

Содержание

Предисловие к русскому изданию	16
Предисловие	18
Об авторе	20
Благодарность	21
Введение	23

ЧАСТЬ I. СВОЕ ДЕЛО

Глава 1. Маленькая компания, независимый продавец программных продуктов	26
Глава 2. Слезами горю не поможешь	28
Старые добрые времена	29
В ногу со временем	30
Что у нас в мешке?	31
Почему мы не замечаем эти возможности?	32
Мы не хотим их замечать	32
Маленькая компания остается безвестной	33
Привычка видеть все в черно-белом цвете	33
Бизнес в сфере программных продуктов в 2003 году	33
Глава 3. Как начать свое дело	35
Познайте самого себя	36
К какому типу людей вы относитесь?	36
Насколько вы многосторонний человек?	37
Общение, общение и еще раз общение	38
Подготовьтесь к провалу	38
Выберите, какой продукт создавать	39
Идеи бесполезны	39
И снова к делу: не забудьте о маркетинге	40

[>>>](http://kniga.biz.ua) Купить книгу на сайте kniga.biz.ua

Вертикальные рынки	40
Поверьте моим словам и не идите по моим стопам	41
Считайте деньги	42
Нужно ли писать бизнес-план?	42
Составьте таблицу расходов	43
Откуда взять начальный капитал	44
Глава 4. Основы финансов для программистов	46
Три вида финансовых отчетов	47
Балансовый отчет. Сколько стоит компания?	47
Отчет о прибыли: растет или падает стоимость компании?	48
Баланс оборотных средств. Так что же происходит с наличностью?	49
Размер прибыли	50
Почему так сложно заработать на продуктах с открытым кодом.	52
Финансирование	53
Чем опасны советы специалистов	54
Глава 5. Что такое микро-ISV	56
Преимущества работы в одиночку	57
Shareware	58
Первые впечатления	58
Сейчас	59
Приз	60
Хоть розой назови ее, хоть нет...	60
Моя проблема	60
Представляю новый продукт: Winnable Solitaire	61
Гипотезы	62
Не надо начинать с чего-то большого	62
Не торопитесь бросать постоянную работу.	62
Не преувеличивайте значение множественного числа	63
Помните о фокусировке	63
Не надо много тратить на рекламу	64
Не надоедайте пользователям	64
Итого	65
Глава 6. Первый отчет о деятельности моей микрокомпании	66
Что мы имеем на сегодняшний день	66
10 мыслей, которые я думаю, что думаю	67
1. Я думаю, что я разочарован	67
2. Я думаю, это доказывает честность эксперимента	67
3. Я до сих пор думаю, что мои гипотезы были по большей части правильными	68
4. Я думаю, что одной «выигрышности» мало, чтобы отличаться от конкурентов	69
5. Я думаю, что мог бы скорее добиться успеха с другим продуктом	70
6. Я думаю, это очень удачный провал	70

7. Я думаю, что понимаю, почему мне так нравятся микрокомпании	71
8. Я думаю, это поражение пойдет мне на пользу	72
9. Я думаю, моя статья имеет больший успех, чем мой продукт.	72
10. Я думаю, надо проявить настойчивость.	72
Следующие шаги.	73
Глава 7. Делайте больше ошибок	75
Постоянное принятие решений	76
Дурацкие ошибки.	76
Неправильный выбор.	77
Истории из жизни	78
Проваленный проект	78
Покупка здания под офис.	79
AbiWord	79
RADish	80
Пройдоха.	81
Инвестиции в другие компании	81
Создание целой платформы для разработки одного приложения	82
Заключение	83
 ЧАСТЬ II. ЛЮДИ	
Глава 8. В маленьких компаниях нужны разработчики, а не программисты	86
Гибкость или жесткие рамки	87
Разработчики	87
Часто задаваемые вопросы	88
Глава 9. Гики — рулят, а MBA — трендят	91
История одного технологического решения	91
Суть проблемы	92
Задействовать транслятор?	93
Обратиться к Mainsoft	94
Несколько непрошенных советов для Mainsoft.	94
Ну, довольно, Эрик. К чему ты все это рассказывал?	95
Значит, по-твоему, толк может быть только от программистов?	97
Но ведь у разработчиков может не оказаться нужных навыков и умений	97
Что?! Везде программисты? И где же надо прекращать это безумие?	98
Но... Но как же тогда Стив Баллмер?	99
Несколько непрошенных советов Стиву Баллмеру	99
Возвращаемся к теме разговора	100
Глава 10. Сложности приема на работу	102
1. Начинайте поиски нового сотрудника после того, как в нем возникла потребность, а не до этого	103
2. При приеме на работу ничего нельзя знать наверняка	104
3. Разберитесь в законодательстве	105

