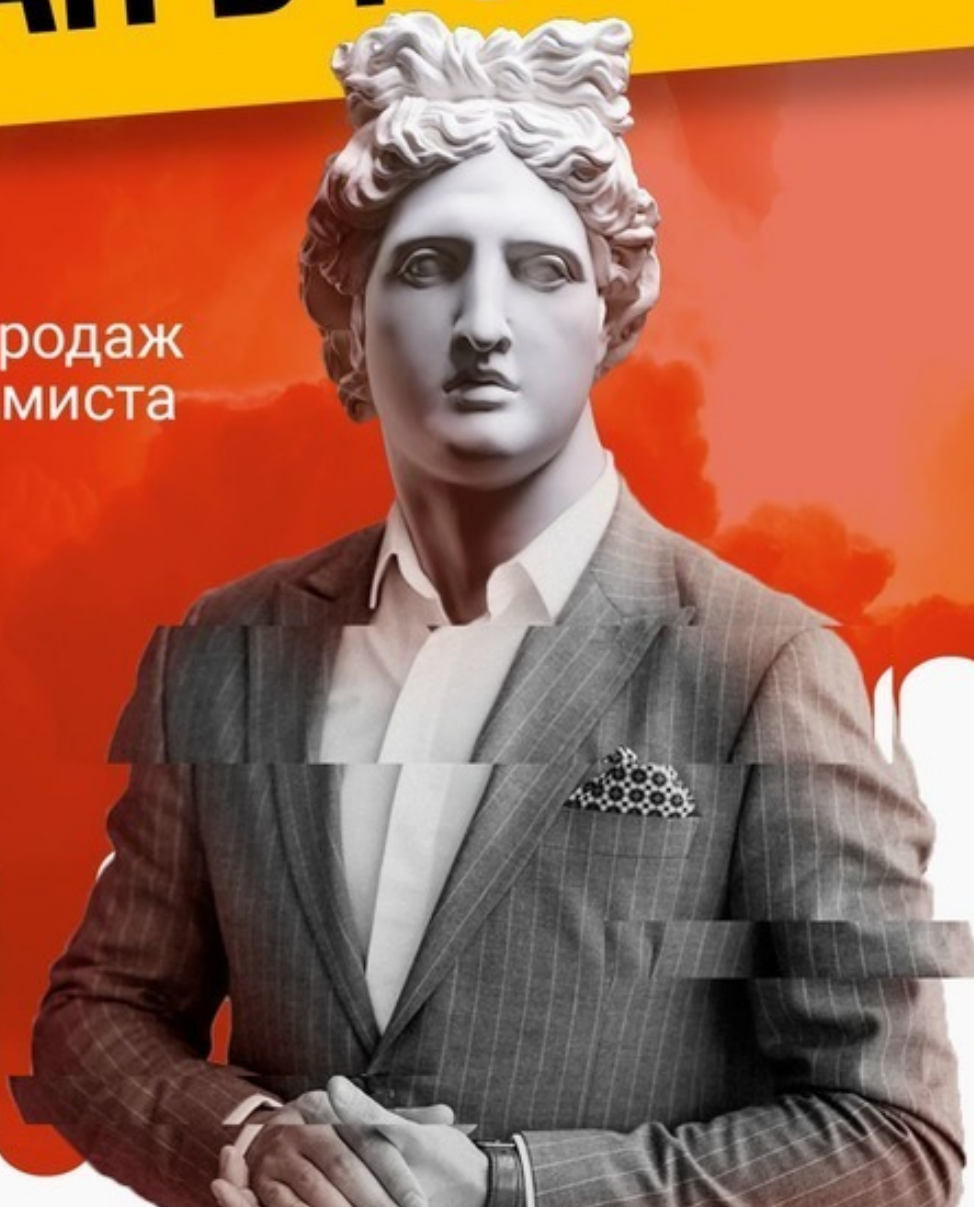


Егор Жохов

КАК ЗАПУСТИТЬ

СТАРТАП В РОССИИ

от идеи
до первых продаж
без программиста



Егор Жохов

**Как запустить стартап
в России. От идеи до первых
продаж без программиста**

«Издательские решения»

Жохов Е.

