

НИКИТА ПРОХОРОВ
ДМИТРИЙ СИДОРИН

50 ОШИБОК, 

КОТОРЫЕ 

УБЬЮТ ТВОЙ



СТАРТАП 

 SYNERGY BOOK
ИЗДАТЕЛЬСКИЙ ДОМ

Никита Витальевич Прохоров Дмитрий Анатольевич Сидорин

50 ошибок, которые убьют твой стартап

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=48837188

*50 ошибок, которые убьют твой стартап / Прохоров Никита, Сидорин
Дмитрий.: Синергия; Москва; 2019
ISBN 978-5-4257-0405-4*

Аннотация

Создать свою корпорацию, собрать лояльную команду, стать медийной личностью – цель всех стартаперов. Как ее достичь? Авторы книги, ведущие российские интернет-эксперты и основатели нескольких компаний, опираясь на свой опыт, помогут будущим предпринимателям избежать многих ошибок на старте. Прочитав книгу, вы рационально оцените ресурсы для запуска, научитесь делегировать задачи, работать со сложными клиентами и вести переговоры с любыми партнерами. С самого начала сделаете компанию медийной и продвинете свой бренд. Избежите типичных просчетов новичков и продвинетесь вперед гораздо быстрее конкурентов.

Книга полезна предпринимателям, владельцам бизнеса, выстраивающим личный бренд. А также стартаперам, студентам,

PR-специалистам и всем, кто интересуется бизнесом и организационными вопросами.

В формате PDF A4 сохранен издательский макет.

Содержание

Введение	7
Глава 1	10
▶ Ошибка 1. Недооценили сложности, которые ждут впереди	10
Глава 2	24
▶ Ошибка 2. Не поработали по найму	24
Глава 3	28
▶ Ошибка 4. Переоцениваете необходимые ресурсы для запуска	28
Глава 4	34
▶ Ошибка 6. Иллюзия, что всё лучше делать самому	34
Конец ознакомительного фрагмента.	36

Прохоров Никита, Сидорин Дмитрий 50 ошибок, которые убьют твой стартап



Никита ПРОХОРОВ и Дмитрий СИДОРИН —

лидеры рынка по управлению репутацией в интернете.

Основатели и руководители компаний и проектов «Reputation Lab», «Сидорин Лаб», учебного центра «ЛИМУР». Преподают и проводят семинары в РАНХ, МФТИ, МГУ, ВШЭ, МГИМО, «Бизнес Молодости», а также «Нето-логии», «Skillbox» и «Синергии». Консультанты и бизнес-тренеры крупнейших брендов.

Введение

Как открыть свое дело? Без преувеличений – это один из самых важных вопросов для подрастающего поколения. Будущие акулы бизнеса ходят в институты, посещают тематические семинары, смотрят мотивационные видео от известных предпринимателей и ждут, когда же они сами смогут наконец создать корпорацию.

Такое желание возникает не только у молодых, но и у зрелых, состоявшихся людей, которым просто надоело работать на «чужого дядю». Организатор бизнес-мероприятий планирует открыть фитнес-клуб. Интернет-маркетолог мечтает о школе музыки. Корпоративный юрист хочет создать бутик дорогих букетов. Любое начинание начинается с желания и веры в успех.

Но верить недостаточно. Если вы действительно собрались не только мечтать, но и открывать свое дело, задумайтесь: почему не все стартапы превращаются в международные корпорации? И дело не только в таланте создателя: есть много очевидных и неочевидных нюансов, которые стоит предвидеть.

Говорят, что умные люди учатся на ошибках других. В книге мы описали идеи и лайфхаки, которые помогли нам запустить наши проекты и сделать их успешными и выделили ключевые моменты, ошибки, которые может допустить

стартапер.

Конкретные рекомендации помогут развить любой стартап. Мы расскажем, как организовать мероприятие, конференцию, издать книгу. Многие стартаперы даже не берутся за подобные шаги, потому что считают их очень сложными и доступными только особо одаренным.

