



Starthead



Výhody

Globální verze služby, která je **kompletně lokalizovaná** do strategicky důležitých oblastí všech kontinentů.

Umožnit **propagovat u nás projekt ve více jazycích** (pro lokální projekty s globálními ambicemi).

Globální stabilita, která vychází vždy z 1. pozice na lokálním trhu.

Správa lokálními týmy z dané oblasti.

Rychlá operace v lokálních komunitách kreativců, které budou mít větší důvěru k místním lidem.

Výborná znalost místních poměrů, podmínek, skupin, kontaktů, byrokracie apod.

USP – **100% zafinancování alespoň 90 % projektů**.

Vzdělávání kreativců – předávání zkušeností těm, co ještě nemají vlastní projekty.

Kvalitní **budování značky** usnadní vstupy na nové trhy a další propagaci. Zvýší důvěryhodnost.

Nespoléhat se na autory projektů. **Pomoci jim s propagací** přes vytvořenou síť osobních kontaktů v odborných komunitách.

Když budeme v každé strategické oblasti jednička a to mít zastřešené jednou verzí, budeme mít:

– **více projektů** z celého světa díky lokální podpoře,

– **lokální know-how** (můžeme pomoci přímo projektům z daných oblastí a lépe si ověřit jejich důvěryhodnost),

– **pro kreativce s projekty budeme zajímavější** oproti službám, které mají sice globální verzi, ale založenou pouze na jazykových mutacích a ne lokálních týmech.



Cvičení s 5M Kč

3 fáze budování služby:

1) Vývoj služby v týmu 5 lidí. Do 3 měsíců.

2) Vstup Starthead na strategické oblasti (všechny kontinenty) do 2 let. Služba aspiruje na jedničku na trhu.

3) Rozšíření oblastí. Jeden lokální tým bude spravovat i sousední země, nebo země se stejným jazykem. Do 3–4 let od spuštění. Služba je jedničkou na trhu.

Finančně bude potřeba zajistit:

- vývoj služby (orientačně 0,5M Kč),
- vstup na trhy (případné akvizice, nabírání lokálních zaměstnanců, propagace),
- náklady na technický provoz služby,
- účetnictví a právní položky,
- finanční stabilitu.

Kromě financí růst služby usnadní:

- know-how akvizicí společností v zahraničí a účetnictví,
- kontakty do strategických oblastí,
- zkušenosti v IT oblasti.

Projekty, obrat a zisk do 2 let

Kvalitních 10 projektů denně v minimální výši 5K USD. Marže 5 %.

Měsíčně:

- 300 projektů (50% úspěšnost),
- 1,5M USD (750K USD) obrat,
- 37,5K USD hrubý zisk.

V tomto tempu za 1. rok:

- 3 650 projektů (50% úspěšnost),
- 18M USD (**9M USD**) obrat,
- **450K USD** hrubý zisk.

Za dva roky s meziročním nárůstem 150 %:

- 11 000 projektů (50% úspěšnost),
- 55M USD (**22,5M USD**) obrat,
- **1,35M USD** hrubý zisk.

Počet příznivců se může měnit. Jeden může financovat víc než jeden projekt. Tyto **loajální příznivce je potřeba vybudovat.**

V průměru počítejme se 100–200 příznivci na jeden projekt (po příspěvcích 25–50 USD).



Jak toho dosáhnout

1) Vytvořit komunikační kanály s mikro komunitami kreativců (film, hudba, design, ...), vybrat si respektované jednotlivce a komunikovat přímo s nimi.

2) Z prvních projektů dát svoji 5% provizi na vzdělání/charitu nebo nějakou obecně prospěšnou činnost. Cílem vytvořit buzz a přitáhnout pozornost respektovaných kreativců.

3) Mediální pozornost – sponzorování akcí a prezentování na konferencích, které se týkají jednotlivých komunit.

4) Oslovování konkrétních úspěšných kreativců. Navázání osobních kontaktů a osobního vztahu ještě dřív, než kreativec bude mít projekt. Např. přes portfolia, kde je velká koncentrace kreativních lidí, kteří můžou mít potenciál vytvořit projekt.

5) Alespoň 30 % částky musí dostat kreativci ze svých příznivců, které sami přitáhnou (rodina, přátelé, komunita). Poté se začínají zajímat i lidé, kteří nejsou nijak spojeni s projektem.

6) Budování značky.

7) Kreativní propagace mezi lidmi, která upoutá pozornost svojí formou. Např. outdoor happening ve velkých městech.

