

РОЗДІЛ 15

ПРЕЗЕНТАЦІЯ СТАРТАПУ ДЛЯ ІНВЕТОРІВ ТА ВИХІД НА РИНОК

Презентація – це потужний інструмент для продажу ваших ідей, а в окремих випадках дозволяє запускати «з нуля» новий бізнес. Ознайомитися із основними видами презентації, які необхідні для стартапу та як і за допомогою чого створити потужну презентацію ви матимете змогу у даному розділі.

Зміст питань, які висвітлюються:

1. Зміст презентації для стартапу, історія виникнення.
2. Види пітчінгів: твіттер-пітч, Elevator Pitch, презентаційний пітч.
3. Особливості підготовки презентацій

Зміст презентації для стартапу, історія виникнення

Під презентацією стартапу ми розуміємо представлення нашої ідеї. В чому його суть, чому він потрібен і для кого та якій ж перспективи.

Презентація стартапу готується для потенційних інвесторів, партнерів або клієнтів. Коли ви вже розумієте з якою ідеєю ви плануєте працювати, то вам просто необхідно підготувати презентацію. І ви повинні бути готові презентувати свій стартап завжди. Презентація може бути як словесною, так і ілюстрованою, а також комбінована. Тому визначимо про види презентацій, які повинні бути у молодій компанії, і як зробити так, щоб ці презентації точно зацікавили потенційних партнерів, інвесторів та клієнтів.

Презентації в світі стартапів називаються англійським словом «пітч». Цей термін народився на початку-середині ХХ століття.

Термін пішов із кінематографу і означає коротке словесне (іноді візуальне) представлення ідеї кінофільму, своєрідна презентація. Пітч створюється сценаристом або режисером для продюсера чи представника студії з метою отримання фінансування для фільму. Подання, як правило, проводять особисто, хоча іноді вони можуть відбуватися по телефону або через відеозапис.

Хороше подання триває від п'яти до десяти хвилин і охоплює передісторію, сюжет і ключові моменти оповіді, короткі описи головних персонажів (часто зі згадуванням імен акторів,

які могли б зіграти роль), чіткі визначення жанру, настрою, вірогідної аудиторії та попереднього бюджету.

Згодом, з появою інтернет-компаній і стартапів, цей термін загравав новими барвами, отримавши нові види і навіть нові техніки. Це поняття почали використовувати ІТ компанії. Суть була проста — за короткий час переконати покупця в тому, що сервіс/продукт кращий за конкурентів і саме його необхідно купити.

Пітч для стартапу — це найважливіше, що може бути на ранніх стадіях. Іноді його ще називають «pitch deck».

Помилково вважається, що пітч — це лише графічна презентація компанії або ідеї. Це помилка, оскільки пітч набагато ширше, ніж звичайна презентація.

Існує ще одне помилкове судження про те, що пітч повинен бути максимально насичений технологічними термінами — це теж не так.

Умовний приклад: «Наша компанія — це уніфікований технологічний алгоритм, який змінить світ шляхом агрегації даних в індустрії штучного інтелекту», — звучить, можливо, красиво, але конкретики тут немає ані для клієнтів, ані для інвесторів.

У стартапах зазвичай працює принцип «простота — запорука успіху». Один з партнерів легендарного стартап-акселератора Y Combinator одного разу пояснює, що пітч має зрозуміти ваша мама. Якщо мама зрозуміла — зрозуміє й інвестор. Приклад мами, звичайно, іронічний, але він має здорове зерно: пітч повинен бути таким, щоб його зрозуміла найбільш далека від специфіки технологій або стартапів людина.

Види пітчінгів

Твіттер-пітч

Це найкоротший вид, який також називають пітч в одне речення. Його суть банальна — вкластися в одне речення, бажано до 10 слів. При цьому, таке речення має пояснити будь-якій людині, що робить стартап і яку проблему він вирішує.

