



**INNOWACYJNA  
GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



# RAPORT Z AUDYTU TECHNOLOGICZNEGO – SIP sp.k.



Akademiczne Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

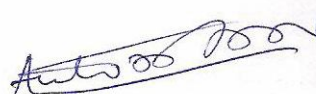
Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



## RAPORT Z AUDYTU TECHNOLOGICZNEGO

Konsultanci **Krajowej Sieci Innowacji** zaangażowani w opracowanie raportu z audytu technologicznego sporządzonego w ramach projektu PO IG 5.2 „Rozwój usług doradczych o charakterze proinnowacyjnym świadczonych przez ośrodki Krajowej Sieci Innowacji (KSI)”:

**Prof. Jan Daniel Antoszkiewicz** - Koordynator usługi proinnowacyjnej



**Dr Marek Laszuk** - Specjalista ds. poszukiwania technologii



**Mgr Łukasz Skiba** - Specjalista ds. analizy i pozyskiwania danych na temat przedsiębiorstw



### Legenda:

Innowacyjność przedsięwzięcia wymusza użycie nowej terminologii:

**Park Nazwy PN** – eDziennik w temacie - tematyczna strona internetowa

**Opiekun PN** – opiekun tematu, redaktor Dziennika

**Widget** – jednostka budulcowa Parku Nazwy, inaczej box, moduł zawierający posegregowaną treść np.: linki, tekst, fotki, sondę, aukcje, komentarze itp.

**Ea** – nazwa portalu, nazwa systemu wielojęzycznego, nazwa pochodzi od angielskiego słowa *Earth* = ziemia oraz od domeny eaaaa.info wskazującej na pierwsze litery nazw kontynentów.

**POI** – Portal Otwartej Informacji – zwyczajowa polska nazwa funkcjonalna

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

**Akademickie  
Inkubatory Przedsiębiorczości**  
ul. Piękna 68, 00-672 Warszawa  
tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27  
NIP 5242495143, Regon 015690013

## Spis treści

|                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------|----|
| Rozdział I – Cel audytu .....                                               | 4  |
| Rozdział II – Ogólne informacje o firmie .....                              | 5  |
| 1. Dane firmy .....                                                         | 5  |
| 2. Historia firmy .....                                                     | 5  |
| 3. Cel działalności firmy.....                                              | 6  |
| 4. Przedmiot działalności firmy .....                                       | 7  |
| 5. Pracownicy oraz ich kwalifikacje oraz struktura organizacyjna firmy..... | 11 |
| 6. Klienci oraz rynki zbytu .....                                           | 17 |
| Rozdział III – Analiza danych.....                                          | 20 |
| 1. Analiza konkurencyjności firmy .....                                     | 20 |
| 2. Kluczowe czynniki sukcesu firmy .....                                    | 26 |
| 3. Analiza SWOT.....                                                        | 31 |
| Rozdział IV – Analiza projektu inwestycyjnego .....                         | 37 |
| 1. Założenia technologiczne .....                                           | 37 |
| 2. Cel inwestycyjny .....                                                   | 38 |
| 3. Cele projektu .....                                                      | 40 |
| 4. Etapy realizacji projektu inwestycyjnego .....                           | 42 |
| 5. Symulacja finansowa projektu.....                                        | 46 |
| 6. Ocena opłacalności .....                                                 | 50 |
| Rozdział V – Potencjalne źródła finansowania inwestycji.....                | 52 |
| Rozdział VI – Wnioski z audytu technologicznego .....                       | 57 |

## Rozdział I – Cel audytu

Realizacja usługi audytu technologicznego polega na ocenie potencjału i potrzeb technologicznych przedsiębiorcy, możliwości i potrzeb w zakresie rozwoju wytwarzanych produktów lub usług. Celem audytu jest dostarczenie ogólnych informacji, jak również strategicznych wskazówek, dzięki którym można poprawić pozycję rynkową firmy. W rezultacie wizyty, która odbyła się w miejscu wyznaczonym przez Klienta przy ul. Górniczej w Poznaniu w dniu 15.02.2010 roku zebrano informacje, dokonano analizy obecnej i planowanej działalności przedsiębiorstwa.

Jako główny cel audytu określono badanie i analizę potrzeb technologicznych przedsiębiorstwa Klienta, pod kątem opłacalności planowanej inwestycji, jak i jej skuteczności po wdrożeniu.

Następujące materiały zostały przekazane audytorom (razem ok. 494 stron):

- |                                                           |                                                                     |
|-----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| 0. Wstęp. Opis ogólny systemu POI, 4 str.pdf              | 18. Wnioski o wsparcie POI. Zestawienie, 27 str.doc                 |
| 01. strona opisowa POI-Ea.pdf                             | 19. Testowanie prototypu, statystyki 12.08 - 05.09, 26 str.pdf      |
| 02 Grupa odbiorców.doc                                    | 20. Podziękowania wspierającym i pomysłodawcom, historia, 2 str.doc |
| 03 Krótka Logika Ea oparta o Wiki, 3str.doc               | 21. Wielkie portale społecz. analiza, 14 str.doc                    |
| 04 Krótka Logika Portalu Ea, 2str.doc                     | 22. Projekt POI przekracza to co znamy.doc                          |
| 05 Cel, produkt, innowacyjność, pytania inne, 3 str.doc   | 23.08 Strategia marketingowa - uwagi do wersji pdf, 4 str.rtf       |
| 06 Karta informacyjna projektu 09_06_2009, 6 str.doc      | 24.08 Strategia marketingowa, 53 str.pdf                            |
| 08 biznesplan_eaaaa_lipiec2009, 89str..pdf                | 25. Wprowadzenie z buta, 2 str.doc                                  |
| 09a Strategia i harmonogram wdrożenia portalu, 10 str.doc | 26. Park Nazwy - typy i zastosowanie , v.1, 6 str.doc               |
| 09b Ogólny zakres prac dla wersji full, 3 str.rtf         | 27. Park Nazwy, interfejs, widgety - opis budowy v.5, 16 str.doc    |
| 10 Zespół Ea i firmy współpracujące, 4 str.doc            | 28. poufne, Wniosek o środki unijne IG.8.1, 50 str .pdf             |
| 11 e-usługi portalu Ea, 5 str.doc                         |                                                                     |
| 12a Źródła dochodu portalu POI - Ea, 14 str.doc           |                                                                     |
| 13. Cechy społeczne POI i 2 wstęp, 4 str..doc             |                                                                     |
| 14. Punktacja, ocena, głosowania w POI, 7 str.doc         |                                                                     |
| 15. Kluczowe pytania do POI, 21 str.doc                   |                                                                     |
| 16. Zarys budowy Centrali i Profilu.v.5, 12 str.doc       |                                                                     |
| 17. Gra strategiczna w tle POI.v.1, 1 str.doc             |                                                                     |



## Rozdział II – Ogólne informacje o firmie

### 1. Dane firmy

**Tabela 1. Podstawowe dane o firmie**

|                       |                                                                |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------|
| 1. Nazwa:             | SIP sp. k.                                                     |
| 2. Forma prawna:      | Spółka komandytowa                                             |
| 3. Data powstania:    | Firma zarejestrowana w dn. 14.07.2008                          |
| 4. Adres:             | ul. Jackowskiego 30a/6A<br>60-512 Poznań<br>woj. wielkopolskie |
| 5. Telefon            | 791 414 625                                                    |
| 6. Fax                |                                                                |
| 7. E-mail             | biuro@aaaaa.pl                                                 |
| 8. Strona internetowa | <a href="http://eaaaa.pl/">eaaaa.pl/</a> - prototyp            |

### 2. Historia firmy

Firma została założona przez pana Ziemowita Gólskiego w dniu 14 lipca 2008 roku. Przyjęto formę organizacyjno-prawną spółki komandytowej, w której komplementariuszem jest osoba fizyczna. Pierwszym etapem tworzenia podmiotu było pozyskanie dwóch prywatnych inwestorów, dzięki którym utworzono spółkę SIP spółka komandytowa. Geneza powstania firmy jak i początki jej działalności są bezpośrednio powiązane z ideą stworzenia uniwersalnego serwisu informacyjnego Ea (lub POI), który wprowadzi nową jakość i funkcjonalności do Internetu. Od momentu zarejestrowania firma prowadziła intensywne prace koncepcyjne dotyczące tylko funkcjonalności serwisu Ea.

Działalność w minionym roku była wyłącznie skoncentrowana na realizacji działań badawczo-rozwojowych dotyczących projektu portalu. Działalność badawczo - rozwojowa przedsiębiorstwa oscylowała wokół prac nad budową prototypu portalu, analiz, statystyk,

raportów dotyczących funkcjonalności projektu oraz poziomu popytu na proponowane rozwiązania w projekcie. Pierwszym sukcesem było zrealizowanie analizy odbioru idei poprzez prezentacje na Politechnice Poznańskiej, Uniwersytecie Ekonomicznym i spotkaniach otwartych Internautów typu Barcamp, prezentacje w firmach potencjalnych podwykonawców i potencjalnych inwestorów, która zaowocowała budową i ukończenie prototypu wraz ze wstępnym opisem funkcjonalności jako materiału do testów i podstawy do wykonania profesjonalnie zaplanowanej i zaprogramowanej aplikacji portalu Ea, testy prototypu i analizy intuicyjności jego funkcjonalności i użyteczności, analizy odbioru idei projektu poprzez powiadomienie w mediach, analizy zachowań ogólnych użytkowników w sieci na podstawie prototypu i tworzonych statystyk, analizy zachowań pierwszej grupy odbiorców, aktywnych internautów. Istotnym celem budowy prototypu było obalenie dotychczasowego przekonania środowiska programistycznego o technicznej niemożliwości wykonania czy funkcjonowania planowanej aplikacji oraz jednocześnie zainteresowanie nowym pokładem tematycznym, który postanie w Internecie.

Nie ukrywamy, że na tych wszystkich etapach Zespół SIP sp.k. pokonywał niedowierzanie i sceptycyzm co do szans powodzenia przedsięwzięcia startującego w Polsce i udowodnił następnymi etapami, że podjęty zamiar jest coraz bliższy realizacji.

Kolejnym istotnym i sukcesem etapem w rozwoju firmy stało się pozyskanie dotacji unijnej z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka w ramach Działania 8.1 „Wspieranie działalności gospodarczej w dziedzinie gospodarki elektronicznej”. Dofinansowanie ze środków europejskich nie tylko pozwoli na uruchomienie i funkcjonowanie serwisu Ea w kolejnych latach działalności, ale przede wszystkim potwierdza potencjał planowanej przez SIP inwestycji.

### **3. Cel działalności firmy**

Deklarowanym celem działalności firmy jest budowa zintegrowanej innowacyjnej platformy wyszukiwawczo-informacyjnej, której zapleczem usystematyzowanej wiedzy, będzie wyspecjalizowana społeczność. W dalszej perspektywie strategia rozwoju przedsiębiorstwa obejmuje zdobywanie nowych rynków zbytu, poprzez rozszerzanie oferty usługowej, zwiększenie *know-how* oraz ekspansję na rynki zagraniczne.

Proponowane działania prowadzące do wzmocnienia sytuacji rynkowej firmy wiążą się z rozważeniem wprowadzenia strategicznego celu funkcjonowania przedsiębiorstwa w postaci działań prowadzących do wzrostu wartości firmy dla właścicieli oraz podporządkowanie działań biznesowych tej koncepcji. Rezultatem wprowadzenia tego założenia powinny być następujące efekty:

1. Realizacja projektów z dodatnią NPV (Net Present Value – Wartość Bieżąca Netto),
2. Klarowne doprecyzowanie segmentów rynku, w których firma będzie koncentrować swoje działania,
3. Podjęcie inwestycyjnych decyzji strategicznych związanych z zasobami firmy m.in.:
  - w zakresie zasobów materialnych:
    - koncentrowanie zasobów majątkowych na segmentach, w których przedsiębiorstwo dysponuje lub zamierza osiągnąć przewagę konkurencyjną;
    - dokonanie rozpoznania partnerów łańcucha wartości (reklamodawcy, użytkownicy, opiekunowie Parków Nazw)
    - inwestowanie w nowoczesne technologie informatyczne;
    - szybkie wprowadzenie oraz rozwijanie innowacji rynkowych;
  - w zakresie zasobów niematerialnych:
    - rozwijanie zespołu kompetentnych menedżerów marketingu i sprzedaży;
    - poznawanie potrzeb klienta poprzez okresowe badania rynku;
    - kreowanie silnej marki firmy.

## 4. Przedmiot działalności firmy

Portal Ea to nowa odsłona informacji/wiedzy związanych z wszystkimi aspektami życia człowieka. Porównując dostępne platformy w Internecie należy zauważyć brak w nim jednej platformy odniesienia do treści w danym temacie. O ile w przypadku treści encyklopedycznej istnieją platformy tj. Wikipedia, Kopalnia Wiedzy tak w odniesieniu do informacji praktycznej i aktualnej takiej platformy nie ma.

Informacji praktycznych i aktualnych użytkownicy Internetu zazwyczaj szukają poprzez usługę wyszukiwarki Google. Internauci wprowadzają również treść, często dublując się. Użytkownik Internetu przeszukuje więc, wyniki Google w celu znalezienia satysfakcjonującej informacji. O ile dla osób wykształconych i inteligentnych (10% Internautów) korzystanie z usługi Google nie stanowi problemu, tak wciąż dla większości (docelowi odbiorcy Ea) narzędzie to kojarzy się z poświęceniem czasu i zdenerwowaniem.

Portal Ea spełnia oczekiwania tej licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich spraw człowieka dających się wyrazić słowem. Każde słowo lub temat (podobnie jak np. w Wikipedii) będzie miało swoją reprezentatywną stronę - tzw. **Park Nazwy** (wizualizacja na następnej stronie) - jednak charakter zgromadzonej treści będzie ograniczony do krótkich informacji i przede wszystkim tej najbardziej poszukiwanej; praktycznej i aktualnej. Słowa praktyczne i aktualne związane będą z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach itp.

Aby sprostać powstaniu takiej e-usługi mającej wymiar praktyczny i aktualny należy stworzyć na tyle dynamiczną strukturę opartą o technologicznie najnowsze rozwiązania i zmotywowaną pracę człowieka, aby platforma ta była w stanie spełnić swoje zadanie i sprostać konkurencji dotychczasowych przyzwyczajeń.

Portal będzie e-usługą o walorach: edukacyjno – informacyjno – opiniotwórczo – zarobkowo - kontaktowych. Na portalu będzie można przeczytać najważniejsze i najświeższe informacje z całego świata. Na start, portal będzie oferował swoim użytkownikom łatwą w użyciu wyszukiwarkę połączoną Google. Portal Ea jako portal będzie wdrażał do praktyki, za pomocą produktów cyfrowych e-usługę, czyli wymianę praktycznej i aktualnej wiedzy i informacji.



## Apple iPad

ZNAJÓZ / PUBLIKUJ

## TOP linki

**iPad - 7 maja!**  
Nowe urządzenie z fabryki Apple rzuca nowe światło na rynek mobilnych urządzeń...

**Funkcje iPad**  
Cena nowego iPad'a  
Specyfikacja iPad'a  
Nowy OS w iPadzie!

## SKLEP

Gdzie kupić iPad'a  
Dlaczego iPad?

## SERWIS

Serwis iPad  
Zdejmowanie simlocka z iPad  
Resetowanie iPad'a

## OPROGRAMOWANIE

Aktualizacja iPad'a  
Spolszczenia do produktów Apple  
Wirus na iPad

## RODZINA linki w eaaaa.pl

iPod touch, iPod 80gb, iPod 40gb,  
iPod nano, iPod serwis,  
iPod sterowniki, iTunes, iPhone  
iPod instrukcja, Apple  
iPad konfiguracja, iPad 60gb  
iPhone instrukcja, iPad dostępność,  
iPad w Polsce,  
Innowacje Apple, Oprogramowanie Apple,

## AKTUALNOSCI wydarzenia

**Nowy produkt Apple**  
Usługa mobile me to nowoczesny sposób na docieranie do informacji w każdym zakątku...

**Targi CeBIT**  
W tym roku na targach CeBIT Apple zaprezentowało nam ...

Jak zmodernizować iPhone'a  
Gdzie zutylizować stary sprzęt?  
Najnowsze oprogramowanie od Apple  
Test iPad'a  
Konferencja na temat smartphonów  
Wada czy zaleta iPada?  
7 maja! Premiera iPad  
Sieć 4G w Polsce

## PYTANIA odpowiedzi oraz porady

**Ile kosztuje IPAD?**  
Wiemy, ile iPad będzie kosztował w Stanach Zjednoczonych. Nie wiemy, ile będzie kosztował w Europie. Nie wiemy również, ile będzie kosztował...

