

Структура презентации
проектов

Как продать свою идею

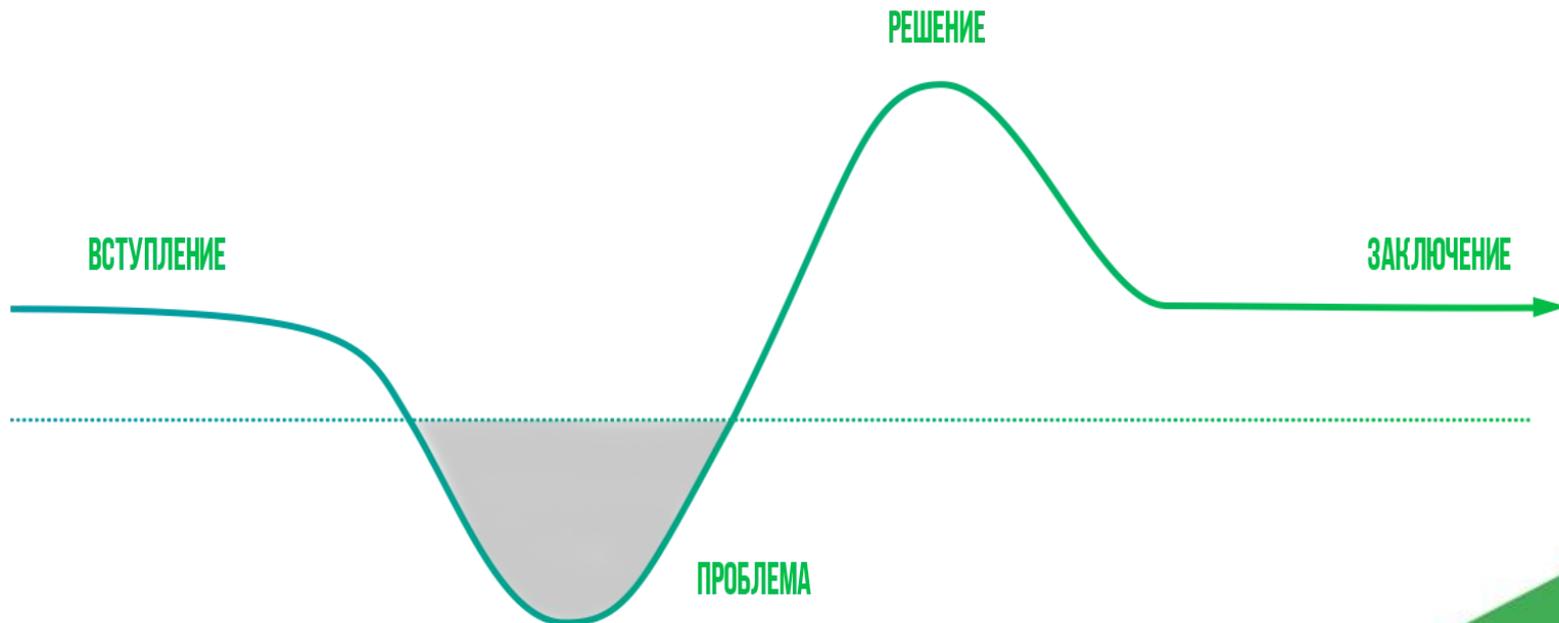
Q:СТАРТ

Для кого презентация?

- Кто и как принимает решение по вашей презентации?
 - Что рассказываете
 - **Как рассказываете**
 - *Презентация для чтения и для рассказа
- Акцент на самые «вкусные» сутевые вещи
 - Помним анекдот про блоху – так не надо
 - Цифры или графики в каждом слайде.
 - Минимум текста
- Какой регламент?
 - Не рассказываем очевидные вещи, если надо - спросят
 - Дополнительные материал – **в приложения**



1. Определить для себя цель презентации. Найдите точку пересечения между тем, что хотите вы, и тем, что нужно аудитории, будь то клиенты, инвесторы, фонды, будущие партнеры и другие стейкхолдеры;
2. Определите проблему, которую решает ваш продукт;
3. Выстройте логику презентации в следующем виде:



ВВЕДЕНИЕ В ПРОБЛЕМАТИКУ



Титульный лист - наименование проекта, что делаем, кто спикер (ФИО, роль, возможно контакты).



Вступление. Познакомьте аудиторию с предметом обсуждения. Объясните где применяется.



Проблема. Каким образом она мешает и кому?
Фото, схемы будут нагляднее, чем текстовое описание.



