# ТЁМНАЯ СТОРОНА

## Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

## С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

июнь

2025

# Новые идеи для вдохновения и копирования

Fast Founder: https://fastfounder.ru

## Читать

ВКонтакте: https://vk.com/amoreynis

Телеграм: https://t.me/temno

# Ты не сможешь построить бизнес, пока не научишься терять клиентов

1. Во-первых, нельзя быть привлекательным для всех. Вы не поверите, но далеко не все любят даже айфоны и ТикТок. Что же тогда говорить о менее примечательных сервисах.

2. Во-вторых, самые главные деньги зарабатываются на пользователях, которые платят бесконечно долго, а ещё лучше — всё больше и больше с течением времени.

3. В-третьих, бизнес — это то, что может работать и без тебя. Ну или другими словами, то, с чем ты перестаёшь париться, а оно продолжает приносить деньги 😉 Как раз за счёт тех самых долгих и хорошо платящих клиентов.

4. Самое большое количество отвалов происходит в течение одного-двух месяцев после регистрации, когда может отваливаться до 80% новых пользователей. Кстати, чем выше и шире ты гонишь маркетинговую волну, тем больше таких «временных попутчиков» ты зацепишь.

5. И в этот момент перед тобой встаёт выбор — что делать? Начинать плясать перед 80% пользователей, уговаривая их остаться? Или сосредоточиться на поиске новых пользователей, похожих на 20% тех, кто остался?

6. Чисто арифметически 80% лучше, чем 20%. Однако вряд ли эти 80% случайных людей станут настолько лояльными, чтобы их можно было бы перестать уговаривать. Поэтому основой для бизнеса они стать не смогут.

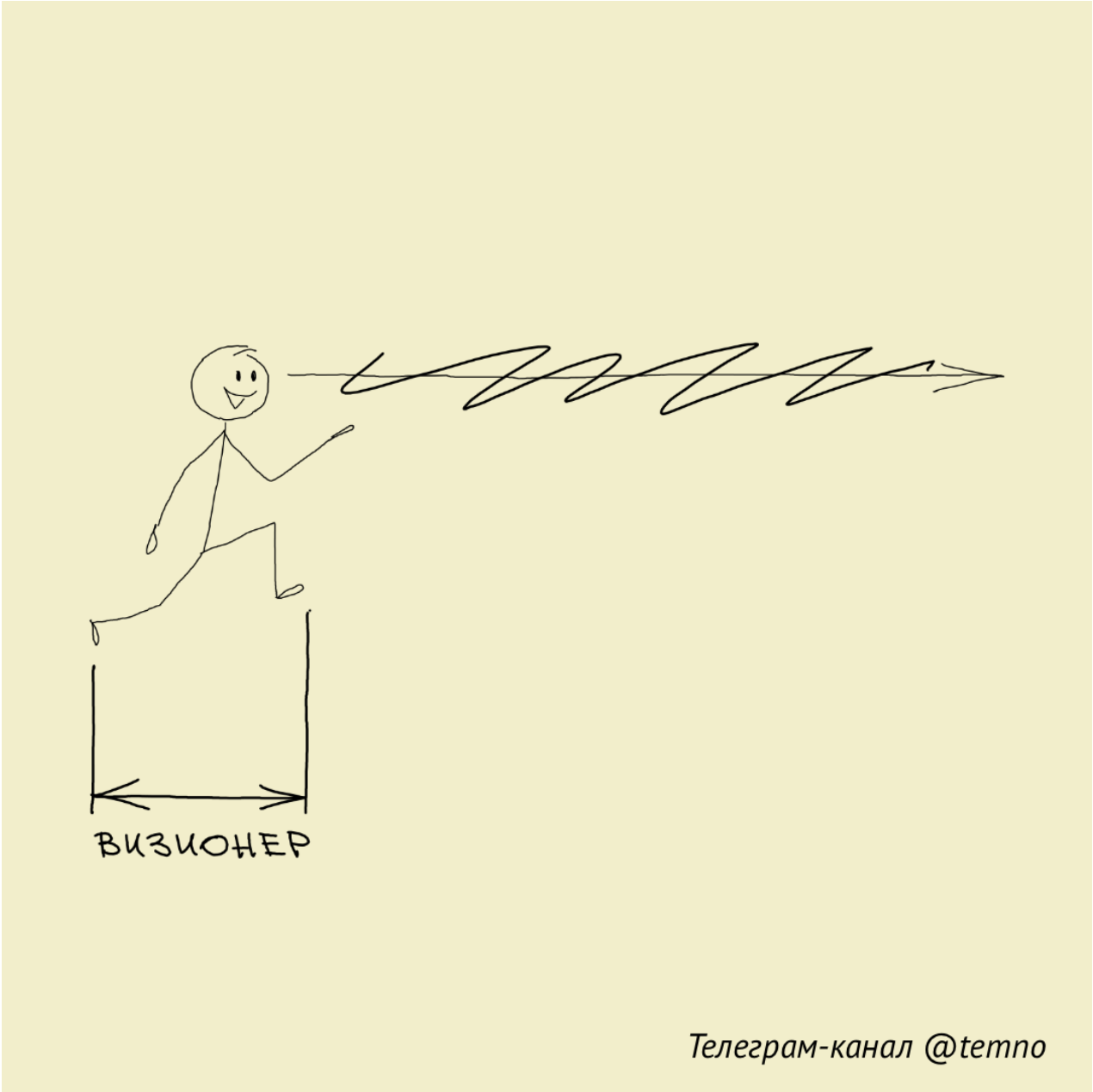
7. К тому же, занимаясь ими, ты можешь свернуть куда-то не туда, из-за чего от тебя начнут отворачиваться те самые лояльные 20% — обнаружив, что им подсовывают уже не тот сервис, на который они в самом начале подписывались.

8. Так что, если ты хочешь построить бизнес, а не передвижной цирк, тебе придётся научиться мириться с потерей довольно существенного случайных пользователей.

9. Чтобы вместо попыток их удержать ты бы смог сфокусироваться на тех, кто готов оставаться с тобой — потому что ты им зачем-то и для чего-то реально нужен.

10. «Но мой продукт нужен всем!»… Тогда смотри пункт 1 😉

❄ ❄ ❄



# Что большого скрывается внутри твоего маленького?

1. Пол Грэм советует фаундерам не стараться быть визионерами, пытающимися сразу создать что-то великое. Ведь опыт показывает, что большие вещи обычно начинаются с малого.

2. Микрософт начался с того, что Билл Гейтс написал интерпретатор Бейсика для персонального компьютера. Фейсбук — с того, что Марк Цукерберг создал иллюстрированный каталог студентов Гарварда. А Эйрбнб — с предложения Брайана Чески селить приезжих в свободных комнатах на надувных матрасах

3. Причём ни Гейтс, ни Цукерберг, ни Чески не подозревали, во что их идеи могут превратиться. Они просто с чего-то начали, а потом куда-то двигались.

4. Вообще говоря, сразу иметь большую и амбициозную цель на 10 лет вперёд может оказаться плохим выбором — потому что шанс ошибиться на таком длинном горизонте слишком велик.

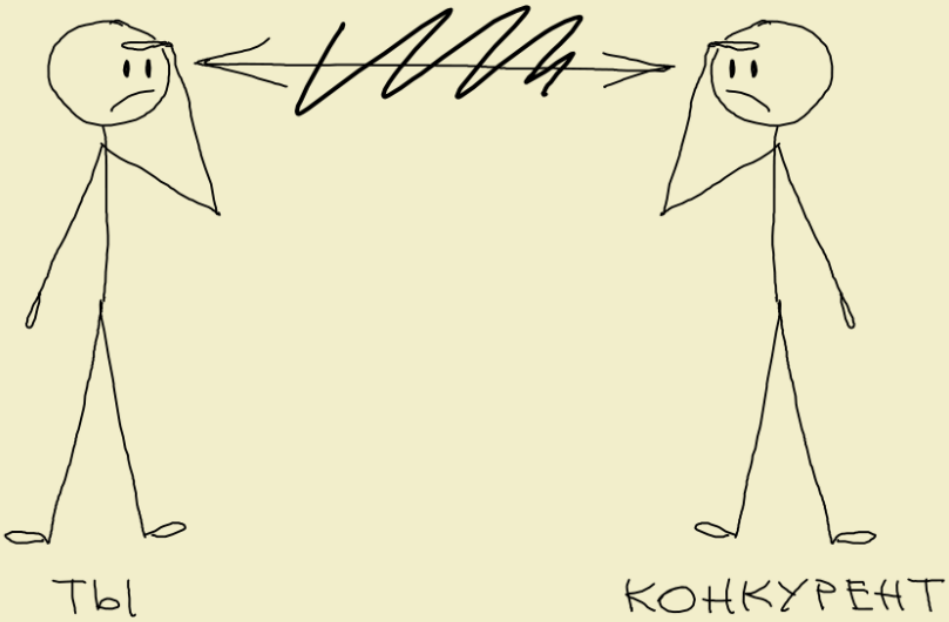
5. Но тогда получается, что визионер — это не тот, кто видит будущее на годы вперёд. А тот, кто видит, куда можно сделать следующий шаг 🚀

6. Но это ни фига не просто! Потому что вокруг куча примеров того, как люди что-то сделали — а потом принялись украшать это бантиками и шариками. Вместо того, чтобы сделать следующий шаг вперёд.

7. Не исключено, что внутри каждого маленького дела скрывается что-то гораздо большее. Нужно только суметь это разглядеть и иметь мужество попробовать это сделать.

8. А что большого скрывается внутри твоего маленького дела? Куда именно вперёд и какой шаг ты можешь сделать?

❄ ❄ ❄




*Телеграм-канал @temno*

## А не по фигу ли тебе, что делают твои конкуренты?

1. Ведь внимательно следя за своими конкурентами, ты подсознательно начинаешь их копировать. Тем самым ввязываясь в крысиные бега с переменным успехом. Вместо того, чтобы идти своим путём.

2. «Свой путь» — это, как говорил Джефф Безос, быть одержимым не своими конкурентами, а своими пользователями. Пытаясь понять, что ещё для них можно сделать.

3. Причём самое лучшее — что-то такое, что никто ещё не для них не делал. Но как ты это найдёшь, если ты будешь тратить силы на повторение того, что делают твои конкуренты?

4. Иногда фаундеры на это отвечают, что они смотрят на конкурентов в поисках вдохновения. Но вдохновение можно найти в чём угодно, жизнь даёт нам для этого достаточно знаков.

5. К примеру, японский врач придумал джиу-джитсу, заметив, как ветка ели сломалась под тяжестью налипшего на неё снега. А ветка стоявшей рядом ивы склонилась до земли, сбросила снег и снова выпрямилась. Поэтому базовой концепцией нового боевого искусства стал лозунг «Сначала поддаться, а потом победить».

6. Ну хорошо, заметить связь между ивой и боем довольно сложно. Но ведь можно брать интересные фишки, подходы и модели у стартапов с чужих рынков — и переносить их на свой. А это уже гораздо проще 😉

7. Поэтому возьми десяток-другой взлетающих стартапов с других рынков — и попробуй выделить из них то, что ты можешь применить у себя.

8. А это поможет тебе сделать ход, неожиданный для твоих конкурентов, которые, как и ты раньше, пытаются разглядеть будущее через замочную скважину своего рынка.

9. Смотри шире, короче 🚀

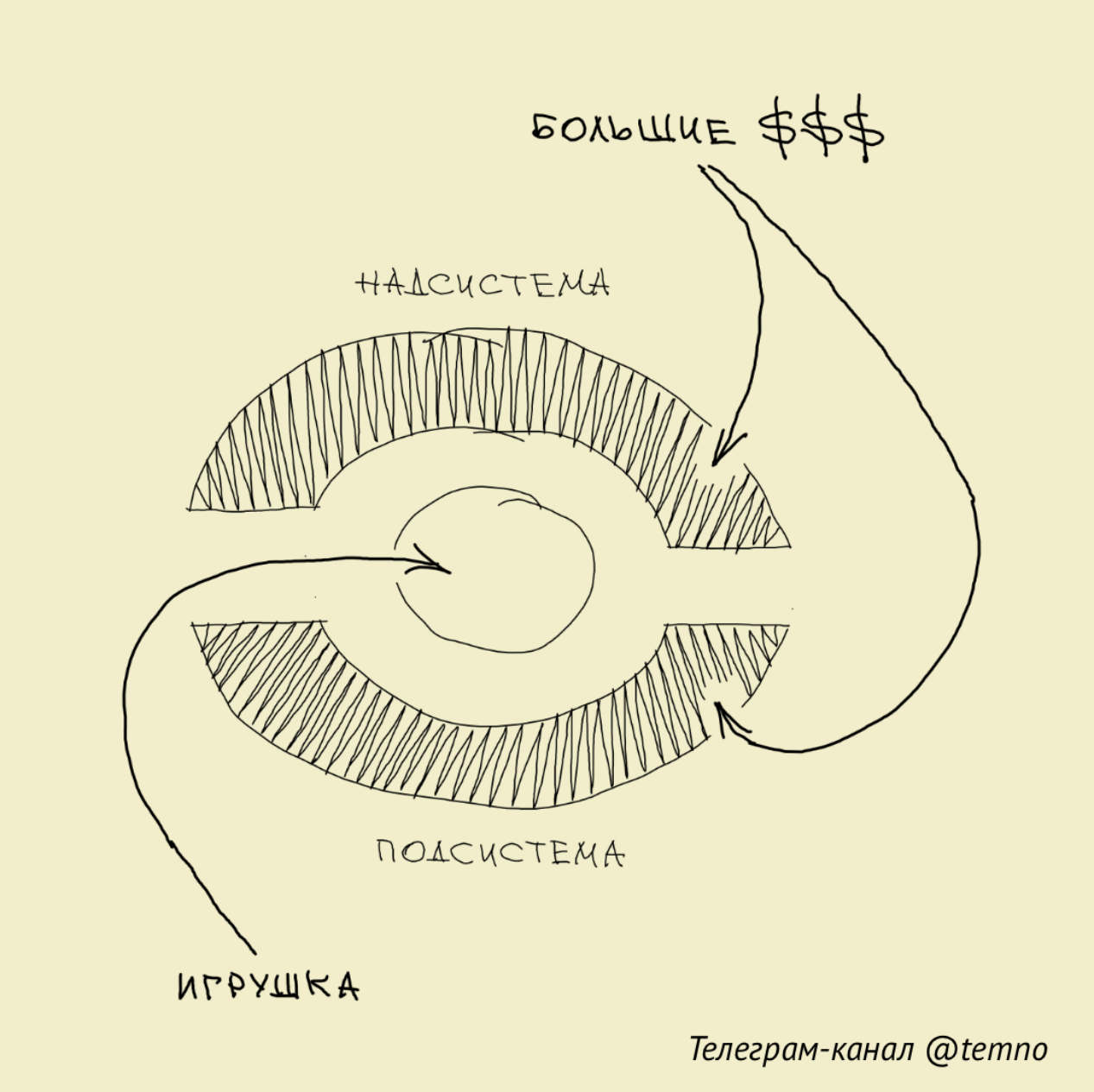
❄ ❄ ❄

## 3 миллиарда долларов — это только цена закуски для разжигания аппетита!

1. «То, что ИИ умеет генерировать программный код — это только закуска для разжигания аппетита», — заявил основатель ИИ-платформы для программирования Windsurf.

