

ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

апрель

2025

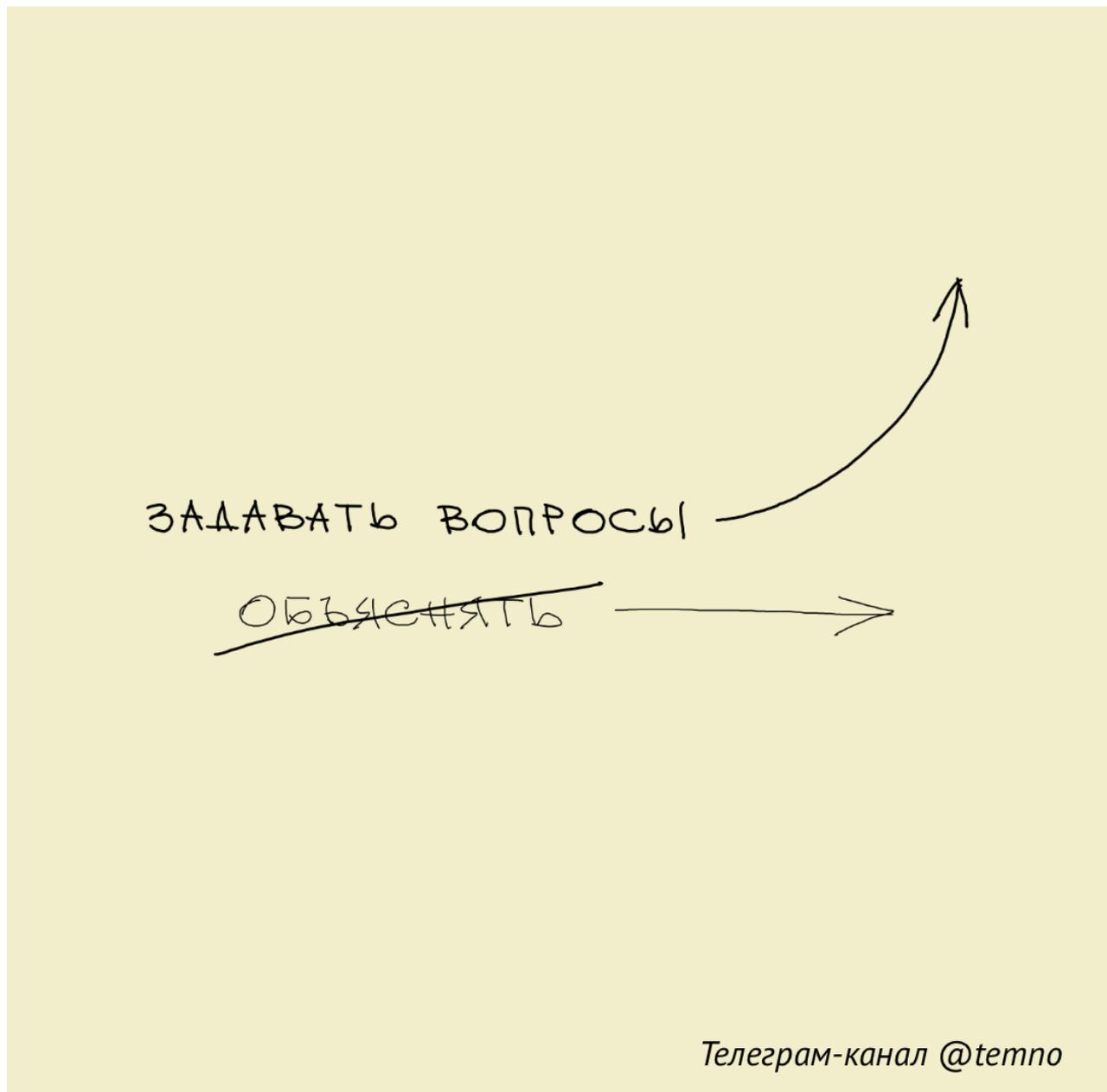
Новые идеи для вдохновения и копирования

Fast Founder: <https://fastfounder.ru>

Читать

ВКонтакте: <https://vk.com/amoreynis>

Телеграм: <https://t.me/temno>



Чтобы сотрудники перестали тормозить, нужно перестать им объяснять. Это как так?

1. Надоело всё своим сотрудникам объяснять? Так и не нужно объяснять, потому что это неэффективно! Эту забавную историю я услышал в интервью одной девушки, которую недавно назначили CEO одной большой компании.
2. До этого она всю жизнь работала в продажах, и всегда была очень быстрой. Она этому очень сильно радовалась, пока в один прекрасный

день её руководитель не сказал ей: «Ты слишком быстрая, и это плохо»



3. «Это плохо, потому что остальные члены команды за тобой не успевают. А продажи — это всё-таки командный вид спорта. Поэтому тебе нужно замедлиться.».
4. Тогда она замедлилась, начав объяснять другим членам команды каждый свой шаг. Однако это ни к чему хорошему не привело, потому что в результате она стала работать так же медленно, как и остальные 
5. После чего тот же чувак объяснил ей, что она неправильно замедляется  Потому что «замедлиться» — это не начать объяснять, а начать задавать вопросы!
6. Ведь когда ты объясняешь, никто ничему не учится. А когда ты задаёшь вопросы — люди начинают думать. А когда они начинают думать — они начинают учиться.
7. Так что, если ты считаешь, что твоя команда тормозит, не нужно им всё разжёвывать на пальцах, как дуракам. Нужно задавать им вопросы, как умным. И тогда есть шанс, что они такими станут 



Деньги важнее пользы

1. Многие стартаперы считают, что успешными становятся продукты, которые приносят многим людям пользу. Хотя на самом деле успешными становятся продукты, которые позволяют многим людям зарабатывать.
2. В качестве очевидных примеров можно вспомнить Убер и Эйрбнб. В качестве менее очевидных — Фейсбук и Телеграм. Или вы до сих пор думаете, что это платформы для общения, а не для саморекламы и продаж? 

- Даже айфоны стали настолько сильно и долго популярными не из-за большого экрана и отсутствия кнопок. А потому что появился App Store, с помощью которого миллионы разработчиков получили возможность заработать.



- Решил сделать полезный продукт? Лучше остановись и подумай ещё раз — насколько много людей сможет начать с его помощью зарабатывать?
- Ну а теперь иди и помоги первым таким людям это сделать.





Эти вещи важны... но бесполезны

1. Многие показатели, которые ты отслеживаешь в своём бизнесе — важны... но бесполезны 😊
2. Бесполезны они потому, что ты ничего с этим сделать уже не можешь. А на хрена тогда за этим следить? Возьмём два классических показателя — выручка и процент отвалившихся клиентов.
3. Сегодняшняя выручка — это, как правило, результат тех действий, которые ты предпринял 3–6 месяцев назад. Но это практически никак не

коррелирует с тем, что ты только что сделал. Потому что это вряд ли успело сильно повлиять на общую выручку.

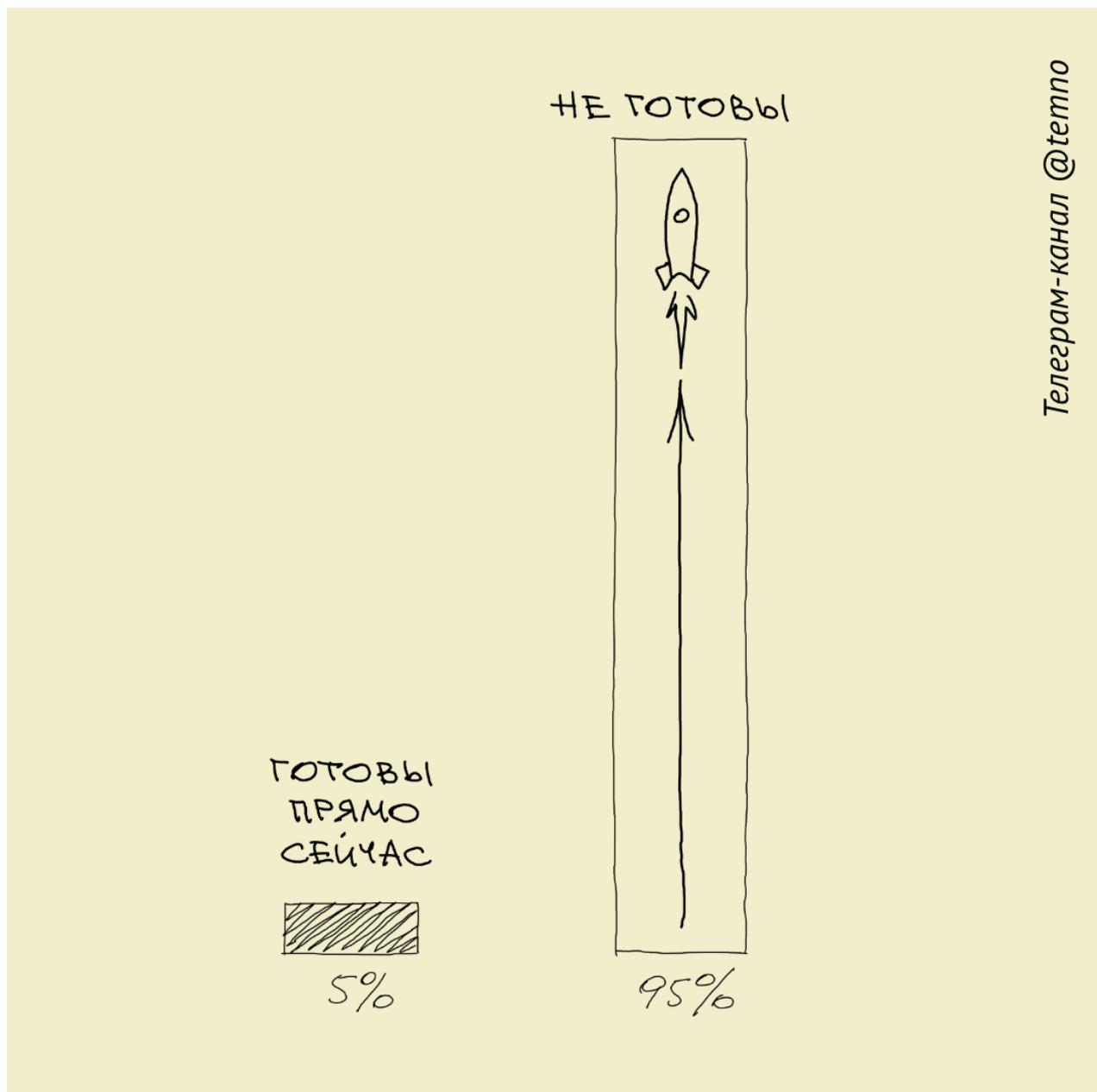
4. А на что это могло уже повлиять? Вот этот показатель и нужно отслеживать!
5. Сегодняшние отвалы пользователей — это результат того, что они не начали пользоваться твоим продуктом 1–2 месяца назад после первой регистрации. Чего толку их сейчас уговаривать остаться? Это раньше нужно было делать что-то, чтобы они начали.
6. А что ещё тогда могло подсказать тебе, что они не начали пользоваться продуктом, или не смогли получить нужный им результат? Вот этот показатель и нужно отслеживать!
7. В общем, самые правильные показатели бизнеса — они не про сегодня, а про завтра и послезавтра. А в твоём случае что это за показатели?



