

No laboratorijas līdz vērtībai

Zinātnieku brokastis · RSU · 1. aprīlis, 2026 · 9:00-11:00

MENTORI

Voldemārs Brēdiķis
Jānis Zaltāns

MODERATORS

Justīne Krūmiņa

Lifta pičs

90 sekunžu laikā pārlieciniet slimnīcas direktoru, lai viņš iegādājas jūsu produktu.

Lifta pičs

90 sekunžu laikā pārlieciniet finansētāju, lai viņš iegulda jūsu projektā.

Ko darīsim šodien?



9:00–9:30

Teorija

**Kāpēc kādam
tas rūp?**

Vērtības anatomija
Problēma · 3 lomas



9:30–9:40

Q&A

**Jautājumi
mentoriem**

Komerzializācijas
pirmie soļi



9:40–10:40

Prakse

**Vērtības
fiksēšana**

Sāpju karte
Kanva · Pitch



10:40–11:00

Pitch

**Ideju
prezentācijas**

Pitch + mentoru
atgriezeniskā saite

Mērķis: definēt savu vērtības piedāvājumu un spēt to nopiņot

Divi pasaules skati



ZINĀTNIEKS

Vērtību mēra ar:

- Publikācijām un citējamību
- Metodoloģisko stingrību
- Pētniecības oriģinalitāti

"Ko es pētu?"



FINANSĒTĀJS

Vērtību mēra ar:

- Ko problēmu tas atrisina
- Kam tas ir vajadzīgs
- Cik lielā mērā - mērojams

"Kāpēc kādam tas rūp?"

Kāpēc klientu izpēte ir izšķiroša?

43%

startupu cieš neveiksmi, jo neviens nevēlas
pirkt to, ko viņi uzbūvēja

CB Insights, 2025

70%

gadījumos naudas izsīkums ir SIMPTOMS.
Cēlonis: product-market fit trūkums

CB Insights, 2025

3 no 4

VC atbalstītu startupu cieš neveiksmi,
nesasniedzot investoru kapitāla atdevi

Kauffman Foundation

40 klientu intervijas

Saskaņā ar 500 Startups datiem, minimums, lai izlemtu par pivotu vai turpinājumu, ir 40 klientu intervijas. Pirms tam - tikai hipotēzes, ne fakti.

Early adopters - nevis "visi"

Pirmais klients ir cilvēks, kam problēma ir ASĀKĀKA nekā citiem, kurš jau meklē risinājumu un ir gatavs piejaut nepilnības.

Trīs slāņi - viens pētījums

FUNKCIJA

1

Ko tehnoloģija dara

"Biosensors mēra 12 biomarķierus vienlaicīgi"

Kolēģi, recenzenti

IEGUVUMS

2

Kas mainās lietotājam

"Ārsts iegūst diagnozi 4x ātrāk, bez biopsijas"

Ārsti, klīnikas

SĀPJU NOŅEMŠANA

3

No kā cilvēks atbrīvojas

"Ārsts vairs nav atkarīgs no konsultanta 48h vēlāk"

Finansētāji, partneri

Aizpildiet par savu projektu

Problēmas definēšana: trīs soļi

1

Identificē problēmu

Labā problēma: bieži sastopama, nopietna, šobrīd risināta nepietiekami.

'Ko cilvēki dara tagad?
Kāpēc tas nav pietiekami?'

2

Novērtē mērogu

Cik cilvēku/organizāciju skar problēma?
Parādi, ka tā ir pietiekami liela - ar konkrētās nišas skaitļiem.

3

Cena inertumam

Kas notiek, ja nerisina?
Finansētāji atceras stāstus, ne statistiku.

Plus: Kāpēc tieši TAGAD?



Piemērs - sepse:

Diagnostika aizņem 24-72h · mirstība aug par ~7%/h · katra stunda maksā dzīvību.

Startupiem kas runāja ar 50+ klientiem pirms būvēšanas:

2x lielāka PMF iespēja

The Mom Test

Rob Fitzpatrick

Galvenais princips

"Jebkura ideja izklausās laba, ja to izskaidro mammai - jo viņa tevi mīl un negrib sāpināt."

1

Nekad nerunā par savu ideju

Jautā par cilvēka dzīvi un problēmām. Ja izskaidro ideju, cilvēks komentē tavu ideju - nevis savu problēmu.

2

Jautā par pagātņi, ne nākotni

"Ko tu darīji, kad pēdējo reizi saskārās ar šo problēmu?" - derīgs. "Vai tu izmantotu?" - nederīgs.

