Государственное бюджетное общеобразовательное учреждение города Москвы

школа №1505

«Преображенская»

Реферат

на тему

Стартап, как начало своего дела

Выполнил:

Шияненко Артём Данилович

Руководитель:

Кириллов Дмитрий Анатольевич

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рецензент:  
Сергеев Тимофей Владимирович  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва  
 2017/2018 уч.г

Оглавление

[Введение. 4](#_Toc510822334)

[Параграф 1. 6](#_Toc510822335)

[Определение и история. 6](#_Toc510822336)

[Виды стартапа. 6](#_Toc510822337)

[Различия стартапа и бизнеса. 7](#_Toc510822338)

[Ошибки стартапа. 8](#_Toc510822339)

[Параграф 2. 10](#_Toc510822340)

[Тема 1. Идея и видение. 10](#_Toc510822341)

[Цена идеи. 10](#_Toc510822342)

[Страсть. 10](#_Toc510822343)

[Поиск серьезной проблемы. 10](#_Toc510822344)

[Налаживание обратной связи. 11](#_Toc510822345)

[Практический опыт - воздух для идей. 11](#_Toc510822346)

[Подход к работе. 12](#_Toc510822347)

[Анализ предпочтений клиентов. 12](#_Toc510822348)

[Акцентируйтесь на написании пробной версии, а не на планировании. 13](#_Toc510822349)

[Вы не нуждаетесь в новых идеях. 13](#_Toc510822350)

[Выкладывайте всё, не стесняйтесь. 13](#_Toc510822351)

[Смотрите на вещи шире. 14](#_Toc510822352)

[Сфокусируйтесь. 14](#_Toc510822353)

[Пытайтесь снова и снова. 14](#_Toc510822354)

[Поспешите признать своё поражение. 15](#_Toc510822355)

[Выдерните вилку из розетки, как только почувствуете, что пора. 15](#_Toc510822356)

[Тема 2. Люди. 16](#_Toc510822357)

[Не беритесь за проект в одиночку. 16](#_Toc510822358)

[Избежание конфликтов между основателями компаний. 16](#_Toc510822359)

[Нанимайте сотрудников, которые лучше вас. 18](#_Toc510822360)

[Нанимайте медленно, увольняйте быстро. 19](#_Toc510822361)

[Если можете отказаться от идеи, откажитесь от неё немедленно. 20](#_Toc510822362)

[Соберите сбалансированную команду. 20](#_Toc510822363)

[Стартапы ищут друзей. 21](#_Toc510822364)

[Найдите хороших бизнес-наставников. 21](#_Toc510822365)

[Сформулируйте корпоративную культуру. 21](#_Toc510822366)

[У тебя есть два шанса. 23](#_Toc510822367)

[Будьте готовы к неожиданностям. 23](#_Toc510822368)

[Параграф 3. 24](#_Toc510822369)

[Упаковка и фишки Uber. 24](#_Toc510822370)

[Стратегия и взлёт Uber. 25](#_Toc510822371)

[Гибкая система и запрет на Uber. 26](#_Toc510822372)

[Заключение: 28](#_Toc510822373)

[Список литературы: 29](#_Toc510822374)

# Введение.

Попав в одно из известнейших бизнес-сообществ России “Бизнес-Молодость”, мне предоставилась возможность познакомиться с предпринимателями. Часть из них была стартаперами - людьми, которые трудятся над созданием своего проекта, вовлечены в процесс и находятся в непрерывном поиске новых идей. Основная деятельность каждого стартапера - собственный стартап. И тут возникает очень важная проблема. Огромный процент начинающих стартаперов сталкиваются с трудностями реализации собственного продукта или проекта. Поскольку под собой реализация стартапа подразумевает целую цепочку последовательно выстроенных шагов, именно это и есть ключ успешного дела. Порой бывает, что многие стартап-проекты прекращают существование даже, не начавшись. Поэтому моей основной целью является помочь начинающим стартаперам преодолеть трудности на разных этапах развития, создав сжатый материал на основе проанализированной входе написания реферата информации.

Сам по себе термин был использован впервые Forbes в августе 1976 года и Business Week в сентябре 1977 года для обозначения компаний, существующих относительно непродолжительный период. А первый стартап появился в 1939 году в Калифорнии, в Силиконовой долине, где двое молодых людей, студенты Стэндфордского университета Уильям Хьюлетт и Дэвид Паккард создали впервые стартап в сфере информационных технологий. Со временем деятельность этого стартапа развилась до уровня всемирно известной компании Hewlett-Packard (HP). Что касается актуальности, то активная экономическая модернизация РФ обеспечила тенденцию развития стартап-проектов и компаний. В наше время наблюдается усиленный рост венчурных инвестиций. В 2012 году Россия вошла в пятерку стран-лидеров по инвестированию в IT. Если же брать и зарубежные страны то 1990-2000гг. стал периодом активно развивающихся стартапов и в основном в сфере IT, вероятно, из-за роста тенденции использования новых технологий в жизни людей. Одной из таких компаний стала “Google”, образованная в 1998 году.  
В своём реферате я планирую привлечение материалы как отечественные, так и зарубежные. Одним из таких источников является книга “Стартап в сети: Мастер-классы успешных предпринимателей”, которая была написана основателями компании “Techstars” - компания, занимающаяся финансирование стартапов. А также я привлеку статьи с различных порталов.

Мой реферат преследует некоторые задачи:

1. Выбрать тему реферата.
2. Подобрать и проанализировать источники информации.
3. Сформулировать аннотацию и сделать график работы.
4. Оформить письменную часть реферата.
5. Оформить визитку реферата.
6. Подготовиться к защите реферата.

# Параграф 1.

## Определение и история.

Начнём с того, что дадим определение термину стартап. В разных источниках, то есть отечественных и зарубежных, они могут иметь разное значение. Давайте, познакомимся с несколькими определениями разных авторов и выделим в них общее.   
Стартап - молодая компания, которая только начинает развиваться. Стартапы обычно небольшие и первоначально финансируются и управляются несколькими учредителями или одним человеком. Эти компании предлагают продукт или услугу, которые в настоящее время не предлагаются в других местах на рынке, или что основатели полагают, что предлагаются в худшем порядке. И познакомимся с ещё одним определением. Стартап - это предпринимательское предприятие, которое, как правило, является вновь появившимся, быстро развивающимся бизнесом, целью которого является удовлетворение потребностей рынка путем разработки жизнеспособной бизнес-модели вокруг инновационного продукта, сервиса, процесса или платформы. Обычно запуск - это компания, предназначенная для эффективной разработки и проверки масштабируемой бизнес-модели. Из определений следует, что это некая операционная деятельность, имеющая относительно небольшую историю и вводящая на рынок новый или видоизмененный продукт. По сути, мы сжали термин в одно, описывающее его предложение. Саму суть и прочее мы затронем позже, а сейчас углубимся в историю появления стартапа и взглянем на первые стартап-проекты. Существует версия о том, что в 1939 году в США, тогда вблизи города Сан-Франциско, в долине Санта-Кларе (Калифорния), два студента Стэнфордского университета Дэвид Паккард и Уильям Хьюлетт во время создания здесь своего небольшого проекта, назвали это дело стартапом (от англ. start-up — стартовать, запускать). Впоследствии их дело переросло в огромную компанию “HP”.

## Виды стартапа.

Существует огромное количество видов стартапа, давайте же познакомимся с ними.

1. IT-Стартап.

В связи с активным развитием технологий в 21 веке, появляются новые и более удобные и интересные идеи в части IT-стартапов. Так как наша жизнь построена на постоянном взаимодействии с гаджетами, то IT-стартапы являются крайне востребованы в современном мире. С каждым годом появляются новые, успешные стартапы. Возьмем пример 2016 года. В июне этого года в магазине “AppStore” появилось приложение “Prisma” разработанное сотрудником российской технологической компании Mail.Ru Group – Алексеем Моисеенковым.

1. Семейное дело.

Достаточно частое явление, когда вы становитесь наследником семейного дела. Зачастую оно не предполагает активного масштабирования и остается локализированным, но, как пример, может быть употреблено.

1. Приобретение франшизы.

Зачастую приобретение франшизы является очень удобным стартапом, но оно требует серьезных вложений. А удобство заключается в том, что вам предоставляются все скрипты, все маргетинговые исследования, все материалы о создании точки продаж или точки услуг.

