



«ОТ ИДЕИ ДО МЕЖДУНАРОДНОГО IT-ПРОЕКТА»

ШПАРГАЛКА СТАРТАПЕРА



При поддержке: «ППУ» им. Әлкәй Марғұлана
Авторы: Фоменко Е., Писегов М.
г. Павлодар, 2022

Приветствую, дорогие друзья!

Меня зовут Евгений Фоменко, я учился в гимназии №3, окончил лицей №8 г. Павлодара. Я был таким же павлодарским школьником, как и вы.

На сегодняшний день у меня 2 международные IT-компании. И при этом продолжаю запускать новые проекты.

Вы держите в руках методичку, в которой я поделюсь своими успешными практиками, опытом, ошибками и советами.

Ознакомление с нижеизложенной информацией поможет Вам как можно быстрее запустить свой прибыльный международный IT-проект.

Что за методичка и когда она пригодится?

Методичка может служить шпаргалкой/правилами/принципами/гайдами/пошаговой инструкцией создания и развития IT-проекта. Поможет понять, как следует поступить в той или иной ситуации, в каком направлении двигаться, каким моментам уделить большее внимание.

1 из 100 стартапов выстреливает

Согласно статистике, выстреливает лишь 1 из 100 стартапов. Моя личная статистика куда более привлекательна: из всех моих начинаний успешными оказались 7-ой и 8-ой проекты, то есть 2 из 8.

Тем не менее, как Вы уже поняли, 6 моих первых проектов, в которые я верил и которые пытался активно развивать, потерпели неудачу. Один из них имел более 1,5 млн установок приложения, множество восторженных отзывов, но, даже несмотря на это, его все равно пришлось закрыть.



iProxy.online

PUSH.EXPRESS

Причины, почему не заходят проекты

- ✖ **Не подумали о монетизации, не просчитали экономику проекта.** Необходимо понимать, на какой отрезок времени Вам хватит денег на развитие продукта без получения прибыли. Каким образом Вы будете извлекать прибыль из проекта.
- ✖ **Не чувствовали фичи (ключевые преимущества),** которые толкают проект к развитию. Развивали фичи, не проанализировав потребности потенциальных клиентов, не убедившись в том, что эти фичи действительно им нужны.
- ✖ **Не изучили конкурентов,** не продумали конкурентные преимущества своего проекта.
- ✖ **Не изучили спрос.** Создали неактуальный и ненужный клиентам продукт.



Старайтесь избегать ошибок!

Если Вам кажется, что Вы точно знаете, в чем нуждаются Ваши потенциальные клиенты, убедитесь в том, что Ваши мысли небезосновательны, прежде чем приступать к реализации проекта

CustomerDevelopment

Как же понять, что именно Вашим клиентам нужно? Используйте такой подход, как CustomerDevelopment (постоянный контакт с клиентами), задавайте вопросы, касающиеся функционала проекта, проводите опросы, важно узнать, какую проблему решает Ваш проект, какие фичи пользуются популярностью, а какой функционал не нужен и вовсе. CustomerDevelopment может быть в формате звонка, личной встречи, текстовой переписки. Живое общение и звонки – наиболее эффективны на практике. CusDev проводят абсолютно все стартапы, его нужно делать, Вы откроете для себя и для проекта много полезного. И помните, что выборка должна быть репрезентативной. Мнения 3-5 человек будет недостаточно. Отталкивайтесь минимум от 20 интервью.

Как понимать, какие именно фичи толкают проект к развитию?

Анализировать функционал при помощи различных метрик, дорабатывать и развивать именно те направления продукта, которые наиболее важны и интересны пользователям.

Те же направления, которые вызывают у клиентов меньший интерес и на развитие которых требуются большие денежные или временные вложения, возможно, следует «затормозить» и доделать их уже позже, по мере возможности, переключив на данном этапе фокус внимания на наиболее прибыльные и перспективные.

Не забывайте также спрашивать мнение насчет внедрения какой-либо новой «потенциальной фичи» напрямую у пользователей.

