

Гай КавазакИ

Изпитан във времето и кален в битка наръчник

Изкуството да стартираш бизнес 2.0

enthusiast



Гай Кавзаки

Изкуството да стартираш бизнес 2.0

Guy Kawasaki
The Art of the Start 2.0
The Time-Tested, Battle-Hardened Guide for Anyone Starting Anything

Copyright © 2004, 2015 by Guy Kawasaki

All rights reserved including the right of reproduction in whole or in part in any form.
This edition published by arrangements with PORTFOLIO, an imprint of PENGUIN
PUBLISHING GROUP, a division of PENGUIN RANDOM HOUSE LLC.

Гай Кавазаки
Изкуството да стартираш бизнес 2.0
Изпитан във времето и кален в битка наръчник

© Ани Младенова, превод, 2017

© Цвятко Остоич, художник на корицата, 2017

© „Алто комюникейшънс енд пбблишинг“ ООД, 2017

Enthusiast – запазена марка на „Алто комюникейшънс енд пбблишинг“ ООД
ISBN 978-619-164-229-8

Гай КавазакИ

Изпитан във времето и кален в битка наръчник

Изкуството да стартираш бизнес 2.0

Превод от английски Ани Младенова

enthusiast

София, 2017

Преди много години Ръдиард Киплинг изнесъл реч в университета „Макгил“ в Монреал. Там той казал нещо, което заслужава да бъде запомнено. Предупреждавайки студентите да не превръщат в основна своя цел парите, властта или славата, той заявил: „Някой ден ще срещнете човек, който изобщо не се интересува от тези неща. И тогава ще разберете колко сте бедни“.

Халфорд Е. Лъкок

За начало

*Никога не ми е хрумвало да пиша музика за чест и слава.
Просто е нужно да излея това, което се намира в сърцето ми.
Именно по тази причина композирам.*

Лудвиг ван Бетовен

„Ех, ако тогава знаех това, което знам сега!“ Повечето опитни предприемачи в някакъв момент изричат тази фраза. Целта ми е на вас да не ви се налага да го правите, защото сте прочели моята книга.

Стартирал съм три компании, инвестирал съм в десетки, консултирал съм всякакви организации – от такива с двама служители до Google. Работил съм за Apple два пъти, а сега съм главен евангелист* на стартъп** на име Canva. Стоотици предприемачи са се опитвали да ми продадат концепциите си – до степен, че дясното ми ухо вече е заглъхнало.

Или, с други думи, стартирането на една компания е процес, който не крие изненади за мен. Затова реших да направя това, което на технологичен език се нарича „архивиране на данните“, т.е. да запиша всичко, съхранено в паметта ми. Натрупал съм познанията си в битка, а вие ще може да получите наученото от мен наготово.

Целта ми е проста и ясна: искам да ви улесня в правенето на бизнес. Мечтая си, когато един ден умра, хората да казват: „Гай ме вдъхнови“. Освен това желанието ми е възможно най-много хора да изричат тези думи и затова тази книга е за широка аудитория:

* От евангелистки маркетинг – метод, при който се прави реклама от уста на уста, а потребителите се превръщат в „евангелисти“ и ентузиазизирано препоръчват продукта на други хора. – Бел. прев.

** Стартъп – стартираща компания, създадена, за да изпробва нови бизнес модели с потенциал за развитие. – Бел. прев.

1. Момчетата и момичетата в гаражи, общежития и офиси, които замислят нещо, за което скоро целият свят ще научи;
2. Смелите служители на вече работещи компании, които създават нови продукти;
3. „Предприемачите“ в социалната сфера и нестопанските организации, които правят света едно по-добро място за живеене.