Существующие решения проблемы. Как решается данная проблема сегодня.



Что это такое?



Что это такое?



Что это такое?

Многие гитаристы предпочитают принцип – одна педаль – один эффект, поэтому собирают так называемые педалборды.

Например, такие:



Что это такое?

...или такие...



Что это такое?

...или такие...



Аналоговые педали эффектов:

- + качество звука
- + управление «один параметр-одна ручка»
- невозможность сохранить настройки
- функциональная ограниченность



Цифровые процессоры эффектов:

- + сохранение и мгновенный вызов настроек
- + много эффектов в одном устройстве
- плохое качество некоторых типов эффектов
- сложное управление (меню-подменю)
- несовременный интерфейс



ПРОБЛЕМА: ПОВЫШЕННЫЙ ИЗНОС АСФАЛЬТНОГО ПОКРЫТИЯ

ПРИМЕР

Основные причины низкого качества покрытия дорог:

- Ненормативные нагрузки на дорожное покрытие
- Отсутствие системы контроля за состоянием дорог
- Перепады температур от -50 до +50С
- Недостаточное финансирование
- Низкое качество материалов
- Человеческий фактор (низкоквалифицированный персонал и т.п.)



КАК ДЕЛАЮТ АСФАЛТ СЕЙЧАС?

ПРИМЕР



Асфальт производят в виде уплотненной смеси, содержащей:

- Щебень
- Песок
- Минеральный порошок горных и битумосодержащих пород
- Битум



Онкологическая заболеваемость в мире занимает второе место среди причин смерти людей.

В России в структуре смертности от злокачественных новообразований более 30% занимают лица в возрасте моложе 60 лет, что свидетельствует о чрезвычайно высокой социальной значимости ранней диагностики, профилактики и лечения онкологических заболеваний.



Показатель выживаемости при начале лечения для различных типов рака колеблется в пределах:

I стадия – от 60 до 99% выживших в течении 5 лет

II стадия – от 20 до 50% выживших в течении 5 лет

III-IV стадия – от 0 до 20% выживших в течении 5 лет

Около половины случаев диагностики опухолевых заболеваний происходят на III и последующих стадиях, что говорит о низкой эффективности работы диагностических и медицинских центров и формирует так называемый показатель запущенности. Спасти ситуацию сможет только направленный скрининг населения с помощью **диагностикумов нового типа**.

Начиная с 2010 года на рынке ранней диагностики онкологических заболеваний доминируют геномный и эпигеномный анализ. Эпигеномный анализ (в первую очередь анализ метилирования ДНК) признается наиболее перспективным для ранней диагностики и активно развивается, несмотря на отсутствие методов анализа, которые могли быть широко внедрены в клиническую практику.

Цель проекта: Создание и вывод на рынок комбинированного материала для протезирования гиалинового хряща «ПолиМатрикс».



Актуальность:

Восстановление дефектов хрящевой ткани суставных поверхностей является серьезной проблемой современной медицины.

В силу гистологического строения хрящевая ткань практически не регенерирует, а образующаяся фиброзная ткань, не выполняет функций нормального гиалинового хряща, что приводит к усугублению патологического процесса в суставе.

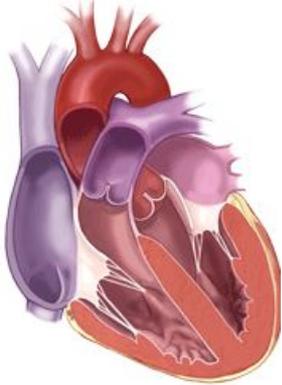
Причины развития и обострения хронических заболеваний:

- травмы позвоночника и других регионов ОДА
- межпозвоночные грыжи
- заболевания суставов и сочленений
- сколиоз и наследственная недостаточность
- излишний вес, неблагоприятная экология, малоподвижный образ жизни

Проблематика проекта

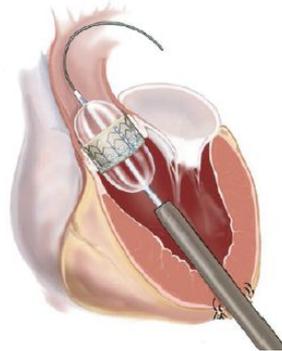
ПРИМЕР

Болезни системы кровообращения (БСК) являются одной из наиболее частых причин смертности во всем мире (№ 1 в России).