В такому пітчі можна використовувати порівняння. Наприклад, іноді про свій стартап CruiseBe, який допомагає планувати круїзні подорожі, я говорю: «Це як Google Travel, але для круїзів».

Більшість американців відразу ж розуміє, що робить моя компанія, адже приклад Google Travel їм зрозумілий. Можливі варіанти подібних пітчів: «Це Uber для собак», «Це поєднання Amazon і Facebook» і так далі.

Elevator-pitch

Про цей вид говорять найчастіше, коли говорять про стартапи. Наступний різновид пітчів можна дослівно перекласти як «пітч у ліфті». Його коріння сягає в середину 1970-х років, до часів буму розвитку пітчів продавників. Так називають коротку розповідь про себе та свій продукт (послугу, бізнес проект або ідею), яка дозволяє за дуже короткий час (від 20 до 120 секунд) зацікавити і надихнути інвестора, клієнта або партнера.

Термін «Elevator Pitch» народився в США. Підприємці намагалися навмисне «підловити» вічно зайнятих потенційних інвесторів у ліфті. Це — одне із найпоширеніших місць випадкової зустрічі офісних співробітників. Отже, презентація повинна займати стільки ж часу, скільки триває звичайна поїздка в ліфті у висотній офісній будівлі: від 30 секунд до 2 хвилин. В ідеалі — 60 секунд. На практиці часу завжди не вистачає, тому потрібно буде вкластися у 30 секунд.

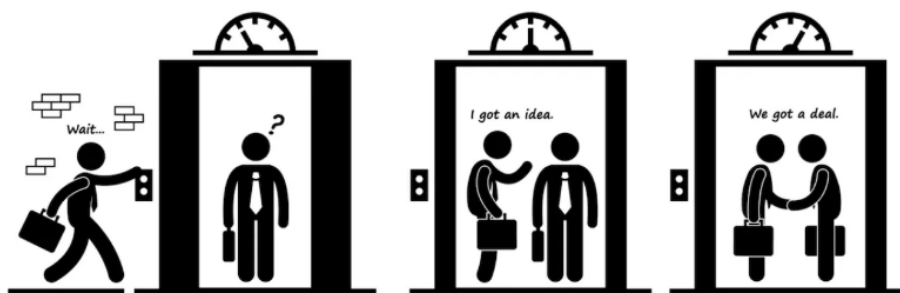


Рисунок 15.1. Elevator Pitch

Одним із яскравих прикладів Elevator Pitch є випадок, що стався із засновниками компанії Google. У далекому 1998 році, тоді ще початківці Сергій Брін і Ларрі Пейдж отримали на розвиток своєї ще неіснуючої компанії 100 тисяч доларів, тому що встигли швидко й переконливо пояснити Енді Бехтольшайму (одному із засновників Sun Microsystems), який запізнився на зустріч, вигоди та переваги Google.

Звичайно, можливі й інші варіанти. Наприклад, якщо ви застрягнете в ліфті з потенційним інвестором — вам справді пощастить, і можете довго розповідати про власні ідеї. Але це малоймовірно. Потрібно пам'ятати, що навіть найвищий бізнес-центр має останній поверх на якому «об'єкт» вийде з ліфту.

Навіщо це потрібно?

Незважаючи на те, що сьогодні складно собі уявити історію, коли після яскравої промови в ліфті, інвестор зможе відразу ж видати необхідну суму, формат Elevator Pitch усе частіше використовується для презентації бізнес-проектів. Потрібно це для того, щоб зрозуміти, наскільки підприємці самі усвідомлюють головні переваги та вигоди свого проекту. Все геніальне — просто, у тому числі й геніальні бізнес-ідеї. Якщо автор здатен видати інформацію, яка цікава інвестору, можна зробити висновок, що він може ясно мислити і правильно діяти. Формат «презентації у ліфті» добре показує зібраність і винахідливість початківця-бізнесмена.

Чим не є Elevator Pitch?

