



Эту книгу хорошо дополняют:

Как очаровывать людей

Гай Кавасаки

Переворот

Люк Уильямс

Стартап

Гай Кавасаки

Rework

Джейсон Фрайд
и Дэвид Хайнемайер Хенссон

Правила Джобса

Кармин Галло

Guy Kawasaki

Michele Moreno

Rules for revolutionaries:

**The Capitalist Manifesto for Creating
and Marketing New Products and Services**

HarperBusiness

An Imprint of HarperCollinsPublishers

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

Гай Кавасаки
Мишель Морено

Революционный продукт

Как создать и вывести на рынок

Перевод с английского А. Горбатова



Издано при поддержке
ОАО «РВК»

Издательство «Манн, Иванов и Фербер»
Москва, 2013

[Почитать описание, рецензии и купить на сайте МИФа](#)

УДК 65.011.1
ББК 65.290-2
К12

Издано с разрешения HarperCollins Publishers

Кавасаки, Г.

К12 Революционный продукт. Как создать и вывести на рынок / Гай Кавасаки, Мишель Морено; пер. с англ. А. Горбатова. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2012. — 224 с.

ISBN 978-5-91657-536-1

Эта особенная книга содержит концепцию создания революционного продукта от Гая Кавасаки, первого маркетолога Apple, ныне венчурного капиталиста. В ней даны опробованные в деле советы по разработке прорывной идеи, ее воплощению и шлифовке, найму сотрудников и управлению компанией, и, конечно, по продвижению продукта на рынок. Все это сопровождается примерами — как успешных компаний с мировым ныне именем, так и тех, кто не выдержал конкуренции.

Для предпринимателей и руководителей, которые готовы выйти за рамки существующего положения вещей.

УДК 65.011.1
ББК 65.290-2

Все права защищены.
Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.
Правовую поддержку издательства обеспечивает юридическая фирма «Вегас-Лекс»

VEGAS LEX

© Gyu Kawasaki, 1999
© Перевод на русский язык, издание на русском языке, оформление. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2013

ISBN 978-5-91657-536-1

Оглавление

От партнера издания	9
От автора	13
ЧАСТЬ 1. СОЗДАВАЙ КАК БОГ	17
Глава 1. Cogita differenter («Думай иначе»)	19
Глава 2. Don't worry, Be scrappy («Не парься, будь дрянным»)	39
Глава 3. Churn, baby, churn («Перетряхивай, крошка, перетряхивай»)	61
ЧАСТЬ 2. УПРАВЛЯЙ КАК КОРОЛЬ	79
Глава 4. Разрушай барьеры.....	81
Глава 5. Создавай евангелистов, а не продажи.....	94
Глава 6. Избегай смертельных магнитов	106
ЧАСТЬ 3. РАБОТАЙ КАК РАБ	123
Глава 7. Ешь, как птичка — наваливай как слон	125
Глава 8. Думай в цифровом формате, действуй в аналоговом	143
Глава 9. Не проси людей сделать то, чего не стал бы делать сам	158
ЧАСТЬ 4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ	169
Глава 10. Ne te terant molarii (Не позволяй ограниченности раздавить тебя).....	171

Литература	187
Примечания	193
Благодарности.....	201
Об авторах.....	203

Инструкция для подрывника

Существуют два типа инноваций — поддерживающие и прорывные. Различие между ними велико: поддерживающие инновации вызывают улучшения, которые совершенствуют имеющийся продукт, но не угрожают рынку этого продукта. Прорывные же, напротив, предвещают полное вытеснение продукта, разрушение бизнес-модели господствующей отрасли, замену ее принципиально новой бизнес-моделью и появление новой отрасли. (Поэтому Тим Ву, книга которого «Главный рубильник. Расцвет и гибель информационных империй от радио до интернета» тоже входит в «Библиотеку РВК», называет их не прорывными, а подрывными инновациями — подрывающими сложившийся статус кво.)

Кто годится на роль подрывника? Как правило, человек, достаточно отстраненный от отрасли, или аутсайдер на сложившемся рынке. Те, кто находится у кормушки существующих отраслей, сталкиваются с постоянным мощным давлением. Им просто нельзя изобретать вещи, которые разоряют их работодателей. Чужаку в этом смысле нечего терять.

Но дело не только в правильном — не слишком близком, но и не слишком далеком — расстоянии между изобретателем и профессиональной средой. Нужно еще вывести подрывную инновацию на рынок и, по сути, основать новую отрасль.

Кого вы назовете отцом телефонной индустрии? Наверняка Александра Белла. Но он не единственный изобретатель телефона. В тот же день 1877 года, когда он регистрировал свое изобретение, в патентном бюро находился другой человек, Элиша Грей, который подал заявку на то же самое новшество. А еще за 16 лет до Белла немец Иоганн Филипп Рейс представил Франкфуртскому физическому обществу простейший телефон. Так что в Германии долгое время изобретателем телефона считали именно Рейса. Еще один человек, электромонтер из небольшого городка в Пенсильвании Дэниел Дробо, позднее объявил, что уже в 1869 году у него дома имелся работающий телефон. И трое судей из семи признали его приоритет. Дробо не хватило всего одного признания... Еще один телефонный патент был в 1871 году зарегистрирован на имя итальянского иммигранта Антонио Меуччи. Но у него не было денег, чтобы продлить патент, так что Беллу ничто не мешало зарегистрировать свою заявку.