Авторов у книги двое, но ввиду их солидарности по ключевым пунктам книги повествование иногда будет вестись от первого лица. Мы рады обратной связи от читателей, поэтому пишите нам в соцсетях свои идеи, замечания и примеры.

Почему мы считаем издание этой книги важным шагом? Запуск любого серьезного бизнеса приводит к созданию рабочих мест, а также предоставляет людям некое благо – неважно, товар это или услуга. Чем больше в нашей стране будет успешных бизнесов – тем выше будет благосостояние общества в целом. Быть предпринимателем – это почетно для человека, а его бизнес принесет пользу всему обществу. Пусть эта книга поможет вам приносить пользу нашему обществу.

Свой бизнес



Да



Нет

- Нет денег
- Нет людей
- Нет ничего

Глава 1

Стоит ли открывать свое дело?

Ошибка 1. Недоценили сложности, которые ждут впереди

Как открыть свое дело? Это один из самых популярных вопросов от студентов после любой моей лекции в институте. Однако есть и другой, возможно, более важный вопрос: «А нужно ли открывать свое дело?».

Тут вариантов ответов всего два.

1. Да.
2. Нет.

Однако многие ли будущие стартаперы задумываются о том, что будет происходить с их жизнью после запуска проекта? А ведь возможных событий там довольно много. Чуть далее рассмотрим основные из них.

Обратите внимание, кроме вариантов «да» и «нет», третий – «хочу, но что-то сомневаюсь» лучше не рассматривать вообще. Почему?

Забегая вперед, скажу сразу, что, если у вас все же появился вопрос «нужно ли...?» и есть сомнения, тогда ответ

однозначно отрицательный. Само собой, для блага и процветания любой страны нужно появление как можно большего числа предприятий на его территории. Побольше бизнесов, больших и разных! Однако молодежь смотрит мотивационное видео про Илона Маска, выступление Стива Джобса «Stay hungry, stay foolish» и сразу, не успев поступить хоть в какой-нибудь университет, уже начинает рассуждать про бесперспективность «работы на дядюшку» (то есть наемным работником) и про «надо свое че-то замутить». При этом детали и сложности заранее мало кто хочет обдумать.

Итак, а стоит ли «че-то свое мутить»? Надо отметить, что два имени упомянуты выше не просто так. Да, стоит почитать историю проектов Илона Маска и Стива Джобса, а также посмотреть видео выступлений Джобса «Stay hungry, stay foolish»¹ – слушать умных людей всегда полезно. Но важно отметить, что Маск еще до Tesla и SpaceX успел вырастить PayPal, а у Джобса в проектах помимо Apple есть, к примеру, Pixar. Прежде чем с ходу рассуждать «он смог, и я смогу», нужно здраво оценить длину пройденного человеком пути и количество проектов, которые он запустил. Не увидев всей картины, невозможно понять масштаб предпринимательского таланта.

Какие вообще сложности могут возникнуть при запуске своего дела? Под «своим делом» и похожими терминами я буду подразумевать полноценные компании, проекты, стар-

¹ <https://news.stanford.edu/news/2005/june15/jobs-061505.html>

тапы и прочие производные. Побочная деятельность по вечерам после основной работы, – это отдельная тема. Хотя признаю факт, что иногда отдельные бизнесы вырастают как раз из подработок.

И все же – какие будут сложности?

Нет денег на старт проекта.

Нет команды.

Нет знаний.

Нет поддержки моральной.

Деньги закончились.

Нет сил, устал.

Сотрудники уходят.

Непредвиденные сложности.

.....– сюда каждый впишет все свои опасения.

Итак, вы будущий титан бизнеса, вам не страшно. Вы запускаете свой проект. Это может быть что угодно – салон цветов, школа английского языка, музыкальная или бизнес-школа, рок-группа, интернет-агентство, турфирма. Открываемся?