Одно из БСК – пороки сердечных клапанов (СК): врожденные и приобретенные. Пороки корректируются хирургическим путем пластической хирургии (реконструкции) и/или протезирования клапанов.

В 2012 году в мире было проведено 350 тыс. операций, из них 290 тыс. операций протезирования. В России 19 тыс. операций, из них 11,5 тыс. протезирование. Считается, что более 70% пороков СК подлежат протезированию. Однако в России наблюдается существенное отставание.



Отставание вызвано дефицитом биологических протезов клапанов, являющихся наиболее эффективными при проведении соответствующих операций

Основные проблемы:

- отсутствие качественного имплантационного материала;
- недостаточная техническая подготовленность специалистов.

Команда предлагает в качестве решения проблемы неудовлетворённого спроса проект по созданию лаборатории тканевой и регенеративной медицины, производящей т.н. **гомографты**



2. РЕШЕНИЕ

- Опишите суть вашего решения
- Как ваш продукт решает проблему
- Для наглядности добавить фото продукта или видео.



Решение проблемы

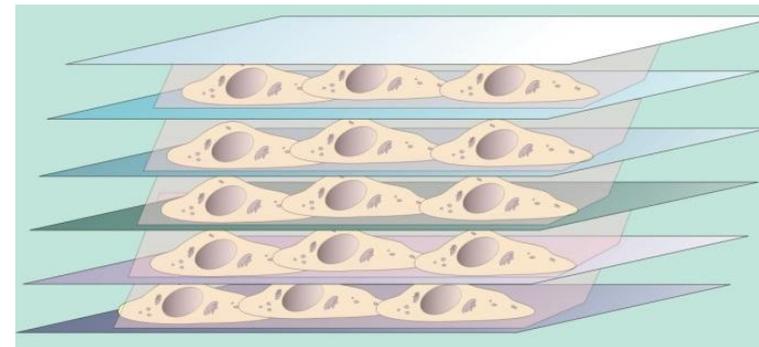
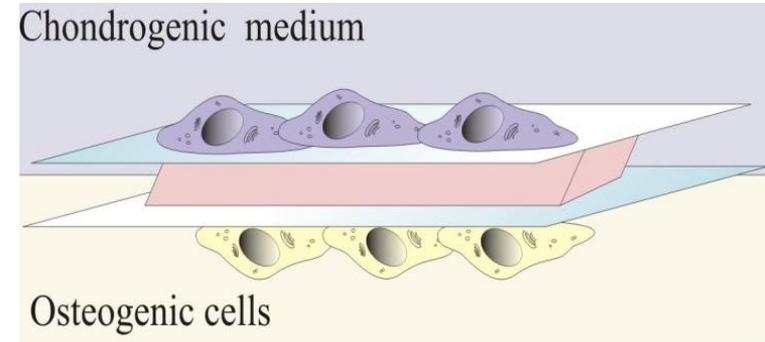
Предлагаемое решение: для регенерации гиалинового хряща предлагается использовать **композитный 3D матрикс**

Состав матрикса:

1. Листы, изготовленные методом электроспиннинга, перед использованием смоченные в растворе фотополимеризуемой композиции.
2. Фотополимеризуемая композиция из биополимеров, которая фиксируется (вместе с листами) в требуемом месте при помощи фотополимеризации.

Решает следующие задачи:

- Проблема фиксации матрикса
- Проблема индукции пролиферативной и секреторной активности хондральных клеток
- Проблема защиты материала от контакта с субхондральной костью
- Проблема приживляемости импланта



Сервис для эффективного просмотра видео

ПРИМЕР

Чтобы добыть важный смысл больше не нужно пересматривать полное видео снова и снова.

Мы предоставляем возможность поиска по смыслам!

Огнеграмма ⓘ

Денис Кто участвует в опросе?

12 469 🔥 61 207

Введите комментарий

Комментарии Мои Друзей

- 0:25 🔥 Отличный доклад! Жду с нетерпением часть про тренды будущего.
- 0:42 📄 Что означает "нейромаркетинг"?
- 0:59 🔥 Нейромаркетинг — комплекс методов изучения поведения покупателей, воздействия на него и эмоциональных и поведенческих реакций на это воздействие, использующий новейшие разработки в областях маркетинга, когнитивной психологии и нейрофизиологии.

