



Тема 9

Подготовка презентации для конкурса
или для возможного инвестора



1

Ключевые вопросы подготовки и представления проекта

Что – какой продукт, сервис, технология или услуга предлагается

Кому – кто является массовым или целевым пользователем продукта, сервиса, технологии

Как – какие знания, методы, технологии, инструменты и ресурсы используются

Когда – за какой срок будет реализована идея и доведена до потребителя





2

Ключевые вопросы подготовки и представления проекта

Кто – руководитель (лидер) и участники проекта

За счет чего – новая ценность, уникальность, инновационность, трудноповторимость

Сколько – соотношение ценности, цены и стоимости

За чей счет – 3F/3Д:
собственные средства (Family-Домашние), приятели (Friends-Друзья), сочувствующие (Fools-Дураки), бизнес-ангелы, венчурные капиталисты, банки...





3

Предварительная презентация проекта (три слайда, 1-2 минуты)

Как использовать этот
теоретический результат
для разработки продукта?

Видение,
возможность использования,
новая ценности!

- Решение проблемы поиска циклов, порождающих базисы групп гомологий

Научно-техническая проблема



4



Содержание презентации на конкурс или для инвестора

Титульный лист должен содержать:
название проекта, направление, ФИО докладчика, (ВУЗ, факультет), e-mail, телефон

Описание проекта:
8-12 слайдов, содержащих:

1. Краткое описание проекта (4-6 слайдов)
2. Актуальность проблемы – укажите, кто занимается аналогичными разработками, проведите сравнение с ними, укажите, кто будет использовать результат (1-2 слайда)



5



Содержание презентации

3. Ваши представления о рынке, рисках конкурентах и возможностях коммерциализации (3-4 слайда)
4. На каком этапе находится разработка – расскажите о своей команде, о роли каждого, укажите контактную информацию членов команды (1-2 слайда)
5. Дополнительные материалы (исследования, расчеты, схемы, алгоритмы), которые могут быть использованы при ответах на вопросы жюри или инвестора



6



Как нужно говорить

- ❖ **Коротко и ясно** (слушать и читать вас будут по диагонали)
- ❖ **Докладывать суть проекта**, самое интересное нужно выдать за первые 20-30 секунд – иначе потом вас уже не будут слушать
- ❖ **Очерчивать** технологические и маркетинговые риски
- ❖ **Показывать стадии** развития проекта и задел
- ❖ **Презентацию** делать «для слабовидящих»
- ❖ **Иметь** дополнительные слайды для ответов на вопросы



7

Как нужно говорить

- ❖ **Чётко показать**, что вы хотите сделать, кому это нужно, какие шаги вам нужно совершить и для чего вы просите деньги (даже если потом десять раз всё поменяется)
- ❖ **Говорить только правду!** Никогда не обещайте инвестору скорого и быстрого обогащения
- ❖ **Представить себя и свою команду.** «Зажгите» инвестора вашей идеей так же, как ею горите вы. Помните, что инвестируют не в идею, а в лидера и его команду!



8

Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«Рынок встроенных систем на мобильных платформах растёт стремительными темпами. Если мы разработаем оригинальный гаджет на нашей системе для Китая и захватим всего 0,1 % рынка, то заработаем 100 млн. долларов в год...»

Автор не осознаёт сложности выхода на устоявшийся рынок (недооценка трудностей в реализации и продвижении проекта) – тем более, в Китае, где есть много местных особенностей ведения бизнеса!



9

Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«Существующие встроенные системы, разработанные HP и Intel для реализации популярных функций, плохие, потому что они не позволяют...»

Такая беспардонная «ругань» конкурентов не приводит к желаемому результату – это нарушение бизнес-этики и демонстрация того, что других способов показать преимущества вашего проекта просто нет.

Вместо этого следует, напротив, отметить сильные стороны продукта конкурента и показать, что новая ценность вашего продукта намного превосходит их!

10



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«Наша система позволяет проводить мгновенный биочастотный анализ наночастиц информации в распределённой супервычислительной биофизической среде. Это ноу-хау нашего проекта...»

Не пытайтесь одурачить инвестора наукообразным бредом. Инвестор вовсе не дурак, раз заработал миллионы, за которыми вы теперь к нему обращаетесь. И не засыпайте его сложными техническими терминами.

