

Константин Берлинский



Школа стартапов №1

личный опыт

Константин Константинович Берлинский
Школа стартапов №1:
Личный опыт. 2-ое
издание с иллюстрациями

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=68015962

ISBN 9785005694348

Аннотация

В книге описаны личные впечатления от пройденного курса Стартап-школы YCombinator летом 2022 г. Были прослушаны семинары: зачем создавать стартап, как найти идею, MVP, постановка целей, бизнес-модель, прайсинг, как стартовать, общение с пользователями, привлечение клиентов, пивоты, построение команды, фандрайзинг, криптомир, как подать заявку в УС, истории успеха (и провалов!) фаундеров. В тексте приведены основные тезисы, иллюстрации, ссылки на конспекты докладов и полезные ресурсы по теме.

Содержание

1. Добро пожаловать в школу стартапов. Стоит ли запускать стартап?	5
2. Boom: стартап по созданию сверхзвукового самолета	10
3. Как найти и оценить идеи для стартапа	13
4. История Replit: как сайд-проект стал миллиардной компанией	17
5.1. Как планировать MVP	22
5.2. Как установить KPI и цели	26
6. Бизнес-модели стартапов и ценообразование	31
Конец ознакомительного фрагмента.	33

**Школа стартапов
№1: Личный опыт
2-ое издание с
иллюстрациями**

**Константин
Константинович
Берлинский**

© Константин Константинович Берлинский, 2022

ISBN 978-5-0056-9434-8

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

1. Добро пожаловать в школу стартапов. Стоит ли запускать стартап?

Президент УС Джефф Ралстон поприветствует всех в Школе стартапов и поделится ключевыми советами УС. Мы также расскажем как будет проходить летний курс. Хардж Таггар, давний партнер УС выступит с докладом о том, как решить, стоит ли запускать стартап.

Начал слушать новый выпуск семинаров Школы стартапов YCombinator. Они будут проходить в зуме 27.06—10.08.22. Ссылка: <https://www.startupschool.org/curriculum>

Первая лекция про то, зачем нужен курс, базовые вещи про стартапы – как запускать, зачем, снижение рисков, поиск идей и др.

На старте в зуме было 12.330 участников! Народ совершенно разный – Европа, Африка, Азия, Южная Америка и др.

Лекции довольно интересные. Не знаю, стоит ли далее выкладывать свои впечатления. Т.к. рассказывают общеизвест-

ные вещи. Плюс, многое, видимо, я упускаю, т.к. это зум, говорят быстро на английском и иногда теряю контекст и упускаю мысль. Было бы супер где – то прочитать расшифровку лекций и посмотреть слайды. Как минимум, полезно слушаю доклады для практики понимания английской речи на слух в интересной области.

Во время лекции можно задать вопрос. Вопросы модерировались, я два раза задавал, но т.к. там по 10тыс человек, а вопросов сотни и озвучивают только штук пять, вопросы даже не успевали пройти модерацию. Только зря отвлекаешься, да и все люди задают ожидаемые вопросы.

Из классного – есть спиддейтинг эвенты УС: <https://www.startupschool.org/cofounder-matching>

Заполняешь свой профиль на УС и в определенный день тебя соединяют по видеозвонку на 5 минут с другими участниками платформы УС. Можно найти кофаундера, устроиться на работу в другой проект или просто познакомиться. Т.к. эвент длится 60 мин, а говоришь по 5 минут, то за час можно пообщаться с 12 людьми. Я попробовал, интересно, но не хватает комфортного уровня английского для общения. Да и имеет смысл идти с конкретной целью – нанять человека себе команду, найти интересный проект и т.д., а не просто посмотреть как это делал я.

Буду продолжать наблюдения. Лекции в зуме обычно по понедельникам и средам в 19:00 МСК.

