

Załącznik 1.0 – Opis Przedmiotu Zamówienia (OPZ)

OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA

1. Politechnika Gdańska (dalej „PG”) realizuje cyklicznie program preinkubacyjny Startup School One pn. „Sprawdź swój pomysł” (dalej „Program”).
2. Program realizowany jest w ramach budżetu programu Molybdenum, będącego częścią projektu Inicjatywa Doskonałości - Uczelnia Badawcza (IDUB) oraz budżetu PG.
3. Uczestnikami Programu (dalej „Uczestnicy”) mogą być studenci, doktoranci, pracownicy i absolwenci PG oraz innych uprawnionych uczelni. Uczestnicy przystępują do Programu w ramach zawiązanych przez siebie zespołów (dalej „Zespoły”) oraz z własnym pomysłem startupowym (dalej „Pomysł”), który stanowi punkt wyjścia do pracy w Programie.
4. Rekrutację do Programu przeprowadza Zamawiający.
5. W Programie przewiduje się udział nie mniej, niż 30 uczestników, a liczebność Zespołów wynosi od 1 do 5 osób.
6. Celem Programu w odniesieniu do każdego Zespołu jest:
 - a. **wypracowanie przez Zespół perspektywicznego modelu biznesowego** w procesie walidacji założeń/hipotez formułowanych przez Zespół pod nadzorem Wykonawcy, obejmującym projektowanie i przeprowadzanie testów walidacyjnych, zgodnie z wytycznymi metodyk startupowych, takich jak Running Lean, czy Customer Development,
 - b. **zebranie przez Zespół wiarygodnych informacji lub deklaracji** ze strony potencjalnych klientów, które umożliwią Zespołowi podjęcie dobrze uzasadnionej decyzji o celowości przejścia do właściwej fazy realizacji Pomysłu.
7. W szczególności cele Programu realizowane są poprzez:
 - a. zidentyfikowanie wystarczająco dużego segmentu klientów, do którego Zespół adresuje swój Pomysł (customer segment) oraz zidentyfikowanie w ramach tego segmentu grupy wczesnych klientów (early adopters),
 - b. zdobycie dogłębnego rozumienia potrzeb lub problemów klientów z ustalonego uprzednio segmentu (problem), uwzględniając ograniczenia, jakie wynikają z obecności konkurencji (competition) i obowiązujących regulacji (compliance),
 - c. opracowanie propozycji wartości w odpowiedzi na rozpoznaną potrzebę lub problem (value proposition) oraz stworzenie na tej podstawie koncepcji rozwiązania (solution), które będzie efektywnie zaspakając zidentyfikowaną potrzebę lub rozwiązywać zidentyfikowany problem,
 - d. ustalenie minimalnego zestawu cech i funkcjonalności rozwiązania, które zapewniłoby klientom oczekiwane przez nich korzyści (MVP),
 - e. przeprowadzenie symulacji finansowych przedsięwzięcia (financial modeling) ukierunkowanych na zapewnienie docelowej dochodowości oraz środków na dalszy rozwój (funding),



- f. opracowanie prototypu MVP i prezentacji sprzedażowej (demo) oraz testowej oferty cenowej (offer) dla wczesnych klientów,
 - g. aktywną sprzedaż MVP (sales).
8. Program dodatkowo obejmuje:
- a. opracowanie przez Zespół prezentacji, przedstawiającej proces i efekty pracy Zespołu w Programie oraz gotowość do publicznego zaprezentowania całości (demo day),
 - b. wsparcie doradcze Wykonawcy dla Zespołów przy realizacji celów Programu (mentoring).
9. Do realizacji wyżej opisanego celu poszukiwany jest Wykonawca usługi, polegającej na zorganizowaniu i przeprowadzeniu zajęć wykładowo-warsztatowych oraz doradztwa w ramach Programu, składającego się z 7 oddzielnych modułów (dalej „Moduły”):
- a. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 1**
Moduł pt. „Foundation”
 - b. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 2**
Moduł pt. „Customer-Problem Fit”
 - c. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 3**
Moduł pt. „Business Model Design”
 - d. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 4**
Moduł pt. „Problem-Solution Fit”
 - e. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 5**
Moduł pt. „Startup Showcase”
 - f. **Moduł wykładowo-warsztatowy nr 6**
Moduł pt. „Solution-Customer Fit”
 - g. **Moduł doradczy nr 7**
Moduł pn. „Mentoring”
10. Sumaryczna liczba Modułów wykładowo-warsztatowych, o których mowa w ust. 9 a) - f), wynosi 6.
11. Sumaryczną liczbą godzin doradztwa indywidualnego dla Zespołów zamawianych w ramach Modułu doradczego, o którym mowa w ust. 9 g), jest liczba godzin faktycznie wykorzystanych przez wszystkie Zespoły, przy zachowaniu warunku, że maksymalna liczba godzin doradztwa, przypadających na jeden Zespół wynosi 4 godziny;
12. Tryby pracy w odniesieniu do Modułów wykładowo-warsztatowych: stacjonarny lub on-line. O wyborze trybu i strony, która przygotowuje realizację Modułów od strony technicznej, decyduje Zamawiający po podpisaniu umowy z Wykonawcą. Założenia wyjściowe w tym względzie zostały ujęte w przedstawionej poniżej tabeli, opisującej szczegółowo poszczególne Moduły (dalej „Tabela”).
13. Tryb pracy w odniesieniu do Modułu doradczego: on-line. Przygotowanie realizacji Modułu doradczego od strony technicznej, w szczególności zapewnienia należytej dostępności doradców, systemu rezerwacji spotkań oraz ich ewidencji, spoczywa na Wykonawcy.

14. Wymiary czasowe poszczególnych Modułów ujęte zostały w Tabeli.
15. Językiem głównym dostarczonej usługi jest język polski.
16. Ze względu na możliwość udziału w Programie osób zagranicznych z ograniczoną znajomością języka polskiego, Wykonawca do realizacji Programu zapewni trenerów, posługujących się językiem angielskim w stopniu umożliwiającym swobodną konwersację z takimi osobami.
17. Zamawiający może oddelegować swoich asystentów do wsparcia trenera podczas prowadzenia zajęć, zwłaszcza w obszarze warsztatowym. W takim przypadku przed rozpoczęciem współpracy trener uzgodni z asystentami zakres, formę oraz treść ich współdziałania, precyzując jednocześnie istotne kwestie związane z udziałem asystenta w zajęciach. Celem tych działań jest zwiększenie efektywności i wartości oferowanych zajęć dla Zespołów.
18. W terminie minimum 7 dni przed datą rozpoczęcia danego Modułu wykładowo-warsztatowego, Wykonawca przygotowuje i dostarcza Zamawiającemu:
 - a. skrypt zajęć, obejmujący w punktach plan pracy zaplanowany na dane zajęcia,
 - b. materiały merytoryczne w formie elektronicznej do przekazania dla każdego uczestnika Programu.
19. Skrypt zajęć i materiały merytoryczne podlegają akceptacji dopuszczającej przez Zamawiającego. Wykonawca powinien uzyskać akceptację Zamawiającego najpóźniej na 3 dni przed realizacją danego Modułu wykładowo-warsztatowego pod rygorem odwołania realizacji tego Modułu z winy Wykonawcy.
20. Wykonawca odpowiada za legalność materiałów i źródeł udostępnianych Zamawiającemu, w szczególności przejmuje na siebie wszelkie roszczenia, które mogą powstać w wyniku tego działania.
21. Materiały, o których mowa w ust. 18 powinny być przygotowane w następujący sposób:
 - a. w języku polskim:
 - i. w przypadku materiałów filmowych Zamawiający może dopuścić materiały filmowe w języku angielskim, o ile będą posiadały polskie napisy lub transkrypcję angielską, umożliwiającą nieuciążliwe tłumaczenie poprzez serwisy automatycznego tłumaczenia,
 - ii. w przypadku materiałów drukowalnych Zamawiający:
 - dopuszcza język angielski we formularzach, przykładach i nazewnictwie terminologicznym - o potrzebie ewentualnego tłumaczenia decyduje Zamawiający.
 - może dopuścić materiały drukowalne w języku angielskim, o ile będą umożliwiały nieuciążliwe tłumaczenie poprzez serwisy automatycznego tłumaczenia,
 - b. w formacie A4 (w uzasadnionych przypadkach dopuszcza się A3),
 - c. jedna strona A4 powinna zawierać maksymalnie dwa slajdy z miejscem na notatki,
 - d. skomplikowane schematy i grafiki powinny być czytelne.
22. Termin realizacji zamówienia: od daty zawarcia Umowy do **31 marca 2025 r.**
23. Zamawiający planuje realizację Programu w terminie **listopad 2024 - marzec 2025.**
24. Szczegółowe terminy realizacji poszczególnych Modułów (dalej „Harmonogram”) zostaną doprecyzowane po zawarciu Umowy. Wyjściowy Harmonogram podany w Tabeli posiada akceptację Wykonawcy i nie wymaga dodatkowych uzgodnień lub akceptacji w przypadku

przyjęcia go do realizacji w podanym kształcie. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany terminów poszczególnych Modułów, nie później niż 5 dni roboczych przed terminem rozpoczęcia danego Modułu.

