

Jak opracować cele mentoringu – poradnik dla Beneficjentów w Horyzontalnym Programie Naukowym

Pierwszym działaniem jakie nasi beneficjenci wykonają po wybraniu Mentora będzie ustalenie celów mentoringu. Jest to najważniejszy krok, który tworzy założenia i kształtuje realizację całego procesu mentoringowego.

Z doświadczenia wiemy, że wiele startupów ma trudności z ustaleniem optymalnych celów mentoringu a przez to traci możliwość skorzystania z pełnego potencjału usługi mentoringowej Akces i może przysporzyć sobie (i nam!) kłopotów przy rozliczaniu programu. Dlatego przygotowaliśmy niniejszy przewodnik dla startupów-beneficjentów w naszych programach akceleracyjnych, dotyczący projektowania celów mentoringu.

Zacznijmy od krótkiego przeglądu korzyści jakich można spodziewać się po udziale w programie mentoringowym Akces. Współpraca z mentorem (lub mentorami) pozwala startupom:

1. **wzmocnić swoje kompetencje biznesowe i uniknąć „błędów początkującego”** – mentorzy dzielą się wiedzą z zakresu strategii, finansów, marketingu, *business development* i innych obszarów, pomagając startupom uniknąć typowych pułapek wczesnego etapu rozwoju (np. błędów w modelu biznesowym);
2. **rozbudować sieć kontaktów** – dostęp do sieci kontaktów mentora (inwestorzy, partnerzy branżowi) przyspiesza wejście na rynek i nawiązywanie partnerstw;
3. **poszerzyć swój wgląd w branżę** – mentorzy mogą przekazać startupom aktualne informacje o trendach rynkowych, preferencjach klientów i strategiach konkurencji, co pozwala optymalnie opracować lub dostosować ofertę;
4. **zwiększyć swoje morale i motywację do działania** – mentorzy pełnią rolę źródła zachęty i inspiracji, pomagając zachować koncentrację i motywację w trudnych momentach rozwoju startupu;
5. **lepiej definiować cele** – mentorzy pomagają ustalać konkretne, mierzalne i osiągalne cele a także monitorować postępy, np. poprzez regularne spotkania robocze i raportowanie okresowe w programie;
6. **zoptymalizować procesy biznesowe** – mentoring pozwala na ocenę funkcjonowania firmy przez zewnętrznych ekspertów, identyfikację słabych punktów i wdrożenie korekt;
7. **rozwinąć umiejętności „miękkie”** – np. komunikację, zarządzanie zespołem, ustalanie strategii wynagrodzeń, negocjacje;
8. **uzyskać wsparcie w pozyskiwaniu finansowania** – mentorzy mogą pomóc startupom przygotować dokumentację inwestycyjną lub prezentacje dla inwestorów, mogą też ułatwić nawiązanie bezpośredniego kontaktu z potencjalnymi inwestorami.

Jest bardzo ważne, aby startup przystępując do udziału w mentoringu wiedział „czego chce”, tzn. przed jakimi wyzwaniami stoi i w jaki sposób chce skorzystać z mentoringu, aby na te wyzwania odpowiedzieć.

Pamiętajcie, że program mentoringowy Akces trwa tylko 6 miesięcy! Ten czas ucieka naprawdę szybko więc trzeba go jak najlepiej wykorzystać. Dlatego tak ważne jest właściwe ustalenie celów monitoringu.

Aby te cele ustalić, proponujemy przejść przez następujące kroki:

Krok 1: Analiza potrzeb

Przeprowadźcie audyt swojego startupu:

- **Gdzie jesteśmy?** – ocena produktu, modelu biznesowego, zespołu i innych ważnych czynników
- **Gdzie chcemy być?** – wizja na najbliższe 6-12 miesięcy
- **Co nas blokuje?** – konkretne wyzwania (np. skalowanie sprzedaży, budowa zespołu)

Krok 2: Priorytetyzacja

Wybierzcie **nie więcej niż 3 cele**, które uważacie za najważniejsze do realizacji w ramach mentoringu – więcej może prowadzić do rozproszenia (a przypominamy, że mentoring w programie akceleracyjnym Akces trwa tylko 6 miesięcy!). Cele te będą figurowały w harmonogramie mentoringu jako „cele priorytetowe”.

