

《互联网创业启示录》

图书基本信息

书名：《互联网创业启示录》

13位ISBN编号：9787115252722

10位ISBN编号：7115252726

出版时间：2011-11

出版社：人民邮电

作者：沃尔什

页数：367

译者：曹铁鸥

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《互联网创业启示录》

内容概要

《互联网创业启示录》是一部互联网公司的创业指南，内容涉及网站创业的现状和机遇、创业公司价值、平台选择、工具和群组、资金的筹集、管理和盈利、社会化媒体环境、行动执行管理、开发人员方法论和工作效率、创始人的角色等方面，既有纲领和指导性理论，又有具体操作方法。书中大量对互联网创业成功人士的访谈介绍，以及创业公司的成功案例，更可以作为初次创业者的良好借鉴。

《互联网创业启示录》主要写给想自己创业的程序员，但同样适合非技术人员，适合网络创业者、大学生创业者、网络营销人员及一切有志创业者。做网络不一定要懂技术，互联网的成功是可以借鉴和延伸的！

《互联网创业启示录》

作者简介

Bob Walsh网站创业畅销书作家，StartupToDo.com创办者，“创业公司成功之道”播客主持人，47Hats的博主，以及Joel Spolsky软件商业论坛(<http://discuss.joelonsoftware.com/default.asp?biz>)的版主。他的日常工作是为创业公司和个人企业提供咨询服务，通过在网站上加强软件的阐释来增加销售量。早期做过记者，后来从事定制软件开发达20余年之久。从2007年以来，他从原来的Windows桌面程序员变成了Rails的网络程序员，为网络创业公司策划并实施优秀的解决方案。

书籍目录

第1章 引言：今非昔比	1
1.1 请将芯片插入大脑	1
1.2 网络新经济的现实情况和你的创业公司	2
1.3 那么，什么是创业公司？我为什么要成为其中的一员	6
1.4 创业公司的风格——选择你喜欢的	7
1.4.1 传统型	8
1.4.2 MicroISV	8
1.4.3 额外项目	9
1.4.4 开源项目	10
1.4.5 现代互联网软件创业公司	11
1.5 什么时候是最合适的启动时机	12
1.6 小结	21
第2章 创业公司的核心是价值	22
2.1 价值和问题，问题和价值	22
2.2 开始的开始只是一个开始	22
2.3 瓦利创业公司法则	23
2.3.1 问题	25
2.3.2 你的创业公司的价值	25
2.3.3 你的资源	26
2.3.4 你的支点	27
2.4 瓦利“创业定律”的含义	29
2.5 去哪里找问题	35
2.6 小结	41
第3章 平台多多 选择多多	42
3.1 过去和现在	42
3.2 每个人都想在平台生意中分一杯羹	43
3.3 SaaS	45
3.3.1 概述	45
3.3.2 从创业公司角度来看的主要特点	46
3.3.3 优势	47
3.3.4 劣势	47
3.3.5 点评	47
3.4 PaaS	51
3.4.1 概述	51
3.4.2 从创业公司角度来看的主要特点	52
3.4.3 优势	52
3.4.4 劣势	52
3.4.5 点评	52
3.5 社交网络平台	59
3.5.1 概述	59
3.5.2 从创业公司角度来看的主要特点	60
3.5.3 优势	60
3.5.4 劣势	61
3.5.5 点评	61
3.6 移动平台	61
3.6.1 概述	61
3.6.2 从创业公司角度来看的主要特点	62

3.6.3 优势	64
3.6.4 劣势	64
3.6.5 点评	64
3.7 混合平台	68
3.7.1 概述	68
3.7.2 从创业公司角度来看的主要特点	69
3.7.3 优势	69
3.7.4 劣势	69
3.7.5 点评	70
3.8 开源/内容管理平台	76
3.8.1 概述	76
3.8.2 从创业公司角度来看的主要特点	77
3.8.3 优势	77
3.8.4 劣势	77
3.8.5 点评	78
3.9 Mac 和Windows 桌面平台	78
3.9.1 概述	78
3.9.2 从创业公司角度来看的主要特点	78
3.9.3 优势	78
3.9.4 劣势	79
3.9.5 点评	79
3.10 小结	84
第4章 创业公司的工具和群组	85
4.1 回到过去	85
4.2 创业工具	86
4.2.1 创业公司的版本控制	86
4.2.2 客户/测试版反馈	90
4.2.3 优秀的动态视频	95
4.2.4 测试你的网站和软件	98
4.3 订阅创业社区消息	102
4.3.1 “六位数”软件微型企业研究院	103
4.3.2 StartupToDo.com	109
4.4 创业组织、网络和实体创业小组	112
4.4.1 学院派创业小组	112
4.4.2 创业小组	113
4.4.3 你身边在线/实体创业小组	116
4.4.4 在线论坛	119
4.4.5 年度大会	121
4.5 大型厂商针对创业公司的扶持计划	121
4.5.1 Microsoft BizSpark	122
4.5.2 Sun 创业核心计划	123
4.6 小结	124
第5章 资金：筹集，管理，盈利	126
5.1 跟着资金脚步	126
5.2 融资	127
5.2.1 理解融资的步骤	127
5.2.2 你不是一个人在战斗	130
5.2.3 融资基础	131
5.2.4 天使投资和风险投资者想要的是什么	143