2. «Потому что настоящая программная инженерия — это умение проектировать и отлаживать целые программные системы. А ИИ-

платформы, которые научатся это делать, станут уже реальным




прорывом.».

3. Причём эту «закуску», сам стартап Windsurf в смысле, Open AI покупает сейчас за 3 миллиарда долларов. Так сколько же тогда будут стоит эти самые «инженерные платформы» 😱

4. Другими словами, вокруг того, что в любой области уже научился делать ИИ, есть целый набор «надсистем» и «подсистем», которые ему пока недоступны. А настоящим прорывом станет, когда ИИ до них

доберётся. Поэтому главные деньги заработают те стартапы, чьи ИИ-шки смогут с ними справляться.

5. Причём это ведь необязательно должны быть те же самые стартапы, которые начали эту тему копать. Возможно, что самого лучшего ИИ-архитектора программных систем сделает не Windsurf, не Replit, не Bolt и не Lovable — а какой-то другой стартап. Ведь даже сейчас «отличный программист» не равно «отличный системный архитектор» 😉

6. Ну а тогда вырисовывается хороший способ поиска идеи для прорывного стартапа 🚀

7. Нужно взять на те области, в которых уже есть примеры успешных ИИ-платформ, и посмотреть — для чего же они являются закуской 🍰

   Какие вокруг этой ИИ-шки есть надсистемы и подсистемы, без которых эта ИИ-шка пока ещё является игрушкой, пусть даже прикольной и полезной?

8. Интересно, что же это может быть?

❄ ❄ ❄

## Без бессовестных амбиций этого не сделать

1. Стартапы — это даже не про деньги 💰, а про бессовестные амбиции

   🚀 Чтобы это понять, достаточно на пальцах прикинуть венчурную арифметику. К примеру, захотел ты взять у инвестора 100 тысяч долларов. Так как минимум 9 из 10 стартапов проваливается, инвестор должен заработать на твоём стартапе по крайней мере 1 миллион долларов, чтобы только выйти в ноль по всему портфелю. Или заработать хотя бы 10 миллионов долларов за 10 лет, чтобы получить плюс-минус скромные для такого уровня риска 25% годовых в валюте.

2. Фаундер — это первый инвестор стартапа, который вкладывает в него время вместо денег. Однако заработать он должен хотеть не меньше, чем обычный инвестор 😉

3. Доля у фаундера округлённо в 10 раз больше, чем у инвестора. Однако, в отличие от инвестора, он не может хеджировать риски количеством стартапов. Поэтому он должен компенсировать это качеством. Например, рассчитывать заработать на своём стартапе в 10 раз больше, чем обычный инвестор.

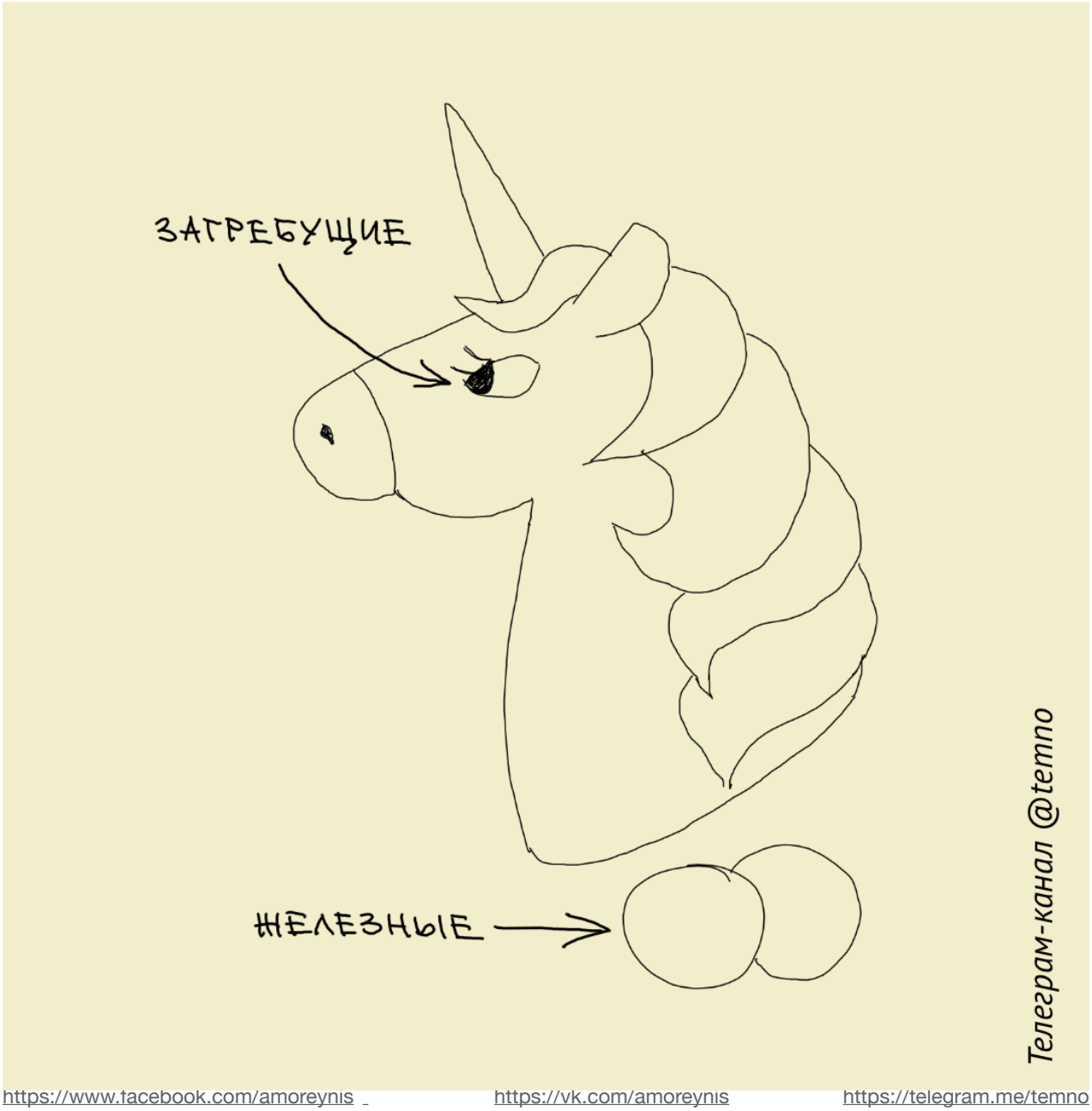
4. Если поделить на 10 «в 10 раз больше денег на в 10 раз большей доле», мы придём к тому же соотношению, что и для инвестора. То есть, вкладывая 100 тысяч долларов в эквиваленте своего времени, фаундер должен хотеть заработать как минимум 10 миллионов долларов. Оговорюсь, что аналогичное соотношение в рублях не работает, потому

что порядка 20% годовых сейчас можно заработать на банковском рублёвом вкладе.

5. Минимум 10 миллионов долларов прибыли на 100 тысяч долларов инвестиций — это 1 миллион долларов прибыли на 10 тысяч инвестиций или 100 миллионов прибыли на 1 миллион инвестиций. Пусть даже в эквиваленте потраченного времени. И никакими «проверенными методами» такого соотношения не добиться!

6. Именно поэтому стартап — это исключительно про бессовестные амбиции тех, кто решил, что такое возможно.

❄ ❄ ❄



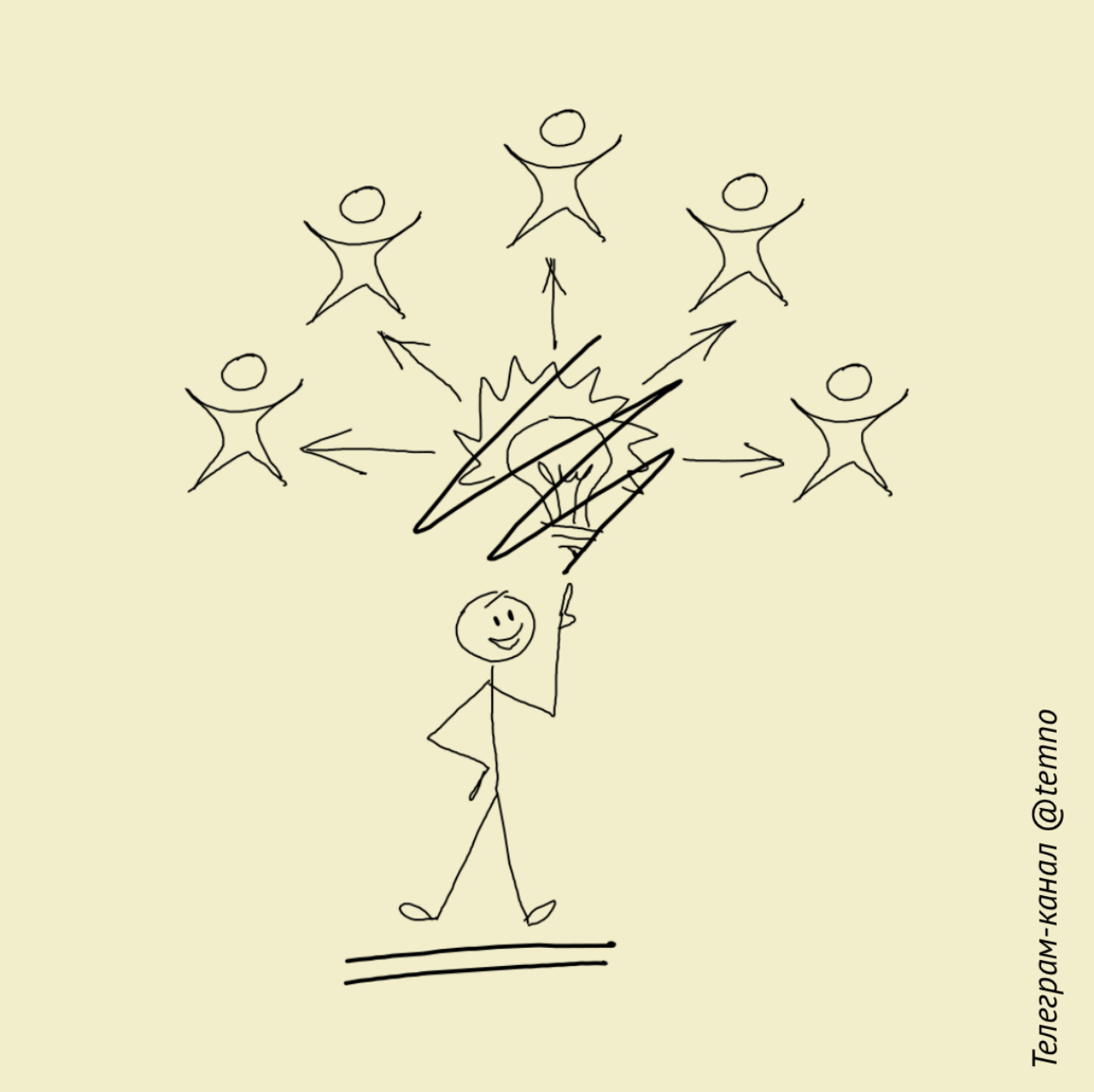
## Безумные разумные единороги

1. Начал смотреть на Нетфликсе тайский сериал «Безумный единорог» по мотивам истории появления первого тайского миллиардного стартапа. Неплохой, кстати, сериал оказался. Но не в этом суть.
2. Суть в том, что в очередной раз стало отчётливо понятно, что миллиардные стартапы — они про три вещи.
3. Во-первых, увидеть то, что уже есть.
4. Во-вторых, создать бизнес-процессы, позволяющие быстро и неограниченно это масштабировать.
5. В-третьих, сразу быть готовым конкурировать за место под солнцем с двумя типами игроков — старыми, у которых ты бизнес отбираешь, и новыми, которые пытаются делать то же самое, что и ты.
6. Поэтому залог успеха — не заниматься изобретательством, не стремиться к уникальности, смотреть шире, нанимать лучших и иметь железные яйца.
7. А всё остальное приложится.