Потенциал для роста — не в 5%, а в 95%!

1. Суть маркетингового правила «95/5» в том, что только 5% твоих потенциальных покупателей готовы купить твой продукт прямо сейчас. А 95% — пока нет. Потому что они не в том настроении, не в той ситуации, им для этого чего-то не хватает, они ещё не созрели или по куче других причин.
2. Но тогда оценивать эффективность своей рекламы по количеству совершённых по ней покупок — это игнорировать 95% аудитории твоих потенциальных покупателей. Которые могут купить твой продукт через неделю, через месяц или даже через полгода.
3. Про это правило вовремя вспомнил создатель одного бренда одежды, который в самом начале оптимизировал свою рекламу как раз под немедленные покупки. Но результаты его каждый раз разочаровывали. Потому что он понимал, что его рынок потенциально огромен, но всё, чего он мог достичь традиционными методами — это когда 1–2% увидевших рекламу на неё кликали, а 3–5% кликнувших покупали.

- 4. И тогда он полностью переделал принцип своей рекламы. Его целью стало, чтобы увидевший рекламу запомнил его продукцию, название бренда и что-то хорошее, что с ним ассоциируется. Чтобы он потом вспомнил про бренд, когда созреет до покупки.



- 5. А так как эффективность рекламы всё равно нужно было как-то измерять, он стал отслеживать динамику изменения количество запросов в Гугле с названием своего бренда. Если оно росло — значит, реклама была правильная 😊

- 6. В результате он реально вырастил свои продажи до такой степени, что его бренд купили за 100 миллионов долларов.
- 7. А ты что делаешь, чтобы не потерять 95% людей, которые по-любому твой продукт прямо сейчас никогда и ни за что не купят?



А у тебя бизнес кратный или инкрементальный?

1. Со стороны стартап не отличается от малого бизнеса, ведь они оба маленькие. Но малый бизнес обречёт остаться маленьким, а стартап может вырасти до небес. Потому что внутри они устроены по-разному.
2. Малый бизнес растёт «кратными» усилиями — для роста в 2 раза ему нужно приложить в 2 раза больше усилий. А стартап способен расти «инкрементальными» усилиями — когда для роста в 2 раза ему достаточно приложить, к примеру, всего на 10% больше усилий. Давайте рассмотрим тупейший пример с кафешками.
3. Если первый человек напрягся и открыл одну кафешку — чтобы открыть вторую, ему нужно приложить примерно столько же усилий. Третью — тоже. А на четвёртую и пятую с таким подходом ему тупо не хватит времени и сил.
4. А второй человек изначально поставил своей целью открыть сеть кафешек. Поэтому он начал с создания управляющей компании с людьми, ответственными за поиск мест под новые кафешки, за найм управляющих, за меню, за закупки продуктов и всё остальное.
5. После этого он откроет первое кафе и будет наблюдать за его работой, чтобы выловить ошибки в процессах работы управляющей компании. Потом вторую, чтобы оптимизировать процессы. Через некоторое время — третью, чтобы убедиться, что оно работает, как надо.
6. А потом начнёт открывать свои кафешки пачками. Причём на каждую новую кафешку будет уходить все меньше и меньше процентов усилий по сравнению с тем, сколько уже было вложено в создание управляющей компании.
7. Оба занимаются одним и тем же. На начальном этапе результаты у них очень похожи. У первого даже лучше, потому что он сам без зарплаты выполняет роль управляющей компании 😊
8. Но во второго человека инвестируют, а в первого нет. Потому что инвестируют не в идеи, а в машинки, которые умеют печатать деньги —

пусть даже из того же самого, из чего у других получается резаная бумага 😊



«Почему умный я, а добиваются успеха другие?»

1. Иногда кажется, что успешные компании создают не самые умные на свете люди... Хотя на самом деле так оно, наверное, и есть 😊 По очень смешной причине.

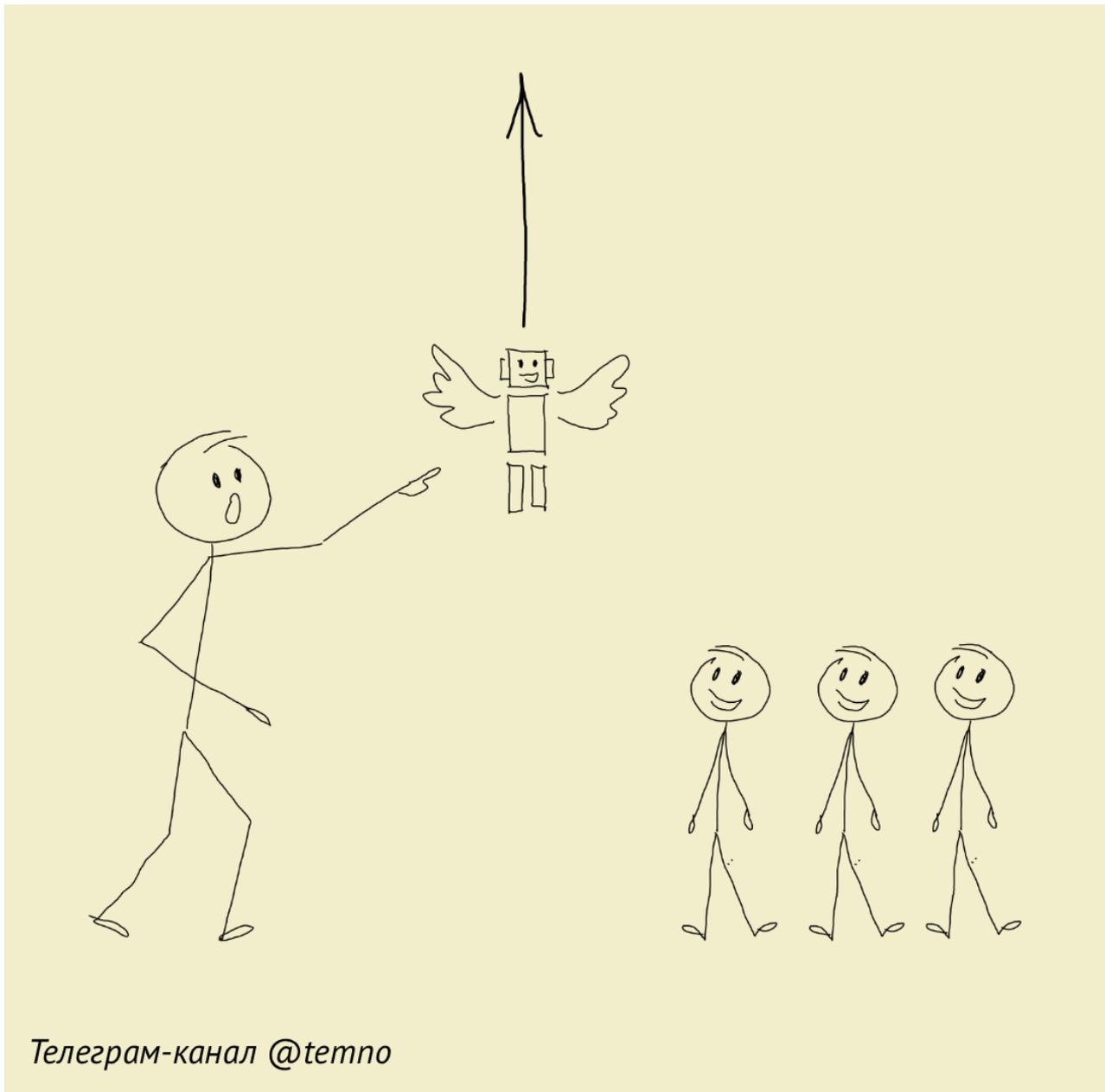
2. Фишка в том, что умный человек ценой собственных мозгов и усилий сможет дотолкать любую идею до результата. Правда, результат в этом случае может оказаться слишком скромным, потому что он получен вопреки всему.
3. Зато не очень умный человек, столкнувшись с тем, что его проект не идёт — наверняка его бросит, потому что не сможет придумать, что бы с ним такого сделать. А если натура у него деятельная, то он начнёт искать что-то другое.
4. И если у него что-то в результате взлетит, то это произойдёт без чрезмерных мыслительных усилий с его стороны — не «вопреки всему», а «благодаря тому, что оно так сложилось». То есть оказалось своевременным!
5. Вот и получается, что умный человек может сделать любой стартап. А не слишком умный — только своевременный. Поэтому у него он и взлетает гораздо выше.
6. Это я не к тому, чтобы умные люди становились глупыми 😊 А к тому, что не нужно «перепридумывать». Если что-то не идёт простыми и понятными способами, то не нужно извращаться, придумывая что-нибудь этакое. Придумать такое можно — но стоит ли?
7. Другими словами, если это можешь придумать и сделать только ты — это плохая заявка на успех. А если много кто может, но ещё не успел — хорошая. Кстати, после выпуска ChatGPT Сэм Альтман как раз удивлялся тому, почему то же самое никто не сделал раньше, ведь всё для этого было уже готово 😊
8. В общем, главное — не «придумать», а «успеть» 🚀



Шпаргалка для письма сотрудникам

Основатель Shopify разослал сотрудникам компании письмо по поводу использования ИИ. Похоже, что каждому из вас уже нужно писать нечто