25. Realizacja Modułów odbywać będzie się w dni robocze oraz soboty w godzinach 08:00 – 20:00.
26. Dla zajęć stacjonarnych miejscem realizacji usługi jest siedziba Zamawiającego - Politechnika Gdańska.
27. Zamawiający na czas trwania stacjonarnych Modułów wykładowo-warsztatowych zapewnia salę, dostęp do Internetu przez Wi-Fi, tablicę do pisania oraz rzutnik z przyłączem HDMI. Inne po uzgodnieniu z Wykonawcą.
28. Wykonawca we własnym zakresie zapewni trenerowi:
 - a. komputer z możliwością połączenia z siecią oraz korzystania z rzutnika,
 - b. właściwy zestaw kabli do przyłączenia komputera trenera do rzutnika.
29. Wykonawca wykona usługę w sposób, który zrealizuje cele Programu opisane w ust. 6-8, włączając w plan swoich działań opisy i wytyczne zawarte w Tabeli.
30. Ze względu na fakt, że obecność na zajęciach jest przedmiotem oceny przy ustalaniu warunku pozytywnego ukończenia Programu przez uczestników, dla każdego Modułu Wykonawca zobowiązany jest prowadzić listy obecności uczestników zajęć. Wykonawca wystąpi do Zamawiającego o przekazanie formularza listy obecności wraz z nazwiskami uczestników. W przypadku nieotrzymania formularza, Wykonawca dokumentuje obecność uczestników w oparciu o własny formularz.
 - a. w przypadku trybu online Wykonawca oznaczy osoby obecne na zajęciach na fizycznej liście oraz udokumentuje ten fakt w formie zrzutów ekranu platformy komunikacyjnej użytej do realizacji tego Modułu, na których widać nazwiska obecnych uczestników zajęć.
 - b. w przypadku trybu stacjonarnego Uczestnicy będą poświadczać swoją obecność przez złożenie podpisu na fizycznej liście, znajdującej się pod kontrolą trenera i opatrzonej jego podpisem. W przypadku spóźnień lub wyjść przed czasem, Wykonawca dokonuje adnotacji w odpowiednim polu listy podając godzinę zdarzenia, zapewniając możliwość ustalenia faktycznej liczby godzin obecności każdego Uczestnika na danych zajęciach.
31. Kompletne i poprawne listy obecności Wykonawca dostarczy Zamawiającemu bez osobnych wezwań najpóźniej 7 dni po zakończeniu danego Modułu.
32. Wykonawca zobowiązany jest do sporządzania i prowadzenia na bieżąco dokumentacji wykonywanych usług na zasadach oraz w formie wskazanej przez Zamawiającego, w szczególności obejmującej elektroniczną teczkę każdego Zespołu, biorącego udział w Programie, zawierającą:
 - a. kartę pracy Zespołu, obejmującą w minimalnym zakresie bieżące uwagi trenerów oraz doradców, pracujących z Zespołem, oceniające:
 - i. aktywność oraz zaangażowanie Zespołu w realizację Programu, w tym aktywność na zajęciach oraz jakość wykonywanych prac domowych,
 - ii. potencjał oraz braki Zespołu w aspektach istotnych dla jego rozwoju,
 - b. efekty pracy Zespołu, w tym:

- i. finalną wersję kanwy modelu biznesowego w formacie PDF ewentualnie zdjęcie odpowiedniej rozdzielczości dla kanw opracowanych ręcznie,
- ii. prezentację wyników pracy w Programie opracowaną na Demo Day.

Wykonawca będzie egzekwował od Zespołów dostarczenie ww. opracowań bezzwłocznie po dniu powstania ich finalnej wersji zgodnie z harmonogramem Programu. W przypadku nieotrzymania opracowań pomimo 3 wezwań Zespołu i upływu terminu 2 tygodni od daty pierwszego wezwania, Wykonawca prześle Zamawiającemu pismo z opisem przypadku oraz wyszczególnieniem dat wezwań.

- c. końcowe wnioski i rady dla Zespołu,

33. Zamawiający ma prawo wglądu w karty pracy Zespołu w trybie na żądanie w każdym czasie.

34. Wykonawca będzie na bieżąco uczestniczył w komunikacji z Zamawiającym oraz Uczestnikami Programu za pośrednictwem platformy komunikacyjnej Discord, jako narzędzia dedykowanego do komunikacji z Uczestnikami Programu. Uczestnictwo w minimalnym zakresie oznacza posiadanie konta użytkownika na platformie Discord, bieżące odczytywanie wiadomości i komunikatów, a jeśli będą adresowane do Wykonawcy, adekwatne reagowanie na nie i odpowiadanie.

35. W celu rozliczenia usługi Wykonawca dostarczy Zamawiającemu, bez osobnych wezwań, następujące składowe dokumentacji Programu:

- a. najpóźniej na 7 dni przed Demo Day:

- i. listę rankingową Zespołów pod kątem ich kwalifikacji do uczestnictwa w prezentacji wyników pracy w Programie podczas Demo Day,
- ii. elektroniczne teczki, o których mowa w ust. 32, w formie folderów o nazwach tożsamych z nazwami Zespołów,
- iii. wzór certyfikatu uczestnictwa, potwierdzającego pozytywne ukończenie Programu oraz nabyte kompetencje.

Wzór certyfikatu zostanie przekazany w wysokiej rozdzielczości, w formacie PDF lub innym uzgodnionym i będzie zawierał:

- miejscem na wpisanie imienia i nazwiska uczestnika Programu,
- logotypy Zamawiającego,
- informacje o nazwie Programu,
- opis zakresu tematycznego Programu,
- sumaryczną liczbę godzin Programu,
- termin realizacji Programu
- informację o pozytywnym ukończeniu Programu przez daną osobę,
- miejsce na podpisy osób reprezentujących Wykonawcę oraz Zamawiającego.

Wzór certyfikatu podlega akceptacji Zamawiającego.

- iv. wzór dyplomu uczestnictwa, potwierdzającego udział w Programie dla osób, które nie ukończyły pozytywnie Programu.



Wzór dyplomu zostanie przekazany w wysokiej rozdzielczości, w formacie PDF lub innym uzgodnionym i będzie zawierał:

- miejscem na wpisanie imienia i nazwiska uczestnika Programu,
- logotypy Zamawiającego,
- informacje o nazwie Programu,
- informację o udziale w zajęciach Programu przez daną osobę,
- miejsce na podpisy osób reprezentujących Wykonawcę oraz Zamawiającego.

Wzór dyplomu podlega akceptacji Zamawiającego.

b. najpóźniej w 7 dni po Demo Day:

- raport wykorzystania przez poszczególne Zespoły godzin indywidualnego doradztwa w ramach Modułu doradczego wg formularza przedstawionego przez Zamawiającego.

36. Wzory certyfikatów i dyplomów, materiały szkoleniowe, raporty, formularze oraz inne materiały wykorzystywane podczas realizacji Programu będą zawierać logotypy Politechniki Gdańskiej - Uczelni Badawczej oraz projektu, w ramach którego Program jest realizowany, tj. „Gdańsk Tech Startup School”.

Logotypy powinny być zgodne z Księgą Identyfikacji wizualnej PG. Logotypy na wniosek Wykonawcy dostarczy Zamawiający.

Zamawiający może zwolnić Wykonawcę z powyższego obowiązku w odniesieniu do materiałów szkoleniowych oraz innych materiałów wykorzystywanych podczas realizacji Programu w przypadku obiektywnej, oczywistej i zasadnej przyczyny, np. z powodu braku miejsca na stronie lub niedostępności elektronicznych form danego dokumentu.

37. Po zakończeniu każdego Modułu wykładowo-warsztatowego Zamawiający może przeprowadzić ankietę oceniającą trenera oraz realizację przez niego danego Modułu. Zamawiający zastrzega sobie prawo do zmiany trenera lub zmian w Programie po uzyskaniu negatywnych opinii wyrażonych w ankiecie przez ponad 50% uczestników ewaluowanych zajęć w ramach danego Modułu. W odniesieniu do trenera, który uzyskał negatywną opinię, Zamawiający zastrzega sobie prawo odmowy akceptacji tego trenera w kolejnych edycjach Programu.

Za negatywną ocenę uznaje się otrzymanie średniej liczby punktów mniejszej lub równej 2 w skali oceny od 1 do 5 punktów (lub innej odpowiedniej).

38. Tabela:

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 1
„Foundation”
<u>A. Tematyka</u>
Wprowadzenie Zespołu w zagadnienia związane ze startupowaniem. Omówienie Programu. Ustalenie wizji rozwoju Zespołu.
<u>B. Prezentacja wszystkich Zespołów i ich Pomysłów</u>



1. Pierwsza publiczna prezentacja Pomysłu:
 - a. Zespół prezentuje swój Pomysł przed innymi uczestnikami Programu,
 - b. Trener i pozostałe Zespoły dopytują o szczegóły.

