

Pre-akceleravimo programos organizacinis vadovas

2020 - 11 - 23



Kuriame
Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

Projektas finansuojamas Europos regioninio plėtros fondo lėšomis.
01.2.1-LVPA-V-842 Inogeb LT. Startuolių platformos/aplinkos - technologijų uosto (TechHub) vystymas ir plėtra
įtraukiant studentus, mokslininkus ir verslo atstovus

Turinys

1. Programos tikslai, auditorijos ir vertės pasiūlymas	6
1.1. Pagrindiniai TechHub tikslai ir uždaviniai	6
1.2. TechHub pagrindinė veikla	6
1.3. Lūkesčiai programą baigusią startuolių gebėjimams	7
1.4. Programos tikslinės auditorijos	8
1.5. Vertės pasiūlymas dalyviams	12
1.5.1. Aplikuojančio startuolio poreikių ir lūkesčių supratimas	13
1.5.2. MITA TechHub vertės pasiūlymas	14
1.6. Pagrindinių pre-akceleravimo programos etapų aprašymas	16
2. Kvietimo ir atrankos procedūros	18
2.1. Siūlomos rinkodaros veiklos ir laiko juosta.	18
2.2. Kvietimo į programą įrankiai	23
2.2.1. Internetinė svetainė skatinanti lankytojus aplikuoti į programą	23
2.2.2. Vieno ciklo pristatymo puslapio koncepcinis brėžinys	25
2.2.3. Registracijos į programą forma	26
2.2.4. Kvietimas teikti paraiškas su aiškiai nurodytomis sąlygomis	29
2.3. Pareiškėjų atrankos procesas ir laiko juosta	31
2.4. Atrankos ir vertinimo kriterijai	33
2.4.1. Ekspertinis vertinimas	34
2.4.2. Startuolių atranka individualių pokalbių būdu.	36
3. Programos struktūra, vertinimas ir tęstinumas	38
3.1. Programos struktūra ir temų planas	38
Savaitė Nr. 1. Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas	39
Savaitė Nr. 2. Verslo modelis ir pagrindinės rizikos	41
Savaitė Nr. 3. Stiprios komandos kūrimas	43
Savaitė Nr. 4. Tikslinis klientas ir rinkos dydis	45
Savaitė Nr. 5. Konkurentų analizė	47
Savaitė Nr. 6. Minimaliai perspektyvus produktas	48
Savaitė Nr. 7. Produkto ir rinkos tinkamumas	50
Savaitė Nr. 8. Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas	51
Savaitė Nr. 9. Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai	53
Savaitė Nr. 10. Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas	54
Savaitė Nr. 11. Startuolio augimo varikliai ir metrikos	56
Savaitė Nr. 12. Verslo idėjos pristatymas investuotojams	58
3.2. Gairės atrinktiems programos dalyviams skatinti bei skatinimo metodai	61

3.3. Programos baigimo kriterijai ir galutinių pristatymų vertinimas, vertinimo kriterijai	61
3.4. Tolimesnio dalyvių skatinimo po programos pabaigos potencialių veiklų aprašymas	62
3.5. Programos periodinio kokybės vertinimo kriterijai ir apklausų anketos	63
Priedai	65
Priedas Nr.1. Dalyvavimo programoje sutarties šablonas įmonėms	65
Priedas Nr.2. Dalyvavimo programoje sutarties šablonas fiziniams asmenims	71
Priedas Nr.3. Startuolio steigėjų susitarimas	76
Priedas Nr.4. Intelektinės nuosavybės apsaugos (konfidencialumo) sutarties šablonas	80
Priedas Nr.5. Siūlomų mentorių sąrašas pagal programos temas	82
Priedas Nr.6. Programos dalyvių savaitinės apklausos klausimynas	86
Priedas Nr.7. Dalyvių apklausos po programos baigimo klausimynas	88
Priedas Nr.8. Mentorių apklausos klausimynas	91
Priedas Nr.9. Investuotojų apklausos klausimynas	94
Priedas Nr. 10. Startuolio progreso įvertinimo šablonas (pildo mentorius)	97

Santrauka

Ši pre-akceleravimo programa yra specialiai sukurta ankstyvos stadijos startuoliams. Dalyvavimas programoje suteikiamas kaip de minimis pagalba, todėl startuoliams dalyvavimas programoje nekainuos, o taip pat nereikės ir atiduoti dalies akcijų.

Programoje startuolių steigėjai lankys seminarus ir praktines dirbtuves, atliks praktines užduotis, turės individualius susitikimus su lektorais ir paskirtais mentorais. Programos pabaigoje startuoliai pristatys savo verslo idėjas potencialiems investuotojams, dirbantiems Lietuvos startuolių ekosistemoje. Šios programos metu padėsime startuoliams pasiekti penkis pagrindinius tikslus ir pasiruošti investicijų pritraukimui.

1. Apibrėžta startuolio idėja ir verslo modelis.

Steigėjai pradės nuo LEAN drobės kaip savianalizės priemonės ir apibūdins pradinę verslo idėją. Jie išgrynins verslo idėją ir modelį bei jų realizavimą glausta ir lengvai suprantama forma.

2. Komanda surinkta ir pasirengusi intensyviam darbui.

„TechHub“ pre-akceleravimo programa padės sukurti stiprią komandą, surandant bendrasteigėjus steigėjų ir derinant jų interesus. Net jei konkretus startuolis programos metu neras reikalingų komandos narių, steigėjai turės konkrečiai išgrynintas komandos narių pareigybes ir atsakomybes bei pradės formuoti stiprią komandą.

3. Produkto tinkamumas rinkai pasiektas arba bent jau pakeliui.

Ši programa padės steigėjams išbandyti savo startuolio idėją ir verslo modelį realioje rinkoje. Steigėjai sužinos, kaip pakeisti verslo modelio (LEAN drobės) prielaidas faktais ir patikimais duomenimis. Atlikdami praktines užduotis, steigėjai sužinos, ar jų idėja yra ko verta ir kaip ją atnaujinti, kad padidėtų sėkmės tikimybė.

4. Nustatomi galimi augimo varikliai ir pagrindiniai rodikliai.

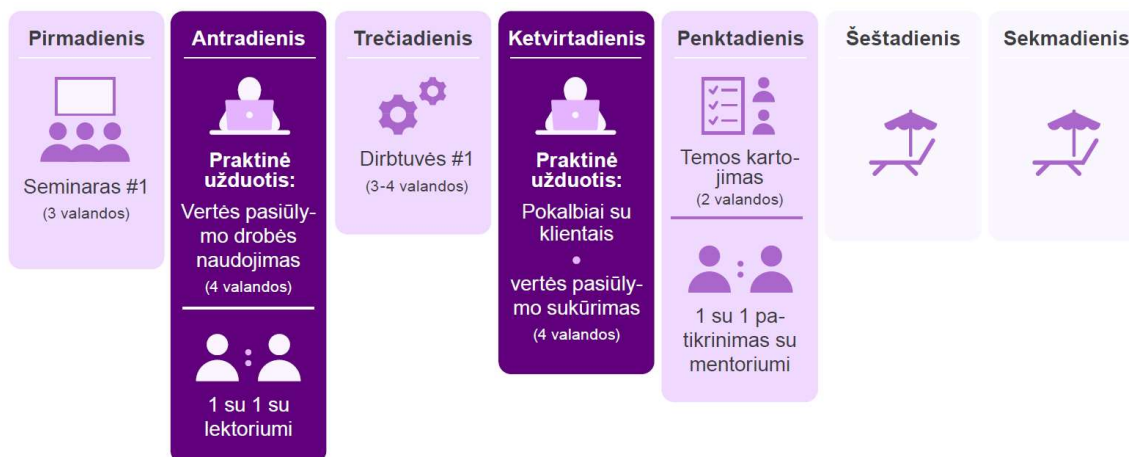
EkspONENTINIO augimo galimybė yra būtina kiekvienam tikram startuoliui. Šios programos metu startuoliai atras skirtingus augimo variklius ir pagrindinius rodiklius, kaip įvertinti sėkmę ir faktinį augimą. Prieš pradėdami investuotojų paiešką ir lėšų pritraukimą, steigėjai turės aiškų supratimą, kaip jų startuolis galėtų greitai augti ir kaip objektyviai matuoti progresą.

5. Startuoliai pasirengę prisistatyti investuotojams

Baigę šią programą, startuolių įkūrėjai:

- žinos, kiek pinigų ir kokiam tikslui jiems reikia;
- koks investuotojas geriausiai tiktų ir kur jų ieškoti;
- turės galimybę pristatyti savo startuolio idėją investuotojams Lietuvoje.

Programa trunka 12 savaičių ir susideda iš 12 temų. Kiekvieną pirmadienį startuolių steigėjai dalyvaus seminaruose ir kiekvieną ketvirtadienį vyks praktinės dirbtuvės ta pačia tema. Kiekvienas programos dalyvis turės visai programos trukmei paskirtą mentorų. Mentorai teiks individualias konsultacijas atliekant praktines užduotis ir tuo pačiu stebės startuolių progresą.



Norėdami sėkmingai baigti „TechHub“ pre-akceleravimo programą, steigėjai turės pateikti kiekvienos praktinės užduoties rezultatus paskirtam mentoriumi ir gauti patvirtinimą, kad užduotys įvykdytos. Tačiau tikrasis įvertinimas vyks realios rinkos sąlygomis - startuoliai prisistatys potencialiems investuotojams, kurie juos ir vertins. Šios programos tikslas yra padėti steigėjams pasiruošti tam momentui. Praktinių užduočių ir namų darbų tikslas – padėti startuoliams susiformuoti „rinkinį investuotojams“ - segtuvą duomenų ir dokumentų, padėsiančių efektyviau pristatyti verslo modelį investuotojams. Šį rinkinį gali sudaryti pristatymo skaidrės (*angl. pitchdeck*); išsamus konkurentų produktų ar technologijų palyginimas – pavyzdžiui, lyginant produktų techninių parametrų dokumentaciją; panašių startuolių pritrauktos investicijos, augimo dinamika ir sėkmingo pasitraukimo iš investicijos (*angl. successful exit*) pavyzdžiai; potencialių pirkėjų ketinimų protokolai arba įvykdytų pardavimų įrodymai; patentavimo paraiškos ir/ar gauti patentai. Toks rinkinys ženkliai paspartina ir dalinai palengvina patikros procesą (*angl. due-dilligence*) iki galutinio sprendimo investuoti ar neinvestuoti priėmimo.

Startuolių steigėjams baigus programą, tolesnis skatinimas bus teikiamas keliais skirtingais būdais ir formomis:

1. **Absolventų (Alumni) klubas.** Visi programos absolventai bus pakviesti prisijungti prie grupės ir joje bendrauti užduodant klausimus, prašant pagalbos, dalijantis savo pasiekimais ir kitomis svarbiomis naujienomis. Tai galėtų būti efektyvus komunikacijos kanalas, skirtas dalytis svarbia informacija ir su programos absolventais (t. y. naujos paramos, subsidijų galimybės, renginiai, susitikimai su investuotojais ir kt.).
2. **Kvietimas į pradinius renginius.** Visi ankstesnių kvietimų absolventai turėtų būti pakviesti sudalyvauti pradinuose renginiuose, kuriuose susirenka nauji startuolių įkūrėjai ir talentai. Tai būtų papildoma galimybė programos absolventams rasti naujų talentų (darbuotojų ar bendrasteigėjų), o taip pat pasidalinti savo iššūkiais ir sėkmės istorijomis, taip motyvuojant ką tik prisijungusius prie programos startuolių įkūrėjus.
3. **Teminiai susitikimai.** Kiekvienas susitikimas galėjo spręsti skirtingas startuolių plėtros problemas ir iššūkius, skirtingi svečiai galėjo būti pakviesti pasidalinti savo žiniomis ir pateikti keletą patarimų startuolių įkūrėjams. Programos absolventai bus kviečiami prisijungti prie tokių renginių kaip dalyviai, o kartais ir kaip pranešėjai, pasidalinti pasiekimais ir patirtimi.
4. **Sėkmės istorijų dalijimasis.** Jei bus reikšmingų pasiekimų, šias istorijas galima panaudoti pranešimuose spaudoje ir kitoje viešųjų ryšių veikloje. Startuoliams taip būtų suteiktas papildomas viešumas ir prekės ženklo žinomumas, o pre-akceleravimo programa turėtų įdomių sėkmės istorijų.

5. **Prisistatymas investuotojams.** Individualiai atrinkti ankstesnių kvietimų startuoliai turės papildomą galimybę prisistatyti investuotojams kartu su kito kvietimo programos absolventais. Tokia galimybė leis palaikyti ryšį su startuoliais ir gauti naujienų apie jų pažangą.

Programos nuolatinis kokybės vertinimas bus atliekamas remiantis trijų skirtingų šalių atsiliepimais:

1. **dalyviai** (startuolių įkūrėjai) - kokius lūkesčius jie turėjo prieš programą ir kaip juos tenkina procesas bei rezultatas;
2. **mentoriai ir dėstytojai** - kas labiausiai skatina startuolių įkūrėjus labiau stengtis ir dėti daugiau pastangų; su kokiais pagrindiniais iššūkiais jie susidūrė programos metu; kurios užduotys buvo sunkiausios pradedantiesiems; kokių papildomų temų gali prireikti; kurias užduotis ir kaip reikėtų atnaujinti;
3. **investuotojai** - kokia jų nuomonė apie startuolių potencialą, taip pat pasirengimą rinkai ir investicijoms; kokie trūkumai turėtų būti pašalinti kitame programos kvietime.

1. Programos tikslai, auditorijos ir vertės pasiūlymas

Prieš kuriant pre-akceleravimo programą, svarbu aiškiai apibrėžti jos viziją, misiją, tikslus, pagrindines vertybes ir 2–5 metų (ar ilgesnę) viziją. Gerai pagrįsti tokią viziją šiais kriterijais:

- koks yra minimalus / optimalus / maksimalus pre-akceleravimo programos tikslas ir padėtis vietos startuolių ekosistemoje? Įskaitant augimo potencialą ir tolesnę programos plėtrą;
- pareiškėjų skaičius, teminė apimtis ir kokybė;
- pasiūlymo dalyviams pridėtinė vertė ir kokybė. Kaip komandos tobulės dalyvaudamos programoje?;
- mentorių ir lektorių skaičius ir kokybė;
- partnerių tinklas ir jų indėlio kokybė;

Misija ir vertybės daugumoje pre-akceleratorių yra panašios - paspartinti įmonių plėtrą pasitelkiant mentorystę, ryšių mezgimąsi, prieigą prie išteklių. Tai gali šiek tiek skirtis, atsižvelgiant į organizuojančiosios organizacijos tikslus - investicijų grąžą ir sandorių srautą (*angl.* dealflow) (jei organizatorius - rizikos kapitalo fondas); įgyti inovacijas arba spręsti problemas (įmonių pre-akceleratoriai); remti, plėtoti ir stiprinti startuolių inovacijų ekosistemą (viešojo sektoriaus pre-akceleratoriai).

Pagrindinės MITA TechHub vertybės turėtų padaryti pasiūlymą patrauklesnį startuoliams, pavyzdžiui:

- programa grįsta pasiteisinusiu pre-akceleravimo modeliu ir įmonių auginimo planu;
- kompetentingi ir patyrę mentoriai;
- geri veiklos rezultatai (*angl.* track record);
- kokybiškas kontaktų ratas ir „durų atidarymas“ potencialiems investuotojams;
- nėra / mažai biurokratijos.

1.1. Pagrindiniai TechHub tikslai ir uždaviniai

- TechHub platformoje sukurti prielaidas integruotam ankstyvojo etapo inovatyvių verslo idėjų vystymui, intensyviai pradedančiųjų įmonių augimui ir tvariam verslumo ekosistemos vystymui;
- Padidinti supratimą apie TechHub platformoje kuriamas ir vystomas inovacijas ir skatinti verslumo kompetencijų patrauklumą.

1.2. TechHub pagrindinė veikla

TechHub platformoje sukurti prielaidas integruotam ankstyvojo etapo inovatyvių verslo idėjų vystymui, intensyviai pradedančiųjų įmonių augimui ir tvariam verslumo ekosistemos vystymui(-si). Teikti profesionalias, tarptautinio lygio verslo vystymo, mentorystės ir verslo plėtros rėmimo paslaugas inovuojančioms startuolių komandoms, vystančioms aukštą pridėtinę vertę kuriančius produktus ir paslaugas. Programos veikla, vykdoma naudojant naujoviškus metodus ir įvairias kūrybiškumo bei verslumo mokymo formas, sukurs inkubavimo ir akceleravimo sąlygas, kurios leis inovatyvioms idėjoms užaugti per trumpiausią įmanomą laiką.

Viena iš pagrindinių TechHub veiklų yra viešinti programos metu sukurtas ir išvystytas inovacijas ir skatinti verslumo patrauklumą. Nuosekliai ir sistemingai informuoti visuomenę apie verslumo ekosistemos sėkmės istorijas, pre-akceleruojamas idėjas, jų taikymą ir naudą visuomenei.

Lietuvos inovacijų ekosistemoje MITA TechHub projektas galėtų siekti tapti

pirmaujančių startuolių pre-akceleravimo „kompetencijos centru“, apjungiančiu kritinę aukščiausios kokybės išteklių ir paslaugų masę.

MITA TechHub

Inkubavimo infrastruktūra ir paslaugos

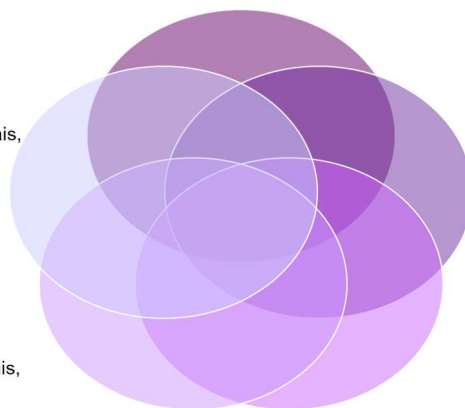
Tikslas: suplanuoti ir įgyvendinti inkubavimo paslaugas TechHub dalyviams partnersčių su šių paslaugų teikėjais pagrindu.

MTEP ir kt. institucijų glaudesnis bendradarbiavimas

Tikslas: glaudesnis bendradarbiavimas su ministerijomis, savivaldybėmis, universitetais, tyrimų centrais.

Tinklaveika, tarptautiškumas, CEE/EU augimas

Tikslas: naujos tarptautinės ir vietinės partnerystės, ypač su pramonės įmonėmis, inkubatoriais/akceleratoriais, inovacijų tinklais.



Pre-akceleravimo paslaugos

Tikslas: standartizuoti pre-akceleravimo veiklas per efektyvią metodologiją, paspartinti startuolių akceleravimo greitį ir kokybę.

Investicijų pritraukimas

Tikslas: >20 investicijų į pre-akceleruotus startuolius (iki 2023) iš viešų ir/ar privačių šaltinių.

Rekomenduojami pagrindiniai TechHub pre-akceleravimo programos veiklos našumo rodikliai (*angl.* Key Performance Indicators / KPIs):

- 6 mokymų ciklai; 3 mėnesių vieno ciklo trukmė; 20 pre-akceleruojamų startuolių įmonių / komandų cikle.
- 12 verslo vystymo ir plėtros ar panašių temų cikle.
- 20 valandų dalyvavimo per savaitę startuoliams ciklo metu.
- Iš viso 120 pre-akceleruotų startuolių per 6 ciklus
- 30 dalyvių vizitų į renginius, susitikimus ir 30 dalyvių vizitų į akceleratorius ES šalyse
- sukurta ir (arba) įdiegta 100 inovacijų.

1.3. Lūkesčiai programą baigusią startuolių gebėjimams

TechHub pre-akceleravimo programa skirta padėti startuolių įkūrėjams sustiprinti penkis pagrindinius gebėjimus ir būti pasirengusiems pritraukti investicijas ir toliau akceleruotis:

1. Apibrėžti startuolio idėją ir verslo modelį.

Pradėkite nuo LEAN drobės kaip savęs įsivertinimo priemonės. Apibūdinkite savo pradinę verslo idėją ir atraskite savo verslo modelio spragų. Jūsų startuolio idėja ir verslo modelis bus pateikti susisteminta, glausta ir lengvai suprantama forma.

2. Surinkti komandą ir ją parengti „maratonui“.

TechHub pre-akceleravimo programa padeda suburti stiprią komandą, ieškant steigėjų ir suderinant jų interesus. Net jei kai kurie programos dalyviai neras reikalingų komandos narių pre-akceleravimo ciklo metu, jie turėtų bent jau: apsibrėžti vaidmenis komandos viduje, susitarti dėl atsakomybių ir taip padėti tvirtus pagrindus pilnai komandai ateityje.

3. Būti patikrinus produkto tinkamumą rinkai arba bent jau gebėti tai daryti.

Ši programa padės išbandyti savo startuolio idėją ir verslo modelį realioje rinkoje. Sužinosite, kaip pakeisti verslo modelio prielaidas (LEAN drobę) faktais ir patikimais

duomenimis. Atlikdami praktines užduotis sužinosite, ar jūsų idėja kažko verta ir kaip ją atnaujinti, kad padidintumėte sėkmės tikimybę. Steigėjai žino, kaip gauti rezultatus ir dirba.

4. Augimo variklių ir pagrindinių rodiklių identifikavimas.

Eksponentinio augimo galimybė yra būtina kiekvienam tikram startuoliui. Šios programos metu jūs atrasite skirtingus augimo variklius ir pagrindines metrikas, kaip įvertinti savo startuolio sėkmę ir faktinį augimą. Prieš pradėdami kreiptis dėl finansavimo ir pritraukti investuotojus, turėsite aiškų vaizdą apie tai, kaip greitai galite išplėsti savo veiklą ir kaip įvertinti tai, kas iš tikrųjų svarbu.

5. Gebėjimas ir pasirengimas užtikrintam susitikimui su investuotojais.

Baigę šią pre-akceleravimo programą, jūs:

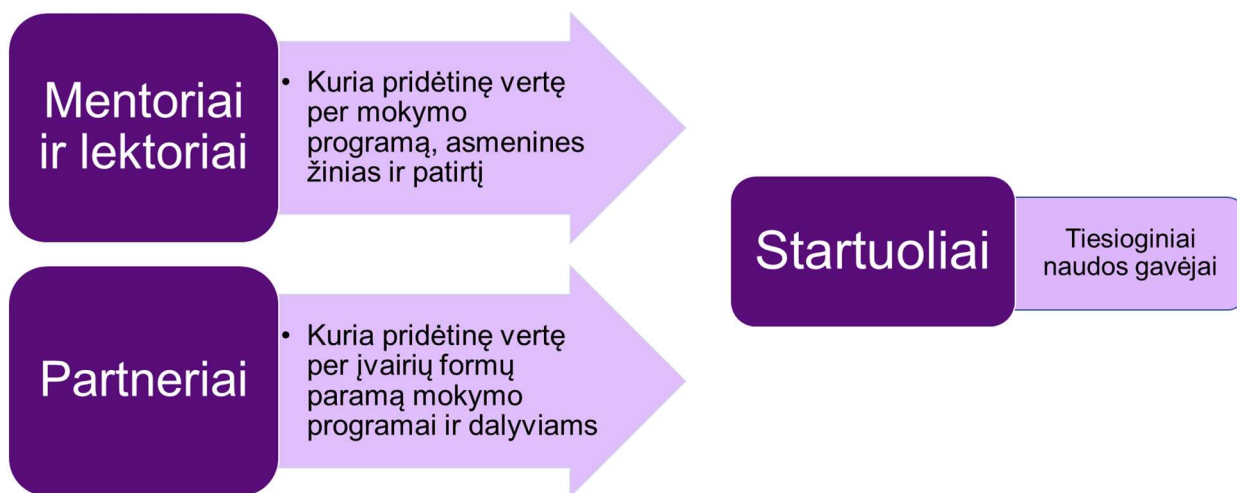
- žinosite, kiek pinigų reikia ir kokiam tikslui;
- koks investuotojo tipas geriausiai tinka jūsų startuoliui ir kur jo ieškoti;
- turėsite paruoštą investavimo pristatymą ir puikių patarimų, kaip prezentuoti užtikrintai.

12 temų apie ankstyvą verslo plėtrą būtų (1 savaitė kiekvienai temai):

Tema Nr.	Tema
1	Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas
2	Verslo modelis ir pagrindinės rizikos
3	Stiprios komandos kūrimas
4	Tikslinis klientas ir rinkos dydis
5	Konkurentų analizė
6	Minimalus gyvybingas produktas
7	Produkto tinkamumas rinkai
8	Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas
9	Intelektinės nuosavybės apsaugos teisiniai aspektai
10	Įėjimo į rinką strategija
11	Startuolio augimo varikliai ir rodikliai
12	Finansavimo šaltiniai ir investuotojų pritraukimas

1.4. Programos tikslinės auditorijos

Norint sėkmingai ir efektyviai įgyvendinti TechHub pre-akceleravimo programą, labai svarbu nustatyti pagrindinius ekosistemos veikėjus ir juos įtraukti į veiklas. Svarbiausia auditorija yra startuoliai - programos dalyviai. Žemiau apibrėžtos 3 tikslinės auditorijos, kurių įsitraukimas reikalingas sėkmingai pre-akceleravimo programai.



Startuoliai

Startuoliai yra didžiausia tikslinė auditorija ir pagrindiniai programos naudos gavėjai. Startuoliai esti skirtingų išsivystymo lygių, idėjų, prototipų ar produktų išbaigtumas skiriasi. Priėjimo prie šių asmenų/juridinių vienetų būdai ir kanalai skiriasi. Žemiau apžvelgti potencialūs TechHub dalyviai.

1) Nuolatiniai ekosistemos dalyviai (pradedantieji, verslininkai, ekosistemos entuziastai ir dalyviai) – lengvai pasiekiami ir įtraukiami į veiklas. Paprastai žino apie pre-akceleravimo programas, jų turinį ir veiklą. Įprastai dirba turėdami patikrintą idėją, produktą arba validuodami sekančią „milijono vertės“ idėją.

Galima rasti: ekosistemos renginiuose; inkubuojamų įmonių sąrašuose mokslo ir technologijų parkuose; teminiuose renginiuose ir konferencijose; bendradarbybės erdvėse; inkubatoriuose;

Šaltiniai Lietuvoje:

- „Startup Lithuania“ duomenų bazė (<https://www.startuplithuania.com/startup/>)
- „Unicorns.lt“ duomenų bazė (<https://unicorns.lt/companies>)
- Ankstesnių MITA renginių ir programų dalyvių sąrašai.

Technikos parkai, bendradarbybės erdvės, inkubatoriai

- Šiaurės miestelio technologijų parkas
- Klaipėdos mokslo ir technologijų parkas
- Kauno mokslo ir technologijų parkas
- Visorių informacinių technologijų parkas
- Saulėtekio slėnio mokslo ir technologijų parkas
- VŠĮ „Mokslo ir technologijų parkas“
- Panevėžio mokslo ir technologijų parkas
- Fizikos instituto mokslo ir technologijų parkas
- Vilnius Tech Park
- Bendradarbybės centrai „Spiečius“ (Alytuje, Šiauliuose, Tauragėje, Panevėžyje, Klaipėdoje, Kėdainiuose, Marijampolėje)
- Klaipėda Lighthouse coworking
- Baltic tech park
- Blockchain Centre Vilnius
- Business Hive Vilnius
- ISM Innobase
- KTU Startup Space
- Mobility Innovation Center
- Rockit Vilnius
- SEB verslo akceleratorius
- Talent Garden Vilnius
- Vilnius Tech Linkmenų fabrikas
- Vilniaus universiteto Biotechnologijų verslo inkubatorius
- AltSpace kūrybinių industrijų namai
- Kūrybinių industrijų centras Pakrantė

- Regus bendradarbystė Vilnius
- Inovatorių slėnis
- Bendradarbystės erdvė work'inn Saulėtekio slėnyje.
- „Redakcija“ bendradarbystės erdvė, Kaunas
- Work'inn, Vilnius
- Monday Office, Vilnius
- Atviros Metalo Dirbtuvės, Vilnius
- Business Hive, Vilnius
- NVO Avilyš, Vilnius
- Fridge, Vilnius
- Space Works, Vilnius
- Workaholic, Vilnius
- Workland Gedimino, Vilnius
- Rise Vilnius
- Uma workspace – GO9, Vilnius
- Uma workspace – Ozas, Vilnius
- Telia HUB, Vilnius
- Coffice, Vilnius
- Wolfspace, Vilnius
- Altospace – Islandijos, Vilnius
- Martyno Mažvydo biblioteka, Vilnius
- Švitrigailos11, Vilnius
- Evolution, Vilnius
- B easy, Vilnius
- SEPT, Vilnius
- Talent Garden, Kaunas
- Happspace Arka, Kaunas
- Pixel HUB, Kaunas
- Nextury HUB, Kaunas
- Design Friends, Kaunas
- Happspace Fontanas, Kaunas
- Happspace Bankas, Kaunas
- Maker space, Kaunas

Startuolių ekosistemos grupės ir/ar pasiekimo kanalai internete:

MITA - <https://www.facebook.com/Mita.inovacijos>

Startup Lithuania - <https://www.facebook.com/startuplithuania>

Lietuvos startuoliai - <https://www.facebook.com/groups/LTStartups/>

Verslas nuo nulio - <https://www.facebook.com/365DIENOSVERSLE/>

Nuo hobio iki verslo - <https://www.facebook.com/groups/818892788312077>

Vilnius Startups - <https://www.linkedin.com/groups/6806238/>

Vilnius Tech Park <https://www.facebook.com/vilniustechpark>

Internship @ LT Startups <https://www.facebook.com/groups/internLTstartups>

LT startups community <https://www.facebook.com/groups/397122950315503>

Startupas <https://www.facebook.com/groups/1337753903086762>

Lietuvos inovacijų centras <https://www.facebook.com/lietuvosinovacijucentras/>

HUB Vilnius <https://www.facebook.com/HubVilnius/>

Fintech Lithuania <https://www.facebook.com/groups/fintechlithuania/>

AI Lithuania <https://www.facebook.com/groups/artificialintelligence.lt/>

- 2) **Studentai** (universitetai, kolegijos) - skaitlingiausia grupė, kurianti daug inovacijų ir turinti pre-akceleravimo potencialą. Lengvai pasiekiami, tačiau sunkiau įtraukti į veiklas nei startuolius. Pre-akceleravimo veikla gali būti organizuojama lygiagrečiai bakalauro / magistro / daktaro disertacijos pateikimui.

Galima rasti: universitetuose, kolegijose.

