

Annex 1

Business Idea Template

1. Project Description

Briefly describe your product/service.

Note: This information may be used by GITA for distribution to third parties (media, NGOs, donor and partner organizations, potential investors, etc.)

2. Innovative product/service

2.1 Problem - Describe what problem your product/service solves (limit 50 words)

Define specific problem that your startup is solving, be as specific as possible. Define current "bad" solution. Netflix in 1998 might have answered this: "Going to the video store requires fighting traffic, wandering the aisles, and waiting in long lines just to get a single movie."

2.2 Solution - describe how does your product/service solves the problem UNIQUELY (limit 50 words)

This is your opportunity to give us a "sound bite" on your startup. Netflix in 1998 might have answered: "Netflix allows anyone to enjoy thousands of titles streamed directly to their home or delivered to their mailbox." This is not a detailed technical description or a long list of feature. You only have 30 words. Make them count. A good way of thinking about this is to ask yourself, "How would a reporter for a business magazine describe us?" Think simple business language.

2.3 If you are applying with the same idea as a previous batch(es), did you change anything? (limit 30 words)

3. Target Market

3.1 Opportunity (limit 30 words)(Region, Industry)

There is a real difference between the size of a market opportunity and the size of a market. While both of these are interesting what we care more about is the market opportunity.

For instance, the team at Tesla saw a market opportunity for electric vehicles. They saw that there was a demand for high-quality electric cars that was not being met by the existing manufacturers. At the time they did this the market for electric cars the overall size of it was very small. But they identified a shift in consumer desire / consumer demand. The existing solutions (petrol, diesel, hybrid cards) did not meet the needs of a set of consumers. That was the market opportunity.

Help us understand three things. First, what has changed in the market that created this opportunity. It could be a technical shift (5G). It could be a shift in consumer demand or expectations (electric vehicles). It could be a regulatory change (GDPR). Second, how big do you think is that opportunity and why? Third, why is this the time to go after this market opportunity?

A traditional total addressable market service and obtainable market analysis is less interesting than the answer to the three questions above.

3.2 Describe who your existing customers are (limit 30 words)

Give us a very clear and concise definition of your customer. By customer, we mean the person or entity that is going to pay you. Be as specific as you can. Don't write "companies." We want to know "companies with 500-1,000 employees" or "retail shops with sales of less than 100,000 GEL per week"

If you are creating a market place, please describe the customer / user on both sides of the market.

3.3 If you don't have existing customers yet describe who your potential customers are (limit 30 words)

3.4 List who your competitors are (limit 30 words)

Be sure to include both direct and indirect competitors. Direct competitors are solving the same problem as you are solving in a similar way, indirect competitors are solving the same problem but are doing it in a different way. And there's always another competitor which is just for them to keep doing what they're doing today not change.

3.5 What is your competitive advantage? (limit 50 words)

This is your opportunity to share with us why you are going to win in the marketplace.

How you are different from your competitors?. The big mistake that we see people make when talking about competition is that they claim they have no competitors. In a global context you certainly have competitors.

Again, like with the benefits the degree to which you can quantify is always helpful. Saying our product is easier to use than someone else is his opinion not fact what we want are the facts. Our competitor charges 20 we charge 10. It takes people two hours to complete the task with our competitors. it takes our customers 30 minutes.

4. Founders

4.1 List who the founders of the company are - role and experience (limit 100 words)

4.2 Who writes code, or does other technical work on your product/service? (limit 30 words)

4.3 Do the founders have experience working together? (limit 20 words)

4.4 How long have each of you been working on the product/service full-time? (limit 30 words)

დანართი 1

ბიზნეს იდეის ფორმა

1. პროექტის აღწერა

მოკლედ აღწერეთ თქვენი პროდუქტი/მომსახურება.

შენიშვნა: აღნიშნული ინფორმაცია სააგენტომ შესაძლოა გამოიყენოს მესამე მხარესთან ინფორმაციის გასაცემად (მედია, არასამთავრობო ორგანიზაციები, დონორი და პარტნიორი ორგანიზაციები, პოტენციური ინვესტორები და ა.შ.)

