

Структура питч-презентации

ВНИМАНИЕ!

Это - не шаблон! Не презентация. Это - документ.

Не нужно использовать эти цвета, шрифты, форматирование и пр. Дизайн своей презентации делайте сами - это позволит вам выделиться и обратить на себя внимание.

Данный документ - не про то, как делать слайды, а про то, о чем они должны рассказывать (с точки зрения инвестора).

О ЧЕМ НУЖНО СКАЗАТЬ!

- Кто вы (название и логотип компании)
- Какую проблему решает ваш проект
- Каков спрос на ее решение
- Рынок / конкуренты
- Ваше решение: ключевая технология (кратко)
- Ваше решение: преимущества перед конкурентами
- Бизнес-модель: как будете зарабатывать
- Маркетинг и продажи: как будете выходить на рынок
- Ключевые показатели: гипотезы, прогнозы, метрики успеха
- Команда: почему именно вы способны реализовать этот бизнес
- Текущий статус (что сделано), план - график (что и когда планируется)
- Потребности в капиталовложениях (сколько нужно денег - и на что) / предложение инвестору (что вы за них готовы предложить) - Контакты

ВАЖНО!

- Если по какому-то из пунктов вам пока нечего сказать (или вы не уверены, или это «сбивает с ритма» ваше выступление) - подготовьте этот слайд, но не включайте его в вашу презентацию: пусть он лежит в «запаснике» после последнего слайда, откуда в случае необходимости вы сможете его вытащить.
- То, о чем нужно сказать обязательно, выделено на предыдущем слайде жирным шрифтом. И если у вас нечего сказать по этим пунктам - значит, рано еще выходить с презентацией.

НАСТОЯТЕЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

- Не размещайте на слайде текст, дублирующий то, что вы собираетесь рассказывать.
- Используйте буллеты — не более 6 на слайд, не более 6 слов в каждом.
- Используйте простой и крупный шрифт (min 20 пунктов)
- Используйте фотографии, иллюстрирующие ваш рассказ. Не жалейте времени на поиск хороших фото.
- Не злоупотребляйте анимацией
- Помните, что главное — это логика вашего изложения: «проблема + рынок + решение + вы = заработать».

СЛАЙД 1 - О СЕБЕ

- **Покажите название и логотип вашей компании.**
- **Кратко расскажите, о чем вы собираетесь рассказывать (мы - такие-то, делаем то-то для тех-то...).**
- **Пока рассказываете, дайте аудитории возможность запомнить ваше лого и название.**
- **PS: Заголовок этому слайду не нужен.**

СЛАЙД 2 - Проблема

- **Какую головную боль вы убираете?**
- **Если проблем много - выбирайте главную.**
- **Правильно фокусируйтесь и делайте акценты.**
- **Реально существующая и правильно идентифицированная проблема — основа успеха вашего проекта. Убедитесь, что донесли ее до аудитории.**

СЛАЙД 3 - Спрос / рынок

- Если проблема реально существует - значит, есть спрос на ее решение. Кто и почему купит ваш продукт?
- Если есть спрос, значит он как-то удовлетворяется: что и у кого покупает ваш потенциальный клиент сейчас для решения своей проблемы.
- Каков примерный объем рынка, к которому вы адресуетесь? Это один клиент / несколько / много? Это одна страна / регион / весь мир?

СЛАЙД 4 - РЕШЕНИЕ

- Как ваш проект решает проблему. Не нужно детальных объяснений, как это работает!**
- В чем преимущество вашего решения перед конкурентами? По каким важным для пользователя параметрам вы их превосходите? Почему эти параметры важны для покупателя?**

СЛАЙД 5 - БИЗНЕС-МОДЕЛЬ

- Как проект будет зарабатывать деньги?**
- Кто покупатели? Если это B2C - дайте портрет целевой аудитории, если B2B - перечислите поименно хотя бы крупнейших из них.**
- Что будем продавать?**
- В какой форме?**
(Контрольный вопрос: вы сами понимаете из вашего слайда, как ваша идея зарабатывает деньги?)

СЛАЙД 6 - МАРКЕТИНГ И ПРОДАЖИ

- **Опишите свою целевую аудиторию: адресоваться ко всем - это не адресоваться ни к кому.**
- **Оцените реальный объем рынка (addressable market size). Если вы делаете колесные болты, то это рынок колесных болтов, а не мировой рынок автомобилей - или даже автозапчастей!**
- **Расскажите, как ваши покупатели узнают о вас и почему заинтересуются.**
- **Расскажите, как вы видите свой процесс продаж**
- **В чем сила и слабость ваших конкурентов на поле маркетинга и продаж? Как вы собираетесь дифференцироваться?**
- **Кто этим всем занимается в вашей компании?**
- **Если уже есть продажи - обязательно говорите о них!**

