

# ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА ИНВЕСТИТОРАМ, ИНДУСТРИАЛЬНЫМ ПАРТНЕРАМ, КОРПОРАЦИЯМ

Бизнес - тренер  
Трофимова Ирина Павловна







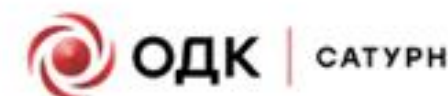
# Ирина ТРОФИМОВА



- бизнес-консультант
- эксперт по развитию людей и организаций
- основатель проекта "ChangLab - системные изменения в бизнесе"

## КЛИЕНТЫ:

**CHANGE**  
СИСТЕМНЫЕ ИЗМЕНЕНИЯ В БИЗНЕСЕ  
**LAB**



## ТАКТ 1

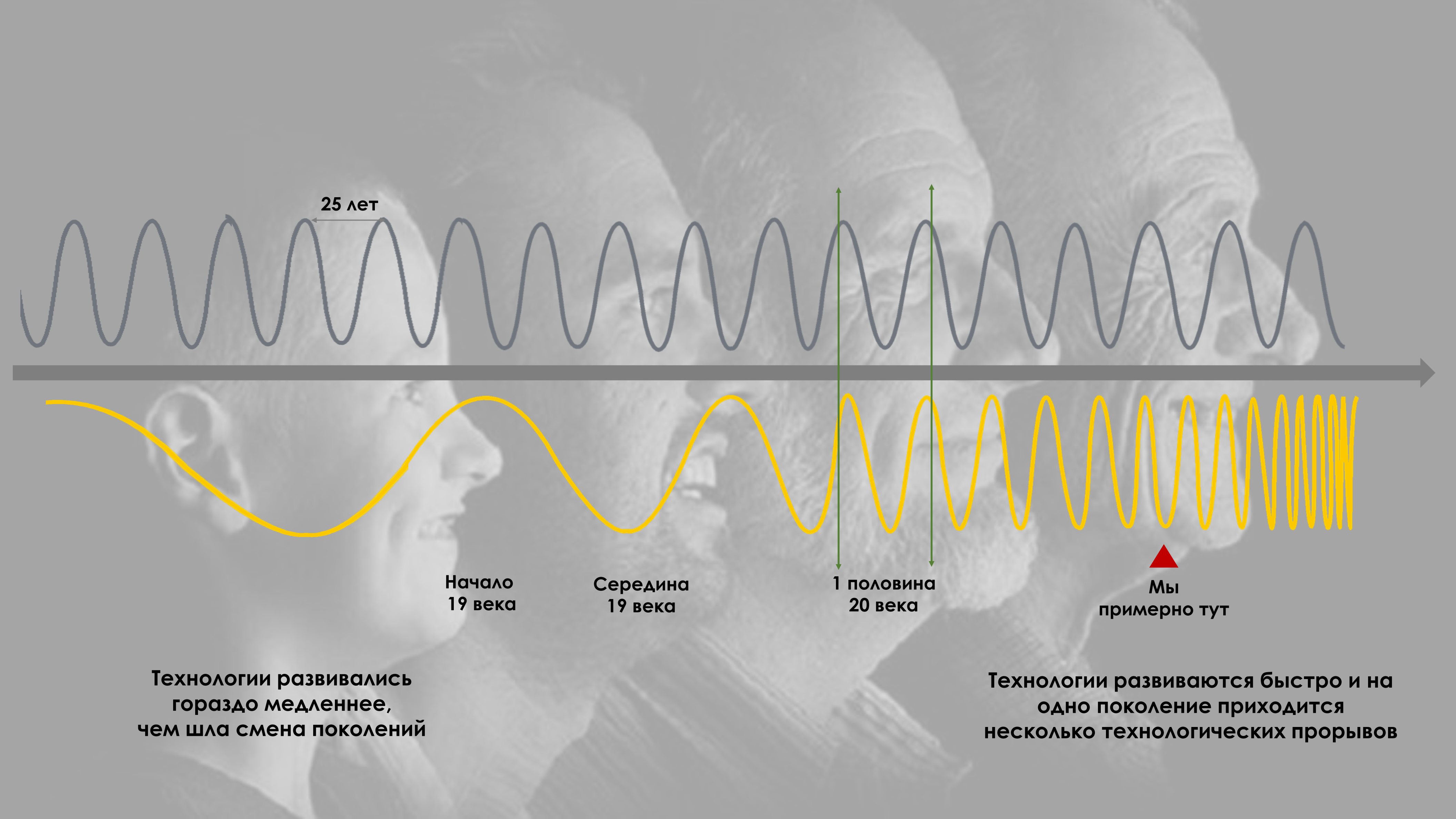
Управление изменениями в составе команды.

Управление конфликтами.

Развитие лидерских качеств.







25 лет

Начало  
19 века

Середина  
19 века

1 половина  
20 века

Мы  
примерно тут

Технологии развивались  
гораздо медленнее,  
чем шла смена поколений

Технологии развиваются быстро и на  
одно поколение приходится  
несколько технологических прорывов





|   |
|---|
| <b>B</b> - brittle<br><b>хрупкий</b>                  |
| <b>A</b> - anxious<br><b>беспокойный</b>              |
| <b>N</b> - nonlinear<br><b>нелинейный</b>             |
| <b>I</b> -<br>incomprehensible<br><b>непостижимый</b> |

**BANI**

© Джемейс Кашио







## ОСОБЕННОСТИ СТАРТАПОВ

01

Продукт, который  
создает, обязательно  
новый, предлагающий  
инновационные  
решения