5.2.5 创业孵化器	160
5.3 管理资金	161
5.4 赚钱	175
5.4.1 PayPal	175
5.4.2 Avangate	177
5.4.3 FastSpring	177
5.4.4 iPortis	177
5.4.5 Zuora	178
5.4.6 TrialPay	178
5.5 小结	185
第6章 社会化媒体与创业公司	187
6.1 注意力就是一切	187
6.2 大道理	188
6.3 建立你的社会化媒体基础雷达	189
6.3.1 iGoogle	190
6.3.2 Google Blog Search	190
6.3.3 Twitter 搜索和TweetGrid	191
6.3.4 BackType	192
6.3.5 FriendFeed	193
6.3.6 使用PostRank 的谷歌阅读器	194
6.3.7 在社会化媒体雷达上都要看些什么	195
6.4 创业公司博客	196
6.5 欢迎来到Twitter 的世界	206
6.6 新的新闻媒体	208
6.6.1 编辑观点	211
6.6.2 记者观点	217
6.6.3 创业公司公关的正确方式	222
6.7 你的另外一个头衔：首席社区官	223
6.7.1 Ginevra Whalen, Six Apart公司TypePad 社区经理	224
6.7.2 Matt Johnston, uTest 的营销和社区副总裁	225
6.7.3 Veronica Jordan, Blellow公关经理	227
6.7.4 Maria Sipka, CEO, Linqia	229
6.8 小结	239
第7章 清楚最重要	241
7.1 如果你不够清楚, 就赚不到钱	241
7.2 独特销售主张模式	242
7.2.1 纽带	243
7.2.2 信誉标记	245
7.2.3 相关价值	247
7.2.4 独特销售主张难题的最后一个要素	248
7.3 案例研究: Mint.com	248
7.4 案例研究: RescueTime	256
7.5 小结	267
第8章 行动起来	268
8.1 这听起来可能不太舒服	268
8.2 GTD 简介	269
8.2.1 GTD 的五个核心原则	269
8.2.2 GTD 软件推荐	282
8.3 在线工作效率	286

8.3.1 驯服信息猛兽	287
8.3.2 有用的工具	289
8.4 开发人员效率	290
8.4.1 跳出Google 怪圈	290
8.4.2 如何学习	292
8.4.3 深入黑暗核心：创业公司开发人员方法论	293
8.4.4 你最不喜欢的话题	296
8.4.5 Fog Creek 的FogBugz	297
8.4.6 请随我进入下一阶段	299
8.5 创业公司创建者的工作效率	299
8.5.1 创业者效率工具	301
8.5.2 还是要介绍一下	303
8.6 小结	305
第9章 创业名人访谈	306
9.1 你应该听听某些高人的意见	306
9.2 小结	360
第10章 接下来该做什么	362
10.1 尾声的序曲	362
10.2 创业成功的机会比以往任何时候都大	362
10.3 产品或者服务背后创意的质量才是重中之重	363
10.4 你的创意要能对至少一个特定市场产生持续的吸引力	363
10.5 真实的价值 + 优秀的客户体验 = 步入正轨	364
10.6 如果遵循别人的游戏规则，那你就输定了	364
10.7 社交网络是成功的关键	365
10.8 要有计划才能穿越独自创业的死亡之谷	366
10.9 管好钱，它是创业公司的生命线	366
10.10 最后的一点建议	367

章节摘录

版权页：插图：很不幸，这本书并不能给你一只神奇的魔杖，让你施展魔法改变自己的行为、逃避眼前的危机、把在线工作收拾得干净利索。但是你可以简单地改变一下上网的方式，或者在必要时重复这种改变的过程，来提高你的在线工作效率。注意：这9个步骤非常简单，但是会对你的在线工作效率产生很大的帮助，不过，很多老习惯改起来可就没那么简单了。（1）设置防火警戒线。如果你的收件箱有几百条未处理的信息，你的RSS订阅源已经多得无法控制，你的书签已经泛滥成灾，那你最好为自己营造一点喘息的空间。将聊天工具的状态改成“忙碌”，把尚未处理的电子邮件放到一个叫做“邮件破产”的文件夹里，将你的RSS订阅导出为一个OPML文件，然后清空全部的订阅信息。是的，这样的做法有点像休克疗法，但是不疼不痒的操作不足以改变现状。（2）低位设置电子邮件预期。首先，改变一下自动签名档或者在每封邮件后面自己加上一段签名档（所有邮件客户端都支持这个功能），让其他人都能够了解在和你通信的时候应抱有什么样的期望。这没什么复杂的——我的签名档是“（工作日我每天仅查看几次邮箱）”——但这是个声明，告诉大家你的邮件实时回复的时代已经一去不复返了。（3）纠正电子邮件用途。你有多少邮件是自己招来，结果却破坏了你的时间管理系统的？你知道我指的是什么。所有那些订阅信息邮件，有的是你自己注册的，有的是别人发来的，这些邮件来自各种Web2.0网站、各种在线零售商、各种新闻站点。这些根本算不上是联络信息——这些信息对你而言完全是一种消耗。

《互联网创业启示录》

媒体关注与评论

“对所有有志于从事互联网或者软件公司创业的人来说，本书都是极佳的学习参考资料。” ——
—Joel Spolsky, StackOverflow创办人, FogCreek软件公司CEO, 《软件随想录》作者 “Bob Walsh为这本书取错了名，因为这样一部‘创业启示录’堪称前无古人，它是一幅无与伦比的创业导航图，为我们标出了土地、岩石、珊瑚礁、洋流、风和海盗的明显标志。为什么说取错了名呢？因为这本书内容如此丰富翔实，实在是完美地适用于所有产品类型的创业公司，而不仅仅是互联网公司！” ——
—Neil Davidson, RedGate软件联合CEO, “软件商务大会”组织者 “这本书会让你彻底地想清楚作为现代的创业公司要具备的基本要素。它的用处简直让人难以置信，而且会带给你很多启发，你应当把研读这本书作为你创业的一部分！” ——Mark Roseman, 独立软件开发商, 小企业主

