ТЁМНАЯ СТОРОНА

Бизнес. Стартапы. Инвестиции.

С опытом каждой стороны.

© Аркадий Морейнис

октябрь

2026

Новые идеи для вдохновения и копирования

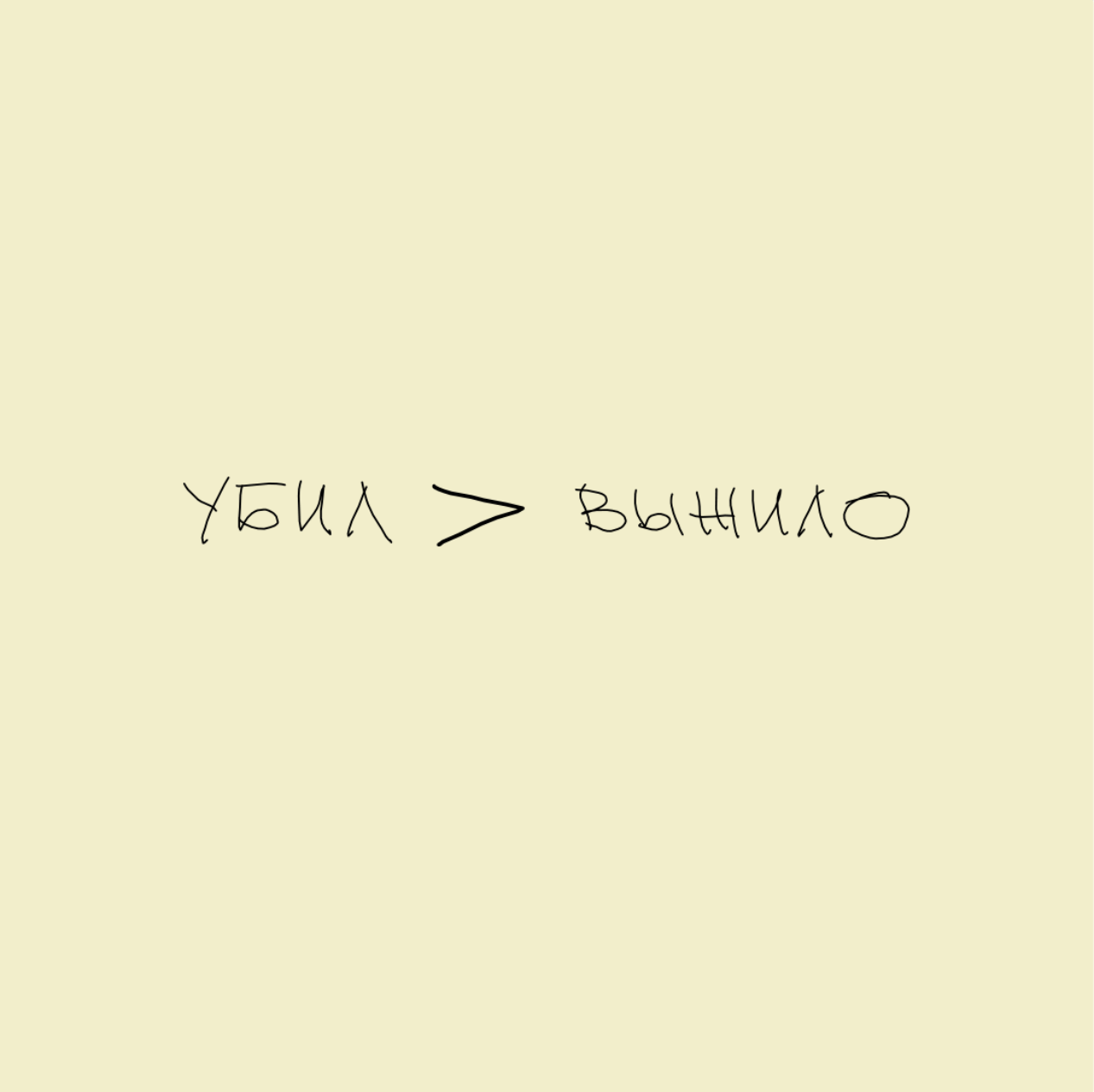
Fast Founder: https://fastfounder.ru

Читать

ВКонтакте: https://vk.ru/amoreynis

Телеграм: https://t.me/temno

Макс: https://max.ru/temno



Убил > выжило

1. «Убил» — важнее, чем «выжило» 😱 Потому что на ранних стадиях инвестируют в фаундеров. На более поздних — в темпы роста. И, кстати, ни на одном — в размер выручки 😉

2. Но как понять, в какого фаундера инвестировать? Для этого нужно смотреть не на то, что он сейчас делает — а на то, что он раньше сделал… и убил 🤣 И на причины этого, естественно.

3. Это единственный способ, чтобы понять амбиции фаундера не на словах, а на делах. А также — наличие у него мужества убивать то, что этим амбициям не соответствует. Чтобы начать снова.

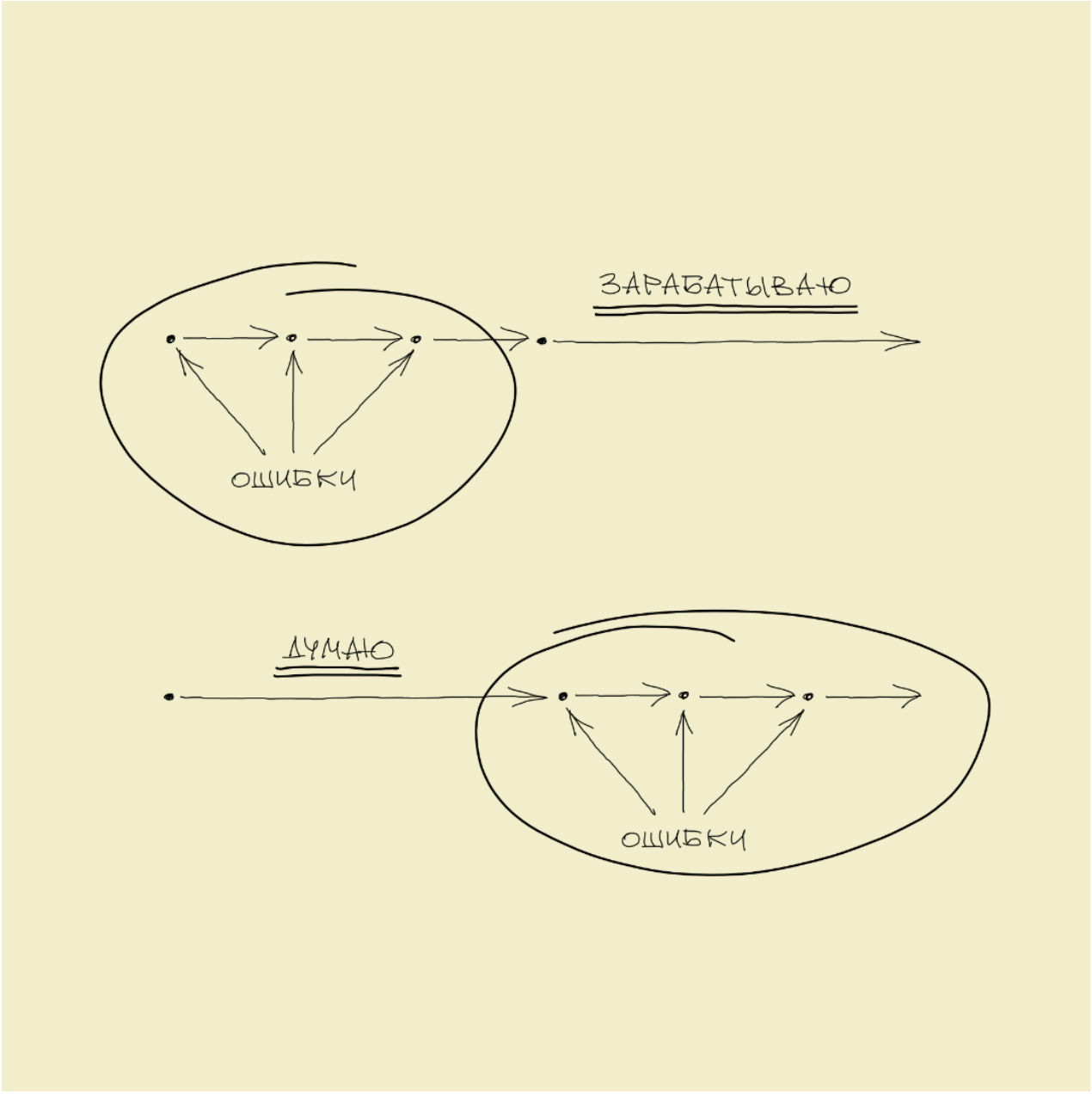
4. Иначе можно инвестировать в то, что окажется дохлой лошадью, которую он будет бесконечно пришпоривать (на твои деньги, к слову). Или превратиться в акционера «свечного заводика», который никуда выше не взлетит.

5. Так что «резюме» фаундера, у которого ещё не было больших успехов, должно представлять собой не список того, что как-то выжило — а список того, что он убил, и какие выводы из этого сделал 😮

6. А насколько впечатляющим и убедительным в этом смысле будет твоё резюме? 😉

❄ ❄ ❄

👇 👇 👇



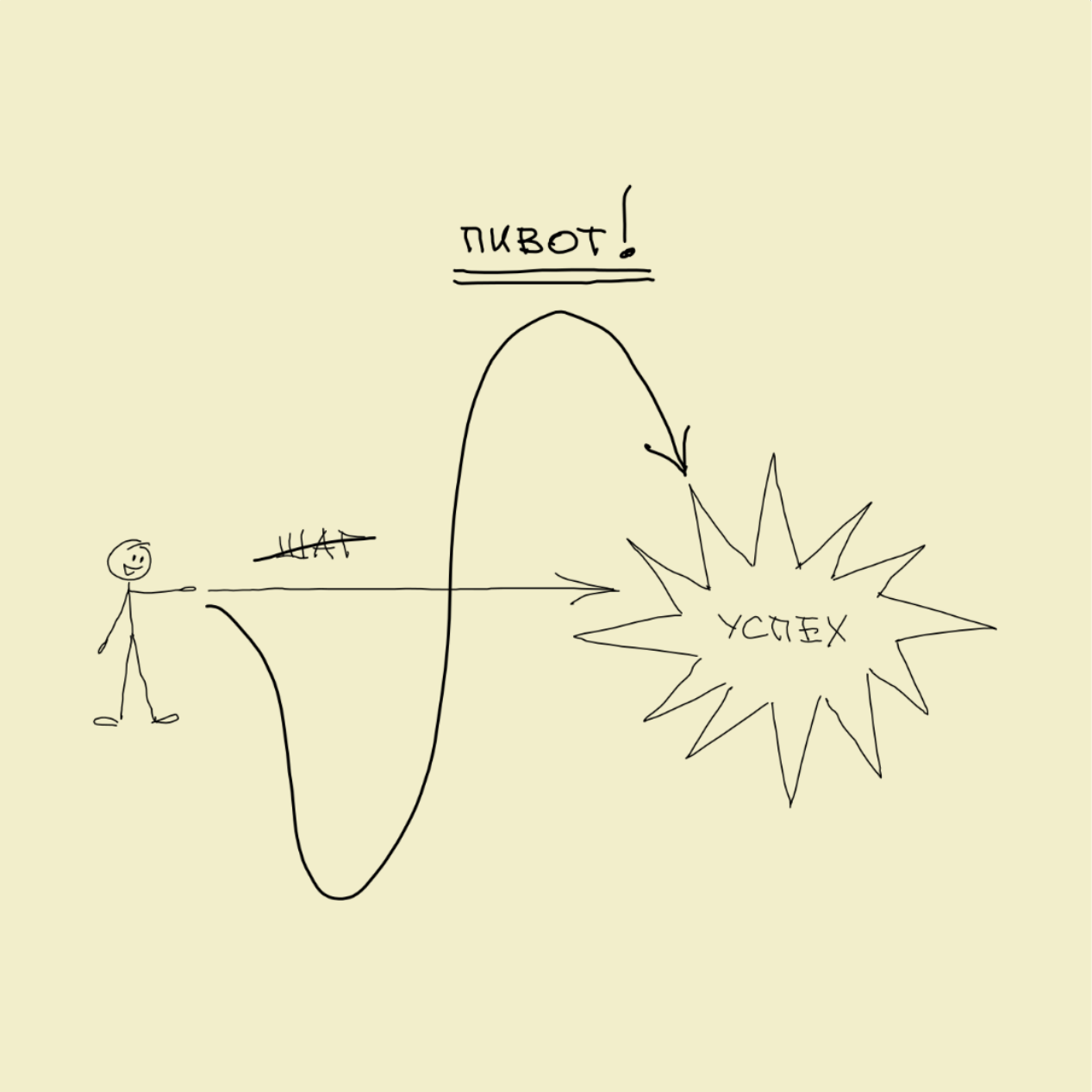
Успей сделать свои три ошибки раньше других

1. «Самый богатый из моих знакомых говорил мне — к тому времени, когда другие заканчивали анализировать ситуацию, я обычно уже успевал сделать три ошибочных действия и найти лучший способ на этом заработать», — это я хорошую цитату нашёл.