Šaltiniai Lietuvoje (per „LamaBPO“):

Universitetai

- Balstogės universiteto filialas (BU FV)
- Europos humanitarinis universitetas (EHU)
- Generolo Jono Žemaičio Lietuvos karo akademija (LKA)
- ISM Vadybos ir ekonomikos universitetas (ISM)
- Kauno technologijos universitetas (KTU)
- Kazimiero Simonavičiaus universitetas (KSU)
- Klaipėdos universitetas (KU)
- LCC tarptautinis universitetas (LCC)

- Lietuvos muzikos ir teatro akademija (LMTA)
- Lietuvos sporto universitetas (LSU)
- Lietuvos sveikatos mokslų universitetas (LSMU)
- Mykolo Romerio universitetas (MRU)
- Šiaulių universitetas (ŠU)
- Vilniaus dailės akademija (VDA)
- Vilniaus Gedimino technikos universitetas (VGTU)
- Vilniaus universitetas (VU)
- Vytauto Didžiojo universitetas (VDU)

Kolegijos

- Alytaus kolegija (AK)
- Kauno kolegija (KK)
- Kauno miškų ir aplinkos inžinerijos kolegija (KMAIK)
- Kauno technikos kolegija (KTK)
- Klaipėdos valstybinė kolegija (KVK)
- Kolpingo kolegija (KOK)
- Lietuvos aukštoji jūreivystės mokykla (LAJM)
- Lietuvos verslo kolegija (LTVK)
- Marijampolės kolegija (MK)
- Panevėžio kolegija (PK)
- Socialinių mokslų kolegija (SMK)
- Šiaulių valstybinė kolegija (ŠVK)
- Šv. Ignaco Lojolos kolegija (ILK)
- Tarptautinė teisės ir verslo aukštoji mokykla (TTVAM)
- Utenos kolegija (UK)
- Vilniaus dizaino kolegija (VDK)
- Vilniaus kolegija (VK)
- Vilniaus technologijų ir dizaino kolegija (VTDK)
- Vilniaus verslo kolegija (VVK)

3) Tyrėjai ir dėstytojai - reikšminga aukštos kvalifikacijos ir techniškai kompetentingų žmonių grupė. Paprastai trūksta bent dalies ir/ar tam tikrų verslumo įgūdžių. Norint pritraukti, reikia įdėti vidutiniškai pastangų. Dėl esamų įsipareigojimų, jiems sunku dalyvauti pre-akceleravimo mokymo programose, nes dažniausiai užsiima mokymu, moksliniais tyrimais ir plėtra, projektine veikla.

Galima rasti: universitetuose, kolegijose.

Šaltiniai Lietuvoje: be MTEP institutų, veikiančių 2 skirsnyje išvardytose institucijose, tai pat veikia šie nacionaliniai MTEP institutai:

- Gamtos tyrimų centras
- Lietuvių kalbos institutas
- Lietuvių literatūros ir tautosakos institutas
- Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas
- Lietuvos agrarinių ir miškų mokslų centras
- Lietuvos energetikos institutas
- Lietuvos istorijos institutas
- Lietuvos kultūros tyrimų institutas
- Lietuvos socialinių tyrimų centras
- Lietuvos teisės institutas
- Nacionalinis vėžio institutas
- Valstybinis mokslinių tyrimų institutas Fizinių ir technologijos mokslų centras
- Valstybinis mokslinių tyrimų institutas Inovatyvios medicinos centras

- 4) **Korporacijos, MVĮ** - didelė potencialių pretendentų į pre-akceleravimo programas grupė. Dažniausiai dalyvauja dėl dviejų priežasčių: kad paskatintų savo MTEP / inovacijų projektus įmonėje; lavintų darbuotojų įgūdžius verslumo srityje. Apima verslo tinklus, asociacijas, klasterius.

Galima rasti: įmonių / verslo sąrašus; teminės laidos ir konferencijos.

Šaltiniai Lietuvoje:

- “Gazelės” įmonių sąrašas: <https://www.vz.lt/smulkusis-verslas/gazele2019/>
- Lietuvos eksportuotojų duomenų bazė: <https://edb.verslilietuva.lt/>
- Lietuvos gaminančių įmonių duomenų bazė: <http://gaminama.lt/>
- Lietuvos įmonių duomenų bazė: <https://rekvizitai.vz.lt/>

Partneriai

Partneriai gali tiesiogiai paremti TechHub pre-akceleravimo programą (finansinė pagalba, medžiagos, paslaugos) arba netiesiogiai (viešinimas ir kt.)

Siūlome naudoti šias partnerysčių rūšis:

- **Rizikos kapitalo fondai, angelai ir privatūs investuotojai** - vienas pagrindinių startuolių lūkesčių įsitraukiant į pre-akceleravimo programas yra galimybė sutikti potencialius investuotojus. Kai kurie iš Lietuvoje veikiančių fondų investuojančių į ankstyvos stadijos verslus: Verslo angelų fondas II; Change ventures; Iron Wold Capital; Koinvesticinis fondas; Lietuvos verslo angelų tinklas; Nextury ventures; Contrarian ventures; Startup Highway; EIT InnoEnergy; EIT Climate-KIC; EIT Health; EIT Food; Startup Wiseguys; 70 Ventures; Katalista ventures; Practica Capital;
- **Universitetai, kolegijos, tyrimų institutai** - kaip programos dalyvių šaltinis, specifinių techninių įgūdžių turėtojai, viešinimo partneriai.
- **Tech. parkai, bendradarbystės erdvės, inkubatoriai** - kaip programos dalyvių šaltinis, potencialūs infrastruktūros teikėjai mokymų sesijoms.
- **Sėkmingi verslininkai, verslo žmonės, mentoriai ir treneriai** - sustiprina pre-akceleravimo darbotvarkę ir turinį savo kvalifikuotu indėliu.
- **Įmonės** - kaip rėmėjai, inovacijų diegėjai, investuotojai, mentoriai. Gali suteikti dalyviams „kreditus“ teikiamoms paslaugoms ar viešinimo galimybes.
- **Konsultantai** - turinys specialius įgūdžius (pvz. teisės, apskaitos, intelektinės nuosavybės, technologijų perdavimo, rinkodaros).
- **Vyriausybės pareigūnai** - konkrečių įgūdžių ir įstatymų leidybos temoms.
- **Žiniasklaidos priemonės** - viešinimui.
- **Tarptautiniai partneriai ir tinklai** - veikiantys Lietuvoje. Gali padidinti matomumą ir tarptautiškumo galimybes.

1.5. Vertės pasiūlymas dalyviams

Norint sėkmingai pakviesti, atrinkti ir pasirinkti tinkamus (geriausius) pretendentus į TechHub pre-akceleravimo programą, reikia pateikti aiškų vertės pasiūlymą.

Pagrindiniai tinkamo pareiškėjo aspektai:

- Įsteigė įmonę (juridinį asmenį) arba nori tai padaryti programos ciklo metu.
- Komanda motyvuota ir turi pakankamai laiko ir išteklių (pvz. 10 darbo valandų per savaitę) dalyvavimui programoje.
- Produktas / paslauga / idėja yra pakankamai novatoriška, turi didelį augimą, pelno maržos ir pajamų potencialą.

Geriausios pasaulyje vykdomos pre-akceleracijos programos teikia aukštos kokybės mokymus, pradines investicijas į ankstyvos stadijos verslus ar patrauklius įvairių formų prizus, padeda formuoti ar sustiprinti komandą ir „atveria duris“ susitikti su pagrindiniais startuolių ekosistemos „žaidėjais“.

Kadangi Lietuvoje ir vidurio bei rytų Europoje yra didelė startuolių skatinimo paslaugų ir programų pasiūla, gera reklamos strategija yra būtina siekiant pritraukti didžiausią potencialą turinčius startuolius.

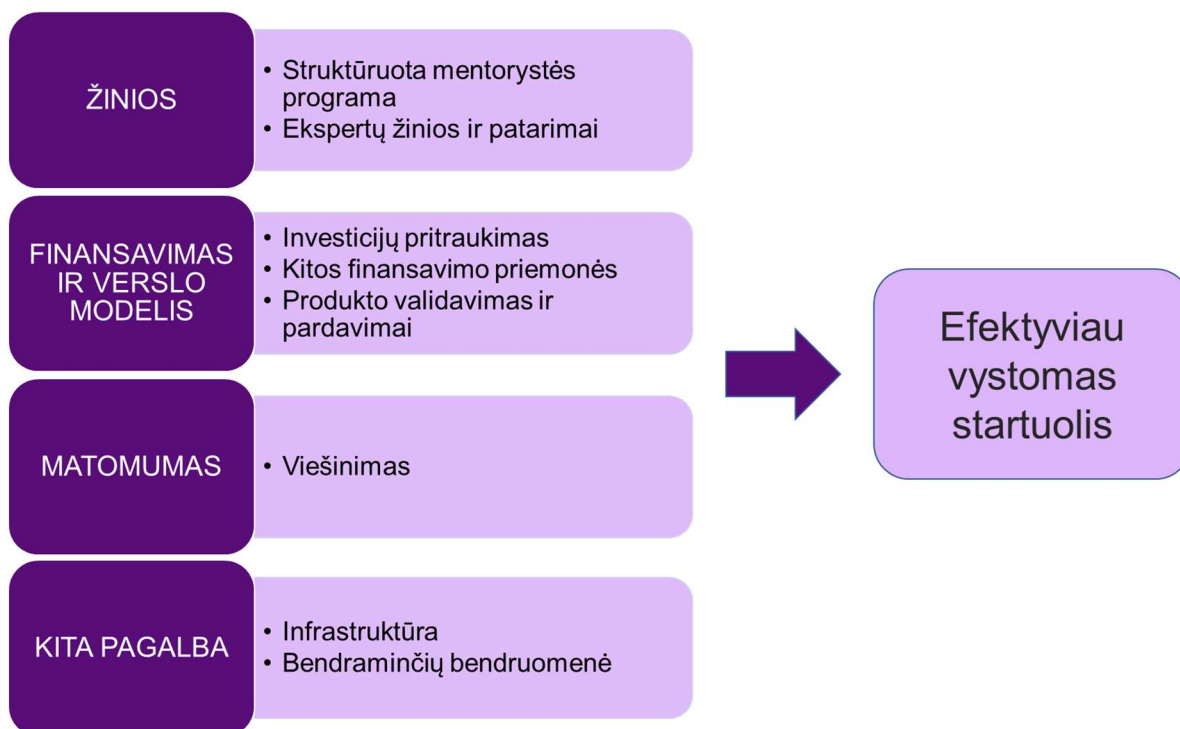
1.5.1. Aplikuojančio startuolio poreikių ir lūkesčių supratimas

Į startuolius kasdien kreipiamasi su pasiūlymais dalyvauti veiklose, pradedant hakatonais ir idėjų pristatymo renginiais, baigiant privačiais susitikimais su investuotojais. Aiškiai suformuotas vertės pasiūlymas gali padaryti MITA TechHub rinkodaros veiklą daug matomesne ir efektyvesne.

Rinkodaros medžiaga turėtų atliepti dažniausiai pasitaikančius startuolių poreikius ir lūkesčius aplikuojant dalyvavimui pre-akceleravimo programose:

- Patarimai dėl idėjų generavimo, **idėjų validavimo** ir pradinio testavimo rinkose;
- Patarimai ir rekomendacijos dėl idėjos / prototipo / produkto vystymo, produkto / rinkos tinkamumo nustatymo, įmonės steigimo;
- **Profesionalų atsiliepimai** apie idėją ir komandą;
- Savitarpio parama ir patarimai komandos formavimo klausimais, kai kuriais atvejais – **pritraukiant trūkstamas kompetencijas** įjungiant kitus programos dalyvius;
- Patekimas į naujas rinkas ir pas klientus;
- Galimybė naudotis **kvalifikuotų** ir patyrusių **mentorių paslaugomis**;
- galimybė naudotis **tinklaveikos galimybėmis** ir taip pasiekti angelus-investuotojus, rizikos kapitalo fondus, patyrusius verslininkus, kitus ekosistemos dalyvius;
- tarptautiškumas;
- **Pradinės investicijos** arba papildomos galimybės gauti finansavimą;
- **viešinimas ir matomumas**, viešųjų ryšių ir reklamos galimybės;
- Patarimai dėl patiriamų problemų sprendimo ir verslo modelio kaitos.

Šiuos startuolių lūkesčius galima sugrupuoti į didesnius skyrius:



Dažniausi startuolių lūkesčiai aplikuoiant į pre-akceleravimo programas

1.5.2. MITA TechHub vertės pasiūlymas

Taigi, remiantis startuolių lūkesčiais, vertės pasiūlymas gali būti suformuotas kaip aukščiau pateiktų elementų derinys:

TECHHUB VERTĖS PASIŪLYMAS			
Mentorystės paketas	paslaugų	Investicijos ir kita	Bendruomenė ir tinklai
12 savaičių trukmės „neatiduodant akcijų“ pre-akceleravimo programa su prižiūrinčiu mentoriumi per visą programos laikotarpį. Kassavaitinė mentorystė ir instruktavimas.		Ankstyvos stadijos investicijos – programos „viduje“ naudojant kitas MITA priemones arba bendradarbiaujant su rizikos kapitalo fondais.	Tarptautinės kelionės į teminius renginius, parodas, B2B susitikimus MITA apmokamomis išlaidomis.
Pagalba steigiant juridinį subjektą Lietuvoje.		Produktai, paslaugos, kiti privalumai startuoliams - (nemokamai arba su nuolaida): <ul style="list-style-type: none"> • IT programinė ir (arba) aparatūrinė įranga: interneto svetainių talpinimo paslaugos, kreditai internetinėms paslaugoms („Amazon AWS“ ir panašūs IT tematikos startuoliams); 	Kelionės į akceleratorius už Lietuvos ribų su visomis išlaidomis, kurias apmoka MITA.

	<ul style="list-style-type: none"> • Geros reputacijos įmonių konsultavimo paslaugos (pvz. teisės, apskaitos ir kt.) • Infrastruktūros paslaugos - MITA ar partnerių įstaigose, bendradarbystės erdvėse, inkubatoriuose. • Prieiga prie partnerių – verslo įmonių, jų darbuotojų ir praktinės patirties. • Prieiga prie technologinių „smėlio dėžių“ - Lietuvos banko „Fintech“ „smėlio dėžė“ arba „Ignitis“ energetikos „smėlio dėžė“. 	
1:1 kvalifikuotų verslo ir pramonės mentorių konsultavimo paslaugos.	Pagreitintas startuolio vertinimas pasirinktuose rizikos kapitalo fonduose (per partnerystės susitarimą).	Dalyvavimas TechHub startuolių bendruomenėje ciklo metu ir baigus pre-akceleravimo programą.
Rinkos tyrimai Prieiga prie rinkos tyrimų paslaugų ir duomenų bazių (pvz. per universiteto bibliotekos internetinį katalogą)	Dalyvavimas programos baigimo – idėjos pristatymo renginyje / Demo dienoje su keliais investuotojais iš Lietuvos ir užsienio.	Matomumas - pristatant TechHub dalyvių ir absolventų sėkmės istorijas žiniasklaidoje.
Prieiga prie bendradarbystės vietos Pre-akceleruojamų komandų prieiga prie biuro erdvės programos laikotarpiu ir (arba) vėliau.		Pagalba buriant komandą - ieškant įkūrėjų, komandos narių, turinčių reikiamus įgūdžius. Galimybė pritraukti talentus - per prieigą prie dalyvaujančio universiteto (VU) studentų departamento ir Karjeros centro.
Internetinė mokymo platforma Internetinė mokymo platforma su prieinama pre-akceleravimo medžiaga.		Kvalifikuoti verslo lektoriai Kvalifikuoti ir patyrę verslo atstovai ir mentoriai renginiuose ir programos ciklo metu.
Dedikuotas mentorius ir vadovas Specialus patarėjas, vedantis komandą per visą programos ciklą.		„Startup Weekend“ Specializuotas 48–54 valandų renginys idėjai / maketui / prototipui sukurti. Gali būti įsteigti 1-3 prizai, kuriuos išrinktą žiuri.
Prezentavimo treniruotės		Hakatonai

<p>Specializuoti užsiėmimai, skirti pagerinti pristatymo įgūdžius ir kokybę.</p>		<p>Trumpi renginiai, siekiant sukurti specifinių (teminių) problemų sprendimą.</p> <p>Rezultatams sustiprinti gali būti naudojamos atvirų „smėlio dėžių“ duomenys („GovTech“, „energy“, „fintech“).</p>
<p>Pagalba aplikuojant</p> <p>Pagalba startuoliams aplikuojant į TechHub programą, vedant pareiškėjus per procesą ir teikiant atsakymus į įvairius aspektus: reikalavimus, paaiškinant paraiškos formos laukus ir pildymo detalumą, laiku teikiant priminimus.</p>		<p>Verslo iššūkiai</p> <p>Renginys, kuriame dalyviai sprendžia įmonių (TechHub partnerių ir (arba) rėmėjų) užduotis, iššūkius ir problemas. Komandos varžosi dėl geriausio sprendimo. Vertinimo komisija iš bendrovių atstovų įvertina ir parenka geriausią metodą / sprendimą / produktą.</p>
		<p>Apskritojo stalo renginiai</p> <p>Apvalaus stalo diskusija, minčių lietus, idėjų generavimo renginiai su TechHub absolventais, pramonės ekspertais, mentoriais, partneriais.</p>
		<p>Pramonės vizitai</p> <p>Ekskursijos į verslo įmones analizuoti vykstančius procesus, stebėti gerąją praktiką, atrasti problemas ir iššūkius.</p>

1.6. Pagrindinių pre-akceleravimo programos etapų aprašymas

1 etapas: pasirengimas, rinkodara ir komunikacija, grįžtamojo ryšio integravimas

<p>Tikslai</p> <p><i>Pasirengimo etapas</i> skirtas sėkmingam rinkodaros kampanijos parengimui ir vykdymui, siekiant pritraukti geriausius startuolių talentus į pre-akceleravimo programą.</p> <p>Jis pagrįstas turimomis priemonėmis ir kanalais ir turėtų apimti ankstesnių programų ciklą patirtį.</p> <p>Šis etapas turėtų apimti potencialių partnerių ir rėmėjų paiešką.</p>	<p>Rezultatai</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rinkodaros ir komunikacijos gairės ir susijęs turinys. 2. Pasirašytos partnerystės / paramos sutartys. 3. Ciklo turinio adaptavimas, remiantis ankstesne patirtimi ir grįžtamoju ryšiu.
<p>Pagrindinė veikla</p>	

1. TechHub ciklo partnerių paieška, kontaktų užmezgimas ir įtraukimas. Jei reikia, sutarčių pasirašymas.
2. Rinkodaros ir komunikacijos plano, veiklų kalendoriaus ir susijusio turinio parengimas.
3. Praeities patirties, dalyvių atsiliepimų ir įgytos patirtį peržiūra, įvertinimas ir sekančio TechHub ciklo adaptavimas.
4. Atsiliepimų rinkimo formų paruošimas (adaptavimas).

2 etapas: dalyvių paraiškų teikimo procesas ir atranka

Tikslai	Rezultatai
<p>Paraiškos ir atrankos proceso metu siekiama įvertinti pateiktas paraiškas ir pasirinkti tinkamiausias programai. Taip pat atliekamas lygiagretus mentorių, dėstytojų ir vertinimo komisijos narių atrankos procesas. Galimos veiklos, tokios kaip išankstinis viešinimo renginys, padeda didinti matomumą, pritraukti daugiau kandidatų, padeda startuoliams formuoti komandą.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Surinktų, peržiūrėtų paraiškų vertinimas, sudarytas pre-akceleravimo ciklo dalyvių sąrašas. 2. Patvirtintos ir atmetos komandos informuotos apie sprendimą. 3. Pakviesta, atrinkta ir patvirtinta mentorių, lektorių ir vertintojų grupė, paskirstytos veiklos. 4. Pasirašytos programos dalyvių sutartys. 5. Surengtas 1 reklaminis renginys.

Pagrindinė veikla

1. Paleiskite internetinę svetainę ir nukreipkite visas rinkodaros pastangas į šį puslapį (ciklo puslapis vedantis į registracijos procesą).
2. Sudarykite galimų lektorių, mentorių ir paraiškų vertintojų sąrašą. Atrenkama pakankamas jų skaičius ir paskirstomi darbo krūviai.
3. Peržiūrėkite ir įvertinkite paraiškas. Suformuokite pre-akceleravimo ciklo grupę pagal patvirtintus atrankos kriterijus. Informuokite priimtas ir atmetas komandas apie sprendimą. Informuokite patvirtintas komandas pateikiant ciklo informaciją (pradžios datą, vietą ir pan.)
4. Organizuokite reklaminį pre-akceleratoriaus renginį didesniame matomume pasiekti ir įgalinti komandų būrimąsi.
5. Pasirašykite dalyvių sutartis su startuoliais.

3 fazė: TechHub pre-akceleravimo ciklas ir baigimas

Tikslai	Rezultatai
<p>Pre-akceleravimo programa siekiama ugdyti komandų kompetencijas ir įgūdžius paskaitų, namų darbų, savęs vertinimo testų ir individualių mentorystės sesijų metu. Reikėtų reguliariai rinkti atsiliepimus apie programos kokybę, lūkesčius ir rezultatus. Organizuokite baigimo ceremoniją („Demo diena“), skirtą startuolių prisistatymui potencialiems investuotojams.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ne mažiau kaip 80% komandų baigia programą pilnai dalyvavę veiklose ir yra kviečiami prezentuoti „Demo Day“ baigiamajame renginyje. 2. Atsiliepimų formos surinktos iš ne mažiau kaip 70% dalyvaujančių startuolių. 3. Surengtas 1 demonstracinės dienos baigimo renginys.

Pagrindinė veikla

1. Vykdykite pre-akceleravimo programą.
2. Užtikrinkite dalyvių įsitraukimą, užduočių atlikimą, pasirengimą baigiamajam renginiui ir prisistatymui scenoje.
3. Identifikuokite ir pakvieskite investuotojus dalyvauti baigiamajame ciklo renginyje.

4. Ciklo metu programos dalyviams komunikuokite praėjusių ciklų sėkmės istorijas, patirtis, patarimus kaip vystyti idėją/produktą po ciklo baigimo.

4 etapas: veiklos po pre-akceleravimo ciklo ir ryšių su alumnais išlaikymas
Tikslai

Po-ciklo periode telkiamas dėmesys renkant atsiliepimus iš ankstesnių dalyvių, sekama ankstesnių dalyvių pažanga, palaikomas TechHub prekės ženklo matomumas.

Startuoliai turėtų gauti „absolventų“ statusą, o MITA - palaikyti ryšius su jais (naujienlaiškiai, kvietimai į būsimas kitų ciklų baigimo ceremonijas ir pan.).

Išlaikyti prieigą prie mokymosi medžiagos ir išteklių (šablonų, pre-akceleravimo paskaitų, ir kt.)

Leiskite dar kurį laiką planuoti individualias mentorystės sesijas.

Viešinkite TechHub prekės ženklo matomumą komunikuodami sėkmės istorijas ir teigiamas patirtis iš ankstesnių ciklų.

Rezultatai

1. TechHub absolventai užpildo pre-akceleravimo ciklo kokybės atsiliepimų formas baigiamojo renginio dieną ir praėjus 3 mėnesiams po studijų.
2. TechHub absolventai užpildo 3 pažangos ataskaitas praėjus 3 mėnesiams po studijų, 6 ir 12 mėnesių po jos.
3. Dalyviai planuoja ir naudojami individualių mentorystės sesijų galimybe pabaigus studijas cikle.
4. Atnaujinta absolventų duomenų bazė.

Pagrindinė veikla

1. Paruoškite ir komunikuokite ciklo sėkmės istorijas remdamiesi atsiliepimais ir pažangos ataskaitomis.
2. Rinkite atsiliepimus ir pažangos ataskaitas.
3. Atnaujinkite individualių mentorių sesijų kalendorių startuoliams ir mentoriams po ciklo.
4. Atnaujinkite absolventų duomenų bazę, pakvieskite absolventus į būsimų ciklų baigiamuosius renginius ir kitas susijusias veiklas.

2. Kvietimo ir atrankos procedūros

2.1. Siūlomos rinkodaros veiklos ir laiko juosta.

Siekiant pritraukti geriausius talentus į MITA TechHub programą galima naudoti daugybę rinkodaros ir reklaminių veiklų. Naudojamų priemonių ir veiklų, pasirinkimas priklauso nuo turimo rinkodaros biudžeto. Žemiau pateikiamas kanalų ir veiklų, skirtų reklamuoti TechHub, sąrašas:

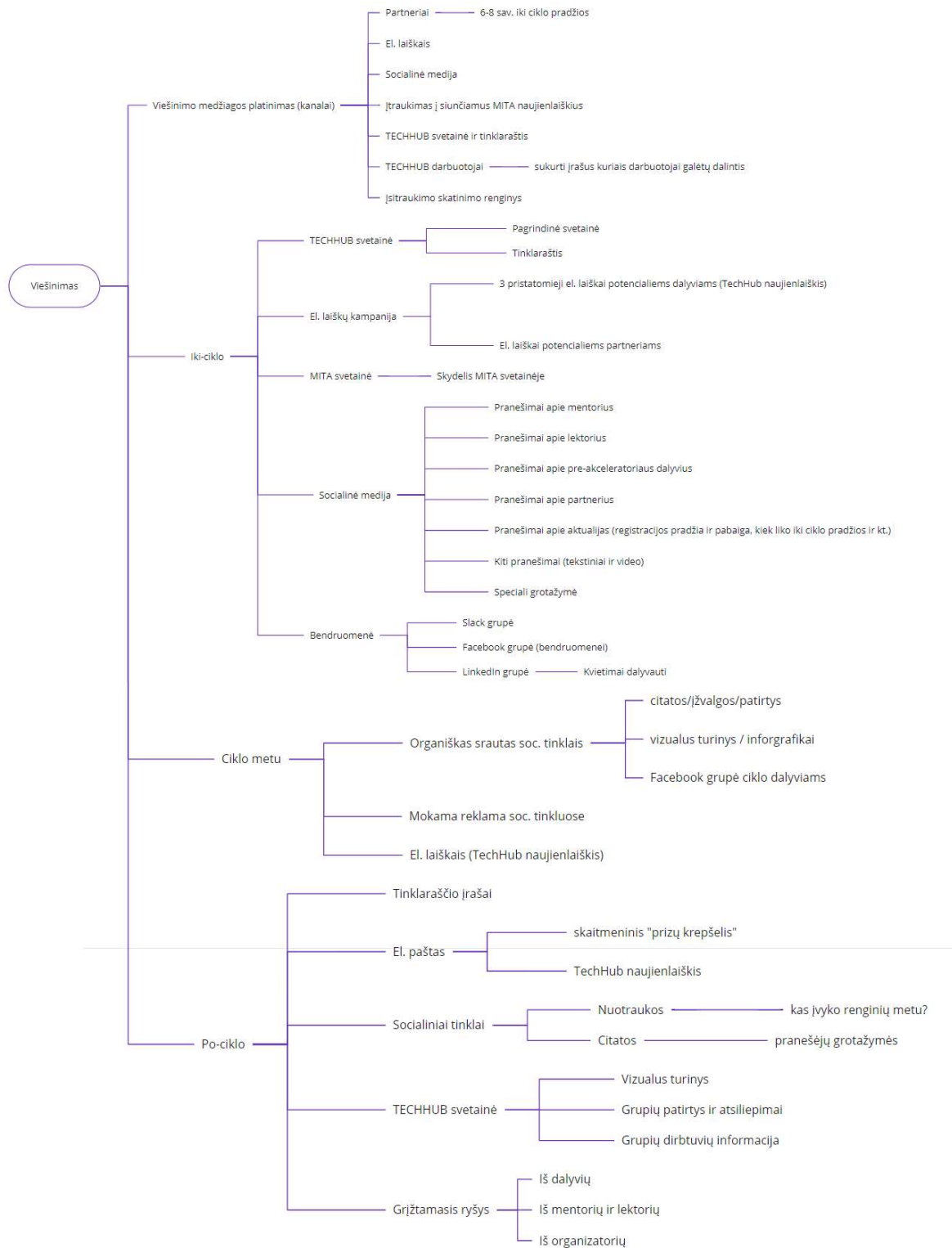
- **Bazinė reklaminė medžiaga** - gali būti prekės ženklo vadovas (*angl.* brandbook), svetainė su specialiai sukurtu nukreipimo (*angl.* landing page) puslapiu ir registracijos procesu, brošiūros, lankstinukai, vizitinės kortelės. Gerai parengta interneto svetainė yra vienas svarbiausių resursų turint mažą ar vidutinį viešinimo biudžetą.
- **Startuolių ir inovacijų ekosistemos partneriai** - tai ekosistemos organizacijos ir asmenys, kurie yra aktyvūs ir palaiko gerus darbinus ryšius su MITA. Dauguma jų turi plačias galimybes lengvai pasiekti potencialius TechHub aplikantus per adresų sąrašus, naujienlaiškius, savo svetaines ir socialinės žiniasklaidos kanalus, renginius. Paprastai tai yra labai nebrangus ir efektyvus būdas gauti pradinį

matomumą ir registracijas. Vienas puikus pavyzdys yra kreiptis į Lietuvos universitetus, nes jie paprastai turi didžiulį potencialą ir gali žymiai padidinti projekto žinomumą. Lietuvoje galima kreiptis į universitetus, kolegijas, mokslo parkus, vyriausybines paramos agentūras.

- **Socialiniai tinklai** - socialinių tinklų kanalų naudojimas pasiekti tikslinę auditoriją organinėms ar mokamoms priemonėms yra puiki viešinimo galimybė. Turimas rinkodaros biudžetas gali apriboti mokamų skelbimų kiekį. Viešinimas, nemokamai skelbiant turinį startuolių bendruomenių forumuose, „Facebook“ ar „LinkedIn“ grupėse, gali būti viena iš veiklų.
- **Viešinimas startuolių renginiuose** - hakatonuose, prezentacijų varžybose, inovacijų konferencijose ir parodose, kur paprastai renkasi tikslinė auditorija. MITA ir/ar TechHub dalyvavimas (stendas, dalijami lankstinukai) galėtų žymiai padidinti matomumą. Ankstesnių renginių dalyviai ir jų kontaktinė informacija turėtų būti peržiūrėta ir, jei įmanoma, panaudojama viešinimui. Tokie renginiai Lietuvoje kaip „LOGIN“, „Išmani Lietuva“, „VU InnoDay 2020“, „Energy Tech Summit“ ir kt.
- **Pranešimas spaudai** - geras žingsnis, suteikiantis (jei pavyksta) esminį matomumą tiek tikslinėse auditorijose, tiek apskritai visuomenėje. Verta orientuotis į: bendrieji ir verslo laikraščiai / žurnalai; vietiniai startuolių portalai; Pateikiant ankstesnių TechHub ciklų dalyvių sėkmės istorijas galite generuoti papildomą trauką.
- **Susisiekimas su ankstesniais dalyviais** - ankstesnių TechHub ciklų dalyviai (jei patirtis buvo teigiama) gali tapti geriausiais sekančių ciklų ambasadoriais, rekomenduodami juos savo kolegoms, draugams, kitiems startuoliams.
- **Verslo asociacijos ir klubai** - paprastai net brandžios įmonės vykdo vieną ar kelis inovacijų / MTEP projektus arba gali būti pasirengusios siūsti savo darbuotojus mokytis įgūdžių. Tai pat jie gali nemokamai išplatinti kvietimą kreipdamiesi į organizacijas-nares. Lietuvoje kelios tokios organizacijos yra „LINPRA“, „Pramonininkų asociacija“, „Pramonės, prekybos ir amatų rūmai“ ir kitos.