1) Нет денег на проект. А кто сказал, что будет просто? При этом деньги надо добыть изначально. А еще они потом закончатся в процессе создания бизнеса. Почему-то уже сейчас юные умы рассуждают, что деньги на любой проект можно добыть на ICO и краудфандинге и все это вообще просто.

Да, мы живем в эпоху краудфандинга, ICO и прочих подобных форм финансирования проектов, однако люди просто так деньги на проекты не скидывают.

Тут есть несколько оговорок, которые важно понимать.

► Есть открытые и общедоступные данные, что больше половины всех проектов после ICO в итоге или не запускаются, или вовсе оказываются пустышками. Крайне надеюсь, что вы являетесь порядочным и этичным предпринимателем и намерены пройти путь запуска компании до победного конца, а цель ICO – не легкая нажива. Я за этичный бизнес.

► Чтобы люди финансировали проекты через ICO или краудфандинговые платформы, им нужно «продать» вашу идею. Они не от скуки вкладывают деньги в проекты. В любом случае нужно будет показать им их будущую выгоду. А значит, нужно будет иметь на руках какой-либо дизайн-проект, презентацию, а порой и рабочие прототипы продукта, демоверсии софта, выбранное место под салон цветов, предварительные соглашения с клиентами и прочие подтверждения реальности проекта. А те же прототипы и демонстрационные версии (начало работы с инвесторами) потребуют расходов.

► Если речь о прямой работе с серьезными инвесторами, то не обойтись без очных встреч, серьезных презентаций, семинаров, воркшопов, даже тест-драйвов – формат мероприятия зависит от того, какой у вас в итоге продукт или услуга. Опять же будут расходы на их непосредственную организа-

цию и подготовку к ним.

► Перед запуском краудфандинга, или ICO, или любого подобного проекта нужно задуматься: а как люди о нем узнают? В итоге начнется SMM, реклама в сети, закупка статей в СМИ, создание сайтов под проекты. Даже если вы верите в то, что СМИ придут к вам сами, – надо будет как-то привлечь их внимание, то есть самостоятельно организовать какое-либо продвижение. А после выхода материалов в СМИ нужно распространять их дальше. Опять расходы.

Итак, проект еще даже не запустился, инвесторов еще нет, а уже расходы. Поэтому – или в начале «работа на дядюшку» (на кого-то), или вперед за кредитом. Для кредита нужны будут еще и поручители. Весьма грустно смотреть, как потенциальная акула бизнеса очень хочет вступить в какую-нибудь сеть вроде MLM, просит у родственников много денег на начало, получает отказ, а потом потенциальный предприниматель долго винит этих же родственников в том, что именно из-за них не стал миллионером. Если есть кто-то, кто даст денег на проект, – это прекрасно. Если нет – вперед на заработки.

2) Нет команды. Предприниматель может работать и один, но это скорее редкость. Если хотите вообще все делать в одиночку, то моделей для бизнеса «один в поле воин» немного. Пример, который у всех перед глазами, – водители Uber или любого другого агрегатора. Арендуют авто и поехали. Параметр роста дела – аренда все более дорогих авто-

мобилей. Сам себе начальник, кроме пассажиров никто особо не ругается. Однако рано или поздно водитель устанет и возьмет выходной от поездок. Кто тогда будет возить пассажиров? Заработок остановился.

В салоне цветов в итоге появится продавец, который будет продавать букеты, пока хозяин отдыхает. В школе английского появится администратор, в рок-группу придут другие музыканты, а в крутой авторский блог – модератор или фотограф.

Сложность одна, но серьезная – где найти команду? Стартовую команду на первое время можно подобрать весьма быстро через тот же hh.ru или знакомых. Но рано или поздно потребность во все более профессиональных сотрудниках растет, потом и вовсе нужно будет что-то им делегировать. Для этого потребуются люди, в которых вы наверняка уверены, что зачастую подразумевает найм высокооплачиваемых сотрудников. Опять расходы...