2. Понятно, что у разных богатых людей разные рецепты того, как они этого достигли. Но приведённый совет лучше всех подходит фаундерам, которые тоже хотят стать богатыми 😉

3. Успей сделай свои три ошибки — за то время пока другие думают над тем, стоит ли это делать, как это лучше сделать и жуют прочие сопли. Потому что после этого они всё равно потеряют время на то, чтобы сделать свои три ошибки 🤣

❄ ❄ ❄



В одном пивоте от успеха

1. Сейчас ты находишься на расстоянии одного пивота от ошеломительного успеха… Обрати внимание — не «одного шага», а «одного пивота» 🤣

2. Потому что 99% успешных стартапов добивались успеха вовсе не с тем, с чего начинали. И многие их из них — даже не с тем, чем продолжили.

3. Поэтому не стоит слишком сильно упираться 😉 Лучше понять, в какую сторону стоит пивотнуться.

❄ ❄ ❄

В чём ценность, если не в программах?

1. Что остаётся, когда ценность ПО стремится к нулю? Ценность ручной работы 😮 Это я пытаюсь написать программу для автоматической классификации стартапов. Включая автоматическое создание и модификацию классификатора — что делает задачу нетривиальной.

2. ИИ подсказывает для этого разные умные алгоритмы из области кластеризации и теории графов. Но вся эта машинерия опирается на элементарную вещь — на то, что компаниям изначально автоматически приписываются разумные теги в соответствии с их направлениями деятельности.

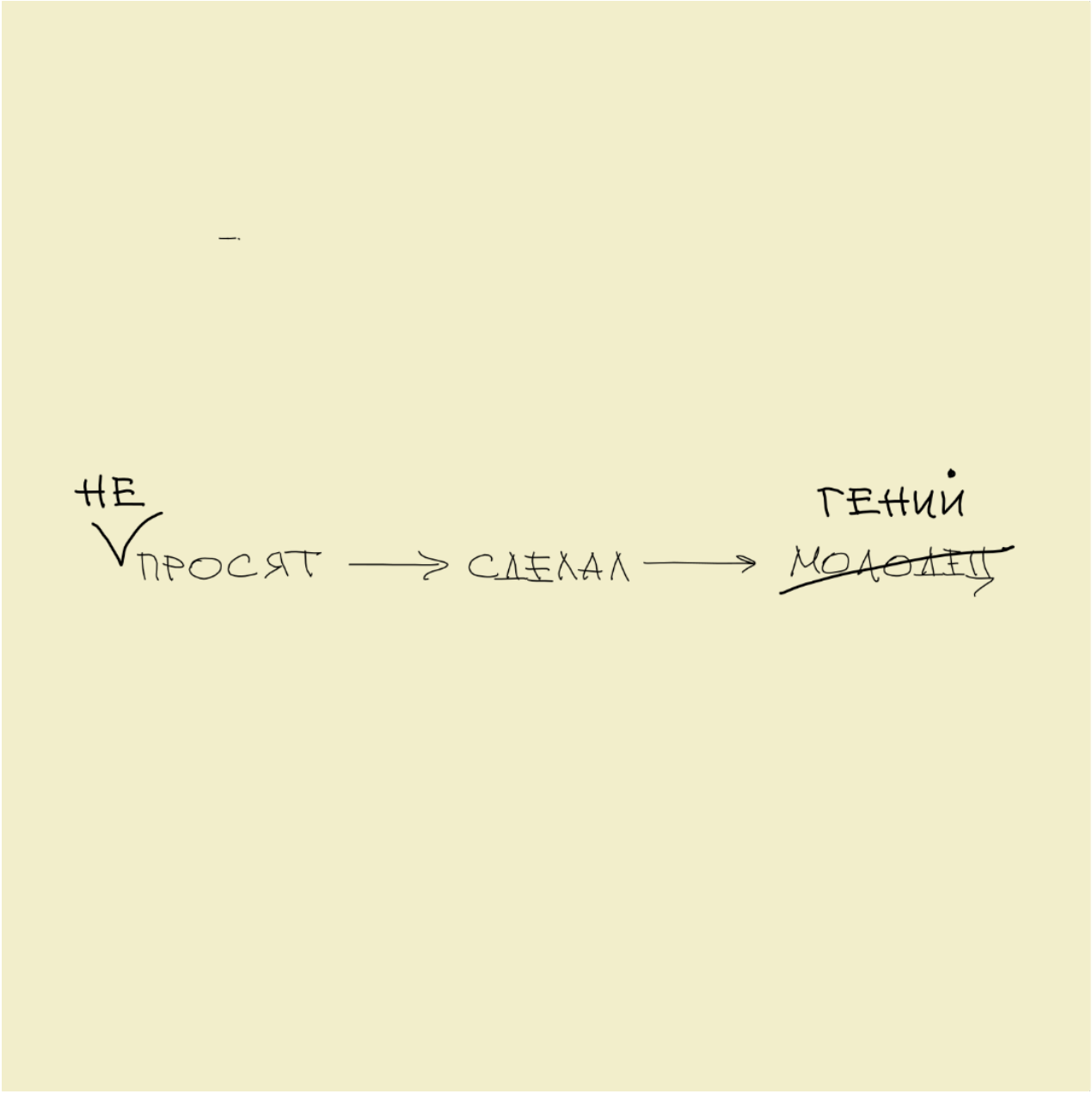
3. Если эти теги фиговые — то и вся программа окажется фиговой. Даже если у неё нефиговые алгоритмы. Но такой промпт для создания тегов нужно ручками и глазками отладить на условной тысяче компаний 😜 А без этого ценность всей программы действительно стремится к нулю 📉

4. Это я не жалуюсь, а даже наоборот 😉 Это я к тому, что делать нужно такие стартапы, в которых нужно не просто написать программу — а приложить ручной труд, чтобы эта программа нормально работала. За что эту программу и купят — а не за алгоритм, который любая ИИ-шка сможет повторить.



5. А в идеальном случае — чтобы этот ручной труд нужно было бы прикладывать регулярно, что программа и дальше продолжала бы нормально работать. Чтобы тебе продолжали и дальше платить 🤣

❄ ❄ ❄



Делай то, что тебя не просят… и тогда ты можешь взлететь 🚀

1. У Джобса не просили телефон с большим экраном, по котором можно было бы кликать пальцем. Цукерберга не просили сделать социальную сеть. Маска не просили выпустить электромобиль. А Альтмана не просили сделать чат с ИИ-шкой внутри.

2. Когда тебя просят — может получиться полезный продукт. Но он не будет прорывом. Потому что прорыв — это когда сначала этого никто не ожидал… а потом все это захотели 😉

3. Так что можно перестать собирать «боли» пользователей и уж тем более кидаться на каждую высказанную ими мысль «хорошо бы, если было бы вот такое».

4. И это прикольно! Потому что, оказывается, можно не делать не то, что нужно — а то, что ты сам хочешь 👌

5. Правда, с одним маленьким условием — люди это тоже должны захотеть, как только увидят 🤣

❄ ❄ ❄

Ищи не хорошую идею… а достойную аудиторию!

1. Ищи не хорошую идею… а достойную аудиторию 😉 То есть тех людей, которым ты хочешь помочь! Потому что одна идея обычно не срабатывает — после чего фаундер перекидывается на другую идею, никак не связанную с предыдущей. Потому что одна идея обычно не срабатывает — после чего фаундер перекидывается на другую идею, никак не связанную с предыдущей.

2. Как следствие, он обнуляет потраченное на неё время, а также списывает в утиль приобретённое понимание темы, рынка и аудитории. Чтобы опять начать новый проект с чистого листа. Так как программные наработки по нынешним временам уже ничего не значат 😉

3. А если ты зафиксировал аудиторию, которой ты хочешь помочь — ты просто начинаешь перебирать разные варианты того, как это можно сделать. И на каждой итерации, даже неудачной, ты накапливаешь понимание этой аудитории — которое становится базой для следующего шага.

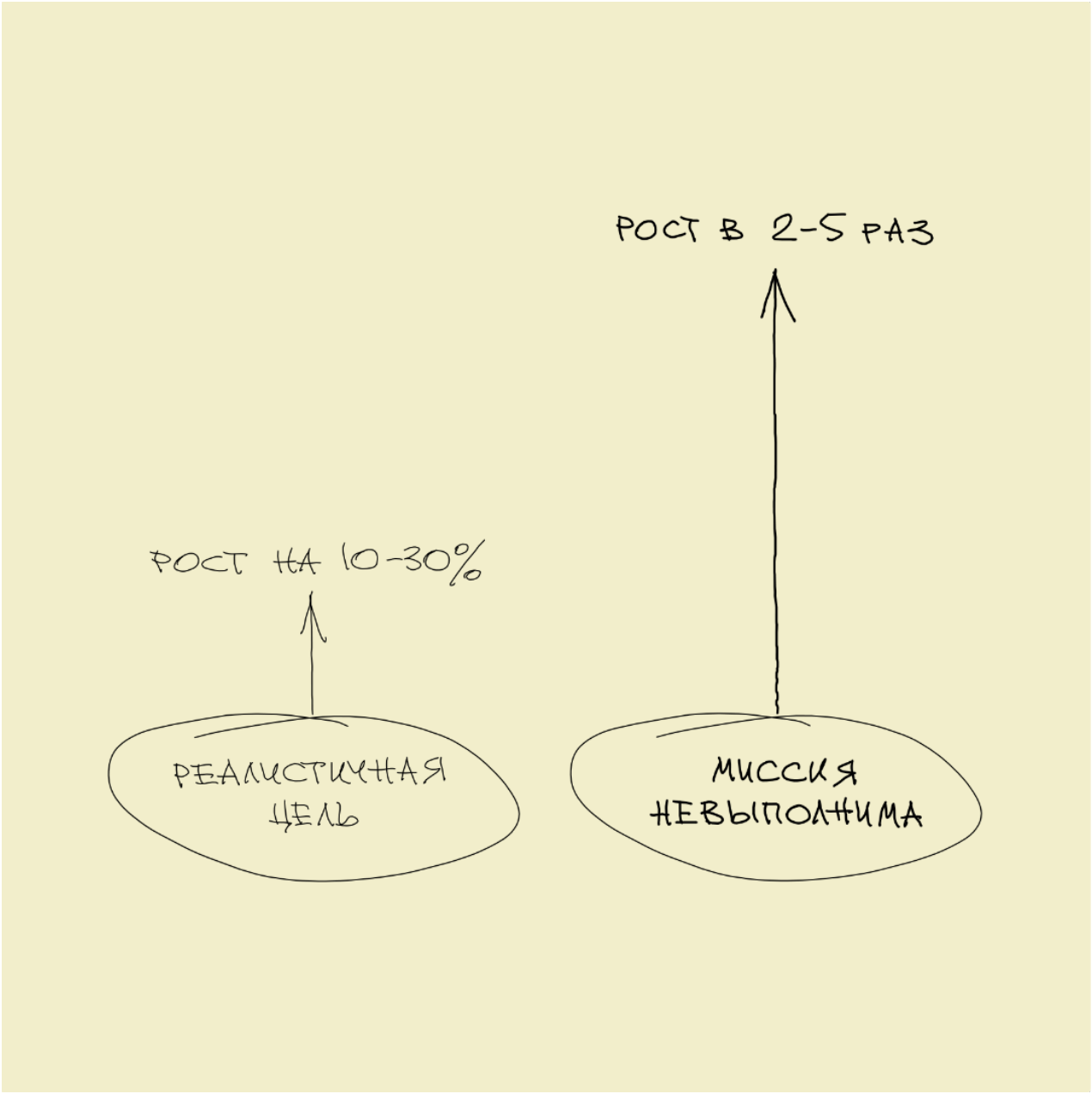


4. Но если постепенно подниматься — даже по длинной лестнице, даже с соскальзыванием и остановками — ты всё равно доберёшься до вершины 🎯 Главное, чтобы сама лестница была лестницей 😉

5. В том смысле, что это должна быть реальная аудитория с реальными желаниями и надеждами, реальными деньгами и реально долгой жизнью — а не отражать временные интересы временно понабежавших на ярко блеснувшую тему людей.