СЛАЙД 7 - ГИПОТЕЗЫ, ПРОГНОЗЫ, МЕТРИКИ УСПЕХА

- **Никто не знает наверняка, как будет развиваться ваш бизнес, даже вы. Поэтому графики с точными цифрами продаж до 3 знака после запятой в 2025 году выглядят наивно.**
- **Но когда вы строите планы, вы основываетесь на некоторых гипотезах и предположениях («предположим, конкурент А не выйдет с аналогичным решением в ближайшие 3 года», «предположим, что нам удастся заключить контракт с покупателем А» и т.п.),**
- **Ваш прогноз должен строиться по формуле «если [условие], то [результат]».**
- **Подумайте о ключевых моментах развития проекта и о том, каких показателей вы должны достигать в эти моменты, чтобы понять, на правильном ли вы пути. Включите эти метрики в свой рассказ.**

СЛАЙД 8 - Команда

- **Один из ключевых слайдов. Инвестор хочет знать три вещи о проекте: где здесь деньги, зачем он в этом проекте и зачем вы в этом проекте. Не «почему», а «зачем»!**
- **Не надо МНОГО текста И регалий, не надо перечислять всех сотрудников: выделите ключевых людей и те их компетенции, которые релевантны для данного проекта.**
- **Самый сильный аргумент — опыт, Успешно внедренные разработки, реализованные ранее стартап-проекты, опыт работы в индустрии (особенно — на стороне потенциального заказчика), опыт в маркетинге и продажах и т. п.**
- **Хороший прием — рассказать историю: «все началось, когда Василь Михалыч придумал [штуковину А, конкурента штуковины В] и познакомился с Семен Семенычем, который до этого отвечал за закупки [штуковин В] в корпорации [G]. . . »**

СЛАЙД 9 - Текущий статус и план-график

- **Волшебная последовательность вопросов для развития любого бизнеса: «где мы сейчас? -> где мы хотим оказаться? > > как мы туда попадем?».**
Стартапу, ищущему инвестиции, не помешает вдобавок показать инвестору, как он оказался там, где он сейчас: какие средства и кем вложены, какие успехи достигнуты.
- **Постройте простой линейный график жизни вашего проекта - от идеи до сего дня, от сего дня до полной реализации.**
- **На этом графике - основные вехи с датами, основные показатели эффективности, потребности и задачи, Сюда уже можно включить и примерные потребности в инвестициях (когда будут нужны деньги, сколько примерно, и на какой ключевой этап развития вы благодаря им выйдете).**

СЛАЙД 10 - Потребность в капиталовложениях/Предложение инвестору

- Вы должны с достаточной точностью знать, сколько вам нужно денег для достижения следующего ключевого этапа вашего проекта. Именно следующего этапа, а не «на проект в целом»! И, понятно, вы должны четко понимать, что это за этап. Если этого нет, инвестиций в вас не будет.**
- Вы не «просите денег», а предлагаете инвестиционную возможность тем, кто ее ищет. Поэтому формулируйте четко: сколько нужно денег, на что эти деньги выведут ваш проект (напр., «создание прототипа», «начале продаж» и т.д.).**

СЛАЙД 11 - КОНТАКТЫ

- **Весьма вероятно, что ваш будущий инвестор - это не тот, кто до хрипоты спорит с вами во время сессии вопросов и ответов после вашей презентации, Возможно, ваш будущий инвестор вообще ничего у вас не спросит в этот момент - а будет просто наблюдать, как вы ведете себя в ситуации жесткого и не всегда справедливого «прессинга» со стороны аудитории.**
- **Дайте этому инвестору шанс пообщаться с вами позже, в более удобном месте и времени - поставьте свои контакты на последний слайд. Имя, телефон, мейл, Skype, аккаунт в соцсети, Twitter... Крупно и отчетливо.**
- **Дайте время и возможность людям все это рассмотреть, записать или сфотографировать - не закрывайте этот слайд как можно дольше, не стойте между проектором и экраном.**
- **И заведите себе приличный email-адрес: natusik@hotmail.com или macho1959@mail.ru способны подпортить впечатление даже от хорошей презентации.**

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

- **Ваша задача во время питча - привлечь внимание к своему проекту и начать формировать интерес. Если это получится - у вас будет шанс обсудить детали с инвестором позже.**
- **Если какой-то топик не влез на один слайд, есть 2 пути:**
 - **Сократить его**
 - **Сделать 2 слайда по данному топику: лучше так, чем мельчить!**
- **При этом важно уложиться в отведенное время! Поэтому:**
 - **Сделав слайды` порепетируйте вслух и под таймер**
 - **Если не укладываетесь в регламент - подумайте, какие слайды можно переместить в т.н. бэкап (вспомогательные слайды, находящиеся после последнего слайда «Контакты» и используемые в случае необходимости).**
 - **После этой операции еще раз прорепетируйте свой расклад, чтобы убедиться, что изложение осталось логичным и понятным.**