❄ ❄ ❄

## Команда важнее идеи

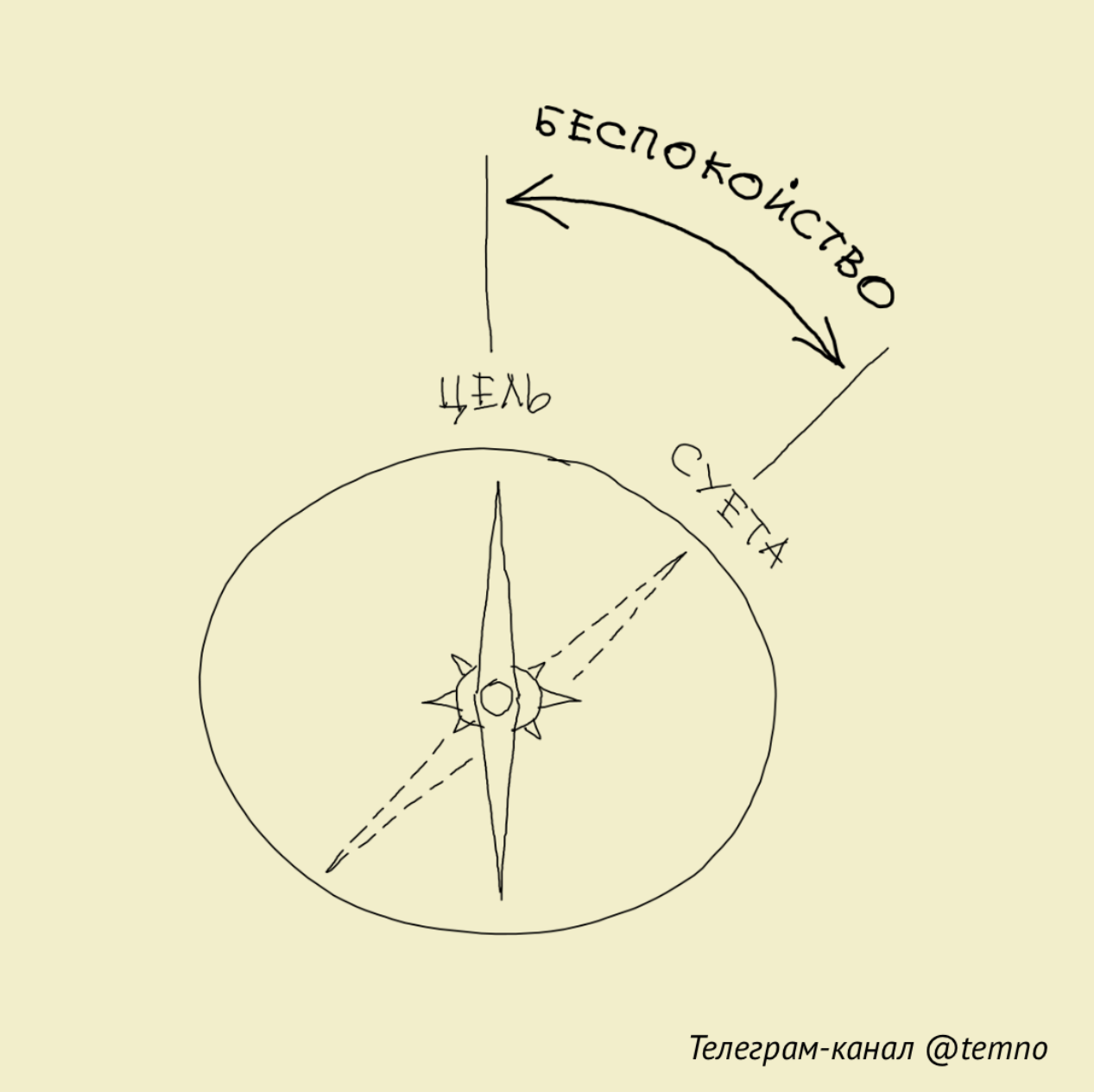
1. Если ты собрал реально хорошую команду, то ты сможешь сделать с ней новый стартап, даже если идея старого стартапа провалилась.
2. Но тогда это должно стать главным критерием найма ключевых сотрудников своего стартапа — чтобы ты мог с ними запустить любой другой стартап. А у этого есть две главные составляющие.
3. Во-первых, они должны верить тебе, а не в идею стартапа. Чтобы продолжать верить в тебя, даже если твоя очередная идея потерпела неудачу. Правда, для этого ты должен распознавать неудачи быстрее, чем они. Иначе они в тебя перестанут верить.




4. Во-вторых, ключевой сотрудник — это тот, кто обладает универсальными навыками, которые могут пригодиться в стартапе на любую тему. Поэтому самые ключевые сотрудники стартапа — это не эксперты в узкой области, а генералисты. Например, отличный рекрутёр, который в случае необходимости поможет тебе собрать команду узких экспертов в любой области.

5. Другими словами, команду стартапа нужно собирать не «под идею», а «под себя» 😉

❄ ❄ ❄




## Беспокойство — это не душевная болезнь, а жизненный компас

1. Очень хорошее сравнение — «Беспокойство возникает, когда твои мозги больше яиц» 😉 В том смысле, что мозгом ты понимаешь, что что-то должен сделать, но мужества на это не хватает. Это несоответствие и вызывает беспокойство.

2. При этом ты можешь даже суетиться, называя это действием. Но если ты продолжаешь чувствовать сосущее чувство беспокойства — значит, это не движение куда-то, а бег на месте.

3. Ведь когда ты куда-то движешься, ты не беспокоишься, а боишься — прибежать не туда, упасть в яму по дороге, получить подножку от конкурента или что-то ещё в этом духе.

4. А беспокойство — это подсознательное осознание того, что ты никуда не движешься. Поэтому беспокойство является отличным компасом, стрелка которого дёргается ровно в тот момент, когда движение незаметно превращается в суету.

5. Правда, это чувство возникает только у тех, чьи мозги начали быстро расти. Потому что, когда мозги я яйца одинаково маленькие, никакого несоответствия между ними возникнуть не может 😉

6. Так что, если ты начал беспокоиться — это уже хорошо. Значит, с мозгами у тебя всё в порядке. Осталось только разобраться, куда двинуться, чтобы чувство беспокойства исчезло.

❄ ❄ ❄

## Бей первым! Если месилова по-любому не избежать.

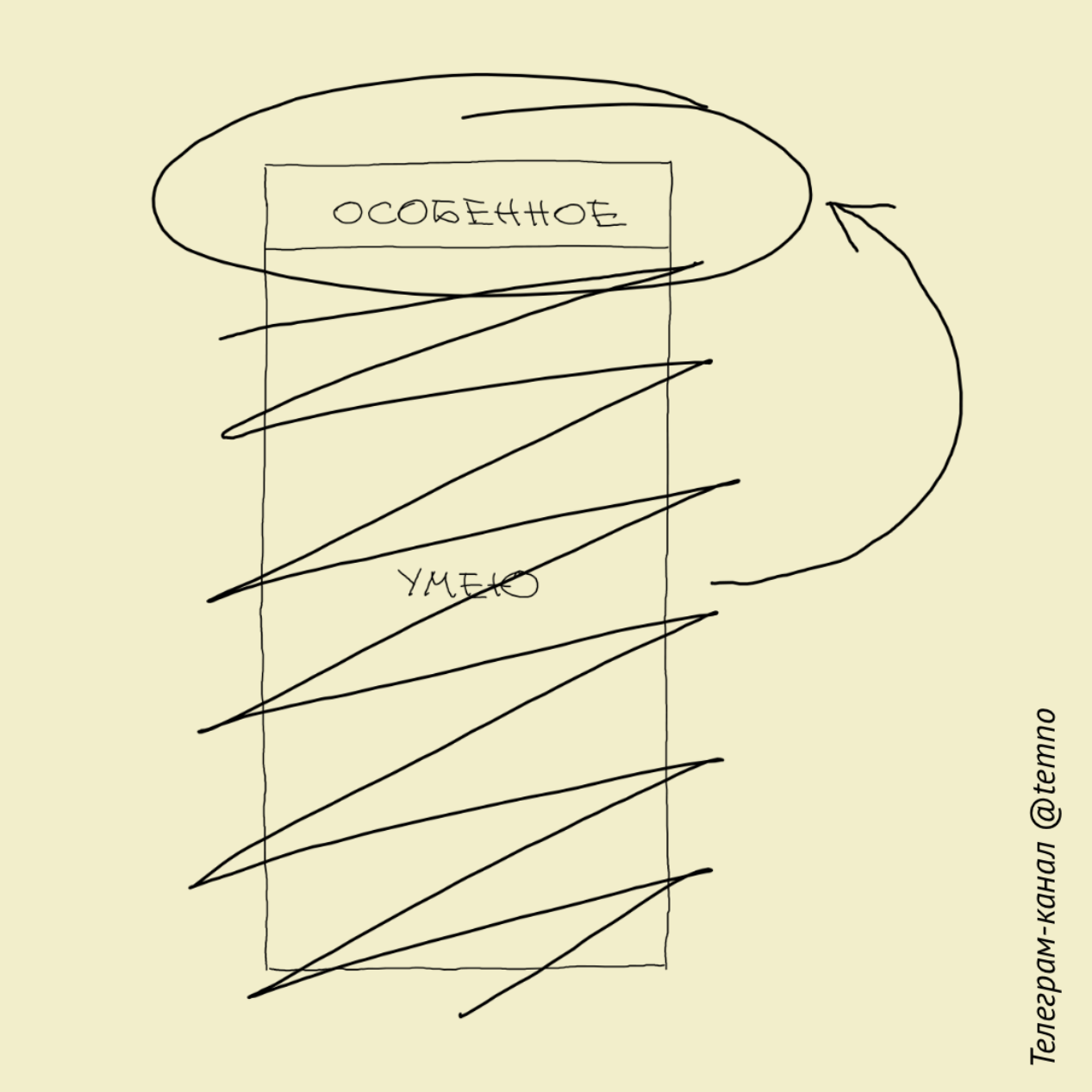
1. ПРОСТО уметь что-то делать — скоро будет мало. Даже уметь это делать ОЧЕНЬ ХОРОШО — всё равно будет недостаточно.

2. Потому что уже многое, что люди «просто» умеют делать — уже умеет ИИ. Пусть пока не всё у него получается «очень хорошо» — но скоро он и на этот уровень выйдет.

3. В такой же ситуации уже давно находятся фаундеры стартапов, музыканты, художники и режиссёры. Ведь все они умеют что-то делать, но чётко понимают, что для успеха этого явно недостаточно.

4. Мало что-то просто запрограммировать, сочинить, нарисовать или снять. Нужно найти что-то особенное — к чему свои умения можно применить.

5. И талант состоит как раз в умении разглядеть, найти или придумать это особенное. А не в умениях — которые в общем-то довольно обычные, потому что то же самое на том же уровне умеет много кто ещё.

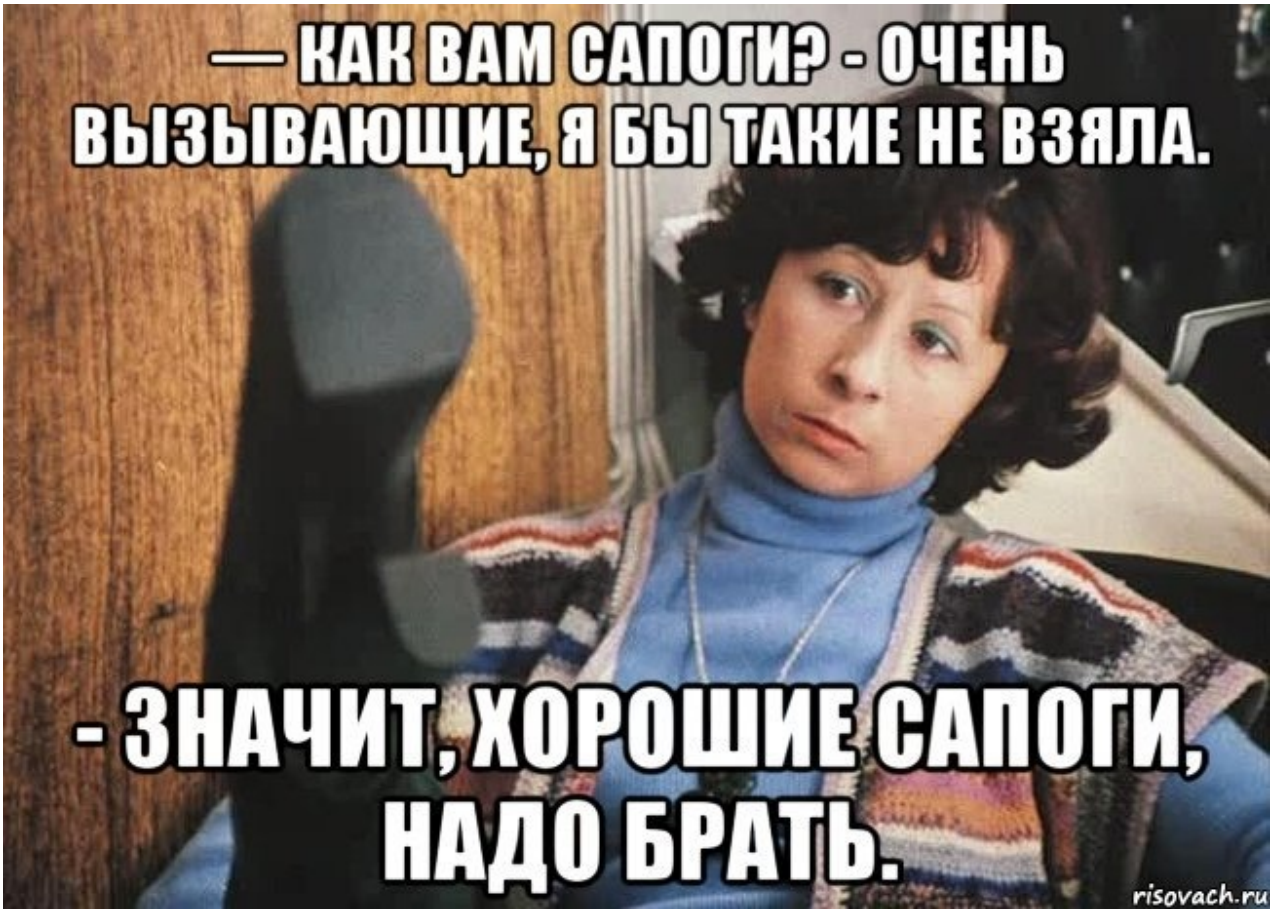



6. Ну а через некоторое время все люди окажутся в положении фаундеров стартапов, музыкантов, художников или режиссёров — или они сделают что-то особенное, или их похоронит ИИ.