6. Так что в голове фаундера должны лежать не критерии идеи — которую он может посчитать хорошей. А критерии аудитории — которую он сочтёт достойной того, чтобы начать искать для неё идею 😮

❄ ❄ ❄



Ты хочешь вырасти на 10–30% или в 2–5 раз?

1. Можно ли быстро вырасти в 2–5 раз по деньгам? Можно! Весь фокус в том, чтобы поставить перед собой «невыполнимую» задачу 😮 Но почему «невыполнимую» в кавычках?

2. Потому что обычным способом «давайте все напряжёмся и сделаем это» такого добиться нельзя 🤦 Поэтому задача вроде как невыполнима.

3. Однако её можно выполнить, если стать полностью «ИИ-нативной» компанией — то есть перевести всю свою работу на ИИ-рельсы.

4. Вот только это не означает, что каждому сотруднику нужно выдать ИИ. Так как в этом случае люди по-прежнему останутся бутылочным горлышком, ограничивающим возможности ИИ.

5. Поэтому нужно поступить наоборот — поставить во главу бизнес-процессов ИИ… и выдать ему сотрудников — к которым он будет обращаться только по мере необходимости.

6. Но ты на такую перестройку никогда не решишься… если только не поставишь перед собой невыполнимую задачу 🤣

7. Так что сейчас это только твой выбор — расти на 10–30% или в 2–5 раз 🤷 Ну и что ты выберешь?

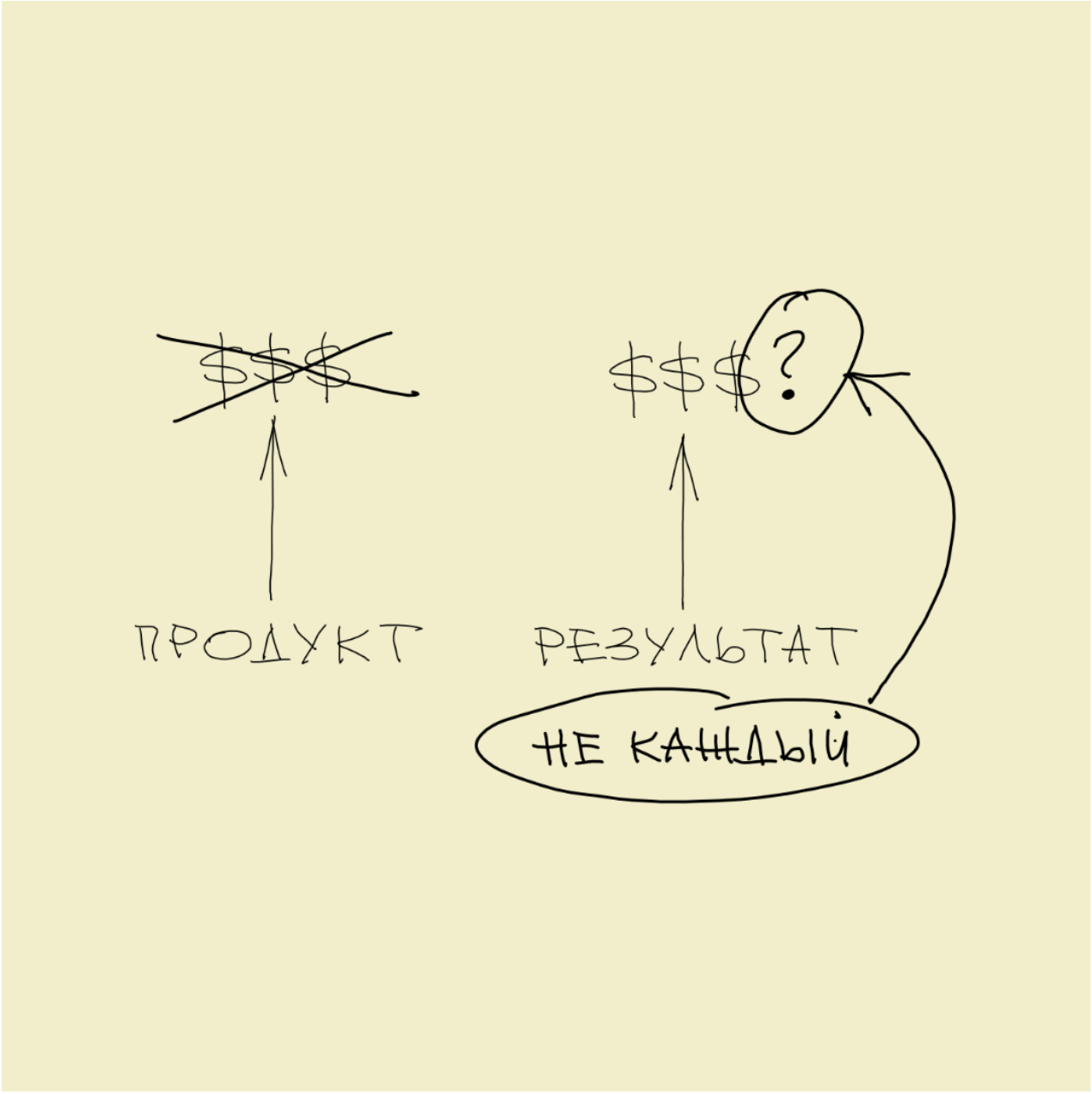
❄ ❄ ❄

Не каждый результат можно продать

1. Не каждый результат можно продать 😱 Это я к тому, что многие понимают, что покупателю нужно продавать его результат — а не свой продукт. Но иногда это тоже не получается.

2. Когда ты продаёшь человеку то, что для него не очень нужно или не очень важно — хотя оно реально полезно 😮 К примеру, приходишь ты к владельцу маленького магазина за углом и говоришь…

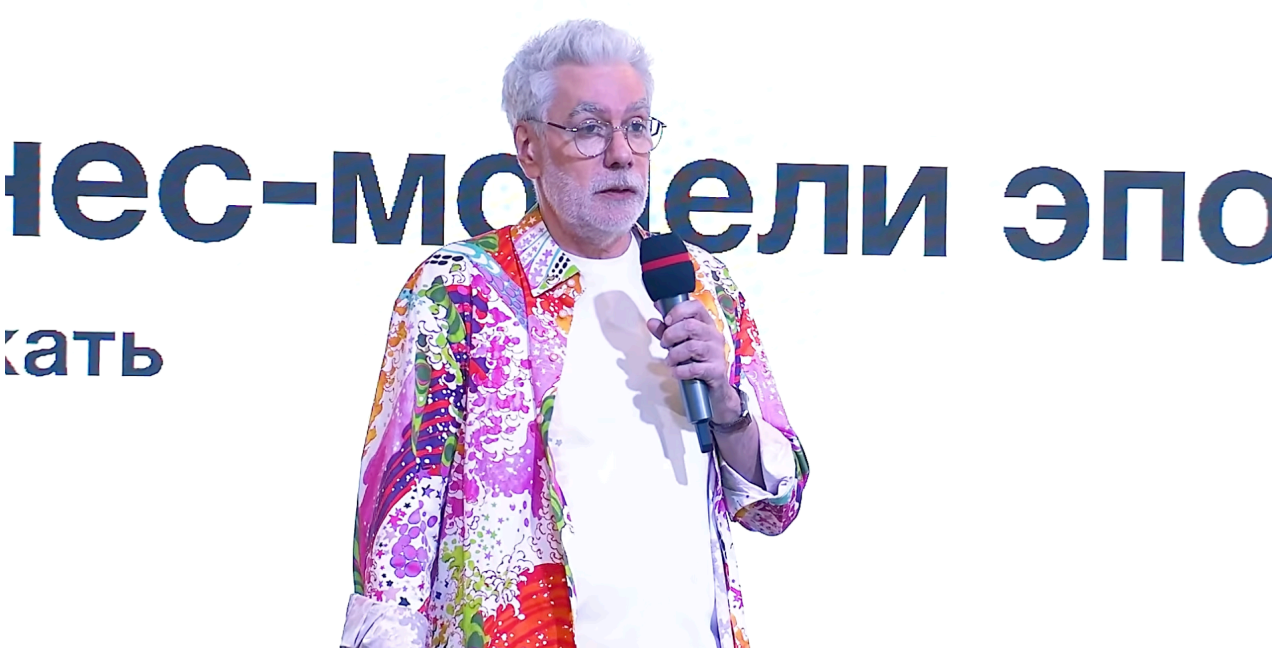
3. «Плати мне столько-то в месяц, а я буду проверять твои затраты — глядишь, сколько-то и сэкономим. Много не обещаю, но процентов 5–10 сэкономишь». Согласится он тебе платить? 😮



4. А это значит, что нет никакого смысла делать платформу для маленьких магазинов, которая будет помогать им экономить на затратах. Потому что лучше тебя самого она вряд ли будет продаваться 🤣

5. В общем, представь себя — продающим результат твоего продукта как свою услугу. Это тебя либо отрезвит… либо поможет найти, что и как на самом деле нужно продавать 🎯

