

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Πέντε ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσεις για να φτιάξεις τη δική σου startup



Μαρία Μαθιοπούλου
14/09/2025
06:51

Ο πρόεδρος του Ελληνικού Δικτύου Επιχειρηματικών Αγγέλων και της Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομίας, Παναγιώτης Κετικίδης, περιγράφει τα απαραίτητα βήματα από το startup στο scale up

#STARTUP • #SCALEUP • #ΝΕΟΦΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ • #ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ

- Η πορεία μιας startup από την ιδέα μέχρι το scaleup (κλιμάκωση/μεγέθυνση) είναι γεμάτη παγίδες, αλλά και μοναδικές ευκαιρίες. Το κλειδί βρίσκεται στην **ικανότητα των ιδρυτών** να κατανοούν τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς, να διαφοροποιούνται και να μαθαίνουν συνεχώς από τους πελάτες τους. Δυστυχώς τα στατιστικά δεν είναι υπέρ των νεοφυών επιχειρήσεων. Οι βασικότεροι λόγοι αποτυχίας είναι η απουσία πραγματικής ανάγκης της αγοράς, η εξάντληση της ρευστότητας, η λάθος ομάδα, το λάθος timing, η κακή στρατηγική κόστους ή τιμολόγησης και το αδύναμο marketing. Όλα αυτά αποτελούν «red flags» που οι ιδρυτές πρέπει να αναγνωρίζουν έγκαιρα. Ποιες είναι λοιπόν οι ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσει ένας νέος ιδρυτής πριν ξεκινήσει το απαιτητικό αυτό ταξίδι; Ο πρόεδρος του Ελληνικού Δικτύου Επιχειρηματικών Αγγέλων (HeBAN) και της Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομίας, Παναγιώτης Κετικίδης, καταρτίζει για τη **Voria.gr** έναν οδηγό προς ναυτιλομένους στον... ωκεανό της νεοφυούς επιχειρηματικότητας.



ΣΧΕΤΙΚΑ ΑΡΘΡΑ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Prooflab: Η startup από τη Θεσσαλονίκη που κάνει την Τεχνητή Νοημοσύνη ασφαλή επιλογή

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

Θεσσαλονίκη: Δημογραφικό και εργασία - Τα εμπόδια που καθυστερούν τη δημιουργία οικογένειας, μέσα από μεγάλη έρευνα

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Adithway: Η startup από την Καβάλα που κάνει ψηφιακά... matchmaking στον χώρο της διαφήμισης

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

maMEDS: Startup από τη Θεσσαλονίκη αλλάζει τα δεδομένα στη διαχείριση της φαρμακευτικής αγωγής

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

tmicro: Η startup από τη Θεσσαλονίκη που έχει αναπτύξει AI μοντέλο μικροβιομηχανιών με το κλειδί στο... χέρι

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ

Thomas: Ο κινητός ρομποτικός φορτιστής ηλεκτρικών οχημάτων τραβάει τα βλέμματα στο δημαρχείο Θεσσαλονίκης (φωτο+video)

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ContactPigeon: Δημιουργεί υποκατάστημα στη Θεσσαλονίκη

Ποια ανάγκη της αγοράς καλύπτει η ιδέα μου;

Η **πρώτη ερώτηση** που οφείλει να απαντήσει κάθε ιδρυτής είναι απλή, αλλά καθοριστική: **«ποια ανάγκη της αγοράς καλύπτει η ιδέα μου;»**. Δεν αρκεί να λύσει ένα γενικό πρόβλημα. Πρέπει να απαντά σε μια συγκεκριμένη ανάγκη πελάτη, η οποία μάλιστα θα είναι αρκετά μεγάλη, ώστε να δικαιολογεί την ύπαρξη μιας επιχείρησης. Σε αυτό το στάδιο η συνεχής συζήτηση με πελάτες -και όχι με φίλους ή γνωστούς που θα πουν «μπράβο»- είναι ανεκτίμητη. Τα κομπλιμέντα άλλωστε είναι το **«φύλλο χρυσού»** της επιχειρηματικότητας; λαμπρά μεν, αγρήστα δε. «Μίλα για τον πελάτη και την ανάγκη του, όχι για την τεχνολογία σου. Δείξε πώς η λύση σου βελτιώνει την καθημερινότητά του, του εξοικονομεί χρόνο ή χρήμα, του προσφέρει καλύτερη εμπειρία» λέει ο κ. Κετικίδης.