Gdzie kupić IPOD'a?  
Dlaczego mój IPAD się zawiesza?  
Z czego warto skorzystać?  
Czym się kierować przy zakupie smartfona?

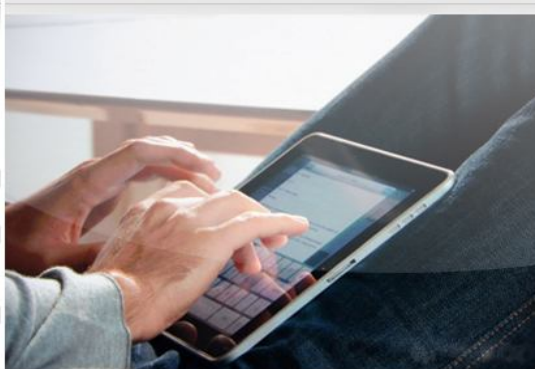
## SONDA

## Jakie masz marzenie?

Być właścicielem iPada  
Przetestować iPad'a  
Roztrząskać iPad'a  
Być właścicielem iPada  
Przetestować iPad'a  
Roztrząskać iPad'a

Zaloguj się Zobacz wyniki

## FOTO-GALERIA



## Galeria



## TEMAT

**iPad** – tablet firmy Apple. Posiada Ekran dotykowy z technologią Multi-Touch oraz m.in. możliwość oglądania video, zdjęć oraz multimediów. Poza tym posiada przeglądarkę internetową oraz jest kompatybilny z aplikacjami dla iPhone. Urządzenie w wersji bez adaptera 3G i GPS dostępne jest w USA od 3 kwietnia 2010 roku. Premiera iPada w wybranych krajach Europy (bez Polski) przewidziana jest na maj 2010 roku.

Urządzenie napędza specjalnie w tym celu skonstruowany przez firmę Apple układ A4 zgodny z architekturą ARM (Cortex-A8). Procesor taktowany jest zegarem o częstotliwości 1GHz, a ponadto posiada zintegrowany układ graficzny PowerVR SGX. Jak wykazała inżynieria odwrotna, Apple A4 dysponuje także zintegrowaną pamięcią RAM, której ilość wynosi 256MB.

Wszystkie programy wbudowane w iPada zostały zaprojektowane od podstaw z myślą o dużym dotykowym ekranie Multi-Touch i zaawansowanych możliwościach całego urządzenia. I mogą działać w dowolnej orientacji. iPad z takimi programami potrafi robić rzeczy nieosiągalne dla innych urządzeń.

## AUTO linki

**SIEĆ:** Google, YAHOO!, msn, WIRTUALNA POLSKA  
Szukacz.pl, ASK, Netsprint, Yandeks, Excite  
**FOTO, VIDEO, TV:** YouTube, Google, flickr  
GooglePhoto, istockphoto  
**OGŁOSZENIA:** gratka.pl, anons.pl  
**WIADOMOŚCI:** Gazetapl, onet.pl, Google  
Chrześcijańskie  
**RÓŻNE:** spryciarze.pl, wykop.pl  
**KATALOG TEMATYCZNY:** Google

## PANEL OPIEKUNA

**Jan Nowak, novak45**  
Blog | Aukcje | Forum | Firma | Galeria  
698-225-311  
2526813  
nowak133  
Numer użytkownika novak45: 00355  
Moja www

## VIDEO nagrane filmy

## Apple iPad: Steve Jobs

Apple iPad: Steve Jobs Keynote Jan 27 2010 Part 4 "apple ipad" keynote "ipad announcement"

## Hands on with Apple iPad

Hands on demo of the new Apple iPad - Brought to you Hands on demo of the new Apple iPad - Brought to you

## The magical IPAD

Apple introduces what everyone was asking for - an oversized, underwhelming iPod Touch.

## Steve Jobs Keynote

Apple introduces what everyone was asking for - an oversized, underwhelming iPod Touch.

## DOWNLOAD pliki

Najnowsze oprogramowanie  
Tapety i dzwonki  
Nowe motywy  
Oprogramowanie dodatkowe  
Najnowsze oprogramowanie  
Tapety i dzwonki  
Nowe motywy  
Oprogramowanie dodatkowe  
Nowe motywy  
Oprogramowanie dodatkowe

## DEFINICJA pl.wikipedia.org

**iPad** – urządzenie napędza specjalnie w tym celu skonstruowany przez firmę Apple układ A4 zgodny z architekturą ARM (Cortex-A8). Procesor taktowany jest zegarem o częstotliwości 1GHz, a ponadto posiada zintegrowany układ graficzny PowerVR SGX. Jak wykazała inżynieria odwrotna, Apple A4 dysponuje także zintegrowaną pamięcią RAM, której ilość wynosi 256MB. Premiera iPada w wybranych krajach Europy (bez Polski) przewidziana jest na maj 2010 roku.

## KOMENTARZE

Ogólna ocena: 9,58

## Zaxo 1991

Bardzo fajny artykuł. Xavier podszedł do tematu bardzo poważnie

## Zaxo 1991

Bardzo fajny artykuł. Xavier podszedł do tematu bardzo poważnie

## Zaxo 1991

Bardzo fajny artykuł. Xavier podszedł do tematu bardzo poważnie

## Zaxo 1991

Bardzo fajny artykuł. Xavier podszedł do tematu bardzo poważnie

## Zaxo 1991

Bardzo fajny artykuł. Xavier podszedł do tematu bardzo poważnie

&lt; Poprzednie Następne &gt;

## FREE linki

**DZISIAJ**  
Dealer Apple w Polsce  
Salony Apple POLSKA  
Serwis Apple  
Sprzedaż części do iPad'a  
Apple pomysł na superkomputer  
Apple konta Microsoft  
Konkurent Apple  
Nowe modele iPada

## W TYM TYGODNIU

Akcie Apple idą szybko w górę  
Akcesoria do iPhone'a  
Apple chce wykupić HTC  
Apple z Microsoftem w sądzie  
Apple.com. Nowa odsłona strony  
Apple broni się przed zarzutami  
Kto najchętniej kupuje iPada?  
Skąd pomysł na iPhone'a?

## AUKCJE

## OGŁOSZENIA DROBNE

## DANE TECHNICZNE

## PARKI NAZW

Apple  
Ipad  
Ipad  
Smartphone  
Windows Mobile  
Mac OS  
Iphone  
Macbook

Więcej moich Parki Nazw

## KONTAKTY

Zaxo 1991  
Komiza  
Stolek  
Panda12

Więcej moich Znajomych

## STATYSTYKI odwiedzałość

Ogólna: 12001  
Zalogowanych: 6211  
Niezalogowanych: 5790  
W wieku do 15 lat: 3203  
W wieku powyżej 15 lat: 7998  
W wieku powyżej 24 lat: 4110  
Ze wsi i do 20 000  
Z miast 20-100 tys  
Z miast 100-500 tys  
Z miast powyżej 500 tys

## AUDIO

## JEZYK

## ESENCJA

**Rysunek 1. Park Nazwy - eDziennik** - podstawowa i praktycznie jedyna strona w systemie Ea – ma przypominać czasopismo. Wizualizowany przykład pokazuje stronę PN w jej docelowym kształcie i zasobach dla wybranego przez użytkownika interfejsu. Ten sam temat może być prezentowany w zupełnie innym interfejsie: większe fotki, większa czcionka, inne opisy nagłówków i kolorystyka wszystkich stałych elementów. Istnieją interfejsy branżowe, produktowe i w kolorystyce firmowej. Raz wybrany interfejs służy do eksploracji każdego innego tematu - nie zmienia się układ boksów i indywidualnych ustawień. Kolejnym rozwiązaniem jest zmieszanie profilu użytkownika z kartą tematu PN. (tutaj: Widget Kontakty, Parki Nazw, Statystyki)

Innowacyjność produktowa projektu polega na wdrożeniu kompleksowej e-usługi obejmującej następujące funkcjonalności:

- dziennik internetowy - poświęcony specjalistycznym informacjom prasowym, tzw. Park Nazwy;
- artykuły, recenzje oraz opinie czytelników - dzięki, którym będzie można dotrzeć do informacji w nowy innowacyjny sposób poprzez zawężanie szukanego tematu (a nie przeszukiwanie wyników wyszukiwania) oraz publikowanie informacji;
- poradniki rozwiązujące problemy użytkowników od strony praktycznej;
- fora - użytkownicy będą mogli wyrażać swoje opinie na konkretne tematy zarówno w wątku już istniejącym jak również sami będą mogli takie wątki zakładać;
- konta-panel do zarządzania własnymi Parkami Nazw i kontaktami.

Portal Ea integruje w dużej mierze istniejące e-usługi. Jego celem nie jest ich zastąpienie a wejście w rodzaj współpracy z korzyścią dla obydwu stron a przede wszystkim Użytkownika. Ea wprowadza wiele nowych rozwiązań związanych z indywidualną pracą z informacją na rzecz innych. Integrując e-usługi i użytkownika tych usług (również biznesowego) staje się osią dla całego Internetu. Bardziej odpowiednim słowem jest jednak: powłoka na zasoby Internetu. Jedną z cech tej powłoki polega na uporządkowaniu słów według ich znaczeń, ze szczególnym uwypukleniem informacji praktycznej i aktualnej. Oznacza to, że aby wejść w Internet (w konkretne miejsce i szybciej niż przez wyszukiwarke) możemy skorzystać na krótki moment z tej uporządkowanej powłoki by z precyzją wylądować w głębi worka Internetu. W praktyce, w konkretnym przypadku szukanego słowa, nazwy czy nawet długiej frazy, również w Ea zwyczajowo zaczynamy od jej wpisania w polu jak w wyszukiwarce. Wynikiem nie jest jednak lista linków, a konkretna strona – Park Nazwy – opisująca hasło poszukiwane przez Użytkownika. Park Nazwy jest podstawową jednostką funkcjonalności portalu, o którą zostaną oparte kolejne e-usługi. Istotną cechą projektu jest sposób jego ekonomicznego utrzymania się i funkcjonowania. Obok szerokiego zakresu oferowanych e-usług, na szczególną uwagę zasługuje w Ea możliwość zarabiania za aktywny i częściowo za pasywny udział użytkowników w portalu, którzy są podstawowymi jednostkami budującymi portal. W Ea to użytkownicy są odpowiedzialni za opiekę nad Parkami Nazw oraz

aktualizację informacji w nich zawartych. Typowym źródłem dochodu w tym przypadku jest reklama, z tą różnicą, że jest ona silnie kontekstowa, a więc potencjalny odbiorca jej treści jest precyzyjnie wyselekcjonowany.

Niezbędne zadania związane z zabezpieczeniem poprawności działalności firmy sprowadzają się do nadzoru prawnego w zakresie przestrzegania praw autorskich udostępnianych treści w Parkach Nazw. Konieczne jest stworzenie/doprecyzowanie klauzuli o braku odpowiedzialności za informacje i poglądy zawarte w publikowanych informacjach oraz braku odpowiedzialności za ewentualne szkody powstałe w wyniku korzystania z informacji zawartych w portalu.

Kluczowe dla sukcesu rynkowego firmy jest stworzenie silnej marki o wyróżniającej się tożsamości (nazwa marki, znak i logotyp, komunikujące poprawnie aktywa marki) oraz atrakcyjnej dla użytkowników użyteczności, która uwzględni wysoce dynamiczny rynek e-usług. Efektywne wykonanie powyższych zadań w dużej mierze uzależnione będzie od włączenia do struktury przedsiębiorstwa doświadczonej osoby na stanowisku menadżera marki.

## **5. Pracownicy oraz ich kwalifikacje oraz struktura organizacyjna firmy**

**Ziemowit Gólski** – Pomysłodawca od 1998, lat 44. Informatyk. Wykształcenie: Uniwersytet AM Poznań, współwłaściciel firmy Planet Sp. z o.o., w której narodził się pomysł w latach 1997-98. Firma Planet sp. z o.o., Obecnie organizowanie prac przy inicjatywie portalu Ea Zarządzanie całościowe projektem, koordynacja i organizowanie prac, opiekun systemu, moderowanie aktualności Ea w prototypie. Wspólnik i komplementariusz SIP sp.k.

Były właściciel i współwłaściciel kilku małych przedsiębiorstw m.in.. w branży handlowej i produkcyjnej. Pracował również najemnie jako pracownik: kierownik działu marketingu i reklamy Centra/Exide Poznań, praca w trzech agencjach reklamowych, dział zakupów: Quelle i LIDL Polska. Serwisant, elektronik w firmie MRU sp. z o.o. Prowadził intensywne badania nad nietoperzami



przez 10 lat, również w kontaktach z naukowcami z Niemiec, Holandii i Anglii. Tę działalność zakończył z sukcesem zakładając na 3 lata firmę turystyczną. Firma Planet sp. z o.o. i Advis – działalność internetowo-programistyczna.

**Adam Algierski** – Pomysłodawca, lat 44. Wykształcenie: Uniwersytet A. Mickiewicza, Poznań. Główny doradca strategii i współpracy z inwestorami. Informatyk i główny tester aplikacji internetowych na przestrzeni lat. Przy POI od 1999 r. Wspólnik SIP sp.k.

**Bolesław Dębowski** – lat 43. Pomysłodawca, przy POI od 2006r. Docelowo odpowiedzialny za przyszły dział personalny. Coucher, funkcja doradcza. Inwestor i wspólnik SIP sp.k.

**Mikołaj Mudziejewski** – 33 lata, magister kierunku Zarządzanie i Marketing Akademii Ekonomicznej w Poznaniu. 13 letni staż w zaawansowanych technologiach internetowych, przez wiele lat jako Dyrektor Handlowy w agencji BEST.NET i Dyrektor ds. marketingu w Best Group Sp. z o.o. Właściciel firmy konsultingowej BIGSET. Doradca i realizator wielu projektów kluczowych w technologiach e-commerce PRO.

Microsoft Certificate of Achievement – 2272 – Implementing and Supporting MsWindows XP Prof.  
Microsoft Certificate of Achievement – MS2153 Support. a Netw. Infrastruc. using MWin. 2000 Server

Współpraca z POI: od grudnia 2009 w zakresie doradczym i kreatywnym + zarządzanie i media. Obsługuje księgowość firmy SIP.

**Maciej Falkiewicz** – Uniwersytet Szczeciński 2006 – 2011. Dla Ea wykonał większość prac programistycznych i serwerowych w procesie tworzenia prototypu portalu. Wszystkich prac dokonał on-line. Działa w zespole od maja 2008. Posiada własny biznes, firmę informatyczną. Główny programista, administrator serwera Ea. tester bezpieczeństwa oprogramowania

**Paweł Wróbel** – ukończył Politechnikę Poznańską, inżynier Wydział Elektryczny, kierunek Automatyka i Robotyka. Obsługa języków Pascal, C++, HTML/css/JavaScript/PHP/MySQL, LD. Przy POI od: luty 2008 r., w charakterze: Programista Aplikacji Webowych. PHP, Mysql, Html, Css, administrator serwera.

**Malwina Łuczak** – studentka Wydziału Teologicznego UAM w Poznaniu (kierunek Teologia, specjalność Dialog Społeczny), uczennica Zaocznej Szkoły Policealnej Cosinus w Poznaniu (kierunek Informatyka), doświadczenie w innej pracy: brak, przy POI od: październik 2008 r., wolontariat o charakterze: redaktor tekstów

**Maciej Matysiak** – wieloletni właściciel i dyrektor zarządzający sklepu internetowego i firmy Advis.pl z branży komputerowej. Programista. Technik sieciowy. Wieloletnie zarządzanie zespołem 6-7 osób. W POI od lat finansuje i zajmuje się utrzymaniem hostingu dla prezentacji projektu i poczty.

