
A black and white profile photograph of a man, Steve Anderson, looking towards the right. He is wearing a white collared shirt under a dark jacket. The background is solid black.

Стив Андерсон

ПИСЬМА БЕЗОСА

14 ПРИНЦИПОВ
РОСТА БИЗНЕСА
ОТ AMAZON



Стив Андерсон

Письма Безоса: 14 принципов роста бизнеса от Amazon

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=49909612

Письма Безоса: 14 принципов роста бизнеса от Amazon:

ISBN 9785961431544

Аннотация

Что способствовало беспрецедентному росту компании Amazon? Как Джефф Безос, основатель и глава компании, сумел превратить книжный магазин в бизнес стоимостью триллион долларов? Безос не скрывает секрет успеха: ежегодно он рассказывает о своей стратегии и принципах управления в письмах к акционерам. Стив Андерсон внимательно изучил письма Безоса и выделил 14 ключевых принципов роста бизнеса от Amazon. Вы узнаете, как Джефф Безос руководит своей компанией, и сможете применить эти принципы в любом бизнесе и в любой отрасли.

Содержание

Предисловие	6
Риск и рост	10
Почему именно письма к акционерам?	19
14 принципов роста Андерсона	33
Письмо Безоса акционерам 1997 г. с 14 принципами роста Андерсона	36
Конец ознакомительного фрагмента.	40

Стив Андерсон

Письма Безоса: 14

принципов роста

бизнеса от Amazon

Переводчик *Ирина Евстигнеева*

Редактор *Ирина Тулина*

Главный редактор *С. Турко*

Руководитель проекта *А. Василенко*

Дизайн обложки *Ю. Буга*

Корректор *Е. Аксёнова*

Компьютерная верстка *М. Поташкин*

Фотография на обложке *Patrick Fallon/Bloomberg via Getty Images*

© 2020 by Original English language edition published by Morgan James Publishing. Steve Anderson

© Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2020

Все права защищены. Данная электронная книга предназначена исключительно для частного использования в личных (некоммерческих) целях. Электронная книга, ее части,

фрагменты и элементы, включая текст, изображения и иное, не подлежат копированию и любому другому использованию без разрешения правообладателя. В частности, запрещено такое использование, в результате которого электронная книга, ее часть, фрагмент или элемент станут доступными ограниченному или неопределенному кругу лиц, в том числе посредством сети интернет, независимо от того, будет предоставляться доступ за плату или безвозмездно.

Копирование, воспроизведение и иное использование электронной книги, ее частей, фрагментов и элементов, выходящее за пределы частного использования в личных (некоммерческих) целях, без согласия правообладателя является незаконным и влечет уголовную, административную и гражданскую ответственность.

*** * ***

Карен, моей школьной любви, моей жене, моему другу.

Эта книга написана благодаря тебе.

Спасибо, что веришь в меня!

Предисловие

Майкл Хайятт

Когда меня спрашивают, как немедленно добиться прогресса в бизнесе, я отвечаю: «Найдите себе хорошего коуча». Последние 20 лет – сначала как генеральный директор и председатель совета директоров крупного издательства стоимостью \$250 млн, теперь как основатель и генеральный директор собственной консалтинговой компании, специализирующейся на развитии лидерства, – я сотрудничал с самыми талантливыми коучами, которые помогли мне добиться прорывных результатов в личной и профессиональной сферах.

Благодаря коучам я получил доступ к мудрости, знаниям и опыту других людей. Мои коучи делились со мной тем, что извлекли из успехов других и – что зачастую гораздо важнее – из их неудач. Они помогали мне взглянуть на ситуацию под другим углом, чтобы увидеть собственные ограничения и негласные предположения, на которые я опирался. Их мудрость и проницательность помогли мне успешно управлять бизнесом в плохие и хорошие времена. Говорю без всяких сомнений: благодаря моим коучам я добился гораздо большего и гораздо быстрее, чем смог бы сделать это самостоятельно.

Что такое хороший коуч? Тот, кто ушел дальше вас, кто

видел больше вас, кто потерпел больше незаурядных неудач и одерживал победы перед лицом более сложных вызовов, чем те, с которым доводилось сталкиваться вам. Под это определение подходят многие, но сегодня особенно выделяется одна яркая фигура.

Представьте себе, что ваш бизнес-коуч – сам основатель и генеральный директор Amazon Джефф Безос. Будь у меня такая возможность, я бы задал ему главный вопрос: «Как вы вырастили Amazon в такой бизнес?» После чего воспользовался бы его идеями и опытом, чтобы обеспечить рост и развитие собственного бизнеса. Кто бы поступил иначе?

К сожалению, нам с вами вряд ли выпадет такой шанс. К счастью, мой друг Стив Андерсон предлагает лучшую из возможных альтернатив: в своей книге «Письма Безоса» он фактически превращает основателя Amazon в вашего личного бизнес-коуча. Вы сможете увидеть то, что видит Безос, понять ход его мыслей, а затем применить все это к вашему бизнесу, используя подходы, благодаря которым Безос сделал Amazon одной из самых успешных компаний в мире и которые, возможно, раньше не приходили вам в голову.

