

Praktične izkušnje iz spinoffa

Jan Isakovič, Artesia

1: Spinoff case study

Spinoff Storesense

- **Matično podjetje NIL:** ekspertne storitve na področju omrežij in varnosti, partner Cisco Systems
- **Nova tehnologija:** zaznavanje lokacije prek Wi-Fi omrežij
- Demo analitike premikanja ljudi prek zajema Wi-Fi lokacije in dodatka preprostega AI



value chain

Path optimisation based on space layout

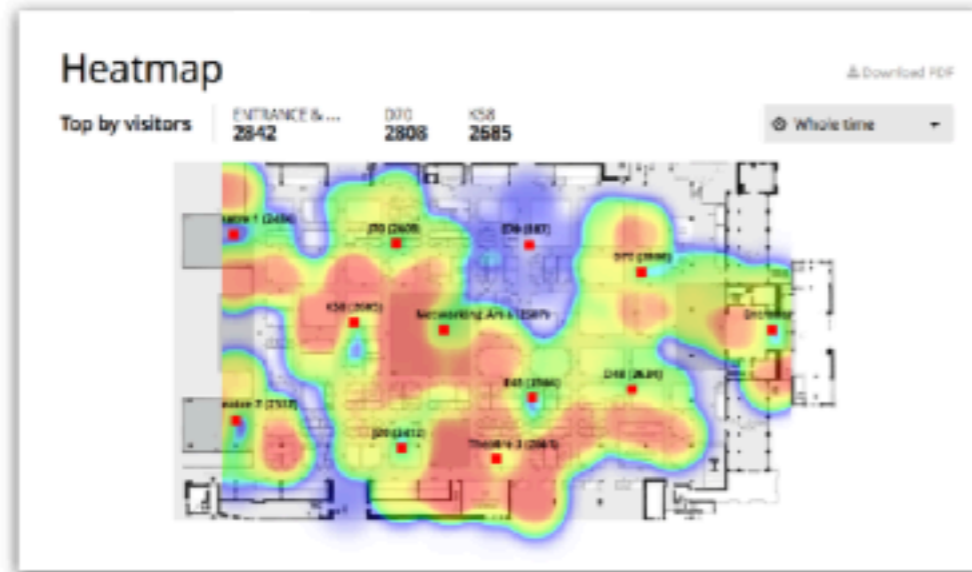


Raw path

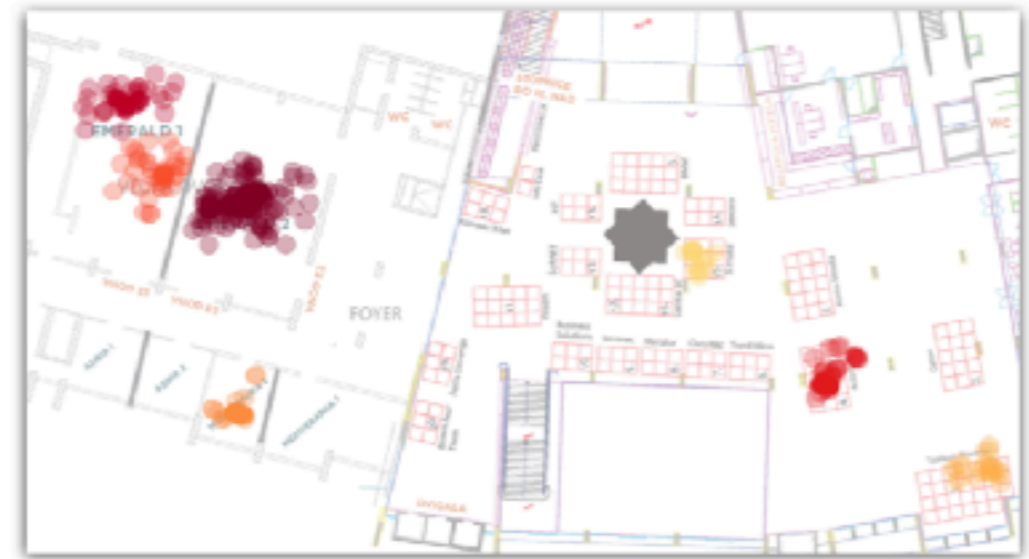


Storesense corrected path

Advanced data science algorithms



Typical competition



Storesense intelligent clustering detection

Zakaj spinoff?

