

ZAČÍNÁME
INTERNETOVÝ
START-UP V ČR

51 TIPŮ

Jarek Mikeš

Mikeš, Jaroslav
Publikováno 1.5.2013, první vydání

ISBN: 978-80-260-4302-7
Česká republika, Brno

Twitter: @koolazz_cz
jarekmikes@gmail.com
www.jarek-mikes.cz

© Sazba a Cover, Jarek Mikeš
Všechna práva vyhrazena.

Informace v této knize jsou prezentovány
jako tipy a doporučení autora.

První vydání, Duben 2013

PŘEDMLUVA, 6-8

KAPITOLA 1 - ZAKLÁDÁME

1. Na co se musím připravit? 10 - 12
2. Jakou formu podnikání? 13 - 16
3. Kdo jsou strategičtí partneři? 17 - 19
4. Co potřebuji pro investory? 20 - 21

KAPITOLA 2 - VÝBĚR TÝMU

5. Jak je to s týmem? 23 - 26
6. Jak vybrat vývojáře? 27 - 28
7. Jak vybrat administrátora? 29 - 30
8. Jak vybrat manažera marketingu? 31 - 32
9. Co se dá říct o outsourcingu? 33 - 35

KAPITOLA 3 - ÚČETNICTVÍ

10. Co je důležité na bankovním účtě? 37 - 39
11. Jaké jsou možné zdroje kapitálu? 40 - 41
12. Jak vytvářet hodnotu projektu? 42 - 43
13. Musím být plátcem DPH? 44 - 46
14. Jak rozdělovat zisk? 47 - 48
15. Jak na cenotvorbu? 49 - 51
16. Jaké smluvní dokumenty potřebuji? 52 - 55

KAPITOLA 4 - VÝVOJ

- 17. Jak na vývoj? 57
- 18. Jak testovat? 58
- 19. Jak financovat vývoj? 59
- 20. Co dělat při “slepé uličce”? 60 - 61
- 21. Proč zálohovat? 62 - 63

KAPITOLA 5 - OBSAH

- 22. Jak informovat o projektu? 65
- 23. Co musím vědět o ochraně osobních údajů? 66 - 67
- 24. Jaké mají být podmínky užití? 68 - 69
- 25. Proč obchodní podmínky? 70 - 73
- 26. Proč rozdílné smluvní podmínky pro registrované? 74
- 27. Proč nepodceňovat náповědu? 75 - 78
- 28. Jak vytvářet obsah textem? 79 - 80
- 29. Jak vytvářet obsah multimédií? 81 - 82
- 30. Co jsou mikroprojekty? 83 - 85

KAPITOLA 6 - MARKETING

- 31. Analytika s Google Analytics? 87 - 88
- 32. Sekundární analytický nástroj? 89 - 90
- 33. Proč je potřeba e-mailing? 91 - 92
- 34. Potřebuji Facebook? 93 - 94
- 35. Potřebuji Twitter? 95
- 36. Co musím vědět o SEO a start-upu? 96 - 97
- 37. Proč věrnostní programy a soutěže? 98 - 100
- 38. Jaké jsou viral aktivity? 101 - 102
- 39. Proč školit zákazníky a partnery? 103 - 104
- 40. Co je info-marketing? 105 - 106

KAPITOLA 7 - AUTOMATIZACE

- 41. Proč automatizaci účetnictví? 108 - 109
- 42. Proč automatizaci e-mailingu?, 110 - 111
- 43. Proč automatizaci provozu? 112

KAPITOLA 8 - JÁ, RODINA A PŘÁTELÉ

- 44. Jak může rodina ublížit i pomoci? 114 - 115
- 45. Koncept přátelé a start-up? 116
- 46. Koncept zdraví a start-up? 117
- 47. Jaký má vliv podnikání na partnerský život? 118 - 119
- 48. Co to je negativismus? 120 - 122
- 49. Jaké lidi kolem sebe mít a proč? 123 - 124
- 50. Jak se udržet intelektuálně ve formě? 125
- 51. Co nikdy neudělat? 126

ZÁVĚR, 128

PŘEDMLUVA

Ještě než se pustíte do čtení jednotlivých tipů, dovoluji mi napsat, proč a jak vůbec nápad vydat tuto publikaci vznikl. Napsat knihu jsem chtěl snad od té doby, kdy jsem poprvé začal chápat určitou opakovatelnost u některých pracovních zakázek, které jsem kdysi měl. Dnes už tomu je více jak půlka dekády, nicméně ten pocit si vybavuji dodnes.