Как Стиву это удалось? Он внимательно изучил письма Безоса к акционерам Amazon и выделил 14 ключевых принципов роста бизнеса. Некоторые из этих принципов лежат на поверхности, другие, как говорится, «скрыты у всех на виду». Я считаю, что только Стив смог увидеть их с ясностью и глубиной, а также показать, как эти принципы вза-

имодействуют между собой, позволяя Amazon расти в беспрецедентных масштабах.

Вот уже несколько десятилетий Стив занимается исследованием и анализом тенденций в бизнесе и технологиях с особым акцентом на рисках, и выводы, к которым он приходит, поразительно отличаются от поверхностных предположений, на которые опираются многие из нас. Чутко держа руку на пульсе, он поможет вам заглянуть за горизонт, увидеть возможности и понять, как можно выгодно их использовать.

Считайте Стива проводником в мире Джеффа Безоса. Как археолог, он скрупулезно исследовал – простите за каламбур – дебри «Амазонии» и описал скрытую среди них удивительную структуру, которую мало кто из внешних наблюдателей смог увидеть или расшифровать ее таинственные письма. Стив декодировал алгоритм роста, содержащийся в письмах Безоса, и перевел его на язык, понятный всем нам и применимый практически в любой компании или организации.

Помимо этого, Стив предлагает захватывающие истории – от пережитых Безосом «успешных провалов» до его космической программы, – которые позволят вам по-новому взглянуть на перспективы развития вашего бизнеса.

Итак, с Безосом в качестве коуча и Стивом в роли посредника вы узнаете, как вывести ваш бизнес на более высокий, более продуктивный и более масштабный уровень. Внедрив

14 принципов роста, описанных Стивом в этой книге, вы создадите все условия для развития, и ваш бизнес будет расти, как Amazon.

Майкл Хайятт,

автор бестселлеров «Свобода фокуса» и «Твой лучший год»

Риск и рост

Посвятив более 35 лет исследованию риска в бизнесе, я пришел к выводу, что существует всего два вида риска: риски действия и риски бездействия. Другими словами, это риски, на которые вы идете и которых вы избегаете.

Компания Amazon стала самой быстрорастущей компанией в истории, достигнув объема продаж с нуля до \$100 млрд в рекордно короткие сроки.

Как это удалось?

Все дело в том, что Джефф Безос – мастер риска.

* * *

За годы работы аналитиком и консультантом в сфере бизнеса и технологий я понял одну странную вещь: многие люди считают необходимым *защищаться от* любых рисков. Риск рассматривается как нечто *негативное* по определению, и многие делают все возможное для того, чтобы избежать любых потенциально чреватых неудачей действий с непредсказуемыми последствиями.

Я всегда относился к риску иначе – и, как оказалось, Джефф Безос тоже.

Мой опыт позволяет мне увидеть то, что многие упускают

из виду, а именно: существование прямой взаимосвязи между риском и ростом бизнеса. Согласитесь, что так риск предстает в ином, *позитивном* свете. Вот почему в этой книге я предлагаю вам взглянуть на успех Amazon с несколько иной точки зрения, чем обычно, – через призму риска.

Любой бизнес неотъемлем от риска. Рисковать можно наобум: вы бросаете кости, не зная, что вам выпадет. Но Безос рискует *намеренно* и *расчетливо* – стратегия риска, которую могут использовать большинство компаний с не менее впечатляющими результатами.

Я убежден, что главный двигатель роста Amazon – это уникальный подход Безоса к риску и его приверженность корпоративной культуре, ориентированной на экспериментирование и инновации. И я также уверен, что в основе всего этого лежит уникальный взгляд Безоса на успех и, как ни странно, на неудачи.

Начало

В июле 1994 г. 30-летний Джефф Безос открыл книжный интернет-магазин Amazon.com, названный в честь самой большой реки в мире. (Интересно, что вначале Безос собирался назвать свой магазин «Кадабра», сокращенно от волшебного заклинания «абракадабра», но, когда его юрист расслышал в этом слове «кадавр» – труп, решил изменить название.)

Считается, что интернет-магазин был назван в честь реки Амазонки по двум причинам: во-первых, чтобы подчеркнуть масштаб (Amazon.com был запущен под слоганом «Крупнейший книжный магазин на Земле»); во-вторых – поскольку сайты часто указываются в алфавитном порядке – чтобы Amazon.com отражался в первых строках.

Эта простая идея привела к рождению одной из самых дорогостоящих по размеру рыночной капитализации компаний в мире наряду с Apple, Microsoft и Google. Amazon также стала самой быстрорастущей компанией, увеличив объемы продаж с нуля до \$100 млрд в рекордно короткие сроки, а также одной из первых, чья стоимость достигла \$1 трлн. В ней работает 647 000 человек – больше, чем население таких стран, как Люксембург, Исландия и Багамы. В 2010 г., выступая перед выпускниками Принстонского университета, Безос сказал¹:

Идея создать Amazon пришла мне в голову 16 лет назад. Я наткнулся на статистику, в соответствии с которой количество пользователей интернета росло на 2300 % в год. Я никогда не видел и не слышал ни о чем подобном. И я подумал: что, если создать онлайн-книжный магазин с миллионами наименований, который попросту невозможен в реальном мире? Эта идея взбудоражила меня.

Тогда мне было 30 лет, и я был всего год как

¹ "2010 Baccalaureate Remarks." Princeton University. Accessed April 30, 2019. <https://www.princeton.edu/news/2010/05/30/2010-baccalaureate-remarks>.

