



Համատեղ ստեղծման հանգույց VI: Ծրագրի կատարյալ ներկայացում



Translation into Armenian is supported by Հայերեն թարգմանության հնարավորությունը տրամադրել է՝

Եկեք խոսենք կատարյալ բիզնես ծրագրի ներկայացման մասին

Կատարյալ բիզնես ծրագիրը հիանալի ձևով պատրաստված պրեզենտացիայի հարթակ է, որը հիանալի մատուցված է կատարյալ թիրախավորված ներդրողներին, որը գրավում է նրանց ուշադրությունը:

Ծրագրի նպատակը պոտենցիալ ներդրողի ուշադրությունը արագ գրավելն է, նրանց տեղեկացնելը, թե ինչ ունենա և ինչ ես առաջարկում նրանց՝ ասելու համար ... «Ասա ինձ ավելին !!»

Պետք է ներդրում կատարեք բիզնես ծրագրում հետևյալ նպատակով

- 1) Ձևավորել վստահություն,
- 2) Ընդլայնել ցանցը,
- 3) Ձեռք բերել տեսանելիություն
- 4) Բարելավել ձեր գաղափարը

Բիզնես ծրագրի ներկայացման հնարքներ.

- 1) Գտեք ճիշտ ներդրողին,
- 2) Պատրաստեք ձեր ծրագրի պրեզենտացիայի,
- 3) Պատմեք ձեր պատմությունը,
- 4) Մանրամասները ճիշտ ձևակերպեք,
- 5) Հստակեցրեք ձեր ներդրումային կարիքները,
- 6) Պատրաստ եղեք հարցուպատասխանին,
- 7) Կիրառեք և բարելավեք պրեզենտացիայի ձեր հմտությունները:

Ստեղծեք ձեր բիզնես ծրագրի պատրաստի շաբլոնը

Ստեղծեք ձեր բիզնես ծրագրի շաբլոնը հետևյալ քայլերի միջոցով.

Քայլ 1 – Նպատակների սահմանում

Սովորաբար, դուք ունեք տաս րոպե ձեր բիզնեսի ծրագրի ներկայացման համար: Մի ակնկալեք, որ կանխիկ գումար կհավաքվի տաս րոպեում: Լավագույնը, որի վրա կարող եք հույս դնել, հետադարձ զանգ ստանալն է: Դա անելու ճանապարհը պրոֆեսիոնալ լինելն է, ձեր ծրագիրը հիշարժան դարձնելը, որպեսզի հաջորդ օրը առավոտյան հիշեն հենց դա, ներդրողի հիմնական հարցերին պատասխանելը և ստիպելը նրանց ավելին իմանալ, թե ինչպես այն կարող է լինել լավ բիզնես, և, որն ամենակարևորն է, հանդիսանալ մեծ ներդրումային հնարավորություն:

Համոզվեք, որ ձեր պրեզենտացիայի համար իրատեսական նպատակներ եք սահմանում: Ահա մի քանի մեծ նպատակներ.

- Լինել հիշարժան

Այս ներդրողի օրակարգում ձեզ հատկացված է տաս րոպե ժամանակ: Քանի՞ այլ ծրագրի ներկայացում է նա ստիպված լինելու լսել: Հաճախ մեկ օրվա ընթացքում մեկ տասնյակ կամ ավելի: Այդ ծրագրերից մեկը կլինի հիշարժան, և դա այն է, որին կրկին անդրադառնալը նրանք կքննարկեն Այնպես արեք, որ այն լինի ձերը:

Եթե դուք հիանալի ներկայացնում եք ծրագիրը, և թվում է, թե ներդրողը գոհ է, բայց հաջորդ առավոտյան նա չի կարողանում հիշել ձեզ կամ ձեր պրեզենտացիան, ապա դուք ձախողվել եք: Եթե պետք է ընտրություն կատարեք համոզիչ և հիշարժան լինելու միջև, ապա ամեն անգամ պետք է ընտրեք հիշարժանը: Այդ կերպ դուք առնվազն հնարավորություն կունենաք կանչվել երկրորդ անգամ, հավանաբար ավելի երկար պրեզենտացիայի համար:

