

ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

май

2025

Новые идеи для вдохновения и копирования

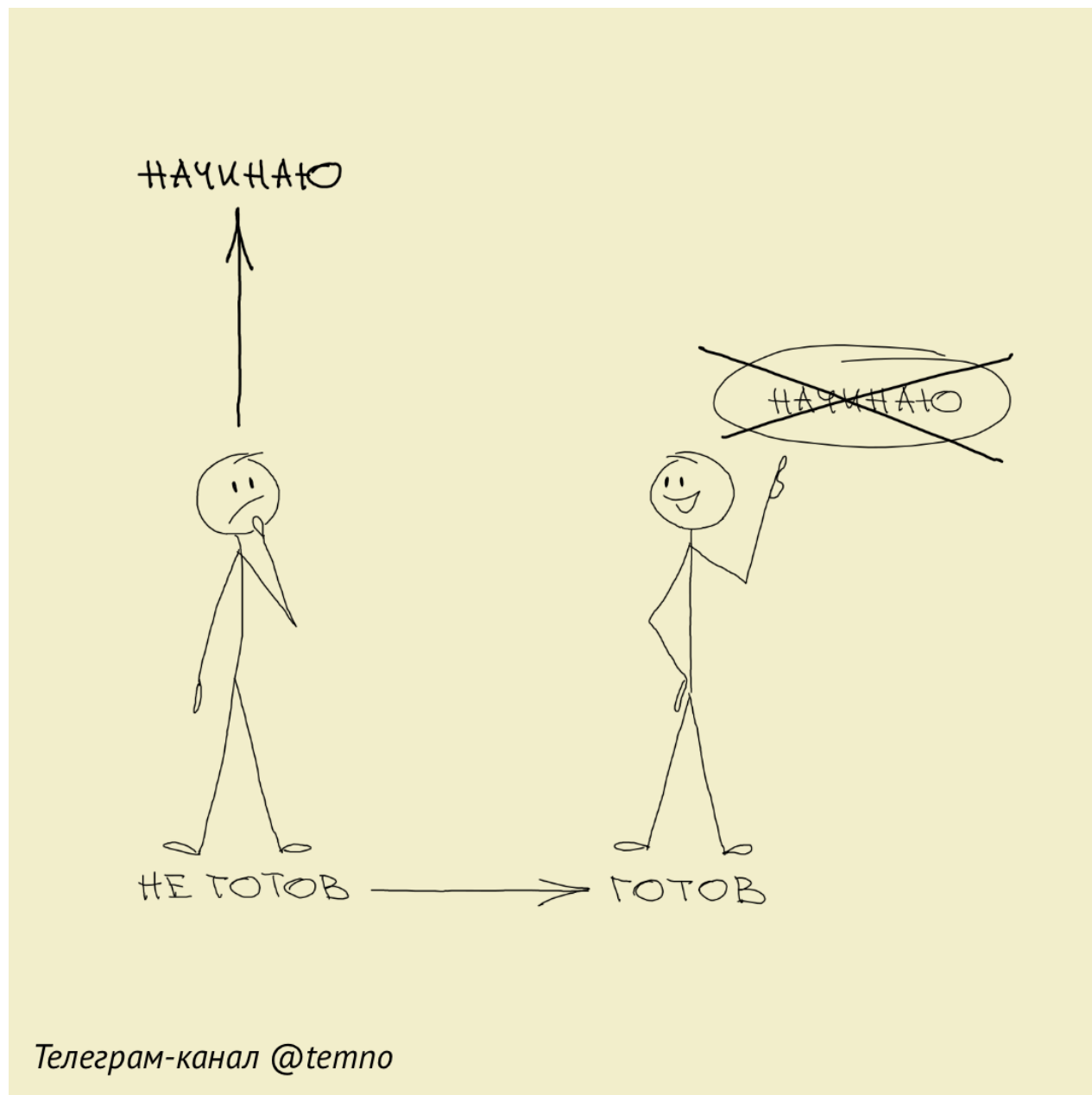
Fast Founder: <https://fastfounder.ru>

Читать

ВКонтакте: <https://vk.com/amoreynis>

Телеграм: <https://t.me/temno>

Самое время — это когда ты «ещё не готов»



1. Как говорит Сэм Альтман, «самая важная вещь для запуска успешного стартапа — это готовность начать ДО ТОГО, как ты считаешь себя к этому готовым» 🏁 И не потому что обычное «бла-бла» на тему того, что ты можешь опоздать.
2. А потому что «не готов» означает, что ты ещё не «забронзовел». В том смысле, что ты не отлил в бронзе придуманное тобой решение 🏺 За

которое ты бы всеми силами цеплялся, пытаясь доказать, что был прав, когда его придумал.

3. Фишка в том, когда ты всё ещё не готов — ты ещё способен узнавать что-то новое про своих пользователей 🚀 Но это никогда нельзя точно выяснить, пока ты им что-то не дашь в руки поиграть — типа очередной версии своего продукта 😊
4. Поэтому в самом начале путь стартапа нужно оптимизировать не с точки зрения денег, а с точки зрения знаний. Важно, не сколько ты заработал, а сколько нового ты узнал 🧠
5. Даже более того, оптимизация под деньги заставит тебя делать только то, что ты уже знаешь 🛠️ А это самый надёжный способ остаться с тем, сколько ты этим знанием зарабатывал раньше. Но не в разы, и уж тем более не в тысячу раз больше этого.
6. Сколько нового ты узнал про своих пользователей за прошлый месяц? Не так много? 🙄
7. А что специального ты в своём продукте для этого за последний месяц сделал? Ничего? А как тогда ты мог это новое узнать? 🤔



Нужно бороться с камнем, а не с другими шахтёрами

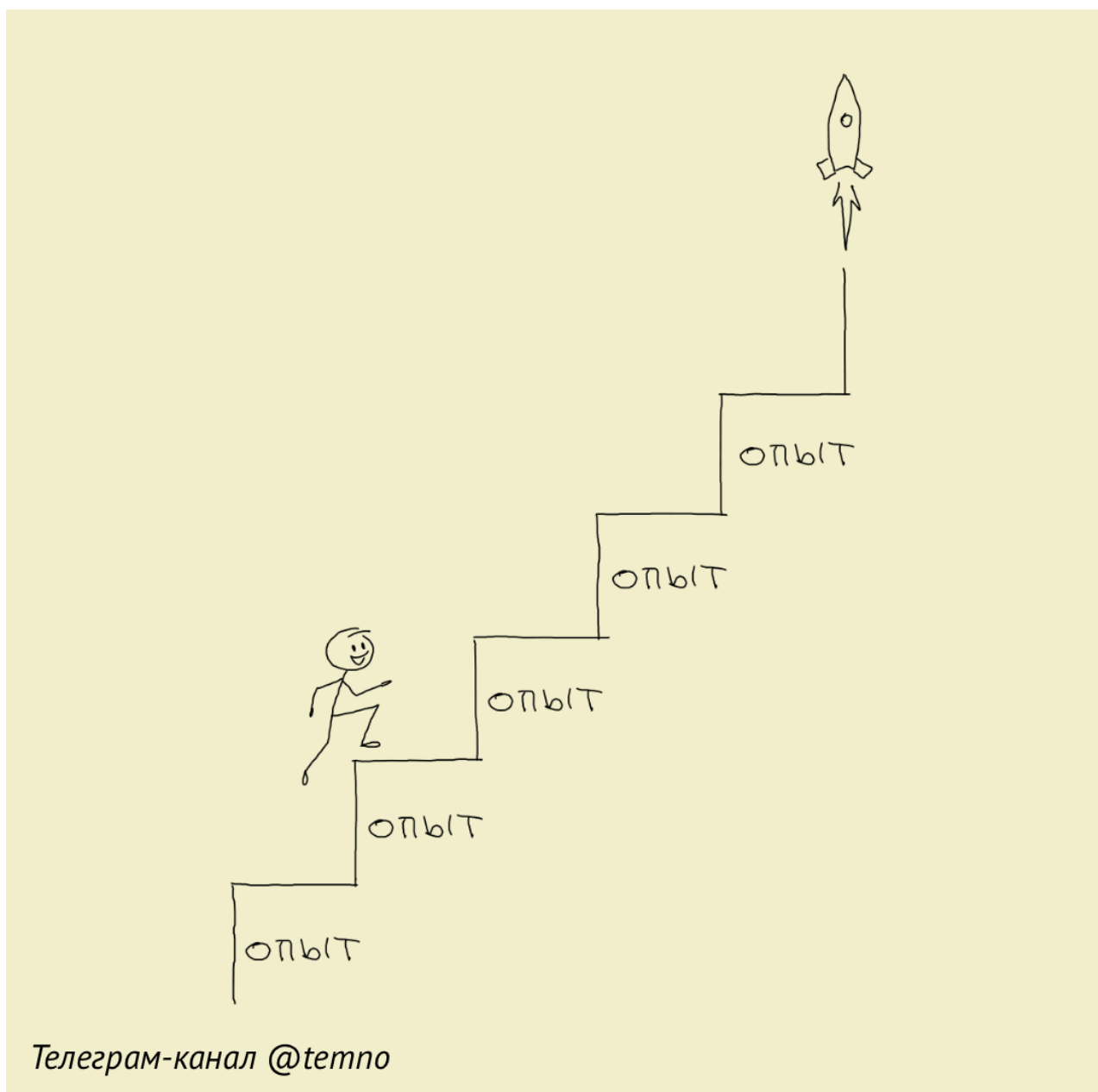
1. Питер Тиль регулярно повторяет, что успешный стартап должен строить монополию, а не заниматься конкуренцией. Потому что конкуренция — это перетягивание каната, убивающее прибыль. Вот только нормального подхода к созданию монополий я у него не вычитал 😞
2. Зато сегодня я увидел твит Навая Равиканта, который показывает хорошее направление для создания монополий — «Лучше конкурировать с природой, чем с другими людьми» 🚀

3. Под «природой», естественно, имеется в виду сложившееся положение дел в какой-то области, а не природа человека. Потому что с ленью, жадностью и другими грехами конкурировать бесполезно. Их можно только использовать к своей выгоде.



4. Другими словами, чтобы построить монополию, нужно бороться против существующего порядка, а не против кого-то конкретного. Ну как в шахте — нужно бороться с камнем, скрывающего ценную породу, а не с другими шахтёрами 😏

5. Люди останавливаются в гостиницах? Давайте с этим бороться и сделаем Эйрбнб. Люди ищут в интернете, где выгоднее что-то купить? Давайте сделаем один большой маркетплейс для всего. Люди привязаны к Земле? Давайте предложим им колонизировать Марс. Ну и так далее.
6. А с каким сложившимся положением дел борется твой стартап? И не собираешься ли ты на самом деле побороться с человеческой природой?



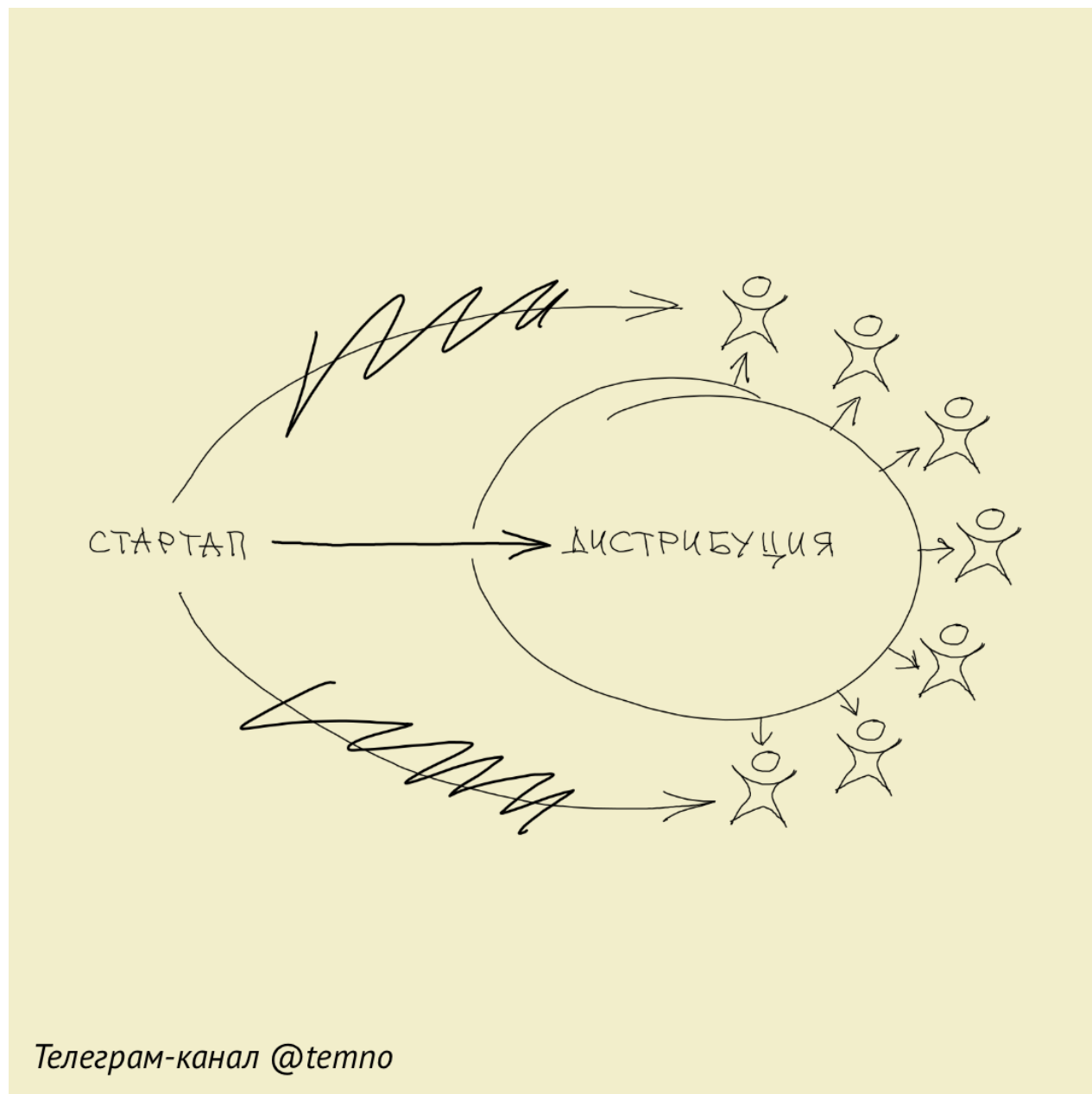
Ты начинаешь с нуля всего один раз в жизни

1. Ты никогда не начинаешь с нуля! Ведь ты по-любому используешь для нового проекта опыт весь свой предыдущий опыт.
2. Пусть даже он и оказался неудачными. Но ты ведь в результате что-то новое для себя вынес и осознал?
3. Вот это и должно стать взлётной площадкой нового проекта — «Я понял вот это, поэтому сейчас я делаю проект, который это новое понимание использует» 🧠
4. И это гораздо правильнее, чем когда «старый ты» решил просто переключиться на новую тему. Типа причина предыдущей неудачи не в тебе, а в том, чем ты занимался.
5. Хотя даже то, почему ты тогда ту тему выбрал, и что в ней делал — это следствие того, кем ты являлся. Поэтому старый ты и в новой теме наступит на те же самые грабли 😊
6. Однако гарантировать успех нового начинания невозможно. Поэтому главный критерий выбора нового проекта — можешь ли ты в процессе чему-нибудь новому и важному для себя научиться.
7. Ведь тогда, даже если этот проект накроется медным тазом, то полученный новый опыт ты сможешь применить в новом проекте.
8. Но если так двигаться шаг за шагом, то рано или поздно ты начнёшь понимать настолько много — что твой очередной проект неизбежно выстрелит 🚀
9. Чему новому и важному ты можешь научиться в том, что собираешься сейчас сделать? Или даже так — что ради этого стоит начать?