женат. Я сказал своей жене Маккензи, что хочу бросить работу и заняться этой сумасшедшей идеей, которая, вполне вероятно, не сработает, как это случилось с большинством моих предыдущих стартапов. Я признался, что не знаю, к чему все это приведет. Маккензи (также выпускница Принстона; сейчас она сидит во втором ряду) сказала, что мне следует попробовать.

В детстве я был гаражным изобретателем – изобрел устройство для автоматического закрывания ворот из заполненных цементом шин, плиту на солнечной энергии из зонтика и фольги, которая, надо признать, не очень хорошо работала, и сигнализацию из сковородок, чтобы ловить братьев и сестер. Я всегда мечтал быть изобретателем, и Маккензи хотела, чтобы я занялся тем, что меня вдохновляет.

В первые 20 лет своего существования Amazon пережила крах доткомов в начале 2000-х гг., финансовый кризис и великую рецессию 2007–2009 гг., а также множество других экономических передеряг, которые уничтожили многие компании.

К тому моменту, когда в 2018 г. рыночная стоимость Amazon достигла \$1 трлн, Безос обогнал Билла Гейтса, Уоррена Баффетта и 7 млрд остальных жителей планеты, став самым богатым человеком в мире с чистым состоянием \$137 млрд (плюс-минус).

Что способствовало такому беспрецедентному росту?

Как Безос сумел превратить свой онлайн-магазин по продаже книг в успешную компанию стоимостью \$1 трлн в этот очень непростой период, когда бесчисленное множество других технологических компаний и книжных магазинов пошли ко дну? Что бы вы дали за то, чтобы узнать секреты этого успеха от самого Джеффа Безоса?

К счастью, Безос не пытается скрыть свои стратегии и механизмы за плотной завесой тайны, как Волшебник из страны Оз. Его ежегодные письма к акционерам дают нам возможность увидеть его образ мышления с первых дней Amazon до настоящего момента.

Уникальность предпринимательского таланта Безоса состоит, во-первых, в его способности осознать, что между риском и ростом существует фундаментальная взаимосвязь: *чтобы расти, нужно рисковать*.

Во-вторых, что еще важнее, в его подходе к риску: он играет в эту игру по другим правилам, в основе которых лежит оценка так называемой «рентабельности риска».

Мы привыкли говорить о рентабельности инвестиций. В этой же книге я использую новый термин – «рентабельность риска», имея в виду соотношение между стоимостью риска и обеспечиваемыми им выгодами, которые не всегда носят финансовый характер.

«Рентабельность риска»

Любой человек в бизнесе (от владельца до рядового сотрудника) понимает: все, что мы делаем, сопряжено с определенными затратами и приносит определенную отдачу. Каждый доллар, который мы тратим на рекламу, зарплаты, закупку сырья, доставку товаров, разработку сайтов и что угодно другое, должен приносить больше доллара прибыли. Каждая минута, затраченная нами на работу, должна генерировать доход, соответствующий затраченному времени.

Большинство предпринимателей рассматривают вкладышаемые в бизнес деньги как инвестицию, однако практически никто – возможно, за исключением лишь Джеффа Безоса – не рассматривает деловой риск как инвестицию.

Когда интернет начал набирать популярность, Безос одним из первых обратил внимание на его головокружительные темпы роста в 2300 % в год. Он решил оставить стабильную работу на Уолл-стрит и открыть собственный бизнес в сети в те времена, когда это считалось «весьма сомнительной авантюрой». Взяв у родителей займы \$300 000, он переехал вместе с женой на другой конец страны и пустился в плавание по неизведанным водам онлайн-коммерции.

Это был рискованный шаг? Очень.

Возможно, вы уже не помните те времена, но тогда *никто не знал, что такое книжный интернет-магазин и каким он*

должен быть.

В 1997 г. у большинства людей не было домашнего доступа в интернет, а если кто и выходил в интернет, то это был медленный доступ по телефонной линии с набором номера (помните фильм «Вам письмо»?). В своем письме акционерам за 1997 г. Безос назвал интернет Всемирным ожиданием.

Каким был 1997 г., когда Безос создал компанию Amazon?² В тот год в Великобритании вышла первая книга Дж. К. Роулинг (ныне миллиардерши) «Гарри Поттер и философский камень» – никаких других книг, фильмов и тематических парков по Гарри Поттеру еще не было и в помине. Кроме того, 1997 г. принес нам Билла Клинтона, сериал «Друзья», фильм «Титаник» и манию Beanie Babies³. Облака плавали в голубом небе – заговори вы об «облачных вычислениях», вас бы сочли помешанным. Счастливые обладатели доступа в интернет пользовались браузером Netscape. Технология DVD делала первые шаги, потоковое вещание появится только через 20 лет. А любой онлайн-бизнес считался в лучшем случае сомнительной лотереей.

И в этом году Безос *уволился с Уолл-стрит*, чтобы от-

² Видимо, автор имеет в виду первичное размещение акций, так как компания была основана в 1994 г. – *Прим. пер.*

³ Б. Клинтон был президентом США в 1993–2001 гг. Возможно, автор имеет в виду второй срок его президентства, начавшийся в 1997 г. Сериал «Друзья» вышел на экраны в 1994 г., в 1997 г. вышел 4-й сезон сериала. – *Прим. пер.*

крыть книжный интернет-магазин⁴.