C. Wprowadzenie teoretyczne

1. Dlaczego warto angażować się w dziedzinę innowacji i przedsiębiorczości? Jakie korzyści płyną dla zaangażowanych, zarówno w przypadku sukcesu, jak również braku sukcesu Pomysłu.
2. „Entrepreneurial mindset” - charakterystyka i sposoby kształtowania przedsiębiorczego sposobu myślenia.
3. Rodzaje startupów – charakterystyka (korzyści, zagrożenia), ścieżki rozwoju:
 - a. w ujęciu organizacyjnym: od małych podmiotów gospodarczych (small business) po skalowalne spółki ukierunkowane na wzrost,
 - b. w ujęciu źródeł finansowania: od bootstrappingu po finansowanie zewnętrzne:
 - i. business angels,
 - ii. venture capital,
 - iii. fundusze publiczne.
4. Co jest potrzebne na drodze rozwoju Pomysłu?
 - a. wyznaczenie celu - minimalne kryterium sukcesu w perspektywie 3 lat,
 - b. skupienie uwagi - alokacja czasu, odpowiednie priorytety działań, zarządzanie pracą zespołu, ...
 - c. budowa zespołu – dopasowanie osobowościowe, kompetencje, umiejętności, role i zakresy obowiązków,
 - d. networking - aktywne poszukiwanie wsparcia zewnętrznego, umiejętność odnajdywania użytecznych informacji pośród sprzecznych opinii (triangulacja),
 - e. użyteczne zasoby, publikacje i narzędzia.

Podkreślenie rosnącego znaczenia sztucznej inteligencji w generowaniu modeli biznesowych, projektowaniu eksperymentów i testów, czy pełnieniu roli syntetycznych rozmówców, klientów lub mentorów.

5. Własność intelektualna (IP):
 - a. rodzaje IP: know-how, znaki towarowe, wzory użytkowe i przemysłowe, patenty,
 - b. zasady poufności - co mówić o swoim pomysłu/rozwiązaniu/produkcje, a czego nie?
 - c. kiedy warto chronić prawnie rozwiązanie (np. opatentować), a kiedy nie?
 - d. jak ochronić prawnie rozwiązanie w przypadku takiej decyzji?
6. Kwestie prawne:
 - a. jak pozyskiwać wiedzę i pomoc prawną na wczesnym etapie w sytuacji braku środków finansowych:
 - i. Internet,
 - ii. publikacje tematyczne,
 - iii. mentorzy z wiedzą prawną.
 - b. przykłady umów startupowych: NDA, umowa spółki, ...

7. Kwestie finansowe:

- a. zapoznanie Zespołu z arkuszem modelowania finansowego oraz efektami losowych symulacji zawartych w tym arkuszu na finanse firmy,
- b. podkreślenie konieczności zapewnienia dodatniego cash-flow w całym okresie działalności firmy – najczęstszej przyczyny bankructw.

Arkusze do modelowania finansowego zostaną udostępnione Wykonawcy przez Zamawiającego.

- c. wycena startupu, w szczególności wycena udziałów w spółce kapitałowej.

8. Wsparcie dla Zespołów w Programie:

- a. Strefa iGTS2 - przestrzeń co-workingowa,
- b. protolaby i laboratoria uczelniane,
- c. granty obliczeniowe i serwery aplikacji webowych GTS2,
- d. dostęp do doradców Programu oraz zewnętrznych mentorów,
- e. dostęp platformy gromadzenia i wizualizacji danych Statista,
- f. dostęp do bazy produktowej eProdukty,
- g. platforma komunikacyjna Discord GTS2.

9. O programach Gdańsk Tech Startup School:

- a. program Startup School One (Program):
- b. program Startup School Two.

10. Przygotowanie Zespołów na:

- a. odbiór bezpośredniej krytyki ich Pomysłów - omówienie wartości krytycznych uwag oraz sposobów ich wykorzystania,
- b. gotowość do szybkiej zmiany Pomysłu w przypadku napotkania przesłanek do zmiany:
 - i. przesłanek negatywnych wskutek zebrania niepomyślnych informacji,
 - ii. przesłanek pozytywnych wskutek znalezienia nowych, lepszych pomysłów.

D. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

1. Zespół spisuje w poniższej tabeli makro-założenia, dotyczące wizji swojego rozwoju i wspólnego rozumienia celów, do jakich dąży Zespół. Makro-założenia obejmują:

- a. cel organizacyjny do jakiego dąży Zespół:
 - i. mikrofirma - zatrudnienie do 10 pracowników,
 - ii. mała firma - zatrudnienie do 50 pracowników,
 - iii. średnia firma - zatrudnienie do 250 pracowników,
 - iv. duża firma - zatrudnienie +250 pracowników,
 - v. korporacja - zatrudnienie powyżej 1000 pracowników,
- b. minimalne kryterium sukcesu finansowego po 3 latach działalności, które Zespół uzna za minimalny sukces:
 - i. oczekiwany poziom sprzedaży,
 - ii. oczekiwany poziom zyskowności.
- c. z jakich źródeł finansowania zamierza/może korzystać na etapie:
 - i. inkubacji:
 - bootstrapping,
 - aniołowie biznesu,

- kredyty, pożyczki,
- fundusze publiczne,
- ii. akceleracji,
 - bootstrapping,
 - aniołowie biznesu,
 - kredyty, pożyczki,
 - fundusze publiczne,
 - fundusze venture capital (VC).
- d. jakie formy własności intelektualnej Zespół posiada, planuje wytworzyć lub nabyć i czy potrzebuje ich prawnej ochrony:
 - i. know-how,
 - ii. znaki towarowe,
 - iii. wzory użytkowe
 - iv. wzory przemysłowe,
 - v. patent
- e. jakie kompetencje Zespół już posiada, a jakich dodatkowych Zespół potrzebuje i jak zamierza je pozyskiwać:

Archetypy kompetencji do wzięcia pod uwagę – jedna osoba może posiadać kilka archetypicznych kompetencji:

- i. Visionary (Sees a new way) - osoba od wielkich pomysłów, marzyciel, mający wizję produktów/usług, które mogą zmienić rynek, a nawet świat. Jest źródłem inspiracji i definiowania strategicznego kierunku dla startupu.
- ii. Engineer (Builder & Tinkerer) – osoba techniczna, dyrektor ds. technologii (CTO), inżynier odpowiedzialny za budowę produktu. Osoba praktyczna, skoncentrowana na tworzeniu, udoskonalaniu i iteracji produktu lub usługi.
- iii. Marketer (The Richard Branson) - dyrektor ds. marketingu (CMO), który jest odpowiedzialny za promowanie startupu i jego produktów/usług na świecie. To ona opowiada historie, tworzy przesłanie marki i dba o to, by dotarło ono do docelowych odbiorców.
- iv. Networker (The 1-1 connector) – osoba, która buduje relacje. Jest twarzą firmy wobec klientów, partnerów i wpływowych osób z branży. Otwiera drzwi i tworzy możliwości.
- v. Manager (People) - dyrektor operacyjny (COO) lub szef operacji, który zapewnia, że codzienne działania firmy przebiegają sprawnie. Zarządza zespołami, usprawnia procesy i utrzymuje strukturę organizacyjną.
- vi. Banker (Power) - jest ekspertem finansowym, często dyrektorem finansowym (CFO), który zarządza finansami firmy. Jest odpowiedzialny za budżetowanie, planowanie finansowe i zapewnienie, że startup ma kapitał potrzebny do rozwoju.
- vii. Baron (Cash Controller) - koncentruje się na zarządzaniu i alokacji zasobów finansowych firmy.
- viii. Investor (The Warren Buffett) – inwestorzy zapewniają kapitał niezbędny do działania i skalowania startupu. Często są zaangażowani w podejmowanie strategicznych decyzji i wnoszą cenne spostrzeżenia i powiązania.

Makro-założenia będą potrzebne:

- a. do wewnętrznych dyskusji Zespołu, ewentualnych redefinicji celów oraz podejmowania decyzji,
- b. na etapie modelowania finansowego.

Makro-założenia Zespołu				
Oczekiwany poziom sprzedaży [PLN]	200 kPLN	1 MPLN	10 MPLN	100 MPLN
		w sam raz, by móc pracować "na własnym"	mała firma zatrudniająca 3-5 osób	firma, która może pozyskać finansowanie venture capital
Oczekiwany poziom zyskowności [%]				
Cel organizacyjny [poziom zatrudnienia]				
Źródła finansowania	na etapie inkubacji		na etapie akceleracji	
Własność intelektualna	posiadana IP		IP do wytworzenia	IP do zakupu
Kompetencje	posiadane		poszukiwane	
	1.		1.	
	2.		2.	
	3.		3.	
	4.		4.	

