



WOMENTORS: Ενδυνάμωση νέων γυναικών

Υπό την Αιγίδα της Α.Ε. της Προέδρου της Δημοκρατίας Κατερίνας Σακελλαροπούλου

Αθήνα 2023

## WOMENTORS

### Πρόγραμμα Ενδυνάμωσης Νέων Γυναικών Αθήνα 2023

Ο οδηγός ενδυνάμωσης αξιοποιήθηκε στην πρώτη του μορφή το 2020 και υποστήριξε την πιλοτική εφαρμογή του προγράμματος WOMENTORS.

Επιστημονικά Υπεύθυνη: Καλλιόπη (Κάλλια) Κουνενού  
Υπεύθυνη Έργου: Σεβαστή-Σοφία Ανθοπούλου  
Γλωσσική Επιμέλεια: Χριστίνα Σπυροπούλου  
Γραφιστική Επιμέλεια και Λογότυπο: Δήμητρα Χαντζάκου  
Επιμέλεια Έκδοσης: Ξανθοπούλου Μαρία

ISBN: 978-960-370-068-5  
Εκδότης: Ίδρυμα Λαμπράκη



Το έργο WOMENTORS υλοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος Active citizens fund, με φορέα υλοποίησης το Ίδρυμα Λαμπράκη και εταίρο την «Αποστολή Άνθρωπος».

Το πρόγραμμα Active citizens fund, ύψους € 15 εκ., χρηματοδοτείται από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία και είναι μέρος του χρηματοδοτικού μηχανισμού του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (ΕΟΧ) περιόδου 2014 – 2021, γνωστού ως EEA Grants. Το πρόγραμμα στοχεύει στην ενδυνάμωση και την ενίσχυση της βιωσιμότητας της κοινωνίας των πολιτών και στην ανάδειξη του ρόλου της στην προαγωγή των δημοκρατικών διαδικασιών, στην ενίσχυση της συμμετοχής των πολιτών στα κοινά και στην προάσπιση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων. Τη διαχείριση της επιχορήγησης του προγράμματος Active citizens fund για την Ελλάδα έχουν αναλάβει από κοινού το Ίδρυμα Μποδοσάκη και το SolidarityNow. Διαβάστε περισσότερα εδώ: [www.activecitizensfund.gr](http://www.activecitizensfund.gr)



Διαχειριστής Επιχορήγησης:



Φορέας Υλοποίησης:



Εταίρος:



Το παρόν υλικό ενδυνάμωσης διανέμεται δωρεάν. Επιτρέπεται η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική ή η απόδοση κατά παράφραση ή διασκευή του περιεχομένου του βιβλίου με οποιονδήποτε τρόπο αποκλειστικά για σκοπούς ενδυνάμωσης και υπό τον όρο ότι αναφέρονται οι συγγραφείς, εκδότες και δικαιούχοι λοιπών δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας επί του βιβλίου.

## Συγγραφική Ομάδα:

### Σεβαστή - Σοφία Ανθοπούλου

Εμπειρογνώμων της Εκπαίδευσης, Executive Coach, Non-profit Manager, Γενική Διευθύντρια Ιδρύματος Λαμπράκη

### Καλυψώ Γούλα

Γενική Γραμματέας Δημογραφικής και Οικογενειακής Πολιτικής και Ισότητας των Φύλων, Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων

### Τζένη Καραβίτου

Φιλολόγος, Θεατροπαιδαγωγός

### Ουρανία - Καρολίνα Κολιοπούλου

Μαιευτήρας - Γυναικολόγος, Διδάκτωρ Πανεπιστημίου Αθηνών

### Καλλιόπη (Κάλλια) Κουνενού

Ψυχολόγος - Ψυχοθεραπεύτρια, Καθηγήτρια Συμβουλευτικής Ψυχολογίας, Επαγγελματικού Προσανατολισμού & Οικογένειας, ΑΣΠΑΙΤΕ

