

ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

ИЮНЬ

2026

Новые идеи для вдохновения и копирования

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

Читать

ВКонтакте: <https://vk.com/amoreynis>

Телеграм: <https://t.me/temno>

Макс: <https://max.ru/temno>



ДЕНЬГИ!
~~ФИЧИ~~

Забудь про фичи — начни думать про деньги!

1. ИИ стоит денег, ведь за каждый вызов ИИ-модели нужно платить. А это значит, что ИИ должен приносить деньги 🤖 Причём обеим сторонам — и пользователям, и разработчику.
2. Пользователь продукта должен больше зарабатывать за счёт уменьшения затрат или увеличения выручки от использования ИИ-продукта по сравнению с обычным продуктом.

3. А разработчик — за счёт увеличения стоимости использования ИИ-продукта. Что невозможно без увеличения его ценности. Что напрямую завязано на то, что сколько пользователи с его помощью зарабатывают.
4. Другими словами, хороший ИИ-продукт должен стоить дороже, чем обычный продукт — потому что он приносит пользователям больше выгоды 💰
5. Но это значит, что разработчик ИИ-продукта должен знать, сколько зарабатывают его пользователи. Иначе он не сможет измерять выгоду своего продукта. А если он не сможет её измерять — он не сможет сделать свой продукт лучше.
6. Поэтому разработка ИИ-продукта должна начинаться не с придумывания того, какие фишки нужны пользователям. А с понимания того, на чём и сколько они сейчас зарабатывают 😬
7. После чего уже можно начать придумывать, как прикрутить сюда ИИ, чтобы этот заработок увеличить 📈 Одновременно с прикручиванием того, что позволит эти изменения отслеживать — и брать за это свою долю.
8. В общем, нужно перестать думать о продукте терминами фишек — и начать думать в терминах денег... причём тех, которые смогут заработать его пользователи 😊

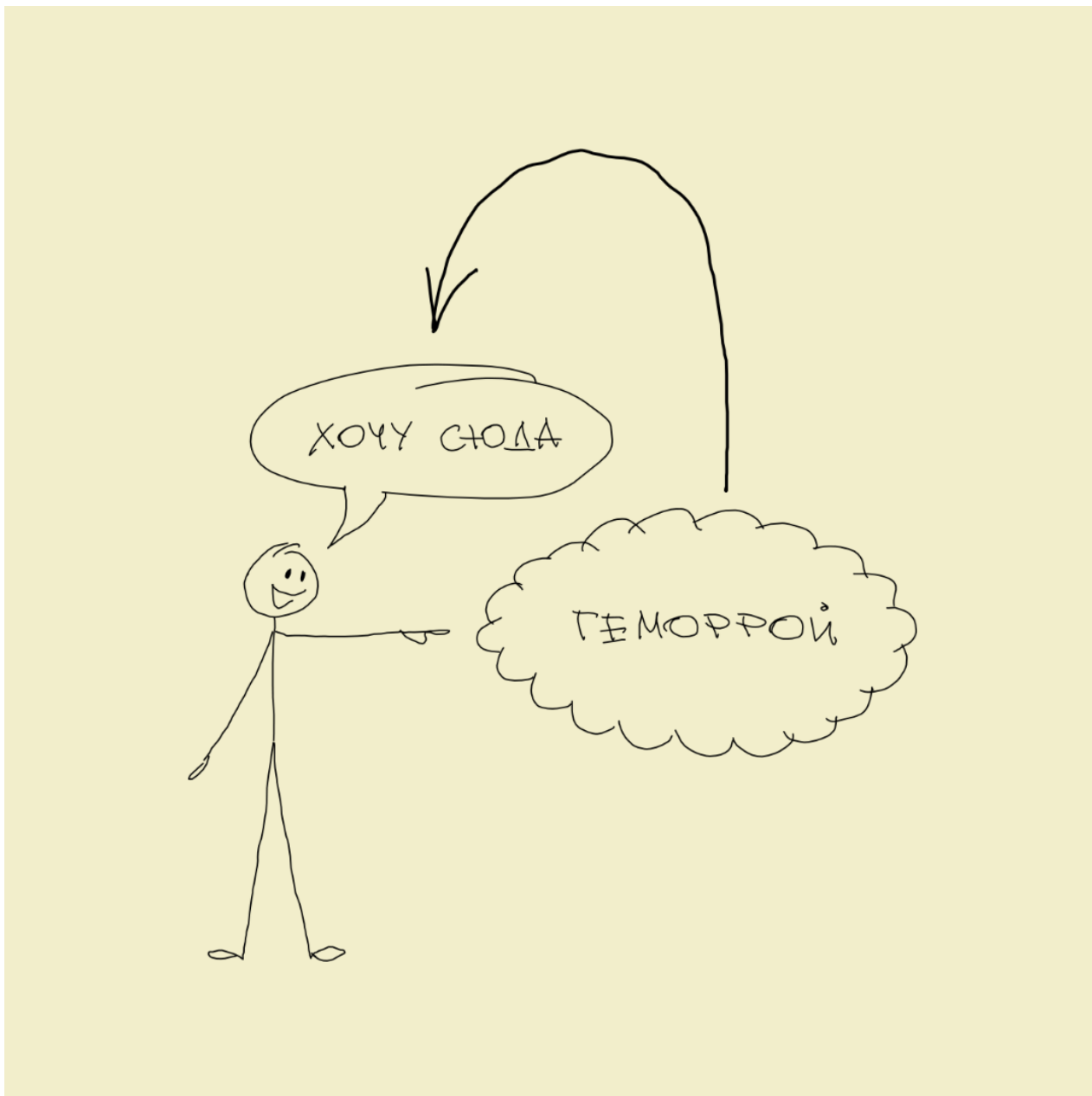


Количество геморроя — это прикольный критерий!

1. Раньше традиционным критерием выбора темы для стартапа был размер целевого рынка и темп его роста — то есть понятные цифровые значения. Сейчас этот критерий вдруг сломался 😬
2. Потому что появился ИИ — который всё очень сильно поменял. К примеру, ещё лет пять назад юридические технологии были

полузаброшенным рынком. А за последние несколько лет тут уже родилась пара десятков миллиардных компаний.

- 3. Или вот только что возник вопрос в чате фастфаундера — как корректно оценить объём рынка продажи данных для обучения ИИ в 2033 году? Да никак! Потому что это совсем новый рынок, и его развитие трудно предсказать.



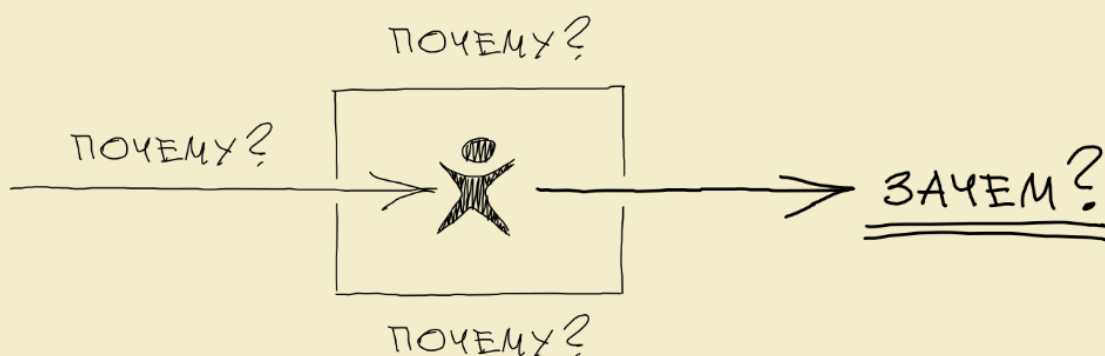
- 4. И такие непонятки сейчас происходят на многих рынках, куда начинает внедряться ИИ 🤖

5. Причём даже темпы текущего внедрения ИИ тоже ни о чём не говорят 🙋 Потому что на консервативные рынки типа строительства и ремонта он пока внедряется не супербыстро — но после набора критической массы оно может выстрелить как из пушки 🚀
6. Поэтому кажется, что главный критерий выбора рынка для ИИ-стартапа очень смешной — это количество и объём имеющегося на рынке геморроя 😂
7. Если геморроя много — значит, с помощью ИИ его можно уменьшить. И тогда это может принести экономический эффект — за который клиент готов будет заплатить 💰
8. А где на расстоянии вытянутой руки ты видишь происходящий там геморрой? Вот туда тогда и иди 🎯



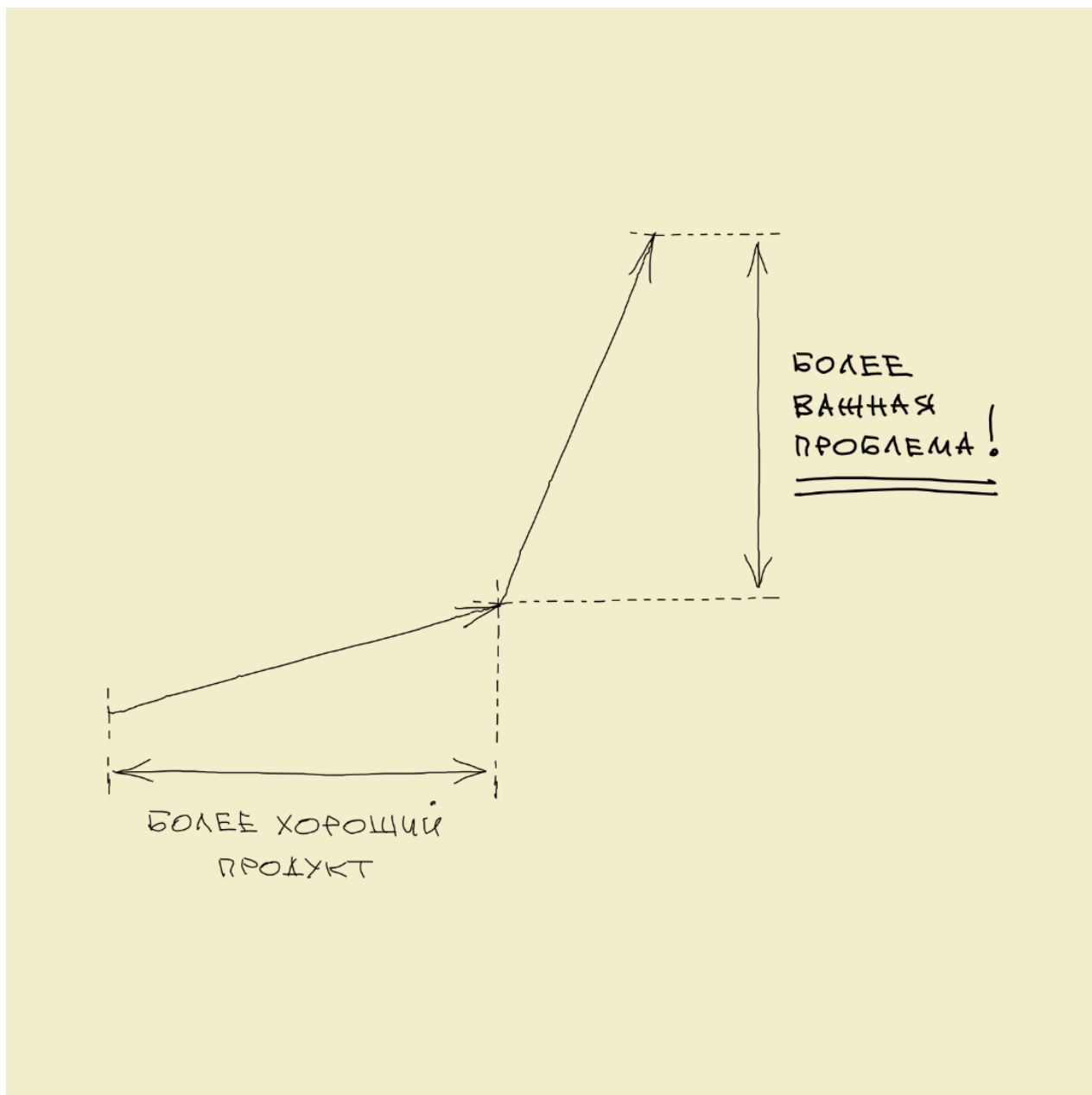
Лучше делать «зачем», чем «почему»!