- метки
- протокол
- навигация
- коллаборация
- коммуникация

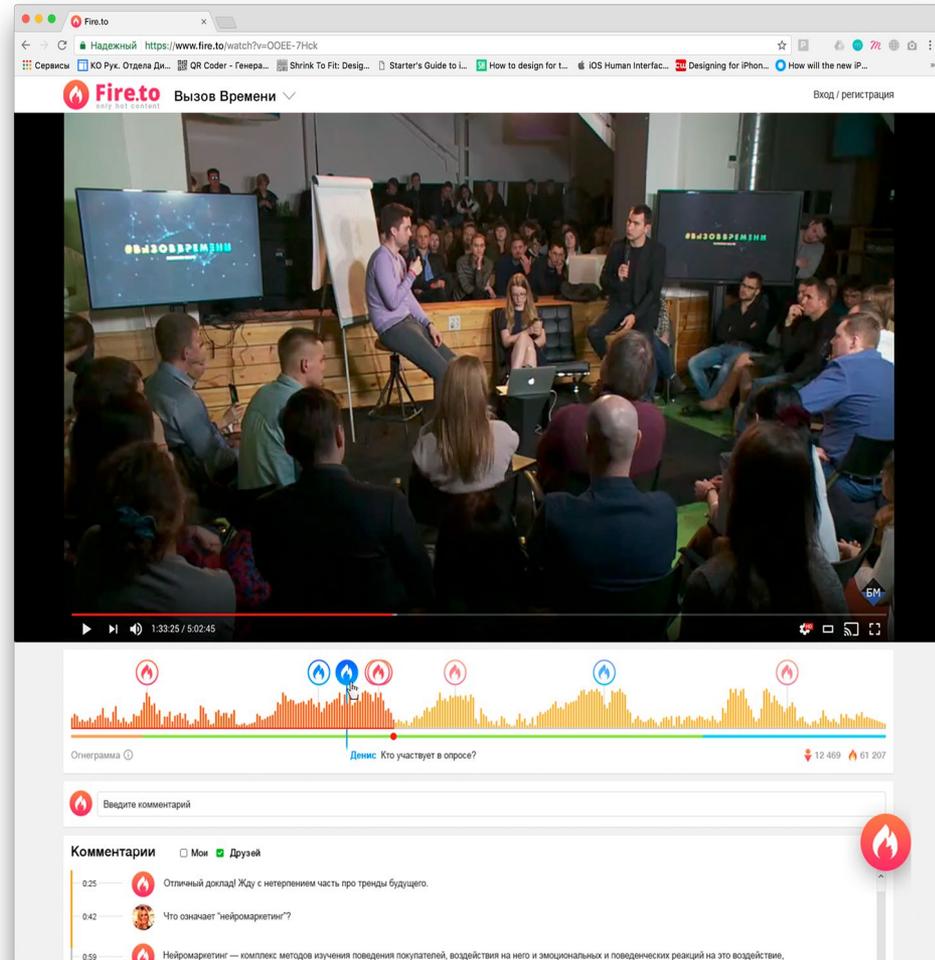


Сервис для эффективного просмотра видео

ПРИМЕР

Не нужно никуда выписывать секунды важных моментов — просто нажмите Огонь и отправьте ссылку на видео другу, с которым хотите его обсудить.

«Огнеграмма» — это график ценности всех моментов видео.



The screenshot displays the Fire.to website interface. At the top, the browser address bar shows the URL <https://www.fire.to/watch?v=OOEE-7Hck>. The page title is "Вызов Времени" (Call of Time). The main content is a video player showing a presentation with an audience. Below the video, there is a heatmap titled "Огнеграмма" (Heatmap) with a blue line and red fire icons indicating key moments. A tooltip for one of the moments reads "Денис: Кто участвует в опросе?". Below the heatmap, there is a comment section with the text "Введите комментарий" and a list of comments. The comments are:

- 0:25 — Отличный доклад! Жду с нетерпением часть про тренды будущего.
- 0:42 — Что означает "нейромаркетинг"?
- 0:59 — Нейромаркетинг — комплекс методов изучения поведения покупателей, воздействия на него и эмоциональных и поведенческих реакций на это воздействие.



Содержание слайда:

- Объем рынка;
- Целевой сегмент;
- Скорость роста рынка с обязательным указанием ссылки.

Где смотреть:

Аналитические отчеты

- J'son & Partners, Euromonitor, East-West Digital News, РБК, Gartner, Flurry, ComScore, Nielsen и прочие
- Отчеты инвестиционных банков и консалтинговых компаний
- Morgan Stanley, Goldman Sachs, EY, PWC, McKinsey, BCG и т.д.

Официальная статистика

- ЦБ РФ, Федеральная служба государственной статистики, МинЭк, МинФин и т.д.