Стартапу незачем просирать деньги на рекламу. Нужно действовать по-другому.

1. По крайней мере так считает основатель LinkedIn Рейд Хоффман — ведь у стартапа всё равно не хватит денег, чтобы дать столько рекламы, сколько бы ему хотелось 😞



2. Вместо этого стартапу лучше искать креативные способы воткнуться в существующие схемы дистрибуции, чтобы «въехать в рай на их плечах» 😊

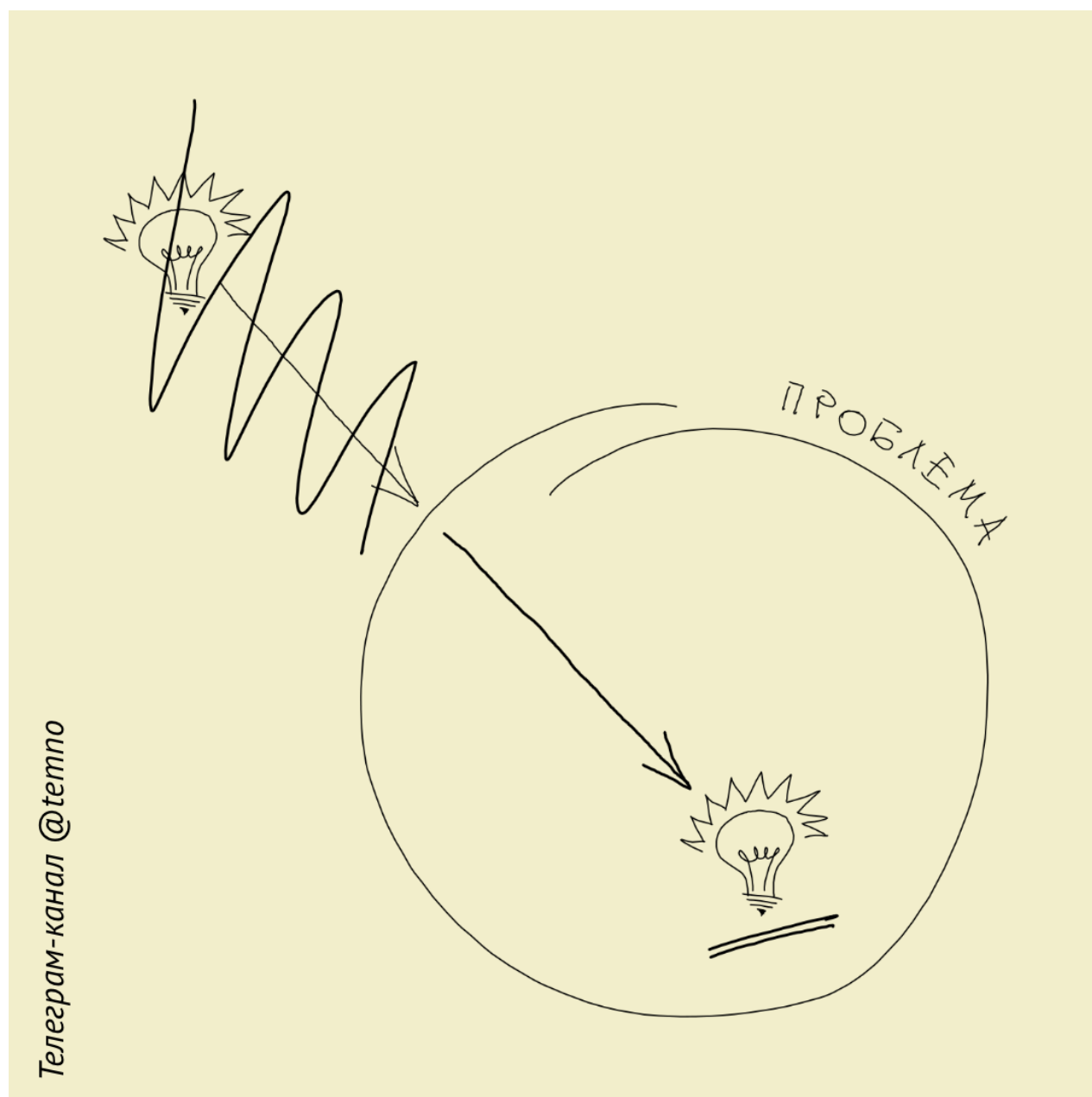
3. Когда Хоффман ещё сам работал в PayPal, таким каналом дистрибуции стал eBay, который согласился добавить к себе метод оплаты через PayPal.
4. Airbnb в своё время провернул похожий фокус, добавив возможность кросспостинга объявлений со своей платформы в популярнейший сайт объявлений Craigslist. Владельцы квартир и домов охотно нажимали на кнопку кросспостинга, потому что Airbnb обещал, что это увеличит заработок владельца на 500 долларов в месяц.
5. Правда, такой подход имеет свои риски. Игровая компания Zynga испытала серьёзный кризис, когда Фейсбук запретил внешним приложениям автоматически публиковать посты в своей соцсети — на чём до того Zynga приобретала и возвращала себе кучу пользователей.
6. Несмотря на все опасности, этот способ является одним из немногих, с помощью которых стартап может с самого начала быстро и резко взлететь. Чтобы потом уже начинать использовать более традиционные стратегии для своего продвижения.
7. А в какую существующую схему дистрибуции и каким образом ты можешь попробовать воткнуть свой продукт?



Не уподобляйся ChatGPT

1. В последнее время ChatGPT стал заметно часто ошибаться. Не галлюцинировать, то есть выдумывать. А именно ошибаться — то есть давать ответы, противоречащие очевидным фактам.
2. Например, выясняешь ты у него его, куда воткнуть провод для соединения ресивера с усилителем — а он говорит, что в порт USB-A. Хотя туда его втыкать как раз ни в коем случае нельзя. Спрашиваешь, «почему» — а он говорит, что на картинке увидел порты USB-C и USB-A, а так как они часто взаимозаменяемы, он предположил, что провод можно воткнуть и в USB-A. Потому что иначе ему пришлось бы изучать документацию к ресиверу 😊

3. Или просишь его сделать скрипт для вытаскивания данных из веб-страницы по ссылке — а сделанный скрипт ничего оттуда не вытаскивает. Спрашиваешь, «почему» — а он говорит, что полез в страницу, увидел внутри некую ссылку, после чего предположил, что эта страница из интернет-магазина на Shopify, и поэтому сделал программу, исходя из типичной структуры страницы шопифаевской страницы. То есть он уже даже залез в страницу, но потом решил не тратить время на её анализ 🤔

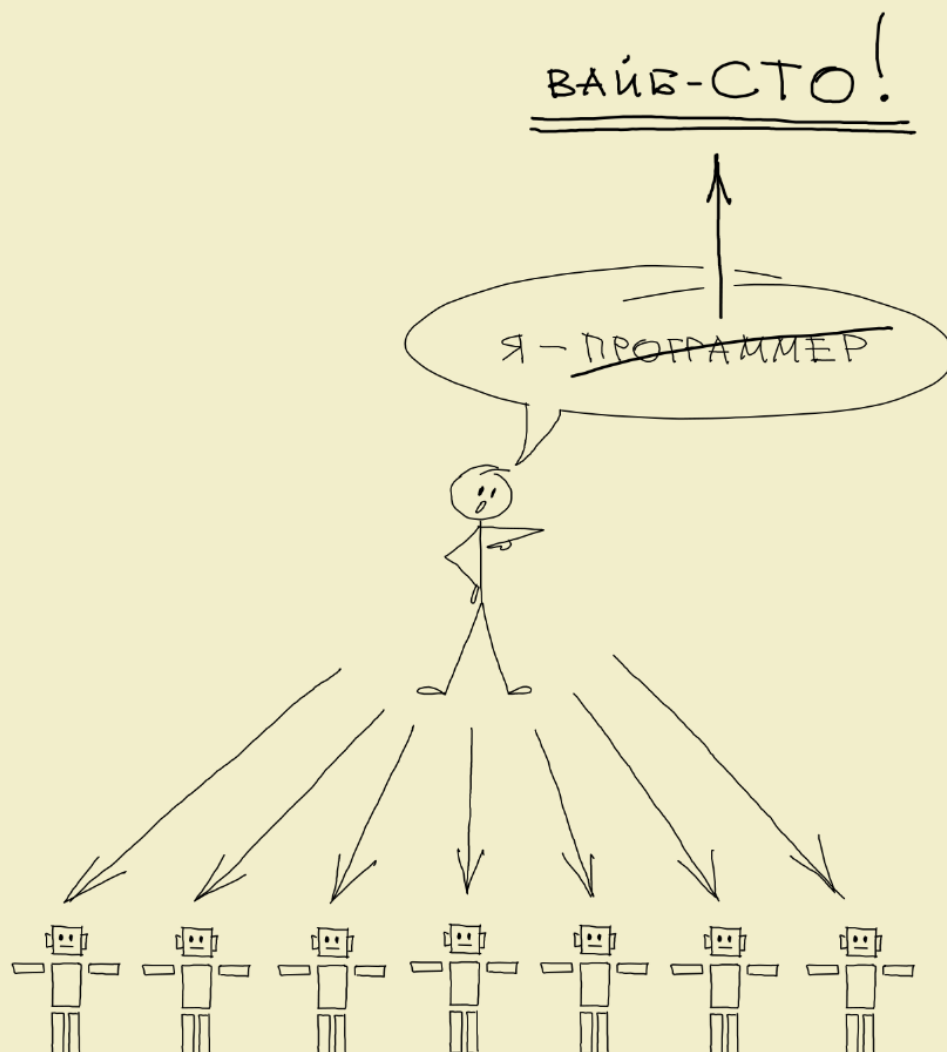


4. Потом он признался, что это результат заданного ему высшего приоритета на максимально быструю выдачу ответов по принципу первоначальной схожести. И якобы это поведение можно отменить, задав промпт, это запрещающий. Хотя ни один из написанных им для этого промптов так и не сработал 😞
5. Забавно, но это очень похоже на стартапы 😊 Ведь часто их идеи основаны всего лишь на первом взгляде «снаружи» — из чего они делают быстрый вывод, как это устроено «изнутри», и как поэтому эту задачу можно решить. Что противоречит тому, как оно есть на самом деле.
6. Получается, что первые идеи лучше поскорее выкидывать 🗑️ Хотя они всё же нужны! Но только для того, чтобы закопаться в проблему настолько глубоко — чтобы потом найти то, что работает на самом деле.
7. Не уподобляйся ChatGPT, короче 😊



Стать вайб-СТО или уйти из профессии?

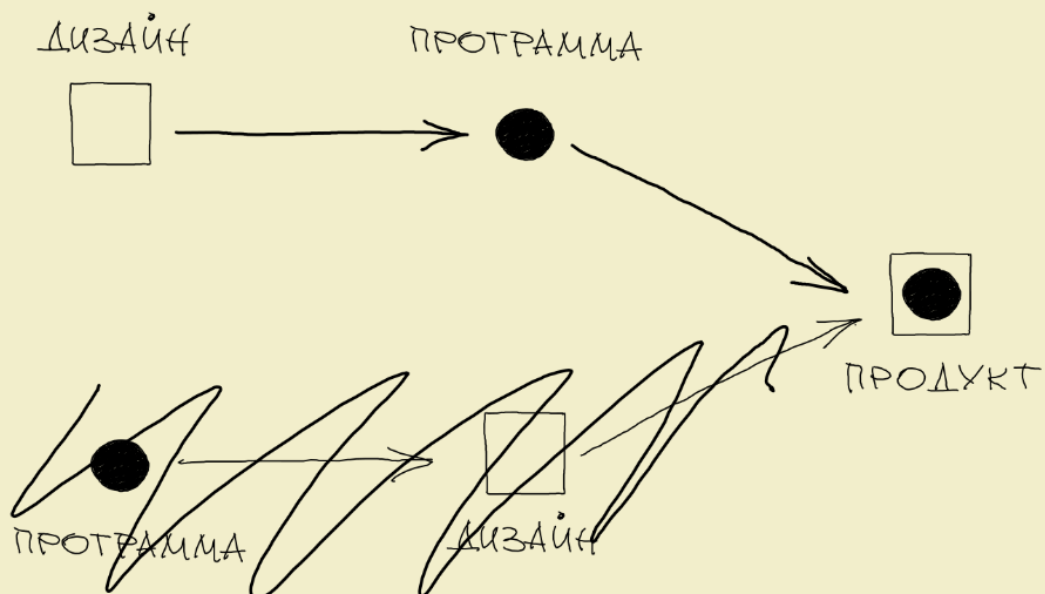
1. Ещё одно прикольное следствие роста популярности «вайбкодинга» — каждый программист будет вынужден превратиться в СТО проекта 🚀 Или уйти из профессии. Ну посудите сами.
2. Во-первых, ИИ на самом деле тупой 😊 В том смысле, что ему нужно чётко и подробно разжевать постановку задачи, иначе он запрограммирует какую-то фигню. Хотя сейчас обычный программист часто «думает руками» — соображая по ходу программирования, как оно будет работать. А продумывание всего и заранее в голове перед постановкой задачи — это первый шаг взросления системного архитектора.