Увага: це не продаж товару! Не потрібно концентруватися під час своєї промови на тому, щоб переконати інвестора, наскільки гарний ваш продукт або послуга. Інвестор «купує» бізнес, а не продукт. Розкажіть йому, як будете керувати бізнесом.

Як приготуватися?

Щоб приготуватися до Elevator Pitch, потрібно спочатку розібратися з ключовими елементами:

1. Ваше ім'я та ваша ключова компетенція. Хто Ви? Яку компанію представляєте? Хто Ваш співрозмовник? Що його хвилює? Які в нього інтереси, потреби? Що може викликати інтерес у Вашого співрозмовника?
2. Що робить Ваш бізнес особливим (відцифрована емоція). Потрібно використовувати слова, які «малюють картинку», порівняння та приклади.
3. В чому вигода об'єкту? Що у Вас за продукт або послуга? Які проблеми вирішує Ваш продукт? У чому його цінність та/або унікальність?
4. Запрошення до продовження спілкування. Що потрібно для реалізації проекту? Дати зрозуміти, що це — унікальний шанс.

Алгоритм створення

Потрібно записати текст на диктофон (тривалість — до 3 хвилин), розшифрувати, записати ще раз, виправити, вивчити. Важливо також попрацювати над дикцією та інтонацією, оскільки говорити доведеться швидше, ніж зазвичай.

Ваш Elevator Pitch має містити:

- «Гачок» (trigger)

Почніть свою промову, «зачепивши» увагу інвестора «гачком». Твердження або питання, яке викличе його інтерес, яке змусить слухати далі.

- Обсяг Elevator Pitch — приблизно 150–250 слів. Ваша промова не повинна тривати довше 60 секунд.

- Захопленість. Інвестори хочуть бачити енергію і переконаність у підприємців.
- Що Ви зрештою хочете? Наприкінці Elevator Pitch Ви повинні щось попросити. Наприклад, візитну картку, щоб домовитися про детальну презентацію, або ж рекомендувати Вас комусь.

Основна ідея Elevator Pitch — заволодіти увагою аудиторії. Проблема полягає в тому, що люди зайняті. Їм так само, як і вам, треба багато чого зробити, і у них також немає часу. Більше того, можете не сумніватися, що люди, які в змозі посприяти вирішенню вашого питання, виявляться найбільш заклопотаними. Отже, якщо хочете досягти успіху, вам потрібно підійти до цього завдання серйозно: донесіть своє повідомлення в такий спосіб, щоб воно привернуло увагу людини, у якої ще 17 питань у голові.

Що важливо пам'ятати?

Все це здається простим, але на практиці виявляється зовсім навпаки. Навіть професіонали не завжди можуть сформулювати та провести якісну бліц-презентацію Elevator Pitch. Тому потрібно постійно готуватися. Ваша промова повинна звучати природно, без натяку на те, що ви репетирували її тисячу разів (хоча саме це ви й повинні були зробити). Пам'ятайте, щоб ваш Elevator Pitch був зрозумілим навіть вашій мамі.

Формулою подібного пітчу може, наприклад, фраза:

«Вітаю! А ви знали, що N українців/американців/японців щодня/раз на тиждень/раз на місяць витрачають сотні доларів/сотні годин на *будьте готовими описати проблему. Моя компанія створила рішення, яке допоможе їм. *Опис рішення. Питання або пропозиція».

Другим варіантом Elevator-пітчу може бути не усний, а письмовий текст. Тоді він має вміщатися в кілька речень, бажано до одного абзацу. Тут вже запитання не потрібне і можна додати трохи фактів.

ЛІФТОВІ ПРОМОВИ, ЩО НАДИХАЮТЬ

Подивімося правді в очі: паркування може виявитися просто жахом. Довго, дорого, а поки знайдеш вільне місце, витратиш багато бензину і забрудниш повітря. Тепер цю проблему можна залагодити завдяки parkatmyhouse.com. Ми – чудова невелика компанія, яку підтримала корпорація під назвою BMW. Тепер слухайте: ви можете забронювати стоянку на приватній території та заощадити до 70%. Потрібно припаркуватися перед

спортивним матчем чи поруч із місцевим вокзалом? Чудово! Лише зайдіть на parkatmyhouse.com і введіть дані, де і коли ви хочете припаркуватися. Це так просто.