02

В основе бизнес-  
плана – ценная идея,  
которая решает  
проблемы ЦА

03

Молодость  
создателей

04

Работа целой  
команды

05

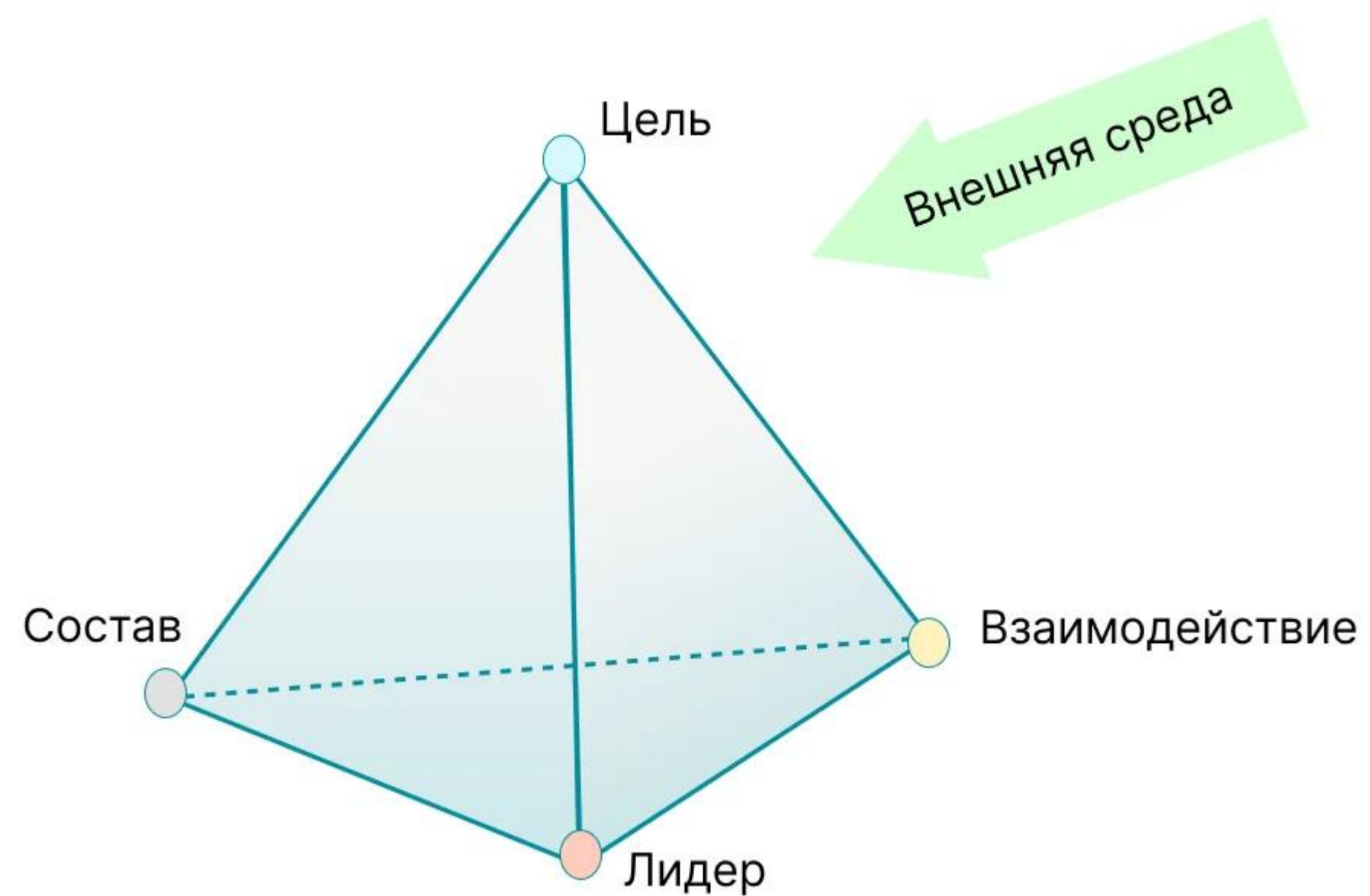
Амбициозность и  
готовность к  
крупному риску