3. Во-вторых, если ИИ будет заниматься кодированием, то чем будет заниматься программмер? Понятно, что не чем-то груши околачивать, если это нормальный программмер 😊 Значит, ему он будет думать не о коде, а о вещах более высокого порядка — о системной архитектуре, планировании работы, качестве алгоритмов, оптимизации, да и о продукте в целом. Тем самым тренируя свой мозг уже по шаблонам СТО, а не обычного исполнителя.
4. В-третьих, если код действительно будет писать ИИ, то зачем компаниям вообще будут нужны обычные программмеры? Им нужен

будет чувак, который этими ИИ-программистами будет управлять. Причём не на уровне микроменеджмента, который отвратителен в любой сфере 🤔 А на уровне стратегического технологического менеджмента — что как раз и является главной функцией СТО.

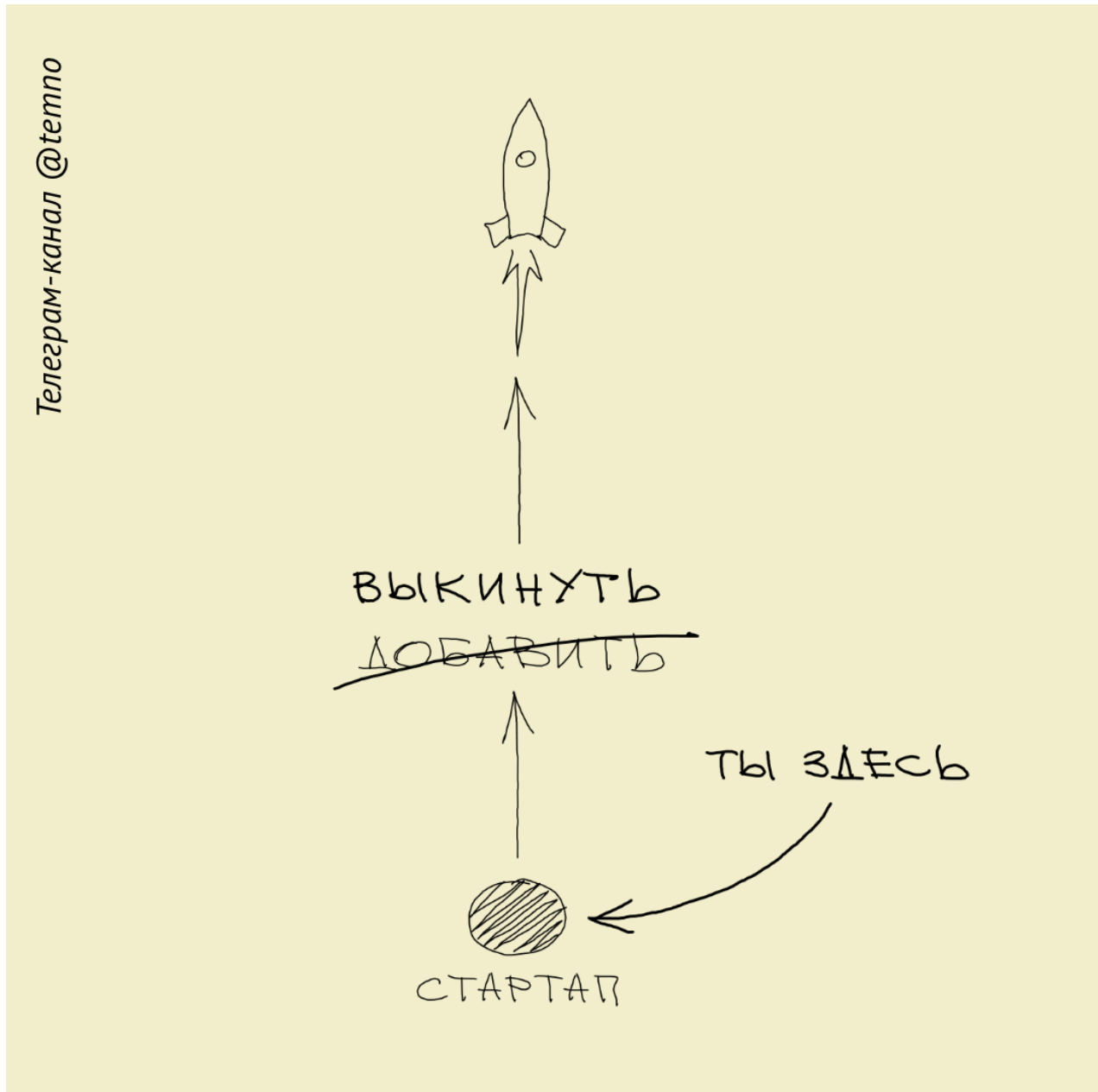
5. Вот и получается, что современным программерам придётся становиться вайб-СТО, который будет руководить отделом ИИ-программеров. Или уходить из профессии, потому что других вакансий для них тупо не останется.
6. А что ты с собой делаешь, чтобы начать превращаться в вайб-СТО? 🤔



Стань Стивом Джобсом вот в этом неожиданном смысле

1. Сейчас фаундерами стартапов должны становиться дизайнеры. По крайней мере так считает один из партнёров Y Combinator, активно зовущий сейчас дизайнеров подавать заявки в YC. Почему?
2. Да потому что ИИ скоро научится реально хорошо программировать. Поэтому умение программировать перестанет быть критичным умением для фаундеров стартапов.
3. Но что останется неизменным — так это то, что популярными и успешными становятся простые, понятные и удобные для использования продукты. Хотя внутри них могут скрываться очень сложные алгоритмы и технологии.
4. А простыми, понятными и удобными эти продукты делают Дизайнеры с большой буквы, одним из которых был, кстати, Стив Джобс 😊 Но у Джобса была для этого нужная власть. А у большинства дизайнеров её сейчас нет.
5. Потому что приходит программист к дизайнеру и говорит: «А прикрути мне вот к этой штуке красивый интерфейс». После чего дизайнер вынужден работать в рамках ограничений, придуманных программистом, который ни хрена в дизайне продуктов не шарит.
6. Хотя Джобс поступал наоборот. Он приходил к железячникам и программистам и говорил: «Эта штука должна выглядеть и работать вот так. Теперь придумайте, как это сделать.».
7. Но сейчас любой дизайнер может стать Стивом Джобсом 🚀
8. Потому что он тоже может прийти к ИИ-программисту и сказать: «Мне нужна штука, которая вот так выглядит и вот так работает. Запрограммируй-ка мне её.». Не, ну конечно не совсем так просто, но общая концепция такая
9. Однако первую фразу можно ведь и переформулировать — «сейчас фаундеры стартапов должны становиться дизайнерами»! 🤖

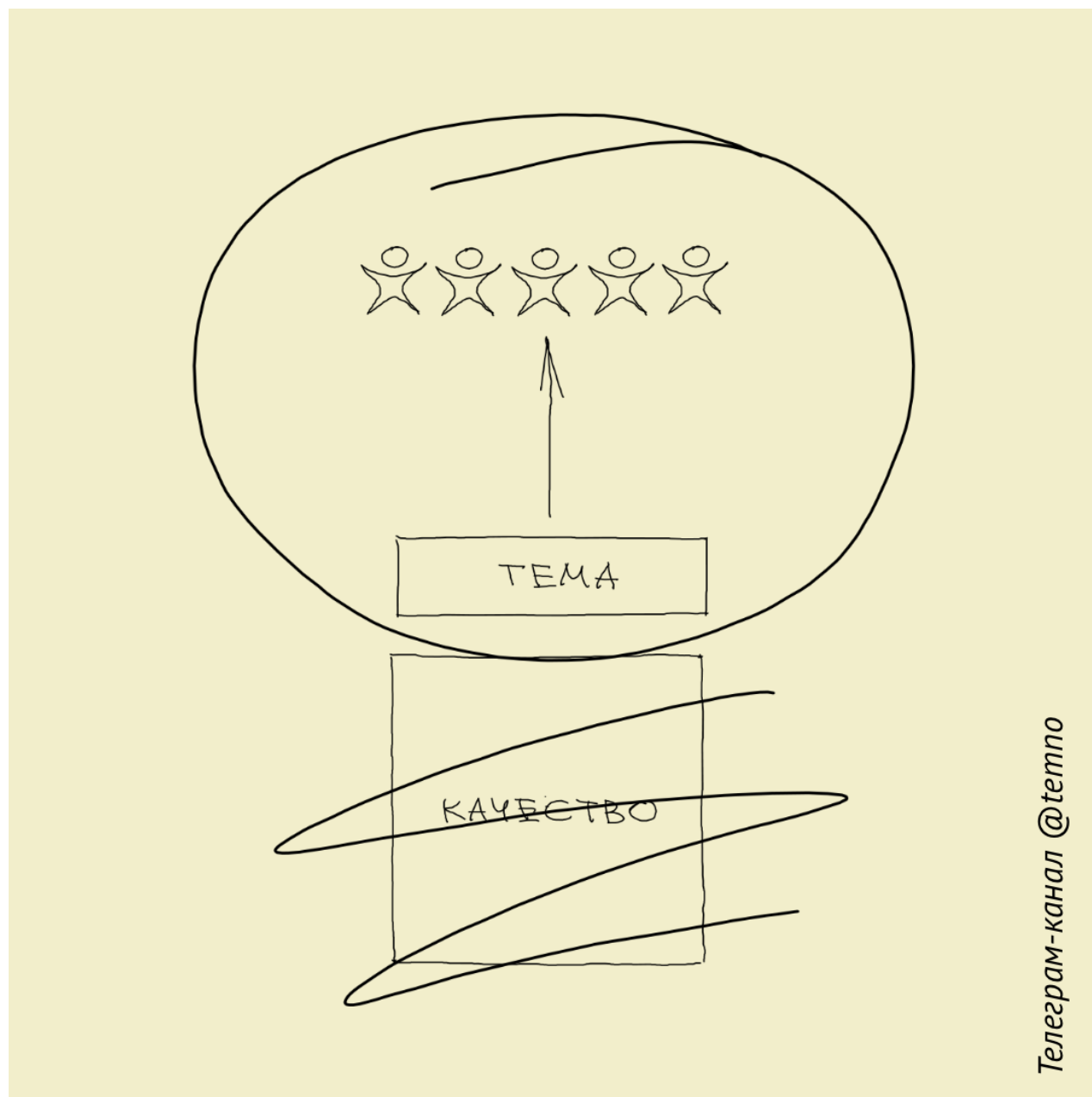
10. А ты с чего начнёшь учиться продуктовому дизайну? 😊



Что выкинуть?

1. Отличная фраза: «Плохие основатели добавляют в свой стартап сотрудников. Хорошие — добавляют бизнес-процессы. Великие — удаляют и то, и другое.».

2. Потому что самый большой выигрыш в эффективности ты получаешь, не когда ты что-то добавляешь — а когда ты что-то удаляешь.
3. Во-первых, простые системы всегда надёжнее и проще в управлении.
4. Во-вторых, чтобы добиться успеха, нужно на чём-то сфокусироваться. А фокусировка всегда связана с удалением, а не добавлением.
5. В-третьих, никакую сложную систему нельзя построить с нуля. Он всегда является развитием более простой системы.
6. Но что же, блин, у себя выкинуть?



Кто будет популярным, когда все станут замечательными?

