

Александр Башков, Юрий Гамонин,
Андрей Головин, Евгения Карелина,
Андрей Кривенко, Николай Попович,
Валерий Разгуляев, Екатерина Шамаева

КЛИЕНТОКРАТИЯ: КОГДА БИЗНЕС РАБОТАЕТ НА КЛИЕНТА

Как выстроить
систему
для антихрупкой
прибыли



МИОО

Александр Башков, Юрий Гамонин,
Андрей Головин, Евгения Карелина,
Андрей Кривенко, Николай Попович,
Валерий Разгуляев, Екатерина Шамаева

КЛИЕНТОКРАТИЯ: КОГДА БИЗНЕС РАБОТАЕТ НА КЛИЕНТА

Как выстроить систему
для антихрупкой прибыли

Москва
МИФ
2026

УДК 005.7
ББК 65.291.21
К49

Коллектив авторов:
Александр Башков, Юрий Гамонин, Андрей Головин,
Евгения Карелина, Андрей Кривенко, Николай Попович,
Валерий Разгуляев, Екатерина Шамаева

Публикуется впервые

К49 **Клиентократия: когда бизнес работает на клиента. Как выстроить систему для антихрупкой прибыли** / Александр Башков, Юрий Гамонин, Андрей Головин [и др.] — Москва : МИФ, 2026. — 256 с.

ISBN 978-5-00281-144-1

Как построить бизнес, который клиенты будут рекомендовать друзьям, а сотрудники — развивать как собственный?

Ответ — клиентократия. Соавторы этой методологии управления — основатель «ВкусВилл» Андрей Кривенко, сооснователь Beyond Taylor Николай Попович и управляющий экспертизой Валерий Разгуляев. Клиентократия заменяет тонны бесполезных инструкций живым интересом команды. Суть подхода — в отказе от жесткого микроменеджмента в пользу тотальной прозрачности и передачи полномочий сотрудникам. Они становятся внутренними предпринимателями и начинают искренне бороться за каждого клиента, потому что от этого напрямую зависит их доход.

УДК 005.7
ББК 65.291.21

*Все права защищены.
Никакая часть данной книги
не может быть воспроизведена
в какой бы то ни было форме
без письменного разрешения
владельцев авторских прав.*

ISBN 978-5-00281-144-1

© ООО «Бэйонд Тэйлор», 2026
© Оформление. ООО «МИФ», 2026

Оглавление

Вместо предисловия	5
Введение	11
Глава 1. 6 + 1 принципов выхода за рамки тейлоризма	21
Глава 2. Тот, кто платит деньги, не обязательно ваш клиент	43
Глава 3. Разработка потребителя (CustDev): как разговаривать с клиентами	63
Глава 4. Стратегическая канва, или Как создать свою нишу на рынке	85
Глава 5. Обещания клиенту как способ управления	129
Глава 6. Совет управляющих, или Кто создает условия для выполнения обещаний	159
Глава 7. Экономика команд и баланс показателей: как команда управляет своей эффективностью	189
Глава 8. Прилаживание: как компания становится лучше, учась на своих ошибках	211
Глава 9. Эволюционная цель: ради чего ваша компания существует на самом деле	223
Глава 10. Управление единой концепцией: чтобы слова не расходились с делом	239
Заключение	253