### Νάντια Κουρμούση

Δρ. Προαγωγής Ψυχικής Υγείας, ΕΔΙΠ Παιδαγωγικού Τμήματος ΑΣΠΑΙΤΕ

### Νατάσα Μαρτσέκη

Πρώην Διευθύντρια Ξένων Θεσμικών Επενδυτών Alpha Finance/Alpha Bank, Ιδρύτρια της Bright Blue

### Κλειώ Μαυραγάνη

Ρευματολόγος, Καθηγήτρια Ιατρικής Σχολής Αθηνών

### Ευγενία Πανταζή

MD, MPH Ειδική Ιατρός Εργασίας, Διδάκτωρ Ιατρικής Σχολής Αθηνών

### Άννα Παπανικολάου

Δικηγόρος

### Βάλια Περπινιά

HR Executive στις Εκδόσεις Διόπτρα, Coach Προσωπικής & Επαγγελματικής Ανάπτυξης

### Βασίλης Σιέμος

Υπεύθυνος Επιχειρηματικού Επιταχυντή στο Κέντρο Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας «Αρχιμήδης» του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών

### Αντιγόνη Τσαρμποπούλου

Εκπαιδευτικός, Θεατροπαιδαγωγός

### 4.3. Lean Startup και καινοτόμος επιχειρηματικότητα

- Βασίλης Σιέμος

Ενιαίος ορισμός για την «επιχειρηματικότητα» δεν υφίσταται. Αναζητώντας ορισμό, μπορούμε να βρούμε αρκετές παραλλαγές, οι οποίες ωστόσο διαμορφώνονται γύρω από συγκεκριμένες έννοιες, που αφορούν την «έναρξη εμπορικής δραστηριότητας», «το κέρδος» και το «ρίσκο».

Καταλήγουμε, λοιπόν, να ορίσουμε την «επιχειρηματικότητα» ως το σύνολο των απαιτούμενων ενεργειών ενός ανθρώπου (ή μιας ομάδας ανθρώπων - συνεταίρων) για τη διαμόρφωση μιας επιχειρηματικής ιδέας σε εμπορική δραστηριότητα, η οποία ενέχει ρίσκο και έχει ως σκοπό την επίτευξη κέρδους (προστιθέμενης αξίας).

Η επιχειρηματική ιδέα αφορά την ανάπτυξη προϊόντων ή υπηρεσιών, και η επιχειρηματικότητα είναι ο συνδυασμός πόρων και διαδικασιών που θα οδηγήσει τα προϊόντα/υπηρεσίες σε μια «προσφορά» που δημιουργεί όφελος στον χρήστη - πελάτη και για τον λόγο αυτό αποφασίζει να την αγοράσει.

Η δημιουργία ενός νέου καταστήματος εμπορίας ρούχων, ενός νέου αρτοποιείου ή ενός νέου κομμωτηρίου είναι μια νέα επιχειρηματική δραστηριότητα η οποία εμπεριέχει ρίσκο και έχει ως στόχο τη δημιουργία κέρδους. Το ίδιο ισχύει και με την περίπτωση μια νέας μεθόδου εκμάθησης μαθηματικών σε παιδιά δημοτικού (WhyMath), μιας νέας υπηρεσίας για την τοποθέτηση προϊόντων σε τηλεοπτικές παραγωγές (Adwork Tech) ή μιας νέας πλατφόρμας για την παρακίνηση των ανθρώπων να ασκηθούν (Run4More). Υπάρχει, ωστόσο, μία ειδοποιός διαφορά μεταξύ των τριών πρώτων παραδειγμάτων, σε σχέση με τα τρία τελευταία. Η διαφορά αυτή εντοπίζεται στην «καινοτομία» της επιχειρηματικής ιδέας.