7. Нет, конечно, можно посидеть и подождать, пока эта волна не дойдёт до тебя. И только тогда задуматься, что же делать.

8. А можно начать искать или придумывать это особенное прямо сейчас 🚀 Получив таким образом хорошую фору перед толпой всех остальных, кто полезет в ту же сторону, когда их наконец припрёт. А до этого не так уж и долго осталось 😉

❄ ❄ ❄




## «Глупая идея, никогда такого не будет»… «Значит, надо брать!»

1. На днях идею одного стартапа в фастфаундере назвали «глупой». Добавив при этом, что «никогда такого не будет», на что этот стартап как раз рассчитывает. Что напомнило мне сценку из старого фильма «Служебный роман».

2. Когда модная секретарша спрашивает у мымры-начальницы: «Вам эти сапоги нравятся?», а та отвечает: «Очень вызывающие. Я бы такие не

взяла.». После чего секретарша задумчиво заключает — «Значит, хорошие сапоги, надо брать» 😉

3. Другими словами, если говорят, что «идея глупая» и «никогда такого не будет» — это отличная идея для стартапа 🚀 Гораздо лучшая, чем если бы говорили «умная идея» и «это точно сработает» 😉

4. Потому что стартапы делают не для того, чтобы создать ещё один маленький скучный бизнес. А чтобы сорвать джекпот. А сорвать джекпот можно, только если ты сделаешь рискованную ставку против всех!

5. Поэтому идеи многих успешных стартапов вначале казались глупыми — взять хотя бы Твиттер или Инстаграм. А про многое считали, что такого никогда не будет. Типа компании по производству электромобилей стоимостью в 2.5 раза дороже, чем суммарная стоимость Тойоты, Фольксвагена, Дженерал Моторз, Форда и Мерседес-Бенца. Или что частная компания будет запускать ракеты. Да даже ИИ ещё лет 5 назад проходил по категории научной фантастики.

6. Так что, как ни странно это звучит, но самая хорошая идея для настоящего стартапа — это та, которую многие назовут глупой.

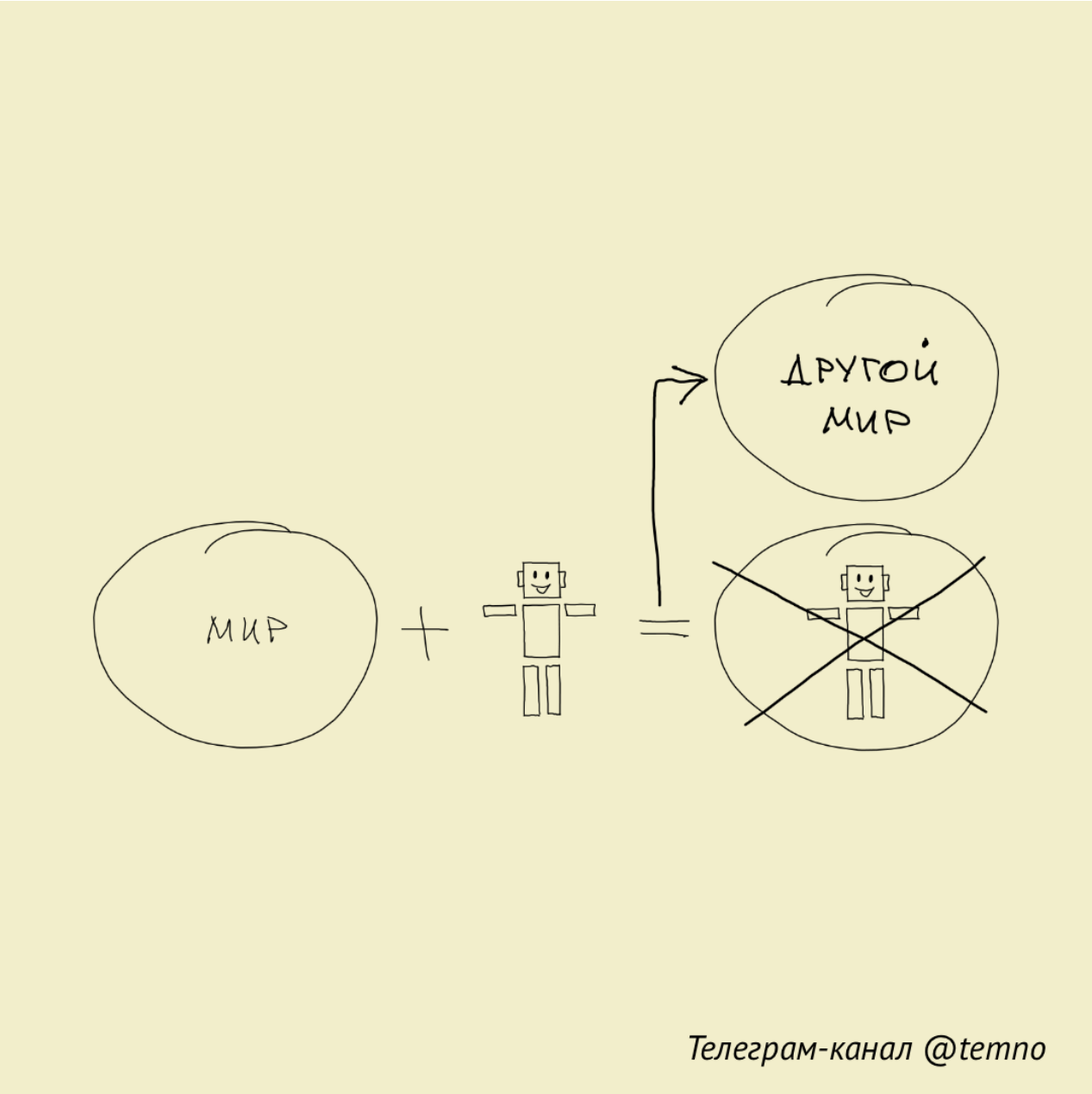
7. А вторая странность — это то, что придумать «глупую» идею гораздо сложнее, чем «умную». Потому что у нас в мозгах слишком много стопоров и фильтров социальной защиты, заставляющих мыслить только в русле общепринятых шаблонов.

8. Ну что, у кого какие «глупые» идеи есть? А дополнительный бонус тем, кто придумает ещё и то, чего «никогда не будет» 😉

9. Приз и бонус заберёте потом в кассе своего стартапа 💰

Сценка из фильма: https://rutube.ru/video/8271b830bfc6d635d864a53103132e0e/

❄ ❄ ❄




## «Как без ИИ, но только с ИИ»… Но на деле всё гораздо серьёзнее.

1. Многие до сих пор думают, что мир после ИИ будет таким же, как «мир без ИИ, но только с ИИ». Хотя на деле всё окажется гораздо серьёзнее.

2. Ведь мир после появления компьютеров, а потом и интернета стал драматично другим. И не только с точки зрения быстроты и удобства. Он именно изменился! Что-то кажущееся незыблемым исчезло. Зато появилось то, что раньше казалось невозможным.

3. Поэтому после ИИ мир тоже станет совсем другим. И те стартапы, которые сумеют себе представить, что именно изменится, чтобы оказаться в нужное время в нужном месте с нужным продуктом — те и взлетят 🚀

4. А это, кстати, полностью укладывается в совет Пола Грэма для стартапов — «Нарисуйте себе картинку будущего, а потом создайте то, чего для неё не хватает» 😉

5. Но что же изменится после массового входа ИИ в нашу жизнь? Вот всего пара вариантов для затравки.

6. Во-первых, исчезнут привычные маркетплейсы по продаже товаров. Потому что у каждого человека появится ИИ-агент, которому он сможет поручить найти и купить нужную вещь на лучших условиях. И эти ИИ-агенты будут способны искать по всему большому интернету. Так на фига тогда нужны маркетплейсы?

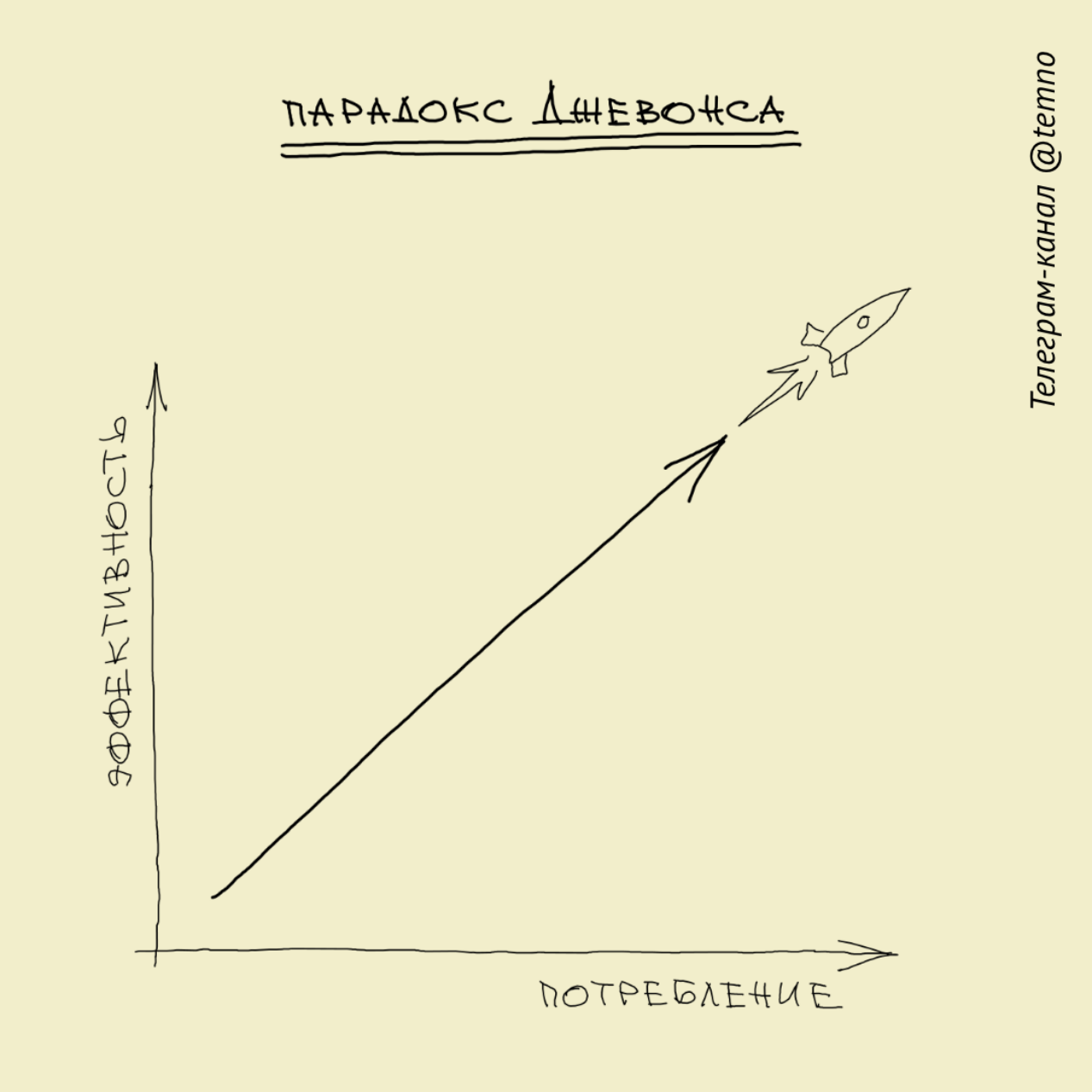
7. Во-вторых, исчезнет рынок продажи учебных курсов. Вместо это бывшие учителя будут продавать ИИ-агентов. Ведь если они могли научить человека — значит, они смогут научить тому же самому и ИИ. А если не смогут — сразу возникают сомнения, что они вообще могут кого-то чему-то научить 😉

8. Да, нет, может быть? А что ещё может драматично и неожиданно измениться?

❄ ❄ ❄

## Стартапы, основанные на парадоксе Джевонса

1. Парадокс Джевонса был сформулирован ещё в 19 веке. Его суть в том, что технологический прогресс, который увеличивает эффективность использования какого-либо ресурса → приводит к увеличению объёмов потребления этого ресурса. Сейчас про этот парадокс вспомнили в связи с появлением ИИ.




2. Как в январе твитнул CEO Микрософта Сатья Наделла: «Парадокс Джевонса снова выстрелил. По мере того, как ИИ будет становиться более эффективным и доступным, мы увидим, как объёмы его использования взлетят до небес. В результате ИИ станет обычным инструментом — но которым мы ещё долго не сможем насытиться» 😉

3. Получается, что рецепт стартапа, основанного на парадоксе Джевонса, очень прост. Нужно найти что-то, чем сейчас пользуются немногие люди или компании, потому что это долго, дорого и геморройно. И сделать это с помощью ИИ более простым, удобным и доступным.

