

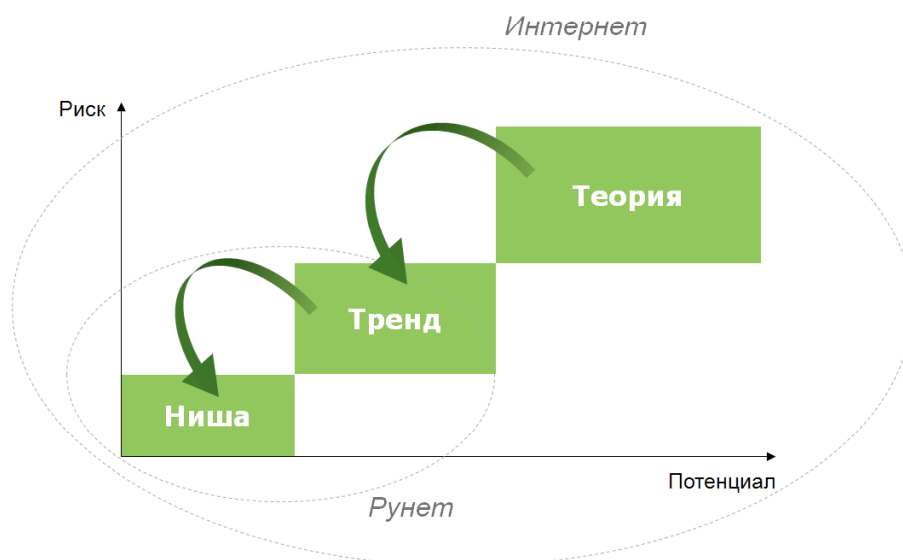
# Стратегия работы инкубатора: ниши, тренды и теории

Основная задача интернет-инкубатора inVenture – поиск интересных идей и выращивание бизнесов на их основе. Одна из задач исследовательского центра инкубатора – указать на те области, проекты в которых должны быть инкубатору интересны в первую очередь, и на которых следует акцентировать поисковые усилия.

Мы выделили три различных пространства, проекты в которых отличаются, во-первых, степенью риска, а во-вторых, способами работы с ними.

inventure.ru

## Три уровня анализа проектов



1. **Ниши** – это уже существующие на рынке точки, которые, с одной стороны, востребованы аудиторией, с другой стороны – известны способы и технологии эффективного производства проектов в них. Задача инкубатора – искать востребованные и незаполненные еще ниши и запускать в них проекты. Такой способ производства проектов является просчитываемым по большинству параметров и потому обладает низкой степенью риска.
2. **Тренды** – это некоторые тенденции развития ситуации на рынке. Задача инкубатора – запускать проекты, которые будут совпадать с этими трендами и в силу этого окажутся востребованными и популярными. Риск здесь состоит в том,

что это пока пустое, хоть и многообещающее поле, и образцов успешных проектов здесь нет, а следовательно есть вероятность “промахнуться”.

3. **Теории** – это некоторые соображения о сфере (об интернете как информационно-коммуникативной среде в данной случае), которые существуют пока только в пространстве мышления и могут как актуализироваться на практике, так и оказаться нежизнеспособными. Одна из долгосрочных задач инкубатора – научиться оперировать такими теориями (в том числе создавать самому), управляя с их помощью плацдармом в целом и задавая направление его развития.

Эти три пространства эволюционируют одно в другое, то есть теории в силу определенной работы оформляются как некоторые объективные тренды, реализация проектов в рамках которых приводит к формированию понятных и очерченных рыночных ниш.

## Способы работы с разными типами проектов

### Ниши

Под нишей мы понимаем точку пересечения типа проекта с одной стороны и сферы внимания (она же тематика) – с другой. Фактически, ниша – это определенный тип проекта определенной тематики.

Вот пример того, как может выглядеть матрица ниш:

inventure.ru

### Матрица «Ниши-2008»

Сферы / Проекты	Коммерция	БД, каталоги, рейтинги	Поиск	Игровые формы	Соц. сервисы	Проф. сообщества	Гео-сервисы	Интернет приложения
Личные финансы		●			●	●		●
Недвижимость	●	●	●		●	●	●	
Реклама и маркетинг				●				
Туризм	●	●	●	●	●	●	●	
Мобильная связь		●		●	●		●	●
Шопинг				●	●		●	
Авто			●	●	●		●	●
ТВ			●	●	●	●		
Работа		●	●		●			
Музыка и шоу-бизнес	●	●	●	●	●	●		●
Кино	●		●	●	●	●		●
Книги		●	●		●	●		●
Дети	●	●	●	●	●	●		
Фото	●		●					●
Видео	●		●					
Городской досуг			●	●	●		●	

■ ■ ■ ■ - Перспективность ниши      ● ● - Степень неудовлетворенности спроса

По каждой нише мы регулярно оцениваем два параметра – перспективность ниши (то есть наличие подтвержденного деньгами спроса на такого типа сервисы в данной сфере) и предложение в данной нише.

Чем выше насыщенность фона клеточки – тем востребованнее ниша. Чем больше размер кружка в клетке – тем меньше удовлетворен существующий спрос и тем больше пространства для входа в эту нишу со своим проектом.