Με τον όρο «καινοτομία» αναφερόμαστε στην παραγωγή ή/και παροχή νέων ή ουσιαστικά βελτιωμένων προϊόντων, υπηρεσιών ή/και διαδικασιών, τις οποίες ο πελάτης συνήθως θα πρέπει να «γνωρίσει», να «εκπαιδευτεί» ή να «εξοικειωθεί», πριν αγοράσει. Η καινοτομία αποτελεί τον παράγοντα που αυξάνει το ρίσκο στα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα, δημιουργώντας ταυτόχρονα προοπτικές αυξημένης απόδοσης για αυτά που θα καταστούν βιώσιμα και θα παρουσιάσουν δυνατότητες μελλοντικής ανάπτυξης. Από την άλλη πλευρά, τα «καινοτόμα» προϊόντα/υπηρεσίες δεν σημαίνει απαραίτητα ότι θα είναι και πετυχημένα ή ότι θα βρουν άμεσα τη θέση που τους αρμόζει στην αγορά. Σε αυτό το πλαίσιο, σύμφωνα με έρευνες της CB Insights, βασικός παράγοντας αποτυχίας των νεοφυών επιχειρήσεων (startups) αποτελεί η «έλλειψη ανάγκης στην αγορά για το προϊόν ή την υπηρεσία που προσφέρουν», δείχνοντας ότι το «καινοτόμο» δεν είναι απαραίτητα και άμεσα αποδεκτό στην αγορά (οι λόγοι ποικίλλουν).

#### Προετοιμάζοντας την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η επιχειρηματικότητα ενέχει αβεβαιότητα και ρίσκο, το οποίο μάλιστα συνήθως αυξάνεται όταν αναφερόμαστε σε «καινοτόμο» επιχειρηματικότητα. Βασική πρόταση, επί σειρά ετών, για τον σχεδιασμό μιας νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας με σκοπό τον περιορισμό του ρίσκου, είναι η εκπόνηση ενός αναλυτικού Επιχειρηματικού Σχεδίου, μέσα από σειρά παραδοχών και εναλλακτικών σεναρίων, ώστε να μελετηθεί το πλαίσιο και οι προοπτικές βιωσιμότητας του εγχειρήματος και να «προετοιμαστεί» κατάλληλα ο υποψήφιος επιχειρηματίας.

Εν συνεχεία, με «εργαλείο» το Επιχειρηματικό Σχέδιο, ο δυνητικός επιχειρηματίας αναζητεί χρηματοδότηση και στη συνέχεια προχωρεί στην κατασκευή του προϊόντος ή τη δημιουργία της υπηρεσίας που φέρνει εντέλει στην αγορά, μέσα από τη νέα επιχείρηση.

Η διαδικασία αυτή μεταφράζεται σε αρχική επένδυση σε χρόνο (και κόστος) για τον

σχεδιασμό και την εκπόνηση του Επιχειρηματικού Σχεδίου, με σειρά παραδοχών για πιθανά σενάρια, και πολύ συχνά χωρίς άμεση επαφή με την αγορά και τις συνθήκες που επικρατούν σε αυτή. Το Επιχειρηματικό Σχέδιο είναι «στατικό» και συνήθως περιλαμβάνει προβλέψεις σε βάθος χρόνου τριών έως πέντε ή σε κάποιες περιπτώσεις και δέκα ετών, οι οποίες καθίστανται μη ρεαλιστικές, ιδιαίτερα δε, σε περιόδους έντονων οικονομικών μεταβολών. Ακόμη και αν ο αρχικός αυτός σχεδιασμός αφορά «συμβατικές» επιχειρηματικές ιδέες, ερωτηματικό αποτελεί η δυνατότητα να γνωρίζει πλήρως ο μελετητής τις συνθήκες της αγοράς και να προβλέπει όλες τις παραμέτρους που οδηγούν στη βιωσιμότητα του εγχειρήματος, δουλεύοντας από το περιβάλλον ενός γραφείου.