精彩短评

- 1、前面有很多非常不错的经验总结，后面可能因为是根据美国互联网创业环境推论的，所以以我的经验没办法特别信服，总的来说还行。对创业者，特别是互联网创业者，特别特别是技术背景的创业者可能会有不少共鸣和收获。
- 2、看目录就知道是程序员风格的书，叫启示录有点过，
- 3、有条理，有步骤，有案例。好
- 4、体系清晰的互联网创业lonely planet，需要且行且做，更适用于美国，总之是大师作品
- 5、就3章有用，其他全是废话
- 6、书不错，正在看！多看看才能消化。。。
- 7、一本包含了创业方方面面的图书。它帮助你评估你的创业，教你如何推广，如何吸引风投，如何区分各种投资等等。要说这本书的不足，可能就是里面无聊的访谈有些多了，如果删去一些也不会对本书内容有什么影响。
- 8、对IT创业者很有启发的一本书
- 9、很差的一本书，不建议买！！
- 10、对技术创业者很有帮助的一本书 不过大部分资源都是美国的 @刘江CE 我们可以策划本面向国内技术创业者的
- 11、blog+访谈的形式有点意思，内容浅显
- 12、首先要对自己有清晰的认识 还要在对的时间遇到对的伙伴 对于从没打算创业的(eg me) 看看别人的人生启示一下就好了~~
- 13、有点贵
- 14、面面俱到，内容详实，值得再读的手册
- 15、（有所收获，不合国情）。那时读这书，真是充满梦想，而且异想天开
- 16、说实话，没什么营养。该知道的，早就知道了。不知道的，还是不知道。
- 17、太技术手册化了。
- 18、互联网创业启示录
- 19、已经读了3.5章。很有参考价值。不管是不是创业者都有必要学习一下这本书中提倡的理念、方法，并且运用一些技巧来改进你以及你的项目、团队的效率。
- 20、主要是叙事，把创业的全流程讲的挺细致的。而且对于每个主题的讨论都和近些年的行业相联系。既可以当成学习的资料也可以当闲书看。反正不打算创业或者没具体计划的，就当闲书看吧。。
- 21、说实话，这是一本与国内行情不太符合的创业启示录，但是书中提到的一些观点和经验都是值得去思考 and 学习的。
- 22、果然不是很适合国人和国内，哎
- 23、中间有一大部分不太靠谱，开头可以
- 24、读后感
- 25、以访谈为主的一本书，但是总感觉访谈有些多余，直接看作者写的部分就行了。
- 26、前3章还行，后面就都是对各种工具和方法的介绍了，虽然很多工具和方法在国内并不适用，但还是看到了几个之前不知道的好东东，有收获
- 27、1) 翻译还算流畅。2) 1,2章好好看，好好思考，你要做什么。3) 3,4,5章分别将开发平台，工具以及资金，但是大部分都是美国情况，中国行不通。4) 创新工厂有点像Y Combinator。5) 社会化媒体越来越重要，让社区经理管理你的社会化媒体。6) 说清楚为什么要付费买你的软件是一门技巧！写作四要素：清楚、简练、朴素和人到。7) “独特销售主张”（USP），建立纽带三个挂件要素：新语、相关价值、明确服务内容。8) GTD思想：如果你想要取得某种成果，就需要建立并且维持一种综合性的过程，来收集、处理、组织、审阅并且完成生活中的任务和承诺。9) 大量的访谈让人觉得冗长，之前一本过热的创业访谈录，就让我放弃了。
- 28、还行拉,值的一看
- 29、很有用中肯的建议，但最重要的还是行动
- 30、很有启发性，至于大家说的中美国情差异就事见仁见智，不是一句话的事了
- 31、忘记看了谁的推荐买的，绝对被坑了！根本不是什么启示录，一看英文，guide！也就是使用手册

《互联网创业启示录》

，使用手册！

32、这本书有些言过其实了，互联网创业在当前最难的根本不是技术，就是执行力和想法而已。而且本书最让人郁闷的是介绍了很多确实初创团队很需要的工具软件，如项目管理分析这样的软件，但是都是收费的，对他们来说也许很便宜，但是加上了一个美元符号就有些不靠谱了

33、有价值，更有幽默感和智慧

34、了解互联网创业潮

35、不好评判是不是一本好书，只能说没有从书中看到想看的东西

36、很挫，真创业看这本书，也不知道能看到啥东西

37、对我还是有帮助

38、看到这书名，让我觉得，里面讲解的创业观点可以适用所有的互联网从业人员，但是它是写给那些想自己创业的程序员的，都是围绕着程序员的角色来介绍的。另外，本书的行文安排不够严谨，观点读起来不够清晰。

39、没啥价值，西式风格

40、本来应该给五星，因为翻译的原因，少给一颗星

41、感谢图灵 通过活动第一时间收到该书，大致上也了解了互联网企业创业的点点滴滴

42、不错的书！初学者适用

43、失望，没内容。一整本软文。

44、内容有点冗长

45、可能我是真的不适合互联网创业吧？感觉挺水的书，老外写的也不过如此...