06

Недостаток  
собственных денег,  
необходимость  
привлечения  
инвесторов

# КОМАНДА

## Модель 5F





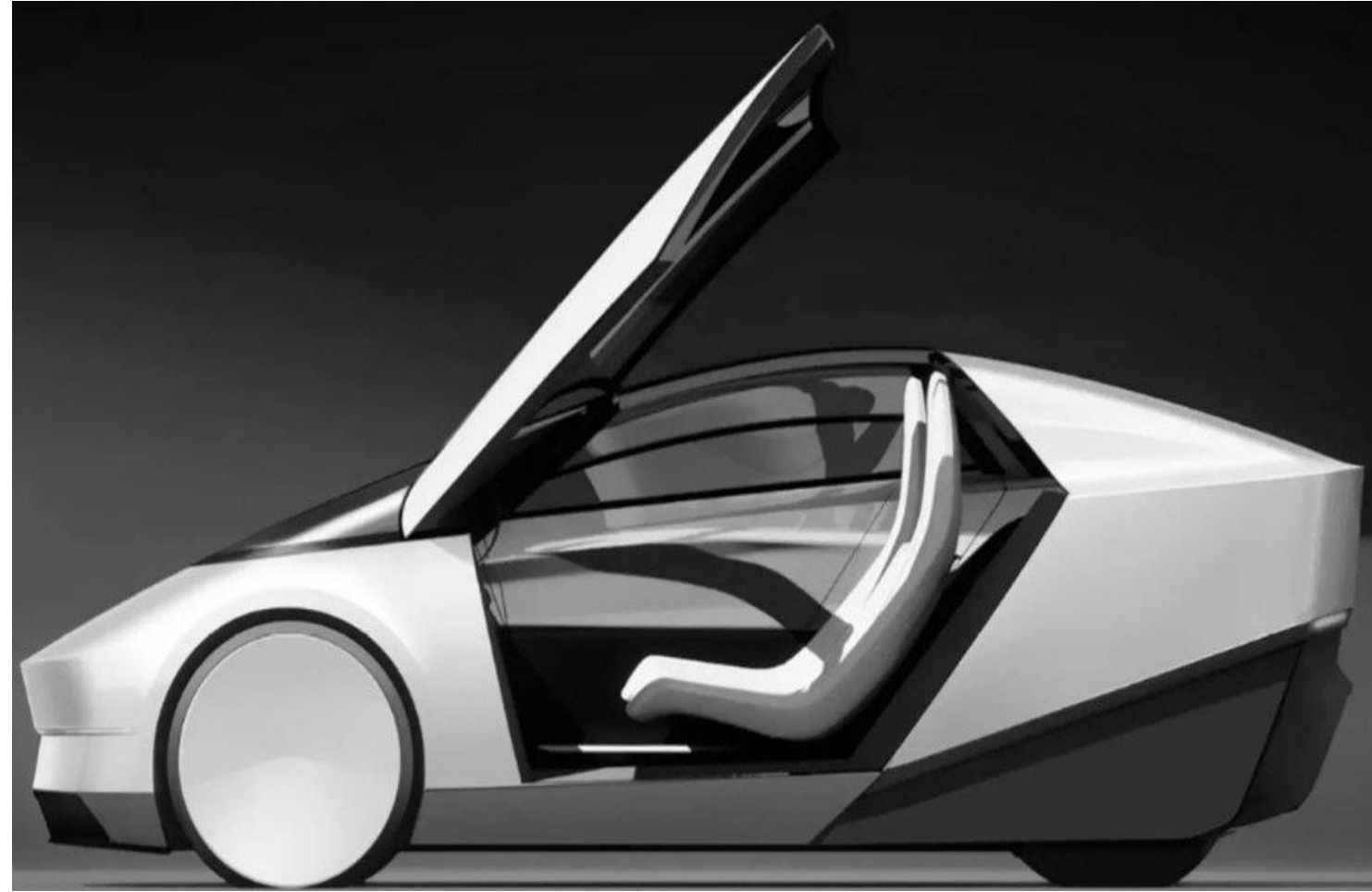
## Модель развития команды по Такману



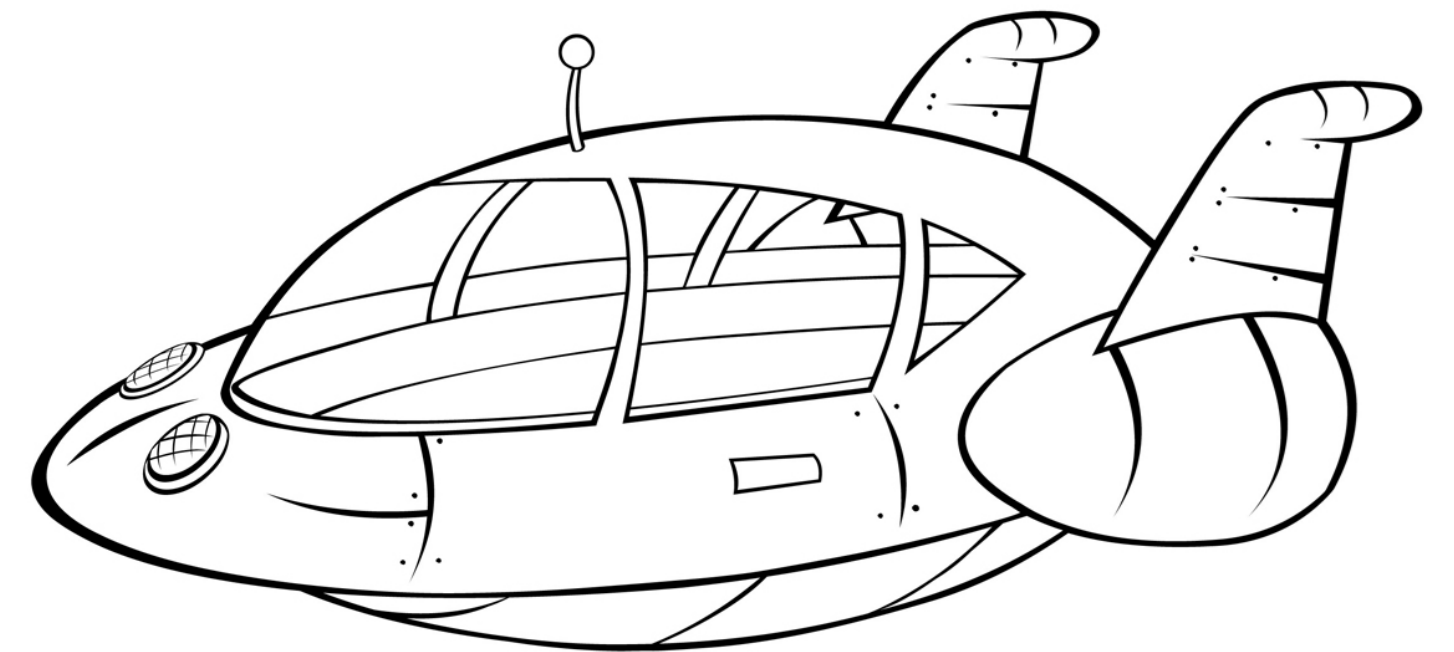
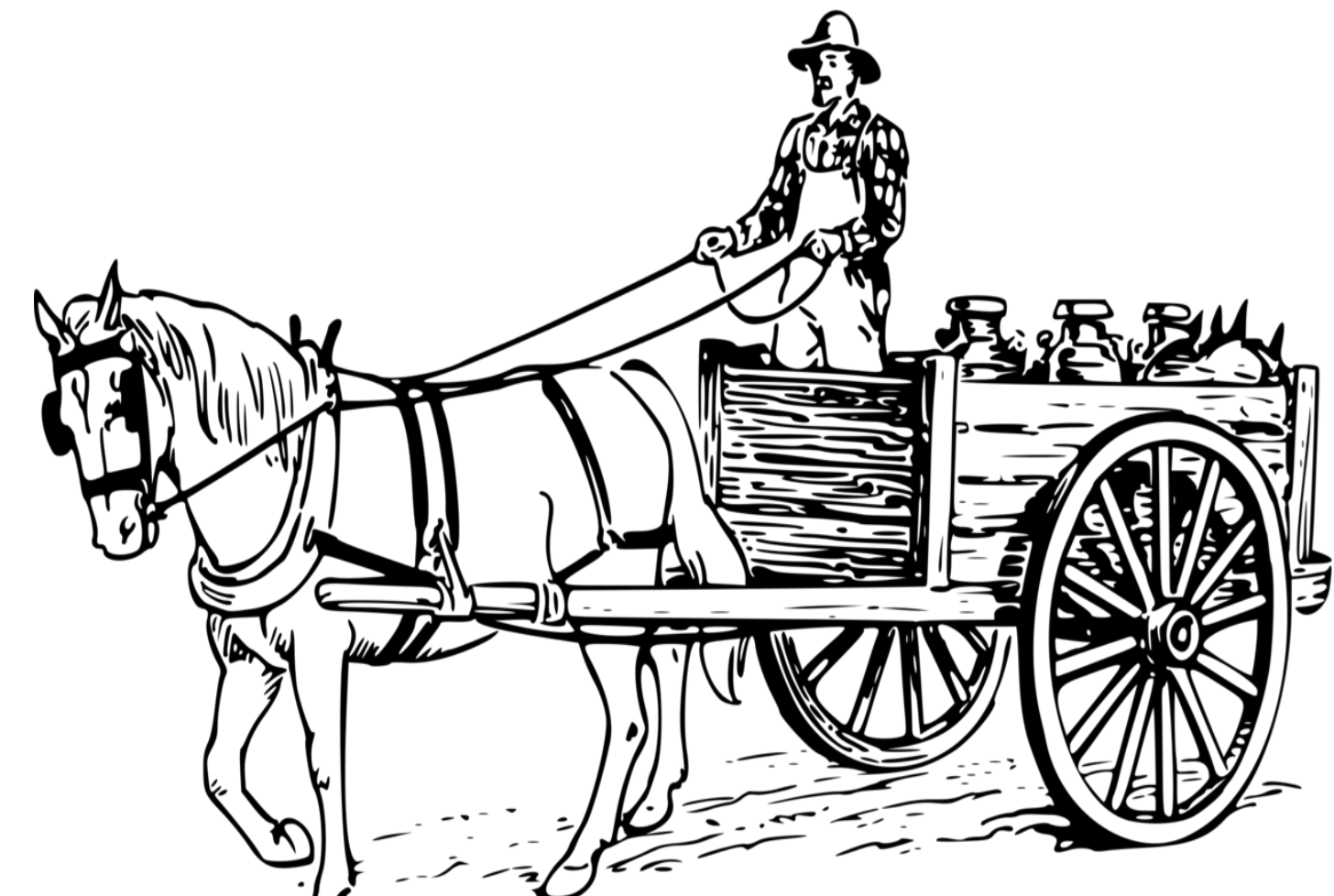


