

УДК 658.8.011.1
ББК 65.291.33
Б68

Бланк С.

Б68 Четыре шага к озарению: Стратегии создания успешных стартапов / Стив Бланк ; Пер. с англ. — М.: АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР, 2014. — 368 с.

ISBN 978-5-9614-4645-6

Стив Бланк — один из самых влиятельных людей Кремниевой долины. «Четыре шага к озарению» — классическое руководство по стратегии бизнеса на все времена, от зарождения идеи до создания успешной компании, с помощью которого во всем мире работают и развиваются более 100 000 стартапов.

Именно здесь Стив Бланк впервые в мире сформулировал единственную на текущий момент эффективную методику разработки новых продуктов и создания новых бизнесов, основанную на научном методе проверки гипотез: методику развития потребителей (Customer Development). Стартапы — это не малые версии больших компаний и должны управляться радикально иначе, чем уже сложившиеся бизнесы; Стив Бланк объясняет, почему это так. Вместо того чтобы слепо следовать бизнес-плану, предпринимателю стоит пройти все четыре шага методики развития потребителей и создать такую систему обратной связи, которая позволит быстрее конкурентов проверять новые гипотезы и внедрять их в жизнь.

УДК 658.8.011.1
ББК 65.291.33

Все права защищены. Никакая часть этой книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме и какими бы то ни было средствами, включая размещение в сети Интернет и в корпоративных сетях, а также запись в память ЭВМ для частного или публичного использования, без письменного разрешения владельца авторских прав. По вопросу организации доступа к электронной библиотеке издательства обращайтесь по адресу lib@alpinabook.ru.

ISBN 978-5-9614-4645-6 (рус.)
ISBN 0-9764707-0-5 (англ.)

© Steve Blank, 2014, 2013, 2007, 2002
© Издание на русском языке, перевод, оформление.
ООО «АЛЬПИНА ПАБЛИШЕР», 2014

Содержание

Предисловие. ПУТЬ ГЕРОЯ	7
Вступление. ПОБЕДИТЕЛИ И ПОБЕЖДЕННЫЕ	11
Глава 1. Путь, ведущий к катастрофе: модель разработки продукта	17
Глава 2. Путь к озарению: модель развития потребителей	37
Глава 3. Выявление потребителей	53
Глава 4. Верификация потребителей	113
Глава 5. Расширение клиентской базы	165
Глава 6. Выстраивание компании	211
Библиография	265
Приложение А. Команда по развитию потребителей	273
Приложение В. Контрольный список вопросов для модели развития потребителей	281
Благодарности	365
Об авторе	367