Поиск инвестиций – не защита дипломного проекта на халяву!

11



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«В чём состоит наше ноу-хау, мы раскроем только после получения необходимых инвестиций...»

А есть ли у вас это ноу-хау? Инвестор ищет партнёра для построения бизнеса, а не «собаку на сене» и нежюта в мешке!»

С инвестором нужно выстраивать доверительные отношения, а не интриговать, чтобы «получить от него больше, а взамен отдать как можно меньше».

12



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«А когда мы запустим сервис на нашей встроенной интеллектуальной системе, то сможем **убить Google...**»

Ваш бизнес должен не убивать чей-то существующий бизнес, а создавать решения для удовлетворения новых потребностей потребителей. Нужно не разрушать, а созидать!

И что вы будете делать, когда «убьёте» Google? Возьмётесь за Apple, Intel или Microsoft? ☺

13



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«Успех нам обеспечен, так как знаем, как сделать **то же самое, но лучше!**»

А вы думаете, что ваши конкуренты не работают над улучшением своих продуктов? Половина конкурентных войн была проиграна только из-за того, что возможного противника недооценили.

И зачем вообще делать «то же самое»?

У вас НЕТ оригинальной идеи? НЕ показана новая ценность? Тогда вы не получите денег!

14



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«В настоящее время нам нужно всего **20 тысяч долларов** на доработку прототипа, маркетинговое исследование и раскрутку продукта».

Или вы сильно недооценили объём работ (а значит, у вас никудышная стратегия) или вы пытаетесь понравиться инвестору – «прогнуться» под него и надавать ему нереализуемых обещаний.

Неужели вы целый год реально намереваетесь питаться одним дошираком?

15



Что нельзя говорить на конкурсном показе или возможному инвестору

«Ну а если наш проект вам не понравится, у нас есть ещё несколько интересных и выгодных идей для инвестирования!»

Вы хотите построить бизнес, создав что-то новое, творчески самореализуясь, или просто «срубить бабла» с «богатого дяди»?

Цель должна быть одна – ясная, чёткая и осуществимая. Не следует распыляться. Если вы сами не верите в свой проект, никто в него не поверит!



16

Байки для инвесторов

- ❖ «Наш прогноз осторожен, но по самым скромным оценкам наш рынок через 5 лет составит 50 миллиардов долларов!..»
- ❖ «Ещё одна известная фирма подпишет с нами контракт на следующей неделе...»
- ❖ «Когда мы раздобудем стартовый капитал...»
- ❖ «Другие инвесторы ведут с нами переговоры...»
- ❖ «У нас есть действующие патенты...»
- ❖ «Мы обладаем преимуществом первого хода...»
- ❖ «На рынке нет продуктов с такой функциональностью...»



17

Типичные ошибки презентации проекта

- ❖ Нет анализа аналогов продукта и конкурентов (особенно зарубежных)
- ❖ Не проработана бизнес-модель
- ❖ Нет портрета авторов, команды проекта
- ❖ Дано поверхностное описание технологии, а не ценности создаваемого продукта



18

Типичные ошибки презентации проекта

- ❖ Перегруженность техническими деталями
- ❖ Отсутствует понимание объекта интеллектуальной собственности и его защиты
- ❖ Поверхностное описание действий по реализации, продвижению, продажам и выходу из проекта



19

Как ещё можно испортить

- ❖ «Выпрашивать» деньги на изготовление прототипа или демоверсии (как можно о чём-то говорить, если вы «не прощупали» свою идею?)
- ❖ Предлагать ещё один... (сайт, портал, поисковик, офисный пакет, социальную сеть и т.д.)
- ❖ Вместо четких ответов на вопросы приводить «отмазки»: ссылки на сложности с проектом, с помещением, с ресурсами, с командой...
- ❖ Включать в проект возможные госконтракты или контракты с отложенным финансированием
- ❖ Плохое оформление требуемых документов, технические и грамматические ошибки, неудобочитаемая заявка, перегруженная ненужными деталями презентация и т. д.



20

А к р о с т и х

What do you want them to show?

What is their interest **i**n you have got to say?

How **s**ophisticated are they?

How much **d**etail do they want?

Whom do **y**ou want to own your information?

How can you **m**otivate them to listen to you?



W I S D O M !



21