

image not found or type unknown



Введение

В современном мире достаточно быстро происходят изменения в сфере бизнеса, связанные с развитием и появлением новых, сильных конкурентов на рынке, связанные с возрастанием спроса на инновационные товары, регулярное развитие информационных технологий, выход на новые ниши рынка и другими различными факторами.

Создание нового бизнеса - это своего рода стартап - проект. Стартап - проект - это новое модное понятие, которое определяется как инновационный проект.

Стартап - стадия жизненного цикла любого бизнеса, на которой люди, образно говоря, переходят от слов к делу - от достижения договоренностей к управлению собственным бизнесом. Период фантазий и поиска первичных ответов на вечные вопросы бизнеса завершается, наступает период практического создания бизнеса.

В течение стадии стартапа предпринимателям приходится решать: □

- регистрационные задачи - задачи по регистрации учредительных документов новой фирмы; □
- производственные задачи - задачи по отладке бизнес-процессов, бизнес-коммуникаций и достижению устойчивости в получении бизнес-результатов; □
- задачи по обустройству и раскрутке бизнеса.

Достижение успеха при реализации стартапа возможно при условии:

Необходимо протестировать нишу перед серьезным запуском продукта. Это можно сделать с помощью устных договоренностей и первых пробных продаж, можно сделать заглушку или целый серьезный лендинг с основной информацией и проверить реакцию пользователей, а в некоторых случаях можно даже сделать прототип или взять шаблонный сайт. В любом случае, основываться не на догадках, а на реальной реакции людей на продукт стартапа.

Начинать стартап с продаж. У продавцов есть такая поговорка: «Хороший продавец может продать даже воздух!». И это действительно так: продавать можно и нужно еще до выхода вашего продукта. Стартап нужно начинать с понимания как именно будем продавать продукт. Когда будет понятно, как продавать, в идеале нужно проверить это: найти потенциальных клиентов, представить подробный рассказ о продукте и взять предоплату. Продукта еще может и не быть, а с клиентами необходимо наладить контакт и получить хотя бы предварительные договоренности и гарантии. Самый идеальный случай: это продать сразу много, чтобы полученных денег хватило для создания продукта и тогда инвестиции и не понадобятся. Кроме того, один из первых отделов, который нужно будет выстроить в стартапе – это отдел продаж.

Создание команды. Самое главное в ИТ – это люди. Именно они будут двигателем продукта. Очень важно создать первоклассную команду, которая будет уметь: и создавать, и продвигать, и управлять проектом. Нужно выделить навыки, которые в первую очередь нужны для реализации проекта, часть обязанностей взять на себя, для части взять помощников, а основную часть отдать на аутсорсинг профессионалам. Особенно важно отдавать на аутсорсинг разовые или небольшие постоянные работы, чтобы не платить специалисту, который будет работать 2 часа из 8 рабочих в день. Начинать важно с людей, которые смогут продавать или помогать в этом каким-то иным способом. И не стоит забывать, что на чистом энтузиазме проект довести до конца вряд ли удастся, а хорошие специалисты стоят дорого.

Методология. Методология ведения проектов должна быть и я уверена для их разработки необходимо использование больших сайтов интернет-стартапов – Agile. Это только часть менеджмента, но она касается одной из важнейших частей интернет-бизнеса – сайта. Суть в том, что таким образом возможно гибко управлять требованиями и ходом проекта. Интернет-проект – это всегда очень непредсказуемая вещь. Даже самый опытный специалист никогда не скажет точно, как именно нужно делать и сколько это займет времени. В связи со спецификой отрасли – лучше выбрать гибкую методологию ведения проектов.

Начинаем с малого. Очень часто начинающие стартаперы пытаются построить «космический корабль» и поэтому банкротятся. Разделим проект на бета-версию и на все остальное. В бета-версию должны войти самые основные функции, с которыми можно выходить на рынок, а после этот продукт можно будет ежемесячно обновлять. Задача стартапа – максимально быстро и недорого вывести продукт на рынок, при этом первая урезанная по функциям версия все равно

должна быть качественной. Впрочем, сильно резать тоже не стоит, бета должна нести в себе ценность и иметь возможность конкурировать на рынке. И вообще: простота – это хорошо!

Маркетинг. Маркетинг-это важно, об этом надо думать с самого начала. Его нужно учитывать и при создании продукта, и при создании сайта и в дальнейшей работе стартапа. Маркетинг должен давать хороший приток клиентов, полностью считаться и контролироваться. Бюджет на маркетинг должен быть в несколько раз больше, чем бюджет на создание продукта. Хороший продукт будет продаваться сам – это миф, для этого необходима добросовестная и хорошо отлаженная работа маркетологов.