ЛИДЕРСТВО





ЗАЧЕМ НУЖНЫ ЛИДЕРЫ





# ЧТО ТАКОЕ ИЗМЕНЕНИЕ?

Переход из

через

для достижения

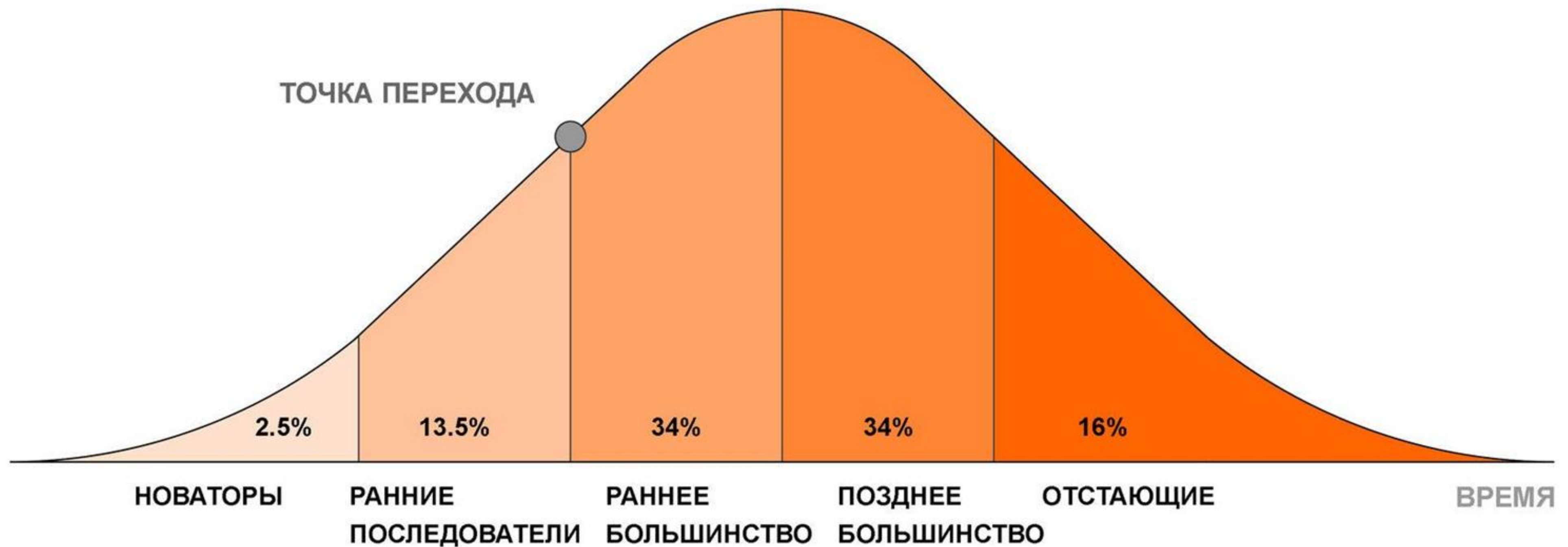
ТЕКУЩЕЕ

ПЕРЕХОДНОЕ

ЦЕЛЕВОЕ



# КРИВАЯ ИННОВАЦИЙ



Диффузная модель распространения инноваций, автор Эверетт Роджерс – теория, которая стремится объяснить, как, почему и с какой скоростью новые идеи распространяются в разных культурах.