2. Wstępne modelowanie finansowe – pierwsze 36 m-cy:

- a. Zespół dokonuje zgrubnych szacunków w odniesieniu do poniższych elementów i wprowadza te dane do arkusza modelowania finansowego:
 - i. koszt wytworzenia domyślnego rozwiązania,
 - ii. cena sprzedaży domyślnego rozwiązania,
 - iii. ilość sztuk sprzedaży domyślnego rozwiązania w ujęciu miesięcznym,
- b. Zespół uzupełnia arkusz o zgrubne szacunki kosztów działalności firmy w poszczególnych miesiącach:
 - i. zatrudnienie – ilość zatrudnionych i ich wynagrodzenie,
 - ii. usługi obce,
 - iii. pozostałe koszty (w tym koszty delegacyjne sprzedawców),
- c. Zespół modeluje zmiennymi:
 - i. ceny i ilości sprzedaży,
 - ii. kosztami działalności,
 - iii. finansowaniem zewnętrznym,



w celu uzyskania zaplanowanego wcześniej poziomu sprzedaży i poziomu zyskowności po 3 latach.

- Proces odbywa się pod nadzorem trenera, który zwraca uwagę na braki i błędy w założeniach przyjętych do modelowania.
- W przypadku nieosiągnięcia założonych wartości poziomów sprzedaży oraz zyskowności, Zespół dokonuje zmiany założeń poczynionych w punkcie D.1.
- Proces przebiega iteracyjnie, aż do chwili osiągnięcia przyjętych założeń.

3. Publiczna prezentacja makro-założeń Zespołu:

- a. Zespół przypomina Pomysł i finalną listę makro-założeń przed innymi uczestnikami Programu,
- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują poszczególne makro-założenia, zgłaszając swoje uwagi i sugestie,
- c. komentarze do makro-założeń zgłasza również trener, podkreślając potencjalną trudność w realizacji pewnych scenariuszy,
- d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu modyfikacji/urealnienia makro-założeń.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

E. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Dostęp do Discorda GTS2:
 - a. dołączenie przez członków Zespołów do Discorda GTS2,
 - b. ustalenie nazwy profilu uczestników wg formatu: <imię> <nazwisko> - <nazwa zespołu>.
2. Dostęp do Strefy iGTS2:
 - a. złożenie wniosku do GTS2 o dostęp do Strefy iGTS2.
3. Mentor/doradca techniczny z dziedziny związanej z Pomysłem:
 - a. zgłoszenie do GTS2 potrzeby pozyskania mentora technicznego z PG.
4. Identyfikacja potencjalnych klientów:
 - a. zidentyfikowanie 20 konkretnych osób potencjalnie zainteresowanych rozwiązaniem zbudowanym na bazie Pomysłu.
5. Dyskusja nad wizją i rozumieniem celów przez Zespół:
 - a. pogłębiona dyskusja nad wizją rozwoju i wspólnego rozumienia celów przez Zespół,
 - b. zapoznanie się z kanwą Team Canvas i przejście z Zespołem przez to ćwiczenie (<https://theteamcanvas.com/>)
 - c. wyszukanie informacji o kulturze innowacji i warunkach, które do niej prowadzą.
6. Modelowanie różnych wariantów prognozy finansowej w oparciu o arkusz modelowania finansowego.

F. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

G. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

H. Planowana data realizacji

16 listopada 2024 (sobota)

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 2

„Customer-Problem Fit”

A. Tematyka

Celem pracy w module jest zidentyfikowanie najbardziej perspektywicznej propozycji wartości na drodze testowania kryterium atrakcyjności (desirability):

Wykazanie, że w przypadku niespełnienia kryterium atrakcyjności Pomysłu, kontynuacja jego w Programie będzie miała charakter jedynie poznawczy bez większych szans na sukces rynkowy.

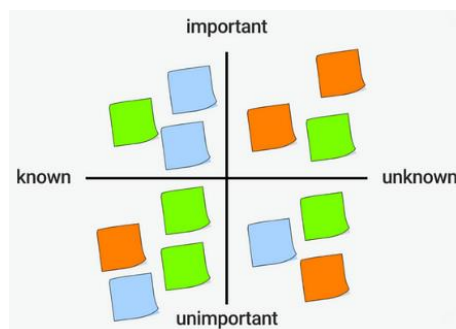
Zachęcenie do intensywnych działań związanych z testowaniem kryterium atrakcyjności do czasu jego spełnienia.

B. Wprowadzenie teoretyczne

1. Naukowa metoda walidacji modeli:

- budowa modelu oparta o aktualną wiedzę i spostrzeżenia,
- generowanie założeń odnośnie stworzonego modelu,
- umiejscowienie poszczególnych założeń na mapie założeń,
- testowanie najbardziej ryzykownych założeń (prawy górny kwadrant mapy założeń),
- modyfikacja lub budowa nowego modelu (powrót do pkt. a).

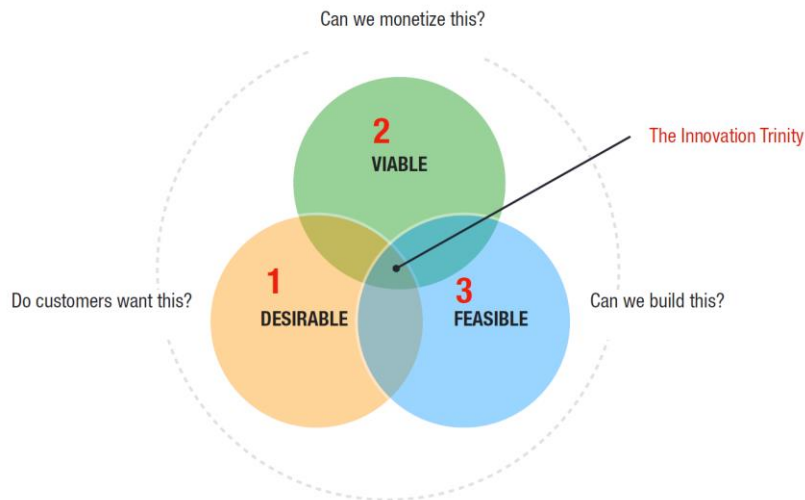
2. Szczegółowe omówienie mapy założeń (Assumption Mapping).



3. Szczegółowe omówienie kluczowych kryteriów oceny Pomysłu:

- kryterium atrakcyjności (desirability),
- kryterium opłacalności (viability),

c. kryterium wykonalności (feasibility).



4. Kanwa propozycji wartości (Value Proposition Canvas)

- szczegółowe omówienie kanwy propozycji wartości (Value Proposition Canvas) wraz z przykładami wypełniania pól,
- analiza kilku kanw propozycji wartości różnych typów firm odnoszących sukcesy (case studies).

5. Poglądowe omówienie różnych typów testów przeprowadzanych w „fazie rozpoznawania” zgodnie ze systematyką ujętą w publikacji „[Testowanie pomysłów biznesowych](#)” autorstwa Alexa Osterwaldera i Davida Blanda:

- „Rekonesans”
 - wywiad z klientem,
 - wywiad ze zorientowanym interesariuszem,
 - wywiad z partnerem i dostawcą,
 - dzień z życia,
 - ankieta rozpoznawcza.
- „Analiza danych”
 - analiza trendów wyszukiwania,
 - analiza ruchu sieciowego,
 - fora dyskusyjne,
 - informacje zwrotne od sprzedawców,
 - analiza wsparcia dla klienta.
- „Rozpoznanie zainteresowań”
 - reklama internetowa,
 - śledzenie odnośników,
 - test 404,
 - załączek funkcji,
 - kampania e-mailowa,
 - kampania w mediach społecznościowych,
 - program rekomendacji.
- „Prototypy do dyskusji”

- wydruk 3D / makieta (mockup)
 - prototyp rysunkowy - szkice wizualizujące (sketches), modele szkieletowe (wireframe)
 - scenopis (storyboard),
 - arkusz danych,
 - ulotka,
 - film instruktażowy,
 - bumerang,
 - udawane posiadanie („Pinokio”).
- „Rozpoznawania preferencji i priorytety”
 - opakowanie,
 - łódź,
 - sortowanie karteczek,
 - zakupy funkcji.
6. Szczegółowe omówienie testów „fazy rozpoznawania” z grupy „Rekonosans”:
- wywiad z klientem,
 - wywiad ze zorientowanym interesariuszem,
 - wywiad z partnerem i dostawcą,
 - dzień z życia,
 - ankieta rozpoznawcza.
7. Zapoznanie Zespołów z metodyką pracy w dalszej części Modułu:
- a. opracowanie kilku kanw propozycji wartości opartych na Pomyśle,
 - b. poddanie opracowanych kanw wewnętrznym testom celem wyboru optymalnej,
 - c. przygotowanie skryptu wywiadów walidacyjnych, dotyczących wybranej kanwy,
 - d. obowiązkowa, indywidualna konsultacja kanwy i skryptu z doradcą Programu,
 - e. przeprowadzenie wywiadów i wyciągnięcie wniosków odnośnie spełnienia kryterium atrakcyjności albo jego niespełnienia, oznaczającego konieczność zmian i ponowną walidację.

C. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

1. Publiczna prezentacja Pomysłu:
 - a. Zespół prezentuje swój Pomysł przed innymi uczestnikami Programu,
 - b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują Pomysł, zgłaszając uwagi, propozycje zmian i ulepszeń, ...
 - c. komentarze do Pomysłu zgłasza również trener, wskazując na przypadki podobnych Pomysłów, związane z tym szanse i zagrożenia oraz możliwości modyfikacji,
 - d. prezentujący Zespół notuje komentarze pod kątem ujęcia ich w dalszej pracy nad Pomysłem.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.
2. Opracowanie przez Zespoły listy par, zestawiających ‘nazwę potencjalnego produktu lub usługi’ i ‘nazwę profilu klienta’:
 - a. Zespół tworzy listę par, łączących nazwę potencjalnego produktu lub usługi opartej na Pomyśle z nazwą profilu klienta potencjalnie zainteresowanego tym produktem lub usługą,



<nazwa produktu lub usługi> x <nazwa profilu klienta>,

b. podczas generowania listy, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

3. Publiczna prezentacja wygenerowanej listy zestawień:

- a. Zespół prezentuje listę zestawień przed innymi uczestnikami Programu,
- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują poszczególne zestawienia, zgłaszając swoje propozycje oraz wskazując na najciekawsze,
- c. komentarze do listy zgłasza również trener, wskazując na potencjał poszczególnych zestawień oraz pominięte możliwości,
- d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu ustalenia rankingu par pod kątem dalszej pracy nad Pomysłem.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

4. Opracowanie kanw propozycji wartości (Value Proposition Canvas):

- a. zgodnie z ustalonym rankingiem, Zespół wybiera nie więcej, niż 3 najwyżej ocenione pary z opracowanej listy,
- b. dla każdej pary Zespół opracowuje kanwę propozycji wartości,

Podczas tworzenia kanw propozycji wartości, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

5. Publiczna prezentacja kanw propozycji wartości:

- a. Zespół prezentuje opracowane kanwy propozycji wartości przed innymi uczestnikami Programu,
- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują kanwy, zgłaszając swoje propozycje zmian lub uzupełnień oraz wskazując na najciekawsze,
- c. komentarze do prezentacji zgłasza również trener, wskazując na potencjał i zagrożenia poszczególnych opracowań oraz pominięte możliwości,
- d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu ustalenia najbardziej obiecującej kanwy.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

6. Opracowanie mapy założeń (Assumption Map):

- a. dla najbardziej obiecującej kanwy propozycji wartości, Zespół generuje możliwie dużo założeń w odniesieniu do każdego z pól kanwy, zapisując każde założenie na osobnej karteczce, fizycznej lub wirtualnej,
- b. podczas generowania założeń, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.
- c. po wygenerowaniu założeń, Zespół dokonuje kwalifikacji i przydziela je do odpowiednich kwadrantów mapy założeń.

7. Publiczna prezentacja mapy założeń:

- a. Zespół prezentuje opracowaną mapę założeń przed innymi uczestnikami Programu,
- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują mapę, zgłaszając swoje propozycje zmian lub uzupełnień,
- c. komentarze do prezentacji zgłasza również trener, wskazując na braki lub błędne przyporządkowania,

d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu korekty mapy założeń.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

8. Opracowanie skryptów wywiadów z potencjalnymi klientami:

- a. Zespół wybiera do dalszej pracy tylko najbardziej ryzykowne założenia, tj. założenia ulokowane w prawym-górnym kwadrancie mapy założeń (*ważne x nieudokumentowane*),
- b. na bazie zidentyfikowanej listy najbardziej ryzykowanych założeń, Zespół opracowuje skrypt wywiadów z potencjalnymi użytkownikami i klientami, ukierunkowany na walidację spisanych założeń, ale także na:
 - i. pogłębienie wiedzy o problemie/potrzebie
 - ii. poznanie aktualnie dostępnych rozwiązań problemu/potrzeby,
 - iii. pogłębienie wiedzy o kliencie lub użytkowniku,
 - iv. poznanie ekosystemu klienta lub użytkownika,
 - v. poznanie konkurencji funkcjonującej w tym ekosystemie i jej modelu biznesowego.
 - vi. zidentyfikowanie źródeł pogłębionej wiedzy o problemie/potrzebie,
 - vii. zidentyfikowanie innych potencjalnych rozmówców do przeprowadzenia wywiadów,
 - viii. zidentyfikowanie nowych, niedostrzeżonych szans biznesowych,

Podczas tworzenia skryptu, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

9. Przeprowadzenie wywiadu z syntetycznym klientem:

- a. Zespół przy użyciu ChataGPT (syntetyczny klient) oraz dostosowaniu, otrzymanego od trenera, wzorcowego szablonu zapytania (promptu) przeprowadza wywiady w oparciu o przygotowany wcześniej skrypt wywiadu,
- b. w oparciu o informacje i spostrzeżenia pozyskane z wywiadu z syntetycznym klientem, Zespół dokonuje ewentualnych modyfikacji w kanwie propozycji wartości, mapie założeń lub skrypcie wywiadu i ewentualnie przeprowadza wywiad ponownie w nowej sesji.

D. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Zespół przeprowadza pogłębioną kwerendę, w tym z użyciem narzędzi AI, ukierunkowaną na głębsze poznanie:
 - a. rozwiązywanego problemu/potrzeby,
 - b. aktualnych rozwiązań problemu/potrzeby,
 - c. ekosystemu użytkownika i klienta,
 - d. funkcjonującej w tym ekosystemie konkurencji i jej modelu biznesowego.
2. Na bazie pozyskanej wiedzy, Zespół dokonuje ewentualnych modyfikacji w kanwie propozycji wartości, mapie założeń lub skrypcie wywiadu.
3. **Zespół umawia się na pierwsze z czterech konsultacji online z doradcą Programu na indywidualne omówienie opracowanej kanwy propozycji wartości, mapy założeń oraz skryptu wywiadu.**
4. Wdrożenie uwag doradcy Programu po spotkaniu z doradcą.
5. **Przeprowadzenie 10-15 wywiadów z potencjalnymi użytkownikami/klientami w terminie przed kolejnymi zajęciami.**



6. W przypadku, w którym efektem wywiadów będzie konkluzja o braku celowości kontynuowania rozwoju walidowanej propozycji wartości, Zespół dokonuje modyfikacji propozycji wartości (iteracja) albo zmienia propozycję wartości na inną (pivot), po czym poddaje zmienioną propozycję wartości ponownej walidacji. Proces trwa aż do uzyskania pozytywnej walidacji propozycji wartości.

E. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

F. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

G. Planowana data realizacji

30 listopada 2024 (sobota)

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 3

„Business Model Design”

A. Tematyka

Opracowanie modelu biznesowego.

B. Prezentacja wyników pracy domowej Zespołów

1. Prezentacja efektów przeprowadzonych wywiadów, walidujących propozycję wartości:

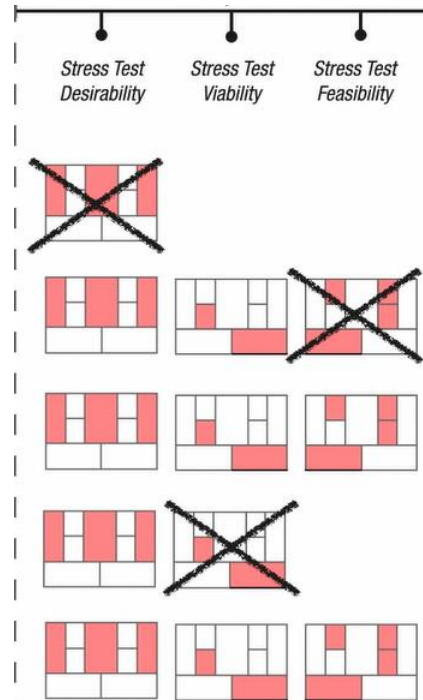
Zespół prezentuje przed innymi uczestnikami Programu:

- a. proces umawiania się z klientami lub użytkownikami i przeprowadzania z nimi wywiadów, wskazując na dobre praktyki, przynoszące zamierzone efekty,
- b. konkluzje wynikające z przeprowadzonych wywiadów w kontekście kryterium atrakcyjności,
- c. po zakończonej prezentacji uczestnicy i trener komentują proces i konkluzję, zgłaszając uwagi, propozycje zmian i ulepszeń.

C. Wprowadzenie teoretyczne



Lean Canvas is adapted from Business Model Canvas and is licensed under the Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported License.



1. Strategiczne znaczenie modelu biznesowego w rozwoju startupu oraz jego ewolucyjny charakter.
2. Dobra substytucyjne i komplementarne w modelach biznesowych oraz ich wpływ na projektowanie modeli biznesowych.
3. Szczegółowe omówienie kanwy modelu biznesowego Lean Canvas wraz z przykładami wypełniania poszczególnych pól.
4. Zapoznanie uczestników z kanwą Business Model Canvas wraz ze wskazaniem różnic w stosunku do Lean Canvas.
5. Analiza 2-3 modeli biznesowych firm, odnoszących sukcesy w różnych branżach, identyfikacja kluczowych czynników odpowiedzialnych za ten sukces (case studies).
6. Omówienie sposobów użycia narzędzi AI przy tworzeniu i walidacji modeli biznesowych.
7. Omówienie metod wstępnego testowania (stress-testing) modeli biznesowych, poprzedzających testy z udziałem potencjalnych klientów, a polegających na doświadczeniach myślowych i symulacjach scenariuszy.

