

Težave v start-upu rešujete s spancem in komunikacijo



0

14.01.2015 23:16

»V podjetništvu je včasih bolje, da se prej kot na nasvete drugih zanašate na intuicijo,« menita Til Pleterski in Klemen Ptičak, ustanovitelja Hood Burgerja, ki na več lokacijah po Ljubljani pripravlja hamburgerje.

**BLAŽEJ KUPEC**

Follow @blazejkupec

282 followers

Pleterski in Ptičak pravita, da ju na njuni poti vodi strast do ustvarjanja. »Prav to nama je dalo moč, da sva kljub 14 uram v prikolici doma čas vlagala v izobraževanje,« sta dejala na včerajšnjem dogodku Lastno podjetje? Zakaj pa ne!, ki ga je organiziral Zavod mladi podjetnik.

Dve leti staro podjetje je prejšnje leto končalo z več kot 600 tisoč evri prihodkov, ustanovitelja pa načrtujeta nove okrepčevalnice po Sloveniji. Večino vlaganj sta pokrila iz prihodkov iz prodaje, pred časom sta pridobila tudi vlagatelja. »Investitor je bil najina stranka. Zgradili smo odnos, ki je temeljil na zaupanju. Človek, ki stoji za kapitalom, je namreč zelo pomemben,« pravita.

Pri testiranju izdelka ne zaupajte družini

Recept za prvi hood burger sta razvijala šest mesecev in ga na podlagi odzivov prvih kupcev poskušala izboljšati. Testiranje izdelka pred vstopom na trg je po njunem mnenju eden pomembnejših delov procesa. »Najprej sva hamburgerje ponujala sorodnikom, a je njihovo mnenje lahko zelo subjektivno. Nujno morate izdelek preizkusiti tudi na trgu,« svetujeta. Po testiranju je Hood Burger pridobil prve redne stranke, denar pa sta namenila za obnovo okrepčevalnice oziroma prikolice in se začela dejavneje posvečati oglaševanju.

Del podjetništva so tudi raznovrstni izzivi in konflikti. »Težave je treba prespati in jih rešiti z učinkovito komunikacijo. Za to potrebujete nekaj empatije in socialnih veščin,« sta še povedala Klemen Ptičak in Til Pleterški.

[anze-miklavec1-Kopija.1421269333.jpg.o.600px.jpg](#)

»Izdelka nismo delali za domači trg niti ni za vsakega. Razumljivo je, da ne bo vsem všeč,« pravi **Anže Miklavec**, direktor podjetja ZkotZ, ki je s kavno skodelico v obliki kozjega roga na Kickstarterju zbralo 460 tisoč dolarjev. *Foto: Jernej Kokol*

Tudi o neplačanih računih se bo razvedelo na Kickstarterju

Z razvojem steklenic za vodo in inovativnih kavnih skodelic pa se ukvarja Anže Miklavec, direktor podjetja ZkotZ, ki je na Kickstarterju v začetku leta za goat mug zbral več kot 460 tisoč dolarjev. Kako jim je uspelo? »Za izdelkom mora biti zgodba. Pomembna je tudi iskrenost. Ljudje hitro prepoznajo, ali si resnično pri stvari,« meni. Miklavec ob tem poudarja pomen transparentnosti. »Tudi če ima podjetje neplačane račune, se bo prej ali slej razvedelo,« pravi.

Med kampanjo na Kickstarterju je bil goat mug deležen tudi nekaterih kritik. Miklavec o tem pravi: »Izdelka nismo delali za domači trg niti ni za vsakega. Razumljivo je, da ne bo vsem všeč.« Prihodnjim podjetnikom zato priporoča, da se usmerijo v nišne trge, na katerih bodo lažje določili morebitne kupce. »Če delate izdelek za ves svet, se z njim ne bo nihče poistovetil,« je še prepričan Miklavec.



KOMENTIRAJ 0

Prelomnica za start-up sceno: Špetič in Tori prodala Zemanto! ⁶

Prenovljeni Viberate med 8 startupov, ki bodo spremenili glasbeno industrijo

Kaj ponujajo pospeševalniki svetovnih korporacij

(podkast) "Imate od 10 do 30 sekund, da se občinstvo odloči, ali vas je vredno poslušati ali ne" ⁵

Raziskovalci – odvečen strošek ali skriti dragulj uspešnega gospodarstva?

Čas umetne inteligence je napočil