Tato touha i pocity vyeskalovaly zhruba před dvěma či třemi lety, kdy jsem podepsal smlouvu s jedním z největších českých vydavatelů knih. Dostal jsem koncept, osnovu a rozsah. I když jsem se snažil sebevíc, řádky knihy se nedaly zformulovat tak, jak jsem to opravdu cítil. A během téměř dvou let jsem se velmi křečovitě snažil dát dohromady koncept a formu, která by čtenářům dávala smysl. Bohužel bezúspěšně. Podařilo se mi sice napsat téměř sto stran čistého textu, avšak těchto sto stran nebylo ničím víc než „diplomovou prací“, která byla plná teoretických příkladů a opisů vysvětlivek cizích slov (a zkratek) z Wikipedie.

V rozmezí od poloviny roku 2012 do začátku roku 2013 se stala řada událostí, které měly velmi výrazný vliv na celý můj pohled na podnikání, život a osobní cíle. Rozhodl jsem se odjet na více jak sedm týdnů na cesty, abych si vyčistil hlavu a ujasnil si, co se bude dít dále. Asi v polovině svého cestování jsem se opět pustil do psaní a podařilo se mi ze sebe během pár týdnů dostat celý soupis tipů, který máte nyní k dispozici. U každého tipu

jsem pečlivě přemýšlel, co vám sdělit, abyste si z něj odnesli co nejvíce. Ale zároveň abych vás příliš nenutil do dalšího studia a dohledávání informací.

Tento soubor tipů je určen každému, kdo se chystá rozjet svůj první internetový projekt či jej právě rozjíždí. Kniha je určena také začínajícím internetovým podnikatelům.

Nebudu se zde příliš rozepisovat o teorii, ani o tom, zda je, či není váš nápad vhodný pro start-up. K tomu vám určitě poslouží řada jiných specializovaných publikací. Sám jsem zkoušel rozjíždět projekty různého charakteru. Měl jsem internetové magazíny, slevové servery, dokonce i fotobanku, projekty nabízející on-line služby a asi by se dalo chvíli pokračovat. Na některých jsem vydělal a ty, co nic nepřinesly, mi otevřely minimálně cestu zase k jiným aktivitám, projektům či zakázkám.

Později jsem internetové projekty začal realizovat také pro své partnery a klienty. Díky tomu jsem za více jak deset let získal řadu zkušeností, o které se s vámi nyní chci podělit. Tuto knihu berte hlavně jako zdroj doporučení a jako základní přehled většiny překážek, se kterými se jako začínající start-upisté s největší pravděpodobností setkáte. Nejedná se o akademickou publikaci, nýbrž soupis tipů, které mají oporu v osobních zkušenostech. Tipy jsem pro vás „okořnil“ praktickými příklady, tak abyste názorně viděli jejich souvislost s praxí.

Start-up, tak jak jej vnímám já, má dle mého názoru čtyři existenční etapy. Každá další etapa je závislá na té předcházející. Tato kniha pojednává

o té první. O samotném začátku, na němž je závislé úplně vše. V této etapě se dozvíte, jaké kroky se dají učinit, abyste svůj start-up uvedli k životu zejména koncepčně, ideálně s minimem finančních prostředků. Každý projekt potřebuje mít svůj řád, aby mohl v základu fungovat. Tento řád se sice může obměňovat, avšak jádro bývá vždy stejné.