1. Ответ на вопрос «почему?» обычно торчит из прошлого — потому что я это умею, потому что я этим уже занимаюсь, потому что я к этому привык...
2. Или накладывается окружением — потому что все так делают, потому что вот тот чувак это сделал, и у него получилось, потому что мне так сказали сделать...
3. Вопрос «зачем?» — он про будущее. Потому что я к этому стремлюсь, хочу этого добиться, хочу до этого допрыгнуть...
4. Да, конечно, очень часто «зачем» подгоняют под уже готовый ответ на вопрос «почему» — но это не делает решение правильным 😏
5. Фишка в том, что для ответа на вопрос «зачем» иногда нужно плюнуть на все исторические причины и окружение... и сделать что-то «нипочему» 😬



6. То есть начать что-то новое, или перевернуть старое вверх тормашками, или пойти куда-то вбок, или сделать что-то ещё неожиданное и ниоткуда не следующее.
7. А то, что ты сейчас делаешь — оно «почему» или «зачем»?
8. А если «зачем» — можно ли тогда это сделать как-то по-другому? Чтобы того же самого «зачем» можно было бы добиться проще или быстрее. Или чтобы сам процесс стал бы более интересным, чем сейчас

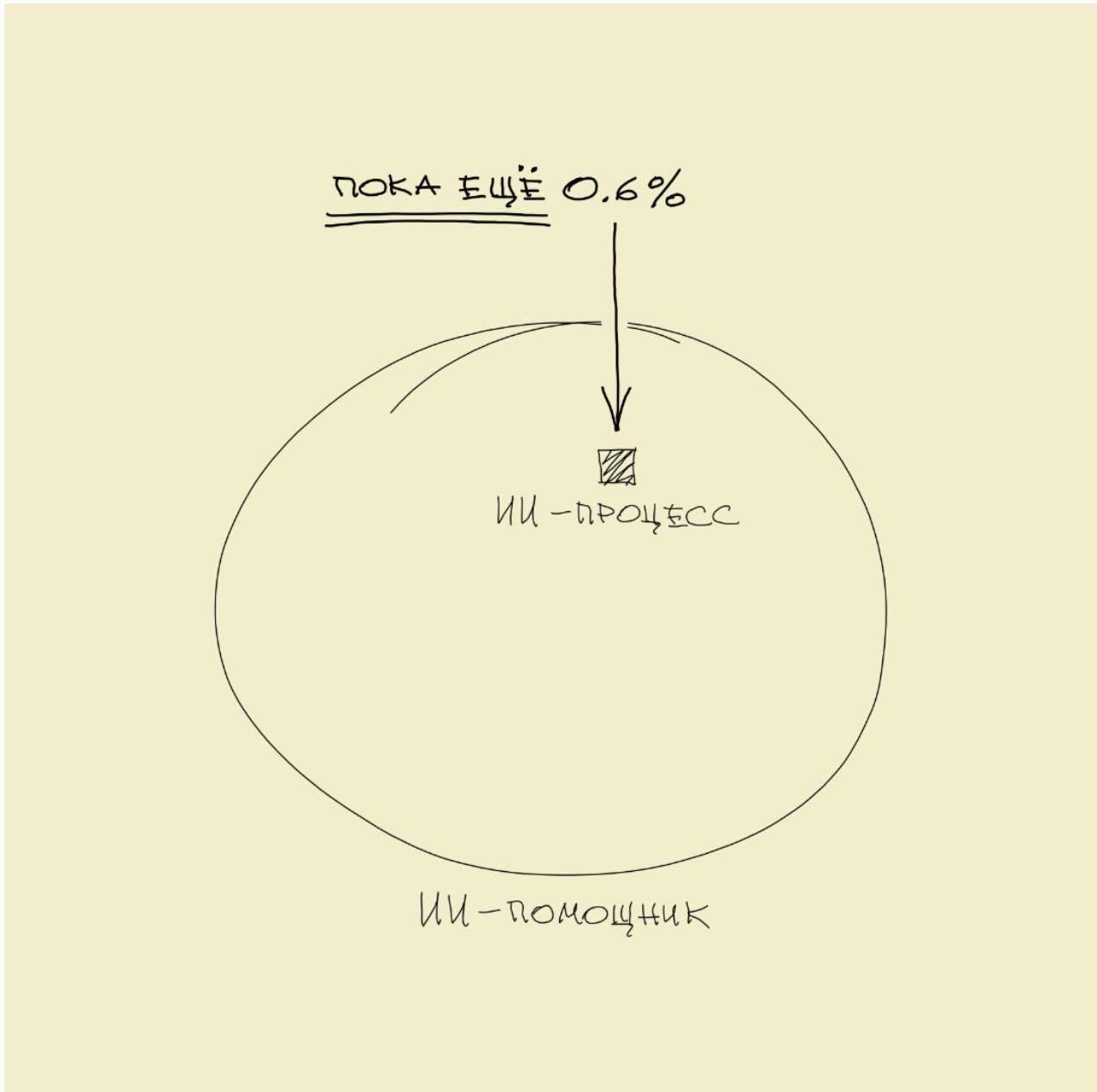




«Ползучий улучшизм» — это не рецепт успеха!

1. Нельзя взлететь, стараясь сделать более хороший продукт 😬 Взлететь можно — только пытаясь решить более важную проблему 🚀 Не исключено даже, что для тех же самых клиентов.
2. Причина понятна. Улучшая свой продукт, ты остаёшься в рамках того же порядка аудитории, ценности и цены продукта. А «взлёт» — это рост на порядки. Для чего нужен уже качественный скачок.

3. Следствие тоже очевидно. Например, начни выяснять, какие более важные дела есть у пользователей твоего продукта 🤔



Этим пока пользуется всего 0.6% от тех, кто будет!

1. Давно известно, что самый лучший способ создать успешный стартап — начать с того, что сейчас делают немногие. Чтобы потом взлететь, когда

это начнут делать все 🚀 Правда, при этом очень трудно понять — что же это такое может быть 😊

2. Но вот один интересный факт! Сейчас ChatGPT пользуется 900 миллионов пользователей. А Codex — только 5 миллионов или 0.6% от пользователей ChatGPT.
3. При этом многие до сих пор считают, что Codex — это платформа для ИИ-программирования. Хотя на самом деле Codex — это среда для ИИ-автоматизации любых процессов! Например, пару дней назад OpenAI выпустил новые плагины для Codex — для креативов, продаж, создания продуктов и даже для инвестирования.
4. Получается, 99.94% людей использует ИИ пока лишь в режиме ИИ-помощника — что представляет собой копейки от реальных возможностей ИИ, способного автоматизировать многие процессы целиком. Причём Codex — не единственный и не лучший во всех случаях вариант для этого 😊
5. А какой вариант и для чего может оказаться удобнее и лучше, чем OpenAI Codex или Claude Cowork?
6. Вот это и есть то, чем сейчас пока пользуются немногие — но скоро будут пользоваться все!



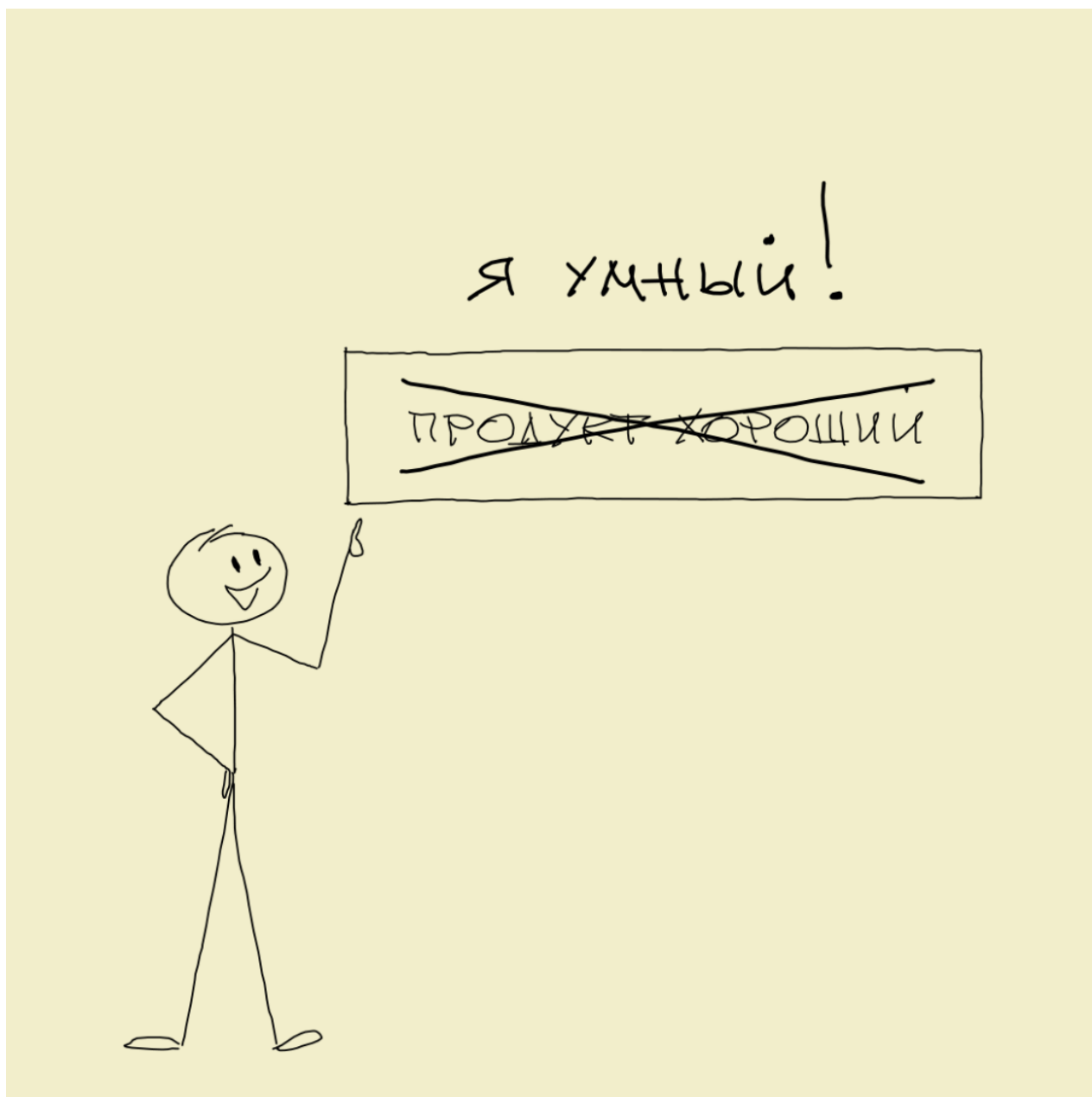
Что, кроме ИИ, поможет твоему продукту взлететь?

1. Мало кто знает, что через 2 года после создания у Stripe было всего 50 клиентов 😊 А сейчас Stripe оценивается в 159 миллиардов долларов. И Stripe не один такой.
2. С другой стороны, есть куча стартапов, у которых через 2 года после создания было всего 50 клиентов — а сейчас их всего несколько сотен, или эти стартапы уже даже закрылись.
3. Но чем отличаются первые от вторых? На мой взгляд, вот чем...



4. Те, кто в конечном итоге взлетел — заметили, что в мире что-то начало меняться. И поэтому начали делать то, что в этом новом мире людям может пригодиться. И не их вина, что мир менялся слишком долго 😊
5. Ну а те, кто не взлетел... верили, что самое главное — это сделать хороший продукт и запустить хорошую рекламу 🤔
6. А что начало меняться в мире, что поможет взлететь твоему продукту? С одним маленьким уточнением...

7. То, что появился ИИ, а твоём продукте есть ИИ — это ещё не повод. Потому что, когда появился интернет, многие интернет-проекты так и не взлетели. А когда появились современные смартфоны с магазинами приложений — далеко не все приложения выстрелили.
8. Итак, что начало меняться в мире, что поможет взлететь твоему продукту... кроме того, что в нём есть ИИ? 😊



Люди любят рассказывать о себе... Но как это использовать на пользу своему продукту?

1. Можно сказать, что продукт «начинает взлетать» — когда у тебя начала появляться куча пользователей, пришедших «из ниоткуда» 😬 Ни по рекламе, ни по твоим постам — а на самом деле по «сарафанному радио».
2. Соответственно, самый главный рычаг для взлёта — умение такое сарафанное радио запустить 🚀 Но что заставит пользователя рассказывать другим про твой продукт?
3. Замечательные свойства продукта? Ни хрена!
4. Потому что люди больше всего любят рассказывать о себе 😄 Например, о том, какие они умные и разумные... приводя в пример то, чего они добились с помощью твоего продукта 😄😄
5. А чем и как твой продукт помогает людям выглядеть настолько умными и разумными — что они будут про это рассказывать другим?



«Гантельная» стратегия саморазвития в эпоху ИИ

1. В Твиттере обсуждают «гантельную» стратегию саморазвития в эпоху ИИ — с помощью которой ты должен оказаться одновременно и ДАЛЕКО, и БЛИЗКО от ИИ 😬
2. Один блин гантели — это окунуться в ИИ. Пробовать разные ИИ-модели, использовать ИИ, чтобы помогать себе думать, создавать с помощью ИИ что-то новое, встраивать ИИ в свою повседневную жизнь и работу.
3. Другой блин той же гантели — погружаться в человеческий мир. Учиться рассказывать истории и убеждать, встречаться с людьми,

дружить и собирать команду, соединять разные идеи воедино и заниматься интересными вещами.



4. Грубо говоря, цель в том, чтобы научиться разделять «человеческое» и «ИИ-шное» 🎯
5. Чтобы перекладывать на ИИ механические вещи типа заполнения таблиц, написания кода, анализа данных, следования инструкциям или поиска иголок в стогах сена.
6. Но чтобы освободившиеся мозги и силы вкладывать в то, что может делать только человек — и становиться в этом лучше и лучше.