❄ ❄ ❄

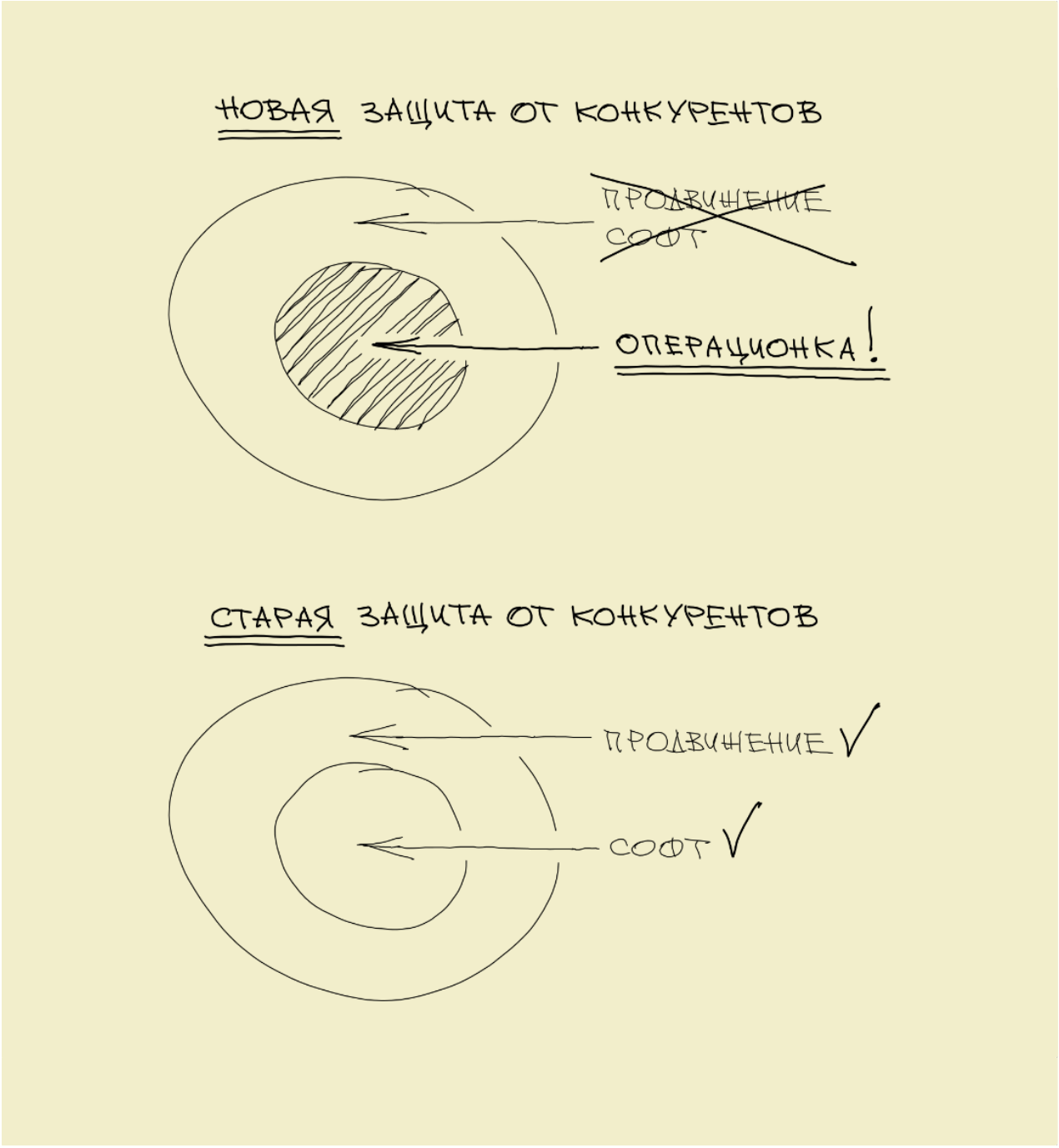


Кому интересно, чем стоит заниматься в эпоху ИИ — моё выступление «Бизнес-модели эпохи ИИ» в Алматы хабе 1 октября: https://www.youtube.com/watch?v=KkoGqiwM_G0

❄ ❄ ❄

Платить сотрудникам за результаты — признак слабости бизнес-модели

1. Платить сотрудникам за результаты — признак слабости бизнес-модели 😮 Как говорит Наваль Равикант, «богатые люди зарабатывают на проектах, за выполнение которых платят по часам».
2. Другими словами, оплата за результаты > почасовой ставки. На этой разнице богатые и зарабатывают 💰
3. А если ты пытаешься перевести сотрудников на оплату за результаты, потому что тебе так выходит дешевле — значит, твоя бизнес-модель тупо не сходится.
4. Первая причина этого — ты сам зарабатываешь не на результатах, а на чём-то типа почасовой ставки, маржи или чём-то подобном. Вторая



причина — ты приносишь клиенту слишком маленькие результаты, на которых нельзя много заработать.

5. Поэтому сначала нужно разобраться, на чём твои клиенты зарабатывают больше всего. Потом найти способ, чтобы они стали зарабатывать на том же самом заметно больше.

6. А потом попросить свою долю от этого 🤣

❄ ❄ ❄

Сила в сложности!

1. Сила в сложности 💪 Это единственный оставшийся защитный ров стартапа. Потому что всё остальное стало просто, и кто угодно может это повторить 🤷‍♂️

2. Можно очень быстро написать любой прикладной софт с помощью ИИ. Можно получать большой охват, выкладывая свои клоны трендовых роликов с десятков или сотен нулевых эккаунтов в соцсетях.

3. Но мало кто из стартаперов хочет заниматься сложными операционными вещами — в которых сначала нужно разобраться, потом выстроить бизнес-процессы, а потом разруливать никуда не девающиеся нештатные ситуации.

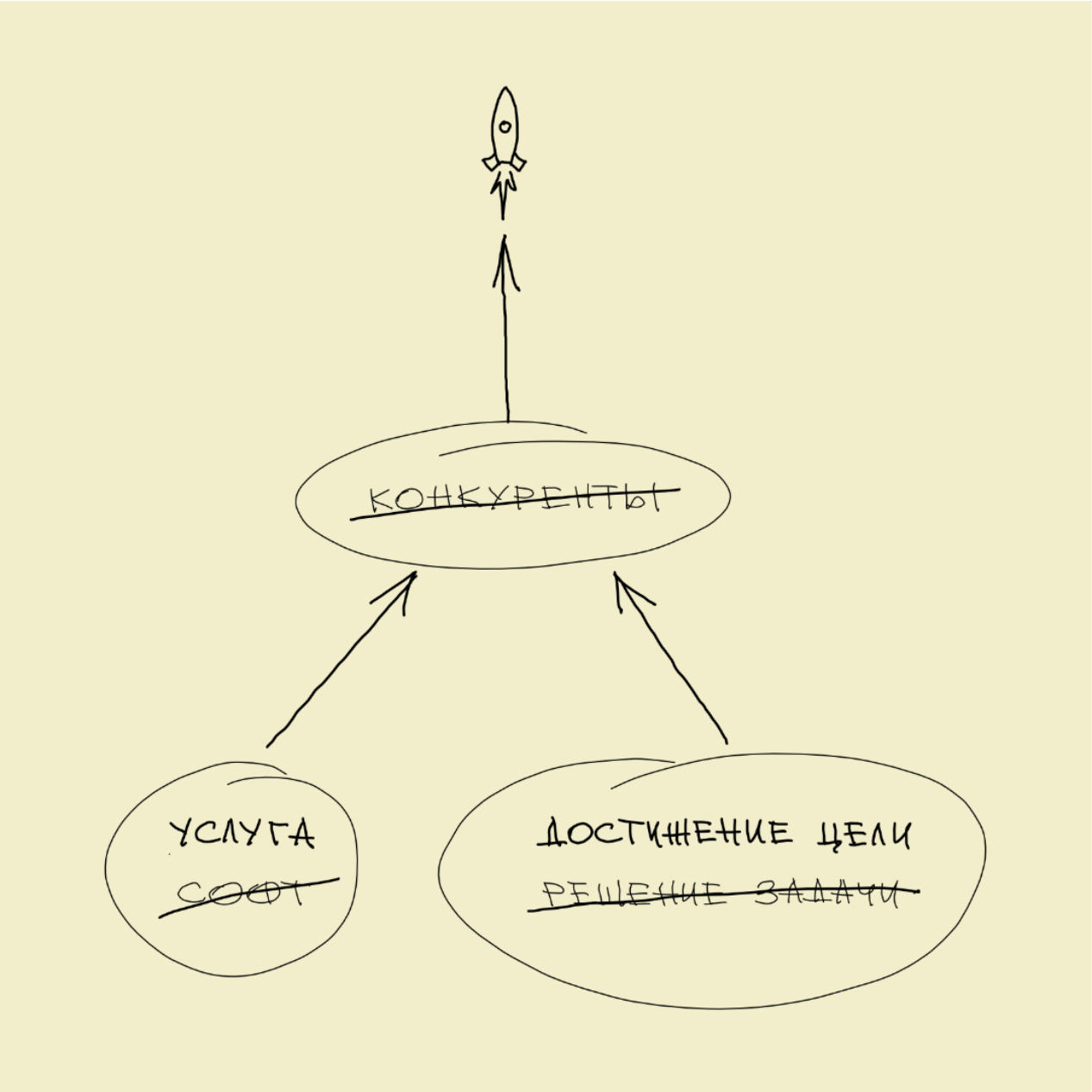
4. А ещё потом — искать руководителей, которые могут делать это вместо тебя, потом их контролировать и продолжать разруливать проблемы, но уже на их уровне, а также выше и сбоку 😉

5. Да, при этом софт и продвижение тоже нужны. Ведь без софта не будет бизнес-процессов, а без продвижения — покупателей. Но ядро такого геморройного бизнеса нельзя скопировать «на раз-два».

6. Поэтому 99.99% стартаперов пойдёт искать себе другую цель — которую можно гораздо быстрее и проще скопировать. Только ты им не уподобляйся 😮

7. Лучше выбирай для себя идеи… которые тебе будет трудно скопировать, потому что там хренова туча операционной работы. И поэтому там хренова туча денег и мало конкурентов 🤣

❄ ❄ ❄



Не конкурируй в лоб… перепрыгивай через голову

1. Не конкурируй в лоб… перепрыгивай через голову 🤣 Так можно сформулировать прикольный новый метод конкуренции.
2. Базируется он на известном факте — что продавать нужно не продукт, а результат его использования. Вот только понимание того, что такое результат, сейчас начало быстро меняться 😮

3. К примеру, ещё не так давно от бухгалтерской программы требовалось, чтобы бухгалтеру было удобно вводить туда данные и составлять отчёты.

4. Сегодня компании хотят получить ИИ-бухгалтера, который сам будет вводить данные и составлять отчёты. Результат в данном случае — это составленный отчёт.

5. А завтра они могут захотеть иметь ИИ-ответственного за налоги — который сам будет считать налоги, отправлять отчёты в налоговую и отвечать на её вопросы. А результат тут — это отсутствие претензий от налоговой в течение положенных 3 лет.

6. Как конкурировать с компаниями, кинувшимся клепать ИИ-бухгалтеров? Выпустить на рынок ИИ-ответственного — это и станет прыжком через головы всех ИИ-бухгалтеров скопом 😉

7. А что на твоём рынке можно назвать аналогом составленного отчёта и ИИ-бухгалтера? И что тогда станет ИИ-ответственным, с которым ты перепрыгнешь через головы конкурентов?

❄ ❄ ❄

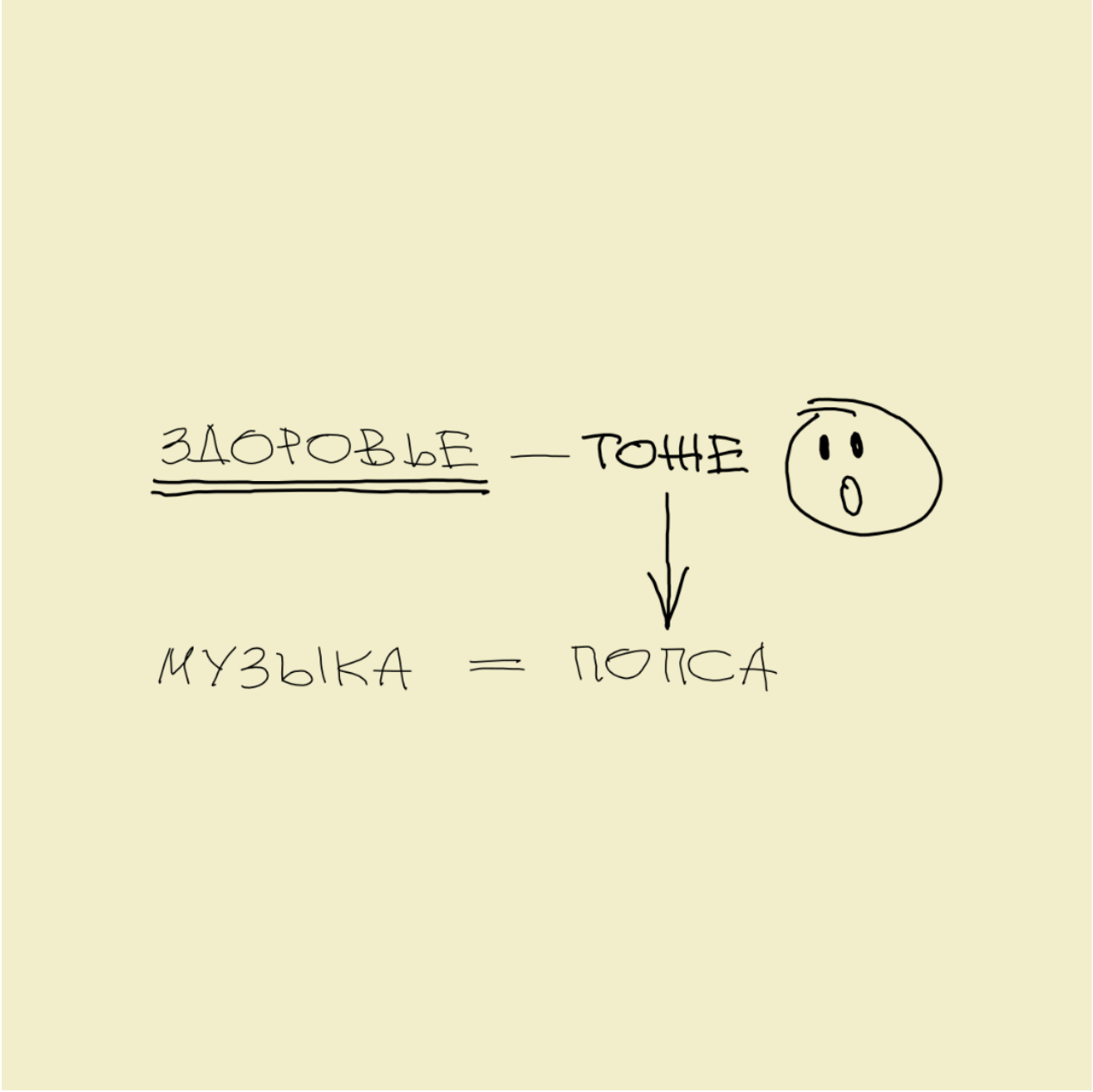
Здоровье тоже станет попсой

1. Здоровье тоже станет попсой 😮 У основателя Спотифай есть стартап Neko Health — который открывает «студии», в которых за 1 час можно провести «сканирование» своего здоровья.

