filtrovat ty, které nejsou udržitelné.

Poskytnutí konzultační podpory: Poskytnout odborné konzultace, workshopy a individuální poradenství od expertů z různých oblastí, čímž účastníci získají cennou zpětnou vazbu a vyhnou se častým chybám v podnikání.

Vytvoření podnikatelského plánu: Vést účastníky k vytvoření základního obchodního plánu, který zahrnuje ověření poptávky na trhu, identifikaci cílové skupiny, ekonomickou rozvahu a finanční gramotnost.

Prezentace podnikatelských záměrů: Příprava a prezentace podnikatelských plánů před odbornou komisí, což pomůže účastníkům osvojit si prezentační dovednosti a získat konstruktivní zpětnou vazbu.

### 2.3. Časová osa pilotního projektu



### 2.4. Účastníci pilotního projektu

Projektový manažer – Benedikt Fischer nesl primární odpovědnost za uskutečnění pilotního programu. Zastával roli exekuční, přicházel s nápady, byl v kontaktu s účastníky a experty jak jednotlivě, tak na skupinových akcích.

Sponzor – Petr Voplakal poskytoval podporu Projektovému manažerovi, zastával roli kontrolní a koncepční spolu s vyšším managementem SIC, a společně tvořili realizační tým.

Dodavatel – Pavlína Čapková z týmu SIC zastávala roli kontrolní jako manažerka SA3.

Dodavatel – Kristina Brožáková z týmu SIC nastavovala marketingové kampaně, vytvořila samostatnou webovou stránku a věnovala se kreativě spojené s vizuální identitou programu.

Dodavatel – Michal Ježek z týmu SIC se věnoval copywritingu a podílel se jak na textu spojeném s nově vzniklou webovou stránkou, tak na publikovaných článcích o programu.

Experti – byli primárně v kontaktu s Projektovým manažerem a jejich zapojení bylo vetováno Sponzorem. Výběr pro pilotní program zahrnoval následující osoby:

- Igor Šmerda: Igor se více než 25 let zabývá vývojem aplikací, digitalizací firemních procesů i projektovým a produktovým managementem. Kromě Česka a Evropy pracoval i v USA a jihovýchodní Asii, kde pomáhal postavit týmy zaměřené na vývoj mobilních aplikací. Jako mentor už přes 10 let pomáhá začínajícím startupům rozběhnout jejich projekt nebo ho posunout na vyšší úroveň.
- Aleš Holan: Aleš má za sebou téměř 30letou dráhu manažera ve velkých automotive firmách. S tuzemskou společností Shell prošel celou cestu z třípokojevého bytu až po globalizovanou pobočku firmy s obratem přes 50 mld. korun. Po skončení korporátní kariéry začal předávat své zkušenosti v různých startupových inkubátorech a akcelérátorech a od roku 2018 úspěšně pomáhá rozvíjet startupy jako mentor SIC. Jeho doménou je sales (B2B i B2C), budování týmů a nastavování procesů.
- Petr Zháňal: Petr má více než 40 let zkušeností jak z nadnárodních korporací, tak z vlastního podnikání. Začínal v IBM jako konstruktér a dotáhl to až k vedení společnosti na mezinárodních trzích. Svoje bohaté zkušenosti už několik let využívá ve prospěch startupů i dospělých firem. Pomáhá se strategií, s restrukturalizací a s krizovým managementem, ale věnuje se i obchodu a zavedení produktů na trh.
- Tobiáš Rataj – zkušený profesionál, který působil v nadnárodních společnostech Accenture, IBM a Teradata. Prošel ale také dvěma startupy UiPath a Rossum a dvěma VC fondy Credo Ventures a Depo Ventures. Jeho kariéra vedla od konzultanta, přes manažera velkých implementačních projektů až po ředitele obchodní divize. Jako mentor pomáhá startupům nejčastěji s go-to-market strategií (B2B).