**Eugeniusz Siedlecki** – programista, informatyk, elektronik. Strona: iq-area.pl. Object Pascal /Delhi, C++, PHP, HTML, CGI , FLASH oraz Javascript. Programuje sklepy internetowe, Portal CMS, Baza danych z wyszukiwarką, Rezerwacja Zasobów przez Internet. Zaawansowana elektronika to druga jego umiejętność. przy POI od: czerwiec 2008 r., programista, administrator serwera, konsultacje.

**Lukas Fast** – Niemcy, wykształcenie informatyczne IT. Elektronik systemowy w Ministerstwie Gospodarki i Technologii w Bonn/Niemcy. Zarządzanie sieciami i integracją systemów, wsparcie informatyczne urzędników., PHP, Mysql, Html, Css.

**Kamil Soliński** – Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu. kierunek: Zarządzanie i marketing, specjalność: Logistyka. W POI: redaktor.

**Krzysztof Mrozek** – Akademia Ekonomiczna Katowice. Wydział finanse i bankowość spec. Rachunkowość. Wyższa szkoła Zarządzania Marketingowego i Języków Obcych w Katowicach, kierunek Zarządzanie i Marketing spec. Rachunkowość i informatyka. W POI: tester funkcjonalności Parku Nazwy

**Artur Strzesak** oraz **Maciej Brewczak** – Akademia Ekonomiczna w Poznaniu; Wydział Ekonomii; kierunek: Ekonomia; specjalność: Polityka gospodarcza i strategia przedsiębiorstw. Dla POI: współpraca w zakresie zarządzania strategicznego, strategii przedsięwzięcia.



**Marek Gralikowski** – Student: Zarządzanie, Dienne, AE Katowice (później specjalność e-biznes), mikropłatności sms, bazy sql, php, html, css, skrypty itp. Dla portalu POI: organizacja i prowadzenie mailingów testowych, banerów graficznych i rotatora strony do pierwszej grupy odbiorców. Modyfikacja parametrów i weryfikacja zachowań użytkowników. Analiza testów. Dodatkowo prowadzenie własnych serwisów internetowych, głównie mailingowo-reklamowych. Tworzenie stron WWW, pisanie skryptów (PHP). Strona: sejfik.com.

**Piotr Ziębakowski** – inżynier budownictwa lądowego: specjalność: Budowa i Eksploatacja Autostrad. Aktualnie : 2 rok studium operatorsko-montażowego przy CK Zamek w Poznaniu. Właściciel firmy "nERAvision" Prezentacje multimedialne, nagrania wideo, klipy filmowe. Zainteresowania: film, dobra muzyka, trening bokerski. Firma nERAvision pracowała między innymi dla: SGB, Halfen, Grześkowiak, Narodowe Centrum Kultury. Dla POI: od połowy 2008, scenografia spotu reklamowego i nagrania Video ze spotkań.

**Firmy współpracujące:**

**ECDF.pl sp. z o.o.** obsługa dotacji unijnej z Poznania i inwestor

**ADVIS.pl** z Poznania, programowanie, grafika i sprzęt

**Stermedia.pl , sp. z o.o.** programowanie i marketing, z Wrocławia

**BIGSET** firma konsultingowa, marketing, PR, obsługuje księgowość firmy SIP.

**Axeleron.pl** – marketing i strategia wdrożenia, w trakcie negocjacji.

**Ikeris.pl** – programowanie, w trakcie negocjacji, Szczecin

**ArtGen.pl** – programowanie, marketing, w trakcie negocjacji., Poznań

**Sofista.pl** – copywriting, Warszawa

**Capitales.pl** – obsługa inwestycji i inwestorów

Współpracownicy współpracujący przy obecnym projekcie SIP posiadają dużą wiedzę na temat systemów umożliwiających automatyzację procesów wymiany informacji. Przyszli pracownicy spółki mają doświadczenie przy projektowaniu i wykorzystywaniu specjalistycznego

oprogramowania bazodanowego oraz posiadają bogate doświadczenie we współpracy z firmami specjalizującymi się w produkcji oprogramowania związanego z zarządzaniem informacją.

W trakcie pracy zawodowej, dla wiodących podmiotów gospodarczych na rynku polskim, zespół Ea poznał specyfikę procesów związanych z zarządzaniem informacją oraz wiedza z zakresu najnowszych technologii, ich definiowania oraz metody analizy technicznej na podstawie zgromadzonych danych.

Projekt stworzenia serwisu Ea dzięki umiejętnościom i wiedzy wyżej wymienionych osób jest możliwy do realizacji z merytorycznego i organizacyjnego punktu widzenia. Na zakres umiejętności i wiedzy pracowników składa się:

- szeroka wiedza z zakresu obsługi/konfiguracji/programowania/modyfikacji systemów bazodanowych związanych z najnowszą wiedzą technologiczną; wiedza z zakresu inżynierii oprogramowania (analiza potrzeb klienta, przygotowywanie planów projektu/specyfikacji wymagań/planów ryzyka);
- wiedza z zakresu budowania i funkcjonalności treści, informacji;

-wiedza z zakresu szeroko rozumianych procesów przekazu informacji, promocji usług, sprzedaży nowych kanałów reklamy i usług.

Wszyscy współpracownicy będą zaangażowani na poszczególnych etapach projektu. Merytoryczna wiedza pozwoli zbudować algorytmy niezbędne do efektywnego, zgodnego z oczekiwaniami użytkowników ustalania optymalnych schematów funkcjonowania informacji, wskazywania koniecznych do podjęcia działań korekcyjnych. Dotychczasowe doświadczenia pozwalają wierzyć, że uruchomienie takiego portalu jest możliwe i że na takie usługi istnieje wysoki popyt. Zapewniona możliwość współpracy z doświadczonymi moderatorami i menadżerami odpowiedzialnymi za poszczególne działy tematyczne, z różnorodnymi specjalizacjami z różnych segmentów produktowych i usługowych, gwarantuje zbudowanie solidnego, godnego zaufania portalu, który ma szansę w krótkim czasie zyskać odpowiednią renomę i zacząć wyznaczać standardy związane z dostarczaniem wiedzy na temat najnowszych technologii.

Twórcy portalu Ea dążąc do idealnego modelu elastycznego dopasowywania kosztów uzyskiwania specjalistycznej wiedzy do popytu na swoje usługi zamierzają ograniczać stałe zatrudnienie personelu do niezbędnych stanowisk: zarządzanie, administracja, kontroling, zespół handlowy. Na różnych etapach rozwoju usług niezbędne będzie (z różną intensywnością) wykorzystanie wiedzy związanej z:

- aktualizacja i przetwarzaniem danych jako przygotowywanie do automatyzacji tego procesu; tworzeniem opisów i specyfikacji tzw. Parków Nazw;
- tworzeniem i przetwarzaniem wiedzy związanej z najnowszymi technologiami;
- monitorowaniem rynku pod kątem nowych przepisów prawnych;
- pozyskiwaniem od firm badawczych szczegółowych, aktualnych danych o procesach związanych z wdrażaniem nowych technologii;
- nadzorem i konserwacją systemu informatycznego;
- wprowadzaniem aktualizacji oraz rozszerzeń niezbędnych w związku z rozwojem rynku, zmian przepisów itd.

W strukturze organizacyjnej brak jest jednak wyodrębnionych stanowisk specjalistów z zakresu sprzedaży usług firmy oraz osoby, która zadba o właściwe finansowanie, rozliczanie kosztów oraz przygotowanie właściwych cen na produkty firmy. Zalecane jest stworzenie stanowiska pracy dla menadżera marki (odpowiedzialność za realizację strategii marketingowej zorientowanej na rozwój, znajomość zmieniających się potrzeb klientów, działań konkurencji, budowanie kapitału marki itd.). W celu usprawnienia działalności firmy należy wykorzystać procesowe podejście do opracowania map procesów realizowanych w przedsiębiorstwie.

Firma jest nowym podmiotem gospodarczym jako przedsiębiorstwo nie posiada obecnie skryształizowanej struktury organizacyjnej dlatego warto uwzględnić stanowisko menadżera marki w powstającej strukturze. Ponadto, osoby zaangażowane w realizację celów strategicznych firmy są wykwalifikowanymi specjalistami posiadającymi długoletnie doświadczenie z zakresu e-biznesu, informatyki czy programowania, a osoby współpracujące w ramach spółki, posiadają szeroką

wiedzę merytoryczną w zakresie powstającego portalu Ea. W związku z powyższym realizacja budowy portalu Ea ma w dużej mierze zapewnioną odpowiednią kadrę osobową, która ma szansę na osiągnięcie strategicznego celu przedsiębiorstwa.

## **6. Klienci oraz rynki zbytu**

Grupa docelowa nie jest ściśle określona – jest ona zmienna do czasu ustabilizowania się portalu w sieci. Pierwszą grupą odbiorców będzie grupa inicjatywna, która przyczyni się do wdrożenia portalu do sieci. W kolejnym etapie będzie to grupa budująca treść, która z kolei przyciągnie kolejną grupę osób szukających informacji. Jeszcze inna grupa przyciągnie reklamodawców i szeroko pojętą grupę przedstawicieli biznesu. Dla każdej z tych grup będzie przygotowany odrębny przekaz, funkcjonalności, atrakcje i korzyści z uczestnictwa. Dlatego też, dopiero po ustabilizowaniu się portalu w sieci będzie możliwe wyróżnić trzy główne grupy docelowe, które pełnią odrębną rolę w projekcie i kierują się innymi potrzebami: Internauta – użytkownik masowy – korzystający z zasobów portalu, biznes – reprezentowany przez firmy jako anonimowi użytkownicy oraz fizyczne osoby związane z portalem układem biznesowym lub wykorzystujące portal w biznesowych celach, Administracja, III sektor, instytucje, szkolnictwo, urzędy, itp.

Najważniejszym i najliczniejszym Klientem jest grupa Internautów - Użytkowników. Istotą uczestnictwa tej grupy docelowej jest „spotkanie” z innym Użytkownikiem, nawiązanie kontaktu, wymiana informacji lub podjęcie, dobrowolnie ku własnemu zadowoleniu, wspólnego działania. Podstawowe produkty dla tej grupy użytkowników to m.in. dostęp do posortowanej ludzką ręką informacji oraz dostęp do zwyczajowych wyników wyszukiwania np. Google, wysoka interaktywność: ocena, punktacja, komentowanie – treści, opiekuna, reklamy, właściciela nazwy, łatwa publikacja i szukanie w jednym miejscu Internetu, ułatwienia dla starszych i telewizzów w wejściu w Internet, udział w licznych konkursach, możliwość uzyskania odpowiedzi, porady specjalisty, bezpieczeństwo dla własnych dzieci w korzystaniu z Internetu, nawiązywanie



kontaktów tematycznych, branżowych.

Z kolei użytkownik biznesowy jest mniej liczny od Internauty ale posiada istotną cechę: jest głównym płatnikiem, jest źródłem dochodu portalu. Z tego też powodu konstrukcja portalu jest podporządkowana również temu jednemu celowi – utrzymania korzyści dla biznesu. Użytkownik biznesowy może być zainteresowany samodzielnym podjęciem uczestnictwa w portalu jednak aby przyspieszyć ten proces należy posłużyć się aktywnością Internauty w pozyskaniu uczestnika biznesowego do portalu. Podstawowe produkty dla użytkownika biznesowego to m.in. wizytówka firmowa, wizytówka produktu lub/i usługi, wizytówka marki, łatwe wejście w Internet, budowa wiarygodności wobec konsumenta i kontrahenta, nawiązywanie kontaktów w branży, handel i wykorzystanie posiadanych zasobów, wymiana barterowa, narzędzia promocji.

Natomiast podstawowe produkty dla użytkownika Instytucjonalnego to m.in. wizytówka urzędu i pokoju urzędu, budowa wiarygodności wobec petenta i kontrahenta, łatwe wejście w Internet, ułatwiony wstępny kontakt z petentem, pozyskiwanie źródeł finansowania, wymiana barterowa usług, kontakt wewnętrzny administracji oraz ze szczególnym uwzględnieniem III sektora, pozyskiwanie zwolenników reprezentowanej idei i działalności – funkcje głosowania, pozyskiwanie źródeł finansowania, wymiana barterowa usług.

Ze względu na fakt, iż klientami serwisu będzie około 80% Internautów, należy jeszcze dokładniej określić wszystkich klientów docelowych. Wiąże się to ze zróżnicowaniem oferty na określone nisze rynkowe, maksymalnym poszerzeniem linii produktów pod względem *szerokości* (zróżnicowania oferowanych produktów), *długości* (liczby/rozmiarów oferowanych produktów), *głębokości* (np. specjalnych/unikalnych rozwiązań dla konkretnych Klientów, którzy oczekują wyróżnienia się spośród innych użytkowników). Ponieważ potencjalni klienci firmy będą stanowili niejedolitą grupę oraz będą różnić się między sobą wrażliwością na oferowane usługi, pogłębiona segmentacja rynkowa umożliwi rozwijanie różnych strategii oferowanych usług i zwiększenie zainteresowania produktami firmy.

Istotny w początkowej fazie działalności będzie wybór pierwszych segmentów docelowych oraz sposobu pozycjonowania produktów w stosunku do konkurencji. Kluczowe są odpowiedzi na strategiczne pytania: kim są klienci obecni, a jacy będą klienci jutra? Bez odpowiedzi na te pytania będzie bardzo trudno firmie dopasować się do nowych segmentów i wymagań związanych z dystrybucją oferowanych obecnie produktów.

## **Rozdział III – Analiza danych**

### **1. Analiza konkurencyjności firmy**

Szczególne miejsce wśród czynników warunkujących konkurencyjność przedsiębiorstw zajmują innowacje. Decydują one nie tylko o tempie i kierunkach rozwoju gospodarczego, ale też w znacznym stopniu wyznaczają formy i strukturę międzynarodowej współpracy przedsiębiorstw.

W przypadku firmy SIP sp. k. tempo i zakres kreowania oraz wdrażania innowacji w postaci portalu zadecyduje o jego przewadze konkurencyjnej. Satysfakcjonująca jakość portalu w postaci dobrze opracowanych Parków Nazwy oraz właściwe dostosowanie do potrzeb ostatecznych odbiorców produktu umożliwi osiągnięcie znacznej przewagi konkurencyjnej.

Szybkie wdrożenie relatywnie nowego produktu w postaci Parku Nazwy umożliwiającego dostęp do aktualnej i praktycznej informacji, przy obecnej konkurencji skupionej wokół zupełnie innych funkcjonalności umożliwi osiągnięcie wysokiej rentowności inwestycji. Powodzenie wdrożenia innowacyjnej technologii na skalę światową da firmie strategiczną przewagę konkurencyjną. Ważne jest jednak, aby:

- przewaga dotyczyła parametru, który w oczach przyszłych klientów jest ważny (poprzez dostosowanie parametrów portalu do wymagań klientów);
- była zauważona przez klientów (poprzez stałe informowanie Klientów o przewadze);
- musi być możliwa do utrzymania, czyli trudna do podrobienia dla konkurencji.

Przekazane przez firmę SIP sp.k. dane wskazują na realną możliwość osiągnięcia przez przedsiębiorstwo strategicznej, czyli stabilnej przewagi konkurencyjnej.

Inwestycją firmy SIP Sp. k. jest wprowadzenie na rynek nowej formy wymiany informacji o znaczącym potencjale rynkowym. Stworzenie portalu Ea będzie nową formą przekazania wiedzy związanej ze wszystkimi aspektami życia człowieka.

Strategia Firmy SIP to nie zastępowanie i w ostateczności eliminacja istniejących funkcjonalności w sieci, ale współpraca i łączenie istniejących zasobów, ich twórców i serwisów je dotychczas utrzymujących. Dzięki temu w dużym stopniu wyhamowane będą działania potencjalnych konkurentów gdyż oni sami zamiast walczyć będą mogli zająć w portalu Ea swoje miejsce.

Mając na uwadze powyższe należy zauważyć, że przede wszystkim konkurencją portalu EA będą:

- a) wyszukiwarki internetowe – zagraniczne takie jak Google, Yahoo itp. tym specjalistyczne jak np. Shvoong, Mahalo oraz polskie Netsprint,
- b) internetowe encyklopedie – Wikipedia, encyklopedia PWN itp.
- c) portale tematyczne, wymiany informacji i społecznościowe - Spryciarze.pl Wykop itp., Myspace.