# ЭНЕРГИЯ НА ПРИВЫЧНОЕ И НОВОЕ

НОВОЕ – 9N



1N – ПРИВЫЧНОЕ



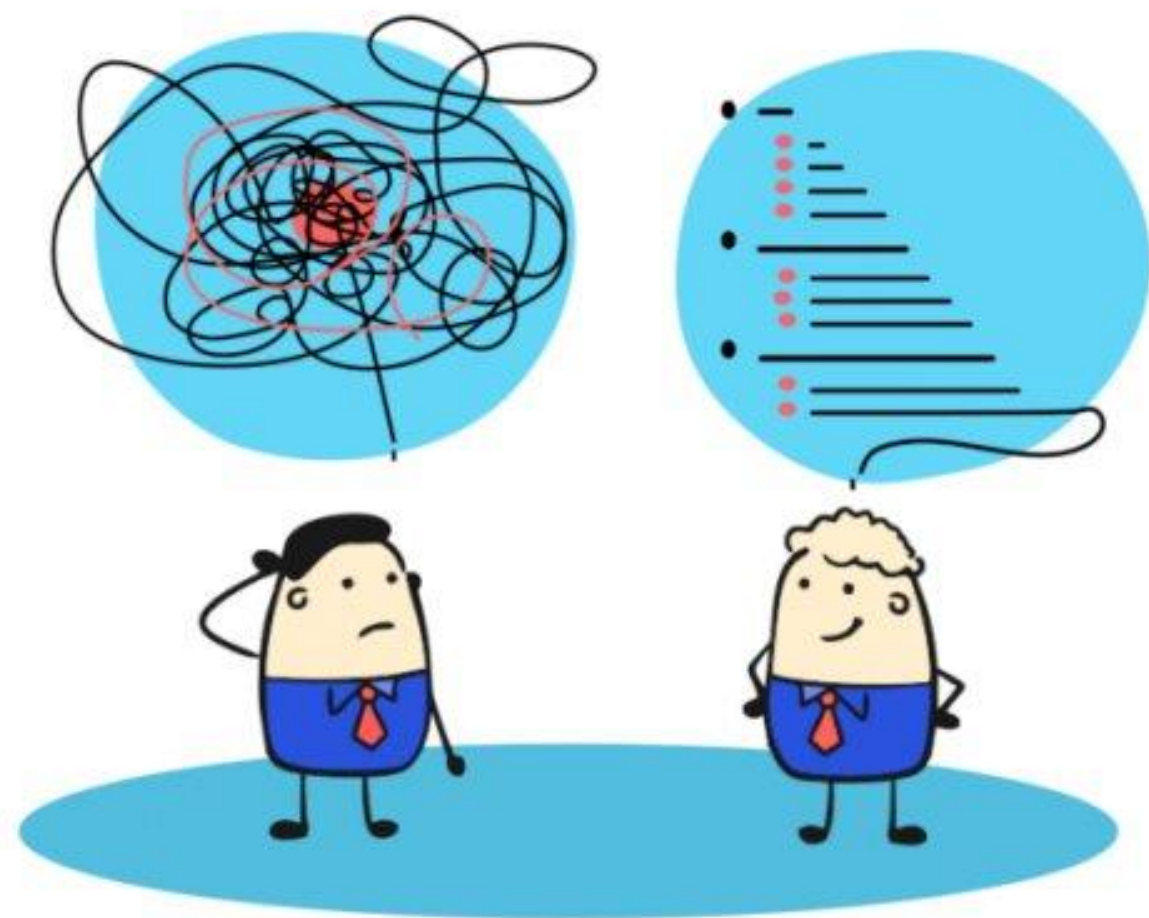
ЧТО ТАКОЕ КОНФЛИКТ



# КОНФЛИКТ

эмоциональное **напряжение**,  
возникающее в ответ на  
**ущемление** интересов,  
потребностей и целей .  
Интересы , потребности и  
цели могут приписываться  
другой стороной