- Լինել արհեստավարժ

Ներդրողը դատում է թիմին նույնքան, որքան գաղափարը կամ նախագիծը, եթե ոչ ավելին: Միջին գաղափար ունեցող հիանալի թիմն ավելի գրավիչ կլինի, քան հիանալի գաղափար ունեցող թույլ թիմը: Հետևաբար, կարևոր է, որ դուք արհեստավարժ տեսք ունենաք: Վարվեք և խոսեք այնպես, ասես դուք արդեն հաջողակ գործադիր տնօրեն եք, քանի որ ներդրողները կգնահատեն ձեզ և կտեսնեն, թե արդյոք նրանք կարող են պատկերացնել ձեզ որպես այդպիսին: արհեստավարժ տեսք ունենալը և հնչելը շատ բան է նշանակում, և սա կարող է դառնալ մեկ այլ գրառման առարկա, սակայն սկսվում է ցանկացած տեխնոլոգիայի տիրապետումից մինչև առարկայի տիրապետում և պատրաստում, կեցվածք, հագուստ և խոսելաձև:

- Պատասխանեք առանցքային հարցերին

Ներդրողը կարիք չունի ամեն ինչ իմանալու ձեր և ձեր գաղափարի մասին առաջին տարր րոպեի ընթացքում: Այնուամենայնիվ, կան մի քանի առանցքային հարցեր, որոնց պետք է պատասխանեք. Հակառակ դեպքում կամ ներդրողը կհարցնի (և կվրդովվի, որ ավելի լավ չեք ներկայացրել), կամ, որ ավելի վատ է, չի հարցնի, քանի որ այլևս նրան չեք հետաքրքրում:

Առաջին բանը, որ պետք է հիշել, թիվ մեկ հարցն է, որը ներդրողները տալիս են ծրագրի ներկայացումից հետո. «Եվ այսպես կունկրես ի՞նչ եք անում»: Եթե իրականացրել եք շուկայի, մրցակիցների և հնարավորությունների մանրամասն ուսումնասիրություն, բայց չեք կարողացել բացատրել, թե իրականում ինչ եք պլանավորում անել, ապա մեծապես ձախողվել եք: Ահա որոշ հիմնական հարցեր, որոնց պետք է պատասխանել.

- Ի՞նչ եք անում:
- Ո՞վ եք դուք (և ինչու՞ պետք է վստահեմ ձեզ):
- Ինչպե՞ս եք գումար վաստակելու (և որքան):
- Որքա՞ն ժամանակ կպահանջվի:
- Որո՞նք են ռիսկերը (և ինչպե՞ս եք նախատեսում դրանց լուծումը):
- Որքա՞ն կանխիկ գումար է ձեզ հարկավոր (և ինչի՞ վրա կծախսեք այն):
- Արդյո՞ք ես լավ գզացողություն ունեմ ձեր հետ կապված:

Այս հարցերին պատասխանելու եղանակն այլ գրառման առարկա կդառնա (և նաև կդառնա բեմի վրա գաղափարների «հաղթող ծրագիր» դասընթացի հիմնական մասը), բայց հավանաբար կարող եք պարզել, թե դրանցից յուրաքանչյուրը ինչու է կարևոր, և ինչ կարող եք անել պատասխանները ձեր ծրագրին միահյուսելու համար: Այնուամենայնիվ, վերջինս այնքան էլ հեշտ չէ: Ի վերջո, ներդրողները անհատներ են, և նրանք որոշումներ են կայացնում, որոնք ոչ 100% օբյեկտիվ են, ոչ էլ 100% ռացիոնալ, ինչպես ես և դուք: Դուք կարող եք ունենալ ամենամեծ հավատարմագրերը և ամուր բիզնես պլան, բայց եթե ներդրողը չի գգում, որ ցանկանում է երկարաժամկետ բիզնես իրականացնել ձեզ հետ, պատասխանը կլինի բացասական:

