

18+

РОМАН ФРОСТ

СВОЕ ДЕЛО

ОТ ИДЕИ ДО ПЕРВЫХ ДЕНЕГ



Роман Фрост
Свое дело: от идеи до первых
денег. Практическое
руководство по запуску
бизнеса без иллюзий —
от идеи до первых денег

<https://litres.ru/74151532>

ISBN 9785007011501

Аннотация

Эта книга — честный и понятный гид по созданию своего дела с нуля. Без «успешного успеха» и сложной теории: только реальный опыт, ошибки и рабочие шаги. Автор проводит читателя через весь путь — от поиска идеи и первых сомнений до запуска, роста и масштабирования, помогая не слиться на старте и сохранить себя в процессе.

Содержание

От автора	5
Введение	8
Часть 1: Фундамент. От Мысли к Решению	12
Глава 1. Кто ты, предприниматель?	12
Психология предпринимателя: страхи, мотивация и ответственность	12
Мифы о «легких деньгах» и «крутых стартапах»	19
Готов ли я к своему делу? Честный разговор с самим собой	26
Что такое предпринимательство на самом деле (как образ жизни)	34
Психологический настрой — как не выгореть	39
Глава 2: Поиск и анализ идеи	48
Откуда берутся идеи? Методы поиска	48
Анализ идеи: как проверить жизнеспособность задумки	57
Правило трех фильтров: интересно/могу/ нужно людям	65
Как отличить гениальную идею от провальной на берегу	75
Конец ознакомительного фрагмента.	79

**Свое дело: от идеи
до первых денег
Практическое руководство
по запуску бизнеса
без иллюзий — от
идеи до первых денег**

Роман Фрост

© Роман Фрост, 2026

ISBN 978-5-0070-1150-1

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Пошаговый учебник для тех, кто решается открыть

Свое дело

От автора

Если вы держите эту книгу в руках, значит, мысль о своем деле уже засела где-то под ложечкой и не отпускает. Поздравляю: это тот самый зуд, с которого начинается большое путешествие. И одновременно — тот самый страх, который останавливает людей на полпути.

Я не профессор экономики и не владелец миллиардной корпорации. Я такой же, как вы, человек, который когда-то сидел на кухне, пил остывший чай и рисовал на салфетке первые схемы будущего бизнеса. Были взлеты, были падения, и падений, честно говоря, больше. Но именно они научили меня главному: бизнес — это не про гениальные идеи и не про связи. Это про умение вставать по утрам и делать то, что другие откладывают на завтра.

Путь предпринимателя похож на американские горки. Сегодня ты на взлете, завтра в тоннеле, и непонятно, есть ли у поезда тормоза. Но одно я знаю точно: сойти с этих горок живым и довольным можно. Более того — можно научиться получать от этой поездки удовольствие.

Эту книгу я писал для себя двадцатилетнего. Того, кто боялся сделать первый шаг, кто думал: «надо еще подкопиться», «рынок уже занят», «у меня нет опыта». Я хочу дать вам ту опору, которой не хватало мне: спокойное понимание, что свое дело — это просто последовательность шагов. Страш-

ных, неизвестных, но выполнимых.

Здесь не будет заумных формул и скучных таблиц, от которых хочется зевать. Не будет «домашних заданий», которые никто никогда не делает. И уж точно не будет сказок про легкие деньги — если вы за этим, закройте книгу и положите обратно на полку.

Будет честный разговор про бизнес в российских реалиях. Со всеми нашими налогами, проверками, кризисами и внезапными «а давай по-дружески, без договора». Будет живая логика, понятные примеры и те самые мелочи, о которых обычно забывают сказать на курсах «Как стать миллионером за месяц».

Мы пройдем полный путь:

— От первой лихорадочной идеи и выбора ниши

— До момента, когда бизнес начинает работать на вас, а не вы на него

— И да, до масштабирования и франшизы — если вы вообще захотите расти

Говорят, что бизнес — это просто способ заработать деньги. Я так не думаю. Иначе все предприниматели давно бы сидели на пляжах и пили коктейли. Но они почему-то снова и снова ввязываются в авантюры, запускают проекты, мучаются с людьми и ищут идеи.

Предпринимательство — это способ жить. Это про свободу распоряжаться своим временем, про ответственность за других людей, про возможность создать что-то, что останет-

ся после тебя. И да, про деньги. Без них никуда.

Моя цель проста: чтобы закрыв последнюю страницу, вы не просто захотели попробовать, а четко понимали, что делать завтра утром. С чего начать. Кому позвонить. Что посчитать. И главное — как не сойти с ума на этом пути.

Страшно будет, но это нормально.

Введение

Почему я написал эту книгу и зачем она вам

Каждый день в России открываются тысячи новых бизнесов. Кафе, автомастерские, швейные цеха, онлайн-школы, магазины на маркетплейсах, студии красоты, IT-стартапы. Красивые вывески, горящие глаза, надежды.

Статистика знаете какая? Примерно 90% закрываются в первый год. А из тех, кто выжил, половина закрывается в течение следующих трех лет. Цифры страшные, но я рассказываю их не чтобы напугать. А чтобы снять розовые очки сразу.

Почему они закрываются? Не потому что идеи были плохие. И не потому что денег не хватило (хотя и это тоже). А потому что люди просто **не знали**, как это делать. По шагам. По-русски. С учетом наших реалий.

В институтах учат макроэкономике, маркетинговым стратегиям и построению графиков спроса. Но нигде не учат, как выбрать нормального бухгалтера, чтобы не посадили на налагах. Как договориться с арендодателем, чтобы не вылетел через месяц. Как нанять первого сотрудника и не ошибиться. Как не сгореть самому в первые полгода.

Этому учат только опыт. Свой или чужой. Я предлагаю вам чужой. Чтобы своих шишек было чуть меньше.

О чем эта книга на самом деле

Эта книга — не учебник по экономике. Не магистерская

диссертация. И уж точно не сборник вдохновляющих цитат, которые хороши только для постов в соцсетях.

Это пошаговая инструкция. Чисто практическая.

Мы не будем долго раскачиваться. Не будем углубляться в теории, которые вам никогда не пригодятся. Мы будем двигаться по живому пути предпринимателя:

— **Сначала** вы просыпаетесь с идеей.

— **Потом** проверяете, нужна ли она кому-то вообще.

— **Потом** считаете деньги: свои, чужие, заемные.

— **Потом** регистрируетесь, ищете помещение, нанимаете людей.

— **Потом** начинаете продавать, ошибаться, исправлять.

— **И только потом** думаете, как это все масштабировать, чтобы не работать по 25 часов в сутки.

Именно в таком порядке мы и построили книгу. Часть за частью. Глава за главой.

Для кого эта книга

Если честно, я писал ее для двух типов людей.

Первый тип — те, кто только смотрит в сторону своего дела. Сидит на работе, тоскует, боится уволиться, листает каналы про бизнес и думает: «Вот у них получилось, а у меня?». Эта книга — ваш первый шаг. Без риска. Без увольнение. Просто прочитать и понять: готовы вы к этому или нет.

Второй тип — те, кто уже начал. Уже открыл ИП, уже сделал первый заказ, уже наступил на первые грабли. И теперь лихорадочно ищет ответы: «А что дальше? А как пра-

вильно? А почему у меня не растет?». Друзья, эта книга для вас — скорая помощь и настольное руководство.

Как устроена эта книга

Мы разбили путь предпринимателя на шесть больших частей:

Часть 1. Фундамент. Здесь мы разбираемся с головой. С идеями. С нишей. С тем, готовы ли вы вообще к этому психологически и финансово.

Часть 2. Легализация и планирование. Самая скучная, но самая важная часть. Деньги, налоги, бизнес-план, поиск средств. Без этого никуда, простите.

Часть 3. Запуск. Первые шаги, первые клиенты, первые ошибки. Помещение, логотип, поставщики, первый персонал.

Часть 4. Операционка. Как не утонуть в текучке. Бухгалтерия, транспорт, финансы, управление людьми. Тут мы строим систему.

Часть 5. Рост и масштабирование. Для тех, кто выжил и хочет больше. Маркетинг, акции, франшиза, выход на новый уровень.

Часть 6. Законы выживания. Ошибки, кризисы, проверки. То, о чем обычно молчат, но что случается с каждым.

Внутри глав мы будем касаться разных видов бизнеса: услуги, товары, производство. Потому что открыть кофейню и открыть автомастерскую — задачи разные, но общие принципы у них одни.

Чего в этой книге НЕ будет

Чтобы вы сразу понимали, на что подписываетесь:

— **Не будет воды.** Только то, что реально работает. И то, что реально валится. Потому что об ошибках говорить не менее важно, чем об успехах.

— **Не будет советов «станьте миллионером за три дня».** Здесь про тяжелую работу, про дисциплину и про свободу, которая приходит, когда ты сам себе хозяин.

Напоследок

Знаете, что самое сложное в предпринимательстве? Не найти деньги. Не нанять людей. Даже не выдержать конкуренцию.

Самое сложное — **не сойти с дистанции.** Когда опускаются руки, когда кажется, что ничего не получается, когда все вокруг говорят «я же предупреждал». В этот момент большинство сдается.

Я написал эту книгу, чтобы у вас был ориентир. Чтобы в моменты сомнений вы могли открыть нужную главу и сказать: «А, ну да, это нормально, так бывает. Вот что делать дальше».

Давайте начнем это путешествие. Обещаю, будет интересно.

Часть 1: Фундамент. От Мысли к Решению

Глава 1. Кто ты, предприниматель?

Психология предпринимателя: страхи, мотивация и ответственность

С чего всё начинается

Знаете, какой самый частый вопрос мне задают на встречах с начинающими?

Не «где взять деньги» и не «какую нишу выбрать».

Самый частый вопрос: **«А как ты решился?»**

Люди почему-то думают, что предприниматели — это особая порода людей, у которых нет страха. Что мы просыпаемся по утрам бодрыми, смотрим на мир горящими глазами и вообще не знаем сомнений.

Ну что вам сказать... Если вы тоже так думаете, давайте сразу расставим точки над ё.

Страх есть у всех.

Я боялся, когда увольнялся с последней работы. Боялся, когда брал первый кредит. Боялся, когда нанимал первого

сотрудника. Боялся, когда в первый раз не смог выплатить зарплату. И знаете что? До сих пор боюсь. Просто теперь я научился с этим жить.

Предприниматель — это не тот, кто не боится. Это тот, кто боится, но делает.

Портрет предпринимателя: три главных качества

За годы общения с разными бизнесменами — от девчонок, шьющих игрушки на дому, до владельцев заводов — я вывел для себя три качества, которые объединяют всех, кто выжил в этом деле.