3

Klausies faktus, ne komplimentus

"Lieliska ideja!" - bezjēdzīgi. "Es šo risinu ar Excel un tas aizņem 3h nedēļā" - zelts.

Zinātnieks pie ārsta

✗ NEPAREIZI

"Vai jūs izmantotu ātrāku diagnostikas rīku?"

Atbilde vienmēr: 'Jā, protams.'

✓ PAREIZI

"Pastāstiet, kā pagājušoreiz sagaidījāt diagnozi. Cik ilgi? Ko darījāt pa to laiku? Kā tas ietekmēja terapiju?"

legūsti faktus par reālu uzvedību.

Trīs lomas - trīs dažādi pitch



LIETOTĀJS

Fiziski izmanto

Pacients, ārsts, laborants

Ērtāks darba rīks
Uzticami rezultāti



LĒMUMA PIENĒMĒJS

Saka 'jā' vai 'nē'

Direktors, iepirkumi, galv. ārsts

Pierādīta efektivitāte
Atbilstība regulējumam



MAKSĀTĀJS

Maksā

Apdrošinātājs, valsts, pacients

Izmaksu samazinājums
Klīniski pierādīta ietekme



Biežākā kļūda: pitch sagatavots ārstam, bet lēmumu pieņem iepirkumu nodaļa.

Uzdevums: izveidojiet un aizpildiet lomu karti par savu projektu – kas ir jūsu produkta lietotājs / lēmuma pieņēmējs / maksātājs.

Sāpju un ieguvumu karte

SĀPES (Pains)

Funkcionālās

Darba grūtības, neefektivitāte

Emocionālās

Stress, bailes, nedrošība

Sociālās / profesionālās

Reputācija, juridiskā atbildība, finansiālas sekas

★ Asākā sāpe no visām?

IEGUVUMI (Gains)

Sagaidāmie

Ko viņš/viņa gaida no risinājuma

Vēlamie

Kas pārsniegtu cerības

Negaidīti

Ko viņš pat nav apsvēris

★ Izšķirošākais ieguvums lēmumā?

Aizpildiet karti par VIENU lomu - parasti lēmuma pieņēmēju vai maksātāju · 10 min

Sāpju un ieguvumu karte (Sepses piemērs – galvenais ārsts)

SĀPES (Pains)

Funkcionālās

Pašreizējā diagnostika aizņem 24-72h

Emocionālās

Augsts mirstības risks, radot pastāvīgu spiedienu uz peronālu, viņi izvēlas dot zāles

Sociālās / profesionālās

Katra diena intensīvajā terapijā izmaksā EUR, zāles izmaksā EUR, novēlota diagnoze = pacienta nāve + reputācija, juridiskās sekas

★ Asākā sāpe no visām?

Atkarība no lēnas diagnostikas

IEGUVUMI (Gains)

Sagaidāmie

Precīza diagnostika, lai ātri uzsāktu terapiju

Vēlamie

Rezultāts dažu stundu laikā

Negaidīti

Neinvazīva diagnostika.

★ Izšķirošākais ieguvums lēmumā?

Pierādīta diagnostikas efektivitāte

Aizpildiet karti par VIENU lomu - parasti lēmuma pieņēmēju vai maksātāju · 10 min

Vērtības kanva

1 Problēma

"Es esmu atklājis _____, kas palīdz ar _____ problēmu"

3 Asākā sāpe

No sāpju kartes - konkrēta, nevis vispārīga

5 Risinājums un ieguvums

*Lietotājam nozīmē _____
Lēm. pieņēmējs iegūst _____
Maksātājs ietaupa _____*

8 Ask

Konkrēti: summa, resurss, nākamais solis

2 Lomas

Lietotājs / Lēmuma pieņēmējs / Maksātājs - kam rakstu pitch?

4 Esošie risinājumi un trūkumi

Tagad risina ar _____ / nepietiekami, jo _____

6 Pierādījums (TRL)

In vitro / preklīniski / pilots / N pacienti

7 Kāpēc tieši tagad?

Regulatīvas pārmaiņas / tirgus tendence

Elevator pitch - 90 sekundes

[Problēma], kas rada [negatīvas sekas].