Այս ամենի մասին ես կասեի հետևյալը. Հետագոտեք ձեր ներդրողին, եղեք պրոֆեսիոնալ, փորձեք կապ հաստատել, ունեցեք հիանալի պատրաստի պատասխան «ինչու՞ եք ցանկանում ունենալ ինձ որպես ներդրող» հարցին (բացառությամբ «լավ, դուք միակն եք, ով պատասխանեց իմ գանգին ...») և ամեն ինչ արեք ներդրողի հետ լավ հարաբերություններ ձևավորելու համար, բայց եթե չեք կարողանում, հեռացեք և գտիր մեկ ուրիշին: Դուք չեք ցանկանում տարիներ շարունակ բիզնեսով զբաղվել ինչ -որ մեկի հետ, ում հետ լարված հարաբերություններ ունեք, ավելին, քան ներդրողը: Անհատականության որոշ տեսակներ պարզապես լավ չեն շփվում միմյանց հետ: Ավելի լավ է հիմա դա պարզեք:

- Այնպես արեք, որ ցանկանան ավելին իմանալ

Ահա վերջնական նպատակը. Տաս ընդհանուր ժամանակ ունեք պատասխանելու միայն վերը նշված հիմնական հարցերին, իդեալական տարբերակում՝ հատկապես հիշվող և արհեստավարժ ձևով: Դուք սովորել եք որոշում չակնկալել այստեղ և հիմա: Ձեր վերջնական նպատակն է, որ ձեզ ձեր բիզնես հնարավորությունը ավելի երկար քննարկելու կրկին հնարավորություն տրվի: Այսպիսով՝ պետք է ապահովեք, որ նրանց հետաքրքրեց երեք բան , որպեսզի հետագայում ավելի շատ բան ցանկանան իմանալ.

1. Թիմ
2. Բիզնես ծրագիր
3. Ներդրումների վերադարձի լավ հնարավորություն (RoI)

Եթե նրանք հետաքրքրված են բիզնես ծրագրով, այլ ոչ թե ձեզնով, նրանք ձեզ հետ չեն կանչի: Եթե նրանք հետաքրքրված են ձեզնով և բիզնես ծրագրով, դա լավ է, բայց եթե կարող եք ցույց տալ նրանց լավ կեանքի վերադարձի հնարավորություն և ստիպել նրանց զգալ, որ կա հնարավորություն, որ սա կարող է լինել շատ լավ գործարք նրանց, ինչպես նաև բիզնեսի կառուցման համար, ապա նրանք գոնե կցանկանան ավելին իմանալ դրա մասին: Պարզապես համոզվեք, որ ձեր ֆինանսական միջոցները հիմնված են հստակ և ողջամիտ ենթադրությունների վրա, որոնք չեն ձայնողում, երբ ներդրողը բարդ հարցեր է տալիս:

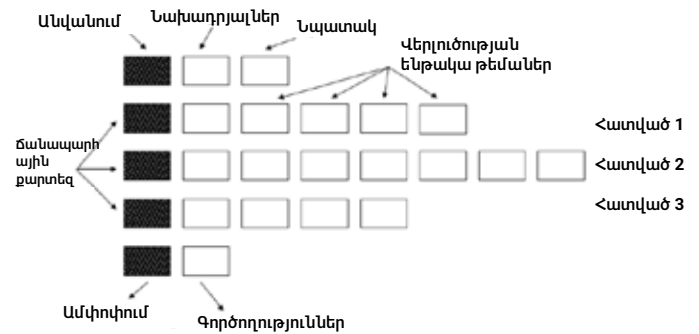
Քայլ 2 – Ձեր պրեզենտացիայի կառուցվածքի ձևավորումը

Ձևավորեք ձեր պրեզենտացիայի կառուցվածքը: Սկսեք՝ պատասխանելով ձեր ծրագրի հարցերին.