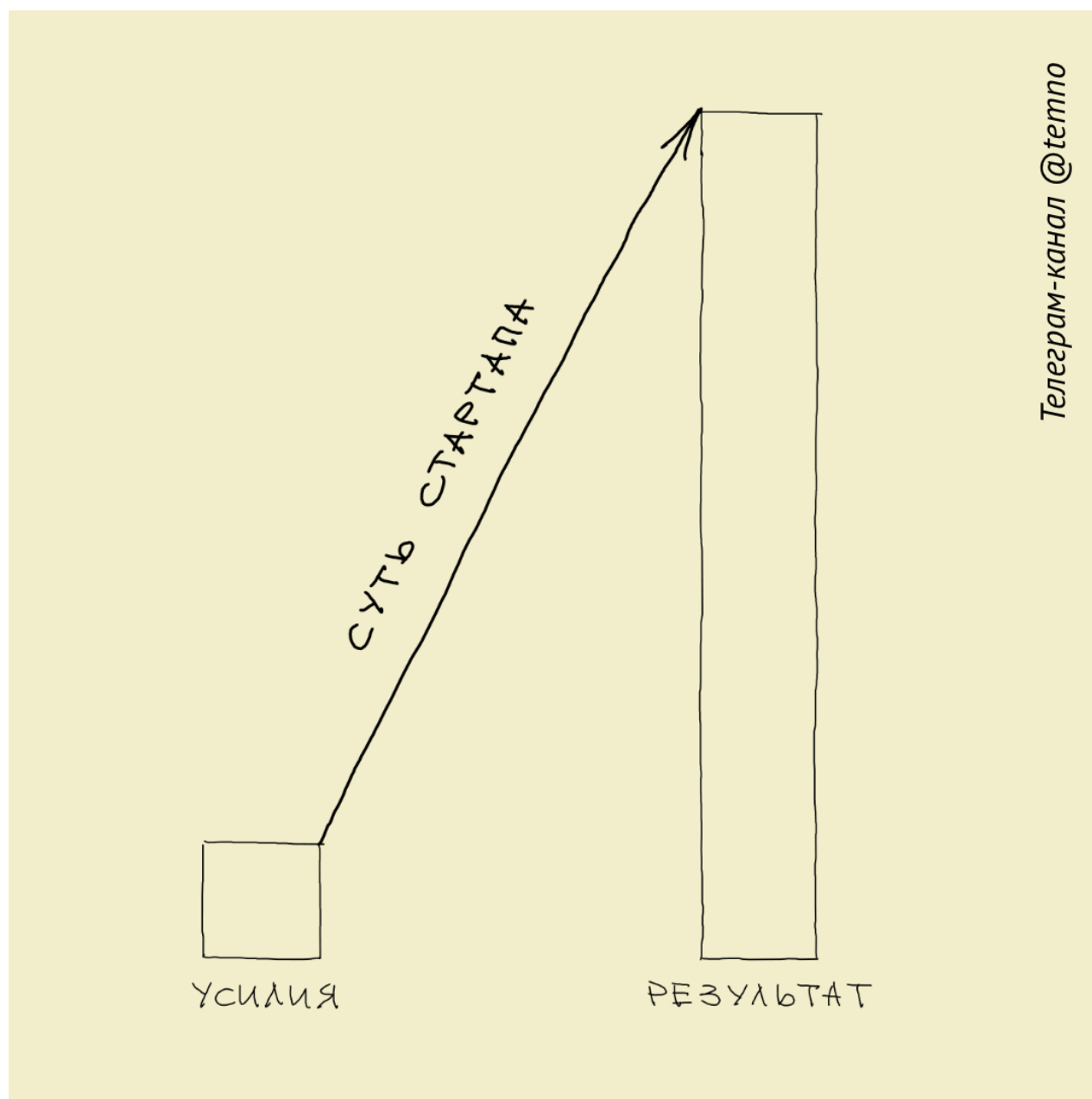
1. Кто станет популярными авторами в соцсетях, когда ИИ научится писать за всех одинаково замечательные тексты?
2. Те, чьи посты будут чаще других попадаться людям. Причём посты эти будут посвящены тем темам, которые этих людей больше всего волнуют.
3. Хотя это уже происходит и сейчас. Хотя некоторые авторы тешат себя иллюзией, что главное значение имеет, насколько хорошо они пишут. А если их мало читают, они стараются ещё лучше писать.
4. А теперь берём и прокидываем мостик к стартапам. Какие стартапы станут самими популярными, когда ИИ научится программировать одинаково замечательные продукты?
5. Ответ тот же самый — в зависимости от выбранной темы и частоты попадания на глаза целевой аудитории.
6. Что тоже на самом деле уже давно происходит. Несмотря на то, что многие фаундеры тоже тешат себя иллюзией, что самое главное — насколько хорош их продукт. А если он не взлетает — пытаются сделать его ещё лучше 😊



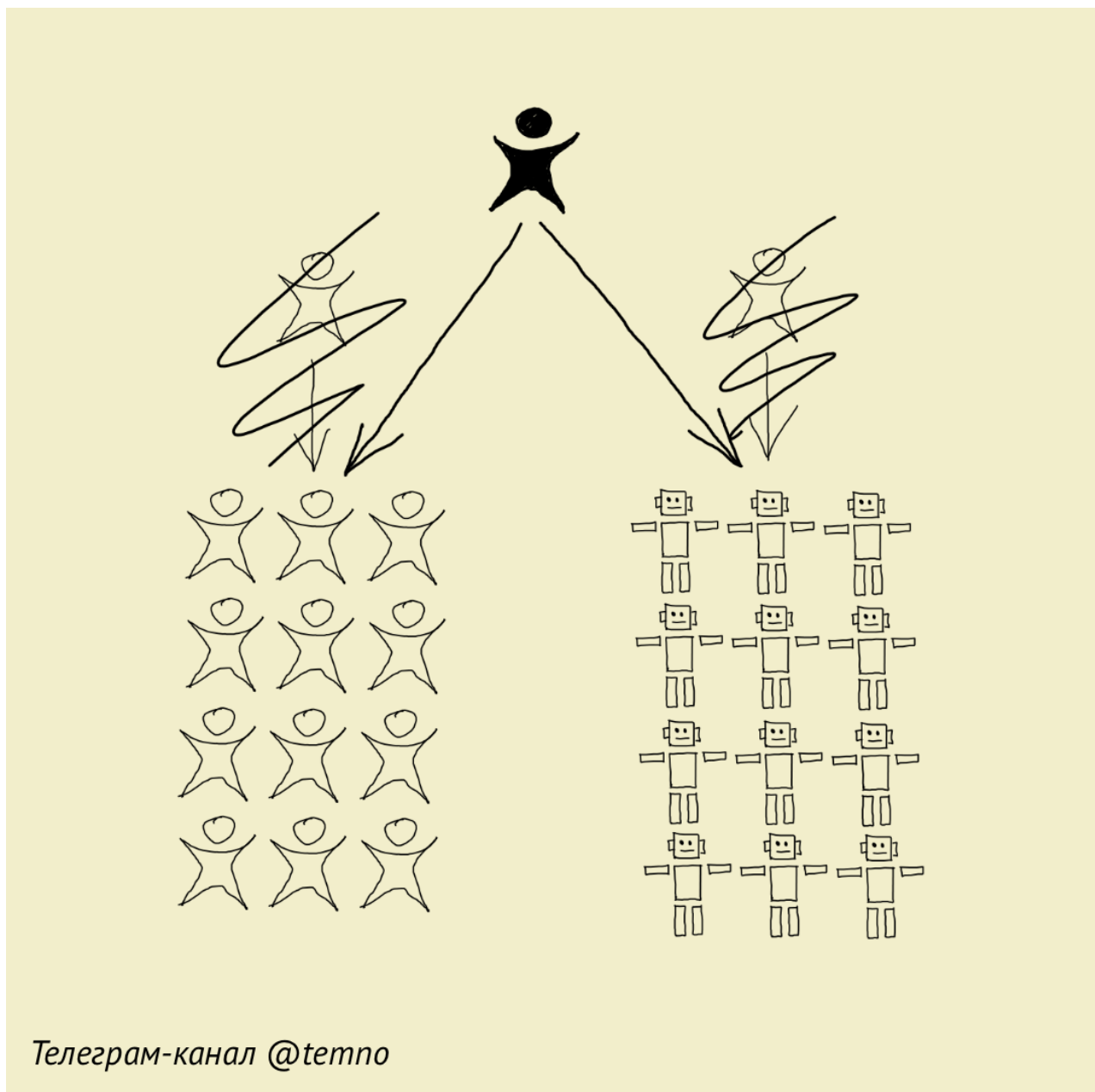
Не, усилий много не нужно. В этом-то вся и соль!

1. «Y Combinator — он про то, как приложить относительно небольшое количество правильных усилий в правильное место, чтобы получить достойный результат». Так Пол Грэм ответил на вопрос, как выпускники YC умудряются всего за 3 месяца акселерации создать что-то стоящее.
2. По большому счёту это и есть главная задача любого стартапа — найти то ли правильное место, то ли правильный подход, но чтобы небольшие усилия принесли непропорционально большой результат. Причём на любой стадии!
- 3.

4. На ранних стадиях — это причина того, что в стартап захотят инвестировать. Ведь если относительно небольшое количество усилий принесло достойный результат — значит, если вложить сюда миллионы, то результат будет просто охрененный 😊
5. На более поздних — это залог того, что бизнес получится масштабируемый. Ведь масштабируемая бизнес-модель — это когда доходы могут расти непропорционально быстрее расходов.

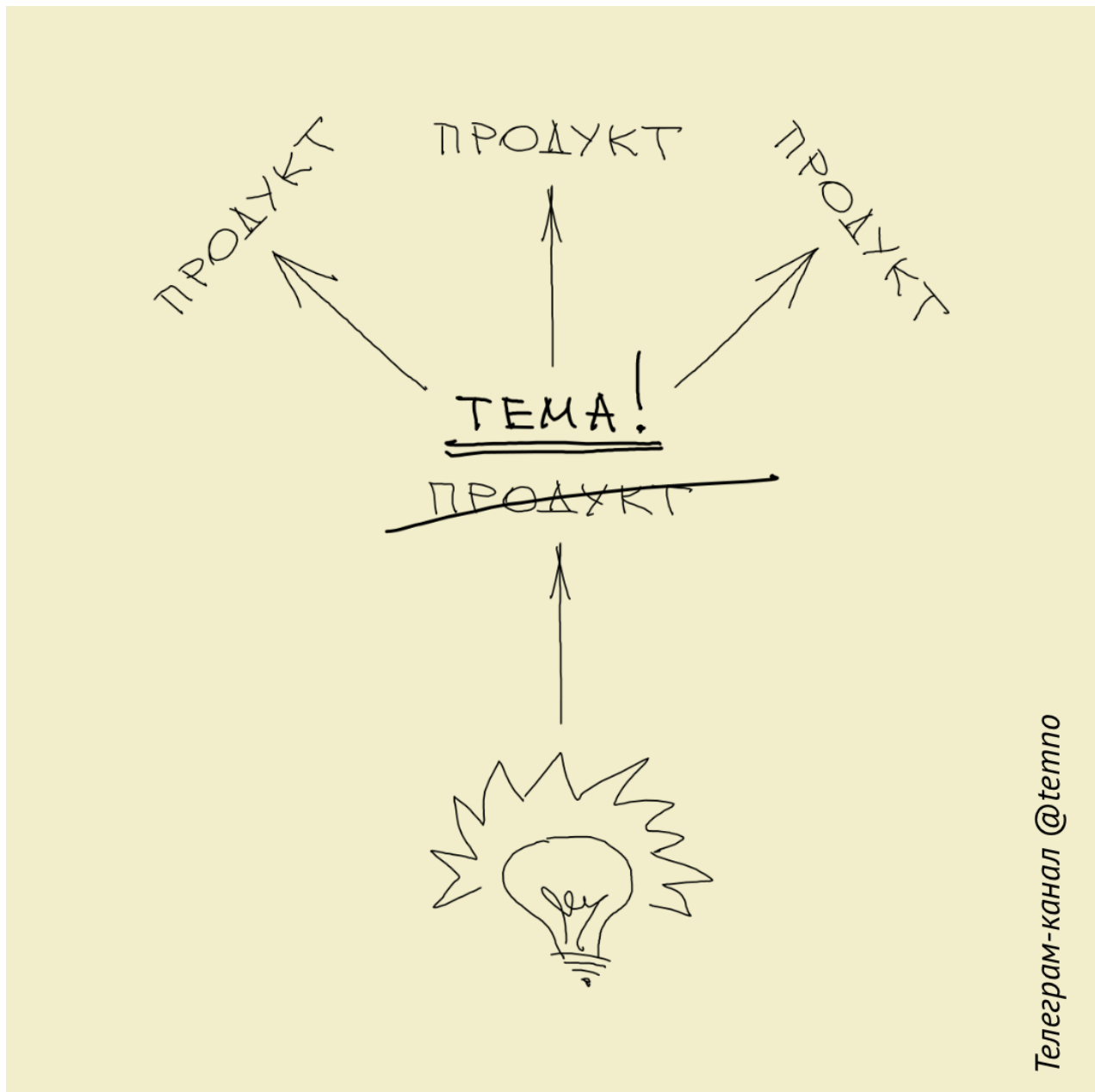


6. Так что вся суть стартапа в том, чтобы найти способ добиваться относительно значительных результатов относительно небольшими усилиями.
7. Поэтому, если тебе начинает казаться, что для успеха стартапа тебе не хватает ресурсов — ты просто копаешь не в ту сторону 🤔



Умные — налево, красивые — направо

1. Известная биотех-компания Moderna объявила о введении новой должности — директор по людям и цифровым технологиям. Да-да, у них это теперь будет один человек.
2. Потому что его задача — разделить внутри компании то, чем занимаются люди, и чем занимается ИИ. Чтобы люди занимались только тем, в чём они хороши, а ИИ — тем, в чём он хорош. В результате, как планирует компания, некоторые должности будут сокращены, некоторые добавятся, а у некоторых изменятся должностные обязанности.
3. Сейчас подобными вещами в компаниях руководит обычно два отдельных человека — директор по людям и директор по цифровым технологиям. Из-за чего по факту они перетягивают одеяло друг у друга, боясь потерять вес и влияние. Что безусловно мешает общему делу.
4. Поэтому Moderna и решила поставить одного человека, который бы одновременно рулил и людьми, и ИИ — не сильно заботясь о том, кто из них победит. Потому что ему теперь это будет по большому счёту всё равно 🤔
5. По-моему, это пока единственная известная компания, которая сделала подобный ход. Хотя все уже говорят, что нынешнее поколение менеджеров — это последнее поколение, которое будет управлять командами, целиком состоящими из живых сотрудников.
6. Заголовок поста взят из старого анекдота, когда лев собрал всех животных и велел умным сесть налево, а красивым направо. Все расселись, только мартышка по залу скачет. Лев спрашивает, чего она там застряла? А она отвечает — «Так я и умная, и красивая. И мне что теперь — разорваться?» 🤔
7. Короче, ты уже разделил своих сотрудников и ИИ на умных и красивых? Или они все пока как марышки до сих пор по компании мечутся?



Что такое «идея для стартапа»?