Данный подход требует постоянной адаптации к рынку – изменяется спрос и предложение в нишах, появляются новые типы проектов, появляются кросс-типовые и кросс-тематические проекты и т.д. и т.п., но в целом он позволяет очень эффективно оценивать текущую ситуацию на рынке.

## Тренды

Тренды – это тенденции, направления развития ситуации. Мы в инкубаторе стараемся вычислить, какие безусловные тренды присутствуют в сфере интернет-проектов, для того, чтобы понять, какие проекты (типы проектов) могут совпадать с этими трендами и представлять для нас интерес.

Можно взглянуть на тренды как на некоторое будущее состояние сферы, которое пока находится на определенном расстоянии от нас и движется к нам с определенной скоростью. В этом смысле мы постоянно анализируем существующие тренды и выстраиваем их по степени приближения к текущему моменту.

Поскольку работа с “трендовыми” проектами требует почти всегда существенных временных затрат, мы стараемся работать с теми трендами, которые уже приобрели ясное очертание, но еще не успели набрать бешеную скорость за счет того, что все массово бросились их догонять.

Вот возможный пример рабочей линейки трендов, с которыми работает инкубатор:

1. GeoMapping и GeoLocation – оперирование различными объектами на карте.
2. Aggregated identity – тенденция к собиранию различных профилей пользователя на разных социальных сервисах в единое целое.
3. Сертификация контента – социальная, коллаборативная и семантическая фильтрация, а также новые типы оценки и выделения контента.
4. Лайфстриминг – тенденция к ведению логов любых действий в интернете и реальной жизни (к этому же пункту относится микроблоггинг).
5. Peer-2-peer – организация различных процессов путем распределения ресурсов среди большого количества пользователей.
6. Социальные API – взаимодействие различных социальных сервисов друг с другом, построение единых “социальных графов”.
7. Изменение моделей распространения авторских произведений (медленная смерть авторского права в его классическом виде).
8. Платформы для мобильных телефонов – с приходом iPhone и Android мобильный интернет становится наконец массовым и удобным в использовании.
9. Поведенческий таргетинг в рекламе – использование данных о поведении пользователя для организации персонального потока рекламы.

10. Семантический веб – организация стандартов взаимодействия в интернете на уровне сервис–сервис, без участия человека.

Кроме того, есть три глобальных, долгосрочных, тренда современной интернет-индустрии, в рамках которых работает инкубатор:

1. Мобилизация интернета – постепенное проникновение интернета как с точки зрения покрытия сетей, так и с точки зрения спектра устройств, которые к нему подключены и используют его в работе.
2. Экономизация внимания – рано или поздно внимание станет самостоятельной валютой интернета.
3. Виртуализация личности – создание спектра собственных отражений в сети, способных самостоятельно коммуницировать друг с другом и с различными сервисами.

### Теории

Именно в пространстве работы с теориями могут появляться принципиально новые проекты, не имеющие еще аналогов. Инкубатор ведет активную работу по изучению существующих сегодня теорий интернет-пространства (например, “Экономика внимания” или “Web of Data”) с тем, чтобы выделить из них рабочие инструменты для поиска и анализа проектов, а также ведет активную разработку собственных теоретических представлений, наиболее проработанные из которых будут представлены широкой публики уже этим летом.

## Позиция инкубатора при работе с разными типами проектов

Проекты различных типов (во внутренней терминологии инкубатора – нишевые, трендовые, теоретические) различаются следующими параметрами работы с ними:

- степень риска,
- степень проработанности проекта,
- вероятные суммы инвестиций,
- сроки реализации,
- степень вовлеченности инкубатора в проект,
- необходимые качества лидера.

	Нишевые	Трендовые	Теоретические
Идея	ясная идея и понимание продукта	работа с “плавающим” продуктом	попытка создать принципиально новый продукт
Проработанность	четко посчитанный бизнес-план со сроками окупаемости и показателями рентабельности	участие в создании рынка, готовность инвестировать в перспективу	голая теория :-)

	<b>Нишевые</b>	<b>Трендовые</b>	<b>Теоретические</b>
Сроки	выпуск проекта в свободное плавание в пределах года	долгосрочная стратегия вывода продукта на рынок (1–3 года)	“длинные” проекты с неочевидной на данный момент перспективой
Порядок инвестиций	небольшие суммы вложений (как правило, десятки–сотни тысяч)	готовность финансировать создание нового рынка (сотни тысяч – миллионы)	скорее всего, небольшие суммы инвестиций, но в течение очень долгого времени
Риски	низкие, просчитываемые	высокие, нет готовых успешных моделей	слишком высокие, минимизируются за счет предварительных вложений в исследования и прототипы
Участие инкубатора	консультационное участие	проектирование модели работы и четкий контроль хода проекта	проекты чаще всего инициируются и контролируются инкубатором
Требования к лидеру	хорошее знание ниши, опыт работы в ней	умение видеть новое и идти к нему путем проб и ошибок	наличие теории, стоящей за проектом, готовность к исследовательской работе
Доля проектов в инкубаторе	80%	15%	5%