Данные конкурентов

- Данные публичных компаний (FB, Yandex, Mail.ru)
- Финансовые и операционные данные из базы СПАРКС и т.д.

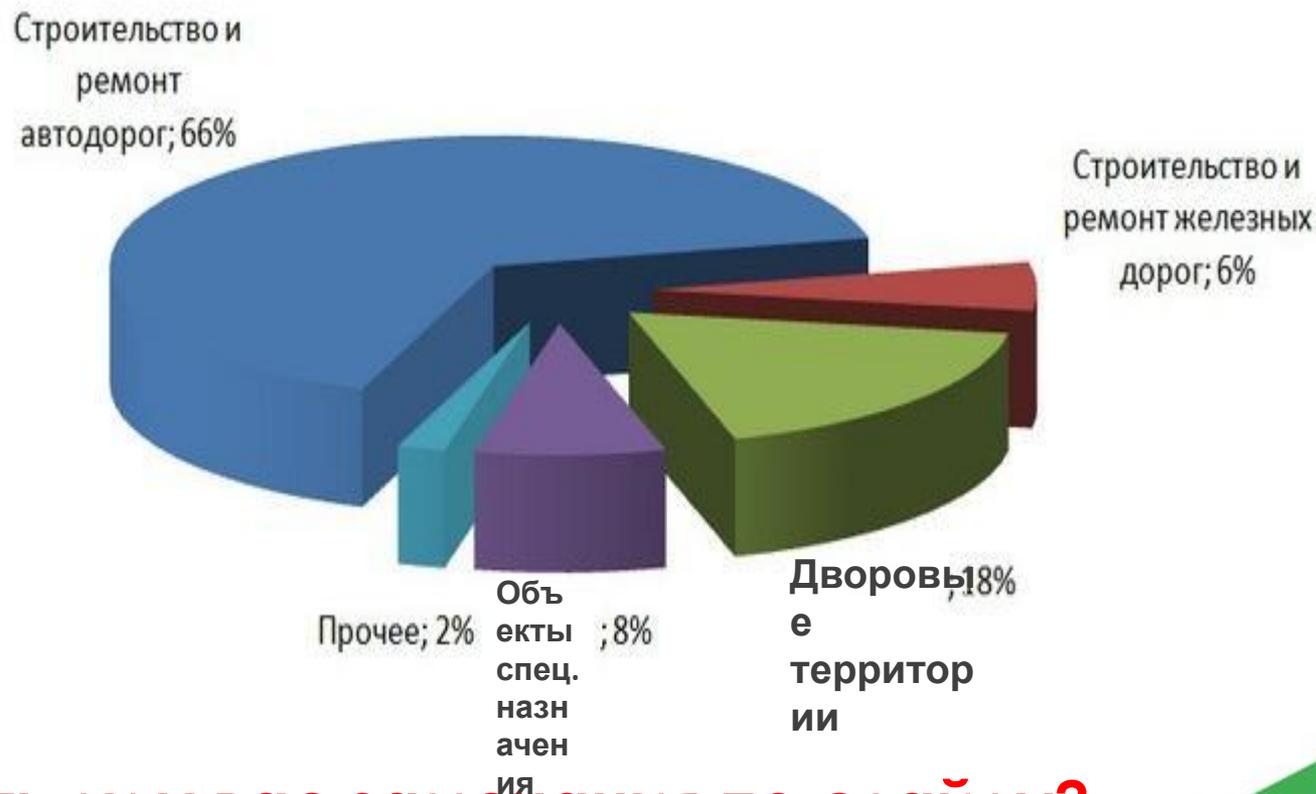
Прочие источники

- Оценка посещаемости конкурентов через сайт (Alexa, compete, 2ip.ru, pr-cy.ru и т.д.)
- Необходимо спрашивать целевую аудиторию: фокус-группы, интервью и т.д.
- Оценки отраслевых экспертов



ПОКАЗАТЕЛИ РЫНКА АСФАЛЬТОБЕТОННЫХ СМЕСЕЙ

БЮДЖЕТ РОССИЙСКОЙ ДОРОЖНОЙ ОТРАСЛИ В 2017 ГОДУ СОСТАВИЛ 500 МЛРД РУБЛЕЙ



Есть ли у вас замечания по слайду?