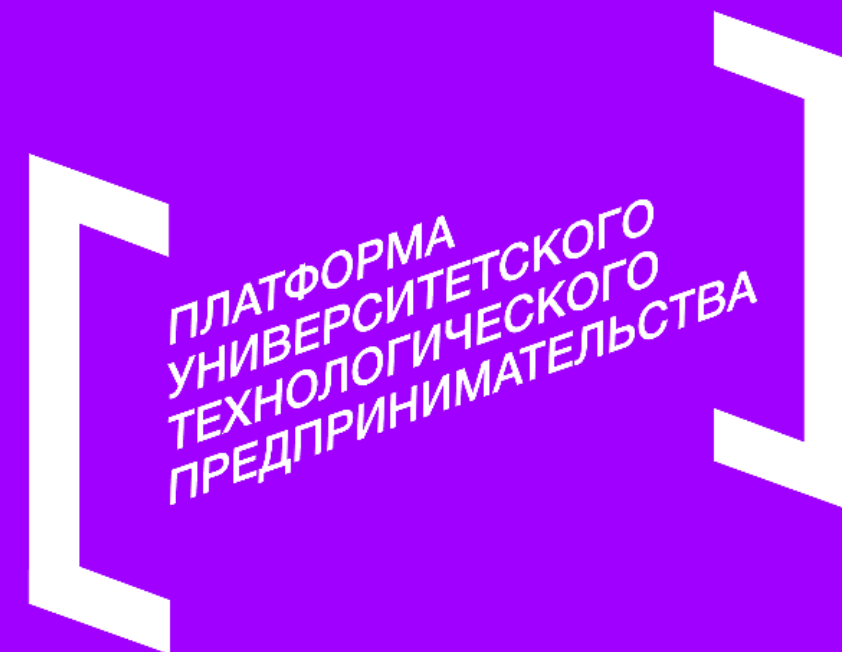
КОНФЛИКТ  
СТИЛЕЙ

|                          |                     | ПРИОРИТЕТЫ                            |   |            |       |
|--------------------------|---------------------|---------------------------------------|---|------------|-------|
|                          |                     | ориентация на процесс                 | ориентация на результаты                |            |       |
| ПРОЦЕСС ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ | неструктурированный | <div>I</div> <div>ИНТЕГРАТОР</div>    | <div>E</div> <div>ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ</div> | глобальный | Фокус |
|                          | структурированный   | <div>A</div> <div>АДМИНИСТРАТОР</div> | <div>P</div> <div>ПРОИЗВОДИТЕЛЬ</div>   | локальный  |       |
|                          |                     | медленно                              | быстро                                  |            |       |
|                          |                     | СКОРОСТЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ             |   |            |       |

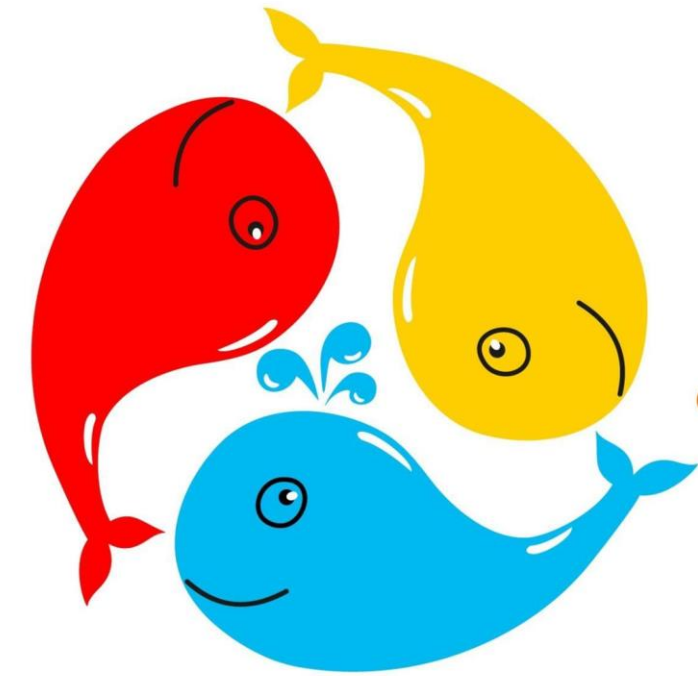


## ТАКТ 2

Как презентовать себя инвесторам,  
корпорациям, партнерам.  
Публичные выступления.  
Как держать себя на сцене.  
Ораторское искусство”

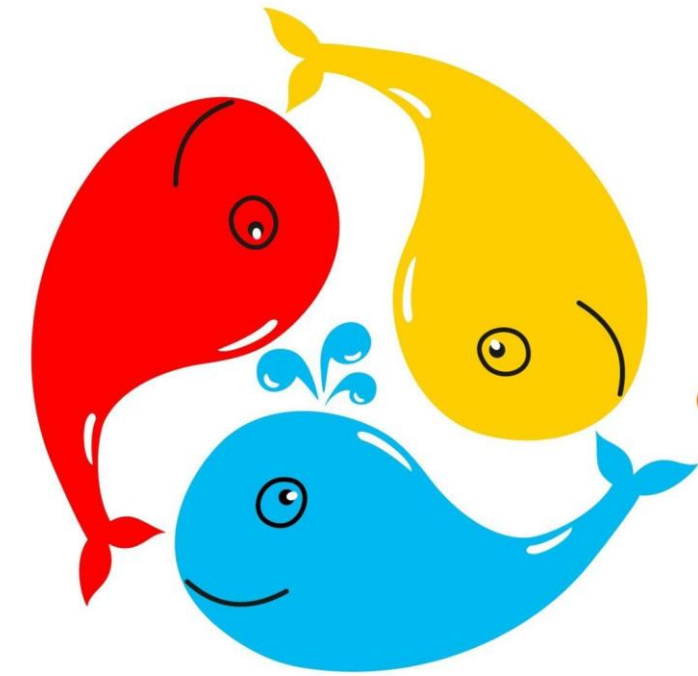


## ТРИ КИТА ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА





1. ИДЕЯ ПРОЕКТА
2. СТРУКТУРА
3. РЕЧЬ , КОНТАКТ, СОСТОЯНИЕ



В ЧЕМ ИДЕЯ ВАШЕГО ПРОЕКТА ?



## ЗАДАНИЕ 1

ИЗОБРАЗИТЕ НА ЛИСТЕ А 4 ИДЕЮ ПРОЕКТА БЕЗ СЛОВ.

# КАК РАСКРЫТЬ ИДЕЮ ПРОЕКТА

Хорошее описание должно доносить суть, быть кратким, понятным и конкретным, вызывать нужные эмоции. Давайте разберемся с принципами описания идеи.

Содержание доносит суть идеи. Нет необходимости придерживаться каких-то шаблонов в описании идеи, но нужно, чтобы оно быстро доносило её суть. Описание должно помочь человеку (потенциальному клиенту) быстро понять, нужно это ему или нет, хочет он это или нет.



## ЧЕК ЛИСТ ПРОВЕРКИ КАЧЕСТВА ИДЕИ

### Суть идеи:

- Есть описание того, что именно предлагаете.
- Описаны выгоды.
- Описано, как воспользоваться или купить.

### Краткость и понятность:

- В описании идеи нет лишних деталей, только важное.
- Не содержит сложные, специальные термины или профессиональный жаргон.

### Важные дополнения:

- Объясняется потребность потенциального клиента.
- Содержит важные условия покупки или использования, например, цену.

### Усиливающее:

- Есть что-то, что будет стимулировать нужные эмоции.
- Содержит что-то уникальное.
- Есть визуальная демонстрация сути идеи или продукта.