Taigi būtinas aiškus ir tinkamas rinkodaros planas, kuriame būtų išvardyti visi kanalai, partneriai ir veikla, viešinimo ir reklamos poreikių įgyvendinimui.

Žemiau siūlomas rinkodaros veiklų ir priemonių sąrašas iki-programos ciklo, vykstant ciklui ir po-ciklo etapams:



Vieno programos ciklo rinkodaros ir reklamos veiklų minčių žemėlapis

Siūlomas rinkodaros veiklų grafikas vienam programos ciklui:

Veiklos pavadinimas	Kada, iki renginio likus	Apibūdinimas ir laukiamas rezultatas
---------------------	--------------------------	--------------------------------------

Susisiekti el. paštu su mentoriais ir lektoriais	-35 dienos	Mentoriai ir dėstytojai sutinka dėl ir patvirtina dalyvavimą cikle
Parengta svetainė, nukreipimo puslapis, registracija ir reklamos ruošiniai	-34 dienos	Tinklapis internete, paruošti adresų sąrašai, paruoštos reklaminės medžiagos
Vidinis paleidimas	-34 dienos	Svetainė, medžiaga, el. pašto nuorodos, registracijos procesas patikrinti ir paruošti priimti registracijas
El. laiškas nr. 1.1 potencialiems dalyviams - TechHub pristatymas	-33 dienos	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
Programos ir ciklo pristatymas soc. tinkluose	-33 dienos	Matomumas ir peržiūrų/paspaudimų skaičius socialinės žiniasklaidos kanaluose
Viešinimo partnerių paieška	-33 dienos	3-5 partneriai, besidalinantys reklamine medžiaga.
El. laiškas nr. 1.2 potencialiems dalyviams - pristatykite mokymo temas ir dienotvarkę	-25 dienos	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
Socialinės reklamos atnaujinimas Nr. 2 - pristatykite mokymo temas ir dienotvarkę	-25 dienos	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
El. laiškas nr. 1.3 potencialiems dalyviams - pristatykite mentorius ir lektorius	-18 dienų	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
Išankstinis viešinimo renginys	-14 dienų	Reklaminis renginys, skirtas padėti internetinei rinkodarai ir pritraukti dalyvių.
Socialinės reklamos atnaujinimas Nr. 3 - pristatykite mentorius ir dėstytojus	-12 dienų	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
El. laiškas nr. 2.1 patvirtintiems dalyviams	-10 dienų	Dalyviams suteikta informacija apie ciklą ir dalyvavimą
El. laiškas nr. 1.4 potencialiems dalyviams - parodykite pranašumus ir partnerius	-10 dienų	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
Socialinės reklamos atnaujinimas Nr. 4 - demonstruokite pranašumus ir partnerius	-4 dienos	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
El. laiškas nr. 1.5 potencialiems dalyviams - parodykite sėkmės istorijas	-3 dienos	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos

El. laiškas nr. 2.2 patvirtintiems dalyviams	-3 dienos	Dalyviams suteikta informacija apie ciklą ir dalyvavimą
Parengiamieji skambučiai / susitikimai su patarėjais ir dėstytojais	-3 dienos	Mentoriai ir dėstytojai patvirtina dalyvavimą, vidiniai mokymai programos ciklo organizatoriams
El. laiškas nr. 2.3 patvirtintiems dalyviams	-1 dienos	Priminimas dalyvauti
Socialinės reklamos atnaujinimas nr. 5	0 dienų	Renginio / programos ciklo paleidimas, 1 dienos nuotraukos, dalyvių atsiliepimai ir kt.
Socialinės reklamos atnaujinimas nr. 6	+30 dienų	Programos ciklo dalyvių būsenos atnaujinimas, atsiliepimai
Socialinės reklamos atnaujinimas nr. 7	+60 dienų	Programos ciklo dalyvių pristatymai, atsiliepimai
El. laiškas nr. 3.1 - kvietimas į paskutinę prezentacijų sesiją / demonstracinę dieną	+70 dienų	Demo dienos dalyvių registracija
El. laiškas nr. 3.2 kvietimas į paskutinę prezentacijų sesiją / demonstracinę dieną	+80 dienų	Demo dienos dalyvių registracija
El. laiškas nr. 3.3 kvietimas į paskutinę prezentacijų sesiją / demonstracinę dieną	+87 dienos	Demo dienos dalyvių registracija
El. laiškas nr. 3.4 kvietimas į paskutinę prezentacijų sesiją / demonstracinę dieną	+89 dienos	Demo dienos dalyvių registracija
Socialinės reklamos atnaujinimas nr. 8 - paskutinė prezentacijų sesija / demonstracinė diena	+90 dienų	Demo dienos renginio nuotraukos, atsiliepimai ir kt.
El. laiškas nr. 4.1 - dalyvių atsiliepimai	+91 diena	Surinkite atsiliepimus apie programos struktūrą, kokybę, rezultatus, lūkesčius

Norint padidinti TECHHUB matomumą, reikėtų atkreipti dėmesį į šias naujienų vietas ir įtaką turinčius asmenis:

Pavadinimas
Socialinių tinklų platformos
Facebook
LinkedIn
Twitter
Instagram

Naujienos ir žiniasklaida
„Verslo žinios“ (vz.lt)
BZNstart.lt
Delfi.lt
Diena.lt
Lrytas.lt
Elta.lt
Tinklaraštininkai, influenceriai ir forumai
Verslimama.lt
StartupLithuania.lt
Mokslolietuva.lt
Verslosavaite.lt
Elektronika.lt

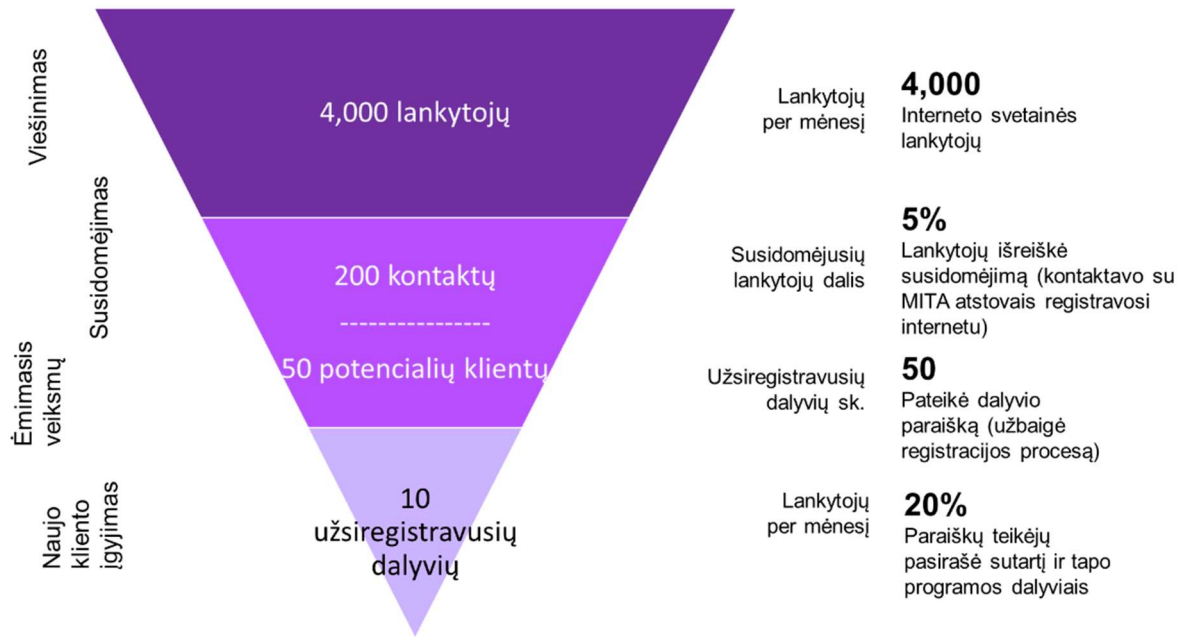
2.2 Kvietimo į programą įrankiai

2.2.1. Internetinė svetainė skatinanti lankytojus aplikuoti į programą

Viena iš rinkodaros priemonių yra TechHub tinklalapis ir jo nukreipimo puslapis, kurie turėtų veikti kaip konversijos kanalas. Visos viešinimo pastangos ir veikla turėtų suinteresuotus žmones nukreipti į projekto svetainę, o ši – į ciklo registracijos puslapį.

Veiksmingai konvertuojantis internetinis puslapis paprastai susideda iš kelių elementų, norint „paversti“ svetainės lankytoją klientu (šiuo atveju TechHub programos aplikantu). Tokį nukreipimo puslapį dažnai sudaro keli specialiai pozicijuoti elementai, kad būtų galima veiksmingai atlikti „konversiją“: „raginimo veikti mygtukas (-ai) ar nuorodos“, patikimumo didinimo elementai (pvz. klientų atsiliepimai), taip pat programos aprašymas ir turinys, laiko juosta, svarbūs įvykiai, naujienos iš vykdomos veiklos, nauda dalyviams ir kt. Paprastai po kiekvienos ar kelių sekcijų yra kruopščiai suprojektuoti ir išdėstyti „raginimo veikti“ (*angl.* „call to action“) mygtukai, nukreipiantys į registracijos puslapį, pirkinių krepšelį ar panašius puslapius. Žemiau pateiktame „konversijos kanale“ rodoma, kaip veikia toks procesas:

MITA TechHub pre-akceleravimo programos dalyvių konversijos procesas

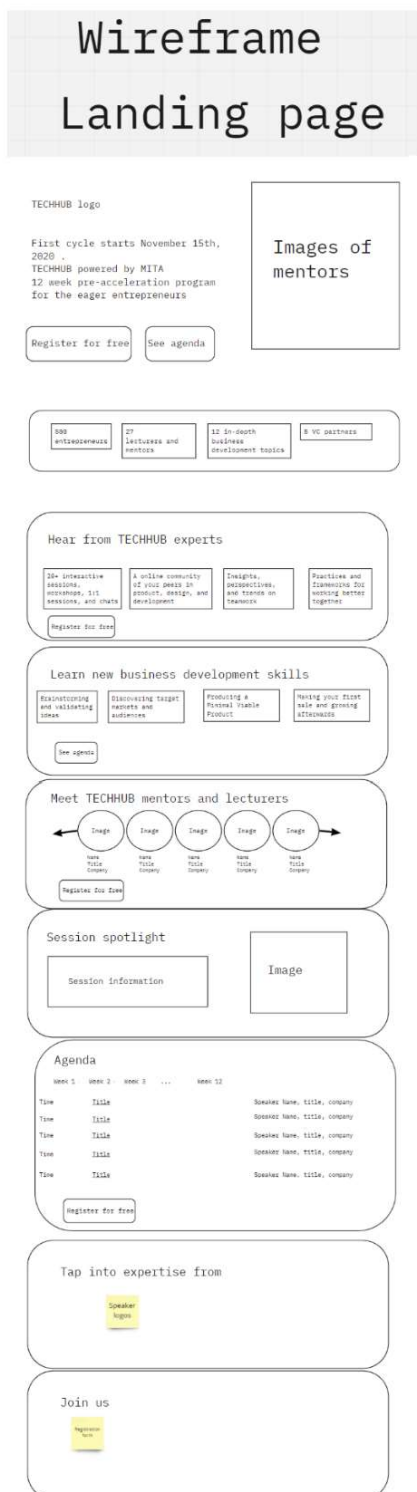


Konversijos kanalo pavyzdys - programos dalyvių įgijimas internete

Pagrindinis registracijos proceso tikslas yra svetainės lankytojus efektyviai paversti klientais. Tai nėra veiksminga, jei didelė dalis lankytojų, kurie susidomėjo spustelėję „raginimo veikti“ mygtuką neužbaigia registracijos dėl vienos ar kelių galimų priežasčių.

Taip pat labai svarbu surinkti pakankamai informacijos startuolių atrankai ir palengvinti sprendimų priėmimo procesą duomenimis, kad į programą būtų galima atrinkti tik daugiausiai potencialo turinčius dalyvius. Žemiau pateikiami vieno programos ciklo pateikimo svetainės/puslapio koncepcijos brėžiniai, rodantys siūlomą nukreipimo puslapį ir registracijos proceso struktūrą. Registracijos procesą sudaro du etapai: pagrindinės kontaktinės informacijos surinkimas; įmonės ir projekto duomenų surinkimas. Taip pat pateikiamas paraiškos formos šablonas.

2.2.2. Vieno ciklo pristatymo puslapio koncepcinis brėžinys



TechHub pre-akceleravimo programos ciklo pristatomojo puslapio koncepcinis brėžinys

Siūlomi ciklo puslapio, vedančio į registracijos puslapį, elementai

Pagrindinis ciklo puslapio tikslas yra pristatyti pre-akceleravimo programą ir paskatinti lankytojus pradėti registracijos procesą.

Siūlomi puslapio elementai:

- 1) **Logotipas** - leidžia vizualiai atpažinti TechHub prekės ženklą ir organizuojančią organizaciją - MITA.
- 2) **Trumpas aprašymas** apie pre-akceleravimo programą, sekantį ciklą, nuorodos į puslapį su detalesne programa.
- 3) **Programos mentorių, lektorių, ekspertų** pristatymas. Pravartu pabrėžti jų patirtį šioje srityje, taip pat nuotraukas bei trumpus aprašymus.
- 4) **Programos ciklo suvestinė skaičiais**.
- 5) Dalyvavimo programoje **privalumų sąrašas**.
- 6) **Atsiliepimai** iš ankstesnių ir dabartinių programos dalyvių.
- 7) Ciklo ypatingų įvykių pristatymas - naujienų straipsnis arba nuoroda į paskaitos vaizdo įrašą, prezentaciją ar dirbtuvių sesiją.
- 8) **Programos ciklo programa** - išsamesnis 12 savaitių turinio pristatymas.
- 9) „**Ragavimo veikti**“ mygtukai keliose puslapio vietose, vedantys į registracijos puslapį.
- 10) „Susisiekite su mumis“ informacija, kad lankytojai galėtų susisiekti su MITA / TechHub atstovais.
- 11) Nuorodos į vidines (po registracijos) svetainės dalis, pvz. internetinę mokymosi platformą.

2.2.3. Registracijos į programą forma

Registracijos procesas turėtų surinkti pristato startuolio įvedamus duomenis kiekviename žingsnyje. Jei pareiškėjas pradeda pildyti formą, bet pildyti nebaigia, pradiniai įrašai (įmonės pavadinimas, el. pašto adresas, telefonas) turėtų būti užfiksuoti ir saugomi. Tai leidžia organizatoriams kreiptis į pareiškėją, kad šis vėliau pratęstų registracijos procesą internete.

Step 1
Step 2

Basic contact info

First and last name * :

Email * :

Phone * :

Company established? * :

Team size? * :

Why should we accept you to pre-accleration program? * :

We love cats.

I agree to MITA's T&C and GDPR [[link](#) / [popup](#)]

Registracijos forma. 1 žingsnis - pagrindinės ir kontaktinės informacijos rinkimas

Step 2

Product/service/idea description

Congratulations! You did it!
Application form was successfully submitted for review.
To increase your chances of being accepted to the program,
please provide additional information.

Company name *:	<input type="text" value="Inovatyvi įmonė"/>
Company reg. number *:	<input type="text" value="1234567"/>
Company founding date *:	<input type="text" value="2020-03-01"/>
Country *:	<input type="text" value="Lithuania"/>
Project name *:	<input type="text" value="CatSpeech app"/>
Website:	<input type="text" value="https://"/>
Project maturity *:	<input type="text" value="Prototype"/>
Thematic field *:	<input type="text" value="Fintech"/>
Company, product/service/idea description *:	<input type="text" value="CatCorp is a leading cat-tech company from Zanzibar producing cat-related products."/>
Project has *:	<input type="checkbox"/> Dedicated team <input type="checkbox"/> Pilot projects / installations <input checked="" type="checkbox"/> Paying clients and revenue <input type="checkbox"/> Investors
How did you find out about TECHHUB by MITA? *:	<input type="text" value="Online ads"/>
Pitch deck :	<input type="text" value="Attach pitchdeck here"/>

Registracijos forma. 2 žingsnis - papildomos informacijos apie pareiškėją rinkimas.

Lauko pavadinimas / etiketė	Tipas	Privaloma ?	Papildoma informacija
1 žingsnis - pagrindinė kontaktinė informacija			
Vardas ir pavardė	Teksto laukas	Taip	
El. paštas	Teksto laukas	Taip	El. pašto formos įvesties validavimas
Telefonas	Teksto laukas	Taip	Telefono formos įvesties validavimas
Įkurta įmonė	Pasirinkite	Taip	Pasirinkimai: Taip; Ne;
Komandos dydis	Pasirinkite	Taip	Variantai: 1; 2; 3; 4; 5; 6; 7; 8; 9; 10; 10+;
Kodėl turėtume priimti jus į akceleravimo programą?	Teksto laukas	Taip	
Sutikimas su dalyvavimo sąlygomis ir BDAR	Žymimasis langelis	Taip	Turi būti pažymėta.
Pateikti prašymą	Mygtukas	Taip	
2 žingsnis - produkto / paslaugos / idėjos aprašymas			
[Patvirtinimo pranešimas]	Įspėjimas	Taip	Turinys: „Sveikiname! Tau pavyko! Paraiškos forma sėkmingai pateikta atrankai. Norėdami padidinti tikimybę būti priimtiems į programą, pateikite papildomą informaciją žemiau.“
Įmonės pavadinimas	Teksto laukas	Taip	
Įmonės reg. numeris	Teksto laukas	Taip	
Įmonės įkūrimo data	Teksto laukas	Taip	
Šalis	Pasirinkite	Taip	Parinktys: pasirinktų šalių sąrašas.
Projekto pavadinimas	Teksto laukas	Taip	
Interneto svetainė	Teksto laukas	Ne	
Projekto branda	Pasirinkite	Taip	Variantai: idėja; prototipas; po pardavimo; plėtimasis;
Projekto tematika	Pasirinkite	Taip	Lietuvos išmaniosios specializacijos temos ir (arba) pasirinktos MITA parinktys.
Įmonės, produkto / paslaugos / idėjos aprašymas	Teksto sritis	Taip	
Projektas turi	Žymimasis langelis	Ne	Keli pasirinkimai leidžiami Pažymėti langeliai: <ul style="list-style-type: none"> • Skirta komanda • Bandomieji projektai / įrenginiai

			<ul style="list-style-type: none"> • Mokantys klientai ir pajamos • Investuotojai
Kaip sužinojai apie MITA TechHub?	Teksto laukas	Taip	
Prezentacija	Failo įkėlimas	Ne	
Pateikite papildomą informaciją	Mygtukas	Taip	

2.2.4. Kvietimas teikti paraiškas su aiškiai nurodytomis sąlygomis

Terminai, sąlygos ir lūkesčiai yra svarbi paraiškos teikimo dalis. Šios abipusiu supratimu pagrįstos sutartys vėliau tampa pasirašyta Organizatoriaus (MITA) ir Dalyvio dalyvavimo sutartimi.

Svarbu pareiškėjus aiškiai informuoti apie šiuos aspektus:



TechHub ciklo paraiškų pateikimo terminas, pradžios ir pabaigos datos;



Vertinimo komiteto sprendimo data.



Laiško apie priėmimą dalyvauti / atmetimą data.



Numatytą ciklo trukmę darbo valandomis ir reikalingus pateikti „namų darbus“.



Minimalus privalomas išklaudyti dienų/valandų skaičius ir susijęs kalendorius (jei yra).

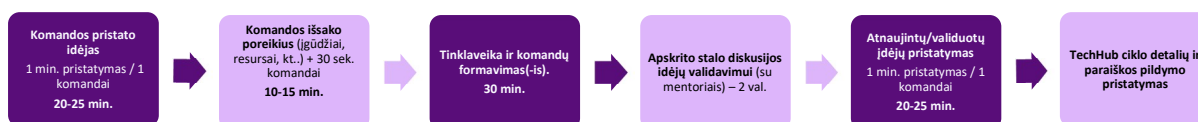
Kvietimas teikti paraiškas yra neatsiejama komunikacijos strategijos dalis. Rinkodaros kanalai ir veiksmai aprašyti kitame šio vadovo skyriuje.

Reklaminis ir komandų būrimosi renginys

Prieš pradėdant paraiškų teikimo procesą, gali būti naudinga organizuoti reklaminį, idėjų generavimo ir komandų būrimosi renginį. Pagrindiniai tikslai:

- **reklamuoti programą** ir sekantį TechHub ciklą inovacijų ekosistemos dalyviams (studentams, akademiniam personalui, išradėjams);
- sudaryti **sąlygas komandų formavimuisi** iki paraiškų teikimo termino;
- **pristatyti** ankstesnių ciklų **sėkmės istorijas** ir absolventų patirtį;
- **pritraukti potencialius rėmėjus** ir partnerius.
- **paskatinti** potencialius pareiškėjus prieš pateikiant dalyvavimo paraišką **validuoti idėjas**.
- sudaryti **galimybę** startuoliams į **komandas** pritraukti trūkstamų kompetencijų turinčius žmones.

Renginio koncepcija gali būti (4,5 val. trukmės renginys, pvz. „Startup Weekend“ metodika):



Renginį turėtų sudaryti 6 elementai:

- 1) **Pirminiai komandų idėjų pristatymai ir poreikių išsakymas.** Komandos pristato save, savo idėją / prototipą / produktą, nusako dabartinę vystymosi būseną ir poreikius. Tokie prisistatymai padeda kurti ir stiprinti bendruomenę, padeda dalyviams pasirengti tinklaveikos ir komandų formavimo daliai. Prisistatymai negali būti ilgesni nei 1,5 minutės scenoje (sutaupoma laiko, verčia komandas susitelkti). Pristatymai gali būti parengti ir struktūrizuoti pagal „pristatymo lifte“ šabloną (pateiktas žemiau). „Pristatymu lifte“ vadinama tokia prezentacija, kuriai užtenka tiek laiko, kiek trunka viena kelionė liftu (pvz. sutikus lifte investuotoją ar potencialų partnerį) ir siekiant trumpai papasakoti apie vystomą produktą.
- 2) **Tinklaveika ir komandos formavimas.** Tam tikra pertrauka, kai kiekvienai komandai yra paskirtas stalas / vieta / kampas ir visi „laisvi“ kvalifikuoti žmonės gali kauptis į šias komandas. Jie gali prisijungti kaip startuolio steigėjai, komandos nariai arba pasiūlyti savo įgūdžius ir paslaugas kita forma.
- 3) **Apskritieji stalai su mentoriais.** Iš organizacinės pusės, tipinė pre-akceleravimo patirtis yra neišbandyta, nevaliduota ir „vis apie tą patį“ idėjos. Todėl, skatinimas komandas atlikti daugiau „namų darbų“, pasirengimo, rinkos tyrimų, vėliau turėtų pagerinti programos dalyvių rezultatų kokybę.
Šiame etape startuolių komandai (pageidautina) paskiriamas stalas ir sėdimos vietos. Startuolių komandas lankydami mentoriai sukasi ratu, skirdami 10-15 minučių komandai, klausydami, padėdami kelti klausimus, validuoti idėjas, padėdami kryptingai sutelkti startuolio pastangas. Pageidautina, kad po tokio užsiėmimo startuolių komanda būtų kalbėjusi su ne mažiau 5–10 mentorių.
- 4) **Atnaujinti pristatymai.** Startuoliams teks daug prezentuoti. Tiek scenose, tiek potencialiems partneriams, investuotojams ir klientams. Šioje pakartotinių pristatymų sesijoje jie gali pristatyti atsinaujinusią komandą, verslo modelį ir (arba) produktą.
- 5) TechHub **ciklo informacija ir aplikavimo gairės.** Renginio tikslas yra paskatinti startuolius aplikuoti į kitą TechHub ciklą. Išsamios ciklo informacijos pateikimas (data, ilgis, nuoroda į svetainę ir paraiškos formą, kitos sąlygas) gali tapti šiuo postūmiu.

Žemiau pateikiamas startuolių „pristatymo lifte“ prezentacijos šablonas, kuris padeda paruošti trumpą (iki 1 min.) prisistatymą ir gali būti naudojamas kaip orientacinis vadovas komandoms:

TechHub „pristatymo lifte“ šablonas

Mano vardas _____, aš esu _____ direktorius.

Mano įmonė siūlo _____ rinkai.
[produktas / paslauga] [apibrėžta rinka]

Mūsų produktas / paslauga leidžia _____
[auditorija]

_____ [išspręsti jų patiriamą problemą]

Mes tai darome daug geriau nei **konkurentai**

_____ ir _____
[konkurentas 1] [konkurentas 2]

nes

_____ [pagrindinis konkurencinio pranašumo šaltinis - geresnis, greitesnis, pigesnis ir pan.]

Mūsų **verslo modelis** yra

_____ [kaip uždirbate pinigus - pvz., pardavimai, prenumeratos, reklama, dotacijos ir kt.]

Šiuo metu **produkto išbaigtumas**

_____ [dabartinė produkto kūrimo, pardavimo, komandos ir įmonės padėtis]

Mes **ieškome** _____, kurie mums padėtų
[prašymas - finansavimas, kvalifikuoti žmonės, tinklų kūrimas ir kt.]

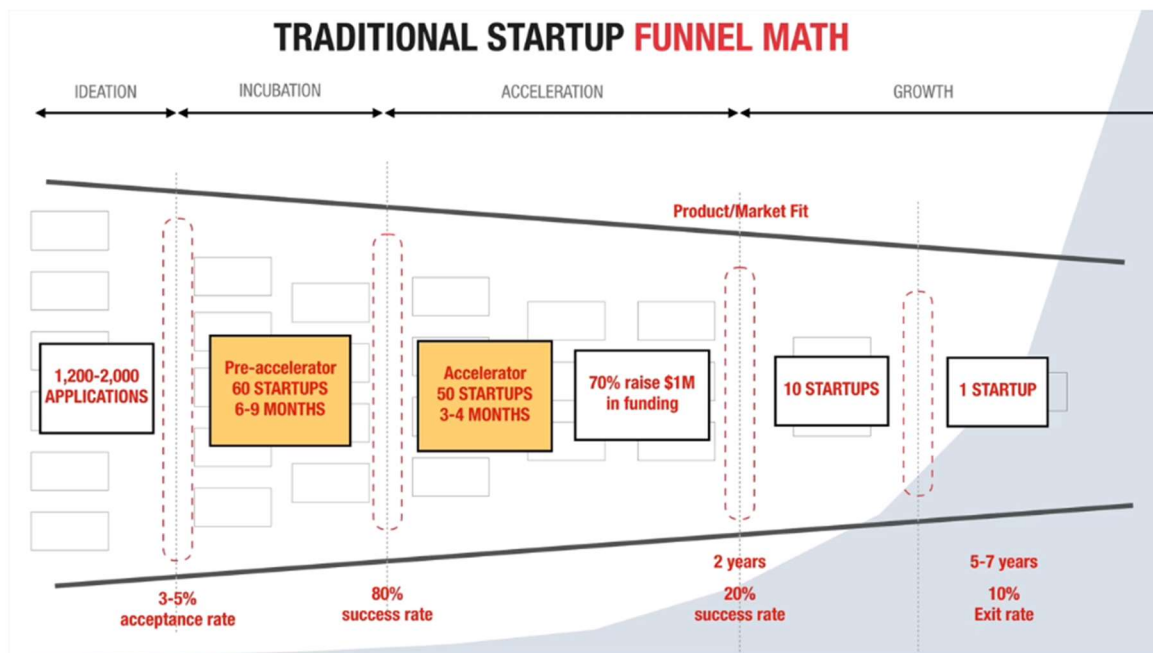
_____ [ką darysite toliau? T.y. koks sekantis svarbus etapas]

Mūsų **pasitraukimo strategija**

yra _____
[IPO, įsigijimas, susijungimas ir kt., Jei reikia, nurodykite galimus įsigijėjus / susijungimus]

2.3. Pareiškėjų atrankos procesas ir laiko juosta

Leanstack metodologijos startuolių pre-akceleravimui autorių teigimu, būtina turėti daug, daug aplikantų pirmajame etape, kad pasirinktumėte tinkamiausius ir daugiausiai potencialo turinčius (šaltinis: <https://leanstack.com/>):



Tradicioniai startuolių vystymosi etapai ir statistika.

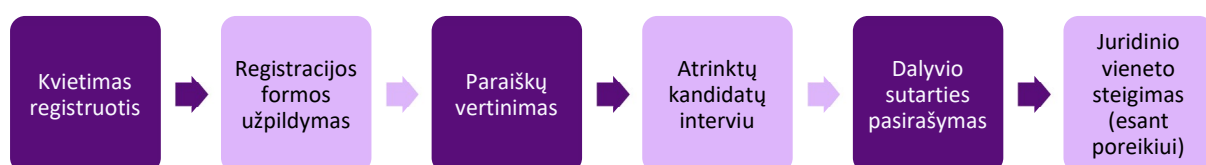
Atrinktų dalyvių paraiškų rinkinys turėtų būti sudarytas iš įvairios brandos idėjų, prototipų ir netgi produktų. Tai leis komandoms greičiau mokytis iš kitų patirties, keistis praktinėmis žiniomis, geriausios praktikos pavyzdžiais ir patarimais.

TechHub paraiškos teikimo procesas turėtų būti skaidrus, aiškiai apibrėžti dalyvavimo sąlygas, atrankos kriterijus, kuriam vadovautų kompetentingas nešališkas vertinimo komitetas.

Atrankos procesą (iš organizatorių pusės) turėtų sudaryti šios dalys:

- 1) kvietimas rengti ir teikti paraiškas, aiškiai nurodant taisykles ir sąlygas;
- 2) viešinimo ir komandų būrimosi renginys potencialiems pareiškėjams;
- 3) registracijos procesas (pageidautina internetu) per interneto svetainę ir registracijos formą;
- 4) atrankos ir vertinimo kriterijai;
- 5) atranka įvertinus startuolių paraiškas, prezentacijas ir (arba) interviu;
- 6) žiuri (narių pasirinkimas, kvalifikacija, pasiekimai);
- 7) dalyvio sutarties pasirašymas.

