

Помоги себе сам

Термин бутстрэппинг (bootstrapping), по одной из версий, вошел в деловой лексикон из истории о Мюнхгаузене. В отличие от русского варианта книги, герой вытащил себя из болота не за волосы, а за шнурки и спасся от гибели без посторонней помощи.

Среди современных предпринимателей немало последователей находчивого барона. Станислав Воног основал с другими студентами Физтеха компанию *Musigy*. Их технология мгновенной передачи звука по интернету позволяет музыкантам из разных частей света играть и даже выступать вместе. Технология выиграла Microsoft



Imagine Cup, с ее помощью был организован первый в мире распределенный интернет-концерт на фестивале «Джаз Коктебель 2006». Тогда компания засветилась на канале «Россия», RussiaToday и «Культуре», но денег проекту это не принесло. Поэтому предприимчивые физтехи вынуждены искать способы урезать затраты. Например, стенд в Ганновере на престижной технологической конференции CeBIT (3 тыс. евро) был оплачен спонсором, как и участие в московской конференции по предпринимательству ЕТЕС(г). Кстати, начинающие бизнесмены часто попадают на конференции по журналистским аккредитациям или просто через служебный вход. А их менее предприимчивые коллеги кусают локти.

Итак, **первый принцип бутстрэппинга – экономить на всем.** На **офисе** – один американский старт-ап год проработал в кафе, так как давать чаевые официантам оказалось дешевле, чем платить аренду за помещение. На **зарплате сотрудников старт-апов** – они часто получают вместо денег опционы (право продать впоследствии акции компании). Опционы позволяют компании «прожигать» на старте меньше денег и мотивируют сотрудников. Например, секретарь YouTube получила недавно \$1,3 млн. за полуторагодовую работу. На **внешних специалистах** – услуги юристов из Силиконовой долины, помогавших *Musigy* с патентованием технологии, будут оплачены лишь после привлечения инвесторов.

Второй принцип бутстрэппинга – продавать. Чтобы выжить, бутстрэппинговым компаниям нужны клиенты. Даже если продавать еще нечего. 22-летний Билл Гейтс вначале договорился с MITS, что презентует им новое программное обеспечение на BASIC для персонального компьютера, а лишь потом сел писать код. Это вообще классический способ – «**торговать воздухом**», получить предоплату за заказ и оплатить его выполнение из этих средств.

Не менее результативны и «**перекрестные**» переговоры. 16-летний Ричард Брэнсон спрашивал потенциальных рекламодателей журнала Student, хотят ли они разместить рекламу на той же странице, где уже разместил их ближайший конкурент, или на следующей? И Pepsi, и Coca-Cola на трюк попались. А после интервью с Джоном Ленноном проблем с привлечением рекламодателей у будущего британского миллиардера не было.

Автор «Библии бутстрэппера» Сет Годин отмечает и обратную сторону бутстрэппинга – отсутствие рекламы и сложность дистрибуции продукции. Впрочем, **появление блогов и методы «партизанского» малобюджетного маркетинга** позволяют быстро

распространять информацию по сети, создавая вокруг проекта сеть сторонников. Так, основатели российского стартапа *Placense* (<http://bros.su>) решили рассказывать о создании своего сервиса аудиогидов в блоге. Необычность этого шага и ощущение «реалити-шоу» держит вокруг блога около тысячи читателей. Результат – всего за несколько месяцев на *Placense* обратили внимание инвесторы и бизнес-ангелы, а посетители дали им немало советов по улучшению сервиса.

Возможно, именно эта креативность и делает бутстрэппинговые проекты перспективнее в глазах инвесторов, чем проекты, живущие на гранты или одолженные у родственников средства. По словам управляющего партнера венчурного фонда RUVENTO Вячеслава Солоницына: «Основатель одного из ИТ-проектов, поддержанных нашим фондом, бросил высокооплачиваемую работу и кабинет с пальмой, чтобы создать прототип программной системы. Накопления быстро закончились, он несколько месяцев сидел без денег и здорово рисковал, но именно его настойчивость в поиске новых решений и вера в успех, подтвержденная делами, убедили фонд проинвестировать». Оптимистичный рецепт успеха от Вячеслава для стартапов – «креативно экономьте, активно продавайте – и вы обязательно вытянете свою компанию в число лидеров». За шнурки.

Елена Масолова