# ПРИМЕР



Где самые свежие и вкусные овощи и фрукты по лучшим ценам? На оптовой овощной базе! Но ехать туда — это целое мероприятие, а времени нет. Как быть? Мы доставим Вам самые свежие фрукты и овощи по лучшим ценам на дом или на работу. Для этого нужно сделать заказ на нашем сайте, как в обычном интернет магазине, собрав заказ на сумму не менее 5000р. Мы привезем Вам разных овощей и фруктов, и вы сможете уже дома выбрать те, которые вам больше подходят по вкусу.

1. Что предлагаете

2. Выгоды

3. Как  
Воспользоваться или  
купить



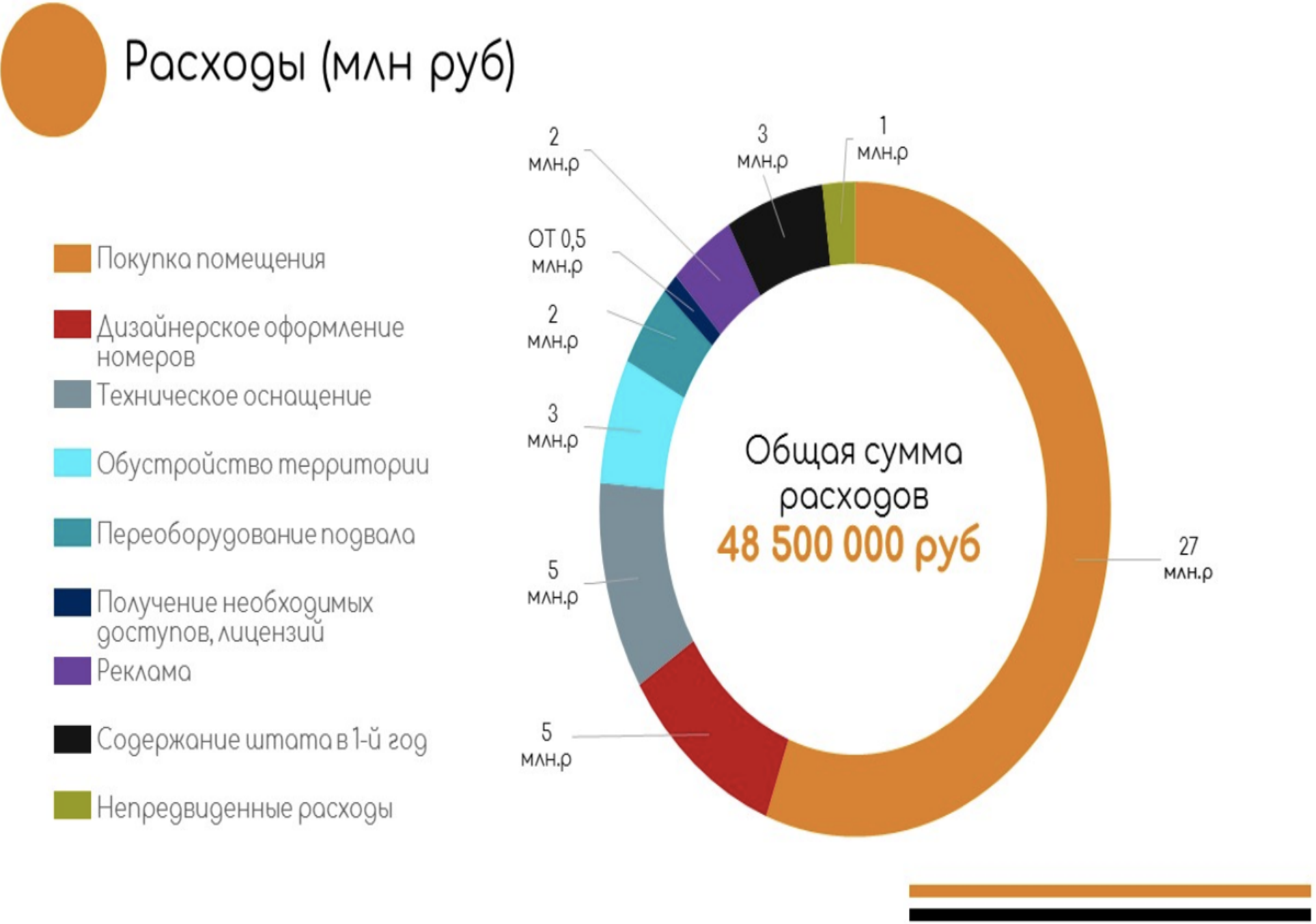
# СТРУКТУРА ПРЕЗЕНТАЦИИ

ЧТО ВОЛНУЕТ ИНВЕСТОРОВ, ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ПАРТНЕРОВ ?



# СПИСОК ВОПРОСОВ

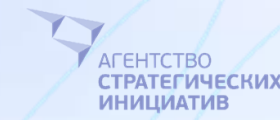
1. ЧТО ПРЕДЛАГАЕШЬ?
2. В ЧЕМ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ ИДЕЯ?
3. ЧТО ЕСТЬ СЕЙЧАС?
4. ЕСТЬ ЛИ СПРОС ?
5. КТО КОНКУРЕНТЫ
6. НА ЧТО НУЖНЫ ДЕНЬГИ?
7. КАКИЕ РИСКИ?
8. КАКИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ?