2. ინოვაციური პროდუქტი/სერვისი

2.1 პრობლემა - აღწერეთ რა პრობლემას აგავრებს თქვენი პროდუქტი/სერვისი (შეზღუდვა 50 სიტყვა)

განსაზღვრეთ კონკრეტული პრობლემა რომელსაც თქვენი სტარტაპი წყვეტს. განსაზღვრეთ არსებული "ცუდი" მოგვარების გზა. ნეთფლიქსს 1998 წელს ამ კითხვაზე შესაძლოა ასე ეპასუხა: "ვიდეო მაღაზიაში წასვლა მოითხოვს საცობებთან წინააღმდეგ ბრძოლას, გზებზე ხეტიალს და გრძელ რიგში ღოდინს მხოლოდ ერთი ფილმის დასაქირავებლად".

2.2 პრობლემის გადაწყვეტა - აღწერეთ თქვენი პროდუქტი/სერვისი როგორ წყვეტს პრობლემას განსხვავებულად (შეზღუდვა 50 სიტყვა)

ეს არის შესაძლებლობა მოკლედ აღწეროთ თქვენი სტარტაპი. ნეთფლიქსს 1998 წელს ამ კითხვაზე შესაძლოა ასე ეპასუხა: "ნეთფლიქსი საშუალებას აძლევს მომხმარებელს ისარგებლოს ათასობით ფილმის ნახვით, რომელიც ხელმისაწვდომია სახლიდან გაუსვლელად." აქ არ უნდა იყოს წარმოდგენილი დეტალური ტექნიკური აღწერა ან ფუნქციების გრძელი სია. თქვენ გეძლევათ მხოლოდ 30 სიტყვა. კარგი მიდგომა ამ საკითხზე ფიქრისას იქნებოდა, რომ საკუთარი თავისთვის გეკითხათ „როგორ აღწერდა ჩემს სტარტაპს ბიზნეს ჟურნალის რეპორტიორი?“ იფიქრეთ მარტივი ბიზნეს ენით.

2.3 თუ განაცხადს აკეთებთ იგივე იდეით რაც წინა რაუნდზე(რაუნდებზე) გქონდათ წარმოდგენილი, შეცვალეთ რაიმე? (შეზღუდვა 30 სიტყვა)

3. სამიზნე ბაზარი

3.1 ბაზრის შესაძლებლობა და დინამიკა (შეზღუდვა 30 სიტყვა)(Region, Industry)

არსებობს რეალური განსხვავება ბაზრის შედარებასა და ბაზრის ზომას შორის. მიუხედავად იმისა, რომ ორივე მათგანი საინტერესოა, ჩვენ უფრო მეტად გვინტერესებს ბაზრის შესაძლებლობა.

მაგალითად, Tesla-ს გუნდმა დაინახა ბაზრის შესაძლებლობა ელექტრო მანქანებისთვის. მათ დაინახეს, რომ იყო მოთხოვნა მაღალი ხარისხის ელექტრომობილებზე, რომელსაც არსებული მწარმოებლები ვერ აკმაყოფილებდნენ. იმ დროს როცა მათ ეს გააკეთეს ელექტრო მანქანების ბაზარი, მისი საერთო ზომა ძალიან მცირე იყო. მაგრამ მათ დაადგინეს ცვლილება სამომხმარებლო სურვილში / სამომხმარებლო მოთხოვნაში. არსებული გადაწყვეტები (ბენზინი, დიზელი, ჰიბრიდული ბარათები) არ აკმაყოფილებდა მომხმარებელთა მოთხოვნებს. ეს იყო ბაზრის შესაძლებლობა.

ამ ნაწილში სამ ასპექტზე უნდა გამახვილდეს ყურადღება. პირველი - რა შეიცვალა ბაზარზე, რამაც შექმნა შესაძლებლობა. ეს შესაძლოა იყოს ტექნოლოგიური ცვლილება (5G); ეს შესაძლებელია იყოს მომხმარებლის მოთხოვნის ან მოლოდინების ცვლილება (ელექტრო მანქანები); ეს შეიძლება იყოს რეგულაციების ცვლილება (GDPR). მეორე - რამდენად დიდია ეს შესაძლებლობა და რატომ? მესამე - რატომ არის ახლა სწორი დრო, რომ გამოვიყენოთ ბაზრის ეს შესაძლებლობა? ტრადიციული მთლიანი ბაზრის სერვისის და ხელმისაწვდომი ბაზრის ანალიზი ნაკლებად საინტერესოა, ვიდრე ზემოთ მოცემულ სამ კითხვაზე პასუხი.