Некоторые люди советуют не делать бизнес вместе с друзьями и родственниками. Скажу, что у меня был опыт бизнеса с друзьями – как позитивный, так и негативный. Поэтому моей однозначной оценки здесь нет, но хочу поделиться другой мыслью.

Каждый раз, когда я вижу какое-либо спонтанное собрание людей или образование чатика более чем на троих (обычно это 5–7 человек), у которых мотив для собрания «давай замутим проект», при этом туда до кучи добавляют

меня, – первые пару месяцев всегда стараюсь избегать участия в таких кружках по интересу. Как показывает практика, еще ни одно такое массовое мероприятие не приводило к запуску настоящего живого проекта. Идеи собираются, что-то прорабатывается весьма поверхностно, потом само по себе затухает.

Пока я для себя определил примерно такие критерии потенциально жизнеспособной команды стартаперов:

- ▶ наличие ярко выраженного лидера в команде (бывает, что это не один человек) и разделение сфер влияния. Лидерами не должны быть все;
- ▶ не более 3–4 действительно мозговых центров – тех, кто генерирует основные идеи и выбирает векторы развития;
- ▶ отсутствие на первых собраниях людей «зашел послушать, посмотреть»;
- ▶ участники команды понимают риски и затраты, а не просто думают: «надо бы что-то.»;
- ▶ команда знает аналоги и конкурентов.

3) Нет знаний. Тут все просто. Если не умеешь и не знаешь, скорее всего, не стоит и браться. Довольно много идей, которые выглядят потенциально жизнеспособными, со временем разваливаются из-за того, что руководитель или основатель бизнеса не являются непосредственным экспертом или мастером в отрасли.

Теоретически можно нанять много экспертов, они будут делать, исполнять, выполнять, а вы будете продавать продук-

ты и услуги, а параллельно подгонять экспертов. Рано или поздно в такой схеме эти же эксперты организуют свое дело и без вас. Или производство встанет, когда уникальный мастер, на котором все держалось, начнет постепенно отходить от дела, посвящая себя другим делам, вероятно, другому такому же эксперту.

Такая схема жизнеспособна, но весьма рискованна. Что же с этим делать? Два варианта:

- ▶ найти другую сферу деятельности;
- ▶ выучиться самому, чтобы не зависеть от других.

Есть хорошая мораль: «Не требуй от других того, что не можешь сделать сам». Иногда ей стоит следовать.

4) Нет моральной поддержки. Лиды не конвертируются в клиентов. Клиенты ругаются. Сотрудники не работают как следует. Кассовый разрыв. Помощница уволилась, не доделав и бросив все дела. Поставщики отказываются работать без предоплаты. Моральное выгорание может оказаться более реальным, чем казалось раньше.

Кто же поддержит? Если есть надежные соратники и близкие по духу жена/муж – это прекрасно. Однако иногда опора и надежда нужны и на работе. А если проект молодой, только стартовал: коллектив еще не устоялся и есть текучка, – такой опоры может пока не быть. Поэтому следите за своим моральным состоянием. Иногда нужны отпуска, хобби и приятное времяпрепровождение.

5) Деньги закончились. Однажды открывает великий

стартапер свой банк-клиент, а там пусто. Денег на счету меньше, чем хотелось бы. А ведь бизнес-план был безупречным!

Какими могут быть причины такого исхода:

- ▶ неверный бизнес-план или прогноз бюджета;
- ▶ нереальный план продаж;
- ▶ неплатежи от клиентов (по любой причине);
- ▶ раздутый фонд оплаты труда;
- ▶ непредвиденные расходы.