46、超级访谈录。不过有些东西还是有用的。

47、比较specific，到实践阶段是一个很好的参考，适用国外的

1、如果打算在中国创业，而且是建立一家互联网公司的话，千万别以为买到这本书就捡到了“葵花宝典”。看完后会觉得很失望，这是一本七拉八扯拼凑而成的书，也再次印证畅销书含金量往往严重偏低。1.曹铁鸥确实对原著保持了高度的尊重，而且几乎是百分百尊重。但是这是此译本最让我觉得掉分的地方。也许是不习惯英语的语言习惯吧，里面大多数的措辞用语都显得很牵扯，而且里面过于英文口语化的表述，让这本书在行内人看来会觉得很外行。时不时会有几个一点都不冷的冷幽默，更加让此书显得泛泛而谈。2.Bob Walsh大叔也许是最懒的一个畅销书作者了。通书都是采访实录，未经整理就直接照搬着写下来。这在美国也许是很正常的，拿着录音笔就去采访互联网创业家，之后回来找个打字员听着录音打出来。基本上整书就是采访实录+三几句总结。关键是采访录里面N多的内容都是扯淡的说笑，不着边际的对白。3.本书书名是《互联网.....》，但是实际内容说来说去都是做Micro-ISV的一些简略过程。有两种可能：一是我们国内业界对互联网分类不清楚，总会认为像做软件的一类公司就不叫互联网公司；二是国外将产品分为Web产品与桌面产品，以此来区分是否互联网产品。不管是哪种情况，对于国内互联网创业人士而言，帮助意义都不是很大，因为国内创业难的不是思想上的，也不是行动上的，而是行业环境、人文环境以及法律环境等客观条件上的困难。4.本书更适合那些还没有创业打算的人来看，如果已经在创业之中的，能获得的内容将会比较少。书中详细描述了互联网（软件）行业为创业者准备的良好条件，教导我们怎么寻找创业的核心价值，如何选择创业的平台，介绍了创业公司的工具，简略说了一些融资的皮毛，还扯了一下社会化媒体，之后鼓励大家行动起来，最后是一堆成功互联网公司的访谈录.....整本书这么一看目录好像内容很充实，面面俱到，但是其实什么实际问题都无法解决。而且很多创业思维都是基于美国式的创业故事，与中国的实际相去甚远。曹铁鸥先生盛赞Bob大叔的书写得好，不知道实际上是否真的对中国互联网（软件）环境有所了解。整书干货很少，都是泛泛而谈，每一章都会有若干个访谈录，估计都是打字员直接按照录音笔所录内容直接打出来的，没有经过什么整理，访谈过程逻辑也很乱，要看的话基本上这些访谈可以掠过，直接看每章小结。5.本书基本上重点是放在介绍各种各样的收费工具之上，这也是我说的与中国国情不符的一个论据。书中介绍了很多创业工具，这些工具确实都是很不错的工具，但是坦白说，如果真有中国互联网公司购买这些工具来用，那这些费用就基本上足够一个初创的小产品两三年的运营费用了。Bob大叔多次强调不是卖广告，但是读完之后就会自然而然觉得他主要目的就是帮助推广这些收费工具。整本书俨然软文全集。6.吐槽虽然很多，但依然还是有几点值得学习的：（1）随手带着一本“行动笔记”，把自己所见所想及时记录，尽快去尝试，尽快去实施。很多时候，灵感随时来，但转身即忘。（2）要关注开源代码的法律许可。虽然目前国内同行都不怎么重视这些，但早晚会走向规范化的，如果是现在才开始创业，那就不如用最规范的方法，规规矩矩地走好每一步。（3）从创立之初就做好会计工作，关注损益表、资产负债表等报表，正确地组织公司，让标准的商业运作模式落实到位。这对融资会有非常重要的作用。（4）从第一天开始就单独记录公司的支出，将公司财务与个人财务分清楚。保证现金流为正。（5）写好创业博客。（6）把握好产品最重要的三个要素：信誉、相关价值和明确的服务内容。给潜在的客户一个关注自己产品的理由。也就是周鸿祎所说的，用一句话中就把自己的产品描述清楚。这三个要素要体现在自己产品网站的首页上。（7）做好内部行动计划，坚持每周做进度报告，对于互联网创业而言，时间比其他一切资源都更宝贵。因此控制好时间进度，做好时间评估，将提高效率，跑得比别人更快。好，就这些了，觉得再也写不出更多的东西来了，因为这书确实不能给我带来多少有价值的内容。仅供参考。每个人都是基于自己已有的阅历与经验去看事物的，所以也许你看到的是不同的方面。

2、本书是作者和众多互联网成功人士创业经验的总结，是写给那些想在事业上更上一层楼的程序员、网站创业者、网站策划人员以及所有试图了解互联网行业的人的。书中讨论和研究的是成千上万网站创业者在网络、移动和社会化平台上的奋斗经验。创业公司和一人企业代表了全球软件产业和亿万网民的未来，Bob Walsh专注于此，承接前几本创业专著，以准确清晰的叙述和大量生动的示例为指引，为你提供了一幅无与伦比的创业导航图。书中汇聚了对创业家、风险资本家等许多著名人士的访谈，便于你从各个角度全方位了解互联网创业的精髓，身未动而胸有成竹。

3、1) 翻译还算流畅。2) 1,2章好好看，好好思考，你要做什么。3) 3,4,5章分别将开发平台，工具以及资金，但是大部分都是美国情况，中国行不通。4) 创新工厂有点像Y Combinator。5) 社会化媒体越来越重要，让社区经理管理你的社会化媒体。6) 说清楚为什么要付费买你的软件是一门技巧！写

作四要素：清楚、简练、朴素和人到。7) “独特销售主张” (USP)，建立纽带三个挂件要素：新语、相关价值、明确服务内容。8) GTD (getting things done) 思想：如果你想要取得某种成果，就需要建立并且维持一种综合性的过程，来收集、处理、组织、审阅并且完成生活中的任务和承诺。组织：如果错把项目当成任务，那么情况就会从本应创建一些可操作可完成的工作流，变成一种难以消化的困境，并带来担心造成拖延的危机感。任何需要一个以上步骤的行动都不再是任务。9) 大量的访谈让人觉得冗长，之前一本过热的创业访谈录，就让我放弃了。

4、互联网是一个年轻的行业，在这个剧烈变化的行业里面每个人多少都接触到创业相关的信息，IPO后一夜诞生的众多百万富翁和千万富翁更是让人羡慕嫉妒恨。虽然人有千差万别，但有一颗创业的心，我觉得总是好的。当然单单有创业的心还远远不够，我们还需要一个丰富的工具箱和指南。有了它我们可以少走一些弯路，更好地前行，成功的概率也会大一些。这本书显然是一个不错的工具袋和一本指导手册。对于工作不久的年轻人来说，缺少资金和经验，加入创业团队无疑是一个比较好的选择。我们总是被胜利者的光辉照花了眼睛，让我们看不到胜利者的背后是那无数的不成功团队。结果往往一腔热血的往前冲，掉进坑里痛苦不堪，如此反复几次最后连激情也被耗尽。所以在互联网残酷的创业环境中首先要快速地把自已磨练成长起来，加入一个好的创业团队无疑是最好的选择，也是最为重要的，却也是最不容易的，不过现在互联网著名的大公司新项目团队以及相关的孵化器也越来越多，相对于以前来说机会也多了。回到这本书上，老规矩，回顾一下我觉得深有触动的点：1) 创业者时间有价值，作为一个创业者，需要把自己的时间和价值建立关系，假设你的时间价值是：400元/小时。那么你就很清楚需要让自己的时间创造对应的价值。这样会比较容易让你重视时间管理以及创造收益。另外，创业者通常都喜欢凡事亲力亲为，一旦把时间有价值，就很容易想清楚一些细碎的事情可以外包出去，自己聚焦在核心产品项目上。2) 区分爱好和创意，如果没有成型的商业模式，那么它只是一个爱好，而不是创意。创业者会提出想法，并且对想法充满喜欢，例如：我要做一个应用把很多张照片拼接在一起形成一个完全不同的图案。这个想法确实很cool，它可以变为一个不错的爱好，但是缺少商业模式的话，他就只是一个爱好。3) 让创意有一个酝酿的过程，第一天我们激情四溢的提出了一个主意，并且为这个主意激动不已，不要急，冷静的思考三天，三天后这个主意还会让你雀跃不已吗？很多时候在第三天这个主意就会销声匿迹。4) 定期的Review一下以往的创意，在过去提出的主意可能由于各种各样的原因我们没有去实施它，但是互联网的变化很快，也许最关键的条件已经具备了，也许最麻烦的障碍已经容易解决了，那么Review以往的创意也许能找到不错的珍珠，或者因为已有的创意激发出适合现阶段的新的想法出来。5) 有收入才付费是创业者们不错的开始策略，类似于GAE这种平台往往会提供有收入才付费的机制，这样创业者们的前期成本就会很低。6) 参与社交活动，加入区域性的创业小组也好，参加相关的会议活动也好，创业者必须要投入精力参与社交活动，通过和其他创业者的交流，所获得的价值会远远的超过自己蒙头苦干。书里面还有非常多其他的案例和工具，这本书是一本不错互联网创业的手册。