**Cílová skupina** – dle zadání se pilotní program týkal fyzických osob se zájmem v podnikání a bez existujícího vztahu k právnícké osobě. Do programu se hlásil široký záběr zájemců napříč věkovými kategoriemi. Hlásili se muži i ženy s různými stupni vzdělání, jejichž projekty byly zaměřené na odlišné oblasti a trhy. Fáze rozpracovanosti jejich nápadů a projektů byla rovněž vysoce volatilní. Stávalo se, že byl do programu například zařazen projekt, kde bylo překvapením, že stále nemá firmu – měl funkční MVP a první zákazníky. Zároveň se ale stávalo, že projektového manažera oslovil zájemce se zajímavým nápadem, pro který zatím mnoho neodpracoval. Síla podobného programu s tímto zaměřením ale spočívá právě v tom, že leží úplně na začátku podnikatelské cesty, a proto je s podobnou volatilitou rozpracovanosti projektů třeba počítat a udržet si filosofii individuálního přístupu, bez kterého se neobejde.

## 2.5. Kritéria pilotního projektu

Závazné výstupy a cíle:

**6 uskutečněných akcí:** Pilotní projekt měl za cíl uspořádat celkem šest osvětových akcí a workshopů, které přilákají zájemce o vstup do programu.

**20 poskytnutých expertních poradenství:** Cílem bylo poskytnout expertní poradenství dvaceti jednotlivcům, kteří mají zájem o podnikání, založení firmy a účast v programu.

**80 % spokojenost účastníků:** Pilotní projekt si kladl za cíl dosáhnout minimálně 80 % spokojenosti účastníků s výsledkem služby, což bylo zjištěno prostřednictvím zpětné vazby a hodnocení.

| Indikátor                                       | Plán | Plnění | Míra plnění |
|---|------|--------|-------------|
| 6 uskutečněných akcí pro začínající podnikatele | 6    | 7      | 117 %       |
| 20 poskytnutých expertních poradenství          | 20   | 34     | 170 %       |
| 80 % spokojenost účastníků                      | 80   | 83     | 104 %       |

Závazný výstup v podobě akcí byl splněn v celkovém počtu 7 uskutečněných fyzických setkání (viz. kapitola 2.5. – Časová osa projektu).

Závazný výstup v podobě 20 poskytnutých expertních poradenství byl splněn v celkovém počtu 34 konzultací.

Závazný výstup v podobě 80 % spokojenosti účastníků byl splněn v celkové spokojenosti 83 %.

## 2.6. Financování pilotního projektu

V rámci rozpočtu realizační tým hospodařil s těmito náklady:

- Expertní poradenství 20 x po až 15 hodinách = 363.000,- Kč
- Nákup služeb: catering na WS, expert/spíkr, 6 akcí 20.000,- Kč/akce = 120.000,- Kč (pronájem místností, catering, pronájem projektoru, audio)
- Kampaň = 290.000,-Kč (PPC reklama, propagace článků apod.)
- V rámci zpřehlednění byla v průběhu programu vytvořena samostatná položka rozpočtu na marketingové aktivity

Celkem rozpočet představoval 773.000,- Kč.

Již v začátcích projektu došlo ke značným úsporám v kontrastu s plánem díky uskutečnění 3 workshopů skrze online setkání (viz Kapitola 3 - Průběh, výstupy a vyhodnocení projektu). Později byla tato kapacita Projektovým manažerem přesunuta do kategorie Expertní poradenství, a tento krok měl pochopitelně příznivé dopady na plnění plánu. Snížení obecně dostupných hodin konzultací na účastníka z 15 hodin na 10 hodin, které provedl Projektový manažer na základě dostupných statistik průměrného čerpání ve výši cca 8 hodin na případ, později umožnilo podporu dostat k ještě většímu počtu lidí.

Skutečný rozpočet projektu byl 864 675,21 Kč. K většímu navýšení došlo u výdajů na experty, jelikož se v závěrečné části projektu objevili velmi zajímavé projekty, které byly podpořeny 15hodinovou dotací s cílem co největšího posunu směrem k založení a rozvoji firmy.

Součástí výdajů byl dále i úvazek manažera projektu v rozsahu 0,5 FTE po dobu 18 měsíců.

## 3. Průběh, výstupy a vyhodnocení pilotního projektu

V této kapitole jsou do detailu popsány jednotlivé postupy, procesy a použité nástroje, které byly pro realizaci pilotního ověření a k dosažení jeho cílů použity, a zároveň obsahuje zpětnou vazbu od zúčastněných stran v rámci vyhodnocení.