1. “Lifestyle startup”

Сейчас мы можем видеть, как появляется большое количество стартапов, основанных на идеи собственного притязания. Например, человек, который любит играть на гитаре, создаёт гитарную школу или курсы по игре на гитаре, именно это позволяёт ему заниматься своим любимым делом и получать от этого удовольствие.

Вот, те виды стартапа, которые существуют в современном мире.

## Различия стартапа и бизнеса.

Зачастую путают понятия “стартап” и “бизнес”. Они различаются по критериям:

* Источники дохода.

Стартаперы в большинстве случаев зависят от инвестиций в их проект, не пытаясь запустить его и получать прибыль. Поэтому зачастую инвестиция не является ключевым фактором, важнее продумать возможность монетизации, что, кстати, очень важно для инвесторов, потому что они голосуют своими собственными деньгами.

* Бизнес-процессы

Фактор, который обходит стороной стартаперов, так как вопросы выплат зарплат, распоряжения финансами их не касаются.

* Продукт

В среде стартаперов существует понятие MVP (от англ. minimum viable product — минимально жизнеспособный продукт), которое показывает состояние продукта на данный момент. Оно имеет как преимущества, так и недостатки. Преимущество заключается в том, что вы можете вбрасывать свой продукт и получать отзывы, комментарии по улучшению - проверить возможность существования. И, кстати, в книге “Cтартап в сети: Мастер-классы успешных предпринимателей”, к которой я буду очень часто обращаться, Мэтт Мулленвег заявил:”Реализация - это воздух для идей. Вы не узнаете, как клиенты воспримут то или иное новшество, пока не попробуете. Это значит, что, спрятав свой продукт от общества, вы лишаете его кислорода и заставляете его умирать”. Структура бизнеса несколько отличается, в ней очень важна упаковка. Клиент должен быть полностью уверен в вас и ваших услугах, поэтому сырой продукт внушает ему сомнения.

* Бизнес-модель

При создании бизнеса бизнес-модель меняется довольно редко, что нельзя выделить у стартапа, для которого характерна постоянная корректировка. Что может навредить репутации и стабильной монетизации. (пример с Яндекс.Директ)

* Ожидания и амбиции

Зачастую предприниматели качественнее оценивают свои возможности и понимают, что без выстраивания бизнес-процессов, получения прибыли - бизнес не получится. Что же касается стартаперов, то их идея должна перевернуть мир, выйти на IPO - нет. На что Тим Феррис заявил: “Идеи, которые могут перевернуть мир, не стоят и гроша. Их просто слишком много развелось”. Из следующего заявления:“Если вам пришла в голову блестящая идея, учтите, что некоторые умные люди уже могли додуматься до неё раньше. Я считаю, что завышенная оценка своей идеи - первый признак плохого предпринимателя”.

По словам одного из известнейших предпринимателей России Михаила Дашкиева, главной идей стартапа заключается проверка гипотезы, а главной идеей бизнеса - масштабировать проверенную гипотезу. К тому же он выделяет разные стадии. В становлении стартапа он выделяет такие стадии.

* Гипотеза
* Тест
* “Накачка”
* Жизнь/Развитие/Масштабирование.

## Ошибки стартапа.

И в таком алгоритме он выделяет одну очень серьёзную ошибку. Резкий переход от гипотезы к “накачке”. То есть, не поняв устойчивость модели и не удостоверившись в работающим механзме, мы тратим огромное количество ресурсов в надежде, что вот-вот и всё получится. Поэтому, если вы человек без цели или создаёте новый стартап или бизнес, то ваша цель - постоянно переходить от гипотезы к тесту, и от теста к новой гипотизе, потом опять к тесту. И выполнять этот цикл до тех пор, пока вы не поймете “Вот Оно!”(не тратя лишних ресурсов), пока буквально не запахнет деньгами.   
Венчурный инвестор Александр Румянцев выделяет три основных ошибки.

* Переоценка собственной идеи

Именно о самопереоценивании было упомянуто выше в цитате Тима Ферриса, который призвал к тому, чтобы здраво посмотреть на вещи и понять, что идея “не стоит и гроша”. Но вот, что важно отметить. Не в коем случае это не означает, что любая идея не имеет права на жизнь. И этому есть доказательства. Возьмем пример Дмитрия Тпругина, который реализовал идею, в которую никто не верил и заработал 1.000.000 за три месяца.

* Отторжение собственного занятия

Идея того, что вы должны любить занятие, которым вы занимаетесь имеет очень важное значение при создании стартапа. Так как именно страсть, огонь в глазах и любовь к своему делу являются ключевыми показателями результата. Очень ярким примером может послужить Кевин Манн, чья идея переросла в целый бизнес. Он говорит: “У меня было два выхода: либо навсегда забыть мои любимые комиксы, либо уйти с работы и создать комиксовый iTunes. Так появилась компания Graphic.ly. Моя любовь к комиксам переросла в бизнес, который я обожаю. Каждое утро я с радостью иду на работу”. Поэтому очень важно наслаждаться и получать удовольствие от собственного дела.

* Четкое формулирование своего направления

Подобный тезис отражает то, что вы должны быть мастером своего дела. Он задает вам парадигму “Быть лучшим среди лучших”. Вы должны знать собственное дело от А до Я, собственных конкурентов в лицо. И что очень важно, “слабые места” вашего проекта. Именно недостаточный анализ “слабых мест” приводит стартапы к разрушению.

Также предлагаю познакомиться с ошибками, которые выделяют другие предприниматели и инвесторы.

* Ошибочный фокус

Цель можно сформулировать, как желаемый результат. Большое количество стартаперов, создавая бизнес-план и бизнес-модель, совершают ошибку в постановке цели. И инвестор, заинтересованный в возврате инвестиций, при ознакомлении с представленными материалами должен убедиться в шансах на успех. Поэтому чёткая аргументация и постановка цели - путь не только к деньгам инвестора, но и к четкой последовательности успешных действий.

* Недостаточный анализ рынка

Нужно быть готовым тратить большое количество времени на анализ рынка. Поскольку они должны понимать объём своих предложений, кто является потенциальным клиентом, количество этих клиентов и многое др. Основной целью является получить максимально актуальную информацию на данный момент, которую можно использовать с целью усовершенствования продукта и доведения его до максимально конкурентоспособного состояния. В большинстве случаев недостаточный анализ ведет к ошибочным прогнозам и расходам.

* Ошибочная ориентация на клиента

Проблема, вытекающая из недостаточного анализа рынка. Ключевой ошибкой является неправильная оценка потребностей потребителя, вместо этого предпринимаются предполагаемые полезные качества продукта. Очень важно задавать вопрос себе о том, какую проблему вы решаете и какую пользу они несут клиенту в итоге.

Поэтому, чтобы обойти препятствия в виде ошибок, конечно же, вам нужно знать их в лицо и уметь преодолевать.

# Параграф 2.

Во втором параграфе я хочу поделиться советами в части того, как работать с идеями; как собрать команду; как начать зарабатывать деньги со своего продукта, которые представлены в книге Дэвида Коэна и Бреда Фелда “Стартап в сети: Мастер классы успешных предпринимателей”. Что касается авторов, то они являются создателями компании Techstars, в рамках которой, они инвестируют и продвигают стартапы.

Стартап - это в первую очередь идея. Идея, загоревшаяся, как лампочка. Её свет кажется вам настолько ярким, что вы думаете, что перевернете мир. Это случается со многими стартаперами. И чтобы понять, как нужно обращаться со своей идеей, обратимся к успешным предпринимателям.

## Тема 1. Идея и видение.

### Цена идеи.

Для начала вам нужно понять, что ваша идея ничего не стоит. Это внезапно возникшая картинка в вашей голове. Тим Феррис говорит, что идей слишком много развелось. Большое количество предпринимателей считают, что их идеи грандиозные. И Тим, как разумный инвестор, отказывается финансировать таких людей. Поскольку он считает, что завышенная оценка своей идеи - первый признак плохого предпринимателя. Но не стоит унывать, главное запомнить девиз Тима: “Можно украсть вашу идею, но нельзя украсть ваш труд и горячее желание её реализовать”. В данном случае ключевую роль играет профессионализм, то есть гибкость и предприимчивость.  
Многие не могут понять, что для инвестора не важна сама мысль идеи. Ему важно, чтобы он мог видеть, трогать ваш продукт, получать с него деньги.