Качество первое: Терпимость к неопределенности

Обычные люди любят стабильность. Чтобы завтра было понятно, послезавтра тоже, и через год примерно так же.

У предпринимателей иначе. Мы просыпаемся и не знаем, что будет через месяц. Придет ли клиент, заплатит ли партнер, не грянет ли очередной кризис, не поменяются ли правила игры. Это состояние «подвешенности» — наша норма.

Если вам нужно, чтобы всё было понятно и расписано — бизнес, скорее всего, не ваше. Или придется учиться жить в тумане.

Качество второе: Ответственность без границ

Когда вы работаете по найму, у вас есть должностная инструкция. Вы сделали свое — и до свидания. Остальное — проблемы начальника.

В своем деле начальник — вы. И отвечаете вы за всё.

За то, что поставщик подвел. За то, что сотрудник нако-

саячил. За то, что налоговая пришла. За то, что клиент ушел недовольный. За то, что денег нет. И за то, что они есть, и их надо правильно потратить.

Эта ответственность давит. Иногда физически. Особенно по ночам. Но она же и дает ту самую свободу, ради которой всё затевается.

Качество третье: Умение делать, а не рассуждать

В бизнесе полно людей, которые умеют красиво рассуждать. Проводить анализ, строить стратегии, предсказывать тренды.

Проблема в том, что за красивые рассуждения клиенты не платят. Они платят за результат.

Поэтому предприниматель — это человек действия. Да, иногда ошибочного. Да, иногда необдуманного. Но действия. Синдром «паралича анализа» — главный убийца стартапов. Пока вы думаете, считаете, сомневаетесь и перепроверяете — кто-то другой уже взял ваших клиентов и работает.

Три главных страха начинающих

Давайте честно пройдемся по тому, что реально пугает. Не абстрактное «боюсь прогореть», а конкретика.

Страх первый: «А вдруг не получится?»

Этот страх маскируется под здравый смысл. Он шепчет: «Рынок занят, денег мало, опыта нет, время плохое, да и вообще — кто ты такой, чтобы начинать?».

Знаете, что смешно? У тех, у кого получилось, на старте было ровно то же самое. Те же сомнения. Те же проблемы. Просто они сделали шаг.

Не получится — это вариант нормы. Бизнес — это игра, в которой выигрывают не все. Но если не попробовать, не получится гарантированно. С вероятностью 100%.

Страх второй: «А вдруг потеряю деньги?»

Деньги — это больно. Особенно свои. Особенно последнее. Особенно взятые в долг.

Потерять деньги реально страшно. Но давайте посмотрим правде в глаза: в современном мире потерять всё и умереть под мостом — надо очень постараться. Максимум, что вам грозит — вернуться в найм и год отдавать долги. Неприятно, но не смертельно.

Умные предприниматели отличаются от дураков тем, что рискуют ровно настолько, чтобы это не убило их окончательно. Не вкладывают последнее. Не ставят на кон квартиру. Оставляют себе подушку.

Это не трусость. Это профессионализм.

Страх третий: «А вдруг не справлюсь?»

Этот страх самый коварный. Потому что он бьет по самооценке. Вдруг я недостаточно умный? Вдруг не хватит сил? Вдруг я просто не создан для этого?

Спойлер: на старте никто не справляется. Все мечутся, ошибаются, плачут в подушку (да, мужики тоже, просто не признаются). Справляться начинаешь потом. Методом проб,

ошибок и шишек.

Компетенции приходят в процессе. Никто не рождается с навыками ведения переговоров или знаниями налогового кодекса. Всему учатся. И вы научитесь.

Мотивация: на чем держаться, когда всё валится

Мотивация — штука непостоянная. Сегодня она есть, завтра ее нет. Полагаться на нее как на основной двигатель — самоубийство.

Поэтому у предпринимателей обычно работает другая схема.

Дисциплина важнее мотивации.

Мотивация приводит вас в спортзал 1 января. Дисциплина заставляет ходить туда в феврале, когда холодно, темно и ничего не хочется.

В бизнесе то же самое. Есть дни, когда вы готовы свернуть горы. А есть дни, когда хочется залезть под одеяло и не вылезать оттуда неделю. Вот в эти дни и проверяется, кто есть кто.

Что помогает, когда мотивация на нуле?

Первое: Понимание «зачем». Не абстрактное «хочу много денег», а конкретное. Купить квартиру маме. Отправить детей в хорошую школу. Доказать себе, что могу. Вылезти из долгов. Когда есть личное, глубокое «зачем» — оно держит крепче любого тренера.

Второе: Окружение. Если вокруг одни сомневающие-

ся, которые твердят «брось это дело, иди на нормальную работу» — вы сдадитесь. Ищите своих. Тех, кто тоже в теме. Тех, кто не будет смеяться над вашими идеями. Сообщество предпринимателей — это не тусовка, это группа взаимного выживания.

Третье: Привычка к маленьким шагам. Когда глобальная задача давит и кажется невыполнимой, разбейте ее на микродействия. Сегодня сделать один звонок. Завтра написать один пост. Послезавтра посчитать одну цифру. Движение — даже самое маленькое — рождает энергию. Стояние на месте рождает апатию.

Ответственность: главный груз и главный подарок

Знаете, чем предпринимательство отличается от работы по найму самым кардинальным?

Там вы винтик. Здесь вы создатель.

В найме можно сказать: «я сделал свою работу, а остальное не моя проблема». Можно поругать начальника-дурака. Можно обвинить кризис, правительство, конкурентов.

В своем деле обвинять некого. Кроме себя.

Это тяжело. Психика устроена так, что ищет виноватых на стороне — так легче. Но в бизнесе эта ловушка убивает. Как только вы начинаете искать виноватых, вы перестаете искать решения.

Ответственность — это когда вы принимаете, что всё происходящее в вашем бизнесе — результат ваших решений.

Плохой сотрудник? Это я его нанял и плохо обучил. Ушел клиент? Это я не дал ему причин остаться. Нет денег? Это я плохо посчитал или плохо продавал.

Звучит жестко. Но именно в этом — сила.

Потому что если причина в вас, значит, вы можете всё исправить. Сменить сотрудника. Изменить сервис. Пересчитать финансы. Научиться продавать.

Ответственность дает власть. Власть над своей жизнью. И это, пожалуй, главное, ради чего стоит терпеть все страхи, сомнения и бессонные ночи.

Коротко главное

Если вы сейчас читаете это и узнаете себя — отлично. Значит, вы нормальный.

Вы боитесь — и это нормально.

Вы сомневаетесь — и это нормально.

Вы не уверены, что справитесь — и это нормально.

Ненормально — ничего не делать из-за этого.

Предпринимателями не рождаются. Предпринимателями становятся. В процессе. Через страх, ошибки, долги и победы. Через усталость и отчаяние. Через минуты, когда хочется всё бросить.

И через моменты, когда понимаешь: это лучшее, что со мной случилось.

Готовы? Тогда идем дальше.

Мифы о «легких деньгах» и «крутых стартапах»

Почему мы вообще верим в сказки

Есть такой анекдот.

Встречаются два друга. Один спрашивает:

— Как дела в бизнесе?

— Да нормально. Утром просыпаюсь, кофе пью, потом ланч в ресторане, потом встречи, вечером в зал, потом с друзьями в бар.

— Слушай, круто! А чем занимаешься-то?

— Да ничем. Просто рассказываю, как хотел бы, чтобы было. А на самом деле я с семи утра в офисе, разношу долги, улаживаю конфликты и сплю по четыре часа.

Мы смеемся, но в глубине души каждый хочет верить: а вдруг у кого-то по-другому? Вдруг есть те, кто реально зарабатывает миллионы, ничего не делая? Вдруг существуют секретные схемы, о которых нам просто не рассказывают?

Индустрия «легких денег» построена именно на этой надежде. Курсы «как заработать первый миллион за месяц», истории про успешный успех, фотки в соц. сетях с яхтами — всё это кормится нашей верой в чудо.

Давайте спокойно и честно разберем главные мифы. Чтобы не питать иллюзий. И чтобы, когда вам в очередной раз

предложат «волшебную таблетку», вы просто улыбнулись и прошли мимо.

Миф 1. Достаточно найти крутую идею — и деньги потекут рекой

Самый живучий миф.

Нам кажется, что где-то ходит гениальная идея, которая еще никем не занята. Стоит до нее додуматься — и всё, ты король. Останется только сидеть и подсчитывать прибыль.

Реальность жестокая: **гениальные идеи ничего не стоят.**

У меня в столе лежит папка с двадцатью бизнес-идеями десятилетней давности. Если бы я тогда их реализовал, сейчас был бы миллиардером. Звучит знакомо? У каждого есть такая папка.

Но вот в чем подвох: идея — это только 1% успеха. Остальные 99% — это грязная, нудная, ежедневная работа по ее реализации.

Идти к клиентам, когда они посылают. Переделывать продукт, когда кажется, что всё уже готово. Искать деньги, когда карманы пусты. Улаживать конфликты, когда хочется всех послать. Вставать по утрам, когда нет сил.

Идея без реализации — просто красивая мысль. Реализация без гениальной идеи — это называется «обычный бизнес», и на нем зарабатывают миллионы людей по всему миру.

Пример. Знаете, кто зарабатывает больше всех на доставке еды? Не создатели концепции «еда на дом». Они, кстати, давно прогорели. Зарабатывают обычные столовые и кафе, которые просто подключились к агрегаторам и делают свое дело. Без гениальности. Зато с дисциплиной.

Миф 2. Бизнес — это свобода и независимость

О, это любимое. «Хочу работать на себя, чтобы ни от кого не зависеть».

Давайте сразу договоримся: **в бизнесе вы зависите от всех.**

От клиентов

От сотрудников

От поставщиков

От арендодателя

От государства

В найме вы зависите от одного начальника. В бизнесе вы зависите от сотен людей. И каждый из них может в любой момент сделать вам больно.

Свобода выглядит иначе. Это не свобода ОТ зависимости. Это свобода ВЫБИРАТЬ, от кого зависеть. Сегодня я работаю с этими клиентами, завтра — с теми. Сегодня у меня такие поставщики, завтра — другие. Но без зависимости не бывает. Это иллюзия.

Реальный бизнес — это не про «ничего не делать и получать деньги». Это про «делать столько, что в найме вы бы

уволились через неделю, но получать за это в разы больше и кайфовать от процесса».

Миф 3. Чтобы начать, нужно много денег

Классика: «Вот если бы у меня был миллион, я бы открыл...» Не открыли бы.

Деньги, конечно, нужны. Но их количество редко определяет успех. Историй, когда люди начинали с нуля и вырастали в крупные сети, — вагон и маленькая тележка. И точно больше, чем историй про наследство, которое спустили за год.

