



**USAID**  
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



**МОДУЛЬ 4**

# Структура презентації рішення

## КЛЮЧОВЕ ПРАВИЛО

**tell what you want to tell  
them ①, then tell them ②,  
and then tell them what  
you just told them ③**

класичні консалтингові / кейс-презентації  
мають схожу структуру

- 1. executive summary (резюме)**
- 2. основна частина (аналіз, ідея, розбиті на логічні блоки)**
- 3. exit summary (висновок)**
- 4. додатки**

класичні консалтингові / кейс-презентації  
мають схожу структуру

- 1. executive summary (резюме)**
2. основна частина (аналіз, ідея, розбиті на логічні блоки)
3. exit summary (висновок)
4. додатки

## 1. executive summary

**це коротке резюме всієї  
вашої презентації**

потрібно, щоб отут читат зрозумів  
все, що буде детально пояснено...

...у всій іншій  
презентації

# 1. executive summary

**читач / слухач має з  
одного слайду зрозуміти  
суть вашого рішення**

ідеї

дослідження

...

# 1. ЯК ВИГЛЯДАЄ *executive summary* РІШЕНЬ КЕЙСІВ

- 1. суть проблеми / запиту, які ви вирішуєте і чому вона важлива**
- 2. короткий опис вашого рішення**
- 3. що потрібно, щоб втілити ваше рішення**
- 4. ефект, який воно принесе**

# РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ ПРИНОСИТИМЕ **\$1.8M** ЩОРІЧНО ЗА РАХУНОК УСУНЕННЯ ПРИЧИН ПОШКОДЖЕНЬ КУРЕЙ

ЦІЛЬ

Знизити відсоток дефектів курей перед процесом забою

ІНСТРУМЕНТ

NFC-сканери для аналізу пошкоджень

**\$35k**

ВИТРАТИ НА РЕАЛІЗАЦІЮ\*

**\$1.8M**

ОЧІКУВАНІ ДОХОДИ

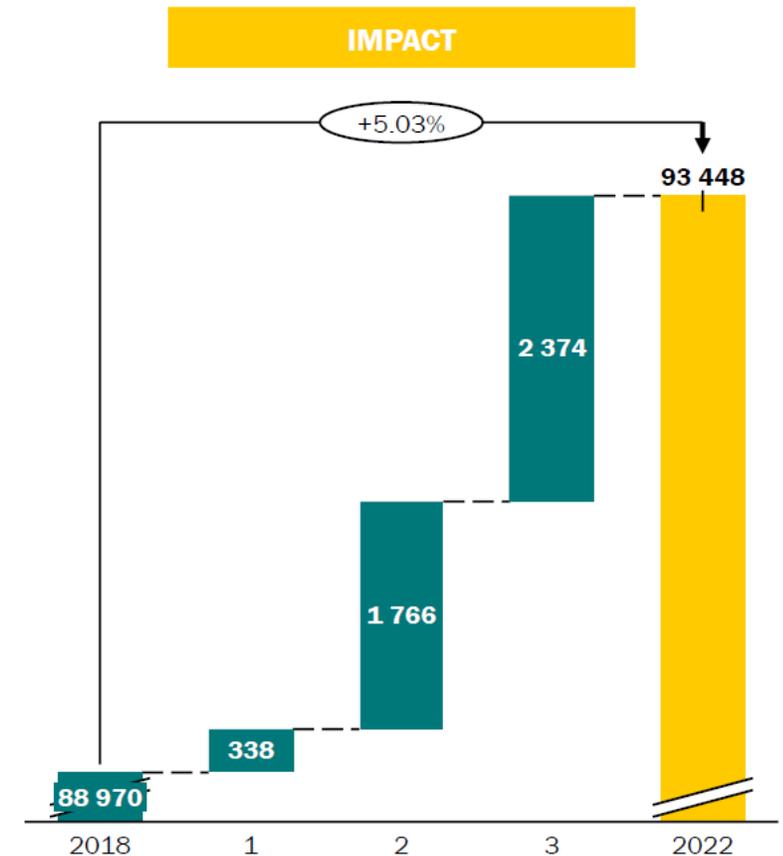
# Executive summary

- **Серед товарів ми пропонуємо:** додатки до чаю, спеції, трава для тваринок та загадкові килимки
- Завдяки **збільшенню асортименту товару**, зростуть і продажі. Також, залучатимуться нові покупці різних сегментів
- Послуги будуть у вигляді **підписки та колекціонування кулінарних порад** через особистий кабінет, що **забезпечить стабільність доходу та утримання покупців**
- **Найменші зміни виробничих процесів** (стосовно особливостей насіння) та короткий час введення у продаж. Можливість замовляти необхідне насіння у одного постачальника
- **Grow-Some матиме можливість зайняти більшу нішу на вітчизняному ринку мікрогрину**