подобное для своих сотрудников. Поэтому вот вам шпаргалка по ключевым мыслям и ссылка на полный текст для вдохновения 😊



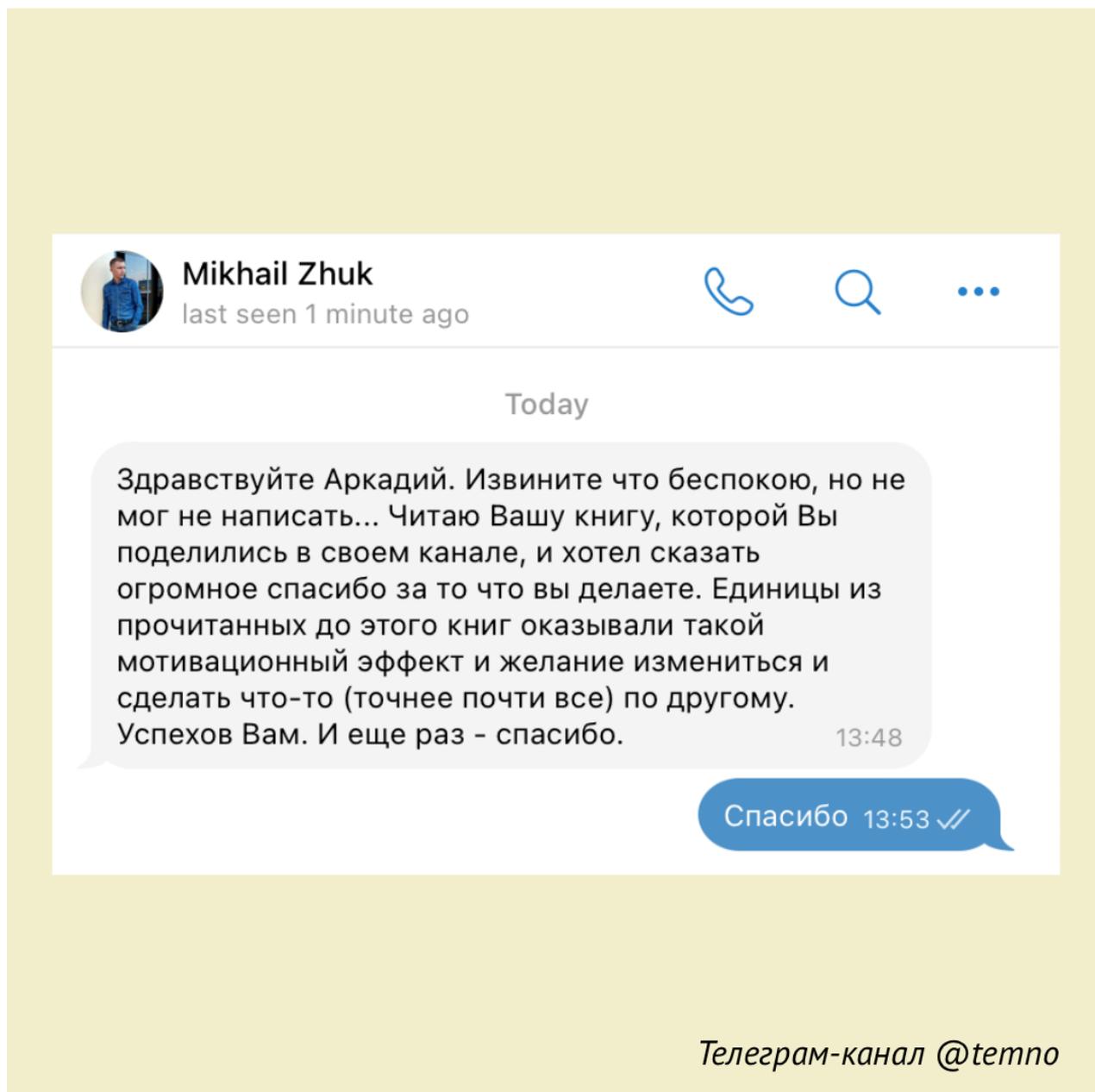
1. Эффективное использование ИИ — это новое базовое и фундаментальное требование для всех сотрудников компании. Когда я говорю «всех» — я имею в виду всех, начиная с меня, продолжая всеми менеджерами и заканчивая каждым исполнителем.
2. Важнейшая часть этого — умение использовать ИИ на стадии прототипов. Вы должны рассказывать о своих идеях коллегам не в

письмах и презентациях — а на живых прототипах, которые можно пощупать.

3. Мы начнём добавлять вопросы о том, как вы используете ИИ, во все шаблоны отчётов. Причём вместе с доказательством эффективности этого. Потому что я вижу, как многие слишком быстро сдаются, попробовав всего пару промптов и не получив желаемый результат.
4. Перед тем, как требовать увеличения количества сотрудников и ресурсов, вам нужно сперва доказать, что вы не можете добиться нужных результатов теми же силами — но с использованием ИИ. Эта задача неминуемо приведёт к прорывам в том, что и как вы сейчас делаете.
5. ИИ способен изменить нашу компанию, наш рынок и всю остальную жизнь. Поэтому наша задача — не наблюдать за этим процессом, а его возглавить! 🚀

Полный текст: <https://x.com/tobi/status/1909251946235437514>





Горькое лекарство

1. Сегодня написали: «Здравствуйте, Аркадий. Извините, что беспокою, но не мог не написать... Читаю Вашу книгу, которой Вы поделились в своем канале, и хочу сказать огромное спасибо за то, что вы делаете. Единицы из прочитанных до этого книг оказывали такой мотивационный эффект и желание измениться и сделать что-то (точнее, почти всё) по-другому. Успехов Вам. И еще раз — спасибо.»
2. Может, и вам поможет? 😊 Та самая книга: <https://t.me/temno/6766>

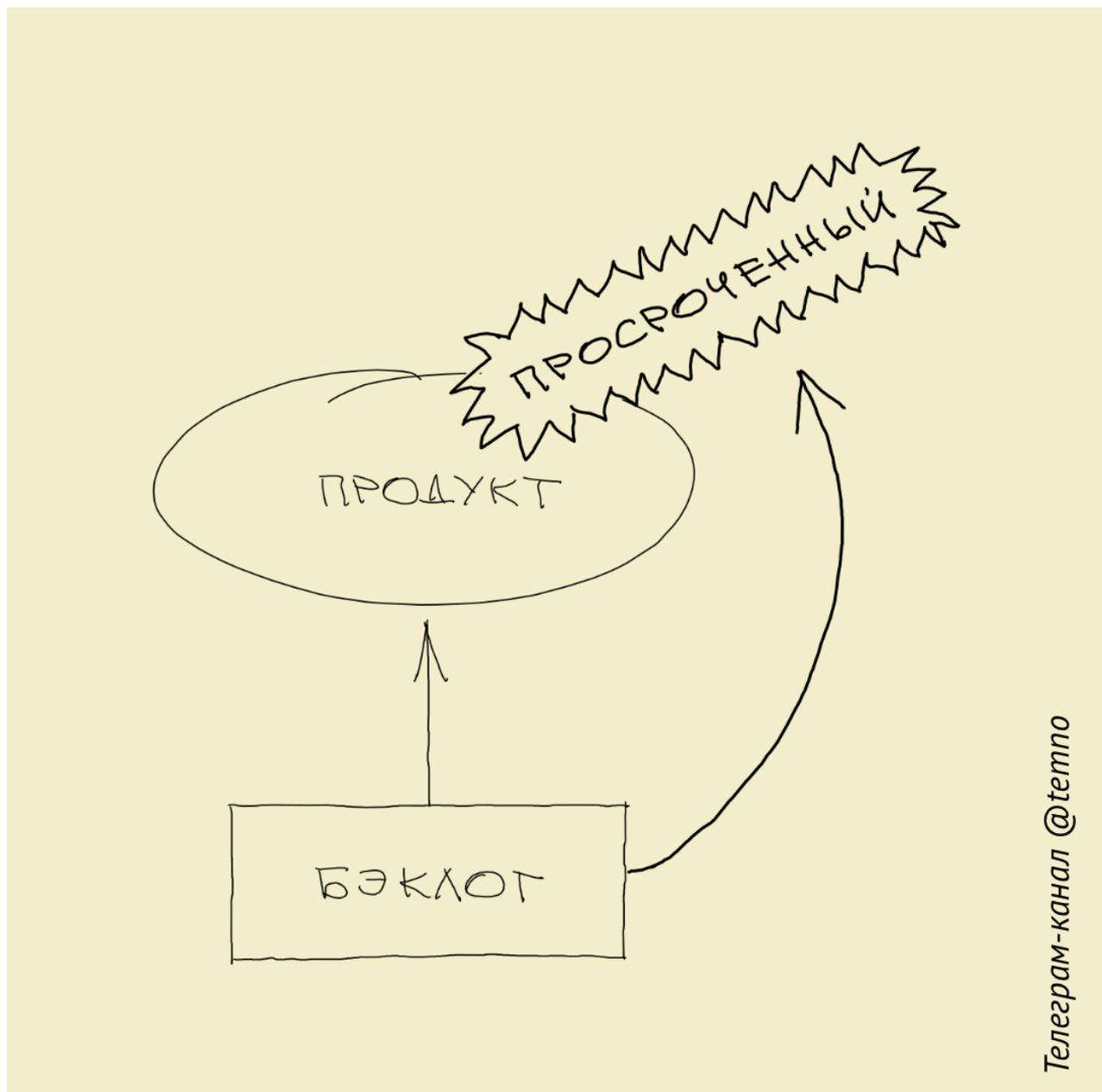




ChatGPT и его аналоги — это всё-таки уверенный шаг к оболваниванию населения 🤪

1. Ведь в Гугле в ответ на запрос выдаётся список разных ссылок, по которым в принципе можно найти разные точки зрения на тот же самый вопрос.
2. А ChatGPT обычно выдаёт один ответ — что кажется большинству людей значительным преимуществом.