5、比较失望的一本书。1 访谈内容，作为本书的主要卖点之一，同时也占据了几乎一半的篇幅，却只是未经整理的原始聊天记录，读起来很艰难，有些甚至不知所云。2 书中介绍的大部分工具、机构、团体，在国内都是用不到的，导致本书“工具性”的价值下降。3 整本读完，感觉作者所说的“互联网创业”仅仅是基于互联网的软件销售啊。

6、网上的东西有几点好，成本低，扩散快，但有好的idea各行各业都可以，不需要限于互联网，将来国内创业的人会越来越多，环境也越来越好，其他行业也有参考价值。下面这些是我从书中总结的看法。

1 要有好的业务，业务为王。有技术没市场那是浮云，作为兴趣可以，但不能作为开公司的理由。公司不能成为追求技术的托身之处，我有一个同事，就想自己搞游戏开发技术，凭着自己的兴趣搞个公司，千辛万苦最后app store上架了，投入了很多，程序没卖出多少，公司也结束了。业务不能只自己喜欢，要考虑市场。

2 要懂技术，对不做技术的人来说这里的懂并不是会，而是了解，不要被别人忽悠，适当的能忽悠别人。3 不要有偏见，把别人看傻，把自己看高都不可取，可以说，但不能信，信了你就完了，在偏见的道路上越走越远，谁也救不了你。典型的例子，把自己看成天才，把天使投资，风投看成白痴，一错再错。或者搞技术的人高人一等，其他人都是没什么能力。

4 不要怕失败，这本书好像没怎么提这个。总起来讲，世界上失败的人多，但另一方面，失败10次，总结经验总会成功一次，愚者千虑必有一得，多虑才有得，这本书总结了不少你可能想不到的地方。

7、只是简单的在理论上说了说，给出都是国外的例子和群组，根本没有针对国内情况的介绍，很粗

《互联网创业启示录》

略的带过了，而且是对技术性的讲解太多太多，泛读这一章节就ok了，不过其中那段，关于时间管理和时间价值的部分，很值得一读

章节试读

1、《互联网创业启示录》的笔记-第195页

在社会化媒体雷达上都要看些什么

- 1, 所有关于公司拥用程序的错误信息, 及时处理这些bug。
- 2, 你的软件或者服务的热情支持者, 和这些人联系下, 表达一下谦虚和感激, 你能得到积极的意见反馈。
- 3, 有问题能用你的软件解决的人, 这些人就是客户。通过社会化媒体和他们进行低调的非商业化的交流会有很奇妙的效果。
- 4, 为人们提供价值了其他手段。分享包括专业知识、经验的圈子和观点在内的这些价值也很有意义。

2、《互联网创业启示录》的笔记-第25页

你的软件能够在多大程度上解决问题、补救问题、改善问题、缓解问题或彻底赶走问题, 这决定了创业公司的价值。

3、《互联网创业启示录》的笔记-第196页

当人们购买一个产品或者一项服务的时候, 他们会有一种感觉, 好像买了提供这种服务或者商品的创造者。这无论对大公司, 就是那些请真人来拍广告的大公司, 还是对小公司, 街道办的小公司, 都是适用的。所以对你也适用。

通过博客, 作为公司的创始人, 可以将创业的激情、感动和经验技巧拿出来和大家分享。你有责任或者说应该把令人激动的新闻和尽可能多的人分享。

但我要提醒你的一件事情是: 如果你觉得只要在博客上放上推销信息, 就有效果, 那么结果可能会让你"很受伤"。博客是一种人与人之间交流的东西, 不能够加入第三方营销的声音。下面是对于博客的一些建议

让你的客户了解你现在正在做什么? 我说的不是要把你准备给客户做的事情都说出来, 而是要把你已经为客户做好的事情说出来

通过博客向你的潜在或者真实的消费者询问意见和听取他们的反馈
提供真实的价值。

走高端路线

你可以将博客作为技术支持和产品改进工作流的一部分,
花三分之一写博客的时间去给其他博客留言写客串文章

要重视评论

保持关注重点

不要讨论臭宗教和政治。

4、《互联网创业启示录》的笔记-第302页

如果你不能或者不想对自己的所作所为作一个评估, 那你就不是在创建一个公司, 而是在享受自己的一个爱好而已。也就是说, 不管你做什么都要让自己有可评估的结果。

5、《互联网创业启示录》的笔记-第221页

怎么样写新闻稿

量体裁衣, 切中要害, 将新闻稿发给合适的渠道和记者。不要海发

《互联网创业启示录》

文字简明有力，想把东西写得简洁有力是一件不容易的事情，因为需要时间和精力，才能写出简短有力的句子，把多余的东西剔除掉把最直接的信息尽快地传达出去，坐起来打字之前要心里明确，切中要害和简明有力这两点。

好的投稿要做两件事，表明你的可信度以及为受众提供的实惠。

6、《互联网创业启示录》的笔记-第132页

吸引天使投资的艺术

- 1, 确定对方是值得信任的投资者，值得信任其实是一个法律术语，意思是说，足够有钱，不至于把投出去的钱再收回去。
- 2, 确定对方是经验丰富的投资者，这个投资者了解你的行业。
- 3, 不要小瞧别人
- 4, 理解他们的动机，一般来说，天使投资者有三条底线，第一，他们都至少成功过，第二，他们希望跟踪技术发展的最新动态关注有趣的产品和技术，最后他们希望能够赚钱。
- 5, 让天使投资和你共同成长，天使投资者还有另外的动机，那就是成就感，天使投资希望能够分享企业的发展成功，但是避免亲身投入要面对的问题，所以应该经常去找你的天使投资人请示汇报因为他们非常享受帮助你的这个过程。与此相对应的是，绝大多数风险投资者只在事态非常顺利或者非常糟糕的时候才愿意介入。
- 6, 让你的创业能够浅显易懂
- 7, 找天使投资者手续的一员一起工作
- 8, 友善待人