### Страсть.

Одним их хороших примеров реализации хобби в бизнес может стать Кевин Манн. Он обожает комиксы, и это его страсть. Он говорит: “Моя любовь к комиксам переросла в бизнес, который я обожаю. Каждое утро я с радостью иду на работу”. Вот оно, что важно. Человек любит дело, которым занимается, поэтому он ощущает верх удовлетворения, и он счастлив. Поэтому многие стартаперы, не любящие своё дело, прекращают его, не видя “низко висящие фрукты” в виде своих желаний и реальных способностей. К тому же Кевин выделяет обязательное условие успеха - горячее желание реализовать проект.

### Поиск серьезной проблемы.

Вопрос, касающийся анализа то, чем пренебрегают многие стартаперы, что зачастую приводит к ошибочным действиям. Айзек Салдана столкнулся с проблемой, когда фильтр Yahoo не пропускал его email-рассылку в их почтовый ящик. После чего он изучил проблему и нашел решение. Таким образом появился сервис SendGrid. Айзек заявляет: “Я создал сервис SendGrid, чтобы исправить неполадку, которую обнаружил, всего лишь уделив чуть больше внимания своей работе”. Становится очевидно, что детальное рассмотрение каждой проблемы, каждого участка имеет очень важное значение, поскольку вы сможете понять ваши “слабые места” и закрыть их.

### Налаживание обратной связи.

Существует очень плохая парадигма со старых времён, которую я очень не люблю. Заключается она в том, чтобы никому ничего не рассказывать, удерживать идею, замысел в секрете. Сейчас все успешные предприниматели твердят о том, что нужно делиться своей идеей. Ведь вы получите обратную связь, советы, опыт, пожелания, разве это не стоит того? И создатели Everlater (сайт, на котором пользователи могут делиться своими впечатлениями от путешествий) тому подтверждение. Нэйт Эббот и Нэтти Зола отмечают: “Мы не боялись обсуждать свои планы с другими людьми. Советы и отзывы, полученные на раннем этапе проекта, помогли нам преодолеть многие трудности, возникающие почти у всех новичков”. Не в коем случае не стремитесь к закрытости. Вылезьте из кокона, откройтесь миру и люди к вам потянутся, а идеи будут реализовываться.

### Практический опыт - воздух для идей.

Хорошим примером может послужить компания Apple, которая не боится выпускать в свет версию 1.0 и обновлять её, доводя до совершенства. Мэтт Мулленвег придерживается такой позиции и считает: “Реализация - это воздух для идей. Вы не узнаете, как клиенты воспримут то или иное новшество, пока не попробуете. Это значит, что, спрятав свой продукт от общества, вы лишаете его кислорода и заставляете медленно умирать.” Очевидно, что в состоянии закрытости ваш продукт никому неизвестен, его просто нельзя пощупать, попробовать, но всё равно многие продолжают доводить его до идеала, не показываясь миру. Это ошибочное суждение, которое рушит все идеи из-за маленькой ошибки. Заключается она в страхе предпринимателя, который заведомо считает свой продукт неудачным, несовершенным. Я встречался с разными людьми, у которых разные взгляды на бизнес, мир и многое др. Но одна вещь очень сильно застряла в моей голове. Представим, что бизнес или стартап - это семя, самое обыкновенное. По природе своей оно должно органически развиваться, постепенно проходя стадии развития, и в итоге прийти к дереву. Разные этапы имеют разные степени ответственности и масштабы, сейчас поясню, что я имею в виду. У нас есть идея - семя. Оно начинает прорастать, как следствие начинают приходить новые лица в команду, у вас появляется новое помещение, вы масштабируетесь, вкладывайтесь в рекламу большими деньгами, формируя из своего семя настоящее дерево в виде циркулирующего бизнеса или успешного стартапа. Это всё к тому, что можно пойти двумя путями. Первый заключается в постепенном и органическом развитии, который подразумевает ошибки на пути их решение и самое главное - демонстрирование своего продукта в несовершенном виде. Второй, на мой взгляд ошибочный для начинающих, заключается в том, что вы находите офис, занимаетесь разного рода регистрированиями и прочими проблемами, которые вас тормозят в развитии и реализации. Второй всё-таки для бизнеса и хорош для тех, у кого сформировано определенное состояние, есть опыт, поэтому эти люди не сталкиваются с проблемами при реализации.

### Подход к работе.

Огромная проблема начинающих стартаперов заключается в желании сделать всё и сразу. Такой подход губит все стартапы - ловушка, в которую многие попадаются. После чего получается салат из “Youtube+Facebook+Twitch+Instagram” - полнейший бред. Дэвид Коэн считает: “Такая стратегия ни к чему не приводит. Предприниматели думают, что пользователи выберут их сервис только потому, что в нём больше возможностей, чем у конкурентов. На самом деле большинство людей предпочитают тот продукт, который выполняет одну функцию, но делает это очень и очень хорошо”. Поэтому для того, чтобы поделиться фотографиями мы используем Instagram, который идеально для этого сделан. Для того, чтобы сделать свой продукт успешным нужно сосредоточиться на самой мелкой проблеме, решение которой окажется полезным для людей. Большинство предпринимателей начинают с того, что берутся за несколько задумок, что усложняет развитие. Как только вы начнете масштабировать одну нишу, вы получите массу преимуществ. Во-первых, вы затратите меньше времени на поиски, обдумывания, и сразу же начнете действовать. Во-вторых, вы будете понятнее инвестору, покупателю, партнеру, что позволит избежать конфликтов и недопониманий. В-третьих, вы будете позиционировать один продукт и продвигать его на рынок, что легче, если он выполняет одну, но важную функцию. Если вы только начали создавать свой проект, то обязательно выполните одну вещь - найдете то, что вы делаете лучше всех и направьте туда свои усилия. Ни в коем случае не нужно отказываться от чего-то другого, просто скоординируйте свои действия так, чтобы выполнить главную задачу, не тратя драгоценное время на решение менее значимых вопросов.

### Анализ предпочтений клиентов.

Большинство предпринимателей сталкиваются с ошибкой, о которой я упоминал ранее, неправильного анализа или его полного отсутствия. Даррен Кристал отличный пример тому. Он и его друг создали сервис для обмена фотографиями. Позже они заметили, что их сайт стал использоваться не по назначению, а именно посетители стали использовать его, как онлайн-хранилище, а ссылки помещали на другие сайты. После анализа поведения пользователей они пришли вот к какому выводу: “Если клиентам нравится использовать сайт именно так, значит, нужно максимально облегчить им задачу. Вот как родился проект Photobucket”. Какой инсайт можно вынести? Если вы внимательно относитесь к своим клиентам, то вам будет легко определить направление движения и подобрать нужные инструменты для усовершенствования своего продукта.

### Акцентируйтесь на написании пробной версии, а не на планировании.

Грэг Рейнэкер хороший пример тому. Важно понять, что не нужно отказываться от планирования, просто дело в том, что мы никак не можем перейти из точки планирования в точку тестирования, тем самым тормозя процесс развития своего продукта. Грэг начал с очень простой, но понятной вещи - выложил фото чернового варианта в свой блог. Но для чего же и что это ему дало? За одну ночь ему пришло огромное количество комментариев, в которых люди поделились своими впечатлениями и пожеланиями, что позволило провести ещё и небольшой анализ аудитории. Опираясь на отзывы, он выложил в свет версию 0.1, потом 0.2. В итоге появилась программа NewsGator 1.0 23 февраля 2003 года. На протяжении разработки продукта Грэг опирался на пожелания и отзывы людей, задавал им различные вопросы. Он заявил: “Я полностью положился на своих первых пользователей. Они мне сообщали, что работает хорошо, а что не очень”. Работая с продуктом таким образом, то есть системно его обновляя и представляя обществу, Грэгу получилось добиться огромного результата. Уже к 2004 году его компания зарабатывала около 20000$ в месяц, причём её обороты росли. Какой же вывод можно сделать? Прислушайтесь к клиенту, так как вы продаете ему эмоцию, а не просто продукт, и чтобы максимально удовлетворить его, нужно дать ему право высказать свою точку зрения, примите ли вы её уже будет зависеть от вас.

### Вы не нуждаетесь в новых идеях.

И снова мы затронем тему умения слушать. Я хочу поделиться “выжимкой” и звучит она так “Если вы прислушайтесь к своим клиентам, вам не понадобятся новые идеи”. Это очень простая вещь, которую многие игнорируют. Умение слушать - важнейшее умение для предпринимателя, именно оно поможет вам стать лучше, что принесет успех в виде денег. Мы постоянно находимся в поиске нового и необычного, не замечая самых простых и нужных вещей, “низко висящих фруктов”, чтобы ими воспользоваться не нужно ничего придумывать или начинать. Наша обыденность сгущает наш взгляд с каждым днём, поэтому нам очень трудно увидеть самые простые вещи. Чтобы решить это проблему, просто прислушайтесь к покупателям, клиентам и сделайте максимально удобный продукт, услугу для них.