8) Předregistračním webem a blogem vytvořit počáteční publikum. Presentovat se do doby než službu spustíme. Na blogu sdílet užitečné zkušenosti pro cílovou skupinu.

9) Word of mouth o službě přes sociální sítě.





Cíle

Do 2 let obsadit všechny strategicky důležité oblasti v Evropě, Asii, Austrálii, Americe a Africe.

Do 3–4 let se stát celosvětovou jedničkou.

Zautomatizovat celý proces vstupu na nové trhy a fungování týmu. Vytvořit code booky a manuály.

Celý tým držet na co nejnižším možném počtu.

Odhadujeme během 1 roku 4–5 nových oblastí.

Postup při vstupu na nový trh:

1. měsíc

– Předregistrace/oznámení sbírání projektů a podpory, napojení na komunity kreativců.

2. měsíc

– Spuštění a aktivní propagace služby.

3. měsíc

– Předání lokálnímu týmu, přesunutí na další vstup na trh.

Potenciální exit strategie při špatném vývoji je prodej vytvořené sítě např. jedničky nebo dvojce na trhu (Kickstarter, IndieGoGo).



Velikost trhu a Kickstarter

Mezi roky 2010 a 2012 se předpokládá pětinasobný nárůst crowd fundingového trhu z důvodů:

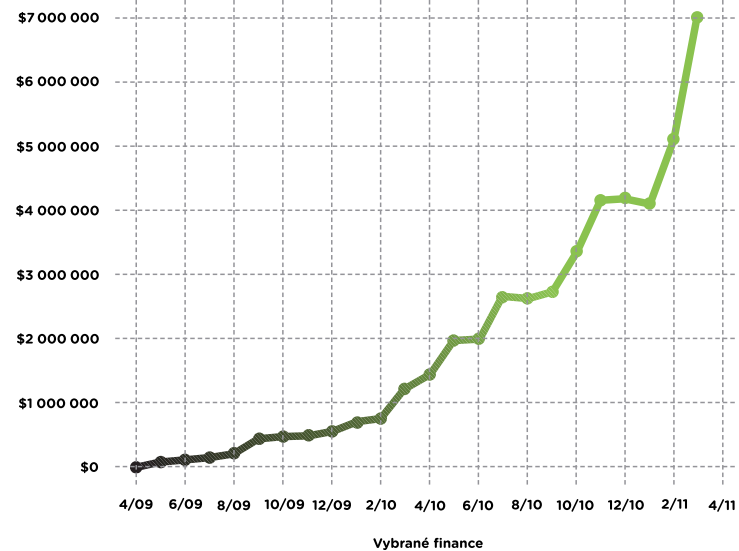
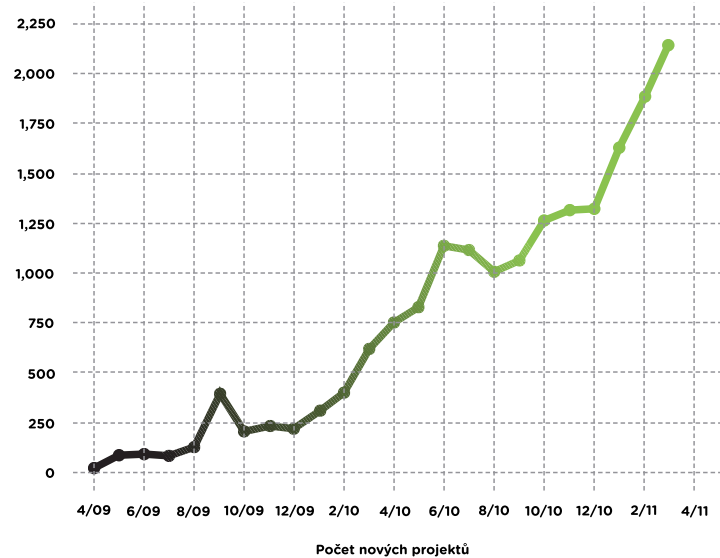
- **rozmach sociálních sítí**, přes které se snáz propagují projekty,
- relativně **nový trh** (z roku 2008, velká mediální pozornost projektů na Kickstart-eru v roce 2010),
- v roce 2011 začínají vznikat lokální verze crowd fundingových služeb – **pozvolný začátek boomu**.

Naší primární konkurencí je Kickstarter, který vznikl v dubnu 2009:

- první investice 300K USD,
- 18. března 2011 druhá investice 10M USD od investorů Joshua Stylman a Peter Hershberg.