Ентоні Ексіназі, засновник застосунку JustPark. Його промова перемогла у конкурсі Pitch to Rich, який щороку влаштовує мільярдер Ричард Бренсон.

Чому ми створили Tesla? Щороку реєструють високий рівень CO₂ в атмосфері, що призводить до зростання температури, і вона продовжує видиратися по стовпчику термометра дедалі вище. Автомобілі з двигуном внутрішнього згоряння виділяють й інші токсичні гази, смертельно отруюючи ними щороку 53 тисячі людей. Що ми можемо зробити, щоби змінити це? Коли ми розробили Tesla, то хотіли пришвидшити перехід світу на відповідальний та усвідомлений транспорт. Ми робимо чудові електромобілі. І це справді важливо для майбутнього нашого світу.

Ілон Маск, розробник Tesla

Презентаційний пітч

Це єдиний вид пітчу, при якому потрібна заздалегідь створена презентація. Залежно від цілей його можна розділити на кілька варіантів: пітч для партнерів, пітч для клієнтів, пітч для інвесторів, пітч для виступів.

Головною особливістю цих пітчів є заздалегідь продумана і створена візуальна презентація, яка розробляється за чіткою формулою. За основу можна брати пітч для інвесторів і в подальшому додавати або видаляти слайди в залежності від контексту.

Створити переконливу презентацію – це справжнє мистецтво. Вам потрібно підготувати історію, яка буде викликати резонанс у поєднанні із цікавими слайдами які не обтяжені інформацією.

Спочатку створюються тези, після робиться презентація і вже на основі цього пишеться повноцінна промова.

Основними часовими форматами презентацій зазвичай є презентації для стартапів є 3, 5 і 10 хвилин. Іноді є формати двох хвилин, але, на практиці, це урізані три хвилини.

Назви презентаційних пітчів:

2) Idea pitch, тривалість – до 3 хвилини. Даний вид пітчінгу часто практикується в стартап-конкурсах;

3) Funding pitch, тривалість – близько 7-10 хвилин. Характеризується більш широкою презентацією порівняно з Idea pitch, включаючи такі розділи як: конкуренти, стратегія виходу на ринок, позиція та необхідні інвестиції.

Найважливіше — формат презентації у всіх цих пітчач часто не відрізняється. Фахівці рекомендують вкластися до 10 слайдів — це практично нереально.

Найчастіше презентація до 15 слайдів буде вважатися адекватною. Найімовірніше, що презентацію з 20+ слайдами ви не встигнете всю продемонструвати.

Зазвичай презентації будуються за наступними пунктами:

1. Привітання (назва компанії).
2. Проблема (опис проблеми, яка існує і яку компанія готова вирішити).
3. Рішення (опис вирішення цієї проблеми).
4. Продукт (який саме продукт створює стартап на основі рішення з минулого слайда).
5. Опис ринку (розмір потенційного ринку, кількість потенційних клієнтів, обіг на ринку).
6. Конкуренти (іноді їх можна розділити за певними параметрами).
7. Конкурентні переваги (загальних фраз тут недостатньо, — потрібні конкретні факти про переваги над конкурентами).
8. Бізнес модель і монетизація (як стартап буде заробляти гроші).
9. Вихід на ринок (як стартап збирається захопити ринок і стати лідером, хоча б у своїй ніші).
10. Різні показники (наприклад, кількість завантажень, відвідувань, зареєстрованих користувачів, але найкраще, коли це дані здійснених продажів, причому з ростом).
11. Різні прогнози* (на наступний рік / три / п'ять років. Це можуть бути прогнози, пов'язані з КРІ, але найкраще працюють фінансові прогнози).
12. Партнери* (описуються вже існуючі клієнти або партнери. Якщо це B2C стартап — можна описати кількість реєстрацій, завантажень додатку або клієнтів).
13. Команда (більшість інвесторів насамперед звертають увагу на команду, а не на ідею або, навіть, показники стартапу)
14. Контактна інформація (заключний слайд з інформацією про те, як можна зв'язатися з творцями стартапу).