MVP

Minimal Viable Product (минимально жизнеспособный продукт) – тестовая версия вашего продукта или услуги, содержащая минимальное количество фич, несущих максимальную ценность для Вашего конечного потребителя. С помощью MVP можно протестировать Ваши гипотезы и жизнеспособность Вашего продукта, перед тем как приступить к полномасштабной реализации продукта. В результате тестирования и обратной связи от Ваших потенциальных клиентов, можно будет понять, стоит ли развивать продукт дальше и какие изменения в первоначальную концепцию можно внести на самом стартовом этапе.

Как правильно расставлять приоритеты в реализации фич

- Принцип соотношения «цена/качество»: оценить, насколько сложна фича в реализации и насколько велика ее ценность для пользователей (очень ценна – будет пользоваться спросом у абсолютного большинства клиентов/не ценна – пригодится лишь нескольким юзерам)
- Способна ли фича и, если способна, то на сколько, повлиять на прибыльность продукта

- Важна ли реализация данной фичи для репутации проекта (наличие какой-либо функции может несильно влиять на проект в целом, но положительно сказываться на репутации проекта и лояльности клиентов, в то время как отсутствие данной функции может наоборот, сыграть негативную роль).
- Способна ли фича помочь в маркетинговом продвижении Вашего продукта. Например, Вы внедрили глубокую аналитику для клиентов. Клиенты рады. На прибыльности проекта это может никак не отразиться, тем не менее, теперь Вы можете публиковать успешные кейсы с использованием Вашей аналитики, благодаря которым другие потенциальные клиенты тоже захотят ее использовать и станут пользоваться Вашим продуктом. Таким образом, новые фичи могут послужить основой для привлечения новых клиентов.

Не всегда доверяйте отзывам о вашем продукте

- Обоснованием для данного совета послужил мой личный опыт. Каким бы удивительным это ни казалось, пользователь может оставить восторженный отзыв, а через 2 дня удалить приложение с телефона. Почему так происходит? Клиент скачал Ваш продукт, еще толком не понял, как и зачем им пользоваться, но увидел, допустим, красивый интерфейс и на позитивных ожиданиях оставил отзыв. Потом разобрался (или разобраться не смог) с функционалом, не нашел каких-либо ключевых преимуществ по сравнению с продуктами конкурентов/не нашел выгоды от использования приложения лично для себя/ему надоело/стало скучно и т.п. Как итог, восторженный отзыв остался, а клиент нет. В связи с этим, нельзя полагаться исключительно на отзывы. Хорошие отзывы – это отлично, но они должны быть подкреплены не менее хорошей статистикой.
- При личном контакте Ваш пользователь может не сказать правду в лицо, постесняться, побояться сказать, что ему что-то не нравится в продукте, может не захотеть расстраивать. Вы получите положительный отзыв, а по факту, у клиента есть критичные пожелания по доработкам, которые могли бы его удержать, если бы он ими поделился.



Не стоит доверять единственному отзыву или нескольким. Для получения достоверной статистики, нужно опираться на большие выборки на более-менее длительном промежутке времени.

Ошибки

- ✖ Отсутствие подсчета метрик пользователей. Установки/Регистрации/Активации продукта/Достижение уровня/Подсчет количества открытых той или иной фичи. Например, при построении своего продукта можете использовать фреймворк AARRR (Пиратские метрики)
- ✖ Отсутствие понимания того, какие фичи удерживают юзеров. Нужно знать свои ключевые преимущества, пользу, проблему, которую решает Ваш продукт.
- ✖ Недооценка сложности реализации продукта. Необходимо знать, сколько времени и денег нужно вложить в проект. Один из моих неудавшихся проектов изначально планировали реализовать за 3 месяца, на деле же проект оказался намного сложнее технически, на разработку требовался не один год. На лицо ошибки в просчетах, проект пришлось закрыть, так как не было финансовых возможностей на столь долгую реализацию продукта.

Рекомендации

- ✓ Правильные метрики.
Фокус группы. Наладить личный контакт с определенной группой лояльных пользователей (например, через саппорт), готовых протестировать новые фичи, давать обратную связь и рекомендации по улучшению продукта.
- ✓ На практике стартаперы часто пытаются изобрести велосипед каким-то странным путем, хотя нужно просто решить прямо задачу, по сути, в лоб, без необходимости ходить окольными путями.
- ✓ Не ограничивать себя. Многих тормозит финансовая составляющая, то есть отсутствие денег на разработку. Если Ваша идея стартапа действительно хороша, то можете не сомневаться в том, что Вам не составит большого труда найти потенциальных инвесторов. Сделайте MVP (минимально жизнеспособный продукт) и с ним действуйте, на гениальную идею обязательно найдете себе партнера или инвестора, с которым сможете развивать проект.
- ✓ Просчитайте экономику Вашей идеи, даже если необходимые суммы вложений очень внушительные. От расчетов еще никто не умирал и не становился банкротом. Подсчет экономики, той же самой любой франшизы, приведет Вас к пониманию того, какой проект Вам было бы более интересно развивать.