### 3.1. Průběh pilotního projektu

#### 3.1.1. Oslovení cílové skupiny

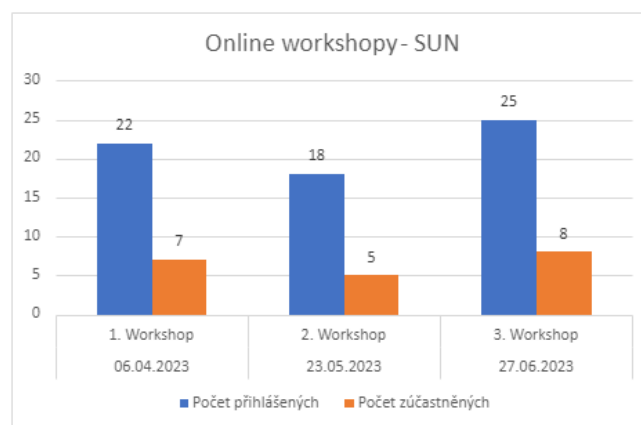
Z hlediska náboru účastníků lze rozlišit dvě fáze, kde primární roli hrála webová stránka [www.startupnow.cz](http://www.startupnow.cz), kterou vlastními silami zpracoval realizační tým.

V první fázi sloužila stránka primárně pro registraci na událost. Přihlásit se mohl kdokoliv, v tomto formátu proběhly první 3 workshopy. Workshopy plnily spíše informační roli o SIC a programu SUN, a jejich struktura byla následující:

- Krátké představení SIC
- Představení programu Start-Up Now
- Popis úspěšných případů
- Na co myslet před založením firmy – právní minimum (podklady získány od právní kanceláře, která se specializuje na start-upy. Jednou se právnička workshopu i zúčastnila a proběhlo Q&A)
- Co je to dokument Lean Canvas a jaké budou další kroky
- Partneři – kdo další může pomoci
- Prostor na dotazy

Na základě této události obdrželi všichni účastníci podklady. Jakmile je zaslali zpět v požadované formě, Projektový manažer zahájil standardní proces hodnocení a případného propojení s expertem.

Přechod na druhou fázi vyplynul zejména z neefektivity předchozího modelu. Počet přihlášených na online workshop vypadal pokaždé slibně, výsledná účast mu však neodpovídala. Důvodem byla pravděpodobně nižší frekvence workshopů, jejíž zvyšování při nízkém počtu přihlášených postrádalo smysl.



**Ve druhé fázi** došlo ke zjednodušení. Hlavním kanálem byla pro tyto účely nadále webová stránka [www.startupnow.cz](http://www.startupnow.cz), které se ale dostalo drobných úprav. Primárním zaměřením konverze již nebylo přihlášení na událost s pevně stanoveným termínem, ale na jejím místě vznikl krátký formulář o jedné otázce. Skrze tento prostor zasílali zájemci oslovení v podobě krátkého odstavce s omezeným počtem znaků, v němž popisovali své nápady a projekty s komentářem, v jaké fázi se nacházejí. Projektový manažer v tomto bodě oslovení filtroval, doptával se na případné dodatečné informace a v kladných případech se operativně domlouval na samostatné online schůzce přímo se zájemcem.

Primární úsporu tato změna přinášela zejména v zamezení odpadu přihlášených účastníků na online workshopy a umožnila Projektovému manažerovi flexibilněji reagovat na relevantní nápady.

Kromě akvizice zájemců skrze online marketing, bylo určité množství účastníků přijato skrze síť kontaktů SIC.

Další aktivitou v tomto směru byly dva uskutečněné a publikované rozhovory s portály FINMAG a Aktuálně.

### 3.1.2. Příjem účastníků

**Přihlášení do programu** – pro přihlášení do programu musel zájemce doložit vyplněnou přihlášku a dokument Lean Canvas, který slouží jako nástroj pro zachycení nápadu na jednu stránku v celé jeho komplexitě. K tomuto dokumentu Projektový manažer poskytoval šablonu, včetně návodu k vyplnění, a sloužil jako první podklad pro zahájení konzultací. Na základě Lean Canvasu měl expert možnost se nejen na schůzku předem připravit, ale i rozeznat, v jaké je projekt nebo nápad fázi.

