

Первый слайд

# Название компании, ваше имя и должность, КОНТАКТЫ

(Можно поставить запоминающуюся профи-иллюстрацию)

---

**В речи:**

Кто Вы?

Руководитель технологической компании, которая:  
Создает софт/  
Изобретает медицинские устройства и др.

Зачем Вы это делаете?

Революция в вашей нише/  
Наша технология уничтожит привычный рынок роскоши и др.

Чего Вы хотите?

Привлечь 1 миллион долларов/найти CEO/ перевернуть рынок и др.

# Проблема

Опишите, какую тяжелую проблемы Вы решаете.  
Покажите, сколько людей/компаний с этой проблемой в мире.  
Как она неэффективно решается/совсем не решается сейчас.

---

## В речи:

Не притягивайте проблему “за уши”. Это должна быть реальная острая проблема, требующая решения.

Не нужно цитировать, откуда у Вас цифры и данные - это «на закуску» во время Q&A.

Задача: заставить всех кивать и сопереживать.

Если Вы аудитории проблему реально донесли и слушатели кивают, а не SMS-ят, это уже половина успеха.

# Решение

Опишите, как именно Вы решаете указанную проблему.  
Покажите, как Вы к этому решению пришли.  
Четко укажите, что именно Вы хотите продать.

---

## В речи:

Это не место для подробного технического объяснения.  
Выигрышная стратегия: “Решение на поверхности, но мы первые его придумали и воплотили”.

Убедитесь, что аудитория понимает, что Ваше решение однозначно решит проблему.

Если кто-то продукт уже использует - это самый лучший слайд сказать об этом.

Если видите, что аудитория слушает недоверчиво, уделите в 2 раза больше времени следующему слайду.

# Технология

В идеале - фотография. Подойдут чертежи и диаграммы.  
Нужна последовательность действий? Изобразите графически.

Чем меньше текста - тем лучше.

Чем меньше технических терминов - тем еще лучше.

Если есть патент - номер должен быть тут.

---

## В речи:

Описание иллюстрации понятным языком

Разъясните, что именно делает решение функциональным, чего никто раньше не делал.

Если видите, что аудитория технологию не понимает (с предыдущего слайда), объясните на понятном примере сходного устройства/процесса, НО

не оставляйте слайд "недопонятым" - это провал.

# Бизнес-модель

В идеале: фотография своего магазина, логотипы диллеров.

Очень поможет: схема движения товаров/денег.  
Покажите, какую маржинальность Вы закладываете.

# Маркетинг и продажи

В идеале: диаграмма с маркетинговым фокусом и бюджетом на несколько лет.

Если потенциальных рынков несколько - выделите главный.

Если покупательских ниш много - выделите 1-3 основных.

---

## В речи:

Расскажите, как Вы достигнете до своего покупателя.

Опишите, что является главным мотивом для покупки.

Убедите аудиторию, что Ваш план А и план Б не приведут компанию к банкротству из-за неэффективного продвижения.

Обязательно заранее подготовьтесь: узнайте, как именно другие компании продвигают аналогичные продукты.

Только если аудитория скептически воспринимает маркетинговый план - расскажите об успехе других компаний.

# Конкуренция

В идеале: таблица с тем, что есть у Вас, и что есть у конкурентов.  
Работает правило: лучше больше (конкурентов), чем меньше.  
Слайд должен четко иллюстрировать превосходство продукта.  
Если конкурентов очень много: описывайте самых больших.

---

## В речи:

Проиллюстрируйте, чем именно Вы лучше конкурентов.

Расскажите, как будете с ними бороться.

Не унижайте конкурентов - никто не хочет слушать почему их продукты плохие,  
все хотят услышать почему Ваши – хороши.

# Команда

Если есть фотография команды с Биллом Гейтсом в полном составе - только ее покажите без текста.

Если такой фотографии нет - дайте только имена, позиции и не более одной строки описания опыта по каждому человеку.

Если победы на бизнес-конкурсах - скажите тут об этом!

Есть проблемы? Напишите, что HR позиции открыты.

---

## **В речи:**

Один в поле не воин: за каждым CEO стоит команда.

Объясните, почему именно Ваша команда может сделать из продукта многомиллионный бизнес.

Если есть менторы и адвайзеры - не забудьте их упомянуть.

Скажите словами, сколько людей Вам еще понадобятся.



# Финансовый прогноз

2 диаграммы: прогноз продаж на 5 лет в \$\$ и количество покупателей.

Если есть сезонность продаж - учитывайте это.

Текстом дать ключевые метрики: требуемые инвестиции, количество раундов, привлеченные гранты, вклад от учредителей и т.п.

---

## В речи:

Объясните, как вы пришли к таким прогнозам продаж.

Объясните, чем будет обусловлен рост продаж.

Если еще осталось свободное время - на этом слайде можно остановиться более подробно и рассказать стратегии финансирования.

# Последний слайд

Повторить фотографию продукта

Броская фраза или слоган - на запоминание!

Название компании, ваше имя и должность, КОНТАКТЫ

---

## **В речи:**

Поблагодарить и попросить задавать вопросы.

Еще раз поблагодарить и пригласить продолжить общение на кофе-брейке