Всего через год после вывода Amazon на фондовый рынок Безос писал:

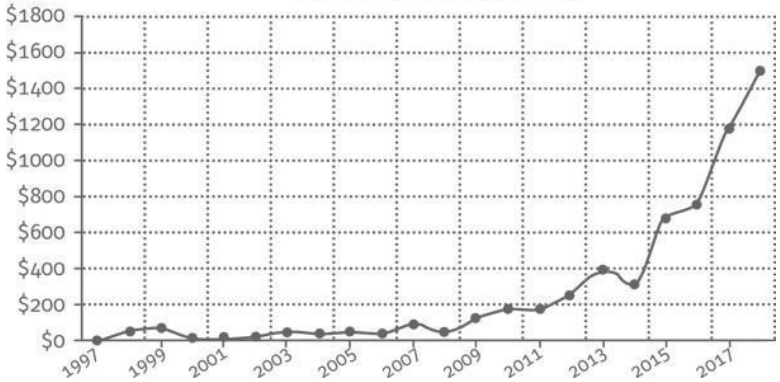
Мы прогнозируем, что следующие 3,5 года будут еще более захватывающими. Наша цель – создать место, где десятки миллионов клиентов смогут найти все, что только захотят купить онлайн. Сегодня интернет переживает свой День 1, и, если мы хорошо выполним наш бизнес-план, он останется Днем 1 для Amazon.com. Учитывая все произошедшее, трудно говорить о чем-либо наверняка, однако мы уверены, что предстоящие возможности и риски намного превышают все то, что осталось позади. Нам придется принимать много непростых решений, часть из них будет нетрадиционными и даже дерзкими. Мы надеемся, что некоторые решения приведут к победам. Хотя, разумеется, будут и ошибочные.

Безос, письмо акционерам, 1998 г.

Оглядываясь в прошлое, мы знаем, что Безос действительно совершал «ошибки». Вопрос в том, сумел бы он без этих «ошибок» добиться такого поистине беспрецедентного роста?

⁴ Доподлинно известно, что Безос ушел с Уолл-стрит в 1994 г. и в том же году основал свою компанию. – *Прим. пер.*

Цена акций Amazon
на 31 декабря каждого года



При первом взгляде на бизнес-модель книжного интернет-магазина, с которой начал Безос, может показаться, будто он «сложил все яйца в одну корзину», однако в действительности его бизнес-план изначально был построен на диверсификации. Он все время тестировал новые идеи, чтобы узнать, чего хочет рынок, изобретал и предлагал клиентам новинки, даже если те еще не знали, чего хотят. Его риски были осознанными и просчитанными, но оттого не переставали быть рисками.

Итак, Amazon родилась из рискованной идеи в рискованное время и превратилась в крупнейшую компанию с мировым именем, сделав своего основателя самым богатым человеком на планете.

Вот почему я называю Джеффа Безоса мастером риска.

Почему именно письма к акционерам?

*...Мы отдаем приоритет росту, поскольку считаем, что масштаб имеет решающее значение для реализации потенциала нашей бизнес-модели.
Безос, письмо акционерам, 1997 г.*

Несколько лет назад я участвовал в отраслевой рабочей группе, занимавшейся исследованием меняющейся природы риска. И вот в свете моего интереса к проблеме риска в бизнесе я наткнулся на ежегодные письма к акционерам, написанные основателем Amazon Джеффом Безосом за последние 21 год.

Я изучаю бизнес, большой и малый, четыре десятилетия и всегда стараюсь «читать между строк».

Вчитываясь в письма Безоса, я увидел систему. Я был ошеломлен: в письмах к акционерам он подробно разбирает, как Amazon стала самой быстрорастущей компанией и, как считают многие, самой успешной в истории.

Проведя глубокий анализ писем, я выделил конкретные циклы роста и 14 принципов роста, которые можно применять в любом бизнесе любой отрасли.

Чтобы реализовать на практике эти принципы, вам не нужны миллиарды долларов. Даже у Amazon не было милли-

ардов, когда она начинала (напомню: Безос фактически открыл компанию на \$300 000, взятых в займы у родителей).

Внедрение большинства этих принципов обойдется вам абсолютно бесплатно. Их можно использовать в любой сфере деятельности, будь то технологическая компания, пиццерия или некоммерческая организация, и в любом месте – Кремниевой долине, Лондоне, Нэшвилле или Де-Мойне.

Поначалу меня удивило, что существует всего 14 ключевых принципов роста, превративших Amazon в компанию стоимостью триллион долларов. Я старательно искал больше, но все остальное укладывалось в эту систему.

Как и большинство гениальных идей, эти 14 принципов роста оказались довольно простыми – но ни в коем разе не упрощенческими.

Чтобы претворить их в жизнь, не нужна ученая степень или огромная команда. На самом деле, изучив эти принципы, каждый предприниматель может начать использовать их здесь и сейчас.

Я говорю об этом с уверенностью, ничего не зная о вас и вашем бизнесе. Дело в том, что я работаю с государственными организациями и частными компаниями вот уже несколько десятилетий и не могу назвать ни одной, которая не смогла бы немедленно внедрить эти принципы на практике.