Punktem wyjścia do analizy innowacyjności POI jest przyjęcie pozycji przeciętnego, normalnego, nieprzeintelektualnionego użytkownika, a takich jest 90%. Korzystają oni najchętniej z serwisów YouTube, Nasza-Klasa, Gadu-Gadu i chętnie wchodzi na serwisy plotkarskie: pudelek.pl. Niektórzy chętniej edytujący budują swoją stronę osobistą lub galerię foto na znanych portalach jak Myspace.com, Flickr.com i polskich odpowiednikach. Są też tacy użytkownicy, którzy komentują krótko różne zdarzenia, artykuły w znanych portalach informacyjnych. Co ciekawe wyszukiwarką Google nie posługują się zbyt chętnie, ponieważ po otrzymaniu pierwszych wyników nie są zainteresowani skomplikowaną reedycją ponownego zapytania. Jeśli chodzi o wiedzę korzystają z Wikipedii, ale jej nie współedytują. Dlatego, POI jest odpowiedzią na ich potrzeby i spełnia ich oczekiwania co do funkcjonalności.

**Tabela 2: Porównanie potencjalnej konkurencji firmy SIP Sp. k.**

| Konkurencja                                         | Oferta konkurencji w kontekście oferty portalu EA                                                                 | Zalety portalu EA                                                  |
|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Wyszukiwarki oparte na analizie topologii sieci, na | Możliwość zapewnienia użytkownikom sieci swobodnego dostępu do informacji w Internecie poprzez przeszukanie stron | Wyszukanie zawsze praktycznej i aktualnej informacji. Zaoferowanie |



|                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| analizie treści strony<br>- Google<br>- Yahoo<br>- Netsprint | WWW. Często problem ze sprawnym znalezieniem informacji praktycznej i aktualnej. Wynikiem szukania jest lista automatycznie wysortowanych linków do stron z zasobami.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | nowych funkcjonalności w stosunku do typowych wyszukiwarek. Wynikiem szukania jest strona tematyczna, z linkami, fotkami, komentarzami, może być                                                                                                               |
| Wyszukiwarki „tematyczne”<br>- Mahalo.com                    | Tzw. <b>human search engine</b> , czyli wyszukiwarka bazująca na pracy ludzi a nie "robotów" (wyszukiwarka jest jednym z komponentów). Możliwość gratyfikacji finansowej za współpracę. Istnieje od wiosny 2007, MAhalo nie określa aktywnych użytkowników wymagając od wszystkich podobnego udziału w tworzeniu merytorycznego kontentu. Pozostałe:<br>- brak jakiegokolwiek edycji przez użytkownika z zewnątrz.<br>- wypełnienie niszy jedynie w 10%<br>- ograniczona komunikacja wewnętrzna<br>- brak funkcji oceny z zewnątrz<br>- brak skórek graficznych<br>- strona główna przygniata przeciętnego użytkownika<br>- sztywny interfejs<br>- puste przestrzenie po bokach<br>- strona tematyczna zbyt obszerna dla masowego użytkownika.<br>- jedna wersja językowa (j.angielski) | Podobne lub alternatywne funkcjonalności portalu EA: jest ich znacznie więcej, użytkownik ma możliwość wyboru tych optymalnych, lub najczęściej używanych, inne są zamknięte.                                                                                  |
| Internetowe encyklopedie – Wikipedia,                        | Budowanie kontentu poprzez zaangażowanie internatów w tworzenie aplikacji nie stricte rozrywkowej. Poziom merytoryczny blokuje udział większej grupy docelowej. Wysoka wartość merytoryczna artykułów jest mało praktyczna w biznesie, zakupach, pracy. Brak odpłatności blokuje tworzenie treści i zaangażowanie. Ryzyko nadużyć przeistoczenia rzeczywistości ze strony osób zmieniających treść informacji gdyż                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | - portal EA jest bazą informacji praktycznej i aktualnej - nie ma realnego tematu, który nie mógłby znaleźć miejsca<br>- stałe miejsce odniesienia dla aktywnego opiekuna Parku Nazwy i użytkownika portalu<br>- platforma komunikacji pomiędzy użytkownikami, |





|                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                        | <p>chodzi o Wiedzę, definicje.<br/>Pozostałe cechy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- utrzymuje się z datków - to niepewne źródło finansów i docelowo wymaga ciągłych zabiegów promocyjnych</li> <li>- błędy w licznych artykułach</li> <li>- skomplikowana edycja</li> <li>- wysoki poziom merytoryczny i stylistyczny wymagany od redagującego</li> <li>- prezentacja informacji przytłaczająca przeciętnego użytkownika ale zazwyczaj wyczerpująca</li> <li>- nie opisuje wydarzeń niesformalizowanych, mniejszych aktywności, pomysłów niezrealizowanych</li> <li>- opisuje tylko wybrane produkty, usługi, tylko największe marki i firmy</li> <li>- brak bezpośredniego odniesienia do potrzeb użytkownika i redaktora</li> <li>- brak bezpośredniego odniesienia do potrzeb społeczeństwa</li> <li>- brak oficjalnego miejsca dla użytkownika w portalu, profil</li> <li>- brak aktywnej platformy współpracy użytkowników w zakresie przeznaczenia portalu</li> <li>- brak konotacji z biznesem, administracją i instytucjami</li> </ul> | <p>biznesem, administracją i instytucjami.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wspólne zarządzanie portalem</li> </ul> |
| <p>Portale specjalistyczne jak</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schvoong</li> <li>- Google Knol</li> </ul> | <p>Shvoong.com - portal streszczeń i recenzji, za które można otrzymać gratyfikację finansową. Istnieje kilka lat, portal niszowy</p> <p>Google Knol - usługa kierowana do specjalistów z intencją powstania bazy danych artykułów podobnych do Wikipedii, niszowy portal. Brak specjalizacji w obrębie tematu blokuje praktyczność.</p> <p>Pozostałe:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wolne od reklamy</li> <li>- artykuły na wysokim poziomie</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <p>j.w.</p>                                                                                                                     |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- trudna nawigacja wyszukiwanie odpowiedniej informacji</li> <li>- trudność w znalezieniu odpowiedzi</li> <li>- strony zawierają zbyt dużo tekstów</li> <li>- każdy tekst inaczej sformatowany</li> <li>- rozwija się praktyczne tylko w języku angielskim</li> <li>- tylko jeden interfejs</li> <li>- tylko dla wybranej grupy odbiorców, mało uniwersalny</li> </ul> |  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

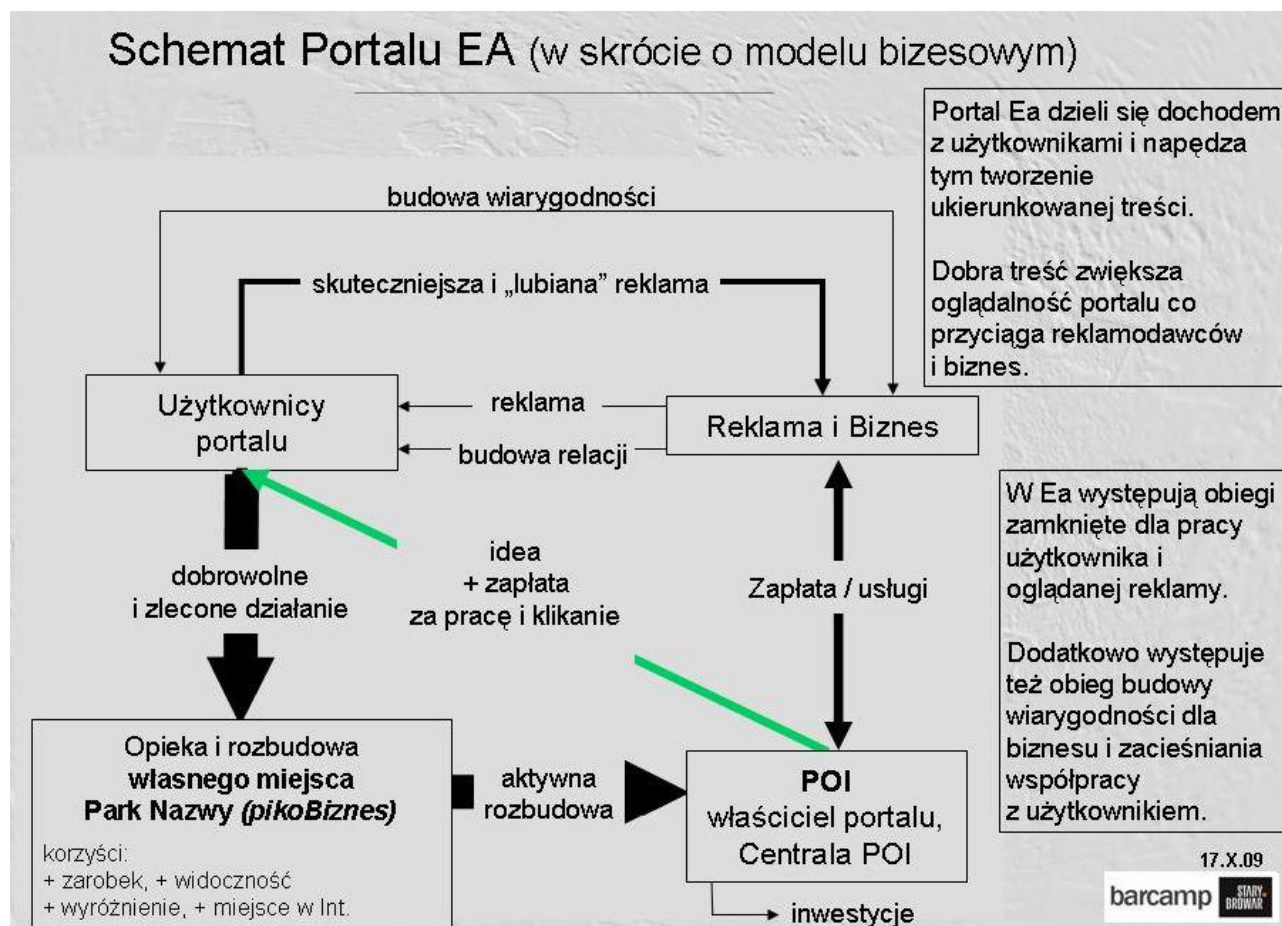
Analizując konkurencję, twórcy portalu EA chcą wyeliminować wady i ryzyka konkurentów tworząc nową formę przekazania wiedzy jak najbardziej aktualnej i sprawdzonej z aktywnym udziałem przeciętnego i najliczniejszego użytkownika Internetu.

Pozycja konkurencyjna projektu jest umiejscowiona pomiędzy funkcjonalnościami wyszukiwarek internetowych oraz encyklopedii internetowych jak np. Wikipedia. Jednak docelowym założeniem jest nadrzędne (i równoległe) funkcjonowanie w stosunku do przedstawionych konkurentów.

Dochody wyszukiwarki Google w 97% opierają się o linki sponsorowane umieszczane w wynikach wyszukiwania, dlatego portal Ea, który oferuje alternatywne systemy będzie stanowić konkurencję. Właściciele Google nie są zainteresowani zmianą funkcjonalności portalu. Podobny krok Google starał się uczynić realizując przedsięwzięcie pod nazwą Knol. Knol jednak nie odniósł sukcesu. Wikipedia natomiast nie zostałaby Wikipedią gdyby zaoferowała reklamę na swoich stronach.

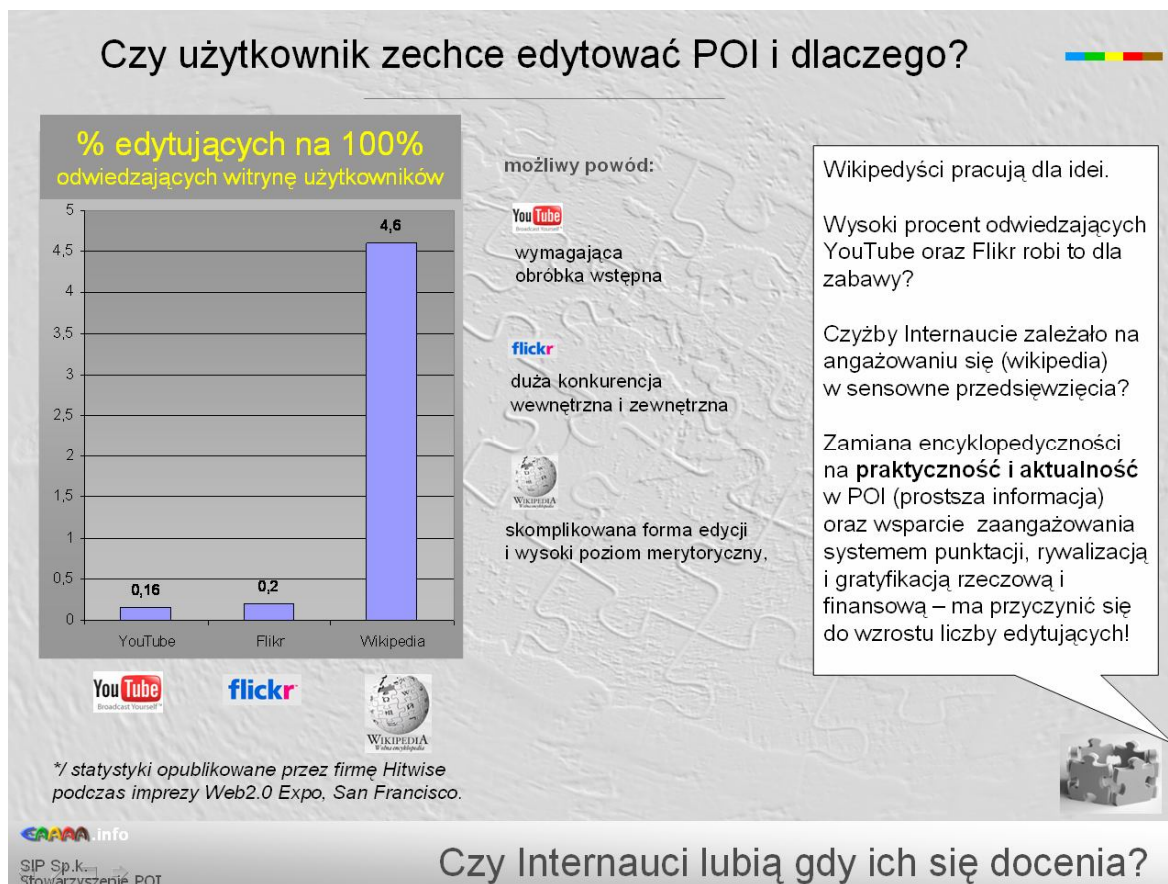
Porównując portale konkurencyjne należy stwierdzić, że brak w nim jednej platformy odniesienia do treści w danym temacie. O ile w przypadku treści encyklopedycznej istnieją takie platformy jak np. Wikipedia, tak w odniesieniu do informacji praktycznej i aktualnej takiej platformy brakuje. Portal Ea spełnia oczekiwania licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich aspektów życia człowieka. Każde słowo lub temat (podobnie jak np. w Wikipedii) będzie miało swoją reprezentatywną stronę - tzw. Park Nazwy - jednak charakter

zgromadzonej treści będzie ograniczony do krótkich informacji i przede wszystkim tej najbardziej poszukiwanej; praktycznej i aktualnej. Słowa praktyczne i aktualne związane będą z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach.



**Rys 2. W Ea występują zamknięte obwody przepływu pieniądza i informacji. Taki układ wspiera kontynuację uczestnictwa, na której bazie możliwa jest perspektywiczna współpraca i rozwój portalu.**

POI proponuje internautom zupełnie nowy sposób budowania stron, pozyskiwania i dochodzenia do informacji. Analizując strategie i sposób wejścia na rynek warto posłużyć się firmami prekursorami będącymi bezpośrednią konkurencją portalu Ea, które pokazują jak długi czas należy zakładać na przebicie się do szerokiej świadomości internautów ze świadomością funkcjonowania nowej użyteczności/ struktury logicznej w Internecie, która proponuje nowe użyteczności.