### Выкладывайте всё, не стесняйтесь.

Очень интересным примером стартапа может послужить площадка HaveMyShift, я хочу рассказать о подходе при создании проекта. Основателем стал Шон Корбетт. У него не было машины, поэтому он садился на велосипед и начал с того, что объезжал кофейни Starbucks. И что самое интересное, он рассказывал о своей идеи и спрашивал сотрудников о том, что бы они хотели там видеть, причем сотрудники разных компаний были его потенциальными покупателями, что позволило выявить функции, которые потребовались бы будущим клиентам Шона. В дальнейшем он выпустил “сырую” версию продукта. И как сам заявляет Шон: “Напишите и выпустите самую минимальную версию продукта, пусть её работу проверят реальные пользователи. Так вы узнаете ответы на многие вопросы”. И как я упоминал ранее, чтобы произвести качественный и востребованный продукт, необходимо слушать пользователей с самого раннего момента разработки. В итоге было добавлено большое количество удобоваримых функций, например, система репутаций работников. На данный момент площадка насчитывает 74 млн американских работников.

### Смотрите на вещи шире.

Для стартапа, конечно же, важны идеи, но всё-таки важнее то, как вы их реализуете. А это уже напрямую зависит от вас и от вашего склада ума. Есть некоторые категории, которые свойственны всем предпринимателям.

* Страстное желание реализовать свою идею
* Четкое понимание того, что нужно для этого сделать
* Воплощение проекта в наиболее краткие сроки
* Понимание того, что всё может обрушиться в один момент

Возьмем в пример компанию Boxee, членом правления которой является Биджан Сабет. В 2008 году к нему пришли разработчики за инвестициями. На это Биджан ответил предложением сфокусироваться не на самой приставке и её внешнем виде, а ПО и создании удобоваримого пользовательского интерфейса. И в это он был готов вложиться. Ребята разработчики прислушались и направили свои силы на разработку ПО, именно это действие позволило довести продукт до пользователей и наладить финансовый поток. В итоге, резкая перемена курса позволила за короткий промежуток времени и минимальный бюджет сделать приложение популярным. Число их клиентов росло и ребятам удалось реализовать задумку, изменив точку опоры.

### Сфокусируйтесь.

Джаред Полис является создателем сайтов BlueMountainArts.com и ProFlowers.com. Он, как настоящий предприниматель, четко понимает все ходы, план действия в предпринимательском мире. Но, как любой человек, он совершал ошибки, одной из которой, он поделился. Джаред считает, что нужно научиться работать, концентрируясь на определенной задаче, но не все предприниматели могут справиться с желанием попробовать себя в различных направлениях. Поэтому по схеме продаже цветов он начал продавать лобстеров в Японии, потратив время и средства. В конце концов он вернулся в Америку, к своему цветочному бизнесу.

### Пытайтесь снова и снова.

Речь пойдет о компании iRobot, ставшая очень известной благодаря своим роботам-пылесосам. Колин Энгл является председателем правления. генеральным директором и учредителем акционерного общества iRobot. Колин вместе со своей командой на протяжении нескольких лет занимался производством роботов для различных отраслей производства. Например, чистящих роботов, нефтепоисковых роботов, роботов-игрушек, что дало им огромный опыт по части ведения бизнеса, анализа рынка и клиентов, продвижения и т.д. В дальнейшем они пришли к тому, что нужно грамотно сформулировать миссию компании. Эта миссия предопределила их дальнейшее развитие, которое в итоге привело к успеху и росту компании. Сам Колин заявляет, что, если бы они не пытались реализовывать свои идеи снова и снова, то не пришли бы к тому, чего достигли.

### Поспешите признать своё поражение.

Зачастую фразу “Поспешите признать своё поражение” воспринимают буквально, то есть нужно провалить как можно быстрее свой проект. Но здесь подразумевается совершенно иное значение. Речь идёт о том, что вы должны приветствовать и принимать неудачи, встречающиеся на пути к успеху. Если же вы не встречаетесь с ошибками, то вы что-то делаете или вовсе не делаете. И вот история Алекса Уайта. Он является генеральным директором компании Next Big Sound, занимающиеся музыкальной аналитикой. В процессе осуществления своей мечты, а именно создать свою компанию, он столкнулся с тем, что мечта может для него остаться мечтой, если не предпринять ключевые решения. К тому же на их банковском счету почти не осталось денег. Ситуация складывалась не в их пользу и, по сути, препятствовала осуществлению мечты. Тогда они решили обратиться в TechStars за инвестициями. Уже на первом курсе программы TechStars Алекс решил изменить курс движения компании. И мощным толчком тому послужило осознание того, что Алекс и его команда живут в обмане и преувеличивают успех. Это действительно очень серьёзный шаг, так как именно это очень сильно мешает предпринимателю двигаться в мощном темпе. Это, как туман в голове, и вы ничего не можете этому противопоставить, если не осознаете глубину проблемы. Называется это термином “корона” и пока вы её не снимите, вы так и будете жить в своём мире. Далее для себя они определили четкие цели в направление развития. На второй день обучения им стало ясно, что проект провальный и они решили под тем же брендом сделать сервис по музыкальной аналитике, отказавшись от сайта где каждый мог записывать композиции. В итоге их компания получила необходимые венчурные инвестиции и стала популярной.

### Выдерните вилку из розетки, как только почувствуете, что пора.

Очень странный заголовок темы, но на самом деле он прост и даже похож на предыдущий о признании поражения. Возьмем историю Пола Бербериана, который занимался Zenie Bottle, но в итоге всё развалилось. На протяжении долгого времени он занимался этим проектом. Zenie Bottle - это стеклянная бутылка, наполненная цветной жидкостью, по словам Пола. По мере развития проекта был создан сайт, где покупатель мог воспользоваться виртуальной бутылкой, в который можно хранить фотографии, музыку, видеофайлы и обмениваться ими с друзьями. Издержки росли, а производство не было запущено. К тому же не было четкой цели то ли они производят бутылку, то ли создают социальный сайт, то ли развлекают народ. “Каждую задачу можно вполне решить по отдельности, но когда они навалились разом, мы не выстояли”,- сказал Пол. В итоге было принято решения закрыть проект, и хорошо, что всё было сделано так оперативно, т.к им удалось продать купленное имущество и вернуть деньги инвесторам. Но самое важное заключается в инсайте Пола. Он считает, что организовал бизнес для себя, а не для потребителей. Его первоначальная идея была простой: создать красивую диковину, которую люди станут покупать из любопытства. Он совершил типичную ошибку предпринимателя - сделать всё и сразу и его, как и любого другого, она поглотила.

## Тема 2. Люди.

Далее я хочу затронуть одну из важнейших тем для стартапа, бизнеса такую, как Люди. Именно они зарождали, реализовывали и будут это совершать в будущем. Без людей не обходиться ничего на Планете. Это мельчайшая на фоне Земли единица играет очень важную роль. В TechStars даже есть поговорка, что “У предприятия есть три главных достоинства - люди, люди и ещё люди”. Любая компания, корпорация состоит из людей, построена людьми. Давайте же узнаем почему и насколько важны люди, и как с ними работать?

### Не беритесь за проект в одиночку.

Та тема, с которой начал бы любой человек с предпринимательским мышление. Не многие хотят понять насколько человек важен человеку. Существует огромное количество преимуществ, почему лучше работать в команде. Возьмем одно из них ,прежде всего, стоит отметить, что команда может решить больший объём задач, нежели один человек. Именно это иллюстрирует пример из жизни Марк О’Салливан. Дэвид Коэн, с которым мы не раз уже встречались, настоял на том, чтобы Марк взял себе партнёра, хотя бы одного. Марк всю свою жизнь работал один и командная работа для него нечто новое, что вызывает у него перелом сознания и мышления. Но в итоге он решился и взял своего товарища Тодда Барри, с которым в дальнейшем вместе проходили курс в TechStars. Так они стали основателями новой компании. В программе TechStars тогда была лишь одна компания с единственным основателем. И ему, конечно, пришлось очень не сладко. Но зато Марк и Тодд уверенно шли, преодолевая трудности. Марк заявляет: “Создать компанию очень непросто. Когда кто-то способен разделить вашу ношу, встать рядом плечом к плечу и, может быть, даже спеть вам веселую песенку в минуту отчаяния - это очень здорово”. Также обмен мнений, помогает довести продукт до совершенства, сделав его более востребованным. И очень важно, нужно понять, что команда - это опора и поддержка. И та команда дорога, которая в трудной ситуации продолжит борьбу плечом к плечу.