- 3. У которого есть значительный недостаток — люди начинают считать, что на любой вопрос существует только один вариант «правильного» ответа.
- 4. Что безусловно не так. Но к чему нас начинают исподволь приучать.
- 5. В общем, не поддавайся на эту разводку. Не считай, что у твоих задач и проблем есть только одно решение.
- 6. А уж тем более то, которое тебе подсказывает ChatGPT 😊 Потому что то же самое он говорит всем. Но тебе ведь нужно найти способ их всех обойти и обогнать 🚀



Не создавай заранее просроченные продукты

Все фаундеры, продуктовики и разработчики знают, что такое «бэклог», список отложенных задач, которые не были выбраны для исполнения в текущем спринте. И все считают, что иметь бэклог — это нормально, а брать оттуда задачи для новых спринтов — тем более нормально.

А вот Джейсон Фрайд из 37Signals считает, что иметь бэклог — это ненормально!

1. «Если у вас нет бэклога, то есть хорошо приоритизированного списка задач, как вы решаете, что делать дальше?». Очень просто — мы смотрим вперёд. А не назад — в бэклог. Потому что бэклоги — это то, как мы думали раньше.
2. Но после того, как мы что-то сделали, мы поняли что-то новое. Что-то новое за это время сделали конкуренты. Что-то изменилось на рынке. Как-то изменились наши пользователи. Так зачем нам брать из бэклога и делать то, что нам казалось хорошим и правильным раньше?
3. Ведь эти старые решения основывались на нашем тогдашнем видении будущего. Но сейчас мы стали ближе к будущему, чем раньше. Поэтому мы видим его гораздо точнее. И решения, которые мы будем принимать сейчас, тоже окажутся точнее.
4. Зачем делать заранее просроченный продукт, если каждый раз можно готовить его свежим — исходя из того, что мы знаем и понимаем сейчас? 😊



У успешного фаундера и опытного сердцеда есть одна общая черта

Недавний выпускник Y Combinator так сформулировал полученный там опыт, который позволил его стартапу вырасти от 0 до 1 миллиона годовой выручки.

1. Как можно больше сузь свою аудиторию, профиль идеального клиента и проблему, которую ты помогаешь ему решить.
2. Возьми маленькую группу идеальных клиентов и помогай им решать эту проблему до тех пор, пока они не придут в экстаз от полученных результатов.
3. Расширь эту группу и повтори то же самое.
4. А потом повтори это снова, снова и снова.



Телеграм-канал @temno

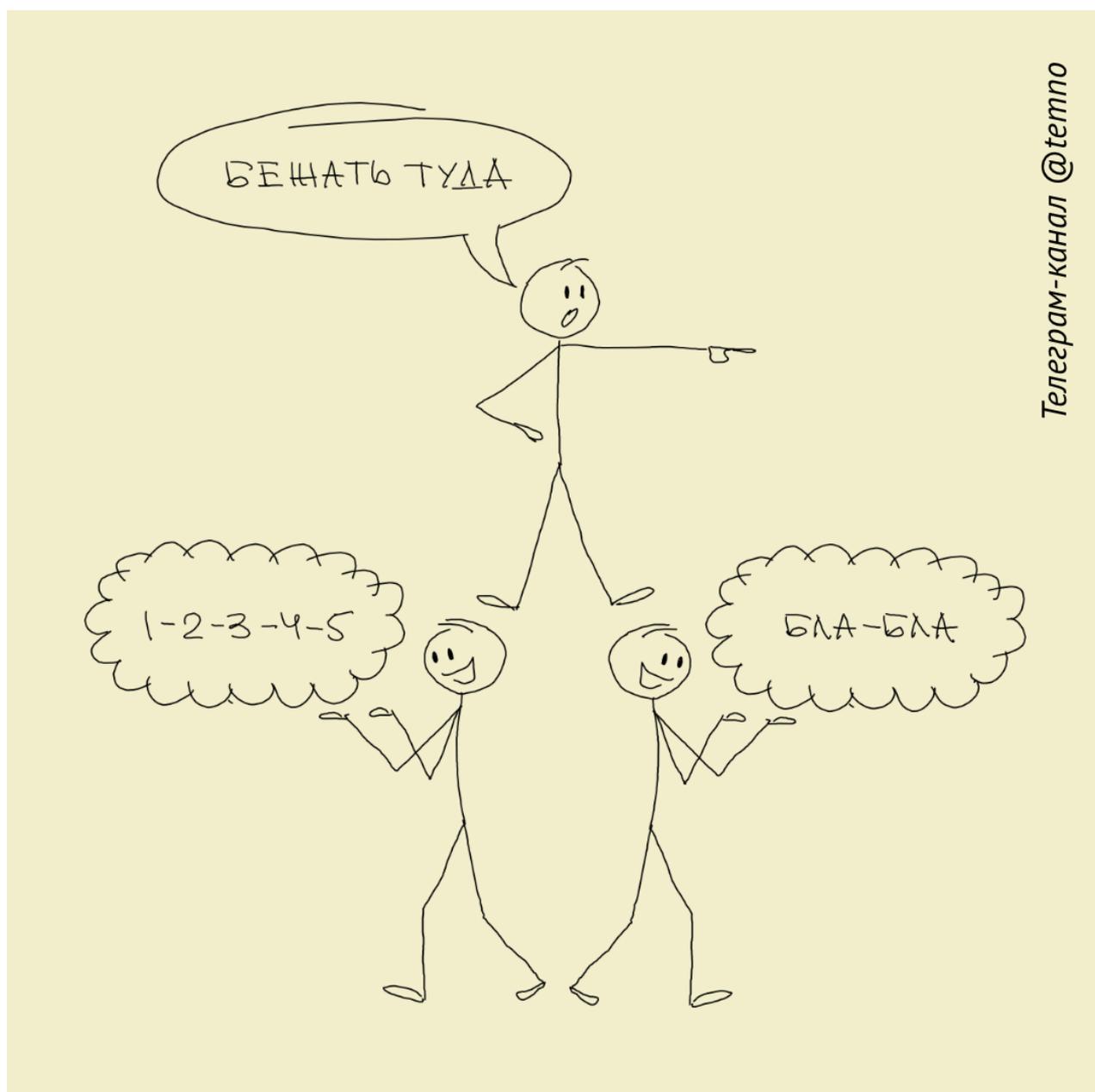
Если сформулировать совсем грубо, то, чтобы стать настоящим сердцеедом, не нужно пытаться уложить в постель как можно больше женщин... нужно сначала научиться доводить до экстаза хотя бы одну 😊

Секрет в принципе очень прост, но огромное количество стартапов его нарушают. И даже не потому что они хотят расти быстрее. А потому что они пытаются компенсировать увеличением аудитории недостаток экстаза от продукта у тех пользователей, которых им удалось найти.



«Кем быть» важнее, чем «что делать»

1. Забавно, что дети задаются вопросом «Кем быть?». А взрослые практически в тех же ситуациях — «Что делать?». И разница эта принципиальна!
2. Потому что дети хотят кем-то стать. А взрослые хотят оставаться теми же самыми — но делая при этом какие-то другие вещи.
3. И много ли это в их жизни изменит? 😊



Новая формула успеха — балабол, задрот и погонщик

1. Раньше формула успешного стартапа выглядела как «программист + продавец». Однако сейчас этот рецепт уже перестаёт работать. На его место приходит новая формула — «беспощадный визионер + человек цифр + человек слов». Почему?
2. Потому что ключевая роль программиста начинает теряться с появлением умеющего программировать ИИ. А классический продавец, путешествующий со встречи на встречу с презентацией под мышкой, уже не способен масштабировать продажи. Кто же приходит на их место?
3. «Человек слов» — это инфлюенсер, умеющий генерировать социальные волны, которые приносят продажи. Это начинает работать даже в B2B-сфере.
4. «Человек цифр» считает метрики и деньги, обеспечивая управляемость проекта. Ведь управлять можно только тем, что можно измерить.
5. «Визионер» показывает, куда слова и цифры должны вести. А «беспощадный» он потому, что не даёт никому свернуть с этой узкой тропинки даже за низковисящими сладкими плодами, растущими всего в шаге влево или вправо.
6. Если упростить, то новая формула успеха — это «балабол», «задрот» и «погонщик».
7. Интересно, а на кого из них ты учишься? 😊



Не соглашайся на добровольную кастрацию

1. Многие стартаперы, сами того не подозревая, соглашаются на добровольную кастрацию своего стартапа — задавая инвесторам очень популярный вопрос: «Какие слабые места вы видите в моей идее?».
2. Как сегодня написал Пол Грэм: «Самое худшее свойство инвесторов ранних стадий — показывать, какой он умный, указывая на дырки в

идее фаундера. На поздних стадиях это безвредно, а иногда и полезно. Но на ранних стадиях — разрушительно!».



3. «Потому что практически все ставшие успешными стартапы на ранних стадиях имели кучу дырок. Это могли быть недостатки, которые можно было и потом исправить. Но могли быть и смелые гипотезы, как раз с которыми их стартап мог и взлететь. А дырками они казались из-за своей неожиданности.».
4. «В общем, если ты ищешь дырки в ранних идеях, ты их всегда найдёшь»
 😊 Однако проблема в том, что дырки, в которые тебя ткнули носом,

могут заставить тебя бросить эту идею или начать тратить время и силы на ненужную полировку того, что ещё не проверено.

