

АКСЕЛЕРАТОР ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ СТАРТАПОВ
ОТ ЛИДЕРОВ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ И ДЕВЕЛОПМЕНТЕ

Build UP

***КАК ПОДГОТОВИТЬ И
ПРЕДСТАВИТЬ СВОЙ ПРОЕКТ
ЗАКАЗЧИКУ***

Подготовка презентации

Цель нашей работы по подготовке презентации – показать Ваш проект заказчику, сделать это кратко и просто, настолько понятно, чтобы можно было разобраться за 3 минуты.

Данный документ - не про то, как делать слайды, а про то, о чем они должны рассказывать. Эти слайды будут дополнять ваше выступление перед заказчиком.

Не обязательно использовать эти цвета, шрифты, форматирование и пр. Дизайн вашей презентации – возможность выделиться и привлечь внимание к своему проекту.

Рекомендации

- Не размещайте на слайде текст, дублирующий то, что вы собираетесь рассказывать.
- Используйте буллеты – не более 5 на слайд, не более 5 слов в каждом.
- Используйте простой и крупный шрифт (min 20 пунктов)
- Используйте фотографии, иллюстрирующие ваш рассказ. Не жалейте времени на поиск хороших фото.
- Помните, что главное – это логика вашего изложения: «проблема + решение + потенциал+ что успели сделать + что хотите предложить заказчику = выгодно для всех».

Структура презентации

1. ТИТУЛЬНЫЙ СЛАЙД

Кто вы (название, лого, тизер/one-liner)?

2. ПРОБЛЕМА

Существующая проблема/ сегмент?

3. РЕШЕНИЕ/ МОДЕЛЬ МОНЕТИЗАЦИИ

Ваше решение/ ключевая технология (кратко)? Что вы продаете?

4. РЫНОК/ ПЕРСПЕКТИВА

Покажите возможности.

5. КОНКУРЕНТЫ

Чем вы лучше? Что делаете по другому?

6. МЕТРИКИ УСПЕХА/ ВОСТРЕБОВАННОСТЬ

Чего добились - только ключевые показатели?

7. КОМАНДА

Кто развивает проект/опыт? Останавливайтесь на этом слайде если это действительно важно.

8. ПРЕДЛОЖЕНИЕ/ ПЛАН НА АКСЕЛЕРАТОР

Что вы предлагаете? Дорожная карта на акселератор

9. КОНТАКТЫ

Как Вас найти после презентации? Все презентации останутся в архиве заказчика.

Титульный слайд



- Покажите название и логотип вашей компании.
- Тизер/one-liner - в одной фразе о вас должно быть понятно, чем вы занимаетесь
- Помните, что это первый слайд, который произведет первое впечатление о вас.

Проблема



- Какую проблему и для кого вы решаете?
- Если проблем/сегментов много - выбирайте главную.
- Правильно фокусируйтесь и делайте акценты.
- Реально существующая и правильно идентифицированная проблема – основа успеха вашего проекта. Убедитесь, что донесли ее до аудитории.

Решение



- Как ваш проект решает проблему, на каком «секретном соусе» основано ваше решение. Не углубляйтесь в детальные объяснения.
- Если есть IP – скажите об этом.
- Покажите модель работы с клиентом. (Что продаете? В какой форме?)

РЫНОК



- Каков примерный объем рынка, к которому вы адресуетесь?
- Дайте заказчику возможность оценить масштаб/потенциальный эффект от сотрудничества.
- Один из способов – покажите эффект от внедрения на кейсах.

Конкуренты



- Что и у кого покупает ваш потенциальный клиент сейчас для решения своей проблемы?
- В чем преимущество вашего решения перед конкурентами?
- По каким важным для пользователя параметрам вы их превосходите?
- Почему эти параметры важны для покупателя?

Востребованность/метрики



- Покажите заказчику, что ваш проект успешен. Чего добились - только ключевые показатели?
- Кейсы использования продукта на рынке.
- Один из способов - постройте простой линейный график жизни вашего проекта от идеи до сего дня. Покажите, как вы оказались там, где Вы сейчас: какие средства и кем вложены (если это важно), какие успехи достигнуты.

Команда



- Остановитесь на этом слайде только если это действительно важно и усиливает ваше предложение заказчику.
- Не надо много текста и регалий: выделите ключевых людей и те их компетенции, релевантные для данного проекта.
- Самый сильный аргумент – опыт. Успешно внедренные разработки, реализованные ранее проекты, опыт работы в индустрии.



Предложение заказчику

- Ваше предложение заказчику.
- План/ дорожная карта реализации вашего предложения: «где мы хотим оказаться? -> как мы туда попадем?».
- Чего хотите добиться за время акселерационной программы?
- Один из способов - постройте простой линейный график жизни вашего проекта – от текущего дня до достижения цели на акселератор или на несколько лет вперед.
- На этом графике – основные вехи с датами, основные показатели эффективности, потребности и задачи.

Контакты



- Все презентации останутся в библиотеке заказчика. Даже если Вы не пройдете отбор в акселерационную программу дайте ему возможность найти Вас в случае заинтересованности – поставьте свои контакты на последний слайд. Имя, телефон, мейл.