И таких примеров одновременных открытий история знает множество. Но ведь основателем новой телефонной отрасли стал именно Белл, а не Дробо. А помог Беллу главный инвестор и президент Bell Company Гардинер Грин Хаббард, известный адвокат и заклятый враг тогдашнего монополиста Western Union. Именно Хаббард превратил изобретение Белла в оружие против Western Union, чтобы свергнуть ее с трона.

Именно подрывные инновации опрокидывают некогда процветавшие отрасли, разоряют лидирующие компании и меняют весь мир. Но такие открытия чрезвычайно редки. Попытка как-то систематизировать условия возникновения прорывных инноваций, а также рецепты их вывода на рынок заслуживает самого пристального внимания. Поскольку нельзя исключать, что такая систематизация позволит повысить частоту появления подрывных инноваций.

Именно такую попытку и предпринял Гай Кавасаки, написавший книгу «Революционный продукт. Как создать и вывести на рынок». Это свод подкрепленных многочисленными кейсами рекомендаций и правил для тех, кто не боится бросить вызов существующей индустрии, попутно изменяя привычные способы потребления людьми продуктов и услуг. Инструкция для тех, кто мечтает изменить мир к лучшему.

Редколлегия «Библиотеки РВК»

От автора

Эта книга о тех сумасшедших, неудачниках, возмутителях духа, создающих проблемы, круглых болтах в квадратных дырках, о тех, кто иначе смотрит на вещи. Им не по душе правила, у них нет никакого уважения к устоявшемуся порядку.

Вы можете цитировать их, не соглашаться с ними, славить их или хулить. Но единственное, чего вы не сможете сделать, — игнорировать их, потому что они изменяют ход событий.

Они двигают человечество вперед, и хотя некоторые считают их сумасшедшими, мы считаем их гениями. Ибо только те, кто безумен достаточно, думают, что способны изменить мир, и только они могут сделать это.

Реклама Apple Computer, 27.09.97

Вы можете задаться вопросом — и вполне обоснованно — как человек (то есть я), заслуживший дурную славу из-за фанатичной преданности компании, которая претерпела немало сложностей из-за своей революционности (Apple Computer), может писать книгу о проведении успешных революций.

Короткий ответ: беспредельное нахальство.

Полный ответ: самый лучший диплом для автора этой книги — шрамы, полученные в сражениях с сопротивлением изменениям.

Шрамов осталось множество, потому что мне довелось побывать в окопах двух революционных войн: войны Macintosh и войны интернета. Теперь я хочу передать свои знания и мышку новым поколениям революционеров. Такая книга очень пригодилась бы мне в начале моей карьеры.

Как и Галлия*, «Правила для революционеров» разделены на три части.

Создавай как бог. Раздел посвящен тому, как создавать революционные продукты и идеи. Три главы — каждая с украденным мною и переименованным названием — разъясняют, как это делать: *Cogita differenter* («Думай иначе» — рекламный слоган Apple Computer); «Не парься, будь дрянным» (песня Бобби Макферрина *Don't worry, be happy*) и «Перетряхивай, крошка, перетряхивай» (*Burn, baby, burn* — слоган «Черных пантер»).

Управляй как король. Чтобы революция удалась, кому-то приходится брать на себя ответственность и принимать нелегкие, строящиеся на озарении стратегические решения. Главы «Разрушай барьеры», «Создавай евангелистов, а не продажи» и «Избегай смертельных магнитов» (глупых ловушек, в которые попадают практически все) объясняют, что требуется для таких решений.

Работай как раб. Для успеха революции необходим упорный труд. Из раздела вы узнаете о трех самых существенных моментах этой работы: «Ешь как птичка — наваливай как слон» (поверьте, это будет понятно), «Думай в цифровом формате, действуй в аналоговом» и «Не проси людей сделать то, чего не стал бы делать сам» (это уже должно быть понятно).

Нет лучшей награды для автора, чем видеть, как люди используют его книгу, чтобы совершенствовать окружающий мир. Пусть творческий подход, мужество и добросовестность помогут вам изменить мир к лучшему для всех наших детей. И пусть доведется вам жить в революционные, а не просто интересные времена.

Гай Кавасаки

Kawasaki@garage.com

* *Gallia est omnis divisa in partes tres. De Bello Gallico I, Julius Caesar.* (Автор проводит ироническую параллель с началом «Записок о галльской войне» Юлия Цезаря, где говорится: «Галлия по всей своей совокупности разделяется на три части».) *Прим. ред.*



[Почитать описание, рецензии
и купить на сайте](#)

Лучшие цитаты из книг, бесплатные главы и новинки:

