

MIT

黃金創業課

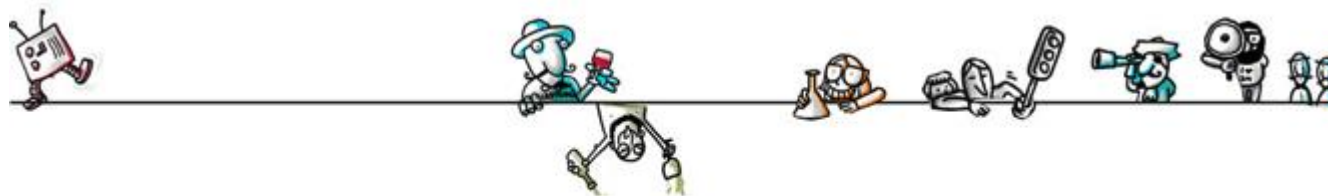
做對**24**步，系統性打造成功企業

比爾·奧萊特

BILL AULET

著

24 STEPS TO A **SUCCESSFUL STARTUP**



開創新事業的**3**個途徑

有構想

有技術

有熱情

例

我想在非洲開一家公司，建立永續經營的商業模式，改善當地人生活。

我有一部機器，可以讓你感受到電腦傳輸的物件(3D物件)

我有一個機械工程學位，可以快速做出你想要的科技裝置原型.....現在，我只想發揮最大影響力運用技能，成為自己的老闆

I have a technological breakthrough!



I have an idea!



I have a passion!