Как запустить стартап в России. От идеи до первых продаж без программиста / Е. Жохов — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-518160-2

Давно носите идею для стартапа, но не знаете с чего начать? Сооснователь двух российских IT-проектов рассказывает, как по шагам запустить стартап и заработать первые деньги без вложений и программиста.

ISBN 978-5-00-518160-2

© Жохов Е.
© Издательские решения

Содержание

Я ставлю на жокея, а не на лошадь	6
Книги о том, как делать стартапы на Западе, и почему они не работают в России	7
Почему проваливаются 90% стартапов	10
Почему вам не нужен программист, чтобы запустить стартап	13
Как убедиться, что ваш стартап решает реальную проблему	15
Конец ознакомительного фрагмента.	16

Как запустить стартап в России От идеи до первых продаж без программиста

Егор Жохов

© Егор Жохов, 2020

ISBN 978-5-0051-8160-2

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Я ставлю на жокея, а не на лошадь

Я ищу стартапера, который станет иконой поколения, а не просто основателем приложения, которое не способно взлететь до уровня Tesla или Twitter.

Я говорю о таком, который останется CEO – генеральным директором – этой фирмы до пенсии. Такой компании, которая будет съедать на завтрак десяток конкурентов.

Ищу только такого, потому что амбиции основателя определяют успешность стартапа.

Амбициозный фаундер не готов соглашаться на меньшее, а значит, идёт до конца – меняет идеи, но не меняется сам в стремлении создать великую компанию.

Я хочу найти основателя такого стартапа, который будет кормить не только босса и команду фрилансеров, но и тысячи самых талантливых профессионалов, которые из кожи вон лезли, чтобы попасть в компанию и работать с ним в одном здании.

Дочитав до этого момента, выберите между синей и красной таблеткой. Если хотите остаться в матрице – пейте синюю и попросите у интернет-магазина возврат за эту книгу.

Книги о том, как делать стартапы на Западе, и почему они не работают в России

Я родил первый IT-стартап в 2016 году. Ну как родил – скорее, это был приёмный малыш в семье с двумя отцами.

В 2016 году «ВКонтакте» выкатил callback API. Соцсеть позволила разработчикам подключаться к группам и получать уведомления о событиях. Так у нас с бизнес-партнёром Егором Мадяром родилась идея сервиса, который уведомляет о новых заявках, подписчиках, комментариях и других коммерческих активностях в группе ВК.

Первую книгу о стартапах я прочитал годом раньше – «Библию бутстреппера» Сета Година. Кроме него, никто так и не стал употреблять это слово для обозначения человека, который начинает инновационный бизнес. Я написал такую рецензию:

«Обозначил философию предпринимательства, но ничего, кроме „Мантры бутстреппера“, меня слишком не впечатлило. Лёгкое чтение, советую тем, кто только знакомится с литературой по бизнесу и маркетингу».

После я прочёл «От нуля к единице» Питера Тиля, который вместе с Илоном Маском сделал платёжную систему PayPal. Вот что я написал об этой книге:

«Руководство по созданию стартапов. Проблему рассмотрели на практическом и философском уровне. Кто хочет стать новым Джобсом, Гейтсом, Маском, Брэнсоном и пр. – читать обязательно».

Тогда рекомендовал, но утекло слишком много воды, чтобы я помнил содержание сегодня. Ищите обзор этой книги на vc.ru, если заинтересовались.

С первым стартапом – сервис назывался CallbackVK – **мы совершили классическую ошибку зелёного стартапера: сначала вложили деньги, потом думали, как извлечь прибыль.**

Мы с партнёром за жизнь не написали ни строчки кода. Школьник-программист, с которым тогда сотрудничали, сдавал вступительные в универ и поэтому отказался примкнуть к команде стартапа на миллион. Оставалось два варианта, как получить собственный сервис: нанять программиста, который напишет приложение по ТЗ, или... купить готовый.

Мы нашли конкурента, который не смог монетизировать свой сервис уведомлений о событиях «ВКонтакте», и купили у него готовый продукт за 15 000 рублей. Мы считали это сделкой века, потому что «мы-то точно сможем заработать на этом сервисе, не то что этот лох».