7、《互联网创业启示录》的笔记-第301页

关于自信的两个建议：

1. 如果你不是百分百地对你的产品创意和它的实现有信心，那就假装有，一开始是假装的，不过装着装着就成了真的。
2. 创业有两种职业病。一是心脏病，原因是巨大的压力、垃圾食品和缺乏锻炼；另外一个自我膨胀。

8、《互联网创业启示录》的笔记-第30页

评估你的创意

1. 问题是不是太大了，以至于你的资源无法应付？如果是这样的话，你如何才能改变等式两端的力量对比，让事情对自己更加有利？缩小问题的范围？改进作为支点的那些独特的/突破性的/创新的想法和见解？获取更多的资源--更多时间，更多合作伙伴，更多资金？
2. 相对于你的资源和你拥有的见解，要解决的问题是不是太小了？有些时候，你可能把过多的资源都放在了一个小问题上，结果对更大的（也是更有利润的）问题反而熟视无睹。
3. 你的支点是否足够大，可以解决你的问题、创造真实的价值？这个问题的另一种问法是：你的创意是否够非凡去赢得你想要的注意力？或者说，哪些博客作者、投资者以及最终用户会不会觉得它是必不可少的？
4. 你有哪些要素，还缺少哪些，如何确保自己能够获得所需要的？问题是什么？谁有这样的问题？他们是如何确定该购买些什么？你是否有你需要的东西，或你是否能获得？

5. 是否有足够的价值去获得需要的资源？如果需要股权融资的方式来实现你的想法，你是否有足够的客户能够给予你的天使投资者3到10倍的投资回报，或者说，用三年的时间，给风险投资搞大10倍的回报？

6. 你的杠杆管用么？

9、《互联网创业启示录》的笔记-第244页

不要把你的产品所有最酷的功能都介绍一遍，因为你的潜在客户需要的只是轻松理解你的产品为什么对他们来说很重要，在新闻行业中，这个叫做“那又怎样”测试。

10、《互联网创业启示录》的笔记-第88页

github.com
unfuddle.com

11、《互联网创业启示录》的笔记-第31页

什么是创业的点子？

如果没有成型的商业模式的话，那只是个爱好，不是创意。

最好的创意是可以让客户赚钱的

我所知道的最佳方式是b2b2c，面向消费者的企业服务的企业。

如果你是b2c企业，就要寻找来自客户之外的收入模式

每隔一段时间就重新检视你哪些不好的创意

尽力创造一个能够有持续收入的系统

让创意有一个酝酿的过程。

思考市场的容量

“使用一种心的开发工具创建一种商业模式”在某种程度上是错误的，也就是说，不要有给开发人员的开发工具这样的创业思想。

创意并不像你想象的那样价值连城

竞争是件好事

12、《互联网创业启示录》的笔记-第285页

"你需要有一些，我觉得说政策不太合适，就是对于打断的频率定个规则，"

"好像大家总是忍不住要这么做——并且随处可见——那就是不时呼唤

办公室里其他隔间的人，或者在即时通讯工具上问：‘让，有时间看看这个吗？，而，每个人都会说‘好的’。”"但是对于公司来说，这不是一个好的回答，除非是非常紧急的事情。好一些的回答应该是：‘我中午的时会休息一会。我们那个时候谈谈吧。这事儿能等一等吗？’更好的答案就是根本不必回答。换句话说，人们会明白：别再问我问题了。使用GTD日程表，比如说，在例会之前都不要单独问问题。"

这里讨论的所谓从个人效率到团队效率的一个重要问题是，团队要设置一个可接受的被打断的界限。

这应该是一个非常明确的协议，比如说，‘好了，每天从这个时间到这个时间，在中午或者什么时候，是我能够回答问题的时间，大家可以来我我。我能做的就是这些。"

个人效率像团队效率的转变，是非常值得思考的问题。

13、《互联网创业启示录》的笔记-第41页

《互联网创业启示录》

大多数创业公司不是去捕捉那些将会（按照推测是这样）最能帮他们赚钱的点子，他们只是去找一些他们最关心的问题去解决。

发现问题是创业的起点，不是终点。你如何看待问题，用什么技术、什么商业模式，以及什么样的见解来呈现这个问题，以及你对这个问题的解决方案，所有这些决定了你的创业究竟会是那种让人提不起兴趣的模仿型的，还是能够吸引注意力、资金和客户的。

资源需要成本，而创意可以让资源的效率翻倍。编程需要时间，融资牺牲股权，营销也要花钱。这些资源的有效程度很大程度上取决于我所说的“支点”：你解决问题的方式。为了能够更全面地理解问题，找到新的解决方式，理解这个问题在当今是如何影响着人们，而不是五年或者十年之前的人，创业公司的创始人多花些脑筋，使找到的支点越大、越强壮，就越好。

14、《互联网创业启示录》的笔记-第305页

在某种程度上，创业的过程正好和核裂变相反。核裂变是把很微量的物质转变为巨大的爆炸性的能量；而创业恰恰相反，你要把个人巨大的能量落实到具体的小事上。

每一种能让这种能量更高效的方法——不论是你的时间、注意力还是智力——都意味着更快和更好的转换过程。提高你的效率——来说，对开发人员和创业者来说是指在线效率——是一份能不断赐福于你的厚礼。

15、《互联网创业启示录》的笔记-第285页

"你需要有一些，我觉得说政策不太合适，就是对于打断的频率定个规则，"

"好像大家总是忍不住要这么做——并且随处可见——那就是不时呼唤

办公室里其他隔间的人，或者在即时通讯工具上问：‘让，有时间看看这个吗？，而，每个人都会说‘好的。’" "但是对于公司来说，这不是一个好的回答，除非是非常紧急的事情。好一些的回答应该是：‘我中午的时後会休息一会。我们那个时候谈谈吧。这事儿能等一等吗？’更好的答案就是根本不必回答。换句话说，人们会明白：别再问我问题了。使用GTD日程表，比如说，在例会之前都不要再单独问问题。"

