



Глупый учится на своих ошибках, умный - на чужих.

Что нужно делать, что бы уменьшить риски **СТАРТАПА** и добиться поставленных целей? Давайте рассмотрим некоторые и советы основателей **СТАРТАПОВ**

, уже вставших на ноги, их комментарии о своих ошибках и рекомендации о том, как их избежать при начале

[инвестиционного проекта](#)

Долгий запуск, неправильная расстановка приоритетов, невнимание к мнению участников рынка, игнорирование работы над ошибками, гигантомания, недостаток прагматизма – вот не полный список существенных ошибок **СТАРТАПОВ**.

Большинство **СТАРТАПОВ** «умирают» на стадии детального обсуждения [бизнес-идеи](#) .

Но даже если идея работоспособна, не факт, что сам

бизнес проект

будет успешным.

Руководитель одного из бизнес-инкубаторов среди типичных ошибок, которые совершают молодые предприниматели, выделяет и неправильный выбор партнеров, когда невозможно поделить деньги и власть в команде, и слишком активную погоню за инвестициями, и избыточный перфекционизм в разработке продукта. Один из практических советов - не распыляться, а сделать свой бизнес главным приоритетом, над которым надо работать в режиме 24/7 – 24 часа 7 дней в неделю.

Бизнес-тренер Петр Осипов считает, что самая большая ошибка на начальной [стадии развития](#) **СТАРТАПА**

- неправильные приоритеты: «Людям кажется, что важно прописать бизнес-план, напечатать визитки и снять офис. Так вот, это все не главное. А главное - брать и делать!»

Посмотрим, что рассказали о своих главных ошибках создатели **СТАРТАПОВ**, которые уже чего-то добились.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #1 - долгий запуск

Людмила Павлова, коммерческий директор и один из создателей TimePad, электронной системы, помогающей создавать страницы событий: «Начальный этап - проработка проекта, анализ рынка и сбор команды - занял у нас неприлично много времени. Около года нам потребовалось на воплощение идеи в жизнь, и еще около года пришлось ждать первых доходов. Наш проект начинался совсем не так, как выглядит сейчас. Мы работали в бизнес-инкубаторе ВШЭ и TimePad был инструментом для решения конкретных задач: формирования расписания мероприятий и регистрации на них. А потом пришло осознание: не мы одни мучаемся с этими проблемами. С этого момента мы стали работать как самостоятельный **СТАРТАП**».

Совет: Сначала совершить первые продажи, а уже потом дорабатывать проект. В первую очередь стоит думать не о том, как разработать, а о том, как заработать.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #2 - неправильная расстановка приоритетов

Елена Масолова, член совета директоров, один из основателей проекта «ДарБери» - сайта, продающего скидки: «Огромное количество задач на старте (в разы больше, чем людей, которых их решают) и, как следствие, неправильное инвестирование времени. Мы сначала тратили время на менее важные, что стало понятно позднее, задачи. Например, «убили» много времени на партнерки (предполагалось, что партнерский сайт встроит к себе виджет с акцией «ДарБери» и мы будем делить доходы). Были потрачены огромные усилия на техническую интеграцию, согласование договора, а потом получили смешное количество покупок - люди приходили на партнерские сайты не за нашими акциями».

Совет: Фокусироваться на ключевых, критичных задачах, которые принесут 80% результата. **СТАРТАПУ** нужно быстро и дешево делать много ошибок, чтобы найти в итоге лучшую бизнес-модель, лучшие аргументы для клиентов. Ключевые слова - быстро и дешево, то есть если что-то не работает, попробуйте пару раз постучаться в эти двери, но потом бросайте и переключайтесь на другие задачи. Главный ресурс предпринимателя не деньги, а время и усилия людей.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #3 - невнимание к мнению участников рынка

Ильдар Канафеев, директор по развитию и сооснователь проекта PensiaMarket, портала, ориентированного на тех, кто ищет оптимальные варианты использования пенсионных услуг: «Самая большая ошибка - слабое изучение рынка, «подводных камней». Надо было не просто прописать бизнес-план, который красиво отображался в цифрах, но также максимально обсудить товар как с профессиональными участниками рынка, так и с конечными потребителями. То есть понять, что думают о нашем продукте, как его оценивают в положительном или отрицательном ракурсе, готовы ли за него платить и если да, то сколько.

Совет: С момента появления *идеи проекта* пообщаться с профессиональными участниками рынка и потребителями. Такое общение позволяет также выявить многие подводные камни, которые существуют на рынке.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #4 - игнорирование работы над ошибками

Александр Литвинов, руководитель проекта Русавтобус.ру, позволяющего пользователям подобрать оптимальный способ проезда всеми видами транспорта в городах мира и между ними: «Недостаточная компетентность и недостаточная продуманность стратегии на первых этапах развития проекта у нас наложились на нехватку средств и времени, на техническую сложность проекта. А это, как Вы понимаете, благодатная почва для всевозможных более мелких ошибок».

Совет: Любой, кто отважится попробовать открыть свое дело, соберет свою коллекцию ошибок. Но выводы каждый сделает свои. Работа над ошибками добавляет опыта и недостающих компетенций.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #5 - гигантомания

Евгений Домников, маркетинговый директор, один из основателей проекта Skillopedia.Ru, видео энциклопедии тренингов, руководств и инструкций: «Предлагая пользователям избыточный сервис, нам приходилось поддерживать его избыточным маркетингом и избыточной командой. Безусловно, при финансовом планировании на 5 лет вперед такая ситуация нормальна, но при резком падении рынка скорректировать нашу дальнейшую стратегию было сложно. **СТАРТАП** создавался с привлечением венчурных денег, и удар кризиса пришелся на стадию роста, когда проект еще был не готов генерировать доход, а внешнее инвестирование свелось к минимуму».

Совет: Ориентироваться на монетизацию на самом раннем [этапе развития проекта](#) . Ввязываться в проект только при 100% уверенности в своей команде. Ни при каких обстоятельствах не опускать руки.

Ошибка **СТАРТАПОВ** #6 - недостаток прагматизма

Анна Стогова, директор по маркетингу и один из создателей Native Speakers Club, компании, которая обучает иностранным языкам, в том числе через песни: «Все

произошло на конкурсе **бизнес-проектов**, когда я и мой партнер подготовили блестящую презентацию, где прописали проект от А до Я - все наши преимущества, планируемые прибыли, описали беспроблемность идеи и несомненное светлое будущее компании. Зал рукоплескал, жюри было в восторге, и каково же было наше удивление, когда судьи сказали: «Господа! Вы гениально выступили, мы уверены в том, что вы добьетесь колоссальных успехов. Мы видим, что Вы все рассчитали и будете расти, как планируете. Мы не поняли, а деньги-то Вам зачем? Поэтому Вы получаете приз зрительских симпатий и сборник бизнес-литературы». Действительно, в кураже мы просто не подумали о том, что жюри хотело видеть, зачем нам нужны деньги, а не то, что у нас все прекрасно. Ко второму конкурсу мы отнеслись с большим материализмом и выиграли грант в виде бесплатного офиса на год».

Совет: Более четко формулировать свои потребности. Делить доли в проекте (и фиксировать это документально) до того, как **бизнес-проект** начинает приносить первые деньги. Правильно мотивировать членов команды, следить за тем, чтобы мотивация была актуальна. В

СТАРТАПЕ

каждый «выпавший» член команды означает провал в определенной области и необходимость в перераспределении ресурсов, что замедляет рост и вносит в проект дополнительную нестабильность и риски.