Что на самом деле нужно для старта:

- Голова на плечах (бесплатно)
- Желание пахать (тоже бесплатно)
- Умение договариваться (нарабатывается)
- Первые клиенты (ищутся)

Деньги решают проблемы быстрее. Но они не решают главную проблему: отсутствие мозгов и рук.

Я знаю предпринимателя, который открыл производство мебели с тремя кредитками и старой «Газелью». Знаю девушку, которая запустила бренд одежды, сшив первую партию на швейной машинке бабушки. Знаю парня, который начал строить дома, просто договорившись с бригадой, что заплатит после первого объекта.

Деньги — это ресурс. Но не главный. Главный ресурс — вы сами.

Миф 4. В стартапах работают молодые и дерзкие, а после 40 начинать поздно

Самый обидный миф для тех, кому «уже не 20».

Давайте просто переберем: Сэм Уолтон открыл первый Walmart в 44 года. Рэй Крок купил McDonald's в 52. А знаменитый полковник Сандерс начал франшизу KFC в 65 лет, получив чек на социальное обеспечение.

В российских реалиях то же самое. Половина успешных предпринимателей, которых я знаю, начинали после 30, 40, а то и 50. Почему? Потому что к этому возрасту есть опыт, понимание жизни, связи и, главное, адекватная оценка рисков.

Молодые стартапы красиво горят. Возрастные бизнесы медленно, но верно растут.

Если вам кажется, что вы «опоздали», — выкиньте эту мысль. Рынку плевать на ваш возраст. Ему важно, решаете вы проблему клиента или нет.

Миф 5. Если бизнес прогорел, ты неудачник

Это, пожалуй, самый токсичный миф в нашей культуре.

В Америке неудавшийся стартап — это повод для уважения. Значит, человек пробовал, рисковал, набирался опыта. Инвесторы охотнее вкладывают в тех, кто уже горел, — потому что эти люди хотя бы знают, где подстелить соломку.

У нас по-другому. «Я же говорил», «а чем ты думал», «надо было на нормальную работу идти». Общество любит до-

бывать лежачих.

Давайте договоримся сразу: **банкротство — это не приговор, это этап.**

Почти у каждого крупного предпринимателя за плечами не один провал. Дональд Трамп банкротился четыре раза. Генри Форд прогорел с двумя компаниями, прежде чем создать Ford. У нас тоже таких историй полно — просто их не принято рассказывать.

Если ваш бизнес закрылся, вы не стали хуже. Вы стали опытнее. Вы теперь знаете то, чего не знают новички. И следующий запуск будет уже совсем другим.

Единственный настоящий неудачник — тот, кто после провала лег на диван и больше никогда не пробовал.

Миф 6. Есть какая-то тайная формула успеха

Если бы она существовала, все давно были бы миллионерами.

Нет никакой формулы. Нет секретного знания, которое открывают на закрытых тренингах за миллион. Нет гуру, который скажет три заветных слова, и бизнес пойдёт.

Есть скучная правда: **успех — это сложение сотен маленьких правильных действий.**

Вовремя встать. Сделать звонки. Посчитать цифры. Выслушать клиента. Принять удар. Не сдаться. Снова встать. Повторить.

Ничего секретного. Просто работа.

Да, есть нюансы, фишки, лайфхаки. В каждой нише свои. Но они не заменяют базу. Нельзя выиграть в покер, зная только блеф, но не умея считать карты.

Что на самом деле работает

Если отбросить всю шелуху, останется простой рецепт. Он не мной придуман, но проверен тысячами людей.

Шаг 1. Найдите проблему, которую люди готовы решать за деньги.

Шаг 2. Придумайте, как вы можете решить ее лучше других.

Шаг 3. Сделайте это руками, головой и нервами.

Шаг 4. Получите деньги.

Шаг 5. Повторите.

Всё. Никакой магии.

Бизнес — это не казино, где можно сорвать джекпот. Это скорее огород: нужно вскопать, посадить, поливать, полоть, бороться с вредителями. И только потом собрать урожай.

Можно, конечно, попробовать вырастить что-то без труда. Но тогда это будут сорняки. Или вообще ничего не вырастет.

Коротко главное

Если вы дочитали до этого места и не закрыли книгу со словами «фу, как всё сложно», — вы уже прошли первичный отбор.

В бизнесе нет легких денег.

Нет секретных формул.

Нет идеального возраста.

Нет гарантий.

Есть только вы и ваше желание делать. Ошибаться, исправлять, снова делать. Каждый день. Без выходных и отпусков (первые годы точно).

Но есть и другая сторона. Та самая, ради которой всё это затевается.

Чувство, когда ты сам принимаешь решения.

Гордость, когда клиенты говорят спасибо.

Свобода просыпаться не по будильнику (пусть и работать потом до ночи).

Деньги, которые зависят только от тебя.

Если вы готовы платить эту цену — добро пожаловать в реальность.

Готов ли я к своему делу?

Честный разговор с самим собой

Вместо теста — зеркало

Знаете, чем плохи все классические тесты в книгах и журналах? Они врут.

«Если вы ответили „да“ на 10 вопросов из 12 — вы прирожденный предприниматель!» Чушь. Никакой тест не предскажет, готовы вы или нет. Потому что готовность — это не сумма баллов. Это состояние.

Поэтому вместо теста я предлагаю другое. Давайте просто посидим и честно спросим себя. Без оценок, без ярлыков «готов — не готов». Просто посмотрим правде в глаза.

Возьмите ручку и бумагу. Или просто отложите книгу и подумайте. Только честно. Никто не узнает, никто не поставит двойку.

Вопрос 1. Зачем вам это на самом деле?

Это самый главный вопрос. Если вы ответите на него неправильно, бизнес развалится при первом же кризисе.

«Хочу много денег» — не подходит. Деньги — это не цель, это средство. И, кстати, в первые год-два денег у вас будет меньше, чем в хорошем найме. Если вы идете только за деньгами — разочаруетесь быстро.

«Хочу свободы» — тоже мимо. Как мы уже говорили, в бизнесе вы зависите от всех. Свобода приходит позже, и совсем не такая, как вы представляли.

«Хочу доказать себе/маме/бывшей» — уже теплее. Это эмоция, а эмоции держат крепко. Но они сгорают, когда приходит усталость.

Работает обычно что-то более глубокое. Например:

— «Не могу больше работать на дядю, чувствую, что перерос»

— «Хочу построить что-то своё, что останется после меня»

— «Вижу проблему, которую могу решить, и не могу

пройти мимо»

— «Хочу, чтобы мои дети гордились»

Это называется «внутренний двигатель». Он не обязан быть красивым. Он обязан быть настоящим.

Попробуйте сформулировать. Не торопитесь. Покопайтесь. Если на дне окажется пусто — может, и правда не время?

Вопрос 2. Что вы готовы потерять?

Об этом думают единицы. Все представляют только победу. А надо честно спросить:

— Готовы ли вы потерять деньги, которые вложите?

— Готовы ли вы остаться без стабильной зарплаты на год-два?

— Готовы ли вы к тому, что отношения с близкими могут испортиться (потому что вы постоянно в стрессе и мало дома)?

— Готовы ли вы к тому, что придется продать машину или занять у друзей?

— Готовы ли вы к насмешкам: «я же говорил», «а мы предупреждали»?

Звучит жестко. Но если вы мысленно проживете потерю всего этого и поймете, что не умрете, — значит, риски адекватны.

Предприниматель отличается от самоубийцы тем, что рискует ровно настолько, чтобы потом можно было встать и

пойти дальше.

Вопрос 3. Умеете ли вы продавать?

Многие морщатся от этого слова. «Я не продажник, я технарь/творец/профессионал». Забудьте.

В своем деле продаете **вы**. Всегда. Даже если потом наймете отдел продаж.

Продавать — это не значит впаривать и навязываться. Продавать — это уметь объяснить человеку, почему ваш продукт решит его проблему. Это диалог. Это эмпатия. Это умение слушать и слышать.

Если при слове «продажи» вас трясет — учитесь. Или не начинайте.

Вопрос 4. Как вы относитесь к деньгам?

Странный вопрос? А давайте разберем.

Есть люди, для которых деньги — это грязь. Или «не главное». Или «стыдно просить». Если это про вас — в бизнесе будет тяжело.

Бизнес — это про то, что вы создаете ценность и получаете за нее деньги. Если вы стесняетесь брать деньги, если вам неудобно называть цену, если вы готовы работать бесплатно, лишь бы клиент не подумал плохо — вы сгорите.

Деньги в бизнесе — это топливо. Это не цель и не зло. Это ресурс. Чем больше денег вы заработаете, тем больше людей сможете нанять, больше клиентов охватить, больше пользы

принести.

Если у вас в голове тараканы про деньги — лечите их до старта.

Вопрос 5. Как вы справляетесь с неудачами?

Вспомните последний раз, когда у вас что-то пошло не так. Сильно не так. Провал на работе, расставание, крупная ссора.

Что вы делали?

— Впадали в депрессию и неделю лежали лицом в стену?

— Искали виноватых и злились на весь мир?

— Или через пару дней выдохнули и начали искать выход?

В бизнесе неудачи будут каждый день. Маленькие и большие. Клиент ушел, сотрудник нахамил, поставщик подвел, деньги кончились, налоговая пришла.

Если одно такое событие выбивает вас из колеи на неделю — бизнес вас сожрет. Нужна психика, которая восстанавливается быстро. Желательно за ночь.

Вопрос 6. Есть ли у вас подушка?

Подушка безопасности — это деньги, на которые вы будете жить, пока бизнес не начнет кормить.

Считается нормальным иметь запас на 6—12 месяцев жизни. Еда, квартира, связь, одежда, лекарства. Всё, к чему вы привыкли.

Если у вас нет таких запасов, старт будет адским. Потому что каждый день без прибыли — это паника. А в панике принимают идиотские решения.

Идеально: есть работа (можно на полставки, можно фриланс), которая кормит, и свободное время на бизнес. Так называемый «старт без увольнения». Медленнее, но безопаснее.

Вопрос 7. Поддерживают ли вас близкие?

Это критично важный вопрос, который часто недооценивают.

Если муж/жена/родители не верят в вас и каждый день говорят: «займись нормальным делом», «когда уже найдешь работу», «сколько можно висеть на шее» — вы, скорее всего, сломаетесь.

Человеку нужна поддержка. Особенно когда всё валится из рук.

Если близкие не поддерживают, но вы всё равно решаетесь — придется построить внутри себя броню. И быть готовым к тому, что отношения могут испортиться.

Вопрос 8. Есть ли у вас опыт работы в той сфере, куда идете?

Идти в ресторанный бизнес, никогда не работав в общепите, — самоубийство. Открывать стройку, не понимая разницы между плиткой и ламинатом, — верный способ поте-

рять деньги.