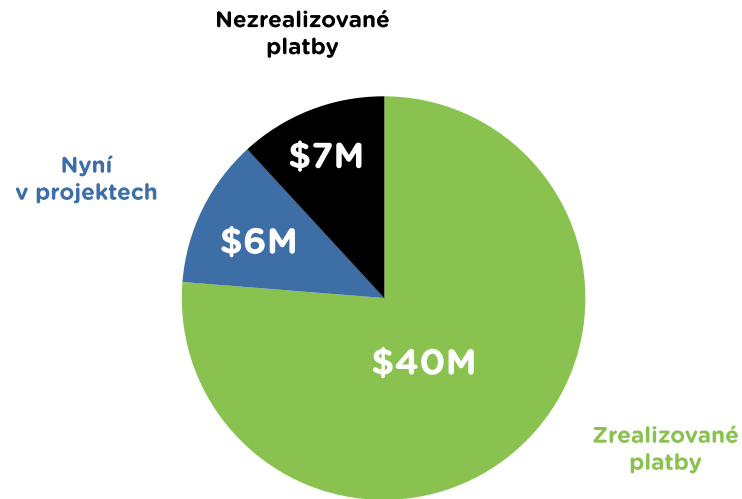
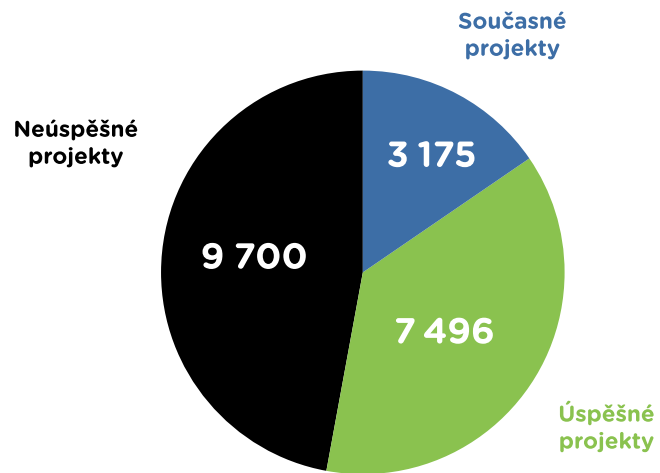
Následují statistiky dvouletého fungování Kickstarteru, který je v současné době jedničkou na US trhu a nepřijímá projekty ze zahraničí.

Starhead je první opravdu celosvětové skupinové financování kreativních projektů.





- Za první 2 roky **20 371** projektů.
- **Denně** výběr z **300 nových** projektů.
- Za první rok **1,1 milionu unikátních návštěvníků měsíčně**.
- **43% úspěšnost zafinancování** projektů (v době začátku bylo pouhých 5 %).
- U 21 % ze všech projektů **nebyl vybrán jediný dolar**.
- Všechny projekty kromě jednoho, které přesáhly 90% hranici, byly úspěšně dofinancovány na 100 %.
- Projekty, které se zafinancují do 30–40 % začínají financovat i neznámí lidé.
- Celkem posláno 53M USD z toho **40M USD úspěšně vybráno**.
- Provize 5 % (**2M USD** po 2 letech).
- **591 773 příznivců**, kteří financovali nejméně jeden projekt.
- **79 658 příznivců**, kteří financovali **více než jeden projekt** – loajální jádro.
- Průměrná výše příspěvku **90 USD**.