Тезисы:

- для запуска стартапа достаточно просто любопытства
- обсуждайте ваши идеи с умными людьми
- если вы работаете фуллтайм, начинайте реализацию идеи как сайд или пет проект
- и если вам нравится процесс и вы нашли кофаундера, то можете уходить и работать над стартапом уже фуллтайм
- три вещи нужные для запуска стартапа: толковые люди, делать нужное людям, не тратить много денег
- что получить от стартап школы: свежие советы для фаундеров на ранней стадии, встретить других фаундеров, продвинуть стартап на другой уровень, получить инвестиции от УС
- в конце курса поставить цель выступить с презентацией своих достижений (можно записаться на 1мин питч перед 20 фаундерами)
- активные фаундеры ставят амбициозные цели, трекают прогресс каждую неделю
- нет формулы для успешного фаундера, не нужно быть супер профессионалом, главное упорство
- FAANG инженеры делают классные MVP, но не знают как привлекать пользователей, т.к. у FAANG уже есть мил-

лионы пользователей

— самая важная мотивация на длинном сроке при создании компании: нравится проблема над которой работаешь или нравятся люди с которыми работаешь

Конспект: https://docs.google.com/document/d/1MkLE6Ov5sRTf7yMi0G1AI82vsnSFJ_gKcEks4mfKtG8/edit

Видео докладов школы с предыдущих потоков: <https://www.ycombinator.com/library>

ТГ-канал «Startup School на русском»: <https://t.me/startupschoolrus>



Источник фото: <https://www.ycombinator.com/blog/>

[content/images/2022/05/V02_Thumbnail.jpg](#)

2. Boom: стартап по созданию сверхзвукового самолета

Boom (из батча YC W16) строит сверхзвуковой реактивный авиалайнер. Блейк Шолл, основатель, проведет экскурсию по авиазаводу Boom. Затем он и президент YC Джефф Ральстон расскажут о первых днях Boom, как был пройден путь от идеи до самолета.

Вдохновляющая история как молодой парень работал вполне себе программистом в Амазоне, потом еще в паре стартапов и внезапно решил создать сверхзвуковой самолет, аналог безвременно почившего Конкорда, т.к. в детстве грезил авиацией (а кто из нас не грезил?). Ну и... у него получилось! Не без помощи бывшего CEO Боинга в советниках, но не суть. Команда и консультационный совет зажигательные: <https://boomsupersonic.com/company>

Для стартапов, думаю, эта история малоприменима. После первой же аварии скорее всего чудо закончится. Так и вижу крики на страницах либеральной прессы: «Как человека без профильного образования допустили к авиации?!!». Но, как впечатляющий кейс и история успеха выпускника YC выглядит супер.

Тезисы:

- в 2016 были только мокапы, без прототипа, просто парень в гараже с идеей
- использовал компьютеры для симуляции вместо дорогостоящей аэротрубы
- построил маленький самолет XB1 как MVP, а потом уже большой Overture
- всему научился на практике
- вместо дорогого титана и алюминия использовал углеродное волокно
- сделали дешевые 3D прототипы вместо реального самолета для презентации
- нашел эксперта, кто проверил его предположения
- его удивило, что никто не пытался реализовать эту идею, распространенное заблуждение, что если что-то не делается, это может быть невозможно
- нужно влюбиться в проблему, которую хочешь решить
- для создания доверия к ним очень рано в консультативный совет набрали мировых экспертов (экс главу Lockheed и др), после этого было проще нанять инженеров
- УС настоятельно советовало ему предъявить заключенные сделки на Демо дне
- найм на начальных этапах сложен: нужно слушать людей, какую часть истории они называют чушью, перерабатывать эту часть разговора, показать прототипы, нанимать даже людей начального уровня чтобы они прогрессировали

со временем

Конспект: <https://docs.google.com/document/d/1gWVsntMAfiZYLN0GKuRVA1oL8-c9hLpK-Atit28wUHQ/edit>



Источник фото: <https://boomsupersonic.com/static/images/company-hero.jpg>

3. Как найти и оценить идеи для стартапа

Партнер YC Group Джаред Фридман расскажет о том, как получать и оценивать идеи для стартапов. Он поделится множеством примеров компаний YC и инсайтами того, как они пришли к идеям, которые превратились в компании на миллиарды долларов. Даже если у вас уже есть идея, на этот доклад стоит пойти, потому что он поможет вам подтвердить, что ваша текущая идея действительно хороша. Также этот доклад будет полезен если вам понадобится пивот и поиск новой идеи в будущем.

В целом ожидаемые вещи. Начать лучше в того, в чем разбираешься, делать то чем готов заниматься 10+ лет, делать вещи как для себя, смотреть за трендами что меняется, изучать успешные компании и придумывать им новые бизнесы, спрашивать людей о их проблемах, смотреть на большие индустрии которые плохо работают.