Лучший бизнес вырастает из профессии. Повар открывает кафе. Строитель — строительную компанию. Парикмахер — салон. Продажник — агентство.

Исключения бывают. Но это исключения.

Вопрос 9. Умеете ли вы учиться?

В бизнесе каждый день новая вводная. Вчера работала реклама — сегодня нет. Вчера был хороший поставщик — сегодня подвел. Вчера клиенты были довольны — сегодня пришел сложный.

Если вы не умеете быстро впитывать новое, спрашивать, читать, гуглить, советоваться — вы отстанете.

Главный навык предпринимателя — это навык быстро учиться и быстро адаптироваться.

Вопрос 10. Что вы будете делать, если через год ничего не получится?

Честно. Представьте: прошел год. Вы вложили силы, деньги, нервы. А результата нет. Бизнес еле дышит или закрылся.

У вас есть план Б?

— Вернетесь в найм?

— Пойдете в другую нишу?

— Возьмете паузу и выдохнете?

Если вы мысленно можете прожить этот сценарий и не рассыпаться, — значит, вы готовы к риску.

Послесловие к «тесту»

Знаете, что я заметил? Те, кто реально готов к бизнесу, редко проходят такие опросники с чистой совестью. У них всегда есть сомнения. Всегда есть страхи. Всегда есть «да, но...»

А те, кто отвечает на все вопросы бодрым «да» и рвется в бой, — часто сгорают первыми. Потому что не видят рисков. Не готовятся к плохому. Не знают своих слабых мест.

Если после этих вопросов у вас голова кругом и хочется залезть под одеяло — это нормально. Это значит, вы поняли масштаб.

Если вы всё еще хотите — тоже нормально. Значит, ваше «зачем» сильнее страхов.

Коротко главное

Никто не готов на 100%. Идеального момента не существует. Все начинают с сомнениями, страхами и кучей проблем.

Главное — чтобы у вас было:

- **Четкое «зачем»** (не про деньги)
- **Подушка безопасности** (хоть какая-то)
- **Поддержка близких** (или броня вместо нее)
- **Готовность учиться и ошибаться**

Если это есть — остальное приложится.

Что такое предпринимательство на самом деле (как образ жизни)

День первый: эйфория

Представьте свое первое утро после увольнения?

Будильник не зазвенел. Вы проснулись сами, когда выпались. На улице солнце, в чашке кофе, впереди целый день, который принадлежит только вам. Ни начальника, ни планерок, ни дурацких отчетов. Свобода.

Примерно так выглядит первый день в бизнесе. И второй. И дальше, первая неделя.

А потом приходит понедельник, в который нужно вставать, даже если не выспался. Потому что клиенты ждут. Потому что договоренности. Потому что если сегодня не сделать, завтра будет завал.

Предпринимательство — это единственная работа, где вы сами себе начальник. Но это значит, что самый строгий начальник, который у вас когда-либо был, — это теперь вы сами.

Образ жизни 1: Границы стираются

В найме у вас есть четкое «с 9 до 18» и «после работы я отдыхаю». Да, бывают переработки, но в целом границы понятны.

В бизнесе этих границ нет.

Вы можете проверять рабочую почту в 11 вечера. Можете думать над решением проблемы в душе. Можете проснуться в 3 ночи с гениальной идеей и не уснуть до утра. Можете отвечать клиентам в выходной — потому что боитесь, что иначе они уйдут к конкурентам.

Звучит как катастрофа? Для кого-то так и есть.

Но есть и другая сторона. Вы можете среди рабочего дня уйти в зал на час. Можете поехать с ребенком к врачу, не отпрашиваясь. Можете работать из любой точки мира, где есть интернет.

Границы стираются, но вместе с ними стирается и разделение на «работу» и «жизнь». Это просто **одна жизнь**, в которой есть место и делам, и отдыху, и семье, и бизнесу. Иногда они перемешиваются в странных пропорциях.

Образ жизни 2: Ты всегда в деле

Помните, как раньше: пришел с работы, выключил голову, отдыхаешь.

Теперь голова не выключается никогда.

Вы идете по улице и смотрите на вывески — считаете, сколько клиентов проходит мимо этого магазина. Заходите в кафе и оцениваете сервис — как встречают, как подают, что можно было бы сделать лучше. Смотрите рекламу в лифте и прикидываете бюджет. Общаетесь с друзьями и ловите себя на мысли: «А ведь ему нужна моя услуга».

Предприниматель — это не профессия. Это образ мыш-

ления. Вы начинаете видеть возможности там, где обычные люди видят просто жизнь.

Это утомляет? Еще как. Но через пару лет вы уже не сможете иначе. Просто потому, что мозг перестроился.

Образ жизни 3: Одиночество на вершине

В найме у вас есть коллеги. Своя тусовка, с кем можно обсудить начальника, поплакаться в жилетку, посмеяться над дурацкими приказами.

В бизнесе вы — главный.

С сотрудниками нельзя быть до конца откровенным. Им не расскажешь, что денег почти нет и вы не знаете, как платить зарплату в следующем месяце. Им не пожалуешься, что клиент достал и сил нет. Им не скажешь, что вы сами не уверены, куда двигаться дальше.

С семьей тоже сложно. Близкие хотят видеть вас сильным и успешным. Им не всегда можно рассказать, как страшно и как хочется всё бросить.

Поэтому у предпринимателей часто появляется своя «тусовка» — такие же безумцы, которые тоже варятся в этом котле. Встречи с ними — это групповая терапия. Только такие же, как вы, поймут, почему вы плачете от того, что пришел крупный заказ, и одновременно боитесь, что не потянете.

Образ жизни 4: Эмоциональные качели

Сегодня вы король мира. Клиент заплатил, сотрудники молодцы, всё работает. Завтра всё рухнуло. Ключевой сотрудник уволился, поставщик подвел, клиент ушел к конкуренту.

И так — постоянно.

Психика предпринимателя — это вечные американские горки. Привыкнуть невозможно. Можно только научиться не убиваться в минусе и не расслабляться в плюсе.

Золотое правило: никогда не верьте своим фанатам и никогда не слушайте своих врагов. И те и другие заставят вас сойти с ума. Держитесь середины.

Образ жизни 5: Деньги то есть, то нет

В найме вы знаете: 5-го числа придет аванс, 20-го — зарплата. Предсказуемо, стабильно, скучно.

В бизнесе деньги приходят неравномерно. Вчера был ноль, сегодня упал крупный клиент, завтра снова ноль. Нужно уметь жить в этом ритме и, главное, уметь распределять.

Предприниматели с опытом знают: когда есть деньги — их нельзя тратить все. Потому что завтра может не быть. Подушка безопасности — это не роскошь, это ингалятор для астматика. Без нее задохнешься.

Образ жизни 6: Ты растешь или умираешь

В бизнесе нет состояния «стоять на месте». Если вы не развиваетесь, не ищите новых клиентов, не улучшаете про-

дукт — вы скатываетесь назад. Конкуренты не спят.

Это выматывает. Постоянно нужно учиться, читать, смотреть, пробовать новое. Но это же и драйвит. Скучно не бывает никогда.

Через 5—10 лет такого образа жизни вы обнаружите, что стали совершенно другим человеком. Вы умеете договариваться, считать, планировать, рисковать, восстанавливаться после ударов. Вы знаете, что вы можете гораздо больше, чем казалось.

Образ жизни 7: Свобода выбора

И вот здесь мы возвращаемся к тому, с чего начинали.

Да, вы зависите от всех. Да, вы работаете больше, чем в найме. Да, у вас нет гарантий.

Но у вас есть **свобода выбора**.

Вы выбираете, с кем работать. Вы выбираете, какие проекты брать, а от каких отказываться. Вы выбираете, сколько зарабатывать (потолка нет). Вы выбираете, во сколько вставать и когда ложиться.

Вы не можете выбрать не работать вообще — это правда. Но вы можете выбрать, как именно вы будете работать.

Для кого-то это не стоит таких жертв. Для кого-то — единственно возможный способ жить.

Главный вопрос

После всего прочитанного выше у вас должно сложиться

два ощущения одновременно:

Первое: «Господи, это же какой ад, зачем мне это надо?»

Второе: «Господи, как же я хочу это попробовать».

Если есть только первое — закрывайте книгу, подарите кому-нибудь. Бизнес не для вас, и это нормально. Миллионы людей живут счастливо в найме, и это прекрасно.

Если есть только второе — вы в розовых очках. Перечитайте еще раз, особенно про страхи и потери.

Если есть и то и другое — добро пожаловать. Вы в правильном состоянии.

Психологический настрой — как не выгореть

Ловушка первого рывка

Знаете, как чаще всего начинают?

Глаза горят, идея распирает, хочется успеть всё и сразу. Вы встаете в 6 утра, ложитесь в 2 ночи, работаете без выходных, на взводе, на адреналине. Кажется, что, если чуть сбавить темп — всё рухнет, конкуренты обгонят, клиенты уйдут.

Первые недели, а то и месяцы, это работает. Вы на кураже, вы летите, вам всё нравится даже сквозь усталость.

А потом случается первая неудача. Клиент не заплатил. Поставщик подвел. Реклама не сработала. Или просто накапливается усталость — и запал резко падает. Оказывается,

что ресурс не бесконечный. А вы его уже потратили весь, без остатка, в первые сто метров марафона.

Это классическая ловушка новичка: **путать короткий спринт с длинной дистанцией.**

Бизнес — это не стометровка. Это даже не марафон. Это, скорее, путешествие пешком через континент. Здесь нельзя бежать с первой минуты — выдохнешься на втором километре. Здесь нужен темп, который нужно держать годами.

Поэтому первое правило психологической безопасности звучит жестко, но честно: **работайте так, чтобы через год у вас остались силы работать дальше.** Не через месяц. Не через три. А через год. И через пять. И через десять.

Если ваш стартовый темп не совместим с жизнью, семьей и сном — вы либо бросите при первой неудаче, либо сгорите задолго до первого серьезного успеха.

Тихая эпидемия

Знаете, о чем не говорят на красивых бизнес-форумах? О выгорании.

Там выступают успешные, улыбчивые люди, рассказывают про взлеты и победы. Никто не выходит на сцену и не говорит: «Ребята, я последние полгода сплю по три часа, ненавижу свое дело, хочу всё бросить и убежать на необитаемый остров».

А зря. Потому что выгорание — это профессиональная болезнь предпринимателей. Она не щадит ни новичков, ни

матерых. Разница только в том, что опытные хотя бы знают симптомы и умеют с этим жить.

Давайте сразу договоримся: **выгореть может каждый**. Это не стыдно. Стыдно — не заметить вовремя и довести себя до ручки.

