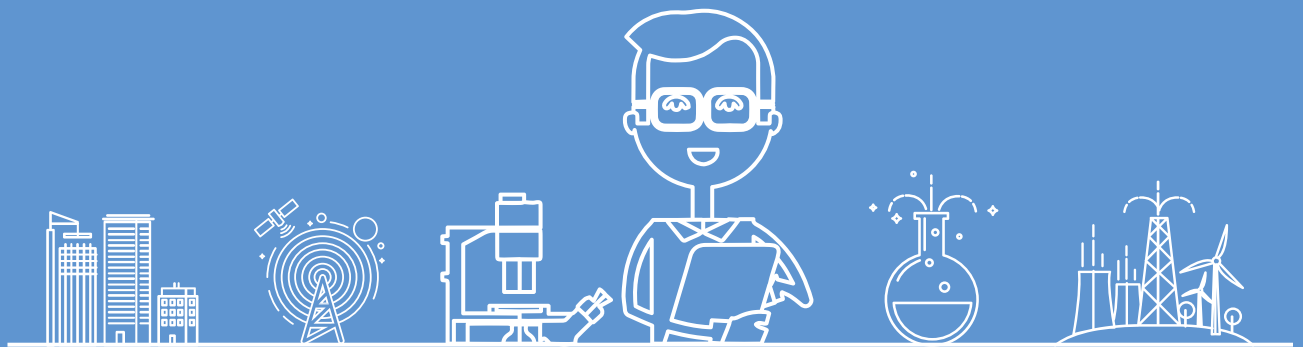


Тема 14

Презентация проекта





Требуется более трех недель,
чтобы подготовить хорошую
речь экспромтом.

Марк Твен

О чем эта тема?

Умение успешно выступать с презентацией перед инвесторами, покупателями или партнерами имеет огромное значение для успеха любого проекта. В этой главе вы получите ответы на следующие вопросы: как подготовить эффективную презентацию? Какова структура успешной презентации? Какие виды презентаций существуют?

Тема состоит из следующих разделов:

1. Общая структура эффективной презентации.
2. Виды презентаций.
3. Общие замечания по содержанию презентаций.

Изучив данную тему, вы приобретете необходимые теоретические знания и практические навыки создания и проведения презентаций перед инвесторами, что поможет вам подготовить эффективное выступление по вашему групповому проекту.

1. Общая структура эффективных презентаций



Презентации — это инструмент, с помощью которого один человек коротко и ясно доносит информацию о своем проекте другим людям с показом, как правило, последовательности слайдов.

Цель презентации

Начало любой эффективной презентации — четкое понимание цели выступления, поэтому сначала необходимо сформулировать цель (см. рис. 1). На-

пример, следующими словами: «После этой презентации...

- ...инвесторы профинансировали мой проект»;
- ...проект победил в конкурсе»;
- ...потребители увидели, что их проблема решается с помощью нашего продукта».

Примерно так:

«Мы представляем инновационный продукт, который решает проблемы клиентов. Результат презентации: потребители заинтересованы в его приобретении». Или: «Мы представляем новый бизнес с высокой доходностью. Результат — привлечено финансирование в проект». Таким образом, вся презентация строится на доказательстве определенного тезиса.

Построение презентации зависит от аудитории, перед которой вы будете выступать. Необходимо учитывать ожидания аудитории. Выступление на конференции с научным докладом о вашей технологии будет отличаться от выступления перед инвестором. В первую очередь вы будете говорить о том, какую отдачу получит инвестор на вложенные им средства и как будет развиваться



Рисунок 1. ЦЕЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ



ваш бизнес. При выступлении перед потребителями продукта основной акцент необходимо сделать на проблеме потребителя, которую продукт решает.

При презентации продукта для клиента вы не убеждаете его, что решите его проблему, поскольку прежде чем что-либо решать, потребитель должен осознать, что у него есть проблема, и у него должно возникнуть желание ее решить. И только тогда вы сможете предложить ему ваше решение (мы говорили об этом подробно в темах 3–9).

Главный тезис презентации требует доказательств.