这里讨论的所谓从个人效率到团队效率的一个重要问题是，团队要设置一个可接受的被打断的界限。这应该是一个非常明确的协议，比如说，‘好了，每天从这个时间到这个时间，在中午或者什么时候，是我能够回答问题的时间，大家可以来找我。我能做的就是这些。"

16、《互联网创业启示录》的笔记-第30页

问题是不是太大了，以至于你的资源无法应付。

相对于你的资源和你拥有了见解要解决的问题是不是太小了

你的支点是否足够大，可以解决你的问题看到真实的价值吗？这个问题的另一种问法是，你的创意是否足够非凡去赢得你想要的注意力。

你有哪些要素还缺少哪些，如何确保自己能够获得所需要的，对于一些创业公司来说需要确定的只是你和合伙人将为最初的1.0版本贡献多少时间。

这个创业公司是否有足够的价值去获得需要的资源呢，如果需要股权融资方式来实现你的想法，你是否有足够的客户能够给与你的天使投资者三到十倍的投资回报。或者说用3年的时间给风险投资高达十倍的回报呢。

17、《互联网创业启示录》的笔记-第222页

创业公司公关的正确方式

1，花点时间认识一下你要联系的记者或者博客作者

2，新闻就是有趣的让人惊喜的，值得读者去注意的东西，因为读者对他感兴趣而不是你想让他们感兴趣，这一点必须要搞清楚。

《互联网创业启示录》

- 3, 切中要害, 不说废话, 不要去做媒体要做的工作, 只要把他们的工作需要的东西给他们就好了
- 4, 如果写作对你来说太不容易, 别硬撑了, 找个专业人士
- 5, 如果你们资金充裕, 还是有必要聘请一个专业的公关团队, 专门维护和媒体还有你的客户可能会关注的博客作者的关系
- 6, 要开朗乐观, 脸皮要很厚很厚, 你听到的no比yes要多很多

18、《互联网创业启示录》的笔记-第156页

什么样的陈述, 能给投资人留下深刻的印象。

我希望创业者找到我们的时候能够说说他们公司的前景或客户方面的内容, 以及从客户那里采集来的信息, 而不是告诉我们他们开发出了迄今为止最伟大的技术, 但是还没有客户或者用户反馈。我觉得这是非常重要的一点。一个人不仅可以分享先前的成功, 而且能够把之前合作过的人招募到团队中一起工作, 这样的事实本身就很有说服力。如果你遇到一个创业者, 他从一开始就不能够构建一个自己的创业团队, 那肯定早晚会出问题。我们需要的是那种能让其他能人围绕在他周围的人。

19、《互联网创业启示录》的笔记-第302页

每周进度报告。

如果你不能或者不想对自己的所作所为作一个评估, 那你就不是在创建一个公司, 而是在享受自己的一个爱好而已。也就是说, 不管你做什么都要让自己有可评估的结果, 需要定期——大部分人就是以周为单位——来确定你作为创业者在下一个七天要完成些什么事情, 以及在过去的七天里已经完成了什么事情。

20、《互联网创业启示录》的笔记-第22页

关于应该到哪儿去找一个优秀的创意? Don Dodge精彩的回答: " 这看你是想做维他命还是想做止痛药了。有维他命当然好, 不过止痛药也是必备的东西。在艰难的时期, 那些'锦上添花'的东西不是必需的, 人们不会为它去花费很多的时间和金钱。人们会关注他们真正的'痛处', 会把时间和金钱都花在能帮助他们解决问题的东西上。当然还有一套想法, 也是完全不解决实际问题的, 它们既不是维他命也不是止痛药, 是类似于'快乐药丸'的东西 "。

21、《互联网创业启示录》的笔记-第90页

客户调查

surveymonkey.com

polldaddy.com

uservoice.com

网站热点图

crazyegg.com

时时访问

chartbeat.com

22、《互联网创业启示录》的笔记-第41页

大多数创业公司不是去捕捉那些将会 (按照推测是这样) 最能帮他们赚钱的点子, 他们只是去找一些他们最关心的问题去解决。

发现问题是创业的起点，不是终点。你如何看待问题，用什么技术、什么商业模式，以及什么样的见解来呈现这个问题，以及你对这个问题的解决方案。

资源需要成本，而创意可以让资源的效率翻倍。编程需要时间，融资需要牺牲股权，营销也需要花钱。这些资源的有效程度很大程度上取决于“支点”：你解决问题的方式。为了能够更全面地理解问题，找到新的解决方式，理解这个问题在当今是如何影响着人们的。找到的支点越大、越强壮，就越好。

23、《互联网创业启示录》的笔记-第290页

让开发人员高效率

- (1)你们用不用源文件管理系统？
- (2)你们可以把整个系统从源码到CD映像文件一步建成吗？
- (3)你们每天白天都把从系统源码到CD映像做一遍吗？
- (4)你们有软件Bug管理系统吗？
- (5)你们在写新程序之前总是把现有程序里已知的软件Bug解决吗？
- (6)你们的产品开发日程安排是否反映最新的开发进展情况？
- (7)你们有没有软件开发的详细说明书？
- (8)你们的程序员是否工作在安静的环境里？
- (9)你们是否使用现有市场上能买到的最好的工具？
- (10)你们有没有专职的软件测试人员？
- (11)你们招人面试时是否让写一段程序？
- (12)你们是否随便抓一些人来试用你们的软件？

24、《互联网创业启示录》的笔记-第22页

如果去问这个行业里的人创业公司该去做点什么，你可能会得到很多类似这样的答案：“找一个人愿意花钱去解决的问题，然后解决它。”

我也问过这个行业里我认识的一位有学识、有思想并且有经验的人——微软的 Don Dodge (我们在第1章里面提到过他)。我问他，应该到哪儿去找一个优秀的创意。

他回答说：“我觉得，这看你是想做维他命还是想做止痛药了。有维他命当然好，不过止痛药也是必备的东西，对吧？在艰难的时期，那些‘锦上添花’的东西不是必需的，人们不会为它去花费很多的时间和金钱。人们会关注他们真正的‘痛处’，会把时间和金钱都花在能帮助他们解决问题的东西上。”