如何做出市場區隔：

A. 腦力激盪



如何做出市場區隔：

B. 限縮



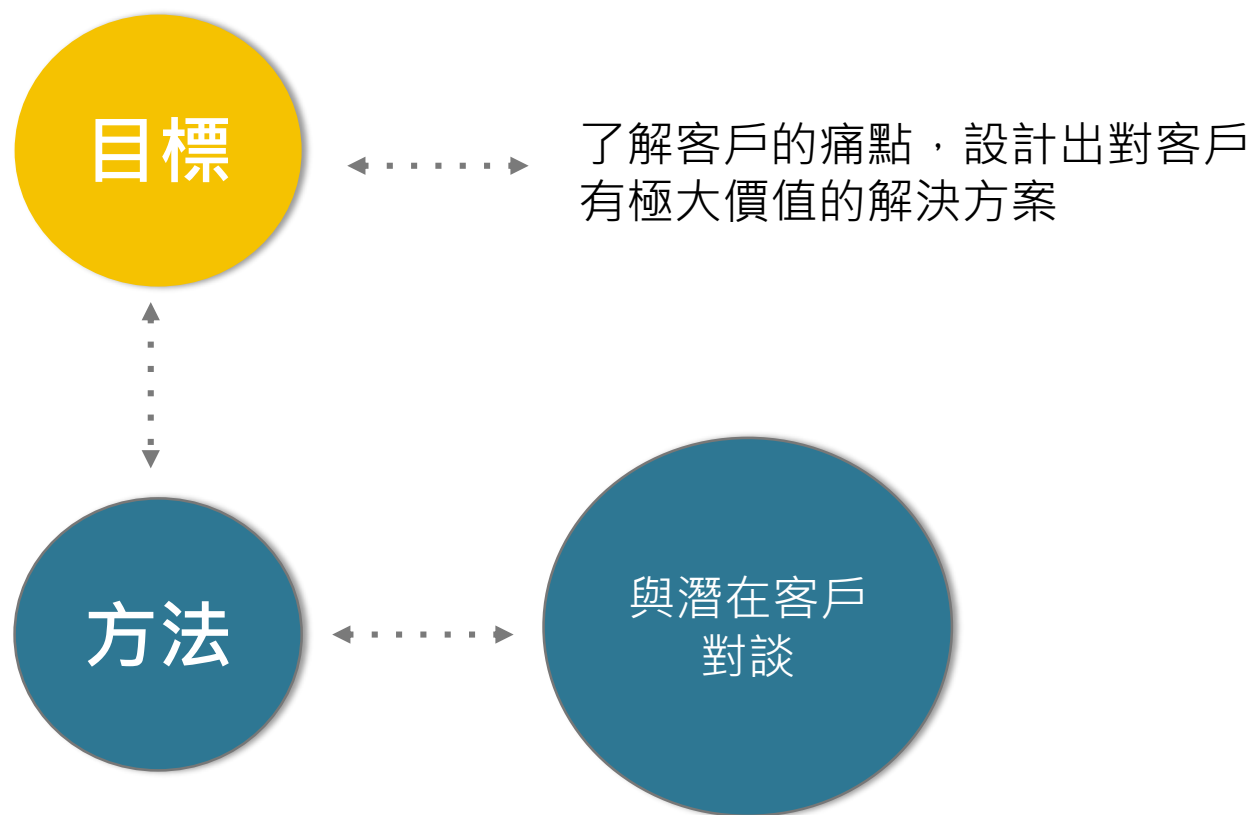
列出6~12個最有意思的市場商機

每一個市場商機裡，要有特定的終端使用者，以及一種或一些應用。

焦點放在特定終端使用者

如何做出市場區隔：

C. 初級市場研究



- ✓ 對他們的需求，不可以有標準答案
- ✓ 他們不一定能告訴你「標準答案」
- ✓ 用「詢問」模式和潛在客戶交談

進一步區隔灘頭堡市場

- **3項條件，定義一個市場**

- ① 市場內所有客戶，都會購買類似產品
- ② 市場內客戶的銷售循環類似，也期待產品以相似的方式提供價值
- ③ 市場內的客戶間有「口碑」，這表示在購買活動上，他們可以成為彼此強力且有價值的參考推薦