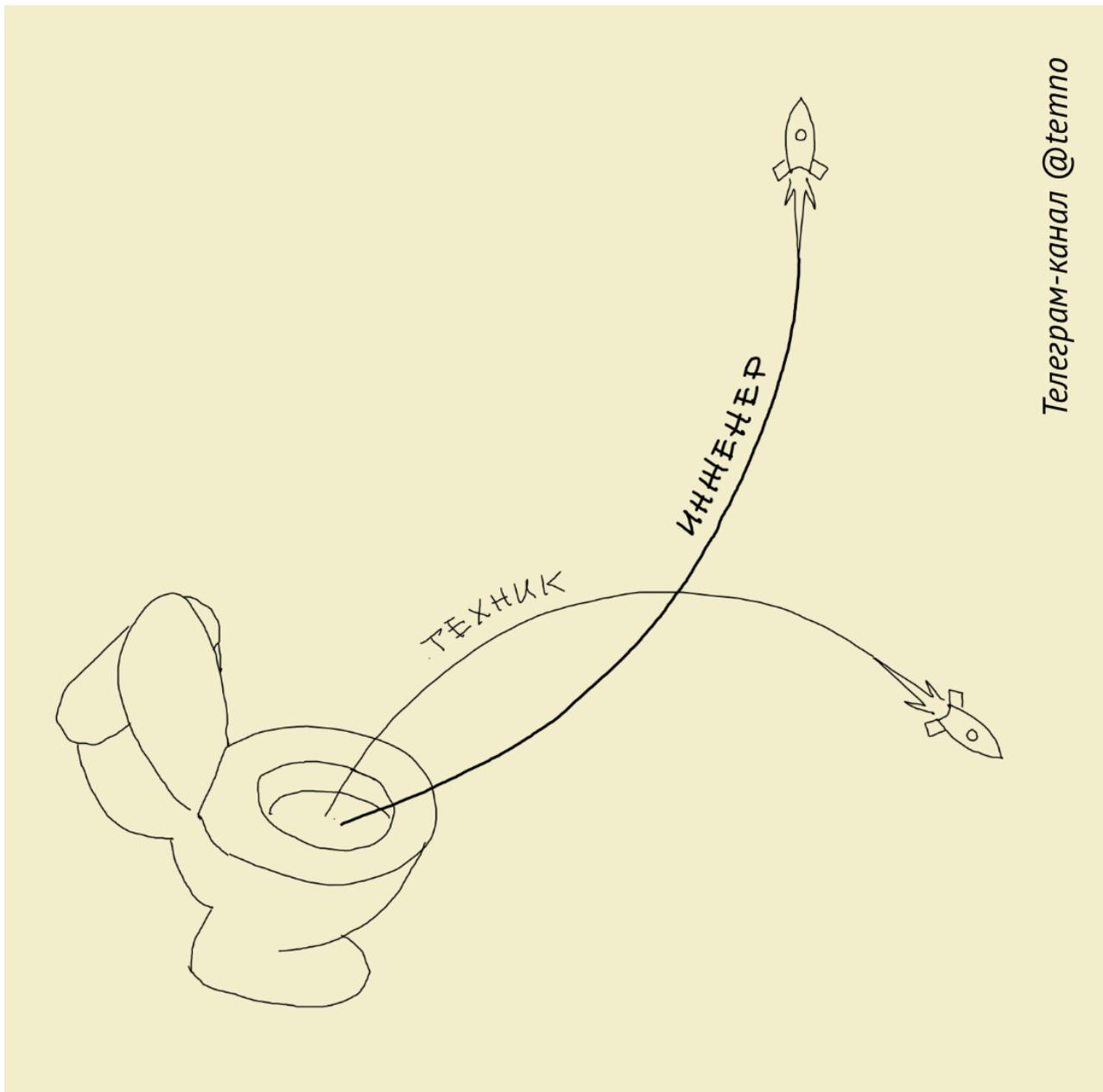
5. И это в лучшем случае. Потому что в худшем — ты законопатишь эти дырки. Но тем самым убьёшь единственную смелую гипотезу, которая могла привести твой стартап к успеху 🤖
6. Ну а зачем тогда самому подставляться, задавая инвесторам вопрос про слабые места?
7. Короче, прими как должное, что слабые места в твоей идее есть. А после этого решай, чего ты не хочешь больше — облажаться 🙌 или упустить шанс, всё-таки попробовав это сделать 🚀



Что попросить у пришельца?

1. Только что прочитал в фантастической книге, как чувак получил от пришельца базу знаний, которую он загрузил в свой мозг. Но интересно не это, а фраза, которая за этим следует 😊
2. «Как я узнал впоследствии — я получил базу не техника. Хитрый пришелец закинул мне в сознание или в душу, точно я так и не понял, базу инженера. То есть я просто не имел ни одного готового решения вообще. Лишь только знания для того, чтобы эти готовые решения самостоятельно создавать.»
3. Другими словами, «техник» — это тот, кто умеет использовать готовые решения. А «инженер» — тот, кто умеет решения создавать. Ну и использовать, конечно же, как без этого.
4. Причём все вроде понимают, что по банальной иерархии и возможностям заработать и подняться инженер стоит заметно выше, чем техник.
- 5.

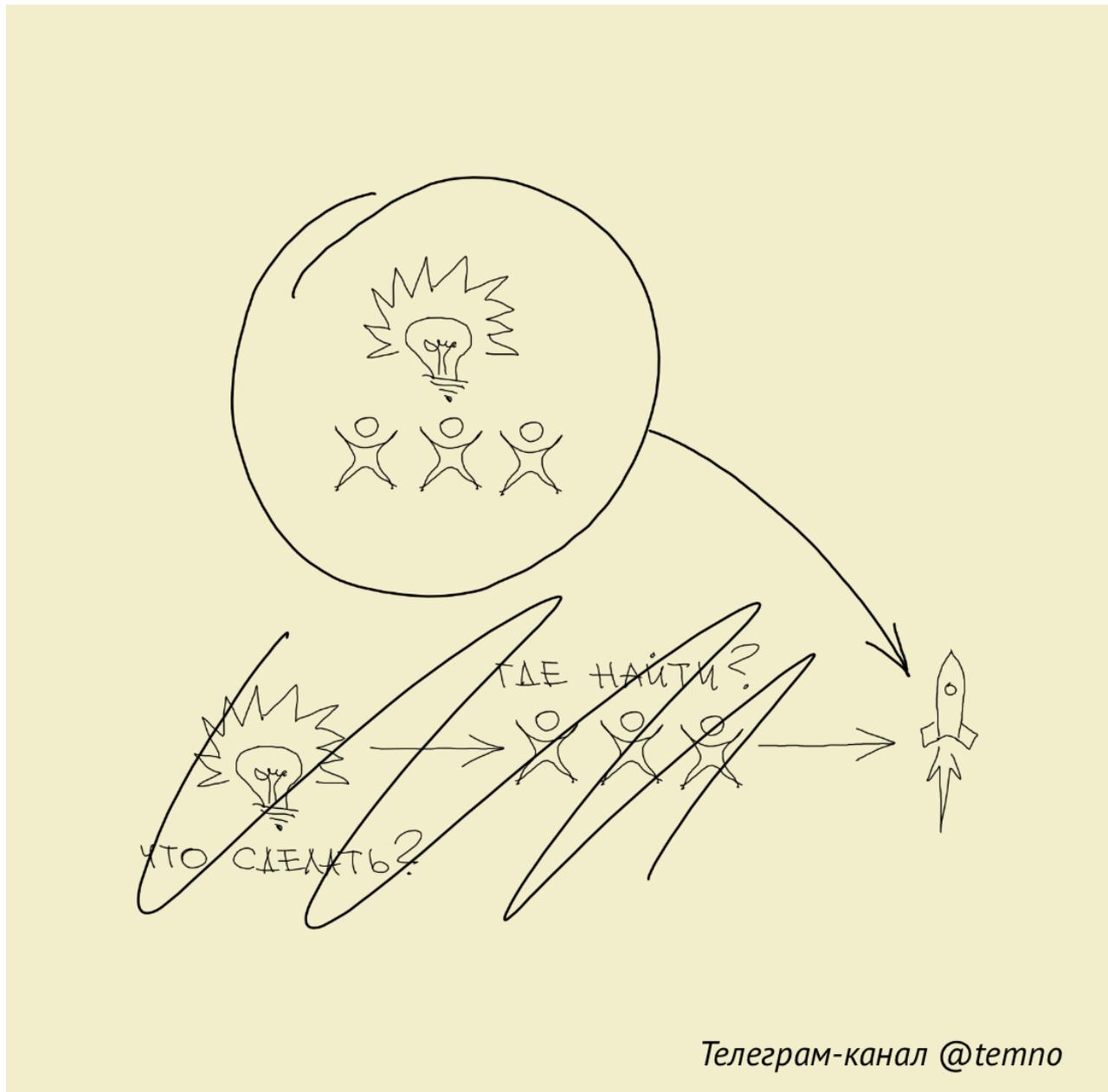
6. А теперь, внимание, вопрос 🙄



- 7. Какого же тогда хрена большинство будущих фаундеров пытаются найти, изучить и зазубрить готовые рецепты создания бизнеса. Типа 10 работающих инструментов для того-то, 20 работающих техник для того-то или 30 работающих приёмов для чего-то там ещё.
- 8. Если «инструменты дают» — значит, это полезный контент. А если не дают — бесполезный. То есть знания больше не котируются? 🧠 Только инструменты? 🛠️

9. Типичное мышление типичного техника-сантехника, блин. Который выше уровня щедрой оплаты за починенный унитаз вряд ли взлетит 🚽

10. Нет, понятно, что кто-то должен и унитазы чинить. Но ты уверен, что это должен быть ты?



Соедини их в одно

1. Знакомая история? Сначала ты мучительно придумываешь, какой продукт сделать. Потом не менее мучительно ищешь, где бы найти его первых пользователей. А потом ни хрена не выходит 😊
2. Как очень верно заметил сегодня Пол Грэм, многие стартапы считают, что это две разных проблемы. Хотя на самом деле проблема эта одна и та же!
3. Ведь если ты решил что-то делать — ты уже должен знать реальных людей, кому это нужно и, следовательно, как других таких же людей искать.
4. А если ты решил причинить добро какой-то определённой аудитории — отсюда должна плавно вытекать идея, что именно для этого нужно сделать.
5. Получается, что все первые неудачи стартапа проистекают только из того, что ты считаешь это двумя разными проблемами. И поэтому собираешься решать их последовательно, а не параллельно.
6. В общем, кто этот реальный счастливчик, для которого ты делаешь свой продукт? А он-то сам своё счастье понимает? 😊