Пункти 9-12, які із зірочкою, не обов'язкові при звичайному пітчі, але їх наявність може поліпшити шанси стартапу. Крім того, для інвесторського пітчу ще іноді додають слайди з інформацією про те, скільки потрібно інвестицій і на яких умовах, а також слайд про те, куди підуть інвестовані гроші. У випадку з пітчем для виступів зазвичай ховаються фінансові слайди і слайди з прогнозами. У пітчі для партнерів або клієнтів також можна замінити ці слайди і приділити увагу проблемі. Можливо, розписати її на кілька слайдів.

Не варто повторювати і копіювати пітчі інших компаній, але однозначно має сенс вивчити презентації тих стартапів, які перетворилися на світових гігантів, — у них можна помітити загальні тенденції, які приводять до формули, викладеної вище.

Дотримуючись простих правил і формул, будь-який засновник компанії зможе створити ці презентації менше ніж за тиждень, а після сфокусуватися на розробці продукту та залученні інвестицій.

Загалом презентаційний пітч можна поділити на три частини:

1. Вступ. На початку виступу щоб включити і підготувати аудиторію, потрібно зробити мінімум три речі:
 - вхід. Він передбачає представлення, слід чітко назвати своє ім'я і назву проекту;
 - коротке вступне слово (про що бізнес-проект, але в загальних словах). Коротко, в одному реченні, але зрозуміло.
 - проблематика. Слід пояснити чому пропонується саме такий стартап. Окресліть у чому полягає недосконалість сфери реалізації стартапу, які проблеми переживає людина/люди/компанії, до яких наслідків це призводить. Далі показують, спосіб вирішення, який пропонується у стартапі (продукт/послуга).

Ці три пункти повинні бути як в 3-хвилинній, так і в 5-хвилинній презентації.
2. Основна частина. У цій частині розкриваються деталі. Розкривається суть стартап-проекту. В основній частині потрібно зупинитись на наступному:
 - як влаштований продукт (або «як це працює»), коротко перераховуються основні функції або характеристики продукту/послуги; або назвіть, що відрізняють стартап від конкурентів. Доцільно показати продукт наочно або на слайді;
 - ринок продукту – бізнес-модель (яким чином будете отримуватись дохід, який спосіб монетизації, LTV тощо);

– стратегія і маркетинг (дії з продуктом для виходу на ринок, зайняття частку ринку, стратегічне бачення, методи просування). Ці питання висвітлюються у загальному 5-хвилинному пітчі. Також пітч може бути доповнений ще одним важливим блоком – метриками. Бажано розповісти про те, які успіхи вже досягнуті, скільки клієнтів/обсяг продажу, що було і стало (наприклад, впала вартість залучення клієнта або зріс середній чек).

3. Висновки. Необхідно підвести підсумки і перевести аудиторію на наступну стадію та висвітлити інформацію про:

- команду. Доцільно після розповіді про всі плани і стратегії повідомити про команду;
- інвест-потребу. Які обсяги фінансування необхідні для реалізації стартап-проекту, на досягнення яких цілей будуть спрямовані інвестиції.

Після нарисів ідей за зазначеною структурою пітчу слід проводити репетицію з секундоміром в руках, щоб розуміти, скільки часу в реальності займає розповідь. Таким чином, процес створення презентації стартап-проекту є кропітким та потребує ретельної підготовки, адже від того, як буде проведено презентацію залежить яким чином аудиторія сприйматиме і сам проект, і того, хто його презентує, а також чи отримаєте він підтримку, в кінцевому результаті, чи ні.