*Mēs radām **[produktu]** priekš **[klienta]**, kas ar **[unikālu veidu]** **[atrisina problēmu]**, lai **[galvenais ieguvums]**.*

*Mūsu **[tehnoloģija/produkts]** ir **[pierādīts]**, un šobrīd ir īstais brīdis **[darīt]**, jo **[iemesls]**. Tādēļ mēs meklējam **[ko]**, lai izdarītu **[ko]**.*

Elevator pitch - 90 sekundes

[Slimnīcām ir problēmas ar sepses diagnostiku], kas rada [vai nu liekas izmaksas preventīvai zāļu lietošanai, vai nu gultas dienas intensīvās terapijas nodaļās novēlotas diagnostikas gadījumā, kas joprojām bieži beidzas ar pacienta nāvi. Īpaši liela šī problēma ir jaundzimušajiem, kur sepse ir 15% no nāves cēloņiem].

Mēs radām [sepses diagnostikas POC] priekš [jaundzimušo skrīninga], kas ar [neinvazīvu paraugu ievākšanu no urīna] [ļaus atklāt simptomus 10 reizes ātrāk], lai [laicīgi novērstu sarežģījumus un nevajadzīgu medikamentu lietošanu, un arī ietaupītu slimnīcai EUR uz vienu jaundzimušo].

Mūsu [metode] ir [pierādīta laboratorijas testos], un šobrīd ir īstais brīdis [ieguldīt pašas iekārtas izstrādē], jo [esam saņēmuši priekšpasūtījumus no 20 slimnīcām]. Tādēļ mēs meklējam [100 000], lai [noalgotu uzņēmumu XYZ, kas nodarbojas ar medicīnas iekārtu dizainu].

Elevator pitch - 90 sekundes

[Problēma], kas rada [negatīvas sekas].

Mēs radām [produktu] priekš [klienta], kas ar [unikālu veidu] [atrisina problēmu], lai [galvenais ieguvums].

Mūsu [tehnoloģija/produkts] ir [pierādīts], un šobrīd ir īstais brīdis [darīt], jo [iemesls]. Tādēļ mēs meklējam [ko], lai izdarītu [ko].

[Slimnīcām ir problēmas ar sepses diagnostiku], kas rada [vai nu liekas izmaksas preventīvai zāļu lietošanai, vai nu gultas dienas intensīvās terapijas nodaļās novēlotas diagnostikas gadījumā, kas joprojām bieži beidzas ar pacienta nāvi. Īpaši liela šī problēma ir jaundzimušajiem, kur sepse ir 15% no nāves cēloņiem].

Mēs radām [sepses diagnostikas POC] priekš [jaundzimušo skrīninga], kas ar [neinvasīvu paraugu ievākšanu no urīna] [ļaus atklāt simptomus 10 reizes ātrāk], lai [laicīgi novērstu sarežģījumus un nevajadzīgu medikamentu lietošanu, un arī ietaupītu slimnīcai EUR uz vienu jaundzimušo].

Mūsu [metode] ir [pierādīta laboratorijas testos], un šobrīd ir īstais brīdis [ieguldīt pašas iekārtas izstrādē], jo [esam saņēmuši priekšpasūtījumus no 20 slimnīcām]. Tādēļ mēs meklējam [100 000], lai [noalgotu uzņēmumu XYZ, kas nodarbojas ar medicīnas iekārtu dizainu].

Četri pīlāri



Produkta atbilstība tirgum

Product-Market Fit

Produkts atbilst tirgus vajadzībām. Ir saprotams, kāds ir produkta MVP un kurš ir pirmais klients.

Vai kāds to patiešām grib un maksās?



Tirgus izmērs un kapitalizācija

Market Size

Uzņēmumam ir liela un augoša potenciālo klientu bāze. Ekonomiskie aprēķini sola strauju izaugsmi un peļņu.

Vai tirgus ir pietiekami liels, lai augtu?



Komanda

Team

Komanda spēj izveidot produktu, vadīt un paplašināt uzņēmumu. Svarīga komandas apņemšanās un daudzveidība.

Vai šī komanda spēj to izpildīt?



Konkurētspēja

Competitive Advantage

Uzņēmumam ir unikāla inovācija. Biznesa modelis un tirgus stratēģija dod iespēju realizēt priekšrocības ilgtermiņā.

Kāpēc jūs — un ne kāds cits?

Resursi un nākamie soļi



Value Proposition Canvas

Osterwalder - turpina šodienas sāpju kartes loģiku



The Mom Test

Rob Fitzpatrick - klientu intervijas bez maldinošām atbildēm



Jobs to Be Done

Christensen - ko cilvēks patiesībā 'nopērk'

Gaidāmie soļi

BioPhoT uzsaukums

→ augusts 2026

FLPP projektu pieteikumi

→ tuvākajā mēnesī