Προφανώς το ερωτηματικό μεγαλώνει, όταν αναφερόμαστε σε «καινοτόμες» επιχειρηματικές ιδέες, για τις οποίες δεν υπάρχουν (ή υπάρχουν περιορισμένα) δεδομένα που μπορούν να μελετηθούν. Ως αποτέλεσμα, παρατηρείται η συχνή αποτυχία του σχεδιασμού, από τις πρώτες επαφές της νεοφυούς επιχείρησης με την αγορά, καθώς οι παραδοχές και τα σχέδια δεν έχουν εφαρμογή και το νέο προϊόν ή η νέα υπηρεσία αποτυγχάνουν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των πελατών στις οποίες απευθύνονται.

Η προτεινόμενη εναλλακτική στη διαδικασία αυτή είναι η επαφή με την αγορά από τα πρώτα στάδια σύλληψης της επιχειρηματικής ιδέας για τη διαμόρφωση του Επιχειρηματικού Μοντέλου, πριν από το Επιχειρηματικό Σχέδιο, και η ανάπτυξη ενός Ελάχιστου Βιώσιμου Προϊόντος (Minimum Valuable Product – MVP), μέσω του οποίου θα επιδιωχθεί η ανάδραση με τους δυνητικούς πελάτες για την επιβεβαίωση των παραδοχών, πριν από τη δημιουργία του τελικού προϊόντος. Η συγκεκριμένη διαδικασία εκφράζεται μέσα από τη μεθοδολογία Lean Startup, που στα ελληνικά έχει αποδοθεί ως «Λιτή Επιχειρηματική Εκκίνηση».

## Η μεθοδολογία Lean Startup

Η μεθοδολογία Lean Startup (Λιτή Επιχειρηματική Εκκίνηση) αναπτύχθηκε κυρίως από τους Steve Blank<sup>1</sup> και Eric Ries<sup>2</sup> και βασίζεται στην ιδέα ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να περιορίσουν το ρίσκο ανάπτυξης μιας καινοτόμου επιχειρηματικής ιδέας και να επιτύχουν μεγαλύτερη αποδοτικότητα, αν εφαρμόσουν μια διαδικασία εκκίνησης που θα βασίζεται στην τεκμηριωμένη μάθηση, μέσω αλληλεπίδρασης με τους δυνητικούς πελάτες.

Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη μεθοδολογία, η διαδικασία έναρξης μιας νέας επιχείρησης που αναπτύσσει κάποια καινοτόμο ιδέα θα πρέπει να στηρίζεται στη χρήση μικρών και γρήγορων πειραμάτων για να δοκιμαστούν οι παραδοχές της επιχειρηματικής ιδέας, μέσα από τη συλλογή ανατροφοδότησης από τους δυνητικούς πελάτες και την προσαρμογή της στρατηγικής και του προϊόντος βάσει αυτών των ανατροφοδοτήσεων. Στόχος είναι η μείωση της αβεβαιότητας και η επίτευξη πραγματικής αξίας για τον πελάτη, έναντι μιας σημαντικής αρχικής επένδυσης πόρων βάσει ενός πλήρως αναπτυγμένου επιχειρηματικού σχεδίου που όμως δεν έχει εφαρμοστεί στις πραγματικές συνθήκες της αγοράς.

Η εν λόγω μεθοδολογία βασίζεται στο τρίπτυχο «Κατασκευή - Μέτρηση - Μάθηση» (Build - Measure - Learn), που συμβάλλει στην ελαχιστοποίηση του χρόνου και των πόρων που απαιτούνται για την ανάπτυξη και επικύρωση μιας καινοτόμου επιχειρηματικής ιδέας.

Αντί να δαπανηθούν μεγάλα ποσά χρημάτων και χρόνου για την ανάπτυξη ενός πλήρους προϊόντος ή υπηρεσίας βάσει ενός Επιχειρηματικού Σχεδίου, η μεθοδολογία Lean Startup προτείνει τη δημιουργία ενός Ελάχιστου Βιώσιμου Προϊόντος (Minimum Viable Product – MVP), που μπορεί να παρέχει αξία στους πελάτες και παράλληλα να συγκεντρώνει χρήσιμη ανατροφοδότηση. Μετά την κατασκευή του MVP, η επιχείρηση συλλέγει δεδομένα και ανατροφοδότηση από τους πελάτες και αναλύει τα αποτελέσματα. Αυτή η φάση της μέτρησης επιτρέπει στην επιχείρηση να αξιολογήσει