Причин кассового разрыва может быть очень много. Как бы там ни было, исход один – на счету должно появиться больше денег. Как ни странно, но иногда помогает простейший совет «а переезжайте-ка вы в офис попроще». Да, иногда у начинающих и амбициозных деятелей могут быть неоптимальными расходы на неожиданные вещи – суперофисы, эксклюзивные ноутбуки, автомобиль с водителем и подобные.

Если это не про вас, можно поискать и другие неоптимальные расходы. И в итоге все равно прийти к задаче пополнения бюджета компании. Хорошо, если вы лично можете обзвонить нескольких клиентов, получить просроченные платежи и решить все проблемы в рабочем порядке. Или если собственник может пополнить счет компании, взяв, например, кредит. Но знаю примеры, когда собственник бизнеса развозил по вечерам контактные линзы (сам был курьером), а по ночам еще и подрабатывал таксистом – все для то-

го, чтобы дополнительно финансировать свое предприятие. Звучит нереально? А ведь это настоящие будни предпринимателя. Готовы к такому?

б) Нет сил, устал. Иногда надо спать. Иногда нужен отпуск. А иногда даже и они не требуются. Отсюда и ситуации, когда хорошо поработал днем, задержался вечером, и домой уходить не очень хочется. Потому что нет сил идти – хорошо же и на работе, можно чайку вон с коллегами выпить.

Особенно быстро усталость приходит, если работа связана с разъездами, командировками, длинными поездками и ночевками вне дома. Кстати, частично отсюда и появляются гонорары за дальний выезд для редких специалистов, приглашенных лекторов и деятелей культуры. Они, вероятно, очень даже и сами хотят куда-нибудь поехать, но потом еще день приходиться в себя придется после таких поездок. В итоге день на отдых выпадает из рабочего графика – надо как-то компенсировать упущенную за время разъездов прибыль.

Частично снизить усталость поможет список дел, график дня – это все можно делать в обычном ежедневнике. Заранее выписывать расписание на неделю, отмечая поездки и долгие процессы. Далее ежедневно вносить новые дела с учетом уже заполненных полей. И потом в начале дня смотреть, что можно отодвинуть на потом, что действительно важно сделать срочно, чтобы не тратить силы на несрочные дела, постепенно освобождая хотя бы небольшие временные окна на отдых.

Периодические 10 минут на чай в корпоративной столовке или лаундже – порой отличное решение. Плюс преподаваемая в бизнес-школах методика по составлению списка дел:

- ▶ срочные важные – делать сейчас;
- ▶ важные несрочные – можно чуть потом;
- ▶ неважные и срочные – делегировать;
- ▶ неважные и несрочные – делегировать.

7) Сотрудники уходят. Это всегда вопрос времени. Большинство сотрудников рано или поздно сменят работу, ведь каждый ищет для себя что-то лучшее. Хотя есть примеры, когда десятилетиями люди работают на одном и том же месте.

В любом случае уход важного сотрудника – всегда потеря для компании. Что еще важнее – иногда на сотруднике держится целый отдел или направление. Особенно если это кто-то из топ-менеджмента. Если вопрос ухода связан с сугубо денежными или рабочими аспектами – это еще не критично и, вступив в переговоры, можно попробовать договориться. А вот если причина ухода связана с семейными причинами или даже неожиданным «надоело, попробую что-нибудь новое» – удержать такого сотрудника в разы сложнее.

В итоге целое направление бизнеса может оказаться в кризисной ситуации. Если эту позицию занимает редкий специалист, то поиски нового могут занять долгие месяцы. Самое очевидное решение – схантить (переманить) аналогичного специалиста из отрасли. В любом случае такие кадро-

вые провалы на верхних уровнях иногда приходится решать самым высокопоставленным топ-менеджерам, а возможно, сразу собственникам, так как они больше всех заинтересованы в поддержании прибыльности своего дела.

8) Непредвиденные сложности. Думали, что все решают в бизнесе кадры и деньги? Нет. Еще есть неуправляемая внешняя среда. Ситуации, которые невозможно предвидеть, весьма часты.