### Избежание конфликтов между основателями компаний.

Зачастую многие стартапы разрушаются по причине конфликтов между основателями. Чтобы избежать их нужно обговорить все ключевые моменты “на берегу”. И самые важные из них будут представлены в виде вопросов, которые те самые соучредители должны задать друг другу.

* Как мы будем делить компанию?

А именно ключевым вопросом является вопрос о доле каждого участника. Наиболее рациональным способом является разделение компанию поровну. Но также может использоваться и другая форма, при которой учитываются различные факторы, к примеру, профессиональный опыт участника, вложенный труд и будущие трудозатраты. Главное - решить его любой ценой, не оставляя в подвешенном состоянии.

* Как мы будем принимать решения?

Так принято, что окончательное решение принимает человек, владеющим большим числом акций, но это не означает, что так во всех компаниях. Дхармеш Шах предлагает выпустить голосующие и неголосующие акции или учредить совет диктаторов, но для этого нужно определить вопросы, решением которых они будут заниматься.

* Что будет, если один из нас покинет компанию?

Не самый приятный вопрос для любой компании, особенно в самом начале своего пути. Но несмотря на это, вам всё-таки придется его решить. Случается такое, что в какой-то момент основатель/основатели теряют интерес к бизнесу, поэтому нужно принять решение, как поступить в такой ситуации. Порой сложно бывает это сделать, т.к. в самом начале вы искренне в процветание вашей компании и её прекрасное будущее, и вам не приходит мысль об уходе. Также может произойти ситуация, когда участнику просто надоедает команда, но он всё-таки продолжает туда вкладываться, поскольку предан своим людям и своему делу. И самая ужасная ситуация, когда один из основателей безучастен к компании и его только интересует вопрос денег. Чтобы избежать подобной ситуации, нужно снова всё обговорить “на берегу”.

Вообще это золотое правило, я имею в виду обговаривать всё заранее. Поскольку вы не знаете, как может повести себя человек, с которым вы вместе строите свою дело, может, он вообще не тот, за кого себя выдает. Поэтому во избежание проблемных моментов просто подстрахуйтесь, решив проблемные вопросы “на берегу”, причём желательно, чтобы решения были зафиксированы в письменной форме, т.к. в любой проблемной ситуации вы сможете аппелировать к документам.

* Может ли кто-то из нас быть отстранён?

Ещё один неприятный вопрос для обсуждения, но и такое случается,ф учредителя могут попросить уйти. Для этого нужно определить порядок снятия соответствующих полномочий с учредителя при необходимости.

* Какие цели преследуют основатели?

Вам нужно понять, чего ждёт и что хочет видеть каждый участник от бизнеса. Таким образом могут даже появиться люди, с которыми вы не захотите даже работать дальше. Нужно понимать, что ожидания в начале - не равны ожиданиям в будущем, поэтому возможен вариант изменения целей, но в любом случае каждый должен об этом знать.

* Является ли наш бизнес главным делом каждого из основателей?

Нужно чётко понять на какое место каждый участник ставит дело, поскольку от этого напрямую будет зависеть результат компании. Возможно кто-то из участников параллельно выстраивает своё дело, а кто-то продолжает ходить на работу, а может и есть такой, кто не ест и не пьёт, а работает всё свое время на благо компании. Это стоит также выяснить.

* Что мы точно не изменим в своей компании?

В современном мире, когда постоянно происходят изменения вокруг нас - невозможно не изменять свой курс. Гибкость - умение предпринимателя, без которого очень трудно войти на рынок. Именно гибкость позволит идти в ногу с трендами, технологиями и другого рода нововведениями, внедряя их в собственный бизнес или стартап. Поэтому, те кто процессе развития изменяют свой курс могут выжить и достичь успеха. Тем не менее остаются четкие пункты, которые остаются неизменными, связанные с продуктом или рынком сбыта. Например, если вы разработали приложение по приготовлению блюд - это не значит, что вы внедрите туда магазин со спинерами или чем-то прочим, а вот новую технологию или карту с ближайшими продуктовыми магазинами - отличный вариант.

* Собираются ли основатели вкладывать свои деньги в бизнес? Как эти вложения будут учитываться?

Обычно в самом начале участники вкладывают собственные деньги на развитие бизнеса. Важно сразу же определить предназначение этих денег. Возможно на эту сумму участник получит акции компании или же будет принимать окончательное решение в силу большей суммы.

* Какой доход будет получать каждый учредитель?

У каждого участника есть определенная зона ответственности и каждый несет определенные риски за неё. Поэтому, вступая в бизнес, неплохо было бы посчитать долю дохода, опираясь на величину риска.

* Какие будут источники финансирования?

Существует несколько вариантов. Первый заключается в том, что участники вкладывают собственные деньги, не нуждаясь в инвестициях из вне. Второй заключается в поиске инвестора или же вы можете привлечь венчурные фонды.

Но этим список вопросов не ограничивается, которые могут вызвать конфликты между учредителями, поэтому если вы обсудите хотя бы перечисленные моменты заранее, то риск конфликта уменьшится.

### Нанимайте сотрудников, которые лучше вас.

Опираясь на свой социальный опыт, могу сказать, что взаимодействие с более умелым и умным человеком по сравнению со мной начинает выводить меня на новой, более качественный уровень, вытягивая меня из моей привычной среды. Выбор сотрудника - сложная задача, т.к. поспешив с выбором, мы можем только увеличить количество проблем. Существует даже высказывание: Хорошие специалисты нанимают хороших людей и, тем самым, создают баланс в компании. Средние специалисты нанимают тех, кто хуже них – чтобы не понизить самооценку. А лучшие нанимают тех, кто лучше их самих. Это даже в некотором смысле совет, который помогает избежать найма плохих сотрудников. Давайте разберём почему же стоит искать лучшего, чем вы сами?

* Вы сможете научиться у другого человека, который опытнее вас в том или ином вопросе. У него больше знаний и умений, более богатый опыт. Поэтому, почему бы не зацепиться за возможность получить новые знания?
* Работа с профессионалом автоматически поднимет вас на новый, более качественный уровень. Вы самостоятельно захотите получить новые знания и новые умения.
* Сильная команда справляется с решением задач быстрее, чем слабая. Происходит обмен высокой и полезной энергии, что толкает вас делать больше и лучше, тем самым вы взаимодополняете друг друга.
* Человека, занимающегося своим развитием не нужно подталкивать к этому и заставлять. Он будет это делать сам, разделяя с вами. К тому же его не нужно организовывать, поскольку он сам понимает что и как делать.

Такие причины выделяет Уилл Херман. Давайте разберем пример из жизни. Допустим вы бегун или какой-либо другой спортсмен. И чтобы улучшить спортивную форму вы на 100% будете тренироваться с тем, кто сильнее вас. Чему вы научитесь, тренируясь с тем, кто слабее вас, сможете ли вы улучшить свои показатели? Нет. Соревноваться нужно с теми, кто сильнее вас использовать их советы. И будь-то бизнес или стартап, успех зависит от того, каких специалистов вы наберете. Наняв отличных специалистов, вы проявите себя как хороший менеджер, увеличите показатели компании.

### Нанимайте медленно, увольняйте быстро.

Основным активом компании, которая, например, занимается разработкой ПО являются сотрудники. И когда стартапу нужен новый сотрудник, руководство зачастую совершает две ошибки. И разберем на конкретном примере, приведя ошибки. У вас есть вакансия на сотрудника, и вот он нашёлся. В такой ситуации даже, если он плохо выполняет свою работу, его оставляют, потому что после ему придется искать замену.

Поэтому Ошибка №1. Нанимать слишком быстро.

Рабочий штат - это не тележка в магазине, которую нужно заполнить в кратчайшие сроки. Нужно понять, что каждый новый сотрудник значительно увеличивает работоспособность компании, и безответственный подход к решению этого вопроса, может привести к большому количеству проблем по итогу. Про это, говорят так: хорошие работники в 10 раз продуктивнее, чем посредственные.

