



НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

ИМЯ И ФАМИЛИЯ ВЫСТУПАЮЩЕГО
(И КОМПАНИИ, ЕСЛИ ПРИМЕНИМО)



КОММЕНТАРИИ (НЕ ВКЛЮЧАЙТЕ ЭТОТ СЛАЙД)

- Это презентация о бизнесе, а не о технологии, поэтому только один слайд на технологию
- Самое важное: это презентация описывает ваше ценностное предложение (value proposition) потенциальному партнеру и/или инвестору
 - содержание должно быть кратким и четким
 - предположения должны быть логичными и реалистичными
 - выводы должны подкрепляться соответствующими данными

ФОРМУЛА ЦЕННОСТИ

Опишите (на словах, не включайте в презентацию) в чем Ваша ценность, например:

«МЫ УМЕЕМ ... (создавать какую ценность?)
ДЛЯ... (каких потребителей?) ЧЕРЕЗ ...
(каким способом?) И В ОТЛИЧИИ ОТ ...
(каких конкурентов?) У НАС ЕСТЬ ...
(какие отличия?), КОТОРЫХ НЕТ У ДРУГИХ
БЛАГОДАРЯ ... (ключевые преимущества
бизнеса)»

БАЗОВЫЙ НАБОР

Интро

Проблема

Решение

Рынок

Анализ
конкурентов

Бизнес-
модель

Прогнозы и
метрики

Команда

Статус и
план

Что Вы
хотите?

РЫНОЧНАЯ ПРОБЛЕМА (PAIN)

- Предоставьте краткое описание, в чем выражается «боль» (кто-то теряет деньги, проигрывает конкуренцию на рынке, и т.д.)
- Перед кем стоит проблема (кто страдает от «боли»), определите масштаб и значение
- Чем существующие на рынке решения не удовлетворяют текущим и будущим потребностям потребителей?

ВАЖНО!

- Перевести проблему на язык конкретных цифр и денег
- Нет проблем «повышения эффективности» (это задача), «отсутствия на рынке аналогичного решения»

ВАШЕ РЕШЕНИЕ (PAINKILLER)

- Предоставьте краткое описание и как оно связано с решением обозначенной выше **проблемы**
- Объясните, как именно работает ваш продукт/сервис
- Сколько денег вы экономите или приносите клиенту, сколько времени экономите
- Постарайтесь представить решение наглядно, используйте схемы или рисунки

ОПИСАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ, ИННОВАЦИИ (ВАШ «СЕКРЕТ»)

- Как это работает? Обозначьте ключевые аспекты технологии «простым языком»
- Ключевые преимущества технологии
- Состояние разработки (технологии)/готовность к внедрению
- Состояние защиты интеллектуальной собственности (ноу-хау, запатентовано)
- **ЭТО ЕДИНСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ СЛАЙД!**
- Важны только ключевые аспекты технологии, непосредственно связанные с ключевыми преимуществами бизнеса!

РЫНОК

- Кто ваш потенциальный клиент?
 - Постарайтесь перечислить максимально точно («все машиностроительные предприятия» - слишком широко)
- Каков объем рынка для таких решений?
 - Сколько денег можно заработать, если вы будете единственным поставщиком в мире?
 - Лучше приводить оценку «снизу» («в мире производится X экскаваторов в год, на каждый из которых может быть установлено Y единиц нашего решения по цене Z, значит...»)
- Оцените динамику рынка
 - Приводя цифры, не забывайте указывать источники

РЫНОК

- Можно использовать методику
 - **PAM** – потенциальный объём рынка. Глобальный рынок, не ограниченный географией или другими факторами.
 - **TAM** – общий объём целевого рынка. Сколько клиентов на целевом рынке нуждаются (именно нуждаются, не обязательно могут себе это позволить!) в продуктах или услугах, находящихся в той же категории продуктов/услуг, которые продаете вы.
 - **SAM** – доступный объём рынка. Клиентский сегмент или объём рынка (доля от TAM), в рамках которых потребитель готов купить продукты или услуги – такие же, как предоставляет ваш бизнес.
 - **SOM** – реально достижимый объём рынка. Объём рынка (доля от SAM), который ваша компания намерена и способна занять, учитывая его стратегию развития и действия конкурентов.

КОНКУРЕНТЫ/АНАЛОГИ

- Какие альтернативы Вашему решению существует (все пути решения обозначенной проблемы, они могут быть не инновационными!)?
- Кто еще пытается решить эту проблему?
 - Текущие конкуренты и товары-заменители
 - Какова их доля?
 - Они лидеры или аутсайдеры?
- Резюмируйте – в чем Вы их обыгрываете
- **ВАЖНО**
 - НИКОГДА НЕ ГОВОРИТЕ «конкурентов нет»
 - Лучше представить анализ в виде таблицы

БИЗНЕС МОДЕЛЬ

- Что Вы делаете, кто и за что Вам платит
 - Из чего состоит процесс создания и реализации «ценности» (ключевые виды деятельности), что вы делаете сами, что отдаете партнерам?
 - Какие ключевые партнерства понадобятся?
 - Модель генерации прибыли (продажа продукта/услуги, подписка/членство, техподдержка и т.д.)
 - Модель продаж (опт, розница, прямые продажи клиентам, корпоративные продажи; каналы продаж)
 - Стратегия привлечения клиентов

ФИНАНСОВЫЕ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ

- Упрощенная таблица бюджета, показывающая прогнозируемую прибыль, затраты и валовую прибыль
- Ключевые показатели
 - Средняя цена за единицу продукта/услуги; оценочное количество продаж; прибыль от других источников, скорость роста прибыли (должна быть связана со скоростью роста доли рынка, которую Вы указали где-либо в презентации); издержки производства/услуги; размер прибыли; NPV; IRR; ROI; PBP

КОМАНДА

- «Костяк» команды, имеющий опыт в области: предпринимательства, управления бизнесом, работы в сфере проекта с указанием опыта и предыдущих успехов
- Ключевые ресурсы* для выполнения основных функций проекта: менеджмент, разработка технологии, производство, продажа, маркетинг и финансы
- Советники, стратегические партнеры
- Дополнительные ресурсы (администрация, партнерские программы), сеть коллег или наставников

** Некоторые функции могут выполняться по аутсорсингу*

ПЛАН РАЗВИТИЯ ПРОЕКТА (ДОРОЖНАЯ КАРТА)

- Где Вы были и куда Вы хотите попасть:
 - Стадия проекта на текущий момент
 - Существующие клиенты, цепочка продаж, каналы партнеров, каналы распространения
 - Ключевые точки проекта по датам (завершение НИОКР, опытный образец, прототип, производство, запуск продаж продукта/услуги, точка окупаемости, рост бизнеса, выход)

ПОТРЕБНОСТИ ПРОЕКТА

- В части инвестиций
 - Требуемые инвестиции для достижения ключевых точек проекта
 - Текущие и потенциальные инвесторы
 - Инвестиционное предложение (что готовы отдать за инвестиции)
 - Стратегия и время выхода/возврата инвестиций
 - Почему инвестировать в Вас
- В части стратегических партнеров