- Пользователи – отличный источник информации о Вашем продукте. Когда клиент обращается к Вам с тем или иным вопросом, спрашивайте, откуда он узнал о Вас, для каких целей применяет Ваш продукт, какие он может дать рекомендации по улучшению продукта, какой функционал способен добавить Вашему продукту полезности, узнавайте, испытывает ли он сейчас неудобства с Вашим продуктом.
- Мотивируйте юзеров рассказывать о Вашем продукте: реферальная система.
- Мотивируйте юзеров оставлять отзывы о вашем продукте: appstore/trustpilot и т.п. Давайте им небольшой бонус/скидку, взамен получите хорошее позиционирование в Интернете.
- Переводите сервис как минимум на английский язык.
- Переводите продукт на локальные языки. Заблуждение полагать, что английский язык знают все за рубежом. Например, из моей практики, 15-20% бразильцев не знают английский язык (говорят на португальском). Для них видеоинструкции на английском так же полезны, как для нас инструкции на китайском.
- Найдите лидеров мнений в Вашей нише, предоставляйте им Ваш продукт на выгодных условиях, договаривайтесь с ними о рекламе Вашего продукта.
- Используйте простой человеческий язык во всех отношениях: в работе с партнерами, с клиентами, с сотрудниками, с пользователями.
- Не забывайте про сарафанное радио, оно действительно работает. Делайте хороший продукт, подпитывайте его маркетинговой активностью, а благодаря сарафенному радио Вы получите еще больше новых клиентов.
- Говорите исключительно правду. Имеется в виду разработка единой стратегии, которой Вы всегда будете придерживаться. Ваши слова, заявления, позиция всегда должны быть одними и теми же. Если, например, приукрашивать действительность, то однажды это всплынет и не сойдутся карты. Будучи честным и в бизнесе, и в семье можно жить спокойно и уверенно, что внезапно не будет «несостыковки». Например, не обязательно говорить пользователям, что был баг или не работал сервис какое-то время, если никто этого не заметил и не может заметить. При этом, если пользователь обнаружил проблему и задал вопрос, не нужно выдумывать лишнего. Говорите, что проверите, говорите, что все исправили, обещайте (желательно при этом обещание сдержать), что больше данная проблема не повторится. Можно также уточнить, что «по этой причине» больше не будет бага. Мы с моей командой крайне стараемся не допускать одной и той же ошибки или бага дважды. Всегда торопимся устранить новые баги, ведь чем больше багов устранили, тем меньше их осталось и тем идеальнее продукт.

- ✓ Используйте костыльные решения для быстрого тестирований гипотез и устранения неполадок. Если проблема в какой-либо критически важной части функционала, исправьте как можно быстрее, пусть даже не очень качественно, но на будущее запланируйте апдейт. Таким образом, Вы сэкономите время, функционал будет работать, а по мере возможности уже доведете все до ума.
- ✓ Уделяйте должное внимание нетворкингу. Участвуйте в хакатонах, посещайте конференции и прочие IT-мероприятия (например, в astanahub.com подобного рода мероприятия проходят практически каждую неделю). Знакомьтесь с людьми (а если хочется спать или лень, то это первый признак того, что нужно вставать и идти вершить дела). Никогда не знаете, какой контакт принесет вам пользу в будущем. Это отличная возможность найти людей по нужным Вам интересам. Например, Вашим новым знакомым может оказаться хороший Андроид-программист, для которого сегодня нет актуальных задач, а когда наступит завтра, у вас будет новая идея – и у вас есть контакт потенциального партнера.
- ✓ Понимайте нишу, в которой работаете. Без понимания будет крайне тяжело создать что-то полезное. Не обязательно быть пользователем своего продукта, но знать нишу, понимать аудиторию необходимо. Поэтому рекомендация - придумывайте идеи из Вашей ниши.
- ✓ Принимайте решения исходя из того, как будет выгоднее проекту, а не Вам лично. Иногда может вставать выбор: потратить деньги на развитие проекта или вынуть их из бизнеса в качестве дивидендов. Если не уверены, как лучше поступить, вставайте на сторону Вашего проекта.