Например, вот что происходило в моей компании.

► Однажды компания разом лишилась множества ноутбуков. Сотрудникам целого отдела было просто не на чем работать. Пока считали, у кого есть дома ноутбук, где взять лишний свободный, кто может подвезти, – было потеряно время, отвлекались от проектов другие сотрудники.

► Однажды один из офисов оказался просто заперт. В схеме офис-арендатор-субарендатор-...-компания потерпевшей оказалась компания. Офис был представительским, поэтому очень ценного для работы имущества взаперти не оказалось. Но рабочие порядки и график пришлось править прямо на ходу.

► Однажды в бизнес-центре сменилась охрана на выходные дни. Было оговорено, что несколько сотрудников заедут на выходные в офис забрать нужные документы для внеплановой встречи. По законам жанра в самый ответственный момент прозвучал довод «ничего не знаем, звоните начальству». Начальство было не на связи. И хотя встреча в итоге

перенеслась по просьбе самого контрагента, на неприятные разговоры и объяснения с внешней средой было потрачено время.

Подведем итоги. Свое дело – процесс крайне ответственный. Стоит всегда помнить, что предприниматель несет ответственность не только за себя и за свои капиталы, но и ответственность социальную – за свою команду.

Свое дело – работа правильная и нужная. Но если есть сомнения в правильности этого пути – вероятно, стоит поработать на кого-то и посмотреть на процессы внутри чужого предприятия, чтобы сделать для себя нужные выводы.

В любом случае для государства важно процветание бизнесов и увеличение их количества, так как это прямой путь к увеличению количества рабочих мест и повышению покупательной способности населения. Если готовы и не страшно – открывайте свое дело. Как минимум, будет интересно².

Многие сложности потенциально большого бизнеса происходят из внешней среды, то есть предприниматель не может ими управлять. Однако этот факт лишь удостоверяет, как важно работать с ними. Цель книги – не отговорить вас открывать свое дело, а напротив, дать почву для размышлений до запуска вашего стартапа и в его процессе.

² <https://www.likeni.ru/analytics/kak-otkryt-svoe-delo/>

Как начать?



Работа на других



Пожить в другой стране



MBA и образование



Networking



Медийность

Глава 2

Как начать свой бизнес?

Ошибка 2. Не поработали по найму

**# Ошибка 3. Игнорируете
нестандартные способы
запуска своего дела**

Загадка, которую предстоит решить для себя каждому потенциальному стартаперу, звучит примерно так: «Как запустить свой бизнес?» Этот же вопрос часто задают после конференций и семинаров. Порядок советую примерно следующий.

1) Пойти работать «на дядю». Да, прямо в корпорацию из десятков тысяч человек, прямо на стартовые позиции иерархии компании. И начать расти там. Работа в крупной компании – идеальная школа жизни. Можно поучиться бизнесу и основам дел за чужой счет, посмотреть, как другие предприниматели ведут свой бизнес. Если внутри компании удастся круто вырасти или получить оффер и уйти на работу в другое место – то, может, со временем и сама мысль о запуске своего дела уйдет из головы. Работать в чужой компании за

большие зарплаты – это часто и выгоднее, и спокойнее.

2) Пожить в другой стране. В идеале – если это стажировка с рабочими целями. Лучше, если это англоязычная страна. Быстро поймете, что уровень английского после всех вузов и курсов все еще низкий, и вынужденно начнете его учить при общении с местными. А еще жизнь заставит адаптироваться под местные реалии, познакомиться с традициями ведения дел. Где бы вы ни жили потом, вас будут воспринимать как эксперта с международным опытом. Вопрос «а как там у них?» будет всегда звучать, а вам плюс в карму при любых должностях, связанных с другими странами.