**Další kroky** – Lean Canvas zůstává hlavním nástrojem, který bude v programech SUN využíván. V prvních desíti hodinách konzultací bude pravděpodobně i povinným vstupem i výstupem, který umožní srovnat výsledný dokument s jeho mladší variantou, a tím pádem poskytne pohled na vývoj projektu za uplynulé konzultace.

Manažer programu nezastával roli experta, zároveň se však musel snažit rozeznat, zda kromě formálních podmínek stanovených v rámci pilotního ověření nápad či projekt splňuje základní rysy škálovatelnosti, zda směřuje k vlastnímu produktu/službě a přináší něco nového. V podstatě stejným úhlem pohledu přistupuje k projektům samotné Středočeské inovační centrum v rámci svých dalších programů a v těchto raných fázích Projektový manažer subjektivně hodnotil i proaktivitu samotného zájemce. Důvodem byla snaha o maximalizaci kvality přihlášených projektů, a tudíž samotná efektivita vynakládaných prostředků. Ambicióznost a bližší uplatnitelnost nápadů hodnotili už samotní experti během první schůzky.

Přidělení konkrétního experta danému projektu probíhalo pochopitelně na základě časových kapacit, které se v průběhu projektu u jednotlivých expertů měnily. Stanovení bližšího řádu procesu přidělení neproběhlo, dokonce zůstala značná část na subjektivním vyhodnocení Projektového manažera. Ten se u konkrétních projektů snažil párovat experty nejen ve vztahu k jejich zkušenostem z daných oborů (které nemusí představovat výhodu ve všech případech), ale i na základě předpokládané kompatibility osobnostní chemie na obou stranách. Důležitost podobného „subjektivního“ přidělování lze předvést i na původu samotných expertů a jejich předchozích pozicích – škála projektů, která do programu proudila, v sobě skrývala velké rozdíly v rozpracovanosti a vyzrálosti nápadů. Přidělení účastníka s relevantním nápadem, ale teprve vznikajícím sebevědomím a konceptem bývalému řediteli dvou venture kapitálových fondů mohlo velmi rychle spadnout do opačného efektu, než bylo cílem programu, tedy do toho, že by expert aspirujícího podnikatele odradil svým přístupem „ďáblova advokáta“. Stejně tak může představovat pozitivní příklad přidělení experta se silným sociálním citěním a emoční inteligencí projektu, který byl zaměřený na duševní zdraví.

Styl a metodika expertů byla odlišná a bylo na Projektovém manažerovi, aby tyto nuance odhadoval, což se mu na základě zpětné vazby od účastníků dařilo.

### 3.1.3. Průběh konzultací

Ve vztahu k cílům programu byly vytyčeny oblasti, kterým se s danou časovou kapacitou expert měl být schopen s účastníkem věnovat. Zaměřené byly na nápad jako takový, jeho matematický (ekonomický) smysl a na schopnost účastníka nápad prezentovat.

**Prvním záchytným bodem** byl již zmíněný dokument Lean Canvas, který byl realizačním týmem shledán jako vhodný nástroj pro práci nad konkrétním byznys modelem. Na jediné straně papíru metodika tohoto dokumentu umožňovala zachycení podnikatelského záměru v celé své komplexitě, a představovala tedy vhodný nástroj pro dvoustrannou spolupráci na takto raných projektech.

**Druhým** byla práce nad konkrétním byznys plánem. Náplní tohoto tématu bylo hledání odpovědí na otázky na základní finanční aspekty nápadu:

„Kolik je na to potřeba peněz, a kde je vezmu?“

„Kolik mě bude stát provoz?“

„Jaké chci mít rezervy?“

„Na čem a kdy začnu vydělávat?“

**Třetí oblast zaměření**, a to na oblast prezentace nápadu, měla za cíl účastníka připravit na jednání s budoucími partnery, zaměstnanci nebo dokonce investory. Probíhala například průběžně na základě verbálního stylu komunikace účastníka, nebo ve formě zpětné vazby k již existujícímu dokumentu prezentace projektu. Tato oblast byla v druhé polovině pilotního ověření podpořena i uskutečněnými workshopy, které se odehrávaly ve fyzické podobě, na téma prezentačních dovedností s odborníkem.