Paraiškos procedūra iš dalyvio pusės atrodytų taip:



Siūloma parengti ir įgyvendinti tokį kandidatų atrankos procesą ir terminus:

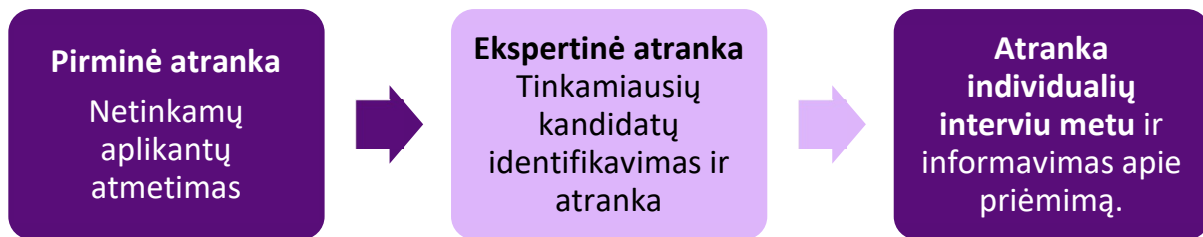
Veiklos pavadinimas	Kada	Apibūdinimas ir laukiamas rezultatas
Parengta svetainė, ciklo puslapis, registracija ir reklaminė medžiaga	-34 dienos	Tinklalapis internete, paruošti el. adresų sąrašai, paruoštos reklaminės medžiagos.
Vidinis paleidimas	-34 dienos	Ištestuota ir veikianti svetainė, medžiaga, el. pašto nuorodos, patikrintas registracijos procesas ir paruoštas priimti registracijas.
Įvairios viešinimo veiklos, skirtos pritraukti dalyvius	-33 dienos iki -2 dienų	Apsilankymai svetainėje Potencialių dalyvių registracijos
Pradinė pareiškėjų atranka	-30 dienų iki -2 dienų	Netinkamų pareiškėjų atmetimas Pareiškėjų ekspertiniam vertinimui sąrašas Atmetimo el. laiškai su pagrindimais
Pareiškėjų ekspertiniai vertinimai	-21 diena iki -2 dienų	Pre-akceleravimo patvirtintų pareiškėjų sąrašas
Reklaminis renginys	-10 dienų	Pre-akceleravimo ciklo viešinimas Potencialių dalyvių registracijos
Asmeniniai interviu (jei reikia)	Nuo -7 dienų iki -1 dienų	Galutinis dalyvių atrankos etapas Patvirtintas baigtinis pakviestų dalyvių sąrašas
Dalyvavimo sutarčių pasirašymas	0 dienų	Dalyvavimo sutartys, pasirašytos pre-akceleravimo ciklo 1 dieną.

2.4. Atrankos ir vertinimo kriterijai

Startuolių pre-akceleravimo programos dažnai susiduria su per ankstyvos stadijos idėjų iššūkiu, ypač jei teikiamas finansavimas.

Taigi aiškus taisyklių ir sąlygų komunikavimas yra geras būdas padėti startuoliams įsivertinti tinkamumą programai.

Atrankos procesą turėtų sudaryti trys etapai:



Kai kurie atrankos kriterijai yra išsamiai aprašyti atrankos etapuose:

Pirminė patikra

Pirminės atrankos metu bandoma atmesti mažiau kvalifikuotus kandidatus ir sumažinti pateiktų paraiškų skaičių ekspertiniam vertinimui. Tinkamai reklamuojamų ir patrauklų vertės pasiūlymą turinčių pre-akceleratorių paraiškų skaičius gali siekti šimtus.

Keletas kriterijų, kuriuos reikia įvertinti šiame etape:

- a) **Paraiškos išbaigtumo** procentas - ar paraiška užpildyta pilnai ir tiksliai, įskaitant kontaktinius duomenis, bent trumpą idėjos / produkto / paslaugos aprašymą.
- b) **Ar įmonė** iš tikrųjų yra **startuolių** (arba bent MVĮ) - dydis, įmonės amžius, tematika.
- c) **Naujumas** - ar idėja inovatyvi?
- d) **Steigėjai** - ar jie pasiryžę vystyti įmonę, ar tai labiau hobis?
- e) Kiti kriterijai, pvz. suminė parama suteikta įmonei neviršija de minimis dydžio, nėra pritaikę išorės investicijų, konkreti geografinė vieta ir kt.
- f) **Potencialas** vėliau kreiptis į MITA skatinimo priemones.

Įvertinimas ir akivaizdžiai netinkamų kandidatų atmetimas sumažina atrankos komisijos ir ekspertų darbo krūvį.

Atmetus, pareiškėjui turėtų būti nusiųstas oficialus laiškas, kuriame paaiškinamas sprendimas.

2.4.1 Ekspertinis vertinimas

Šis žingsnis yra būtinas norint įvertinti realų startuolio potencialą: verslo modelį, komandos struktūrą, planuojamas pajamas. Daugeliui pre-akceleratorių ir akceleratorių šis žingsnis yra tiesiogiai susijęs su IG (investicijų grąža), nes startuoliai keičia nuosavybės (įprastai akcijų) vertę į paslaugas ir (arba) investicijas.

Dauguma pre-akceleratorių ir akceleratorių ieško konkretaus verslo modelio savybių rinkinio, ekspertams vertinant startuolius ir svarstant galimybę teikti paslaugas ir (arba) investuoti į minėtas įmones:

- 1) **Komanda** - ir jos kokybė. Kuo daugiau įkūrėjų, tuo geriau, nes 1 žmogaus komanda paprastai reiškia vieno žlugimo taško (*angl.* single point of failure) riziką vėliau. Vertinami steigėjų įgūdžiai ir kompetencijos, taip pat komandos amžius ar patirtis dirbant kartu, komandos įgūdžių įvairovė (pvz. labiau vadybos ar techninis personalas).
- 2) **Produktas ir technologija** - kiek unikalus yra vertės pasiūlymas; ar apsaugota intelektinė nuosavybė; ką yra sukūrę konkurentai ir kokie skirtumai?
- 3) **Verslo modelis ir konkurencija** - ar įmonė turi (ir yra išbandžiusi) tvarų verslo modelį - pajamas ir pelningumą (ar jų potencialą); ar stabilios tiekimo grandinės; apibrėžti

rinkodaros kanalai; santykių su klientais valdymas; partneriai, išteklių ir demonstruojamos bendros srities žinios.

- 4) **Pasiekimai ir minimalus perspektyvus produktas** (angl. *minimal viable prototype*) - ar komanda yra sukūrusi MVP. Ar yra įvykdyti pardavimai ar bent jau pasirašyti pardavimų ketinimų protokolai? Ar yra išankstinių klientų ir potencialių klientų atsiliepimų?
- 5) **Rinkos dydis, jėgos ir tendencijos** - bendras rinkos dydis, bendra adresuojama rinka, technologinės tendencijos dabar ir ateityje, konkurencija ir patekimo į rinką kliūtys.
- 6) **Pristatymo kokybė** - kaip profesionaliai komanda atrodė scenoje? Ar pristatymo turinys buvo pakankamas, aiškus ir tikslus?

Startuolių pristatymų vertinimui siūlome naudoti formą:

„TechHUB by MITA“ paraiškų vertinimo forma							
Įmonės pavadinimas:				Data:			
Sritis:							
Kriterijai	Svoris	Balas					Svertinis rezultatas
Komanda	25%	1	2	3	4	5	0,25 x __
Rinkos dydis ir rinkos tendencijos	15%	1	2	3	4	5	0,15 x __
Produktas, technologija, intelektinė nuosavybė	30%	1	2	3	4	5	0,30 x __
Verslo modelis ir konkurencija	10%	1	2	3	4	5	0,10 x __
Pasiekimai (pardavimai, ketinimų protokolai)	10%	1	2	3	4	5	0,10 x __
Partnerystės	5%	1	2	3	4	5	0,05 x __
Pasitraukimo (angl. exit) potencialas	5%	1	2	3	4	5	0,05 x __
Galutinis rezultatas:							

Bendras balas apskaičiuojamas pagal formulę:

SUMINIS VERTINIMO BALAS = [Komandos balo vertė] x 0,25 + [Rinkos dydžio balo vertė] x 0,15 + [Technologijos ir produkto balo vertė] x 0,30 + [Verslo modelio balo vertė] x 0,10 + [Pasiiekimų balo vertė] x 0,10 + [Partnerystės balo vertė] x 0,05 + [Pasitraukimo potencialo balo vertė] x 0,05

Visi aplikantai reitinguojami nuo aukščiausio iki žemiausio balo ir priimamas sprendimas dėl geriausiųjų priėmimo į pre-akceleravimo programą.

Žiuri paprastai susideda iš aukštos kvalifikacijos sėkmingų verslininkų, mentorių, ekosistemos dalyvių. Neretai jie yra turėję keletą sėkmingų pasitraukimų iš ankstesnių verslo projektų.

Renkantis žiuri (arba vertinimo komiteto) narius verta atsižvelgti į:

- Patirtis ir įgūdžiai šioje srityje, taip pat patirtis pre-akceleravimo programose / „Demo Day“ tipo renginiuose.
- Tinklaveika ir galimybės / noras skirti pakankamai laiko žiuri nario rolei;
- Galimybės / noras investuoti į kurią nors pre-akceleruojama įmonę (geriausiu atveju);
- Bet kokie interesų konfliktai (pvz. žiuri narys yra startuolio steigėjas, mentorius ar investuotojas)

Žiuri paprastai susideda iš 3-7 narių ir vertina pretendentes pagal paraiškų vertinimo formą.

2.4.2. Startuolių atranka individualių pokalbių būdu.

Nebūtinai, tačiau kartais naudojamas metodas po 1 (pirminio vertinimo) ir 2 (ekspertinio vertinimo) atrankos žingsnių. Įvertinimas individualių pokalbių metu padeda akceleratoriams ir investiciniams fondams užbaigti patikros procesą. Paprastai keblu atrinkti tinkamus pareiškėjus vien tik remiantis paraiškos forma.

Individualūs pokalbiai prieš atrenkant dalyvius į programą gali būti organizuojami internetu ar fizinių susitikimų metu. Efektyvus atrankos būdas yra surengti išankstinį idėjų pristatymo renginį, kur komandos prisistato remdamosi iš anksto žinomu formatu – idėjos pristatymo skaidrių šablonu (*angl.* pitchdeck).

Papildoma atranka baigus programą kartais organizuojama prieš startuoliams pristatant savo idėjas ar produktus platesnei investuotojų auditorijai.

Toliau pateikiami keli pagrindiniai aspektai, skirti startuolių įvertinimui:

- **Požiūris ir santykiai komandoje.** Svarbu, kad komandos nariai būtų mokytini. T.y. gebėtų klausyti(-s) ir mokyti, konstruktyviai reaguoti į grįžtamąjį ryšį ir (arba) kritiką. Ar komandos santykiai atrodo pakankamai sveiki, kad jie kartu dalyvautų pre-akceleravimo programoje?
- **Pristatymo kokybė.** Ar startuolių komanda gali paaiškinti savo produktą, technologiją ir verslo modelį neskaitydama skaidrių? Ar jie jaudinasi ir nori apie tai kalbėti? Ar jie patys tiki idėja? leškokite „degančių akių“.
- **Lūkesčiai.** Pabandykite pastebėti ir įvertinti startuolio lūkesčius. Ar jie pretenduoja būti produktyvūs ir į rezultatus orientuoti dalyviai? Ar komanda labiau linkusi dalyvauti įvairiuose renginiuose labiau simboliškai?
- **Blaiviai suvokia situaciją.** Ar komanda tikrai atliko reikiamus savo idėjos tyrimus, ar jie ne pernelyg teigiamai vertina savo „milijardo eurų vertės“ produkto idėją? Ar jie žino, kaip ir kodėl ankstesni panašūs sprendimai žlugo?

3. Programos struktūra, vertinimas ir testinumas

3.1. Programos struktūra ir temų planas

Ko ieško investuotojai:

-  Geros galimybės rinkoje
-  Konkurencinio pranašumo
-  Pajamų srautų
-  Traukos
-  Stiprios komandos



1. Sprendimas
2. Problema
3. Tikslinė rinka
4. Klientų pritraukimas
5. Konkurencija
6. Pajamų šaltiniai
7. Trauka
8. Komanda
9. Kas toliau?
10. Pasiūlymas investuotojams

Programą sudaro 12 temų, kurios visos yra skirtos padėti startuoliams pasiruošti savo idėjos pristatymą investuotojams.



1. Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas	2. Verslo modelis ir pagrindinės rizikos	3. Stiprios komandos kūrimas	4. Tikslinis klientas ir rinkos dydis
5. Konkurento analizė	6. Minimaliai perspekty- vus produktas	7. Produkto ir rinkos tinkamumas	8. Pozicionavimas ir prekės ženklų naudojimas
9. Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai	10. Įėjimo į rinką strategija ir rinkodaros planas	11. Startuolio augimo varikliai ir metrikos	12. Trumpas verslo idėjos pristatymas (pitching) sudominti

Kiekviena tema yra susijusi su konkrečia prezentacijos investuotojams dalimi. Todėl programos dalyviai mokydami ir atlikdami praktines užduotis pagal šias temas, palaipsniui susirinks visą esminę informaciją, reikalingą sėkmingai prisistatyti investuotojams prezentaciją.



Siūlomų lektorių sąrašas pagal programos temas pateikiamas priede nr. 5.

Savaitė Nr. 1. Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas

Tikslai

Įkūrėjai turėtų suprasti, kad vertės pasiūlymas yra svarbiausias jų (startuolio) sėkmės pradžios elementas. Jei negalite apibūdinti, kokią realią vertę jūsų startuolis suteiks klientams, neturėtumėte planuoti nieko kito ir neturėtumėte kurti jokių produktų. Tai yra gyvybiškai svarbus ir lemiamas žingsnis. Sėkmingo startuolio esmė nėra susijusi su šiuolaikinėmis technologijomis, įmantriomis naujovėmis, rizikos kapitalo investicijomis ar didele žiniasklaidos sklaida. Tai yra realių problemų sprendimas ir realių klientų poreikių tenkinimas.

Rezultatai

Įkūrėjai turės apibrėžti:

1. klientų problemas, kurias ketina išspręsti, ir poreikius, kuriuos ketina patenkinti;
2. pradinį vertės pasiūlymą potencialiems klientams.

Praktinės užduotys

1. Pagal svarbą klientui identifikuokite ir nustatykite prioritetus, klientų problemas, darbus ir pasiekimus.
2. Nuspręskite, į kurias klientų problemas, darbus ir pasiekimus susitelksite, kurdami savo startuolį.
3. Raskite antrinius ir pirminius duomenis (mažiausiai 3 klientų pokalbius), kad patvirtintumėte ir pakoreguotumėte savo pradines prielaidas.
4. Apibrėžkite pradinį vertės pasiūlymą.



Rankiai ir šablonai

- Vertės pasiūlymo projekto drobės
- <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>
- <https://www.strategyzer.com/resources/value-proposition-canvas-instruction-manual>

Seminaras

- Ledus pralaužianti užduotis. Startuolio komandos dalijasi lūkesčiais. Lektorius apibendrina lūkesčius.
- Tai pirmasis grupės seminaras ir susitikimas. Kiekvienas įkūrėjas trumpai per 1 min. supažindina su savo vertės pasiūlymu (ką jie kuria ir ketina pristatyti rinkai), lektorius ir grupė turi 1-3 min. klausimams ir atsiliepimams.
- Lektorius paaiškina vertės pasiūlymo kūrimo koncepciją ir lemiamus žingsnius, kaip ji turėtų būti įgyvendinama.
- Lektorius pateikia realius pavyzdžius iš savo asmeninės patirties arba naujausius iš visame pasaulyje žinomų pavyzdžių, kaip startuoliai nustatė teisingas spręstinas problemas.
- Lektorius paaiškina tikslą ir kaip atlikti praktinę užduotį. Papildomai, lektorius atsako į klausimus, susijusius su tema ir praktine užduotimi.

Dirbtuvės

- Mažiausiai 3 startuolių įkūrėjai auditorijai pristato praktinių užduočių (iki 10 min.) rezultatus ir gauna lektoriaus atsiliepimus. Ši veikla padės įkūrėjams lavinti pristatymo įgūdžius, kas bus realiu pavyzdžiu kitiems dirbtuvėse dalyvaujantiems įkūrėjams.
- Vertės pasiūlymas turėtų būti pagrįstas faktais, o ne prielaidomis. Todėl dirbtuvių metu lektorius padės įkūrėjams planuoti pokalbius su savo klientais (aktualius klausimus ir procesą). Šie pokalbiai turėtų padėti įkūrėjams patvirtinti savo prielaidas apie klientų problemas ir prireikus pakoreguoti savo vertės pasiūlymą.
- Veda bandomuosius pokalbius dirbtuvių metu. Dalyviai apklausia vieni kitus (jei tai įmanoma ir aktualu). Arba turi būti surengtas bent vienas pokalbis internetu (per „Zoom“/, „Skype“ ir pan.) su potencialiu klientu. Ši praktika užsiėmimo padės įkūrėjams

ugdyti prasmingų pokalbių vedimo įgūdžius ir išvengti didžiųjų klaidų, kurios gali sugadinti pokalbio patikimumą (t.y., įsimylėti savo idėją ir siekti ją patvirtinti).

Gairės mentoriams

- Peržiūrėkite vertės pasiūlymą ir patikrinkite, kokiais duomenimis remiantis jis sukurtas. Ar viskas pagrįsta tik prielaidomis ir spėjimais, ar svariais faktais ir realiais rinkos duomenimis.
- Aptarkite, kokius duomenis turi startuolis, kad galėtų pagrįsti tokio pasiūlymo potencialą rinkoje.
- Ar yra kokių nors nepaliestų esminių problemų ar poreikių, susijusių klientų situacija ir vertės pasiūlymu?

Savaitė Nr. 2. Verslo modelis ir pagrindinės rizikos

Tikslai

Pagrindinis šios temos tikslas yra padėti startuolių įkūrėjams paversti savo idėjas verslo modeliu.

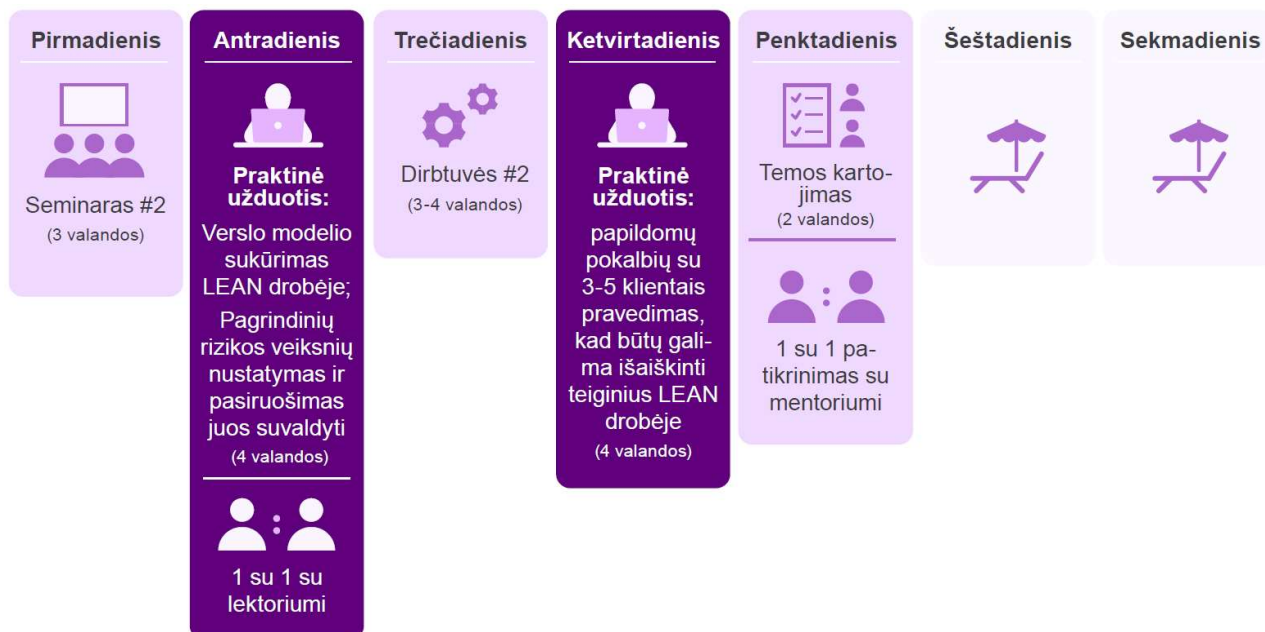
Sukurti startuolį reiškia kurti verslą. Nors startuolių įkūrėjų aistra savo idėjoms yra didelė ir svarbi, tačiau to nepakanka sėkmingam verslui sukurti.

Rezultatai

- Startuolių verslo modelis apibrėžtas LEAN drobėje. Gali remtis prielaidomis pradiniam etape. LEAN drobė kiekvienam įkūrėjui nurodys, kurioms verslo modelio sritims reikia skirti daugiausiai dėmesio.
- Įkūrėjai turės pagrindinių rizikos veiksnių, kurie gali sugriauti startuolių verslą, sąrašą. Papildomai jie turės strateginį sprendimą, kaip elgtis su kiekvienu rizikos veiksniu.

Praktinės užduotys

- Sukurkite savo verslo modelį LEAN drobėje.
- Nustatykite, kurie teiginiai jūsų verslo modelyje yra pagrįsti prielaidomis, o kurie – faktais. Darykite viską, kad prielaidos būtų pakeistos faktais.
- Nustatykite pagrindines verslo modelio rizikas ir apibrėžkite rizikos valdymo strategiją
- Sudarykite veiksmų, kurių imsitės, kad sumažintumėte didelės rizikos tikimybę ir pasekmes, sąrašą



Įrankiai ir šablonai

- [LEAN Canvas](#)

Seminaras:

- Lektorius paaiškina apie LEAN drobę, kuo ji skiriasi nuo „Business Model“ drobės, ir kodėl startuoliai turėtų ja naudotis.
- Lektorius pateikia realius LEAN drobės pavyzdžius, parodančius, kaip ji buvo sukurta žingsnis po žingsnio.
- Startuolių įkūrėjai savo pradines LEAN drobes sukuria per 20 minučių ar trumpiau.
- Lektorius paaiškina pagrindinius rizikos veiksnius, dėl kurių dauguma startuolių žlunga. Lektorius taip pat pateikia praktinį metodą / strategiją, kaip valdyti šias rizikas (nustatyti ir sutelkti dėmesį į didelės tikimybės rizikos veiksnius ir turinčius didelį poveikį).
- Lektorius paaiškina tikslą ir kaip atlikti praktinę užduotį. Jis/ji taip pat atsako į klausimus, susijusius su tema ir praktine užduotimi.

Dirbtuvės:

- Lektorius paaiškina apie LEAN drobę, kuo ji skiriasi nuo „Business Model“ drobės, ir kodėl startuoliai turėtų ja naudotis.
- Kiekvienas programoje dalyvaujantis startuolio įkūrėjas per 5 ar mažiau minučių paaiškina savo verslo modelį LEAN drobėje.
- Auditorija ir lektoriai teikia atsiliepimus apie kiekvieną verslo modelį. Tai padės įkūrėjams patobulinti savo startuolio idėją, pamatyti įvairius verslo modelius ir išsiugdyti konstruktyvų mąstymą.
- Kiekvienas startuolio įkūrėjas turi dalintis pagrindiniais rizikos veiksniais, kuriuos mato verslo modelyje ir kaip planuoja tai suvaldyti. Auditorija teikia atsiliepimus ir veikia kaip „velnio advokatas“ (kritiškai dalijasi tuo, kas gali nepavykti).

Gairės mentoriams

- Verslo modelis pagrįstas faktais ar tik prielaidomis? Koks būtų paprasčiausias ir greičiausias būdas prielaidas pakeisti faktais?
- Kiek sukurta verslo modelio versijų? Užuomina: tik vieno gali būti per mažai.
- Kokios yra silpniausios ir labiausiai abejotinos verslo modelio dalys?

Savaitė Nr. 3. Stiprios komandos kūrimas

Tikslai

Jūs galite turėti puikią verslo idėją, tvirtą finansinę paramą ir perspektyvius rinkos duomenis, tačiau jei neturite puikios komandos, greičiausiai jums nepavyks. Efektyvi komanda gali įgyvendinti startuolio viziją su aistra, tiksliai ir atsidavusi. Tai labai svarbu norint pradėti ir palaikyti sėkmingą startuolį. Pagrindinis šios temos tikslas yra suteikti jums, kaip lyderiui, galimybę įsitikinti, kad galite greitai surinkti labai efektyvią komandą.

Rezultatai

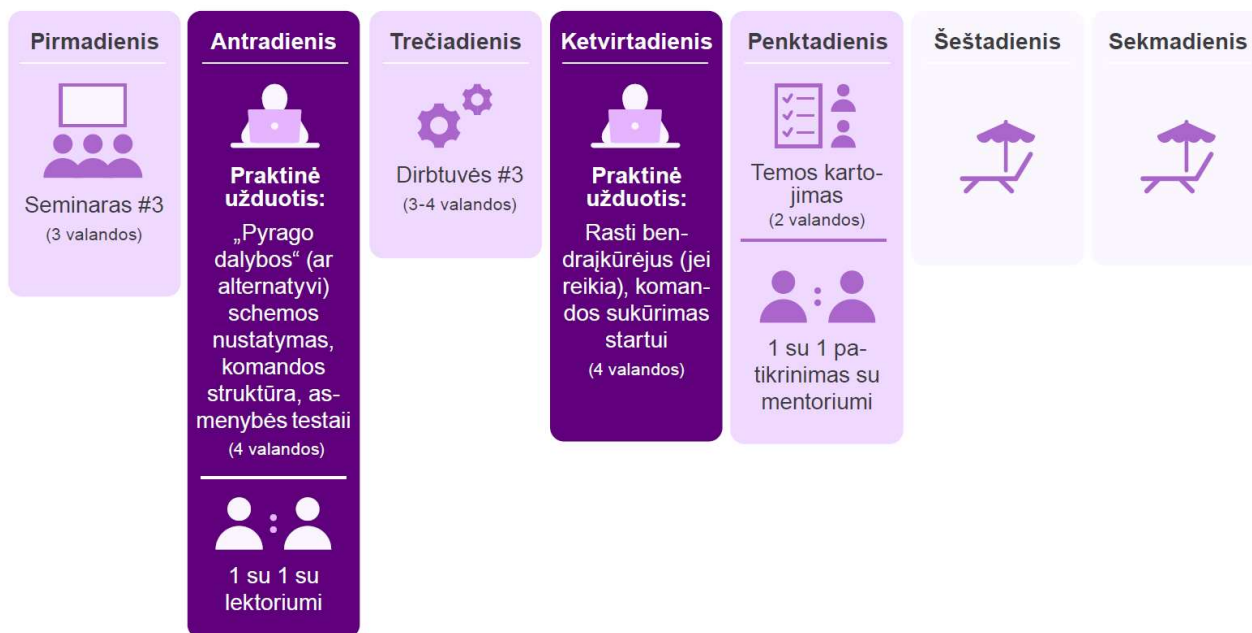
Jūs turėsite:

1. taisykles, kaip pasverti ir įvertinti kiekvieno bendraįkūrėjo indėlį ir aiškumą, kaip nuosavas kapitalas turėtų būti padalintas bet kuriuo metu, remiantis kiekvieno įkūrėjo indėliu;
2. komandos narių funkcijų ir atsakomybės, susijusios su startuolio kūrimo etapais, sąrašą (kokioms funkcijoms atlikti ir kada reikia samdyti);
3. vykdomų užduočių sąrašą ir kam kiekviena užduotis galėtų / turėtų būti paskirta;

Praktinė užduotis

1. Įkūrėjai turi suderinti, kaip bus vertinamas jų indėlis ir dalijamasi rezultatais.
2. Apibrėžti būtinas komandos narių funkcijas ir atsakomybes, susijusias su startuolio kūrimo etapais.
3. Atlikti savęs vertinimo testus, kad nustatytumėte stipriąsias ir silpnąsias komandos nario puses.
4. Sudaryti vykdomų ir planuojamų užduočių sąrašą. Suplanuoti, kam ir kada kiekviena užduotis turėtų būti paskirta. Naudokite veiksmingas bendradarbiavimo priemones.
5. Jei reikia, raskite bendraįkūrėjų ir pasiruoškite pereiti į kitą etapą - susijungimą.

SVARBU: startuolio komandos vis dar turi toliau dirbti ties pokalbiais su klientais ir vertės pasiūlymo atnaujinimu, remdamosi išvadomis.



Įrankiai ir šablonai:

- <https://www.123test.com/team-roles-test/>
- <https://www.123test.com/work-values-test/>
- <https://www.123test.com/disc-personality-test/>
- <https://www.strategyzer.com/resources/the-team-alignment-map#download>

Seminaras:

- Lektorius pristato „Pyrago dalybas“ arba alternatyvų metodą, kad pasidalintų startuolių sėkmės rezultatais tarp bendraįkūrėjų.
- Klausimai ir atsakymai su įkūrėjais, diskusija apie praktinius „Pyrago dalybų“ ar alternatyvaus metodo įgyvendinimo aspektus.
- Lektorius paaiškina pinigų padengimo koeficientą ir tai, kaip startuoliai turėtų rasti pusiausvyrą tarp komandos didinimo ir išlaidų sumažinimo. Lektorius pateikia instrukcijas, kada ir kaip startuoliai turėtų samdyti pirmuosius darbuotojus.
- Lektorius pristato efektyviausios startuolio komandos struktūrą ir evoliuciją.
- Lektorius pakviečia įkūrėjus ir jų komandos narius atlikti savęs vertinimo / profiliavimo testus. Po seminaro bus galima perskaityti ir išanalizuoti ataskaitas. Tai turėtų padėti įkūrėjams nustatyti, kurios pareigos būtų efektyviausios ir kokių papildomų komandos narių reikia.

Dirbtuvės:

- Kiekvienas startuolio įkūrėjas pristato savo komandos struktūrą ir planuoja, kaip ji vystysis priklausomai nuo produkto kūrimo ar rinkos etapų.
- Lektorius pristato komandos lyderio funkcijas ir moderuoja diskusiją su įkūrėjais apie jų asmeninius bruožus (savęs vertinimo testo apžvalga) ir iššūkius kuriant ir vadovaujant komandai.
- Lektorius parodo populiariausius komandos motyvavimo metodus (įskaitant akcijų pasirinkimo sandorius, tačiau neapsiriboja jais) ir moderuoja diskusiją apie tai, kurį (-iuos) metodą (-us) galima / reikėtų naudoti konkrečiame startuolyje.
- Lektorius pasiūlo įrankius (t. y., „Trello“, „Slack“) ir praktinius metodus (t. y., „Kanban“ / „Scrum“ lentas) efektyviam komandos bendradarbiavimui. Tai ypač svarbu, nes

daugelis startuolių dirba nuotoliniu būdu ankstyvojoje stadijoje. Įkūrėjai išbando įrankius ir pateikia savo veiksmų planą. Lektorius peržiūri planus ir pateikia patarimus.