Как понять, что вы уже на грани

Выгорание редко приходит в один день со звоночком. Оно подкрадывается незаметно, как туман. Но есть маркеры, которые нельзя пропускать.

Первый маркер: пропадает интерес

Раньше вы горели своим делом. Вскикивали по утрам, радовались новым задачам, искали нестандартные решения. А теперь... всё равно. Новый клиент? Ну ок. Проблема? Решим как-нибудь. Энтузиазм ушел, осталась серая обыденность.

Второй маркер: постоянная усталость

Не физическая, когда после тяжелого дня хочется лечь и лежать. А та, с которой просыпаешься. Встал — уже устал. Выпил кофе — не помог. Отдохнул в выходные — к вечеру воскресенья снова разбитость.

Третий маркер: раздражение на людей

Раньше вы терпеливо объясняли сотрудникам задачи. Теперь бесит любая глупость. Клиенты кажутся тупыми, поставщики — жуликами, партнеры — идиотами. Мир состоит из одних придурков, и только вы один пытаетесь что-то

сделать.

Четвертый маркер: проблемы со сном

Вы либо не можете уснуть — мысли крутятся, бизнес не отпускает. Либо спите как убитый, но просыпаетесь разбитым. Либо начали пить снотворное/алкоголь, чтобы отключить голову.

Пятый маркер: физические проявления

Голова болит, спина, желудок. Давление скачет. Иммуни-тет падает — вы цепляете каждую простуду. Тело кричит, потому что психика молчать не умеет.

Если вы узнали себя хотя бы в двух пунктах — стоп. Вы не «просто устали». Вы в зоне риска.

Почему предприниматели выгорают чаще других

Казалось бы, работаешь на себя, любимого, кайфуешь. Ан нет.

Причина первая: 24/7

В найме вы приходите домой и ментально отключаетесь. В бизнесе голова работает всегда. Вы проверяете мессенджеры вечером, думаете над задачами ночью, переживаете о днях утром. Мозг не отдыхает никогда.

Причина вторая: ответственность

Вы отвечаете за всё. За зарплату сотрудников, за довольных клиентов, за налоги, за аренду. Этот груз висит на плечах постоянно. Его нельзя снять и положить на полку.

Причина третья: эмоциональные качели

Сегодня взлет, завтра падение. Психика не успевает адаптироваться. Она просто выдыхается, как мотор у машины, которую постоянно то разгоняют до предела, то резко тормозят.

Причина четвертая: одиночество в решениях

Когда всё валится, не с кем разделить ответственность. Вы принимаете удар на себя. И так раз за разом.

Как не выгореть: работающие методы

Хорошая новость: выгорание лечится. Лучше — предотвращается.

Метод первый: границы

Это самое сложное для предпринимателя, но самое важное.

Введите правило: после 20:00 вы не смотрите рабочую почту. В воскресенье вы не отвечаете в рабочих чатах. Один выходной в неделю — святое.

Да, клиенты могут быть недовольны. Да, что-то может подождать до понедельника. Мир не рухнет. А ваша психика скажет спасибо.

Метод второй: делегирование

Выгорают чаще всего те, кто тащит всё на себе. «Я сам лучше сделаю», «сотрудники всё испортят», «меня никто не заменит».

Знакомо? Это дорога в никуда.

Учитесь отдавать. Даже если сначала криво. Даже если

придется переделывать. Без этого вы просто физически не вывезете рост.

Метод третий: физическая разрядка

Спорт — это не про красивую фигуру. Это про слив стресса.

Когда вы колотите по груше, бежите марафон или просто плаваете в бассейне, из вас выходят токсины стресса. Без спорта предприниматель превращается в ходячий комок нервов, готовый взорваться в любую минуту.

Найдите то, что вам нравится. И делайте это регулярно, как чистку зубов.

Метод четвертый: смена картинки

Мозгу нужно отвлекаться. Если вы все время в одном пространстве, в одном офисе, за одним компьютером — он закипает.

Раз в неделю выбирайтесь туда, где нет бизнеса. Лес, парк, кино, театр, выставка. Не с партнерами, не с коллегами. Просто так, чтобы голова переключилась.

Метод пятый: «своя тусовка»

Найдите таких же, как вы. Тех, кто поймет ваши проблемы без долгих объяснений.

Это могут быть бизнес-клубы, чаты предпринимателей, просто пара друзей, которые тоже в деле. Встречайтесь, говорите, жалуйтесь, смейтесь. Групповая терапия работает не хуже психолога.

Метод шестой: психолог или коуч

Перестаньте относиться к этому как к чему-то стыдному. У спортсменов есть тренеры. У бизнесменов — психологи и коучи.

Это человек, который помогает вам разобраться в голове. Который видит то, что вы не видите со стороны. Который не дает вам свалиться в яму.

Хороший психолог для предпринимателя — это не роскошь, это инструмент сохранения себя.

Что делать, если уже выгорел

Бывает, что вы пропустили все звоночки и приехали. Утром не можете встать, работать не хотите, бизнес ненавидите, всё бесит.

Алгоритм простой, но жесткий.

Шаг первый: признать

Сказать себе: «Я выгорел. Это не слабость, это болезнь. Её надо лечить».

Шаг второй: остановиться

Возьмите паузу. Неделю, две, месяц — сколько можете. Уедьте, отключите телефон, выдохните. Без этого этапа дальше нельзя.

Шаг третий: передать дела

Если есть кому передать — передайте. Если нет — предупредите клиентов, что вы в отпуске. Мир постоит.

Шаг четвертый: подумать

Когда голова прояснится, честно ответьте себе: вы хотите

продолжать или нет? Если да — что нужно изменить, чтобы не сгореть снова? Если нет — что мешает закрыть бизнес?

Иногда лучше закрыть дело и сохранить себя, чем угробить здоровье ради идеи, которая уже не ваша.

Профилактика: это на всю жизнь

Выгорание — это не разовая акция. Это хроническая болезнь предпринимательства. Как риск кариеса у стоматологов или варикоза у продавцов.

Поэтому нельзя один раз прочитав статью, покивать и забыть. Нужно выстраивать систему пожизненного обслуживания себя.

- Регулярно проверяйте свои маркеры.

- Следите за сном и отдыхом.

- Не игнорируйте сигналы тела.

- Имейте людей, которые скажут вам правду, пока не поздно.

Вы — главный актив своего бизнеса. Сломанный предприниматель — это мертвый бизнес. Берегите себя.

Резюме первой главы

Мы прошли большой путь:

- Разобрали, что страхи — это нормально

- Похоронили мифы о легких деньгах

- Честно спросили себя о готовности

- Увидели реальную картину предпринимательской жизни

ни

— И главное — научились замечать выгорание и поняли, как себя беречь

Дальше будет только практика. Со второй главы начинаем работать с идеями, нишами и конкурентами.

Но запомните главное из первой главы:

Предпринимательство — это не про то, как однажды проснуться богатым. Это про то, как каждый день просыпаться и делать. Даже когда не хочется. Даже когда страшно. Даже когда кажется, что ничего не получится. И при этом не убить себя по дороге.

Коротко о главном

Прежде чем идти дальше, проверьте себя:

— Вы готовы работать больше, чем в найме?

— Вы готовы к нестабильности и отказам?

— У вас есть финансовая подушка на полгода?

— Вы умеете учиться новому?

— Вы готовы отделять себя от бизнеса и беречь психику?

Если хотя бы на два вопроса ответили «нет», не спешите.

Подготовьтесь. Подкопите. Проработайте страхи.

Если ответили «да» — добро пожаловать в клуб сумасшедших, которые меняют свою жизнь сами. Дальше будет интересно.

Глава 2: Поиск и анализ идеи

Откуда берутся идеи? Методы поиска

Самый популярный вопрос, который мне задают на встречах с начинающими предпринимателями: «Где взять идею?». Обычно его задают с таким выражением лица, будто я сейчас скажу код от сейфа с деньгами.

Люди почему-то думают, что идея — это магический инсайт, который приходит во сне или после недели медитаций в горах. Или что у успешных бизнесменов есть какая-то тайная база данных «гениальных идей», которая им недоступна.

Разочарую сразу. Гениальные идеи обычно никому не нужны. А нужные идеи лежат на поверхности. Просто мы проходим мимо них каждый день и не замечаем.

В этой главе мы разберем три рабочих метода поиска идей. Никакой магии. Только то, что реально работает.

Метод 1. Боль людей (он же «метод обезболивающего»)

Это самый надежный источник бизнес-идей. Люди готовы платить деньги, когда им **больно, неудобно** или **страшно**. Чем сильнее боль, тем легче вы продадите свое решение.

Боль — это не обязательно физическая боль. Это может

быть:

Неудобство. Человеку лень стоять в очереди в банк. Боль — потеря времени. Решение — мобильное приложение. (Привет, Тинькофф).

Страх. Человек боится, что в его отсутствие в квартиру влезут воры. Боль — тревога. Решение — установка сигнализации или камер с уведомлением на телефон.

Раздражение. Человека бесит, что молоко с утра скисло, а он уже налил кофе. Боль — испорченное утро. Решение — доставка свежих продуктов к завтраку.

Стыд. Человек стесняется своего внешнего вида. Боль — низкая самооценка. Решение — хороший парикмахер, стилист, фитнес-тренер.

Жадность. Человек хочет сэкономить, но не знает как. Боль — потеря денег. Решение — сервисы скидок, кэшбэки, оптовые закупки.

Как ловить боли:

— **Слушайте жалобы.** Ваши собственные, ваших друзей, родственников, коллег. Всё, на что люди жалуются, — потенциальный бизнес.

— «Опять эта пробка, третий час стою» → альтернативный транспорт? Такси с детскими креслами? Доставка еды в машину?

— «Ну где найти нормальную обувь на широкую ногу?» → магазин для нестандартных размеров.

— «Ребенку задали доклад, и мы уже полиинтернета облазили» → сервис готовых домашних заданий или репетитор онлайн.

— **Смотрите на то, что бесит вас.** Ваше раздражение — золотая жила. Если вас бесит, что в кофейнях нет розеток, возможно, не вы один такой. Открывайте кофейню с розетками. Если бесит, что мастера в автосервисе разводят на дорогой ремонт, делайте сервис с прозрачными ценами и видеоотчетом.

— **Обращайте внимание на то, что люди пытаются «допилить» самостоятельно.** Если человек колхозит какое-то приспособление из подручных средств, значит, готового решения на рынке нет. А спрос есть.

История про боль

В девяностых в Америке жила женщина по имени Сара Блейкли. Из-за дискомфорта, который она испытывала, нося колготки в жаркую погоду, и недовольства швом на стопе, который торчал из открытой обуви, она отрезала ступни и ходила так. А потом подумала: «А почему бы не сделать такие специальные колготки?». Никто не верил в эту идею, все крутили у виска. А Сара вложила все сбережения, запатентовала изобретение и продала его за миллионы долларов. Сейчас это называется Spanx, и их носят даже звезды.