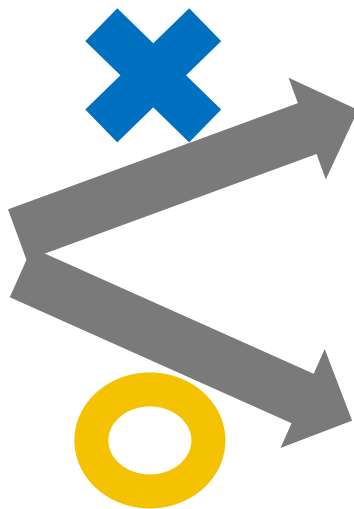
從「有多少終端使用者」
到「營收在哪裡」



價值主張要契合 代言人的優先考量



優先順序:上市時間



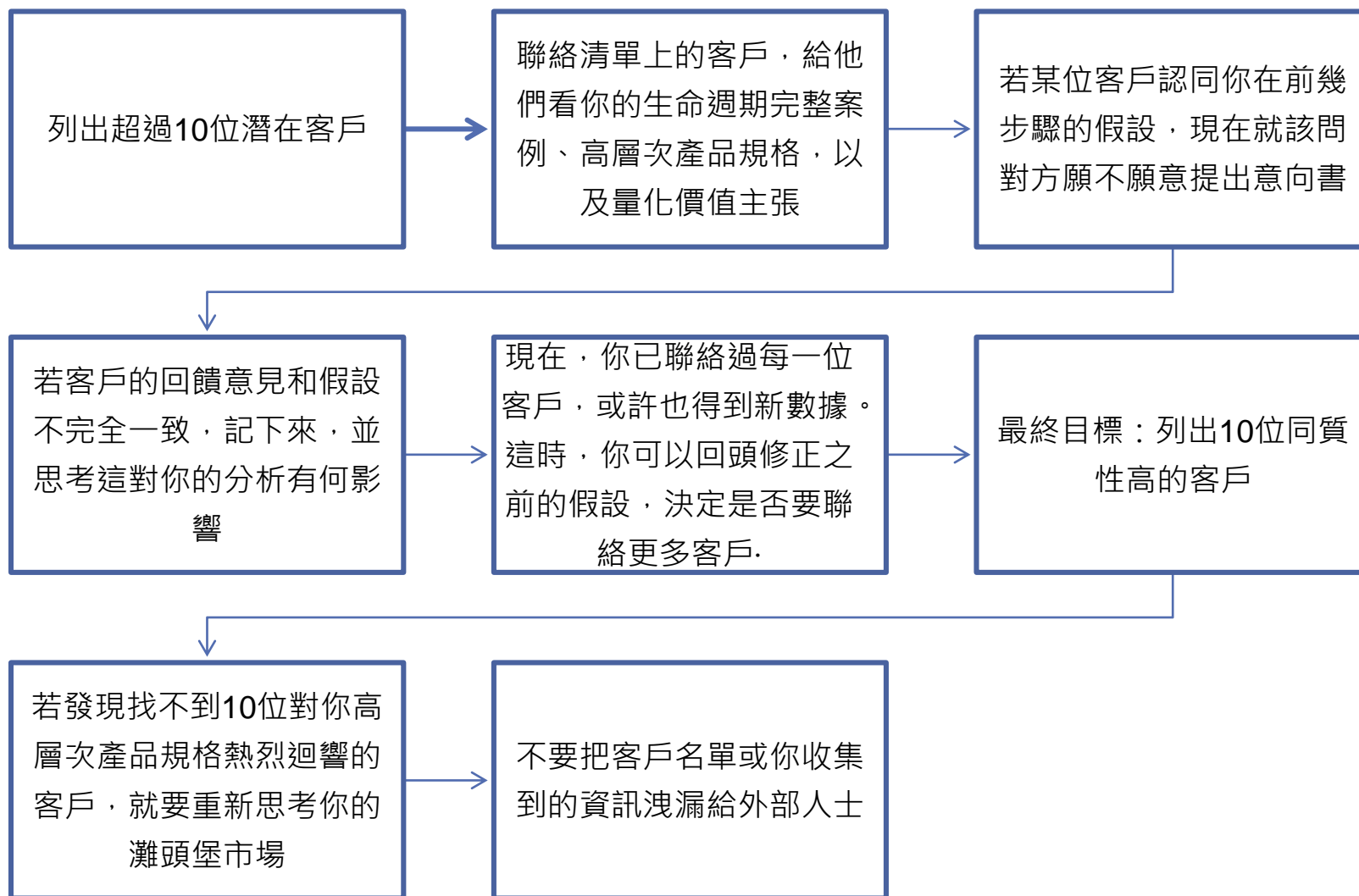
產品價值:降低生產成本

價值主張:「我們每個月可為你省下XXX元」

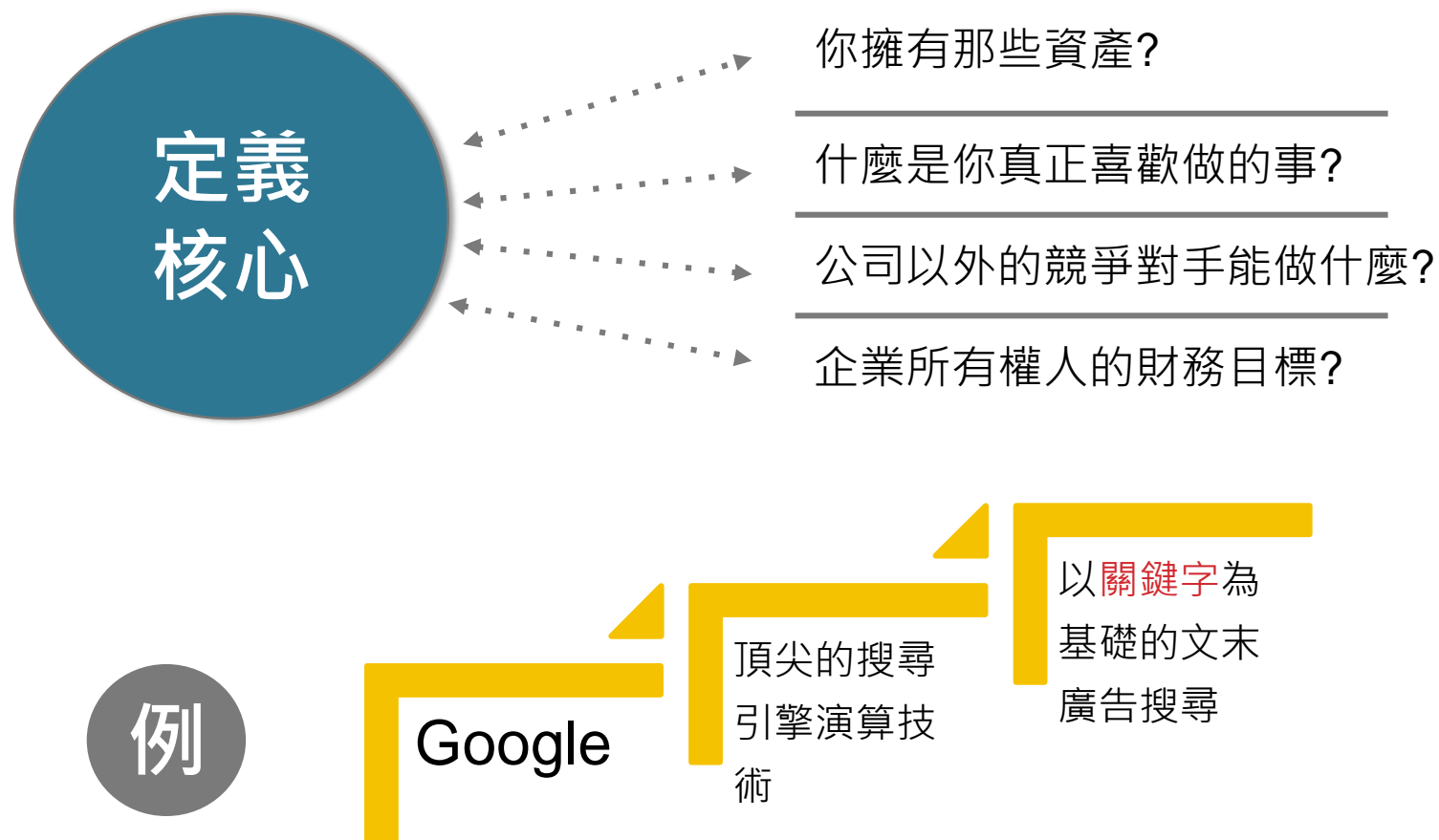


產品價值:縮短上市時間

找出接下來的**10**位客戶



如何定義核心



銷售流程隨時間改變

短期

- 焦點：創造產品需求，並履行產品訂單
