

1. Это – не шаблон! Не презентация. Это – документ.
2. Не нужно использовать эти цвета, шрифты, форматирование и пр. Дизайн своей презентации делайте сами – это позволит вам выделиться и обратить на себя внимание.
3. Данный документ - не про то, **как** делать слайды, а про то, **о чем** они должны рассказывать
4. **ВАЖНО!** Если по какому-то из пунктов вам пока нечего сказать (или вы не уверены, или это «сбивает с ритма» ваше выступление) – подготовьте этот слайд, но не включайте его в вашу презентацию: пусть он лежит в «запаснике» после последнего слайда, откуда в случае необходимости вы сможете его вытащить.

Название проекта

Имя Фамилия

Актуальность продукта и обозначение проблемы

- Кратко опишите, в чем состоит проблема, которую Вы решаете
- Сделайте это очевидным! Объясняйте простым языком, если есть возможность, опишите на каком-то конкретном наиболее типичном примере (можно рассказать историю о проблеме, которую решает продукт)
- У кого есть проблема, которую будет решать Ваш продукт?
- Расскажите, как Вы узнали, что эта проблема реальна, и что потенциальные покупатели ищут ее решения или пытаются решить ее своими силами?
- Сфокусируйтесь на наиболее острых проблемах, которые будет решать Ваш продукт/ технология

- При описании проекта можно воспользоваться следующим шаблоном:

Мы делаем (сервис, моб. приложение, устройство...)
(название),
который / которое помогает клиентам (описание
клиентского сегмента)
в ситуации (описание ситуации, в которой проявляется
проблема)
решать проблему (формулировка проблемы)
при помощи решения (описание решения проблемы и
технологии)
и дает выгоду (выгода /ценность для клиента в
конкретных цифрах).

- В чем уникальность и преимущество Вашего продукта/ решения с научной/технической точки зрения?
- Чем он отличается от существующих на рынке продуктов/ решений?
- В чем инновационность/ «секретный соус»?

- Какие были контакты с потенциальным потребителем?
- Емкость и потенциальная доля рынка

- Как проект будет зарабатывать деньги?
 - Кто покупатели? Если это B2C – дайте портрет целевой аудитории, если B2B – перечислите поименно хотя бы крупнейших из них.
 - Что будем продавать?
 - В какой форме?

- Покажите, чем продукт/ решение отличается от конкурентов или аналогов, тех способов, как эта проблема решается клиентами сейчас
- Перечислите основных конкурентов и ближайших аналогов Вашего
- Составьте сравнительную таблицу Вашего продукта относительно конкурентов или аналогов (цена, функциональность, постарайтесь сделать фокус на Ваших преимуществах)

- Распространенной ошибкой является то, что в затратах на реализацию всего проекта многие указывают сумму 500 тыс.руб., хотя на самом деле для реализации проекта требуется бОльшая сумма.
- Вы должны с достаточной точностью знать, сколько вам нужно денег для достижения следующего ключевого этапа вашего проекта. Именно следующего этапа, а не «на проект в целом»!
- Формулируйте четко: сколько нужно денег, на что эти деньги выведут ваш проект (напр., «создание прототипа», «начало продаж» и т.д.)
- Фразы избегания («об этом мы можем поговорить отдельно», «я бы не хотел раскрывать информацию публично») говорят не о вашей бизнес-искушенности, а о непонимании вами, что и зачем вы просите.

- Перечислите членов Вашей команды и вставьте их фото.
- Покажите, что Ваша команда в состоянии добиваться результата, что у вас есть необходимые компетенции или вы понимаете, где вы их найдете (новые партнеры в команду, договоренности с кем-то, менторы проекта и т.д.)

Имя Фамилия
Контакты

- Не размещайте на слайде текст, дублирующий то, что вы собираетесь рассказывать.
- Используйте простой и крупный шрифт (min 20 пунктов)
- Используйте фотографии, иллюстрирующие ваш рассказ. Не жалеете времени на поиск хороших фото.
- Не используйте анимацию
- Помните, что главное – это логика вашего изложения:
«проблема + рынок + решение + вы = заработать»

При этом важно уложиться в отведенное время(3 мин.)! Поэтому:

- Сделав слайды, порепетируйте вслух и под таймер.
- Если не укладываетесь в регламент – подумайте, какие слайды можно переместить в т.н. бэкап (вспомогательные слайды, находящиеся после последнего слайда «Контакты» и используемые в случае необходимости).
- После этой операции еще раз прорепетируйте свой рассказ, чтобы убедиться, что изложение осталось логичным и понятным.