

„Start up” i model biznesowy

„**Start-up**” jest to firma lub tymczasowa organizacja, której celem jest poszukiwanie powtarzalnego i dającego potencjał do ekonomicznego rozwoju modelu biznesowego (definicja Steve Blank).

Najprościej rzecz ujmując, model biznesowy opisuje jak firma zarabia pieniądze i na początku istnienia firmy może się wielokrotnie zmieniać.

Doskonałym sposobem na opracowanie i rozwój modelu biznesowego jest skorzystanie z bardzo klarownego szablonu modelu biznesowego opracowanego przez Alexandra Osterwalder’a, opartego o dziewięć fundamentalnych elementów:

- **Segmenty klientów**; wskazuje różne grupy ludzi i organizacje, do których przedsiębiorstwo stara się dotrzeć i które chce obsługiwać.
- **Propozycja wartości**; opisuje zbiór produktów i usług, które generują wartość dla konkretnego segmentu klientów.
- **Kanały**; w jaki sposób firma komunikuje się z poszczególnymi segmentami swoich klientów i w jaki sposób przekazuje im swoją propozycję wartości.
- **Relacje z klientami**; charakterystyka relacji, jakie łączą firmę z przedstawicielami konkretnego segmentu klientów.
- **Strumienie przychodów**; ilość środków generowanych przez firmę w związku z obsługą każdego z segmentów rynku.
- **Kluczowe zasoby**; najważniejsze zasoby niezbędne do prawidłowego funkcjonowania modelu biznesowego.
- **Kluczowe działania**; najważniejsze działania, które firma musi podejmować, żeby jej model sprawnie funkcjonował.
- **Kluczowi partnerzy**; sieć dostawców i współpracowników, od których zależy sprawne funkcjonowanie firmy.
- **Struktura kosztów**, wydatki ponoszone w związku z korzystaniem z określonego modelu biznesowego.

Decydującym zadaniem w trakcie tworzenia firmy jest prowadzenie poszukiwań mających na celu określenie, oszacowanie i rozwój idei lub koncepcji biznesowej, w oparciu o posiadane zasoby i możliwości, w celu pełniejszego zdefiniowania tej koncepcji biznesowej i jej rynkowego potencjału.

Start-upy mogą mieć rozmaite formy i cele, jednak zwykle są kojarzone z możliwościami szybkiego wzrostu, nowinkami technologicznymi i wysokim ryzykiem inwestycyjnym. Momentem, w którym firma przestaje być uważana za start-up może być osiągnięcie zysku, fuzja lub przejęcie.