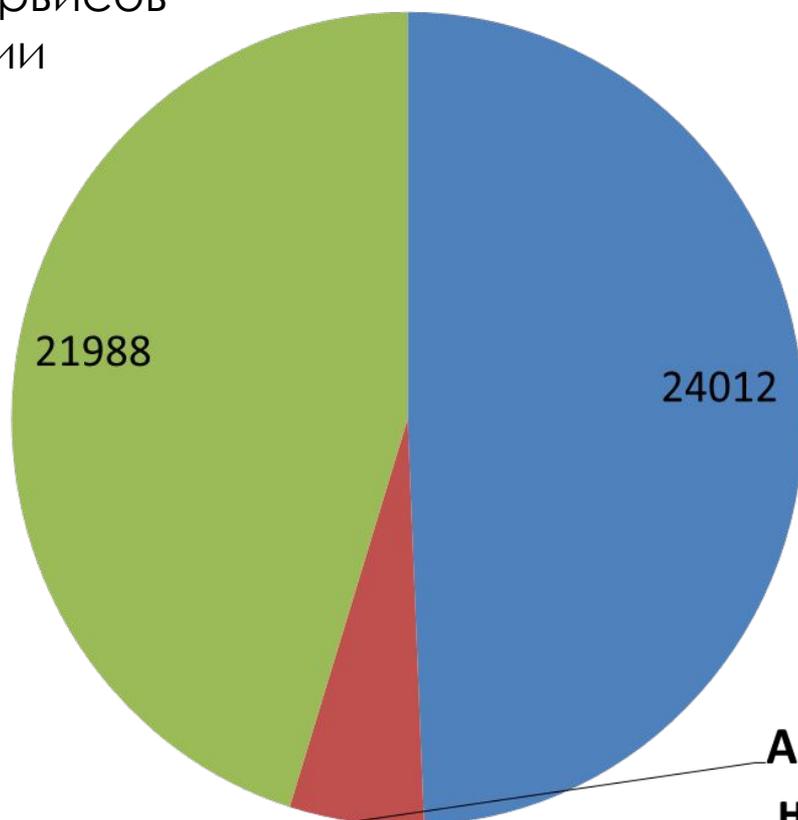


Рынок автосервисов России

Всего **46600**
автосервисов
в России

Объем целевого
рынка в деньгах:

**SAM: 1.334 млрд.
руб. CAGR = 20%**



- Специализированные
- Автоэлектроника
- Остальные

2668 -
Автосервисов **SOM = 0,1**
наша первая **млрд. руб.**
цель.

Объём рынка

При расчёте финансовых показателей рынка мы исходим из предположения, что платными услугами сервиса будут пользоваться 10% пользователей, а стоимость платного тарифа составит \$5/месяц или \$60/год.

\$6 млрд. в год

— **TAM** — общий объем целевого рынка

1 миллиард

человек

Нашей целевой аудиторией можно считать всех, кто смотрит видео в интернете. YouTube — самый популярный видео-сервис. Поэтому рассматриваем количество пользователей YouTube как объём нашего целевого рынка.

\$150 млн. в год

— **SAM** — доступный объем рынка

25 миллионов

человек

Пользователи YouTube смотрят видео разного типа. Мы же ориентируемся на потребителей полезного, т.е. обучающего видеоконтента. Самый популярный сервис видеолекций это Coursera. На Coursera сейчас зарегистрированы 25 миллионов пользователей.

\$6 млн. в год

— **SOM** — реально достижимый объем рынка

1 миллион человек

Наш сервис прост в использовании, поэтому мы претендуем на большую долю от доступного объёма рынка, но начнём с 4%. К тому же, мы не стараемся конкурировать с гигантами, а дополняем их. Мы рассчитываем, что благодаря интеграциям с крупными обучающими порталами, сможем еще больше расширить достижимый объём рынка.

Размеры мирового рынка

\$242 млрд. мировой рынок Fresh-продуктов питания к 2022

Необработанные и быстропортящиеся овощи, фрукты, салатная продукция и ягоды.

Небольшой рост на 2-5% в год.

Потребителями фреша в городах являются кафе/рестораны и частные клиенты. **Основная проблема - быстрая доставка от места производства до города с сохранением качества.**

Вне городов - перерабатывающие предприятия (консервы, соки, заморозка). И это не наш рынок.



Круглогодичные свежие органические овощи, ягоды и зелень для городского потребления "прямо с куста" (без долгой доставки)

**Наша оценка размера рынка сегодня - \$25 млрд.
Перспектива роста по 20% в год**

10-12% в год - рост рынка органических продуктов в мире. С 2000 по 2016 год глобальный рынок органических продуктов вырос почти в **5 раз** (с \$18B до \$90B).