25、《互联网创业启示录》的笔记-第22页

问题和解决方案之间的唯一区别就是，解决方案是人们能够理解的问题。

26、《互联网创业启示录》的笔记-第9页

记下

27、《互联网创业启示录》的笔记-第145页

很多人忘了一点，就是说你必须是一个需要大量资金，并且有可能获得大笔回报的公司，还有可能受到风险投资的青睐。风险投资对很多人而言并非唯一的出路，很多时候你可以靠自己的努力来经营公司，你可以去获得天使投资，你可以做的事情很多，但是风险投资最适合的是那种资本密集型企业。

28、《互联网创业启示录》的笔记-第302页

商业计划（不是融资时候的商业计划书，而是真正的商业计划），主要是探求，不断地探求一些基础问题的答案。

1. 我们为什么要创建这个公司？
2. 我们销售的到底是什么？
3. 谁会购买我们的产品？为什么？
4. 如何将我们认为会购买我们产品的顾客和我们的产品联系起来？
5. 我们如何判断自己是否成功？
6. 我们最关心当前业务中的哪个部分，如果从公司的核心功能出发的话，我们把哪些部分以某种方式外包出去？
7. 在我们首要的市场中，典型客户的特征、性格、态度、购买习惯和期望是什么？
8. 作为创业公司我们和其他软件公司有什么区别？
9. 我和我的合伙人有哪些优势和劣势？我们如何以及在什么时候可以凭借附加其他人的服务来扩大我们的优势并且弥补我们的劣势？
10. 我们的核心竞争力是什么？
11. 我们的产品满足了目标市场中什么样的需求和愿望？在产品发布、初始升级和后续发展的不同阶段，这些需求被满足的程度如何？

29、《互联网创业启示录》的笔记-

启示录？

30、《互联网创业启示录》的笔记-第246页

让名人来夸奖你，如果潜在客户看到某个媒体或者一个著名的博客或者logo出现在你的网站上，他们会感觉到很舒服。名人这个是跟其他所有东西一样，有电视上的定义。但是你需要的是一个跟你做东西相关的，垂直领域的名人。如果你是做医疗设备的，那么某个主治医师可能就是你的名人。不论采取什么措施，最好让这些媒体或者博客报道你，因为这种方法真的非常管用。

31、《互联网创业启示录》的笔记-第140页

创业者的十大谎言，不要在计划书以及交流中提到的部分

- 我们的规划都是保守的
- 某大公司说我们的市场规模在某年将达到多少钱
- 某大公司下星期会给我们一笔大单子
- 只要我们获得了投资，马上就能招聘一批牛人
- 我们做的是一件前无古人的事情
- 别人做不了我们做的事情
- 赶快给我们投资吧因为还有好几个风险投资在等着我们呢
- oracle这样的大公司已经太庞大太，太迟钝，太缓慢，不可能对我们构成威胁
- 我们有一个久经考验的管理团队
- 专利权会保护么产品
- 百分之十的市场份额就足够了

32、《互联网创业启示录》的笔记-第27页

支点：

1. 突破性的技术
2. 原创 / 创造 / 创新
3. 深入理解问题
4. 设计
5. 突破性的商业模式
6. 意想不到的组合
7. 新的平台

33、《互联网创业启示录》的笔记-第136页

对于商业计划书而言，比较典型的结构由下面几个部分组成。

执行概要。它就好比一座大厦的基石。你应该最后完成这部分，写得越简洁越好，你要解释清楚你到底卖什么，都有什么人要来买、为什么买以及怎样买你的产品，你希望投资者出多少钱，他们为什么要投资你的公司。

市场分析。这一部分你要详细地定义并且解释哪些人会来购买你公司的产品或者服务，你们计划做些什么，以便从白手起家变成在市场上占有一席之地，比如说，花三年的时间。但这仅仅是一个开始。你还需要认真剖析你的初级市场——它是如何运作的，谁在做购买决定，市场平均的零售价格是多少，有什么样的改变和趋势影响这个市场。

公司描述，这部分主要介绍你公司的员工状况，开发的进展状态，已经取得阶段性成功，当前目标及状况。

组织和管理，这一部分介绍你的公司中每个人的具体工作是什么？还有每个人的背景核心的专业能力
营销和销售管理，这一部分要介绍你的目标市场，准确地阐述你如何把产品卖到这个市场中去，你要给出整体的销售策略地区使用何种渠道实现这种策略，最后还要列出你的竞争者，从他们手中夺取市场份额需要采取何种策略

服务或者产品线，这部分主要介绍你卖的是什么？你要介绍的你的应用或者web服务，你所能提供给消费者的东西，以及这一切和市场需求之间是如何联系如何赚钱的，

融资需求，这部分主要是解决你的资金需求，不仅你要说需要多少钱，什么时候用，你希望以什么方式融资并且发给你。还要确切的说明这些钱要用在那些地方，以实现你公司的发展目标

财务，这里包含两部分数据，一份你的公司从成立至今的财务历史，另外，你未来5年的预期收入以及能够支持这一预期的论证

附加，这部分就是个杂物袋。从你的公司和创始人的信用报告到一些正面的评论文章关键的法律文件，战略合作伙伴协议以及你是律师和会计师的介绍。

34、《互联网创业启示录》的笔记-第204页

建立博客的时候，首先要把公司和你个人分开，并且在网上保持这种公司的区分。

最好建立一个公司的博客和你个人的博客，如果你正在创业，希望别人看到你充满热情的全部投身在新公司，那就在私人博客中写。

35、《互联网创业启示录》的笔记-第288页

计划沟通时段。不管你用的是什么日历软件来记录约会，每天安排两到三个长度为45分钟的时间段，为下一周的事情做准备，这个时间段里你可以查看电子邮件、上网随便看看、跟人聊天、上Twitter或者处理其他这类的事情。这就是你的沟通时段，在这个时段，也仅仅在这个时段，你才可以处理电子邮件、和朋友还有同事聊天、看看各种网站和Twitter，娱乐一下，做回一个社交的动物。通过把这种行为列入计划，你慢慢就可以掌控这些事情，然后对一天到底能完成多少工作做出一个符合实际的估计。

《互联网创业启示录》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com