

Глава 1.

Идеи повсюду



БОЛЬШЕ ВСЕГО НА СВЕТЕ я ненавижу гостиничные номера. Знаю, звучит слишком категорично, но это правда. Я путешествую вот уже тридцать лет, практически живя в отелях. Поэтому, когда мы теперь с женой куда-то едем, мы всегда снимаем дом или квартиру, так как это намного приятнее.

Однако проблема, с которой мы сталкиваемся при аренде жилья, заключается в том, что, хотя опыт проживания там приятнее, в таком жилье всегда самые дешевые кровати, старая побитая мебель и обшарпанная посуда, которая выглядит просто отвратительно. У меня сложилось такое впечатление, что хозяева жилья думают: «Они всего лишь арендаторы и все равно все испортят, так что оставим им старую рухлядь, и так сойдет».

Мне такое не подходит.

Напротив, мне нравятся чистота и комфорт в отелях, но я терпеть не могу гостиничную атмосферу. И этот непростой выбор буквально покоя мне не давал: либо хорошая кровать и чистота в отеле без удовольствия от путешествия, либо приятные впечатления от отпуска, но отсутствие сна. Почему нельзя получить и то и другое?

Это натолкнуло меня на мысль: почему бы не совместить гостиничное качество с приятной атмосферой съемного жилья? Мы приобрели девятнадцать объектов в Южной Флориде, чтобы сдавать их в аренду под брендом Escape Club. Кровати с роскошными матрасами Westin Heavenly, кухни с посудой Williams-Sonoma, и мы стремились создать максимально приятный опыт съемного жилья для отдыха, объединив лучшее из двух этих сфер. В итоге мы получили топ-рейтинги на Airbnb, благодаря чему обзавелись новыми объектами для аренды и увеличили свой доход.

Все сводится к следующему: у нас была проблема, и она натолкнула меня на идею. Мы решили, что мы не единственные люди в мире, которых беспокоят эти неприятные моменты, и оказались правы. Есть и другие люди, готовые заплатить более высокую цену за более качественный опыт, и теперь мы удовлетворяем эту их потребность.

Идеи начинаются с «почему»

Самые удачные идеи всегда начинаются с «почему». Я знаю, что это совершенно очевидно, и многие читатели наверняка уже закатили глаза, как только я упомянул концепцию «начни с "почему"», так как они слышали об этом миллион раз, но этот принцип невозможно переоценить – крайне сложно добиться успеха, если ваша идея не опирается на четкую цель. Многие начинающие предприниматели хватаются за идеи, которые, по их мнению, помогут им быстро разбогатеть или соответствовать другим новомодным тенденциям, но у них нет настоящего убеждения или цели, подкрепляющей это стремление.

Во-первых, если вы хотите быстро разбогатеть, то стартап, скорее всего, не для вас. Потому что, когда начнутся проблемы или вы столкнетесь с первыми трудностями, если у вас нет причины, толкающей

вас вперед, рано или поздно вы опустите руки, и получится, что вы потратили впустую свое время и деньги.

Во-вторых, во многих случаях вы обнаружите, что ваша цель связана с проблемой, которую необходимо решить (скоро мы обсудим это подробнее). Но даже если вы еще не знаете, какую проблему хотите решить, важно иметь четкое представление о том, что действительно мотивирует вас, что вас вдохновляет и что заставляет вас вставать ранним утром – или даже не дает спать по ночам. Это прекрасное начало.

Причем это не обязательно должно быть что-то грандиозное – важно, чтобы вас это действительно волновало. Сможет ли наш бизнес по аренде жилья решить проблему климатических изменений или голода в мире? Нет. Но поверьте, в его основе лежит конкретная цель, поскольку это то, что меня действительно волнует, и я искренне верю, что это подарит незабываемые впечатления людям и повысит качество их жизни. Каждый человек заслуживает отличного отдыха. Обеспечить его – это тоже достойная цель.

Поэтому всегда начинайте с определения «почему» в основе вашей идеи. Ведь если у вас его нет, то, скорее всего, у вас вообще ничего нет.

