

Ранний старт

ПАВЕЛ МЯНИК И АЛЕНА ВОЛЧЕК – О ТОМ, КАК СОЗДАТЬ БИЗНЕС С НУЛЯ

ПОЧЕМУ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЮ ИНОГДА ВАЖНО ПОБЫТЬ ПЕССИМИСТОМ, ЗАЧЕМ РАССКАЗЫВАТЬ О СВОЕЙ ИДЕЕ ВОДИТЕЛЯМ ТАКСИ И КАК НАЙТИ СВОБОДНУЮ НИШУ НА РЫНКЕ – ОБ ЭТОМ И МНОГОМ ДРУГОМ ГОВОРЯТ МОЛОДЫЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, КОТОРЫЕ СОЗДАЛИ СОБСТВЕННЫЕ ЖИЗНЕСПОСОБНЫЕ БИЗНЕСЫ.

Почему вы решили создать свое дело?

П. М.: Мне кажется, что не могло быть иного выбора: в моей семье дух предпринимательства всегда был силен. Родители никогда не работали по найму, я с детства видел, как они создавали один бизнес за другим. Априори считается, что работа на себя – это возможность развиваться и достигать большего.

А. В.: Я всегда знала, что хочу делать что-то свое, лично чувствовать всю ответственность

и риски, принимать решения и испытывать удовлетворение от результатов. Не вижу смысла использовать свои интеллект, время и энергию на увеличение прибыли других.

ЧТОБЫ БЫТЬ УСПЕШНЫМ В БИЗНЕСЕ, НУЖНЫ САМОДИСЦИПЛИНА И ПОЗИТИВНЫЙ НАСТРОЙ. НЕТ НЕРАЗРЕШИМЫХ СИТУАЦИЙ, ГЛАВНОЕ – НЕ ТЕРЯТЬ ОРИЕНТИР, ВИДЕТЬ, КУДА ТЫ ИДЕШЬ

”

Окончательное осознание этого пришло во время обучения в LSE (London School of Economics and Political Science), где я заканчивала магистратуру по специальности «политическая экономика», – именно тогда приняла решение, что работать на кого-то долго не буду. В Англии продумывала открытие своего кафе с определенной тематикой, однако не решилась начинать дело в чужой стране – не было уверенности в своих силах и начального капитала.

Предваряя следующий вопрос – я занимаюсь модой, для меня важна и гуманистическая сторона собственного дела: воспитывая культуру, стиль, можно помочь людям поверить в себя, в свои возможности и силы.

Какую сферу для своего стартапа вы выбрали? Почему?

П. М.: В начале 2000-х я из любопытства стал изучать информационные технологии – для начала взломал пару компьютерных игр, чтобы получить игровые бонусы, потом ради шутки создал первый сайт. В 16 лет запустил свой первый профессиональный веб-ресурс – полноценный музыкальный портал, которому на тот момент не было аналогов в России и странах СНГ.

Позже, будучи студентом факультета мировой политики МГУ, я стал всерьез интересоваться digital, следить за новостями. Добиться успеха гораздо легче, когда держишь руку на пульсе, изучаешь передовые практики и опыт других компаний. Эти знания помогают увидеть и спрогнозировать тренды и, как следствие, быть на шаг впереди.

А. В.: С детства я замечала, что очень многие женщины покупают и носят красивую одежду и аксессуары, которые им почему-то не идут. Сначала это был просто интерес. Потом я устроилась на работу в крупное рекламное агентство и решила разнообразить ее занятием для души – пройти курсы стилистов. Там я узнала много полезного, в том числе получила теоретический ответ на свой детский вопрос, познакомившись с понятием четырех цветотипов (весна, лето, осень и зима). Основа такого деления – наши природные данные: цвет волос, глаз, оттенок и свойства кожи. Каждой группе одни цвета идут, другие категорически не подходят. Чтобы

Алена Волчек (в центре)

ВОСПИТЫВАЯ КУЛЬТУРУ, СТИЛЬ, МОЖНО ПОМОЧЬ ЛЮДЯМ ПОВЕРИТЬ В СЕБЯ



не ошибаться в выборе и подчеркнуть свою естественную привлекательность, нужно просто знать «матрицу сочетаний». Магазинов и брендов, учитывающих цветотипы, я на рынке не увидела – и поняла, что целая ниша в фэшн-индустрии свободна. Начала действовать и создала первый бренд, который производит одежду и аксессуары по принципам четырех цветотипов. Название бренда выбрала емкое – Season 4 Reason. Сегодня в профиле бренда в Instagram @season_4_reason можно увидеть первые образцы одежды и, конечно, примеры гармоничных цветовых сочетаний.

Расскажите, какие этапы развития бизнеса вы прошли?

П. М.: В университете я возглавлял информационный отдел, который рассказывал о жизни факультета в интернете. После окончания МГУ бывшие однокурсники



Павел Мянник

и знакомые стали обращаться ко мне за советами, как построить IT-инфраструктуру компании, создать веб-сайт, сделать анализ digital-стартапа. Я перевел все обращения на коммерческую основу, сделал ставку на индивидуальный подход и заказную разработку – включилось сарафанное радио. Так появилась DigitalTerra. Сегодня DigitalTerra – это профессиональная веб-студия, занимающаяся в основном разработкой сайтов (Digital Terra – разработчик сайта Bank M2M Europe. – Прим. ред.).

