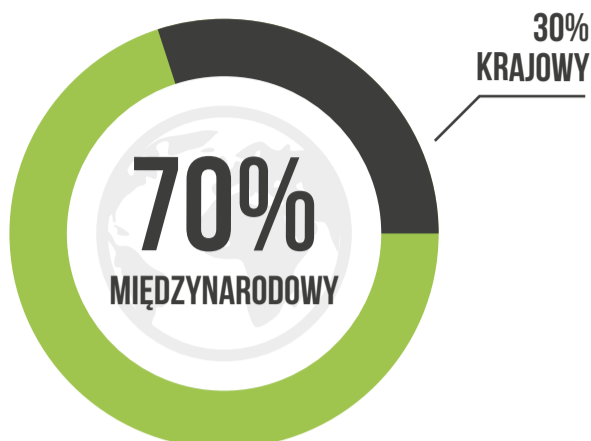
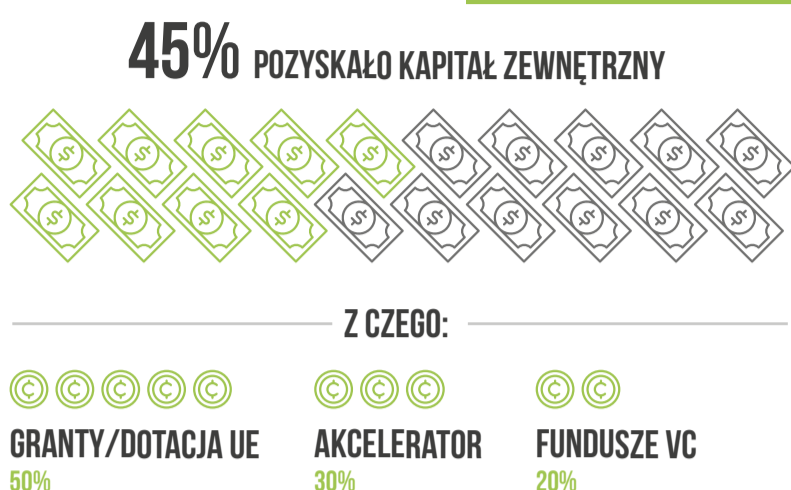


## BADANE STARTUPY

### Zasięg działania



### Kapitał zewnętrzny



### Czy nadal poszukują dofinansowania?

55% - TAK

Z CZEGO: 60% KRAJOWEGO, 40% ZAGRANICZNEGO

**65%** FIRM OBECNIE  
POSZUKUJE  
PRACOWNIKÓW

### Obecne wyzwania:

- ✓ ZWIĘKSZANIE ZASIĘGU ODBIORCÓW
- ✓ OPTIMALIZACJA I SKALOWANIE SPRZEDAŻY
- ✓ ZWIĘKSZENIE ROZPOZNAWALNOŚCI MARKI NA RYNKU

## OCZEKIWANE WSPARCIE

**72%**

### MARKETING

- ▶ LinkedIn
- ▶ Strategia marketingowa
- ▶ Social selling

**81%**

### SPRZEDAŻ

- ▶ Pozyskiwanie leadów
- ▶ Skuteczność
- ▶ Nowoczesne techniki sprzedaży

**77%**

### ZARZĄDZANIE

- ▶ Jakością
- ▶ Małym zespołem
- ▶ Kadrami menadżerską

**74%**

### BRANDING

- ▶ Na rynkach zagranicznych
- ▶ Employer Branding
- ▶ Strategia

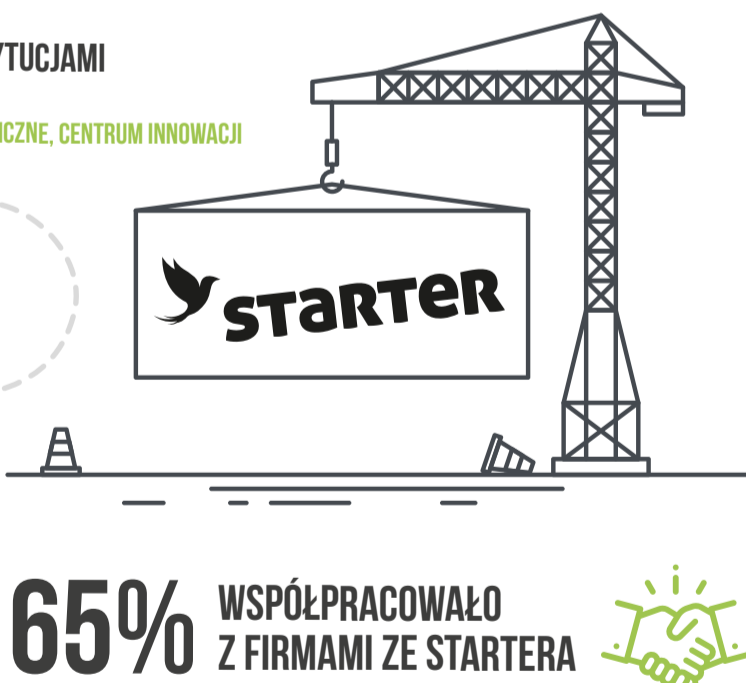
### Rodzaj wsparcia:

WARSZTATY I WEBINARY

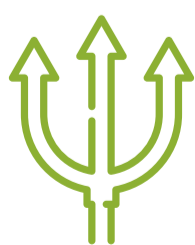
## WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI OTOCZENIA BIZNESU

**99%** WSPÓŁPRACUJE Z INSTYTUCJAMI  
OTOCZENIA BIZNESU:  
INKUBATORY, PARKI TECHNOLOGICZNE, CENTRUM INNOWACJI

**94%** FIRM WSPÓŁPRACOWAŁO  
ZE STARTEREM



## TRÓJMIEJSKI EKOSYSTEM STARTUPOWY



**75%**

UWAŻA, ŻE **GDAŃSK** JEST LEPSZYM  
MIEJSCEM DO PROWADZENIA  
DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ NIŻ  
INNE DUŻE MIASTA W POLSCE

**90%**

WSPÓŁPRACUJE  
Z FIRMAMI Z RYNKU  
TRÓJMIEJSKIEGO

**99%**

UWAŻA, ŻE **TRÓJMIASTO** JEST  
MIEJSCEM SPRZYJAJĄCYM  
ROZWOJOWI STARTUPÓW