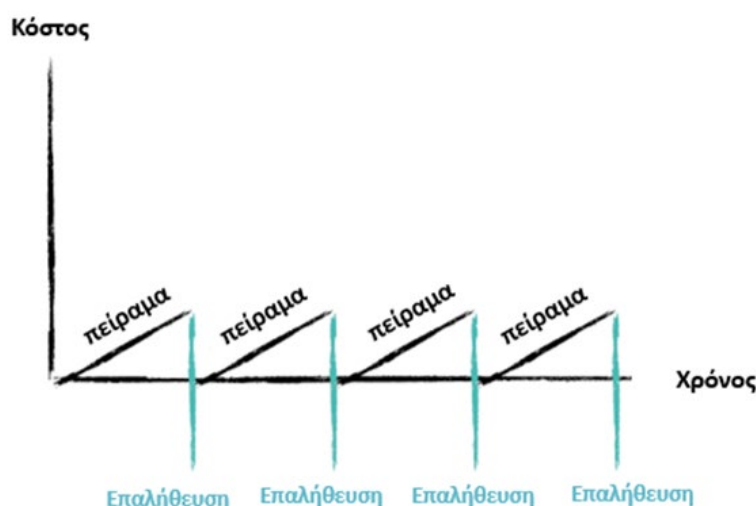
1 The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company, 2012.

2 The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses, 2011.

την απήχηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας και να συγκεντρώσει στοιχεία ώστε να κατανοήσει τι λειτουργεί και τι όχι στο προϊόν ή την υπηρεσία, προσαρμόζοντας ανάλογα τη στρατηγική και την ανάπτυξή τους.

Με βάση αυτή τη γνώση, οι επιχειρήσεις μπορούν να προχωρήσουν σε επιπλέον πειράματα και βελτιώσεις του προϊόντος ή της υπηρεσίας τους.

## Η προσέγγιση της μεθοδολογίας Lean Startup



Πίνακας 2: Lean Startup

Για την ανάπτυξη μιας καινοτόμου επιχειρηματικής ιδέας αξιοποιώντας τη μεθοδολογία Lean Start-up, προτείνονται τα ακόλουθα βήματα:

### 1. Διαμορφώστε την ιδέα σας ως «λύση» σε ένα πρόβλημα.

Το αρχικό βήμα για την ανάπτυξη μιας νέας καινοτόμου επιχειρηματικής δραστηριότητας πρέπει να είναι η διαμόρφωση της επιχειρηματικής ιδέας στη βάση της ανάπτυξης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που ανταποκρίνεται σε ένα «πρόβλημα» ή μια «ανάγκη» της αγοράς. Είναι σημαντικό να θεωρήσουμε τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που σκοπεύουμε να προσφέρουμε ως απαντήσεις σε «προβλήματα». Καμιά λύση δεν θα πετύχει, εκτός αν λύνει πραγματικά προβλήματα που έχει ένας ικανός αριθμός ανθρώπων. Έτσι, το πρώτο βήμα είναι να κατανοήσουμε το πρόβλημα που σκοπεύουμε να λύσουμε, προσεγγίζοντάς το από όσο περισσότερες πλευρές μπορούμε. Ποιος το έχει; Πού εντοπίζεται; Τι το προκαλεί; Πόσο μεγάλο/έντονο είναι και πόσο επιτακτική είναι η λύση του;

