

Wstęp

Bardzo trudno znaleźć biznes, który **spełnia wszystkie poniższe kryteria jednocześnie**.

To jednak **idealna lista kontrolna** – im więcej z tych punktów wypełnisz, tym większe masz szanse na stabilny, skalowalny i dochodowy biznes.

Traktuj to jako kompas przy podejmowaniu decyzji: nie musisz od razu trafić w „dziesiątkę”, ale warto świadomie dążyć do maksymalnej liczby spełnionych warunków.

1 Aspiryna czy witamina

- **Aspiryna** – produkt/usługa, która rozwiązuje palący problem („must have”).
 - Przykład: **księgowość dla firm** – każdy przedsiębiorca musi to opłacać, nawet w kryzysie.
 - **Witamina** – coś „miłego”, ale niekoniecznego („nice to have”).
 - Przykład: **ekskluzywne bukiety kwiatów** – w razie spowolnienia gospodarczego klienci rezygnują w pierwszej kolejności.
-

2 Wybór odpowiedniej „góry” (biznesu, w który wchodzisz)

- Zanim ruszysz, upewnij się, że wiesz **na jaką górę się wspinasz**.
 - Przykład: **catering dietetyczny** – rynek dynamiczny, ale walka z 5 największymi graczami, którzy mają milionowe budżety marketingowe, grube finansowanie oraz efekt skali w produkcji.
 - Kontrast: **deweloperka pod większymi miastami** – np. budowa segmentów 20 km od Wrocławia. Tu nie musisz konkurować z największymi deweloperami. Reklama jest lokalna i tańsza, rynek mniej nasycony.
-

3 Przewaga strategiczna (wraz z „fosą”)

- Co sprawia, że **to właśnie Ty wygrasz**?

- Możliwe źródła przewagi:
 - **Technologia/IP** – autorski algorytm, własne oprogramowanie.
 - **Model biznesowy** – np. subskrypcja w branży, w której inni sprzedają jednorazowo.
 - **Relacje i know-how w rodzinie/otoczeniu** – ktoś z bliskich, kto zna branżę od środka, może wskazać wąskie gardła.
-

4 Segment rynku

- Skup się na **konkretnym typie klienta**, a nie „wszyscy dla wszystkich”. Dane z setek startupów inkubowanych przez znany YCombinator potwierdzają, że skupienie się na początku na wąskiej niszy jest czynnikiem koniecznym do wygrania większego tortu.
 - Przykład: **Chatschool** – większość szkół językowych uczy dzieci, dorosłych i firmy jednocześnie. Chatschool skoncentrowało się w 100% na **klientach B2B**.
 - Gdy firma szuka kursu dla pracowników, prędzej wybierze markę wyspecjalizowaną w B2B niż ogólną.
-

5 Powtarzalne przychody

- Abonamenty, umowy długoterminowe, stałe zlecenia = **przewidywalny cashflow**.
 - Biznesy o powtarzalnych przychodach są wyżej wyceniane przy sprzedaży.
 - Przykład: **CRM-y sprzedażowe (Pipedrive, HubSpot)** – firmy bardzo rzadko rezygnują, bo dane klientów są kluczowe.
-

6 Trend

- **Rosnący trend = wiatr w żagle** – nawet przy przeciętnej realizacji rynek sam pcha cię do przodu.

- Przykład: **Wdrażanie AI w firmach** – zapotrzebowanie rośnie, klienci sami szukają rozwiązań.
 - Metafora: „kiedy fala rośnie, wszystkie łodzie się unoszą”.
-

7 Wysoka marża

- Wysoka marża brutto i operacyjna **wybacza więcej błędów** i daje bufor na marketing.
 - Przykład „trudny”: **sprzedaż elektroniki** – marże kilkuprocentowe wymagają gigantycznych obrotów, by zarobić.
 - Przykład „dobry”: **oprogramowanie SaaS** – marże sięgają 70–80%.
-

8 Skalowalność

- Możliwość wzrostu przychodu **bez proporcjonalnego wzrostu kosztów**.
 - Przykład: **platforma kursów online** – jeden raz przygotowany materiał może sprzedawać się setkom tysięcy osób bez zwiększania zespołu.
-

9 Infrastruktura wzrostu

- Biznes, który rośnie **razem ze wzrostem swoich klientów**.
- Przykłady:
 - **CRM dla domów spokojnej starości** – im więcej domów i pensjonariuszy, tym większa potrzeba systemu.
 - W Polsce czynniki demograficzne (starzejące się społeczeństwo) wskazują na **gwałtowny wzrost zapotrzebowania** na domy spokojnej starości, więc taki CRM będzie rósł nie tylko dlatego, że klienci się rozwijają, ale też dlatego, że **sam rynek będzie dynamicznie rosnąć**.

- **Platformy obsługujące wideo-połączenia edukacyjne online** – rosnący rynek e-learningu automatycznie zwiększa popyt na takie rozwiązania.
-

10 Rynek

- Ogromny rynek daje duże możliwości, ale także przyciąga gigantów – konkurowanie z nimi bywa bardzo kosztowne.
 - Lepiej wybrać **rynek mniejszy, ale szybko rosnący**, w którym łatwiej zostać liderem wcześniej.
 - Przykład: **oprogramowanie do zarządzania najmem krótkoterminowym (np. apartamenty na wynajem wakacyjny)** – rynek dynamicznie rośnie dzięki turystyce i platformom typu Airbnb, ale wciąż jest relatywnie rozdrobniony i nie zdominowany przez globalnych gigantów.
-

Podsumowanie

To **dziesięć kluczowych dźwigni**, które pomagają ocenić potencjał biznesu – zarówno dla osoby zakładającej firmę, jak i dla inwestora.

Każdy dodatkowy spełniony punkt zwiększa wartość przedsięwzięcia i przybliża Cię do biznesu, który rośnie szybciej niż konkurencja i jest bardziej odporny na kryzysy.