# TO SECURE A 5% REVENUE GROWTH IN EUROPE BY 2022 CARLSBERG SHOULD GO DIGITAL, HEALTHY AND FIND A NEW PLACE

SCQA SCHEME

SITUATION	COMPLICATION	RECOMMENDATION
<ol style="list-style-type: none"> <li>There are two segments in the market: off- and on-trade, with on-trade accounting for 2/3 of the value and offering a more customized experience</li> <li>Beer market in Western Europe is already significantly saturated and people are moving towards healthy trends and beverages</li> <li>Local brands are bringing the greatest value to companies, crafted beers are growing with a rapid rate</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Both channels are lacking digitalization of their activities to reach the whole potential of the market</li> <li>There is little or no volume growth in the Western European market in mainstream beer categories</li> <li>Companies should find new channels to distribute crafted beers in greater volume</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Create a 'Carlsberg Club' – a mobile app for beer drinkers</li> <li>Develop a new distribution channel for on-trade sales of Alcoholic Free Brew (AFB)</li> <li>Sell customized "Crafted by" beer to companies</li> </ol>



а як не ОК?

**не ОК, коли  
executive summary**

**немає**

а як не ок?

**не ок, коли**  
**executive summary**  
**занадто довге**

класичні консалтингові / кейс-презентації  
мають схожу структуру

1. executive summary (резюме)
- 2. основна частина (аналіз, ідея,  
розбиті на логічні блоки)**
3. exit summary (висновок)
4. додатки

## 2. ОСНОВНА ЧАСТИНА

**ТУТ ВАМ ПОТРІБНО  
РОЗПОВІСТИ ВСЕ, ЩО ВІД  
ВАС ОЧІКУЮТЬ В ЛОГІЧНІЙ  
ПОСЛІДОВНОСТІ**

## 2. структура презентації ідеї (поради Шевчука)

1. ринок
2. проблема (продукт, клієнти, конкуренти)
3. інсайт (супер факт, який виявили в аналізі)
4. рішення (big idea)
5. докази, чому це спрацює
6. в чому вигода?
7. план дій
8. висновки

## 2. структура презентації ідеї (поради Шевчука)

- 1. тренди ринку в майбутньому**
- 2. поточний стан ринку (загальні проблеми, цифри)**
- 3. конкуренти (продукт, ціна, комунікації, фішки...)**
- 4. ваш продукт (те саме, що вище)**
- 5. клієнти (портрет, потреби, болі)**
- 6. підсумок поточного стану**
- 7. рішення**

## 2. структура презентації рішень **для школи**

- 1. яка проблема, чому вона нагальна, що буде якщо її не вирішити...**
- 2. як цю проблему вирішували, як воно по-іншому працює в інших школах...**
- 3. що ви конкретно пропонуєте зробити (після цього блока в мене в голові має чітко намалюватися картинка вашого проєкту)**
- 4. який результат воно принесе, що стане краще, хто отримує користь, чому школа від цього виграє...**
- 5. що потрібно зробити, щоб реалізувати проєкт (люди, час, гроші)**