3.2 აღწერეთ ვინ არიან თქვენი არსებული მომხმარებლები (შეზღუდვა 30 სიტყვა)

მოგვეცით თქვენი მომხმარებლის ძალიან მკაფიო და ლაკონური განმარტება. კლიენტში, ჩვენ ვგულისხმობთ პირს ან ორგანიზაციას, რომელიც აპირებს თქვენს პროდუქტში/სერვისში თანხის გადახდას. იყავით რაც შეიძლება კონკრეტული. არ დაწეროთ "კომპანიები". ჩვენ გვინდა ვიცოდეთ „კომპანიები 500-1000 თანამშრომლით“ ან „საცალო მაღაზიები კვირაში 100000 ლარზე ნაკლები გაყიდვით“ თუ თქვენ ქმნით ბაზრის ადგილს, გთხოვთ აღწეროთ მომხმარებელი/მომხმარებელი ბაზრის ორივე მხარეს.

3.3 თუ ჯერ არ გყავთ არსებული მომხმარებლები, აღწერეთ ვინ არიან თქვენი პოტენციური მომხმარებლები (შეზღუდეთ 30 სიტყვა)

3.4 ჩამოთვალეთ ვინ არიან თქვენი კონკურენტები (შეზღუდეთ 30 სიტყვა)

დარწმუნდით, რომ დაფარეთ როგორც პირდაპირი, ასევე არაპირდაპირი კონკურენტები. პირდაპირი კონკურენტები წყვეტენ იმავე პრობლემას, რასაც თქვენ წყვეტთ ანალოგიურად, არაპირდაპირი კონკურენტები წყვეტენ იმავე პრობლემას, მაგრამ აკეთებენ ამას სხვა გზით. და ყოველთვის არის სხვა კონკურენტი, რომელიც მხოლოდ იმისთვისაა, რომ გააგრძელოს ის საქმიანობა შეუცვლელად, რასაც აკეთებს დღეს.

3.5 რა არის თქვენი კონკურენტული უპირატესობა? (შეზღუდეთ 50 სიტყვა)

ეს არის თქვენი შესაძლებლობა, გაგვიზიაროთ, როგორ აპირებთ ბაზარზე ლიდერობას. რით განსხვავდებით თქვენი კონკურენტებისგან? დიდი შეცდომაა, რომელსაც ადამიანები უშვებენ კონკურენციაზე საუბრისას არის ის, რომ ისინი აცხადებენ, რომ მათ არ ჰყავთ კონკურენტები. გლობალურ კონტექსტში თქვენ ნამდვილად გყავთ კონკურენტები.

ამ შემთხვევაშიც, სასურველია რაოდენობრივ მაჩვენებლებში გამოსახული დასაბუთების წარმოდგენა. იმის მითითება, რომ თქვენი პროდუქტის გამოყენება უფრო ადვილია, ვიდრე ნებისმიერი სხვა კონკურენტის, არ განიხილება, როგორც ფაქტი. მაგალითად, „კონკურენტის ფასი არის 20 ლარი, ხოლო ჩვენი ფასი 10 ლარია. კონკურენტის პროდუქტს ჭირდება 2 საათი ამოცანის შესასრულებლად, ხოლო ჩვენი პროდუქტი ამას 30 წუთში ახერხებს“ .

4. დამფუძნებლები

4.1 ჩამოთვალეთ ვინ არიან კომპანიის დამფუძნებლები - როლი და შესაბამისი გამოცდილება (100 სიტყვის ლიმიტი)

4.2 ვინ წერს კოდს, ან მუშაობს თქვენი პროდუქტის/მომსახურების სხვა ტექნიკურ სამუშაოებზე? (შეზღუდეთ 30 სიტყვა)

4.3 აქვთ თუ არა დამფუძნებლებს ერთად მუშაობის გამოცდილება? (შეზღუდეთ 20 სიტყვა)

4.4 რამდენი ხანია, რაც თითოეული თქვენგანი მუშაობს პროდუქტზე/მომსახურებაზე სრულ განაკვეთზე? (შეზღუდეთ 30 სიტყვა)