

image not found or type unknown



Мне кажется, что для начала, для того чтобы появилась хорошая бизнес-идея, нужно понимать, что именно для вас значит «хорошая». Начать нужно с подбора критериев в соответствии со своими интересами, способностями, амбициями, потребностями и целями. Бизнес будет требовать времени, а время нужно посвящать тому, что действительно интересно и к чему есть склонности.

Нужно регулярно записывать идеи, которые приходят в голову, и периодически пересматривайте данный список. Чтобы найти одну хорошую идею, нужно найти много разных и настроить свой мозг на постоянный поиск возможностей. Именно поиск, а не придумывание.

Перед тем, как начать стартап проект, нужно определить точное направление деятельности.

«Чем я буду заниматься?» Это самый важный и, следовательно, самый первый вопрос, который должны задать себе, как только задумались о создании стартапа.

Направление деятельности компании - фундамент дома: для будущих этажей необходима основа. Базовый аспект в создании успешного стартапа - определить для себя идеальную точку пересечения между своими умениями, интересами и тем, за что заплатят деньги.

Практически каждый успешный предприниматель нашел оптимальную золотую середину между собственными интересами, умениями и возможностью заработать на своей идее.

Возьмем, к примеру, Стива Джобса. Ему нравился дизайн (это было его страстью), он был прекрасным маркетологом и продакт-менеджером (умение) и ему удавалось сочетать возможности с тем, что популярно на рынке в определенный момент (монетизация) - это были и персональные компьютеры, аудиоплееры формата MP3, фильмы с эффектом 3D и принципиально новые мобильные устройства.

Без страсти не создать успешный стартап, зачастую настоящая любовь к делу растет, когда чувствуется успех. Думая о направлении деятельности компании, не нужно сосредотачиваться на сиюминутном увлечении, нужно представить, что даст чувство удовлетворения в будущем.

Нужно понять, что получается лучше всего, какими талантами или способностями вы владеете больше всего, что умеете делать лучше других, являетесь ли вы высококвалифицированным дизайнером, разработчиком, продавцом или мастером на все руки.

Стоит сделать список своих умений, возможно, что пока не достигнут вверх совершенства во всех областях, но набор талантов, знаний и потенциал обогнать всех и преуспеть, имеется.

Только прочная структура и ясное видение цели могут служить основой для устойчивого стартапа.

*Любая большая проблема — это большая возможность. Если нет проблемы, то нет решения и нет причины компании существовать. Никто не станет платить вам за решение того, что не является проблемой.*

*Винод Хосла*

*Венчурный капиталист и миллиардер*

Стартап - это болеутоляющее или витамины?

Витамины способствуют укреплению здоровья медленно и постепенно: они сохраняют нам здоровье на протяжении какого-то времени, предохраняя нас от болезней.

Болеутоляющее останавливает болевой синдром моментально: таблетки помогают нам, решают проблему здесь и сейчас. Лучшие компании действуют так же. Болеутоляющие таблетки - это стартапы, которые решают серьезные проблемы быстро и эффективно. Клиенту «больно», ему срочно нужно решение.

Ему все равно, как выглядит пилюля, красивый ли на ней логотип, сработает ли она через два месяца или три. Возьмём в пример компанию «Google» - это болеутоляющее: без круглосуточной доступности и возможности быстро узнать что угодно нам было бы непросто.

Для этого нужно подумать, как компания может стать болеутоляющей. Нужно предложить продукт или услугу, которая решает проблему сегодня, а не витамин, действие которого проявится в лучшем случае через некоторое время.

Можно заработать на «боли» клиента

Подходящая проблемная точка для будущей компании - когда достаточное количество потребителей признают существование «боли» и готовы платить за решение. Значит, стартап будет востребован.

Если не найти и не отреагировать на боль, на которой можно заработать, все остальные действия - от дизайна и разработки до маркетинга и тестирования продукта - напрасны. Люди не станут платить за результат, если он не разрешает их проблемы.

Переходим к конкретному плану

Если есть понимание, на каком конкретном рынке и в какой конкретной области планируется запустить стартап. Значит, следующий шаг - конкретизировать проблему - разработать и протестировать отклик на проблему, которую будет решать ваша компания.

Как проверить, будет ли ваша идея жить и зарабатывать

1. Найти группу потенциальных клиентов
2. Провести среди них опрос: лучше всего лично, но можно и по электронной почте
3. Оценить результаты

Чтобы лучше разобраться в вопросе, нужно постараться, чтобы участники фокус-группы были максимально честны. Не нужно продавать идею продукта, лучше задавать открытые вопросы. Важно сформулировать вопросы так, чтобы респонденты ответили свободно и без давления.

Прежде чем запустить продукт или услугу, обязательно нужно найти проблему, решением которой будет заниматься компания.