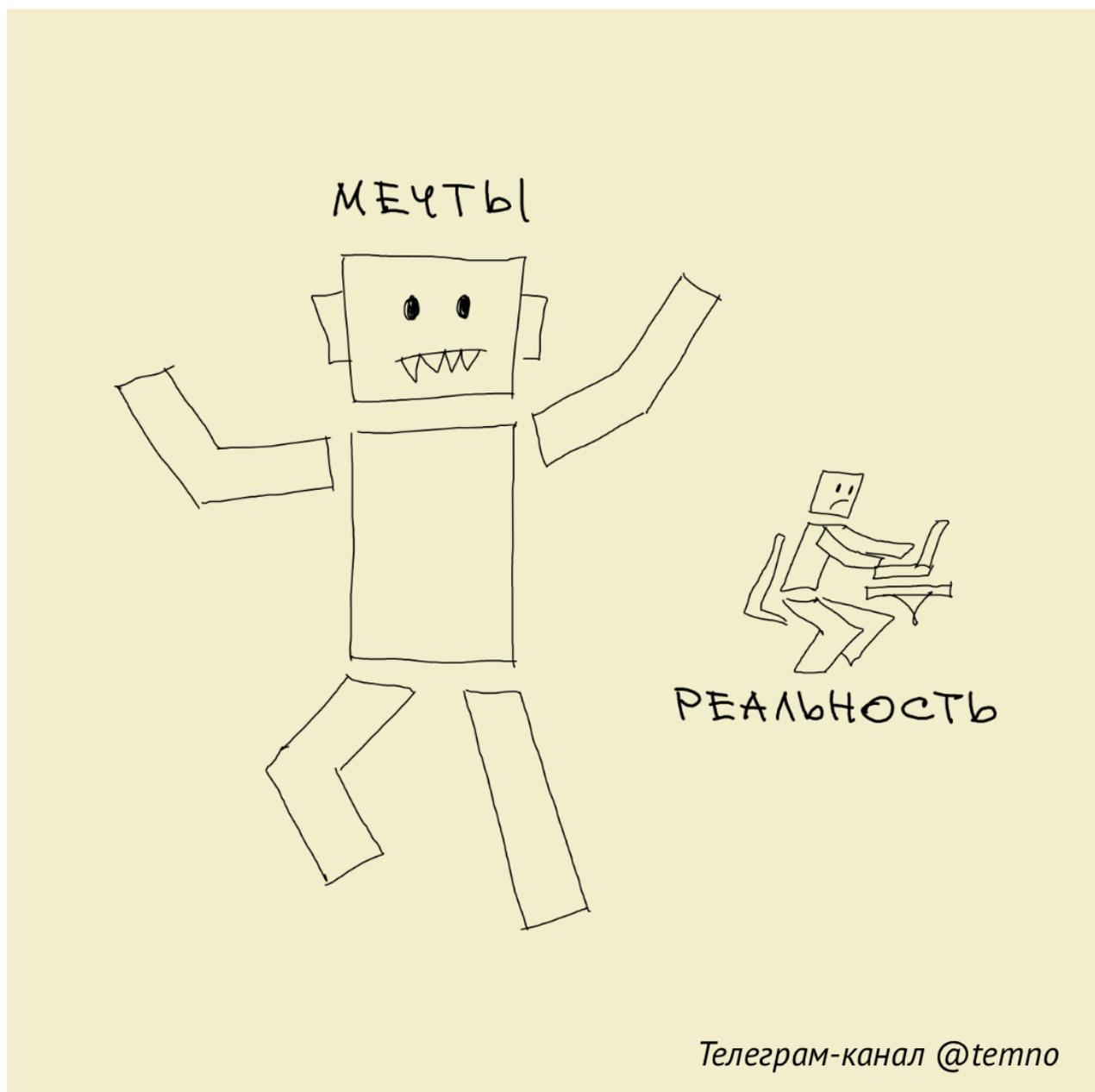
Скорость стартапа = скорость твоих решений

1. Скорость движения стартапа определяется скоростью, с которой ты принимаешь решения. Вот всего один очень жизненный пример.
2. Выпуск очередной версии софта, как обычно, задерживается. Ты, конечно, можешь продолжать ждать, бегая кругами и подгоняя программистов. А можешь принять решение — что из планируемых для реализации фич выкинуть, чтобы выпустить новую версию через 3 дня. И это станет реальным ускорением!

- 3. И так со всем, а не только с разработкой софта. И решения могут быть разные — начиная от того, чтобы что-то выкинуть, и заканчивая тем, что-то прямо сейчас нужно добавить, в смысле сделать.



- 4. У тебя в стартапе что-то слишком медленно движется? Ну так прими наконец решение 😊



Ты круче Скайнета

1. В старых фантастических книжках и фильмах ИИ или делал великие изобретения, или захватывал мир. Взять хотя бы Скайнет из Терминатора.
2. Хотя сейчас ИИ на самом деле пишет рекламные тексты, программирует скучные задачи, выравнивает пиксели в дизайне, водит такси, перебирает товары на складе и занимается прочей рутинной работой.

3. То же самое происходит и с естественным интеллектом 😊 В смысле с человеком.
4. Сначала он хочет сделать великое изобретение или захватить мир, а потом обнаруживает себя за написанием рекламных текстов, программированием скучных задач, выравниванием пикселей, за рулём такси или на складе 😊
5. Встряхнись, короче. Ты-то то ведь не искусственный, а естественный. Поэтому ты сможешь 🚀



«Такое уже есть» — возражение тех, кто собирается сделать ГОВНО

1. Ещё несколько месяцев назад ничего не предвещало, что у меня появится столько хайфайных наушников. Причина в том, что я случайно одни такие попробовал. И вдруг осознал простую вещь — понять, что твои наушники плохие, можно, только попробовав хорошие 🎧

2. Причём все плохие наушники практически одинаковые. Поэтому люди, которые носят плохие наушники, никак не могут взять в толк, зачем им могут понадобиться другие плохие наушники 🙄
3. А хорошие наушники — разные. Они играют разную музыку, даже если ты слушаешь в них одну и ту же песню. Поэтому их может быть много. Каждый выбирает то, что ему больше нравится. Или как я — слушает их по кругу или по настроению.
4. И вот этот факт, что всё хорошее — разное, привёл меня к неожиданному выводу. Не делать что-то, потому что «такое уже есть» будет только тот, кто собирается сделать плохие наушники. Или плохой стартап 😏
5. А тот, кто собирается сделать что-то реальное хорошее, всегда найдёт свою аудиторию, которой нужно или нравится именно это 🚀

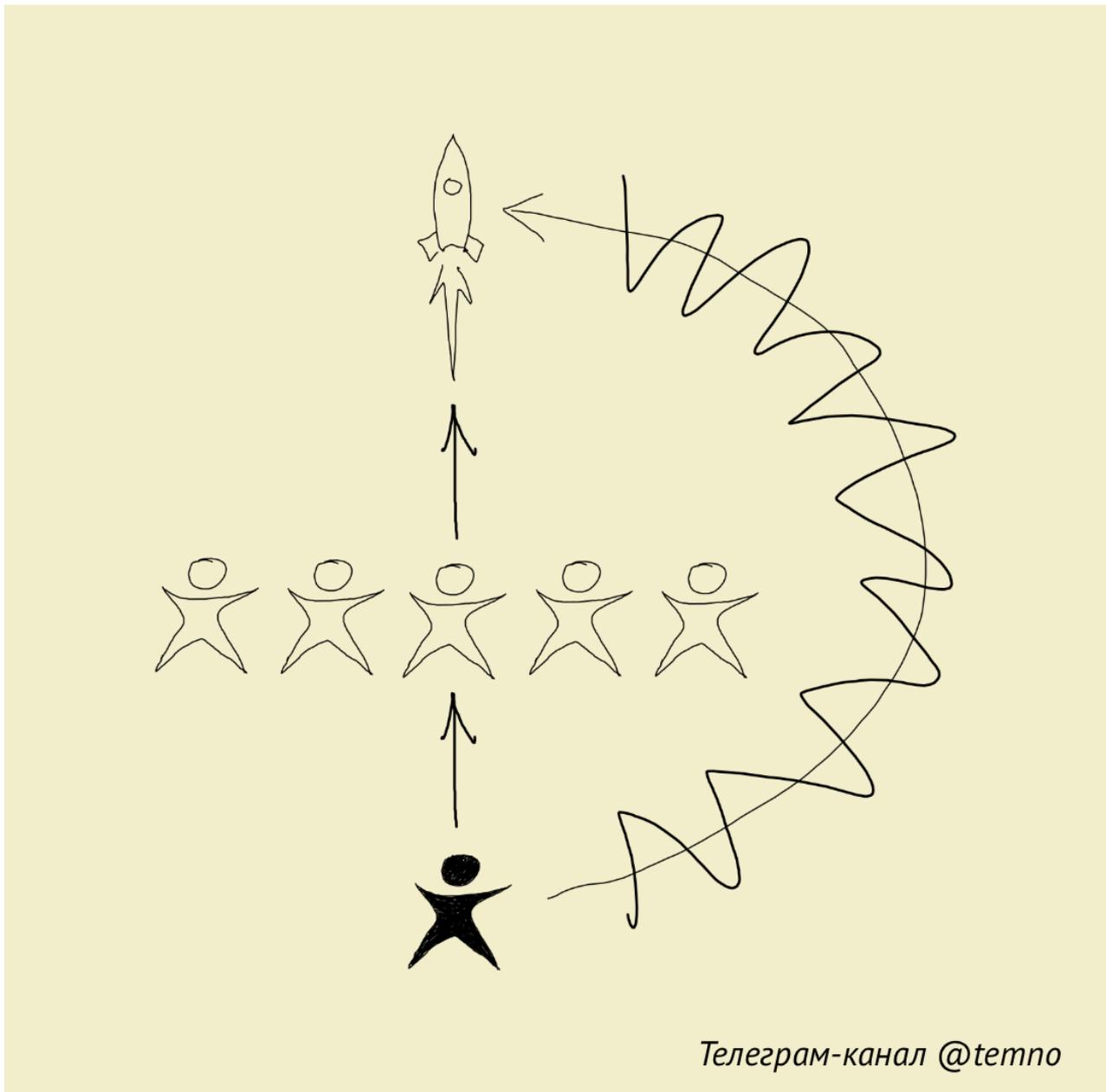
PS На картинке наушники, которые я себе оставил. Слева направо — Mark Levinson №5909, T+A Solitaire T, Focal Bathys, Sennheiser HD 600, Denon 7000, Grado RS1x, Dan Clark Audio Noire X, Hifiman Arya Organic



Твой успех зависит от первых пяти

1. Обычно начинающие фаундеры нанимают в качестве первых сотрудников стартапа кого угодно — лишь бы как-нибудь запустить продукт. Чтобы потом, когда он полетит, начинать нанимать «правильных». В результате продукт запускается какой-нибудь и как-нибудь. Если вообще запускается 😞
2. А фаундер решает, что неудачный запуск произошёл из-за его неудачной идеи. Хотя на самом деле причина неудачи в том, что над продуктом и его запуском не поработали как следует. Причём не руками, а головой 🧠 Которой как раз не хватило у тех самых «каких угодно» первых сотрудников.

