

image not found or type unknown



Да, стартап – это всегда риск. Деньги – не главное, что вам понадобится на стадии стартапа, главное – вдохновение! Основная сложность заключается в том, что все стартапы разные. Одни предприниматели выводят новый продукт на уже существующий рынок, другим предстоит решить еще более сложную задачу — вывести новый продукт на новый рынок. Кто-то ресегментирует существующий рынок, предлагая дешевое решение, а кто-то ресегментирует существующий рынок и разрабатывает нишевой продукт. Ведь каждому предпринимателю нужно начинать в том числе и с понимания специфики рынка, на котором будет представлен его продукт. Этап выявления потребителей включает в себя несколько шагов: шаг формулировки гипотез — о продукте и потребителях, о дистрибуции и ценообразовании, шаг тестирования и уточнения гипотез, шаг тестирования и усовершенствования концепции продукта, шаг верификации. Если следовать, согласно инструкциям, пошагово от первого этапа к последнему, то, вероятно, можно избежать множества ошибок. Для стартапов важно зацепить так называемых ранневангелистов, которые, по моему мнению, являются самыми важными потребителями. И эти люди являются жизненной необходимостью для молодого бизнеса не только потому, что становятся первыми покупателями, но еще и потому, что помогают стартапу откликами и непременно рассказывают о продукте другим. Ингредиенты этого блюда – крупные неудачи, сочные победы, горькие ошибки и острая радость достижения цели. Действительно, именно в такой ситуации вынужденно приходится блеснуть смекалкой и находчивостью. То же можно сказать и о начале бизнеса с нуля. В условиях ограниченных ресурсов вы можете проявить настоящий талант бизнесмена. Как говорят в России, «сварить кашу из топора».

Успех стартапа зависит от умения искать, находить и использовать даже малейшие возможности. А это возможно, только когда все сотрудники — а не только основатели — готовы к проявлению инициативы. Работники должны знать, что инициатива и действие под свою ответственность — это непрописанная часть их трудового контракта. Просто показаться на работе и «работать с девяти и шести» — это черта организации, ориентированной на процесс, и злейший враг организации, ориентированной на миссию.

И в заключении, хотелось бы описать словами моего отца: "не старайся «угговорить» человека, что у него действительно есть те проблемы, которые ты

описал. Деньги у них, и ты хочешь, чтобы это они тебя убедили".