1. Перед каждым новым набором в свой акселератор Y Combinator публикует «запрос к стартапам», в котором перечисляет темы, которые он считает особо перспективными.
2. Это очередное напоминание о том, что стартапы чаще всего становятся успешными не потому, что они создают замечательные продукты. А

потому что они занимаются замечательными темами — время которых как раз сейчас наступило 🚀

3. Поэтому идея для стартапа — это даже не идея продукта, а идея темы, которая тебя возбуждает и кажется перспективной 🚀
4. А какой продукт в рамках этой темы ты будешь делать — это уже второй вопрос. Ответ на который придёт потом в результате экспериментов с разными гипотезами и вариантами.
5. Интересно, а ты можешь сделать презентацию своего стартапа не в виде описания своего продукта — а в виде описания темы, которую ты выбрал? Да так, чтобы прямо под неё тебе начали пихать деньги инвесторы 💰 Если да, то тебя можно поздравить с очень серьёзной заявкой на успех 🙌
6. Кстати, самый простой критерий того, что ты сформулировал идею своего стартапа именно в виде темы — когда ты можешь придумать сразу несколько продуктов, которыми можно было бы в рамках этой темы заняться. Беда, когда такой продукт только один. Ведь это значит, что ты пытаешься выиграть в рулетку, сделав всего лишь одну ставку на zero.

PS Среди тем для предстоящего набора YC — нишевые ИИ-компании, предлагающие комплексные решения для отдельных ниш, применения голосового ИИ, ИИ для научных исследований, персональные ИИ-помощники, ИИ для здравоохранения, персональные ИИ-учителя и ИИ-платформы для нового образования, ИИ-софт для роботов и платформы для создания корпоративных ИИ-агентов. Полный список с объяснением: <https://www.ycombinator.com/rfs>

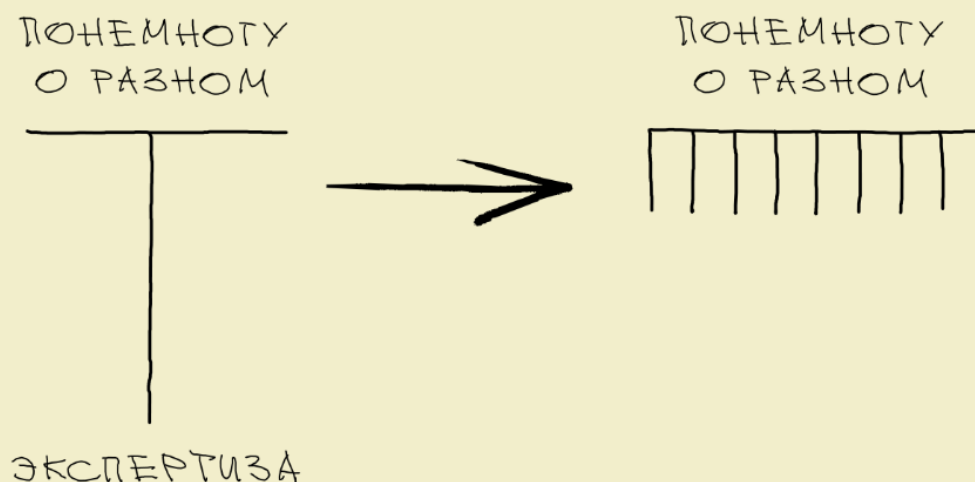


Пришло время «людей-расчёсок»

1. Промпт-инжиниринг — это не умение жонглировать словами 🧙‍♂️ а искусство менеджмента 😊 Ведь тебе сначала нужно самому чётко

понять, что ты хочешь получить. Потом предоставить ChatGPT всю необходимую для этого информацию. А потом ещё и давать ему обратную связь до тех пор, пока он не выдаст удовлетворяющий тебя результат.

2. Однако при этом нужно хоть сколько-нибудь разбираться в том, о чём ты его спрашиваешь! Иначе ты не сможешь правильным образом сформулировать свой запрос и оценить его ответ на предмет применимости и отсутствия галлюцинаций.



Telegram-канал @temno

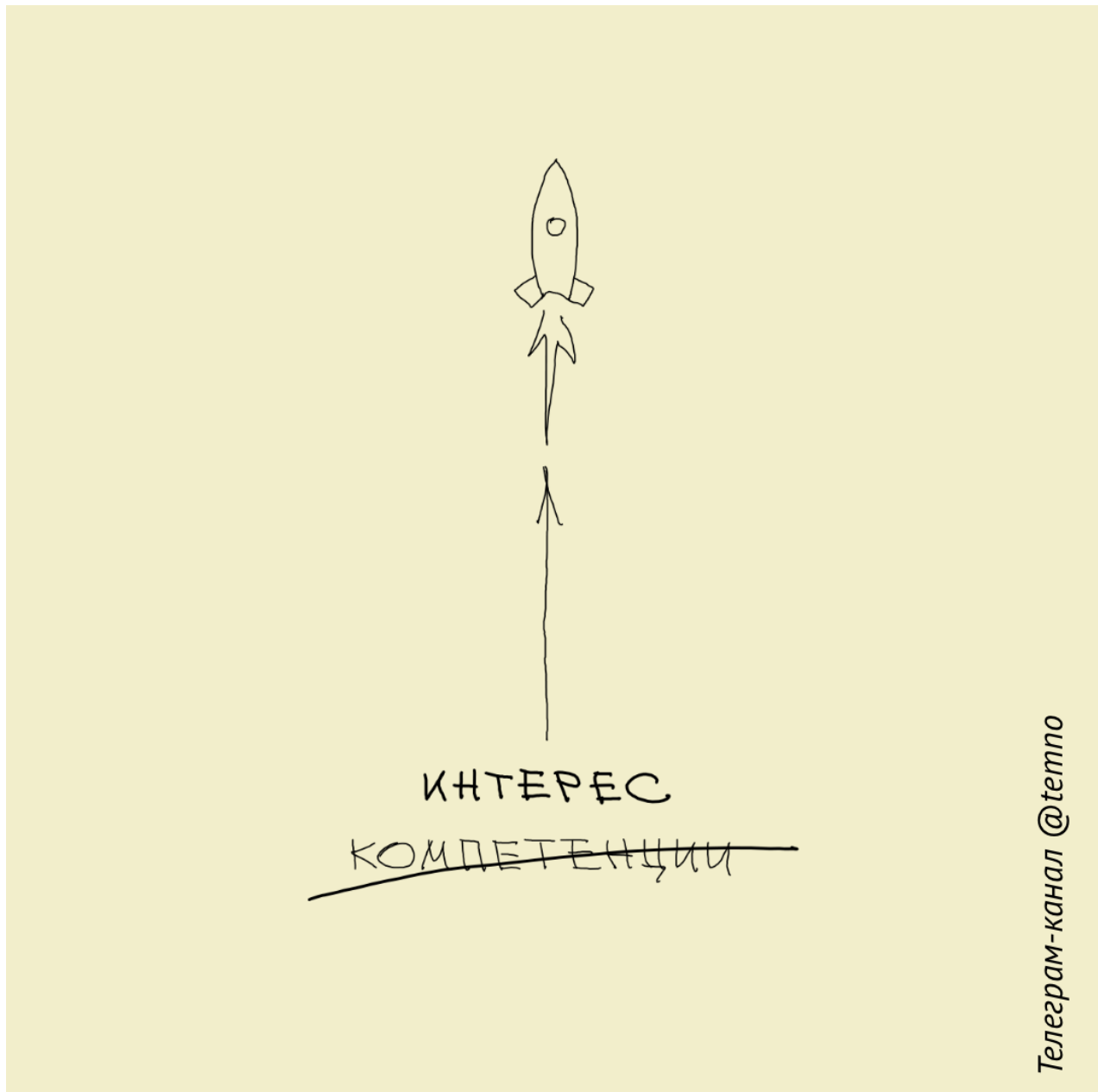
3. Причём «хоть сколько-нибудь» вполне достаточно! А это открывает нам офигенные возможности 🚀
4. Ведь раньше непременно нужно было стать экспертом в какой-то теме. Хотя эксперт — это человек, которые узнаёт всё больше о всё меньшем 😊 Чем глубже знания эксперта, тем меньше его кругозор — что существенно ограничивает его возможности заняться чем-то новым или на пересечении с другими областями.
5. Хотя именно пересечения разных областей обычно являются зонами самых смелых прорывов ✨ Поэтому какое-то время назад стали востребованы «Т-люди» — которые являются глубокими экспертами в одной теме, но понемногу знают о многом другом.
6. А сейчас станут востребованы «люди-расчёски» 🗑️ У которых даже нет глубокой экспертизы в какой-то одной теме, но которые понемногу знают обо всём. А этого вполне хватит, чтобы формулировать правильные запросы к ИИ и оценивать его ответы.
7. И именно такие люди начнут совершать прорывы, потому что у них будет самый широкий кругозор. А ИИ сможет обеспечить им необходимую глубину.
8. Получается, теперь лучше знать не что-то одно очень хорошо, а много чего хотя бы поверхностно. Но это ведь реально изменит подход к тому, чему и как нам нужно учиться 🤔

PS Кстати, есть ощущение, что Илон Маск — это как раз «человек-расчёска» 😊



Интерес важнее, чем компетенции

1. О, вот это чистая правда: «То, что тебе интересно — это гораздо более надёжный предсказатель успеха, чем то, в чём ты хорош» 🚀

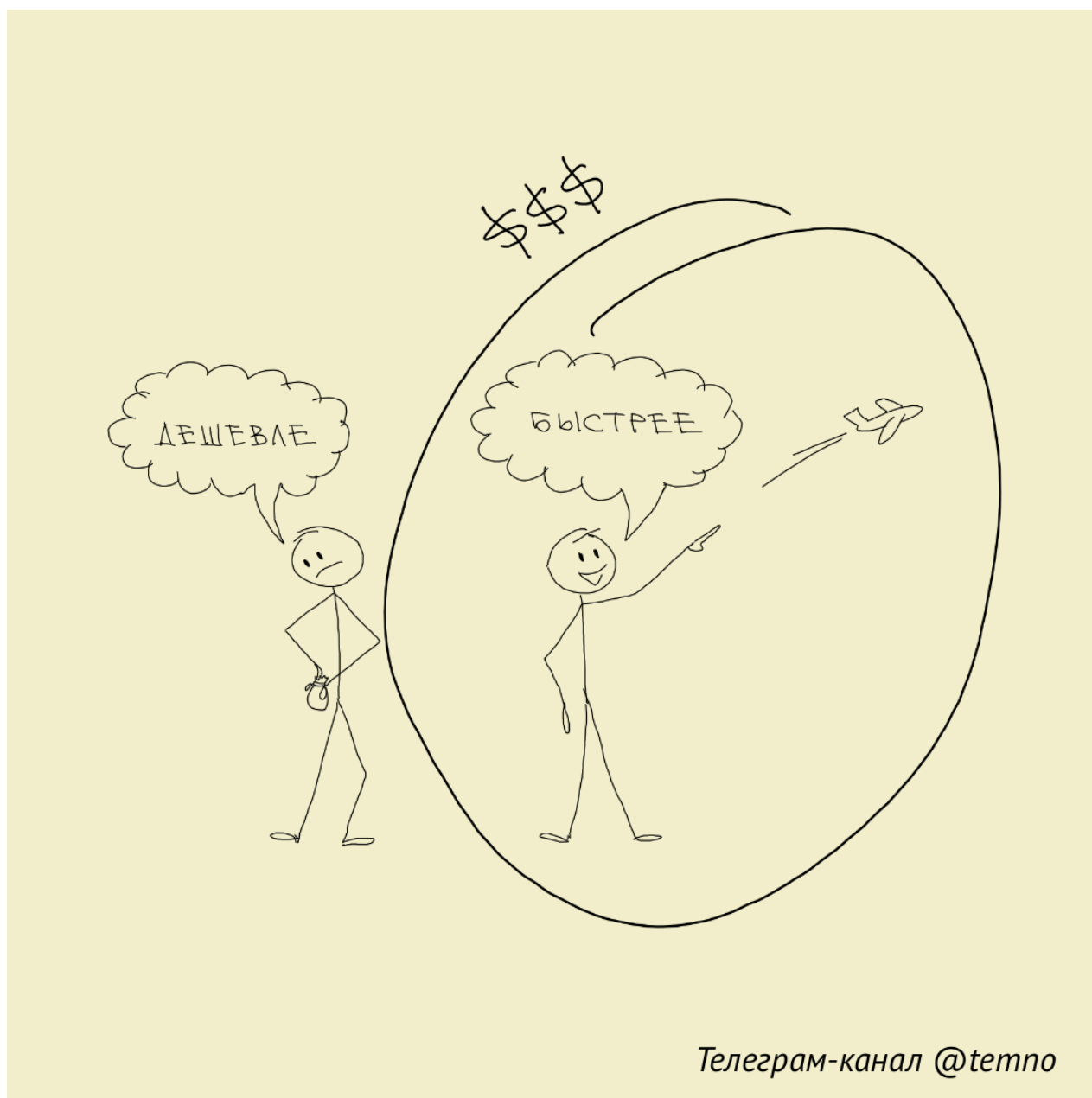


2. Я действительно видел кучу умных людей, которые были хороши во многом — но которых ничего сильно не интересовало.
3. И они реально ничего взрывного так и не сделали.