Со временем вокруг нас сложился пул компаний, которые желали привлечь состоятельную публику. Мы расширили продуктовую линейку и нарастили компетенции в сфере брендинга и performance marketing. Около года назад вышли на европейский рынок с агентством, создающим digital-решения для успешных людей и их компаний в luxury-сегменте – в сферах продажи и строительства яхт,

элитной недвижимости, private banking. Исключительный сервис, круглосуточная поддержка клиентов, а главное, экспертные знания в том, как онлайн построить бренд, ориентированный на обеспеченную аудиторию, – это и есть рецепт успеха. Он привел нас к созданию венчурного фонда со штаб-квартирой в Монако и инвестициям в новые направления.

С какими сложностями вы столкнулись и, может быть, продолжаете сталкиваться до сих пор? Как удалось с ними справиться?

П. М.: Возможностей набить шишки, строя собственный бизнес, достаточно. Это и ошибки в финансовом планировании, и связанные с ними кассовые разрывы, и нехватка компетентных сотрудников. В силу высоких требований, которые мы предъявляем к себе, на начальном этапе нам оказалось сложно найти специалистов с необходимыми знаниями и навыками. Мы инвестировали в развитие сотрудников, зная, что рискуем в любой момент потерять их: они могут уйти к более привлекательному работодателю. Сейчас эти проблемы кажутся естественными. К таким вещам, как кредитные обязательства, человеческий фактор и прочее, нужно просто привыкнуть – это часть бизнеса. Его создание редко бывает легким. Важно знать, для чего ты это делаешь, и получать достойную отдачу от своих усилий.

А. В.: Главная сложность – решиться и рискнуть. Первые действия – самые трудоемкие и волнительные: никогда раньше я не занималась непосредственно запуском производства, подбором материалов, пуговиц и прочими мелочами. Но чем больше сложностей, тем интереснее начинать. У меня четыре главных принципа. Первый – планировать время. Дни, распланированные мной заранее, всегда самые эффективные, я успеваю выполнить даже больше задач, чем намечаю. Второй принцип – общаться. Рассказывайте всем про свою идею: водителям такси, косметологам, конечно, родственникам, друзьям, коллегам – каждый такой разговор продвинет вас на ступеньку выше и поможет расширить круг потенциально полезных знакомых. Третий – не забывайте о своем

“

**ВЫСТРАИВАЙТЕ
ИЗНАЧАЛЬНО ВСЕ
ПРОЦЕССЫ ТАК,
ЧТОБЫ БИЗНЕС БЫЛ
МАКСИМАЛЬНО
ЛИКВИДНЫМ**

здоровье. Вы – главный ресурс проекта и должны быть максимально эффективными и продуктивными. Высыпайтесь, регулярно питайтесь и занимайтесь спортом. Четвертое – верьте в свою идею, как бы банально это ни звучало. Распространяйте веру вокруг, чтобы все окружающие вдохновлялись ею так же, как вы.

И самое главное – не пытайтесь все делать сами: ищите людей, которые вам могут помочь и способны делать те или иные вещи лучше, чем вы. Я не дизайнер и не технолог, я идейный вдохновитель и организатор процессов. Команда вокруг вас – фундамент дальнейшего успеха.

О чем нужно думать на этапе принятия решения? Стоит ли брать за дело, если тебя терзают сомнения? Может, лучше попробовать что-нибудь менее рискованное?

П. М.: Быть предпринимателем интересно. Если вы беретесь за дело, сначала попробуйте оценить, насколько выбранное вами направление перспективно, отвечает ли вашим амбициям, даст ли желаемый статус через 5–10 лет. Составляя бизнес-план, постарайтесь быть пессимистом – какими бы радужными вам ни

виделись перспективы. Посоветуйтесь с теми, кому вы можете доверять как эксперту – старшим, более опытным людям, которые давно в бизнесе. Они могут указать на явные просчеты – так вы избежите ошибок, за которые потом пришлось бы дорого заплатить. И еще один важный момент, осознание которого ко мне пришло только с опытом. Выстраивайте изначально все процессы так, чтобы бизнес был максимально ликвидным: идеальный вариант, если вы можете с легкостью продать его в момент максимальной рыночной стоимости, освободить капитал и направить инвестиции в новые и еще более выгодные проекты. Это не означает, что вы не должны строить бизнес с желанием передать богатое наследие детям и внукам. Однако любое дело имеет цену, и ваша компания должна стоить дорого – иметь ценность без вашего участия и прозрачные бизнес-процессы. Я убежден: чтобы быть успешным в бизнесе, нужны самодисциплина и позитивный настрой. Нет неразрешимых ситуаций. Как бы ни было, главное – не терять ориентир, видеть, куда ты идешь.

А. В.: Моя формула успеха – баланс рациональной и эмоциональной составляющих проекта. Практическая сторона – оценка расходно-доходной части, размер первоначального капитала, скорость возврата инвестиционных вложений, ответы на вопросы, как и где привлекать аудиторию, выбрать основные каналы продажи и т. д. Эмоциональная сторона должна уравновешивать первую часть. Нужно сильно хотеть заниматься именно этим делом, верить в себя и свою идею. И лично я доверяю своей интуиции: уверена, что у бренда Season 4 Reason большое будущее. Как говорится в одном прекрасном фильме: «Мечтать нужно о чем-нибудь великом». А от себя добавлю, что без риска не воплощается ни одна большая идея. ●

**ВЫ – ГЛАВНЫЙ РЕСУРС ПРОЕКТА И ДОЛЖНЫ БЫТЬ
МАКСИМАЛЬНО ПРОДУКТИВНЫМИ. ВЫСЫПАЙТЕСЬ,
РЕГУЛЯРНО ПИТАЙТЕСЬ И ЗАНИМАЙТЕСЬ СПОРТОМ**