4. Тогда размер аудитории и объёмы использования этого самого вырастет в десятки или даже сотни раз 🚀 Таким образом маленький рынок может превратиться в большой. А большой — в огромный. И на этой разнице можно очень хорошо заработать 💰

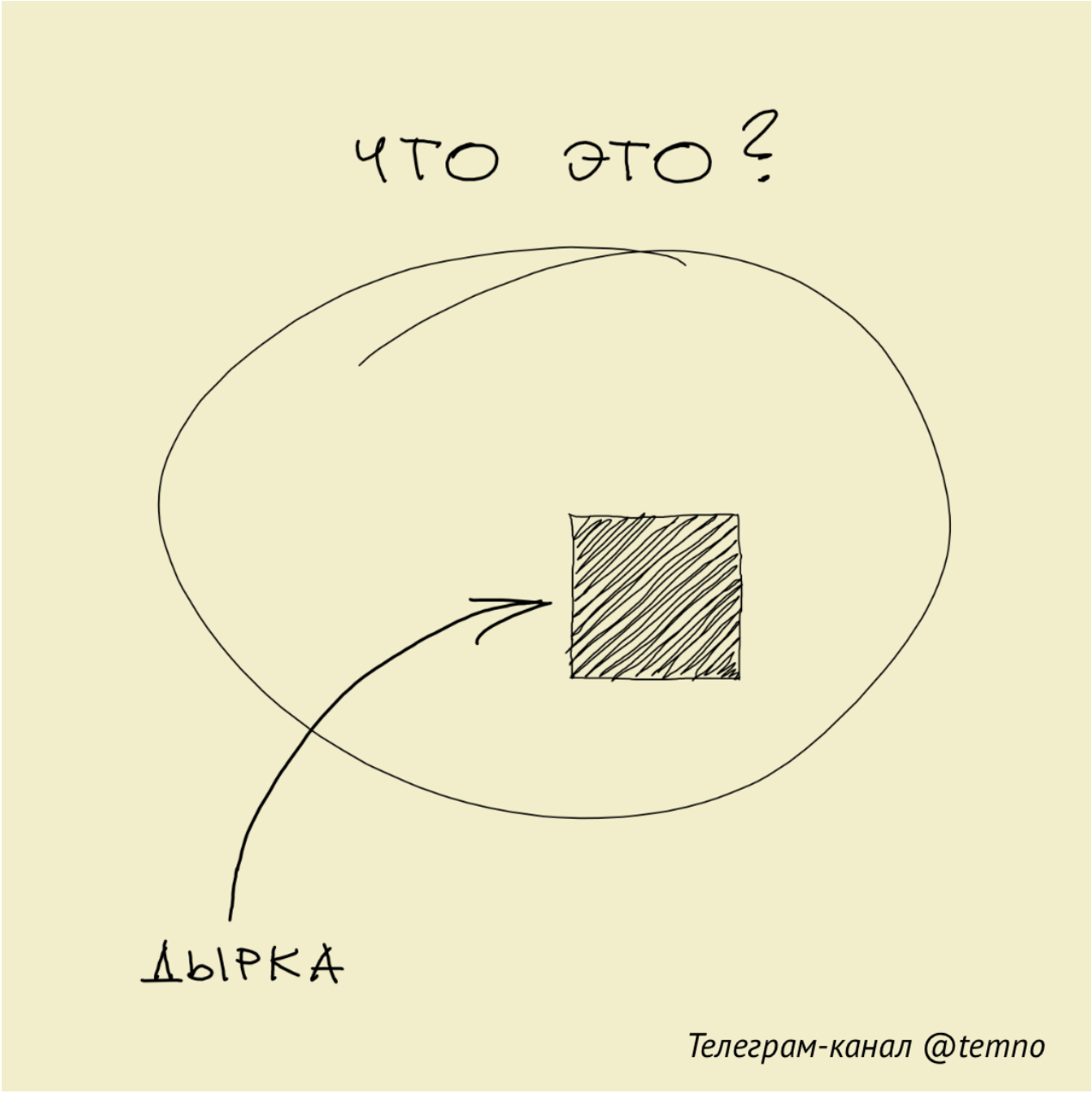
5. Причём рынок вырастет в основном за счёт новых пользователей, которых даже не придётся уговаривать переключаться с чего-то старого — что гораздо проще, чем переманивать пользователей у конкурентов 😉

6. В сегодняшнем фастфаундере я писал про примеры таких стартапов, запустивших ИИ-интервьюеров на рынок изучения пользователей. Ведь после этого такие исследования начнёт проводить в десятки раз больше компаний, чем раньше.

7. И это точно не единственный вариант! А какой стартап ты бы запустил, используя парадокс Джевонса? 🤔

❄ ❄ ❄

👇 👇 👇

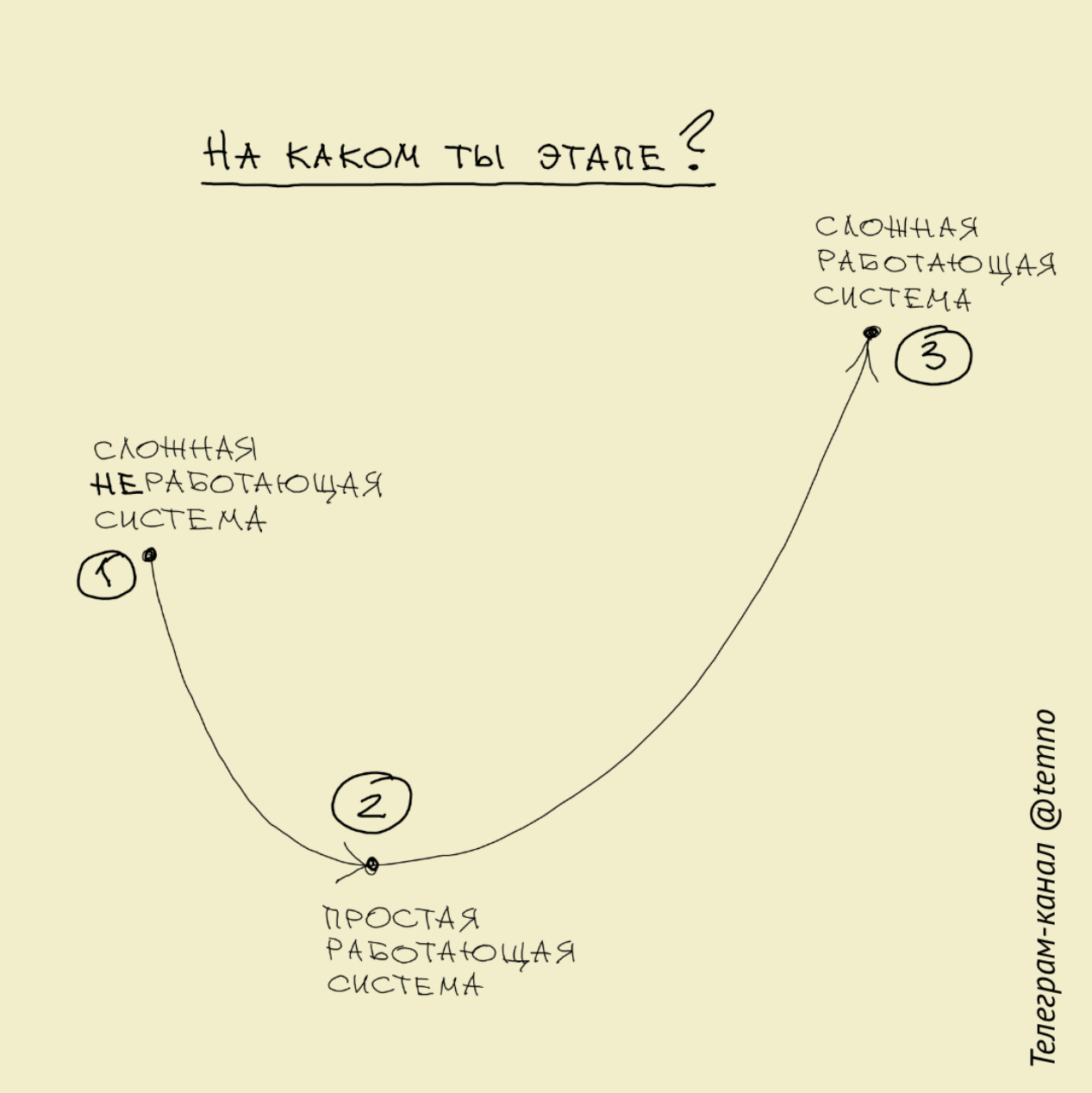



## Какая ещё тема станет похожа на «науку без математики»?

1. Один чувак из биотеха очень хорошо сказал, что «через 5 лет заниматься разработкой лекарств без ИИ будет похоже на то, что люди пытались бы заниматься наукой, не используя математику» 😉
2. Первый вывод из этой фразы очевидный — нужно делать ИИ-платформы для разработки лекарств.
3. А второй вывод — нужно найти какую-то другую тему, про которую можно сказать то же самое.

4. И тогда задача поиска идеи для успешного стартапа получит очевидное решение 😉

❄ ❄ ❄




## Как ни странно, но простое — это результат развития сложного

1. Закон Галла гласит, что любая работающая сложная система — это результат развития простой системы. Причина проста, хотя и не очевидна. Созданные с нуля сложные системы никогда не будут

работать в реальной среде, потому что в процессе создания на них не влияли факторы естественного отбора, присущие этой среде.

2. Но я тут вдруг задумался — а как появляются простые системы? И мне тоже пришёл в голову закон 😉

3. Простая работающая система — это результат развития сложной НЕРАБОТАЮЩЕЙ системы! Либо путём выбрасывания неработающих частей, либо за счёт появления новых технологий.

4. Вот тупой пример. Нельзя взять и написать короткий понятный текст, если ты до этого не написал на бумаге или в голове его длинную и непонятную версию. Короткий и понятный текст — это результат развития длинного и непонятного текста.

5. А вот более научный. Когда я ещё в прошлом веке учился в МГУ, моей специализацией был ИИ. И там много всего сложного было наверчено и накручено — но ни хрена не работало. А сейчас оказалось, чтобы сделать ИИ, нужно всего-навсего научиться предсказывать следующее слово, как при наборе на клавиатуре. И ИИ появился, но для таких предсказаний потребовались современные компьютерные мощности.

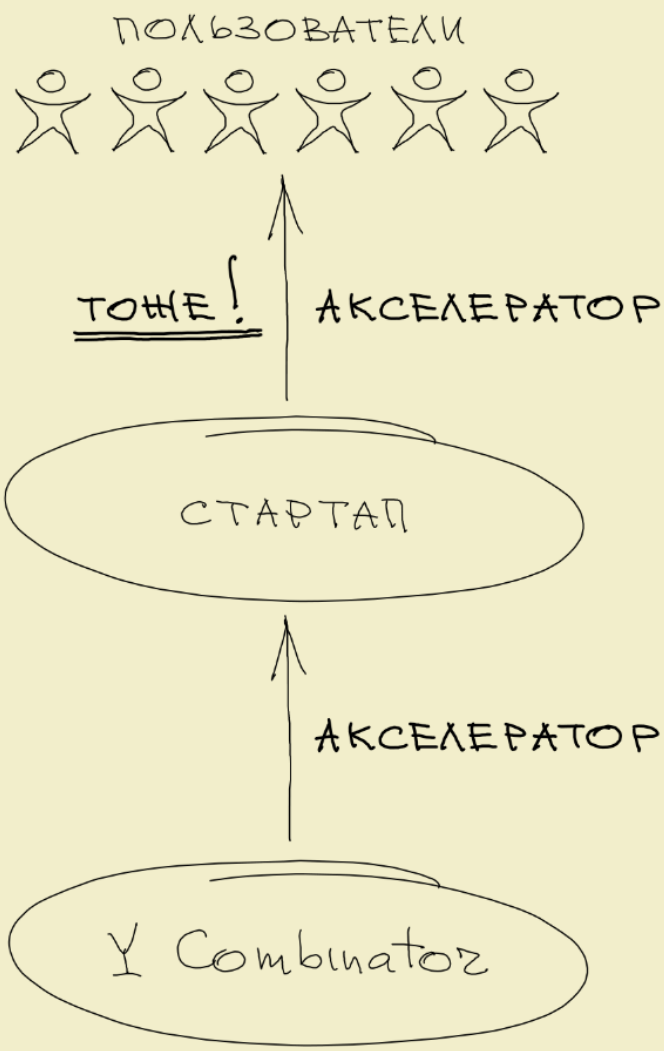
6. Другими словами, чтобы сделать что-то простое и работающее 🚀, сначала нужно сделать что-то сложное и неработающее 🥵 Потому что на пустом месте с налёта простое и работающее хрен создашь.

7. Так что любую пришедшую в голову идею лучше сразу считать сложной. И сразу задуматься над тем, как её упростить.

8. Например, жизнеспособный продукт «минимальный» — не потому, что ты не можешь ничего больше придумать. А потому что ты сумел из большой сложной идеи выделить нечто маленькое и простое, чтобы проверить его работоспособность. А если не сумел — то оно ни хрена работать не будет ☹️

9. Короче, у тебя есть идея? Как её можно упростить? 🔪

❄ ❄ ❄




*Телеграм-канал @temno*

## Стартап — это акселератор для своих пользователей

1. Даже в акселераторе Урюпинска фаундерам расскажут то же самое, что и в Y Combinator. Потому что во всех акселераторах рассказывают плюс-минус одно и то же. Но почему одни акселераторы становятся успешными, а другие нет?

2. Потому что успех акселератора определяется не тем, что там рассказывают. А тем, кого туда берут! Если создатели акселератора

могут разглядеть «неогранённые алмазы» в куче подающего заявки мусора, этот акселератор станет успешным.

3. Пол Грэм писал, что YC обязан своему успеху его партнёру и жене Джессике Ливингстон — которая «женским чутьём» помогла выделить будущих звёзд среди кандидатов в первые наборы YC.

4. Таким образом, успех акселератора полностью определяется не количеством или уникальностью бизнес-рецептов или количеством набранных стартапов — а только качеством их фаундеров.

5. Но ведь то же самое происходит и с самими стартапами!