Тезисы:

- ошибка 1: решать выдуманную проблему (AI классная штука, где ее можно применить?)
- ошибка 2: застрять с «tar pit» идеей (дохлые идеи, которые лежат на поверхности десятилетиями)

– ошибка 3: браться за первую попавшуюся идею без ее оценки

– ошибка 4: ждать супер идею, лучше считать свою идею хорошей стартовой точкой

– признаки хорошей идеи: есть полноценная команда, большой растущий рынок, острая проблема, у вас есть нечестное преимущество, вы знаете людей у кого есть эта проблема, открылось окно возможностей (изменился тренд), есть компании делающие связанный, но другой продукт, вы готовы много лет работать над этим, бизнес легко масштабируется (SAAS), хорошая область применения (SAAS для бизнеса, софт для госпиталей, реклама)

– идеи, которые выглядят плохо, но на самом деле супер: скучные, трудоемкие, пугающие фаундеров, с сильными конкурентами монополистами

– как найти хорошую идею: приходит органически, стать экспертом, работать в стартапе, заниматься тем, что интересно

– 7 рецептов для создания идеи: начать с того в чем разбираешься, решать собственную проблему, сделать то, что вам было бы полезно, поймать изменившийся тренд, придумать новые функции старым успешным компаниям, узнать у людей их проблемы, искать большие неоптимальные индустрии, найти кофаундера с классной идеей

– лучший способ понять хороша ли идея это реализовать ее

– не бояться бросить исходную идею и начать работать над другой

Слайды: https://docs.google.com/presentation/d/1Cm1TPjTSmZ9W_1ecxfNEYIwxPEMF8BWIWRyi14Je8Q/edit?usp=drivesdk

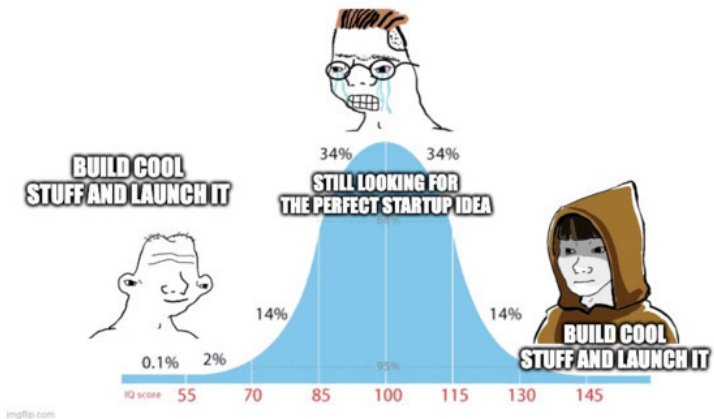
Конспект: <https://docs.google.com/document/d/1eeaN4Bsfc8rxNgppvGG9e1Vy6OAQzUTRwQKSNMYXD/edit#heading=h.cs2jd2tjdjlt>

Вопросы для идеи стартапа: [https://docs.google.com/document/d/1sjrHswZvqHS0ydXRQHmvLCVJzYYyGtYjty6OdQpzupA/preview?](https://docs.google.com/document/d/1sjrHswZvqHS0ydXRQHmvLCVJzYYyGtYjty6OdQpzupA/preview?pru=AAABgfM5rY4*OcLRUBdX0AkyR7vJHa33TQ#heading)

Как найти идею стартапа: <http://www.paulgraham.com/startupideas.html>

Слепота (боязнь) скучной работы: <http://www.paulgraham.com/schlep.html>

Стоит ли следовать своей страсти? (Далтон Колдуэлл и Майкл Сейбел): <https://www.youtube.com/watch?v=KWNNmPCF-Xs>



Источник фото: слайд 62 презентации https://docs.google.com/presentation/d/1Cm1TPjTSmZ9W_1ecxfNEYIwxPEMF8BWIWRyi14Je8C/edit#slide=id.p64

4. История Replit: как сайд-проект стал миллиардной компанией

Амджад и Хайя, основатели Replit, расскажут историю о том, как они выросли в Иордании, переехали в Кремневую долину и в конечном итоге создали компанию с оборотом в миллиард долларов, любимую разработчиками. Это необыкновенная история со взлетами и падениями, о которой никогда раньше не рассказывали публично.