3. Хотя Стив Джобс когда-то сказал, что успех или неудача стартап зависит от его первых 10 сотрудников. А Пол Грэм считает, что вообще от первых пяти. Поэтому первыми сотрудниками своего стартапа нельзя нанимать кого угодно, а только очень правильных людей. Это потом можно начать нанимать кого угодно, которыми эти правильные люди будут руководить 😊



4. Тем более, что после первых успехов начнётся этап масштабирования. Когда стартапу уже принципиально нужно нанимать «винтики» в свою машинку. Потому что масштабирование — это как раз построение

машинки со взаимозаменяемыми винтиками. А на первых этапах стартапу нужно делать «немасштабируемые» вещи, чтобы понять, как эта машинка может работать. Но это можно делать только головами и руками очень правильных людей.

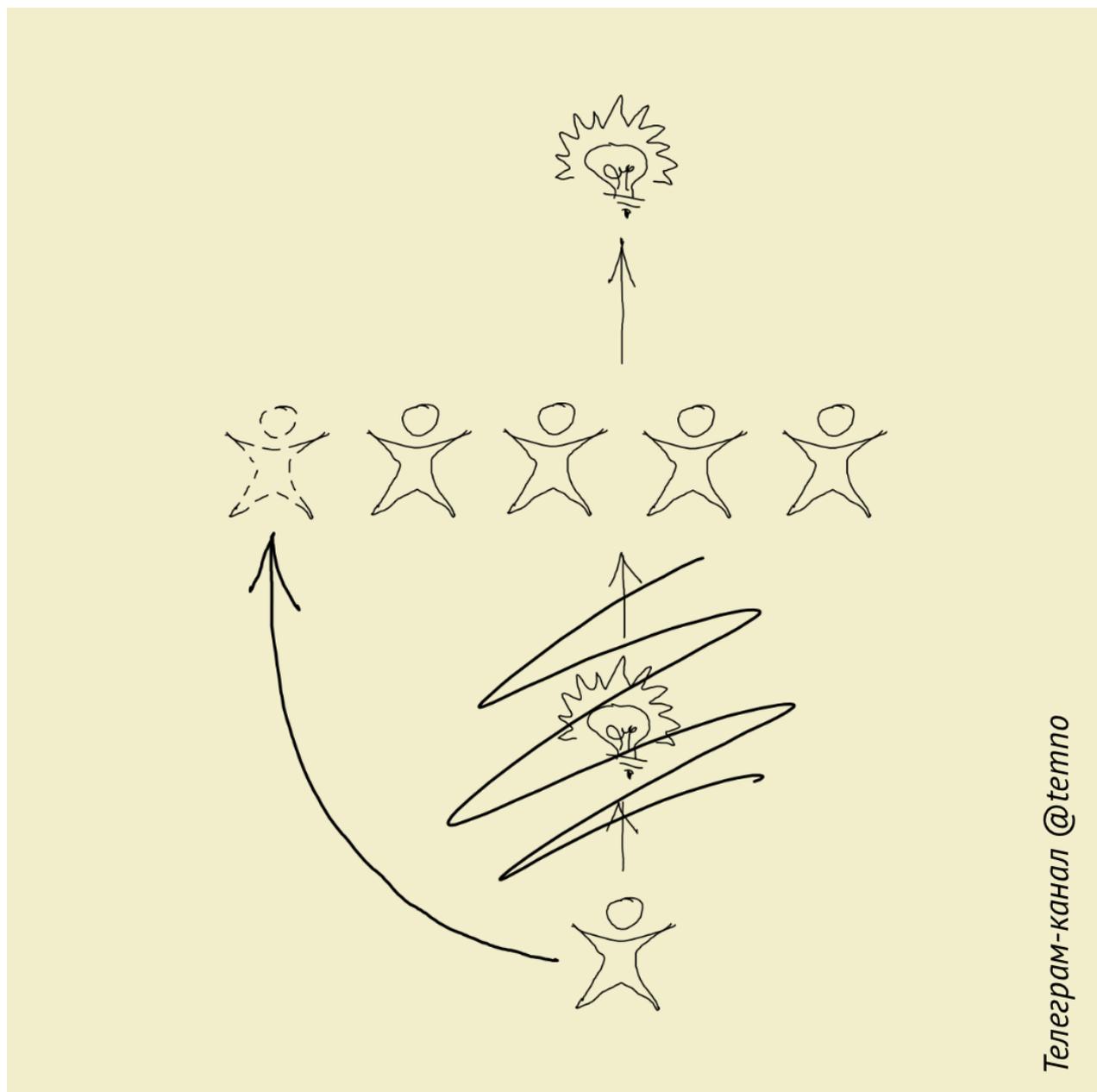
5. Правда, фаундеры часто говорят, что в начинающий стартап правильных людей нанять нельзя, они в такие места не идут. Но так это и есть первый этап проверки своей идеи. Если на свою идею, план действий и себя самого как лидера удалось заманить правильных людей — значит, и идея интересная, и ты сам вселяешь надежду на будущий успех.
6. В общем, можно перефразировать старую поговорку «Скажи мне, кто твой друг, и я скажу, кто ты» → «Скажи мне, кто твои первые сотрудники, и я скажу, что будет с твоим стартапом» 😊



Интересный эксперимент интересного чувака

1. Есть интересный чувак, о чьём стартапе я даже писал в фастфаундере, когда он поднял на него 10 миллионов долларов инвестиций от уважаемого венчурного фонда a16z. Но потом он этот стартап закрыл, потому что ему показалось этого мало 😊
2. С тех пор я видел, как он искал себе новую идею побольше. Но ему это никак и не удавалось. Тогда он решился на неожиданный эксперимент, о котором я только что прочитал в Твиттере.
3. Сейчас он собирает сейчас команду из 4 человек, которым он оплатит билеты и жильё в Сан-Франциско на 3 месяца. За эти 3 месяца он вместе с командой или совершит чудо — придумав стартап, который через 3 месяца взлетит. Или команда самоуничтожится.
4. Первая интересная вещь, что у него нет не только идеи, но и даже конкретного направления. Как он пишет, «Это может быть голосовой ИИ-агент, игра в виртуальной реальности или компания по производству лампочек. Я точно не знаю. Но считаю это нормальным.».

5. Вторая интересная вещь — кого он собирает. Это должен быть программист, человек, умеющий снимать кино (в смысле ролики?), дизайнер и человек, умеющий запускать вирусные идеи. Забавно, что технарь в этой звёздной команде один. Все остальные — креативщики.



6. Только вчера я писал про то, что будущее стартапа определяют первые 5 сотрудников. Если они правильные, то они смогут правильным образом реализовать идею фаундера.
7. Сегодняшний чувак пошёл ещё дальше. Ведь он по сути заявил, что 5 правильных людей (4 члена команды плюс он сам) могут ещё и

придумать правильную идею, которую они же смогут правильным образом запустить.

8. Как думаешь, получится у него? А если думаешь, что получится... тогда что мешает тебе поступить точно так же?



Ты — предприниматель, а не землекоп

1. Когда от твоего продукта отваливаются пользователи, ты расстраиваешься. Причём во многом потому, что «эти люди не ценят

усилий, которые я в свой продукт вкладываю» 😞 Ведь нас с детства учили, что упорный труд всегда вознаграждается по достоинству. И когда это не происходит, мы чувствуем себя обиженными.

2. Что неизбежно приводит к разным неконструктивным следствиям. Например, ты начинаешь ещё больше стараться, считая, что прежних усилий было недостаточно для получения достойной награды. Хотя реальная причина неудач, конечно же, не в количестве приложенных усилий. А в том, к чему именно ты их прикладывал.
3. Исторически людей учат зависимости результатов от количества приложенных усилий, чтобы подготовиться к будущей работе. Где принцип «бери больше, кидай дальше» безусловно срабатывает — говорим мы хоть о землекопе, роющем траншею, хоть о программисте, разгребаящим список задач.
4. Фишка же в том, что «предпринимательство» — это не обычная «работа»! Ты не землекоп, а предприниматель.
5. И тебя вознаграждают не за то, сколько ты работаешь... а за то, сколько ты не работаешь 😊 Находя правильное место, куда можно легонько тукнуть молоточком и отколоть кусок золота. Или продавая лопаты тем, кто решил копать золото. Или переключая свою работу на других, делегируя, по-научному. Или как-то ещё — но побыстрее, попроще и с меньшими усилиями.
6. Поэтому сожаления типа «люди не ценят моих усилий» — это атавизм, который нужно по капле из себя выдавливать. Переформулируя его как «я не угадал, куда тукнуть», «не нашёл, на кого переложить», «не нашёл, как сделать это попроще» и так далее.
7. Тогда и выводы из этого станут гораздо более конструктивными. Сначала на уровне эмоций. А потом уже и на уровне реальных действий. Ибо найти правильное решение, находясь в эмоциональном раздрае — практически невозможно. Поэтому с эмоцией и начинай!



СТАРТАП = ИЗМЕНИТЬ ЖИЗНЬ
~~МНОГО ДЕНЕГ~~
~~СТАТУС~~
~~РАБОТА~~
~~ХОББИ~~

Telegram-канал @temno

Каждый может изменить свою жизнь

1. За то время, как я занимаюсь стартапами, я научился многим плохим вещам 😊 Но и одной хорошей! Я понял, что в принципе каждый человек может изменить свою жизнь.
2. И это относится не только к возможности заработать настолько много денег, чтобы жить по-другому. Можно ведь ещё заниматься тем, что тебе интересно, жить так, как тебе хочется — не зарабатывая таких уж безумных денег. Но достаточных, чтобы это себе позволить.