Например, владеть автомобилем неудобно, у водителей автомобиля много проблем: пробки на дорогах, отсутствие парковок в необходимых местах, высокие затраты на топливо.

Далее необходима информация для доказательства каждого пункта. Ищем нужные данные, сравниваем с конкурентами, смотрим их отчеты, аналитику.

По результатам работы формируем структуру презентации (см. рис. 2).



Рисунок 2. СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

Структура презентации должна содержать:

- разумные доводы (тезис — аргументация) — для убедительности;
- эмоциональную напряженность (завязка — кульминация — развязка) — для вовлечения аудитории в процесс презентации.

Какой главный тезис будет в презентации по вашему проекту? Чем вы сможете аргументировать свое доказательство?

Завязка

Необходимо разжечь у слушателей интерес к себе и своему выступлению. Для этого нужно придумать драму — конфликт, удерживающий внимание людей. Аудитория должна быть знакома с темой и завязка должна быть правдоподобной.

Примерно так:

«В среднем каждый житель крупного города ежегодно от двух до восьми суток проводит в пробках, сжигая при этом 100 и более литров бензина»¹. «Немецкий эксперт по вопросам дорожного движения Михаэль Шрекенбергер подсчитал, что в течение года 82 млн жителей Германии проводят в автомобильных пробках в общей сложности 535 тысяч лет»².

В завязке необходимо создать напряжение, усугубить конфликт. «По состоянию на 2016 год на Земле эксплуатируется более 1 млрд автомобилей и потребляется 14 млрд литров нефти в день (каждый человек на планете тратит по два литра нефти в день). В среднем за сутки работы автомобиля выделяется около 1 кг выхлопных газов. Ожидается, что к 2050 году на Земле будет зарегистрировано около 2,5 млрд автомобилей. Ежедневно в мире производится около 165 000 транспортных средств»³.

Максимально заостряем конфликт: количество транспорта на дорогах, потребления бензина и выхлопных газов ежегодно увеличивается и будет увеличиваться.

Таким образом, вы погружаете слушателя в проблему, но еще не приводите ваш главный тезис.

«Каждое утро я трачу на дорогу, по которой можно добраться за 20 минут, целый час. Если необходимо поехать в центр города, то практически невозможно найти место для парковки, все заставлено автомобилями. Кто-нибудь из вас,

¹ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.zakon.kz/4763156-v-srednem-zhitel-krupnogo-goroda.html>.

² [Электронный ресурс]. URL: <https://www.autonews.ru/news/5825a64c9a7947474312b19b>.

³ [Электронный ресурс]. URL: <https://hi-news.ru/research-development/my-szhigaem-10-millionov-litrov-nefti-v-minutu-tak-pochemu-ona-deshevet.html>.



сидящих в зале, может представить себе город без автомобилей? Какой вид, какой воздух?» Необходимо «подогреть» эмоции и создать напряжение. Апелляция к конкретному опыту всегда правдоподобна.

Какую завязку вы сможете предложить слушателям в отношении своего проекта?

Развитие — основная часть презентации — аргументация

Необходимо доказать главный тезис (см. рис. 3).

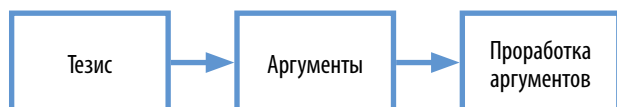


Рисунок 3. РАЗВИТИЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ

Кратко излагаем все аргументы, после чего представляем каждый из них по одной и той же схеме (см. рис. 4).

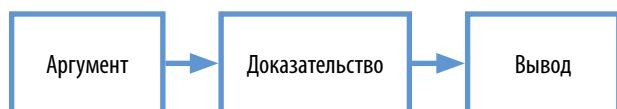


Рисунок 4. ЛОГИКА АРГУМЕНТАЦИИ

Примерно так:

1. Использование автотранспортных средств в больших городах сегодня представляет большую проблему.
2. Проблема возникает потому, что инфраструктура (дороги, парковки) не справляется с тем количеством машин, что есть сегодня на дорогах.
3. Таким образом...