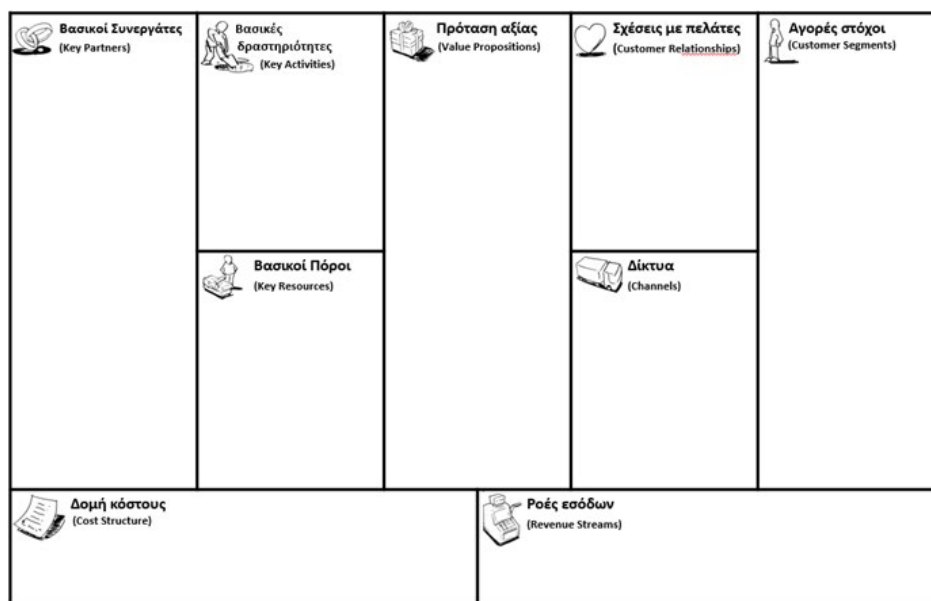
### 2. Καθορίστε το Επιχειρηματικό σας Μοντέλο.

Το επιχειρηματικό μοντέλο περιγράφει τον τρόπο με τον οποίο μια επιχείρηση δημιουργεί, προσφέρει και δεσμεύει αξία ή, απλά, τον τρόπο με τον οποίο βγάζει λεφτά. Ζητούμενο αποτελεί ο σχεδιασμός των βασικών δεδομένων που περιγράφουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, μέσα από μία απλή, οπτικοποιημένη παρουσίαση. Για τον λόγο αυτό, αξιοποιείται το εργαλείο του Καμβά Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas - BMC), που αναπτύχθηκε από τους Alex Osterwalder και Yves Pigneur (2010)<sup>3</sup>. Το BMC περιγράφει μέσα από 9 δομικά στοιχεία τις βασικές παραδοχές για τη λειτουργία της νέας επιχείρησης ως ελέγξιμες υποθέσεις, τις οποίες στη συνέχεια καλούμαστε να αξιολογήσουμε και να επιβεβαιώσουμε ή να επαναπροσδιορίσουμε, μέσα από μία διαδικασία ελεγχόμενων πειραμάτων. Χαρακτηριστικό του αποτελεί η απλότητά του, έναντι του Επιχειρηματικού

3 Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers (2010).

Σχεδίου.

## Ο Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου (Business Model Canvas)



Πίνακας 3: Business Model Canvas

### 3. Δημιουργήστε το MVP.

Αναπτύξτε ένα «Ελάχιστο Βιώσιμο Προϊόν», δηλαδή μια αρχική έκδοση του προϊόντος ή της υπηρεσίας σας με το ελάχιστο απαραίτητο σύνολο χαρακτηριστικών ή λειτουργιών, που θα επιτρέπει στους χρήστες να αλληλεπιδρούν και να το αξιολογούν. Αυτό θα σας δώσει τη δυνατότητα να λάβετε ανατροφοδότηση και να προσαρμόσετε το προϊόν σας, βάσει των αναγκών των πελατών. Για τη δημιουργία του MVP καταναλώστε τον δυνατό ελάχιστο χρόνο και κόστος, τόσο ώστε το αρχικό προϊόν σας να διαθέτει τα χαρακτηριστικά που θέλετε να επιβεβαιώσετε ότι καλύπτουν τις ανάγκες των πελατών σας.