## ПРОБЛЕМА

### ПРОЦЕС ПЕРЕВІРКИ ЖИВИХ КУРЕЙ Є НЕ АВТОМАТИЗОВАНИМ



**Мала вибірка** для можливості аналізувати всю партію



**Ручне введення даних**, що не використовуються для повноцінного моніторингу



Вплив **людського фактору** на результати перевірок

3

**В чому суть проблеми?**

## МОЖЛИВІ ІНСТРУМЕНТИ

### ТЕПЛОВІ СКАНЕРИ Є НЕЕФЕКТИВНИМИ НА ПОЧАТКОВОМУ ЕТАПІ ПЕРЕРОБКИ

Моніторинг в пташнику

**Моніторинг живих птахів**

Моніторинг тушки

Пір'я перешкоджає тепловому сканеру



4

**яке може бути рішення і чому воно не працює?**

ПРОПОНОВАНЕ РІШЕННЯ

ЕФЕКТИВНИМ ІНСТРУМЕНТОМ ДЛЯ БЕЗКОНТАКТНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПОШКОДЖЕНЬ Є **NFC-СКАНЕР**

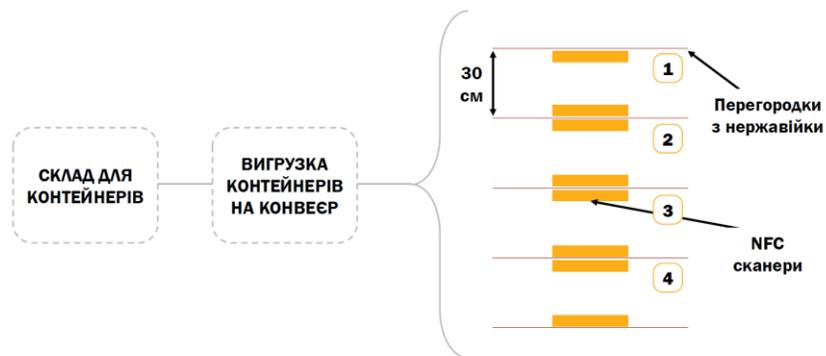


5

яке може бути рішення і чому воно працює?

ПРОПОНОВАНЕ РІШЕННЯ

NFC-СКАНЕРИ БУДУТЬ ВСТАНОВЛЕНІ НА СТРІЧКОВИЙ КОНВЕЄР ПІСЛЯ ВИГРУЗКИ КУРЕЙ З КОНТЕЙНЕРІВ

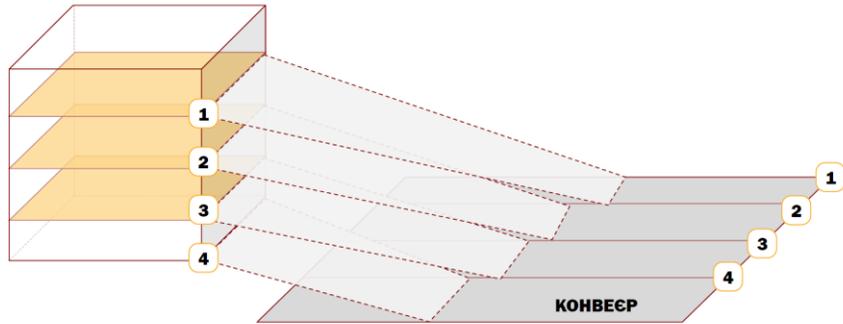


6

як буде працювати рішення?

ПРОПОНОВАНЕ РІШЕННЯ

ДЛЯ ФІКСУВАННЯ **ВИКЛЮЧНО ДОЗАБІЙНИХ** ПОШКОДЖЕНЬ БУДЕ ЗАСТОСОВАНИЙ **БЕРЕЖЛИВИЙ МЕХАНІЗМ** ВИВАНТАЖЕННЯ



7

ще трохи про те як  
буде працювати  
рішення?

ПРОПОНОВАНЕ РІШЕННЯ

ДЛЯ ТОГО, ЩОБ ВИЗНАЧИТИ ВИД ДЕФЕКТУ, БУДЕ ПРОВЕДЕНО **СТАТИСТИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ**

- |   |   |             |                       |
|---|---|-------------|-----------------------|
| 1 | Формування репрезентативної та мультиваріативної <b>вибірки</b> (10 000 голів)  | 120 - 550*  | Нормальний стан       |
| 2 | Якісна перевірка вибірки <b>трьома</b> експертами за суворо стандартизованими критеріями                                | 650 - 1000  | Механічні пошкодження |
| 3 | Аналіз вибірки за допомогою NFC-модуля та формування <b>стандартів</b> щодо рівня вмісту аміаку при визначених дефектах | 1200 - 1500 | Вірусні захворювання  |

Джерело: [https://www.mybirds.ru/health/medic/analiz\\_krovi\\_pticy.php](https://www.mybirds.ru/health/medic/analiz_krovi_pticy.php)

\* ммоль/л

8

що потрібно, щоб  
рішення було  
ефективним?