Два фаундера (муж и жена) сделали Replit – online IDE для совместного кодинга, удобно для обучения программированию. <https://en.wikipedia.org/wiki/Replit>

На зуме было уже 8.5тыс слушателей (на первой лекции было почти 13тыс). Думаю, довольно бесполезно смотреть на такие истории успеха. Т.к. есть «эффект ореола». Если стартап взлетел, фаундеры начинают рассказывать байки как они вызывали Убер когда задерживались в офисе, нанимали новых людей или у них взлетели продажи в Индии. Для понимания процесса это бесполезно. У каждого проекта своя траектория. Те, у кого не получилось, точно также вызывали Убер.

Тезисы:

- 12 лет занял путь от идеи до успешной компании
- все началось с сайд проекта (побочного домашнего проекта)
- 15 млн пользователей сейчас
- сделали первую версию за выходные
- продукт быстро стал виральным, получил отзывы в СМИ, компании стали использовать его как опенсорс
- не получили инвестиций в Иордании, зато получили предложения работы в FAANG и другие компании
- Амджад стал работать в найме, а Хайя не смогла найти работу и стала развивать Replit как учебный проект для резюме
- когда проект взлетел Амджад ушел из Фейсбук*, хотя это было сложно т.к. платили хорошо и они были иммигрантами, а для иммигрантов важно работать в большой стабильной компании
- чтобы запустить стартап нужно быть готовым работать над ним 5+ лет
- подали заявку в YC, но провалились
- запустили побочный продукт для школ, чтобы стать прибыльной компанией, но это стало потерей фокуса в разработке основного продукта, поэтому бросили школы и стали дорабатывать ядро системы
- чтобы стать интересными для инвесторов сфокусировались на разработке и привлечении пользователей

- YC заметили продукт и сами связались с ними
- подались снова на YC, ради шутки как презентацию отправили мем-видео «Rick Roll», с трудом прошли отбор, т.к. эксперт YC был в ярости от такой небрежной заявки
- прошли в YC, нарастили команду сильными программистами, половину курса потратили на рефакторинг, хотя YC советовало не делать этого, а нужно говорить с пользователями и выпускать релиз каждую неделю, но рефакторинг позволил быстро выпускать классные фишки, поэтому это было стратегически верное решение
- после YC сделали роадмап по фишкам на следующие 3 года
- 2 года после YC решали многочисленные проблемы с безопасностью, хакеры использовали Replit для криптомайнинга и веб атак, но поняли что это их преимущество, т.к. конкурентам придется решать те же проблемы
- личные проблемы (со здоровьем родителей), культурные (наняли не тех людей), отклонили предложение о покупке компании на 1млрд \$ от корпорации, т.к. хотели менять мир, а не просто заработать деньги
- во время пандемии резко выросли, наняли людей, получили новые инвестиции, создали экосистему вокруг продукта
- вопрос 1 «тяжело ли быть женатыми кофаундерами» – нет, по сути ты все равно «женишься» на своем партнере, т.е. проводишь с ним больше времени чем с другими людьми

– вопрос 2 «ранние признаки успешного бизнеса» – если 1 человек вам платит, значит есть и 1000 кто тоже заплатит, думайте о стратегии захвата рынка ТАМ, иметь несколько бизнес-моделей

– вопрос 3 «какие были сюрпризы» – какой-то родитель критиковал Replit, что его ребенок зависает там, а не ходит в колледж, а ребенок быстро нашел работу и заработал кучу денег; написали сайт на Replit чтобы пережить COVID; вокруг Replit сформировалось сообщество

– вопрос 4 «как рекламировались» – непрерывно писали во все СМИ, были евангелистами