6. Успех стартапа определяется не количеством и уникальностью функций его продукта — а пользователями, на которых фаундеры стартапа решили потратить свои время, силы и деньги.

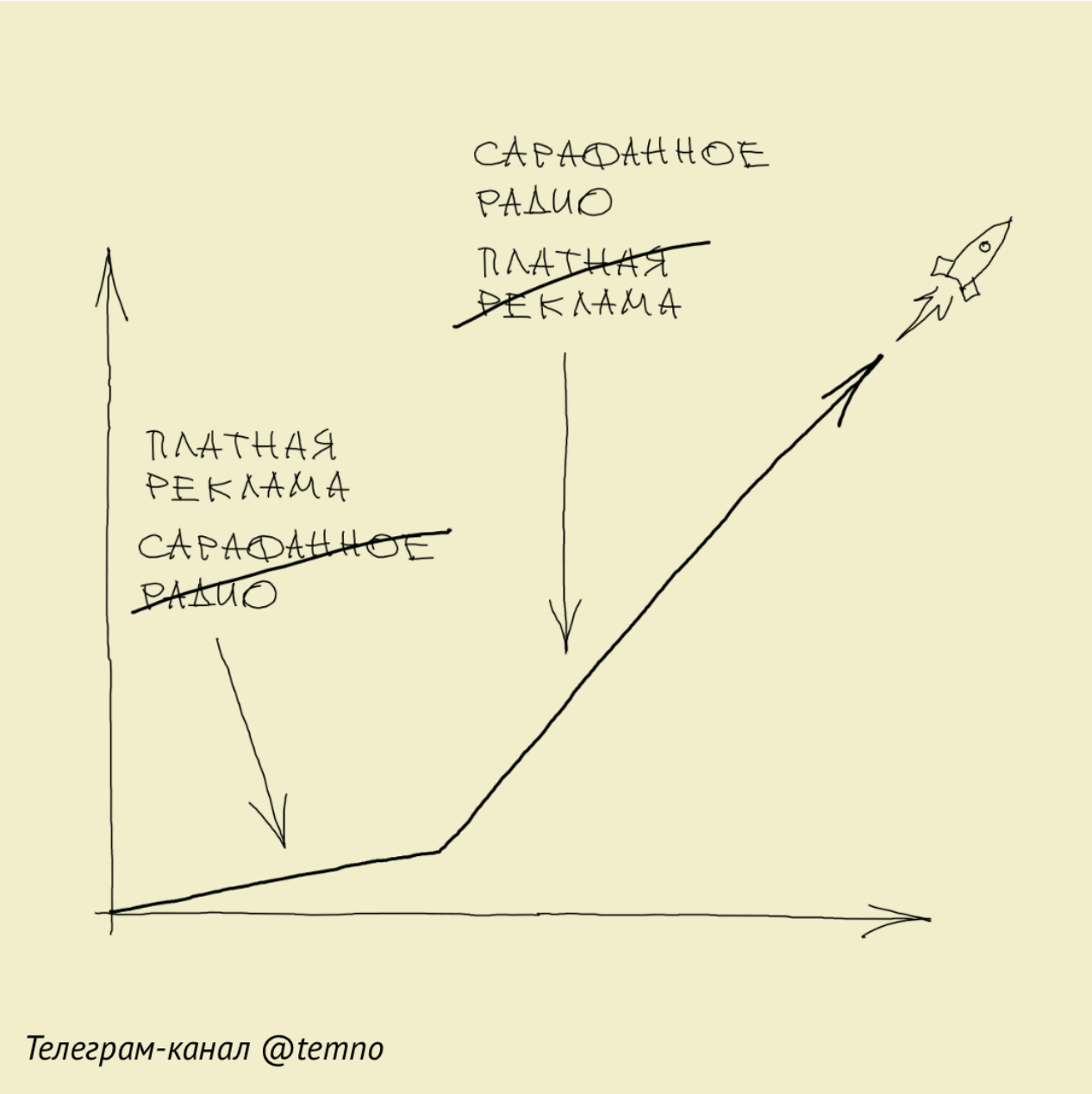
7. Эти пользователи тоже должны быть «неогранёнными алмазами», способными стать звёздами с помощью продукта стартапа. Во-первых, потому что только добившиеся результата будут продолжать платить за твой продукт.

8. А во-вторых, каждый пример такой звезды приведёт тебе сотню или тысячу новых пользователей. Среди которых опять нужно будет разглядеть будущих звёзд и потратить время, силы и деньги, чтобы они этими звёздами стали.

9. Поэтому по фигу сколько первых пользователей будет у твоего стартапа. Главное, кто именно это будет. Кстати, в первом наборе YC было всего 8 стартапов, но среди которых были основатели Reddit, Twitch и Сэм Альтман.

10. Так что выбирать своих первых пользователей тебе нужно по тем же принципам, что и хороший акселератор отбирает себе стартапы 😉

❄ ❄ ❄




## Деньги нужны для сарафана. А не сарафан для денег 😉

1. Большинство стартапов считает, что на начальном этапе роста можно обойтись и сарафанным радио. А вот для масштабирования уже нужна нормальная платная реклама. Хотя Roblox поступил ровно наоборот 🙀 И не прогадал, потому что он сейчас стоит на бирже 66 миллиардов долларов 💰

2. Первые 2 года основатели Roblox платили за рекламу — но ровно столько, чтобы по ней приходило всего 100 человек. Потому что этого

было достаточно, чтобы найти место продукта на рынке, отладить логику его работы, способы активации и удержания пользователей, а также вирусные механики. А как только они этого добились, за рекламу они платить перестали 😉

3. Таким образом, они использовали платные методы привлечения пользователей только для того, чтобы сделать продукт настолько восхитительным — чтобы дальше он мог расти исключительно через сарафанное радио. И именно по сарафанному радио к нему потом пришли миллионы пользователей, на платном привлечении которых они бы разорились 📈

4. Ну так это просто отличная схема для тех стартапов, которые не хотят спускать кучу денег на злое@учий «нагон трафика». А хотят сделать восхитительный продукт. Который начнёт продавать себя сам. Как бы все ни говорили, что это невозможно 😉

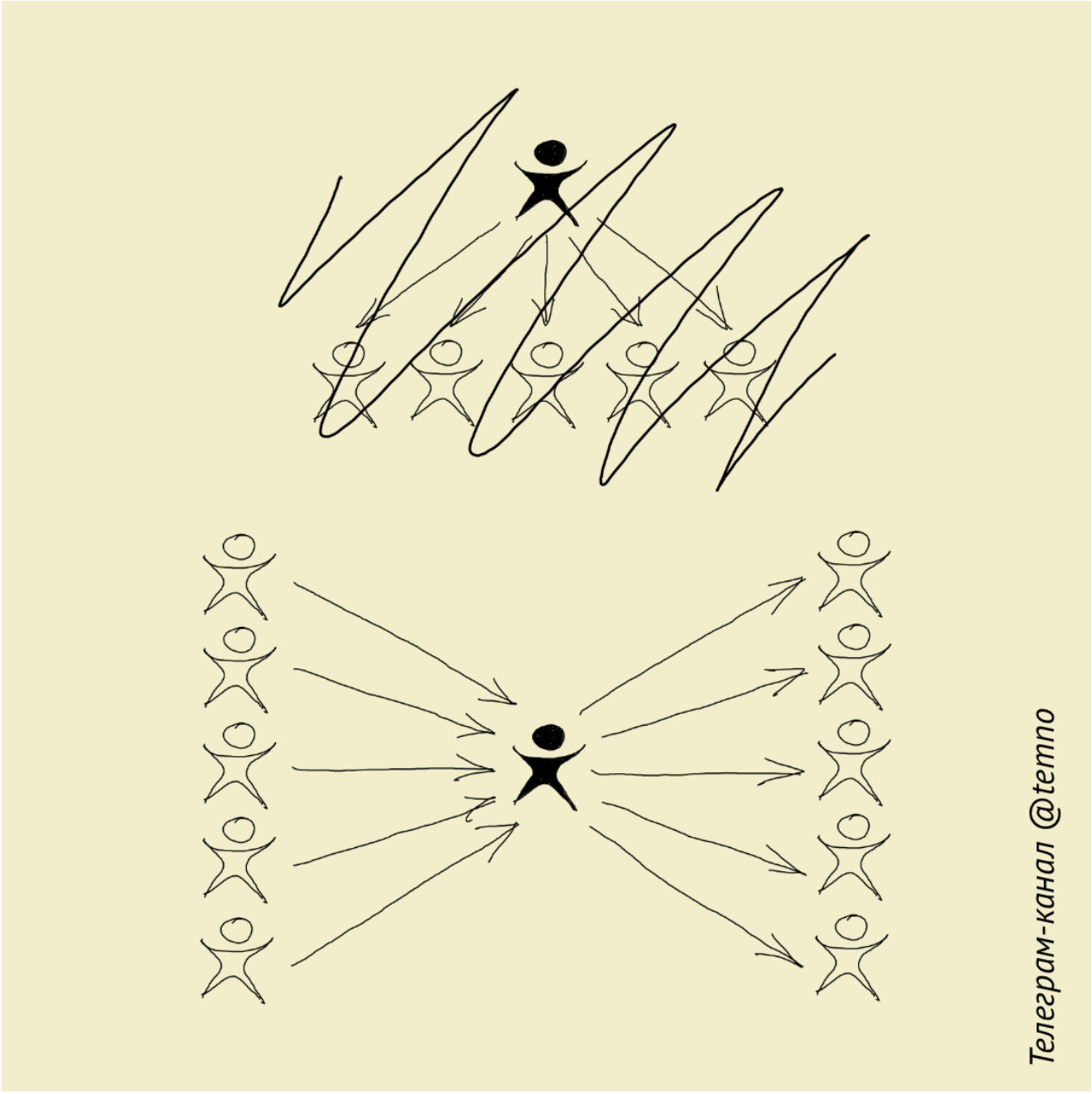
❄ ❄ ❄

## Не делай отличные продукты с хреновой бизнес-моделью

1. Самые перспективные бизнес-модели для стартапов — это модели с сетевым эффектом. Сетевой эффект — это когда ценность продукта увеличивается с каждым новым пользователем. Хотя сам продукт остаётся тем же самым. Самый простой пример — социальная сеть.

2. Почему такие модели самые перспективные? Потому что быстро скопировать сейчас можно любой продукт, даже сложный. С момента выпуска ChatGPT для появления его первого аналога прошло всего 3 недели! 😱

3. Поэтому любая функциональность продукта — это уже не защита от конкурентов. Единственная защита — это аудитория. Можно выпустить полный функциональный аналог Фейсбука. Но кто им будет пользоваться, если все твои друзья и те, кого ты читаешь — в настоящем Фейсбуке?




4. Но если ты хочешь сделать стартап с сетевым эффектом, тебе нужно перестать придумывать, что такого уникального ты можешь сделать. Потому что у бизнес-модели «я самый умный» никакого сетевого эффекта нет.

5. Ведь сетевой эффект может появиться, только когда что-то может делать очень большое количество людей. И это нужно другому очень большому количеству людей. В результате чего ценность платформы будет бесконечно увеличиваться по мере бесконечного увеличения количества её пользователей.

6. Короче, перестань придумывать, что ТЫ можешь сделать. Начни искать и смотреть, что могут сделать другие люди, и кому это может понадобиться 🚀

❄ ❄ ❄

## Тебе нужны только убежденность и ИИ-агент 😉

1. «Я шёл сюда, чтобы найти идею на миллиард долларов, а ушёл с пониманием, что мне нужны только убеждённость и ИИ-агент» 😉 Так

написал чувак, только что посетившую первую оффлайн-школу Y Combinator про ИИ, собравшую кучу звёздных выступающих.

2. Очень сильная фраза, которую очень легко неправильно интерпретировать!

3. Во-первых, «убеждённость» — это не уверенность в том, что ты решил сделать 😉 Нужно быть убеждённым в том, что мир изменится вот таким-то образом — чтобы сделать то, что в этом изменившемся мире станет востребованным.

4. Да, создание такого продукта может потребовать целый ряд итераций и пивотов. Но исключительно для того, чтобы лучше подстроиться под будущую реальность. А уверенность в текущей версии того, что ты делаешь, этому только помешает.

5. Во-вторых, это необязательно должен быть именно ИИ-агент. Хотя твой продукт точно должен будет в каком-то виде использовать ИИ. Причём он может быть даже очень простым, как обычный ИИ-агент.