### 4. Επικοινωνήστε με τους Πελάτες σας: Πειραματιστείτε - Μετρήστε - Μάθετε.

Ήρθε η ώρα να βγείτε έξω από το γραφείο σας και να επικοινωνήσετε με τους δυνητικούς πελάτες ή χρήστες του προϊόντος/της υπηρεσίας σας. Αξιοποιήστε το MVP σας για να αξιολογήσετε την αποδοτικότητα της ιδέας σας, να επιβεβαιώσετε ή να απορρίψετε τις υποθέσεις σας (Καμβάς Επιχειρηματικού Μοντέλου) και να αναπροσαρμόσετε το προϊόν σας βάσει των αναγκών και της ανατροφοδότησης που λαμβάνετε. Ελέγξτε αν το πρόβλημα που έχετε υποθέσει όντως υπάρχει, πόσο σημαντικό είναι και αν η λύση που προτείνετε ταιριάζει στις ανάγκες και τα χαρακτηριστικά της ομάδας-στόχου στην οποία απευθύνεται. Αν, για παράδειγμα, η πρόταση αξίας της επιχείρησής σας βασίζεται στην υψηλή ποιότητα, αλλά όλοι ζητάνε κάτι οικονομικό, τότε θα πρέπει να επαναπροσδιορίσετε όχι μόνο την πρόταση αξίας, αλλά και τα δομικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, ώστε να συμβαδίζουν με τις ανάγκες των πελατών ή, εναλλακτικά, να επαναπροσδιορίσετε την ομάδα-στόχο στην οποία απευθύνεστε.

### 5. Επανασχεδιάστε - Αναδιαμορφώστε - Αναζητήστε τη συμβατότητα προϊόντος - αγοράς.

Μετά την αξιολόγηση των πρώτων αποτελεσμάτων, αντικαταστήστε τις ανεπιβεβαίωτες υποθέσεις με νέες, διαμορφώστε την επόμενη έκδοση του MVP σας και επαναλάβετε. Αυτή η διαδικασία συνεχίζεται, μέχρι να επαληθευτεί ένας λογικός αριθμός κρίσιμων υποθέσεων, οι οποίες στο σύνολό τους οδηγούν το προϊόν/υπηρεσία να συμβαδίζει με τις ανάγκες της αγοράς-στόχου (product-market fit). Η «συμβατότητα» προϊόντος/υπηρεσίας - αγοράς υποδηλώνει την ύπαρξη πελατών που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν για την αξία που προσφέρει το προϊόν, που είναι και ο τελικός

στόχος της διαδικασίας.

Εφόσον πλέον οι υποθέσεις σας έχουν τεκμηριωθεί και το προϊόν ή η υπηρεσία σας βρίσκεται χώρο και γίνεται αποδεκτό στην αγορά-στόχο, μπορείτε να προχωρήσετε στον επιχειρηματικό σας σχεδιασμό, μελετώντας και αξιολογώντας τις συνθήκες βιωσιμότητας. Έχετε, ωστόσο, εξασφαλίσει ότι το Επιχειρηματικό Σχέδιο στηρίζεται σε επαληθευμένες υποθέσεις και είναι ρεαλιστικό. Με αυτό μπορείτε να αναζητήσετε τη χρηματοδότηση του εγχειρήματός σας.

Ολοκληρώνοντας, ο στόχος της μεθοδολογίας Lean Startup είναι να μειωθεί ο κίνδυνος της αποτυχίας και να βελτιωθεί η απόδοση ενός νέου καινοτόμου εγχειρήματος.

Αντί να επενδύονται μεγάλα ποσά και χρόνος στην πλήρη ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος, η εναλλακτική προτείνει τη δοκιμή της νέας ιδέας στην αγορά με ευελιξία και ταχύτητα. Αυτό επιτρέπει τη γρήγορη προσαρμογή της επιχείρησης στις ανάγκες και τις απαιτήσεις των πελατών, αυξάνοντας έτσι τις πιθανότητες επιτυχίας.

Δείτε μια ενδιαφέρουσα προσέγγιση για τη μεθοδολογία Lean Startup:

<https://hbr.org/2013/05/why-the-lean-start-up-changes-everything>