Внешние консультанты. На просторах рунета почему-то не принято обращаться к внешним консультантам. Это огромная ошибка. У любого стартапа есть куча важных задач, для решения которых нужны первоклассные специалисты. Не обязательно нанимать на ставку лучшего специалиста на рынке, его можно привлечь в рамках консультации, скажем, на 2 часа, за которые он решит или скажет как решить какой-нибудь важный вопрос и возьмет за эти 2 часа пусть даже 1000\$, но это будет лучше, чем мы сами будем пытаться решить этот же вопрос, не имея нужного опыта и в результате можно нанести значительно больше убытков своему проекту. При наличии бюджета можно нанимать даже целые компании в таком же формате. Это западный подход привлекать консультантов или отдавать что-то на аутсорсинг и он действительно работает. Пора зайти дальше, чем просто приходящий админ или удаленный бухгалтер.

Привлечение инвестиций. В самом начале стартапа инвестиции не нужны, начинаем без них. Инвестор – это обязательства, лишний груз. Если невозможно сделать предварительные продажи – это значит, что идея, наверное, не так хороша, как кажется и, взяв на борт инвестора, можно остаться без «трусов» в итоге. Инвестора можно привлекать, когда идея проверена и нужны деньги для ускорения роста, но не раньше.

Начинайте молодым. Свой бизнес можно начать в любом возрасте. И в 20 и в 60. Некоторые исследования показали интересные цифры: до 30 лет свой бизнес начали только 3% предпринимателей. Стартап будет забирать много времени и, скорее всего, будет приносить мало денег или даже генерировать убыток первые 3 года. Если не начать молодым, следующий идеальный период, когда его можно начать – 30-40 лет, когда получен большой опыт работы и накоплен стартовый капитал. В любом случае, с возрастом шансы начать свой бизнес будут падать по

ряду причин.

Не сдаваться. При реализации стартапа может наступить тот момент, когда будет так тяжело, что покажется это концом стартапа. Если посмотреть историю известных предпринимателей, то обнаружим, что многие из них были на грани банкротства или даже банкротами.

К примеру, PepsiCo была 2 раза банкротом и это многомиллиардный бизнес! Не надо сдаваться, а надо искать варианты решения проблем и идти дальше.

Парадокс роста. Чем быстрее будет рост, тем больше денег на поддержание роста понадобится и тем больше их будет не хватать. Другими словами: чем успешнее проект – тем меньше денег. Важно понимать, что пока стартап будет быстрорастущим малым бизнесом, он с высокой долей вероятности будет убыточным.

Личный доход будет мизерным. Многие уходят со старой работы и начинают свой стартап в поисках лучшей жизни, однако не все понимают, что личный доход стартапера будет мизерным ближайшие несколько лет после старта. Не стоит верить в красивые истории о хорошей жизни, лучше сразу готовится к падению личного дохода в несколько раз, а чаще до убытка, пока стартап не превратится в стабильный бизнес.

Все оформлять документально. Все договоренности с партнерами, инвесторами и клиентами нужно оформлять документально и относиться к этому следует очень серьезно. Это бизнес и рано или поздно партнеры попытаются кинуть, поэтому лучше быть к этому готовым. Важно сразу определить доли с партнерами и закрепить это в договорах. Прописать все условия с инвесторами еще до получения денег.

Стратегия и тактика. Для реализации стартапа должен быть план развития на ближайшие 3 года. Разработаны стратегия и тактические идеи, которые нельзя путать с бизнес-планом. Еще, есть такая элементарная, но очень полезная штука – дерево целей.

Смысл метода в том, что есть одна большая цель (ствол) и много маленьких, которые нужно достигнуть перед тем, как будет достигнута основная (веточки). Другими словами можно захотеть построить миллиардную компанию, но на пути от желания к миллиарду нужно будет добиться еще многих более мелких целей.

Стратегия бережливого стартапа. Для реализации стартапа есть деньги. Это замечательно, но сколько бы денег не было, этого все равно будет мало. Начинать тратить деньги надо бережно с самого начала и не тратить их просто так. Прежде надо подумать, действительно ли нужно то, что хотим купить или без этого можно обойтись?