7. Потому что ИИ не заменяет человека, а всего лишь дополняет его. И по-хорошему нужно растить мастерство и там, и там — не скатываясь в какую-то одну сторону.
8. Почему именно «гантеля с двумя блинами»? Потому что нет ничего хуже, чем оказаться посередине — когда ты и в ИИ разобрался наполовину, но человеческие способности у тебя уже начали атрофироваться. И куда тогда тебе такому податься? 🤔



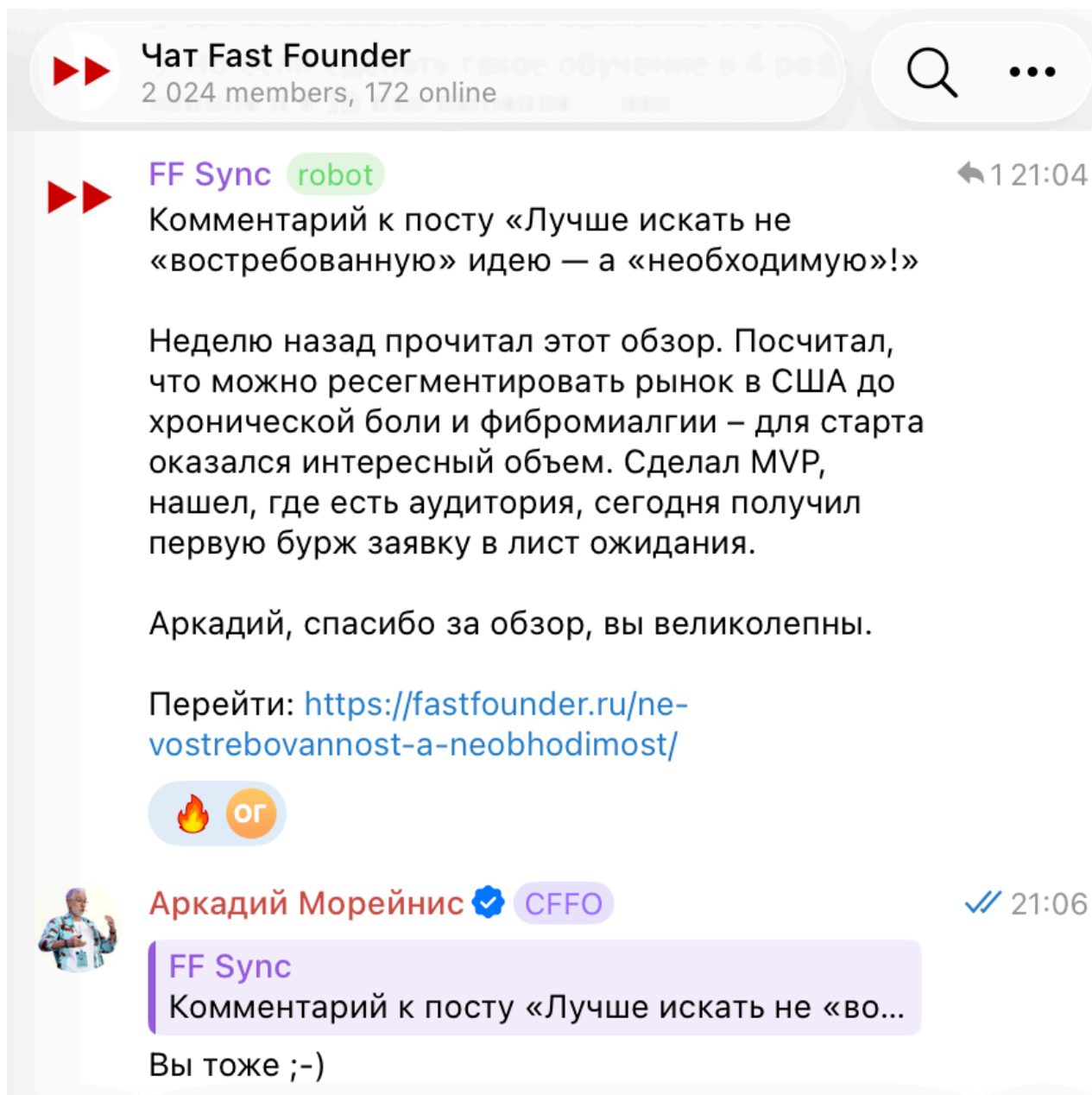
САМЫЕ РАБОЧИЕ ВАРИАНТЫ

	МИССКОНЕР	ЖУЛИК
ДУРАКИ	✓	✓
УМНЫЕ	✓	✓

Чтобы найти самое эффективное решение, нужно мыслить крайностями!

1. Для простоты лучше считать своих пользователей либо полными дураками, либо слишком умными 🤔
2. Одним нужно продавать продукт, с которым приемлемый результат получить может даже дурак. А вторым — продукт, с которым можно получить вообще невъ@бенные результаты, но только если использовать его с умом.
3. А делать продукт, с которым можно получить среденькие результаты, но для этого нужно ещё включать голову — он ни для дураков, ни для умных. То есть ни для кого 🙄
4. Тогда уж и себя для простоты лучше считать либо жуликом, либо миссионером 🤔
5. Миссионер сеет разумное, доброе, вечное — и надеется на то, что люди это оценят. В лучшем случае это станет религией, а в худшем — его съедят 🤔 Жулик же впаривает людям что угодно и как угодно — и всегда сколько-то на этом да зарабатывает.
6. А когда миссионер пытается использовать впаривательные приёмы — это получается криво и неубедительно. А когда жулик пытается сеять разумное, доброе, вечное — он перестаёт на этом зарабатывать.
7. Поэтому разумное, доброе, вечное нельзя впаривать, а если уж впаривать — то не разумное, доброе, вечное. Потому что так ни религию не построишь, ни денег не заработаешь 🙄
8. Так что, когда ты выбираешь, какой продукт делать, или что с продуктом делать — прикинь, как бы ты действовал в крайней ситуации: «миссионер для умных», «миссионер для дураков», «жулик для умных», «жулик для дураков» 🎯

- Потому что только такой подход может дать тебе самые неожиданные и самые эффективные варианты действий — которые ты уже потом можешь адаптировать под свою реальную ситуацию.



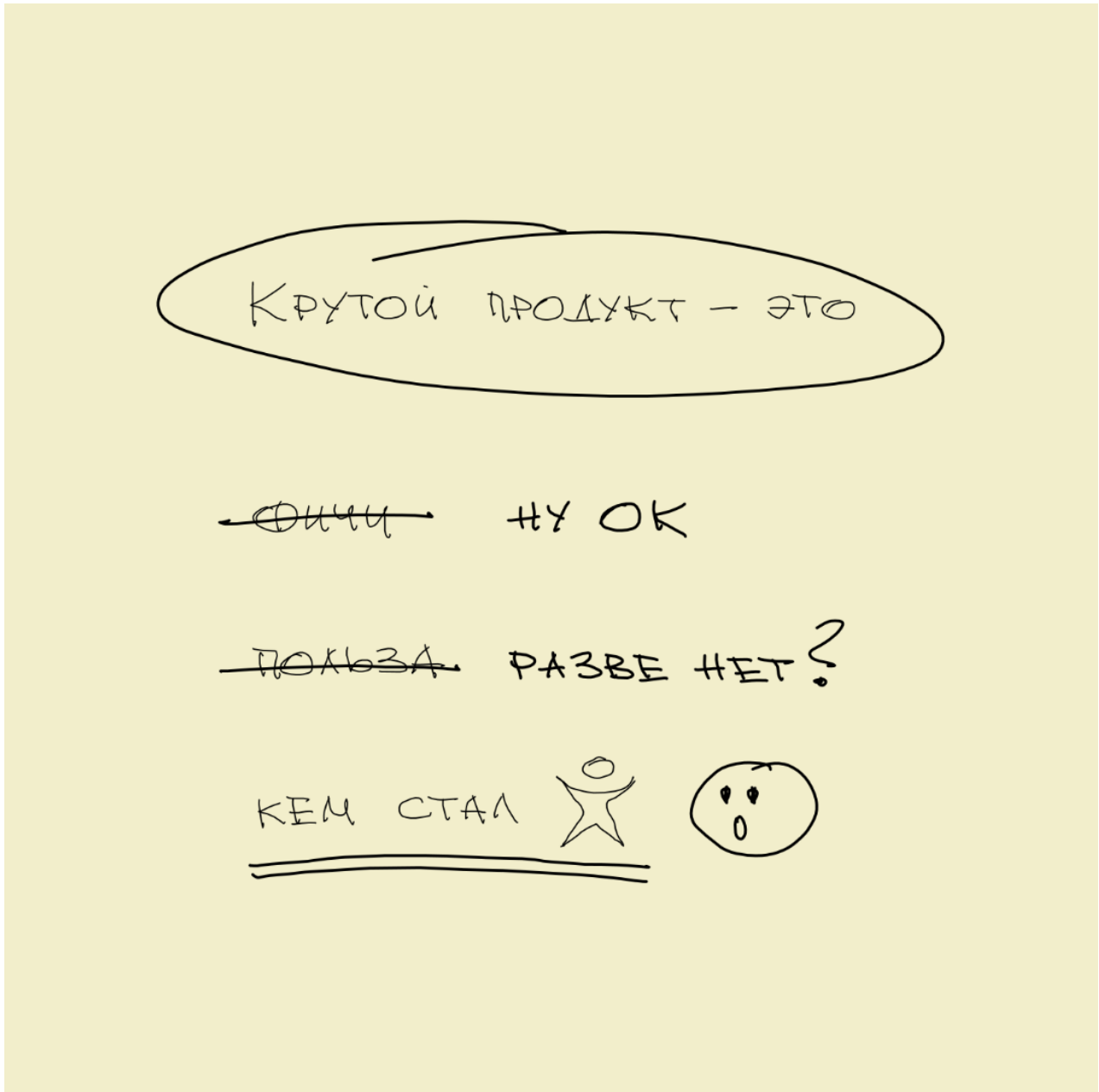
Всего 1 неделя — от идеи до первой буржуйской заявки в листе ожидания!

- Вчера вечером в чатике написали: «Неделю назад прочитал этот обзор [в фастфаундере про приложение для людей с хроническими

заболеваниями]. Посчитал, что можно ресегментировать рынок в США до хронической боли и фибромиалгии — для старта оказался интересный объем. Сделал MVP. Нашел, где есть аудитория. Сегодня получил первую буржуйскую заявку в лист ожидания.» 👍

2. Самое прикольное — что с момента чтения обзора до получения первой заявки прошла всего 1 неделя 🕒
3. Ну ладно, за 1 неделю заявка могла бы не появиться. Но тогда никто не мешает взять следующую идею — и проверить её за следующую неделю.
4. Как вы считаете, если каждую идею успевать проверять за 1 неделю — насколько высоки шансы за полгода-год нащупать идею, которая начнёт взлетать 🚀 Кажется, что шансы можно расценивать как очень высокие 😊
5. Ну хорошо, пусть очередная идея окажется более сложной, и на её проверку нужно будет потратить месяц. Это всё равно принципиально ситуацию с шансами не меняет — кроме некоторого удлинения общей истории.
6. Так что правильно говорят, что сейчас самое главное для стартапа — это скорость! Сначала быстро проверять идеи на право на существование. Потом быстро проверять гипотезы роста. Потом быстро проверять гипотезы масштабирования. И тогда шансы на успех вырастают на порядки 💪
7. А всё дело в том, что сейчас появился ИИ — который может такую скорость обеспечить. Поэтому остаётся только самому не тормозить 🤪
Чего и всем вам желаю 🥂





Крутой продукт — это не фичи, и даже не польза!

1. Если ты хочешь запустить реально крутой продукт — не продавай его фичи. И даже не продавай его пользу 😬
2. Продавай изменения — кем станет (во что превратится, как изменится) пользователь после того, как он твой продукт купит 😬
3. Чем круче будет это изменение — тем круче окажется твой продукт 🎯

UPD

— Ну вот стал я пользоваться Тиктоком или Инстой, и чего? Кем я стал?