Ошибка №2. Тянуть с увольнением.

Плохой работник также вреден, как раковая опухоль для организма. Он делает всё, чтобы ухудшить ваши показатели, он - баласт. По итогу такие работники могут даже перетянуть на себя внимания, побуждая других делать также. Зачем держать в компании человека с низкой производительностью, у которого плохое отношение к своему занятию? Не нужно держать в своей компании бесполезных людей, которые тем более работают на её разрушение.

Многие нормальные компании четко следят за производительностью своих работников, что позволяет выявить их полезность для компании. Порой бывает трудно уволить сотрудника, но поверьте, легче найти нового, чем изменить старого. Вы так и будете наблюдать его провальные показатели и тратить на его изменения своё время. Руководитель каждой компании должен понимать, что, чем выше требования к работнику, тем тщательнее нужно подходить к его выбору. И не в коем случае не нужно бояться избавиться от человека в компании - значит он просто не ваш работник.

### Если можете отказаться от идеи, откажитесь от неё немедленно.

Возьмем в качестве примера Лору Фиттон - основатель и генеральный директор компании OneForty. OneForty - это торговая площадка для создателей приложений для Twitter. И Лора очень сильно хотела воплотить свой задуманный проект в жизнь, не имея ни опыта в управлении IT-компании, ни опыта в IT-разработках. Поэтому ей пришлось искать специалиста, который бы смог выполнять её команды. У неё, как и у многих людей, были причины отказаться. Ей было 38 лет, и она была матерью одиночкой. Также у неё не было ни одного партнёра. Когда она поняла, что поиски специалиста ни к чему не привели, то она решила отказаться от своей идеи, по крайней мере, она думала, что это сделала. Несмотря на трудности, Лора не смогла отказаться от своей идеи. Поэтому в самом начале, когда ваш стартап или бизнес находится в состоянии эмбриона, задайте себе вопрос, настолько сильно я одержим своей идеей, что никакие трудности не заставят меня от неё отказаться? Только тогда вы поймете насколько далеко вы зайдете. Если же вы можете отказаться, откажитесь сразу. Ваша идея должна вас зажигать, пробуждать, заставлять действовать, давать новых сил, если же она вас только топит, то просто откажитесь от неё. Вы сами почувствуйте, что вам ничего не хочется делать для её развития. Даже если вы погрузились в свой проект головой, постарайтесь отвлечься от него на пару дней, если у вас получится, то лучше не продолжайте. Если же вы не можете оставить свой продукт - значит у вас есть шансы на успех.

### Соберите сбалансированную команду.

Баланс в команде можно назвать залогом успеха целой компании. Поскольку именно в сбалансированной команде будут развиваться технические и нетехнические стороны. Допустим у вас есть агенство недвижимости. Техническая сторона заключается в том, чтобы ваша компания продвигалась в интернете, размещала свои объявления на разных площадках. Тем самым у вас будут клиенты из интернета. Нетехническая сторона заключается в том, что вы формируете перечень услуг, упаковываете каждую услугу, общаетесь с клиентами, выезжаете на объекты, продаёте эти объекты. То есть вы работаете в режиме оффлайн, используя свои личные качества и умения.

Алекс Уайт, с которым мы уже познакомились в предыдущей теме считает, что лучшие команды стартапов состоят из предпринимателей, которые могут взять на себя обязанности друг друга. Важно найти партнеров, которые смогут профессионально дополнять вас. Только в таком случае вы будете счастливы и компания будет процветать. Уже дальше может возникнуть вопрос о поиске “своего человека”. То есть такого человека, которому вы полностью доверяете, который предан и открыт вам, но чтобы к этому прийти нужно пройти определенное количество стадий. Если раскрывать тему команды, то начать стоит с одного человека. Именно такая “команда” из вас двоих будет трансформировать вас в ответственного, дисциплинированного человека. Дальше вы сможете перейти к поиску специалиста или профессионала в собственной нише, например, интернет маркетолог, который будет заниматься рекламой вашей компании в интернете. После того, как механизм будет запущен и количество персон возрастёт, можно будет задуматься о “своём человеке”. Не в коем случае не пренебрегайте правилами “Нанимайте сотрудников, которые лучше вас”, “Нанимайте долго, увольняйте быстро”. Тогда ваш стартап или бизнес будут успешны.

### Стартапы ищут друзей.

По мнению Мика Болдуина, для стартапа не так важны продажи, как отношения с первыми клиентами. Если вы изначально наладите хорошие отношения с клиентами, то у вас появиться шанс получать отзывы, пожелания и пр. комментарии покупателей. Чтобы завоевать клиентов не нужно делать, что-то масштабное и огромное. Достаточно написать им пару писем с благодарностью и оповещать об обновлениях. Когда взаимовыгодные отношения между продавцом и покупателем улучшаются, появляются бесплатные возможности для обучения и роста. Поэтому так важно дорожить отношением каждого клиента.

### Найдите хороших бизнес-наставников.

Возьмем обычную ситуацию, когда вам придется сдавать итоговый тест. Вы сидите один, вы напряжены и вам очень тяжело. А теперь представим, что рядом сидит человек, который уже всё сдал и он может вам подсказать, разве так не проще? Тоже самое вам нужно сделать в реальной жизни - найти бизнес-наставника. Причем он может вам не подойти по разным причинам, может, у вас с ним просто не выстраивается разговор или вы друг другу не нравитесь. Поэтому нужно найти своего наставника, с которым вам будет хорошо и, как в аду. Почему как в аду? Вы сможете показать результат только тогда, когда выйдите из своего болота, зоны комфорта. Наш мозг очень интересная штука. Он выбирает для нас такой путь, какой нам превычен, который более комфортный, спокойный. Но нужно понимать, что перестройка произойдет тогда, когда мы пойдем на страхи и шагнём в неизвестность. Поэтому мысль о том, что ваш наставник чёкнутый или что-то в этом роде не должна вас пугать. Найдите правильный подход к своему наставнику, откройтесь ему. Вы должны делать всё так, как он сказал вам, отстройте коммуникацию и обратную связь. Ваше взаимодействие должно быть построено на доверие, постоянно отчитывайтесь о своих результатах, не нужно скрывать неудачи. В таком случае вы выйдите на путь успеха.

### Сформулируйте корпоративную культуру.

Грэг Готтесман считал, что на успех влияют три составляющие - команда, продукт, рынок сбыта (правильно выбранное время, размер целевого сегмента и т.д.). Но в дальнейшем он обнаружил ещё один элемент - хорошая корпоративная культура. Давайте разберем основные характеристики хорошей корпоративной культуры стартапа.

* Справедливое отношение друг к другу.

В стартапах с хорошей корпоративной культурой нет неравенства. Каждой вносимое предложение рассматривается с точки зрения ценности, а не соц. положение того, кто его вносил. Все участники уверены, что получат вознаграждения за свои заслуги.

* Это не работа, это миссия.

Мне кажется все понимают, что вы вовсе не должны заниматься своим делом. В стартапе работают те, кто действительно хочет показать свой продукт миру, достичь успеха, доказать себе, что он может добиться высокого результата. Поэтому для стартапа важно иметь хорошую корпоративную культуру, поскольку тогда сотрудники верят, что создают что-то важное.

* Нетерпимость к плохим работникам.

Каждый участник стартапа вкладывает душу в работу и его за это хвалят, уважают и ценят. Сотрудник тем самым приобретает значимость, что для него очень важно. А халтурщик привлекает внимание остальных, выполняя свою разрушительную деятельность, но он приобретает значимость со знаком минус и его начинают отторгать. Поэтому на выходе остаются самые лучшие те, кто верен и будет идти до конца.

* Бережное отношение к деньгам.

Стартапы с хорошей корпоративной культурой не станут разбрасываться одним из самым драгоценным ресурсом - деньгами. Любая затрата производится осторожно. В пример можно даже взять компанию Amazon. Джефф Безос сколотил свой рабочий стол из дверей. И даже сейчас можно встретить столы из дверей, причём порой это даже дороже, чем купить обычный стол. Просто это напоминание о том, что Amazon - не то место, где можно разбрасываться деньгами. Как вариант, можно сделать популярным экономное расходование средств среди сотрудников.

* Большие перспективы.

