

Вступление

Процесс развития клиента с тех пор, как я издал книгу «Четыре шага к прозрению», сильно изменился. Когда я придумывал эту концепцию, я пытался описать шаблон, общий для всех успешных стартапов, которые встречал. Я сделал это, потому что хотел изменить путь, по которому строились стартапы, иначе говоря, описать модель, которая позволила бы обходиться значительно меньшими затратами и не зависеть полностью от интуиции.

На сегодняшний день мои лекции прослушали тысячи студентов, а книгу прочли более двадцати тысяч человек. Сотни стартапов используют элементы развития клиента, а многие инвесторы даже требуют от компаний из своего портфеля придерживаться принципов развития клиента.

Концепция развития клиента прогрессирует. Например, мой бывший студент, ныне предприниматель Эрик Рис соединил идеи развития клиента с гибкой методологией развития и создал мощную теорию экономического стартапа. С момента возникновения его теории прошло немногим более года, а в группы экономических стартапов сейчас входит уже более 3500 человек в 27 городах девяти стран.

До того как я начал говорить о модели развития клиента, я думал о том, почему эти три метода, использованные

в успешных стартапах, никто не описывал. Это казалось мне странным. Основные заявления о развитии шли вразрез с общеизвестными тезисами, но при этом те, кто им следовал, преуспели.

Теперь путь открыт.

Что мне доставляет, пожалуй, наибольшее удовольствие, так это то, что концепция развития клиента продолжает продвигаться среди профессионалов, бизнес-тренеров, предпринимателей и инвесторов, которые стараются построить успешные стартапы и превратить их в масштабируемые бизнесы. Развитие клиента — это не просто книга. Это пластичная, настраиваемая под клиента и сделанная под заказ методология, позволяющая справиться с хаосом реальных проблем. Я горжусь тем, что эта концепция растет и развивается.

Появление на свет этой книги — «Стартап вокруг клиента. Как построить бизнес правильно с самого начала» — ознаменовало собой следующий этап. Это не просто первая книга «третьей стороны» о развитии клиента — она поднимает планку. Ее авторы Брент Купер и Патрик Власковиц соединили размышления ведущих профессионалов и ранних адептов развития клиента таким образом, что любой предприниматель может применить их к своему стартапу. Они представили суть поиска клиента как серию шагов, проиллюстрировав их понятными примерами, конкретными действиями и описанием ловушек, которых необходимо избегать.

Эта книга обязательна к прочтению для всех, кто занимается или просто интересуется стартапами.

*Стивен Гари Бланк
Менло-Парк, Калифорния
Апрель 2010*