1. Nov trg, ki ga NIL ni naslavljal

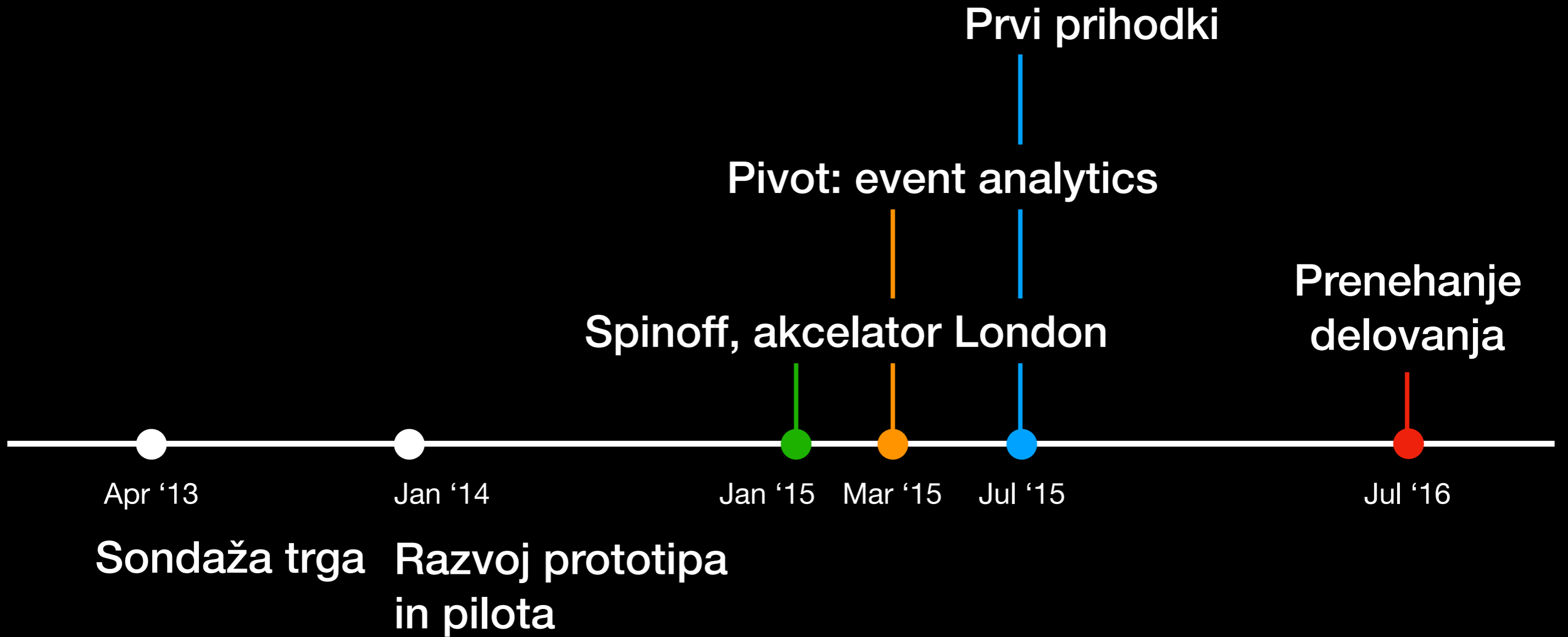
- Zahteva nove prodajne procese, marketing, pitch, value proposition s katerimi obstoječi prodajalci nimajo izkušenj

2. Novo razvita tehnologija

- Ni neposredne povezave in dodane vrednosti za obstoječe storitve podjetja

3. Velik potencialen trg

- Prodaja storitve pomeni povečanje prodaje strojne opreme in storitev



Akcelerator - naše izkušnje

Prednosti:

- ▶ Out-sourced učenje
- ▶ Vse odvisno samo od nas - res hiter test/fail/learn/test cikel

Slabosti:

- ▶ Equity dilution
- ▶ Problemom trženja dodamo še probleme startupa

2: Izkušnje in napake

Oblikovanje tima

- **Bottom-up, ne top down**

- ▶ Začetna ekipa mora verjeti v produkt, ne spinoff jemati le kot še en projekt

- **Razlike v kulturi**

- ▶ Sledljivost in ponovljivost, uveljavljeni procesi VS fail fast, adapt quick
 - *Pivot: retail -> events v dveh tednih*

Odnos med matičnim in spinoff podjetjem

Naš pristop: **“Separate but together”**

- ▶ Ločeni poslovni prostori
- ▶ Mesečne predstavitve napredka in ključnih lekcij (prenos znanja)
- ▶ Prodajna podpora matičnega podjetja

Prvi koraki so pomembni

90% verjetnosti je, da bo podjetje propadlo!

- ▶ Ne izgubljajte dragocenega časa s standardnimi dolgotrajnimi pravnimi in računovodskimi procesi
 - *Primer: pogodba Storesense-NIL 70 strani*
- ▶ Prioriteta naj bo čim hitrejša validacija na trgu (fail fast)

Kaj, če spinoff ne uspe?

- Že na začetku je dobro nastaviti **proces za vračanje novih izkušenj v podjetje**

Koliko lahko matično podjetje spinoffu pomaga na trgu?

- **B2B:** Obstoječi prodajni stiki in partnerji tipično ne pomagajo
 - Tudi, če matično podjetje naslavlja isti trg, gre verjetno za drug oddelek v podjetju
- Matično podjetje v lastniški strukturi oteži pridobivanje kapitala

3: Povzetek in predlogi

Ključne napačne predpostavke

Večina napak, ki smo jih naredili, je bila rezultat **ene od dveh napačnih predpostavk:**

- ▶ “Spinoff startup je v osnovi enak običajnemu startupu”
- ▶ “Spinoff je v osnovi enak klasičnemu delu v matičnem podjetju”

Zrelost: kdaj spinoff?

- Matično podjetje tipično nagnjeno k **prevelikemu optimizmu**
- Predlog: formalni spinoff takrat, ko:
 - **je podpisana prva pogodba (\$, ne pilot) (B2B) ali**
 - **podjetje pridobi prvih X000 uporabnikov (B2C)**

Kako do spinoffa?

1. korak: analiza primernosti spinoffa

- ▶ je produkt/storitev primeren za spinoff?
- ▶ Imamo pravo ekipo?

2. korak: all-in spinoff, a z omejenim vložkom

- ▶ Full time ekipa, a z omejenim časovnim in denarnim budgetom
- ▶ Jasni cilji in roki že od začetka
- ▶ Po preteku roka trezna presoja

Vprašanja?

jan@artesia.si