|                         | Uala                       | Treatwell   | salonist.it | Beautex |
|-------------------------|----------------------------|---|-------------|---------|
| Дата основания          | 2015                       | 2016  | 2019        | -       |
| Оборот в 2017 году*     | 355,651                    | 195,874   | -           | -       |
| Оборот в 2018 году*     | 841,167                    | 215,175   | -           | -       |
| Рост оборота 2019/2018  | 136.5% ↑                   | 9.9% ↑  | -           | -       |
| Покрытие в Италии       | Хорошо                     | Слабо   | Хорошо      | -       |
| Приложение              | ✓                          | ✓   | ✗           | ✓       |
| Трафик сайта в месяц**  | 142 256                    | 288 483   | нету данных | ✓       |
| Дизайн приложения       | Хорошо                     | Хорошо  | -           | Хорошо  |
| Букинг онлайн           | ✓                          | ✓   | ✓           | ✓       |
| Напоминания о букинге   | ✓                          | ✓   | ✓           | ✓       |
| Чат с салоном           | ✗                          | ✗   | ✗           | ✓       |
| Доска объявлений        | ✗                          | ✗   | ✗           | ✓       |
| Мастер-классы онлайн    | ✗                          | ✗   | ✗           | ✓       |
| Интернет-магазин        | ✗                          | ✗   | ✗           | ✓       |
| Последние инвестиции    | 2019, 15 млн.евро, Раунд А | 2015, 26 млн.евро, частный капитал  | -           | -       |
| Работа в других странах | Испания, Франция           | Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Ирландия, Испания, Литва, Нидерланды, Франция | Нет         | -       |



# СПИСОК ВОПРОСОВ



20.35  
УНИВЕРСИТЕТ

ПЛАТФОРМА НТИ



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ  
И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ



интенсив  
**Архипелаг  
2121**

## ЗАДАНИЕ

Ответьте на вопросы и приготовьтесь представить проект

1. ЗНАЕТ ПРОЕКТ
2. МОЖЕТ ДОНЕСТИ ИДЕЮ
3. УВЛЕЧЕН ЭТОЙ ИДЕЕЙ
4. НЕ БОИТСЯ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ
5. УВЕРЕН
6. ГОТОВ К СОТРУДНИЧЕСТВУ



# ВЫСТУПЛЕНИЕ

ЭТО СТРАШНО

ЭТО ОЧЕНЬ СТРАШНО

ЭТО ВСЕГДА СТРАШНО

ГОЛОС

ТЕМБР  
ГРОМКОСТЬ  
ЭНЕРГЕТИКА



# ГОЛОС И РЕЧЬ

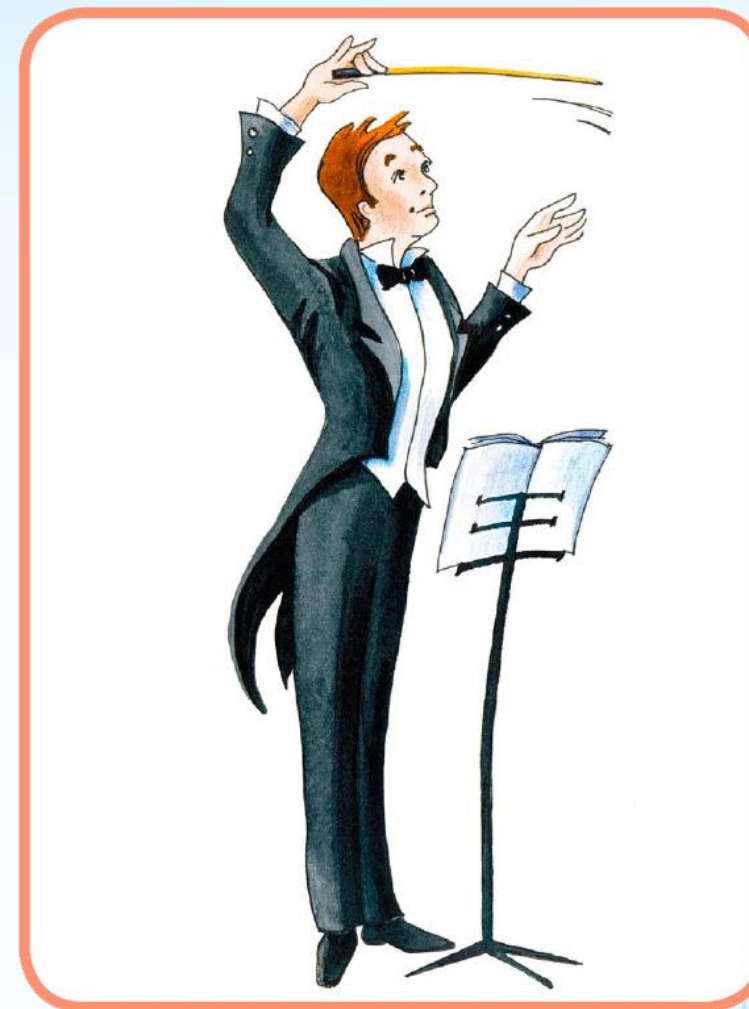
## ЭНЕРГЕТИКА РЕЧИ КАК УПРАВЛЯТЬ

**Высокая энергетика** - убедить , вовлечь , передать эмоции

**Средняя энергетика** – информационное взаимодействие с аудиторией, факты , цифры, логические взаимосвязи

**Низкая энергетика** – погрузить в спокойное медитативное состояние , во внутренний мир слушателя

# УПРАЖНЕНИЕ “ДИРИЖЕР”



1. ПОДГОТОВИТЬ ПРЕЗЕНТАЦИЮ
2. ОТРЕПЕТИРОВАТЬ "РЕЧЬ"
3. НАПИСАТЬ ВОПРОСЫ , КОТОРЫЕ МОЖЕТ ЗАДАТЬ КОМИССИЯ
4. ЗАПИСАТЬ НА ДИКТОФОН, ПОСЛУШАТЬ, ДАТЬ ПОСЛУШАТЬ КОМАНДЕ.
5. НА ПРЕЗЕНТАЦИИ НЕ ЧИТАТЬ СЛАЙДЫ



## 3 главных вывода

# Команда

Ключевые члены вашей команды (CEO, СТО и СМО), опыт и компетенции;

**ФИО**

Роль в команде, функционал

**ФИО**

Роль в команде, функционал

**ФИО**

Роль в команде, функционал

**ФИО**

Роль в команде, функционал

Спасибо за  
внимание!