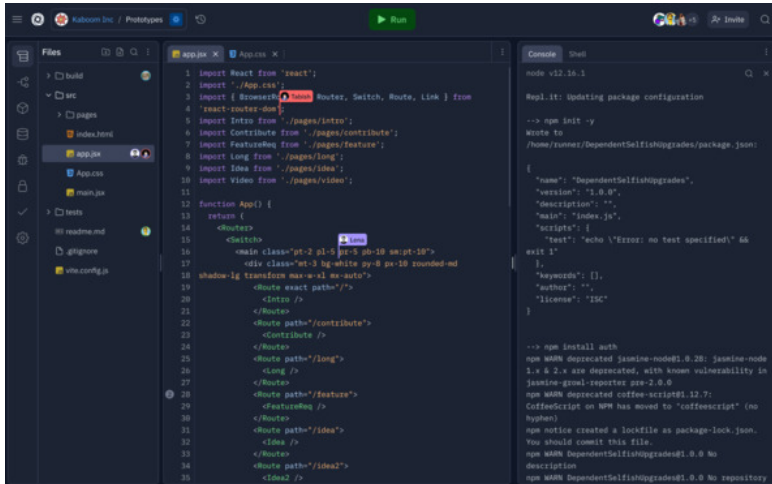
– вопрос 5 «повлиял ли опыт работы в CodeAcademy на Replit?» – в СА делали обучающие вещи, а Replit про создание нового (и тем самым обучаешься), они сделали творческую платформу, инструмент для самовыражения, чтобы получить больше пользователей

Конспект: https://docs.google.com/document/d/1NXfWJaP0_GQqIaPtsWdzPVeJpXFyTwv-wgWS2t45mEI/edit#heading=h.cs2jd2tjdjlt

Конспект2: <https://www.startupschool.org/posts/47035>

Конспект3: <https://t.me/progresspunk/251>

Твит: <https://twitter.com/afscott/status/1544735716671819777>



Источник

фото:

<https://cms.replit.com/assets/>

[workspace.png](#)

5.1. Как планировать MVP

Партнер YC Group Майкл Сейбел выступит с коротким, но важным докладом о том, как планировать MVP.

В целом все ожидаемо. Основная мысль про MVP – сразу не делать крутой продукт, а быстро запустить хоть что-то (MVP) и делать много итераций по доработке. Проверять разные гипотезы для роста или сделать пивот если случайно сел на дохлую лошадь. Если не стыдно за первую версию продукта, значит ты ошибся и потратил ресурсы и время на решение еще не подтвержденной проблемы. Конечно, может повезти и ты на старте нащупал проблему и делаешь сразу хорошо. Но в 99% случаях нет.

Что MVP лучше опросов тоже согласен. Мне было бы чисто из этических соображений трудно врать людям в опросах, что у нас уже есть продукт и предлагать сделать заказ (и по конверсии с лендинга понять, что это людям нужно). Лучше когда есть хоть какое-то решение, пусть и на коленке, но чтобы работал механизм решения проблемы. Про то, что лучше иметь 100 человек, кто обожает твой продукт, чем 100тыс кто так себе, согласен. Т.к. спалить деньги на широкую рекламу легко, но бессмысленно.

Спикер очень понравился. Говорил медленно, внятно, простыми словами, 99% понятно. И доклад был короткий, что большой плюс, т.к. не рассеивается внимание.

Тезисы:

- основная мысль: запуститься быстро, а потом сделать много итераций, а не классически спросить юзеров, собрать команду, получить инвестиции, сделать качественно продукт, нанять PR
- хорошая мысль: запуститься и спросить первых клиентов, какую проблему они себе решили и потом доделать продукт по их отзывам
- фаундеры боятся, что если не сделают сразу качественный продукт, он умрет, это не так
- вы не Стив Джобс и не сможете придумать идеальный продукт с первого раза и он тоже так никогда не делал
- MVP: быстро делается для небольшого числа клиентов с ограниченной функциональностью, но поможет вам получить обратную связь, а не ответы на гипотетические вопросы через опросы и интервью
- советы для MVP: ограничьте время, напишите ТЗ и урежьте его на 50%, не влюбляйтесь в MVP, любите своих клиентов и решайте их проблемы
- вопрос 1 «что делать если у меня не софтверный стартап, т.е. трудно сделать MVP в железе» – придумайте как

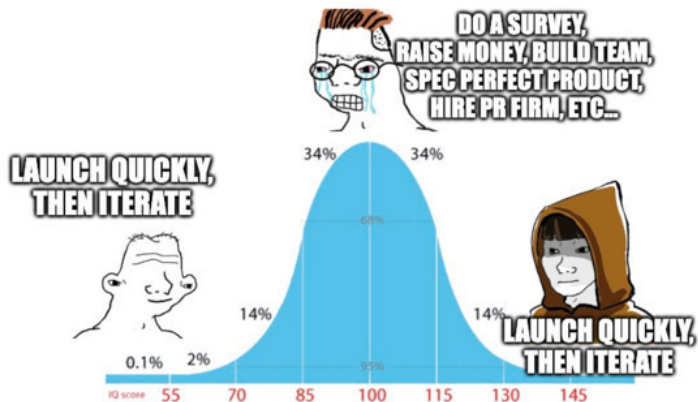
удешевить процесс, возможно переделать в софт