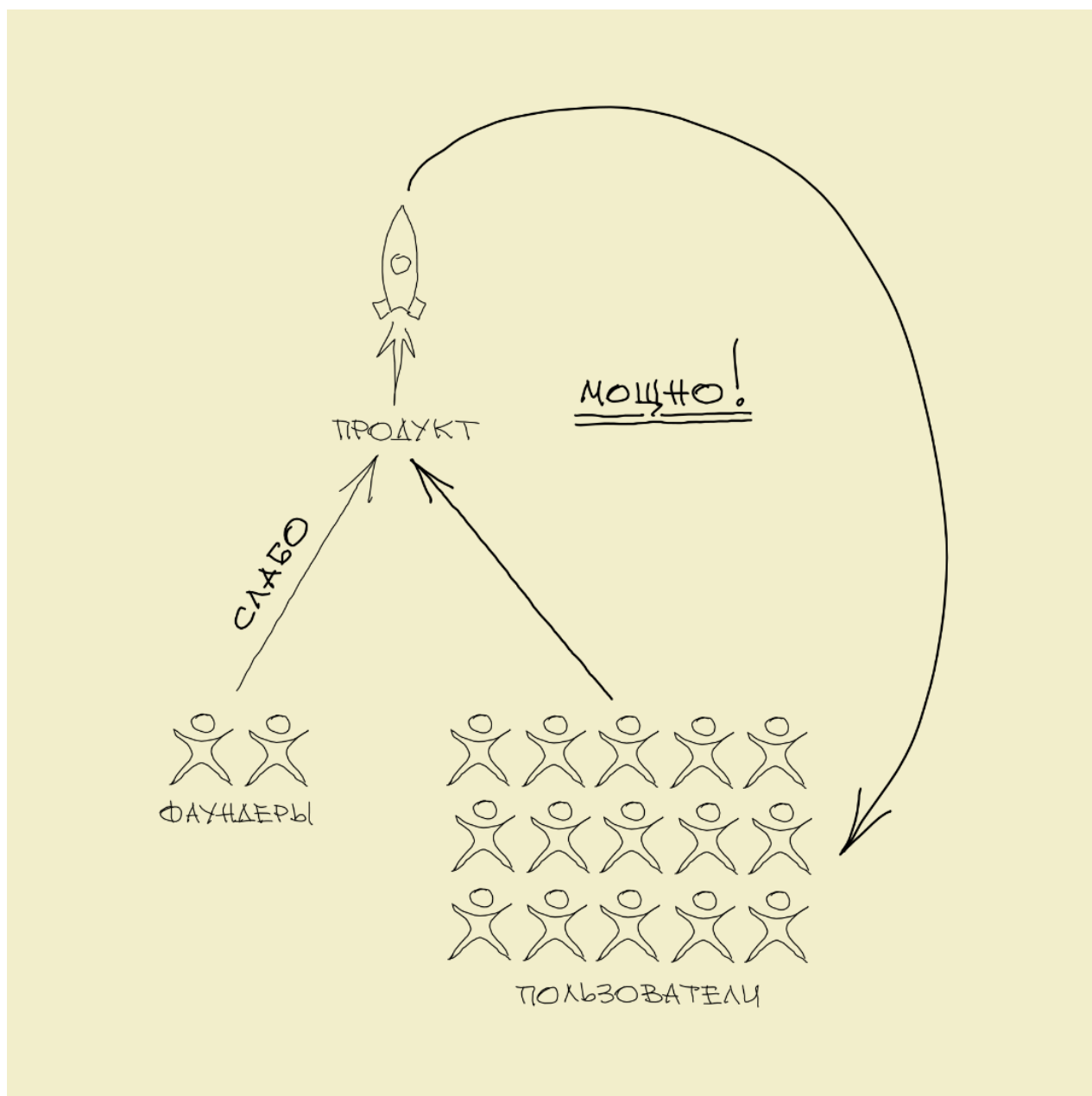
— Дебиллом? 🤔🤔🤔

1. А если серьёзно, то людей можно менять как в лучшую, так и в худшую сторону.
2. И на оболванивании людей кто-то всегда зарабатывает большие деньги. Начиная от жесткача типа продавцов наркотиков и водки и заканчивая мягкими лапками «фабрики грёз» Голливуда или «ржачных» тиктоков.
3. Так что это уже твой личный выбор — в какую сторону ты хочешь менять людей, или хочешь меняться сам.

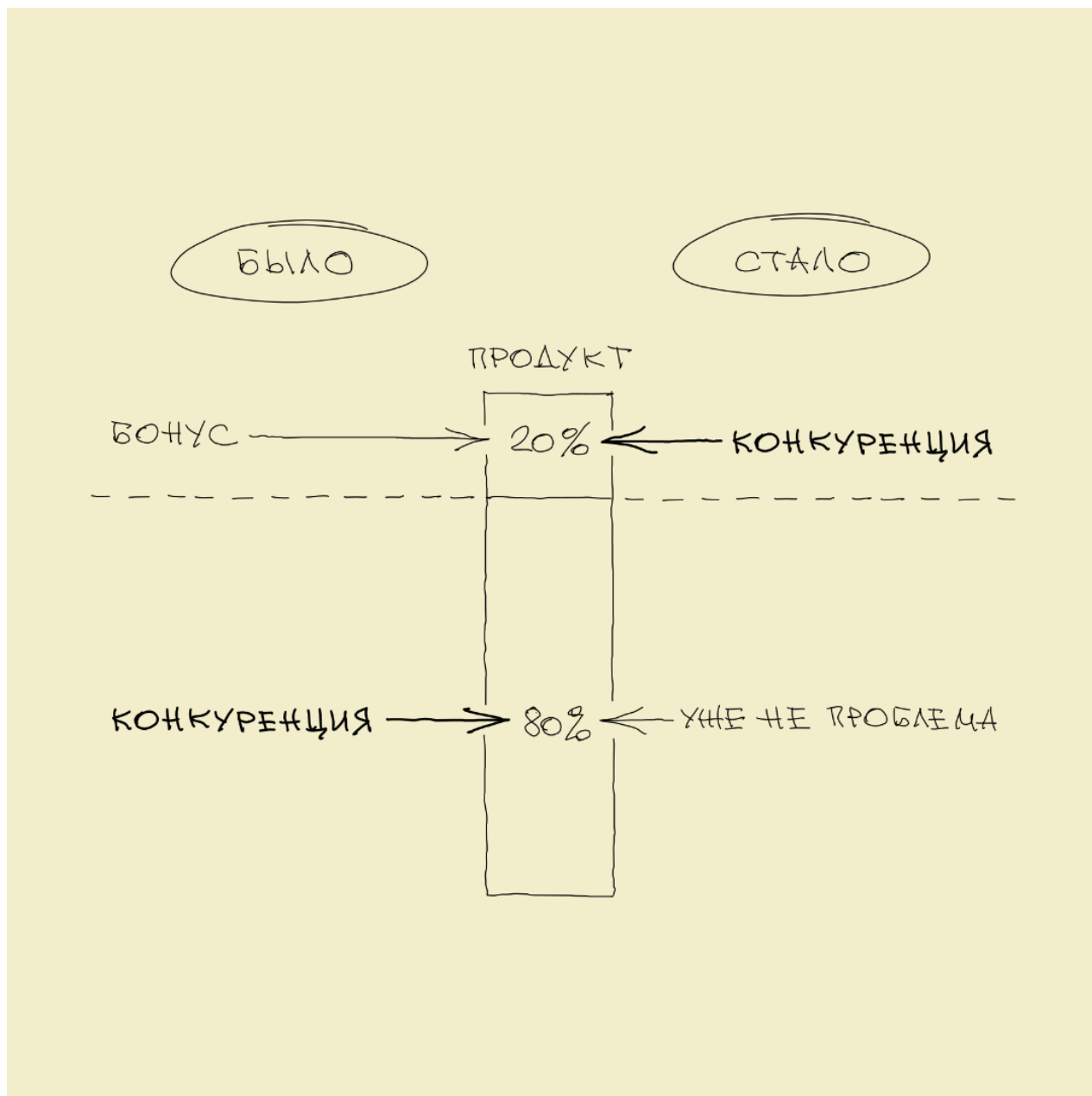


Мощная причина для раннего запуска... Если в твой продукт встроена вот такая штука!

1. У Combinator всё время убеждал фаундеров запускаться как можно раньше — даже с ещё сырыми продуктами. Но сейчас, как заявил партнёр УС, у этого появилась новая причина — которой раньше не было!
2. Ведь сейчас продукты, как правило, создаёт ИИ — которому фаундер говорит, что нужно сделать.
3. Но это значит, что до момента запуска скорость разработки продукта ограничена фантазией фаундера. Причём эта же фантазия может завести его куда-то совсем не туда 😏
4. Зато после запуска ИИ может наблюдать за действиями реальных пользователей продукта — и сам достраивать то, чего в нём не хватает 😬



5. При этом продукт будет развиваться в ту сторону, которая нужна пользователям — но со скоростью пропорциональной количеству пользователей продукта, а не количеству его фаундеров 🤔
6. Правда, для этого в продукт должна быть встроена ИИ-петля обратной связи — которая собирает реакцию пользователей и превращает её в новые свойства продукта 🎯
7. А ты в свой продукт такую штуку встроил? 🚀 Хотя бы в каком-то начальном простом виде — чтобы дальше это развивать.



«Я такую штуку на Клоде за 2 недели напишу»

1. Это довольно обычная нынешняя реакция практически на любой стартап 😊 Ведь быстренько «написать» с помощью ИИ сейчас можно практически что угодно. Однако это напоминает историю из культовой книги Фреда Брукса «Мифический человеко-месяц».
2. Там начинающий программист хвалился, что он какую-то программу может написать за несколько дней. На что опытный программист

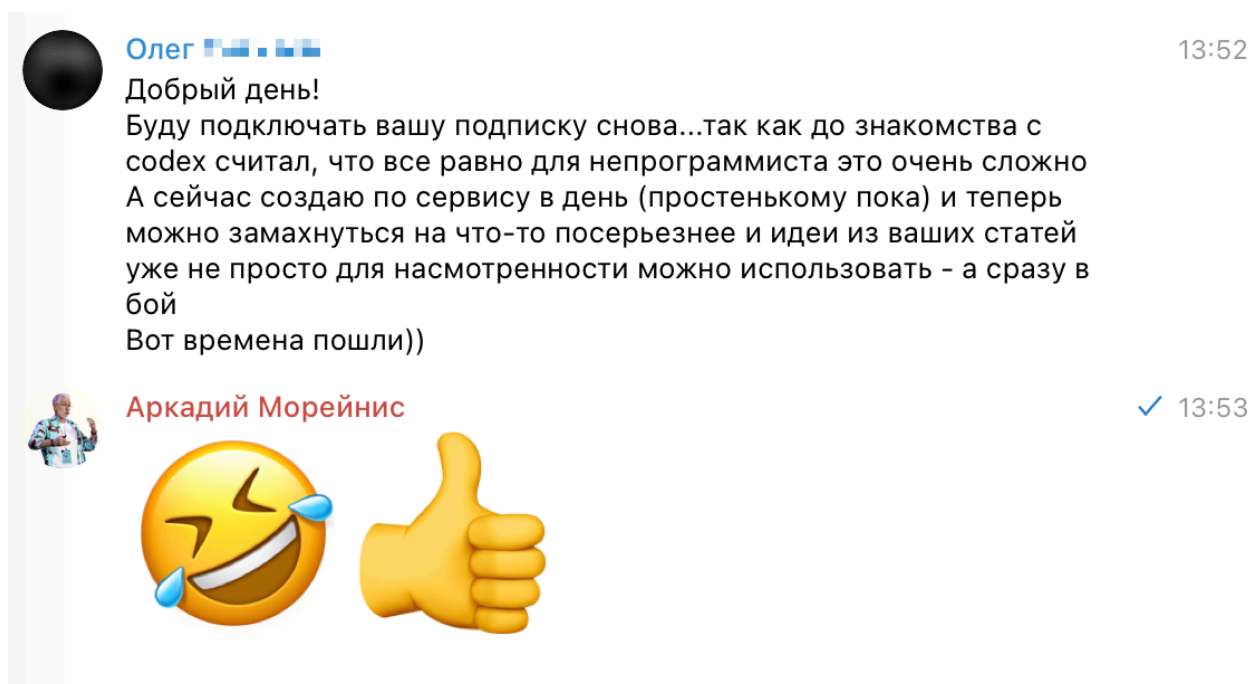
сказал, что он такую программу может «написать» за полдня 😊 Но на то, чтобы она «работала» надёжно и во всех ситуациях — ему потребуется несколько недель 😬

3. А если серьёзно, то сейчас ситуация с софтом принципиально изменилась! Ведь раньше, когда программы было писать долго, дорого и сложно — сам факт создания готовой программы уже был подвигом, после совершения которого сразу можно было начинать конкурировать.
4. Хотя, как все мы понимаем, такие программы были готовы обычно на условные 80%. А оставшиеся 20% качества они добивали в течение нескольких лет 🙋
5. Сейчас же даже довольно сложную программу с помощью ИИ каждый желающий может написать за считанные недели. Поэтому конкуренция на уровне 80% качества свеженарисованных программ внезапно исчезла 😱
6. Потому что она переместилась на уровень оставшихся 20% — деталей, тонкостей, обработки краевых случаев, возможностей адаптации и прочих «дополнительных преимуществ». Которые сейчас превратились в «залог существования».
7. Так что теперь фишка состоит не в том, что ты можешь с помощью ИИ написать. А что ты сделаешь, чтобы твоя программа могла максимально улучшаться 📈 за минимальное время 🕒 ? Причём постоянно! Так как, чем больше ты пользователям даёшь — тем больше они от тебя начинают требовать 😄
8. Короче, как твоя такая система может быть устроена?