Gairės mentoriams

- Ar startuolio komanda pilna ir pasirengusi intensyviai darbui? Kokio nario/narių komandoje trūksta? Kokios pozicijos neapimtos?
- Ar steigėjai aptarė ir patvirtino susitarimą dėl indėlio ir rezultatų dalijimosi? Ar susitarimas pakankamai teisingas?
- Kaip atrodo komandos užduočių planas? Ar jis optimalus, o gal per daug įtemptas ar per mažai konkretus?
- Koks yra planuojamas mėnesinis pinigų poreikis („cash burn rate“)? Ar tai pagrįsta? Kaip tai susiję su startuolių plėtros etapais?

Savaitė Nr. 4. Tikslinis klientas ir rinkos dydis

Tikslai

Pagrindinis šios temos tikslas yra padėti jums nustatyti, kas yra jūsų tikslinis (idealus) klientas, ir įvertinti, ar rinkos dydis yra pakankamai didelis.

Jūs negalite būti geriausias pasirinkimas visiems. Startuoliai turėtų pasirinkti tikslinę klientų grupę, kuriai jie galėtų būti geriausiu paslaugų teikėju. Jei sugebėsite sukurti vertę, už kurią mokės klientai, ir ši grupė bus pakankamai didelė, turėsite tvirtą pagrindą sėkmei.

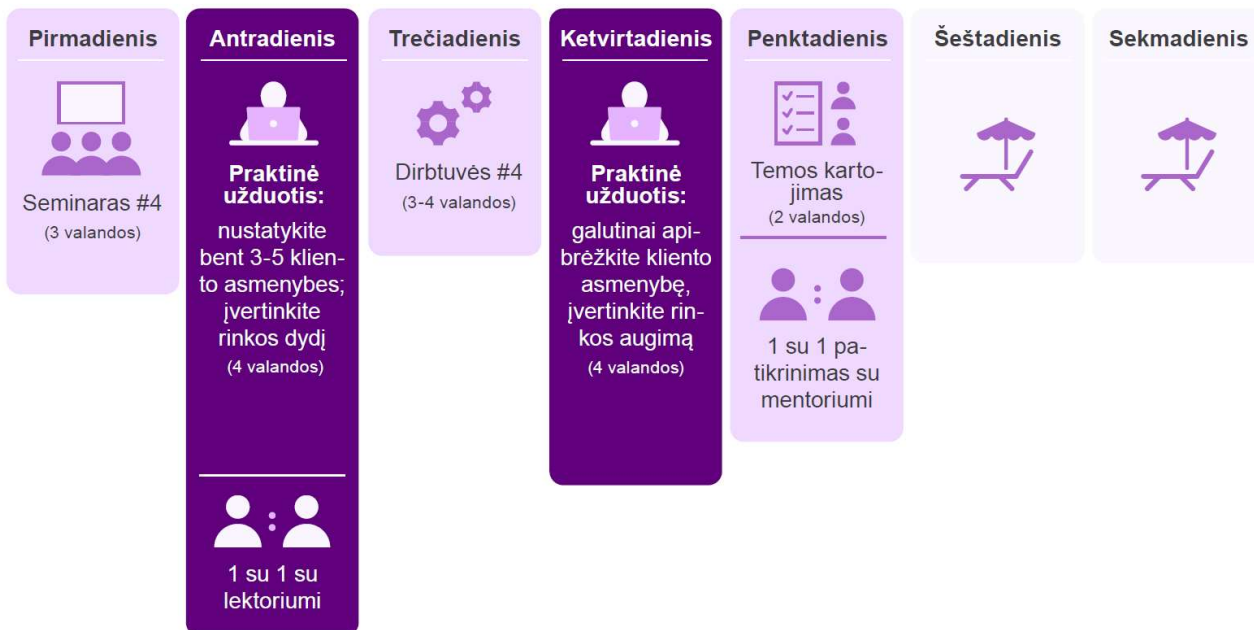
Rezultatai

Jūs turėsite:

1. apibrėžtas mažiausiai 5 skirtingas tikslines kliento asmenybes, kurias galima patikrinti per pokalbius su klientais ar produkto pritaikymo prie rinkos eksperimentus;
2. apibrėžtą bendros adresuojamos rinkos dydį ir aptarnaujamos prieinamos rinkos dydį.

Praktinė užduotis

- Sukurkite bent 5 kliento asmenybes (tikslas būtų 10-15).
- Raskite reikiamus duomenis, kad galėtumėte apskaičiuoti savo aptarnaujamos prieinamos rinkos dydį. Idealiu atveju vertinimai turėtų būti atliekami pagal kiekvieną kliento asmenybę, jei jie atstovauja skirtingiems rinkos segmentams.
- Įvertinkite galimą tikslinės rinkos augimą.
- Pasirinkite 2-3 perspektyviausias klientų asmenybes / rinkos segmentus, į kuriuos sutelksite dėmesį.



Įrankiai ir šablonai:

- Kliento asmenybė

Seminaras:

- Lektorius paaiškina, kas yra rinkos segmentavimas ir kodėl jis vis dar svarbus. Parodo vieną ar kelis efektyvius segmentavimo pavyzdžius ir paaiškina, kodėl tai buvo naudinga startuoliams.
- Lektorius pristato kliento asmenybės sampratą ir paaiškina, kaip ji kuriama.
- Įkūrėjai gauna kliento asmenybės šabloną ir sukuria savo pirmąją kliento asmenybę (15 min.).
- Lektorius paaiškina skirtumą tarp bendrosios adresuojamos rinkos ir aptarnaujamos prieinamos rinkos. Pristato „iš viršaus į apačią“ ir „iš apačios į viršų“ metodus, skirtus įvertinti rinkos dydį. Lektorius taip pat pateikia kiekvieno metodo pavyzdžius.
- Įkūrėjų klausimai ir atsakymai, atsižvelgiant į jų verslo / rinkos specifiką.

Dirbtuvės:

- Kiekvienas įkūrėjas trumpai pateikia visų klientų asmenybes ir išsamiau supažindina su 2-3 (kiekvienam įkūrėjui – ne mažiau kaip 5).
- Kiekvienas įkūrėjas parodo ir paaiškina, kaip buvo apskaičiuotas rinkos dydis ir kokiais duomenimis rėmėsi. Lektorius pateikia savo nuomonę, ką reikia tobulinti.
- Lektorius paaiškina, kaip įvertinti galimą rinkos augimą. Įkūrėjai ieško duomenų ir vertina galimą tikslinės rinkos augimą.

Gairės mentoriams

- Patikrinkite, ar startuolio išgrynintos tikslinių klientų asmenybės yra pagrįstos duomenimis ir faktais.
- Ar pagrįstai ir realiai vertinamas rinkos dydis?
- Kokių dar segmentų įkūrėjas galėjo nepastebėti ir neįtraukti?
- Ką steigėjas turėtų daryti, jei tikslinė rinka yra per maža arba mažėja?

Savaitė Nr. 5. Konkurentų analizė

Tikslai:

Ši tema padės jums pamatyti, kaip jūsų vertės pasiūlymas atrodo jūsų konkurentų sprendimų kontekste ir kaip galėtumėte patobulinti savo pasiūlymą.

Nesvarbu, kokį produktą ar paslaugą planuojate siūlyti, turėtumėte žinoti, kaip jūsų klientai jau sprendžia problemą ir kas jau yra rinkoje. Net jei manote, kad turite visiškai naujovišką sprendimą, vis tiek turėtumėte išanalizuoti, kaip žmonės šiuo metu sprendžia tam tikrą problemą. Konkurento analizės tikslas yra padėti išvengti būti akliems dėl savo idėjų pagrįstumo, palyginus su tiesiogine ar netiesiogine konkurencija.

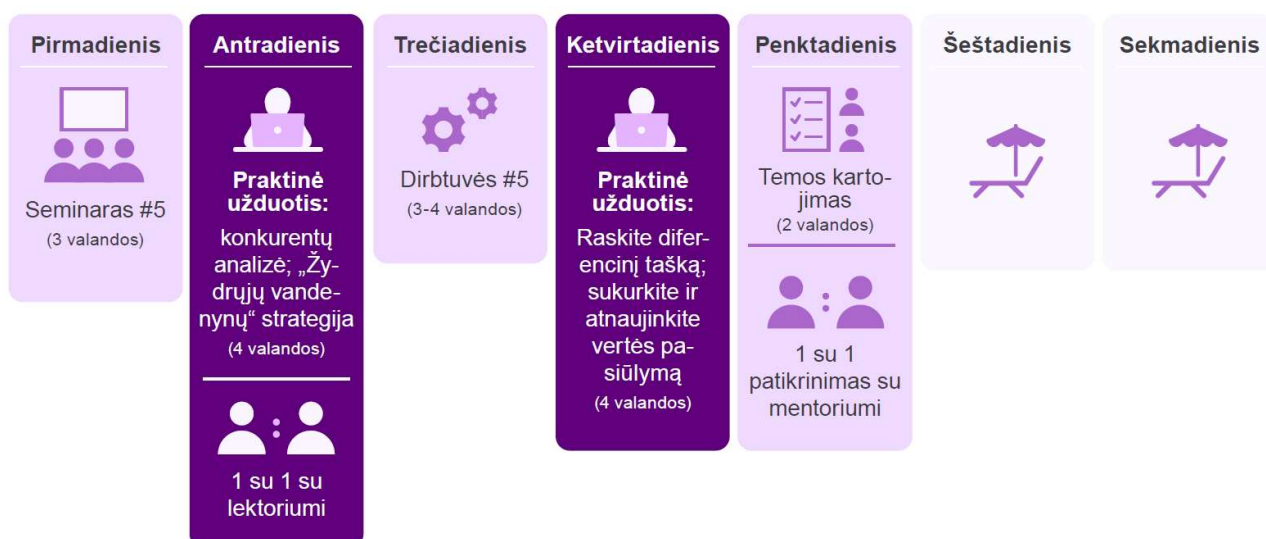
Rezultatai:

Jūs turėsite:

- turėti palyginamąjį konkuruojančių pasiūlymų ir alternatyvių sprendimų sąrašą;
- sugebėti parodyti, kuo jūsų sprendimas yra geresnis už konkurentų ir kokią unikalią vertę teikiate, kurios jokiais kitomis priemonėmis negalima suteikti;
- turėti atsakymą į svarbiausią klausimą – kodėl klientai turėtų pirkti pas jus, o ne pas konkurentus;
- atnaujinti pradinį vertės pasiūlymą į patrauklesnį pasiūlymą, taikant neatmetamo pasiūlymo formulę.

Praktinė užduotis

1. Parenkite du savo konkurentų sąrašus: tiesioginių ir netiesioginių konkurentų.
2. Nurodykite pagrindinius savo konkurentus ir surinkite pagrindinę informaciją apie juos: pardavimų apimtys, rinkodaros veikla (naujų klientų pritraukimo būdai), kainos ir funkcijų / vertės palyginimas, pozicionavimas.
3. **[Pasirinktinai]** Pagal „Žydrųjų vandenynų“ strategijos metodiką nubrėžkite savo ir konkurentų vertės kreives ir sukurkite savo vertės naujoves.
4. Atnaujinkite savo vertės pasiūlymą taikydami neatmetamo pasiūlymo formulę.



Šablonai ir įrankiai:

1. Konkurentų palyginimo lentelė.
2. Konkurencinio pranašumo pagrindas (-ai).
3. „Žydrųjų vandenynų“ strategijos pagrindas „Excel“ skaičiuoklėje.

Seminaras:

- Lektorius paaiškina, kaip startuoliai turėtų analizuoti savo konkurencinę aplinką, kaip turėtų būti nustatyti pagrindiniai konkurentai ir ką iš tikrųjų svarbu palyginti.
- Įkūrėjai atlieka trumpą praktinę užduotį: sudaro tiesioginių ir netiesioginių konkurentų sąrašą. Lektorius pateikia grįžtamąjį ryšį.
- Lektorius dalijasi galimais būdais ir pagrindiniais konkurencinio pranašumo sukūrimo būdais. Lektorius pasiūlo vieną ar kelias sistemas ir paaiškina praktinę užduotį.
- Įkūrėjai pradeda atlikti praktinę užduotį: sudaro konkurentų palyginimo lentelę, remdamiesi duomenimis, kuriuos jie šiuo metu turi arba kuriuos iš karto gali rasti.
- **[Pasirinktina]** Lektorius pristato „Žydrųjų vandenynų“ strategijos sistemą ir tai, kaip ją galima naudoti kuriant vertės naujoves.

Dirbtuvės:

- Kiekvienas įkūrėjas pateikia konkurentų analizę ir paaiškina, kaip jie planuoja laimėti varžybas (10 min.). Lektorius ir auditorija užduoda klausimus ir pateikia atsiliepimus.
- Lektorius pristato neatmetamo pasiūlymo formulę ir pateikia keletą pavyzdžių. Įkūrėjai sukuria savo neatmetamus pasiūlymus ir dalijasi jais su auditorija.

Gairės mentoriams

- Kas yra pagrindiniai konkurentai? Kokia jų rinkos dalis? Ką panašaus jie siūlo?
- Kaip startuoliai planuoja laimėti rinkos dalį: atims ją iš konkretaus konkurento, o gal sukurs naują paklausą? Kaip?
- Kaip konkurentai pritraukia klientų? Kiek jie investuoja į rinkodarą ir produktų kūrimą? Kokios yra silpniausios jų sritys, kurias startuolis galėtų išnaudoti?
- Ar iš tikrųjų startuolio pasiūlyta vertės naujovė yra svarbi klientui? Iš kur mes tai žinome?
- Kiek patrauklus yra „nenugalimas“ pasiūlymas? Ar yra svarbesnių / skausmingesnių klientui problemų ir rizikų, kurios nėra įtrauktos į pasiūlymą?

Savaitė Nr. 6. Minimaliai perspektyvus produktas

Tikslai:

Pagrindinis šios temos tikslas yra susipažinti su įvairių tipų MPP (minimaliai perspektyvų produktą), kuris galėtų būti naudojamas jūsų verslo hipotezėms patvirtinti ir pradėti kurti potencialių klientų sąrašą, net jei dar neturite produkto.

Rezultatai:

Atlikdami praktines užduotis turėsite:

- Parengti funkcijų, kurias reikia išbandyti, sąrašą
- Atlikti produktų pripažinimo apklausą, siekiant gauti atsiliepimų (nuomonę) iš vartotojų
- Dirbti su reklaminiu puslapiu ar bet kokio kito tipo MPP, leidžiančiu surinkti potencialius klientus (potencialius klientus, susidomėjusius startuolio pasiūlymais) ir pereiti prie pardavimo ar išankstinio pardavimo.
- Gairės apie produktą

Praktinė užduotis

1. Sukurkite planuojamų pasiūlyti funkcijų sąrašą. Kurios iš jų yra pagrindinės funkcijos, kurias jau patvirtino klientas? Kurias funkcijas dar reikia patvirtinti?
2. Sukurkite produkto pripažinimo apklausą ir surinkite keletą atsakymų (tai priklauso nuo pramonės, produkto, rinkos -> lektorius turėtų pasiūlyti, koks atsakymų skaičius yra pakankamai reikšmingas konkrečiu atveju).
3. Sukurkite / pritaikykite reklaminį puslapį taip, kad jis atitiktų jūsų MPP.
4. Sukurkite savo produkto gaires ir numatykite, kaip jis galėtų / turėtų būti pritaikytas atsižvelgiant į klientų atsiliepimus (funkcijų patvirtinimas).



Šablonai ir įrankiai:

1. „Google“ formos, „SurveyMonkey“ ar panašus produkto pripažinimo apklausos įrankis
2. Simvoly.com, Wix.com ar bet kuris kitas reklaminio puslapio ir tunelio kūrimo įrankis (pradedant nuo 12 JAV dolerių / mėn.)
3. Mailchimp.com, MailerLight.com ar bet kuris kitas el. pašto automatizavimo įrankis (galimos „freemium“ versijos iki 1 000 - 2 000 prenumeratorių)

Seminaras:

- Lektorius paaiškina, kaip kuriamos produktų gairės ir kodėl prieš jas kuriant svarbu patvirtinti produkto funkcijas.
- Lektorius pristato skirtingus MPP tipus ir tikslus. Įkūrėjai dalijasi, kokio tipo MPP jie jau turi ar šiuo metu kuria.
- Lektorius parodo, kaip produkto pripažinimo apklausa gali būti naudojama priimant sprendimą, kokias funkcijas kurti ir kuria kryptimi kurti produktą.
- Jūs sukursite produkto pripažinimo apklausą, kuri bus naudojama rinkti atsiliepimus iš (bent 5-10) potencialių klientų per kelias ateinančias dienas.

Dirbtuvės:

- Sukurkite produkto pripažinimo apklausą
- Sukurkite / atnaujinkite reklaminį puslapį, kad užfiksuotumėte potencialius klientus
- Nustatyti el. pašto automatizavimo darbo eigas; sukurkite kopiją (visų siunčiamų el. laiškų tekstą).

Gairės mentoriams

- Peržiūrėkite produkto funkcijų sąrašą ir produkto patvirtinimo apklausą. Ar tai prasminga, ar reikėtų ką nors atmesti?
- Ką atskleidžia produkto patvirtinimo tyrimas? Kiek gautų atsakymų? Ar šie atsakymai yra objektyvūs ir tinkami? Kokius sprendimus ir kitus žingsnius reikėtų priimti?
- Peržiūrėkite produkto nukreipimo puslapį. Ar jis turi patrauklų vertės pasiūlymą, aiškų raginimą veikti? Ar tai atrodo patikima? Ar nukreipimo puslapyje yra klientų pritraukimo magnetas? Ar šis klientų pritraukimo magnetas rezonuoja su tiksliniu klientu?
- Kaip atrodo tolimesnė komunikacija ir veikslai el. paštu bei kitais kanalais? Koks pagrindinis komunikacijos tikslas? Ar turėtų būti dar kokie nors veiksmi (pvz., pradinis skambutis ar susitikimas su potencialiu klientu)?

Savaitė Nr. 7. Produkto ir rinkos tinkamumas

Tikslai:

Pagrindinis šios temos tikslas yra parodyti, kaip pasiekti produkto ir rinkos tinkamumą iškeliant ir patvirtinant hipotezių seriją. Galite pasinaudoti proga ir sukurti startuolį netikrindami hipotezių, tačiau tuomet novatoriško verslo sėkmės tikimybė bus gana maža.

Rezultatai:

- Parengsite mažiausiai 5 eksperimento korteles (kurios padės atrasti produkto ir rinkos tinkamumą) su apibrėžtomis hipotezėmis, kad išbandytumėte: (a) problemą, (b) sprendimą, (c) tikslinį segmentą, (d) kainodarą, (e) komunikacijos ir platinimo kanalus. Eksperimento kortelėse taip pat bus numatytas būdas, kaip patikrinti kiekvieną iš hipotezių.
- Pradėsite vykdyti tikrus rinkos eksperimentus ir rinkti duomenis apie potencialių klientų veiksmus.

Toliau dirbsite ir vykdysite eksperimentus likusiu šios įsibėgėjančios programos metu ir, tikriausiai, net ilgiau. Todėl ateityje gausite daugiau rezultatų (atsiliepimų ir eksperimentų duomenų). Tai bus gyvybiškai svarbu paskutiniame programos etape – ruošiant pamatą investuotojams.

Praktinė užduotis

- Paruoškite mažiausiai 5 eksperimento korteles, kaip planuojate išbandyti (a) problemą, (b) sprendimą, (c) tikslinį segmentą, (d) kainodarą, (e) komunikacijos ir platinimo kanalus.
- Pasiruoškite faktiniam bendradarbiavimui su tiksliniais klientais.
- Atlikite bent 1 eksperimentą ir gaukite rezultatų per vieną savaitę ar greičiau.



Šablonai ir įrankiai:

1. Eksperimento kortelės šablonas
2. „Canva.com“ internetinis įrankis, skirtas kurti reklaminius skelbimus ir kitą vaizdinę medžiagą

Seminaras:

- Lektorius paaiškina, kodėl produkto tinkamumas rinkai yra gyvybiškai svarbus, ir dalijasi brangiai kainuojančių klaidų pavyzdžiais.
- Lektorius paaiškina 5 pagrindines hipotezes (problema, sprendimas, kainodara, segmentas ir kanalai) ir dalijasi geriausia praktika, kaip jas būtų galima patikrinti.
- Įkūrėjai paruošia mažiausiai 2 eksperimento korteles. Savanoriai dalijasi savo eksperimentų kortelėmis su auditorija, norėdami gauti lektoriaus grįžtamąjį ryšį.

Dirbtuvės:

- Įkūrėjai pateikia savo eksperimento korteles ir ruošiasi atlikti eksperimentą. Lektorius teikia grįžtamąjį ryšį.
- Įkūrėjai naudoja „Canva.com“ ar bet kurį kitą alternatyvų įrankį, norėdami sukurti reklaminių skelbimų juodraštinus variantus (ar bet kokią kitą medžiagą, skirtą pasirinktam įtraukimo tipui), kad nukreiptų tikslinį srautą į reklaminį puslapį arba inicijuotų klientų sąveiką su kitų tipų mažiausiai perspektyviais produktais.

Gairės mentoriams

- Peržiūrėkite eksperimento korteles ir padėkite steigėjams suprasti, ar tokie veiksmai ir rodikliai tikrai patvirtins arba atmes hipotezes.
- Aptarkite, ar pasirinktas eksperimento būdas ir priemonės konkrečiu atveju yra geriausi.

Savaitė Nr. 8. Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas

Tikslai

Pagrindinis šios temos tikslas yra parodyti, kaip sukurti stiprų startuolio prekės ženklą, kuris turėtų galingą poziciją rinkoje ir padėtų išvengti kainų konkurencijos.

Net aukščiausios klasės inovacijomis grįstos įmonės susiduria su bauginančia konkurencija arba konkuruoja su senais problemos sprendimo būdais arba tiesiog ignoruoja problemą. Efektyvus pozicionavimo teiginys yra labai galingomis visos rinkodaros veiklos gairėmis ir padeda išlaikyti dėmesį ties tuo, kodėl klientai turėtų pirkti iš jūsų. Pozicionavimas yra pati svarbiausia jūsų rinkodaros strategijos ir prekės ženklo dalis. Jei neturite aiškaus pozicionavimo teiginio, tai reiškia, kad neturite realios rinkodaros strategijos. Kitas žingsnis – sukurti tvirtą prekės ženklą, kuris padėtų išskirti produktus ir paslaugas ir išvengti kainų konkurencijos. Prekės ženklas gali paversti nežinomą startuolį sėkminga įmone ir galbūt net tam tikros rinkos nišos lyderiu. Tačiau reikia būti kantriems ir atkakliems.

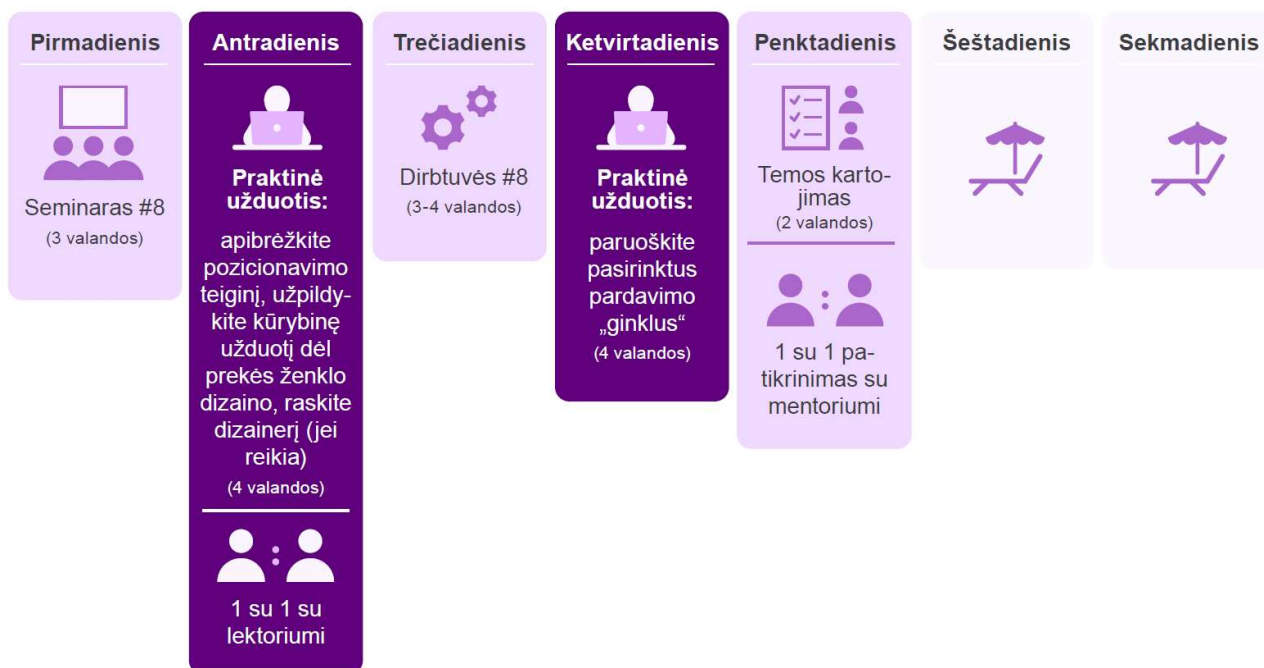
Rezultatai

Jūs parengsite:

1. pozicionavimo teiginį ir šūkį;
2. prekės ženklo dizaino kūrybinę užduotį;
3. logotipą ir pagrindinius prekės ženklo požymius;

Praktinė užduotis

1. Apibrėžkite pozicionavimo teiginį ir sukurkite prasmingą šūkį, kuris padės jums parduoti.
2. Parenkite prekės ženklo dizaino kūrybinę užduotį.
3. Raskite dizainerį (laisvai samdomą darbuotoją ar įmonę) ir užsisakykite bent mažą vizualinio identiteto vadovą.
4. Atlikite bent 1 eksperimentą ir gaukite rezultatus iki kitos savaitės.



Įrankiai ir šablonai:

- „Excel“ lentelinė skaičiuoklė pozicionavimui
- teiginio sukūrimas ir šūkio vertinimas
- Logotipo kūrybinė užduotis ir vizualinio identiteto vadovas

Seminaras:

- Lektorius paaiškina apie pozicionavimą rinkoje, pateikia gerų ir blogų pavyzdžių ir parodo, kaip tai daroma žingsnis po žingsnio.

- Įkūrėjai nustato savo pozicionavimo teiginį.
- Lektorius paaiškina, kodėl ir kada prekės ženklas yra svarbus startuoliui, kokie yra pagrindiniai prekės ženklo požymiai ir kaip pradėti kurti startuolio prekės ženklą.
- Įkūrėjai užpildo kūrybines užduotis apie prekės ženklo dizainą.

Dirbtuvės:

- Jei yra įkūrėjų, kuriems pavyko pradėti pirmąjį eksperimentą, jie kviečiami pasidalinti savo mokymusi ir gauti tolesnių lektoriaus nurodymų.
- Visi įkūrėjai baigia kurti reklaminius skelbimus ir vaizdinę medžiagą, atnaujina reklaminių puslapių.
- Parengia ir pradeda kitą eksperimentą.
- Lektorius pristato skirtingus pardavimo „ginklų“ tipus (t. y., pardavimų istoriją, pristatymą, atvejų analizę, atsiliepimus, šaltuosius skambučius ir kt.). Įkūrėjai pasirenka mažiausiai 3 „ginklus“ ir pradeda juos rengti dirbtuvių metu.

Gairės mentoriams

- Ar padėties pozicionavimo teiginys atsako, kas yra tikslinis klientas, kurioje srityje startuolis konkuruoja ir kuo jis išskirtinis?
- Ar šūkis yra patrauklus ir sukuria tolimesnės komunikacijos bei pardavimo galimybę?
- Kaip atrodo prekės ženklo knyga? Ar tai rezonuoja su verte, kurią startuolis siūlo rinkai?

Savaitė Nr. 9. Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai

Tikslai

Kadangi dauguma startuolių yra susiję su naujovėmis ir specifine praktine patirtimi *know-how*, intelektinė nuosavybė (IN) tampa vienu iš pagrindinių turtų. Pagrindinis šios temos tikslas yra padėti startuolių įkūrėjams nustatyti ir apsaugoti savo intelektinę nuosavybę ne tik pasirašant konfidencialumo sutartis (KS), bet ir naudojant kitas teisinės apsaugos formas.

Rezultatai

Jūs turėsite:

- nustatytą jūsų IN turtą;
- numatysite, kaip galėtumėte fiziškai, skaitmeniškai ir teisiškai apsaugoti savo IN;
- parengtą KS, skirtą partneriams, tiekėjams, darbuotojams;

Praktinė užduotis

1. Sudarykite sąrašą, kas galėtų būti laikoma jūsų intelektine nuosavybe.
2. Pasitarkite su lektoriais ir mentoriumi, kaip reikėtų apsaugoti šį turtą; parenkite IN apsaugos gaires.
3. Parenkite konfidencialumo sutartį;

SVARBU: turite tęsti rinkos eksperimentus ir patvirtinti hipotezes.



Įrankiai ir šablonai:

- Konfidencialumo sutartis.

Seminaras:

- Lektorius pristato oficialius informacijos šaltinius, kuriuose startuolių įkūrėjai gali rasti atsakymus į klausimus, susijusius su įmonės steigimu, darbuotojų samdymu, jų intelektinės nuosavybės apsauga, skirtingų sutarčių rengimu.
- Lektorius pristato įvairius intelektinės nuosavybės apsaugos būdus ir pateikia realių pavyzdžių, kaip sėkmingai buvo naudojamos konkrečios intelektinės nuosavybės apsaugos formos.

Dirbtuvės:

- Startuolio komandos pristato, kokią IN jie vertina kaip vertingiausią ir kurią verta apsaugoti. Lektorius pateikia grįžtamąjį ryšį, kokia IN apsaugos forma turėtų būti taikoma.
- Įkūrėjai parengia KS, skirtą naudoti su darbuotojais, partneriais ir galbūt net potencialiais klientais.
- Įkūrėjai konsultuojasi su lektoriumi ir pradeda rengti papildomus dokumentus IN apsaugai.

Gairės mentoriams

- Ar komanda parengė visus užduotyje išvardytus dokumentus ir konsultavosi su dėstytoju? Ar teisiniu požiūriu viskas paruošta rinkai? Ar startuolių komanda galės sudaryti sutartis su naujais klientais?
- Aptarkite, kiek steigėjai rūpinasi intelektinės nuosavybės apsauga ir kokių veiksmų ketina imtis? Ar šiame etape jų požiūris yra pagrįstas (galbūt, steigėjai dar neturi ką apsaugoti, bet skiria per daug energijos ir laiko šiam klausimui)?

