

А. АРБАТОВ, М. БЕЛОГРАДСКИЙ, Е. БАРТОЛОМЕЙ

# СИЛА ПЕРВЫХ ШАГОВ



Как начать  
новое дело  
и не бросить

Евгений Бартоломей

**Сила первых шагов. Как  
начать новое дело и не бросить**

«Издательские решения»

**Бартоломей Е. С.**

Сила первых шагов. Как начать новое дело и не бросить /  
Е. С. Бартоломей — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-00-655066-7

Начать своё дело или запустить новый проект зачастую сложнее всего именно на этапе «первого шага». Идея может казаться блестящей, но в голове сразу всплывают вопросы: «А нужно ли это кому-то?», «Вдруг я потрачу время впустую?», «Что, если всё провалится?» Нередко люди годами мечтают открыть интернет-магазин, запустить авторский бренд, заняться производством чего-то уникального, но так и не делают даже минимальной проверки рынка.

ISBN 978-5-00-655066-7

© Бартоломей Е. С.  
© Издательские решения

# Содержание

ВСТУПЛЕНИЕ	6
Глава 1. Проверка идеи на жизнеспособность	7
Глава 2. Психология страха: почему страшно делать первый шаг	9
Конец ознакомительного фрагмента.	10

# **Сила первых шагов Как начать новое дело и не бросить**

**Александр Арсеньевич Арбатов  
Михаил Васильевич Белоградский  
Евгений Станиславович Бартоломей**

*Дизайнер обложки Ю. В. Гринько*

*Редактор С. П. Маляров*

*Составитель M&G Originals*

© Александр Арсеньевич Арбатов, 2025

© Михаил Васильевич Белоградский, 2025

© Евгений Станиславович Бартоломей, 2025

© Ю. В. Гринько, дизайн обложки, 2025

© M&G Originals, составитель, 2025

ISBN 978-5-0065-5066-7

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

## ВСТУПЛЕНИЕ

Начать своё дело или запустить новый проект зачастую сложнее всего именно на этапе «первого шага». Идея может казаться блестящей, но в голове сразу всплывают вопросы: «А нужно ли это кому-то?», «Вдруг я потрачу время впустую?», «Что, если всё провалится?» Нередко люди годами мечтают открыть интернет-магазин, запустить авторский бренд, заняться производством чего-то уникального, но так и не делают даже минимальной проверки рынка.

На самом деле, чтобы узнать, есть ли реальная заинтересованность в вашей задумке, не нужны большие деньги или сложные механизмы. Достаточно протестировать идею на практике – как говорят стартаперы, создать минимально жизнеспособный продукт (MVP). Например, кто-то планирует шить оригинальные эко-сумки. Вместо покупки дорогого оборудования и найма персонала, можно сделать один образец (или даже показать свой прототип на фото) и выставить его на торговой площадке вроде «Авито» с пометкой «в наличии ограниченная партия». Если в течение суток появятся люди, которые захотят это купить, – значит, идея жизнеспособна. Если нет – объявление всегда можно снять, фактически не понеся затрат.

Именно такой путь однажды попробовал Алекс. Он давно думал заняться производством свечей из натурального воска с необычными ароматами. Алекс всё время откладывал: «Нужно собрать большую партию, надо пройтись по магазинам...» Но потом решил проверить спрос проще: сделал всего две свечи, красиво сфотографировал их на своём подоконнике и выложил пост на «Авито» со словами: «Авторские ароматические свечи, 100% натуральный воск, ограниченная серия». Уже вечером ему написал потенциальный покупатель, а наутро ещё двое поинтересовались, когда можно забрать заказ. Алекс был удивлён: оказывается, всё не так сложно. Теперь он знал, что люди готовы платить, и у него появилось больше уверенности двигаться дальше.

В этой книге вы найдёте простой и понятный план действий, который поможет вам проверить свою идею и сделать первые шаги без громоздких подготовок. Вы узнаете, как за считанные дни понять, чего на самом деле хотят потенциальные клиенты, как грамотно организовать первый «пробный» запуск и как не потерять мотивацию, когда приходят неизбежные сомнения. Вам не придётся тратить месяцы на теорию – здесь вы найдёте чёткие сценарии и рекомендации, которые сможете опробовать сразу же.

Главное – не затягивать. Уже через неделю вы можете заметить, что ваше дело стало обретать реальные очертания, а вы сами чувствуете азарт и воодушевление. Пусть этот текст вдохновит вас перестать ждать «идеального момента» и предпринять конкретные, осязаемые действия. Вы удивитесь, как часто именно маленький тестовый шаг – вроде размещения одного объявления – в корне меняет отношение к своей идее и даёт толчок к развитию.

## Глава 1. Проверка идеи на жизнеспособность

Проверять идею до того, как вы вложили в неё значительные средства и время, означает одно: вы сразу видите, есть ли у вашего замысла реальная ценность и есть ли люди, которым это действительно нужно. Такой подход избавляет от бессмысленных «мечтаний в стол» и даёт уверенность, что вы идёте в правильном направлении. Самое интересное – на это не придётся тратить много сил: достаточно провести короткий тест. Вы можете удивиться, насколько быстро станет ясно, насколько востребованна ваша задумка. Иногда уже за один вечер вы получаете первые отклики, которые убирают все сомнения. Начинает казаться, что ваше дело «живое» и готово развиваться дальше.