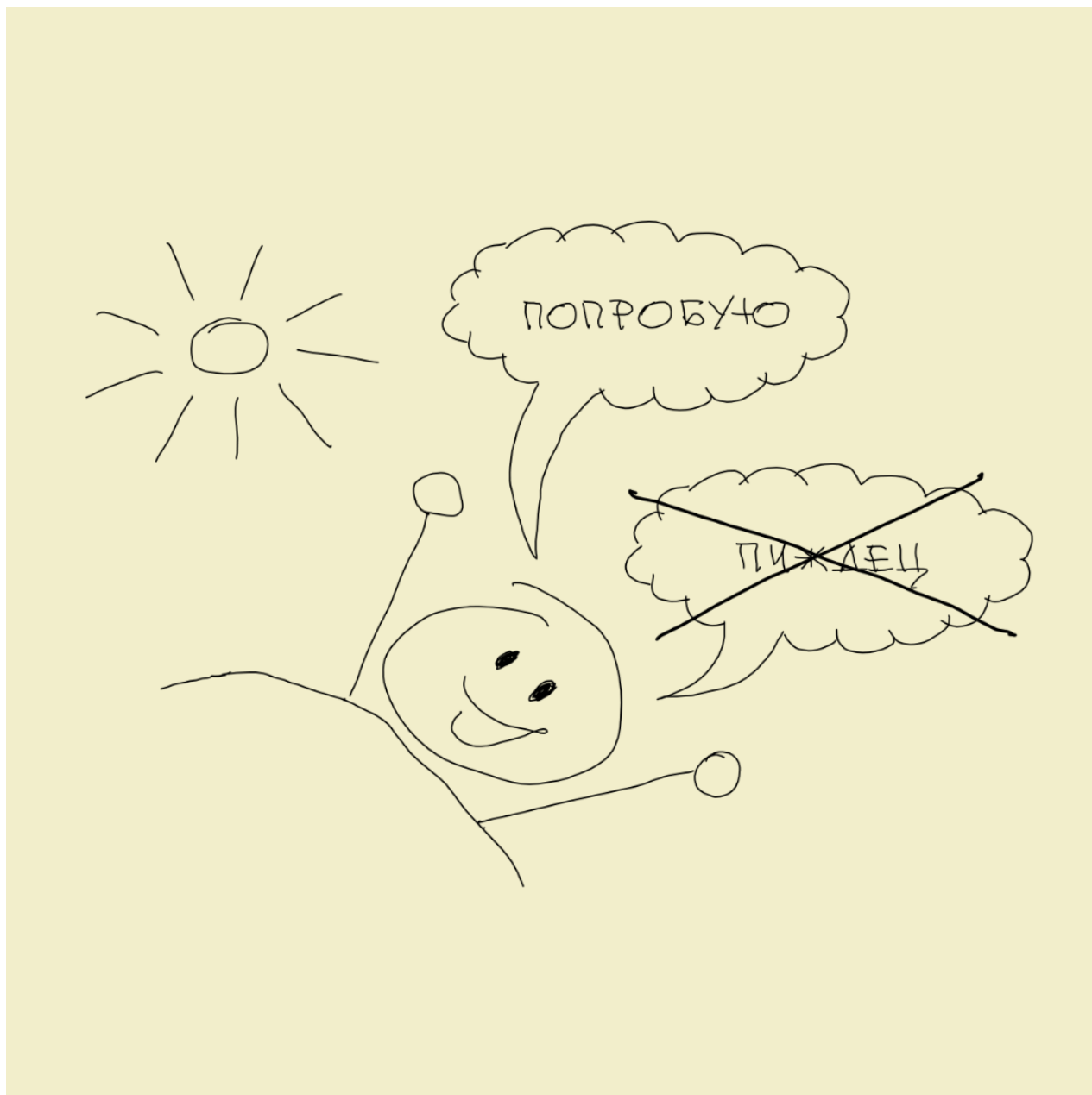
1. Тем не менее первые 80% продукта — это первый важный скачок вперёд. И таких скачков нужно делать много, и делать их часто — чтобы нащупать что-то работающее и перспективное.

2. А главный плюс сегодняшнего момента состоит в том, что для этого уже не обязательно быть программистом! Потому что с Claude или Codex создавать программы может по сути любой.
3. Даже Пол Грэм на днях написал, что традиционное название «нетехнический кофаундер» становится тупо опасным — потому что человек с таким бейджиком принципиально не лезет в техническую сторону вопроса. Хотя уже может и должен 💪



4. В качестве подтверждения могу привести сегодняшнее сообщение: «Буду подключать вашу подписку [на фастфаундер] снова...так как до знакомства с Codex считал, что все равно для непрограммиста это очень сложно.».
5. «А сейчас создаю по сервису в день (простенькому пока) — а теперь можно замахнуться на что-то посерьезнее. И идеи из ваших статей уже не просто для насмотренности можно использовать — а сразу в бой. Вот времена пошли))».

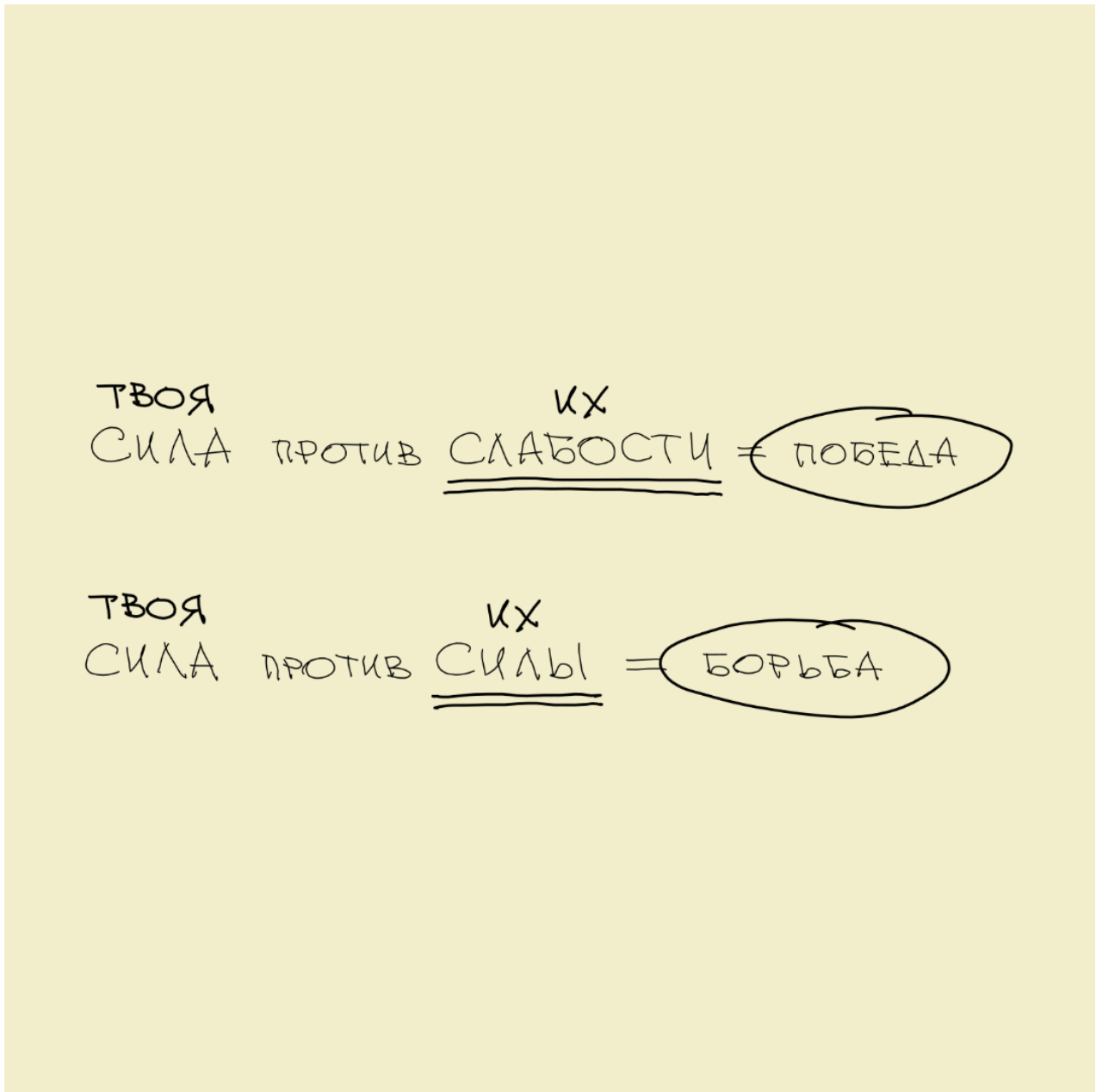




Тут уж приходится выбирать — или пиз@ец, или икигай

1. Бессмысленно просыпаться по утрам, если ты не собираешься сегодня попробовать что-то, что может изменить твою жизнь к лучшему 🤔
2. И если даже эти попытки не сработают в 90% случаев, оставшихся 10% тебе с головой хватит 🎯
3. И да, это такой специальный утренний пост 🌅

4. А «икигай» — это целая японская философия, в которой можно даже не разбираться. Потому что в простейшем изложении она сводится как раз к тому, что нужно иметь, ради чего просыпаться 😬



Чтобы было проще победить — иди не сюда, а туда!

1. Легендарный партнёр Уоррена Баффетта Чарли Мангера сказал как-то фаундеру миллиардного технологического стартапа в сфере логистики,

что ему очень нравится его проект... потому что у него «тупые конкуренты» 🤔 А вот что имелось в виду под тупостью.

2. Если бы фаундер-программист пытался бы «перепрограммировать» конкурентов-программистов — это была бы борьба умов. А в логистике умение программировать оказалось нечестным конкурентным преимуществом против не умеющих программировать логистов.
3. Это значит, что фаундеру стоит знать свои сильные стороны — но чтобы выбрать сферу, где большинство игроков в этом слабы 🦵
4. Грубо говоря, программисту нужно делать стартап в какой-то отсталой в технологическом смысле отрасли. А опытному операционщику — наоборот, в технологической сфере 😬 Потому что у технарей эти компетенции обычно находятся на зачаточном уровне 😬 Понятно, что это совсем грубые примеры — но тем не менее.
5. Другими словами, получается парадоксальная вещь. Чтобы было проще победить — нужно идти не туда, где ты уже всё знаешь. А туда, о чём ты мало чего знаешь 🤖
6. Рассчитывая на то, что такие как ты туда поэтому тоже не особо охотно идут. И поэтому твоя сила может оказаться там редкой и востребованной 🙌

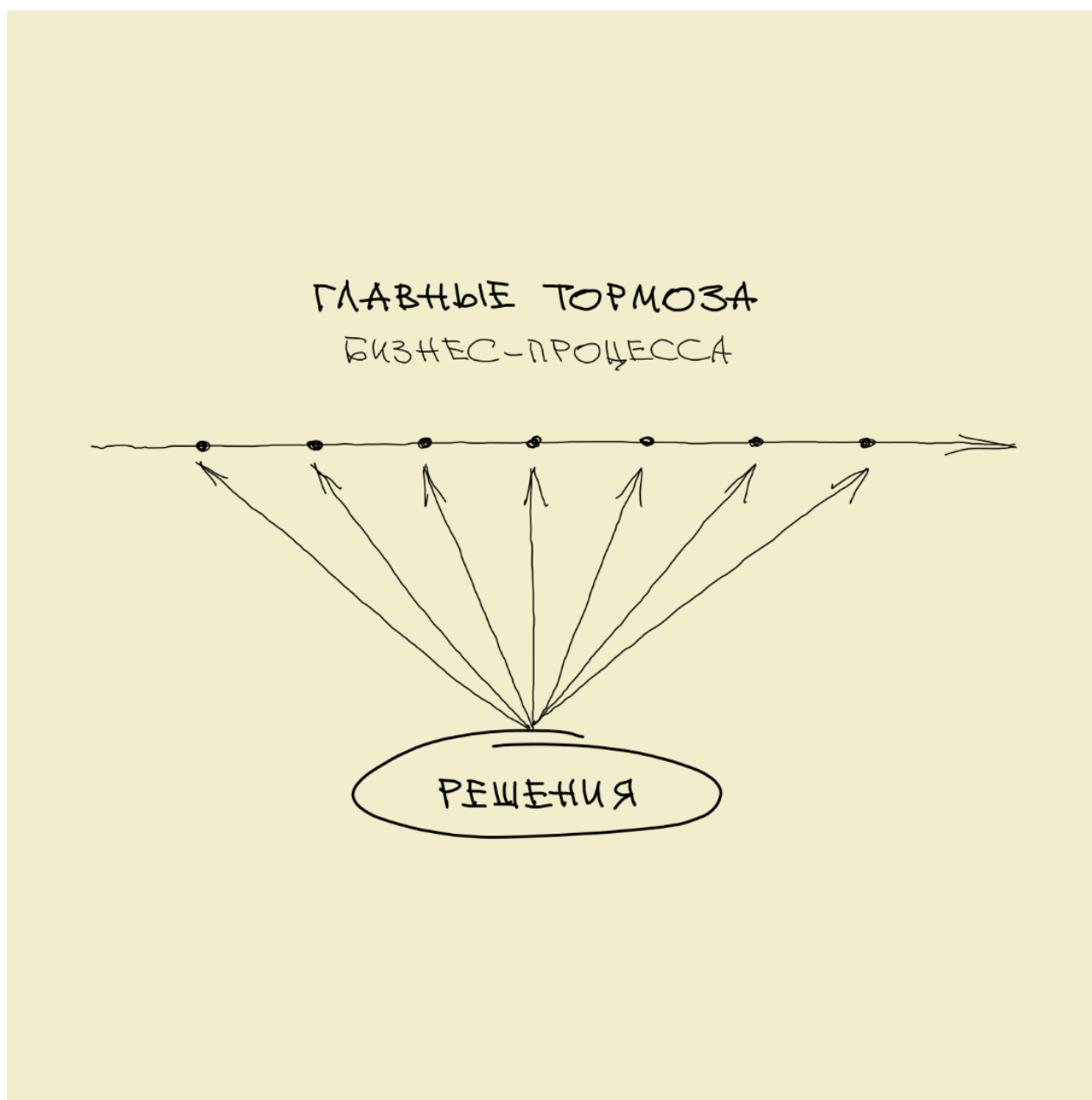


Что на самом деле стартапы должны автоматизировать!