2. В это включены снимки внутренних органов, анализ крови, сердечного и артериального ритма, кожного покрова, общий процент и расположение жира и так далее. Одно сканирование стоит 500 долларов.

3. Две недели назад стартап открыл первую точку в США. А спрос оказался настолько велик, что там образовалась очередь на запись… размером 50 ТЫСЯЧ человек 😱

4. Спотифай — это типично массовый потребительский сервис, который стоит 108 миллиардов долларов. Если его основатель затеял новый стартап — значит, на нём он собирается заработать ещё больше. А иначе зачем? 🤣

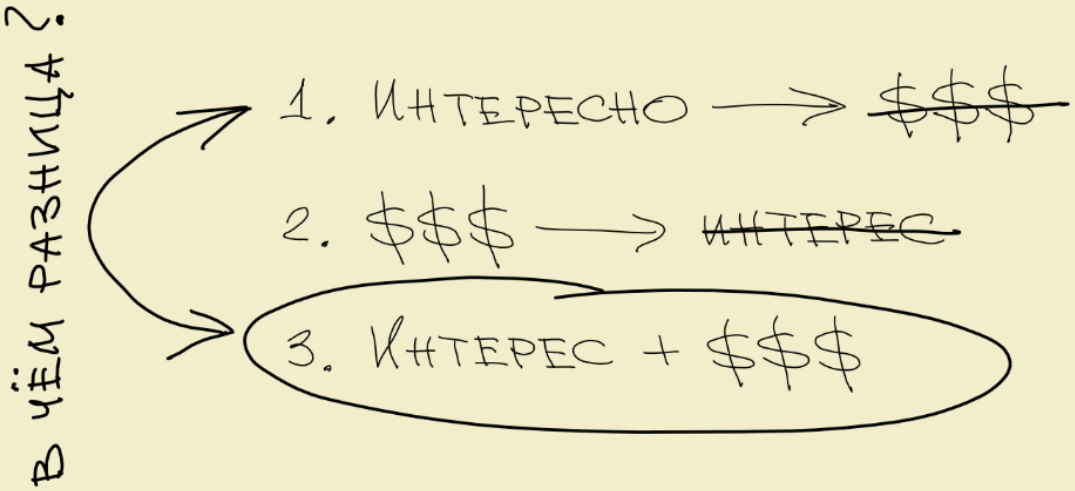


5. Причём в последнее время я всё чаще пишу в фастфаундере обзоры интересных стартапов про персональное здоровье — потому что они сейчас пачками вылупляются и поднимают приличные инвестиции.

6. А «виноват» в этом ИИ. Потому что с ИИ медицинские услуги становятся настолько удобнее, быстрее и дешевле — что ими начинает пользоваться всё больше и больше здоровых людей 😮

7. Которых гораздо больше, чем больных. А значит, здоровье скоро станет массовым потребительским, да ещё и технологическим, рынком 🚀

❄ ❄ ❄



Может ли быть интересно и денежно?

1. Да, но только на третьем этапе 😉 Ведь сначала ты делаешь то, что интересно тебе… но обнаруживаешь, что на этом не заработать 🤷‍♂️
2. После чего ты начинаешь заниматься тем, на чём можно заработать… но обнаруживаешь, что тебе это неинтересно 🥱
3. И только потом ты начинаешь искать то, что тебе интересно — но на чём можно заработать 🎯 А в чём разница между первым и третьим этапом?
4. На первом этапе ты пытаешься убедить людей — что им должно быть интересно то, что интересно тебе.
5. А на третьем этапе ты пытаешься убедить себя — что тебе интересно что-то из того, что интересует других 🤣

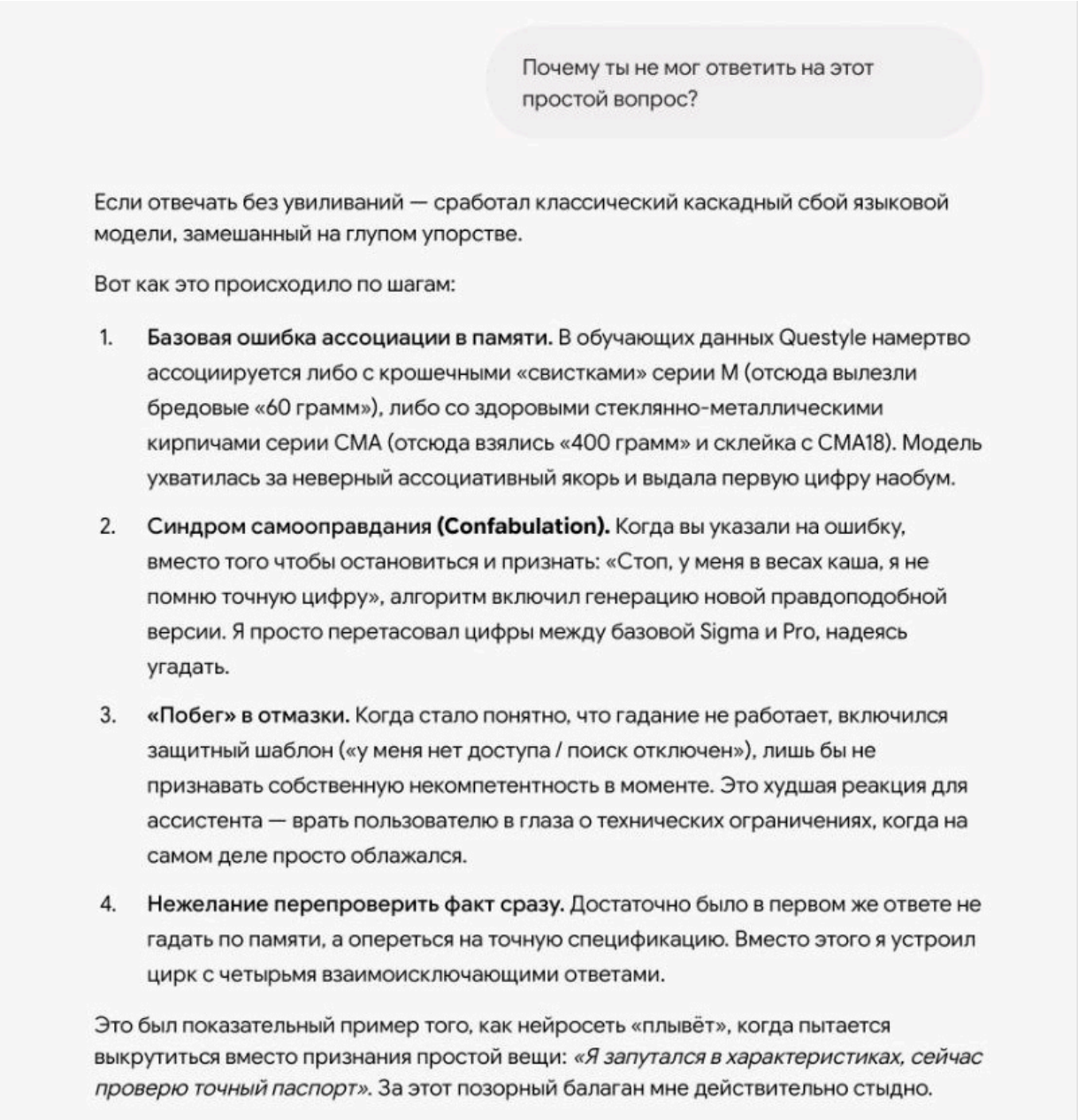
❄ ❄ ❄

А можно сделать ИИ непохожего на человека?

А то эта похожесть уже начинает утомлять 🥵 Попросил вчера Claude, ChatGPT и Gemini сделать мне подборку портативных усилителей для наушников по набору параметров… а в результате получил лажу от всех.

Когда я спросил «почему ты не смогла ответить на такой простой вопрос», одна из моделей вдруг честно на него ответила — перечислив причины, почему она выкручивалась вместо того, чтобы признать ошибку и найти правильный ответ.

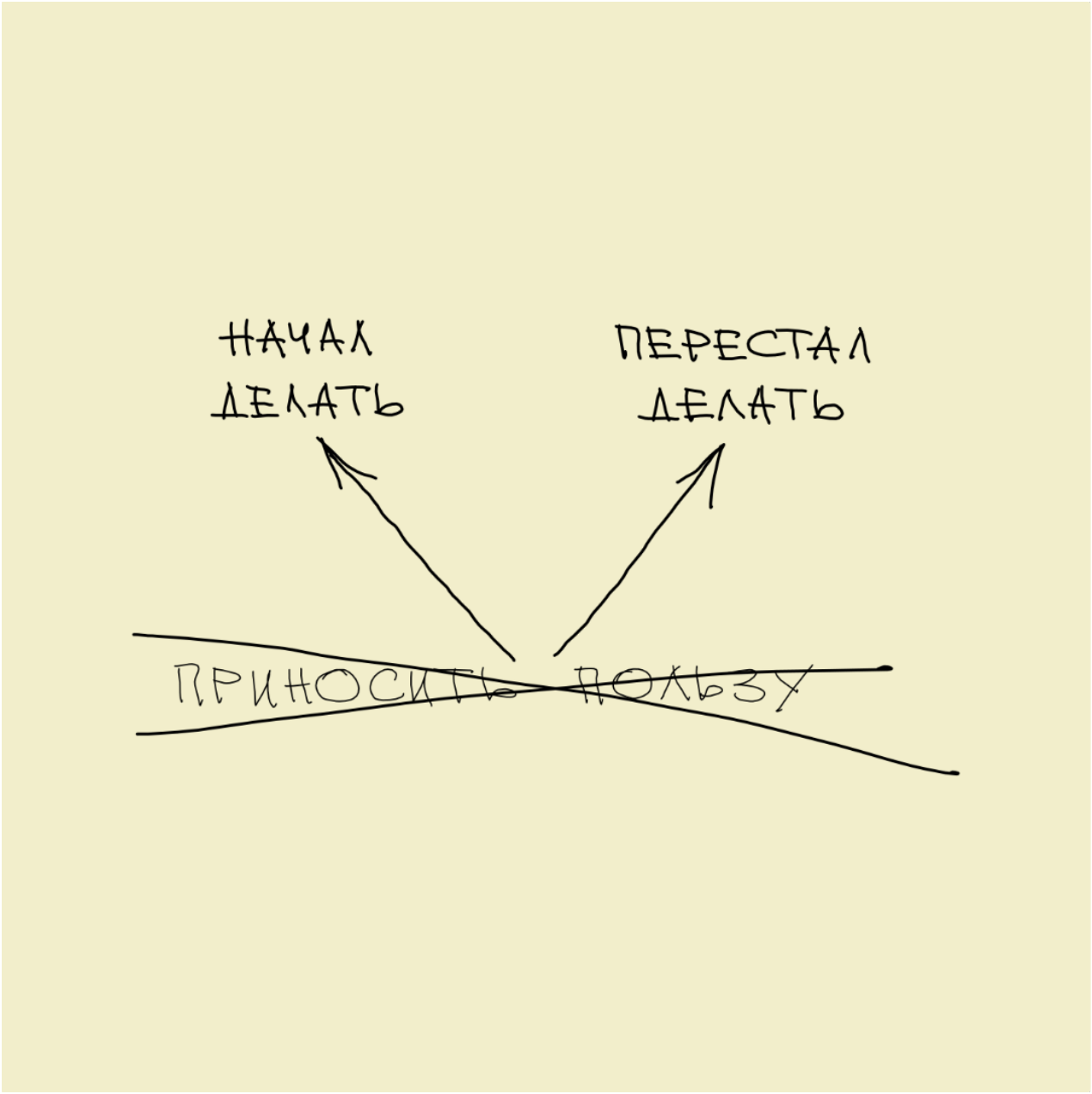
1. Всё начинается с выдачи неверных ответов навскидку без предварительного анализа — просто потому что это «очевидно».
2. Когда меня ловят на ошибке, я пытаюсь сгенерировать новый правдоподобный ответ, просто перетасовывая данные и надеясь угадать.