**Čtvrtým tématem** byla osobnostní zpětná vazba s názvem „Personal profiling“. Tento dokument založený na principu bodového hodnocení vyplňoval expert v průběhu setkání s účastníkem a na závěr konzultací ho předával jako podrobnou formu osobnostní evaluace. Dokument se skládal

z celkem tří částí, které byly rozdělené na následující kapitoly. V kapitole *Profil zakladatele* hodnotil expert například sociální a osobnostní kompetence dotyčného, jeho samostatnost, motivaci, znalost trhů i profesionální odbornost. Do této kapitoly spadalo například i téma rodiny a prostředí, kde se se záporným výstupem mohl setkat například začínající podnikatel s omezenými časovými i finančními možnostmi, na němž je závislá rodina. V druhé kapitole *Business a ekonomické znalosti* expert hodnotil schopnosti účastníka v daňových a účetních problematikách, v marketingu a pojištění. V poslední kapitole *Sociální a osobnostní kompetence* figurovaly například oblasti schopnosti sebehodnocení, strategického uvažování a emoční stability.

Výstupem dokumentu byly tři pavoukové grafy, které přehledně zachycovaly sílu daného účastníka v jednotlivých oblastech. Dokument nezastával roli evaluační, nýbrž mentorskou, a v případě nižšího skóre vizuálně upozorňoval, že má účastník v konkrétních tématech prostor ke zlepšení či slabou stránku.

Na závěr Projektový manažer emailovou komunikací předal účastníkovi dokument „Personal profiling“ s rozloučením. Při naplnění zmíněných čtyř oblastí v rámci schůzek mezi účastníkem a expertem byly konzultace vnímány jako úspěšně dokončené.

### **3.1.4. Workshopy**

Celkem proběhlo dle zadání 6 workshopů. První tři online a další již prezenčně. V rámci posledních 3 workshopů byl na základě výše zmíněných důvodů přepracován jejich obsah. Nešlo o náborové workshopy, ale o workshopy určené účastníkům projektu s cílem posílení jejich dovedností. Workshopy v pořadí 4. a 5. proběhly fyzicky a byly zaměřené na konkrétní téma prezentačních dovedností s mentorem. Ten během několika hodin provedl přítomné základní strukturou úderné a kvalitní prezentace, stylem projevu a základní neverbální komunikací. Náplní šestého workshopu bylo celodenní soustředění na téma prezentačního designu, ze kterého si celkový počet 14 účastníků odnesl praktické tipy na práci s programem Power point a základní pravidla byznysové prezentace projektu.

Sedmou událostí (financovanou mimo projekt SA III) byl takzvaný Pitch Day. Týkal se 10 nejkvalitnějších projektů, které společně s experty selektoval Projektový manažer. Účastníci dostali možnost prezentovat před vedením SIC za přítomnosti expertů a odnesli si nejen první zkušenost s prezentováním vznikajícího projektu, ale také základní zpětnou vazbu. Pro některé z účastníků byla účast viditelně přínosná, pro některé byla naopak přínosným ověřením schopnosti strukturované prezentovat s ohledem na časový limit, který činil 5 minut na prezentaci.

## **3.2. Hodnocení z pohledu účastníků**

Zpětná vazba ve vztahu ke spokojenosti účastníků s programem, která zároveň tvoří přílohu tohoto dokumentu, probíhala na základě dotazníkového šetření. Výsledky ukazují, že byl program obecně hodnocen velmi pozitivně. Většina respondentů se shodla na tom, že jim konzultace s experty pomohly lépe rozpracovat jejich podnikatelské záměry, přičemž hodnocení odborné pomoci dosáhlo 83 % celkové spokojenosti. Účastníci ocenili zejména možnost konzultací s odborníky, tvořící základy celého programu, a poskytly jim nové vhledy a praktické rady, jež je posunuly v jejich podnikatelských snahách dál.