Τι με κάνει διαφορετικό και πώς το αποδεικνύω;



Η **δεύτερη ερώτηση** αφορά τη διαφοροποίηση, που είναι και το πρώτο φίλτρο: **«τι με κάνει διαφορετικό και πώς το αποδεικνύω;»**. Οι επενδυτές και οι πελάτες δεν πείθονται με θεωρίες, αλλά με πράξεις. Η διαφοροποίηση είναι όρος επιβίωσης. Αν δεν μπορεί ένας ιδρυτής να εξηγήσει τι τον κάνει μοναδικό, η αγορά θα τον κατατάξει απλώς ως «έναν ακόμα». Αυτό που ενδιαφέρει είναι το γιατί αυτός και όχι κάποιος άλλος. Απόδειξη είναι μόνο η αγορά: πρώτοι πελάτες, συνεργασίες, traction. Πρέπει ο ιδρυτής να αποδείξει τις προθέσεις του με πρώτους χρήστες, πιλοτικά έργα, συνεργασίες ή δεδομένα από την αγορά. «Όρισε ξεκάθαρα το μοναδικό σου στοιχείο (τεχνολογία, ομάδα, business model). Μην αρκεστείς στη θεωρία. Δείξε πρακτικά παραδείγματα και πρώτους χρήστες. Η καινοτομία δεν είναι μόνο δημιουργικότητα, είναι εκτέλεση στην αγορά. Η διαφοροποίηση δεν είναι ολόγκλα, είναι το θεμέλιο της επιτυχίας» σημειώνει ο πρόεδρος του HeBAN.



Ποιο είναι το ανταγωνιστικό μου πλεονέκτημα;

Η **τρίτη ερώτηση** αφορά το **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** του ιδρυτή. Πλεονέκτημα μπορεί να είναι η ομάδα, η τεχνολογία ή η πρόσβαση σε δίκτυα και πρέπει να χτιστεί σε νερά θεμέλια και όχι σε προσωρινές τάσεις. Αν ο ιδρυτής δεν έχει πλεονέκτημα, θα τον «καταπιεί» ο ανταγωνισμός. Δεν είναι μόνο το τι κάνει, αλλά το πώς το κάνει. Εάν οι πελάτες δεν το αντιλαμβάνονται, τότε δεν υπάρχει. Σύμφωνα με τον κ. Κετικίδη, χρειάζεται συνεχής ενίσχυση, καθώς το πλεονέκτημα φθερίει γρήγορα. Επίσης, η στρατηγική τιμολόγησης και το business model είναι μέρος του πλεονεκτηματος. «Ένα προϊόν μπορεί να αντιγραφεί. Μια ομάδα με ανθεκτικότητα και σωστές συνεργασίες όμως όχι. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι το «τείχος προστασίας» που δεν αφήνει άλλους να μπουν εύκολα. Αυτό μπορεί να είναι IP, δεδομένα, συνεργασίες, αλλά και το δέσιμο της ομάδας. Οι λάθος συνεργάτες είναι από τα συχνότερα αίτια αποτυχίας. Οι επενδυτές αναζητούν αυτό το «τείχος προστασίας» που θα σε κάνει να αντέξεις στον χρόνο» τονίζει.

Πώς θα πείσω τους πρώτους πελάτες;

Η απόλυτη πρόκληση όμως είναι οι πρώτοι πελάτες κι εκεί έρχεται η **τέταρτη ερώτηση**: **«πώς θα πείσω τους πρώτους πελάτες;»**. Χωρίς αυτούς, δεν υπάρχει απόδειξη αγοράς. Γι' αυτό το σύνθημα «πελάτες πρώτα, επενδυτές μετά» παραμένει επίκαιρο. Οι πρώτες συνεργασίες, ακόμη κι αν είναι πολιτικές, δημιουργούν το πιο ισχυρό επιχειρημα για τη βιωσιμότητα μιας startup. Η δέσμευση του πελάτη με χρόνο, χρήμα ή επαφές είναι η πραγματική απόδειξη ενδιαφέροντος. Χρειάζεται να δώσεις αξία πριν ζητήσεις χρήματα. Οι πελάτες που πληρώνουν είναι η καλύτερη απόδειξη αξίας. Και μάλιστα καλύτερα λίγος, αλλά δεσμευμένοι, παρά πολλοί που λένε «να» χωρίς πράξεις. «Οι πρώτοι πελάτες είναι ο καλύτερος δείκτης **product-market fit**. Είναι η πιο ειλικρινής πηγή γνώσης. Άκουσε τους, χρησιμοποίησε το feedback τους και βελτίωσε το προϊόν σου. Μια δουλειά που δημιουργεί ο πελάτης αξίζει περισσότερο από μια δουλειά που δημιουργεί ο επενδυτής» λέει ο κ. Κετικίδης.

Ποιο είναι το μεγαλύτερο ρίσκο που είμαι έτοιμος να πάρω;

Τέλος, έρχεται η **πέμπτη ερώτηση**: **«ποιο είναι το μεγαλύτερο ρίσκο που είμαι έτοιμος να πάρω;»**. Οι επενδυτές θέλουν να δουν ότι οι ιδρυτές έχουν πραγματικό «skin in the game». Αυτό σημαίνει ότι αφιερώνουν χρόνο, ρισκάρουν καριέρα και συχνά και προσωπικά κεφάλαια. Το **ρίσκο δείχνει δέσμευση**, αλλά και ευελιξία: την ετοιμότητα να αλλάξεις πορεία, όταν η αγορά δείχνει ότι η αρχική υπόθεση δεν δουλεύει. Οι ιδρυτές που δεν ρισκάρουν δεν πείθουν. Κάθε ρίσκο όμως πρέπει να συνοδεύεται από σχέδιο περιορισμού ζημιών, ενώ είναι απαραίτητο να χαρτογραφηθούν οι κίνδυνοι. «Δείξε ότι έχεις επενδύσει ήδη χρόνο, προσπάθεια ή ίδιους πόρους. «Εξήγησε πώς