Przykładowe kategorie celów:

- Rozwój produktu (np. testowanie MVP)
- Strategia biznesowa (np. model revenue)
- Zarządzanie zespołem (np. budowa struktury organizacyjnej)

Krok 3: Określenie konkretnych celów

Usilnie rekomendujemy określanie celów zgodnie ze znaną zasadą SMART, tzn. takich, które będą:

1. **Skonkretyzowane (*Specific*)** – cel musi być jasno zdefiniowany, odpowiadając na pytania: **co, gdzie, kiedy, kto, dlaczego**. Przykład: zamiast ogólnikowego celu „zwiększyć sprzedaż”, lepiej zaplanować „zwiększyć sprzedaż produktu X o 20% w ciągu trzech miesięcy”;
2. **Mierzalne (*Measurable*)** – wymaga określenia wskaźników pomiaru postępów. Przykład: redukcja błędów produkcyjnych o 25% do końca roku;
3. **Osiągalne (*Achievable*)** – cel powinien być realistyczny w kontekście dostępnych zasobów. Przykład: wdrożenie nowej strategii marketingowej przy zaangażowaniu zespołu;
4. **Realistyczne (*Realistic*)** – musi być spójny z ogólnymi celami i priorytetami. Przykład: zwiększenie sprzedaży online zgodne z celami firmy;

5. **Określone w czasie (Time-bound)** – wymaga wyznaczenia terminu realizacji.
Przykład: osiągnięcie celu w ciągu 6 miesięcy (bardzo ważne w kontekście harmonogramu usługi mentoringowej w naszym programie akceleracyjnym!)

Przykład celów zgodnych z zasadą SMART:

Niewłaściwe: „Poprawić sprzedaż”

Poprawne: „Zwiększyć miesięczne przychody o 30% do końca programu poprzez optymalizację procesu sprzedażowego”

Potrzeby startupów i wyzwania, przed którymi stają founderzy są niezwykle różnorodne i takie też będą cele udziału w mentoringu.

W tym poradniku możemy jedynie zasugerować kilka przykładowych celów, opierając się na naszym doświadczeniu i wiedzy.

Takimi celami mogą być np.:

- **Walidacja modelu biznesowego** (Przykład: „Przetestować założenia modelu przychodowego z 3 kluczowymi klientami w ciągu 6 miesięcy”)
- **Rozwój produktu** (Przykład: „Dostosować MVP do potrzeb rynku poprzez 50 wywiadów z potencjalnymi użytkownikami”)
- **Przygotowanie do finansowania** (Przykład: „Przygotować pakiet inwestycyjny z 5-letnią prognozą finansową do końca programu”)
- **Optymalizacja procesów** (Przykład: „Zredukować czas realizacji zamówień o 40% poprzez wdrożenie narzędzia CRM”)
- **Rozwój zespołu** (Przykład: „Zbudować strukturę zarządzania dla 10-osobowego zespołu w ciągu 3 miesięcy”)
- **Budowa sieci kontaktów** (Przykład: „Nawiązać współpracę z 2 partnerami technologicznymi w branży, w której działa startup”)
- **Kompetencje miękkie** (Przykład: „Rozwinąć umiejętność negocjacji z inwestorami poprzez symulacje i feedback”)
- **Przygotowanie do ekspansji międzynarodowej** (Przykład: „Przygotować lokalizację produktu na wybrany rynek europejski do Q3”)
- **Opracowanie i przetestowanie prezentacji inwestorskiej („pitch deck”)** (Przykład: przygotować 5-minutową prezentację po polsku i po angielsku, wygłosić ją w obecności mentora i zebrać feedback)

Krok 4: Określenie sposobu monitorowania postępów realizacji celów

Realizację celów można monitorować np. poprzez:

- ▶ przyjęcie określonych wskaźników
- ▶ regularne spotkania robocze z mentorem, np. raz na tydzień

W naszym programie akceleracyjnym prosimy beneficjentów i mentorów o składanie miesięcznych sprawozdań z mentoringu, więc nam również zależy na przyjęciu jasnych i czytelnych sposobów monitorowania realizacji celów.

Jako ostatnią, ale bardzo ważną rekomendację chcemy podkreślić, że w planowanie celów mentoringu beneficjenci od samego początku powinni zaangażować mentorów, tak żeby skorzystać w pełni z ich wiedzy i doświadczenia. Podkreślamy, że mentor nie będzie tylko biernym obserwatorem i „nadzorcą” w procesie mentoringowym, ale jego aktywnym uczestnikiem.