Stress-testing służy wyborowi optymalnego modelu biznesowego przez szybką eliminację wariantów nieperspektywicznych i nierealizowalnych, a także identyfikację wariantów suboptymalnych.

D. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

1. Opracowanie kilku testowalnych wariantów modelu biznesowego (Lean Canvas):
 - a. na bazie zwalidowanej w module drugim propozycji wartości (pola 1, 2 i 3 kanwy Lean Canvas), Zespół konstruuje 2-3 warianty modelu biznesowego dla różnych założeń

odnośnie pól 4, 5, 6, 7 kanwy, np. warianty dotyczące różnych form rozwiązania problemu/potrzeby, różnych typów kanałów sprzedaży, czy różnych cen sprzedaży rozwiązania, etc.

Podczas tworzenia wariantów modelu biznesowego, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

2. Przeprowadzenie stress-testów opracowanych wariantów modelu biznesowego:

W razie potrzeby opisy poniższych narzędzi zostaną udostępnione Wykonawcy przez Zamawiającego.

- a. stress-test wykonalności:
 - i. Rapid Feasibility Test,
- b. stress-testy opłacalności:
 - i. Rapid Viability Test,

3. Wybór optymalnego wariantu modelu biznesowego, przyjętego do dalszej pracy w Programie.

4. Opracowanie prezentacji modelu biznesowego w formie elevator pitch:

Zespół opracowuje elevator pitch zgodnie z poniższym szablonem:

- a. naszkicuj kontekst, ukazując ustalone powody gotowości do zmiany dotychczasowych sposobów działania (macro swtching trigger)
- b. opisz, do czego służy rozwiązanie (job-to-be-done)
- c. opisz, dla kogo przeznaczone jest rozwiązanie (early adopters)
- d. opisz, co jest obecnie używane (existing alternatives)
- e. opisz, co nie działa w obecnym sposobie (problems)
- f. opisz, w jaki sposób dokonana zostanie zmiana (value proposition)

5. Publiczna prezentacja modelu biznesowego – elevator pitch:

- a. Zespół prezentuje (pitch'uje) przed innymi uczestnikami Programu opracowany model biznesowego,
- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują prezentację, zgłaszając swoje propozycje zmian lub uzupełnień,
- c. komentarze do prezentacji zgłasza również trener,
- d. prezentujący Zespół notuje komentarze pod kątem dalszej pracy nad modelem.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

E. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Pogłębiona kwerenda, w tym z użyciem narzędzi AI, ukierunkowana na dopracowanie modelu biznesowego.
2. **Odbycie drugiej z czterech konsultacji online z doradcą Programu na indywidualne omówienie opracowanej kanwy modelu biznesowego.**
3. Wdrożenie uwag doradcy Programu po spotkaniu.
4. Aktualizacja modelu finansowego stosownie do zaistniałych zmian wynikających ze zdefiniowania modelu biznesowego.



F. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

G. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

H. Planowana data realizacji

14 grudnia 2024 (sobota)

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 4

„Problem-Solution Fit”

A. Tematyka

Dopracowanie i testowanie rozwiązania wstępnie zdefiniowanego w modelu biznesowym.

Celem pracy w module jest opracowanie szczegółowej koncepcji funkcjonalnego rozwiązania dla rozpoznanego problemu/potrzeby oraz specyfikacji MVP tego rozwiązania.

B. Wprowadzenie teoretyczne

1. Definicja i sprzedażowy cel MVP.
2. Omówienie metody MoSCoW w kontekście ustalania funkcjonalności i parametrów MVP.
3. Zapoznanie Zespołów z metodami i narzędziami, wspierającymi poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań:
 - a. Brainstorming, SCAMPER,
 - b. Design Thinking,
 - c. narzędzia AI (np. ChatGPT).
4. Szczegółowe omówienie testów przeprowadzanych w „fazie rozpoznawania” z grupy „Prototypy do dyskusji” - prezentacja idei produktu/usługi lub MVP:
 - a. wydruk 3D / makieta (mockup)
 - b. prototyp rysunkowy - szkice wizualizujące (sketches), modele szkieletowe (wireframe)
 - c. scenopis (storyboard),
 - d. arkusz danych,
 - e. ulotka,
 - f. film instruktażowy,

- g. bumerang,
 - h. udawane posiadanie („Pinokio”).
5. Narzędzia do prototypingu
- Wskazanie na:
- a. wybrane narzędzia cyfrowe do użytku przez zespoły startupowe,
 - b. możliwości realizacji prototypu w Protolabach PG.

C. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

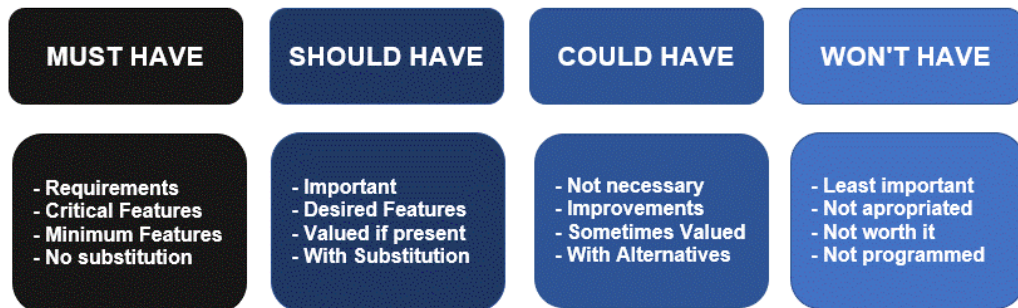
1. Opracowanie kilku wariantów koncepcji rozwiązania:
- a. Zespół opisuje istotę 2-3 najbardziej perspektywicznych wariantów koncepcji rozwiązania, które wstępnie zostało przyjęte w trakcie opracowywania modelu biznesowego, uwzględniając takie aspekty, jak:
 - i. techniczna istota rozwiązania,
 - ii. funkcjonalności i parametry rozwiązania,
 - iii. organizacyjno-procesowa istota rozwiązania:
 - na etapie przedsprzedażowym:
 - wymogi dotyczące przygotowania miejsca instalacji,
 - forma i zakres wymaganej dokumentacji instalacyjnej,
 - zaangażowanie i odpowiedzialność klienta w proces sprzedaży,
 - kompatybilność rozwiązania z istniejącymi systemami klienta,
 - ...
 - na etapie sprzedaży:
 - oczekiwania klienta w odniesieniu do formy nabycia (zakup na próbę, subskrypcja, zakup z przeniesieniem własności, ...
 - cena, warunki płatności, forma dostawy (np. wg Incoterms), ...
 - ...
 - na etapie wdrożeniowym:
 - organizacja dostawy,
 - proces instalacji,
 - szkolenia obsługi i służb utrzymania ruchu,
 - dokumentacja (np. DTR), ...
 - ...
 - na etapie posprzedażowym:
 - zasady udzielanej gwarancji,
 - organizacja serwisu (zakres, czas reakcji, itp.),
 - organizacja systemu ciągłego zapewniania jakości (monitoring stopnia satysfakcji użytkownika/klienta, zbierania informacji o wadach, brakach funkcjonalności, pomysłach usprawnień, itd.)
- Podczas opracowywania wariantów koncepcji rozwiązania, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.
2. Publiczna prezentacja opisanych wariantów koncepcji rozwiązania:
- a. Zespół prezentuje opisane warianty koncepcji rozwiązania przed innymi uczestnikami Programu,

- b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują warianty, zgłaszając swoje propozycje zmian lub uzupełnień oraz wskazując na najciekawsze,
- c. komentarze do prezentacji zgłasza również trener, wskazując na potencjał, zagrożenia lub niedopracowania poszczególnych wariantów,
- d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu ustalenia najbardziej obiecującego wariantu.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

3. Ustalenie funkcjonalności i parametry MVP wybranego rozwiązania:
 - a. dla najbardziej obiecującego wariantu, Zespół spisuje wszystkie możliwe do wykonania funkcjonalności i parametry (cechy produktu/usługi),
 - b. dla spisanych cech Zespół przeprowadza analizę MoSCoW, celem ustalenia priorytetów realizacyjnych cech rozwiązania:

MoSCoW Method



- c. w oparciu o opracowaną tabelę MoSCoW Zespół definiuje zestaw cech (specyfikację) MVP rozwiązania,
 - d. Zespół weryfikuje wykonalność MVP wg przyjętej specyfikacji w kontekście ograniczeń, wynikających z ewentualnego udziału w programie Startup School Two:
 - i. ograniczenia czasowego na budowę MVP, wynoszącego 9 miesięcy – jest to maksymalny czas od dnia uzyskania grantu w programie Startup School Two do dnia obowiązkowego założenia spółki,
 - ii. ograniczonych zasobów finansowych, wynoszących 50 tys. zł - powiększonych o ewentualne środki własne (bootstrapping) lub inwestorskie – 50 tys. zł to maksymalna wysokość grantu w programie Startup School Two.
4. Modelowanie finansowe dla MVP – kryterium opłacalności:
 - a. Zespół dokonuje możliwie dokładnych szacunków w odniesieniu do poniższych elementów i wprowadza te dane do arkusza modelowania finansowego:
 - i. koszt wytworzenia MVP,
 - ii. cena sprzedaży MVP,
 - iii. prognoza ilości sztuk sprzedaży MVP w ujęciu miesięcznym,
 - b. stosownie do potrzeby Zespół modyfikuje poczynione wcześniej szacunki kosztów działalności firmy w poszczególnych miesiącach:
 - i. zatrudnienie – ilość zatrudnionych i ich wynagrodzenie,
 - ii. usługi obce,
 - iii. pozostałe koszty (w tym koszty delegacyjne sprzedawców),

c. Zespół modeluje zmiennymi:

- i. ceny i ilości sprzedaży MVP,
- ii. kosztami działalności,
- iii. finansowaniem zewnętrznym,

w celu uzyskania zaplanowanego w 1. Module poziomu sprzedaży i poziomu zyskowności po 3 latach (makro-założenia).