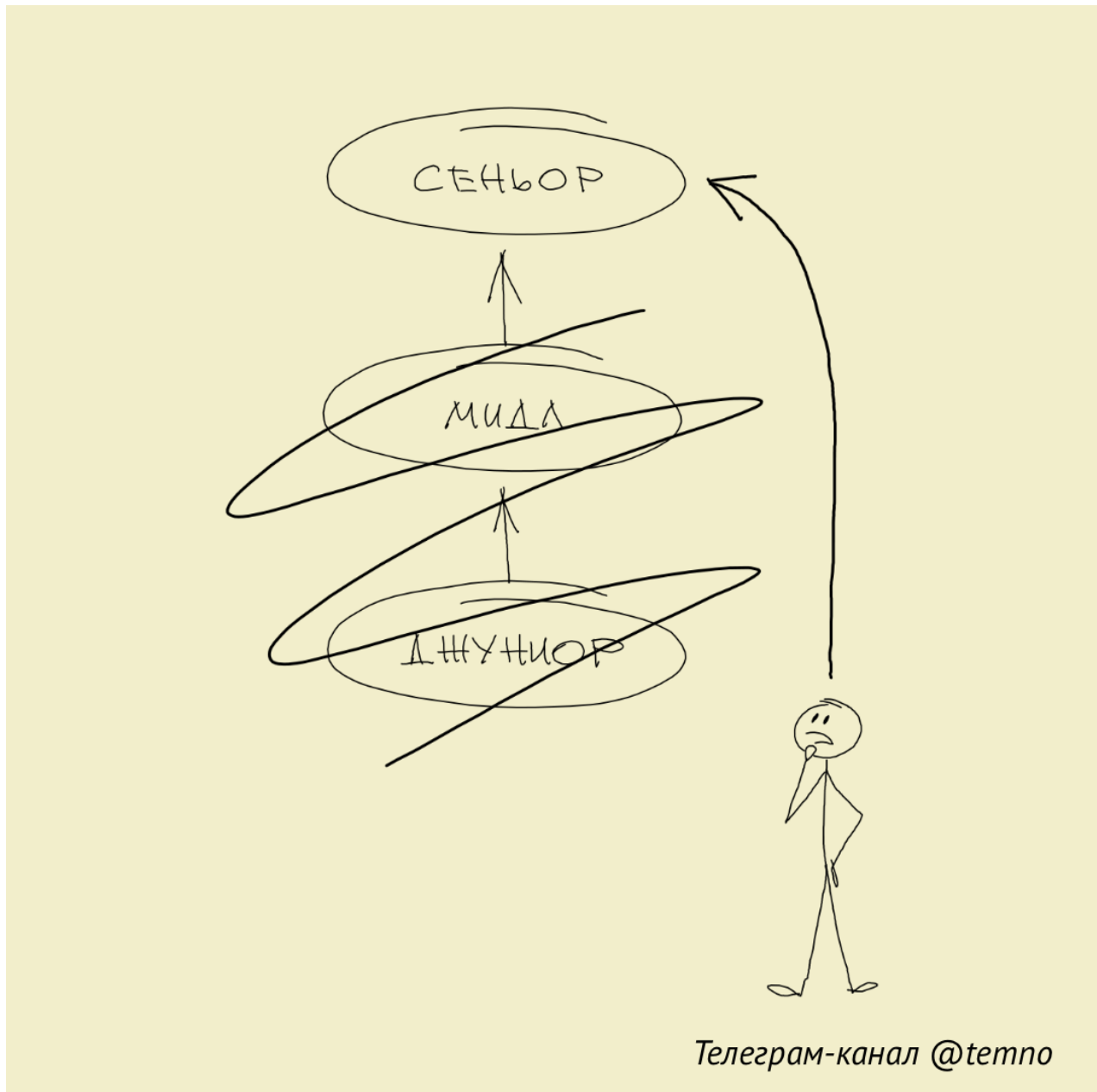
На фига тебе экономные покупатели?

1. ИИ позволяет компаниям выполнять свои задачи не только дешевле, но и быстрее.



2. Если ты решил создать ИИ-стартап, лучше придумывай такие продукты, которые помогают компаниям работать не дешевле, а быстрее ✈️
3. Во-первых, такие клиенты будут дольше жить. Ведь скорость бизнеса стала сейчас критична не только для стартапов, но и для взрослых компаний.
4. Во-вторых, они будут платить тебе больше, чем те, кто хочет сэкономить. Ведь такие компании живут по принципу «надо не меньше тратить, а больше зарабатывать» 😊

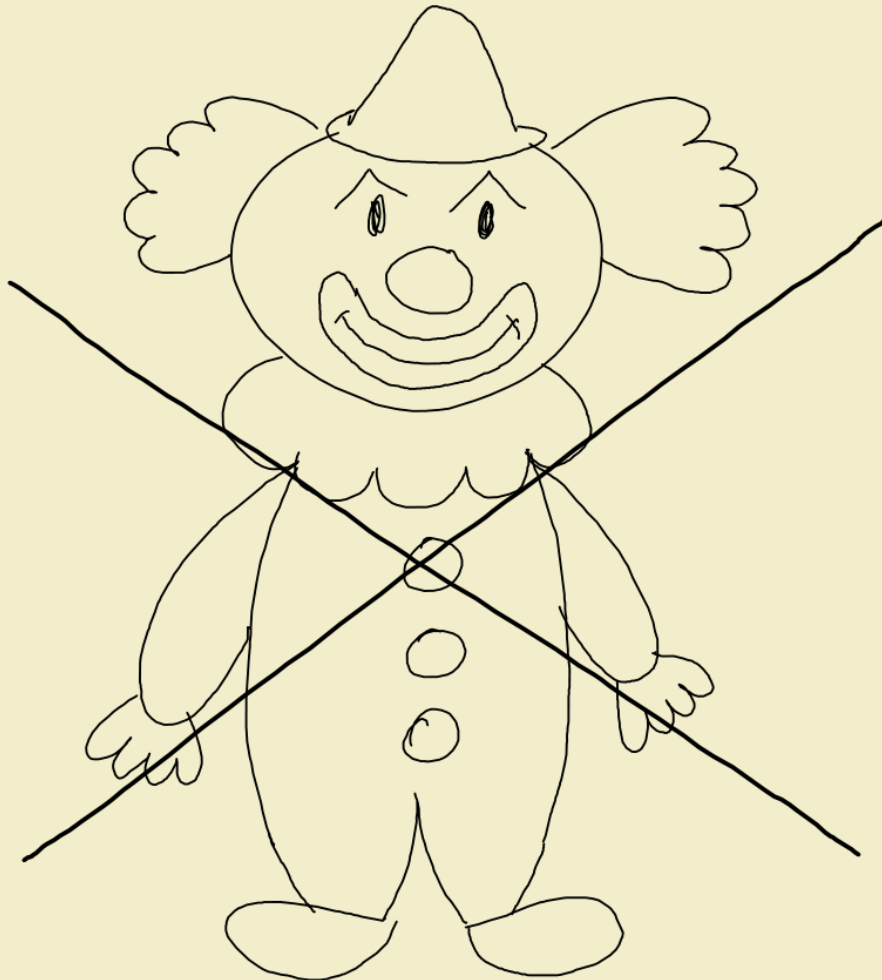
5. Итак, что и кому ты можешь ускорить?



Хочешь? Стань!

1. ИИ развился уже до такой степени, что начинает заменять джуниоров на многих позициях — программистов, маркетологов, продуктовок и так далее. В связи с чем слышны крики: «Если ИИ заменит джуниоров, то откуда возьмутся сеньоры?».

2. Да откуда и всегда! Ведь опытные сеньоры получаются из неопытных сеньоров, а не из опытных джуниоров 😊 Потому что нельзя научиться стать кем-то, занимаясь чем-то другим!
3. В древности мастера брали подмастерьев, которые годами подметали пол и носили заготовки. Хотя в мастера подмастерье начинал превращаться только в тот момент, когда мастер позволял ему в первый раз взяться за реальную работу.
4. Сейчас некоторые хотят стать предпринимателем, но устраиваются на работу в компанию, чтобы «набраться опыта». В чем? В предпринимательстве? Полная фигня. Потому что научиться предпринимать можно, только начав предпринимать!
5. Даже в армии солдат не может обычным путём дослужиться до генерала, даже если он отлично несёт свою службу. Потому что офицеров выпускают из военных училищ. Да, сначала неопытных лейтенантов — но которые со временем могут стать опытными генералами.
6. А если сеньор это не грейд джуниора, а отдельный набор компетенций — то как джуниор может стать сеньором, не начав работать сеньором? 😊
7. Первый вывод. Если ты хочешь получить сотрудника-сеньора, начни давать ему сеньорские задачи. Если что, ChatGPT ему в помощь. А если не справится — значит, он к этому уровню ещё не готов. Но не «профессионально», а «морально»!
8. Второй вывод. Если ты хочешь кем-то стать — стань им. То есть начинай сразу выполнять задачи соответствующего уровня. А если что — ChatGPT тебе в помощь 😊
9. Прикольно получается. Считается, что ИИ будет мешать людям делать карьеру. Хотя всё наоборот — он будет в этом помогать. Правда, только тем, кто морально готов сразу скакнуть в генералы. Пусть даже по первости и не особо опытные 😊



Telegram-канал @temno

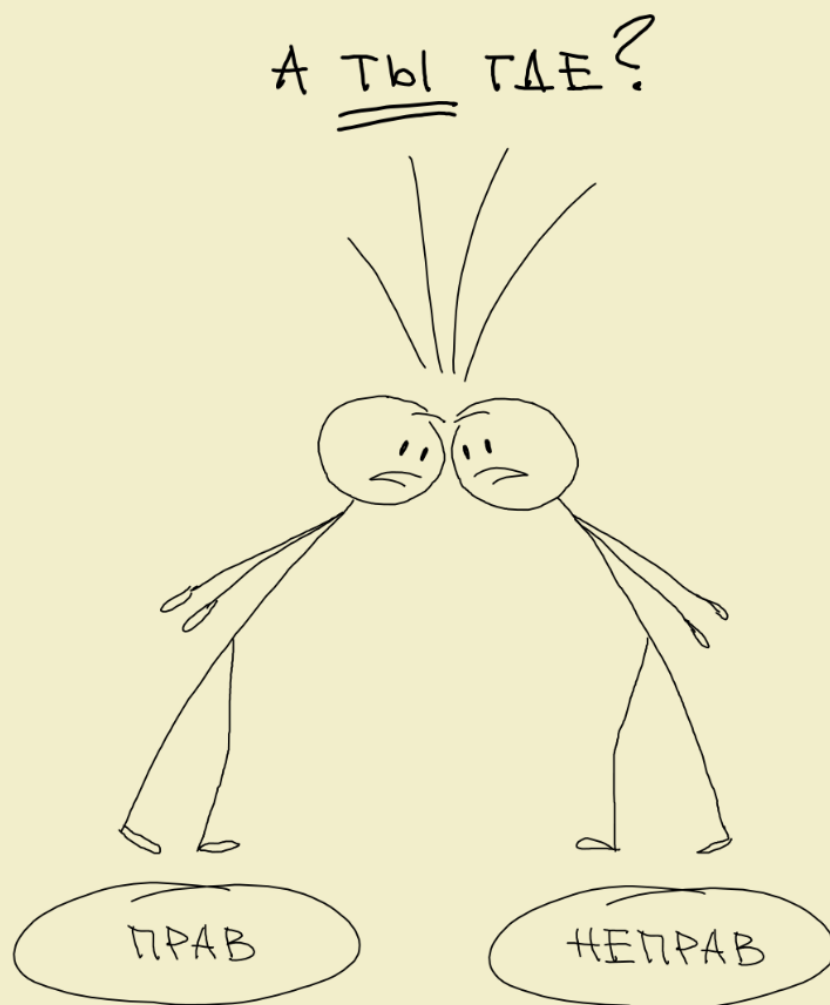
Тебя не должны помнить. Тебе должны платить.

1. Один популярный гуру написал тут, что лучший способ построения бизнеса — «сначала аудитория, потом бренд, потом сообщество, а уже потом продукт». И это типичный рецепт успеха для клоунов 🤡. Которые могут много зарабатывать. Но очень трудно и относительно недолго.

2. Во-первых, бизнес, построенный на аудитории, работает, пока ты продолжаешь её развлекать. А «весь вечер на арене» — это совсем не так просто, как кажется.
3. Во-вторых, люди приходят в цирк развлекаться. Поэтому процент конверсии в покупку продукта будет маленьким. А ещё меньшим — коэффициент удержания тех, кто купил его чисто ради любопытства или из любви к клоуну.
4. Поэтому, в-третьих, ты быстро поймёшь, что гораздо выгоднее продавать билеты на представление, чем зарабатывать на продажах продукта. Если ты вообще до него доберёшься, подсчитывая сборы за билеты. А если и доберёшься, то он получится так себе, потому что не станет твоим единственным приоритетом.
5. Ну а в-четвёртых, популярность — это такая штука, которая рано или поздно проходит. Вместе с которой уйдут и деньги. Потому что так себе продукт без цирковой поддержки быстро сдуется.
6. Поэтому гораздо выгоднее в долгосрочной перспективе выглядит совет Пола Грэма — «делай немасштабируемые вещи, чтобы помочь кому-то зарабатывать».
7. Сначала ты помогаешь небольшому количеству людей, делая большинство вещей руками. Потом большому количеству — меньше делая руками, но больше автоматизируя и делегируя. Потому что ещё и ещё... Пока ты не начнёшь помогать очень многим — сам ни хрена не делая 🚀
8. И это гораздо приятнее, чем сидеть всеми забытым и смотреть на старые афиши с собой в главной роли. Потому что тебя не должны помнить. Тебе должны платить 😊
9. Подписчики и бренд — это условная плесень, которая должна нарасти вокруг продукта. А вот продукт наросшей плесенью быть не может!