**Rys 3. Wykres pokazuje procent użytkowników edytujących treść w stosunku do wszystkich odwiedzających dany portal. Liczby te potwierdzają psychologiczną prawdę, że człowiek „potrzebuje być potrzebny” - inaczej w społeczeństwie stacza się na margines.**

Konsultanci Krajowej Sieci Innowacji w wyniku audytu stwierdzili, że rozwój firmy w dużym stopniu zależy dobrej organizacji przedsięwzięcia i szeroko zakrojonej promocji projektu. Wiedza oraz doświadczenie pracowników w firmie rokuje duże nadzieje na dynamiczny rozwój projektu.

## 2. Kluczowe czynniki sukcesu firmy

Analiza kluczowych czynników sukcesu to metoda analizy potencjału strategicznego organizacji. Przedstawiona poniżej w tabeli analiza firmy SIP Sp. k. koncentruje się na tych zasobach organizacji, które przyczyniają się do jej rozwoju i konkurencyjności względem innych

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

organizacji. Te zasoby są określane mianem kluczowych czynników sukcesu. To one wskazują według konsultantów Krajowej Sieci Innowacji silne i słabe strony firmy, a także warunkują jej możliwości rozwojowe.

Analiza kluczowych czynników sukcesu zbudowana została zgodnie z zasadą „20 do 80”, która mówi, iż 20% czynników w 80%, odpowiadają za sukces czy porażkę firmy. To właśnie te czynniki, opracowane na podstawie danych dostarczonych przez firmę oraz wizyty, zostały przedstawione w poniższej tabeli i zostały poddane dokładnej analizie.

**Tabela 3: Punktowa ocena kluczowych czynników sukcesu firmy**

| <b>Punktowa ocena kluczowych czynników sukcesu firmy</b>         |            |                                                                      |                                   |                                            |
|------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------------|
| Kluczowe czynniki sukcesu                                        | Waga (1-3) | Ocena firmy w kontekście wdrożenia nowej technologii - obecnie (1-5) | Wartość ważona (firma SIP Sp. k.) | Wartość ważona (wzorcowy konkurent – 100%) |
| 1. Kwalifikacje i umiejętności zespołu                           | 3          | 4                                                                    | 12                                | 15                                         |
| 2. Dostęp do środków finansowych                                 | 3          | 3                                                                    | 9                                 | 15                                         |
| 3. Wysoka jakość portalu dostosowana do potrzeb odbiorców        | 3          | 4                                                                    | 9                                 | 15                                         |
| 4. Poziom organizacji i zarządzania                              | 2          | 3                                                                    | 6                                 | 10                                         |
| 5. Właściwa promocja projektu – efektywność dotarcia do klientów | 2          | 4                                                                    | 8                                 | 10                                         |
| <b>Ogólna ocena</b>                                              |            |                                                                      | <b>44</b>                         | <b>65</b>                                  |



**Ad. 1** Kwalifikacje zespołu – Osiągnięcie sukcesu w przypadku firmy SIP Sp. k. uwarunkowane jest w dużej mierze od stworzenia właściwego zespołu projektowego. Należy zadbać o odpowiednią strukturę zespołu, wyszkolenie pracowników oraz dobrą integrację zespołu. Szczegół w strukturze powinny być obsadzane według doświadczenia zawodowego i decydujących kwalifikacji i umiejętności. Nadrzędną rolę powinien pełnić kierownik projektu odpowiedzialny za reprezentowanie firmy na zewnątrz i podejmowanie strategicznych decyzji. Niezbędne jest zatrudnienie pracownika administracyjnego, copywritera, programistów, grafików, pracowników on-line, specjalisty ds. księgowości. Konsultanci Krajowej Sieci Innowacji rekomendują zatrudnienie również osób odpowiedzialnych za promocję projektu oraz nawiązywanie kontaktów z zainteresowanymi współpracą podmiotami.

**Ad. 2** Dostęp do środków finansowych – W celu wdrożenia i rozwoju projektu niezbędny jest dostęp do kapitału. Obecnie posiadane lub zakontraktowane środki finansowe nie pozwalają na sfinansowanie inwestycji w stopniu możliwym do pełnego rozwoju projektu. Z tego względu niezbędne jest pozyskanie dodatkowego kapitału – o możliwościach pozyskania kapitału szerzej mowa w rozdziale V Potencjalne źródła finansowania inwestycji.

**Ad 3.** Funkcjonalność portalu musi w jak najwyższym stopniu odpowiadać potrzebom odbiorców. Portal Ea spełnia oczekiwania tej licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich spraw człowieka dających się wyrazić słowem. Każde słowo lub temat (podobnie jak w Wikipedii) ma swoją reprezentatywną stronę – Park Nazwy - jednak charakter zgromadzonej treści jest ograniczony do krótkich informacji i tej najbardziej poszukiwanej, praktycznej i aktualnej. Słowa praktyczne i aktualne związane są z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach itp.

Aby sprostać powstaniu takiej e-Usługi mającej wymiar praktyczny i aktualny należało utworzyć na tyle dynamiczną strukturę opartą o technologicznie najnowsze rozwiązania i zmotywowaną pracę człowieka aby platforma ta była w stanie spełnić swoje zadanie i sprostać konkurencji dotychczasowych przyzwyczajień. Ostatecznie prezentujemy wielowątkową „e-usługę” mającą znamiona nowego medium i osadzoną w dynamicznym środowisku zmieniających się treści

i ruchów użytkownika jakim jest Internet. Z punktu widzenia rozwojowego projektu następujące funkcjonalności mają największy wpływ na projekt:

- Zawsze wiarygodna, aktualna i praktyczna informacja zawarta w Parkach Nazw;
- Możliwość uzupełniania kontentu przez użytkowników wynagradzanych za swoją pracę (wpisywane komentarze, uwagi, linki, fotki);
- Budowa Parków przez użytkowników – Opiekunów Parków Nazw;
- Systemy oceny, punktacji dotyczącej kontentu tworzonego przez Opiekuna Parku Nazwy;
- Określenie waluty wewnętrznej projektu w systemie punktacji docelowo wymiennej na realny pieniądz lub towar;
- Szata graficzna portalu (własny, rozpoznawalny wizerunek).

**Ad. 4.** Poziom organizacji i zarządzania. Projekt dzięki umiejętnościom i wiedzy osób jest możliwy do realizacji z merytorycznego i organizacyjnego punktu widzenia. Na zakres umiejętności i wiedzy pracowników składa się:

- Szeroka wiedza z zakresu obsługi/konfiguracji/programowania/modyfikacji systemów bazodanowych związanych z najnowszą wiedzą technologiczną;
- Wiedza z zakresu inżynierii oprogramowania (analiza potrzeb klienta, przygotowywanie planów projektu/specyfikacji wymagań/planów ryzyka);
- Wiedza z zakresu budowania i funkcjonalności treści, informacji;
- Wiedza z zakresu szeroko rozumianych procesów przekazu informacji.

Merytoryczna wiedza pozwala zbudować algorytmy niezbędne do efektywnego, zgodnego z oczekiwaniami użytkowników ustalania optymalnych schematów funkcjonowania informacji, wskazywania koniecznych do podjęcia działań korekcyjnych. Dotychczasowe doświadczenia pozwalają wierzyć, że uruchomienie takiego portalu jest możliwe i że istnieje na takie usługi określony popyt. Zapewniona możliwość współpracy z doświadczonymi menadżerami



odpowiedzialnymi za poszczególne działy tematyczne, z różnorodnymi specjalizacjami z różnych segmentów produktowych i usługowych gwarantuje zbudowanie solidnego, godnego zaufania portalu, który ma szansę w krótkim czasie zyskać odpowiednią renomę i zacząć wyznaczać standardy związane z dostarczaniem wiedzy na temat najnowszych technologii.

**Ad. 5.** Właściwa promocja projektu – efektywność dotarcia do klientów. Biorąc pod uwagę specyfikę portalu oraz jego innowacyjność, w pierwszym okresie funkcjonowania (6 miesięcy), portal w celu swojego rozwoju powinien kierować będzie działania promocyjne do ludzi młodych (18-30 lat). W późniejszym okresie (po 6 miesiącach), akcja promocyjna powinna ulec zmianie. W tym okresie powinna ona poza wspomnianą wcześniej grupą skupić się także na:

- osobach powyżej 30 roku życia będących użytkownikami Internetu;
- osobach nie będących dotąd użytkownikami Internetu.

Strategia marketingowa ma zatem na celu, nie tylko przyciągnięcie użytkowników korzystających do tej pory z substytutów ale także wskazanie oraz aktywizację zupełnie nowych osób, którzy dotychczas nie korzystali z Internetu poprzez wskazanie łatwości dostępu do informacji.

Cele marketingowe, zostały określone na poziomie:

- Zbudowanie świadomości istnienia portalu, wśród ludzi młodych, będących pierwszymi użytkownikami portalu na poziomie 50% końca 2010;
- Osiągnięcie udziału w rynku na poziomie 10% w ciągu pierwszego roku funkcjonowania.

Na sukces niniejszego projektu, na liczbę klientów, na przychody spółki w bardzo dużym stopniu wpłyną działania marketingowe prowadzone od momentu uruchomienia nowej e-usługi.

Biorąc pod uwagę, że portal będzie medium Internetowym główny nacisk firma położy na promocję w Internecie – reklamę banerową na innych serwisach, reklamę w wyszukiwarkach np. Google.

Podstawową i niskobudżetową formą promocji Portalu jest sam użytkownik zainteresowany promocją swojego unikalnego w skali języka polskiego Parku Nazwy. Za pomocą wysoce skutecznego dla portali społecznościowych marketingu szeptanego (tzw. Marketing wirusowy) użytkownik portalu będzie zatem kierował pośrednio informację o portalu do rodziny, znajomych, kolegów z pracy rozwijając i ugruntowując kontakty typowo towarzyskie jak i tematyczne, czy zawodowe. W ten sposób będzie rosła liczba użytkowników, a wraz z nimi ilość treści przez nich opracowywanej. Dla najaktywniejszych użytkowników przewidziana jest zapłata.

Portal Ea będzie też promowany w innych mediach przy tematyce, która dotyczyła będzie charakteru działalności portalu (prasa, radio). Będzie też obejmował patronaty medialne nad różnego rodzaju akcjami, to dodatkowa propagacja portalu. Bardzo istotne będą działania Public Relations (obecnie bardzo skuteczna forma promocji) - firma zamierza współpracować z TV, przy produkcji programów technologicznych: obecnie takie programy prowadzą media: TVP, TVN24, TVN Turbo, TV4, Telewizja Biznes. Współpracownicy będą się wypowiadać w radio jako eksperci, organizować różne plebiscyty np. na najlepszy produkt roku, a wyniki takich plebiscytów ogłaszać szeroko w mediach na zasadzie informacji prasowych jak i samym portalu w Parkach Nazw.

### 3. Analiza SWOT

Analiza SWOT jest elementem analizy strategicznej, propozycją systematycznej i wszechstronnej oceny zewnętrznych i wewnętrznych czynników określających kondycję bieżącą i potencjał rozwojowy firmy.

Nazwa SWOT jest akronimem angielskich słów Strengths (mocne strony), Weaknesses (słabe strony), Opportunities (szanse w otoczeniu), Threats (zagrożenia w otoczeniu) i jest efektywną metodą identyfikacji słabych i silnych stron organizacji oraz badania szans i zagrożeń, jakie stoją przed organizacją. W analizie SWOT z jednej strony badamy zasoby firmy (czynniki wewnętrzne), a z drugiej wpływ otoczenia na ich wykorzystanie (czynniki zewnętrzne). Analiza zasobów wskazuje mocne strony firmy i słabe strony. Analiza wpływu otoczenia umożliwia

wygenerowanie z otoczenia bliższego i dalszego szans rozwoju firmy, maksymalnego wykorzystania jego mocnych stron oraz minimalizację zagrożeń hamujących ten rozwój. Analiza części zasobów firmy została przeprowadzona w odniesieniu do istotnych kwestii dotyczących aspektów analizy zasobów najgroźniejszych konkurentów. Analiza SWOT wskazuje na potrzebę wykorzystania szans i mocnych stron firmy dla przeciwdziałania zagrożeniom oraz słabym stronom firmy. Jednocześnie należy zwrócić uwagę na fakt w jaki sposób wykorzystać silne strony firmy aby zrealizować szanse jakie stoją przed przedsiębiorstwem, oraz jak niwelować słabe strony aby uniknąć zagrożeń. Analiza SWOT dla SIP została dokonana na podstawie formularza samooceny firmy oraz wizyty w siedzibie firmy w dniu 15 lutego 2010 roku.

**Tabela 4. Mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia firmy SIP Sp. k.**

| Mocne strony                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Słabe strony                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Portal wnosi <b>nową wartość do Internetu</b> , głównie poprzez zebranie użytecznych informacji w jednym miejscu i <b>nową rolę Internauty</b> . Pełni funkcje informacyjno-opiniotwórczo- edukacyjno- zarobkowo-kontaktową. Nie ma odpowiednika w sieci. POI wprowadza wiele nowych rozwiązań związanych z indywidualną pracą: z informacją linki, teksty multimedia dla siebie i na rzecz innych. Cała struktura opiera się o <b>Park Nazwy – e-gazetkę</b> w dowolnym ale ściśle określonym temacie. Gromadzona jest praktyczna i aktualna informacja (odróżnienie od Wikipedii, gdzie dostępna jest jedynie inf. encyklopedyczna). Na bazie Parku Nazwy możliwe jest <b>zarabianie w POI</b> co w związku ze skalowalnością projektu | <b>Nieznana marka</b> - wchodząc na rynki, zarówno polski jak i zagraniczny, firma nie posiada wyrobionej marki. Aby temu przeciwdziałać firma musi przeznaczyć duże środki na promocję, nawiązanie kontaktów dochód będzie przeznaczać na promocję oraz zwiększanie wartości swojej marki. |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>przyczynia się do powstania powszechnej platformy zarabiania. Projekt ma wiele aspektów biznesowych i prospołecznych. Jest też portalem rozrywkowym do spędzania czasu.</p>                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <p>Projekt POI to nie tylko kolejny portal ale również i <b>system do budowy następnych usług i portali. System POI integruje w dużej mierze istniejące e-usługi.</b></p>                                                                                                                                                    | <p><b>Obecnie ograniczony dostęp do użytkowników oraz zasobów technologicznych</b> – rozwiązaniem będzie pozyskanie dodatkowego finansowania. obecnie firma ma zapewnione środki na realizację prac zgodnie z projektem (środki własne i kredyt bankowy). Dysponuje jednak ograniczonymi środkami na promocję na szeroką skalę. Aby pozyskać środki na promocję i dynamiczny rozwój firma musi pozyskać dodatkowe środki od Inwestora.</p>                                                    |
| <p>Projekt oferuje <b>wiele atrakcyjnych usług</b> dla masowego Internauty i Biznesu w połączeniu Internauty z biznesem B2C, również B2B. Jednocześnie poprawia kondycję i pozycję przeciętnego Internauty w sieci, uaktywnia rynek promocji i reklamy dla MSP i mikrofirm oraz tworzy nowy poziom biznesu w Internecie.</p> | <p><b>Brak wykwalifikowanej kadry kierowniczej i częściowo wykonawczej</b> – wiedza ta systematycznie zostanie poszerzona poprzez uczestnictwo w kursach i konferencjach na temat zarządzania, biznesu i marketingu. Konieczny będzie zakup usług doradczych w tym obszarze lub zatrudnienie wykwalifikowanego personelu. W trakcie realizacji projektu spółka zamierza współpracować z instytucjami otoczenia biznesu, kancelariami prawnymi oraz z kancelariami rzeczników patentowych.</p> |
| <p>Projekt jest <b>trudny do skopiowania</b> w części a prawie niemożliwy w całości. Jest dobrze</p>                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| przemysłany.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Opracowany model finansowy przedsięwzięcia wykazuje duże zyski, co oznacza, że projekt jest <b>atrakcyjny dla Inwestorów.</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Szanse</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <b>Zagrożenia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <p><b>Wzrost gospodarczy, wzrost ilości użytkowników Internetu</b> - Wzrost gospodarczy generuje pozytywne zjawiska niemal w każdym aspekcie gospodarki. Teoretycznie poprawia kondycję finansową przedsiębiorstw, powoduje rozwój gospodarki, zwiększenie ilości firm, itp. Pośrednio wzrost gospodarczy poprawia kondycję finansową obecnych reklamodawców i zwiększa liczbę potencjalnych, którym projekt EA jest również dedykowany. Coraz więcej osób w Polsce i na świecie posiada dostęp do Internetu. Są to osoby coraz młodsze. Wzrost liczby osób korzystających z sieci będzie większy, niż sam przyrost osób nowoprzyłączonych, ponieważ obniża się granica wieku korzystających z Internetu. Przyłączeni, ale dotąd niekorzystający (dzieci, młodzież, ludzie starsi mieszkający z własnymi dziećmi), coraz silniej wkraczają w środowisko internautów i zwiększają potencjalną liczbę odbiorców</p> | <p><b>Możliwość pojawienia się nowych konkurentów oraz szybkiego skopiowania projektu</b> - Niskie bariery wejścia do sektora i jego atrakcyjność powodują, że zagrożenie ze strony nowych konkurentów jest ogromne. Zagrożenie to potęguje łatwość kopiowania istniejących pomysłów. Sektor internetowy umożliwia szybkie kopiowanie zrealizowanych projektów, m.in. ze względu na stosunkową homogeniczność technologii, czy łatwość dostępu do danych rozwiązań.</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Jest skalowalny, rozwiązuje wiele problemów społecznych, lokalnych, zaspokaja potrzeby, ułatwia korzystanie z obcojęzycznych zasobów</b></p> <p>- Kultura oraz społeczeństwo zmieniają się, idąc w kierunku interakcji z innymi na poziomie wirtualnym, w Internecie. Ludzie przenoszą własne relacje i kontakty z innymi w świat Internetu. W świecie konsumpcjonizmu, w którym tempo życia jest bardzo duże, ludzie często nie mają ochoty spotykać z innymi w „realu”. Internet daje im władzę nad czasem i miejscem interakcji, spotkania. Poza tym sieć staje się często jedynym miejsce, gdzie, anonimowy i niewyróżniający się niczym w codziennym życiu człowiek, może zaistnieć. Dodatkowo należy wspomnieć o pewnym odwróceniu od potentatów rynku w ramach protestu, co może pomóc nowym projektom. Te trendy potęgują znaczenie Internetu w dzisiejszym świecie, mogą również przyczynić się do wzrostu popularności EA.</p> | <p><b>Zmiany technologiczne w wyszukiwarkach -</b></p> <p>Otoczenie technologiczne jest najbardziej burzliwym obszarem makrootoczenia portalu Ea i nie ma możliwości stworzenia jego długoterminowej predykcji. Zmiany w tym segmencie następują w tempie zaskakującym, co może zburzyć całą koncepcję projektu. Dla przykładu od z górą 10 lat trwają prace nad nowymi formami wyszukiwarek, które może mogą wyświetlać odpowiedzi na zadane pytanie, a nie tylko linki do stron z daną zawartością, co może zmienić całkowicie dotychczasowy model wyszukiwania.</p> |
| <p>Otwarty prospołeczny charakter portalu, oparty w części o OpenSource jest zabezpieczeniem przed oficjalnym blokowaniem.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <p><b>Reakcja istniejących firm -</b> Dominacja na rynku światowym kilku podmiotów gospodarczych w sektorze powoduje, że są one bardzo zainteresowane w tym, aby taki układ sił pozostał. Projekt EA jest na tyle innowacyjny i ma aspiracje mogące zmienić obecny podział</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|  |                                                                                  |
|--|----------------------------------------------------------------------------------|
|  | ryнку. Zagrożeniem jest możliwość blokowania projektu przez duże firmy z branży. |
|--|----------------------------------------------------------------------------------|