## НЕОБХІДНІ РЕСУРСИ

### ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЕКТУ НЕОБХІДНІ ФІНАНСОВІ, ЛЮДСЬКІ ТА МАТЕРІАЛЬНІ РЕСУРСИ

#### \$ Фінанси

- Статистичне дослідження \$ 17 600
- IT-розробка \$ 15 000
- Механізм вивантаження \$ 6 000
- NFC модулі \$ 1 600

\$ 35 200

#### Люди

- Статистичне дослідження 3 ветеринари  
2 молодших спеціалісти
- Технічна розробка рішення 3 інженери
- Встановлення технології 5 технічних спеціалісти

13 спеціалістів

#### Матеріали

- Статистичне дослідження 20 м<sup>2</sup> нержавіючої сталі товщиною 3 мм
- Механізм вивантаження 100 м<sup>2</sup> нержавіючої сталі товщиною 3 мм

2,4 т сталі

9

# які ресурси потрібні?

## ПЛАН РЕАЛІЗАЦІЇ

### РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ ТРИВАТИМЕ ЧОТИРИ МІСЯЦІ ТА БУДЕ СКЛАДАТИСЯ З ТРЬОХ ЕТАПІВ



10

# як все буде реалізовуватися?

а як не ок?

**не ок, коли**  
**все хаотично**

а як не ОК?

**не ОК, коли**

**немає послідовної історії**

## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

- 1. ми хочемо зробити таку то лінійку, яка буде відповідати таким то потребам споживачів**
2. тренди в харчуванні / споживанні на ринку такі то
3. людям вже не цікаво купляти те, що раніше; вони хочуть це і це
4. на ринку хліба це і це може бути відображене так
5. і на ринку немає конкурентів, які б таке робили



## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

- 2. тренди в харчуванні / споживанні на ринку такі то**
3. людям вже не цікаво купляти те, що раніше; вони хочуть це і це
4. на ринку хліба це і це може бути відображене так
5. і на ринку немає конкурентів, які б таке робили
6. тому наша нова лінійка хліба буде полягати в цьому (детальний опис всіх характеристик, які відповідають



## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

- 3. людям вже не цікаво купляти те, що раніше; вони хочуть це і це**
4. на ринку хліба це і це може бути відображене так
5. і на ринку немає конкурентів, які б таке робили
6. тому наша нова лінійка хліба буде полягати в цьому (детальний опис всіх характеристик, які відповідають трендам ринку і болям споживачів)
7. ми її назвемо так то, бо саме ця назва



## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

- 4. на ринку хліба це і це може бути відображене так**
5. і на ринку немає конкурентів, які б таке робили
6. тому наша нова лінійка хліба буде полягати в цьому (детальний опис всіх характеристик, які відповідають трендам ринку і болям споживачів)
7. ми її назвемо так то, бо саме ця назва буде втілювати в себе всю суть нової лінійки



## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**5. і на ринку немає конкурентів, які б таке робили**

6. тому наша нова лінійка хліба буде полягати в цьому (детальний опис всіх характеристик, які відповідають трендам ринку і болям споживачів)

7. ми її назвемо так то, бо саме ця назва буде втілювати в себе всю суть нової лінійки

8. особливості дизайну будуть такі то

9. враховуючи особливості зумерів.



## як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

- 6. тому наша нова лінійка хліба буде полягати в цьому (детальний опис всіх характеристик, які відповідають трендам ринку і болям споживачів)**
7. ми її назвемо так то, бо саме ця назва буде втілювати в себе всю суть нової лінійки
8. особливості дизайну будуть такі то
9. враховуючи особливості зумерів, продавати ми її будемо через такі канали...



як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**7. ми її назвемо так то, бо саме ця назва буде втілювати в себе всю суть нової лінійки**

8. особливості дизайну будуть такі то

9. враховуючи особливості зумерів, продавати ми її будемо через такі канали...

10....а просувати будемо так то

11. щоб запустити лінійку потрібно зробити це і воно буде коштувати стільки то



як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**8. особливості дизайну будуть такі то**

9. враховуючи особливості зумерів,  
продавати ми її будемо через такі  
канали...