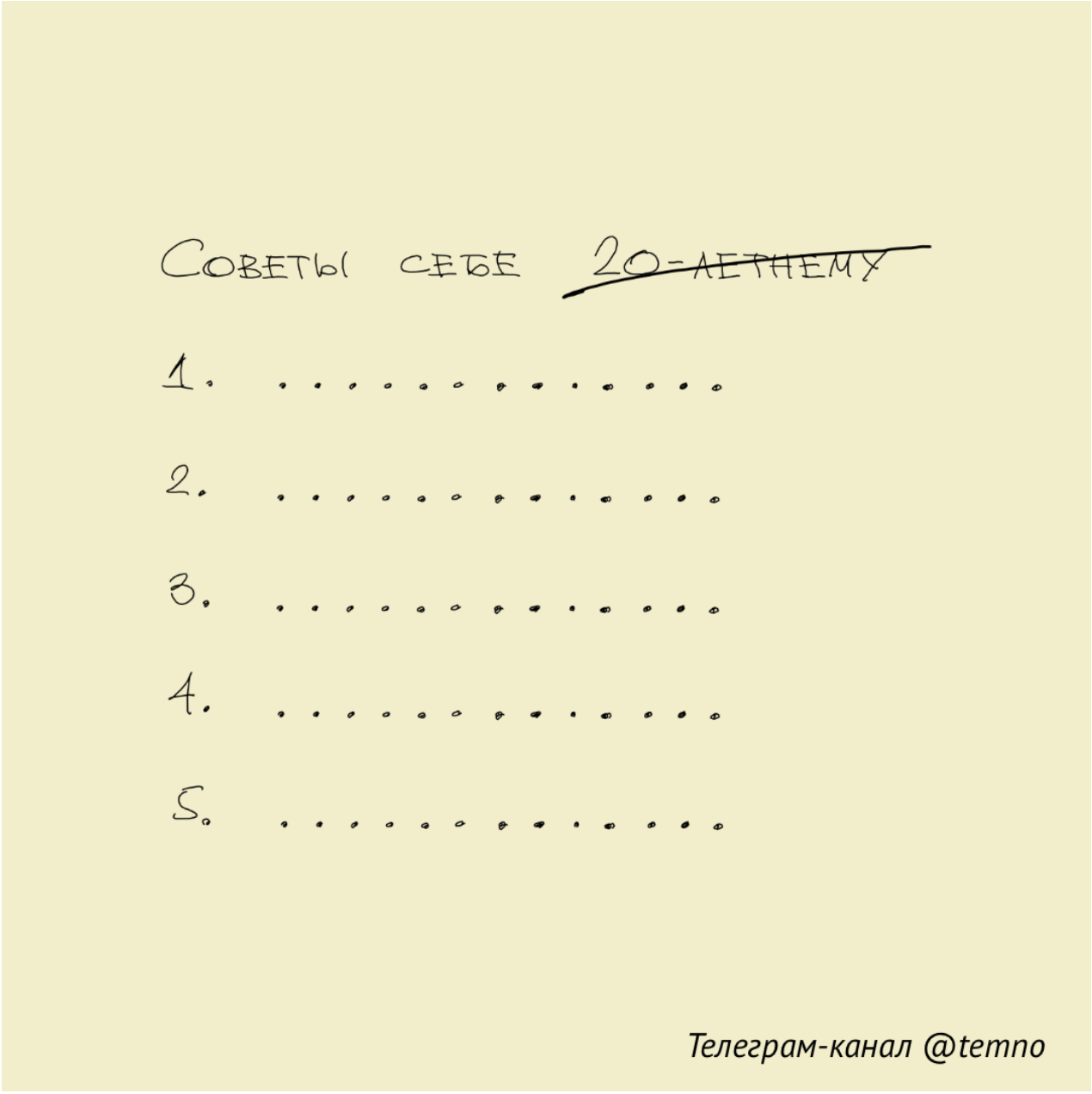
6. Делать сейчас что-то без ИИ — это как создавать бизнес, который принципиально не использует компьютеров и телефонов. Сделать такой можно. Вот только он будет неконкурентоспособным и немасштабируемым.

7. Короче, не нужно искать уникальную и необыкновенную идею на миллион долларов. Можно взять любую идею, полезность которой по мере движения мира в будущее будет увеличиваться — и начать её фигачить. Подстраиваясь при этом под то, как мир будет меняться на самом деле.

❄ ❄ ❄

## Как дать себе хороший совет

1. 1. Если ты напишешь пост в модном нынче формате советов себе 20-летнему, случится неожиданное. Ты поймёшь, что этим советам тебе прямо сейчас стоило бы воспользоваться.




2. Потому что советы другим даёт «лучшая версия» тебя. А зачастую это тот, кем ты так и не стал. Ну это как родители, заставляющие своих детей заниматься чем-то определённым. Обычно ведь это попытка реализовать в детях то, чего ты сам не смог.

3. Причём давать советы другим гораздо проще, чем себе. Но 20-летний ты — это ты и не-ты одновременно 😉 Поэтому с одной стороны давать такие советы легко. А с другой — они полностью про тебя и для тебя.

4. К тому же советы 20-летним по определению приправлены изрядной дозой амбиций и максимализма. Чего взрослым уже сильно не хватает для того, чтобы что-то в своей жизни серьёзно изменить.

5. Кажется, что составление списка советов себе 20-летнему — отличное занятие для вечера пятницы 🍷🥃🍺 Как раз будет время сначала расстроиться, потом набухаться, а потом всё осмыслить. Чтобы с понедельника начать новую жизнь, последовав своим же советам

❄ ❄ ❄

# Какая автоматизация приносит деньги?

Чувак сделал уже полсотни автоматизаций, но начал зарабатывать на них только две недели назад. Причём за 2 недели он намолотил уже $20K, что для начала выглядит неплохо 😉

А ещё он поделился выводами, которые сделал, когда начал зарабатывать. И эти выводы мне показались очень полезными для стартапов, многие из которых тоже на самом деле создают платформы для автоматизации чего-нибудь.

1. Что не приносит деньги в автоматизации:
   - То, что предназначено для решения проблемы, которой у тебя самого нет. Потому что ты начинаешь придумывать крутую фигню, которая на деле никому не нужна.
   - Автоматизация, которая экономит 10 минут, но которую нужно создавать 10 часов. В идеале должно быть наоборот 😉
   - Крутые методы автоматизации того, что может дёшево выполнить фрилансер.
   - «Революционные» алгоритмы автоматизации, которые работают только с идеальными исходными данными.
2. Что приносит деньги:
   - Решение дорогих проблем для заказчиков с большими бюджетами.
   - Автоматизация задач, за ручной аутсорс которых сейчас платят от $5,000 в месяц и выше.
   - Создание платформ, которые наводят порядок в привычном хаосе, и которые поэтому могут пережёвывать хаотичные данные 😉
   - Автоматизация не для улучшения эффективности процессов, а для увеличения выручки.
3. Примеры вопросов, на которые должна отвечать автоматизация:

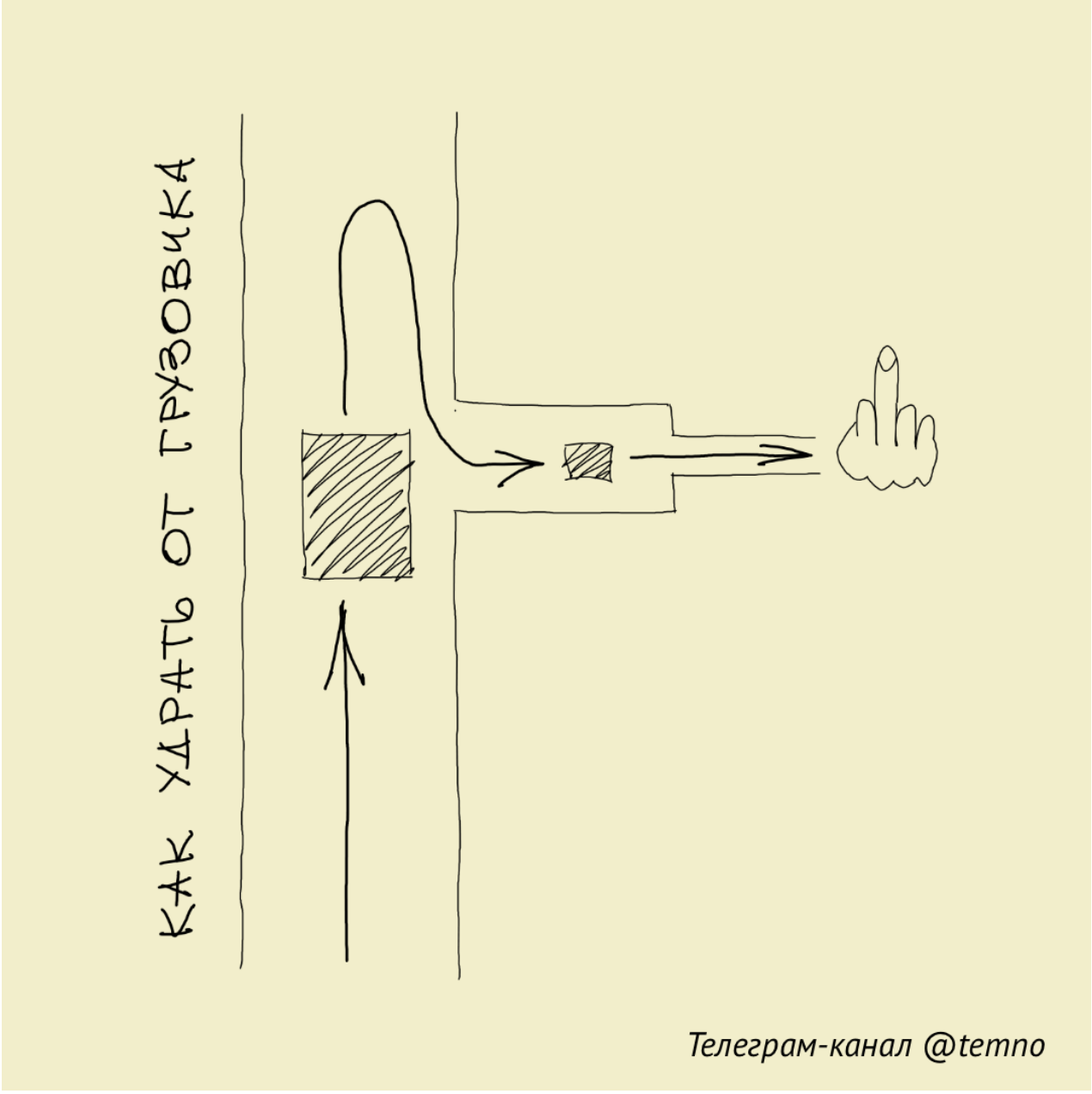
— Будет ли кто-то платить $1,000 в месяц, чтобы не делать это вручную?

— Избавит ли этого кого-то от необходимости отвечать на звонок разгневанного клиента в 2 часа ночи?

— Сломается ли автоматизация, если изменится формат входных данных?

— Решает ли это автоматизация проблему размером $10,000 или устраняет неудобство размером $10.

❄ ❄ ❄



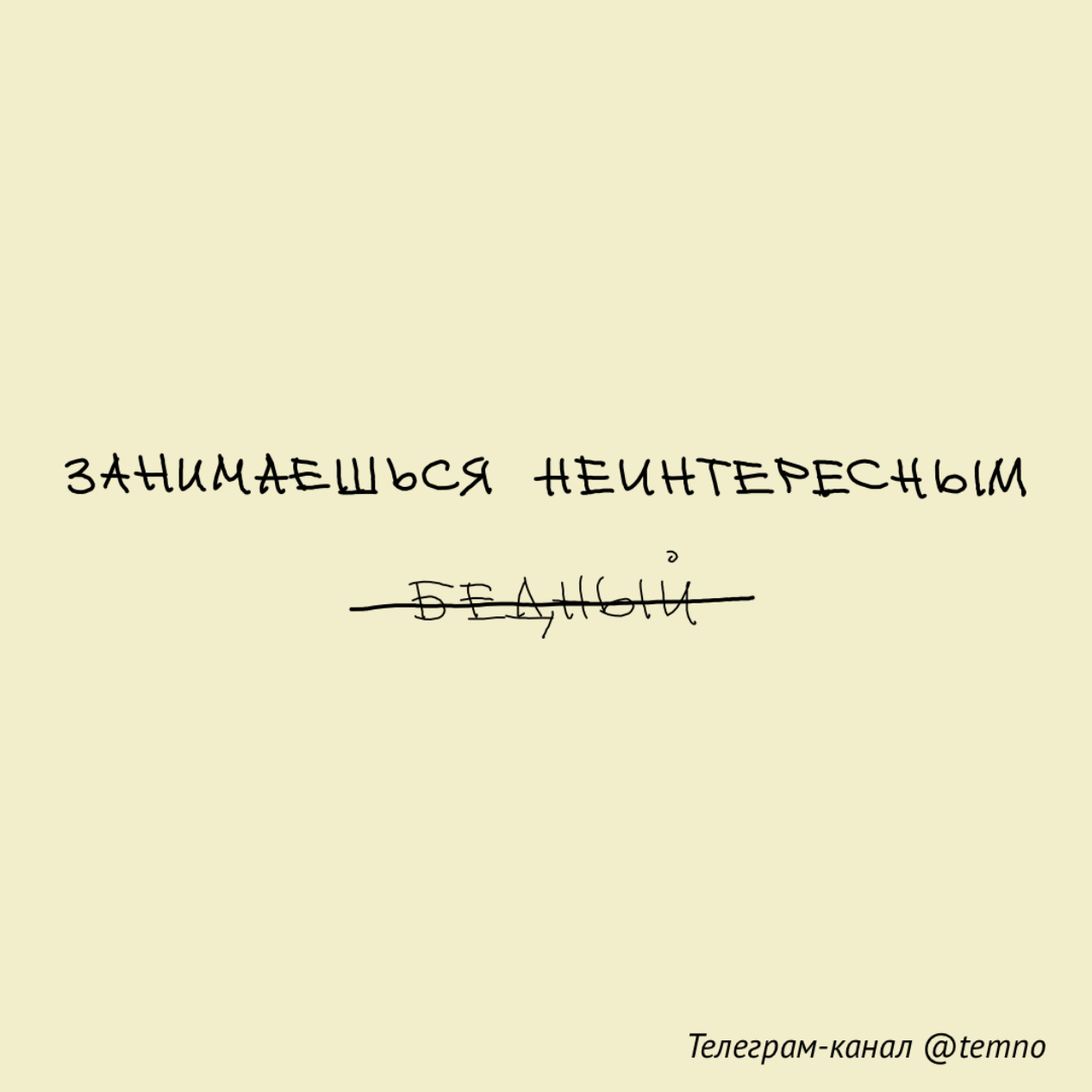
## Как удрать от грузовика?