3) Образование, МВА, бизнес-школы. В наше время учеба в бизнес-школах, особенно на МВА, – вопрос времени, желания, денег. Время – найдется, было бы желание, деньги – можно получить рассрочки и гранты. Скажу сразу: речь о настоящих бизнес-школах, МВА и прочих действительно крутых обучающих программах. Как выбрать не фейковый МВА? Есть несколько международных систем аккредитаций программ. Об этом подробнее на странице 214. В России немного школ с аккредитациями. Я сам учился на Executive МВА и обычном МВА в «Синергии» – программа крутая, и есть аккредитация АМВА. Еще из МВА в России выделил бы Сколково, но пока стоит значительно дороже. Любая хорошая программа МВА – это разбор кейсов реальных бизнесов и обмен мнениями и знаниями с одноклассниками – сила коллективного разума.

4) Networking, поддержание связей. Смена мест работы, учеба на MBA, работа в других странах – в итоге накапливается большой список контактов. Полезных и не очень. Но контакты копить нужно всегда. Одноклассники, однокурсники, одноклассники, коллеги, друзья – все в итоге пригодится. Кто-то подскажет подрядчика, кто-то посоветует клиента, кто-то еще... кто-то тоже... А потом, если не передумаете, в этом списке появятся люди, с которыми и дело можно будет запустить. Время оставит в списке приоритетные контакты – проверенные в деле.

5) Медийность – семинары, вебинары, статьи, публикации. Все это образует медийную основу вашего личного бренда. Если накопили много кейсов – пишите статьи про это. Есть крутые примеры и знания – проведите вебинар. Позвали на конференцию – выступите. Это и повысит медийность, и пополнит список контактов, и привлечет внимание потенциальных партнеров бизнеса. Иногда в кулуарах мероприятий и рождаются новые идеи для бизнеса, когда люди находят варианты синергии существующих проектов.

А еще очень много желания и веры. Если нет веры в себя – лучше и не начинать. Если вера есть – пробовать. Никто не гарантирует успех с первой попытки. Как говорил хороший человек, оставайтесь голодными, оставайтесь безумными.

Продумать до стартапа

1. Деньги
2. Люди
3. Расходы
4. Офис
5. Сайт

Глава 3

Стартовый капитал

**# Ошибка 4. Переоцениваете
необходимые ресурсы для запуска**

**# Ошибка 5. Много
тратите на офис вначале**

Деньги

В общении с начинающими предпринимателями очень часто я слышу, как они сетуют на отсутствие стартового капитала. Логично слышать это при создании сложного продукта, но очень часто отсылка к отсутствию денег на старте является оправданием страха или лени.

В случае создания интернет-агентства вы продаете услугу. Самым легким и логичным вариантом должно быть то, что вы умеете оказывать эту услугу сами. Например, вы SEO-оптимизатор и открываете SEO-агентство или хорошо разбираетесь в разработке и открываете веб-студию. О каком стартовом капитале здесь идет речь? О вашем времени и компе-

тенциях.

Моим стартовым капиталом при открытии компании была зарплата, от которой я отказался, уволившись из компании, где работал. В некоторых случаях это могут быть небольшие деньги.

Люди

Таким же стартовым капиталом для вашего бизнеса может стать любой ваш сотрудник или партнер, который соглашается работать, понимая, что зарплата напрямую зависит от поступления денег от клиентов. Он соглашается разделить с вами риски, и это тоже инвестиция. Часто в таких случаях партнеры договариваются о разделении прибыли на равные части. Такой уговор важно документировать. Иначе спустя лет пять большую роль будут играть юридические аспекты владения бизнесом, а не вопросы распределения прибыли, которой, к сожалению, в растущем бизнесе зачастую может и не быть.