Не важно, являетесь ли вы транснациональной корпорацией, индивидуальным предпринимателем или стартапом по продаже книг: если вы хотите добиться роста, как у Amazon,

вы должны применять 14 фундаментальных принципов роста Джеффа Безоса.

Здесь следует сделать одно уточнение: эти принципы не являются заявленными принципами Безоса или Amazon; это – квинтэссенция предпринимательской мудрости, которую я извлек из писем Безоса акционерам своей компании.

На первый взгляд, эти письма дают читателям уникальную возможность взглянуть изнутри на постепенную эволюцию одной из самых успешных компаний в мире.

Но, как я уже говорил, если копнуть глубже и прочитать письма Безоса как единую концепцию, а не как два десятка отдельных ежегодных посланий – и если соотнести их содержание с контекстом бизнеса Amazon и тем, что происходило в мире на момент написания каждого письма, – на их страницах можно увидеть удивительную систему, применимую к любому сегодняшнему бизнесу.

Я проанализировал 21 письмо акционерам⁵, написанное Безосом за период с 1997 по 2018 г. Я вчитывался в то, что Безос говорил о деятельности Amazon и его планах на будущее, смотрел, что из этого сработало, а что нет, и искал причины ее феноменального роста. Я читал и перечитывал каждое письмо десятки раз, выискивая крупинцы деловой мудрости и выстраивая их в систему, позволяющую понять, как Безос всего за два десятилетия превратил книготорговый

⁵ "Annual Reports, Proxies and Shareholder Letters." Accessed March 1, 2019. <https://ir.aboutamazon.com/annual-reports>.

стартап в компанию стоимостью триллион долларов.

Вы можете спросить: «Знал ли Безос о всех этих принципах роста, когда начал свой бизнес?»

И да, и нет.

Нет, потому что сам Безос никогда не формулировал эти принципы и не вывешивал их в рамке в своем кабинете. Еще раз повторю: эти принципы сформулированы мной на основе анализа его писем акционерам. В офисе компании висят *Принципы лидерства Amazon* (я включил их в принцип роста № 11), о которых на корпоративном сайте говорится следующее:

Принципы лидерства Amazon – это набор стандартов, которых все сотрудники компании стремятся придерживаться каждый день; они лежат в основе нашей культуры. Сотрудникам нравятся эти принципы, потому что они четко объясняют все виды поведения, которые мы ценим в нашей компании. Редкий день обходится без того, чтобы сотрудники Amazon не ссылались на принципы лидерства, поскольку это простой способ определить, как правильно поступить в той или иной ситуации. Эти принципы предлагают универсальный подход к тому, как мы работаем⁶.

Большинство людей согласны с тем, что компания не может реализовать свой потенциал роста без эффективной кор-

⁶ "AWS Culture." Amazon. Accessed March 1, 2019. <https://aws.amazon.com/careers/culture/>.

поративной культуры. Лидерство глубоко укоренено в культуре Amazon и играет решающую роль в ее успехе.

С первых же дней Безос целенаправленно поощрял развитие культуры лидерства во всех областях деятельности Amazon.

Но лидерство и *рост* бизнеса – не одно и то же.

Таким образом, на вопрос, знал ли Безос о 14 принципах роста, когда начинал свой бизнес, можно ответить: «Да, знал». Он не облакал их в конкретные формулировки, как принципы лидерства Amazon, но уже из первого письма акционерам становится ясно, что именно эти ключевые принципы определяли рост Amazon с первых дней. Эти принципы проистекали из делового опыта и самой личности Безоса и были для него *интуитивным*, естественным способом ведения бизнеса.

Другими словами, Безос использовал эти принципы интуитивно, по наитию, что, однако, вовсе не означает, что их нельзя задействовать для развития своего бизнеса. Хочу, чтобы вы правильно меня поняли: цель этой книги – не в том, чтобы помочь вам превратить вашу компанию в еще одну Amazon (хотя это вполне возможно, и сам Безос прогнозирует моральное устаревание Amazon, но это уже другая история).

Я предлагаю вам изучить 14 принципов роста Безоса и применить их в своей конкретной компании или организации, чтобы добиться такого же роста и занять такие же ли-

дирующие позиции на рынке, как Amazon.

Циклы роста и 14 принципов роста

Итак, анализируя письма акционерам, я выявил в них четкую структуру из четырех повторяющихся циклов роста, которую Безос применял практически в каждом своем начинании: *тестирование, построение бизнеса, ускорение и масштабирование*, где каждому циклу соответствует свой набор принципов роста.

Три принципа помогают Amazon расти через стратегическое **тестирование**:

- Поощрять «успешные провалы».
- Ставить на смелые идеи.
- Стимулировать динамические изобретения и инновации.

Три принципа помогают Amazon **выстраивать** бизнес с потенциалом высокого роста:

- Одержимо фокусироваться на клиентах.
- Мыслить в долгосрочной перспективе.
- Понимать маховик своего бизнеса.

Четыре принципа помогают Amazon **ускорять** свой рост:

- Поддерживать высокую скорость принятия решений.
- Упрощать сложность.
- Ускоряться с помощью технологий.
- Прививать менталитет собственников.

