

Экономичный стартап

В двух словах: это стартап, который сочетает быстрые, повторяющиеся методы развития с принципами развития клиента.

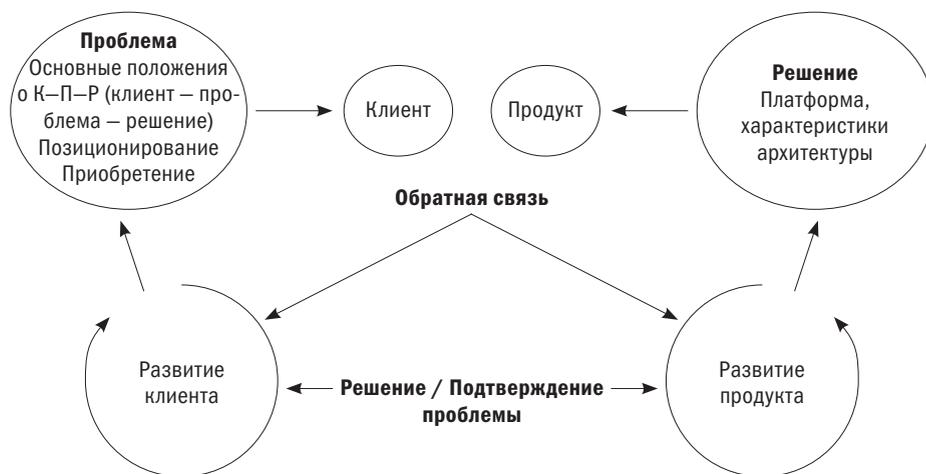
Экономичный стартап (концепция, созданная и зарегистрированная Эриком Рисом) — это такой стартап, который сочетает в себе гибкие повторяющиеся методы разработки (например, Agile) с концепциями «развития клиента» Стива Бланка. Эрик пишет, что концепция экономичных стартапов родилась благодаря трем трендам:

- использование платформ благодаря открытым источникам и бесплатному программному обеспечению;
- применение agile-методов разработки;
- быстрые клиентоориентированные итерации, как проиллюстрировано в процессе развития клиента.

Мы бы добавили еще и четвертый элемент — использование мощной, малозатратной и легкой в применении аналитики. Хотя некоторые характеристики экономичных стартапов практикуются много лет, слияние этих трендов — недавний феномен, и он дает потенциал для беспрецедентной «скорости итераций» или «числа циклов обучения за доллар», тогда как бизнес оттачивает соответствующий маркетинг продукта.

Рис. 4 показывает, что развитие клиента и развитие продукта — это два отдельных, но взаимосвязанных процесса. Как описывает Эрик Рис*, отдел развития клиента работает над проверкой утверждений о том, кто есть клиент, над проблемой, которую они надеются решить, и над тем, каким будет решение, тогда как отдел по развитию продукта реально разрабатывает решение. Процесс развития продукта получает информацию от клиентов опосредованно, через развитие клиента, и (когда это возможно) напрямую при измерении использования продукта. Продукт непрерывно находится в процессе развития, и клиенту как можно скорее предоставляются новые функции или другие варианты существующих функций.

Рис. 4. Экономичный стартап: взаимосвязь развития продукта и развития клиента



Процесс развития клиента получает входные данные от клиентов опосредованно, через отчеты развития продукта

* <http://bit.ly/EricRiesPivot>.

об использовании функций, и напрямую, в процессах развития клиентов и из аналитики. Процесс развития клиента повторяется при тестировании основных бизнес-утверждений, функциональности продукта, приобретения и переработки новых утверждений, результатом которых являются откорректированные гипотезы, отточенные сообщения, позиционирование, требования к функционалу, тактика маркетинга и продаж.

В контексте поиска клиента экономичный стартап — это не тот, который обязательно использует сами по себе заповеди экономичного производства, но, скорее, тот, который использует быстрые, повторяющиеся практики развития вкупе с методами развития клиентов, чтобы:

1. Подтвердить основные гипотезы (клиент — проблема — решение (К—П—Р)).
2. Развить минимальный целесообразный продукт.
3. Определить соответствующий маркетинг продукта.
4. Разработать инструкцию по развитию и маркетингу для масштабирования.

Создание надлежащего цикла итераций требует от вас предопределить успех и провал для каждого этапа и создать средства для измерения вашего прогресса. Например, в мире интернет-технологий есть показатель Дэйва Макклюра* AARRR**, которая может применяться для измерения тестовых циклов внутри разных этапов развития продукта и клиентов — от концепции до соответствующего маркетинга продукта и дальше.

* <http://bit.ly/DaveMcClureAARRR>.

** AARRR (Acquisition, Activation, Retention, Referral, Revenue (англ.)) — приобретение, активация, удержание, рекомендации, доходы. *Прим. пер.*

Вероятно, стоит отметить, какие критерии не обязательны для того, чтобы стартап считали экономичным в контексте учения Эрика Риса:

- самонастраиваемость;
- неприличное ежедневное количество лапши доширак;
- неоплачиваемый труд сотрудников;
- система на базе Intel 80386;
- перегородки в офисе;
- интерфейс командной строки;
- офисные стулья без колесиков.