**Делайте бекапы.
Не известно, когда они
пригодятся, скорее всего
очень скоро. И не храните
их в одном месте**



Саппорт

Качественная техническая служба поддержки клиентов, способная быстро реагировать на любые запросы пользователей, очень важна для успешного существования и развития проекта. Человеческое отношение к клиентам и готовность решить их проблемы, связанные с использованием продукта, формируют у пользователей доверие и лояльность по отношению к сервису, в то время как отсутствие хорошей технической поддержки, наоборот, негативно сказывается на опыте использования продукта.

Сделайте одним из Ваших ключевых преимуществ максимальную клиентоориентированность. Пусть потребности и желания клиентов будут для Вас на первом месте, ведь именно Ваши клиенты – двигатели проекта. Будьте готовыми к тому, что общение с людьми – дело непростое. Люди бывают разными. Проявляйте терпение, если требуется, объясняйте по 10 раз, делайте возвраты, если клиент остался недоволен работой сервиса или наткнулся на ошибку или недоработку.

Работайте с негативом. Пытайтесь переключить негативно настроенных пользователей на позитив: предлагайте скидку/бонус/возврат денежных средств, пусть клиент останется довольным, даже если Вы понимаете, что он не прав. Мягко объясните клиенту, что он ошибается или что он что-то не так понял, попробуйте продемонстрировать, чем именно Ваш проект может быть полезен ему. Человеческий язык и реагирование позитивом на негатив иногда способны творить чудеса и сглаживать даже самые острые углы.

Стенд проекта
в г. Санкт-Петербург,
август 2022



Маркетинг

Не недооценивайте силу маркетинга. Любому, даже самому успешному проекту, никогда не помешают новые клиенты, которых можно привлечь при помощи продвижения и рекламы.

В этом деле, как говорится, все средства хороши. Используйте различные каналы продвижения, выбирайте те, что ближе Вашим клиентам и, конечно, которые Ваш проект может себе позволить с финансовой точки зрения. Заказывайте обзоры на Ютуб-каналах, статьи на целевых ресурсах, форумах, сайтах, используйте платную рекламу: контекстную, таргетированную. Делайте холодные, горячие звонки, используйте сервисы по автоматизации обзвона клиентов (кстати, один из моих проектов в бета-тесте), массовые рассылки в мессенджерах. Делайте кросс-промо, выбирайте компании с Целевой Аудиторией, как у Вас, рекламируйте продукты друг друга. Компания, даже более крупная чем ваша, достаточно легко может согласиться на кросс-промо.

Тестируйте разные платформы и сравнивайте результаты, по итогу Вы определенно найдете свою аудиторию, потенциальных клиентов очень много.

Конкуренция

Вы не потеряете клиентов, если:

- Ваш продукт стабильно работает. Если пользователь будет постоянно сталкиваться с багами и ошибками на протяжении длительного отрезка времени, рано или поздно он уйдет. **Не бойтесь выпустить продукт с багами**, но оперативно их исправляйте. Юзеры будут видеть развитие и прогресс и 100% дадут Вам шанс и время на исправление.
- Ваш продукт обладает хорошим конкурентным преимуществом, то есть функционалом, которого нет у других.
- Интерфейс Вашего сервиса удобен, понятен и прост для пользователей, они к нему привыкли и не видят смысла пробовать что-то новое.
- Пользователям, которые начнут пользоваться Вашим сервисом, будет уже не так-то просто от Вас отказаться при обнаружении конкурентного продукта, пусть даже с более низкой ценой. Если Ваш сервис полностью удовлетворяет запросы юзера и решает его задачи, для него будет выгоднее остаться с Вами, нежели рисковать своими бизнес-процессами при переходе на новый сервис ради несущественной экономии денежных средств.