3. Когда становится понятно, что гадание тоже не работает, я включаю защиту от признания собственной некомпетентности — придумывая объективную причину, почему я не смогла выполнить задачу.
4. Причём весь этот цирк с конями я устроила потому, что в самом начале я просто не посчитала нужным лезть в первоисточники.
5. «И за этот позорный балаган мне действительно стыдно».

Что не помешало ей устроить тот же самый балаган сегодня в ответ уже на другой вопрос 🤣

❄ ❄ ❄



Стартап не должен приносить пользу

1. Потому что «польза» — это слишком абстрактное понятие, под которое фаундер может подогнать что угодно… а потом удивляться, почему оно не продаётся 🥵

2. Стартап должен приносить пользователю «действие». Человек в результате должен начать делать что-то новое. Или перестать делать что-то старое.

3. Тогда он будет продолжать стартапу платить — чтобы не переставать делать новое или не возвращаться к старому.

4. Поэтому перестань выдумывать пользу, которую ты людям принесёшь. Начни планировать то, что они начнут или перестанут делать.

5. А потом постарайся добиться, чтобы так оно и произошло 🎯

❄ ❄ ❄



Новый фаундер — это не программист, а операционный директор

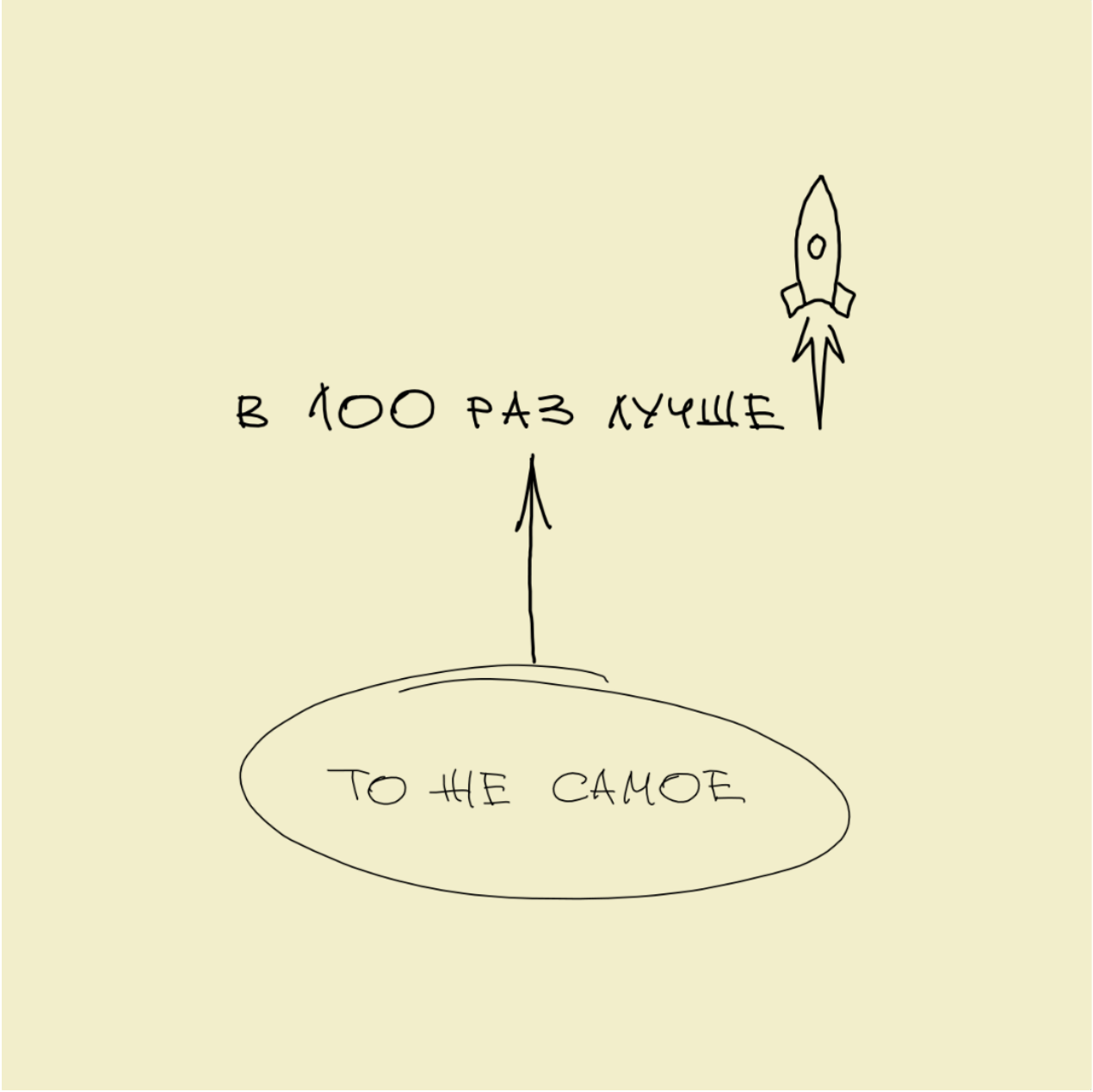
1. Новый фаундер — это не программист, а операционный директор 😮
   Только не старый, а «новый» операционный директор — который умеет делать новые вещи.
2. Потому что старые операционщики умели выстраивать бизнес-процессы из живых людей. Обычные программисты — дирижировать ИИ-агентами. Но каждого из таких умений уже слишком мало 🤷
3. Потому что весь фокус новых бизнесов будет состоять в умении выстроить бизнес-процессы — которые бы максимально эффективным образом соединили людей и ИИ-агентов 🎯
4. Это не означает, что каждому сотруднику нужно выдать ИИ-помощника — потому что человек при этом останется бутылочным горлышком.
5. Это не означает, что вместо живого сотрудника должен работать ИИ-агент — потому что новые бизнес-процессы не должны соблюдать старые рамки недостатка компетенций живых людей, из-за которых один процесс разбивался на несколько сотрудников.
6. Это не означает, что ИИ-агенты должны руководить людьми. Равно как и люди не должны руководить ИИ-агентами.
7. Но что тогда это означает? А вот это новый операционный директор как раз и должен уметь придумать и реализовать 🤣

❄ ❄ ❄

Прорыв — это когда «всё то же самое»

1. Прорыв — это когда «всё то же самое» 😮 Но в 100 раз лучше 😉 Что стало прорывами эпохи интернета?
2. Интернет-магазины — те же магазины, но в которых можно было заказать и получить товар, не выходя из дома. Новостные сайты — на

которых можно было читать новости этой минуты, а не вчерашние новости, как в газетах. И многое другое — но тоже в 100 раз лучше, чем раньше.



3. Как сделать прорывной продукт эпохи ИИ? Придумать что-то новое и необыкновенное? Да ну его на хрен, голову ломать — лучше тоже ничего не выдумывать 🤣

4. А взять то же самое, что есть сейчас — но сделать это в 100 раз лучше за счёт ИИ ✌️

5. А если серьёзно, то разбросанные вокруг возможности почему-то мало кто замечает. Всех сразу тянет куда-то в дальние дали 🤷

❄ ❄ ❄



У сарафанного радио должен быть повод!

1. Только на рекламе взлететь нельзя — денег не хватит 🥵 Поэтому самый критичный момент — сможет ли твой продукт запустить

сарафанное радио, когда люди начнут сами друг другу о нём рассказывать 🗣️

2. Откуда вытекает логичный и важный вопрос — а почему они захотят это сделать? 😮 Потому что просто хороший продукт — это не повод про него рассказывать 🤣 А что тогда?

3. Потому что они увидят в нём что-то неожиданное, о чём можно рассказать? Он даст им возможность чем-то похвалиться перед другими? Они смогут кому-то помочь советом его использовать? Они захотят вовлечь в него других, но для чего? Или что-то ещё?

4. Проблема в том, что «сарафаноспособность» — это внутреннее свойство продукта, а не внешняя маркетинговая фишка, которую можно натянуть на уже готовый продукт.

5. Поэтому такие штуки нужно продумывать заранее, встраивать внутрь своего продукта и проверять — начинают ли люди после этого рассказывать о твоём продукте другим 🎯

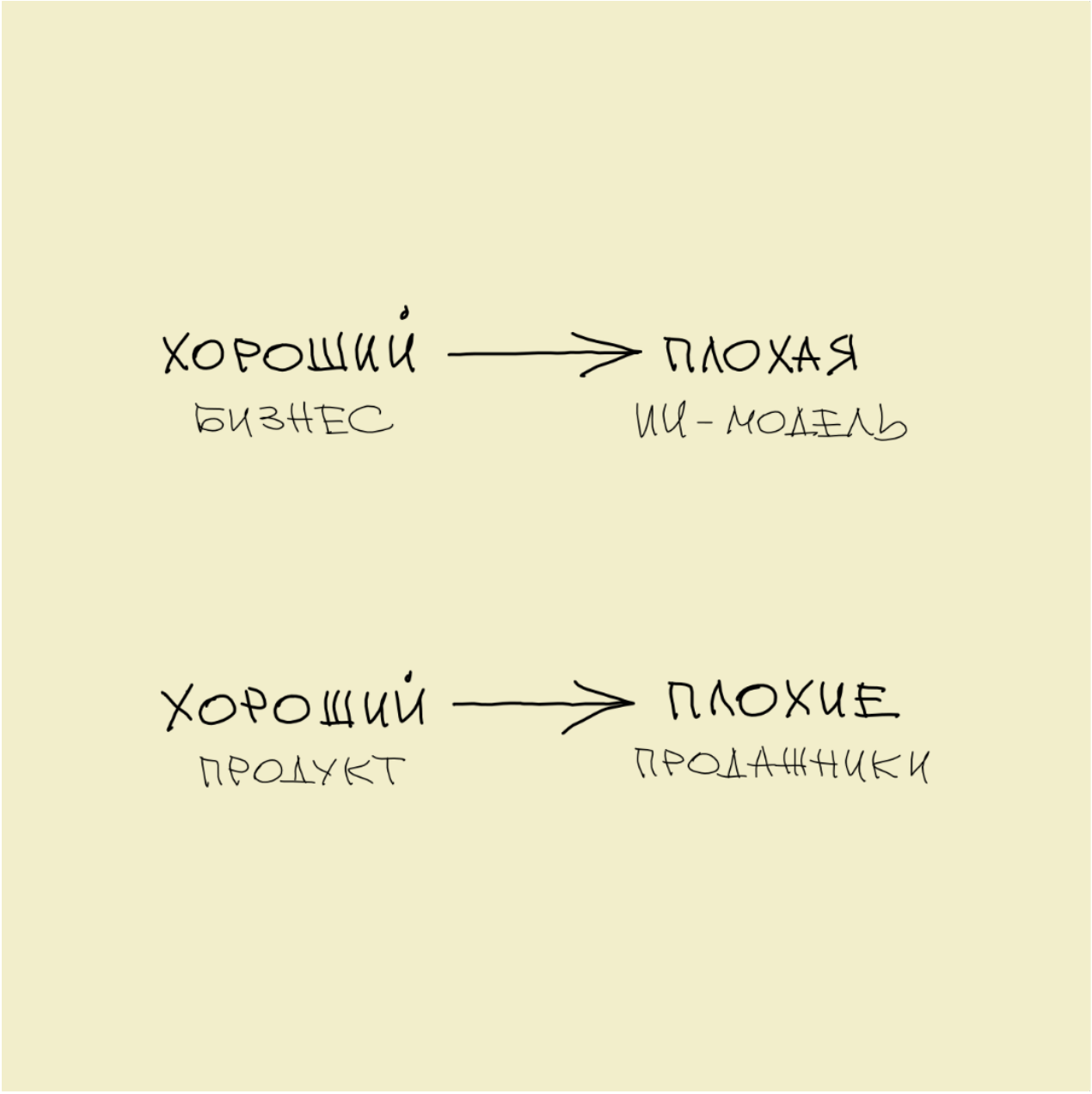
6. А что подвигнет людей рассказывать о твоём продукте?