- 需要和客戶直接互動，說明價值主張及產品特色
- 投資「業務開發」的直接銷售人員

中期

- 焦點：履行訂單，留住現有客戶
- 需要經銷商或加值型轉售商，來服務遠端市場或小型客戶
- 成本極高的業務人員，可聚焦在終身價值較高的大型客戶

長期

- 焦點：履行客戶訂單，必要時持續執行客戶管理
- 一旦競爭對手加入市場，他們也會影響你的所作所為

最基本可行的商業產品**3**條件

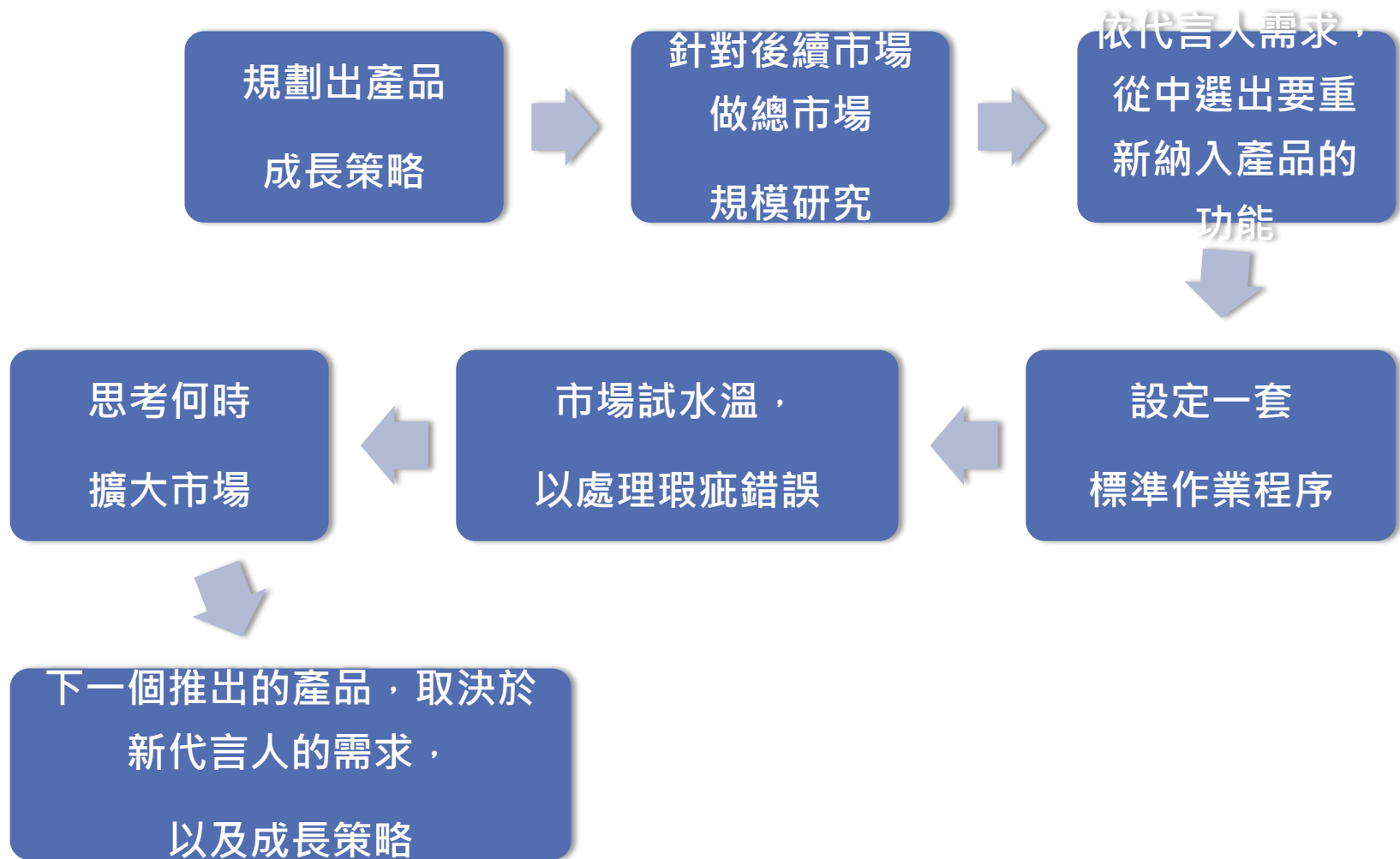
要擁有一項最基本可行的商業產品，
需具備**3**大核心元素

客戶能從使用產品獲得價值

客戶會付錢購買產品