- Ո՞վ եք դուք: Ո՞ւմ ք ուղղված ծրագիրը:
- Ի՞նչ ծրագիր եք ներկայացնում: Ի՞նչ խնդիրներ է լուծում ձեր ծրագիրը:
- Որտե՞ղ ուղղել ծրագիրը: Որտե՞ղ է ձեր թիրախային շուկան:
- Ե՞րբ կշահեր ձեր լսարանը:
- Ինչու՞ ներդրողները/լսարանը պետք է ընտրեն ձեր լուծումը/ծրագիրը:

Քայլ 3 – Ծրագրի պրեզենտացիայի պատրաստում առանձին սահիկներով

Հիմնական հարցերին պատասխանելուց հետո ժամանակն է պատրաստել ձեր անհատական սահիկները: Storyboard մոտեցման օգտագործումը թույլ է տալիս ստեղծել ձեր սեփական պատմությունը և ապահովել, որ ձեր պատմությունը իմաստի և տրամաբանական հոսք ունենա սկզբից մինչև վերջ: Այն կունենա ներածություն, առնվազն երեք բաժին և եզրակացություն: Այն կարող է ունենալ հետևյալ գրաֆիկական տեսքը



Երբ ձեր պատմությունը գրվի, ժամանակն է ձևավորել առանձին սահիկներ: Դա անելու պարզ միջոցներից է ձեր ներկայացման հիմնական բաղադրիչների վրա կենտրոնանալը և սահիկներ պատրաստելը յուրաքանչյուր բաղադրիչի համար:

Իդեալական ծրագիրն ունի 13 սահիկ/բաղադրիչ

1. Ինչպես է սկսվել ձեր բիզնեսը
2. Արժեքային առաջարկություն
3. Հիմնական նշաձողերը, որոնց հասել եք
4. Մանրամասներ հաճախորդների մասին
5. Ինչ եք սովորել
6. Ինչպես եք աճել և կատարելագործվել
7. Ինչ է անում ձեր պրոդուկտը
8. Ի՞նչ արժե պրոդուկտը
9. Շուկայական հնարավորություն
10. Ապագա նշաձողեր
11. Ինչու է ձեր թիմը ճիշտ
12. Կանխատեսումներ և ֆինանսական միջոցներ
13. Ձեր դրամահավաքի չափը

Քայլ 4 – Պրեզենտացիայի ձևաչափի պլանավորում

Մտածեք պրեզենտացիայի ներկայացման մասին և պատասխանեք հետևյալ հարցերին.

1. Արդյո՞ք պրեզենտացիան կլինի առցանց թե անցանց:
2. Որտե՞ղ է լինելու պրեզենտացիան:
3. Երբևէ եղել է այնտեղ և ծանոթ եք վայրին:
4. Եթե ոչ, կարո՞ղ եք գնալ այնտեղ և ծանոթանալ վայրին:
5. Ո՞րն է պրեզենտացիայի ձևաչափը: Մ- աճև՝ Է:
6. Կա՞ պրոյեկցիոն էկրան:
7. Արդյո՞ք առկա է հնչյունային համակարգ: Խոսափողներ: Բարձրախոսներ ր: Տեսախցիկներ ր: Համակարգիչներ ր:
8. Ներկայացումը ձայնագրվու՞մ է, թե ուղիղ է հեռարձակվում:
9. Արդյո՞ք տեղում առկա է WIFI:
10. Ե՞րբ է պետք էլույթ ունենալ:
11. Արդյո՞ք ինձ բավականաչափ ժամանակ է ընձեռնվում նախապատրաստման համար:
12. Որքա՞ն է տևում էլույթը:
13. Կլինի՞ քննարկում կամ հարցուպատասխան:
14. Կլինե՞ն այլ բանախոսներ ինձից առաջ կամ հետո:

15. Որքա՞ն մեծ է լսարանը: Կարո՞ղ է կիսվել:
16. Ինչպե՞ս է նստելու հանդիսատեսը՝ իմ խոսելու ամբիոնի համապատասխան:
17. Արդյո՞ք նրանք խնդիրներ կունենան ինձ տեսնելու կամ հստակ լսելու համար:
18. Ի՞նչ տեսողական միջոցներ կարող են օգտագործվել:
19. Ի՞նչ կասեք ակուստիկայի, նստատեղերի ձևի և այլնի մասին:
20. Ո՞վ կկազմակերպի գործնական հարցերը:

