

Передерей Б. О.
здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти
спеціальності 113 «Прикладна математика» КПІ ім. Ігоря Сікорського
Тривайло А. Ю.
к.е.н., доц., доцент кафедри промислового маркетингу
КПІ ім. Ігоря Сікорського

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУ СТАРТАП-ПРОЄКТУ EdgeCore

У сучасних умовах високої конкуренції та швидких технологічних змін маркетинг стартапів набуває стратегічного значення. Ефективний план маркетингу дозволяє не лише забезпечити вихід нового продукту на ринок, але й сформувати цільову аудиторію, налагодити канали комунікації, залучити перших клієнтів і інвесторів [1].

Місія стартапу EdgeCore полягає у створенні універсальної відкритої платформи для ML/DL інференсу на edge-пристроях, яка допоможе компаніям і розробникам швидко інтегрувати машинне навчання у свої рішення та оптимізувати їхню роботу на пристроях із обмеженими ресурсами.

Цінність стартапу базується на відкритості, гнучкості та інноваціях. Спільна робота та прозорість технологічних рішень сприятимуть швидкому розвитку та адаптації до змін на ринку. Основними конкурентними перевагами стартапу є:

- модульна архітектура, яка дозволяє легко інтегрувати та оптимізувати різні ML/DL моделі на багатьох платформах;
- відкритий підхід, що сприяє розвитку спільноти та швидкому обміну знаннями; дозволяє отримувати швидкий зворотний зв'язок та вдосконалювати продукт;
- орієнтація на потреби як окремих розробників, так і великих підприємств, що дозволяє адаптувати рішення під різні сегменти ринку - від невеликих стартапів до великих корпоративних клієнтів;
- підтримка інтеграції з провідними хмарними платформами та IoT пристроями, що гарантує високу сумісність і легкість впровадження.

Серед основних цілей і завдань стартап-проєкту визначені: запуск MVP платформи та open-core бази, формування активного open-source ком'юніті, проведення хакатонів та вебінарів, валідування product-market fit, конверсію користувачів у платні підписки, запуск Starter/Professional/Enterprise тарифів, партнерства з hardware/cloud-платформами, швидке входження на ринок B2B.

EdgeCore використовує модель open-core із freemium підходом, де базова версія продукту доступна безкоштовно, а додатковий преміум-функціонал – за підпискою. Такий підхід дозволить на ранніх етапах реалізації стартапу залучити широку аудиторію розробників через open-source ринок та згодом конвертувати частину з них у платних клієнтів, що забезпечить стабільний дохід [2].

Стратегія ціноутворення та позиціонування EdgeCore дозволить створити низький поріг входу для користувачів, сприяти швидкому зростанню спільноти, а також забезпечити конкурентоспроможні умови для монетизації продукту через розширені функції та преміум-підписки.

План просування ґрунтується на комплексному використанні цифрових каналів та партнерств, оптимізації веб-сайту та документації для SEO, публікації технічного контенту на блозі для залучення органічного трафіку, активній присутності у соціальних мережах і професійних спільнотах, проведенні вебінарів, онлайн-конференцій і хакатонів для демонстрації можливостей продукту, встановленні стратегічних партнерств з хмарними провайдерами та

виробниками IoT-пристроїв для розширення аудиторії, використанні персоналізованих email кампаній для конверсії користувачів у платних клієнтів і проведенні PR-заходів у профільних медіа для підвищення впізнаваності бренду.

Офіційний веб-сайт - являтиме собою інтерактивну платформу з адаптивним дизайном для різних пристроїв, що надаватиме доступ користувачам до технічної документації, демо-версії продукту, статей, блогу та відгуків. На сайті буде розміщено розділ із кейс-стаді та прикладами інтеграції EdgeCore з популярними IoT-платформами.

EdgeCore орієнтований на переведення користувачів з безкоштовного open-source продукту у платні підписки шляхом створення максимальної цінності на кожному етапі взаємодії з рішенням. Для ефективного onboarding-процесу буде забезпечено швидке ознайомлення користувачів з ключовими функціями платформи через інтерактивні демо-версії та чітку документацію. За допомогою персоналізованих email-кампаній користувачам регулярно надходитимуть повідомлення про нові можливості, оновлення та кейси застосування Premium функціоналу, що стимулюватиме бажання переходу на платний тариф. Важливим етапом передбачається використання безкоштовних тестових періодів або лімітованих версій Premium. У такий спосіб користувачі на практиці зможуть випробувати додаткову цінність розширених функцій.

Одним із пріоритетних напрямків є встановлення партнерств з виробниками IoT-пристроїв і апаратного забезпечення - NVIDIA Jetson, Raspberry Pi, Espressif, Realtek, Qualcomm та ARM, що збільшує шанси на вибір продукту розробниками під час впровадження рішень. Співпраця з хмарними провайдерами, такими як AWS, Microsoft Azure або Google Cloud, також є важливою складовою, оскільки інтеграція з їхніми IoT- та ML-сервісами створить додаткову цінність для кінцевих користувачів і допоможе швидко масштабувати рішення. Співпраця з системними інтеграторами (наприклад, Cisco, Dell, Siemens) дозволить впроваджувати EdgeCore як частину комплексних рішень для підприємств, що використовують IoT та edge computing для оптимізації виробничих процесів.

Ключовим елементом стратегії є інвестування в маркетингові активи, які будуть рекламувати якісне рішення – створення високоякісного контенту, розробка детальної технічної документації та проведення PR-кампаній у профільних медіа.

План залучення рефералів для EdgeCore ґрунтується на використанні реклами з вуст у вуста серед розробників, які активно обговорюють технології та технічні рішення, адже саме позитивні рекомендації колег здатні стимулювати органічне зростання користувацької бази. Для даного стартапу необхідно застосовувати реферальну програму, яка надаватиме кожному поточному користувачу унікальний реферальний код для відслідковування нових реєстрацій і конверсії в платні підписки. При цьому винагороди можуть включати знижки на преміум-функціонал, безкоштовні бонусні періоди або доступ до ексклюзивних можливостей, наприклад ранній доступ до нових можливостей.

Ефективне формування маркетингового плану для стартапу повинно ґрунтуватися на глибокому розумінні ринку, технологічних трендів та особливостей цільової аудиторії. У випадку EdgeCore стратегія поєднує як open-source цінності, так і інструменти монетизації, орієнтовані на гнучкість і масштабованість. Запропонований маркетинговий план для EdgeCore демонструє інтегрований підхід до реалізації стартап-проекту, що може бути використаний як ефективна модель для інших технологічних ініціатив, орієнтованих на ринок B2B.

Література

1. Гавриш О. А., Бояринова К. О., Кравченко М. О., Копішинська К. О. Управління стартапами : підручник для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями. Київ: КПП ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. - 716 с.

2. GitLab Inc. The Open Core Business Model [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://about.gitlab.com>