



Moscow  
Business School  
Leadership Energy

A large, light gray, semi-transparent world map is centered in the background of the slide, showing the outlines of continents and oceans.

## НАЗВАНИЕ ПРОЕКТА

Краткое описание сути проекта /содержательный слоган



#### Краткое описание сути проекта

На одном слайде должно быть указано все важное, что нужно знать инвестору о сути проекта, чтобы понять:

- рынок проекта;
- целевую аудиторию;
- конкурентные преимущества.

Подробности и результаты исследований указываются далее. Если этот слайд не заинтересует, дальше серьезный инвестор (акционер) может не читать



рисунки и схемы можно только в хорошем качестве, желательно, со ссылкой на источник мелким шрифтом

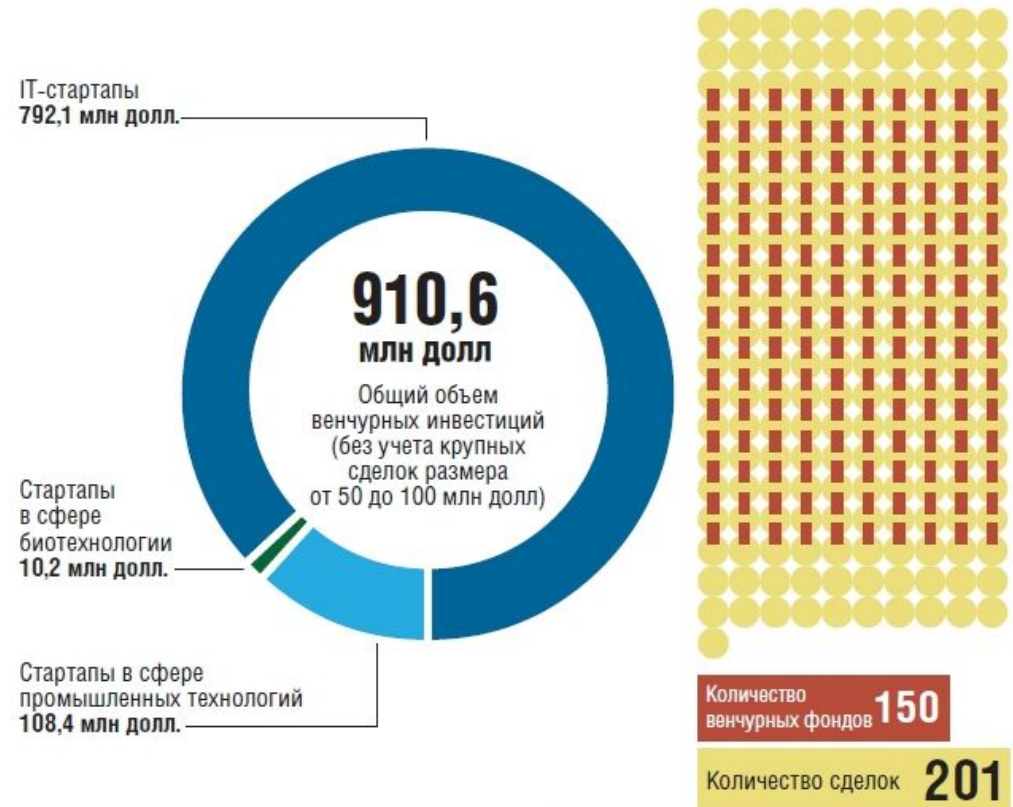
<http://zagrajnabukowej.pl/page/13/>

Описание и анализ рынка, на который выходит проект

Обязательно указать объем рынка и привести результаты исследования, которые подтверждают объем рынка и описание его характеристик. Обязательно со ссылками на источники!

Оптимально указывать исследования текущего года с прогнозом на 3-5 лет от экспертов рынка.

### АКТИВНОСТЬ ВЕНЧУРНОГО РЫНКА



Источник: РВК, Обзор MoneyTree(tm): Навигатор венчурного рынка (Россия)



Целевая аудитория – все потребители продукта/услуги. Все, кто будет непосредственно или опосредованно приносить деньги.  
Описание целевой аудитории приводится по сегментам.  
Оптимально добавлять все возможные характеристики, необходимые для формирования предложения продукта/услуги и продвижения



На слайде приводятся конкуренты  
Возможно организовывать конкурентов в группы  
Основание объединения в группы по объекту конкурирования (по разным продуктам, например)  
Допустимо дополнительно дать описание положения на рынке, конкурентных преимуществ, долей рынка. Все с указанием ссылок на источники данных



Конкурентные преимущества проекта – это такие конкретные характеристики, которые ВОСПРИНИМАЮТСЯ целевой аудиторией (!) (клиентом) и уже реализованы или могут быть реализованы в рамках проекта.

Оптимально, если на слайде будет приведено основание (с ссылкой на более подробный материал), по которому заключается, что характеристика продукта/услуги воспринимается целевой аудиторией положительно, выгодно отличает от конкурентов.



Читающему необходимо ответить на 3 вопроса:

- Окупятся ли вложения? (можно ли считать предлагаемый проект «живым», какие будут результаты по этапам / в целом по проекту)
- Какие ресурсы есть у проекта (деньги, оборудование)?
- Сколько денег просят (сколько и на что нужно потратить)?

Финансовые показатели приводятся кратко с привязкой к срокам развития проекта. Для полноценного представления инвесторам (директорами, собственникам, акционерам) основанием для данного слайда служит проработанный финансовый план, опирающийся на маркетинг и продажи.

Допустимо запрашивать непосредственно ресурсы (оборудование, например), а не просто финансы.

Допустимо сделать не один, а два или три слайда по финансам и ресурсам, если они будут содержательными и обоснованными.



График работ можно привести в разделе финансовых характеристик проекта, где представлены типы и сроки работ с указанием результатов и финансовых показателей по каждому этапу.

Но допустимо сделать график работ отдельно, только с указанием наименования работ, сроков, ответственных и результатов.

Приводить лучше в формате диаграммы Ганта или в таблице.





Слайд должен показывать высокую компетентность членов команды для выполнения именно представляемого проекта. Необходимо указывать только тот опыт, который относится именно к реализации описанного проекта.

Обязательно указывать должность или функционал в рамках данного проекта.

Для повышения доверия к команде обязательно добавить фотографии.

Среди членов команды обязательно должны быть:

- 1) руководитель/глава;
- 2) специалист по реализации сути проекта (медицинский проект – врач/медик; ИТ-проект – программист и т. д.);
- 3) специалист по продажам.

Желательно указать, кто делает маркетинг проекта и финансовое сопровождение.

Один функционал может выполнять один человек или больше, один человек может реализовывать одно или больше функциональных направлений.

Если какое-то из обязательных функциональных направлений не представлено членом команды, можно описать, как оно будет реализовано.

Допустимо включать в команду менторов и консультантов.



## Ирина Семенова

Руководитель проекта / лидер по продажам b2b

Опыт в b2b продажах - 10 лет. В числе клиентов «Газпром», «RaiffaisenBank». Опыт руководства проектами – 8 лет. MBA.

<https://mediaspy.ru/post.php?id=2187646>



Контакты должны быть указаны конкретные, с именами адресатов. Можно совместить со слайдом Команды, можно привести контакты на каждом слайде.

Ради контактов и взаимодействия с Вашей командой Вы и делаете эту презентацию!