3. Однако ключевые слова тут — это рискнуть, чтобы именно «изменить жизнь» 🚀 Иначе до такой степени рисковать смысла вообще нет. Есть гораздо более безопасные способы чуть больше зарабатывать, иметь чуть больше свободного времени или чуть больше заниматься чуть более интересными вещами.
4. Вся жопа происходит, когда пытаются совместить стартап со стабильностью. Тогда в результате получается какая-то поделка, которая «ни в пиз@у, ни в Красную Армию» — в смысле ни денег заработать, ни инвестиций не поднять. Так как её и нормальным бизнесом уже назвать нельзя, потому что всё слишком сыро и туманно. Но и на стартап она ещё не тянет, потому что замаха не хватает, ради которого можно и рискнуть.
5. При этом я вовсе не заявляю, что какой-то из путей хуже другого. Можно и работать и где-то, и быть самозанятым, и строить бизнес, и пытаться запускать стартапы. Всё зависит от того, чего ты хочешь. Главное — не пытаться смешивать эти вещи в одном флаконе, чтобы не получилась отвратительная бурда 💩
6. Ну а если ты всё-таки собрался делать то, что ты решил назвать «стартапом», не забывай, что главная цель этого мероприятия — изменить свою жизнь. Поэтому первым делом нужно определиться, какой ты хочешь, чтобы она стала.
7. Не исключено, что этого можно добиться гораздо меньшей кровью, чем ты думаешь 😊



Нужно продавать не тем, кто они есть — а тем, кем они хотят казаться

1. Иногда люди сами не подозревают, какие потрясающие выводы можно сделать из их слов 😊 Вот, например, только что один из серийных создателей успешных B2C-приложений только что посоветовал не

морочиться со сложными системами сбора и анализа статистики приложений.

2. А вместо это взять список своих самых активных пользователей, найти их профили в Инстаграме или Линкедине в зависимости от тематики приложения — и проанализировать, почему их это приложение так заинтересовало. Ведь в социальных сетях уже достаточно информации, чтобы провести такой анализ это без лишних исследований и опросов.



3. Хотя самый удивительный вывод из этого совета — делай своё приложение не для тех людей, которыми они являются... а для тех, кем

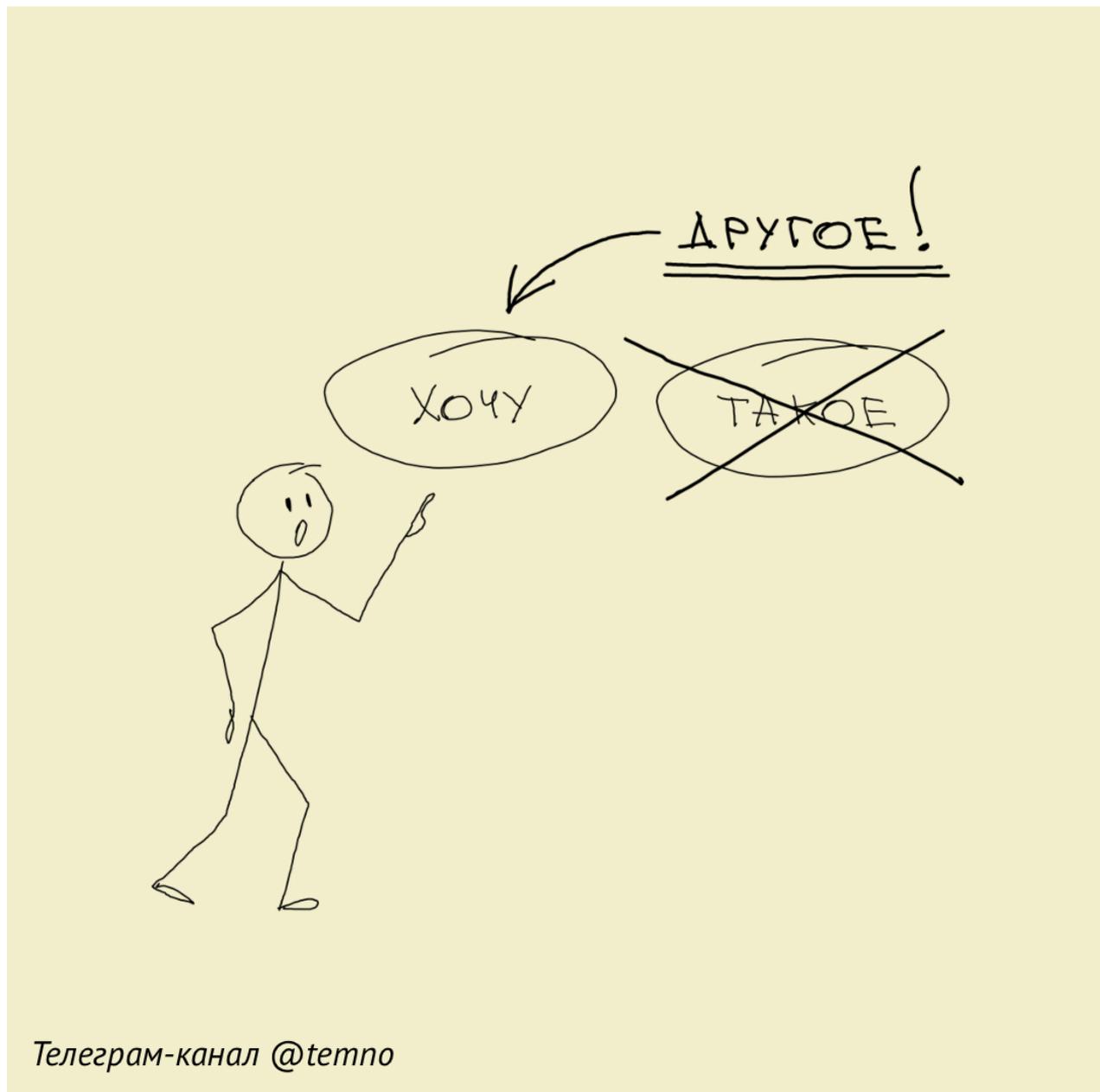
они хотят казаться 🚀 Люди же про это ведь и пишут в своих соцсетях
😏

4. А иначе зачем некоторые хотят покупать айфоны? Потому что им кажется, что с яблочком у уха они будут казаться гораздо круче, чем есть на самом деле. Это миллионеры могут позволить себе ходить хоть с кнопочными телефонами 😏
5. Причём то, кем люди хотят казаться, из опросов хрен вытащишь — в этом тебе словами никто не признается. А из социальных сетей это делается «на раз-два-три». Хоть прямо бери и делай сервис, в котором ИИ анализирует то, кем целевая аудитория хочет казаться — по их постам в социальных сетях и тому, на кого они подписаны.



Узнай, о чём мечтают твои пользователи — и сделай наоборот

1. Самые успешные стартапы дают людям не то, что они хотят... а то, что они не знали, что могут иметь!
2. Из самого недавнего — это ChatGPT 😏 Из более старого — Убер, Эйрбнб и айфон. И даже массовый автомобиль, который Форд дал людям, которые хотели иметь всего лишь «более быструю лошадь».
3. Хотя на самом деле автомобиль — это тоже более быстрая лошадь, только железная. Да и в старых фантастических романах многие нынешние вещи тоже были предсказаны — только они выглядят совсем не так, как были в этих романах описаны.
4. Поэтому самый главный секрет проведения целевых интервью с пользователями — это выяснить, о чём они мечтают, и как они себе это представляют. Чтобы потом реализовать эту их мечту совсем другим способом 🚀



5. О чем мечтают твои пользователи? Какой неожиданный способ реализации этой мечты ты можешь им предложить?

Не так важно, что твой стартап делает

1. Первая проблема большинства стартапов проистекает из того, что их фаундеры в первую очередь задаются вопросом «что я могу сделать» вместо «кому и в чём я могу помочь».

2. Да, после того, как они сделают это — они пытаются найти, кому это может помочь. Но это же работа «по остаточному принципу». Поэтому она и не приносит ошеломительных результатов.

КОМУ И В ЧЁМ

~~ЧТО~~

Telegram-канал @temno

3. Вторая проблема возникает у тех фаундеров, которые всё-таки решили кому-то помочь. Но они сразу придумали вариант, как это сделать — и теперь по-всякому навязывают его пользователям. Что далеко не всегда получается.
4. Потому что у каждой сложной задачи всегда есть несколько решений. И совершенно неочевидно, что первое найденное является оптимальным.

Поэтому и говорят, что фаундер должен влюбиться в проблему, а не в найденное им решение.

5. В общем, перестань придумывать, что ты можешь сделать. Лучше найди, кому и в чём может понадобиться твоя помощь.
6. А теперь начинай искать разные способы, как это можно сделать. Только не забывай, что для большинства людей идеальный способ решения любой проблемы — это «я ничего не делаю, а оно само собой выходит». А всё остальное — это только компромисс 😊
7. Короче, суть и цель минимального жизнеспособного продукта — продать людям проблему. А как ты её будешь решать — это уже второй вопрос!



У опытного кондитера обычно не получается успешная кондитерская. Как самому не наступить на те же грабли в своей области?

1. Миф о профессиональном предпринимательстве гласит: «Успех профессионального бизнеса прямо пропорционален уровню профессионального мастерства его создателя». Что, к сожалению, не так.
2. Если ты отличный кондитер, из этого вовсе не следует, что у тебя получится успешная кондитерская. Тем более — сеть кондитерских. И уже тем более — глобальный бизнес по продаже коробочных кондитерских издателей.
3. Потому что любой успешный бизнес — это система. Поэтому, чтобы построить успешный бизнес, нужно научиться строить успешно работающие системы. Но как?
4. Один умный чувак предложил для этого хороший способ. Начинай строить свой бизнес как франшизу, которую ты планируешь продать 5 тысяч раз. Даже если ты на самом деле не собираешься открывать франшизу.

ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМ

~~ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
МАСТЕРСТВО~~ = УСПЕШНЫЙ
БИЗНЕС

Telegram-канал @temno

5. Тогда тебе придётся сразу разбивать сложные задачи на простые. Потом собирать эти простые задачи в бизнес-процессы. Потом создавать описания, инструкции и процедуры контроля, чтобы эти бизнес-процессы выполнялись.
6. Причём в расчёте на то, что по этим инструкциям смогут работать полные дураки. А кто-то чуть умнее дурака сможет всем этим управлять. Потому что на 5 тысяч франшиз ты столько умных людей не найдёшь 😏

7. И вот так незаметно для себя самого ты и выстроишь систему. А будешь ли ты потом её масштабировать внутри одной компании или в виде той самой франшизы — это уже второй вопрос.
8. Главное, что ракету ты уже построил. А теперь осталось только решить, как именно ты её будешь запускать 🚀