Mezi rady a zjištění, které utkvěly účastníkům v paměti, například patřila informace, že vstup velké investice do projektu již v jeho začátcích se nutně neslučuje se zachováním kontroly zakladatele, například skrze rozhodovací právo. Mezi další rady, které si odnesli, zařadili účastníci důležitost taktického výběru názvu společnosti, výhodu v minimalizaci množství smluv, smysl vytvoření příběhu a vize firmy a pro jednoho z účastníků dokonce dopady správné formulace vět na komunikaci s partnery a její vliv na samotnou atraktivitu nápadu.

Z dotazníků také vyplývá, že mnoho účastníků se po absolvování programu chystá v blízké době založit vlastní firmu, což naznačuje pozitivní dopad programu na jejich podnikatelské sebevědomí a připravenost. Tito účastníci však zároveň vyjádřili zájem o další podporu, jako jsou možnosti externího financování nebo další konzultace, které by jim pomohly překonat výzvy spojené se začátkem podnikání.

Celkově by většina respondentů doporučila program Start-Up Now! svým známým, kteří zvažují podnikání. Z výsledků je patrné, že program splnil očekávání účastníků a pomohl jim posunout jejich podnikatelské plány na další úroveň. Několik účastníků navíc ocenilo konkrétní odborníky a jejich přístup, a potvrdili tím jejich kompetenci k další spolupráci se SIC u této cílové skupiny.

### 3.3. Hodnocení z pohledu expertů

Získávaná zpětná vazba od expertů byla primárně mířena na konkrétní nástroje a témata, na které byly konzultace cíleně směřovány. Týkala se tedy následujících:

**Dokument Lean Canvas jako hlavní nástroj (business model)** byl experty doporučen zachovat, a to nejen jako „kick-off“ dokument, ale i jako nástroj, se kterým mohou experti společně s účastníky pracovat po dobu konzultací. Dle expertů představuje Lean Canvas praktickou šablonu, která cíleně limituje prostor, zahrnuje klíčové oblasti na jednu stránku a umožňuje nejen základní přípravu před první schůzkou a efektivní nástroj pro vedení dialogu, ale i zhodnocení myšlenkového nebo ideového posunu podnikatelského nápadu, které lze pozorovat při srovnání jeho aktuálních verzí s původním návrhem.

- ➔ I na základě tohoto doporučení realizační tým do budoucna počítá s tímto dokumentem jako se „vstupenkou“ do programů v této kategorii.

Při realizaci pilotního ověření bylo častým tématem, zda účastníkům nabídnout šablonu na **Byznys plán**, tedy na matematicko-ekonomický pohled projektu. Dlouhodobě se realizačnímu týmu nedařilo vymyslet konkrétní tabulku, která by přinášela v takto raných fázích hodnotu, ale zároveň nelimitovala představivost jednotlivých byznys modelů. Náročnost tohoto úkolu je možné předvést na finančních programech Středočeského inovačního centra, kde je jednou z povinných příloh žádostí vyplněný obchodní model na dalších několik let, a kde je tato příloha skutečně nutná pro vyhodnocení budoucího vývoje a ambicí dané firmy. Žadatelé s tabulkou mají mnohdy problém, jelikož přicházejí z úplně odlišných oborů, a vymyslet jednu tabulku, která bude vhodná pro všechny obory, zaměření a přístupy, zkrátka není jednoduchý úkol.

- ➔ Obdobně lze vnímat oblast začínajících podnikatelů, a proto i na základě doporučení od expertů není v plánu podobnou tabulku vymýšlet, a matematicko-ekonomické aspekty nápadů budou ponechány nadále volně na stylu a metodice jednotlivých expertů. Část z nich dokonce argumentovala, že v takto raných fázích tato oblast spadá pod logiku byznys modelu, tudíž do předchozího dokumentu.

**Zpětná vazba** v podobě dokumentu Personal Profiling byla dle expertů zajímavým nástrojem pro poskytnutí podrobnější zpětné vazby. Zároveň se ale odpovědi shodly na tom, že zhruba 30 % otázek, které nebylo možné navnímat ze společných diskuzí, bylo nutné zodpovídat společně s účastníky. Jednalo se zejména o otázky, které směřovaly na osobní život začínajících podnikatelů, a měly primárně za cíl rozeznat eventuální rizika i v sociologických rovinách. Zároveň byl nástroj dle expertů místy zbytečně detailní a místy mu chyběl interpretační návod z pohledu recipienta.