10....а просувати будемо так то

11. щоб запустити лінійку потрібно зробити  
це і воно буде коштувати стільки то



як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**9. враховуючи особливості зумерів,  
продавати ми її будемо через такі  
канали...**

10....а просувати будемо так то

11. щоб запустити лінійку потрібно зробити  
це і воно буде коштувати стільки то



як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**10....а просувати будемо так то**

11. щоб запустити лінійку потрібно зробити  
це і воно буде коштувати стільки то



як би я робив у кейсі від **Хлібпрому**

**11.** щоб запустити лінійку потрібно зробити це і воно буде коштувати стільки то



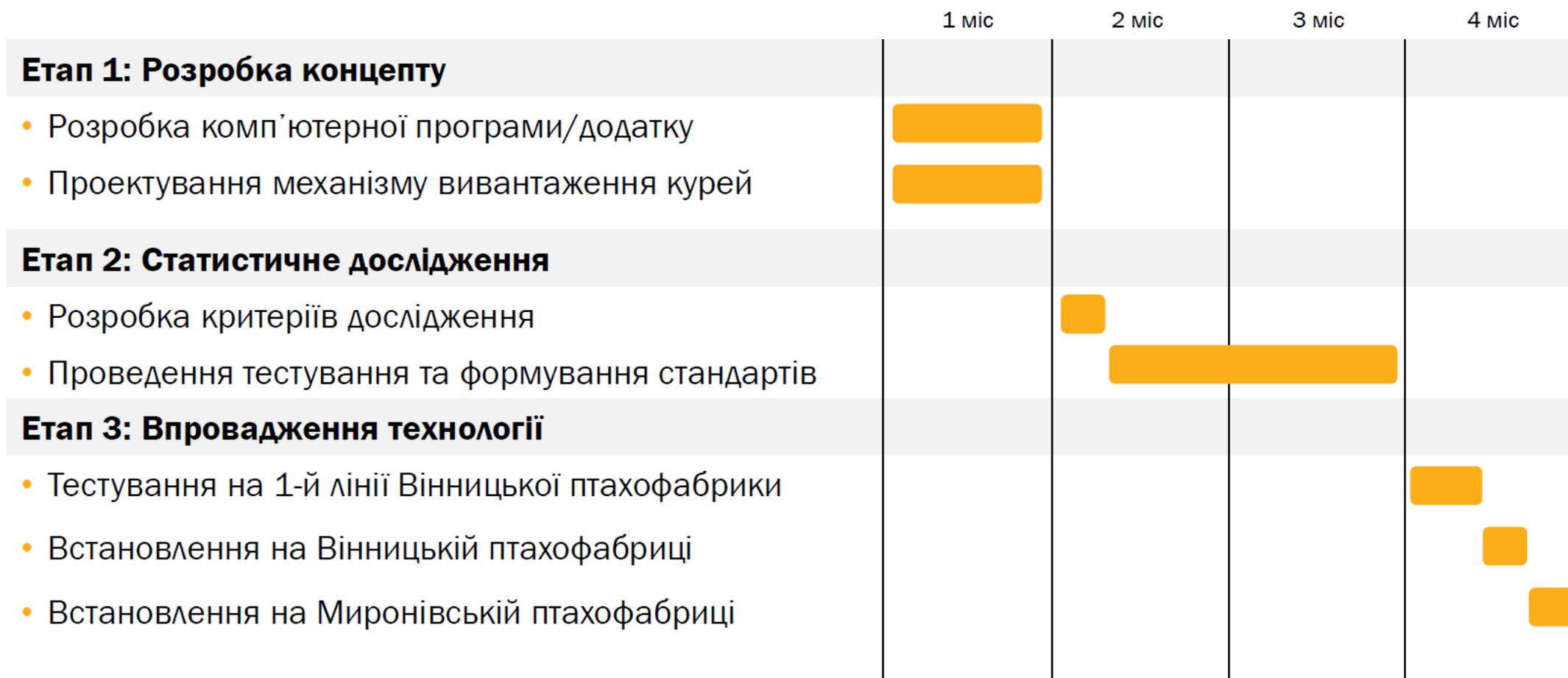
# класичні консалтингові / кейс-презентації мають схожу структуру

1. **executive summary** (резюме)
2. основна частина (аналіз, ідея, розбиті на логічні блоки)
3. **exit summary** (висновок)
4. додатки