Քայլ 5 – Ձեր պրեզենտացիայի կատարողականի պլանավորումը

Ինչ կարող եք անել պրեզենտացիայի կատարողականը բարելավելու համար

1. Կրկնեք եւ փորձեք
2. Ստուգեք ձեր պրեզենտացիայի տևողությունը
3. Ձայնագրեք ձեր փորձը և նորից դիտեք այն՝ թույլ կողմերը բացահայտելու համար
4. Այցելեք այլ պրեզենտացիաներ՝ ոգեշնչվելու համար
5. Դիտեք լավ բանախոսների TEX զրույցները՝ ոգեշնչվելու համար
6. Շուտ ժամանեք համապատասխան վայր՝ ուշանալու սթրեսը նվազեցնելու համար
7. Կարգավորեք միջավայրը նախքան պրեզենտացիայի մեկնարկը
8. Օգտագործեք դրական վիզուալիզացիա
9. Սթրեսից ազատվելու համար խորը շունչ քաշեք
10. Ժպտացեք որքան հնարավոր է հաճախ
11. Մարզվեք պրեզենտացիային նախորդող օրը՝ էնդորֆինները խթանելու համար:
12. Աշխատեք ձեր դադարների վրա, որպեսզի խուսափեք շնչահեղձ լինելուց, ավելի նյարդայնանալուց կամ խուճապի մատնվելուց
13. Կենտրոնացեք առաջին անհրաժեշտության վրա և մի փորձեք շատ նյութերի անդրադառնալ
14. Ակտիվ ներգրավեք հանդիսատեսին
15. Եղեք և մի ձանձրացրեք
16. Ընդունեք, որ դուք ամեն ինչ չգիտեք և չունեք բոլոր պատասխանները
17. Ջուր խմեք պրեզենտացիայից առաջ, դրա ընթացքում և հետո
18. Մի պայքարեք վախի դեմ. Ընդունեք ձեր վախը
19. Կիրառեք վստահ մարմնի լեզու/ժեստեր
20. Կիսատ մի թողեք պրեզենտացիան, ավարտեք այն

Որո՞նք են պրեզենտացիայի ընթացքում ամենավատ սովորությունները:

1. Վատ սովորություն # 1 – Գրառուժները ընթերցելը
2. Վատ սովորություն # 2 - Աչքերի կոնտակտից խուսափելը
3. Վատ սովորություն # 3 – Անփույթ հագնվելը
4. Վատ սովորություն # 4 – Անկանոն շարժումները, ջղայնություն և օրորվելը
5. Վատ սովորություն # 5 – Փորձեր չանելը
6. Վատ սովորություն # 6 – Զգաստ կանգնելը
7. Վատ սովորություն # 7 – Նշված կետերը կրկնելը
8. Վատ սովորություն # 8 - Շատ երկար խոսել
9. Վատ սովորություն # 9 – Չոգևորելը
10. Վատ սովորություն # 10 – Պրեզենտացիան ավարտելը առանց ոգեշնչման

Քայլ 6 – Աշխատանք լսարանի հետ

Լսարանը չկորցնելու, այլ ներգրավելու պարզ խորհուրդներ: Ահա մի քանի առաջարկ լսարանի հետ աշխատանքի համար.


- Սկզբում ասեք, թե երբ եք հարցեր ընդունելու
- Խուսափեք երկարատև ընդհատուժներից, նախքան շարունակելը ձևավորեք
- Երբեք մի կորցրեք համբերությունը հակաճառողների հետ
- Պատրաստ եղեք խթանել հարցեր
- «Մի՛ կրակեք ազդրից»
- Պատասխանեք հակիրճ և պարզ
- Իմպրովիզներ արեք ուշադիր, եթե ընդհանրապես կա դրա անհրաժեշտությունը
- Պահպանեք վերահսկողությունը
- Լսեք և գնահատեք
- Փնտրեք ընդհանուր կետեր
- Երբեք մի վիճեք անհատների հետ, առաջարկեք քննարկում սուրճի ընդմիջմանը
- Օգտագործեք ջիու-ջիցու. Ընդունեք, այնուհետև արտահայտեք սեփական կարծիքը
- Պատրաստ եղեք զգայուն թեմաների
- Օգտագործեք հակիրճ փաստարկներ, որոնք անհնար է մերժել