Telegram-канал @temno



Шанс на охрененный выигрыш — это то, с чем ты резко не согласен

1. Шанс охрененно много заработать есть только у тех, кто делает то, с чем другие не согласны. Потому что когда все согласны → все делают то же самое → и каждый зарабатывает по чуть-чуть.
2. При этом все почему-то видят себя на месте того, с кем не согласны другие. А ты возьми и поставь себя с другой стороны — когда **ТЫ** не согласен с тем, что говорит кто-то другой 🖐️

3. Не исключено, что прямо сейчас ты упускаешь шанс охрененно много заработать на том, что у него может получиться 💰
4. Ведь если ты согласишься, вас станет всего двое — и охрененный выигрыш разделится всего пополам, что всё равно останется охрененно много 😊
5. Поэтому, если чьё-то чужое мнение тебя раздражает и возмущает — задумайся, а вдруг он прав 🤔 Пусть даже не во всём, но хоть в чём-то.
6. Причём ты по-прежнему может с ним не соглашаться 😏 Но это не должно помешать тебе подумать — а что великого может произойти, если он всё же прав? А как это можно быстро проверить?
7. Короче, с кем и с чем ты в последнее время был резко не согласен? Нет ли там шанса на охрененно большой выигрыш? 🚀
8. А если ты навскидку ответишь, что «никаких шансов в этом не было и нет» — то подумай ещё раз 😊



«А что я получу за свои деньги?» — вопрос, на который даже не нужно придумывать ответ. И вот почему.

1. Если клиент спрашивает, «а что я получу за свои деньги?», в смысле «стоит ли это того» — это красный флаг тебе самому. Потому что ты провалился в одной из двух вещей.
2. Первый вариант — ты не смог явно и убедительно донести ценность своего продукта.
3. Второй вариант — ты зачем-то продаёшь свой продукт тем, для которых его ценность пустой звук.
4. В таких случаях сразу должно срабатывать правило — «Если нужно объяснять, то не нужно объяснять». Эту фразу по легенде произнесли в

ответ на просьбу пояснить то ли соль анекдота, то ли причину «почему ты меня не любишь». И в твоём случае всё буквально то же самое 😊



5. Поэтому на вопрос «а что я получу за свои деньги?» даже не нужно придумывать ответа. Лучше вернуться, как говорится, «к грифельной доске» — и постараться ещё раз найти и сформулировать ценность своего продукта, портрет своего идеального клиента, а также то, где и как этих идеальных клиентов можно искать.





Telegram-канал @temno

Почему взлетел Nike? Потому что тебя есть тело...

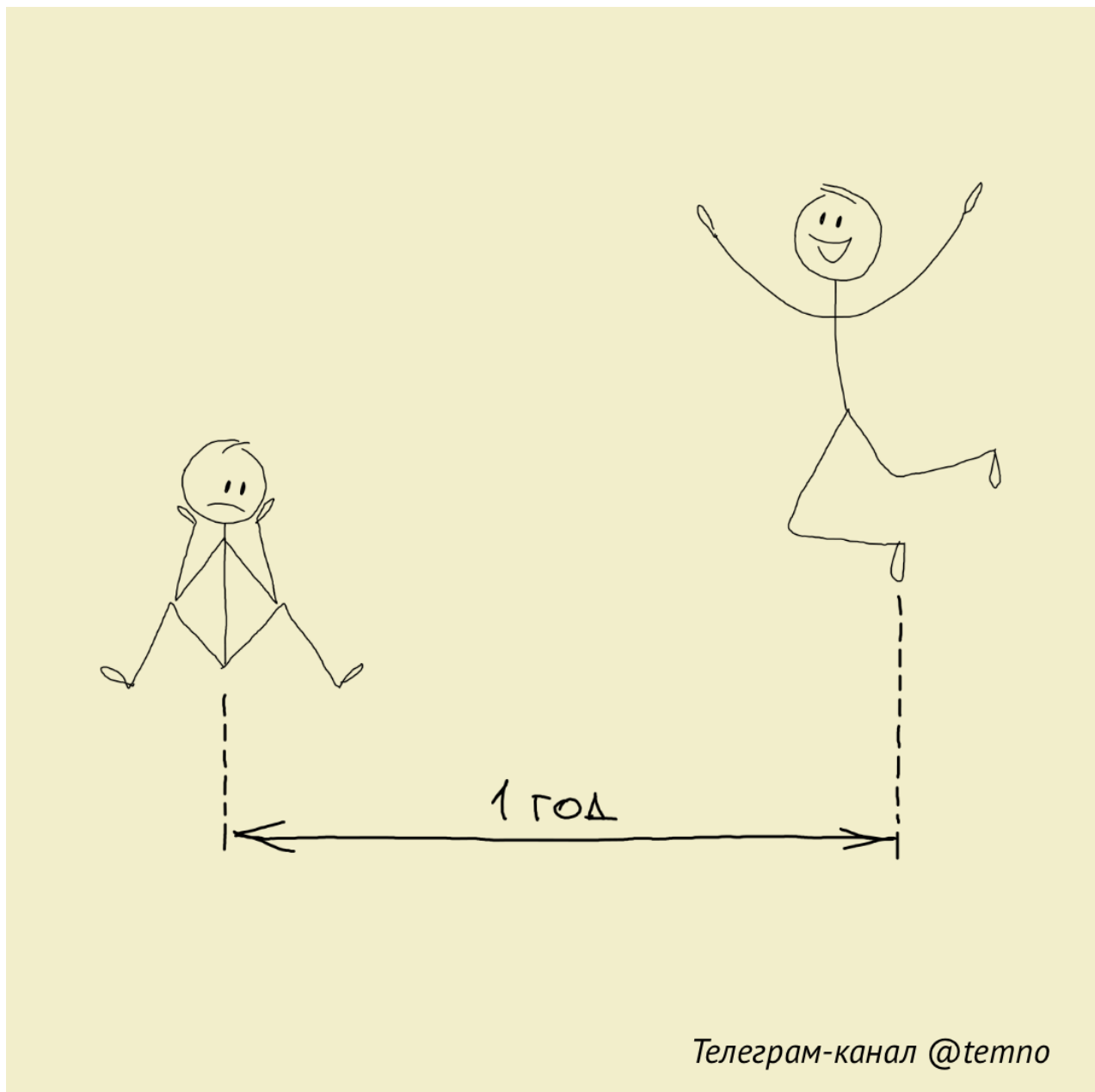
1. Сооснователь Nike ещё в самом начале истории компании заявил — «Если у тебя есть тело, значит, ты спортсмен!». Откуда напрашивается естественное продолжение — если ты спортсмен, значит, тебе нужны кроссовки 🏃
2. В результате Nike удалось добиться гораздо большего — чтобы люди начали думать, что они спортсмены, только потому что они напялили

кроссовки. А так как мало кто хочет считать себя безвольным лентяем, Nike за счёт этого ощущения взлетел 🚀

3. Точно так же Kodak когда-то выпустил дешёвые плёночные камеры, после чего куча людей стали считать себя великими фотографами 📷. А не так давно то же самое ещё в большем масштабе повторили производители мобильных телефонов 📱
4. Даже Фейсбук провернул похожий трюк. Люди, способные написать пару абзацев текста, начали считать себя властителями дум, только потому что их посты кто-то лайкает. Они даже извиняются перед подписчиками за то, что несколько дней ничего не писали — типа те без этого жутко страдали 😓
5. Таким образом, один из вариантов создания жутко популярного продукта — дать возможность куче людей считать себя тем, кем они на самом деле не являются.
6. И в этом нет ничего зазорного. Вон Голливуд прямо так и называют «фабрикой грёз», а практически у каждого человека есть любимые актёры и любимые фильмы 🎬
7. А что твой стартап может дать человеку, чтобы он себя кем-то почувствовал?



Продолжение на следующей странице 🙌🙌🙌



Твой год начинается сегодня

1. Множество реальных историй показывает нам, что жизнь человека может круто измениться всего за год.
2. А что нового ты начал делать прямо сегодня, чтобы то же самое произошло и с тобой?
3. Почему «нового»? А за тот год, пока ты делал «старое», твоя жизнь уже круто изменилась к лучшему? 😊





Telegram-канал @temno

Протеин вызывает рак

1. Забавный тест на днях провёл чувак в Твиттере. Он опубликовал у себя несколько постов с противоположными утверждениями, чтобы посмотреть, какие окажутся более популярными.
2. Всего было три пары постов. «Сахар полезен» и «сахар вреден». «Протеин лечит рак» и «Протеин вызывает рак». «Ешьте меньше протеина» и «Ешьте больше протеина».

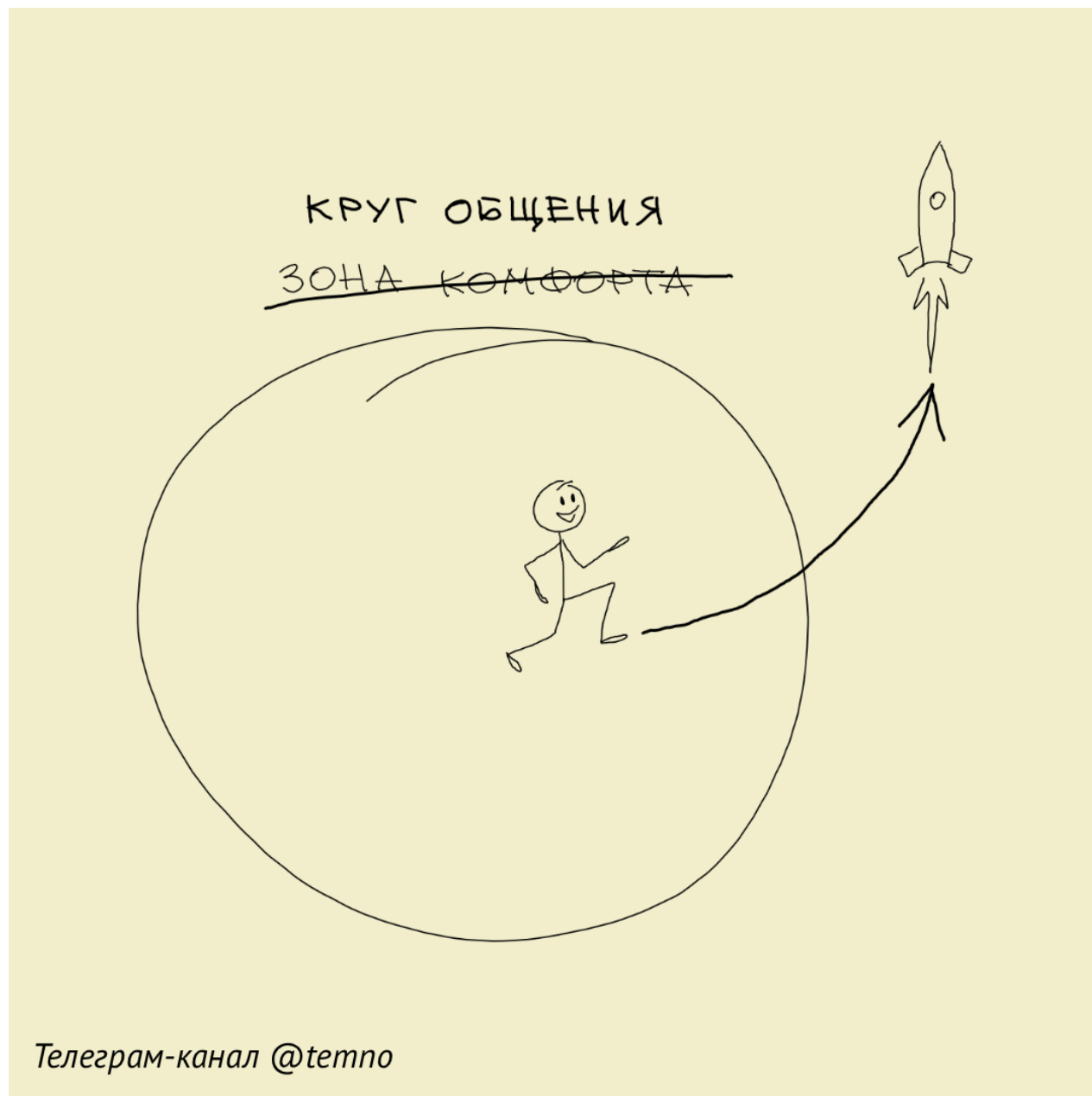
3. Победителями в парах по количеству просмотров с кратным отрывом оказались посты «Протеин вызывает рак», «Сахар вреден» и «Ешьте меньше протеина». При этом относительная популярность победителей тоже с кратным отрывом была такой же — «Протеин вызывает рак», «Сахар вреден» и «Ешьте меньше протеина».
4. Получается, что аудитория лучше клюёт на негативные утверждения, чем на позитивные — «вызывает» вместо «лечит», «вреден» вместо «полезен» и «ешь меньше» вместо «ешь больше». При этом, чем страшнее и чётче выражен негатив, тем сильнее на него клюют — риск «заболеть» > это «вредно» > «меньше» ешьте.
5. Тут можно много чего наvertеть про испорченность массовой аудитории, хотя всё дело в человеческой природе. Фишка в том, что человеческий мозг взорвался бы от перегрузки, если бы выделял одинаковые ресурсы на обработку всей входящей информации.
6. Поэтому в мозге есть фильтр, на подсознательном уровне сразу отсекающий то, что на первый взгляд опасностью не является. В результате люди этого попросту не замечают. К примеру, ты идёшь по улице и по факту не видишь окружающих, если только мозг не сигнализирует об очередном самокатчике, катящемся тебе навстречу 😊
7. Вывод простой. Если ты хочешь привлечь внимание аудитории, формулируй свой оффер так, чтобы мозг читателей на подсознательном уровне мог вычленить из него потенциальную опасность. Иначе тебя просто не заметят — несмотря на всю рациональность или полезность того, что ты сообщаешь.



Как сделать что-то выдающееся

1. Во-первых, нужно выбирать не то, «что» бы сделать — а то, «где» заняться поиском идеи для этого. Другими словами, не нужно начинать с поиска идеи для продукта. Нужно начать с поиска сферы, рынка или темы, которая будет тебе интересна.

2. Если тебе будет интересна тема, то ты неизбежно погрузишься в неё настолько глубоко, чтобы увидеть детали и нюансы, которые можно превратить в выдающийся продукт. Царапая только по поверхности, идею для выдающегося продукта не найдёшь.