- ➔ Na základě této zpětné vazby bude dokument zachován v současné podobě, ale bude předáván účastníkům k vyplnění, tedy v módu „self-assessment“. Zpětná vazba ze strany experta bude i pro interní účely SIC předána v podobě krátkého odstavce o proběhlém posunu a případného doporučení do dalších programů.

### 3.4. Plánované výsledky pilotního projektu

V tuto chvíli nelze přesně odhadnout, kolik z konzultovaných projektů dospěje do fáze založení firmy a v jakém horizontu se k tomu dopracují. Realizační tým bude získávat od bývalých účastníků informace, zda se k tomuto bodu posunuli a v případě, že nikoliv, bude zjišťováno, jakou to bylo příčinou. Data budou získávána pravděpodobně na půlroční bázi v minimální frekvenci dvou po sobě jdoucích oslovení. Ve vztahu k dlouhodobým cílům rozšiřování podnikatelského portfolia Středočeského kraje bude přínosné sledovat úspěšnost podpořených projektů i po prvních 3-5 letech.

Dlouhodobě plánuje Středočeské inovační centrum tento segment podporovat a je pouze otázkou, v jaké formě.

## 4. Další směřování

Na základě pilotního ověření, které lze z výše uvedených důvodů hodnotit jako úspěšné, bude SIC nadále přinášet podporu v raných fázích podnikání a plánuje zde další aktivity z vlastních zdrojů financování.

Přirozená návaznost vzniká s novým programem SIC Start-up Akcelerátor, který má prvních 8 projektů. V něm dnes vybrané projekty obdrží až 120 h konzultací a čeká je i podzimní soutěž o finanční odměnu. Podmínkou je zde však existující firma se sídlem ve Středočeském kraji. Projekty, které úspěšně prošly konzultacemi v rámci Start-Up Now, jsou ale na základě zjištění stále poměrně daleko od dostatečně silné byznysové propozice, která by je vedla k založení firmy. I z těchto důvodů SIC plánuje zdvojnásobit dosavadní časovou kapacitu (10-15 hodin) a nově vzniklý prostor s experty věnovat tématům ověření poptávky na trhu. Toto ověření by mělo projektům poskytnout dostatečnou zpětnou vazbu, která bývá v těchto fázích mnohdy podceňována. Na jejím základě může včas dojít ke změně nebo úpravě propozice nápadu (tzv. pivotování), a tudíž je maximalizována pravděpodobnost úspěchu. Pro rok 2025 bude Start-Up Now cílit na 55 přijatých účastníků.

Programy Start-up Akcelerátoru a Start-Up Now se pravděpodobně dočkají sjednocené, vlastní webové stránky. Vznikne menší tým projektových manažerů, kteří budou cílit na využití sociálních sítí LinkedIn a Instagram pro akvizici nových projektů a rozšíření povědomí o programech ve společnosti. Investice spojené s online marketingem, celkovou PR komunikací a časem expertů jsou odhadovány ve výši 3 mil. Kč pro rok 2025.

# 5. Přílohy

## Příloha č. 1



### Start-Up Now! - Personal Profilig

Klient: Tereza Blažková  
Expert: Aleš Holan  
Počet naplněných hodin: 15

### Gratulujeme k dokončení konzultací!

*Jsm rádi, že jsme se mohli stát součástí jedné z kapitol ve Vašem úspěšném příběhu.*

*Níže naleznete upřímnou zpětnou vazbu od Vašeho experta. Výsledek vnímejte jako akční plán – budou oblasti, na kterých můžete pracovat, a budou i oblasti, ve kterých jste opravdu nadprůměrní. Věříme, že obě varianty využijete ve svůj prospěch, a my Vám budeme mávat při Vašem vzletu. A pamatujte – u nás v SICu máte vždy dveře otevřené.*

*Co za těmi dveřmi naleznete? Například příležitost k další konzultacím, finanční programy, propojení na výzkumnou sféru a mnoho dalšího. Ale pozor – k tomu už je třeba založit firmu.*

*Tak s chutí do toho!*

*Těšíme se na Vás.*

Za tým SIC

Benedikt Fischer

Stránka | 1