Особливості підготовки презентацій

Наш мозок значно краще пристосований для того, щоб розуміти побачене ніж для будь-чого іншого. Згідно з найновішими дослідженнями обробка візуальної інформації (+візуальна пам'ять та фантазії) становить від третини до половини всієї діяльності мозку.

Візуальна частина нашого мозку ніколи не спить. Якщо перед очима немає нічого цікавого, ми створюємо його самі. І знову, якщо перед очима з'являється щось цікаве наш мозок може концентруватися на ньому скільки завгодно. Це ми зараз про Картинки. Коли ми говоримо про картинки, то можна використовувати три види:

- Фотографії

За: їх легко знайти, не потрібно нічого малювати, вони яскраві та зрозумілі.

Проти: вони рідко зображують те, що ми хочемо передати, занадто конкретні, їх складно редагувати, перетягують увагу аудиторії.

- Графіка

За: можна використати унікальні зображення, не дуже важко створювати, вони прості

Проти: створення потребує часу, графіку візуально «холодна»

- Малюнки

За: за умови певної практики не багато часу витрачається, показують те, що потрібно, легко зробити простими, відчувається рука людини, яка їх створила

Проти: потрібні базові навички малювання, можуть виявитися занадто «милими»

Шрифти

Не варто використовувати в презентації стандартні системні гарнітури, такі як Times New Roman, Comic Sans тощо. Не варто робити кольоровий текст на кольоровому фоні лише заради гарного вигляду. По-перше, потрібно знати і вміти коректно їх підбирати. По-друге, передача кольору у проекторі – річ непередбачувана і може призвести до несподіваних кольорових рішень.

Якщо потрібно, щоб текст добре читався на фонових зображеннях, треба намагатися зробити його максимально контрастним:

- чорний текст краще всього виглядає на світлому фоні
- білий текст добре виглядає на темному фоні;

Технічна сторона

Ця частина є не менш важливою, аніж все вищезазначене, оскільки якщо ваша презентація не відкриється на комп'ютері в місці проведення заходу, то постраждає ваша репутація.

Підготовка матеріалу доповіді в Google Презентаціях дозволяють відкривати їх на будь-якому пристрої по заздалегідь висланому посиланню. Аби перестрахуватись, варто підготувати версію в Powerpoint/Keynote і у PDF-форматі, до того ж, Google Презентації дозволяють зберігати матеріали в цих форматах.

Якщо ваша презентація містить відео, заздалегідь надішліть файл організаторам на перевірку, чи воно відтворюється. Якщо відео під час презентації не запрацює – сильно погіршиться ефект від неї.

Заздалегідь збережіть файл з презентацією на зовнішній носій і в хмарний сервіс, щоб у разі проблем з інтернетом з боку організаторів ви змогли б оперативно запустити свою презентацію.

Крім підготовки самих слайдів необхідно відпрацювати і власний виступ, оскільки більша частина інформації, як правило, доноситься усно. Тому:

- готуйтеся до виступу заздалегідь;
- репетируйте якомога частіше;
- за день до виступу потрібно обов'язково виспатись;
- перегляньте відео презентації після виступу для аналізу і подальшої роботи над помилками.

Пам'ятайте, що для візуалізації своїх ідей вам не обов'язково вміти малювати і володіти графічними редакторами. Якісна презентація – це, перш за все, послідовне викладення своїх думок і гарна подача.

Страх виступати публічно для більшості людей, мабуть, займає друге місце, одразу після страху смерті. Прикро, коли у людини є чудова ідея, а вона боїться її презентувати. Найголовніше, що потрібно людині під час підготовки – це почуття впевненості. Слайди, текст і все інше – це допоміжне.

5 контрольних питань

1. Які є види презентації для стартапу?
2. Для кого готується презентація стартапу?
3. Що таке Elevator Pitch ?
4. Назвіть основні пункти графічної презентації для стартапу.
5. Які поради для підготовки усного пітчю ви назвете?