– вопрос 2 «как победить устоявшегося монополиста?» – конкурируйте ассиметрично, не числом функций, а делайте лучше небольшую часть работы, т.к. ваши клиенты останутся с вами по мере вашего роста

Слайды: <https://docs.google.com/presentation/d/1KuTyvGyRdPEWLl3DoUFrqLnMFaxNXZ-cWOrKrrpk8i4/edit?usp=drivesdk>

Конспект: https://docs.google.com/document/d/1U-HlhnVa18KK6VB8O5ylc_hn_RU4FXA_vWKUpZAFuwU/edit

Конспект2: <https://www.startupschool.org/posts/47207>



Источник фото: слайд 2 презентации https://docs.google.com/presentation/d/1KuTyvGyRdPEWLl3DoUFrqLnMFaxNXZ-cWOrKrrpk8i4/edit#slide=id.g13c82cfc605_0_0

5.2. Как установить KPI и цели

Приглашенный партнер Дивья Бхат расскажет как установить ключевые показатели эффективности и цели. Мы проводим эти беседы в начале Startup School, потому что они помогут вам быстрее запуститься (если вы еще не сделали это), установить цели на конец курса и добиться реального прогресса.

Про KPI все понятно. Без цели непонятно куда плыть. Надо ставить цели. Большую часть не достигнешь, но это нормально, главное идти примерно в правильном направлении и очень быстро.

Спикер говорила быстро, энергично, на типичном американском английском. Девушка была без ума от себя. В результате понял 50—70% и постоянно терял нить рассуждения. И доклад ее длинный. Хотя были текстовые слайды, по ним можно понять основные мысли.

Тезисы:

- никто не скажет фаундеру на что тратить его время
- ваша задача двигаться быстро, но в правильном направлении
- главная задача как можно быстрее получить сигнал, что продукт нужен рынку

- важно расставить приоритеты, делать сначала важные вещи
- не обращать внимания на «метрики тщеславия» – сколько получили инвестиций, от кого, размер команды, офис, лайки, упоминания в СМИ
- типовые ошибки: оптимизировать бумажную часть работы, рефакторить код чтобы поддержать высокие нагрузки, решать сложные задачи а не проблемы клиентов, нанять адвокатов
- почему надо спешить: надо стать прибыльным чтобы меньше зависеть от инвестиций или привлечь инвестиции по лучшей оценке, сжигать меньше денег, дать меньше времени конкурентам на копирование вас, не тратить время на бесполезные вещи
- в 90% случаев ключевой KPI это рост выручки (для маркетплейсов это число регистраций, для B2B число заключенных контрактов)
- определите ваше узкое место в достижении KPI и устраните его
- напишите идеи, как достичь KPI, приоритизируйте и выберите несколько для работы
- будьте честны; анализируйте, учитесь, корректируйте курс
- для компаний до PMF (product market fit – признаков соответствия продукта рынку) главное: разговаривать с юзерами, работать на основе обратной связи, убедиться что кли-

ент платит за то, что вы делаете

- что лучше не делать: пассивно искать инвестиции, посещать конференции, исправлять ошибки если они не критические, писать в СМИ

- ошибки приоритизации: вычеркивать вроде бы неважные вещи (юридические вопросы) – не надо, просто делайте по стандартам, убеждать себя что что-то работает а оказывается нет, перфекционизм, исправление мелких проблем вместо гонки за ростом прибыли, фокус на неважных задачах для узкого сегмента клиентов

- вторая метрика может быть: отток / возвращаемость, юнит экономика, CPA / LTV, NPS

- не пытайтесь оптимизировать две вещи сразу (улучшение юнит экономики может затормозить рост)

- хороший рост 5—7% в неделю, 10% супер

- постановка целей сверху вниз: к чему хотим прийти к де-мо дню и делим на этапы

- постановка целей снизу вверх: фокус что максимально сможем сделать на этой неделе

- метрики не связанные с выручкой: CAC/LTV – фокус на них позже, когда есть PMF, стремиться получить как можно меньший CAC, LTV трудно рассчитать