Ստուգացանկ՝ ստուգելու ժամանակն է

ՍՏՈՒԳԱՑԱՆԿ	ԱՅՈ / ՈՉ
Ճանաչեք լսարանին	
Իմացեք ձեր նպատակները	
Պատասանեք բիզնես ծրագրի 5 հարցերին	
Ստեղծեք գրավիչ պատմություն ձեր անցյալից, ներկայից և ապագայից	
Պատրաստեք առանձին սահիկներ իդեալական ծրագրի յուրաքանչյուր բաղադրիչի համար	
Լավ հասկացեք ձեր թեման և նրանում գտեք ձեր վերաբերող ինչ-որ բան	
Անմիջապես ներգրավեք լսարանին	
Ձեր խոսքը կազմակերպեք տրամաբանորեն, դուրսին՝ հետևելու համար	
Ձեր գաղափարները մշակեք ցայտուն օրինակներով և մանրամասներով	
Եթե կարող եք մի բան ասել ավելի քիչ բառեր օգտագործելով՝ արեք այդպես	
Ձեր եզրահանգման մեջ ընդգծեք ձեր ուղերձի ամենակարևոր կետերը: Ավարտեք վստահ	
Հիշեք, որ տեսողական օժանդակ միջոցները, բանախոսների գրառումները և ձեռնարկները բոլորն ունեն տարբեր ձևեր և գործառնություններ:	
Սահմանափակեք տեքստը տեսողական օժանդակ միջոցներում: Եթե տեքստ եք ներառում, այն պարզ և ընթերցելի դարձրեք	
Անհրաժեշտության դեպքում տեսողական նյութերում գրաֆիկական պատկերներ օգտագործեք	
Թույլ մի տվեք, որ դուք մնաք տեսողական նյութերի կամ օժանդակ նյութերի ստվերում	
Պահեք կապը լսարանի հետ : Եղեք նրանց առաջնային ուշադրության կենտրոնում, իսկ նրանք՝ ձեր:	


Իմացեք ավելին՝ լրացուցիչ ռեսուրսներ


Անվճար շաբլոններ և ռեսուրսներ


 30 լեզենդար սկսնակ ծրագրերի պրեզենտացիաներ և ինչ կարող եք դրանցից սովորել <https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/>


 Անվճար շաբլոններ https://drive.google.com/drive/folders/1yh20wAuf84xTgYAmqrTO_4GN_PhQrUO3?usp=sharing


Հոդվածներ և տեսանյութեր

 Ինչպես ծրագիրը ներկայացնել ներդրողներին. Միսալներ որոնցից պետք է խուսափել 8 մասնագիտական խորհուրդ ձեր ծրագրի բարելավման համար <https://blog.close.com/pitch-investors/>

 Ինչես հաջողությամբ ներկայացնել ձեր բիզնես գաղափարը ներդրողին <https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/>

 Ինչպես ներկայացնել կատարյալ ծրագիր –TedX մարզիչ David Beckett <https://www.youtube.com/watch?v=Njh3rKoGKBo&t=658s>

 Ծրագրերի 5 սխալներ, որ անում են ձեռնարկատերերը, և ինչպես դրանք շտկել <https://www.youtube.com/watch?v=xr1PKaoffLo>

 Ինչպես հասնել ներդրողների հետ հանդիպումների և դրամ հայթայթել Աարոն Հարրիս <https://www.youtube.com/watch?v=Jzz4AEIddzY>

 Ինչպես ներկայացնել ձեր ստարտափը, Քեմլին Շեյլ https://www.youtube.com/watch?v=17XZGUX_9iM