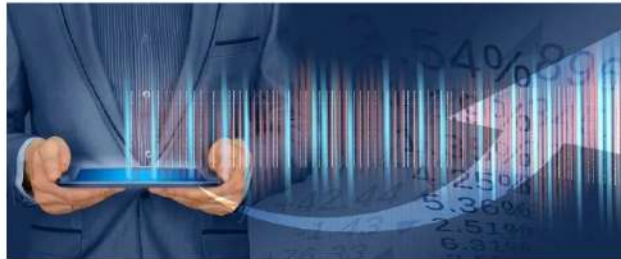
διαχειρίζονται τους κινδύνους με στρατηγική (π.χ. μέσα από το πλαίσιο MEFL0: Market, Entrepreneur/Team, Financial, Legal, Operational)» εξηγεί ο κ. Κετικίδης και προσθέτει: «Η επιχειρηματικότητα είναι γεμάτη αβεβαιότητες. Αυτό που θέλουμε να δούμε είναι αν ο ιδρυτής επενδύει και ο ίδιος χρόνο, ενέργεια ή πόρους, δεν υπάρχει "Zero Risk Startup", αλλά υπάρχει startup που μειώνει συνειδητά τα ρίσκα της και προσαρμόζεται γρήγορα».



Από το startup στο scaleup

Και όταν η startup επιβιώσει τελικά; Τότε ξεκινά η μετάβαση στο **scaleup**. Εδώ απαιτείται αλλαγή νοοτροπίας. Η ομάδα πρέπει να μεγαλώνει με ισορροπία δεξιοτήτων. Χρειάζεται στρατηγική στη χρηματοδότηση, σωστές προσλήψεις και γρήγορες αποφάσεις για αποχωρήσεις. Οι μέντορες που έχουν «γραφει ιστορία» γίνονται απαραίτητοι, ενώ η είσοδος σε νέες αγορές πρέπει να γίνεται στοχευμένα. Το πιο σημαντικό; Να υιοθετήσει ο ιδρυτής κουλτούρα «**fail fast**». Άλλωστε, τα λάθη στην αρχή κοστίζουν λιγότερο απ' ό,τι αργότερα.

Η απόλυτη επιτυχία για μια startup δεν είναι απλώς να σηκώσει έναν γύρο χρηματοδότησης. Είναι να **καταφέρει να πουλήσει το προϊόν της σε παγκόσμια αγορά**. Γιατί τότε αποδεικνύεται, σύμφωνα με τον πρόεδρο του HeBAN και της Αλεξάνδρειας Ζώνης Καινοτομίας, ότι η αξία που δημιουργεί ξεπερνά τα όρια μιας τοπικής ευκαιρίας και μπορεί να αντέξει στον διεθνή ανταγωνισμό. «Αυτό που τελικά αναζητούμε οι επιχειρηματικοί άγγελοι δεν είναι τον "τέλειο" ιδρυτή, αλλά εκείνον που έχει τη διάθεση να μάθει, την ικανότητα να προσαρμόζεται και την αντοχή να επιμένει. Η επιχειρηματικότητα δεν υπόσχεται βεβαιότητα. Είναι στάση ζωής που βασίζεται στην ευελιξία και την αποδοχή της αλλαγής» καταλήγει ο κ. Κετικίδης, σημειώνοντας πως η επιτυχία μιας startup δεν κρίνεται μόνο από την ιδέα, αλλά από το κατά πόσο η ομάδα μπορεί να ακούει την αγορά, να εξελίσσεται και να παραμένει προσηλωμένη.



Προτεινόμενα άρθρα



Τα καλύτερα παπούτσια για περπάτημα και ορθοστασία όλη
Υψηλής ποιότητας, premium, δέρμα κατηγορίας A
Κορυφαίοινο | alibac



Εργονομικά παπούτσια - κρατήστε τα πόδια σας άνετα
50% έκπτωση μόνο σήμερα
Κορυφαίοινο | dimarkos



Κεδικόγλου για ενδεχόμενο κόμμα
Καρυστιανού: «Θα ήτα...



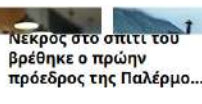
Νεκρός στο σπίτι του βρέθηκε ο πρώην πρόεδρος της Πατέρμο...



Από χωριό της Ημαθίας ο 52χρονος που στοχοποιούσε τον...



Κεδικόγλου για ενδεχόμενο κόμμα
Καρυστιανού: «Θα ήτα...



Νεκρός στο σπίτι του βρέθηκε ο πρώην πρόεδρος της Πατέρμο...



Απο χωριό της Ημαθίας ο 52χρονος που στοχοποιούσε τον...