4. Прислушивайтесь к различным мнениям	105
Как нанимать программистов: обычные советы	106
Ищите тех, кто адекватно себя оценивает	107
Нанимайте разработчиков, а не программистов.	108
Образование — это хорошо.	108
Слишком глубокое образование настораживает.	109
Посмотрите на программный код.	110
Лучшие из лучших	111
Глава 11. Отличный хакер = отличный сотрудник	113
Любовь к программированию	114
Привередливость в выборе инструментария и платформ	114
Привередливость в выборе интересных проектов	115
Привередливы в вопросах взаимодействия с пользователями	116
Заключение	117
Глава 12. Мои комментарии по поводу статьи Джоэля Спольски «Взять верхние ноты».	118
Настоящий хор	119
Потребности большинства важнее.	120
Так что же, забыть о высоких нотах?.	120
Два разных таланта	120
Глава 13. Математика карьеры.	122
А вы думали, что математика уже не понадобится?	123
Сфокусируйте внимание на первой производной.	123
Учиться всегда	124
Учитесь на ошибках	125
Ошибка 5909.	126
Риски	127
Послесловие	128
 ЧАСТЬ III. МАРКЕТИНГ	
Глава 14. Поиск идеи продукта для микрокомпании	130
Письма. Я получаю письма	131
Алгоритм для поиска идей.	131
Наберите целый список идей	132
Думайте о проблемах, а не о технологиях	133
Подумайте о том, что вам интересно помимо работы	133
Больше информации для вдохновения	134
Попросите других помочь.	134
Прилипала.	134
Проанализируйте все идеи и выберите одну	135
Варианты вопросов	136

Вопросы для тех, кто собирается писать продукты с дополнительной функциональностью.	138
Сужайте круги	139
Что же дальше?	139
Глава 15. Не оставляйте маркетинг на потом	141
Позиционирование	142
Некоторые правила можно изменить. Другие — нарушить.	143
Позиция на рынке в настоящий момент.	143
Какое место на рынке мы хотим занять?	145
Превосходная степень (Почему именно этот продукт?).	145
Тип (Что это за продукт?)	145
Отличительные особенности (Для кого именно предназначен этот продукт?)	145
Что если это место на рынке уже занято?	146
Какая функциональность необходима при данном позиционировании?	146
Заключение	147
Глава 16. Выбираем конкурентов	148
Разведка	148
Вам нужны конкуренты	149
Как выбрать правильного конкурента	150
Прочие конкуренты.	152
Глава 17. Всеу свое время	153
Пропать	155
Несколько примеров	156
Всеу свое время	157
P.S.	158
Глава 18. Перчатки для гика	159
Чего хотят клиенты?	159
Впрочем....	160
Не обольщайтесь, глядя на реакцию первопроходцев	160
Перчатки неуклюжести	161
Несколько историй на тему	162
Перчатки ловкости	163
Заключение	164
Как распознать гика	164
Глава 19. Тщательно выбирайте, на чем строить приложение	165
Что такое платформа?	166
Большие платформы: за и против	167
Производительность	167
Интеграционное тестирование	167
Ужасная инсталляция	167
Несоответствие ожиданиям пользователя	168
Как же выбрать платформу?	168

Пара слов бизнесменам	168
Пара слов программистам	169
Операционная система	170
MacOS	170
Linux	171
А как же .NET?	171
#ifdef do_as_I_say_not_as_I_do	172
#endif	172
Заключение	173
Глава 20. Играем в игры. Время пошло!	174
#include <Вам_Нужна_Конкуренция.h>	175
Пинг-понг	176
Принцип игры	176
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	176
Пример	177
Не увлекайтесь	178
Настольная игра «Sorry!»	178
Принцип игры	178
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	178
Пример	179
Не увлекайтесь	179
Стометровка	179
Принцип	179
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	179
Пример	180
Не увлекайтесь	180
Гольф: паттинг-грин	180
Принцип	180
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	181
Пример	181
Не увлекайтесь	181
Игра в бридж	181
Принцип	181
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	182
Пример	182
Не увлекайтесь	183
Гимнастика	183
Принцип	183
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	183
Пример	184
Не увлекайтесь	184
Футбол	184
Принцип	184