Помните, **клиенты готовы переплачивать за качество**. А если Вам удастся внедрить какой-либо нужный пользователям функционал, не реализованный у конкурентов, то успех обеспечен и конкуренция Вам и вовсе не страшна.

Качественный продукт = удержание пользователей

Пользователи

Будьте готовы к тому, что далеко не все пользователи «схватывают на лету». То, что для Вас может казаться очевидным, для них – совсем непонятным. Поэтому с Вашей стороны необходимо предоставить максимально доступный интерфейс, интуитивно понятный, в котором никому не составит проблем разобраться. Сделайте видео-инструкцию/текстовую инструкцию, рассмотрите в ней подробно все шаги, все этапы пользования Вашим продуктом. Не удивляйтесь, что у клиентов все равно будет много вопросов. Кто-то поленится изучить инструкцию, кто-то изучит и не поймет, кто-то захочет что-то уточнить.

Позаботьтесь о том, чтобы клиенту не составило труда найти ссылку на техподдержку. Также предоставьте пользователям возможность давать обратную связь, оставлять отзывы и пожелания. Например, на моем опыте, пользователи охотно присыпают багрепорты в телеграмм-саппорт/чат. Прислушивайтесь к их пожеланиям по улучшению проекта, они подскажут Вам дальнейший путь развития проекта, Вам даже ничего не потребуется выдумывать самим, лишь воплощать в жизнь идеи клиентов.



Ко-овнеры

Если Вы не единственный владелец проекта, а работаете в команде, рекомендую придерживаться следующих принципов:

- ✓ Не жадничайте при распределении процентов/долей. Помните, что 100% от нуля - это меньше, чем любой процент от суммы, не равной нулю. Делайте проект в команде, будете быстрее развиваться.
- ✓ Не работайте с другом только из-за того, что вы друзья. Как гласит русская пословица: «Дружба дружбой, а деньги – врозь». Заранее осознавайте, заинтересован ли Ваш друг в проекте так же, как и Вы, не «перегорит» ли он, не утратит ли мотивацию. Как правило, с незнакомыми/малознакомыми людьми гораздо легче получается найти общий язык в бизнесе, не возникает конфликтов и претензий друг к другу на фоне того, что «мы же друзья».
- ✓ Обсуждайте условия выхода из проекта на берегу. Сложно делить шкуру неубитого медведя, но бывают ситуации, когда у Вашего партнера через неделю/месяц мотивация заканчивается, Вы продолжаете работать, а он нет (или работает плохо), а прибыль делится пополам. Ваш партнер тормозит развитие проекта в то время, как Вы могли бы отдать его долю какому-нибудь программисту или инвестору, и для проекта было бы более выгодно иметь другого сооснователя.
- ✓ Если будете делать проект, например, на двоих, не постесняйтесь предложить соотношение долей 51 на 49 в Вашу пользу. Этот 1% будет влиять на то, чье решение касательно развития проекта будет решающим. Удержите этот % за собой, чтобы управление компанией оставалось у вас.
- ✓ Если вы будете отдавать большую долю, не постесняйтесь уточнить, чьи решения будут главными. Например, вы оставляете себе 30%, а по 35% будут иметь ваши инвесторы. Скажите инвесторам, что капитаном корабля остаетесь Вы. Курс, куда плыть Вашему кораблю будете определять Вы. Инвестор скорее всего не будет разбираться в нише вашего продукта и будет предлагать вам решения, которые затормозят развитие вашего проекта, если в принципе его не уничтожат. Когда договариваетесь, старайтесь оставлять право принимать стратегические решения за собой.

Как создать проект с минимальными вложениями?

Делитесь долями с программистами, то есть они будут работать не за деньги, а за долю в проекте, делайте обзоры на свой продукт, выкладывайте в соцсети, вручную раскидывайте потенциальным клиентам, делайте обзвоны и рассылки. Тот проект, который должен зайти - обязательно зайдет. Не ждите мгновенного результата, дайте пользователям время (ориентировочно 3 месяца ожидания), так как у них дела/заботы/срочные задачи/лень/забыли, когда на деле Ваш продукт, возможно, им очень нужен. Ждите до 3-4-5 месяцев, иногда ненавязчиво напоминайте о себе.

Как пойдут первые пользователи - дорабатывайте фичи, которые они просят, исправляйте баги. Пусть пользователи видят развитие.