啟動客戶回饋循環：客戶可以協助你
來回修改，開發出愈來愈好的產品

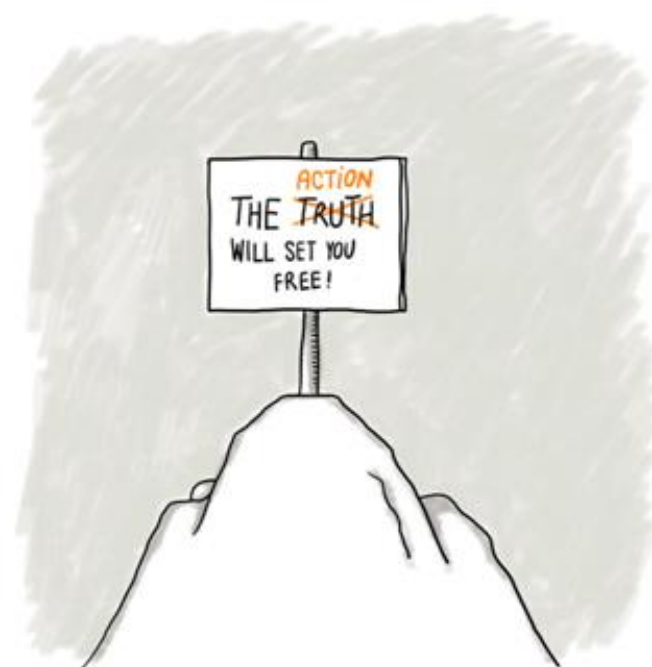
發展產品計畫



恭喜你做到了！

但隨著你業務的擴展，你也要多瞭解很多其他面向

- ① 打造企業文化
- ② 選擇創業團隊
- ③ 促成團隊的成長與壯大（人力資源流程）
- ④ 發展產品
- ⑤ 推銷與執行銷售
- ⑥ 服務客戶，打造客服流程
- ⑦ 培養財務實力與管理現金流
- ⑧ 籌募資金以擴大營業
- ⑨ 事業領導力與擴大業務規模
- ⑩ 建立良好的公司治理制度，並善加利用



趕快啟動您的
創業基因吧!