Через месяц в стане лохов прибыло. Мы очаровали нескольких знакомых и продали им доступ к сервису, но массовыми продажами не пахло.

В этот момент наша старая знакомая запускала образовательную программу по развитию стартапов с участием IT-гигантов: российского и американского – последним вы 100% пользу-

етесь каждый день. Она готовилась к старту проекта и согласилась обкатать программу сопровождения на нашем стартапчике.

Тогда я познакомился с книгой Роба Фитцпатрика «Спроси маму».

Вот этот шедевр я запомнил и перечитывал раза 2—3 и раз в полгода возвращаюсь к тексту. Это руководство, как разговаривать с клиентами, чтобы они не обманывали вас. «Спроси маму» – старший брат книги, которую вы держите в руках. Успеете прочитать за длинный вечер, рекомендую.

Первый большой текст о стартапах, который я освоил давно и перечитываю постоянно, называется «Настольная книга основателя». Написал её Стив Бланк, идеолог Кремниевой долины – он сформулировал принципы Customer Development, о котором пойдёт речь в четвёртой главе. Это надо читать.

После Бланка пришёл Эрик Рисс с книгой «Lean Startup: бизнес с нуля». По сравнению с «Книгой основателя» – это набор историй. Нет таких чётких инструкций. Но прочитать то же самое, изложенное другим языком, с новыми примерами – полезно. Плюсом в конце даётся список литературы, который вы найдёте сами.

Следующим откровением засияла не новая книга Джеффри Мура «Преодоление пропасти». Из неё я впервые услышал о диффузии инноваций – как новые идеи проникают на рынок через инноваторов, ранних последователей, раннее большинство, позднее большинство и отстающих. Для стартапа на ранней стадии книга бесполезна, но когда перейдёте к тестированию каналов привлечения клиентов, текст пригодится.

Через полгода мы со вторым стартапом – сервисом рассылок Gandy Mail – прошли в акселератор ФРИИ. Это крупнейший акселератор и венчурный фонд Европы. Там порекомендовали единственную книгу – бизнес-роман Элияху Голдратта «Цель». Я прочитал её только год спустя, но хуже она не стала – даже лучше. О таких книгах говорят «совместить приятное с полезным».

Еще две книги принадлежат одному автору – Александру Остервальдеру. Первая – «Разработка ценностных предложений». Он рассказывает, как сделать сильное ценностное предложение на основе знаний об аудитории. Вторую мне подарила жена на день рождения – «Конструирование бизнес-моделей». Книга учит конкурировать с братьями по рынку не на уровне продукта, а на уровне мастерства в ведении бизнеса.

Последняя книга о стартапах, которую я прочитал, – «Инкубатор Twitter. Подлинная история денег, власти, дружбы и предательства» Ника Билтона и Петра Бавина. Что нашёл:

- стартап может превратить тебя из неудачника в легенду и опять в неудачника за несколько лет;
- корпоративные войны жестоки;
- притащите лидеров мнений в продукт, и о нём узнают миллионы;
- как бы быстро ни рос стартап, инвесторам нужны деньги.

Итого я рекомендую:

- «Спроси маму». Роб Фитцпатрик;
- «Настольная книга основателя». Стив Бланк;
- «Разработка ценностного предложения». Александр Остервальдер;
- «Конструирование бизнес-моделей». Александр Остервальдер.

Но почему же эти книги не работают в России?

Они описывают методологию с двумя недостатками: мало конкретики и западные примеры. В этой книге я продемонстрирую, как запускал стартапы в России и отвечу на конкретные вопросы:

- Как делать аудиозапись интервью, если звонишь с iPhone?
- Где достать базу для прозвона, если пилишь b2b-продукт?
- Как пройти через секретаршу?
- Что спрашивать на проблемном интервью? Чёткий список вопросов.
- Как на российском рынке собрать MVP и не тратить полмиллиона на разработку?
- Как продавать, если нет продукта?
- Как составить презентацию продукта?

Я не нашёл ответов на эти вопросы в западных книгах, поэтому отвечаю сам, основываясь на опыте.