Чем это похоже на разработку программного обеспечения	185
Пример	185
Не увлекайтесь	186
Оскар	186
Принцип	186
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	186
Пример	187
Не увлекайтесь	187
Регби	187
Принцип	187
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	188
Пример	188
Не увлекайтесь	188
Гольф: удар с подставки	189
Принцип	189
Чем это похоже на разработку программного обеспечения	190
Пример	190
Не увлекайтесь	190
19-я лунка	190
Глава 21. Отправляемся на выставку	192
Понедельник, 7:30 утра	192
Мне нравятся выставки	192
Выбираем выставку	193
Денежный вопрос	193
Регистрация и выбор стенда	194
Понедельник, 9:30 утра	195
Из чего состоит стенд	195
Доставка	196
Вторник, 12:50 дня	196
Пошутите над самим собой	196
Пошутите над другими	196
«В мире ...»	197
Бесплатные сувениры	198
Призы	198
Не надо пошлить	198
Среда, 9:30 вечера	199
Выставки как календарь для планирования проекта	199
Четверг, 8:00 утра	200
Глава 22. Руководство для маленьких компаний, которые собираются давать рекламу в журналы	202
Советы начинающим	203
Начинайте с малого	203
Реклама должна быть простой	203

Не нанимайте агентство	203
Наймите профессионального художника	204
Скучно — значит плохо	204
Но дурацкая реклама еще хуже, чем скучная	205
Выбор рекламной площадки	205
Рекламные агенты.	206
Покупка рекламы	207
Что же дальше?	208

ЧАСТЬ IV. ПРОДАЖИ

Глава 23. Принцип прозрачности	210
Магия продаж	211
1. Заведите блог	212
2. Откройте дискуссионный форум.	213
3. Не скрывайте проблемы продукта	214
4. Не докучайте честным людям	215
5. Предложите скачать демо-версию продукта	216
6. Гарантируйте возврат денег.	217
7. Поделитесь информацией о финансировании компании	217
8. Поделитесь планами на будущее	218
Когда стоит проявить скрытность	218
Чтобы слово не расходилось с делом	218
Заключение	219
Глава 24. Введение в ценообразование	220
Постановка проблемы	221
Все начинается с позиционирования	222
Подсчитайте себестоимость	223
Расходы на разработку.	223
Стоимость товара.	224
Техническая поддержка.	224
Стоимость продаж	224
Накладные расходы (а.к.а. «Прочее»)	225
Насколько ценен ваш продукт для клиентов?	225
Много продаж по малой цене или Мало продаж по большой цене	226
Может быть, вы продаете слишком дешево?	227
Брать низкой ценой — плохой маркетинг	227
Производство программного обеспечения — рискованный бизнес	227
Нужно знать, где проходит граница.	228
Плагины	228
Нормативы	228
Цена — это не только цифра.	228
Идеальная цена	228

Несколько разновидностей одного продукта	229
Не надо усложнять.	230
Недовольство ценой	230
Себе в убыток	231
Временная цена	231
Соблюдайте законы	232
Заключение	232
Глава 25. Ликвидировать разрыв, часть первая	233
Активные продажи	234
#ifdef Прошу прощения	234
#endif	234
Работа с торговым агентом	235
Отличительные признаки хорошего продавца	235
Еще одно качество, необходимое торговому агенту	237
Когда нужен торговый агент	237
Причина 1. Никто не покупает ваш продукт	237
Причина 2. Ваш продукт слишком дорог	238
Причина 3. Вы перестали заниматься разработкой продукта	238
А если без торговых агентов?	238
Глава 26. Ликвидировать разрыв, часть вторая	240
Пассивные продажи	240
1. А знают ли потенциальные клиенты о вашем продукте?	241
Осторожнее с рекламой	242
Участвуйте в выставке	242
Работайте в открытую	242
2. А нужен ли ваш продукт пользователям?	243
Определитесь с позиционированием	243
Выберите конкурентов	243
Работайте в открытую	244
3. Могут ли пользователи позволить себе ваш продукт?	244
4. Выложите на сайт полнофункциональную демо-версию	245
Убедитесь, что демо-версию легко найти	245
Версия должна быть полнофункциональной	245
Поработайте над инсталлятором	245
Позвольте пользователю сохранить анонимность	246
5. Отвечайте на вопросы	246
6. Отведите специальное место для общения пользователей	246
7. Сделайте процесс покупки удобным	247
Обходитесь без регистраций	247
Не нужны корзины	248
Отдавайте продукт сразу	248
«Но так же нельзя!»	248
Мы сами еще далеки от совершенства	249