Возможности есть повсюду, но их нужно искать

Однажды мой сын нашел на земле двадцатидолларовую купюру и сказал мне, что ему повезло. Я ответил: «Да, но твоя наблюдательность тоже сыграла свою роль».

Идеи по своей природе ситуативны – они приходят, когда им вздумается, а идеи, высосанные из пальца, редко опираются на четкую цель. Как однажды сказала моя подруга и соведущая подкаста Мишель ван Тилборг: «Почти невозможно заставить себя придумать новую идею. Скорее всего, вы наткнетесь на нее случайно, зато потратите немало времени на ее разработку и поиск решения». Другими словами, вам нужно практиковать следующие шаги.

1. Когда у вас появляется идея, записывайте ее.
2. Создавайте мини-бизнес-планы для своих идей.

3. Проверяйте жизнеспособность своих концепций, обсуждая свои идеи с другими предпринимателями.

У каждого из нас есть друзья и родственники, которым мы можем доверять, но нас также окружает множество скептиков, чей негатив мешает нам двигаться вперед. Также опасно делиться идеями с теми, кто якобы поддерживает, но на самом деле говорит лишь то, что вам хочется услышать. Вместо этого окружите себя теми людьми, которым вы можете доверять и которые действительно могут проверить вашу идею «на вшивость». Это поможет не только вашему бизнесу, но и вашему психическому здоровью. Предпринимательство сопряжено с определенными трудностями, и нам не нужен лишний стресс, создаваемый теми, кто постоянно подрезает нам крылья.

Может показаться, что некоторым людям бизнес-идеи приходят в голову чаще, чем другим, но, судя по моему опыту, это происходит не потому, что они обладают какими-то волшебными способностями, а потому, что они сознательно ищут идеи. Они ищут ту самую двадцатидолларовую купюру. Как говорит другой мой коллега Джефф Сасс: «Следите за тем, что происходит вокруг вас». Поступая так, вы не только заметите имеющиеся возможности, но и сможете определить, какие идеи найдут свою аудиторию (то есть потенциальных клиентов), а какие – нет.

Идеи рождаются из вашего собственного опыта

Одна из участниц нашего Startup Club, Марсия Рис, однажды сказала: «Идеи возникают из неудовлетворенных потребностей в нашей жизни». В 1970-х годах ее дочь увлекалась художественным творчеством и с удовольствием рисовала мелом, но Марсия не хотела, чтобы она пользовалась обычным мелом из-за его токсичных ингредиентов, не говоря уже о том, что это ограничивало творческий потенциал юной художницы, поскольку доступен был только один цвет.

И Марсия решила создать так называемый тротуарный мел. Наверняка вы знаете, о чем я говорю. Она придумала, как сделать нетоксичный мел разных цветов. Затем она начала продавать его на ярмарках, посетители

которых стали ее фокус-группами. Она проанализировала, какая цена оптимальна, какие цвета нужны людям, сколько мелков должно быть в упаковке и так далее. Прошло немного времени, и в ее дверь постучался Walmart, и вот ее товар появился во всех шестидесяти шести магазинах, которые на тот момент насчитывала компания. Остальное – уже история.

Идеи действительно повсюду, но это не значит, что ваша идея понравится всем. У Марсии появилась одна бизнес-идея с введением новых требований Управления транспортной безопасностью США. Она придумала специальную папку для документов, которая позволяет сэкономить время, поскольку можно хранить посадочный талон, паспорт и другие документы в одном удобном месте. Отличная идея, но она так и не нашла своих поклонников. Предъявление документов сотрудникам службы безопасности просто не считалось достаточно серьезной проблемой для достаточного количества людей, поэтому не стоило тратить время и деньги на маркетинг, какой бы хорошей ни была идея.

Идеи появляются как решения проблем

Лучшие идеи решают проблемы. Идея Марсии с мелом для тротуаров тоже решала проблему, с которой она столкнулась, как и другая бизнес-идея, которую она разработала. Если вы когда-нибудь видели старые компьютеры, то знаете, что клавиши на клавиатуре у них были очень громоздкие, и когда Марсия весь день набирала текст, у нее сильно болели запястья. Она быстро поняла, что эта проблема мучает не только ее, поэтому придумала гелевую подушку для запястий, которая долгое время была популярным офисным аксессуаром.