Сайт – это все-таки важно. Если говорить об интернет-стартапах, то сайт будет очень важен, он будет основой больших продаж. Важно добиться хорошей конверсии, а до этого собственно понять, какие цели нужно ставить перед сайтом и что будем понимать под этой самой «конверсией». Для создания эффективного сайта нужно начинать с профессионального его проектирования. Продумать маркетинг на сайте, сделать профессиональнее продающие тексты, адаптивную верстку и т.д. Во многом сайт для стартапа – это еще и инструмент пиара. И да, хороший сайт стоит дорого, но куда, как не в сайт инвестировать деньги в интернет-стартапе!?

Доверяйте команде. Если начали делать стартап и привлекли к его созданию профессиональных исполнителей – им следует доверять в рамках их компетенций. Очень часто можно наблюдать, когда основатель стартапа пытается думать за всех и начинает лезть в те сферы, о которых ничего не знает. Самая частая проблема – это когда основатель говорит дизайнеру, как делать дизайн. Если уже привлекли профессионалов, то лучше прислушиваться к их мнению и местами даже слепо доверять.

Делегирование обязанностей. Для начинающего стартапера это может стать проблемой, а таких много. Нужно уметь делегировать свои обязанности подчиненным вместе с ответственностью, иначе основатель будет перегружен, а исполнители будут сидеть без дела. Нужно максимум работы поручить исполнителям, но при этом постоянно её контролировать, иначе делаться она не будет или будет делаться совсем не так, как это нужно основателю.

KPI. Еще до запуска стартапа продумайте основные показатели эффективности (KPI). Мерить нужно буквально все, особенно на старте проекта, чтобы в случае чего – скорректировать его развитие. Продумать, что и на каком этапе самое важное для стартапа? Часто в первый год самым важным может быть посещаемость, второй год оборот, а третий чистая прибыль. А может и наоборот. Все зависит от целей. Статистику и аналитику нужно копить, периодически делать ретроспективы, учитывать опыт отрасли в целом.

Юридические лица, оффшоры . Для стартапа в самом начале юридическое лицо не обязательно. Сначала заключается первая серьезная сделка устно и уже под неё сделаете юридическое лицо, оно делается очень быстро при желании. Тем более не нужно лезть в оффшоры – это для больших бизнесов. Единственное, когда это нужно делать – это когда собираемся привлечь инвестора. Но и сильно поздно делать юридическое лицо не стоит. Идеальный вариант в процессе разработки продукта и после на юридическое лицо оформить домен, авторские права на сайт и торговый знак.

Недостаток времени. Почти сразу после старта начнутся проблемы с нехваткой времени. Эта вечная проблема, которую полностью решить невозможно, но можно улучшить ситуацию. Во-первых, планировать свою работу: на день, на неделю, на месяц, на год, на 3 года и на 5 лет. Во-вторых, разделить все дела на группы по срочности и важности, чтобы много времени не уходило на текучку, а шло на решение важных задач бизнеса. В-третьих, делегировать обязанности .

Держать свое слово. Банально, но не все могут выполнять данные обязательства. Для начала очень осторожно и взвешенно надо давать обещания. Они могут быть даны клиентам, партнерам или сотрудникам, это абсолютно не важно, самое главное их всегда выполнять.

Не работайте с друзьями и родственниками. Если нарушать это правило, то с высокой долей вероятности можно разрушить отношения с близкими людьми.

Вы изменитесь. Бизнес меняет людей. Изменится, прежде всего, восприятие окружающего мира. Причем изменения будут проходить в несколько этапов: сразу после старта, после найма первых сотрудников и после превращения стартапа в успешный бизнес. Этого не стоит бояться, это хорошие изменения.

Не допустите «перегорание менеджера». Если много работать на износ, то можно столкнуться с «перегоранием менеджера», когда работать станет неинтересно и мотивация падает почти до нуля. Это больше психологическое перегорание, а значит с этим можно бороться. Важно найти баланс между работой и отдыхом, стараться путешествовать, увеличивать положительные эмоции в жизни и уменьшать отрицательные.

Заключение

Стартап - проект достаточно популярный на данный момент. Стартап - это молодая компания, которая производит свою деятельность на основе инновационной идеи, не реализованной ранее на рынке. Существует достаточно много различных фондов, венчурных компаний и бизнес-ангелов готовых профинансировать стартап - проекты. В России стартапы уже не редкость, на сегодняшний день цифра существующих стартапов внушительна и данная область только ещё начинает набирать обороты в направлении своего развития. Если есть интересная идея, желание, силы, возможности, надо смело браться за дело и реализовывать в интересные проекты.