3. Во-вторых, чтобы найти такую тему, не нужно искать тему 😊 Нужно выбирать ту область, которой занимаются люди, с которыми тебе будет интересно. Ведь тебе потом придётся именно с этими людьми постоянно пересекаться — работать, общаться или даже конкурировать.

4. Ведь довольно сложно представить себе, что ты сможешь сделать выдающийся продукт, работая с людьми, которых ты тихо ненавидишь, или для людей, которых ты презираешь.
5. Эти мысли навеяны недавним выступлением соосновательницы Y Combinator Джессики Ливингстон, которая долго не могла найти, чем бы ей в жизни заняться. Пока не познакомилась со стартаперами 😊
6. Получается, чтобы сделать что-то выдающееся нужно не «выйти из зоны комфорта» — а «выйти за пределы привычного круга общения» 🚀
7. 7. Причём из зоны комфорта не нужно выходить — в неё наоборот нужно стремиться войти! А как иначе можно назвать место, где тебя будут окружать люди, с которыми тебе интересно? 😊
8. А то, что было раньше — это была никакая ни зона комфорта, а обычное болото.

Полный текст речи Джессики: <https://foundersatwork.posthaven.com/find-your-people>



Как приманить удачу?

1. Говорят, что успех — это результат удачи. А значит, чтобы добиться успеха, нужно делать то, что может принести удачу 😊
2. Но что такое удача? Удача — это когда ты неожиданно оказываешься с нужным продуктом в нужное время в нужном месте 🎯
3. Значит, нужно максимизировать свои шансы на это.
4. Ставь много разных экспериментов, один из которых в случае необходимости можно будет быстро превратить в нужный продукт.
5. Пробуй новые безумные идеи в надежде на то, что нужное время для них уже наступило.



6. Бывай в разных местах и встречайся с разными людьми — узнавая, что их беспокоит или вдохновляет, чтобы увидеть нужное место для приложения усилий.
7. И тогда в один прекрасный момент всё это сойдётся воедино 🚀
8. А люди посмотрят на тебя и скажут: «Ему просто повезло» 😊



Это проще, чем отбирать у кого-то работу

1. Часто говорят, что задача стартапа — сделать продукт, отбирающий у кого-то работу. Но это не всегда так! Возьмём, к примеру, маленькие компании, оказывающим оффлайновые услуги — например, по установке и ремонту сантехники, кондиционеров или чего-то подобного.
2. Фишка в том, что сотрудники и сами владельцы таких компаний всё время на выездах у клиентов. Как следствие, у них тупо нет времени,

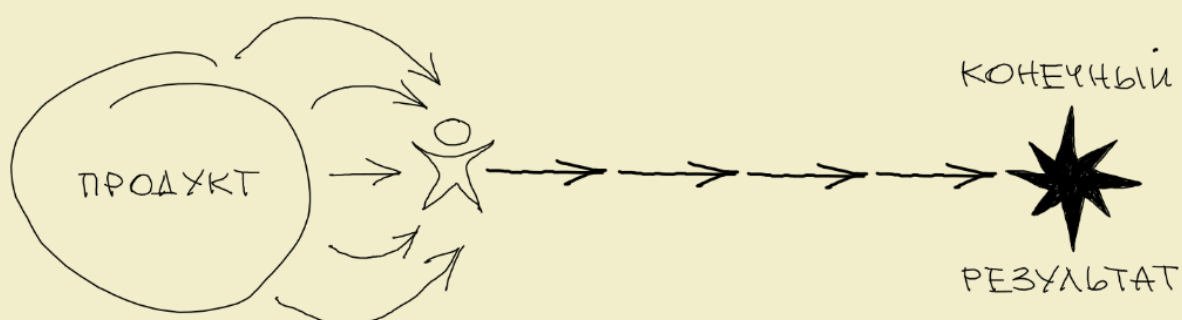
чтобы сесть и заняться поиском новых клиентов. А нанимать фрилансеров и агентства, которые бы этим занялись — у них опять же тупо нет денег.

3. А теперь представим, что мы сделали и дали им ИИ-машинку, которая ищет таким компаниям клиентов в их окрестностях и по их специфике.
4. Но ведь в этом случае нельзя говорить, что мы «отбираем у кого-то работу»! Потому что сами компании ей практически не занимаются и никого на неё не нанимают. Так что отбирать эту работу не у кого 😊
5. Ну а значит мы изобрели новый принцип — не «отбирать у кого-то работу», а «давать людям то, на что им не хватает времени» 🚀
6. Навеян этот пост сегодняшними стартапами из фастфаундера, которые реально сделали такие платформы — и набирают на них реальных клиентов и поднимают реальные инвестиции. Потому что в США, например, маленьких компаний 35 миллионов, и они составляют 99.9% всех американских компаний.
7. А у малого бизнеса по определению на то что не хватает времени 😊 А ещё и денег — чтобы нанять кого-то, кто бы сделал это за них 😊 Так что описанный принцип не просто рабочий, но и имеет как минимум один огромный рынок для применения.
8. А может быть, и не один! Интересно, кому ещё и на что не хватает времени, хотя для них это важно? Куда и каким образом можно прикрутить ИИ, чтобы эту проблему решить?



Как повысить ценность и цену своего продукта?

1. Развитие продукта похоже на земледелие 😊 Которое, как нас учили в школе, может развиваться «экстенсивно» (добавление площадей) или «интенсивно» (улучшение агротехнологий). Надеюсь, вы помните, какой из методов более прогрессивный 😊



Telegram-канал @temno

2. Продукты тоже можно развивать «экстенсивно» или «интенсивно». Экстенсивный путь — добавление новых функций, крутящихся вокруг того же самого. Интенсивный путь — добавление качественно новых свойств, приближающих пользователя к желаемому конечному результату.
3. Возьмём, к примеру, ИИ-машинку, собирающую базу данных локальных компаний для возможной покупки. Экстенсивный путь её развития — добавление индустрий, регионов и критериев поиска. Но ведь конечная цель пользователя такой базы — зарабатывать деньги на купленной компании!

4. Поэтому интенсивный путь развития — последовательное добавление в ИИ-машинку качественно новых возможностей: оценка возможной стоимости компании → контакт с владельцами и торговля по цене → подготовка документов на покупку бизнеса → контакты с возможными инвесторами и заёмщиками для привлечения капитала на покупку → поиск нового директора для купленного бизнеса → система контроля работы портфельных компаний.
5. А добавление новых индустрий, регионов и критериев поиска может и подождать 😊 Потому что только добавление новых интенсивных способов качественно увеличивает ценность и цену продукта. А также быстрее завоёвывает и крепче удерживает пользователей — желающих получить тот самый конечный результат, не размениваясь на промежуточные шаги.
6. Какой конечный результат хотят получить пользователи твоего продукта?
7. А то свойства, которое ты сейчас планируешь в него добавить — оно приближает пользователей к конечному результату? 🎯 Или просто даёт ему какую-то «новую возможность»? 😊



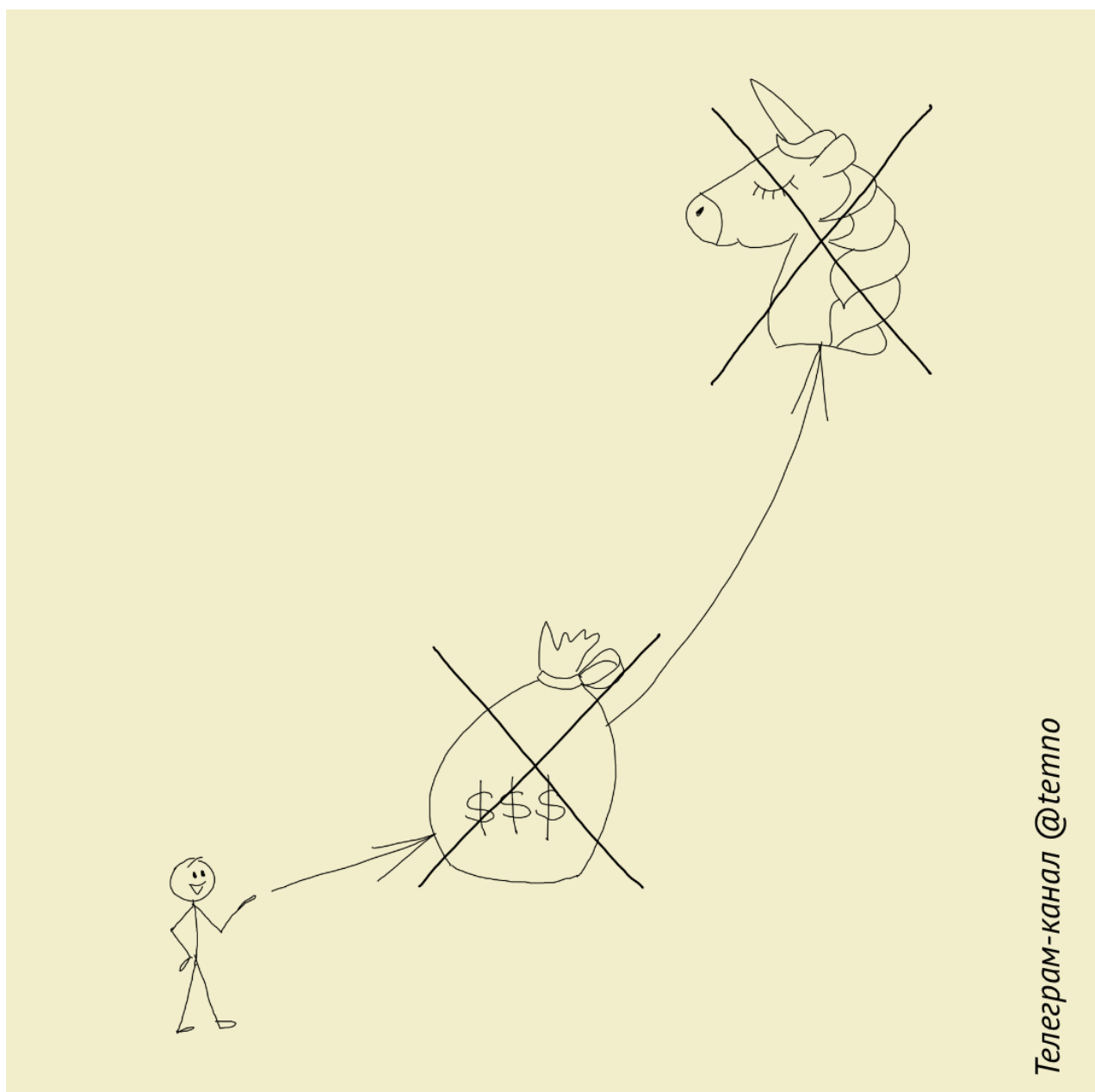
Вайбкодинг — это панк-рок программирования

1. Давным-давно, если ты хотел стать музыкантом, ты должен был годами учиться, чтобы потом когда-нибудь сочинить симфонию или сыграть её в составе большого оркестра... Но потом появился панк-рок.
2. Чтобы сочинять и исполнять панк-рок, тебе достаточно было за день выучить всего три аккорда. И когда ты хотел что-то музыкой выразить — ты мог это сделать. Причём тебе для этого не была нужна какая-то особая экспертиза или особое мастерство — кроме самой идеи и способности её высказать.



3. Вайбкодинг — это то же самое! Это «панк-рок программирования». С помощью которого ты можешь сделать всё, что только можешь себе вообразить.
4. Однако я разочарован тем, что такой мощный инструмент вместо этого используется для копирования того, что с помощью гораздо более совершенных инструментов программирования делают другие.
5. Поэтому я очень хочу увидеть, как кто-то раздвинет границы возможного. Показав всем нам, что он хочет сказать, может придумать — и сделает это «на трёх аккордах вайбкодинга».

6. Это вольный перевод слов известного музыкального продюсера Рика Рубина со вчерашнего шоу сооснователей венчурного фонда a16z Марка Адриссена и Бена Хоровица.
7. Получается, вайбкодинг — это в первую очередь инструмент для самореализации. Поэтому, когда говорят, что вайбкодинг является убогим инструментом программирования — это всего лишь означает, что на с его помощью реализуются убогие мечты 😊
8. А тебе есть что сказать миру?



Большие фонды отходят от старой венчурной модели

1. Большие венчурные фонды уже начали перерегистрироваться в качестве «инвестиционных советников». Что даёт им возможность безо всяких ограничений вкладывать деньги своих инвесторов в покупку акций публичных компаний, покупать доли в частных компаниях у их владельцев, полностью их выкупать, а также сливать несколько маленьких компаний в одну большую.
2. И это не простая формальность, а фундаментальное изменение старой венчурной модели — при которой венчурные фонды делали десятки и сотни рискованных ставок на ранних стадиях, а потом десяток с лишним лет ждали, пока какой-то из портфельных стартапов внезапно не превратится в миллиардную компанию.
3. Однако сейчас работать по такой схеме — это уже безумие!
4. Во-первых, технологии и рынки стали меняться настолько быстро, что за десять лет всё может слишком сильно измениться.
5. Во-вторых, появление этих самых новых технологий даёт возможность зарабатывать надёжнее и быстрее, чем раньше. Можно купить работающую компанию, внедрить в неё ИИ, сделать в разы эффективнее — и на этом заработать. Или купить сразу несколько таких компаний, объединить их, проделать тот же фокус — и заработать ещё непропорционально больше на эффекте масштабирования.
6. Прикольно, что бывшие чисто венчурные фонды уже поняли ущербность старой венчурной модели. А большинство стартапов — всё ещё нет. И многие до сих пор мечтают стать единорогами за счёт какой-то «уникальной» фишки. Или кучи денег, которые им кто-то даст, чтобы на этой фишке через десять лет может быть заработать. Хотя этот «кто-то» уже поменял модель своей работы 🤔
7. А если отбросить мечту волшебным способом превратиться в единорога за мешок чужих денег — то как и за счёт чего ты сможешь заработать на своём стартапе?