Что сделала Сара? Она просто услышала свою боль. И боль миллионов других женщин.

Метод 2. Тренды (он же «оседлать волну»)

Тренды — это когда спрос уже формируется, но предложений еще мало. Вы входите в воду на подходе волны и плывете. Главное — не входить, когда волна уже разбилась.

Тренды бывают глобальные и локальные.

Глобальные тренды сейчас:

— Осознанное потребление (экология, переработка, веганство)

— Здоровый образ жизни (правильное питание, спорт, ментальное здоровье)

— Удаленная работа (инструменты для удаленки, коворкинги, доставка всего на дом)

— Экономия времени (готовые решения, доставка, агрегаторы)

— Старение населения (товары и услуги для пожилых)

Локальные тренды можно ловить просто выходя на улицу:

— В вашем районе открылось много офисов → нужны рядом обеды, кофе, химчистка.

— Город стал туристическим → нужны сувениры, экскурсии, необычные кафе.

— Люди массово переехали в новые ЖК → нужны продукты, аптеки, детские сады, доставка.

Как работать с трендами:

— **Читайте аналитику.** Есть куча бесплатных исследований: что покупают, где тратят деньги, как меняется поведение потребителей. Не надо читать всё, просто держите руку на пульсе.

— **Смотрите на Запад, но адаптируйте под себя.** То, что появилось в Америке или Европе год назад, через 2—3 года придет к нам. Не копируйте слепо, а думайте: как это будет работать в наших реалиях?

— **Следите за изменением законов.** Новые законы создают новые рынки. Запретили пластиковые пакеты — ищи альтернативу. Ввели маркировку товаров — открывай консалтинг по маркировке. Ввели налог для самозанятых — учи людей, как легализоваться.

История про тренд

Когда началась пандемия, многие схватились за голову. А некоторые увидели тренд. Знакомая девушка, которая шила детскую одежду, перепрофилировалась за две недели. Она поняла, что все сидят дома и задыхаются без движения. Начала шить не одежду, а многоразовые маски. Но не простые, а с дизайном, под любой наряд. За пару месяцев обогнала по выручке весь прошлый год. Когда маски перестали быть актуальны, она переключилась на домашнюю одежду — все же продолжали сидеть дома. Она просто оседлала волну, а не боролась с ней.

Метод 3. Копирование с улучшением (он же «метод Стива Джобса»)

Стив Джобс не изобрел смартфон. Он взял существовавшие технологии и сделал так, чтобы ими было удобно пользоваться. Он не изобрел плеер — он придумал iTunes и положил музыку в карман тысячам людей.

Копировать — не стыдно. Стыдно копировать тупо. Умное копирование — это взять чужую идею и сделать **лучше, дешевле, удобнее, красивее, быстрее.**

Посмотрите вокруг: почти все успешные бизнесы — это улучшенные копии.

— Додо Пицца — пиццерия, как сотни других. Но с прозрачными процессами и IT-системой, которая видна клиенту.

— Wildberries — обычная торговая площадка. Но с удобной доставкой до двери и примеркой.

— Тинькофф Банк — обычный банк. Но без отделений, который помещается в телефоне.

Как правильно копировать:

— **Найдите лидера в своей нише.** Не в Америке, а у нас или в соседнем регионе. Посмотрите, что он делает. Что у него хорошо, а что плохо?

— **Составьте список «болей» его клиентов.** Почитайте отзывы. Что пишут недовольные? «Долго везут», «грубые курьеры», «неудобный сайт», «маленький выбор».

— **Сделайте наоборот.** Если у лидера долго везут — сделайте быструю доставку своим главным преимуществом. Если грубые — сделайте вежливость фишкой. Если сайт тормозит — вбухайте деньги в удобное приложение.

— **Не копируйте ошибки.** Многие смотрят на успешных и копируют всё подряд, включая их косяки. А вы копируйте только лучшее, а косяки исправляйте.

Важное предупреждение

Не путайте улучшение с усложнением. Частая ошибка начинающих: «Я сделаю всё и сразу». Открывают кофейню, а там и кофе, и чай, и пирожные, и супы, и пицца, и книги продаются, и вечера поэзии. В итоге ничего не умеют хорошо. А надо было сделать просто лучший кофе в районе. Точка.

Улучшение — это про фокус. Вы берете одну вещь и делаете её идеально. Лучше, чем у конкурентов. За это люди и будут платить.

История про копирование

В одном городе открылась пиццерия с доставкой. Работали средне, но кормили район. Через год рядом открылся парень, который раньше работал у них курьером. Он знал все слабые места: пицца остывает в дороге, часто путают заказы, операторы грубят по телефону. Он открыл свою доставку и сделал три вещи:

— Купил термосумки (никто не делал)

— Ввел смс-подтверждение заказа (никто не делал)

— Нанял операторов с педагогическим образованием, которые умеют разговаривать с людьми

Через полгода бывший работодатель закрылся, а парень открыл вторую точку. Он просто скопировал модель и исправил ошибки.

Где еще искать идеи (быстрый чек-лист)

Если три основных метода не сработали или хотите расширить воронку, вот вам еще несколько способов:

— **Хобби.** Чем вы готовы заниматься бесплатно в свободное время? Сделайте это платно. Фотография, вязание, ремонт техники, приготовление тортов.

— **Профессиональный опыт.** Что вы умеете делать лучше других на работе? Бухгалтер может открыть консалтинг, строитель — свою бригаду, программист — веб-студию.

— **Путешествия и другие страны.** Подсмотрите идею за границей, которой нет у нас. Уличная еда, формат кафе, услуга, способ доставки.

— **Старые забытые ниши.** То, что было популярно у бабушек, может стать модным у молодых. Стеклянная тара, ремонт обуви, пошив на заказ, вареничные.

— **Бизнес для бизнеса (B2B).** Посмотрите, что нужно другим компаниям. Уборка офисов, доставка воды, обслуживание оргтехники, печать визиток. Там часто меньше кон-

курении, чем в рознице.

Главный совет этой главы

Не мучайтесь поиском гениальной идеи. Идея — это не главное. Главное — исполнение.

Обычный продукт с отличным исполнением победит гениальный продукт с ужасным исполнением всегда.

Поэтому не сидите годами в поисках «того самого». Берите то, что уже работает, что болит у людей, что лежит на поверхности, — и делайте. Начинайте с маленького, учитесь на ошибках, улучшайте по ходу.

Как говорит один мой знакомый ресторатор: «Лучше открыть дурацкое кафе завтра, чем гениальный ресторан через пять лет».

Что дальше?

Итак, у вас появилась идея (или несколько). Вы нащупали боль, поймали тренд или подсмотрели удачную модель у конкурентов.

Теперь самое время не влюбиться в свою идею, а жестоко проверить её на прочность. Чем мы и займемся дальше — **«как проверить жизнеспособность задумки»**.

Потому что мало придумать. Надо убедиться, что это кому-то нужно.

Анализ идеи: как проверить жизнеспособность задумки

Вот сценарий, который я видел сотню раз.

Человек загорается идеей. Ему кажется, что это гениально. Он рассказывает друзьям, друзья из вежливости говорят: «Ого, круто, давай, у тебя получится!». Он окрыленный бежит регистрировать ИП, вкладывает деньги, арендует помещение, закупает оборудование. А потом оказывается, что это никому не нужно.

Друзьям просто было лень спорить. Или они не хотели обижать. Или им правда понравилось, но они не ваша целевая аудитория.

Предприниматели-новички часто путают **свою любовь к идее** и **реальный спрос**. Это разные вещи. Вы можете обожать сыр с плесенью, но если ваш город — это районный центр с населением 50 тысяч человек, где едят только колбасу, сырный бутик закроется через месяц.

Поэтому прежде чем тратить деньги, потратьте время на проверку. Это называется **валидация идеи**. Страшное слово, но простой смысл: убедиться, что задумка имеет право на жизнь.

Три главных вопроса к любой идее

Есть простая формула, которая отсеивает 80% проваль-

ных идей еще на берегу. Задайте себе три вопроса:

Вопрос 1. Эту проблему действительно нужно решать?

Не «круто было бы иметь», а «достает, бесит, мешает жить». Люди платят за решение острых проблем. За «было бы неплохо» платят неохотно.

Пример:

— Было бы неплохо иметь доставку здоровых обедов → скорее всего, нет, я и так могу приготовить.

— Бесит, что в офисе нигде нормально поесть, кроме столовой с жирными котлетами → да, нужна альтернатива.

Вопрос 2. Люди уже пытаются решить эту проблему другими способами?

Если никто не пытается, возможно, проблемы просто нет. Или вы гений, который видит то, чего не видят другие. Чаще первое.

Посмотрите, как люди выкручиваются сейчас. Если они что-то «колхозят», сами шьют, сами делают, просят знакомых — это хороший знак. Спрос есть, предложения нет.

Вопрос 3. Готовы ли люди платить за решение?

Самый жесткий вопрос. Мало кто хочет признаться, что его идея может быть бесплатной. Проверяйте не словами, а действиями. Спросите: «Вы готовы заплатить прямо сейчас?». Ответ «да, конечно, звучит интересно» — не считается. Считаются только реальные деньги.

Методы проверки без вложений

Хорошая новость: большинство идей можно проверить, не потратив ни рубля. Или потратив совсем чуть-чуть.

Метод 1. Посадочная страница-пустышка

Это работает для онлайн-бизнеса, услуг, инфобизнеса.

Вы делаете одностраничный сайт (лендинг), где красиво описываете свой продукт, ставите цену и кнопку «Купить» или «Оставить заявку». Запускаете рекламу на небольшую сумму — тысячу-две рублей. И смотрите, сколько людей нажмут.

Важно: товара у вас еще нет. Вы просто проверяете интерес. Если люди оставляют заявки и готовы платить — значит, идея работает. Если даже по кнопке никто не кликает, значит, проблема не в рекламе, а в идее.

Метод 2. Опрос в соцсетях или профильных сообществах

Не спрашивайте друзей и родственников. Они соврут из вежливости. Идите туда, где сидит ваша целевая аудитория.

Хотите открыть пекарню безглютенового хлеба? Зайдите в группы людей с целиакией (непереносимость глютена) и спросите: «Ребята, а где вы берете хлеб? Покупали бы у частного пекаря по такой-то цене?». Ответы будут честными. Люди в тематических сообществах обычно активно делятся болями.

Метод 3. Предзаказы

Это высший пилотаж валидации. Вы объявляете сбор

предзаказов на товар, которого еще нет. Люди платят деньги — вы понимаете, что спрос есть, и на эти деньги закупаете или производите.