Konsultanci Krajowej Sieci Innowacji stwierdzili, że firma SIP Sp. k. charakteryzuje się potencjałem rozwojowym. Firmie potrzebne jest jednak pozyskanie dodatkowych środków na realizację intensywnej promocji i reklamy, która wpłynie na rozwój portalu a tym samym obrotów firmy.

Trzeba również dopracować wewnętrzną organizację firmy dostosowaną do firm świadczących usługi drogą elektroniczną w tym z podziałem na programistów oraz sprzedawców/promotorów usługi.

## **Rozdział IV – Analiza projektu inwestycyjnego**

### **1. Założenia technologiczne**

Portal stworzony zostanie w standardzie Web 2.0, gdzie nie tylko redakcja może publikować treści, może to robić również każdy czytelnik. Struktura programistyczna jądra jest

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

zamknięta i będzie pilnie strzeżona. Wszystkie elementy funkcjonalne i graficzne są oparte o rozwój w ramach idei podobnej do OpenSource. Przyjęcie takiej strategii umożliwia najszybszy rozwój i ekspansję portalu.

Każde słowo lub temat (podobnie jak np. w Wikipedii) będzie miało swoją reprezentatywną stronę - tzw. Park Nazwy - jednak charakter zgromadzonej treści będzie ograniczony do krótkich informacji i przede wszystkim tej najbardziej poszukiwanej; praktycznej i aktualnej. Słowa praktyczne i aktualne związane będą z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach itp. Ostatecznie Wnioskodawca prezentuje wielowątkową e-usługę mającą znamiona nowego medium i osadzona w dynamicznym środowisku zmieniających się treści i ruchów użytkownika jakim jest Internet.

Portal jako całość będzie jedną e-usługą o walorach edukacyjno-informacyjno-opiniotwórczo-zarobkowo-kontaktowych. Na portalu będzie można przeczytać najważniejsze i najświeższe informacje z całego świata. Początkowo portal będzie oferował swoim użytkownikom łatwą w użyciu wyszukiwarkę. Ea jako portal będzie wdrażał do praktyki, za pomocą jednego produktu cyfrowego e-usługę, czyli wymianę praktycznej i aktualnej wiedzy i informacji. Zawartość portalu Ea stanowić będą praktyczne informacje napisane przez użytkowników aktywnych, a także elementy interaktywne, gdzie każdy z czytelników będzie mógł wypowiedzieć swoje zdanie.

E-usługa będzie oparta o płaszczyznę wymiany informacji. Odbiorcy e-usługi będą więc mogli korzystać z portalu Ea za pomocą ogólnodostępnej sieci jaka jest Internet. Projekt przewiduje następujące formy interaktywne: forum, badania marketingowe, sondy, quizy, komentarze pod newsami czy recenzjami. E-usługa świadczona będzie w sposób zautomatyzowany przez technologię informacyjną nie wymagającą udziału człowieka po stronie usługodawcy, bez jednoczesnej obecności stron w tej samej lokalizacji. Automatyzacja procesu wymiany informacji będzie możliwa dzięki portalowi Ea, który będzie w sposób ciągły zasilany aktualnymi danymi, informacjami. Projekt doprowadzi do zwiększenia podaży usług i produktów cyfrowych poprzez zwiększenie efektywności i poprawę poziomu wiedzy na temat najnowszych technologii i chęci zaimplementowania proponowanych rozwiązań. Portal Ea poprzez agregację danych związanych



z praktycznym wykorzystaniem wiedzy stworzy popyt na te właśnie informacje. Projekt będzie stymulował popyt na e-usługę i produkty cyfrowe wśród podmiotów gospodarczych, zwykłych użytkowników, zwiększając tym samym liczbę potencjalnych klientów. Projekt doprowadzi do wykształcenia nowych specjalistów łączących wiedzę merytoryczną z doświadczeniem w gospodarce elektronicznej w zakresie automatyzacji procesu wymiany i przekazywania informacji, analizy, dokumentów i bezpieczeństwa danych.

## 2. Cel inwestycyjny

Celem inwestycji jest wprowadzenie na rynek nowej e-usługi o wysokim potencjale rynkowym. W chwili obecnej ponad 60% Polaków deklaruje dostęp do Internetu i liczba ta z roku na rok dynamicznie wzrasta. Portal Ea spełnia oczekiwania tej licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich aspektów życia człowieka. Patrząc na rynek informacji przyjęta przez firmę forma należy do najbardziej rozwijającej się części mediów. Porównując dostępne e-usługi w Internecie firma SIP uznała, że ciągle brak w nim jednej platformy odniesienia do treści w danym temacie. O ile w przypadku treści encyklopedycznej istnieją platformy tj. Wikipedia, tak w odniesieniu do informacji praktycznej i aktualnej takiej platformy nie ma.

Celem projektu na poziomie produktu jest wprowadzenie na rynek nowej e-usługi skierowanej do każdego użytkownika posiadającego dostęp do Internetu, którego zainteresowania oscylują wokół praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy czy informacji. Decyzja o realizacji usług jest wynikiem zapytań ze strony potencjalnych klientów oraz braku kompleksowych rozwiązań z dziedziny informacji praktycznej i aktualnej. Dostępność systemu przez 24 h/dobę, prosta obsługa, pełne wsparcie merytoryczne, zapewnione bezpieczeństwo portalu Ea oraz zgodność z obowiązującymi standardami już dzisiaj gwarantują powodzenie projektu i zadowolenie przyszłych klientów korzystających z nowej e-usługi. W wyniku realizacji projektu powstanie jedna innowacyjna e-usługa mająca formę wymiany informacji praktycznej i aktualnej. Realizacja projektu ma na celu stworzenie portalu, który będzie źródłem informacji dla czytelników

poszukujących wiedzy praktycznej. E-usługa jaką jest portal Ea świadczona będzie o wytworzony jeden produkt cyfrowy jakim będzie aplikacja portalu postrzegana kompleksowo.

Aplikacja portalu Ea będzie składała się z części składowych, jednakże poszczególne elementy aplikacji będą się uzupełniały tworząc w ten sposób w pełni zintegrowaną platformę. Wskaźnik produktu zostanie wyrażony w sztukach i odzwierciedlony w dokumentacji projektowej.

Bardzo ważnym elementem projektu będzie przeprowadzenie akcji promocyjnej, której newralgicznym elementem, oprócz konwencjonalnych sposobów, będzie organizacja konferencji. Konferencje będą nie tylko elementem promującym funkcjonalność portalu Ea, ale także będą narzędziem badawczym (przeprowadzanie ankiet) wskazującym ścieżki rozwoju oraz ukazującym braki e-usługi.

Firma SIP ocenia, że w przypadku zakończenia inwestycji w 2012 roku liczba użytkowników:

- biernych, szukających informacji wyniesie około 5 mln osób;
- użytkowników mało aktywnych, szukających i publikujących gotowe materiały około 1 mln osób;
- użytkowników aktywnych, tworzących treść około 20 000 osób;
- użytkownicy biznesowi (MSP oraz duże firmy) około 20 000 podmiotów;
- instytucje, szkoły około 2000 podmiotów (głównie szkoły i uczelnie);
- administracja i urzędy - 500 podmiotów.

### 3. Cele projektu

Firma SIP sp.k ma zamiar zrealizować projekt POI w oparciu o trzy priorytetowe, funkcjonalne i strategiczne cele, które można krótko opisać następująco:

1. Nowy sposób pozyskiwania informacji – piszemy w wyszukiwarce POI tego czego szukamy – i łądujemy na stronie w temacie – Dzienniku Parku Nazwy: linki, fotki, teksty, komentarze, newsy, sondy, czat i znajomi i wiele innych. Ten mechanizm w ograniczeniu występuję w Wikipedii,

Mahalo i jest on bardzo wygodny dla użytkownika. Jest to cel wobec użytkownika pasywnego, ok. 80% przyszłych użytkowników Ea. Realizacja tego celu wiąże się z utworzeniem bazy praktycznej i aktualnej informacji.

2. Przekazanie użytkownikowi głównych atutów w sieci: Miejsce, Publiczność i kontakty (gwarantowana odwiedzalność), zarobkowanie oraz sensowne zadanie do wykonania. W szczególności:

- Park Nazwy ma swojego stałego opiekuna. To on jest tutaj gospodarzem. Nazwa Parku określa wszystko co posiada, gdyż od niej zależy cały ruch. Np. Warszawa, nowości Nokia, Adam Małysz, Windows 7, Awatar i inne prestiżowe nazwy, które pozwalają jego miejsce uczynić wyjątkowym.
- Dany tematyczny Dziennik Parku Nazwy jest unikalny w sieci i POI – stąd wszyscy szukający informacji przechodzą przez niego lub lądują w nim. PN zawiera również ulubione wyniki Google. Przy dzisiejszych łączach otwiera się równie szybko.
- Zadanie które wykonuje użytkownik jest skrojone na jego możliwości. Sztab moderatorów i starszych użytkowników oraz możliwych do wynajęcia na krótki czas redaktorów usprawniają jakość informacji.
- System punktacji przekładanej na pieniądze (praktycznie za każdą dodatkową czynność), liczne konkursy i losowania wspierają zarówno pracę opiekuna Parku jak i pasywnego użytkownika.

Jest to cel wobec użytkownika aktywnego, ok. 20% przyszłych użytkowników Ea. Należy jednak wyjaśnić, że cele zawierają się w koncepcji Ea i jako takie są wyszczególnione na potrzeby analizy audytu.

3. Oferta dla użytkownika biznesowego polega głównie na zaspokojeniu jego oczekiwań wobec narzędzi sieciowych umożliwiających w przejrzysty, praktyczny i tani sposób:

- Pozyskanie nowych klientów i kontrahentów w oparciu o realne targetowanie;

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego

- Promocję produktu i usługi;
- Budowę długofalowej bezpośredniej relacji z klientem, utrzymanie lojalnego klienta;
- Budowę wiarygodności produktu, usługi, marki, platforma opiniotwórcza;
- Łatwą promocję produktu na Rynku obcojęzycznym, bez pośredników;
- Dla spóźnionych i nowych: łatwe wejście i zaistnienie w Internecie.

#### 4. Inne uzupełniające i równoległe cele (bez komentarza):

- wyzwolenie potencjału twórczego internautów w celu rozwiązywania problemów indywidualnych i społecznych;
- alternatywa do konieczności rejestracji i logowania się do każdego serwisu z osobna;
- alternatywa dla internetowych domen - kończących się dobrze brzmiących, długich i wielozłonowych lub nowotwórstwa;
- spopularyzowanie handlu nazwami jako alternatywa do handlu domenami, bez możliwości blokowania;
- platforma opiniotwórcza;
- łatwe publikowanie i znajdowanie informacji (jedno miejsce dla szukania i publikowania);
- szybsze i precyzyjniejsze dotarcie do potrzebnych informacji;
- stałe miejsce odniesienia dla wiedzy i informacji wszystkich spraw społecznych, gospodarczych, kulturalnych, hobbystycznych i Internetu;
- zainicjowanie platformy powszechnej telepracy dla internauty nie posiadającego specjalistycznych umiejętności;
- budowa pozytywnych relacji strefy biznesu z konsumentami i kontrahentami;

- zwiększenie wiarygodności firm wśród klientów i kontrahentów - rozwój mądrego biznesu;
- wzrost jakości produktów i usług; zmniejszenie ilości błędów;
- wspieranie rządzących w decyzjach proekologicznych;
- wspieranie działania aktywnych grup użytkowników;
- nowe rozwiązania w celu zmniejszenia zjawiska cyberniewolnictwa;
- otwarta struktura jak WWW, na zasadach zbliżonych do OpenSource.

Podsumowując stwierdzamy, że w oparciu o analizę proponowanej budowy i funkcjonalności portalu Ea oraz sposobu jego realizacji przedstawione cele są stosunkowo łatwe do zrealizowania. Wiele z powyższych celów będzie bezpośrednim efektem osiągnięcia kilku mniejszych wcześniej zrealizowanych celów oraz etapów realizacji portalu Ea.

## **4. Etapy realizacji projektu inwestycyjnego**

### **I Etap. Budowa oprogramowania i organizacja siedziby. (1-3 miesiące)**

Etap budowania szkieletu treści tworzenie tematycznej struktury projektu o budowie rymatycznej. Jest to związane z tworzeniem gałęzi tematycznych począwszy od głównych tematów jak: muzyka, podróże, sport, finanse, nieruchomości, motoryzacja i inne.