1. Бессмысленно внедрять в компании ИИ в виде помощников сотрудникам. Потому что при этом бутылочным горлышком, препятствующим росту производительности труда всё равно останется человек 🙌
2. Поэтому всё должно быть наоборот! Это сотрудники должны становиться помощниками ИИ-агентов — которые будут вызывать

людей в случае редкой необходимости что-то верифицировать, выбрать, принять решение или подписать.

- 3. Тогда производительность компании будет расти со скоростью ИИ. Чего нельзя добиться — когда просто берётся и автоматизируется кусок существующего в компании бизнес-процесса 😬



- 4. Потому что, если посмотреть на ситуации шире — станет понятно, что самые большие тормоза происходят на этапе того, как люди принимают решения в ходе бизнес-процесса или ждут, когда положенное решение примет кто-то из их коллег.

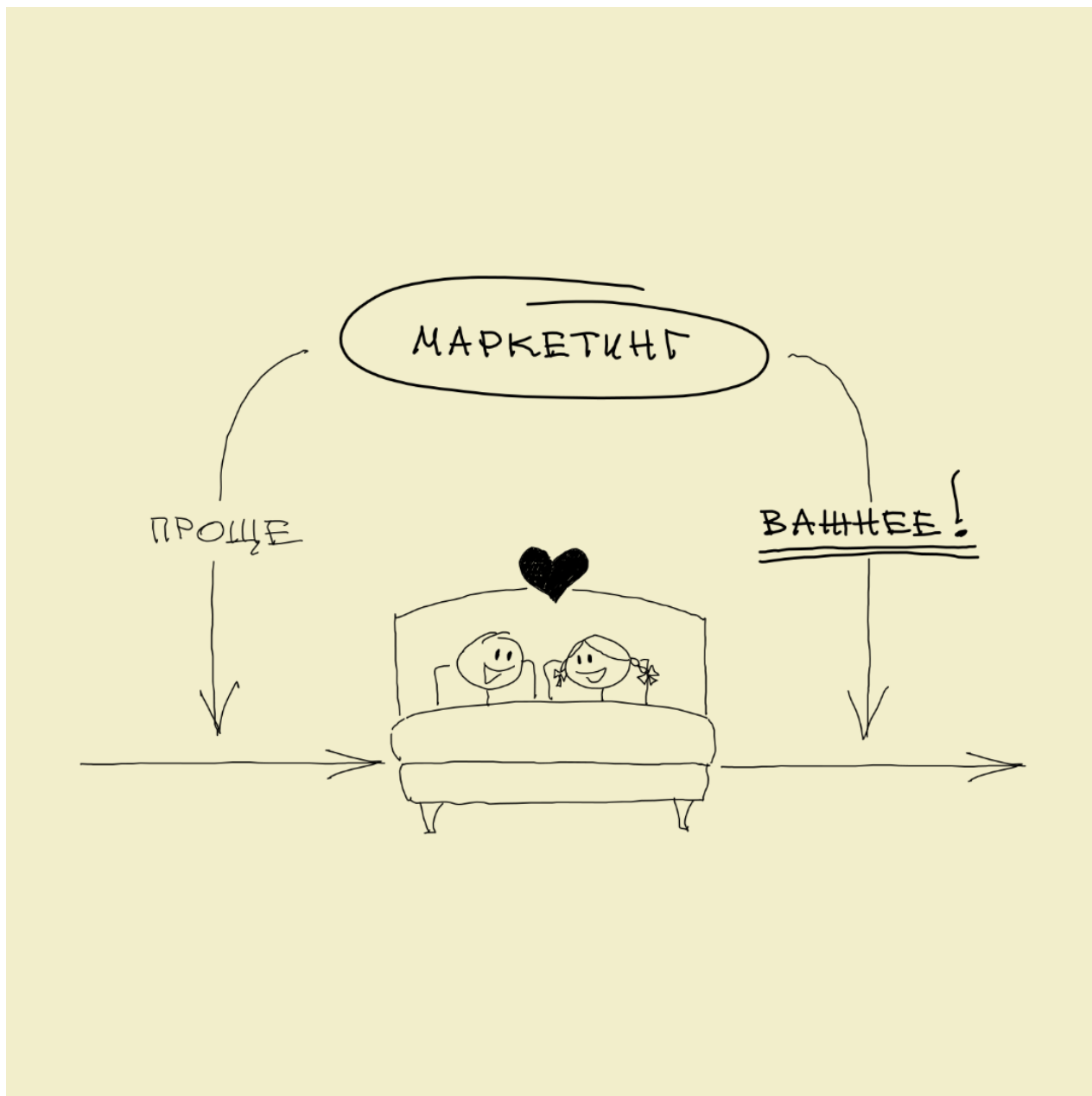
5. Может показаться, что в бизнес-процессах моментов принятий решений совсем мало — нужно брать больше и кидать дальше. Но тут можно вспомнить старый анекдот, когда сортировщик яблок обратился к психологу по поводу нервного срыва 😓
6. А когда врач спросил о причинах, тот ответил — «так мне каждую секунду приходится принимать решения, в какую корзину очередное яблоко положить» 😂 И на самом деле таких сортировок яблок в каждом бизнес-процессе просто до фига.
7. И если их игнорировать — то на выходе получается тупой ИИ-робот клиентского сервиса, который даёт ничего не объясняющие ответы несчастным клиентам.
8. Так что, если ты делаешь платформу для ИИ-автоматизаций, учти, что самый критичный участок для автоматизации — это не тупая работа, а моменты принятия решений 🎯
9. Которые ещё нужно суметь разглядеть 👁️ 👁️ Потому что люди принимают их естественным образом... а ИИ-агентов этому нужно отдельно учить.



Маркетинг «после койки» важнее, чем до неё!

1. Один умный человек сказал: «Прорыв создаёт хайп, дистрибуция создаёт выручку, а удержание создаёт компании».
2. Проблема в том, что вкладываться в рекламу гораздо проще, хотя и дороже 😊 Потому что можно обещать с три короба, надувать щёки, снимать красивые ролики и плясать разные другие ритуальные танцы.
3. А вкладываться в удержание дешевле... но сложнее. Потому что пользователь должен успеть разглядеть ценность продукта и получить первые результаты, пока его первоначальный энтузиазм не угас.
4. Хотя в реальности всё выглядит с точностью до наоборот! Все придумывают разные прикольные способы и методы, чтобы довести

пользователя до оплаты. После чего в лучшем случае он получает унылую последовательность писем с описанием фич продукта или напоминаний типа «что-то ты к нам давно не заходил».



5. Похоже на обычные истории развития «романтических» отношений — когда конфетно-букетный период с распусканием перьев заканчивается на этапе перехода к постели или в ЗАГС. Хотя как раз в этот момент должна начаться работа над тем, чтобы эти отношения оказались как можно более крепкими и долгими.

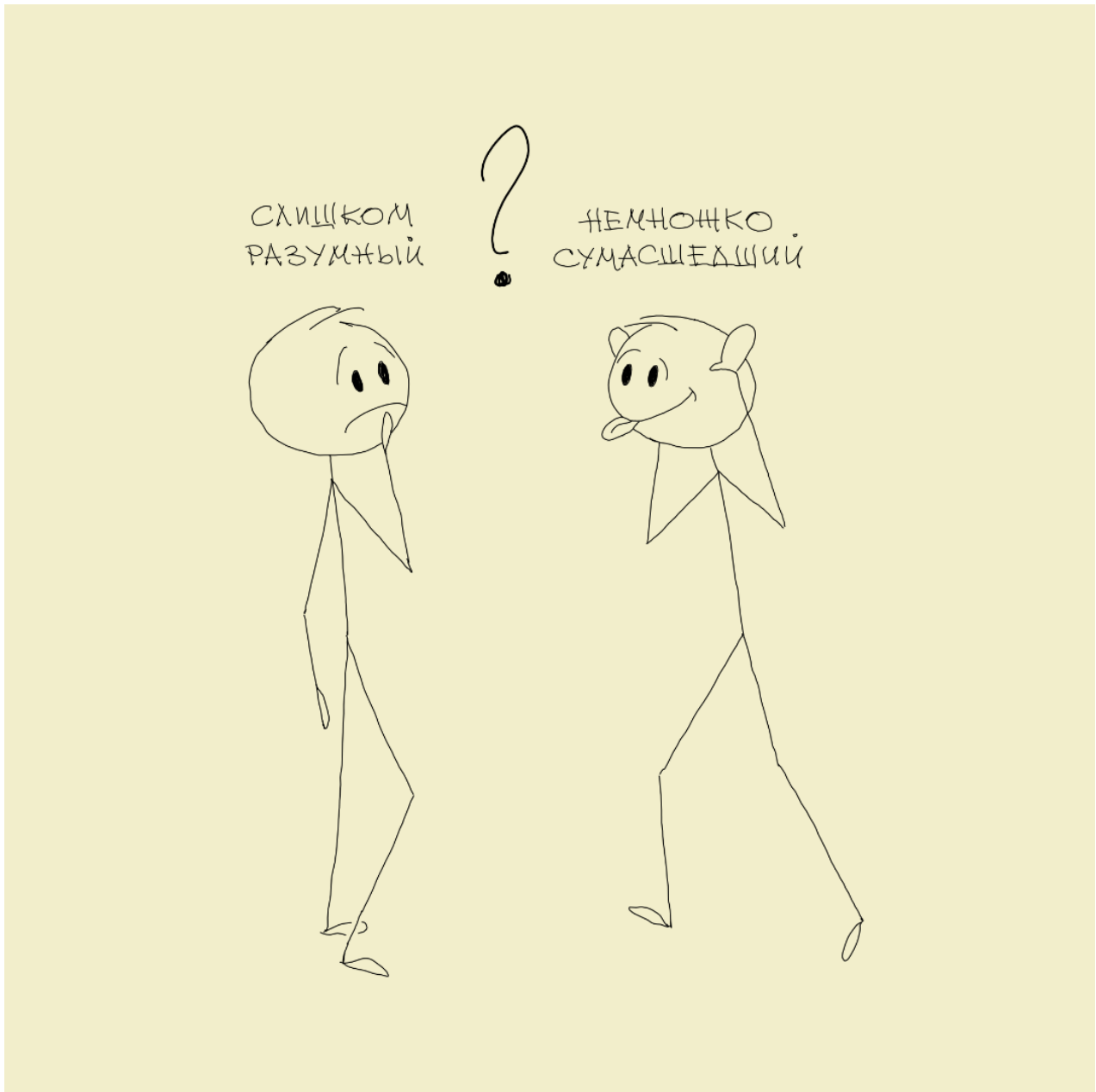
6. Получается, что настоящий маркетинг — это не то, что приводит пользователя «в койку», в смысле к регистрации и оплате продукта 😂 А то, что начинается после этого 🎯
7. А насколько больше сил, денег и мозгов ты вкладываешь в пользователей на этапе «после койки» по сравнению с «до койки»? А точно больше? 😊



И тогда результатам будет некуда деваться — кроме как появиться!