«Лучшие идеи решают проблемы».

Анализируя проблему, следует изменить свой подход: вместо того чтобы жаловаться на проблему, найдите решение. А поскольку проблемы повсюду, значит, идеи тоже можно найти повсюду.

Возьмем Синди Санта Круз, которая победила в конкурсе P&G Ventures Innovation Challenge в 2022 году. Она основала компанию Lady Patch с целью помочь женщинам найти безопасный и эффективный способ решения довольно распространенной проблемы случайного мочеиспускания, которую невозможно комфортно решить с помощью существующих средств личной гигиены.

На самом деле все началось с ее желания помочь своей матери, которая страдала от недержания, но стеснялась обратиться за помощью. В поисках решения этой проблемы Синди не только начала бизнес, но и создала невероятный продукт, который вернул достоинство и уверенность женщинам, в том числе и ее матери.

Идеи рождаются, когда мы превращаем проблемы в возможности

Иногда идеи приходят, если мы превращаем проблему в ресурс. Аэрокосмический инженер Билл Берген придумал, как надолго сохранять продукты свежими, поскольку хотел, чтобы его обед оставался полезным и вкусным. Отправив в мусор не один протухший салат, он разработал прототип своего изобретения SAVRpak, чтобы сохранить свой обед свежим.

В течение пяти лет он был единственным пользователем этого изобретения, а потом случайно услышал, как другие люди жалуются на ту же проблему, и понял, что уже решил эту проблему для себя и может помочь другим не только сохранить свои обеды, но и сократить количество пищевых отходов в более широком масштабе в рамках сельскохозяйственной отрасли. Он превратил свою проблему в возможность.

Или вспомним Ричарда Хэнбери, который в возрасте девятнадцати лет попал в аварию с лобовым столкновением, приведшую к травме спинного мозга и разрыву аорты, едва не убив его. Повреждение нервов и вызванные этим хронические боли были настолько сильными, что прогноз врачей был страшным – якобы жить ему осталось всего пять лет и качество жизни будет неуклонно снижаться. Но ряд

обстоятельств привел его к изучению медитации и применению аудиовизуальных модуляций для восстановления поврежденных нервов. За три месяца он смог восстановиться, и вот уже почти три десятилетия помогает людям делать то же самое через свою компанию Sana Health.

Не каждая хорошая идея попадает в яблочко, и не все идеи одинаковы. Поскольку от самой идеи во многом зависит, добьетесь вы успеха или нет, дело не только в том, хороша ли эта идея. Если вы хотите, чтобы она действительно переросла в бизнес, она должна отвечать на следующие вопросы.

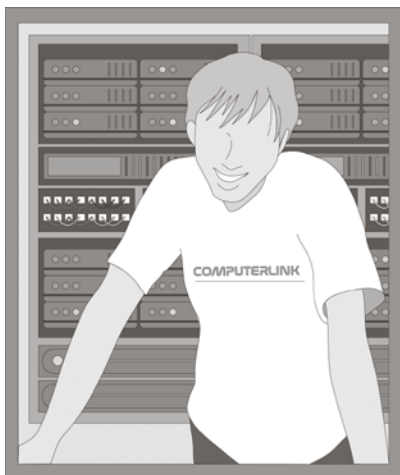
- Решает ли идея реальную проблему?
- Можно ли ее масштабировать? То есть решает ли она проблему для достаточного количества людей, чтобы ваш бизнес рос и развивался?
- Можно ли ее защитить? Можете ли вы окружить ее рвом, который будет защищать ее в течение достаточно длительного времени, чтобы ваш бизнес развивался?

Мы еще поговорим о масштабировании и защите идей, но ответы на эти вопросы, по крайней мере, помогут вам понять, на правильном ли вы пути и может ли ваша идея принести пользу другим людям и перерасти в жизнеспособный бизнес.