- бесплатные регистрации и DAU: важны если критичен сетевой эффект, у платящих юзеров другие ожидания, чем у бесплатных, не отвлекаться на обратную связь от не платящих клиентов если есть платящие, для маркетплейсов важно

общее число пользователей в т.ч. не платящие

- 90% клиентов отвалились, когда бесплатный продукт стал платным (SCRIBD, YC 2006)
- бизнесы, где нужны особые KPI: хардвер, биотех, опен-сорс, B2B с длинным циклом продаж
- все должно быть подчинено росту
- вопрос 1 «какие KPI если продукт не запущен» – нужно снизить риски, поэтому важно чтобы потенциальные пользователи заранее говорили о вас и ускорить время выхода продукта, а как выпустились переключиться на рост выручки
- вопрос 2 «как сбалансировать время на общение с пользователями и разработку?» – надо делать обе вещи, лучшие основатели лично занимаются поддержкой клиентов

Слайды: https://docs.google.com/presentation/d/1QviATd7S8p435nOPMgFqf978E_r2SnBOid7Hri-g2Tc/edit?usp=drivesdk

Конспект: https://docs.google.com/document/d/1U-HlhnVa18KK6VB8O5ylc_hn_RU4FXA_vWKUpZAFuwU/edit

Конспект2: <https://www.startupschool.org/posts/47207>

Должны ли вы фокусироваться на росте или выручке? (Дивья Бхат) <https://www.youtube.com/watch?v=IftUcR74yY>

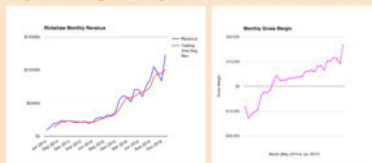
Case Study: Primary vs. Secondary KPI

DoorDash in 2016 (still laser focused on top line)

- Rapid growth
- Raised a \$127M Series C
- Operating in 19 markets
- Investing aggressively in growth



Rickshaw in 2016 (focusing on top line & unit economics)



- Growing slowly and steadily
- ~\$1M in Revenue, in 2 markets
- Profitable

28 RICKSHAW



Источник фото: слайд 19 презентации https://docs.google.com/presentation/d/1QviATd7S8p435nOPMgFqf978E_r2SnBOid7Hri-g2Tc/edit#slide=id.g13b5bf86041_1_20

6. Бизнес-модели стартапов и ценообразование

Партнер YC Group Аарон Эпштейн расскажет о различных бизнес-моделях стартапов, как монетизировать их и какую цену выставить вашему продукту. Ценообразование и монетизация – один из самых частых вопросов, которые мы получаем от основателей и мы впервые выступаем с этим докладом.

Хороший доклад, толковый спикер.

Впечатляющая история про Stripe. Которые вышли на рынок API оплаты услуг. На рынке уже были конкуренты, которые в-среднем брали 3% от транзакции. Но Stripe выставил 5% от транзакции! Чтобы проверить приносят они пользу или нет. Т.е. конкурировали не ценой, а пользой для клиента. Гениально. Если бы Stripe выставил цену в 1%, то другие тоже бы понизили до 0.5—1%. И так далее – ценовая война. В результате, все бы зарабатывали гроши. После прихода Stripe поднимать цены конкурентам не было смысла т.к. их еще быстрее вынесли бы с рынка. В результате Stripe взломал рынок и стал монополистом.

Очень важная мысль. Стартапы боятся брать высокую цену или вообще требовать оплату от клиентов. Это фатальная ошибка. Ее я тоже сделал в wordz.ru, сервисе изучения английского языка. Так и не решился сделать сервис платным. В таком случае ты не можешь понять, нужно ли это клиенту, т.е. готов ли он за это платить.

Хорошая мысль про ценовую политику. Цены надо повышать для новых пользователей. Старые пусть платят как есть или дать им за пару месяцев предупреждение о повышении цен.

Если цена низкая это может отпугнуть клиентов! Т.к. будут думать что компания ненадежная. Лучше когда клиенты жалуются на высокие цены, но платят. Если есть эффект блокировки Locked/Vendor-in (очень больно / дорого переходить с платформы Stripe, выкачивать свои данные из Фейсбук*, заменять облако AWS) – вообще идеально.

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.