Изключителни компании. Изключителни отдели. Изключителни училища. Изключителни църкви. Изключителни организации с идеална цел. Изключителни предприемачи. Това е моят план. А ето и няколко подробности, преди да започнем:

- Първоначално намерението ми беше просто да осъвременя книгата. Но в един момент се оказа, че продължавам да добавям, променям и трия. Така че това не е преработка от типа „1.1“. Става въпрос направо за „2.0“ – напълно интегрирана и нова версия. Когато редакторът ми в издателство Penguin ми каза да включа опцията „Проследяване на промените“ в текстообработващата програма, за да улесня работата на коректорите, искрено се развеселих. Версия 2.0 е с 64% по-дълга от 1.0.
- За улеснение, а и защото между предприемачите има много повече прилики, отколкото разлики, използвам израза „стартираш бизнес“ за всеки нов проект – независимо дали има стопанска, или идеална цел, а с „продукт“ означавам всички стоки, услуги или идеи. Можете да приложите уроците от тази книга, за да стартирате почти всичко, така че не се хващайте за буквалния смисъл на думите.
- Всяко правило си има изключение и аз също може да не съм прав. Да се учиш от споделения опит на другите, е рисковано, но не по-малко опасно е да чакаш да открият научни доказателства. Не забравяйте – в предприемачеството малко неща са абсолютно правилни или абсолютно грешни. Просто има такива, които работят, и такива, които не работят.

Предполагам, че целта ви е да промените света, а не да го изучавате. Природата на предприемачеството е именно такава – да действаш, а не да се учиш как да го правиш. Ако вече си казвате: „Хайде стига глупости, направо да започваме“, значи четете правилната книга от точния автор. И така, пълен напред!

Гай Кавасаки
Силициевата долина*, Калифорния
GuyKawasaki@gmail.com

* У нас е популярна като Силиконовата долина. – Бел. ред.

ЗАМИСЪЛЪТ

Изкуството да стартираш бизнес

Най-вълнуващата фраза в науката, която дава сигнал за нови открития, не е „Еврика“, а „Хм, това е интересно...“

Айзък Азимов

ТЕЗА*

Много по-лесно е да правиш нещата правилно от самото начало, отколкото да ги поправяш по-късно. На този етап формирате ДНК-то на вашия стартиращ бизнес – генетичния код, който остава за постоянно. Ако обърнете внимание на няколко основни въпроса, ще можете да изградите стабилна основа, а това, от своя страна, ще ви даде възможност спокойно да се концентрирате върху големите предизвикателства. Тази глава обяснява как да стартирате бизнес или проект.

Отговорете си на простите въпроси

Мит е, че успешните компании започват с грандиозни планове. Представата, че предприемачите трябва да тръгнат с голямата кошница и да си поставят мегаломански цели, за да успеят, е погрешна. Напротив, по моите наблюдения, в основата на изключителните компании са отговорите на няколко прости въпроса:

* Авторът използва тук акронимът GIST (Great Ideas for Starting Things).

- **И КАКВО СЛЕДВА ОТ ТОВА?*** Този въпрос възниква, когато се опиташ да очертаеш или предвидиш дадена тенденция и се чудиш какви биха били последствията ѝ. „Всеки ще има смартфон с камера и достъп до интернет“. И какво следва от това? „Ще могат да правят снимки и да ги споделят.“ И какво следва от това? „Трябва да създадем приложение, което позволява на хората да качват онлайн своите снимки, да оценяват кадрите на други и да пишат коментари.“ Воала**, така се ражда Instagram.
- **НЕ Е ЛИ ИНТЕРЕСНО?** Интелектуалното любопитство и случайните открития са в основата на този метод. Спенсър Силвър се опитвал да направи лепило, но вместо това създал вещество, което прилепва хартията, само че съвсем слабо. Това странно откритие довело до появата на лепящите се листчета. На продавача на електроуреди Рей Крок му направило впечатление, че малък ресторант наред нищото си е поръчал осем миксера. От любопитство той отишъл да го види и бил впечатлен от успеха му. Рей предложил идеята за верига от подобни ресторанти на Дик и Мак МакДоналд, а останалото е история.



* Вдъхновено от „The Art of Profitability“ (Adrian Slywotzsky).