В стартапах с хорошей корпоративной культурой каждый сотрудник стремиться внести вклад в процветание компании, обеспечить ей успешное будущее. Что же происходит в стартапах или компаниях с плохой корпоративной культурой? Всех интересуют только зарплата и премии. От таких работников нужно избавляться, ведь они озадачены только вопросом денег, а не развитием и будущем компании. Нужно понять, что нет ничего плохого в премиях, поскольку это дополнительная мотивация к работе, что только улучшит показатели сотрудника и компании.

* Все и всё на своих местах.

Чёткий порядок и организация - вот, что отличает стартап с хорошей корпоративной культурой. Каждый человек занимается своим делом, все работают сообща во имя процветания компании.

* Между участниками бизнеса налажен чёткий обмен информацией.

1. Сотрудник четко понимает направление и цели компании.
2. Все сведения открыты и находятся в общем доступе.
3. В первую очередь решаются тяжелые вопросы.

* Сильное руководство.

Правильный руководитель понимает всю степень ответственности, которая на нём лежит. Он служит примером, вдохновляет и мотивирует работников.

* Взаимное уважение.

В стартапах с хорошей корпоративной культурой все отношения строятся на уважении вне зависимости от социального положения или должности сотрудника. Каждый участник должен уважать вклад другого в общее дело и сотрудники вместе радуются успехам другого отдела.

* Интересы покупателей на первом месте.

В стартапах с хорошей корпоративной культурой сотрудники изучают своих покупателей до мелочей. Основатели ещё до запуска стремятся обсудить с другими свою идею. Отзывы первых пользователей ложатся в основу будущего продукта.

* Сильная энергетика.

По сути, это то, что вы чувствуйте, приходя в офис компании. Вы слышите звук клавиш клавиатур, звонки, видите исписанные доски, совещания, создания прототипов. В помещении царит атмосфера работы, дружелюбия.

* Радость.

В стартапах с хорошей корпоративной культурой участники получают удовольствие и радость от своей работы. В любой ситуации каждый настроен позитивно, поддерживая подобную атмосферу. В такую атмосферу хотят попасть другие, поскольку по словам участников это замечательное место.

* Честность.

Любое дело, построенное на обмане и лжи - картонный домик, который вот-вот развалится. Поэтому в стартапах, бизнесе, компаниях с хорошей корпоративной культурой всегда царит честность и правда. Участники предельно честны во всем и открыты перед начальством. Начальство в свою очередь также говорит правду, даже в сложный период. Каждый сотрудник уверен в продукте и в любой ситуации не сникнет, поэтому ложь и недомолвки неуместны.

### У тебя есть два шанса.

Мне пришлось немного переименовать главу, но это не изменило её смысла. Брэд Фелд, с которым мы уже знакомы, придерживается простого правила “Подведи меня один раз”. Он объясняет тем, что каждый имеет право на одно серьёзное нарушение. “Подвести” в данном контексте означает целенаправленно обмануть или чем-либо обидеть. В этот список не входят случаи не исполнения своих обязанностей или допущения ошибок в работе, т.к. мы все люди и для нас свойственно допущение ошибок. Если вы обманывает, целенаправленно вредите, поступает безнравственно, то будете в этой категории. Если вы делали это единожды, то у вас ещё будет возможность сохранить отношения. Принцип очень похож на футбольное правило с карточками. Сначала вы получаете жёлтую. Если же вы снова нарушили и не исправились, получаете красную. На первый взгляд очень циничный метод, но подумайте о том, как поступают с вами люди. Вряд ли кому-то нравится, когда его системно “сливают”.

### Будьте готовы к неожиданностям.

Что для каждого из нас неожиданность? Для меня это спонтанно произошедшее событие, действие, встреча. И начиная свой путь, любой предприниматель должен понимать, что бизнес или стартап - это неопределенность, поэтому будьте готовы шагнуть в эту неопределенность и окружить себя неожиданностями. Так как именно неожиданности для мира стартапа и бизнеса являются неотъемлемой чертой. Главное быть открытым к ним и принимать их такими, какие они вам даются. Дэвид Коэн считает, что случайные события в жизни - это не только встречи. Если вы действительно открыты к сюрпризам, то можете повести себя не так, как обычно, принять нестандартное решение и т.д. Исключив случайности в жизни вы можете лишить себя нечто очень важного, например, возможность для роста или своего будущего бизнес-партнера и многое др.

# Параграф 3.

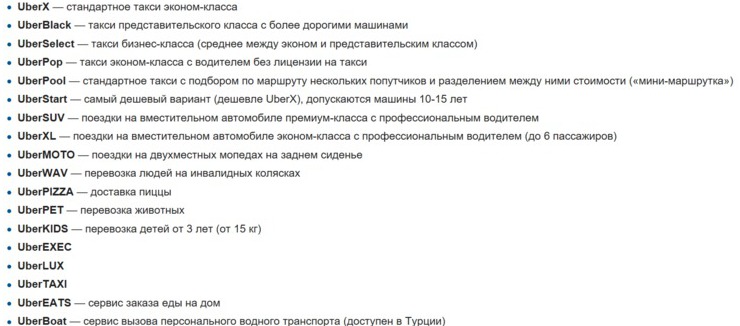
Я долго думал о том, что же написать в третьем параграфе, поскольку я уже рассказал об истории стартапа, ошибках, которые могут быть, о работе с идеями и людьми. И по сути, о стартапе, как о системе, вы уже узнали, но не хватало чего-то одного. И мне пришла в голову мысль рассмотреть реальный, успешный, многомиллионный стартап, который был бы многим известен. Этим примером я бы хотел cмотивировать начинающих стартаперов. Таким стартапом оказался Uber. Он был основан в 2009 году Трэвисом Калаником в Сан-Франциско. Идея стартапа заключается в простом и быстром заказе авто с личным водителем. Но вы скажете, есть же многие другие компании, занимающиеся перевозкой людей, которые также нужно заказать, и вас заберут.

## Упаковка и фишки Uber.

Так почему же всё-таки люди предпочли Uber? Всё дело в его упаковке и фишках, внедренных в продукт. Давайте, разберём упаковку Uber. И, кстати, фишки Uber являются частью упаковки.

1. Когда только стартап начал своё развитие автопарк Uber состоял исключительно из машин премиум-класса, что позволяло клиенту почувствовать себя богачём.
2. Возможность просто и удобно заказать автомобиль через приложение.
3. Стильно выполненные сайт и приложение.
4. Строгий подход к набору водителей.
5. Постоянные розыгрыши, регулярные акции и скидки.

Это те категории, которые первыми приходят в голову. Благодаря действительно классной упаковки Uber добился успеха во всем мире, серьёзно опередив своих конкурентов. А теперь рассмотрим некоторые фишки Uber. Во-первых, быстрый и удобный заказ. Вы просто открываете приложение и ждете машину. Во-вторых, возможность следить за автомобилем. Увидеть можно и её номер, и передвижение на карте, и всю необходимую информацию о техническом состоянии авто. Правда, эта фишка уже была скопирована, но поверьте она многих удивила, когда Uber её внедрила. Также вы можете увидеть фото и ФИО водителя, чтобы заранее понимать с кем вам придется проводить время в машине. В-третьих, вы можете оставить метку на карте, чтобы водитель четко понимал, куда ему ехать, что также ускоряет процесс. И последняя фишка, которая меня крайне порадовала - это возможность сэкономить, подобрав несколько попутчиков. Я решил представить несколько фишек, поэтому набор их не ограничивается на моём списке. Меня порадовало то, как Uber захватывает рынок, подстраиваясь под его различные нужды. К примеру, был создан сервис UberX для тех, кто хочет сэкономить и проехать в машине более дешевого класса. Остальные сервисы представлены на фото.