При доказательстве аргументов используйте примеры и сравнения. Человек запоминает то, что вызывает эмоции, их нужно добавлять в свое выступление. Каждый аргумент необходимо завершить выводом.

Какие выводы будут следовать из аргументов в вашей презентации?

Кульминация

Аргументы приводят в соответствии с силой эмоционального воздействия. От первого, самого эмоционально слабого, до последнего, самого эмоционально выраженного. На последнем аргументе происходит кульминация.

Аргументы необходимо тщательно продумать и логически выстроить. Фактический материал должен быть тщательно подготовлен.

Какой из предлагаемых вами аргументов будет эмоционально более сильным?

Развязка

В этой части показываем, что проблема решается просто и технично. Решение должно продавать себя само. В качестве эпилога можно предложить слушателям поучаствовать в обсуждении или задать вопросы. Как лучше представить ваше решение? Что вы предложите слушателям?



Задание 1

Посмотрите материал об эффективной презентации — фрагмент фильма «История рыцаря»¹. Подумайте и ответьте на вопрос: что в этой презентации удерживает внимание слушателей?

2. Виды презентаций

Презентация для инвесторов (питч)



Питч — это краткая презентация идеи, проекта, команды и т. д.

Цель питча — заинтересовать инвестора и привлечь финансирование. На выступление отводятся считанные минуты, поэтому оно должно быть максимально доходчивым. Качественный питч имеет жесткую структуру и состоит из четких логических блоков. Чем меньше времени, тем меньше блоков. По длительности выделяют три вида питчей — лифтовая презентация, презентация идеи, презентация для привлечения инвестиций.

Теперь остановимся подробнее на структуре питчей.

1

Лифтовая презентация



Лифтовая презентация (Elevatorpitch) — это самая короткая презентация проекта (1 минута), которую можно успеть сделать во время поездки с инвестором на лифте.

Времени хватит лишь на три блока: проблема, решение и перспектива монетизации проекта. Это звучит так. Наша компания (название компании) предлагает решение для (указать круг потенциальных клиентов), у которых есть проблема (сформулировать проблему). В отличие от (указать название ближайшего аналога) наше решение об-

¹ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=5XFzn6LVg2c>.



ладает следующими преимуществами (перечислить два-три ключевых преимущества). Далее можно указать параметры проекта (объем инвестиций и их доходность).

Примерно так:

Я представляю компанию «Ромашка», которая занимается разработкой электронной техники. Мы выводим на рынок новое устройство для управления полетом пчел, без которого не сможет обойтись ни один пасечник. Благодаря новейшим алгоритмам, заложенным в наше устройство, скорость сбора меда пчелами увеличивается в два раза. ООО «Зебра» предлагает систему климат-контроля в улье, что также способствует повышению медосбора, но только на 15%. Для реализации проекта нам необходимо 15 миллионов рублей, которые, по нашим расчетам, принесут инвестору четыре рубля на каждый вложенный рубль в течение трех лет.

2 Презентация идеи



Презентация идеи (Idea Pitch, 3 минуты) передает замысел проекта — для стартапов и малого бизнеса. Наиболее часто применяется во время конкурсов.

Структура Idea Pitch определяется структурой слайдов:

- Слайд 1. Название проекта и компании.
- Слайд 2. Проблема на рынке (какая и у кого).
- Слайд 3. Решение проблемы.
- Слайд 4. Описание рынка (основные сегменты, объем рынка, динамика).
- Слайд 5. Бизнес-модель (каким образом зарабатываются деньги).
- Слайд 6. Команда проекта (состав и опыт).
- Слайд 7. Заключительный слайд с благодарностью и контактами.

3 Презентация для привлечения инвестиций



Funding Pitch — презентация для привлечения инвестиций (продолжительность 7–10 минут): название презентации говорит само за себя.