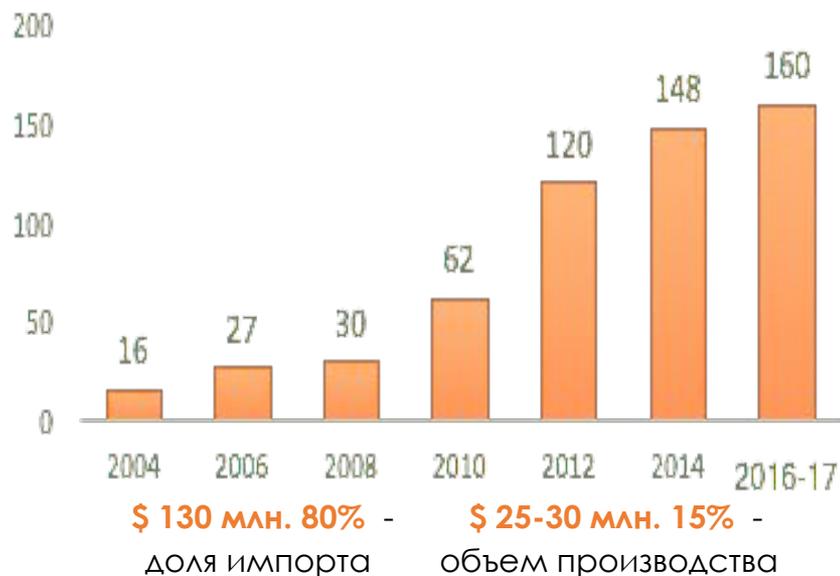
В 2025 года мировой рынок органики составит \$219 млрд

При этом страны, которые являются основными ее потребителями (Европа, США, Канада, Австралия, Япония), самостоятельно могут обеспечить органикой внутренний рынок лишь на 25%, (дефицит земельных и других ресурсов).

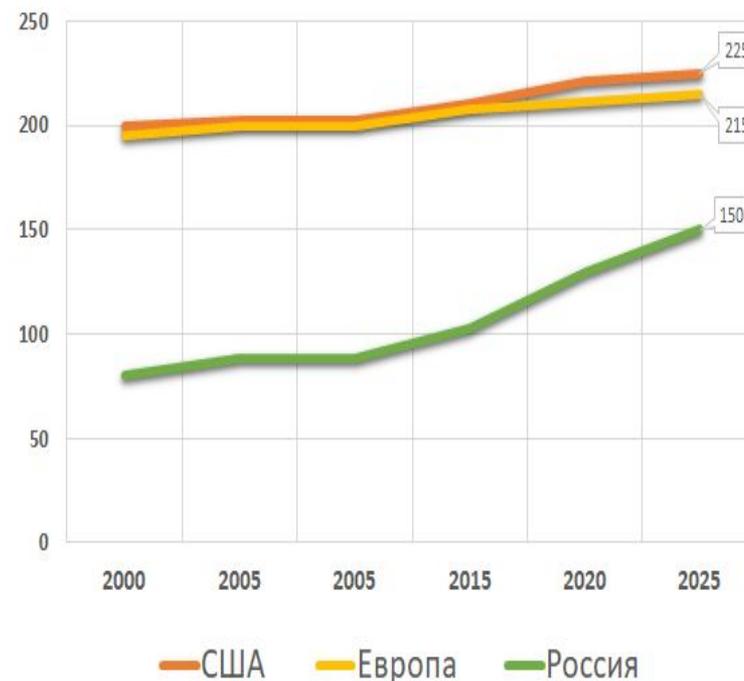
А как в России?

Российский рынок круглогодичных органических овощей небольшой и сосредоточен в столицах. Но он быстро растет и совершенно пустой - **хорошее место для старта и проверки гипотез**

Динамика роста рынка органики в РФ (в млн. \$)



Динамика потребления свежих овощей и зелени (кг. в год на человека)



58% россиян готовы приобретать органические продукты питания и платить за них больше

Рынок свежих овощей и фруктов закрытого грунта в РФ

По данным Росстата в 2017 г в РФ вырастили [922 тыс. тонн](#) овощей закрытого грунта (+13%)

При этом импорт томатов и огурцов составил [653 тыс. тонн](#) + 30% - «неучтенный» импорт.

Обеспеченность тепличной продукцией населения России



В общем объеме выращиваемых тепличных овощей огурец занимает 66%, томаты — 31%, прочих овощей

(> 30 наименований) — около 3%.

