### Урок 13. Интервью с основателем 2ГИС, Александром Сысоевым

Основатель компании 2gis, ИТ-предприниматель, Александр Сысоев, в беседе с директором по методологии обучения GeekBrains, Ильнаром Шафигуллиным, раскрывает, как его компания прошла путь от семейного стартапа до корпорации.   
  
Вы узнаете, чего ждут от своих сотрудников работодатели уровня 2gis, как заниматься самообразованием через общение с коллегами и в чём слабые места Google.

#### Основные тезисы из интервью:

1. В развитии бизнеса есть 2 пути: вы вкладываете либо много времени, либо много денег.  
2. Структура и система менеджмента компании, грамотно разработанные однажды, могут работать многие годы.  
3. На Ближнем Востоке, особенно в Дубае, велик спрос на оригинальные ИТ-решения, в том числе картографические, и на уникальные данные.  
4. В работе над «2ГИС» акцент сделан на качестве информации: полноте и актуальности сведений. Данные заполняются и обновляются не пользователями, а специалистами — на основе систематической работы.  
5. Есть различия между картами для туристов (например, mapsme) и для бизнеса. В отличие от туристических проектов, решениям для бизнеса и для жителей городов нужна более подробная информация о компаниях, состоянии дорог и так далее.  
6. На базовом уровне модели работы картографических сервисов в России и за рубежом одинаковы: для сбора качественных данных о местности и организациях нужно много человеческого труда. Потому что все данные, собранные автоматизированными средствами, требуют «дошлифовки» человеком. Надо ходить ногами, проверять и править сведения для сервиса. Стоимость труда таких сотрудников зависит от страны и региона.  
7. Главный вопрос в конкуренции с Google — не как сделать сервис лучшего качества, а как пересадить пользователей на свой продукт. Это требует гигантских рекламных бюджетов.  
8. Есть территории, где Google и другие мировые игроки бесконечно слабы: на местах им не хватает актуальной информации о дорогах, компаниях и так далее. Пример — Дубаи. Там «2ГИС» закрепился благодаря тому, что упрощает работу таксистов и доставщиков еды.  
9. Корпоративные ценности 2gis: ориентация на качество, командная работа, готовность к изменениям, динамичность (скорость работы) и драйв (радость работы). Соответствие этим ценностям — обязательное дополнение к профессиональным компетенциям. На этой основе были сформированы модели поведения сотрудника.  
10. Навязать цели и модели поведения сверху невозможно: их нужно согласовать на разных уровнях, от топ-менеджмента до тимлидов. Иначе это останется декларацией, но не заработает.   
11. Самое болезненное — когда сотрудник не готов меняться вместе с компанией и её процессами.  
12. Сотрудники 2gis разработали свой манифест RnD, с которым можно ознакомиться по ссылке manifest.2gis.ru. Это описание принципов работы и отношений в дополнение к базовым ценностям компании.  
13. В прошлом году 2gis стали работодателем №1 рейтинга HeadHunter среди крупных (до 5 тыс. человек) российских компаний.  
14. В современном стартаперском мире есть термин adviser — «советник». И грамотный стартап старается брать себе советников, которые ориентируют, что изучать для решения конкретной задачи. Это исключает лишние «метания» в процессе развития команды.  
15. Сейчас в мире ИТ, при его скоростях и сложности задач, в одиночку ничего не сделаешь: даже маленькому стартапу нужно команда. Особенно велик спрос на грамотных продактов.