Нужно любить свою идею

Многое можно сказать о том, как важно любить свою идею. Стартапы, как правило, представляют собой настоящие американские горки, поэтому, когда вы обдумываете разные идеи, мой совет – выбирайте ту, которая нравится вам больше всего, потому что именно любовь поможет вам пережить все неудачи и мотивирует вас не сдаваться.

Если вам действительно нравится ваша идея, вы будете стремиться довести ее до конца, а в противном случае у вас может возникнуть соблазн бросить все слишком рано. По моему опыту, любить свою идею также важно, чтобы вдохновить других полюбить ее.



Это также поможет вам понять, когда нужно отказаться от идеи или какую идею приоритизировать. В колледже мы с моим братом Биллом организовали успешный сервис электронных объявлений (BBS) под названием ComputerLink. На то время мы фактически стали вторым по величине BBS в Канаде.

Но затем пошли слухи о новом изобретении – Интернете. И хотя я никогда не пользовался Интернетом сам, я был очарован им и буквально

влюбился в идею ISP (провайдера интернет-услуг). Будучи простыми студентами, мы понимали, что не можем заниматься одновременно BBS и ISP, поэтому нам пришлось сделать выбор. Несмотря на то что мы получали неплохие доходы от BBS, идея ISP нравилась нам больше, поэтому мы решили закрыть ComputerLink, перепрофилировать имеющиеся у нас ресурсы телефонной линии и запустить Internet Direct, который в период своего расцвета стал крупнейшим интернет-провайдером в Канаде.

ComputerLink была неплохой идеей, но иногда любовь к другой идее указывает путь к следующему предприятию, и я рад, что мы не стали ограничиваться тем, что было удобно. В конце концов Интернет вытеснил бы ComputerLink из бизнеса. Но мы смогли закрыть компанию на своих условиях и использовать этот успех для реализации нашей следующей идеи.

Что приводит нас к еще одному важному принципу...

Идеи можно заимствовать из вашей сегодняшней работы или бизнеса

Необязательно придумывать совершенно новую, революционную идею. Вполне достаточно взять уже существующую идею и усовершенствовать

ее. В конце концов, я не придумал идею аренды жилья для отдыха – я просто нашел способ улучшить ее. То же самое можно сказать об Internet Direct – он возник на основе нашего опыта и ресурсов, которые мы накопили через ComputerLink.

Помню, как в 1998 году мне позвонил один джентльмен из компании Sasktel в Канаде, который был заинтересован в лицензировании платформы веб-хостинга, созданной нами для ISP. Я задумался. Если эта компания хочет лицензировать нашу платформу, то, скорее всего, этого захотят и другие телекоммуникационные компании. Так мы создали новый бизнес – Hostopia, предлагающий частный веб-хостинг и электронную почту для малого бизнеса. Эта компания до сих пор успешна и продолжает обслуживать крупнейшие телекоммуникационные компании мира.

Возможно, вы работаете на кого-то другого и не знаете, какую идею реализовать. Вы все равно можете создать для себя подходящие условия для поиска возможностей, как это сделал Билл Берген, когда создал SAVRpak. По крайней мере, окунитесь в ту отрасль, которая вам нравится, и занимайтесь тем, что вы любите.

Вот почему я считаю, что необходимо постоянно искать новые идеи, где бы вы сейчас ни находились. Прислушивайтесь к тому, что происходит в отрасли, извлекайте уроки из своего опыта работы в этой сфере, ищите трудности и проблемы в отрасли, чтобы придумать решения, которые затем можно превратить в товар или услугу. Вы – продукт своего окружения, поэтому создайте такие условия для себя, которые позволят вам разглядеть двадцатидолларовую купюру, лежащую на земле.

Идеи повсюду, если вы ищете решения. Как только у вас появится идея, которая вам нравится и которая решает конкретную проблему или улучшает существующее решение, не останавливайтесь на этом. Потому что следующий шаг – начать действовать, чтобы превратить вашу идею в реальность.

«Идеи повсюду, если вы ищете решения».