W ramach tego etapu zostaną przeprowadzone następujące zadania: badanie eyetrakingu, zachowań użytkowników wobec grafiki i zawartości strony, zakup opracowania struktury tematycznej - gałęzi pokrewieństw tematycznych najbardziej popularnych tematów (podróże, motoryzacja, muzyka itd.), zakup usług opracowania instrukcji użytkownika oprogramowania przez użytkownika z opisem jego funkcjonalności, wdrożenie, instalacja, utrzymanie i konserwacja gwarancyjna zakupionego oprogramowania aplikacji utworzonego przez firmę programującą, przeprowadzony zostanie wywiad środowiskowy do konstrukcji oprogramowania pod kątem

strategiczno-marketingowym przed rozpoczęciem programowania oraz do zoptymalizowania wyboru właściwych podwykonawców, stosowanych technik programistycznych i sprzętowych, zakup wstępnej weryfikacji oprogramowania przed ostatecznym uruchomieniem aplikacji - w tym, analiza grupy odbiorców a objęta strategia realizacji - prace obejmą stan faktyczny wykonanych grafik i zaprogramowanych funkcjonalności i sprawdzenie jeszcze raz przez grupę testerów (po za wewnętrzną analizą) przed ostatecznym uruchomieniem czy wykonane prace znajda odbicie w oczekiwaniach pierwszej grupy docelowej i u innych odbiorców w celu otrzymania najbardziej zadowalających rezultatów planu strategii (analiza ta ma umożliwić ostateczną i nieznaczną korektę planu strategii po wykonaniu testów bezpieczeństwa i testów beta testerów), przeprowadzona zostanie ekspertyza prawna i konsultacje w temacie prawa autorskiego, wykorzystania znaków, nazw i symboli firmowych w dzienniku Parku Nazwy pod kontem strategii i regulaminu portalu, zakup i opracowanie regulaminu portalu z przeniesieniem praw, bardzo istotna w ramach całego projektu będzie kampania promocyjna portalu Ea (w pierwszym etapie skonstruowana zostanie strategia marketingowa - opracowanie planu strategii punkt po punkcie w celu połączenia planu strategii i promocji z oprogramowaniem, grafika i tekstami; strategia będzie obejmowała aktualną sytuację rynkową, aktualne trendy i oczekiwania, istniejącą i możliwą konkurencję, sposoby promocji, użyte elementy graficzne i hasła reklamowe, strategię dystrybucji przekazów reklamowych, bannerów, mailingów i sposobów dotarcia do grup odbiorców), dodatkowo zostaną przeprowadzone wstępne powiadomienia on-line, banery i mailingi dla grupy odbiorców, niewielkiej ale najbardziej aktywnej grupy internatów, którzy będą użytkownikami poszukującymi nowych portali i możliwości ekspresji w Internecie, zakup oprogramowania głównego aplikacji portalowej w wersji surowej, bez grafiki i tekstów, dodatkowo zostaną zakupione środki trwałe w postaci czterech zestawów komputerowych, dwóch laptopów, kserokopiarki, skanera, projektora i dysków zewnętrznych.

## **II Etap. Uruchomienie portalu Ea. (4-9 miesięcy)**

Etap tworzenia treści przyrost ilości Parków Nazw do liczby (20 tys.) satysfakcjonującej użytkownika pasywnego, czyli głównie szukającego treści. Przeprowadzone zostanie badanie



funkcjonalności Beta-testerów - badanie to polega na normalnym korzystaniu z serwisu przez grupę wyspecjalizowanych osób, które testują i symulują typowe, roztargnione, szybkie, przerywane i inne zachowania użytkowników aby wychwycić w ten sposób luki funkcjonalne: zbyt długie czekanie, ładowanie się danych, brak intuicyjności w miejscach gdzie się każdy mógłby tego spodziewać itp. Bardzo istotne będzie badanie bezpieczeństwa gotowego oprogramowania w sieci przez niezależną firmę. Są to testy sprawności i obciążeń serwera, testy zabezpieczeń przed włamaniami, testy na wulgaryzmy. Testy grafiki na różnych wyszukiwarkach i systemach komputerowych. Kontynuowana będzie kampania promocyjna polegająca na reklamie banerowej i mailingu do użytkowników w portalach grupy docelowej w portalach tematycznych dla użytkowników zorientowanych tematycznie, hobbystycznie lub zawodowo. Dodatkowo zostaną zakupione środki trwałe - pięć zestawów komputerowych.

### **III Etap. Rozbudowy portalu z użytkownikami. (10-15 miesięcy)**

Etap przystępowania użytkownika pasywnego szukającego treści i kontaktów oraz przystępowania do projektu Ea. Na tym etapie najistotniejsze będą działania dotyczące części kampanii promocyjnej. Dodatkowo zorganizowane zostaną konferencje lokalne. Konferencja podsumowuje działania, prezentowane będą krajowe i lokalne statystyki oglądalności, ilości użytkowników w różnych tematach, rozwój treści portalu, udział biznesu. W osobnej części prezentowane będą bardziej ukryte funkcjonalności portalu i możliwości indywidualnej kariery oraz współpracy z centralą Portalu Ea. Narzędzie badawcze dotyczące ścieżek rozwoju portalu Ea. Konferencje będą nagrywane i udostępniane on-line. Dodatkowo zostaną zakupione środki trwałe niezbędne do realizacji inwestycji.

**Dalszy harmonogram działań** wynika z zamiarów wprowadzenia potencjału projektu Ea na rynki obcojęzyczny. Uważamy, że firma SIP ma dokładnie przemyślaną strategię dalszego rozwoju i pokrywa się ona z zakładanym postrzeganiem portalu przez użytkowników. Prawdopodobnie tylko też w takiej wersji jest to struktura odporna na działania konkurencyjne. Planowane działania są rozłożone następująco na osi czasu realizacji projektu:

- **16 miesiąc realizacji projektu**

Projekt utrzymuje się i rozwija się samodzielnie. Pozyskanie kolejnego dużego inwestora w celu realizacji wersji obcojęzycznych projektu i marketingu za granicą.

- **18 miesiąc realizacji projektu**

Szacujemy, że osiągnięcie 400.000 haseł PN będzie świadczyć o dojrzałości projektu i nastąpi to przed upływem 1,5 roku od pierwszej promocji.

- **22 miesiąc realizacji projektu**

Planowany start wielojęzycznej wersji.

- **24-27 miesiąc realizacji projektu**

Kontynuacja wdrożenia wielojęzycznych wersji.

- **5- 7 rok realizacji projektu**

Spodziewamy się, że po 5-7 latach portal osiągnie ugruntowaną i stabilną pozycję na rynku światowym, ale przede wszystkim będzie dojrzewającą już platformą biznesową nowej generacji.

- Jest to czas dla Stowarzyszenia POI w wersji on-line, które powoli przez następne lata będzie przejmowało coraz większy wpływ na życie portalu.

- W tym czasie kończy się czas inwestowania w portal i inwestorzy będą ostatecznie rozliczani.

- **8-11 rok realizacji projektu**

Po czasie około 8-11 lat portal osiągnie pełną dojrzałość i stanowi w tym momencie punkt wyjścia do dalszych udoskonaleń i spodziewamy się, że już nie tylko samego Internetu, ale również zdrowia, współpracy i pokoju na świecie.

- spółka SIP ze swoją działalnością odsuwa się na dalszy plan, zarządzanie przejmuje Stowarzyszenie POI.

## 5. Symulacja finansowa projektu

W modelu biznesowym projektu Ea opisano dotychczas kilkanaście różnych, częściowo nowych źródeł dochodu. Część z nich jest związana bezpośrednio z funkcjonowaniem całej struktury Ea i tworzy w ten sposób innowacyjny mechanizm biznesowy o dużym potencjale rozwoju. Inna część źródeł dochodu wynika z jego oddziaływania w środowisku Internetu a nawet poza nim. Najistotniejsze źródła dochodów przedstawione w projekcie inwestycji to:

- Reklama kontekstowa - reklamodawca umieszcza reklamę tam gdzie znajduje się użytkownik przebywający akurat na stronie z treścią w temacie reklamy lub do niej konkurencyjną. Atuty i formy: więcej miejsca na reklamę; banery graficzne i własny system Adwords; linki sponsorowane; artykuły sponsorowane – na pierwszej stronie; linki, fotografie produktów itp. Reklama kontekstowa będzie generowała 63% przychodu w 2012 (zakładane 1 888 523,00 zł).
- Opłata wiarygodności, która wnosi firma dobrowolnie /samoistnie chcąc przed użytkownikami wykazać się przychylnością dla platformy Ea co jest uwidocznione kolorem lub ikonką. Opłaty za strony wizytówki: dla produktów, usług, marek i firm oraz za linki do tych stron; za zlecane ankiety i sondy temacie; za ogłoszenia biznesowe, oferty. Ta forma przychodów będzie generowała około 15% (w 2012 roku zakładane 21 546,00zł).
- Dzierżawa praw Nazwy i Parku Nazwy, która będzie generowała około 15% przychodów (w 2012 roku zakładane 21 546,00).
- Opłata parkowania Nazwy. W celu zmniejszenia wpisywania nieodpowiednich Nazw i Parku Nazw jak i parkowania nazw w celu ich komercjalizacji pobierana będzie opłata w wysokości 1-20 zł za kod parkowania: - 1 zł - za hasło ogólne, - 3-10 zł - za nazwę produktu, usługi, marki; - 10-20 zł za nazwę firmy, domenę firmy. Ta forma przychodów będzie generowała około 4% przychodów (zakładane w 2012 roku - 5 745,00).

- Korzystanie z logo portalu do celów komercyjnych (przychód po 2-3 latach) ponieważ w Parkach Nazw mogą być oceniane produkty, marki, usługi przez ich użytkowników - portal Ea będzie stopniowo uzyskiwał renomę platformy testowej produktów i usług oferowanych przez różne firmy. Z tego tytułu producenci będą zainteresowani umieszczaniem logo portalu na swoich produktach. Również portal Ea będzie wykorzystywany jako przedsięwzięcie testujące produkty zanim one się dostana na rynek przy wykorzystaniu swojej platformy i dostępie do użytkowników. Ta forma dochodu ukształtuje się na poziomie 3% (4 309,00).

Kolejne źródła dochodu portalu Ea to m.in.:

- Opłata za wykupienie pakietu punktów / waluty wewnętrznej;
- Udział w sprzedaży Nazwy lub Parku - do użytkownika;
- Udział w sprzedaży Nazwy lub Parku - do firmy;
- Udział w standardowej cenie odsprzedaży wybranych widgetów;
- Opłata za badania, ankiety i sondy, które firma umieszcza odpłatnie a użytkownicy zarabiają stałą opłatę za jej wypełnienie;
- Prowizja z tytułu pośrednictwa w drobnym e-handlu;
- Prowizja z tytułu pośrednictwa w średnim e-handlu;
- Prowizja z tytułu pośrednictwa w dużym e-handlu;
- Prowizja za przeniesienie loginu i kontynuację reklamy do zewnętrznych portali i stron WWW;
- Opłata za hosting edytowanych przez opiekuna Parku Nazwy boxów;
- Udziały POI w handlu interfejsami PN, wykonanymi przez użytkowników;
- Opłata za wdrożenie i dystrybucję komercyjnego Interfejsu Parku Nazwy;
- Odsetki lokat bankowych od Inwestycji użytkowników w pomysły i PN innych użytkowników, które wydają się przynosić zyski w przyszłości;
- Opłaty za wyłączanie opcji standardowych i włączanie dodatkowych opcji wyświetlania PN dla biznesu;

- Dochody z tytułu udziału w przedsięwzięciach w które zainwestował POI;
- Prowizja za drobne płatności on-line i SMS;
- Opłata za korzystanie z logo POI x ilość licencji x ilość miejsc.

Dochody osiągane po 15 miesiącach od startu projektu są w fazie rozwojowej. Projekt do tego czasu zdążył nabrać treści i przyciągnąć użytkowników portalu, którzy swoją obecnością przyciągną reklamodawców. 15 miesięcy od startu projektu i około 10 miesięcy od jego realnego pojawienia się w Internecie jest to czas stopniowego osvajania się biznesu z portalem i ostrożnym testowaniem jego usług. Osiągane w tym momencie dochody dopiero się więc pojawiają i osiągną swój stabilny wzrost w kolejnych miesiącach.

Należy jednak zwrócić uwagę, że w trzecim roku zakładany jest bardzo duży wzrost sprzedaży do poziomu 145 mln. zł. (ponad 30 razy więcej niż rok wcześniej). Związane jest to z planowanym wcześniej wejściem na rynki obcojęzyczne. Cały sukces przedsięwzięcia skupiony jest w ostatnim roku projekcji. Autorzy pomysłu nie zakładają wariantów pośrednich.

#### **Tabela 5. Prognozy finansowe dla inwestycji.**



|                                                        | n-1   | n<br>bieżący rok<br>obrotowy |                              | n+1    | n+2    | n+3    | n+4    | n+5    |
|--------------------------------------------------------|-------|------------------------------|------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
|                                                        |       | zamknięty<br>okres           | prognoza<br>do końca<br>roku |        |        |        |        |        |
| <b>I. Majątek trwały</b>                               | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 74.90  | 57.43  | 39.96  | 22.49  | 15.00  |
| 1. Wartości niematerialne i prawne                     | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 25.00  | 22.50  | 20.00  | 17.50  | 15.00  |
| 2. Rzeczowe aktywa trwałe                              | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 49.90  | 34.93  | 19.96  | 4.99   | 0.00   |
| <b>II. Majątek obrotowy</b>                            | 12.13 | 9.27                         | 109.85                       | 135.95 | 116.66 | 168.65 | 186.49 | 194.37 |
| 1. Zapasy                                              | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| 2. Należności krótkoterminowe                          | 7.53  | 9.27                         | 9.50                         | 10.00  | 6.48   | 75.51  | 76.26  | 77.03  |
| 3. Inwestycje krótkoterminowe (w tym środki pieniężne) | 4.60  | 0.00                         | 100.35                       | 125.95 | 110.18 | 93.14  | 110.23 | 117.34 |
| 4. Pozostałe aktywa obrotowe                           | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   |
| <b>III. Zobowiązania długoterminowe</b>                | 0.00  | 0.00                         | 0.00                         | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   | 0.00   |

|                                                           |       |        |       |        |        |         |         |         |
|-----------------------------------------------------------|-------|--------|-------|--------|--------|---------|---------|---------|
| <b>IV. Zobowiązania krótkoterminowe</b>                   | 20.31 | 38.41  | 39.00 | 40.00  | 3.24   | 37.75   | 38.13   | 38.51   |
| <b>V. Kapitał własny</b>                                  | -8.18 | -29.15 | 70.85 | 170.85 | 170.85 | 170.85  | 170.85  | 170.85  |
| <b>VI. Przychody z działalności w podziale na źródła</b>  | 0.00  | 0.00   | 0.00  | 545.91 | 467.61 | 1941.68 | 1961.10 | 1980.71 |
| 1. Przychody netto ze sprzedaży                           | 0.00  | 0.00   | 0.00  | 0.00   | 166.62 | 1941.68 | 1961.10 | 1980.71 |
| 2. Pozostałe przychody operacyjne                         | 0.00  | 0.00   | 0.00  | 545.91 | 300.99 | 0.00    | 0.00    | 0.00    |
| 3. Przychody finansowe                                    | 0.00  | 0.00   | 0.00  | 0.00   | 0.00   | 0.00    | 0.00    | 0.00    |
| <b>VII. Koszty działalności w podziale na źródła</b>      | 68.87 | 20.42  | 50.00 | 750.65 | 683.20 | 690.03  | 696.93  | 703.90  |
| 1. Koszty działalności operacyjnej                        | 68.87 | 20.42  | 50.00 | 750.65 | 683.20 | 690.03  | 696.93  | 703.90  |
| 2. Koszty finansowe                                       | 0.00  | 0.00   | 0.00  | 0.00   | 0.00   | 0.00    | 0.00    | 0.00    |
| <b>VIII. Efektywność kosztowa projektu (kumulatywnie)</b> |       |        |       |        |        |         |         |         |
| 1. Całkowite nakłady na projekt netto                     |       |        | 0.00  | 825.55 | 996.35 | 996.35  | 996.35  | 996.35  |
| 2. Przychody netto ze sprzedaży usług w ramach projektu   |       |        | 0.00  | 0.00   | 166.62 | 2108.30 | 4069.40 | 6050.10 |

## 6. Ocena opłacalności

Założenia inwestycji wskazują, że po zakończeniu realizacji etapów inwestycji przychody generowane ze sprzedaży usług pokrywają koszty bieżącej działalności.

Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości Ośrodek Krajowej Sieci Innowacji  
ul. Piękna 68, II p., 00-672 Warszawa tel. (22) 745 19 19, fax. (22) 628 20 27

Fundusze Europejskie – dla rozwoju innowacyjnej gospodarki  
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego



Analiza rentowności projektu została przeprowadzona w oparciu o wskaźnik rentowności sprzedaży (ROS) w latach 2011-2014. W roku 2012 inwestycja osiągnie zyski na poziomie zapewniającym samodzielne kontynuowanie i rozwijanie działalności gospodarczej. Przewidywany termin zwrotu nakładów na całe przedsięwzięcie, rozumiane jako całkowite koszty projektu to 2013 rok. Ponadto w celu zmierzenia efektywności działania przedsiębiorstwa, niezależnie od struktury jego majątku czy czynników nadzwyczajnych zastosowano wskaźnik zwrotu z inwestycji (ROI) w całym okresie prognozy.

**Tabela 6. Wartości te przedstawiają się następująco:**

| Wskaźnik/Rok | 2011   | 2012   | 2013   | 2014   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|
| ROS          | 285,45 | 52,21  | 52,21  | 52,21  |
| ROI          | 273,20 | 486,01 | 489,98 | 493,98 |

Obydwa wskaźniki przyjmują bardzo dobre wartości. Źródłem finansowania dalszego prowadzenia działalności gospodarczej będą jedynie zyski ze świadczonych usług jako rezultatu przedmiotowego projektu.

Projekt inwestycyjny opiera się na przekonaniu, że początkowe wysokie nakłady inwestorów muszą przynieść pozytywne efekty. Dodatkowo model biznesowy ułożony jest w klasyczny sposób inwestycja – działanie – zwrot. Rynek usług internetowych, który jest bardzo innowacyjny i różnorodny, charakteryzuje się jednak często podejściem zero – jedynkowym. Internauci na podstawie swoich potrzeb, dostępu do wiedzy o możliwości ich zaspokojenia, często też pewnej sezonowej mody decydują o udziale w danej społeczności, korzystaniu z danej usługi. Dlatego też w sektorze tym spotykamy się częściej z podejściem realizacji usługi „nie doinwestowanej”, zgodnie z kołem Deminga (PDCA – czyli zaplanuj pomysł, zrób test, sprawdź czy działa i dopiero wtedy wdrażaj przedsięwzięcie). Inwestycje przy takim prowadzeniu projektu realizowane są dopiero gdy rynek potwierdzi potrzebę korzystania z danej funkcji.

Sugerujemy aby projekt zakładał kamienie milowe oraz testowanie realizacji potrzeb klientów przed a następnie w trakcie, a nie po inwestycji.

## **Rozdział V – Potencjalne źródła finansowania inwestycji**

Aniołowie Biznesu to sieci inwestorów prywatnych zainteresowanych inwestycjami kapitałowymi:

- w projekty komercjalizacji innowacyjnych rozwiązań opracowanych w ramach badań naukowych;
- w tworzenie innowacyjnych spółek (start-up);
- w spółki już istniejące ale będące na wczesnym etapie rozwoju.

Misją sieci Aniołów Biznesu jest ułatwienie dostępu do zewnętrznych, prywatnych źródeł finansowania dla obecnych i przyszłych przedsiębiorców, tworzących i rozwijających innowacyjne przedsięwzięcia. Szacuje się, że w Polsce jest ok. 3-5 tys. potencjalnych Aniołów Biznesu, gotowych do realizacji inwestycji o łącznej wartości 150- 200 mln zł. Anioł Biznesu to zwykle doświadczony, aktywny lub były przedsiębiorca o stosunkowo niskiej awersji do ryzyka, posiadający odpowiedni kapitał inwestycyjny oraz wiedzę dotyczącą danego sektora lub branży, jak również kontakty z innymi aktywnymi przedsiębiorcami oraz instytucjami finansowymi. Anioł Biznesu inwestuje swój kapitał w projekty komercyjnego wdrożenia wyników badań naukowych oraz tworzone lub działające przedsiębiorstwa w ich wczesnych fazach rozwoju. Anioł Biznesu w zamian za inwestycje oczekuje udziału właścicielskiego w przedsięwzięciu oraz możliwości wpływania na podejmowane decyzje mające strategiczne znaczenie dla jego przyszłości. Anioł Biznesu wiąże się ze spółką na okres kilku lat oczekując odpowiednio wysokiej stopy zwrotu. Wartość inwestycji w zależności od branży i innych warunków wynosi od 50 tys. do 1 mln zł. Aniołowie Biznesu oprócz inwestycji kapitałowej angażują się najczęściej w zarządzanie zapewniając w ten sposób firmie korzyści płynące z doświadczenia, wiedzy i kontaktów inwestora. Doświadczenie i reputacja inwestora oraz jego wkład mentorski stanowią dla firmy największą wartość dodaną w początkowym okresie jej funkcjonowania. Korzyści dla inwestorów wynikające z udziału w sieci to m. in.:

- ograniczenie ryzyka inwestycyjnego poprzez decyzje kolegialne;
- możliwość kumulowania większych środków;



- o działania w grupie umożliwia lepszy rozwój sieci kontaktów;
- o osobiste zaangażowanie inwestorów powodujące zwiększony napływ inwestycji.

Obecnie w Europie działa ok. 300 sieci Aniołów Biznesu, podobna ilość takich spółek prowadzi działalność w USA. Przykładem spółek, które rozwinęły się dzięki Aniołom Biznesu może być Apple Computers czy Google (w przypadku Apple stopa zwrotu po kilku latach osiągnęła najwyższy poziom w historii tj. zwiększenie kapitału 1692 razy).

Sieci Aniołów Biznesu działających na terenie województwa wielkopolskiego:

- o PolBAN - [www.polban.pl](http://www.polban.pl) PolBAN (zał. w 2003r. - pierwsza sieć AB w Polsce) jest prywatnym klubem, który grupuje najlepszych Business Angels aktywnych na polskim rynku. Cechą PolBAN jest całkowita niezależność i apolityczność.
- o Sieć AB AMBER - [www.amberinvest.org](http://www.amberinvest.org) Działalność Sieci Aniołów Biznesu „Amber” jest finansowana ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Program Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, Działanie 3.3 Tworzenie systemu ułatwiającego inwestowanie w MSP i działa na obszarze województw: zachodniopomorskiego, pomorskiego, kujawsko-pomorskiego, wielkopolskiego, lubuskiego i dolnośląskiego.
- o LEWIATAN - [www.lba.pl](http://www.lba.pl) Jest największą w Polsce siecią Aniołów Biznesu, działającą przy Polskiej Konfederacji Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Działa od czterech lat i zajmuje się kojarzeniem atrakcyjnych projektów inwestycyjnych z inwestorami poszukującymi nowych, ciekawych projektów, mających duży potencjał wzrostu.
- o EBAN - [www.eban.org](http://www.eban.org) - European Business Angels Networks Europejska Sieć Aniołów Biznesu - organizacja zrzeszająca krajowe sieci aniołów biznesu, która ściśle współpracuje z Komisją Europejską w zakresie rozwijania tych grup inwestorów w krajach członkowskich UE.

*„EBAN is the representative in Brussels through direct and indirect membership of more than 250 business angel networks in Europe. These in turn federate some 20.000 angels, and receive about 40.000 business plans a year. EBAN brings together over 100 member organisations in 27 countries today.”*

Nie każda firma ma szansę uzyskać finansowanie od prywatnego inwestora. Przed przystąpieniem do przygotowania materiałów niezbędnych do złożenia aplikacji dokonaj oceny swojego pomysłu według następujących kryteriów:

- Czy zespół zarządzający składa się z osób o uzupełniających się kompetencjach (technicznych, sprzedażowych i marketingowych oraz finansowych) posiadających doświadczenie branżowe? Czy lider jest nastawiony na wyniki i czy wykazuje determinację w dążeniu do celu i przezwyciężaniu trudności?
- Czy członkowie zespołu zarządzającego mogą wykazać się sukcesami w realizacji innych projektów, najlepiej w branży zbliżonej do tej, w której chcą działać?
- Czy pomysł ma istotną przewagę konkurencyjną wobec innych graczy rynkowych? Czy firma ma strategię utrzymania tej przewagi w przyszłości?
- Czy stworzony został prototyp technologii/produktu, który miałby być wprowadzany na rynek? Czy sprawdzono zainteresowanie rynku (potencjalnych klientów) nową usługą, jaką zamierza świadczyć firma?
- Czy dostępny jest dobrze przemyślany, napisany zgodnie z regułami sztuki biznesplan wraz z modelem finansowym?

Na większość z tych pytań SIP posiada już gotowe odpowiedzi, dlatego też, zaleca się wykorzystanie już opracowanych materiałów, w celu przedstawienia ich w dalszych etapach

pozyskiwania prywatnego inwestora. Po przedyskutowaniu pomysłu i strategii rozwoju przedsiębiorstwa z doświadczonymi i nie związanymi emocjonalnie z firmą osobami, można zauważyć, że odpowiedź na większość z pytań jest pozytywna, więc przedsięwzięcie ma duże szanse uzyskać finansowanie od Aniołów Biznesu.

Wstępna analiza pokazuje, że przedsięwzięcie spełnia kryteria i może być atrakcyjne dla zewnętrznych inwestorów. Należy na tym etapie sformułować ciekawy i przekonujący biznesplan. Dokument powinien być przygotowany rzetelnie i profesjonalnie. Stworzenie takiego dokumentu wymaga czasu i energii, jest on jednak niezbędny przy poszukiwaniu finansowania. Szereg składanych propozycji jest bowiem opracowaniami promocyjnymi, pełnymi wizji. Często są one niemożliwe do zrealizowania lub zawierają zbyt optymistyczne prognozy rozwoju. Konieczne jest zatem uzupełnienie opisu pomysłu rzetelnymi danymi finansowymi, opartymi na faktach. Inwestorzy cenią szczegółowe (miesięczne, kwartalne) projekcje wyników finansowych, dotyczące co najmniej roku działalności przedsięwzięcia. Nie należy pomijać informacji o charakterze jakościowym, które uwiarygodnią przyjęte założenia. Wraz z pełną dokumentacją projekt należy złożyć do Aniołów Biznesu poprzez strony internetowe lub osobiście w ich placówkach.

Po przesłaniu projektu do Business Angels przechodzi on wewnętrzny proces oceny. Przesłanemu projektowi gwarantowana jest poufność, zgodnie z odpowiednimi regulaminami. Szczególną uwagę zwraca się na koncepcję przedsięwzięcia, kompetencje kadry zarządzającej i spodziewane wyniki finansowe. Jeżeli złożony projekt przejdzie pozytywnie przez proces weryfikacji i oceny, to konsultanci skontaktują się w celu uzupełnienia informacji zawartych w zgłoszeniu. Jak zostało już podkreślone, inwestorzy dużą wagę przywiązują do prognozowanych wyników finansowych. Zatem sporządzenie modelu finansowego nie tylko dobrze świadczy o przedsiębiorcy, ale pozwala również określić zapotrzebowanie na kapitał oraz dokonać wstępnej wyceny firmy.

Autorzy najciekawszych projektów zapraszani są na spotkanie z przedstawicielami Business Angels. W trakcie spotkania konsultanci dokonują kompleksowej analizy i oceny przedsięwzięcia, uwzględniającej wszystkie aspekty realizacji projektu i funkcjonowania spółki na rynku. Spotkanie



trwa z reguły dwie do pięciu godzin. Przedsiębiorcy, których projekty otrzymają pozytywną ocenę Business Angels zapraszani są na spotkanie z potencjalnymi inwestorami w celu prezentacji przedsięwzięcia na forum. Przed prezentacją projektu na forum inwestorów przedsiębiorca zobowiązany jest do uczestnictwa w sesji szkoleniowej na temat procesu pozyskiwania kapitału od inwestorów indywidualnych oraz efektywnej prezentacji projektu inwestycyjnego.

Jeśli inwestor wyrazi swoje zainteresowanie przedstawionym projektem, Business Angels doprowadza do spotkania pomysłodawcy z inwestorem. Zdobyć finansowania od Anioła Biznesu jest kwestią skutecznych negocjacji obu stron. Pomyślny ich przebieg powinien zakończyć się podpisaniem stosownej umowy inwestycyjnej.

## **Rozdział VI – Wnioski z audytu technologicznego**

Portal Ea wprowadza wiele nowych rozwiązań związanych z indywidualną pracą integrując dostępne e-usługi i użytkownika tych usług (również biznesowego) stając się osią dla całego Internetu. Portal EA tworzy uporządkowaną strukturę o walorach edukacyjno – informacyjno – opinitowórczo – zarobkowo - kontaktowych.

Istotną cechą projektu jest sposób jego ekonomicznego utrzymania się i funkcjonowania. Obok szerokiego zakresu oferowanych e-usług, na szczególną uwagę zasługuje w Ea możliwość zarabiania za aktywny i częściowo za pasywny udział użytkowników w portalu, którzy są podstawowymi jednostkami budującymi portal na bieżąco aktualizując informacje w nim zawarte. Typowym źródłem dochodu w tym przypadku jest reklama, z tą różnicą, że jest ona silnie kontekstowa, a więc potencjalny odbiorca jej treści jest precyzyjnie wyselekcjonowany.

Portal stworzony zostanie w standardzie Web 2.0, gdzie nie tylko redakcja może publikować treści, może to robić również każdy czytelnik. Struktura programistyczna jądra jest zamknięta i będzie pilnie strzeżona. Wszystkie elementy funkcjonalne i graficzne są oparte o rozwój w ramach idei podobnej do OpenSource. Przyjęcie takiej strategii umożliwia najszybszy rozwój i ekspansję portalu.

W celu sprawnego działania portalu niezbędne są zadania związane z zabezpieczeniem poprawności działalności firmy sprowadzają się do nadzoru prawnego w zakresie przestrzegania praw autorskich udostępnianych treści w Parkach Nazw. Konieczne jest stworzenie/doprecyzowanie klauzuli o braku odpowiedzialności za informacje i poglądy zawarte w publikowanych informacjach oraz braku odpowiedzialności za ewentualne szkody powstałe w wyniku korzystania z informacji zawartych w portalu.

Kluczowe dla sukcesu rynkowego firmy jest stworzenie silnej marki o wyróżniającej się tożsamości (nazwa marki, znak i logotyp, komunikujące poprawnie aktywa marki) oraz atrakcyjnej dla użytkowników użyteczności, która uwzględni wysoce dynamiczny rynek e-usług. Efektywne



wykonanie powyższych zadań w dużej mierze uzależnione będzie od włączenia do struktury przedsiębiorstwa doświadczonej osoby na stanowisku menadżera marki.

Porównując jednocześnie portale konkurencyjne należy stwierdzić, że brak w nim jednej platformy odniesienia do treści w danym temacie. O ile w przypadku treści encyklopedycznej istnieją takie platformy jak np. Wikipedia, tak w odniesieniu do informacji praktycznej i aktualnej takiej platformy brakuje. Portal Ea spełnia oczekiwania licznej grupy odbiorców tworząc platformę odniesienia do wszystkich aspektów życia człowieka. Każde słowo lub temat (podobnie jak np. w Wikipedii) będzie miało swoją reprezentatywną stronę - tzw. Park Nazwy - jednak charakter zgromadzonej treści będzie ograniczony do krótkich informacji i przede wszystkim tej najbardziej poszukiwanej; praktycznej i aktualnej. Słowa praktyczne i aktualne związane będą z informacją o produktach, usługach, markach, firmach, wydarzeniach, lokalizacjach, ogłoszeniach. Fakt ten może przyczynić się do sukcesu przedsięwzięcia.

Konsultanci Krajowej Sieci Innowacji w wyniku audytu stwierdzili, że rozwój firmy w dużym stopniu zależy dobrej organizacji przedsięwzięcia i szeroko zakrojonej promocji projektu. Wiedza oraz doświadczenie pracowników w firmie rokuje duże nadzieje na dynamiczny rozwój projektu.

  
Skiler