Я участвовал в старте пяти интернет-агентств как полноценный участник общества в соответствии с уставными документами. Дважды с двумя партнерами, дважды с одним партнером и один раз как единоличный учредитель. Появление партнеров (соучредителей) чаще всего связано с желанием разделить риски, потребностью в дополнительном стартовом финансировании проекта, а также с отсутствием до-

статочных компетенций. Бизнес, в котором вы с партнерами действительно готовы взять всю ответственность на себя, изначально рожден сильным. Вы подсознательно верите в него и знаете, что и как делать. А чувство того, что полагаться вы можете только на свою небольшую команду, дает сверхсилу, которая позволит не отступать в самых сложных ситуациях.

В любом случае при выборе компаньонов и партнеров необходимо трезво оценивать, кого и зачем вы хотите сделать совладельцем бизнеса. Здесь, как в отношениях, чаще всего пара остается вместе после прохождения совместных испытаний, нежели основанная на первом случайном сексе (в этом вопрос я не специалист, поэтому можете со мной поспорить).

Операционные расходы

При создании бизнеса необходимо учитывать небольшие необходимые траты. Как минимум, необходимо внести уставной капитал. Если эти деньги для вас являются трудностью, рекомендую вам задуматься над тем, что вы не научились зарабатывать даже самые простые деньги. Стоит подумать о том, чтобы устроиться на работу.

Затраты на юриста или бухгалтера на этапе регистрации компании также не являются колоссальными затратами. Более того, работы, связанные с регистрацией бизнеса, вы в силах выполнить самостоятельно, используя лишь справочную

информацию и советуясь со специалистами.

Обращу ваше внимание: если вы задумали сделать своим партнером в бизнесе бухгалтера или юриста лишь потому, что вам кажется, что это важный и сложный труд и платить за него не хотелось бы, – гоните эту идею прочь. Уже через месяц вам станет понятно, что эти навыки можно вознаграждать хорошей заработной платой, не затрагивая доли в бизнесе.

Офис

Учитывая новые возможности коммуникации, на первых порах офис не является необходимостью. Но в какой-то момент вы столкнетесь с клиентом, который захочет с вами встретиться. Возникает ощущение, что именно для этого вам просто необходим офис: комната за 300 у. е. в месяц с одним окном, двумя столиками у окна для вас и вашего партнера, столиком у двери с чашками и чайником и стулом для гостя. Такая композиция ненамного лучше того варианта, в котором вы честно сознаетесь клиенту, что в целях минимизации издержек команда работает удаленно. Бывает, что только спустя несколько лет существования бизнеса вы сможете позволить себе аренду офиса, в котором будет переговорная и настолько презентабельный вид, что появление клиента там будет способствовать заключению или продлению контракта, нежели наоборот.

Сейчас масса вариантов для организации встреч – кафе и рестораны, коворкинги, специальные переговорные с почасовой оплатой и др. Главное – обладать уверенностью, иметь неплохой костюм, туфли и часы. В не стиранных месяцами джинсах, грязных кроссовках и растянутой кофте переговорная вам не поможет – в таких случаях лучше под любыми предложениями не покидать рабочее место и минимизировать встречи.

Сайт

Мы живем в современном мире. Без сайта действительно никуда. Уверен, вы что-нибудь придумаете.

Делегирование



Глава 4

Делегирование

Ошибка 6. Иллюзия, что всё лучше делать самому

Ошибка 7. Неумело делегируете задачи сотрудникам

Часто ли задумывались, что было бы здорово иметь больше времени на действительно важные дела? Почти каждый руководитель бизнеса или подразделения рано или поздно думает о делегировании. В передаче полномочий другим людям всегда есть несколько больных для босса моментов:

- ▶ страшно вообще от чего-то самому отказаться;
- ▶ нет уверенности, что другой справится;
- ▶ иллюзия, что в итоге сам все сделаешь;
- ▶ если другой справится – качество будет хуже;
- ▶ потом еще проверять за кем-то нужно...

Если не начать постепенно передачу неприоритетных и несрочных задач своим сотрудникам, то скоро вы начнете ворчать, что в сутках только 24 часа, а еще непонятно, кому

можно было бы доверить текучку.

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.