Китайцы так делают постоянно: сначала собирают заказы на «алиэкспрессе», потом запускают производство. Ноль риска.

Метод 4. Продажа руками

Если это услуга — попробуйте оказать её бесплатно или за символические деньги первым клиентам. Но не просто так, а в обмен на обратную связь.

Хотите открыть школу английского? Разместите объявление об открытом уроке за 100 рублей. Посмотрите, придут ли люди, как будут реагировать, будут ли спрашивать продолжения.

Метод 5. Ручное тестирование

Прежде чем автоматизировать и масштабировать, сделайте всё вручную. Хотите открыть сервис доставки продуктов? Сами сходите в магазин, купите продукты, отвезите клиенту. Да, это не масштабно. Но вы поймете логистику, проблемы, время, затраты. И главное — поймете, готовы ли люди платить за эту услугу.

История про проверку

Один парень придумал сервис доставки кофе в офисы по подписке. Красивая идея: каждое утро свежий кофе прямо к рабочему месту. Он мог бы вложиться в кофемашины, на-

нять курьеров, арендовать склад. Но он поступил проще.

Он написал в местном бизнес-чате: «Кто хочет, чтобы я привозил кофе по утрам? Первая неделя бесплатно, платить потом». Откликнулось 15 человек. Он неделю вставал в 6 утра, варил кофе дома, в термосах развозил по офисам на своей машине.

В итоге оказалось, что:

— Людям неудобно ждать к определенному времени

— Кофе остывает в дороге

— Некоторым нужен не просто черный, а с сиропами и разными добавками

Он всё это учел, доработал модель и запустился. А мог бы просто купить оборудование и прогореть.

О чем спросить у потенциальных клиентов

Если вы решили поговорить с людьми (а это лучший способ проверки), задавайте правильные вопросы.

Плохие вопросы:

— «Купили бы вы такой продукт?» (люди хотят казаться хорошими и скажут «да»)

— «Сколько бы вы заплатили?» (назовут любую цифру, не думая)

— «Вам нравится моя идея?» (опять ложь из вежливости)

Хорошие вопросы:

— «Как вы сейчас решаете эту проблему?» (понимаете текущее поведение)

- «Что вас бесит в текущих решениях?» (ищите боли конкурентов)
- «Что для вас важно при выборе?» (узнаете критерии)
- «Где вы обычно ищите информацию о таких товарах/услугах?» (каналы продвижения)

Анализ конкурентов как часть проверки

Многие боятся конкурентов. Это глупо. Конкуренты — лучшее доказательство, что рынок существует. Если у вас вообще нет конкурентов, это плохой знак. Возможно, рынка тоже нет.

Что нужно узнать о конкурентах:

- **Кто они и где находятся.** Просто составьте список. Яндекс, Google, 2ГИС, соцсети — всё в помощь.
- **Что продают и по каким ценам.** Сходите к ним как клиент. Позвоните, спросите, посмотрите прайс.
- **Что о них пишут клиенты.** Отзывы — кладёзь информации. Что хвалят? Что ругают? Если все жалуются на медленную доставку, сделайте быструю своим преимуществом.
- **Как они продают.** Сайт, соцсети, реклама. Что обещают? На чем делают акцент? Какие слова используют?
- **Их слабые места.** Это ваше поле для маневра. Не пытайтесь быть лучше во всем, это невозможно. Найдите 1—2 слабых места конкурентов и сделайте там свою силу.

История про анализ конкурентов

Парень хотел открыть столярную мастерскую. Мебель из дерева ручной работы. Зашел в соц. сети к конкурентам и понял: у всех красивые фото, но у всех одинаково — богато, долго, пафосно. И ни у кого нет цен в открытом доступе. Надо звонить, уточнять, ждать.

Он сделал просто: написал цены сразу. Не «от 10 тысяч», а конкретно: «табурет — 3000, стол — 15000, доставка — 500». И попал в точку. Люди устали от «цены по запросу». Ему начали писать, потому что он сэкономил им время. Он не был лучшим столяром, он был самым прозрачным.

Красные флаги: когда идею лучше бросить

В процессе анализа вы можете наткнуться на сигналы, что идея провальная. Не игнорируйте их. Лучше бросить сейчас, чем потерять деньги потом.

Красный флаг 1. «Это нужно всем!»

Если вам кажется, что ваш продукт нужен всем — от младенцев до пенсионеров, значит, вы не понимаете, кому именно. «Все» — это никому. Сужайте аудиторию, пока не найдете конкретную группу людей с конкретной болью.

Красный флаг 2. «Я сам буду пользоваться с удовольствием!»

Вы — не ваш клиент. Особенно если вы в этой теме профи, а клиенты — новички. То, что нравится вам, может быть слишком сложным, дорогим или нишевым для других.

Красный флаг 3. Никто не ищет это в интернете

Простая проверка: зайдите в Яндекс. Wordstat или Google Trends и посмотрите, сколько людей в месяц ищут то, что вы хотите продавать. Если ноль или единицы — спроса нет. Или люди называют это по-другому. Ищите синонимы.

Красный флаг 4. Конкуренты — монстры с многолетней историей и бюджетами

Конкуренция — это хорошо, но если рынок занят гигантами, а у вас нет уникального преимущества, подумайте трижды. Выходить на рынок сотовой связи со своим оператором — плохая идея. Открывать кофейню в районе, где их уже десять, — можно, если вы придумаете свою фишку.

Красный флаг 5. Вы не можете объяснить идею на пальцах за 30 секунд

Если вы начинаете рассказывать и через минуту собеседник уже зевает, а вы путаетесь в терминах, — идея слишком сложная. Люди любят простое. «Мы печем хлеб» — понятно. «Мы создаем экосистему здорового питания с элементами геймификации» — мимо.

Главное правило анализа

Не влюбляйтесь в идею. Влюбляйтесь в проблему клиента.

Идеи могут меняться. Вы можете начать с одного, а в процессе понять, что людям нужно совсем другое. Это нормально. Главное — оставаться в контакте с реальностью и слушать тех, для кого вы это делаете.

Один мой знакомый хотел открыть бар с крафтовым пивом. А в процессе опросов выяснил, что людям в районе не хватает просто места, где можно посидеть с детьми днем и выпить вечером без музыки. Он открыл не пивной бар, а семейное кафе с хорошим пивом для родителей. До сих пор работает.

Он услышал не свои хотелки, а реальную боль людей.

Правило трех фильтров: интересно/могу/нужно людям

Итак, у вас есть идея. А может быть, даже не одна. Вы проверили их через боль людей, тренды и анализ конкурентов. Теперь нужно принять решение: за какую браться, а какую отложить или выбросить.

И вот тут начинается самое сложное. Потому что голова кипит, глаза разбегаются, а сердце тянет к самой красивой, но не самой жизнеспособной идее. Знакомо?

Чтобы не мучиться выбором, я предлагаю простой инструмент. Я называю его «**Правило трех фильтров**». Пропустите через них каждую идею, и ответ станет очевидным.

Выглядит это так:

Фильтр 1. Интересно (мне). Буду ли я этим заниматься с удовольствием хотя бы полгода?

Фильтр 2. Могу (компетенции). Есть ли у меня способности, опыт или ресурсы, чтобы это делать?

Фильтр 3. Нужно (людям). Есть ли спрос? Будут ли платить?

Идея должна проходить через все три фильтра. Если хоть один не пропускает — это стоп-сигнал.

Давайте разберем каждый фильтр подробно.

Фильтр 1. Интересно (мне)

Этот фильтр самый недооцененный. Начинающие предприниматели часто думают: «Какая разница, нравится или нет, главное, чтобы деньги приносило». И это фатальная ошибка.

Почему интерес так важен?

Во-первых, бизнес отнимает огромное количество времени. Вы будете думать о нем 24/7. Если тема вам неинтересна, вы просто сгорите через полгода. Деньги не будут мотивировать вас вставать в 6 утра, когда что-то идет не так. А идти не так будет постоянно.

Во-вторых, клиенты чувствуют фальшь. Если вы продадите то, во что не верите, если вам плевать на качество, если вы не горите — это считывается на уровне интуиции. Люди идут к тем, кто любит свое дело.

В-третьих, в сложных темах без интереса невозможно развиваться. Чтобы быть лучше конкурентов, нужно постоянно учиться, читать, пробовать. Без искреннего интереса вы забросите это при первых трудностях.

Как проверить себя

Задайте честные вопросы:

— Мне правда нравится в этом разбираться?

— Я готов говорить об этом часами?

— Я читаю что-то по теме просто так, для себя?

— Если бы деньги не имели значения, я бы все равно этим занимался?

Если хотя бы на половину ответов «нет», задумайтесь. Возможно, это не ваше.

Важное уточнение

Интерес не обязан быть страстной любовью с первого взгляда. Иногда интерес вырастает из компетенции. Вы что-то умеете делать хорошо, и вам нравится это умение применять.

Пример: вы бухгалтер с 10-летним стажем. Вам может быть неинтересно читать Налоговый кодекс на досуге, но вам нравится наводить порядок в чужих финансах, видеть результат, помогать людям не попадать на штрафы. Это тоже интерес. Просто взрослый, прикладной.

История про интерес

Один мой знакомый программист обожал пиво. Не просто пить, а разбираться в сортах, варить дома, ездить по фестивалям. Когда встал вопрос о бизнесе, он, конечно, думал про аутсорс-разработку — там деньги, там серьезно. Но решил

попробовать открыть небольшую пивоварню.

Сейчас у него сеть крафтовых баров в трех городах. Он счастлив, потому что варит то, что любит, и общается с такими же фанатами. А его друзья-программисты до сих пор сидят в найме и мечтают когда-нибудь «начать свое».

Он просто выбрал то, что ему реально интересно.

Фильтр 2. Могу (компетенции)

Это фильтр про честность с собой. Одно дело хотеть, другое — уметь.

Компетенции бывают разными:

Профессиональные. Вы умеете делать то, что собираетесь продавать. Печь торты, чинить машины, писать тексты, монтировать видео.

Управленческие. Вы умеете организовывать процессы, нанимать людей, ставить задачи, контролировать. Если вы классный повар, но не умеете управлять, ваша кухня развалится. Придется учиться или нанимать управляющего.

Ресурсные. У вас есть деньги, помещение, оборудование, связи. Или возможность это получить.

Обучаемость. Если вы чего-то не умеете, но готовы быстро учиться — это тоже компетенция. В современном мире навык учиться важнее, чем уже имеющиеся знания.

Как проверить себя

Задайте вопросы:

— Что именно я умею делать своими руками в этом бизнесе?

— Что я не умею, но смогу быстро освоить?