Почему проваливаются 90% стартапов

Когда стало понятно, что наш первый стартап – CallbackVK – не приносит миллионов, нас под крыло взяла знакомая, которой нужно было обкатать программу обучения для стартапов, я писал об этом выше.

Первое задание, которое мы выполнили, – прочесть «Спроси маму» и подготовить список правильных вопросов для проблемного интервью.

Проблемное интервью – разговор с клиентом, цель которого – выявить, какую проблему и в каком контексте бизнес решает для клиента. Правильные вопросы задаются так, что отвечающий не может солгать.

Пример диалога с неправильными вопросами:

– Я готовлю бомбическое предложение: «Шаблон чат-бота и динамической обложки „ВКонтакте“ для геймификации за 9900 рублей». Ты бы купил?

– О да, звучит любопытно, в тренде. Да, я был купил позже, пока не до этого. Но я просто уверен, что это будет продаваться.

Фраза «я бы купил позже» вам лжёт или льстит.

Пример диалога с правильными вопросами:

– Расскажи, как дела с охватами в марте-апреле?

– Ой, да плохо дела с охватами – 15% максимум, продающие посты и 10% не набирают.

– Как твой бизнес страдает от этого?

– Да я почти не получаю продаж из группы. Даром что 4 года собирал подписчиков.

– А сколько продаж было раньше, до «умной ленты»?

– Ну, с каждого поста кто-то записывался – каждый день. Сейчас 2—3 записи в неделю.

– И как ты решаешь эту проблему?

– Я кручу таргет на своих же подписчиков.

– О. С каким бюджетом в месяц?

– Я откручиваю 5—7 тысяч, поэтому удается держать продажи на том же уровне, что и раньше.

– Ты можешь каждый месяц откладывать эти 5—7 тысяч рублей, если внедришь геймификацию. Охваты вырастут до 30—40%, это вернёт тебя к прежним показателям по продажам без вложений в таргет.

– Хм. А сколько это стоит?

Ирония в том, что диалога, похожего на второй, не состоялось в случае с Callback VK. Мы разделили целевую аудиторию на сегменты и для каждого предположили, какие проблемы наш сервис решит для клиента. Получилось следующее:

Сегмент: сммщики

Гипотеза 1: Модерация сообществ отнимает много времени, приходится заходить в группу и смотреть за комментариями.

Гипотеза 2: Не успевают вовремя обработать заявку пользователя. Клиент уходит.

Сегмент: предприниматели

Гипотеза 1: Предприниматели долго отвечают на заявки клиентов, поэтому сливают сделки.

Гипотеза 2: Конкуренты добиваются до заявок в сообществе раньше владельца.

Гипотеза 3: Модерация сообществ отнимает много времени, нужно постоянно заходить в группу и смотреть за комментариями.

Сегмент: администраторы некоммерческих пабликов

Гипотеза 1: Модерация сообществ отнимает много времени, нужно постоянно заходить в группу и смотреть за комментариями.

Гипотеза 2: Пользователи задают вопросы, а когда администратор отвечает, это уже не актуально, потому что прошло слишком много времени.

Мы созвонились с представителями каждого сегмента и попытались подтвердить хотя бы одну проблему. И в разговорах выяснили следующее:

«Пользователи чаще пишут в личку, чем в сообщения группы. Не о чем уведомлять».

«Активность в группах низкая, поэтому модерация комментариев не отнимает много времени».

«Нет заявок, не о чем уведомлять».

Ни одна из проблем, которые мы предполагали, не подтвердилась на практике. Это происходит с 90% других стартапов.

Первая причина – они решают проблему, но для маленького рынка.

Мы могли бы продолжить работать и взять рынок только тех бизнес-сообществ, в которых в месяц публикуется от 1000 комментариев, что создаёт проблемы с модерацией. Таких сообществ получилось бы слишком мало – недостаточно, чтобы заработать миллион долларов.

Они решают проблему, но не острую. Это вторая причина провала.

Мы тогда работали в SMM-агентстве и знали, что предприниматели теряют заявки клиентов. Видимо, теряли не так много, чтобы платить за решение этой проблемы.