Savaitė Nr. 10. Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas

Tikslai

Ši tema padės startuolių įkūrėjams apibrėžti savo patekimo į rinką strategiją ir viename puslapyje išdėstyti savo rinkodaros planą.

Didelės įmonės rengia savo metinius, ketvirčio ir mėnesio rinkodaros planus, apimančius visą jų verslo veiklą apskritai ir kiekvieną savo veiklą ar produktų grupę atskirai ir labai išsamiai. Bet kuo didesnė bet kokio plano apimtis, tuo sunkiau jį įgyvendinti ir tuo daugiau pastangų reikia. Tai nėra ankstyvosios stadijos startuolio variantas. Startuoliai neturi tokios prabangos palikti savo rinkodarą ir pardavimą atsitiktinei sėkmei.

Šios formos rinkodaros planas suteiks startuolio įkūrėjui aiškų vaizdą apie pagrindinį rinkodaros tikslą, tarpinius tikslus ir pagrindines užduotis, kurias reikėtų atlikti tikslui pasiekti.

Rezultatai

Jūs parengsite:

- Patekimo į rinką strategiją, įskaitant platinimo ir komunikacijos kanalus;
- tinkamą rinkodaros planą viename lape;

Pradėsite įgyvendinti savo rinkodaros planus; todėl kiekvienam startuoliui šios temos rezultatas gali būti šiek tiek kitoks.

Praktinė užduotis

1. Apibrėžkite patekimo į rinką strategiją.
2. Parenkite rinkodaros planą viename lape.
3. Atlikite bent 1 eksperimentą ir gaukite rezultatų iki kitos savaitės.



Įrankiai ir šablonai:

- Rinkodaros plano šablonas viename lape

- Jei jūsų startuolis rinkoje dirba principu verslas verslui, jūs taip pat parengsite sutartį ar bent jau ketinimų protokolo šabloną (tai priklauso nuo startuolio patekimo į rinką pasirengimo ir pramonės specifikos);

Seminaras:

- Lektorius paaiškina, kaip sukurti efektyvią patekimo į rinką strategiją, kaip padaryti ją tikrai veiksmingą, o ne tik formalią. Didelis dėmesys skiriamas faktinių pardavimų plano ir pardavimo veiksmų rezervavimo laiko įkūrėjų kalendoriuje parengimui.
- Įkūrėjai apibrėžia ir pateikia savo rinkos strategijas.
- Lektorius pristato rinkodaros / pardavimo kanalų ir rinkodaros planų sąvoką viename lape.
- Įkūrėjai parengia rinkodaros planą ir nustato savo pardavimų ir rinkodaros užduotis viename lape. Lektorius vadovauja procesui.

Dirbtuvės:

- Įkūrėjai pristato ir aptaria eksperimentų rezultatus, dalijasi savo patirtimi. Lektorius pateikia įžvalgų, kaip turėtų būti vertinami rezultatai ir kokių veiksmų turėtų būti imtasi.
- Įkūrėjai parengia ir pradeda kitą eksperimentą.

Šiame etape kiekviena startuolių komanda turėtų pradėti bent keletą rinkos eksperimentų ir jau gauti bent pradinius atsiliepimus iš rinkos. Šių praktinių užsiėmimų metu įkūrėjai turėtų atlikti faktinį darbą, norėdami sukurti ir pradėti kitą reklaminį eksperimentą „Facebook“, „Google“, „Youtube“, „LinkedIn“ ar bet kuriuose kituose kanaluose, kurie būtų tinkami konkrečiam startuoliui; parašyti sekimo elektroniniu paštu sekos kopiją; parengti ir nugludinti šaltųjų skambučių scenarijų; ir kt.

Šių praktinių užsiėmimų tema gali būti koreguojama atsižvelgiant į startuolių, dalyvaujančių šioje grupėje, specifiką ir pagrindinius jų iššūkius. Būtų puiku turėti lektorių, kuris yra tam tikros skaitmeninės rinkodaros srities ekspertas.

Gairės mentoriams

- Ar startuolis turi (ar gali gauti) visus reikalingus išteklius įgyvendinti įėjimo į rinką strategiją?
- Ar rinkodaros planas turi išmatuojamus bei tarpinius tikslus?
- Koks rinkodaros plano įgyvendinimo progresas? Ar yra kliūčių? Kas ir kaip galėtų padėti jas įveikti?

Savaitė Nr. 11. Startuolio augimo varikliai ir metrikos

Tikslai

Pagrindinis šios temos tikslas yra pristatyti skirtingus augimo variklius ir susieti juos su pagrindinėmis augimo metrikomis. Tai padės startuolių įkūrėjams žinoti, kaip auga startuolis, ir turėti aiškių įžvalgų, kaip augimas galėtų paspartėti.

Daugelis startuolių kalba apie reklamą iš lūpų į lūpas ir tikisi virusinio augimo. Tačiau virusinis poveikis pasireiškia labai retai, ypač jei nėra nuoseklių, tikslinių veiksmų. Sąmoningai nepasirinkę augimo variklio, paliekate savo startuolio augimą atsitiktinumui. Yra daugybė augimo metrikų, kurias naudoja startuoliai ir net investuotojai, tačiau dauguma tų metrikų yra bevaisės. Dauguma šių metrikų atrodo išsamios ir logiškos ir teikia įkūrėjams pasitenkinimą dėl startuolio vystymo pažangos. Bet iš tikrųjų jos nieko nepasako apie realų jūsų startuolio augimą.

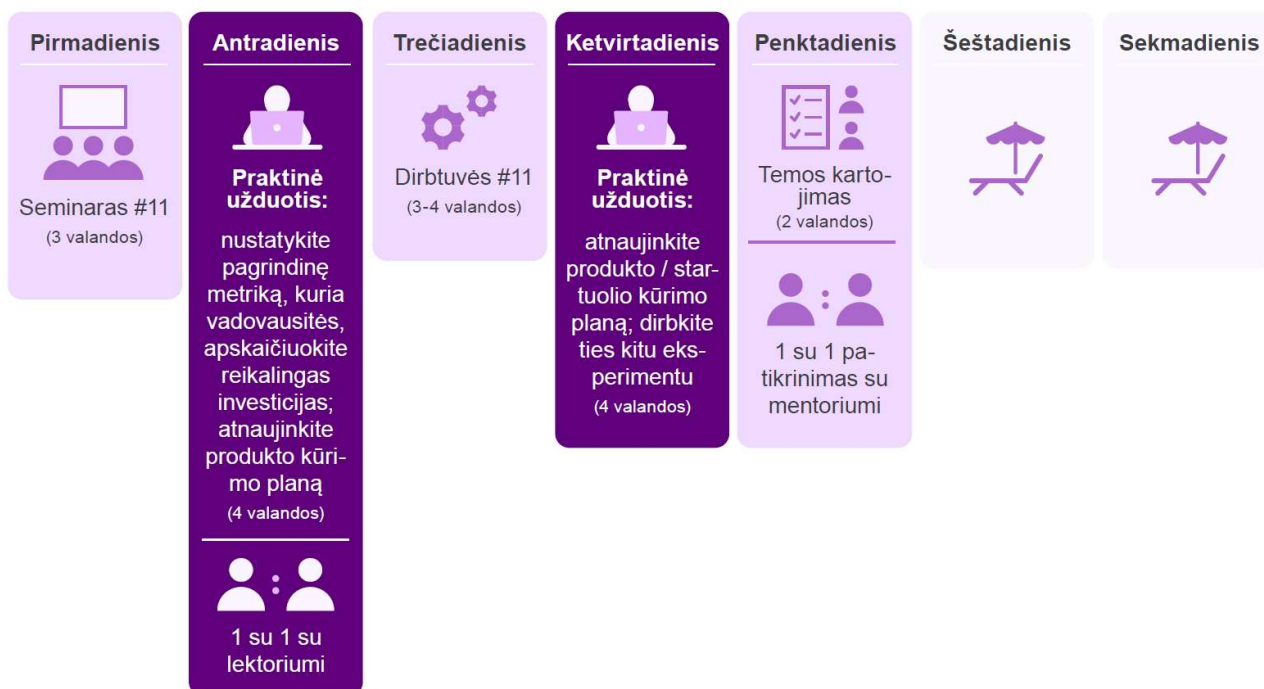
Rezultatai

Jūs turėsite:

- sąmoningai nuspręsti, kurį augimo variklį naudosite savo startuolyje;
- parengti užduočių ir priemonių sąrašą, kad pasirinktas augimo variklis suveiktų;
- turėti pagrindinių metrikų rinkinį, kuris stebės tikrąją jūsų startuolio pažangą;
- peržiūrėti ir atnaujinti savo rinkodaros planą, sutelkiant dėmesį į išmatuojamą augimą, ir paruošti alternatyvų rinkodaros planą, jei yra gaunamos investicijos.

Praktinė užduotis

1. Pasirinkite augimo variklį ir apibrėžkite pagrindinius žingsnius, kaip planuojate jį įgyvendinti.
2. Parenkite alternatyvų rinkodaros planą ir produkto kūrimo planą, jei yra gaunamos investicijos.
3. Atlikite bent 1 eksperimentą ir gaukite rezultatų iki kitos savaitės.



Įrankiai ir šablonai:

- Virusinio augimo skaičiuoklė
- AARRR metrikų šablonas

Seminaras:

- Lektorius pateikia keletą metrikų pavyzdžių, o įkūrėjai turi atsakyti, ar tam tikra metrika iš tikrųjų yra svarbi, ar tiesiog yra bevaisė. Lektorius paaiškina AARRR metriką.
- Įkūrėjai sudaro savo pagrindinių metrikų sąrašą ir užrašo dabartines šių metrikų vertes.
- Lektorius paaiškina, kaip apskaičiuoti reikalingas investicijas ir kaip atnaujinti produkto kūrimo planą, taip pat rinkodaros planą, jei tokios investicijos yra gaunamos.

Dirbtuvės:

- Įkūrėjai dalijasi atnaujintais produktų kūrimo planais ir rinkodaros planais, jei yra gaunamos investicijos.
- Įkūrėjai pristato ir aptaria eksperimentų rezultatus, dalijasi savo patirtimi. Lektorius pateikia įžvalgų, kaip turėtų būti vertinami rezultatai ir kokių veiksmų reikėtų imtis toliau.
- Įkūrėjai pasiruošia ir pradeda kitą eksperimentą.

Gairės mentoriams

- Ar steigėjai mato skirtumą tarp tuštybės ir naudingų, prasmingų rodiklių? Kokius rodiklius jie pasirinko stebėti?
- Ar realus jų pasirinktas augimo variklis? Ar startuolis turi (ar gali gauti) tai, ko reikia, kad įgalintų pasirinktą variklį?
- Ar siekiamos pritraukti investicijos yra suderintos su produkto kūrimo planu ir rinkodaros planu?

Savaitė Nr. 12. Verslo idėjos pristatymas investuotojams

Tikslai

Pagrindinis tikslas yra tas, kad startuoliai įkūrėjai galėtų greitai išskirti į kitų veiksmų viesulą pasibaigus pre-akceleravimo programai.

Lėšų rinkimas nėra toks lengvas ir įdomus, kaip mano dauguma ankstyvosios stadijos startuolių. Tai yra vienas iš labiausiai varginančių laikotarpių startuoliams, nes jūs turite ieškoti pinigų, vis vystydami savo startuolį ir augdami. Iki šio galutinio pre-akceleravimo programos etapo dauguma startuolių įkūrėjų turėjo rasti savo produktų rinką arba buvo visai arti jos atradimo. Atėjo laikas padėti startuolių įkūrėjams planuoti savo lėšų rinkimo etapus ir parengti tvirtą lėšų rinkimo medžiagą.

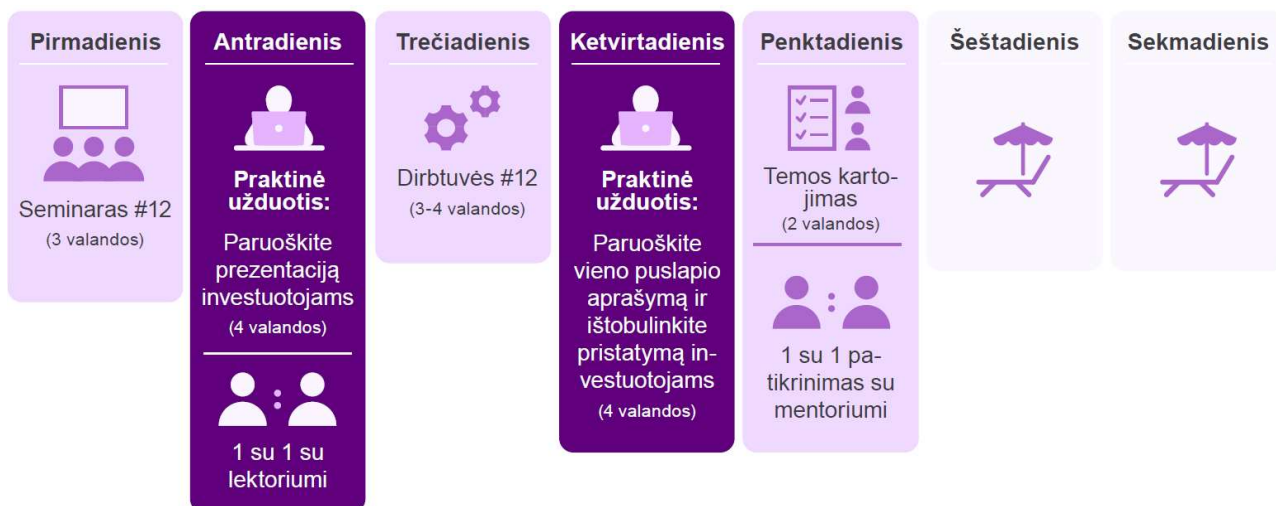
Rezultatai

Jūs turėsite:

- Vieno puslapio projekto pristatymą (*one-pager*) ir išsamią projekto prezentaciją (*pitch desk*) investuotojams;
- aiškią viziją, kiek pinigų jie siekia, ir kaip tiksliai bus naudojamos šios lėšos;
- santrauką, koks būtų idealus investuotojas ir kiek galėtumėte atiduoti nuosavo kapitalo.

Praktinė užduotis

1. Parenkite vieno puslapio projekto pristatymą (*one-pager*).
2. Parenkite išsamią projekto prezentaciją (*pitch desk*) investuotojams
3. Parenkite planą, kur ir kaip ieškosite investuotojų.



Įrankiai ir šablonai:

- trumpo idėjos pristatymo (*elevator pitch*) šablonas

Seminaras:

- Lektorius pristato, kas laukia startuolių įkūrėjų lėšų rinkimo proceso metu. Kokie yra pagrindiniai keblumai ir kokius namų darbus reikėtų atlikti, kad išvengtumėte šių problemų?
- Diskusija (15–20 min.) su įkūrėjais, kuriame etape jie šiuo metu yra ir kokie yra pagrindiniai sunkumai renkant lėšas.
- Lektorius paaiškina pagrindinius startuolių vertinimo principus, kodėl jis toks svarbus ir kaip jį pagerinti.
- Lektorius parodo efektyvios išsamios projekto prezentacijos (*pitch desk*) struktūrą ir pavyzdį.

- Įkūrėjai nurodo, ką pateiks kiekvienoje skaidrėje, ir aptaria tai su lektoriumi paskaitoje arba per 1 su 1 mentorystės sesiją.

Dirbtuvės:

- Kiekvienas įkūrėjas pristato pardavimo kalbą (3 min.), atsako į klausimus (2 min.) ir gauna lektoriaus atsiliepimą.
- Įkūrėjai sukuria savo vieno puslapio projekto pristatymą (*one-pager*) ir įvadinę žinutę.

Gairės mentoriams - 12

- Peržiūrėkite investuotojams skirtą prezentaciją. Pateikite idėjų, ką ir kaip būtų galima patobulinti.
- Ar pagrįstas investicijų pritraukimo ir produkto kūrimo planas?
- Kiek pinigų kas mėnesį praranda/praras startuolis („cash burn rate“)? Kiek laiko su pritrauktomis investicijomis startuolis turėtų produkto sukūrimui ir įvedimui į rinką? Ar tai racionalu?

3.2. Gairės atrinktiems programos dalyviams skatinti bei skatinimo metodai

Programos vertės pasiūlymas ankstyvos stadijos startuoliams tikrai geras ir vertingas. Tačiau nepakanka apie tai pranešti tik kvietimo ir pradinio renginio metu. Vertė taip pat turėtų būti komunikuojama ir aiškinama programos metu. Siekiant paskatinti, kad programos dalyviai įkurtų įmones (jei to dar nepadarė) ne vėliau kaip per keturias savaites nuo programos pradžios, kad galėtų pasinaudoti programos teikiamais privalumais.

Ypatingas dėmesys turėtų būti skiriamas paaiškinant šių paramos priemonių naudą:

- **Individuali mentorystė.** Komandai skirtas mentorius, padedantis produkto ir rinkos pritaikymui programos metu. Mentorius skiria savo laiką ir įsigilina į kiekvieno atvejo detales. Tai įpareigoja kitą šalį (startuolių steigėjus) rimčiau žiūrėti į praktines užduotis.
- **Teisinės konsultacijos.** Kai komanda pasirengusi įsteigti įmonę, jie gali gauti teisinės konsultacijas steigiant juridinį asmenį Lietuvoje. Startuoliams taip pat yra prieinami teisinių dokumentų šablonai.
- **Google Ads reklamos kuponas.** Kai startuolis bus pasirengęs vykdyti pirmąjį eksperimentą, ši programa gali suteikti „Google Ads“ reklamos kuponą per partnerius. Tai leistų startuoliams pradėti savo pirmuosius rinkodaros eksperimentus neišleidžiant reikšmingos pinigų sumos.
- **Galimybė prisistatyti investuotojams.** Tai tikriausiai yra vienas pagrindinių motyvų, kodėl startuoliai aplikuoja į programą. Ši programa yra tarsi „trumpiausias kelias“ siekiant tinkamai pristatyti savo verslo idėją potencialiems investuotojams. Kiekvienas dalyvis turės tokią galimybę, jei sėkmingai užbaigs programą (parengs bent vidutinės kokybės prezentaciją investuotojams).
- **Bendradarbytės erdvė.** Programos dalyviai galės naudotis bendradarbytės erdve, kai ji bus įrengta. Jei įmanoma, potencialiems programos absolventams taip pat gali būti pasiūlyta bendradarbytės erdvė. Tai gali būti papildoma motyvacija labiau stengtis programos metu.
- **Papildomas viešumas.** Programos dalyvių ir absolventų sėkmės istorijų pristatymas žiniasklaidoje. Startuolių steigėjai turėtų žinoti, kad jų sėkmės istorijos gali sulaukti papildomo viešumo spaudoje. Tokių istorijų viešinimas naudingas tiek startuoliams, tiek ir pačiai programai, siekiant į ją pritraukti dar daugiau dalyvių.
- **Išvykos** į teminius renginius, parodas, B2B susitikimus, padengiant visas ar bent dalį tokios kelionės išlaidų. Programos dalyviai turėtų būti supažindinti su išsamesne informacija apie artėjančius renginius ir dalyvavimo jose sąlygas.

3.3. Programos baigimo kriterijai ir galutinių pristatymų vertinimas, vertinimo kriterijai

Programos užbaigimą patvirtina mentorius, kuris buvo paskirtas konkrečiam startuoliui. Jei mentorius patvirtina, kad startuolis įvykdė visas praktines užduotis (įskaitant rinkos eksperimentus), startuolių komandos nariai tampa programos absolventais.

Paskutinių dirbtuvių metu programos dalyviai investuotojams pristato savo startuolius. Mentorai ir dėstytojai vertina kiekvieną startuolį pagal septynis siūlomus kriterijus, suteikdami balą nuo vieno iki penkių.

Rinkos potencialas					
Kokia yra rinka? Ar yra didelė paklausa konkrečiai problemai išspręsti?	1	2	3	4	5
Technologija, sprendimas					
Kiek novatoriškas yra sprendimas? Ar tai suteikia konkurencinį pranašumą?	1	2	3	4	5
Verslo modelis ir pajamų generavimo modelis					
Ar aišku, kaip startuolis uždirbs pinigus? Ar tai pagrįsta ir įmanoma?	1	2	3	4	5
Rinkos, klientų pritraukimas					
Kiek efektyvi yra klientų pritraukimo strategija? Ar startuolis jau uždirba pajamų, ar bent jau turi ketinimų susitarimus su keletu klientų?	1	2	3	4	5
Komanda					
Kiek stipri komanda? Ar ji pajėgi judėti pirmyn ir plėtoti verslą?	1	2	3	4	5
Aiškūs tolimesni žingsniai ir tikslai					
Startuolio komanda nustatė aiškius etapus ir veiksmų planą. Jie taip pat žino, kiek lėšų ir kokiam tikslui reikia.	1	2	3	4	5
Bendra motyvacija ir pastangos					
Kiek motyvuota komanda? Kiek pastangų jie išleido per išankstinio pagreičio programą?	1	2	3	4	5
Bendras įvertinimas					

Siūloma taikyti minimalų 21 taškų (iš 35 įmanomų) įvertinimą, siekiant užtikrinti, kad oficialių programos absolventų pristatymai investuotojams būtų tik vidutinio ir aukštesnio lygio. Startuoliai, surinkę mažiau nei 21 tašką, neturėtų būti laikomi programos absolventais (jie tik išklusė, bet nebaigė programą). Norint išlaikyti gerą programos reputaciją, tokie startuoliai neturėtų būti oficialiai pristatomi investuotojams.

3.4. Tolimesnio dalyvių skatinimo po programos pabaigos potencialių veiklų aprašymas

Startuolių steigėjams baigus programą, tolesnis skatinimas galėtų būti teikiamas keliais skirtingais būdais ir formomis:

6. **Absolventų (Alumni) klubas.** Programos absolventai turėtų būti pakviesti prisijungti prie alumnų klubo. Alumnų klubas gali turėti privačią grupę „Facebook“ ar „Linked“ (ar net „Slack“ kanalą). Visi programos absolventai turėtų būti pakviesti prisijungti prie grupės ir joje bendrauti užduodant klausimus, prašant pagalbos, dalijantis savo pasiekimais ir kitomis svarbiomis naujienomis. Tai galėtų būti efektyvus komunikacijos kanalas, skirtas dalytis svarbia informacija ir su programos absolventais (t. y. naujos paramos, subsidijų galimybės, renginiai, susitikimai su investuotojais ir kt.). Toks aktyvus bendravimas dalinantis vertinga informacija būtų papildoma nauda startuolių steigėjams.
7. **Kvietimas į pradinis renginius.** Visi ankstesnių kvietimų absolventai turėtų būti pakviesti sudalyvauti pradinuose renginiuose, kuriuose susirenka nauji startuolių įkūrėjai ir talentai. Tai būtų papildoma galimybė programos absolventams rasti naujų talentų (darbuotojų ar bendrasteigėjų). Absolventai, atvykę į tokį renginį kaip svečiai, galėtų pasidalinti savo iššūkiais ir sėkmės istorijomis, taip motyvuodami ką tik prisijungusius prie programos startuolių įkūrėjus.
8. **Teminiai susitikimai.** Seminarai ir praktiniai užsiėmimai yra privalomi programos dalyviams, tačiau būtų galima surengti papildomus neprivalomus teminius susitikimus. Kiekvienas susitikimas galėjo spręsti skirtingas startuolių plėtros problemas ir iššūkius, skirtingi svečiai galėjo būti pakviesti pasidalinti savo žiniomis ir pateikti keletą patarimų startuolių įkūrėjams. Programos absolventai turėtų galėti prisijungti prie tokių renginių kaip dalyviai, o kartais ir kaip pranešėjai, norėdami pasidalinti pasiekimais ir patirtimi.
9. **Sėkmės istorijų dalijimasis.** Absolventai turėtų būti pakviesti pasidalinti savo pasiekimais ir sėkmės istorijomis su programos dalyviais ar bent jau su savo buvusiu mentoriumi. Jei bus reikšmingų pasiekimų, šias istorijas galima panaudoti pranešimuose spaudai ir kitoje viešųjų ryšių veikloje. Startuoliams taip būtų suteiktas papildomas viešumas ir prekės ženklo žinomumas, o pre-akceleravimo programa turėtų dėmesį pritraukiančių įrodymų (startuolių istorijos galėtų būti pateikiamos kaip bent dalinai pre-akceleravimo programos pasekmė).
10. **Prisistatymas investuotojams.** Individualiai atrinkti ankstesnių kvietimų startuoliai galėtų turėti papildomą galimybę prisistatyti investuotojams kartu su kito kvietimo programos absolventais. Mentorai galėtų palaikyti bent minimalius asmeninius santykius su labiausiai motyvuotais startuolių įkūrėjais. Jei kurie nors startuoliai padarė didelę pažangą, tačiau vis dar ieško investuotojų, pre-akceleravimo programa galėtų pakviesti juos į prisistatymą investuotojams kaip specialius svečius (ankstesnio kvietimo absolventus). Tokia galimybė leistų palaikyti ryšį su startuoliais ir gauti bent šiek tiek naujienų apie jų pažangą.

3.5. Programos periodinio kokybės vertinimo kriterijai ir apklausų anketos

Programos kokybės vertinimas turėtų būti atliekamas remiantis trijų skirtingų šalių atsiliepimais:

4. **dalyviai** (startuolių įkūrėjai) - kokius lūkesčius jie turėjo prieš programą ir kaip juos tenkina procesas ir rezultatas;
5. **investuotojai** - kokia jų nuomonė apie startuolių potencialą, taip pat pasirengimą rinkai ir investicijoms; kokie trūkumai turėtų būti pašalinti kitame programos kvietime;
6. **mentoriai ir dėstytojai** - kas labiausiai skatina startuolių įkūrėjus labiau stengtis ir dėti daugiau pastangų; su kokiais pagrindiniais iššūkiais jie susidūrė programos metu;

kurios užduotys buvo sunkiausios pradedantiesiems; kokių papildomų temų gali prireikti; kurias užduotis ir kaip reikėtų atnaujinti.

Dalyvių pirminiai lūkesčiai aptariami ir apibendrinami pirmojo seminaro metu. Startuoliai apklausiami kiekvieną savaitę, kad būtų surinkti atsiliepimai apie ką tik išdėstytą temą ir lektorių. Dalyviai taip pat apklausiami paskutinių dirbtuvių metu, po to kai jie pristato savo prezentaciją skirtą investuotojams. Dalyvių anketų šablonai pateikti 6 ir 7 prieduose.

Mentoriai turėtų būti apklausiami anketiniu arba interviu po startuolių prisistatymo investuotojams renginio. Rekomenduojama kas dvi savaites daryti tarpinius aptarimus su mentoriais, kad būtų galima stebėti startuolių progresą ir prireikus suorganizuoti papildomus užsiėmimus ar susitikimus su kviestiniais svečiais. Programos kokybės aptarimas su mentoriais turėtų vykti bent kartą per mėnesį. Anketos mentoriams pavyzdys pateiktas 8 priede.

Investuotojai apklausiami anketiniu arba interviu būdu (išsamus interviu su investuotojais būtų vertingesnis kokybės vertinimui) po startuolių prisistatymo renginio. Anketos investuotojams šablonas pateiktas 9 priede.

Priedai

Priedas Nr.1. Dalyvavimo programoje sutarties šablonas įmonėms

DALYVAVIMO PROGRAMOJE SUTARTIS NR. _____

2020 m. [mėnuo] [diena] d.
Vilnius

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (įm. k. 188730854), atstovaujama l. e. p. direktoriaus Ginto Kimčio, veikiančio pagal Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros nuostatus, patvirtintus Lietuvos Respublikos ūkio ministro ir Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministro 2010 m. balandžio 20 d. įsakymu Nr. 4-305/V-546 „Dėl Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros nuostatų patvirtinimo“, (toliau – **Organizatorius**) ir

[Įmonės pavadinimas] (įm. k. 123456), buveinės adresas [nurodyti adresą] atstovaujama direktoriaus Vardenio Pavardenio, veikiančio pagal [atstovavimo pagrindas], (toliau – **Dalyvis**)

toliau kartu vadinamos **Šalimis**, o kiekviena atskirai **Šalimi**,

atsižvelgdamos į tai, kad:

- Organizatorius, įgyvendindamas Europos Sąjungos (toliau – **ES**) investicinių fondų finansuojamą projektą „Startuolių platformos/aplinkos – technologijų uosto (TechHub) vystymas ir plėtra įtraukiant studentus, mokslininkus ir verslo atstovus“, įsigijo ir vykdo pre-akceleravimo programą startuolių verslumui skatinti (toliau – **Programa**);
- Dalyvis užpildydamas paraiškos formą išreiškė pageidavimą tapti Dalyviu vienam Programos ciklui;
- Dalyvis aplikuoja į Programą kaip fizinis asmuo;

bei rodydamos gerą valią ir vadovaudamosios teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais, susitarė ir sudarė šią Dalyvavimo programoje sutartį (toliau – **Sutartis**).

Šioje Sutartyje naudojamos sąvokos:

- **Ankstyva stadija** – startuolio ar ekonominę veiklą planuojančio vykdyti asmens stadija, kai nėra pilnai aiški verslo vizija, idėja, klientas ir (ar) produktas.
- **Programa** – ankstyvos stadijos vystymo programa, padedanti išvystyti verslo idėją, apibrėžti potencialų klientą ir sukurti minimalų gyvybingą produktą (angl. *minimum viable product*).
- **Programos ciklas** – 12 savaičių intensyvūs konsultavimo, mokymo, verslo vystymo pagalbos ir patarimų teikimo, partnerių paieškos veiklos, vykdomos pagal parengtą Programą laikotarpiu nuo 2020 m. iki 2020 m.
- **Mentorius** – Programos ekspertas, kuriojantis Dalyvį ir mokymosi pažangą viso Programos ciklo metu.

- **Lektorius** – Programos medžiagos dėstytojas, skaitantis paskaitas ir konsultuojantis jų metu.
- Kitos Sutartyje vartojamos sąvokos atitinka 2013 m. gruodžio 18 d. Komisijos reglamente (ES) Nr. 1407/2013 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo *de minimis* pagalbai ir Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme vartojamas sąvokas.

1. SUTARTIES OBJEKTAS

1.1. Sutarties objektas – dalyvavimas Programos cikle.

2. ŠALIŲ ĮSIPAREIGOJIMAI

2.1. Organizatorius įsipareigoja:

2.1.1. Suorganizuoti Programos ciklą kaip seką fizinių ir (ar) virtualių veiklų per nuotolinio ryšio priemones.

2.1.2. Dalyviui suteikti reikalingą medžiagą ir informaciją (ar prieigą prie el. medžiagos) efektyviam dalyvavimui Programos cikle.