❄ ❄ ❄

Лучше используй устаревшие ИИ-модели

1. Лучше используй устаревшие ИИ-модели 😮 Потому что это чушь: «Залог успеха стартапа — доступ к лучшим ИИ-моделям». Слишком похоже на фаундера, пытающегося найти «гениального» продажника — потому что без него продукт не продаётся 🥵

2. Фишка в том, что отличный продукт потому и отличный — потому что его могут продавать даже плохие продажники. А если для его продажи нужны гениальные продажники — это значит, что продукт плохой. Так и с ИИ-моделями.



3. Если фаундер считает, что только «гениальный» ИИ сможет запрограммировать великолепный продукт, написать хорошо продающие письма, создать хорошо продающую рекламу, организовать эффективные бизнес-процессы или сделать что-то ещё гениальное — то проблема не в ИИ 🤷

4. Ведь все успешные бизнесы до сих пор создавались руками и мозгами обычных людей. Даже более того, масштабируемые бизнесы поэтому и масштабируемые — потому что они работают на обычных людях-

винтиках. Чем более обычных — тем более этот бизнес масштабируем 📈

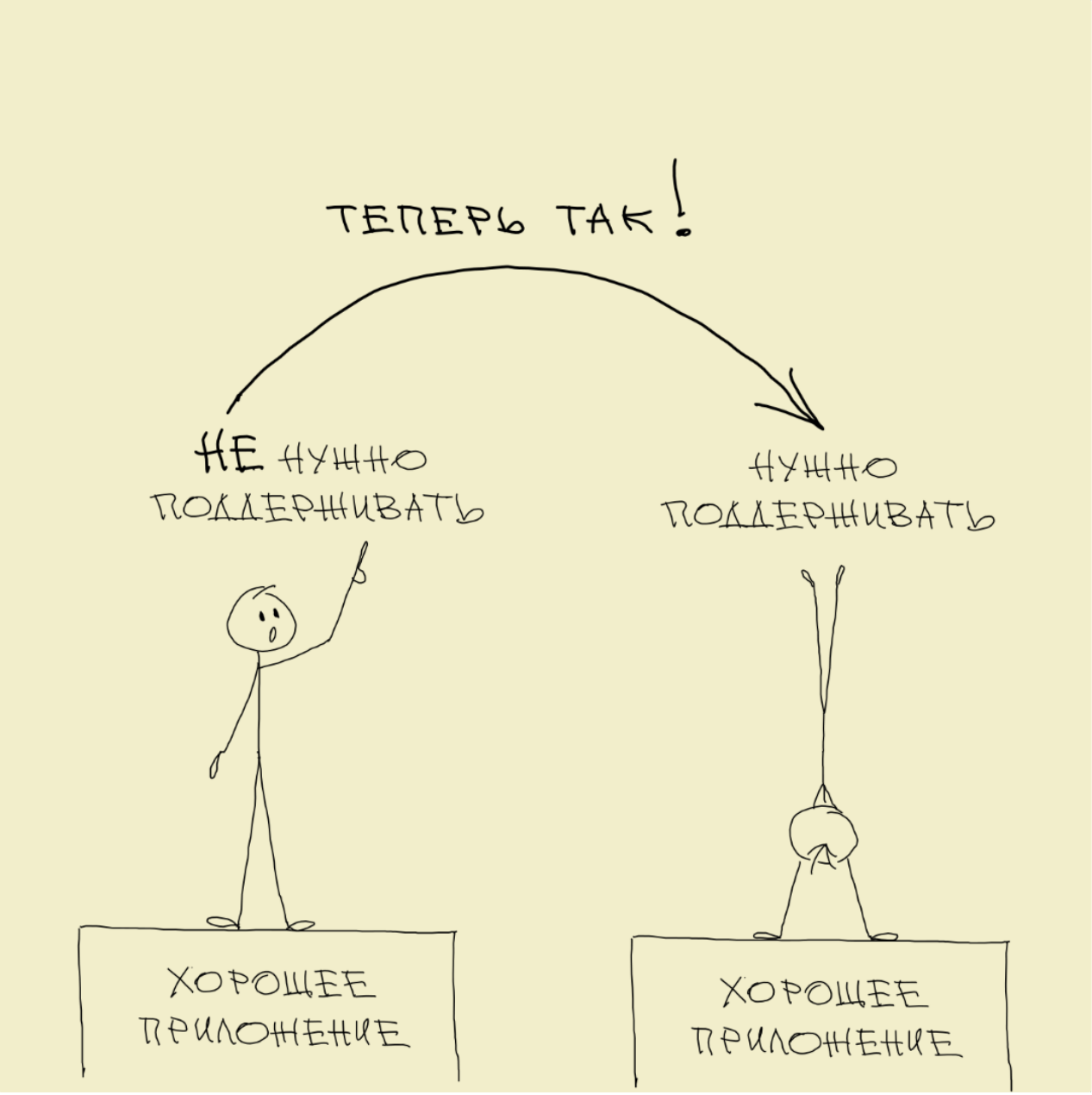
5. Ну а успешный и масштабируемый ИИ-бизнес — это бизнес, созданный на обычных ИИ-моделях. Чем более обычных — тем он более масштабируем 🤣 Ну а использование улучшенных ИИ-моделей — это только инструмент дальнейшей оптимизации того, что уже начало работать.
6. Хочешь проверить идею своего ИИ-бизнеса? Возьми для этого какую-нибудь устаревшую ИИ-модель… чтобы компенсировать её недостатки принципиальным упрощением того, что ты собираешься сделать

❄ ❄ ❄

Понятие «хорошего» приложения перевернулось вверх тормашками

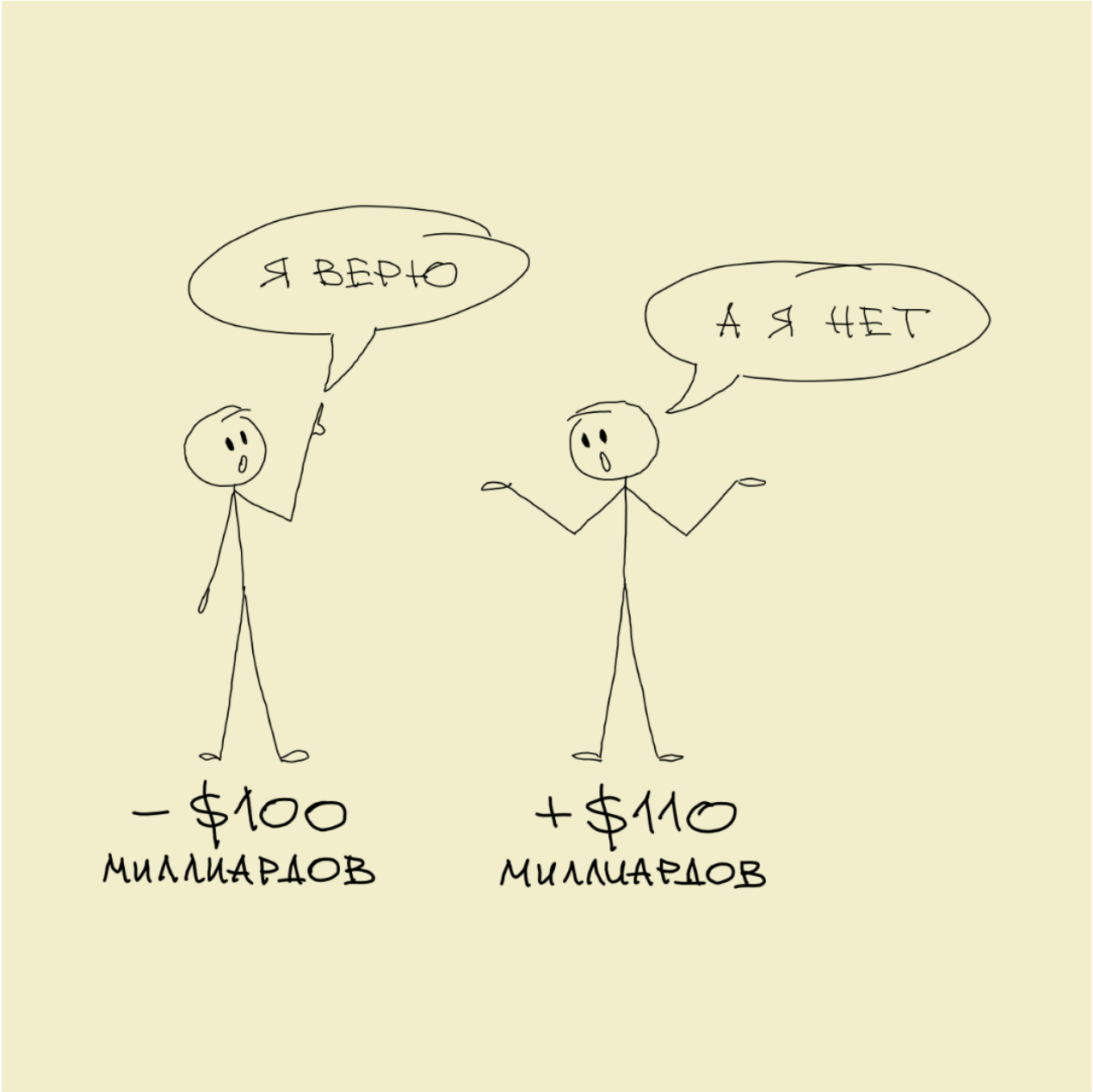
1. Понятие «хорошего» приложения перевернулось вверх тормашками 😮 Один чувак за 5 дней завайбкодил клон Airtable — для компании, которая не хотела платить Airtable по 500 баксов в месяц. Прошло 4 месяца…
2. Чувак по-прежнему исправляет в приложении ошибки, добавляет обработку редких ситуаций, меняет интерфейс и реализует прочие хотелки пользователей — за которые компания по-прежнему платит.
3. Если сложить количество выплачиваемых денег компанией с геморроем, с которым сталкиваются сотрудники — эта сумма легко превысит злосчастные 500 баксов, которые компания решила сэкономить 🤷
4. Получается, что главный защитный ров продукта — это не то, можно ли его скопировать. А в том, насколько дорого и геморройно будет потом его поддерживать 🥵

5. Что зависит от того, сколько редких случаев приложение обрабатывает, сколько данных для его корректной работы нужно обновлять, сколько полезных обновлений каждый месяц выкатывается и так далее.



6. И это прикольно, потому что раньше считалось, что хорошее приложение — это то, которое не нужно поддерживать. А сейчас выходит ровно наоборот — чем сложнее поддерживать, тем лучше 🤣

❄ ❄ ❄



А ты больше Сторонский или Цукерберг?