Четыре принципа помогают Amazon масштабировать свою деятельность, не теряя динамики роста:

- Сохранять свою культуру.
- Устанавливать высокие стандарты.
- Измерять то, что важно; скептически относиться к метрикам; доверять своей интуиции.
- Всегда оставаться компанией первого дня.

Формула *тестировать, выстраивать бизнес, ускорять и масштабировать* известна большинству предпринимателей, однако в контексте Amazon она приобретает другое значение.

Главное отличие состоит в том, что в Amazon к циклам тестировать, выстраивать бизнес, ускорять и масштабировать не относятся как к *теории*. Эти циклы встроены в жизнедеятельность компании через процесс планирования, точно так же как и целенаправленный риск.

С точки зрения Безоса, бизнес должен всегда находиться в процессе движения, изменения и развития. Растущие компании постоянно что-то тестируют, создают, ускоряют и масштабируют.

Эта формула работает, и Amazon использует ее снова и снова.

Первое письмо Безоса акционерам

Первое послание акционерам Джефф Безос написал по

итогах 1997 г. (Ежегодное письмо акционерам обычно публикуется в апреле следующего года. Анализ будущих писем – начиная с 2019 г. и далее – смотрите на сайте TheBezosLetters.com.)

Это был, если пользоваться терминологией Безоса, «День 1» для Amazon, когда молодая компания, как и любой стартап, бурлила энтузиазмом и инновационным духом, была всецело сфокусирована на своих клиентах и привержена тому, чтобы выводить на рынок все новые предложения, превосходящие ожидания клиентов.

Но, что любопытно, в конце второго письма акционерам 1998 г. Безос сослался на свое первое письмо 1997 г. То же самое он сделал в 1999 г. и на следующий год, и через два года, короче говоря, *с тех пор это стало традицией*. Он всегда обращался к своему первому письму.

Каждое свое послание акционерам Amazon Безос завершал неизменной фразой:

«Как и всегда, я прилагаю копию первого письма 1997 г. У нас по-прежнему День 1».

Меня заинтересовало, почему Безос вот уже 20 лет продолжает упорно ссылаться на свое первое письмо 1997 г. и на концепцию «День 1» и связано ли это с головокружительным ростом Amazon?

Я пришел к трем выводам.

Во-первых, центральным моментом письма акционерам 1997 г. было заявление о приверженности Amazon фокуси-

роваться на долгосрочной перспективе.

Безос не хотел привлекать инвесторов, которые рассчитывали получить быструю прибыль и выйти из игры. Он был нацелен на длительную игру. Он создавал компанию, которую сможет передать своим внукам... а на тот момент у него не было даже детей.

Во-вторых, в письме 1997 г. Безос заявляет о своем намерении сохранить у Amazon ключевые качества стартапа, необходимые для развития успешного и *устойчивого* бизнеса, – такие как одержимость клиентами, непрерывные инновации на благо клиентов и т. д. Работу компании в режиме стартапа Безос и называет «День 1».

В-третьих, в письме 1997 г., как и во всех других письмах, Безос объясняет свою концепцию риска. Обсуждая планы компании на будущее, Безос открыто говорит: «Эта стратегия не лишена риска...» Он говорит о рисках роста и рисках исполнения, рисках продуктовой и географической экспансии. Даже сам по себе быстрый рост чреват риском.

Тем не менее, несмотря на свою нацеленность на рост и готовность к риску, Безос четко и однозначно определяет основную ценность Amazon – одержимость клиентами.

Как уже было сказано, принципы лидерства Amazon являются неотъемлемой частью ее корпоративной культуры. Они не пронумерованы, однако первым в списке идет принцип «Одержимости клиентами»⁷.

⁷ "Leadership Principles." Amazon. Accessed March 1, 2019. <https://>

Одержимость клиентами. Лидеры начинают с клиентов и работают в обратном направлении, от клиентов к бизнесу. Они усердно трудятся для того, чтобы завоевать и сохранить доверие клиентов. И, хотя лидеры уделяют внимание конкурентам, они прежде всего сосредоточены на клиентах.

И можно подумать, что одержимость клиентами лежит в основе роста бизнеса, поскольку любой бизнес «делается клиентами». Однако именно здесь лидерство и рост бизнеса начинают расходиться.

Чтобы обеспечить рост бизнеса, необходимо держать в голове «конечную цель игры», но эта цель должна быть иной, нежели просто сосредоточенность на клиентах.

Проще говоря, принципы лидерства ориентированы на *людей*, тогда как принципы роста ориентированы на *бизнес в целом*. Разумеется, частично они совпадают, но Принципы лидерства определяют, как работают люди, а Принципы роста – как работает компания или организация. Вот почему список Принципов роста заканчивается Днем 1, а не начинается с него. Чтобы обеспечить рост своего бизнеса, вы должны раз за разом проходить полный круг.

Анализируя письма акционерам, написанные Безосом за 21 год, я сделал поразительное открытие.

После того как я идентифицировал циклы и принципы роста, лежавшие в основе уникального роста Amazon, я вер-

нулся к началу и обнаружил, что *все эти 14 принципов в той или иной форме присутствуют в самом первом послании акционером 1997 г.* Вероятно, это и есть одна из причин настойчивого обращения Безоса к своему первому письму.

Теперь вы можете задаться вопросом: «Если я никогда не работал в Amazon или на эту компанию, насколько я компетентен, чтобы писать о ней?»