** (От фр.) Ето. – Бел. ред.

- **ИМА ЛИ ПО-ДОБЪР НАЧИН?** Разочарованието от настоящото положение на нещата може да се окаже началото на нов път. Фердинанд Порше казва в едно свое интервю: „Най-напред се огледах и когато не успях да открия автомобил на мечтите си, реших да го създам сам“. Стив Возняк разработва Apple I, защото вярва, че трябва да има по-добър начин да получиш достъп до компютър от това, да работиш за правителството, за някой университет или за голяма компания. Лари Пейдж и Сергей Брин смятат, че оценяването на броя посещения на даден сайт е по-полезен метод при класирането на резултатите от търсенето, и затова стартират Google.
- **ЗАЩО НАШАТА КОМПАНИЯ НЕ ПРАВИ ТОВА?** В този случай катализаторът е раздразнението към настоящия ви работодател. Познавате потребителите на своя пазар и техните нужди. Казвате на ръководството, че компанията трябва да разработи даден продукт, защото е нужен на клиентите, но то отказва да се вслуша. Накрая решавате да го създадете сами.
- **ВЪЗМОЖНО Е, ТАКА ЧЕ ЗАЩО НЕ ГО НАПРАВИМ?** Рядко се случва да е предварително доказано, че има пазар за някаква голяма иновация, и отношението „Какво пък, нека опитаме“ е вариант за развитие. Например през 70-те години идеята за преносим телефон е непонятна за повечето хора, но Motorola го създава. По това време във всеобщата представа телефоните са свързани с местата, а не с хората. Но Мартин Купър и инженерите в Motorola решават да действат, а останалото е история. Не позволявайте на никого да ви каже, че теорията „Ако го направим, те сами ще дойдат“ (ако предложим даден продукт, потребителите сами ще дойдат при нас), е несъстоятелна.

„В основата на великите компании са отговорите на прости въпроси, които променят света, а не желанието да станеш богат.“

Гай Кавзаки
ИЗКУСТВОТО ДА СТАТИРАШ БИЗНЕС 2.0
Изпитан във времето и кален в битка наричник

Превод *Ани Младенова*
Редактор *Мария Чунчева*
Художник *Цвятко Остоич*
Коректор *Снежана Бошнакова*
Предпечат *Лиляна Карагьозова*

Американска. Първо издание
Формат 70 x 100/16
Печатни коли 22

ISBN 978-619-164-229-8

Издава

enthusiast

Запазена марка

на „Алто комюникейшънс енд пблшинг“ ООД

София, ул. „Кракра“ № 20
тел. 02/ 943 87 16, факс: 02/ 943 87 18
e-mail: office@enthusiast.bg

Книгите на „Ентусиаст“ може да закупите с отстъпка
от www.bookstore.enthusiast.bg



Печат Смилков принт

Гай Кавасаки е главният евангелист на Canva, основател, партньор и предприемач в Garage Technology Ventures. Съосновател на Alltop.com, „онлайн списание за всички популярни теми в интернет“. Преди това е бил член на екипа на Apple. Кавасаки е автор на осем книги – сред тях са „Проверка на реалността“, „Как да побъркате конкурентите си“, „Правила за революционери“, „Да продадеш мечтата“, „Изкуството да очароваш“.



„Изкуството да стартираш бизнес 2.0“ е напълно преработена и разширена версия на превърналия се в класика бестселър на Гай Кавасаки, от който ще научите как да лансирате своя нов продукт, услуга или идея.

Независимо дали сте бъдещ предприемач, собственик на малък бизнес, работите за голяма компания или за нестопанска организация, ще се сблъскате с теми като иновациите, подбора на персонал, набирането на капитал и създаването на марка. През последното десетилетие в бизнеса настъпиха земетръсни промени. Много от базовите елементи на стартирането вече са по-лесно постижими, по-евтини и по-достъпни. Бизнес плановете са излишни, а краудфъндингът е приложимата алтернатива на ухажването на инвеститори. „Облакът“ прави базовата инфраструктура лесно достижима за почти всяка една нова компания. Книгата ще ви покаже как ефективно да използвате всички тези съвременни инструменти и как да овладеете вечните предизвикателства: да изградите силен екип, да създадете страхотен продукт или услуга и да се изправите срещу конкуренцията.

И както Гай обича да казва: „Да си предприемач, е състояние на духа, а не длъжностна характеристика“. Неговата книга ще ви даде възможност да осъществите щурите си идеи и да минете с лекота през приключението „стартиране на бизнес“, което е по-скоро изкуство, отколкото наука.



Търсете от същия автор



www.enthusiast.bg



Цена 20 лв.