## Стратегия и взлёт Uber.

Но меня также заинтересовали и другие критерии, которые трансформировали стартап в крупнейший мировой бизнес. Поэтому я предлагаю взглянуть на Uber с разных сторон. Говоря о стратегии Uber, мне близка позиция редактора издания Wired Маркуса Уолсена, который считает, что стартап целенаправленно терпит убытки, чтобы вырасти до размеров, при которых его будет трудно обойти. То есть стратегия Uber заключается “в росте любой ценой”. Как следствие мы можем наблюдать резкое снижение цен на услугу перевозки, которая приводит к разорению компании. Такой метод встречается достаточно часто среди стартапов, т.к. для них важна не прибыльность, а именно завоевание популярности на рынке и опять же любыми способами. К примеру, 6 июля 2014 года Uber анонсировал снижение цен на такси UberX в Нью-Йорке на 20%. Что, безусловно, позволило сервису стать более привлекательным для пассажиров с финансовой стороны по сравнению с желтым такси. Также ранее было объявлено о снижении тарифов UberX в Сан-Франциско на 25%, а еще раньше — в июне, — Uber снизил цены и в Лос-Анджелесе. По подсчетам американских журналистов поездка по Сан-Франциско будет обходиться всего в $11,25 по сравнению с прежними $15, но водитель всё равно получит $12. В такой ситуации Uber забирает деньги сам у себя, даже давай их клиенту. Во-первых, компания недосчитывается $0,75, которая она сама же должна выплатить водителю. Во-вторых, компания не получает никакого процента от поездок. Уолсен отмечает, что Uber платит клиентам, чтобы они перемещались. Подобная ситуация напоминает лопнувший пузырь доткомов в 2000-х, когда основной целью была наработка клиентской базы, а не прибыль, о который думали после. Если же посмотреть на мир компаний, то можно заметить родство Ubera с Amazon. Сначала различия кажутся нам не очевидными, так как Uber продают услугу, а не товары. Но их истории похожи. Стартап, возглавляемый харизматичным генеральным директором, ловит скрипучую старую индустрию. Он быстро растет, и его популярность взрывается, поскольку его бренд становится почти синонимом подрывного обслуживания, которое он предлагает. Amazon росла - и все еще растет, потому что не боится потерять деньги. Низкие цены и бесплатная доставка съедают прибыль, но делается это, чтобы вернуть клиента на свою площадку. Генеральный директор Uber Трэвис Каланик выразил восхищение основателем Amazon Джеффом Безосом, который также является инвестором в транспортную компанию.

Является ли эта стратегия действительно устойчивой для Amazon после 20 лет существования, вопрос бесконечно обсуждается среди акционеров. Но для его нынешнего этапа развития подход мало, чем отличается от Uber. Быстрое расширение помогает Uber как локально, так и глобально. В городах отстающие традиционные такси получают большее количество водителей на автомобилях UberX, нанося удары по старым порядкам. Спрос распространяется, а Uber постепенно идет навстречу. Сейчас Uber находится более, чем в 800 городах мира и это только начало.

## Гибкая система и запрет на Uber.

Но несмотря на то, что так вроде всё прекрасно, Uber постоянно находится под угрозой запрета. На данный момент он “запрещен” в 9 странах мира: Бразилия, Канада, Китай, Франция, Германия, Индия, Япония, Корея, Испания. Как видно в предыдущем предложении я выделил запрещен в кавычки. Но почему же? А ответ на этот вопрос заключается в том, за что же его ненавидят. А именно из-за невозможности запрета. Да-да, Uber создал настолько гибкую систему оказания услуг, которая по своей сути является законной, что очень важно, с юридической стороны. Uber, как видно из написанного ранее, запрещен во многих городах мира, либо его работа приостановлена до разработки подходящих законов. Невзирая на это, сервис всё равно продолжает функционировать. К примеру, в Париже сервис UberPop запрещен с 1 января 2015, но это не мешает пользователям его заказывать. Нарушение очень трудно доказать, так как концепция Uber заключается в том, что пассажир лично не платит водителю, а перечисляет деньги через приложение владельцам сервиса, а те уже платят таксисту. Uber в данной цепочке только предоставляет информационные услуги, а не перевозку. Поэтому то я и выделил запрещен в кавычки. Также я бы хотел выделить эффективность модели “Uber for X”, которая по своей сути является идеальной моделью для бизнеса. Благодаря столь масштабному развитию Uber появилось множество стартапов, которые применяли аналогичные технологии в своих нишах. Термины “Uber for X” или “уберизация” начали появляться в 2013 году, когда стартаперы хотели объяснить идею своих стартапов, сравнивая свои проекты с Uber и называя их “Uber for”. Термин «уберизация» означает использование компьютерных платформ, к примеру мобильные приложения, для проведения пиринговых сделок между клиентами и поставщиками услуг. Подобная модель позволяет сократить эксплуатационные расходы. Далее я предлагаю познакомиться с признаками уберизированных стартапов.

* Использование цифровой платформы, позволяющей совершать пиринговые или квази-пиринговые транзакции.
* Устранение посредников между поставщиком и заказчиком услуг.
* Использование рейтинговой системы оценки качества услуг, предоставляемой провайдером.

Uber for X - это абсолютно гибкая модель, которая подходит под любую нишу, и сейчас можно встретить разные стартапы, которые переросли в целые бизнесы, благодаря использованию подобной модели. Давайте с ними познакомимся.

* Instacart - предоставляет свои услуги по покупке продуктов. Вам остается только лишь выбрать продукт и ждать курьера.
* Flinja - площадка, где студенты могут не только найти работу, но и приобрести дополнительные навыки, необходимые для профессиональной деятельности.
* DoctorOnDemand - сервис, благодаря которому можно получить медицинскую помощь или организовать онлайн-консультацию у нужного специалиста
* Airbnb - онлайн-площадка для размещения, поиска и краткосрочной аренды частного жилья по всему миру.

На примере реального стартапа, который получил популярность в мире благодаря своей невероятной концепции и подходу к собственному делу, мы совершили подробный разбор, посмотрев на него с разных сторон. На мой взгляд, подобный пример будет мотивировать начинающего стартапера совершать действия приводящие к успеху, ведь гораздо легче идти в неопределенность, когда у вас есть конкретный пример.

# Заключение:

И в заключении, я хочу сказать, что стартап - это очень сложная структура, которая по внешнему виду напоминает функционирующий механизм. И как у любого механизма у него есть свои слабые места, которые в нашем случае представлены ошибками. Для того, чтобы стартаперский путь прошел максимально безболезненно нужно учесть эти ошибки, а также бесценные советы и опыт предпринимателей нашего и прошедшего времени, ведь ещё раз хочу повториться, что легче идти в неопределенность, зная о том, что вас ждёт. Что же касается направления пути, то вы сами его вправе выбирать, опираясь на существующие виды стартапа. По мнению предпринимателей, очень важно пробовать себя в разных нишах, поскольку именно метод пробы позволит определить самое лучшее для себя направление. Не в коем случае нельзя забывать о технологии гипотеза-тест-накачка-жизнь, поскольку стартап в отличие от бизнеса - это тест гипотезы, а не конкретное масштабирование этой гипотезы. Также очень важно понимать для себя, как нужно обращаться с идеей. Для начинающего стартапера лучшим вариантом будет прибегнуть к советам и мастер-классам уже построивших себя и своё дело предпринимателей, потому что легче купить либо усвоить чей-то опыт, нежели самостоятельно вспотыкаться, ошибаться, принося себе боль. Именно предприниматели/наставники помогут вам четко сформулировать идею, упаковать её и правильно преподнести. А также, что касается реализации, подбора и выстраивания отношений с сотрудниками, то они снова будут вашими помощниками. К тому же отличным примером может послужить реальный функционирующий стартап, которой хорошо показал себя на рынке, например, Uber, который мы ранее с вами разобрали. Таким образом мы видим, что стартап очень живой и не однообразный, он не подчиняется правилам, способен перевернуть мир, поэтому главное - верить в себя и чётко идти к своей цели.

# Список литературы:

1. Фелд Б. Стартап в Сети. Мастер-классы успешных предпринимателей// Брэд Фелд, Дэвид Коэн. //Альпина Паблишер. -2012. - С. 19-129.

2. Хэйт М. Типичные ошибки стартаперов / Макс Хэйт // Профессионалы.ru - 2011. - Режим доступа: <https://professionali.ru/Soobschestva/start-up/tipichnye_oshibki_startapov/>

3. Елкина В. 25 стартапов 2016 года, которые могут стать миллиардерами / Елкина В. // Rusbase. -2016. - Режим доступа: <https://rb.ru/list/25-successful-startups/>

4. Бочкарева Е. 9 стран, в которых Uber запрещен / Бочкарева Е. // Rusbase. - 2015. - Режим доступа: <https://rb.ru/list/uber-ban/>

5. За что ненавидят Uber: Почему многие страны мира борются с революционным сервисом такси? // Meduza. -2015. - Режим доступа: <https://meduza.io/feature/2015/06/30/za-chto-nenavidyat-uber>

6. Уолсен М. Блестящая стратегия Uber / Уолсен М. // Wired. - 2014. - Режим доступа: <https://www.wired.com/2014/07/ubers-brilliant-strategy-to-make-itself-too-big-to-ban/>