2.1.3. Programos ciklo veikloms užtikrinti pasitelkti kompetentingus ir kvalifikuotus lektorius bei mentorius.

2.1.4. Tarpininkauti tarp Dalyvio ir lektorių bei mentorių, kad Dalyvis gautų kokybišką ir savalaikį grįžtamąjį ryšį iš lektorių ir mentorių.

2.1.5. Programos ciklą baigusiam Dalyviui suteikti Dalyvio pažymėjimą.

2.2. Dalyvis įsipareigoja:

2.2.1. Dalyvauti visose Programos ciklo veiklose, laikytis Organizatoriaus nurodymų.

2.2.2. Laiku atlikti lektorių ir mentorių skiriamas užduotis, namų darbus, parengti ir pristatyti šiuos rezultatus Programos veiklų metu.

2.2.3. Pagal Organizatoriaus nustatytą tvarką reguliariai teikti informaciją apie mokymosi progresą ir pasiektus rezultatus.

2.2.4. Ne vėliau kaip per 2 darbo dienas atsakyti į Organizatoriaus užklausas el. paštu ar kitomis el. ryšio priemonėmis.

2.2.5. Ne vėliau kaip per 3 darbo dienas skaičiuojamas nuo tokios informacijos pasikeitimo momento informuoti Organizatorių apie rekvizitų, kontaktinės ar bet kurios kitos šioje Sutartyje nurodytos informacijos ir (ar) duomenų pasikeitimus;

2.2.6. Savavališkai ir neįspėjus nenutraukti dalyvavimo Programoje.

2.2.7. Nusprendus nutraukti dalyvavimą Programos ciklo veiklose, perspėti Organizatorių ne vėliau kaip prieš 14 kalendorinių dienų iki nutraukimo datos el. paštu info@mita.lt.

2.3. Šia sutartimi Dalyvis pareiškia, kad neprieštarauja, jog Organizatoriaus Programos ciklo veiklų metu padarytos nuotraukos bei filmuota medžiaga yra Organizatoriaus nuosavybė ir gali būti naudojama Organizatoriaus reklamos, ataskaitų rengimo, viešinimo tikslais be atskiro Dalyvio sutikimo.

3. KONFIDENCIALUMAS

Kiekviena Šalis įsipareigoja saugoti visą gautą dėl šios Sutarties ar su ja susijusią informaciją, nepriklausomai nuo šaltinio, iš kurio buvo gauta ši informacija, ir išlaikyti ją konfidencialią. Kiekviena Šalis bus pagal įstatymus atsakinga už konfidencialios informacijos atskleidimą, išskyrus privalomo atskleidimo atvejus, kaip

numatyta Lietuvos Respublikos įstatymuose. Šalis, be išankstinio kitos Šalies rašytinio sutikimo, neturi teisės atskleisti bei perduoti tretiesiems asmenims jokios konfidencialios informacijos, gautos vykdant Sutartį.

4. SUTARTIES GALIOJIMAS, PAKEITIMAS IR NUTRAUKIMAS

4.1. Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo momento ir galioja 12 savaičių, bet ne trumpiau kaip iki Programos ciklo pabaigos arba šios Sutarties nutraukimo joje nurodytomis sąlygomis ir tvarka. Jei Projekto ciklo įgyvendinimo trukmė pratęsiama, ši Sutartis galioja ir Projekto ciklo sutarties pratęsimui tomis pačiomis sąlygomis.

4.2. Jeigu bet kuri Sutarties nuostata yra arba tampa iš dalies ar visiškai negaliojanti, tai ta nuostata nedaro negaliojančiomis kitų Sutarties nuostatų, jeigu galima daryti prielaidą, kad Sutartis būtų buvusi sudaryta ir neištraukus nuostatos (ar jos dalies), kuri yra negaliojanti. Atsakomybės, konfidencialumo ir ginčų sprendimo įsipareigojimai išlieka galioti po šios Sutarties nutraukimo ar šios Sutarties termino pasibaigimo.

4.3. Ši Sutartis gali būti keičiama arba papildoma tik abiejų Šalių rašytiniu susitarimu, kuris tampa neatsiejama Sutarties dalimi.

4.4. Organizatorius, įspėjęs Dalyvį prieš 14 (keturiolika) kalendorinių dienų, turi teisę vienašališkai nutraukti Sutartį:

4.4.1. Dalyviui nevykdant Sutarties 2.2.1-2.2.4 punktuose nustatytų įsipareigojimų, po to, kai Organizatorius kreipėsi į Dalyvį dėl šių įsipareigojimų vykdymo ir per Organizatoriaus nustatytą terminą ir nustatyta tvarka Dalyvis įsipareigojimų neįvykdė;

4.4.2. Dalyviui pateikus klaidingus, tikrovės neatitinkančius duomenis, įskaitant ir Sutarties priede nurodytą informaciją.

4.5. Sutarties nutraukimo ar pasibaigimo atveju Šalis, kurios atžvilgiu Sutartis yra nutraukiama, nedelsdama grąžina kitai Šaliai darbui naudotas priemones, kurias gavo vykdydama šią Sutartį, įskaitant bet kokią informaciją, medžiagą, kurią tokia Šalis gavo iš kitos.

5. GINČŲ SPRENDIMAS

5.1. Ginčai ar kiti nesutarimai arba reikalavimai, kylantys iš šios Sutarties ar susiję su šia Sutartimi, sprendžiami derybomis.

5.2. Nepavykus ginčo (ar kito nesutarimo) išspręsti derybomis per 60 dienų nuo derybų pradžios, ginčas sprendžiamas teisme pagal Lietuvos Respublikos įstatymus.

6. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

6.1. Ši Sutartis ir jos priedai apima visą Šalių susitarimą ir Šalių tarpusavio supratimą dėl Sutarties dalyko bei pakeičia visus ankstesnius protokolus, susitarimus ar kitus Šalių sudarytus dokumentus dėl minėto dalyko tiek, kiek pastarieji skiriasi nuo šios Sutarties.

6.2. Šalys užtikrina, kad Sutarties galiojimo terminu jos pateiks viena kitai rašytinius pranešimus dėl bet kokio įvykio, aplinkybės ar sąlygos, kuri galėtų daryti įtaką šiai Sutarčiai ar sukelti jos pažeidimą, atsiradimo ar egzistavimo, taip pat, kad jos veiks gera valia viena kitos atžvilgiu ir dės geriausias savo pastangas užtikrinant, kad ši Sutartis būtų vykdoma.

6.3. Nė viena iš Šalių neturi teisės perleisti savo įsipareigojimų, teisių ar

reikalavimų, kylančių iš šios Sutarties, išskyrus atvejus, kai tai yra numatyta teisės aktuose arba Šalys rašytiniu susitarimu susitaria kitaip.

6.4. Visi Šalies viena kitai perduodami pranešimai turi būti siunčiami paštu, elektroniniu paštu arba faksu šioje Sutartyje nurodytais adresais arba, jeigu Šalys yra raštu informavusios viena kitą apie tų adresų pasikeitimus, kitais, Šalių viena kitai nurodytais, adresais. Pranešimai taip pat gali būti perduodami kitai Šaliai pasirašytinai.

6.5. Sutartis sudaryta 2 (dviem) vienodais egzemplioriais – po vieną kiekvienai Šaliai. Visi Sutarties tekstai autentiški ir turi vienodą teisinę galią.

7. ŠALIŲ ADRESAI IR REKVIZITAI

Organizatorius

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
Į. k. 188730854
A. Goštauto g. 12, Vilnius
Tel. +370 5 2123778
El. p.: info@mita.lt
L. e. p direktorius Gintas Kimtys

Dalyvis

„Įmonės pavadinimas“
Įm. k. 123456
Įmonės adresas
Tel. +370 000 00000
El. p.: noreply@google.lt
Direktorius Vardenis Pavardenis

DALYVAVIMO PROGRAMOJE SUTARTIES NR. _____ PRIEDAS

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūrai

SUTIKIMAS DĖL *DE MINIMIS* PAGALBOS TEIKIMO

[Data ir vieta]

[Įmonės pavadinimas], kodas: [nurodyti], buveinės adresas: [nurodyti], atstovaujama [pareigos, vardas, pavardė], veikiančio(s) pagal atstovavimo pagrindas, (toliau – įmonė)

sutinka:

1. kad Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (toliau – Agentūra), įgyvendindama projektą „Startuolių platformos/aplinkos – technologijų uosto (TechHub) vystymas ir plėtra įtraukiant studentus, mokslininkus ir verslo atstovus (TechHub)“ (projekto numeris Nr. 01.2.1-LVPA-V-842-01-0009), teiktų įmonei paslaugas, įmonei dalyvaujant pre-akceleravimo programoje startuolių verslumui skatinti laikotarpiu nuo šio sutikimo sudarymo dienos iki 202 m. mėn.;

2. priimti Agentūros teikiamas paslaugas, įmonei dalyvaujant pre-akceleravimo programoje startuolių verslumui skatinti kaip 8000,00 (aštuonių tūkstančių) Eur dydžio *de minimis* pagalbą;

3. priimti Agentūros teikiamas konsultacines paslaugas kaip 2000,00 (dviejų tūkstančių) Eur / 4000,00 (keturių tūkstančių) Eur [pabraukti tinkamą] dydžio *de minimis* pagalbą;

4. kad Agentūra apie suteiktą *de minimis* pagalbą teiktų duomenis Suteiktos valstybės pagalbos ir nereikšmingos (*de minimis*) pagalbos registru ir VŠĮ Lietuvos verslo ir paramos agentūrai.

pažymi:

1. kad sąžiningai užpildė ir pateikė „Vienos įmonės“ deklaraciją pagal Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro patvirtintą rekomenduojamą formą;

2. kad įmonės veikla nėra priskirtina 2013 m. gruodžio 8 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 1407/2013 „Dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo *de minimis* pagalbai“ 1 straipsnio 1 dalyje įvardintoms sritims;

3. kad įmonė nėra priskiriama sunkumų turinčios įmonės kategorijai, kaip apibrėžta Komisijos Komunikate „Bendrijos gairės dėl valstybės pagalbos sunkumus patiriančioms įmonėms sanuoti ir restruktūrizuoti (2004/C 244/02)“;

4. kad įmonės vykdomos ir (ar) planuojamos vykdyti veiklos sritys apima: [nurodyti kuriamos ar planuojamos sukurti ir (ar) įdiegti inovacijų veiklos rūšies kodą/-us pagal EVRK* ir aprašymą/-us]

*Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius (EVRK) aktuali redakcija:

<https://osp.stat.gov.lt/static/evrk2.htm>

[Imonés pavadinimas]

[Pareigos, vardas pavardė] _____
(parašas)

PILDO AGENTŪROS ATSAKINGAS DARBUOTOJAS:

Patvirtinu, kad įmonei *de minimis* pagalba buvo suteikta.

(Agentūros darbuotojo pareigos, vardas, pavardė, parašas, data)

Priedas Nr.2. Dalyvavimo programoje sutarties šablonas fiziniams asmenims

DALYVAVIMO PROGRAMOJE SUTARTIS NR. _____

2020 m. [mėnuo] [diena] d.
Vilnius

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (j.m. k. 188730854), atstovaujama l. e. p. direktoriaus Ginto Kimčio, veikiančio pagal Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros nuostatus, patvirtintus Lietuvos Respublikos ūkio ministro ir Lietuvos Respublikos švietimo ir mokslo ministro 2010 m. balandžio 20 d. įsakymu Nr. 4-305/V-546 „Dėl Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros nuostatų patvirtinimo“, (toliau – **Organizatorius**) ir

[Vardenis Pavardenis] (asm. k. 12345678910), gyv. vietos adresas [nurodyti adresą] (toliau – **Dalyvis**),

toliau kartu vadinamos **Šalimis**, o kiekviena atskirai **Šalimi**,

atsižvelgdamos į tai, kad:

- Organizatorius, įgyvendindamas Europos Sąjungos (toliau – **ES**) investicinių fondų finansuojamą projektą „Startuolių platformos/aplinkos – technologijų uosto (TechHub) vystymas ir plėtra įtraukiant studentus, mokslininkus ir verslo atstovus“, įsigijo ir vykdo pre-akceleravimo programą startuolių verslumui skatinti (toliau – **Programa**);
- Dalyvis užpildydamas paraiškos formą išreiškė pageidavimą tapti Dalyviu vienam Programos ciklui;
- Dalyvis aplikuoja į Programą kaip fizinis asmuo;

bei rodydamos gerą valią ir vadovaudamosios teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais, susitarė ir sudarė šią Dalyvavimo programoje sutartį (toliau – **Sutartis**).

Šioje Sutartyje naudojamos sąvokos:

- **Ankstyva stadija** – startuolio ar ekonominę veiklą planuojančio vykdyti asmens stadija, kai nėra pilnai aiški verslo vizija, idėja, klientas ir (ar) produktas.
- **Programa** – ankstyvos stadijos vystymo programa, padedanti išvystyti verslo idėją, apibrėžti potencialų klientą ir sukurti minimalų gyvybingą produktą (angl. *minimum viable product*).
- **Programos ciklas** – 12 savaičių intensyvūs konsultavimo, mokymo, verslo vystymo pagalbos ir patarimų teikimo, partnerių paieškos veiklos, vykdomos pagal parengtą Programą laikotarpiu nuo 2020 m. _____ iki 2020 m. _____.
- **Mentorius** – Programos ekspertas, kuriojantis Dalyvį ir mokymosi pažangą viso Programos ciklo metu.
- **Lektorius** – Programos medžiagos dėstytojas, skaitantis paskaitas ir konsultuojantis jų metu.

- Kitos Sutartyje vartojamos sąvokos atitinka 2013 m. gruodžio 18 d. Komisijos reglamente (ES) Nr. 1407/2013 dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo *de minimis* pagalbai ir Lietuvos Respublikos smulkiojo ir vidutinio verslo plėtros įstatyme vartojamas sąvokas.

7. SUTARTIES OBJEKTAS

7.1. Sutarties objektas – dalyvavimas Programos cikle.

8. ŠALIŲ ĮSIPAREIGOJIMAI

2.1. Organizatorius įsipareigoja:

2.1.1. Suorganizuoti Programos ciklą kaip seką fizinių ir (ar) virtualių veiklų per nuotolinio ryšio priemones.

2.1.2. Dalyviui suteikti reikalingą medžiagą ir informaciją (ar prieigą prie el. medžiagos) efektyviam dalyvavimui Programos cikle.

2.1.3. Programos ciklo veikloms užtikrinti pasitelkti kompetentingus ir kvalifikuotus lektorius bei mentorius.

2.1.4. Tarpininkauti tarp Dalyvio ir lektorių bei mentorių, kad Dalyvis gautų kokybišką ir savalaikį grįžtamąjį ryšį iš lektorių ir mentorių.

2.1.5. Programos ciklą baigusiam Dalyviui suteikti Dalyvio pažymėjimą.

2.2. Dalyvis įsipareigoja:

2.2.1. Dalyvauti visose Programos ciklo veiklose, laikytis Organizatoriaus nurodymų.

2.2.2. Laiku atlikti lektorių ir mentorių skiriamas užduotis, namų darbus, parengti ir pristatyti šiuos rezultatus Programos veiklų metu.

2.2.3. Pagal Organizatoriaus nustatytą tvarką reguliariai teikti informaciją apie mokymosi progresą ir pasiektus rezultatus.

2.2.4. Ne vėliau kaip per 2 darbo dienas atsakyti į Organizatoriaus užklausas el. paštu ar kitomis el. ryšio priemonėmis.

2.2.5. Ne vėliau kaip per 3 darbo dienas skaičiuojamas nuo tokios informacijos pasikeitimo momento informuoti Organizatorių apie rekvizitų, kontaktinės ar bet kurios kitos šioje Sutartyje nurodytos informacijos ir (ar) duomenų pasikeitimus;

2.2.6. Savavališkai ir neįspėjus nenutraukti dalyvavimo Programoje.

2.2.7. Nusprendus nutraukti dalyvavimą Programos ciklo veiklose, perspėti Organizatorių ne vėliau kaip prieš 14 kalendorinių dienų iki nutraukimo datos el. paštu info@mita.lt.

2.2.8. Ne vėliau kaip per 45 kalendorinių dienų nuo Programos ciklo pradžios, įsteigti įmonę, naujai įsteigtai įmonei užpildyti ir pasirašyti Sutarties priedą „Sutikimas dėl *de minimis* pagalbos teikimo“. Šis priedas Organizatoriui turi būti pateiktas ne vėliau kaip per 5 darbo dienas nuo įmonės įsteigimo.

2.3. Šia sutartimi Dalyvis pareiškia, kad neprieštarauja, jog Organizatoriaus Programos ciklo veiklų metu padarytos nuotraukos bei filmuota medžiaga yra Organizatoriaus nuosavybė ir gali būti naudojama Organizatoriaus reklamos, ataskaitų rengimo, viešinimo tikslais be atskiro Dalyvio sutikimo.

9. KONFIDENCIALUMAS

Kiekviena Šalis įsipareigoja saugoti visą gautą dėl šios Sutarties ar su ja susijusią informaciją, nepriklausomai nuo šaltinio, iš kurio buvo gauta ši informacija, ir

išlaikyti ją konfidencialią. Kiekviena Šalis bus pagal įstatymus atsakinga už konfidencialios informacijos atskleidimą, išskyrus privalomo atskleidimo atvejus, kaip numatyta Lietuvos Respublikos įstatymuose. Šalis, be išankstinio kitos Šalies rašytinio sutikimo, neturi teisės atskleisti bei perduoti tretiesiems asmenims jokios konfidencialios informacijos, gautos vykdant Sutartį.

10. SUTARTIES GALIOJIMAS, PAKEITIMAS IR NUTRAUKIMAS

10.1. Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo momento ir galioja 12 savaičių, bet ne trumpiau kaip iki Programos ciklo pabaigos arba šios Sutarties nutraukimo joje nurodytomis sąlygomis ir tvarka. Jei Projekto ciklo įgyvendinimo trukmė pratęsiama, ši Sutartis galioja ir Projekto ciklo sutarties pratęsimui tomis pačiomis sąlygomis.

10.2. Jeigu bet kuri Sutarties nuostata yra arba tampa iš dalies ar visiškai negaliojanti, tai ta nuostata nedaro negaliojančiomis kitų Sutarties nuostatų, jeigu galima daryti prielaidą, kad Sutartis būtų buvusi sudaryta ir neįtraukus nuostatos (ar jos dalies), kuri yra negaliojanti. Atsakomybės, konfidencialumo ir ginčų sprendimo įsipareigojimai išlieka galioti po šios Sutarties nutraukimo ar šios Sutarties termino pasibaigimo.

10.3. Ši Sutartis gali būti keičiama arba papildoma tik abiejų Šalių rašytiniu susitarimu, kuris tampa neatsiejama Sutarties dalimi.

10.4. Organizatorius, įspėjęs Dalyvį prieš 14 (keturiolika) kalendorinių dienų, turi teisę vienašališkai nutraukti Sutartį:

10.4.1. jeigu Dalyvis neįvykdo Sutarties 2.2.8 punkte nustatyto įpareigojimo įsteigti įmonę;

10.4.2. Dalyviui nevykdant Sutarties 2.2.1-2.2.4 punktuose nustatytų įsipareigojimų, po to, kai Organizatorius kreipėsi į Dalyvį dėl šių įsipareigojimų vykdymo ir per Organizatoriaus nustatytą terminą ir nustatyta tvarka Dalyvis įsipareigojimų neįvykdė;

10.4.3. Dalyviui pateikus klaidingus, tikrovės neatitinkančius duomenis, įskaitant ir Sutarties priede nurodytą informaciją.

10.5. Sutarties nutraukimo ar pasibaigimo atveju Šalis, kurios atžvilgiu Sutartis yra nutraukiama, nedelsdama grąžina kitai Šaliai darbu naudotas priemones, kurias gavo vykdama šią Sutartį, įskaitant bet kokią informaciją, medžiagą, kurią tokia Šalis gavo iš kitos.

11. GINČŲ SPRENDIMAS

11.1. Ginčai ar kiti nesutarimai arba reikalavimai, kylantys iš šios Sutarties ar susiję su šia Sutartimi, sprendžiami derybomis.

11.2. Nepavykus ginčo (ar kito nesutarimo) išspręsti derybomis per 60 dienų nuo derybų pradžios, ginčas sprendžiamas teisme pagal Lietuvos Respublikos įstatymus.

12. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS

12.1. Ši Sutartis ir jos priedai apima visą Šalių susitarimą ir Šalių tarpusavio supratimą dėl Sutarties dalyko bei pakeičia visus ankstesnius protokolus, susitarimus ar kitus Šalių sudarytus dokumentus dėl minėto dalyko tiek, kiek pastarieji skiriasi nuo šios Sutarties.

12.2. Šalys užtikrina, kad Sutarties galiojimo terminu jos pateiks viena kitai rašytinius pranešimus dėl bet kokio įvykio, aplinkybės ar sąlygos, kuri galėtų daryti įtaką šiai Sutarčiai ar sukelti jos pažeidimą, atsiradimo ar egzistavimo, taip pat, kad jos veiks gera valia viena kitos atžvilgiu ir dės geriausias savo pastangas užtikrinant, kad ši Sutartis būtų vykdoma.

12.3. Nė viena iš Šalių neturi teisės perleisti savo įsipareigojimų, teisių ar reikalavimų, kylančių iš šios Sutarties, išskyrus atvejus, kai tai yra numatyta teisės aktuose arba Šalys rašytiniu susitarimu susitaria kitaip.

12.4. Visi Šalies viena kitai perduodami pranešimai turi būti siunčiami paštu, elektroniniu paštu arba faksu šioje Sutartyje nurodytais adresais arba, jeigu Šalys yra raštu informavusios viena kitą apie tų adresų pasikeitimus, kitais, Šalių viena kitai nurodytais, adresais. Pranešimai taip pat gali būti perduodami kitai Šaliai pasirašytinai.

12.5. Sutartis sudaryta 2 (dviem) vienodais egzemplioriais – po vieną kiekvienai Šaliai. Visi Sutarties tekstai autentiški ir turi vienodą teisinę galią.

7. ŠALIŲ ADRESAI IR REKVIZITAI

Organizatorius

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra
Į. k. 188730854
A. Goštauto g. 12, Vilnius
Tel. +370 5 2123778
El. p.: info@mita.lt
L. e. p direktorius Gintas Kimtys

Dalyvis

Vardenis Pavardenis

Tel. +370 _____
El. p.: _____

DALYVAVIMO PROGRAMOJE SUTARTIES NR. _____ PRIEDAS

Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūrai

SUTIKIMAS DĖL *DE MINIMIS* PAGALBOS TEIKIMO

[Data ir vieta]

[monės pavadinimas], kodas: **[nurodyti]**, buveinės adresas: **[nurodyti]**, atstovaujama **[pareigos, vardas, pavardė]**, veikiančio(s) pagal **atstovavimo pagrindas**, (toliau – įmonė)

sutinka:

5. kad Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (toliau – Agentūra), įgyvendindama projektą „Startuolių platformos/aplinkos – technologijų uosto (TechHub) vystymas ir plėtra įtraukiant studentus, mokslininkus ir verslo atstovus (TechHub)“ (projekto numeris Nr. 01.2.1-LVPA-V-842-01-0009), teiktų įmonei paslaugas, įmonei dalyvaujant pre-akceleravimo programoje startuolių verslumui skatinti laikotarpiu nuo šio sutikimo sudarymo dienos iki 2020 m. mėn.;

6. priimti Agentūros teikiamas paslaugas, įmonei dalyvaujant pre-akceleravimo programoje startuolių verslumui skatinti kaip 8000,00 (aštuonių tūkstančių) Eur dydžio *de minimis* pagalbą;

7. priimti Agentūros teikiamas konsultacines paslaugas kaip 2000,00 (dvių tūkstančių) Eur / 4000,00 (keturių tūkstančių) Eur [pabraukti tinkamą] dydžio *de minimis* pagalbą;

8. kad Agentūra apie suteiktą *de minimis* pagalbą teiktų duomenis Suteiktos valstybės pagalbos ir nereikšmingos (*de minimis*) pagalbos registru ir VŠĮ Lietuvos verslo ir paramos agentūrai.

pažymi:

5. kad sąžiningai užpildė ir pateikė „Vienos įmonės“ deklaraciją pagal Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro patvirtintą rekomenduojamą formą;

6. kad įmonės veikla nėra priskirtina 2013 m. gruodžio 8 d. Komisijos reglamento (ES) Nr. 1407/2013 „Dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo *de minimis* pagalbai“ 1 straipsnio 1 dalyje įvardintoms sritims;

7. kad įmonė nėra priskiriama sunkumų turinčios įmonės kategorijai, kaip apibrėžta Komisijos Komunikate „Bendrijos gaires dėl valstybės pagalbos sunkumus patiriančioms įmonėms sanuoti ir restruktūrizuoti (2004/C 244/02)“;

8. kad įmonės vykdomos ir (ar) planuojamos vykdyti veiklos sritys apima: [nurodyti kuriamos ar planuojamos sukurti ir (ar) įdiegti inovacijų veiklos rūšies kodą/-us pagal EVRK* ir aprašymą/-us]

**Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus (EVRK) aktuali redakcija:*
<https://osp.stat.gov.lt/static/evrk2.htm>

[Įmonės pavadinimas]

[Pareigos, vardas pavardė] _____

(parašas)

PILDO AGENTŪROS ATSAKINGAS DARBUOTOJAS:

Patvirtinu, kad įmonei *de minimis* pagalba buvo suteikta.

(Agentūros darbuotojo pareigos, vardas, pavardė, parašas, data)

Priedas Nr.3. Startuolio steigėjų susitarimas

Forma patvirtinta
Lietuvos Respublikos ūkio ministro
2010 m. gruodžio 16 d. įsakymu Nr. 4-917
(Lietuvos Respublikos ūkio ministro 2011 m. gegužės 23 d. įsakymo Nr. 4-341 redakcija (šaltinis: https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/TAIS.399801?jfwid=-kyrux54yj))

<i>(uždarnosios akcinės bendrovės pavadinimas)</i>		
STEIGIMO SUTARTIS		
I. STEIGĖJAI		
1. Steigėjai:		
1.1.	<i>(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė,</i>	
	<i>registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį, juridinio asmens atstovo vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta)</i>	
1.2.	<i>(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė,</i>	
	<i>registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį, juridinio asmens atstovo vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta)</i>	
	...	
(toliau kiekvienas atskirai vadinamas – Steigėju), vadovaudamiesi Lietuvos Respublikos civiliniu kodeksu, Lietuvos Respublikos akcinių bendrovių įstatymu (toliau – Akcinių bendrovių įstatymas) ir kitais Lietuvos Respublikos teisės aktais, steigia ribotos civilinės atsakomybės privatųjį juridinį asmenį – uždarąją akcinę bendrovę (toliau – Bendrovė) ir sudaro šią Bendrovės steigimo sutartį (toliau – Sutartis).		
II. STEIGIAMOS BENDROVĖS PAVADINIMAS IR BUVEINĖ		
2. Bendrovės pavadinimas –	.	
	<i>(uždarnosios akcinės bendrovės pavadinimas)</i>	
3. Bendrovės buveinė –		, Lietuvos Respublika.
	<i>(adresas)</i>	
III. STEIGIAMOS BENDROVĖS ATSTOVAS, JO TEISĖS IR PAREIGOS		
4. Steigimo metu Bendrovei atstovauja		
	<i>(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta,</i>	

<i>juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė, registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį,</i>			
			(toliau – Atstovas).
<i>juridinio asmens atstovo vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta)</i>			
5. Atstovo pareigos:			
5.1. atidaryti steigiamos Bendrovės kaupiamąją sąskaitą banke;			
5.2. parengti Bendrovės įstatus;			
5.3. atlikti kitus su Bendrovės steigimu susijusius veiksmus;			
5.4. per 7 dienas nuo Bendrovės įregistravimo Juridinių asmenų registre dokumentus, sudarytus steigiamos Bendrovės vardu, ir su Bendrovės įsteigimu susijusius dokumentus perduoti Bendrovės vadovui perdavimo aktu.			
6. Atstovas turi teisę sudaryti sandorius steigiamos Bendrovės vardu, nuroydamas, kad sandoris sudaromas steigiamos Bendrovės vardu ir dėl jos interesų. Steigiamos Bendrovės vardu sudaryti sandoriai			
po Bendrovės įregistravimo, kai juos patvirtina			
		<i>(visuotinis akcininkų susirinkimas; stebėtojų taryba; valdyba; vadovas)</i>	
tampa Bendrovės sandoriais.			
IV. BENDROVĖS ĮSTATINIS KAPITALAS, AKCIJOS NOMINALI VERTĖ, EMISIJOS KAINA, AKCIJŲ SKAIČIUS			
7. Bendrovės įstatinis kapitalas –		()	euras (-ai; -ų).
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
8. Akcijos nominali vertė –		()	euras (-ai; -ų).
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
9. Akcijos emisijos kaina –		()	euras (-ai; -ų)
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
	()	centas (-ai; -ų).	
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
10. Akcijų skaičius –		()	vienetai (-ų).
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
11. Visos Bendrovės akcijos yra paprastosios vardinės.			
V. BENDROVĖS AKCIJŲ APMOKĖJIMO TVARKA IR TERMINAI			
12. Ši Sutartis yra kartu ir Bendrovės akcijų pasirašymo sutartis.			
13. Steigėjų pasirašomų akcijų skaičius ir apmokėjimo tvarka:			
13.1. Steigėjas			
	<i>(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas,</i>		
	:		
	<i>buveinė, juridinio asmens atstovo vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta)</i>		
13.1.1. pasirašo		()	Bendrovės akciją (-as; -ų),
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	
už kurias įsipareigoja apmokėti		()	eurą (-us; -ų)
	<i>(skaičius)</i>	<i>(skaičius žodžiais)</i>	

	()	centą (-us; -ų);
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	
13.1.2. pradinis įnašas –	()	euras (-ai; -ų)
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
	()	centas (-ai; -ų) mokamas pinigais;
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	
13.1.3. likusi dalis už pasirašytas akcijas –	()	euras (-ai; -ų)
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
	()	centas (-ai; -ų) apmokama
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	(pinigais;
		.
<i>nepiniginiu įnašu – nurodomas įnešamas turtas)</i>		
13.2. Steigėjas	<i>(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma,</i>	
	:	
	<i>kodas, buveinė, juridinio asmens atstovo vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta)</i>	
13.2.1. pasirašo	()	Bendrovės akciją (-as; -ų),
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
už kurias įsipareigoja apmokėti	()	eurą (-us; -ų)
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
	()	centą (-us; -ų);
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	
13.2.2. pradinis įnašas –	()	euras (-ai; -ų)
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
	()	centas (-ai; -ų) mokamas pinigais.
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	
13.2.3. likusi dalis už pasirašytas akcijas –	()	euras (-ai; -ų)
	(skaičius)	(skaičius žodžiais)
	()	centas (-ai; -ų) apmokama
(skaičius)	(skaičius žodžiais)	(pinigais;
		.
<i>nepiniginiu įnašu – nurodomas įnešamas turtas)</i>		
...		
14. Pradiniai įnašai mokami pinigais į Bendrovės kaupiamąją sąskaitą ne vėliau kaip iki		.
		(data)
Likusi dalis už kiekvieno Steigėjo pasirašytas akcijas turi būti apmokėta ne vėliau kaip iki		.
		(data)
15. Iki Bendrovės įregistravimo Steigėjai neturi teisės perleisti akcijų kitiems asmenims.		
16. Apmokėjęs visas jo pasirašytas akcijas, kiekvienas Steigėjas įgyja į jas nuosavybės teisę.		
VI. BENDROVĖS VISUOTINIO AKCININKŲ SUSIRINKIMO RENKAMAS ORGANAS		
17. Bendrovės visuotinio akcininkų susirinkimo renkamas organas –		:

					(stebėtojų taryba; valdyba; vadovas)
					(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė,
);
					registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį)
					(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė,
);
					registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį)
					(fizinio asmens vardas, pavardė, asmens kodas, gyvenamoji vieta; juridinio asmens pavadinimas, teisinė forma, kodas, buveinė,
);
					registras, kuriame kaupiami ir saugomi duomenys apie šį asmenį)
					...
VII. BENDROVĖS STEIGIMO IŠLAIDŲ KOMPENSAVIMAS IR ATLYGINIMAS UŽ STEIGIMĄ					
18.	Bendrovės steigimo metu Bendrovės steigimo išlaidas apmoka Atstovas. Atlyginimas Atstovui už Bendrovės steigimą				
					.
					(mokamas; nemokamas)
19.	Ne vėliau kaip				dieną (-as; -ų) nuo Bendrovės įregistravimo Juridinių asmenų
per					(skaičius)
registre Bendrovė kompensuoja visus Atstovo patirtas steigimo išlaidas pagal steigimo išlaidas patvirtinančius dokumentus.					
VIII. ĮNAŠŲ GRAŽINIMO TVARKA BENDROVĖS NEĮREGISTRAVIMO ATVEJU					
20.	Jeigu Bendrovė neįregistruojama, kiekvienas Steigėjas atsiima visą už pasirašytas akcijas jo sumokėtą sumą, esančią Bendrovės kaupiamojoje sąskaitoje.				
IX. BAIGIAMOSIOS NUOSTATOS					
21.	Ši Sutartis įsigalioja nuo jos sudarymo dienos. Ši Sutartis laikoma sudaryta, kai ją pasirašo visi Steigėjai ar jų įgalioti asmenys.				
22.	Ši Sutartis sudaryta				.
					(skaičius (skaičius žodžiais) vienodą juridinę galią turinčiais (-ių) egzemplioriais (-ių); elektroniniu būdu)
	(steigėjas; įgaliotas asmuo)	(parašas)		(vardas, pavardė)	(data)
	(steigėjas; įgaliotas asmuo)	(parašas)		(vardas, pavardė)	(data)
					...