Что ж, порой внешний наблюдатель может нестандартно оценить предмет, на что не всегда способен инсайдер, и я предлагаю посмотреть на рост Amazon совершенно по-новому – через призму риска.

Видите ли, всю свою профессиональную карьеру я занимался анализом бизнеса и рисков. Позиция, с которой я даю оценку, сформирована многолетним опытом работы в страховой индустрии, где в качестве консультанта по технологиям и футуролога я помогал компаниям всех размеров «управлять» присущими их бизнесу рисками с двух сторон – как со стороны поставщиков страхового покрытия, так и со стороны нуждающихся в защите клиентов.

Благодаря такому опыту я, как никто другой, сумел разглядеть уникальный подход Безоса к *стратегическому* использованию риска, который он применяет в своем бизнесе на протяжении 20 с лишним лет.

К сожалению, большинство из вас вряд ли найдет время и силы прочитать все 21 письмо Безоса акционером (хотя я очень рекомендую это сделать). И, поскольку многие мо-

гут счесть чтение всех писем слишком «утомительным», я не включил их полный текст в эту книгу. Тем не менее я буду приводить выдержки и идеи из писем, которые подтверждают или иллюстрируют идентифицированные мной циклы роста и 14 принципов роста.

Я тщательно изучил все письма и извлек из них то, что вам необходимо знать. Чтобы еще больше упростить вам задачу, в цитатах из писем Безоса в начале каждой главы я выделил жирным шрифтом слова, выражающие ключевую мысль. (Сам Безос не использовал жирный шрифт в своих письмах, поэтому все выделения в этой книге – мои.)

И еще одно замечание: в то время как каждый из 14 принципов роста значим сам по себе, *ни один из них не работает изолированно от других*. Весь комплекс этих принципов в том или ином виде проявляется во всем, что делала и продолжает делать Amazon, чтобы превратиться в компанию, которой она является сегодня.

Итак, чтобы получить максимальную пользу от этой книги, я рекомендую вам прочитать ее следующим образом:

- Прежде всего ознакомьтесь с циклами роста и 14 принципами роста, извлеченными мной из писем Безоса, чтобы получить о них общее представление.

- Затем найдите время, чтобы прочитать первое письмо Безоса акционерам 1997 г., на которое он ссылается во всех следующих письмах. Это своего рода «программное заявление», которое поможет вам понять, как мыслит основатель

Amazon и почему он занялся именно этим бизнесом.

В письме Безоса 1997 г. я выделил **жирным шрифтом** все 14 принципов роста и в скобках *курсивом* привел их название согласно моей классификации. Обратите внимание, что в этом письме присутствуют все 14 ключевых принципов, пусть и без систематизации.

● После этого приступайте к чтению книги, которую я разбил на главы в соответствии с циклами и принципами роста. Все принципы роста детально объясняются с цитатами из писем Безоса, иллюстрируются конкретными примерами из деятельности Amazon и уроками, полученными компанией в процессе своего становления, роста, в результате многочисленных проб и ошибок и превращения в сегодняшнего интернет-гиганта.

● В конце каждой главы приводится два-три небольших вопроса. Остановитесь на минуту и ответьте на них. Возможно, ответы на эти вопросы приведут к озарению, которое позволит вывести ваш бизнес на путь интенсивного роста.

● После глав, посвященных 14 принципам роста, я привожу письмо Безоса акционерам 2018 г., где выделяю все принципы **жирным шрифтом** и привожу их название в скобках *курсивом*. И вы увидите – теперь уже на новом уровне понимания, – что, как и в письме 1997 г., здесь в той или иной форме присутствуют все 14 принципов роста.

● Если вы пропустили предисловие, вернитесь и прочитайте его. В нем объясняется, как Безос относится к риску и

почему стратегический подход к риску – необходимое условие роста, каким отличается Amazon.

И еще пару слов, прежде чем начать. Я надеюсь, что, когда вы больше узнаете о циклах роста и 14 принципах роста, то поймете, почему в письмах Безоса они, по выражению Майкла Хайятта, «скрыты у всех на виду». И когда вы доберетесь до конца книги и приступите к чтению письма акционерам 2018 г., то сможете находить эти принципы и в других местах, а не только обозначенных мной. Это будет для меня лучшей наградой, поскольку главная цель книги – помочь вам взглянуть на ваш собственный бизнес через призму риска и определить, где и как можно применить 14 ключевых принципов.

Является ли Amazon «идеальной компанией»? А Джефф Безос – самым совершенством? Нет.

Можно любить или ненавидеть Amazon. Можно любить или ненавидеть Джеффа Безоса. Как бы вы ни относились к Amazon и Безосу, это нормально.

Но я прошу вас в ваших же интересах временно абстрагироваться от ваших чувств к Amazon и ее основателю и взглянуть на них одновременно непредвзятым и заинтересованным взглядом, чтобы понять, как Безосу удалось превратить свой маленький книжный интернет-магазин в самую быстрорастущую компанию в мире с объемом продаж свыше \$100 млрд.