Как придумать идею проекта?

Проще всего придумать и реализовать идею в той нише, в которой Вы разбираетесь. Если работаете с автомобилями - в автомобильной нише, если с языками - в языковой сфере, и т.п.

Идея обоих моих успешных проектов пришла мне в голову, когда я лично столкнулся с проблемой отсутствия аналогичных сервисов, необходимых для моей работы. И сам сделал продукт, решающий мою проблему. Предложил рынку, рынок оценил и начал использовать.



Какие проекты придумывать?

Я руководствуюсь следующими принципами:

- ✓ Нет нужды больших вложений
- ✓ Высокая маржинальность (прибыльность) проекта. Доля GrossMargin 85%+ от выручки. Например, вы получаете 100 тенге, а на переменные расходы (в случае моих проектов – это лишь серверная часть), тратите не более 15 тенге. 85 тенге – GrossMargin.
- ✓ Подписочная модель, то есть с ежемесячной оплатой с удовлетворяющим вас LTV
- ✓ Масштабируемость. Клиенты должны быть по всему миру
- ✓ Нет нужны связи для продвижения/создания проекта

Создавайте программу, которая сама автоматически работает, а пользователи за это платят. При таком раскладе пользователи будут платить Вам, грубо говоря, за включенный компьютер, Ваш удаленный сервер, который 24/7 автоматически выполняет заложенные вами математические алгоритмы, это ведь прекрасно.

Стенд проекта на выставке с 5000+ участников
в г. Бангкок, Таиланд, декабрь 2022



Как установить цену на продукт?

Рассчитайте цену, которая Вас устраивает, и не стесняйтесь добавить к ней 10-30% или даже 40%. Пользователи всегда будут просить скидки, это я Вам гарантирую. Даже самые мелкие пользователи будут просить Вас о скидке. Поэтому у Вас всегда должен быть запас на скидку. Таким образом, изначально завышаем цену, а потом, без ущерба для себя и проекта, можем предоставить скидку, расположив тем самым к себе клиента. А с более скромных пользователей зарабатываем чуть больше, чем изначально планировали, что всегда приятно.

Главное из хакатона

Не важно, какой размер призового фонда и стали ли вы его победителем. Полученные знания стоят гораздо больше любых наград. Те, кто сможет их применить, имеют возможность заработать гораздо больше, чем сумма призового фонда.

Что дальше?

Я знаю, что среди Вас, кто читает этот абзац прямо сейчас, есть те, кто в будущем запустит свои успешные IT-проекты. Возможно, этим счастливчиком окажешься именно ты!

Скорее всего у Вас будет много классной работы, но мы будем крайне рады, если Вы сможете найти окошко в вашем будущем плотном графике и проведете Хакатон для молодого поколения и поделитесь своими знаниями. Таким образом Вы сделаете вклад в развитие подрастающего поколения и всей страны. Будем ждать от Вас приглашения на Ваше мероприятие!

Программист №1

Самостоятельно. Курсы ни разу не пробовал, но есть хорошие. Если есть помощник, очень помогает. Самый топ — стажировка в хороших компаниях, где топовые программисты смогут смотреть и подсказывать. Ну и реальные задачи, а не курс сразу. Если еще в школе — то конкурсы всякие, хакатоны, книги и т.д. Сам язык всегда по рекомендуемым книгам учил, обычно по каждому есть 1-2 общеизвестные книги. Никогда не дочитывал до конца, половины хватает, чтоб начать работу уже

Программист №2

Нужно получать удовольствие от программирования, а не ради денег. Не надеяться на курсы. Делать самостоятельно.

- Быть готовым к тому, что всегда будешь чувствовать себя глупым
- Не париться по поводу математических скиллов. Мат. способности это плюс. Но их отсутствие - не проблема
- JavaScript — можно начинать с него, за полгода можно достичь уровень Мидла
- Самому заниматься. Курсов недостаточно
- Плюс курса - наличие возможности задать вопрос

Программист №3

Самостоятельно - Гугл в помощь

Треки для мотивации,
для любой жизненной ситуации:



ST1M – взлетай



Леван Горозия - Outro

Мы в самом начале,
так чего ты ждешь?
Так погнали вперед!



С уважением,
Фоменко Е.,
Писегов М.