Чтобы понять, стоит ли идея вашего времени, нужно взглянуть на неё глазами будущих клиентов. Представьте людей, которые потенциально будут пользоваться вашим продуктом или услугой. Спросите себя, какую выгоду они получают и чем ваша идея отличается от других. Уникальность может проявляться по-разному: кто-то привлекает необычной концепцией, кто-то берёт ценой и удобством, а кому-то достаточно интересной подачи. Подумайте, какие проблемы вы решаете. Если ваша идея никак не улучшает чью-то жизнь – экономией времени, денег или сил – то вряд ли кто-то согласится платить за неё. Но если вы ощущаете, что в вашем проекте есть реальная польза, сделайте следующий шаг: вынесите его на свет и дайте людям возможность оценить, готовы ли они это приобретать.

Самый быстрый способ получить «сырой» фидбек – создать так называемый MVP, минимально жизнеспособный продукт. Это означает, что вы не строите фабрику и не нанимаете штат сотрудников, а делаете только самую упрощённую версию, достаточную для первых продаж или первых отзывов. Предположим, вы хотите заняться выпечкой особенного хлеба. Вместо того чтобы закупать дорогое оборудование и подписывать аренду на пекарню, можно испечь пару буханок, сфотографировать их и выложить объявление на площадке вроде «Авито» или в местной группе в соцсетях. Укажите цену, сделайте краткое описание и пообещайте доставку. Если люди начнут писать вам, интересоваться или даже оформлять заказы, вы сразу поймёте, что ваш хлеб не просто фантазия, а товар, за который готовы платить. Если же никто не отзовется, вы сэкономите массу сил и сможете либо доработать идею, либо переключиться на что-то другое.

Точно так же поступил Иван, когда хотел разработать фитнес-приложение, подсказывающее утренние упражнения на основе индивидуальных параметров. Он не знал, будет ли это востребовано, и не хотел сразу нанимать программистов. За один вечер он нарисовал несколько экранов приложения на бумаге, сфотографировал их и сделал небольшой пост в соцсети: «Друзья, хочу протестировать прототип фитнес-сервиса, который с утра напоминает вам об упражнениях. Нужны добровольцы, готовые поучаствовать в эксперименте». Уже через сутки у него появилось пять человек, которые захотели посмотреть, как это будет работать, а к концу недели набралось больше десяти. Они уточняли, будет ли приложение учитывать их уровень подготовки, как именно оно собирается анализировать данные сна и не забудет ли напомнить о водном балансе. Именно такие вопросы помогли Ивану понять, над чем ему нужно работать в первую очередь, а что пока можно оставить на потом. Он с удивлением обнаружил, что людям действительно интересна идея, ведь им не хватает простого и понятного фитнес-сервиса с учётом их индивидуальных особенностей.

Чтобы сделать проверку вашей идеи ещё более наглядной, вы можете расспросить потенциальных покупателей, какие функции или характеристики они считают самыми важными. Попросите их оценить, за что бы они с радостью заплатили, а без чего совершенно спокойно обойдутся. Можно уточнить, как они предпочитают взаимодействовать с продуктом: через мобильное приложение, сайт или офлайн-формат. Возможно, кто-то скажет, что ему важно иметь короткие видеоролики, а другой человек отметит, что ему нужна именно пошаговая текстовая инструкция. Всё это поможет вам избежать пустой траты времени и ресурсов. Вы сразу увидите, какие доработки необходимы, и получите «живую» обратную связь.

Важная вещь: когда вы проводите такой тест, вы сами перестаёте гадать и волноваться, а получаете первый осязаемый результат. Он даёт прилив вдохновения и напоминает, что ваши идеи – это не пустая фантазия, а реальный шанс на успех. Иногда бывает достаточно пары сообщений или звонков, чтобы осознать, что вы уже не на старте, а в активном движении вперёд. И даже если вдруг придёт негативная реакция или отсутствие реакций вовсе, вы узнаете, что направление выбрано неудачно, и своевременно скорректируете курс. Это куда лучше, чем потратить кучу денег и усилий, чтобы потом понять, что идея не работает.

Если вы сейчас чувствуете, что давно мечтали о чём-то, но руки не доходили проверить это по-настоящему, сделайте это сегодня. Составьте маленькое объявление или напишите знакомым, создайте опросник на пару вопросов и внимательно слушайте, что люди отвечают. Пусть это будет ваш личный вызов – подтвердить или опровергнуть свою гипотезу прежде, чем вы ввяжетесь во что-то более сложное. Это избавит вас от долгих раздумий и моментально покажет, есть ли у вашей задумки будущее. Как только вы увидите первые живые результаты, почувствуете, что больше не топчетесь на месте, а действительно делаете что-то важное. И это вдохновение – лучшее топливо, чтобы продолжать путь.

## **Глава 2. Психология страха: почему страшно делать первый шаг**

Страх перед чем-то новым – совершенно естественная реакция, а не свидетельство вашей личной несостоятельности. Мы часто путаем это чувство с «ленью» или «неумением действовать», хотя на самом деле организм просто сигнализирует: «Ты вступаешь на незнакомую территорию, будь осторожен». Важно понять, что подобная тревога не означает, будто вы недостаточно талантливы или упорны. Это всего лишь инстинкт самосохранения, который можно научиться «переключать», превращая страх в шаг к развитию. В этой главе вы узнаете, как вовремя замечать внутреннего критика и что конкретно предпринять, чтобы он не остановил вас ещё до старта.

## **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.