По горшечным салатам, укропу и петрушке обеспеченность 100%, но по другим листовым и кочанным салатам и пряным травам преобладает импорт. Баклажаны, перец, цуккини, редис в высокий сезон на **95–100%** тоже поставляются из-за рубежа. Клубника вне сезона - 100% импорт.

Технологии iFarm позволит выращивать в городах или рядом любой ассортимент - рукколу, базилик, мяту, мини-овощи, белую клубнику и многое другое

Но это просто свежие овощи, а для того, чтобы обеспечить спрос на organic, необходимо перевести в органическое сельское хозяйство не менее 200-300 сельхозпроизводителей суммарно на десятки гектар. Для такого перевода для iFarm не было готовой и локализованной для использования технологии.

Дачи и фермеры - не вариант! В ЦФО – самообеспеченность овощами составляет **68%**, В Москве – **3%**

Специфика сбыта органической продукции

Отличительная особенность сбыта органической продукции в РФ – **отсутствие прямых оффлайн-продаж** от производителя, высокая доля сбыта через **интернет** и местные рынки.

Сбыт органики в России и Европе



Органической продукции в общем объеме продуктов питания – всего 1% и 90% сбыта органики приходится на Москву и Санкт-Петербург.

Среди интернет-ресурсов, предлагающих натуральные продукты, 40% - доля сайтов фермеров. На рынке мало оптовиков и агрегаторов - самые известные "[ЛавкаЛавка](#)" и "[Калина-Малина](#)".

Потребление органических продуктов в России на человека составляет всего: 0,8€ на человека (среднемировой показатель — 10€, в США — 111€).

Источник: Национальный Органический Союз РФ <http://rosorganic.ru/>

*экспертный анализ ЦКС в г. Москве и Яндекс.Метрика (2013-2014 гг), Корпорация «Органик» 2015 г.



Имя Фамилия, роль в проекте, бэк



Имя Фамилия, роль в проекте, бэк



Имя Фамилия, роль в проекте, бэк



Команда

Компания основана опытными предпринимателями



Александр
Лысковский

Генеральный
директор
(founder [Alawar](#),
[Welltory](#))



Александр
Кузнецов

Главный агроном.
Директор по
исследованиям



Константин
Ульянов

Директор по
строительству и
производству



Максим
Чижов

Исполнительный
директор.
(founder [IISCI](#),
[Virtuality club](#))



Сергей
Амбросов

Директор по
франчайзингу.
(ex-CEO
“[Инвитро](#)”)



Дмитрий
Алексеев

Директор по
науке.
Микробиолог
([Кномикс](#).
[Атлас](#))



Команда проекта.

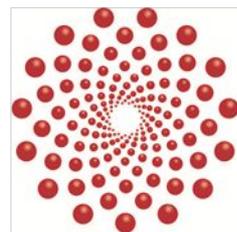
Финансовый блок



Елизавета Маликова

Опыт: управление и развитие банка биоматериалов, управление инвестициями в технологические компании, отработка бизнес-процессов, степень в области молекулярной биологии и биофизики

Медицинский блок



Медицинский
технопарк

- Новосибирский НИИ травматологии и ортопедии (НИИТО)
- (ИМТЦ)
- Инновационный медико-технологический центр

Технологический блок



Лактионов П.П

Заведующий лабораторией молекулярной медицины, к.б.н., институт химической биологии и фундаментальной медицины СО РАН

Опыт: многолетний опыт разработки новых материалов и технологий для тканевой инженерии

Экспериментальный блок



Институт цитологии и генетики Сибирского отделения Российской академии наук (ИЦиГ СО РАН)

СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ НА ПОЛУФИНАЛ

1. **Титульный лист**
2. **Проблема**
3. **Существующие решения проблемы**
4. **Анализ рынка**
5. **Ваше решение/Продукт**
6. **Продажи/подтверждение спроса**
7. **Команда**



«Хаки» для успешного выступления

- Запись своего выступления
 - На телефон/ноутбук/камеру – до тех пор, пока результат не будет для вас приемлемым.
- Основные тезисы каждого слайда 2-3 предложения, вокруг которых строится рассказ
- Расскажите презентацию непосвященным людям, они укажут самые непонятные места
- Как научиться публично выступать?
 - Публично выступать, больше никак



Спасибо!
Вопросы?

Старостин Алексей
starostin@academpark.com
+7 (923) 180-80-58