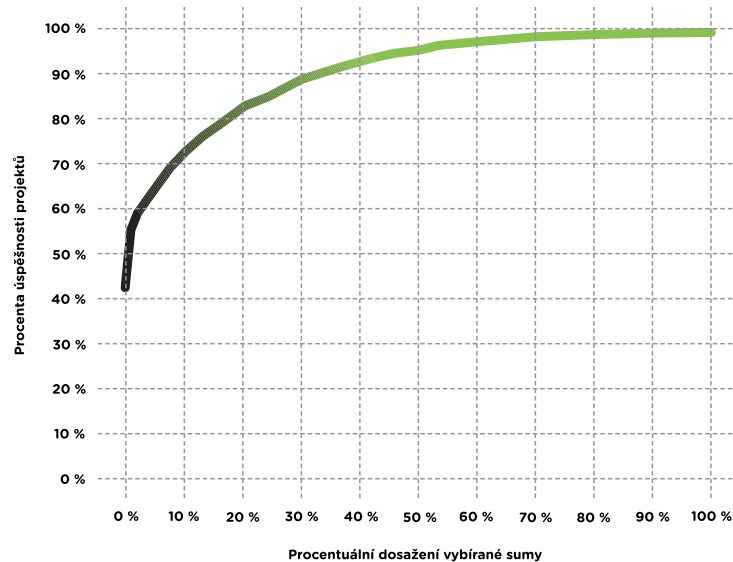
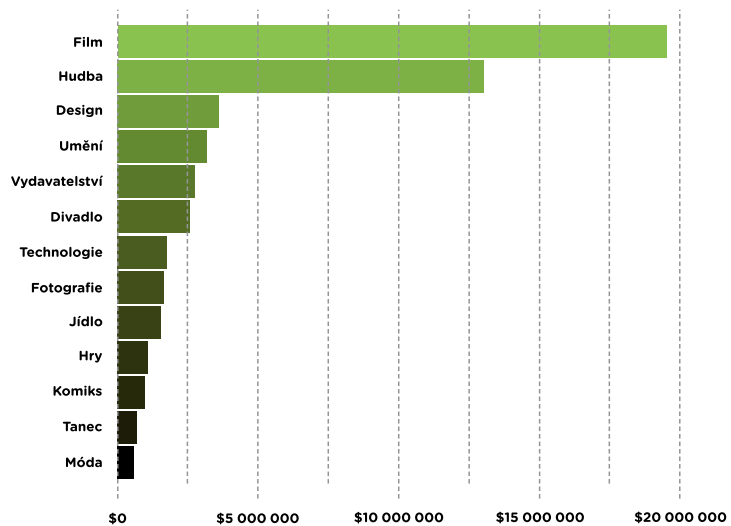
Statistika financování podle kategorií
v USD:

Film	20M
Hudba	13M
Design	5,5M
Umění	3,25M
Knihy	3M
Divadlo	2,5M
Technologie	2M
Fotografie	1,5M
Jídlo	1,5M
Hry	1M
Komiks	0,75M
Tanec	0,5M
Móda	0,5M

Uživatelé podle věku:

0–17	1 %
18–24	8 %
25–34	27 %
35–44	35 %
45–54	16 %
55–64	10 %
65+	2 %

Starthead je první opravdu celosvětové skupinové financování kreativních projektů.





Konkurence

Austrálie

www.pozible.com.au

Belgie

www.believersfund.com

Brazílie

www.movere.me

Francie

www.wiseed.fr

en.fansnextdoor.com

www.ulule.com

Irsko

www.fundit.ie

Itálie

www.design-toaster.com

Kanada

www.ckie.com

Lucembursko

en.fansnextdoor.com

Německo

www.sellaband.com

www.cofundos.org

www.mysherpas.com

www.startnext.de

www.inkubato.com

Nizozemí

beta.crowdaboutnow.com

www.cinecrowd.nl

Polsko

www.polakpotrafi.pl

Španělsko

www.verkami.com

Švédsko

www.fundedbyme.com

www.emphas.is

USA

www.kickstarter.com

www.rockethub.com

www.peerbackers.com

Velká Británie

www.crowdfunder.co.uk

www.crowdcube.com

www.wefund.co.uk

www.sponsume.com

www.indiegogo.com



Proč my

Přes 8 let spolupracujeme a vzděláváme se na vlastních projektech.

Starhead splňuje všechny naše požadavky, pro které jsme dlouhých 8 let nemohli najít “ten” projekt.

Jsme odhodlaní dosáhnout svých cílů za každých okolností a udělat maximum pro náš úspěch – úspěch Starhead.

Nehledáme jen finance, ale investora, který se stejně jako my naprosto zamiluje do myšlenky Starhead, jeho potenciálu a poslání.

Nechceme zůstat pouze v České republice, ale doslova dobýt celý svět.

Otázkou zůstává, kdo se k nám stihne připojit?

Kontaktovat nás můžete na:

E-mail idea@starhead.com

Web www.starhead.com

Přemysl Růžička, Jr.

Founder & CEO
Brno, Česká republika

Od roku 2001 se věnuji vývoji webových aplikací a nyní technické stránce projektu. Založil jsem několik malých firem a pracoval pro mezinárodní společnost, kde jsem nabral zkušenosti v oblasti high-traffic webů.

<http://cz.linkedin.com/in/premyslruzickajr>

Michal Sobel

Founder & CMO
Brno, Česká republika

Od roku 2004 se zabývám budováním značek (jako freelance designer) a nyní vizuální komunikaci projektu.

<http://cz.linkedin.com/in/michalsobel>