1. Вы же в кино неоднократно видели, как чувак на чахлом мопеде удирает от мощного грузовика? При этом он никогда не едет по прямой, потому что так грузовик его в два прыжка догонит и сомнёт.
2. Вместо этого он постоянно резко сворачивает — а тяжёлый грузовик по инерции проезжает вперёд. После чего он вынужден разворачиваться или сдавать задом, чтобы опять включиться в преследование.
3. А в конечном итоге мопед сворачивает в узкий проулок, куда грузовик тупо не может втиснуться. И тогда чувак на мопеде показывает грузовику фак и исчезает.
4. Ну так это же классическая схема конкурентной борьбы чахлого стартапа с мощным и большим конкурентом 😉
5. Сначала нужно предположить, куда эту большую махину по инерции дальше понесёт. Чтобы самому сделать что-то «перпендикулярное». Ради чего конкуренту придётся терять время на разворот.
6. А потом найти такую нишу, куда эта большая махина поначалу не захочет залезать. Потому что ниша слишком узкая, типа на фига.
7. Причём фишка стартапа будет заключаться в том, чтобы эту узкую нишу расширить. Чтобы самому успеть превратиться в грузовик, пока до догоняющего грузовика эта тема дойдёт 😉
8. Короче, какой грузовик твой стартап догоняет? Куда его по инерции занесёт? И в какой узкий проулок он не захочет втискиваться?

❄ ❄ ❄

## Если ты такой умный, то почему… Не-не, не «такой бедный»!

1. Раньше была популярна жестокая фраза: «Если ты такой умный, то почему такой бедный?» 😉 Но, похоже, что сейчас ситуация начала меняться.




2. Потому что я услышал более новый вариант этой фразы, и она меня сильно зацепила — «Если ты такой умный, то почему не занимаешься только тем, что тебе интересно?».

3. Опять же когда-то давно было анекдот про то, как туземец лежит под пальмой и жрёт бананы 🌴🍌 К нему подбегает приплывший на остров капиталист и начинает капать ему на мозги — «чего лежишь, собирай бананы, начни их продавать».

4. По ходу рассказа капиталист разворачивает перед туземцем целый план действий по построению торговой империи. Которая

заканчивается фразой «а когда ты заработаешь кучу денег, ты сможешь лежать под пальмой и жрать бананы». На что туземец ответил: «Так я и так уже лежу под пальмой и жру бананы» 😂

5. Правда, в то время принято было считать, что туземец был в чём-то неправ. А сейчас как нужно считать? 🤔

6. Ну а если серьёзно, то обе фразы про «почему такой бедный» и «почему ты не занимаешься интересными вещами» можно совместить.

7. И тогда получится вот такое — «Если ты такой умный, то почему ты не можешь зарабатывать на том, что тебе интересно?». Чтобы продолжать заниматься тем, что тебе интересно.

❄ ❄ ❄

## Опережающие метрики есть не только у стартапов, но и у обычных людей!

1. Любой уважающий себя стартап оценивает свой прогресс не просто по росту выручки — а по так называемым «опережающим» метрикам. Эти метрики отражают, какие показатели улучшаются сегодня — которые повлияют на рост выручки завтра.

2. Чуть ли не первым на такие метрики обратил внимание Марк Цукерберг — заметив, что Фейсбуком продолжают пользоваться те, кто зафрендился не менее чем с 10 людьми за 14 дней после регистрации. Поэтому Фейсбук сразу стал настойчиво предлагать новым пользователям кандидатуры друзей.

3. Фишка в том, что подобные опережающие метрики есть не только у стартапов, но и у обычных людей!

4. Понятно, что ты можешь оценивать свой прогресс, например, по тому, насколько больше ты стал зарабатывать. Но будет ли этот прогресс продолжаться и дальше?

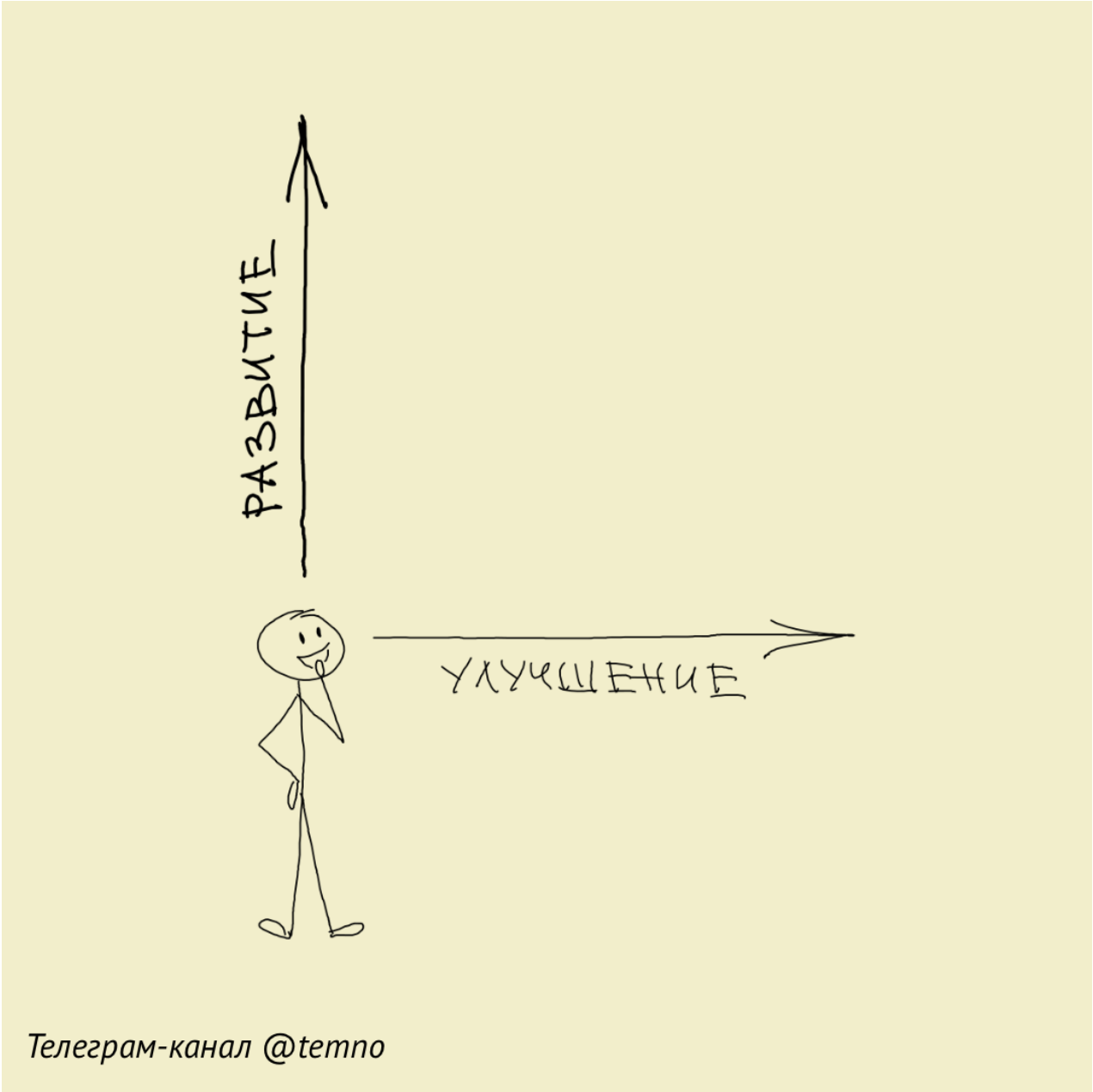
5. Самые простые примеры опережающих метрик — твоё расписание, твои траты и твой круг общения.

6. Если ты тратишь время и деньги на то же самое, общаясь при этом с теми же самыми людьми — велик шанс, что через условный год твой прогресс остановится.

7. Сначала ты выйдешь на плато, а потом будешь постепенно с него скатываться. Потому что всё, что не растёт — то умирает ☹️

8. Ну и как поживают твои опережающие метрики? 😉

❄ ❄ ❄




## Развитие — это тебе не «улучшение»

1. Развитие — это не «улучшение». Потому что после улучшения остаётся то же самое, но лучше 😉 А развитие — это переход на качественно новый уровень. То есть превращение во что-то другое.
2. Грубо говоря, Фейсбук развивался — когда превращался из приложения для знакомств сначала в иллюстрированный каталог студентов Гарварда, а потом в социальную сеть. После этого Цукерберг начал пытаться превратить Фейсбук в виртуальный мир, но это у него пока не получилось.

3. Эйрбнб развивался, когда превращался из ночлежки с надувными матрасами сначала в сервис для подселения гостей в свободную комнату, а потом в бизнес по сдаче квартир и домов в краткосрочную аренду. А сейчас Брайан Чески хочет превратить Эйрбнб в приложение для любого опыта и впечатлений, имеющих отношение к путешествиям. И даже к жизни в целом.

4. Отдельно стоит заметить, что «расширение», «масштабирование», «выход в новые страны» — это всё ещё улучшения, а не развитие. Потому что при этом всё остаётся тем же самым. Меняется только размер.

5. А «развитие» — это когда ты способен воспринимать то, что ты сделал, только как подготовительный этап к чему-то новому. Причём независимо от стадии, размеров и успехов — начиная от маленьких неудачных стартапов и заканчивая большими успешными компаниями.

6. И отсюда мгновенно вытекает очень интересный и перспективный вопрос. То, что у тебя сейчас уже есть — это подготовительный этап к чему?

❄ ❄ ❄

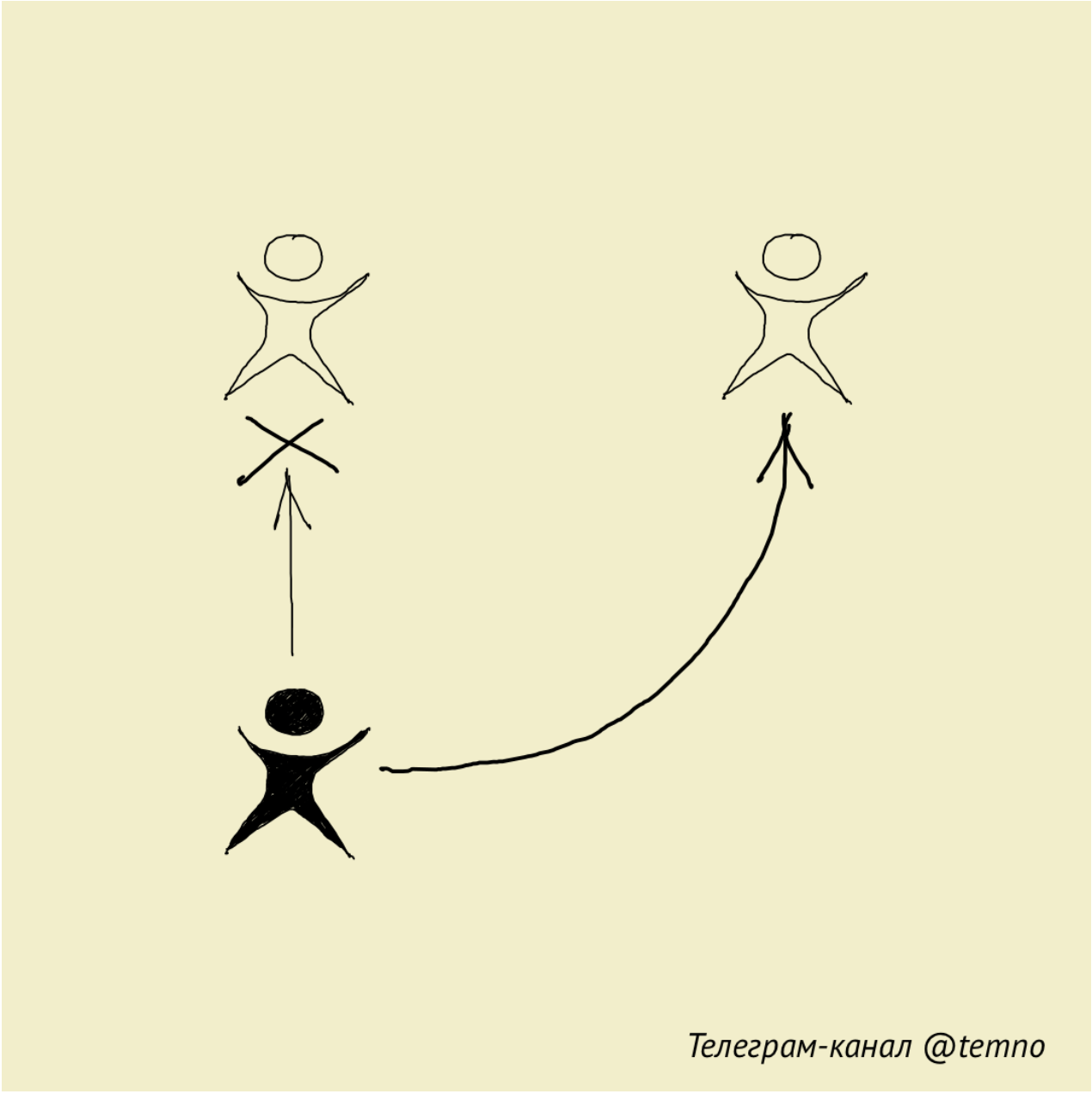
## Заместители — это золотое дно

1. На самом старте сеть «Магнит» сначала выбирала место для будущего супермаркета, а потом искала контакты заместителей директоров магазинов по соседству. Зачем?

2. Чтобы нанять одного из них в качестве директора будущего супермаркета. Почему?

3. Потому что эти люди были достаточно хороши, чтобы суметь вырасти до заместителя директора. Но дальше им расти было некуда, потому что место директора того же магазина было уже занято.

4. А «Магнит» им эту возможность открывал. Так что эйчарам «Магнита» оставалось только выбрать самого амбициозного кандидата среди самых компетентных 😉




5. Отличный лайфхак! Для найма на позицию X — всегда искать кандидатов среди заместителей X из других компаний сходного уровня.
6. Те, у кого есть амбиции — те непременно откликнутся хотя бы поговорить. Вот тут их и нужно подсекать 🪝🐟