- Proces odbywa się pod nadzorem trenera, który zwraca uwagę na braki i błędy w danych przyjętych do modelowania.
- W przypadku nieosiągnięcia założonych wartości sprzedaży oraz zyskowności, Zespół dokonuje zmiany makro-założeń poczynionych w 1. Module.
- Proces przebiega iteracyjnie, aż do chwili osiągnięcia przyjętych makro-założeń.

5. Opracowanie mapy założeń dla przyjętego rozwiązania i MVP (Assumption Map):

- a. Zespół generuje możliwie dużo założeń, dotyczących przyjętej uprzednio koncepcji rozwiązania i MVP, pod kątem ich przetestowania u klienta. Celem testów jest określenie:
 - i. koncepcji docelowego (zwalidowanego) rozwiązania,
 - ii. koncepcji docelowego (zwalidowanego) MVP,
 - iii. warunków sprzedażowych, dotyczących docelowego (zwalidowanego) rozwiązania i MVP, w szczególności poziomu cen sprzedaży oraz prawdopodobnych ilości.

Podczas generowania założeń Zespół bierze pod uwagę uwarunkowania podane w pkt. 1, 3 i 4.

Każde z założeń Zespół zapisuje na osobnej karteczce, fizycznej lub wirtualnej, celem ich dalszego sortowania.

Podczas generowania założeń, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

6. Po wygenerowaniu założeń, Zespół dokonuje kwalifikacji i przydziela je do odpowiednich kwadrantów mapy założeń.

7. Opracowanie skryptów wywiadów z potencjalnymi klientami:

- a. Zespół wybiera do dalszej pracy tylko najbardziej ryzykowne założenia, tj. założenia ulokowane w prawym-górnym kwadrancie mapy założeń (*ważne x nieudokumentowane*),
- b. na bazie zidentyfikowanej listy najbardziej ryzykowanych założeń, Zespół opracowuje skrypt wywiadów z potencjalnymi użytkownikami i klientami, ukierunkowanych na:
 - i. walidację spisanych założeń,
 - ii. zebranie uwag klienta/użytkownika na temat propozycji rozwiązania i MVP,
 - iii. zidentyfikowanie funkcjonalności i parametrów brakujących lub nadmiarowych,

Podczas tworzenia skryptu, Zespół jest zachęcany do wspierania się serwisami AI, domyślnie ChatGPT.

8. Wywiady z syntetycznym klientem w trakcie zajęć:

- a. Zespół przy użyciu ChataGPT (syntetyczny klient) oraz dostosowaniu, otrzymanego od trenera, wzorcowego szablonu zapytania (promptu) przeprowadza wywiady w oparciu o przygotowany wcześniej skrypt wywiadu,



- b. w oparciu o informacje i spostrzeżenia pozyskane z wywiadu z syntetycznym klientem, Zespół dokonuje ewentualnych modyfikacji w specyfikacji rozwiązania lub MVP, mapie założeń lub skrypcie wywiadu i ewentualnie przeprowadza wywiad ponownie z nowej sesji.

D. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Zespół przeprowadza pogłębiona kwerendę, w tym z użyciem narzędzi AI, ukierunkowaną na dopracowanie koncepcji rozwiązania i specyfikacji MVP.
2. Na bazie pozyskanej wiedzy, dokonuje ewentualnych modyfikacji koncepcji rozwiązania lub specyfikacji MVP, mapie założeń lub skrypcie wywiadu.
3. **Zespół umawia się na trzecie z czterech konsultacji online z doradcą Programu na indywidualne omówienie koncepcji rozwiązania i specyfikacji MVP, mapy założeń oraz skryptu wywiadu.**
4. Wdrożenie uwag doradcy Programu po spotkaniu.
5. Zespół opracowuje prototyp rozwiązania lub MVP do prezentacji przed klientem w oparciu o wybraną formę i metodę wykonania prototypu.
6. **Przeprowadzenie 10-15 wywiadów z prezentacją prototypu z potencjalnymi użytkownikami/klientami w terminie przed zajęciami w Module nr 6.**
7. W przypadku, w którym efektem wywiadów będzie konkluzja o braku celowości kontynuowania rozwoju walidowanego rozwiązania lub MVP, Zespół dokonuje modyfikacji rozwiązania lub MVP (iteracja) albo zmienia je na inne (pivot), po czym poddaje je ponownej walidacji. Proces trwa aż do uzyskania pozytywnej walidacji rozwiązania i MVP.

E. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

F. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

G. Planowana data realizacji

11 stycznia 2025 (sobota)

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 5

„Startup Showcase”

A. Tematyka

Formy prezentacji startupowych.

Celem pracy w module jest wypracowanie koncepcji i szablonów różnych form prezentacji, potrzebnych Zespołowi do dalszego działania.

B. Wprowadzenie teoretyczne

1. Formy prezentacji startupowych, zasady i sposoby ich tworzenia:

- a. slogan reklamowy,
- b. elevator pitch,
- c. prezentacja sprzedażowa rozwiązania lub MVP,
- d. strona internetowa rozwiązania lub MVP (landing page),
- e. testowa oferta cenowa MVP, odpowiednia do charakteru MVP,
- f. prezentacja wyników pracy podczas Demo Day:
 - ma pokazać proces startupowy w Programie, od Pomysłu, przez tworzenie koncepcji MVP i testowej oferty cenowej, po pierwsze działania sprzedażowe,
 - ma uwypuklić istotę procesu, zawierającą się w generowaniu założeń, ich walidacji oraz wyciąganiu wniosków i wprowadzaniu zmian,
 - ma pokazać efekty pracy Zespołów w Programie, niezależnie od wyniku,
 - ma odsłaniać nabytą w Programie dojrzałość Zespołów, wyrażającą się rozumieniem procesu oraz przyczyn sukcesu lub porażki,
 - ma wskazać dobre praktyki dla innych.

Zespoły należy zapewniać o równej wartości prezentacji sukcesów i porażek pierwszego pomysłu (najbardziej typowy scenariusz). Sukces właściwy polega na poznaniu procesu, narzędzi i umiejętności ich użycia w odniesieniu do kolejnych pomysłów.

2. Omówienie użytecznych narzędzi AI do generowania:

- a. stron internetowych,
- b. prezentacji slajdowych lub ich części,
- c. obrazów produktów, czy wizualizowania usług (np. Midjourney, Stable Diffusion)
- d. treści słownych.

C. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

1. Pierwszy slogan reklamowy:

- a. Zespół opracowuje pierwszy slogan reklamowy.

2. Pierwszy elevator pitch:

- a. Zespół opracowuje pierwszą wersję elevator pitch,

3. Pierwsza wersja prezentacji sprzedażowej (slajdy):

- a. Zespół opracowuje szkic prezentacji sprzedażowej pełnego rozwiązania oraz jego MVP.

4. Pierwsza strona internetowa dla MVP:

- a. Zespół projektuje zarys strony internetowej swojego MVP,

Przy tworzeniu strony Zespół wykorzystuje poznane narzędzia AI do zautomatyzowanej budowy stron, generowania grafik oraz zawartości tekstowej.

5. Pierwsza oferta cenowa MVP:

- a. wybór formy oferty, odpowiedniej do MVP.



- b. Zespół opracowuje szkic oferty cenowej swojego MVP.
6. Pierwsze opracowanie prezentacji wyników pracy w Programie podczas Demo Day (slajdy).
 - a. Zespół opracowuje szkic prezentacji efektów pracy w Programie do prezentacji podczas Demo Day,
7. Publiczna prezentacja wyników pracy Zespołu w tym Module:
 - a. Zespół prezentuje na scenie wyniki swojej pracy w tym Module przed innymi uczestnikami Programu,
 - b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują poszczególne wyniki, zgłaszając swoje uwagi i sugestie,
 - c. komentarze do wyników pracy zgłasza również trener, podkreślając potencjalne możliwości ulepszeń,
 - d. prezentujący Zespół notuje komentarze w celu modyfikacji tych wyników.

Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

D. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Z użyciem poznanych narzędzi Zespół oraz wyników wywiadów z Modułu 4 dopracowuje:
 - a. slogan reklamowy,
 - b. elevator pitch,
 - c. prezentację prototypu rozwiązania lub MVP,
 - d. prezentację sprzedażową rozwiązania lub MVP,
 - e. stronę internetową rozwiązania lub MVP (landing page),
 - f. ofertę cenową MVP,pod kątem:
 - g. formy prezentacji (fizycznej i graficznej),
 - h. prezentowanych treści.

E. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

F. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

G. Planowana data realizacji

25 stycznia 2025 (sobota)

H. Informacje dodatkowe

Demo Day zaplanowano na 13 lutego 2025 o godz. 16:00.

MODUŁ WYKŁADOWO-WARSZTATOWY 6

„Solution-Customer Fit”

A. Tematyka

Przygotowanie Zespołu do akcji sprzedażowej.

B. Prezentacja wyników pracy domowej Zespołów

1. Prezentacja efektów przeprowadzonych wywiadów, walidujących założenia dotyczące koncepcji rozwiązania i specyfikacji MVP (Moduł 4):

Zespół prezentuje przed innymi uczestnikami Programu:

- a. proces umawiania się z klientami lub użytkownikami i przeprowadzania z nimi wywiadów, wskazując na dobre praktyki, przynoszące zamierzone efekty,
- b. konkluzje wynikające z przeprowadzonych wywiadów, walidujących założenia, dotyczące koncepcji rozwiązania i specyfikacji MVP,
- c. po zakończonej prezentacji uczestnicy i trener komentują proces i konkluzję, zgłaszając uwagi, propozycje zmian i ulepszeń.

C. Wprowadzenie teoretyczne

1. Wprowadzenie do sprzedaży:
 - a. Modele i procesy sprzedażowe:
 - i. omówienie różnych modeli sprzedażowych w ujęciu transakcyjnym:
 - B2B,
 - B2C,
 - B2B2C,
 - ii. omówienie procesu sprzedażowego w modelach B2B i B2B2C:
 - omówienie modelowych ról głównych interesariuszy procesu sprzedażowego:
 - *gatekeeper*,
 - *champion*,
 - *end-user*,
 - *technical buyer*,
 - *economic buyer*,
 - *approver*,
 - *decision-maker*,
 - iii. omówienie procesu sprzedażowego w modelach B2C,
 - b. sposoby wyszukiwania rozmówców - klientów i interesariuszy, ...
 - i. LinkedIn,
 - ii. kwerenda Internetu,
 - iii. „cold calls”,
 - iv. ...
 - c. sposoby prowadzenie rozmów sprzedażowych,
 - d. polityka cenowa i rabatowanie,

e. dobre praktyki sprzedażowe.

2. Omówienie zagadnień formalnych związanych z komercyjną ofertą sprzedażową:

- a. zakres merytoryczny wymagany w komercyjnej ofercie sprzedażowej,
- b. ceny netto, brutto, import/export, kody Incoterms, zastrzeżenia,
- c. uwarunkowania i konsekwencje prawne komercyjnej oferty sprzedażowej.

UWAGA: Zespoły startupowe nie prowadzą działalności gospodarczej. Dlatego nie tworzą i nie posługują się komercyjną ofertą sprzedażową a „testową ofertą cenową”, z której treści musi wyraźnie wynikać, że:

- oferta testowa ma wyłącznie charakter informacyjny, związany z badaniem kryterium atrakcyjności, opłacalności i wykonalności rozwiązania tworzonego w ramach programu startupowego PG,
- oferta testowa nie jest w żaden sposób prawnie wiążąca.

3. Omówienie różnych typów testów w fazie „potwierdzania informacji”:

- „Analiza interakcji”
 - prototyp interaktywny,
 - jednofunkcyjny MVP,
 - kombinowany MVP,
 - usługa typu concierge,
 - prototyp naturalnej wielkości.
- „Wezwanie do działania”
 - prosta strona docelowa,
 - crowdfunding,
 - test podziału,
 - przedsprzedaż,
 - ankieta potwierdzająca.
- „Symulacja”
 - „Czarnoksiężnik z Oz”,
 - symulacja sprzedaży,
 - list intencyjny,
 - improwizowany sklep,
 - „Extreme Programming Spike”.

D. Część warsztatowa – zadania indywidualne każdego Zespołu

1. Dopracowanie koncepcji rozwiązania i specyfikacji MVP:

- a. Zespół dopracowuje koncepcję rozwiązania i specyfikację MVP na podstawie wyników przeprowadzonych wywiadów walidujących,
- b. Zespół dopracowuje prezentację sprzedażową oraz testową ofertę cenową, adekwatnie do zmian koncepcji rozwiązania lub specyfikacji MVP, z uwzględnieniem testowego, niewiążącego charakteru oferty.

Ten aspekt prawny podlega wnikliwej ocenie Wykonawcy.

2. Ustalenie modelu i procesu sprzedażowego Zespołu:

- a. Zespół ustala model sprzedażowy, optymalny z punktu widzenia oferowanego MVP,

- b. Zespół opisuje proces sprzedażowy dla wybranego modelu,
 - c. w oparciu o poznane sposoby wyszukiwani rozmówców, Zespół identyfikuje potencjalnych klientów na MVP i ustala modelowe role w funkcjonującym u nich procesie sprzedażowym,
 - d. Zespół identyfikuje konkretne osoby, pełniące zidentyfikowane role,
3. Ustalenie testów fazy „potwierdzania informacji”:
- a. Zespół ustala, które testy z fazy „potwierdzania informacji” są adekwatne do jego przypadku i wybiera te, które wdroży do swojego działania na etapie testowania odbioru MVP i testowej oferty cenowej przez potencjalnych klientów,
 - b. dla każdego z wybranych testów, Zespół opracowuje listę działań do zrealizowania (checklist), celem wdrożenia tych testów. W miarę dostępnego czasu, Zespół przystępuje do realizacji działań wg sporządzonych list.
4. Publiczna prezentacja prototypu MVP, prezentacji sprzedażowej i testowej oferty cenowej:
- a. Zespół prezentuje prototyp MVP, prezentację sprzedażową oraz testową ofertę cenową przed innymi uczestnikami Programu,
 - b. po zakończonej prezentacji uczestnicy komentują MVP, prezentację sprzedażową i testową ofertę cenową, zgłaszając uwagi, propozycje zmian i ulepszeń, ...
 - c. komentarze zgłasza również trener, sugerując kierunki ulepszeń,
 - d. prezentujący Zespół notuje komentarze pod kątem modyfikacji prezentacji.
- Liczba Zespołów przewidzianych do prezentacji publicznych określana jest przez Wykonawcę w zależności od dostępnego czasu.

E. Praca domowa - zadania do wykonania przez Zespoły poza zajęciami

1. Zespół dokonuje ewentualnych zmian w modelu biznesowym, które mogą być skutkiem zmian dokonanych w tym Module.
2. Zespół dopracowuje prototyp MVP, prezentację sprzedażową oraz testową ofertę cenową do finalnej wersji.
3. **Zespół umawia się na czwarte z czterech konsultacji online z doradcą Programu na indywidualne omówienie prezentacji prototypu MVP, prezentacji sprzedażowej oraz testowej oferty cenowej.**
4. Wdrożenie uwag doradcy Programu po spotkaniu.
5. **Przeprowadzenie min. 10-15 wizyt lub akcji sprzedażowych wśród potencjalnych klientów, celem zebrania przez Zespół wiarygodnych informacji lub deklaracji:**
 - zamówień,
 - przedpłat,
 - listów intencyjnych,
 - zaproszeń na testy,
 - statystycznie istotnej liczby pozytywnych opinii,
 - ...,które umożliwią Zespołowi podjęcie dobrze uzasadnionej decyzji o celowości przejścia do fazy właściwej realizacji Pomysłu.

F. Tryb pracy

Stacjonarny na PG

G. Czas trwania

8 godziny (09:00-17:00)

H. Planowana data realizacji

8 lutego 2025 (sobota)

MODUŁ DORADCZY 7

„Mentoring”

A. Obszary doradcze

Tematyka i zakres indywidualnych konsultacji Zespołu z doradcą Programu zapewnionym przez Wykonawcę zostały opisane w Tabeli w obszarze Modułów, po których one następują:

1. Moduł nr 2 „Customer-Problem Fit”
2. Moduł nr 3 “Business Model Design”
3. Moduł nr 4 “Problem-Solution Fit”
4. Moduł nr 6 “Solution-Customer Fit”

B. Zakres czasowy

Maksymalnie 4 godziny zegarowe na jeden Zespół

C. Tryb pracy

online

D. Czas trwania indywidualnego spotkania doradczego

1 godzina zegarowa

E. Data realizacji

W okresach podanych w Tabeli, ustalana indywidualnie pomiędzy liderem Zespołu a Wykonawcą.