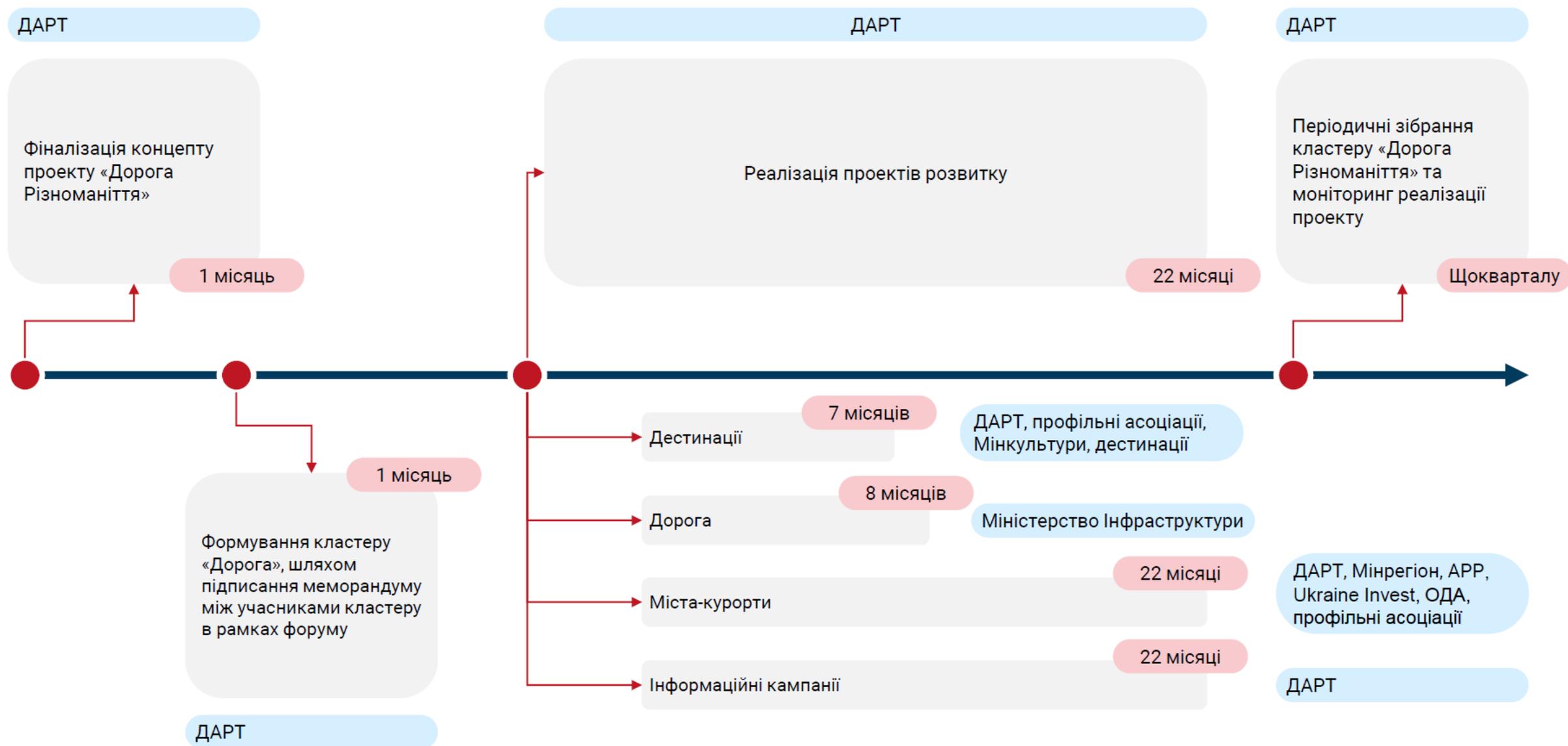
### 3. В кінці презентації

- 1. короткий підсумок презентації (фактично дублювання executive summary)**
- 2. рекомендації щодо наступних кроків / відповідь на питання «що робити з презентацією»**

# РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ ТРИВАТИМЕ **ЧОТИРИ МІСЯЦІ** ТА БУДЕ СКЛАДАТИСЯ З **ТРЬОХ ЕТАПІВ**



# Дорожня карта проекту Дороги Різноманіття



### 3. в кінці презентації

**останні слайди в презентації  
мають поставити останній  
штрих в картинці, яку ви  
малюєте для читача**

### 3. в кінці презентації

**після останнього слайду читач повинен сказати «вау, мені все зрозуміло; пішов робити все те, що ви мені наговорили»**

3. в кінці презентації

**ЯКЩО В ЧИТАЧА ЗАЛИШАЄТЬСЯ  
ПИТАННЯ «І ЩО?», ЗНАЧИТЬ ВИ НЕ  
ДУЖЕ ДОБРЕ ЗРОБИЛИ СВОЮ  
РОБОТУ**

### 3. в кінці презентації

- **ще раз перегляньте сторілайн**
- **зробіть кожен слайд зрозумілим**
- **додайте в кінці презентації слайди, які остаточно сформулюють картинку в голові читача**