Priedas Nr.4. Intelektinės nuosavybės apsaugos (konfidencialumo) sutarties šablonas

INTELEKTINĖS NUOSAVYBĖS APSAUGOS (KONFIDENCIALUMO) SUTARTIS Nr.

.....
2020 m. [mėnuo] [diena] d.

[miestas]

(vieta)

[Įmonės pavadinimas], [Įmonės kodas], buveinės adresas [nurodyti buveinės adresas], atstovaujama [nurodomas vardas, pavardė ir pareigos] veikiančio (-ios) pagal [atstovavimo pagrindas (įmonės įstatus, įgaliojimą ar kt.)], toliau vadinama [Šalimi 1]

ir

[Įmonės pavadinimas], [Įmonės kodas], buveinės adresas [nurodyti buveinės adresas], atstovaujama [nurodomas vardas, pavardė ir pareigos] veikiančio (-ios) pagal [atstovavimo pagrindas (įmonės įstatus, įgaliojimą ar kt.)], toliau vadinama [Šalimi 2]

toliau kartu vadinamos **Šalimis**, o kiekviena atskirai **Šalimi**, rodydamos gerą valią bei vadovaudamosi teisingumo, protingumo ir sąžiningumo principais, susitarė ir sudarė šį Ketinimų protokolą (toliau – **Protokolas**).

Atsižvelgiant į tai, kad:

- [Šalis 1] vysto inovatyvų sprendimą/produktą [sprendimo pavadinimas, sritis].
- Šalims bendradarbiaujant [Šaliai 2] atskleidžiama visa ar dalis konfidencialios informacijos apie sprendimą/produktą.

ŠALYS SUSITARIA:

1. SUTARTIES OBJEKTAS:

1.1. Šia sutartimi šalys susitaria saugoti ir neatskleisti informacijos apie [Šalies 1] kuriamą produktą. Konfidencialia informacija pagal šią Sutartį yra laikoma informacija, nurodyta prie šios Sutarties pridedamame priede Nr. 1.

1.2. Šalys susitaria, kad Šalis 2 naudos produktą ir susijusią intelektinę nuosavybę tik sekančiam tikslui: [įrašyti tikslą]

2. ŠALIES 2 ĮSIPAREIGOJIMAI:

2.1. laikyti gautą Informaciją paslapyje, nesunaikinti, nesugadinti, neprarasti, neatskleisti jos ir nesudaryti sąlygų, kad ji (visa ar dalis) būtų tyčia arba netyčia atskleista jokiam kitam asmeniui be raštiško atsakingo Šalies 1 atstovo leidimo (išskyrus atvejus, kai Informaciją būtina pateikti ikiteisminio tyrimo organams, teismui, valstybės įgaliotų institucijų

pareigūnams, reikia liudyti teisme ir pan.) bei nenaudoti šios Informacijos kitais nei darbo funkcijų vykdymas tikslais;

2.1.2. naudoti gautą Informaciją tik šios Sutarties 1.2 punkte nurodytam tikslui, nesiimti jokių veiksmų ar neveikimo, prieštaraujančio Šalies 1 interesams;

2.1.3. nekopijuoti ir nedauginti jokių būdu ir priemonėmis Informacijos ar jos dalies, išskyrus atvejus, kai tai reikalinga Informacijos pateikimo tikslui įgyvendinti;

2.1.4. be atskiro atsakingo Šalies 1 atstovo leidimo neišnešti informacijos už Šalies 2 bendrovės ribų;

2.1.5. žymėti Informaciją specialia žyma „konfidencialu“.

2.2. Šalis 2 pasinaudojus komercinėmis paslaptimis šioje sutartyje nurodytu tikslu, privalo gražinti Šaliai 1 visą medžiagą (pateiktą bet kokiomis priemonėmis), kurioje yra komercinės paslaptis sudaranti informacija, įskaitant visas kopijas.

3. ATSAKOMYBĖ:

3.1. Be atskiro leidimo išnešęs Informaciją už Šalies 2 bendrovės ribų, neteisėtai atskleidęs, sunaikinęs, sugadinęs ar praradęs jam patikėtą komercinę paslaptį sudarančią informaciją, Šalis 2 įsipareigoja sumokėti Šaliai 1 € (..... eurų) baudą bei atlyginti Bendrovei nuostolius tiek, kiek nepadengia baudos suma. Nuostoliais šiuo atveju laikomos paslapčiai sukurti, tobulinti, naudoti turėtos išlaidos bei negautos pajamos.

4. KITOS SĄLYGOS:

4.1. Ši Sutartis įsigalioja nuo jos pasirašymo dienos. Šalių įsipareigojimas neatskleisti komercinių paslapčių lieka galioti dar 2 (dvejus) metus nuo tos dienos, kai išnyksta pagrindas naudoti komercinės paslaptis (pasibaigia ar nutraukiama darbo sutartis).

4.2. Sutartis sudaryta dviem egzemplioriais, kurie abu turi vienodą teisinę galią. Po vieną egzempliorių pateikiama abiem sutarties šalims.

12. ŠALIŲ ADRESAI IR REKVIZITAI

Priedas Nr.5. Siūlomų mentorių sąrašas pagal programos temas

Siūlomų kandidatų į „TechHub“ paskaitas ir mentorių sąrašas, atsižvelgiant į jų patirtį ir pasiekimus.

Temos nr.	Temos pavadinimas
1	<p>Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Massimo Ciaglia (https://www.linkedin.com/in/massimociaglia) 2) Giorgio Ferrari (https://www.linkedin.com/in/giorgioferrari/) 3) Roman Sterly (https://www.linkedin.com/in/romansterly/) 4) Patrizia Danese (https://www.linkedin.com/in/patriziadanese/) 5) Christo Balinow (https://www.linkedin.com/in/christo-balinow-1139b563/) 6) Ugnius Savickas (https://www.linkedin.com/in/ugniussavickas/) 7) Haroldas Petkus (https://www.linkedin.com/in/haroldas-petkus/) 8) Lijana Kanarskienė (https://www.linkedin.com/in/lijana-kanarskien%C4%97-63bb1311/) 9) Gediminas Rumšas (https://www.linkedin.com/in/gediminas-rum%C5%A1as-4663635/) 10) Justinas Jautžemis (https://www.linkedin.com/in/jautzemis/) 11) Eglė Songailienė (https://www.linkedin.com/in/egle-songailiene/)
2	<p>Verslo modelis ir pagrindinės rizikos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Tim Brundle (https://www.linkedin.com/in/timbrundle/) 2) Arne Hulstein (https://www.linkedin.com/in/arnehulstein/) 3) Stephan Botz (https://www.linkedin.com/in/sbotz/) 4) Ali Parandeh Zandpour (https://www.linkedin.com/in/aliparandeh/) 5) Oladimeji Joseph Fakayode (https://www.linkedin.com/in/oladimejijosephfakayode/) 6) Christo Balinow 7) Roman Sterly 8) Patrizia Danese 9) Massimo Ciaglia 10) Giorgio Ferrari 11) Haroldas Petkus 12) Edmundas Eddy Balcikonis (https://www.linkedin.com/in/edmundas/) 13) Justinas Jautžemis 14) Eglė Songailienė
3	<p>Stiprios komandos kūrimas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Kalev Kaarna (https://www.linkedin.com/in/kalev-kaarna/) 2) Giorgio Ferrari 3) Patrizia Danese 4) Hristo Neychev 5) Gabriel Dusil (https://www.linkedin.com/in/gabrieldusil/) 6) Andy Swann (https://www.linkedin.com/in/andyswann/) 7) Lina Daniene (https://www.linkedin.com/in/linadaniene/) 8) Gediminas Rumšas 9) Ugnius Savickas 10) Darius Žakaitis (https://www.linkedin.com/in/darius-%C5%BEakaitis-36804a1b/) 11) Gytenis Galkis (https://www.linkedin.com/in/gytenis/)
4	<p>Tikslinis klientas ir rinkos dydis</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1) Giorgio Ferrari 2) Patrizia Danese 3) Arne Hulstein 4) Stephan Botz 5) Donatas Jonikas (https://www.linkedin.com/in/jonikas/) 6) Lijana Kanarskienė 7) Ugnius Savickas 8) Justinas Jautžemis 9) Eglė Songailienė 10) Giedrius Morkūnas (https://www.linkedin.com/in/giedrius-growth-hacker/) 11) Rasa Švelnikaitė-Pieslikė (https://www.linkedin.com/in/svelnikaite/) 12) Marius Kirilka (https://www.linkedin.com/in/mariuskirilka/)
5	<p>Konkurentų analizė</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Hristo Neychev (https://www.linkedin.com/in/hristoneychev/) 2) Arne Hulstein 3) Patrizia Danese 4) Stephan Botz 5) Gediminas Rumšas 6) Jean-Baptiste Daguene 7) Gytenis Galkis 8) Donatas Jonikas 9) Justinas Jautžemis 10) Eglė Songailienė 11) Giedrius Morkūnas 12) Rasa Švelnikaitė-Pieslikė 13) Marius Kirilka
6	<p>Minimaliai perspektyvus produktas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Giorgio Ferrari 2) Massimo Ciaglia 3) Stephan Botz 4) Patrizia Danese 5) Christo Balinow 6) Ugnius Savickas 7) Haroldas Petkus 8) Donatas Jonikas 9) Tomas Martūnas (https://www.linkedin.com/in/tomasmartunas/) 10) Giedrius Morkūnas
7	<p>Produkto ir rinkos tinkamumas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Giorgio Ferrari 2) Massimo Ciaglia 3) Arne Hulstein 4) Stephan Botz 5) Patrizia Danese 6) Christo Balinow 7) Sebastian Matoso (https://www.linkedin.com/in/sebastianmatoso/) 8) Gediminas Dilertas (https://www.linkedin.com/in/gediminasdilertas/) 9) Dalia Lašaitė (https://www.linkedin.com/in/dalialasaite/) 10) Giedrius Morkūnas 11) Elvinas Jakimovas (https://www.linkedin.com/in/elvinasjakimovas/)

	<p>12) Arvydas Bložė (https://www.linkedin.com/in/arvydas-bloze-0060564a/)</p> <p>13) Lijana Kanarskienė</p>
8	<p>Pozicionavims ir prekinio ženklų kūrimas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ate Spiekhout (https://www.linkedin.com/in/atespiekhout/) 2) James Lethem (https://www.linkedin.com/in/jameslethem/) 3) Hristo Neychev 4) Gabriel Dusil 5) Donatas Jonikas 6) Edmundas Eddy Balcikonis 7) Jean-Baptiste Daguene 8) Justinas Jautžemis 9) Eglė Songailienė 10) Rasa Švelnikaitė-Pieslikė 11) Marius Kirilka
9	<p>Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Lisa Cowey (https://www.linkedin.com/in/lisa-cowey-06a8683/) 2) Fabio Azzolina (https://www.linkedin.com/in/fabioazzolina/) 3) Philip de Roos (https://www.linkedin.com/in/philipderoos/) 4) Andrei Linnik (https://www.linkedin.com/in/andreilinnik/) 5) Julija Skardžiūtė (https://www.linkedin.com/in/julijaskardziute/) 6) Martynas Survilas (https://www.linkedin.com/in/martynas-survilas/) 7) Jūratė Liauksminaitė
10	<p>Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Arne Hulstein 2) Giorgio Ferrari 3) Roman Sterly 4) James Lethem 5) Hristo Neychev 6) Ugnius Savickas 7) Haroldas Petkus 8) Donatas Jonikas 9) Eglė Songailienė 10) Giedrius Morkūnas 11) Rasa Švelnikaitė-Pieslikė 12) Marius Kirilka 13) Elvinas Jakimovas

11	<p>Startuolio augimo varikliai ir metrikos</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ate Spiekhout 2) Massimo Ciaglia 3) Sebastian Matoso 4) James Lethem 5) Oladimeji Joseph Fakayode 6) Giedrius Morkūnas 7) Elvinas Jakimovas 8) Lijana Kanarskienė 9) Daiva Jankauskaitė
12	<p>Verslo idėjos pristatymas investuotojams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Maurizio La Cava (https://www.linkedin.com/in/mauriziolacava/) 2) Dimitris (G.) Kalavros-Gousiou (https://www.linkedin.com/in/dkalavros/) 3) Stephan Botz 4) Giorgio Ferrari 5) Ali Parandeh Zandpour 6) Martynas Survilas 7) Gediminas Dilertas 8) Haroldas Petkus 9) Arvydas Bložė

Priedas Nr.6. Programos dalyvių savaitinės apklausos klausimynas

Šios apklausos tikslas yra pagerinti programos kokybę. Maloniai prašome pasidalinti savo nuomone ir pasiūlymais, pagrįstais praeitos savaitės patirtimi. Jūsų atsakymas išliks anonimas ir bus naudojamas patobulinti temos turinį ir tai, kaip jis pateikiamas kitiems programos dalyviams.

1. Kiek tikėtina, kad rekomenduotumėte lektorių kitiems startuoliams?

(visiškai nerealu) 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (labai tikėtina)

2. Kaip gerai lektorius išmano temą?

- Labai gerai išmano
- Gerai išmano
- Šiek tiek išmano
- Nelabai išmano
- Visiškai neišmano

3. Kaip aiškiai lektorius išdėstė medžiagą?

- Labai aiškiai
- Aiškiai
- Iš dalies aiškiai
- Neaiškiai
- Visiškai neaiškiai

4. Kiek stipriai lektorius rūpinosi, kad įsisavintumėte medžiagą?

- Labai rūpinosi
- Rūpinosi
- Šiek tiek rūpinosi
- Nesirūpino
- Visiškai nesirūpino

5. Kaip sklandžiai buvo suorganizuotas seminaras ir dirbtuvės?

- Labai sklandžiai
- Sklandžiai
- Iš dalies sklandžiai
- Nesklandžiai
- Labai nesklandžiai

6. Kaip vertinate lektorius atsakymus į jūsų ir kitų dalyvių klausimus?

- Labai gerai
- Gerai
- Iš dalies gerai
- Blogai
- Labai blogai

7. Ar lektoriaus tempas dėstant medžiagą buvo tinkamas?

- Labai greitai
 - Greitai
 - Tinkamu tempu
 - Lėtai
 - Labai lėtai
- 8. Kiek naudingos buvo praktinės užduotys įsisavinant medžiagą ir vystant savo startuolį?**
- Labai naudingos
 - Naudingos
 - Iš dalies naudingos
 - Nelabai naudingos
 - Visiškai nenaudingos
- 9. Kaip lengva ar sudėtinga buvo gauti individualių patarimų iš lektoriaus ne seminaro ir dirbtuvių metu?**
- Labai lengva
 - Lengva
 - Nei lengva, nei sudėtinga
 - Sudėtinga
 - Labai sudėtinga
- 10. Kokiose srityse galėtumėte lektorių pagirti? O kur reikėtų lektoriui patobulėti?**
-
-

Ačiū už jūsų atgalinį ryšį ir pastabas!

Priedas Nr.7. Dalyvių apklausos po programos baigimo klausimynas

Sveikiname baigus programą! Norėtume paprašyti jūsų pasidalinti nuomone ir bendru atsiliepimu, kad galėtume tobulinti šią pre-akceleravimo programą. Jūsų atsakymas išliks anoniminiai ir bus naudojamas tik programos tobulinimui

1. Kiek tikėtina, kad rekomenduotumėte šią programą kitiems startuoliams?

(visiškai nerealu) 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (labai tikėtina)

2. Kurios iš temų buvo jums naudingiausios ir mažiausiai naudingos?

	Visiškai nenaudinga	Nenaudinga	Šiek tiek naudinga	Naudinga	Labai naudinga
Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas					
Verslo modelis ir pagrindinės rizikos					
Stiprios komandos kūrimas					
Tikslinis klientas ir rinkos dydis					
Konkurentų analizė					
Minimaliai perspektyvus produktas					
Produkto ir rinkos tinkamumas					
Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas					
Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai					
Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas					
Startuolio augimo varikliai ir metrikos					
Verslo idėjos pristatymas investuotojams					

3. Kas jums pasirodė naudingiausia programos metu?

	Visiškai nenaudinga	Nenaudinga	Šiek tiek naudinga	Naudinga	Labai naudinga
Seminarai					
Dirbtuvės					
Praktinės užduotys					
Šablonai					
Mokomoji knyga					
Individualios konsultacijos su lektoriumi					
Individualios konsultacijos su mentoriumi					
Bendradarbiystės erdvė					
Naujos pažintys ir ryšiai					
Teisinės konsultacijos					
....					
....					
Kita:					

4. Kaip gerai mentorius išmano Jums aktualius klausimus?

- Labai gerai išmano
- Gerai išmano
- Šiek tiek išmano
- Nelabai išmano
- Visiškai neišmano

5. Kiek stipriai mentorius rūpinosi, kad Jums pasisektų?

- Labai rūpinosi
- Rūpinosi
- Šiek tiek rūpinosi
- Nesirūpino
- Visiškai nesirūpino

6. Kaip lengva ar sudėtinga buvo gauti individualią pagalbą iš mentoriaus?

- Labai lengva
- Lengva
- Nei lengva, nei sudėtinga
- Sudėtinga
- Labai sudėtinga

7. Su kokiais iššūkiais susidūrėte, kurie nebuvo aptarti programoje (seminaruose, dirbtuvėse, dalomoje medžiagoje)?

8. Kaip gerai buvote pasiruošę prisistatyti investuotojams?

(1 – visiškai nepasiruošę; 10 – užtikrintai pasiruošę)

Iki programos	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Baigus programą	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

9. Ar sulaukėte susidomėjimo iš investuotojų per/po prisistatymo renginio?

- Niekas nesusidomėjo
- Gavome bent keletą patarimų ir vertingų atsiliepimų
- Investuotojas pakvietė mus susisiekti, kai pasieksime tam tikrą etapą
- Vienas investuotojas išreiškė susidomėjimą ir norą sužinoti daugiau
- Keli investuotojai išreiškė susidomėjimą ir norą sužinoti daugiau

10. Ar turite pasiūlymų, kaip galėtume patobulinti programą?

Ačiū už jūsų atgalinį ryšį ir pastabas!

Priedas Nr.8. Mentorių apklausos klausimynas

Šios apklausos tikslas yra pagerinti programos kokybę. Maloniai prašome pasidalinti savo patirtimi programos metu mentoriant startuoliams. Jūsų atsakymai bus naudojami siekiant patobulinti programos struktūrą, vertės pasiūlymus, atrankos kriterijus ir galimai kitus programos aspektus.

1. Kurios iš šių temų (ypač praktinės užduotys) startuolių įkūrėjams buvo sudėtingiausios?

	Labai sudėtinga	Sudėtinga	Iš dalies sudėtinga	Nesudėtinga	Visiškai nesudėtinga
Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas					
Verslo modelis ir pagrindinės rizikos					
Stiprios komandos kūrimas					
Tikslinis klientas ir rinkos dydis					
Konkurentų analizė					
Minimaliai perspektyvus produktas					
Produkto ir rinkos tinkamumas					
Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas					
Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai					
Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas					
Startuolio augimo varikliai ir metrikos					
Verslo idėjos pristatymas investuotojams					

2. Ar kuri nors praktinė užduotis turėtų būti atnaujinta, pakeista, o gal pašalinta?

2. Kaip įvertintumėte kiekvieno startuolio pasirengimą prisistatyti investuotojams pasibaigus programai?

	Visiškai nepasiruošę	Nepasiruošę	Iš dalies pasiruošę	Pasiruošę	Stipriai pasiruošę
Startuolis #1					
Startuolis #2					
Startuolis #3					
Startuolis #4					
Startuolis #5					
Startuolis #6					
Startuolis #7					
Startuolis #8					
Startuolis #9					
Startuolis #10					
Startuolis #...					

3. Kaip įvertintumėte kiekvieno startuolio motyvaciją ir pastangas programos metu?

	Visiškai nemotyvuotas	Nemotyvuotas	Iš dalies motyvuotas	Motyvuotas	Labai motyvuotas
Startuolis #1					
Startuolis #2					
Startuolis #3					
Startuolis #4					
Startuolis #5					
Startuolis #6					
Startuolis #7					
Startuolis #8					
Startuolis #9					
Startuolis #10					
Startuolis #...					

4. Kaip įvertintumėte kiekvieno startuolio pažangą programos metu?

	Jokios pažangos	Maža pažanga	Reikšminga pažanga	Didelė pažanga	Nementoria-vau
Startuolis #1					
Startuolis #2					
Startuolis #3					
Startuolis #4					
Startuolis #5					
Startuolis #6					
Startuolis #7					
Startuolis #8					
Startuolis #9					
Startuolis #10					
Startuolis #...					

5. Su kokiais iššūkiais susidūrė startuolių steigėjai, kurie nebuvo aptarti programoje (seminaruose, dirbtuvėse, programos dalyviams skirtoje medžiagoje)?

6. Kaip siūlytumėte patobulinti programos struktūrą, temas ir medžiagą?

7. Gal turite pasiūlymų kaip patobulinti/papildyti atrankos į programą kriterijus, kad galėtume įtraukti tuos startuolius, kuriems programa būtų naudingiausia?

Ačiū už jūsų atgalinį ryšį ir pastabas!

Priedas Nr.9. Investuotojų apklausos klausimynas

Šia apklausa siekiama gerinti pre-akceleravimo programos kokybę ir paruošti daugiau investicijoms pasirengusių ankstyvosios stadijos startuolių. Maloniai prašome pasidalinti savo nuomone, atsižvelgiant į tai, ką matėte startuolių prisistatymo renginio metu ir po jo. Jūsų atsakymas bus naudojamas norint peržiūrėti ir patobulinti programos struktūrą, vertės pasiūlymus, atrankos kriterijus ir galimai kitus programos aspektus.

1. Kurie iš šių startuolių Jums pasirodė pakankamai įdomūs, kad norėtumėte su jais pratęsti pokalbį ar bent sužinoti daugiau informacijos?

- Startuolis #1
- Startuolis #2
- Startuolis #3
- Startuolis #4
- Startuolis #5
- Startuolis #6
- Startuolis #7
- Startuolis #8
- Startuolis #9
- Startuolis #10
- Startuolis #11
- Startuolis #12
- Startuolis #13
- Startuolis #14
- Startuolis #15
- Startuolis #16
- Startuolis #17
- Startuolis #18
- Startuolis #19
- Startuolis #20

2. Kaip manote keli startuoliai prisistatę šio renginio metu yra pakankamai pasiruošę investicijoms, net jeigu Jūs neketinate investuoti į jų projektą?

3. Ko trūksta kitiems startuoliams? Kokios pagrindinės spragos stabdo Jus ir galimai kitus investuotojus nuo investavimo į šiuos startuolius?

4. Koks Jūsų bendras įspūdis po startuolių prisistatymo šiame renginyje?

5. Kokius startuolius turėtume kviešti į pre-akceleravimo programą kitame kvietime? Kokie startuoliai jums būtų įdomesni ir vertingesni?

6. Kiek svarbu startuolius mokyti šių temų pre-akceleravimo programos metu?

	Visiškai nesvarbu	Nesvarbu	Iš dalies svarbu	Svarbu	Labai svarbu
Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas					
Verslo modelis ir pagrindinės rizikos					
Stiprios komandos kūrimas					
Tikslinis klientas ir rinkos dydis					
Konkurentų analizė					
Minimaliai perspektyvus produktas					
Produkto ir rinkos tinkamumas					
Pozicionavimas ir prekės ženklo naudojimas					
Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai					
Patekimo į rinką strategija ir rinkodaros planas					
Startuolio augimo varikliai ir metrikos					
Verslo idėjos pristatymas investuotojams					

7. Gal turėtume į pre-akceleravimo programą įtraukti kokias nors papildomas temas?

Ačiū už jūsų atgalinį ryšį ir pastabas!

Priedas Nr. 10. Startuolio progreso įvertinimo šablonas (pildo mentorius)

Startuolis: _____

Mentorius: _____

#	Tema	Praktinė užduotis	Atlikta		Paskutiniai pastebėjimai dėl užduoties, pastabos iš individualių susitikimų
			T/N	Data	
1	Problema, sprendimas ir vertės pasiūlymas	Kliento problemos, darbai ir norai			
		Pasirinkti prioritetus į kuriuos bus sutelktas dėmesys			
		Pagrįsti duomenimis			
		Išgryninti vertės pasiūlymą			
2	Verslo modelis ir pagrindinės rizikos	Lean verslo modelio drobė			
		Prielaidas pakeisti faktais			
		Identifikuoti pagrindines rizikas			
		Veiksmų sąrašas rizikoms valdyti			
3	Stiprios komandos formavimas	Sutarta, kaip bendraįkūrėjai dalinsis nuosavybę			
		Komandos narių pareigybės identifikuotos			
		Užduočių planas sudarytas naudojant bendradarbiavimo įrankius			
		Susirasti bendraįkūrėjus, jei to reikia			
4	Tikslinis klientas ir rinkos dydis	Mažiausiai 5 klientų asmenybės			
		Rinkos dydis įvertintas			
		Rinkos augimas įvertintas			
		Pasirinkti 2-3 pagrindiniai segmentai			
5	Konkurentų analizė	Konkurentų sąrašas (tiesioginiai/netiesioginiai)			
		Duomenys apie pagrindinius konkurentus			
		Žydrųjų vandenynų strategija [pasirinktinai]			
		Vertės pasiūlymas patobulintas naudojant neatmetamo pasiūlymo formulę			
6	Minimaliai perspektyvus produktas	Funkcijų/parametrų sąrašas, kuriuos reikia patikrinti			
		Produkto tinkamumo anketa			
		Nukreipimo puslapis kaip MPP			
		Pradinis produkto kūrimo žemėlapis/planas			

7	Produkto ir rinkos tinkamumas	Užpildytos mažiausiai 5 eksperimentų kortelės			
		Pasiruošta susitikti/kontaktuoti su potencialiais klientais			
		Įvykdytas 1-as rinkos eksperimentas ir gauti duomenys			
8	Pozicionavimas ir prekinis ženklas	Išgrynintas pozicionavimo teiginys ir žinutė			
		Parengta kūrybinė užduotis prekinio ženklo dizainui			
		Atrastas dizaineris, užsakytas prekinio ženklo dizainas			
		Įvykdytas 2-as rinkos eksperimentas ir gauti duomenys			
		Parengti „pardavimų ginklai“			
9	Teisiniai intelektinės nuosavybės aspektai	Sąrašas, kas galėtų būti laikoma intelektine nuosavybe			
		Intelektinės nuosavybės apsaugos planas			
		Parengta konfidencialumo sutartis			
10	Patekimo į rinką strategija	Išgryninta patekimo į rinką strategija			
		Parengtas rinkodaros planas ant 1 lapo			
		Įvykdytas 3-čias rinkos eksperimentas ir gauti duomenys			
11	Augimo varikliai ir metrikos	Augimo variklis pasirinktas, yra planas, kai jį įgalinti			
		Parengtas alternatyvus rinkodaros ir produkto vystymo planas, jei būtų pritraukta investicija			
		Įvykdytas 4-as rinkos eksperimentas ir gauti duomenys			
12	Pristatymas investuotojams	Vien puslapio pristatymas			
		Prezentacijos skaidrės			
		Planas, kaip ieškoti investuotojų			

Papildomos pastabos :

Galutinis startuolio įvertinimas:

- Visos užduotys įvykdytos, parengta stipri prezentacija investuotojams
- Viso užduotys įvykdytos, bet prezentaciją investuotojams dar reikėtų patobulinti
- Dar turi būti atlikti tam tikri darbai iki prisistatant investuotojams
- Per daug trūkstančių dalių, dar nepasirengę prisistatyti investuotojams

Galutinio įvertinimo data: _____