Структура fundingpitch включает в себя максимальную информацию о проекте, все блоки из ideapitch плюс описание конкурентов, планы, информацию

о том, что уже сделано и сколько нужно денег на проект:

- Слайд 1. Название проекта и компании.
- Слайд 2. Проблема на рынке (какая и у кого).
- Слайд 3. Решение проблемы.
- Слайд 4. Основные конкуренты. Конкурентные преимущества предлагаемого решения.
- Слайд 5. Бизнес-модель компании.
- Слайд 6. Маркетинговая стратегия. Каналы и воронка продаж.
- Слайд 7. Стадия проекта. Основные этапы и контрольные точки.
- Слайд 8. Финансовый прогноз: план продаж, финансовый поток.
- Слайд 9. Основные финансовые показатели проекта.
- Слайд 10. Объем инвестиций. Структура сделки.
- Слайд 11. Команда проекта (состав и опыт).
- Слайд 12. Заключительный слайд с благодарностью и контактами.

Презентация для покупателей (проблемное интервью)

Данная презентация может проводиться для двух типов слушателей — для лиц, принимающих решения, и для технических специалистов. Подобные презентации можно проводить без слайдов.

1. Для лиц, принимающих решение, в презентации должно быть описание проблемы (как это видится компании-разработчику) и краткое описание предлагаемого решения.

Вся остальная информация должна быть получена от покупателя:

- Наличие проблемы и ее важность.
- Варианты решения проблемы, которые рассматривались покупателем.
- Наличие бюджета для осуществления подобных покупок.
- Каналы информации о появлении новых продуктов.
- Пожелания покупателя с точки зрения доставки, сервиса, функционала.

2. Для технических специалистов презентация должна содержать краткое описание технического решения и отличия предлагаемого решения от известных для этой группы специалистов.

От технических специалистов должна поступить обратная связь о возможности интеграции решения в существующую техническую инфраструктуру, о возможности проведения технических испытаний и т. д.

Презентация для покупателей (продающее предложение)

Презентация для покупателей чаще всего делается на специализированных мероприятиях — выставках, конференциях, семинарах повышения квалификации и т. д.



Структура продающей презентации выглядит следующим образом:

- Описание решения с акцентом на решаемую проблему.
- Краткое описание способа использования предлагаемого продукта.
- Дополнительные бонусы для покупателя — доставка, сервис, комплектация продукта.
- Описание способа взаимодействия между продающей компанией и потенциальным клиентом.

3. Общие замечания по содержанию презентаций

☒ Для инвестора главным является ответ на три вопроса — сколько денег требуется, какова доходность инвестиций и каковы риски вложения средств. Если на два первых вопроса ответ будет содержаться на слайдах, то на третий вопрос ответ будет, скорее всего, субъективным и складываться из знания инвестором сегмента, на котором будет работать проект, и личного впечатления, которое производит докладчик.

☒ На слайдах поместить всю информацию по проекту невозможно, поэтому они должны быть с максимальной визуальной и минимальной текстовой информацией (подробные рекомендации по составлению презентаций содержатся в теме 17).

☒ Следует избегать специальной терминологии, изложение должно быть понятно любому человеку без специального образования.

☒ Ни в коем случае не следует произносить то, что написано на слайде.

Рекомендации по стилю изложения материала

- Изложение следует делать, показывая свою личную заинтересованность в проекте.
- Нужно вовлечь аудиторию — можно задать вопрос или рассказать историю, которая знакома многим.
- Чтобы вызвать интерес аудитории, лучше рассказать что-то новое там, где люди привыкли пользоваться старой стандартной информацией.
- Нужно попытаться удивить аудиторию — это даст возможность запомниться.
- Хорошо, если получится вернуть шутку, — это будет работать на благожелательность восприятия проекта.
- Следует использовать мультимедийность — воздействие на несколько органов чувств повышает эффективность восприятия.
- Нужно, чтобы докладчику поверили: искренность и открытость при выступлении обязательны.



Задание 2

Используя модельный пример инновационного проекта ЦСМ (см. приложение к теме 14 на сайте <https://www.innovationeconomy.ru/>) или собственный проект, составьте:

1. Лифтовую презентацию.
2. Презентацию идеи.
3. Презентацию по привлечению инвестиций.