# класичні консалтингові / кейс-презентації мають схожу структуру

1. **executive summary** (резюме)
2. **основна частина** (аналіз, ідея, розбиті на логічні блоки)
3. **exit summary** (висновок)
4. **додатки**

## 4. ДОДАТКИ

**«не дуже потрібно, але  
шкода викидати»**

## 4. ДОДАТКИ

- 1. відображення деталей, які недоречно розповідати під час самої презентації (адже час обмежений)**
- 2. підтвердження фактів, які можуть потребувати додаткового пояснення**

## 4. ДОДАТКИ

- **додатки потрібно оформлювати так, щоб потім легко в них орієнтуватися; в іншому випадку, вони не несуть ніякої цінності для презентації**

1

2

3

4

5

6

7

8

9

# Додатки

1. Інвестиційний паспорт проекту
2. Кейс-стаді: Туристичні дороги у світі
3. Дестинації Дороги Різноманіття
4. Сезонність туристичних потоків та маршрути для різних сезонів
5. Кейс-стаді: Фінансування розвитку дестинацій
6. Кейс-стаді: Підготовка інфраструктури для запуску міста-курорту
7. Кейс-стаді: Міста-курорти
8. Карта стейкхолдерів

## Кейс-стаді: Туристичні дороги у світі

Світова практика показує, що туристичні дороги виступають важливими дестинаціями для відвідування та наявні в багатьох країнах світу



### Ісландія: Кільцева дорога (Ring Road / Route 1)

#### Історія створення

Кільцева дорога або ж Маршрут 1 є основною дорогою, що огинає весь острів Ісландія. Маршрут 1 був створений у 1974 році з будівництвом мостів через ліси Скейдарарсандур. Роботи із значної частини асфальтного покриття почалися в 1978 році. Ісландська дорожня асоціація зробила три окремі значні уголки, щоб зробити весь Маршрут 1 асфальтованим. Перша частина була завершена між Рейк'явіком і Акуреїрі в 1994 році, а наступний проєкт – від Рейк'явіка до Хеймунґорафді в 2001 році.

Останній великий проєкт був завершений між містами Акуреїрі і Егілстадуром у 2009 році. З тих пір, менші частини маршруту повільно оновлювали з гравіїних доріг до асфальтованих.

#### Поточний стан

Дорога довжиною популярна серед мандрівників, оскільки вони можуть об'їздити весь острів. Певші ділянки кільцевої дороги були трайлінові. З моменту завершення Маршруту 1 спостерігається постійний ріст трафіку, а також зростає кількість туристів, які прибувають до Ісландії.

Середній трафік, зафіксований вздовж кільцевої дороги, арієє 37 000 транспортних засобів на день у 2005 році до понад 90 000 транспортних засобів на день у 2019 році. Рух на Маршруті 1 також піддається значним коливанням взимку та влітку, причому влітку рух часто є більш інтенсивним влітку. Це пов'язано з зменшенням потоком туристичного та сільськогосподарського транспорту, а також через меншу прохідність або навіть закриття доріг у зимовий період.

#### Туристичні місця

Блакитна лагуна поблизу Рейк'явіка, водоспад Гулфосс, район геїзарів Гелсір, водоспад Селлієндрфосс, корній поляк Рейк'яфірар та інші.



# Додатки

1. Інвестиційний паспорт проєкту
2. Кейс-стаді: Туристичні дороги у світі
3. Дестинації Дороги Різноманіття
4. Сезонність туристичних потоків та маршрути для різних сезонів
5. Кейс-стаді: Фінансування розвитку дестинацій
6. Кейс-стаді: Підготовка інфраструктури для запуску міста-курорту
7. Кейс-стаді: Міста-курорти
8. Карта стейкхолдерів

He OK

$$L \left( \frac{4K(1+K)}{P_{\text{ve}}} \right) P_{\text{ve}}$$

$$21 = (A + \eta)^2 + \kappa^2 \text{ and}$$

He OK



**дуже ок**

- 1. ідея топ**
- 2. проблему вирішує**
- 3. зрозуміло, що робити далі**