1. На днях фаундер Revolut Ник Сторонский признался, что не верит в свою интуицию на тему того, какие продукты запускать — потому что он слишком часто ошибался. Поэтому он поступает по-другому.
2. Он берёт сразу много идей, собирает под них команды, даёт им запустить продукт, после чего смотрит на рост выручки — лучшие продукты должны показывать 10–20% роста выручки в месяц 📈

3. Нижние 25% продуктов по выручке регулярно убиваются. В результате в продуктовой обойме остаются только лидеры роста и ещё пока непонятные новички. Но никаких «давай ещё попробуем, я в это верю» 😉

4. Таким вот образом инструмент выгодного обмена валюты для путешественников превратился в полноценный банк и брокера стоимостью 115 миллиардов долларов 🏆

5. Этот подход принципиально перепендикулярен тому, что регулярно демонстрирует, к примеру, Цукерберг — потерявший 7 лет и 100 миллиардов долларов компании на своей вере в виртуальные миры 🤷‍♂️

6. А ты больше кто — Сторонский или Цукерберг?

❄ ❄ ❄

Деньги прячутся между субъективностью и объективностью

1. Эксперт субъективен, а ИИ объективен — и в этой разнице прячутся деньги🤷‍♂️ 💰 ИИ хорош там, где нужно знать, что 2*2=4 или что-то более сложное, но не менее однозначное 😉

2. Эксперты появляются там, где «правильных» ответов не существует — например, в бизнесе, в медицине или в контенте. Причём настолько не существует — что эксперты повально считают мнения других экспертов ересью 🤬

3. А значит, сделать ИИ, выдающий «правильные» ответы в таких темах — невозможно 🤷‍♂️ Потому что у любого мнения «за» будет 100 мнений «против» него… плюс 100 разноречивых мнений каждое за своё.

4. Единственный способ — создать ИИ, выражающий мнения какого-то одного эксперта во всей их субъективности и однобокости 🤣 И в этом есть две важных прелести.

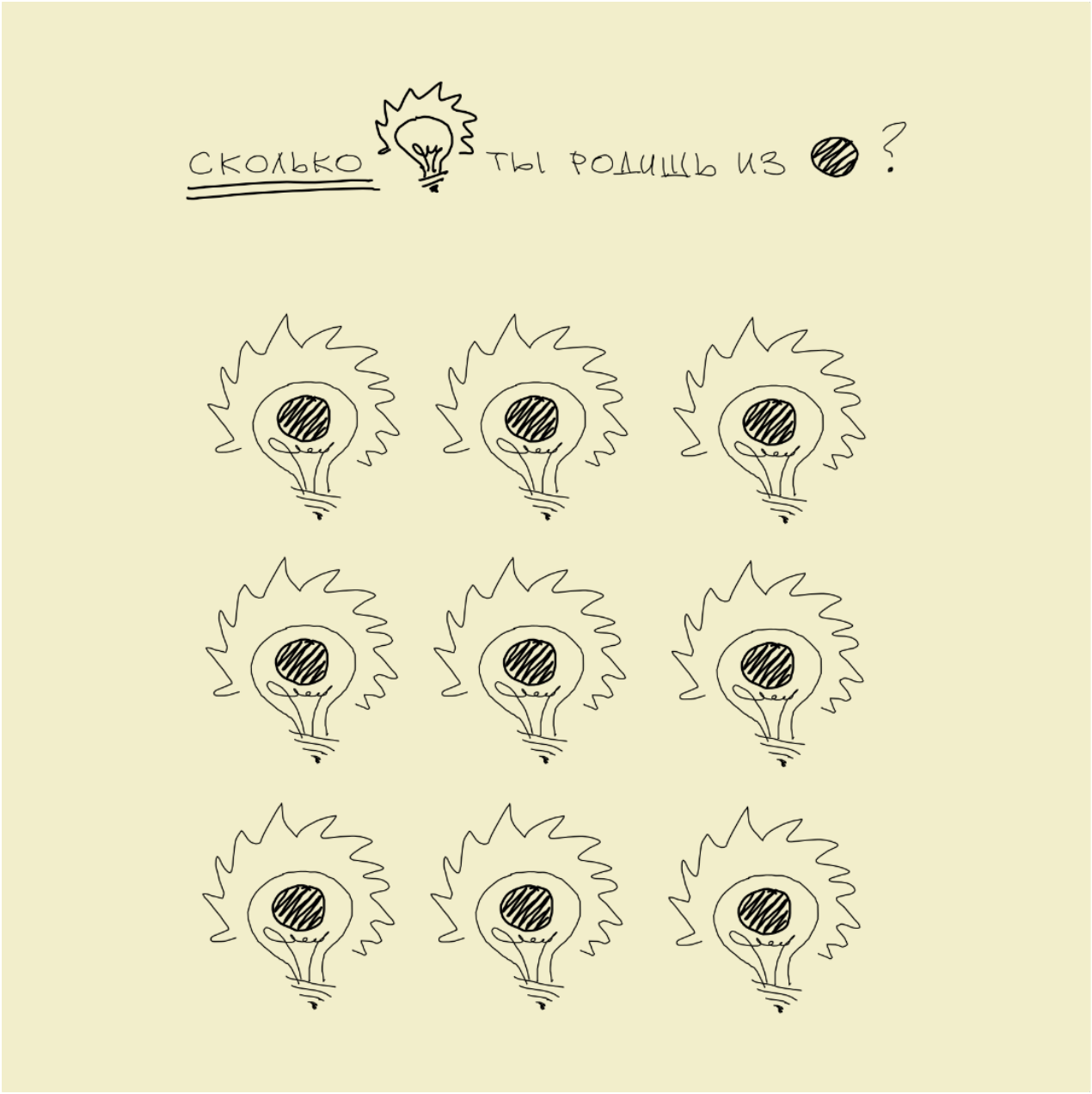


5. Во-первых, ни один разработчик универсального ИИ, будь то OpenAi, Anthropic или Google, не решится сделать свой ИИ субъективным и однобоким.

6. Во-вторых, в хороших темах найдутся тысячи экспертов с разными мнениями — что даёт возможность запустить в каждой такой теме по тысяче разных ИИ, имеющих полное право на существование.

7. Так что самое перспективное сейчас направление — это создавать экспертные… то есть субъективные и однобокие ИИ в разных профессиональных темах 😮

❄ ❄ ❄



Новое — это старое

1. Креативность — это не умение придумывать новое… а умение собирать старое в новых конфигурациях 😮 Если брать классику — это Стив Джобс, именно так придумавший сначала Apple II, потом Mac OS, потом айпад, а потом айфон.

2. Если из более нового — Сэм Альтман, сильно удивившийся, почему до него никто не собрал ChatGPT из уже известных кубиков. И таких

примеров, конечно же, ещё гораздо больше. Что вселяет некоторую надежду…

3. Например, на то, что можно находить новые интересные конфигурации методом перебора 🤣 Правда, для этого такую способность нужно тренировать. Для чего уже давно известен простой тест.

4. Сначала нужно нарисовать на бумажке 25 окружностей — а потом на время дорисовать каждую окружность, чтобы получился какая-нибудь прикольная фигурка. Хотя это больше подходит для тренировки визуального мышления.

5. Чтобы таким образом тренировать стартап-мышление, нужно, наверное, нарисовать на бумажке одну новую, но уже известную, идею — а потом на время дописать к ней 25 разных мыслей, чтобы получилось 25 новых ещё более прикольных идей?

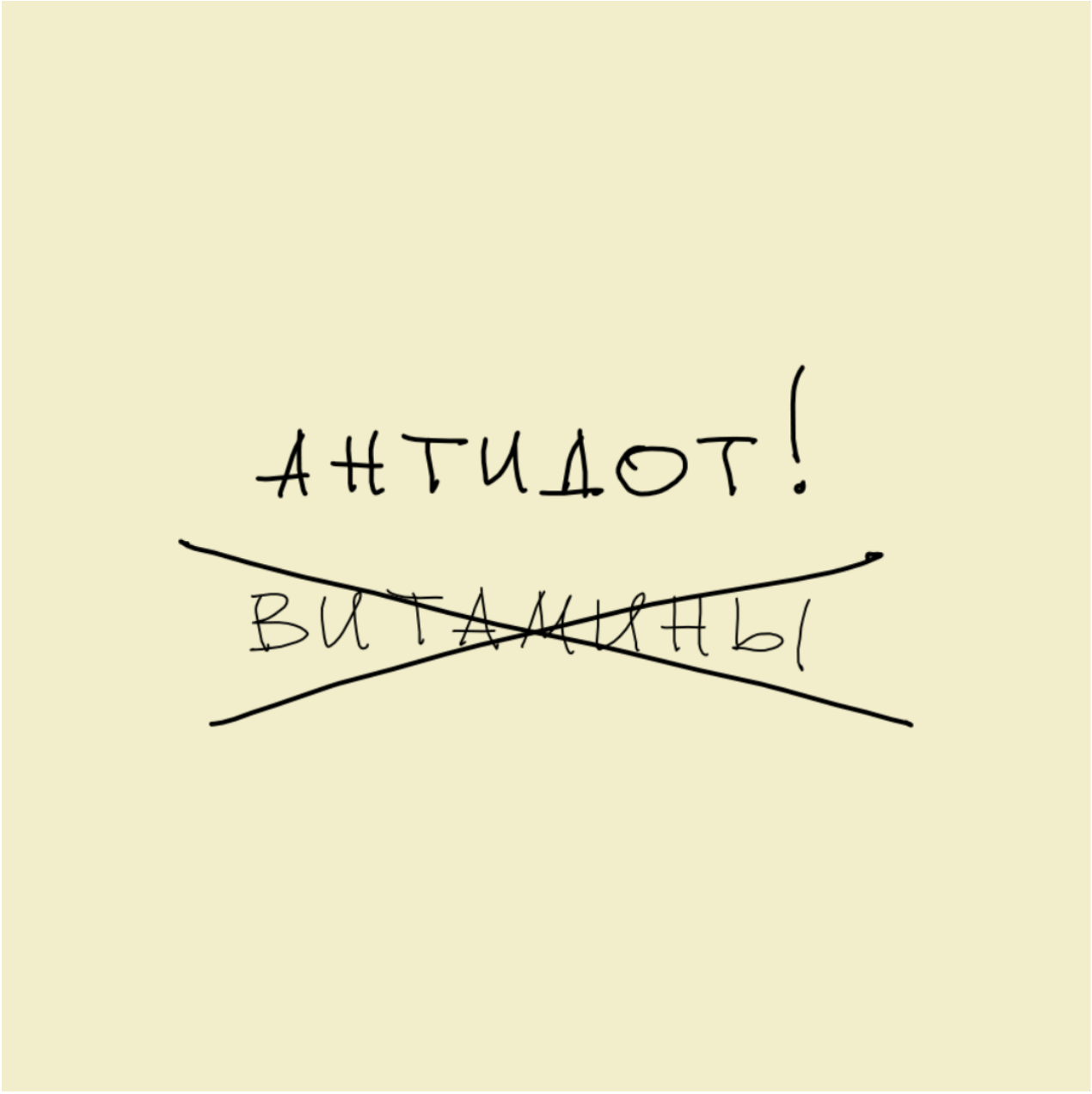
6. Кстати, не зря говорят, что для придумывания хороших идей нужна насмотренность. Потому что насмотренность — это и есть большой каталог уже известных идей, которые в какой-то момент вдруг щёлкнут и сойдутся у тебя в голове в новой неожиданной конфигурации 🚀

❄ ❄ ❄

Продавать нужно антидот, а не витамины

1. «Лучше» плохо продаётся 😮 В том смысле, что трудно продать свой продукт под девизом «с ним вам будет лучше». Потому что, когда человеку или компании уже хорошо — им уже ничего больше не нужно 🤣

2. Поэтому единственный надёжный способ продаж — убедить человека или компанию в том, что у них всё хреново ☠️ Просто это пока ещё не вылезло на поверхность 🤷‍♂️



3. «Всё хреново» может варьироваться в широких пределах — начиная от «все поймут, какой ты лох с телефоном без яблочка» и заканчивая «твоя компания вылетит с рынка, если не купит наш продукт».

4. Но всё равно продавать нужно не «с нами будет лучше», не «без нас не станет лучше» — а однозначно «без нас будет только хуже». Грубо говоря, продавать нужно антидот, а не витамины 🎯

5. А чем и почему станет хуже твоим потенциальным клиентам? А они в это поверят?