

BUONE e CATTIVE IDEE

La First Round Review riporta il concetto che, se si vuole lanciare un business di successo, occorre iniziare con una buona idea. Ma in realtà esiste sempre qualcuno che sposa una cattiva idea, la quale, in base all'esperienza e in segreto, appare invece come una buona idea. Questo approccio si basa sul seguente concetto: "Se una buona idea fosse realmente buona, qualcuno l'avrebbe già adottata". In pratica è bene avere una serie di idee e raccoglierle per una attenta valutazione in base ai seguenti criteri:

Esplorare le idee

Idea che attiene ad un mercato che sta vivendo una transizione, ed è quindi troppo stagnante

Idea che richiede forti cambiamenti, ed è quindi troppo nuova per fornire rapidi risultati

Idea che riguarda un mercato vasto, che pertanto offre libertà di manovra per realizzare qualcosa di interessante

Idea che appare cattiva a molti, ma sembra buona al possessore, che vuole un solo suo prodotto nella propria categoria. Occorre puntare su un'idea che sembra cattiva all'inizio a un numero sufficiente di clienti

La tempistica deve essere giusta: non troppo in anticipo né in ritardo sul mercato. Occorre applicare l'idea nel più ampio possibile mercato, in quanto non saranno possibili posteriori cambiamenti

Validare l'idea

Valutare l'idea a fronte di tre possibili clienti: fondatori di aziende di software che tentano di crescere, persone che hanno già ottenuto successi facendo la stessa cosa in altre aziende, amministratori di intelligenza artificiale

Creare un minimo prodotto accettato a prima vista dai clienti.

Non deve essere il minimo fattibile prodotto. Deve essere eccellente e creare forte impressione sul cliente

Lancio

È difficile per un prodotto essere adatto per un mercato. Ogni passo è complicato. Ma una volta che si è dentro, tutto si chiarisce

Risorse

I nuovi prodotti non sempre forniscono risorse a breve. Occorre attendere il loro più o meno lento sviluppo

Prezzo

Questo parametro deve essere sviluppato insieme al prodotto, con un processo interattivo. Per molti vale la regola dell'80%, cioè di arrivare relativamente presto a una sua buona soluzione e di passare poi alla prossima fase, piuttosto che cercare di raggiungerne la perfezione. Il prezzo medio potrebbe essere quello in base al quale si possono fare ancora errori a fronte, tuttavia, di un business favorevole. Le persone accettano il prodotto nonostante le carenze e le deficienze.

Per avere la grinta di sopravvivere con un business di start up occorre rispondere alla domanda: "Per quanto tempo possiamo sbagliare o pensare di stare sbagliando, e tuttavia continuare a fare business?"

Commenti

Decidere di lanciare un nuovo business comporta avere la grinta di scegliere idee che solitamente possano essere valutate in modo negativo, ma che il possessore riesce a sentire così convincenti e realizzabili da affidare ad esse il proprio futuro. Le aziende mature, che sono nate a suo tempo quali start up, hanno oggi successo grazie a idee certamente positive e scontate, e quasi sempre rifuggono da nuove esperienze di start up. Non ne posseggono più la grinta necessaria, tipica invece dei giovani. Essi sono liberi dalle tradizionali situazioni e sono dotati di senso di innovazione e di coraggio imprenditoriale. Elementi che, percepiti e applicati, potrebbero scuotere dalla loro favorevole posizione anche le aziende mature, che, almeno in parte, potrebbero rivivere nuovi sviluppi, non privi di rischio, ma ricchi di nuova vita.