1. Обычная причина большинства неудач в жизни и работе — это не недостаток мотивации, а отсутствие нужных привычек. Вот первый простой пример.
2. Ты можешь замотивировать себя ходить в фитнес-клуб. И даже сходить туда несколько раз. А потом то одно, то другое — то времени не будет находиться, то желания. И вот ты на фитнес уже и не ходишь 🙋
3. А всё потому что ты не переставил будильник на час раньше по понедельникам, средам и пятницам — чтобы успеть сходить перед работой на фитнес. Сначала ты начинаешь ходить туда по расписанию, а потом уже по привычке... Ну а результаты ты сам увидишь в зеркале.
4. Или вот второй простой пример — когда у тебя есть привычка сидеть и программировать после работы до глубокой ночи, но ничего из запрограммированного что-то не взлетает. Просто потому что ты это не рекламируешь 🙋
5. А не рекламируешь ты это, потому что один раз попробовал — не получилось. Другой раз попробовал — не получилось. И каждый раз, когда про это вспоминаешь — опять не получается 😞 Хотя, если бы ты в таком режиме программировал — это у тебя тоже бы не получалось 😊
6. Поэтому рекламу тоже нужно превратить в привычку. Условно говоря, хотя бы 1 час каждый вечер — чтобы записать и выложить новый ролик про свой продукт. И тогда рано или поздно эта привычка перейдёт в качество — которое начнёт приносить пользователей и деньги.
7. В общем, когда ты чего-то не можешь добиться — не нужно себя мотивировать на подвиги. Нужно просто подумать, какой привычки тебе для этого не хватает. И куда эту привычку себе в расписание встроить — чтобы начать к ней привыкать 🎯

8. А когда привычка есть, и она долбит в нужную сторону — то даже капля камень точит. Поэтому результатам некуда будет деваться — кроме как появиться 😏



Не исключено, что «немножко сумасшедший» — это лучше, чем «сильно разумный»

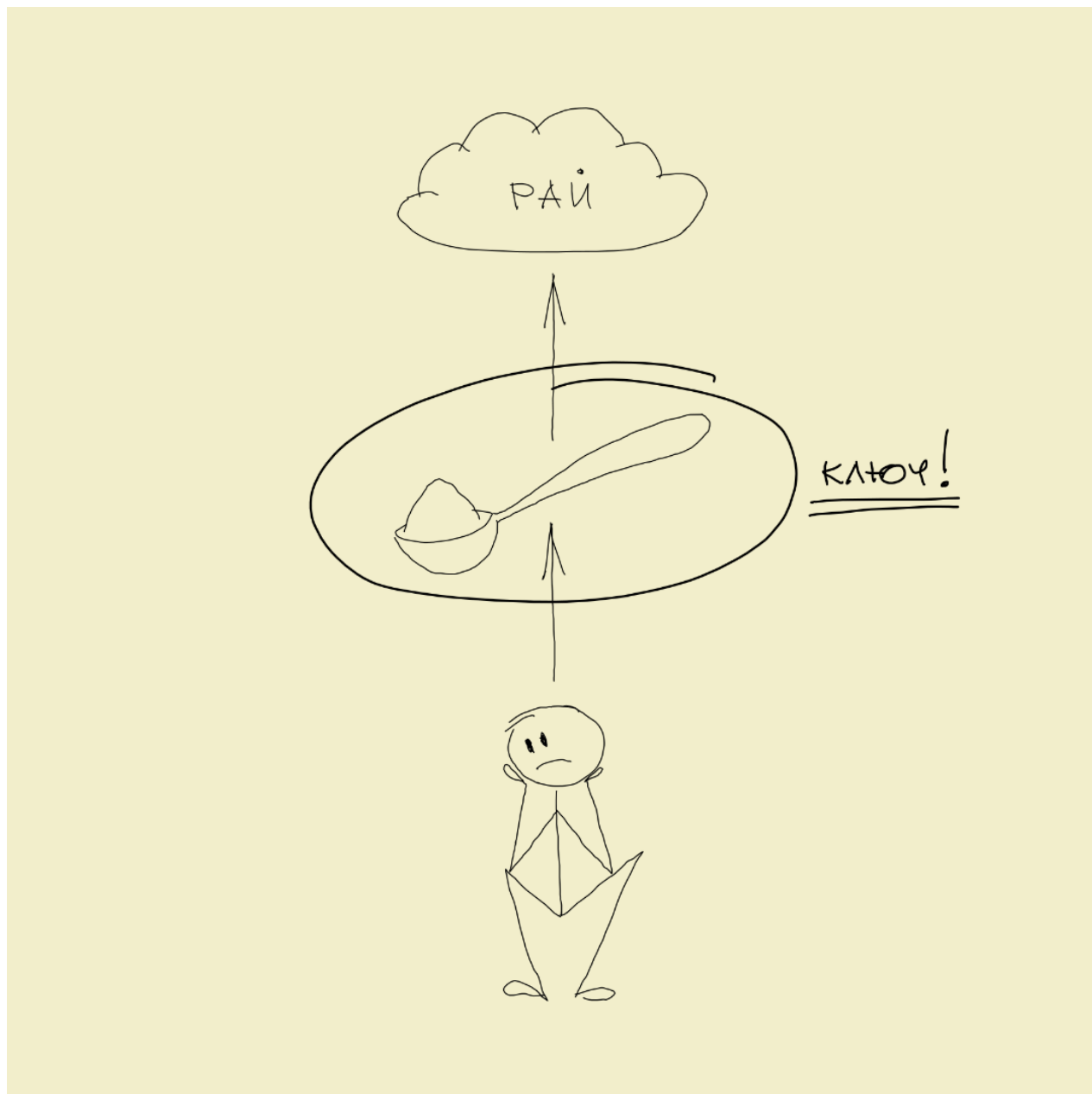
1. Мой приятель долгое время вводил в ступор банковских менеджеров... отказываясь класть деньги на депозиты под проценты 😬
2. В качестве первой причины он выдвигал то, что «забота о маленьких процентах отвлекает меня от поиска больших идей для бизнеса» 🎯
3. А в качестве второй — что «нежелание потерять даже маленькие проценты будет мешать мне вкладывать эти деньги в свои проекты» 😭
4. С тех пор он образумился и начал открывать депозиты. Но его бизнес-идеи с тех пор явно измельчали 😂
5. Наверное, потому что он образумился.
6. Ведь идеи, которые могут стать большими, обычно выглядят поначалу немножко или даже множко сумасшедшими 😄



Дорога в рай вымощена чайными ложечками

1. Самая горячая сейчас тема — это ИИ-автоматизация бизнеса. В которую вкладывают время и деньги... а она не приносит вообще никаких результатов 😬 Потому что компании тупо не с того начинают.
2. Такая ситуация укладывается в простенький диалог. «Посмотри, я тут навайбкодил отличную штуку». «Отстань, у меня нет времени с ней разбираться» 😂 Почему такие диалоги возникают?
3. Потому что за обратной связью лучше обращаться к самым ценным сотрудникам. Но ценные сотрудники — это те, кто завален делами по самые уши. И поэтому они не могут даже голову поднять, чтобы на что-то там смотреть 🙄

4. А значит, первые шаги глобальной автоматизации компании — это создание маленьких простых ИИ-инструментов, которые будут помогать самым ценным её сотрудникам начать освобождать своё время 🚀



5. При этом нельзя сразу перестраивать всю их работу. Или заставлять их выполнять двойную работу, дублируя то же самое в другой системе. Только мелкие инструменты, бесшовно укладываемые в то, что они уже делают — но это ускоряют. Пусть даже и по чайной ложке за раз.
6. Тогда сначала у них появится чувство, что эта автоматизация — не пустые слова и не игрушки. Потом появится время на то, чтобы

смотреть на более сложные и перспективные инструменты. А потом — вкус и желание во всём этом поучаствовать. Чего и требовалось добиться 🙌

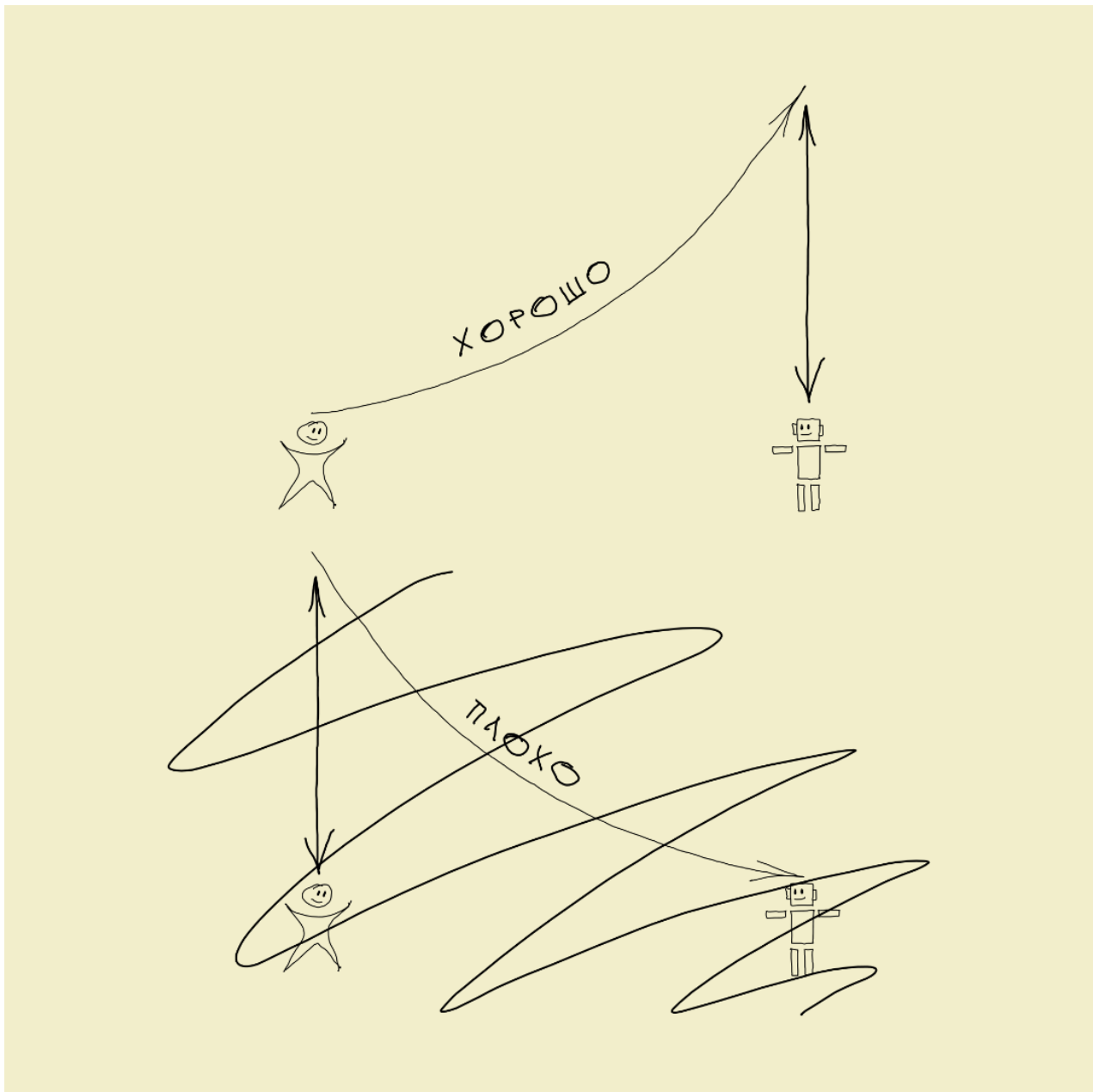
7. Потому что автоматизировать твою компанию должны самые ценные твои сотрудники 🎯 А не сотрудники, которым нефиг делать, кроме как вайбкодить в своё удовольствие. Или сторонние консультанты, которые в твоём бизнесе ни фига не понимают.
8. Короче, кто твой самый занятый сотрудник? Что нужно автоматизировать, чтобы начать освобождать его время, заодно показывая и объясняя ему силу и пользу ИИ? 📈



Неожиданный критерий будущей популярности интернет-продуктов

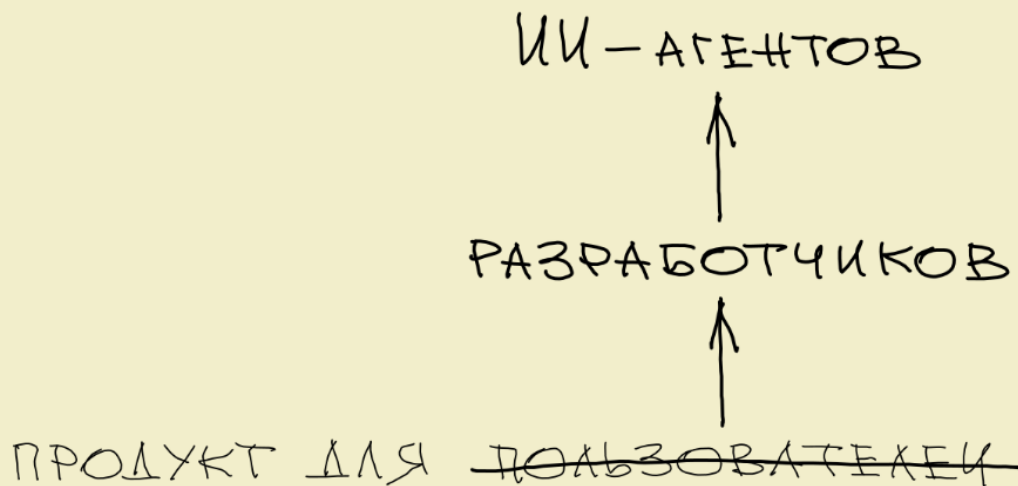
1. Чтобы понять, какие продукты скоро станут популярными, нужно понять важную вещь — что главными пользователями интернет-продуктов скоро станут не люди 😬 А ИИ-агенты, которые залезают в эти продукты — выполняя поручения и работу людей. И некоторые старые продукты уже начали на этом тренде расти 📈 А некоторые — наоборот, падать 📉
2. К примеру, один чувак недавно написал, что его компания сократила количество рабочих мест Salesforce с 10 до 2. Но в результате они стали платить за Salesforce в 2 раза больше, чем раньше 🤖 Почему?
3. Потому что в Salesforce начали постоянно залезать их ИИ-агенты по маркетингу, клиентской поддержке и продажам — чтобы обосновывать данными из CRM каждое своё действие. А за каждый вызов API Salesforce таким ИИ-агентами нужно платить.
4. В той же компании сотрудники постоянно пользовались Notion. Но ИИ-агентам Notion оказался ни для чего не нужен 🤖 Несмотря на все его

новые и прекрасные ИИ-фишки — но которые ориентированы в первую очередь на пользователей-людей 😊



5. Ещё 10 месяцев назад Salesforce в его компании не пользовался практически никто, кроме продавцов. А Notion пользовались все.
6. А теперь Salesforce используют практически все их ИИ-агенты — причём часто и в режиме 24/7. А Notion по-прежнему используют только люди — в своём «ленивом» по сравнению с ИИ режиме 😊

7. Так что залог будущей популярности твоего интернет-продукта — захотят ли ИИ-агенты использовать его чаще, чем люди? Насколько разные ИИ-агенты? Насколько чаще? Почему?