— Что я принципиально не умею и не хочу учить — и кого мне придется нанять для этого?

— Есть ли у меня ресурсы (деньги, время, связи) чтобы компенсировать то, чего я не умею?

Опасная ловушка

Многие путают «могу сделать для себя» и «могу сделать для других профессионально».

Вы можете классно печь пироги для семьи. Но пекарня — это совсем другая история. Это закупки, рецептура, стандарты, сроки годности, налоги, персонал. Умение печь пироги занимает в этом списке 10%.

Поэтому не обманывайте себя: если вы умеете делать продукт, это не значит, что вы умеете делать бизнес на этом продукте. Придется доучиваться.

История про компетенции

Женщина открыла салон красоты. Она была отличным мастером, клиенты шли за ней. Но управлять салоном она не умела: не могла найти администратора, не понимала, как считать рентабельность кресла, ссорилась с мастерами из-за графиков. Через полгода она закрылась и вернулась в аренду.

А ее подруга, которая вообще не умела стричь, но была отличным организатором, открыла салон через год. Наняла мастеров, поставила процессы, сидит в управляющем кабинете и считает деньги.

Разница не в любви к красоте. Разница в компетенциях. Первая думала, что умеет, потому что стрижет. Вторая знала, чего не умеет, и наняла тех, кто умеет.

Фильтр 3. Нужно (людям)

Это фильтр, который мы уже начали разбирать в предыдущей подглаве. Но здесь он встраивается в систему.

Даже если вы обожаете свое дело (фильтр 1) и умеете его делать лучше всех (фильтр 2), но это никому не нужно — бизнеса не будет.

Проверка «нужности» — самая жестокая. Потому что здесь ваше мнение не имеет значения. Имеет значение только мнение тех, кто готов раскошелиться.

Как проверить себя

Мы уже говорили про методы валидации, но повторю кратко:

- Есть ли явная боль, которую вы решаете?
- Ищут ли люди это в интернете?
- Есть ли конкуренты (если нет — плохой знак)?
- Готовы ли люди платить? Проверяли ли вы это деньгами (предзаказы, тестовые продажи)?

— Достаточно ли этих людей, чтобы бизнес приносил прибыль?

Тонкий момент

Бывает, что нужно одним людям, но вы ориентируетесь на других.

Классическая ошибка: мужчина открывает магазин женской одежды и ориентируется на свой вкус. А женщины думают иначе. Или мама открывает детский клуб и ориентируется на «как надо воспитывать детей», а родителям нужно просто «где оставить ребенка на пару часов».

Вы не целевая аудитория своей идеи. Помните об этом.

История про «нужно»

Парень придумал приложение для медитации. Сам медитировал, фанател от темы, прошел кучу курсов. Сделал красивое приложение, вложил душу. Запустил — скачали 200 человек за полгода.

А его друг сделал приложение для подсчета калорий. Никакой души, просто удобный интерфейс и понятная база продуктов. Скачали 50 тысяч за первый месяц.

Потому что людям нужнее похудеть к лету, чем медитировать. Боль сильнее.

Как применять правило трех фильтров

Возьмите лист бумаги (или откройте заметки в телефоне).

Выпишите все идеи, которые у вас есть.

Против каждой поставьте три оценки:

Интересно (1—10): насколько вы готовы заниматься этим годами, даже если будет трудно.

Могу (1—10): насколько ваши текущие компетенции и ресурсы соответствуют задаче.

Нужно (1—10): насколько велик и платежеспособен спрос.

Теперь сложите баллы или просто посмотрите на идеи, где все три оценки высокие (хотя бы 7—8 из 10).

Идеи, где одна оценка низкая, — под вопросом. Их можно развивать, если вы готовы подтягивать слабое место. Например, если низкий балл по «могу» — идите учиться. Если низкий по «нужно» — меняйте упаковку или ищите другую аудиторию.

Идеи, где две оценки низкие, — скорее всего, отбрасывайте. Не жалейте. Лучше потерять идею сейчас, чем деньги потом.

Идеальный квадрат

В идеале ваш бизнес должен находиться на пересечении трех кругов:

— **То, что вы любите** (интересно)

— **То, что вы умеете** (могу)

— **То, за что готовы платить** (нужно)

Это и есть ваше «предпринимательское счастье».

Пример из жизни

Возьмем три гипотетических бизнеса и пропустим через фильтры.

Идея А. Студия йоги

— Интересно: 9 (обожаю йогу, практикую 10 лет)

— Могу: 8 (есть сертификат инструктора, но нет опыта управления)

— Нужно: 7 (в городе йога популярна, но конкуренция высокая)

— Итог: можно брать, но учиться управлению.

Идея Б. Магазин экзотических растений

— Интересно: 10 (фанатею от цветов)

— Могу: 3 (ничего не понимаю в логистике, закупках за рубежом)

— Нужно: 4 (в нашем городе мало кто готов платить 5000 за редкий цветок)

— Итог: отложить. Либо учиться и менять формат (не магазин, а клуб по интересам, или переезжать в Москву).

Идея В. Доставка обедов в офисы

— Интересно: 3 (скучно, но деньги нужны)

— Могу: 7 (работал в доставке, знаю процессы)

— Нужно: 9 (офисный центр рядом, все хотят есть)

— Итог: можно взять как временный бизнес, но долго не продержитесь — сгорите от скуки.

Что делать, если не хватает одного фильтра

Жизнь не всегда идеальна. Редко бывает, чтобы все три фильтра светились зеленым. Обычно что-то хромает.

Варианты действий:

— **Не хватает интереса.** Подумайте, сможете ли вы делегировать рутину и оставить себе творческую часть. Или ищите партнера, которому это интересно.

— **Не хватает компетенций.** Идите учиться, нанимайте тех, кто умеет, ищите партнера с недостающими навыками. Деньги и время могут закрыть пробелы.

— **Не хватает спроса.** Самая сложная ситуация. Либо вы ошиблись с аудиторией (попробуйте другую), либо ошиблись с форматом (поменяйте упаковку), либо идея действительно мертвая. Не мучайтесь.

Главное правило

Не пытайтесь усидеть на трех стульях сразу. Лучше сделать один бизнес, где у вас горят глаза, есть компетенции и есть спрос, чем распыляться на три.

Один мой знакомый открывал по очереди: автомойку (не любил мыть машины), стоматологию (не разбирался в медицине), бар (сгорел от конкуренции). Все закрыл. А потом открыл школу английского — потому что сам выучил язык с нуля, знал все боли учеников, умел объяснять просто и обо-жал это дело. И пошло.

Правило трех фильтров работает. Проверено.

Как отличить гениальную идею от провальной на берегу

Знаете, что общего между предпринимателями, которые потеряли деньги на провальных идеях?

Они все были уверены, что их идея — гениальна. До самого последнего момента. Пока касса не показала ноль, а арендодатель не выставил счет за последний месяц.

Никто не просыпается утром с мыслью: «О, какая замечательная провальная идея, давай-ка я вложу в нее все деньги!». Наоборот, чем идея хуже, тем сильнее в нее обычно верят авторы. Потому что, если бы они сомневались, они бы не начинали.

Так как же заранее, еще на берегу, не потратив ни рубля, понять — это алмаз или просто красиво блестящий камешек, который рассыплется при первом ударе?

Давайте разберем 10 признаков. Первые пять — со знаком минус (красные флаги), вторые пять — со знаком плюс (зеленый свет).

Красные флаги: признаки провальной идеи

Если ваша идея подходит хотя бы под три пункта из этого списка, остановитесь и подумайте трижды.

Флаг 1. «Это нужно всем!»

Чем шире аудитория, тем сложнее продавать. Звучит парадоксально, но это так.

Когда вы говорите «мой продукт нужен всем от мала до велика», вы на самом деле говорите «я не знаю, кому конкретно это нужно». А если не знаете кому, то не знаете, где искать клиентов, какой у них язык, какая у них боль, сколько у них денег.

Пример:

— Плохо: «Наше приложение для здорового питания подходит всем, кто следит за собой».

— Хорошо: «Наше приложение для мам в декрете, которые хотят вернуть форму за 20 минут в день, не отрываясь от ребенка».

Гениальные идеи всегда про конкретных людей с конкретной проблемой. Масс-маркет — это удел гигантов с миллиардными бюджетами. Для начинающего предпринимателя узкая ниша — спасение.

Флаг 2. «Конкурентов нет!»

Когда я слышу эту фразу от начинающего бизнесмена, у меня дергается глаз. Честно.

Отсутствие конкурентов почти всегда означает отсутствие рынка. Люди не покупают то, что им не нужно. Если никто не продает, возможно, потому что никто не хочет покупать.

Исключения бывают:

— Вы изобрели технологию будущего (но тогда вы вен-

чурный стартап, а не малый бизнес).

— Вы зашли в только что образовавшуюся нишу из-за нового закона или тренда (но там конкуренты появятся через неделю).

В 99% случаев конкуренты есть. Просто вы их не нашли. Или не хотите искать, потому что боитесь.

Здоровый рынок выглядит так: есть конкуренты, и они неплохо зарабатывают. Это значит, что спрос есть и люди готовы платить. Ваша задача — не бояться их, а сделать лучше.

Флаг 3. «Стоит один раз сделать, и деньги польются рекой»

Этот флаг обычно развешивается над так называемым «пассивным доходом». Курсы, приложения, онлайн-сервисы.

Реальность: пассивного дохода не существует. Есть отсроченный доход. Вы вкладываетесь сейчас, а деньги получаете потом. Но работать придется и до, и после.

Инфопродукт нужно продвигать. Приложение — обновлять и поддерживать. Сервис — администрировать. Если вы не готовы работать постоянно, бизнес — не ваше.

Флаг 4. «Я делаю это для себя. Я же не дурак, буду брать с таких же, как я»

Логика вроде бы железная: раз я хочу такой продукт, значит, и другим он нужен.

Но есть нюанс: вы можете быть уникальным. То, что вы

готовы купить, может быть нужно только вам и трем таким же сумасшедшим по всей стране.

Особенно опасна эта ловушка для профессионалов. Шеф-повар открывает ресторан для гурманов, а людям нужно просто недорого и сытно. Программист пишет сложный софт, а клиентам нужна простейшая программа с кнопками.

Вы — не ваш клиент. Придется это принять.

Флаг 5. «Я не начну, пока не соберу миллион»

Это флаг перфекциониста и прокрастинатора.

Если вам нужен миллион на старт, скорее всего, вы не умеете проверять гипотезы дешево. А значит, скорее всего, вы прогорите с миллионом так же быстро, как и с тысячей.

Гениальные идеи можно проверять копеечными методами. Сделать MVP, продать руками, взять предзаказы. Если идея действительно стоящая, она начнет приносить деньги и без огромных вложений.

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.