14 принципов роста Андерсона

Циклы роста: тестирование, построение бизнеса, ускорение, масштабирование

Тестирование

Принцип 1. Поощрять «успешные провалы»

Принцип 2. Ставить на смелые идеи

Принцип 3. Стимулировать динамические изобретения и инновации

Построение бизнеса

Принцип 4. Одержимо фокусироваться на клиентах

Принцип 5. Мыслить в долгосрочной перспективе

Принцип 6. Понимать маховик своего бизнеса

Ускорение

Принцип 7. Поддерживать высокую скорость принятия решений

Принцип 8. Упрощать сложность

Принцип 9. Ускоряться с помощью технологий

Принцип 10. Прививать менталитет собственника

Масштабирование

Принцип 11. Сохранять свою культуру

Принцип 12. Устанавливать высокие стандарты

Принцип 13. Измерять то, что важно; скептически относиться к метрикам; доверять интуиции

Принцип 14. Всегда оставаться компанией первого дня

14 ПРИНЦИПОВ РОСТА АНДЕРСОНА

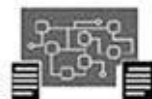
ТЕСТИРОВАНИЕ



Поощрять
«успешные
провалы»



Ставить
на смелые
идеи



Стимулировать
динамические
изобретения
и инновации

ПОСТРОЕНИЕ БИЗНЕСА



Одержимо фо-
кусироваться
на клиентах



Мыслить
в долгосрочной
перспективе



Понимать
маховик
своего бизнеса

УСКОРЕНИЕ



Поддерживать высокую



Упрощать

Письмо Безоса акционерам 1997 г. с 14 принципами роста Андерсона

Нашим акционерам:

В 1997 г. Amazon.com преодолела ряд важных этапов: к концу года мы обслужили более 1,5 млн клиентов, увеличив выручку на 838 % – до \$147,8 млн и, несмотря на агрессивную конкуренцию, упрочили лидирующие позиции на рынке.

Но это только начало, **День 1**, как для интернета, так и для Amazon.com, если мы будем все делать правильно (*№ 14: Всегда оставаться компанией первого дня*). Сегодня онлайн-коммерция экономит клиентам деньги и драгоценное время. Завтра благодаря персонализации онлайн-коммерция станет **двигателем развития** (*№ 3: Стимулировать динамические изобретения и инновации*). Amazon.com использует интернет, чтобы обеспечивать своим клиентам реальную выгоду, и, таким образом, рассчитывает создать сильную франшизу даже на устоявшихся и зрелых рынках.

Пока крупные игроки еще не вышли онлайн в полную силу, а клиенты, не привыкшие к онлайн-покупкам, еще открыты для нового, у нас есть окно возможностей. Конкурентная среда продолжает развиваться быстрыми темпами. Многие крупные игроки начинают выходить онлайн с мощ-

ными предложениями и вкладывать значительные ресурсы в расширение осведомленности, увеличение трафика и продаж.

Наша цель: в кратчайшие сроки **укрепить и расширить нашу существующую позицию** и одновременно начать входить в другие области онлайн-коммерции (*№ 2: Ставить на смелые идеи*). Мы видим многообещающие возможности на крупных рынках, на которые нацеливаемся. Эта стратегия не лишена риска: чтобы конкурировать с устоявшимися лидерами франчайзинга, нам требуются серьезные инвестиции и безупречное исполнение.

Это все о долгосрочной перспективе

Мы считаем, что основополагающим критерием нашего успеха станет акционерная стоимость, которую мы создадим **в долгосрочной перспективе** (*№ 5: Мыслить в долгосрочной перспективе*). Эта стоимость будет прямым результатом наших возможностей укреплять и расширять нашу лидирующую позицию. Чем сильнее наше лидерство на рынке, тем мощнее наша экономическая модель. Лидерство на рынке – это более высокая выручка, прибыль, оборачиваемость капитала и, соответственно, более высокая доходность на вложенный капитал.

Наши решения последовательно отражают эту направленность. Мы **оцениваем** нашу эффективность (*№ 13: Изме-*

рять то, что важно; скептически относиться к метрикам; доверять интуиции) в первую очередь в показателях, наиболее точно отражающих наше положение на рынке, таких как рост клиентской базы и выручка, количество повторных покупок и сила нашего бренда. **Мы инвестировали и будем продолжать агрессивно инвестировать в расширение и развитие нашей клиентской базы, бренда и инфраструктуры, так как наша цель – создание сильной и устойчивой франшизы** (№ 6: *Понимать маховик своего бизнеса*).

Так как мы фокусируемся на долгосрочной перспективе, то принимаем решения и оцениваем альтернативы иначе, чем другие компании. Соответственно, мы хотим рассказать вам о нашем фундаментальном подходе к управлению и **принятию решений** (№ 7: *Поддерживать высокую скорость принятия решений*), чтобы вы, наши акционеры, могли понять, насколько он соответствует вашей философии инвестирования:

● Мы продолжим **неустанно фокусироваться на наших клиентах** (№ 4: *Одержимо фокусироваться на клиентах*).

● Мы продолжим принимать инвестиционные решения, исходя из соображений долгосрочного лидерства на рынке, а не на краткосрочной прибыли или реакции Уолл-стрит.

● Мы продолжим оценивать эффективность наших проектов и инвестиций с помощью аналитических методов, что-

бы вовремя избавляться от не приносящих должной отдачи и дополнительно инвестировать в наиболее успешные. Мы продолжим **учиться на наших успехах и неудачах**

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.