

## КАК СЕ РАЖДАТ БИЗНЕС ИДЕИТЕ

Всеки добър бизнес започва с една идея. Всички бихме искали страхотните идеи да ни хрумват като в комиксите – светва крушка и вече имаме решение на проблема. Уви, в живота не става така. Налага се да положите усилия и да предизвикате ума си, за да се роди нещо оригинално, а защо не – гениално? В информацията по-долу ви представяме няколко техники как бихте могли да постигнете това.

1. **Бъдете наблюдателни** – понякога ви липсва само едно малко парче от пъзела. Всички знаем историята как Архимед безуспешно се опитвал да премери златната корона. За да отпочине, си взел вана и изведнъж забелязал как масата на тялото му отмества нивото на водата и намерил своето решение – „Еврика!“.
2. **Информирайте се** – не можем да очакваме от мозъка си да генерира велики идеи, ако преди това не го захраним с достатъчно данни. Четете, пътувайте, слушайте музика, потърсете нови хобита. Колкото по-разнообразни са вашият опит и източници на информация, толкова по-вероятно е да достигнете целта си.
3. **Общувайте** – в интервю за Wired Magazine Кевин Кели и Стивън Джонсън (авторите на книгата „Откъде идват добрите идеи“) обобщават, че добрите идеи се натрупват в среда, в която мога да бъдат комуникирани, т.е. когато могат да бъдат обсъждани и предавани от един ум на друг. Споделянето на идеите с група хора може бързо да ги усъвършенства поради оригиналната гледка точка и познания на всекиот тях.
4. **Направете карта** – за да можете свободно и ползотворно да обсъждате идеите си, подредете мислите си и направете карта на основните стъпки и области, които искате да анализирате. Ще се учудите колко онлайн платформи има създадени специално за тази цел.
5. **Комбинируйте** – Провокирайте мисълта си с въпроси като: какъв вкус би имало жълтото? По този начин променят начина си на мислене и стимулират оригинални идеи. Едисон например измислил електрическата крушка със стъклен буркан и жичка в него,

- наблюдавайки обикновени стъклени бутилки и алуминиеви капачки.
6. **Отидете в опозиция** – понякога добрите идеи се раждат, ако опитате да мислите наобратно. Например, ако търсите идеи как да увеличите последователите в социалните медии, се запитайте: как да направя така, че да нямам повече последователи? Този подход ви позволява да разширите мисловния си процес и да набележите някои решения, които обичайно няма да ви хрумнат.
  7. Намерете **нещо, което ви разочарова** – не един и два стартапа са се родили, защото основателят е имал **проблем** в собствения си живот. Замислете се – вие самият имате ли проблем и бихте ли платили конкретна цена, за да го поправите? Ако отговорът е „да“, значи бизнесът ви има шанс.



## ДОБРА ИДЕЯ VS. СТРАХОТНА ИДЕЯ

Измислили сте креативен, евтин начин за внос на скъпи бижута в Европа? Или сте модифицирали рецептата за лютеница на бабите си и сте я направили по-екологична, здравословна и по-вкусна? Няма значение, стига **решението ви да е по-добро** от друго, което съществува в момента. Бъдете иновативни и тествайте дали това е така, тъй като има разлика между добра идея, за която хората теоретично биха похарчили пари, и страхотна идея, която всъщност ще купят реално. И тук е уловката. Няма да знаете със сигурност, докато не я пуснете за продажба.

Страхотните идеи понякога са посрещани с недоверие и дори присмех, а признаването, че една идея е именно такава, често е толкова трудно, колкото и измислянето ѝ. Така че одобрението на обкръжението ви невинаги е барометър, но е добра отправна точка. Направете този тест, преди да се хвърлите в дълбокото.

- ✓ Попитайте приятели и познати как се отразява даден проблем на живота им. И наистина слушайте.
- ✓ Покажете им прототип на вашето решение и питайте как смятат, че ще им се отрази то. Слушайте и адаптирайте идеята си. Съберете данните и анализирайте отзивите на вашите импровизирани „фокус-групи“, коригирайте доколкото можете плановете си, преди да започнете да предлагате вашия продукт/услуга.

Още нещо: разликата между страхотните неща, без значение дали говорим за идея, бизнес, дизайн, приложение или нещо друго, е, че в тях има **сърце** – емпатия и емоция. **Вашите**, не на маркетинговия ви отдел. Добрите продукти работят, страхотните стават част от нашата история. Добрият оратор ни оставя храна за размисъл, страхотният оставя сърцето си на сцената. Добрият маркетинг разказва история, страхотният маркетинг е самата история. С две думи, ако наистина вложите сърце и душа в идеята си, със сигурност я правите с една стъпка по-близо до страхотната. А това никак не е малко.