Поэтому никто толком и не заработал большие деньги на рынке уведомлений «ВКонтакте»: сервисы остаются либо бесплатными, как Callback API bot, либо частью другого функционала, как «Модератор» в TargetHunter.

Запомните: если стартап не решает проблему или задачу, то умирает. Эта книга поможет доказать, что ваш бизнес решает острую проблему для большого рынка.

Почему вам не нужен программист, чтобы запустить стартап

Вы знаете, что 90% стартапов проваливаются, потому что не решают проблем. Но они хотя бы запустились, а большинство проектов гибнут на уровне идеи под катком фразы «жаль, я не программист».

В этой главе откроется сияющая истина: **чтобы запустить стартап, не нужен программист**. Вы и без него проверите, что пользователи будут платить за решение проблемы с помощью вашего приложения или сервиса.

История, как я проверил идею для стартапа и не вкладывал полмиллиона в разработку продукта.

Я такой человек, для которого придумывать идеи, как сделать деньги, – хобби. Не всякая идея в итоге выстреливает, а рисковать каждый раз не хочется. Я выработал алгоритм, как проверять идею и не вкладывать деньги или как минимум не создавать продукт. Суть придумал не я – просто собрал алгоритм из западных методологий и адаптировал для нашей страны.

Когда наш второй стартап – сервис рассылок «ВКонтакте» Gandy Mail – не показал кратного роста, мы задумались, какой ещё продукт можно создать на базе сообщений группы. Мы искали ответ на вопрос, какие ещё проблемы и задачи возникают у предпринимателей, которые работают в сообщениях группы.

Так родилась идея сделать мини-сrm для «ВКонтакте», чтобы микробизнес не терял клиентов.

Сначала мы убедились, что не выдумали проблему.

Я предположил, в каких бизнесах такая проблема встречается, и написал знакомым владельцам салонов красоты, фитнес-залов и других небольших бизнесов с просьбой созвониться на 5 минут, чтобы узнать, как они работают с сообщениями.

На созвонах некоторые предприниматели подтвердили, что забывают о клиентах, которые писали в паблик, и теряют из-за этого деньги.

Потом мы посчитали, сколько респондентов, подтвердивших проблему, заплатят за её решение.

Я обсудил с партнёром результаты интервью, и мы разработали видение продукта. Я просто НАРИСОВАЛ скриншоты нашего будущего приложения и разместил на лендинге.

Потом я позвонил тем, кто подтвердил проблему, и сказал: «Перестаньте забывать о клиентах „ВКонтакте“ с помощью нашего бота за 350 рублей в месяц». Они попросили ссылку.

В итоге 6 из 10 ЛИДОВ ПЕРЕВЕЛИ ДЕНЬГИ ЗА ПРОДУКТ, КОТОРОГО ЕЩЁ НЕ СУЩЕСТВОВАЛО. Я отправил деньги назад, и только после этого мы приступили к разработке сервиса «Нотификейк».

Так я подтвердил гипотезу до того, как понадобился программист.

Как убедиться, что ваш стартап решает реальную проблему

Я сотни раз применял западные методологии в российских условиях и выработал свой алгоритм, как подтвердить жизнеспособность стартапа.

Шаг первый. Ставим гипотезу о проблеме

Это звучит так: мы с командой предположили, что [сегмент ЦА] в ситуации [контекст возникновения проблемы] сталкиваются с проблемой [описание проблемы].

Например:

- Мы предположили, что владельцы смартфонов, когда хотят купить новую модель, не могут продать старую.
- Мы предположили, что фрилансеры, когда хотят переехать в новую страну, не находят достоверной информации о будущем месте проживания.
- Мы предположили, что сотрудникам и туристам в центре города жарким летом негде принять душ, чтобы освежиться.
- Мы предположили, что предприниматели, продвигающие бизнес в соцсетях, получают низкую конверсию на landing page.
- Мы предположили, что основателям стартапов, которые ведут касдев, не хватает времени проводить бизнес-интервью.

Шаг второй. Выбираем сегмент с помощью ABCDX-сегментации

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.