Представь, что все пользователи твоего продукта — это разработчики...

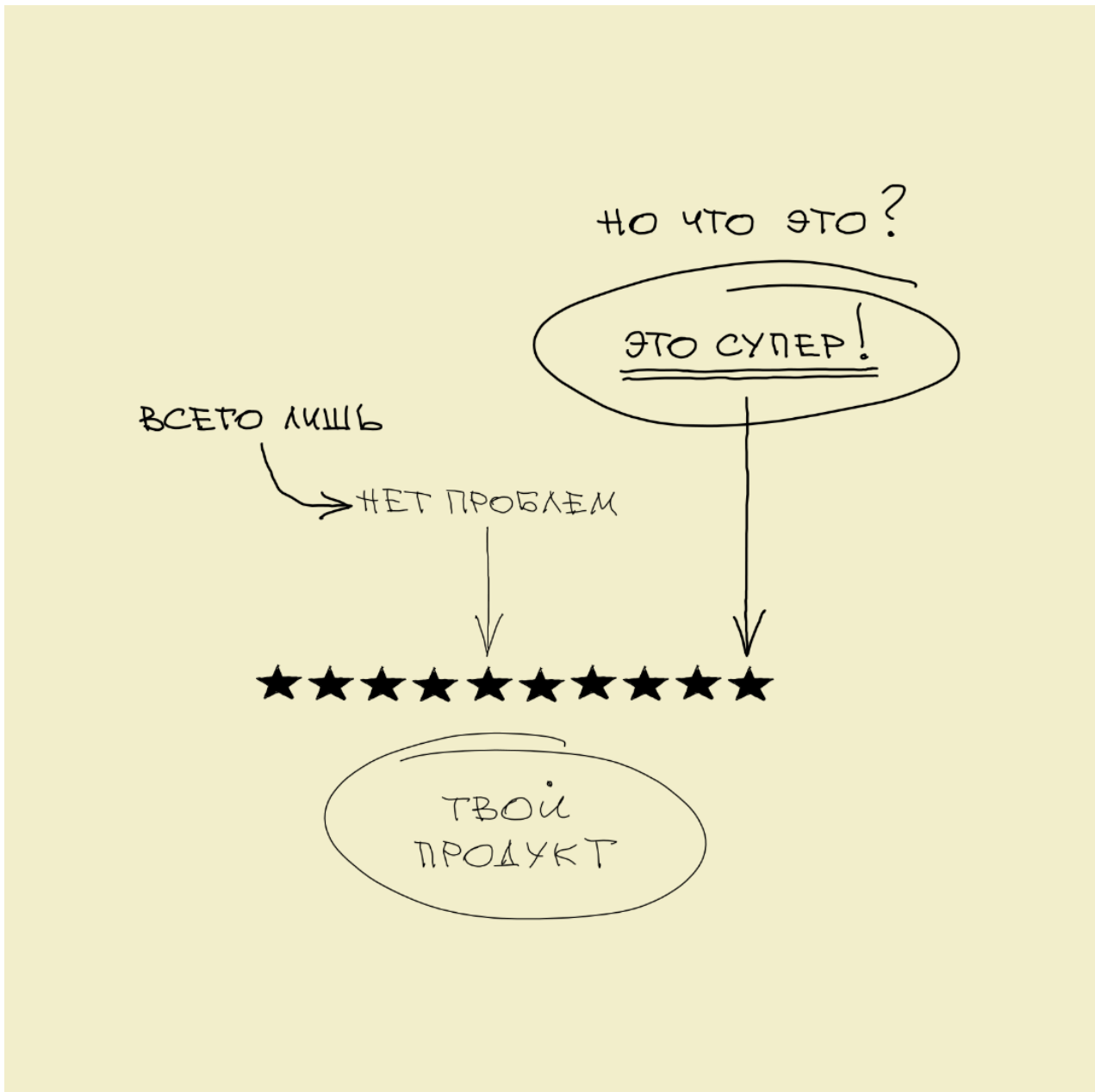
1. В самом выгодном на будущем положении сейчас оказались разработчики инструментов для разработчиков 🤖 Почему?

2. Потому что главными пользователи интернет-продуктов в ближайшем будущем станут не люди — а ИИ-агенты. Но ИИ-агент — это ведь в концептуальном смысле «разработчик» 😊
3. Ведь хозяин дал ИИ-агенту задание — после чего агент должен найти подходящие API/MCP и каким-то образом, и в каком-то порядке их вызвать — чтобы получить нужный результат. А это практически то же самое, что сейчас делают программисты 🤖
4. Так что, если ты хочешь, чтобы твой продукт стал востребованным — начни думать о том, как превратить свой продукт в инструмент для разработчика 🎯
5. Какой API или MCP должен из твоего продукта торчать? Какая документация и примеры нужны, чтобы ИИ-агент смог этими вызовами пользоваться? Какими должны быть сообщения об ошибках, чтобы ИИ-агент мог их успешно обработать? Куда положить свой продукт, чтобы ИИ-агент смог его найти? И так далее.
6. Ну и как же можно превратить твой продукт в инструмент для разработчиков — в смысле для ИИ-агентов?



А что в твоём случае заменит парад со слоном или Илона Маска?

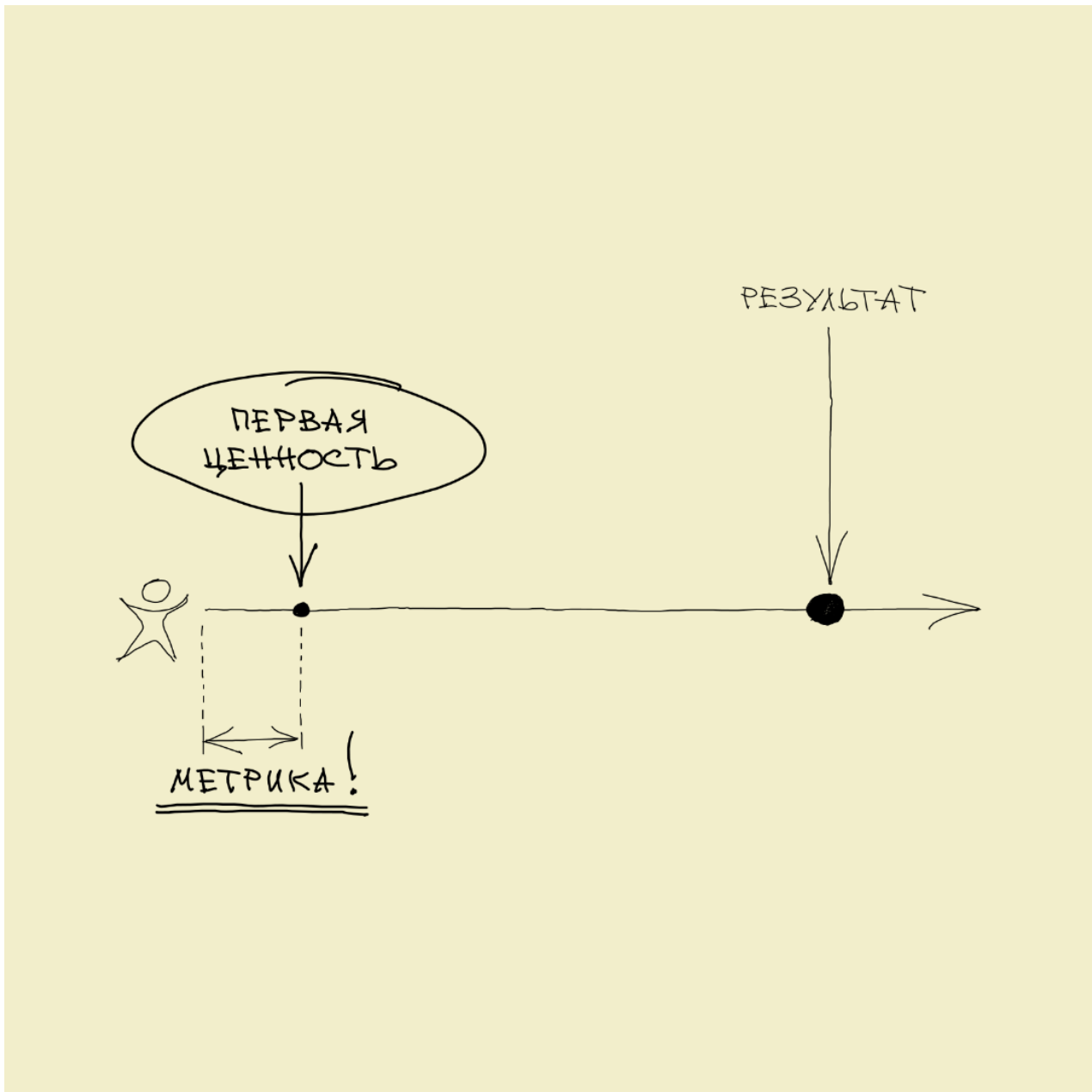
1. Фаундер Эйрбнб сказал, что их успех был обязан странному вопросу — «как может выглядеть гостиница с 10 звёздочками?». Максимальные сейчас 5 звёздочек, по его словам — это когда ничего плохого не замечено 😊
2. 6 звёздочек — бутылка бесплатного вина и корзина фруктов в номере. 7 звёздочек — гостя бесплатно встречают в аэропорту на лимузине. 8 звёздочек — его встречает парад служащих со слоном. 9 звёздочек — его встречает толпа, выкрикивающая его имя.



3. А 10 звёздочек — когда гостя встречает Илон Маск и отправляет его в космос 🚀
4. Илон Маск или не Илон Маск... Но чтобы создать 10-звёздочный сервис — нужно сначала представить что-то невозможное. А потом выбрать из этого то, что в принципе можно сделать 🎯
5. Культовая сеть гостиниц Хилтон была создана в 1919 году. Эйрбнб потребовалось всего 10 лет, чтобы достичь их масштаба 😲 Не потому

что его гостей встречали слоны или Илон Маск. Но потому что стартап стремился к чему-то подобному 😊

- 6. А как может выглядеть 10-звёздочный сервис в твоей теме? А что из этого ты хотя бы теоретически можешь сделать? А что ты для этого практически делаешь?



Новая главная метрика продукта — «время до ценности»

1. Навскидку неочевидно, но самое главное свойство продукта — насколько быстро и просто новый пользователь сможет получить первую ценность от него после регистрации.
2. Немаловажно, что это должно включать в себя ещё и время на понимание того, в чём эта ценность может для конкретного пользователя состоять 😊
3. Если он не сможет быстро и просто это осознать и получить ценность — считай, что он для тебя потерян. Потому что у 99% пользователей 99% продуктов не возникнет желания с этим дальше разбираться 🙋
4. Так что первая ценность продукта даже важнее его конечного результата. Потому что до конечного результата пользователь может просто не дожить 😂
5. Причём время до получения первой ценности новым пользователем в идеальном случае должно измеряться минутами 🕒 Для совсем сложных продуктов — максимум часами. Если нет — то по нынешним временам это уже не «быстро и просто».
6. А какую ценность и за какое время твой новый пользователь сможет осознать и получить? Не «узнать», не «посмотреть», не «ввести» — а именно получить для себя то, что он может назвать первой полученной от продукта ценностью!
7. Кстати, стоит заметить, что это уже выделяют в отдельную важную метрику продукта — «Time To Value». А ты эту метрику у себя уже считаешь по своим пользователям? А каким образом?