



РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПОДГОТОВКЕ ПРЕЗЕНТАЦИИ ПРОЕКТА ДЛЯ IQ-CHEM

SIBUR

Отступление

Данные рекомендации были сформированы специалистами СИБУРа на основании опыта проведения конкурса проектов IQ-Chem с учетом мнения профессионалов венчурного рынка, специалистов корпоративных фондов крупнейших компаний и независимых экспертов.

Следуя рекомендациям вы избежите типичных ошибок и повысите шансы на победу и привлечение инвестиций.

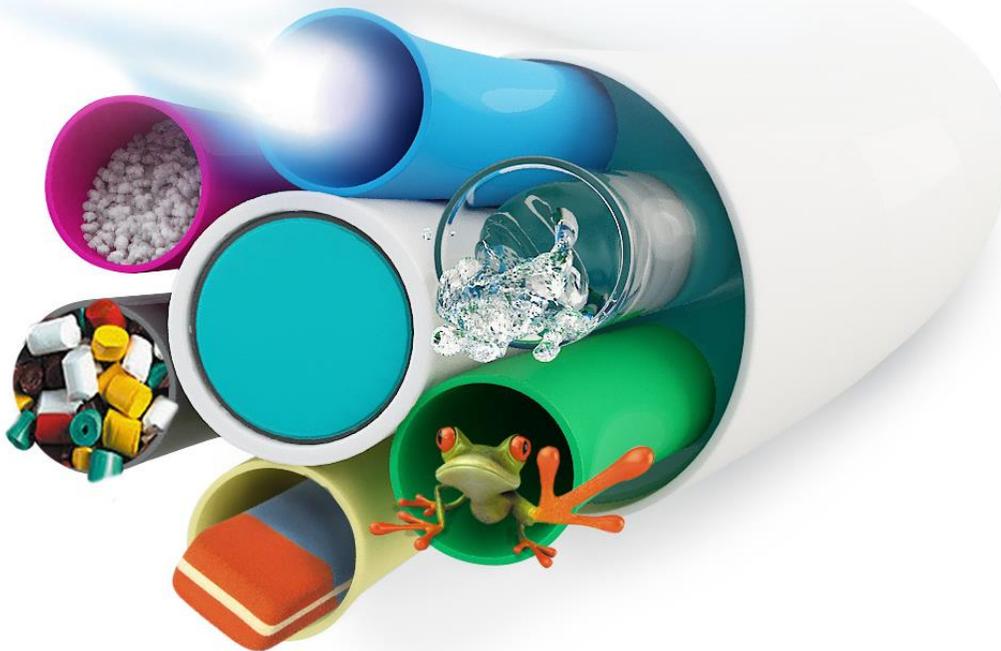
Будем рады дать обратную связь по любым индустриальным проектам, связанным с химическими технологиями, а также рассмотреть их для инвестиций со стороны СИБУРа.

Контакты:

E-mail: RomanyukES@sibur.ru

Телефон: +7 (495) 775 55 00 (доб. 2866)

Сайт: www.iq-chem.com



Общие рекомендации по оформлению и содержанию слайдов

1. Единый классический шрифт с одинаковым размером (не менее 14) на всех слайдах.
2. Одна цветовая гамма (Например, белый и зеленый).
3. Графики, схемы и фотографии воспринимаются лучше массивов текста.
4. Инвесторы и судьи не любят цифры. Слова «очень большой рынок» не говорят ни о чем. Лучше — «Рынок для X в стране Y составляет N млн. USD.
Старайтесь оцифровывать всю информацию на слайдах.
5. Презентация должна рассказывать о проекте без Вас. В среднем инвестор тратит до 5 минут на просмотр презентации.
6. В заголовок слайда лучше помещать основную мысль, которую Вы хотите донести слайдом.
7. Размер презентации должен быть не более 5 Мб. Формат ppt, а лучше pdf.
8. Лучше не использовать анимацию.
9. Старайтесь избегать профессиональных терминов, когда они необходимы – делайте пояснения.
10. Попробуйте провести «тест бабушки» - покажите презентацию человеку, который не разбирается в теме, и спросите, понимает ли он, что Вы презентуете. Хорошая презентация должна быть понятна всем.

Структура презентации

1. Титульный слайд.
2. Проблема.
3. Ваше решение: ключевая технология.
4. Описание рынка решений проблемы.
5. Продукт, предлагаемый для решения.
6. Технологическая схема.
7. Сравнение предлагаемого продукта и конкурентов.
8. Бизнес-модель.
9. Маркетинг и продажи.
10. Текущий прогресс и планы.
11. Команда.
12. Финансы.
13. Контакты.

1. Титульный слайд

Слайд должен содержать:

1. Название проекта.
2. Описание проекта в одно предложение.
3. ФИО представителя (выступающего), должность.
4. Логотипы конкурсов в которых победили (если есть победы)

2. Какую проблему решает Ваш проект? (В одно предложение)

1. Какую проблему клиента Вы решаете? Создаете ли вы новую возможность для клиента?
2. Если Вы решаете несколько проблем, выберите самую существенную.
3. Постарайтесь оцифровать проблему/возможность в денежном выражении.
Например: СИБУР тратит на очистку сбросных газов X млн USD в год.
4. Приведите факты, подтверждающие наличие проблемы.
Это могут быть аналитические отчеты, мнения отраслевых экспертов или потребителей.
5. Кратко поясните, почему текущие решения не устраивают клиентов?

3. Ваше решение: ключевая технология (суть решения в одно предложение)

1. Благодаря какой технологии Ваш проект решает проблему. Не нужно давать детальных объяснений, как это работает!
2. Приведите доказательства того, что решение работает.
3. Почему данная технология является уникальной (если является)?
4. Назовите три главных достоинства решения, выделяющих Вас перед конкурентами.
5. Какова ситуация с интеллектуальной собственностью? Что не позволяет конкурентам тут же скопировать технологию?
6. Если у Вашей технологии есть несколько сфер применения – кратко расскажите об этом.

4. Описание рынка решений данной проблемы (размер рынка и темп роста)

1. Кто и почему купит Ваш продукт?
2. Что и у кого покупает Ваш потенциальный клиент сейчас для решения своей проблемы?
3. Каков примерный объем рынка, к которому Вы адресуетесь? Здесь Важно указать размер как в деньгах, так и в объеме выпуска/количестве лицензий, которые можно будет продать.
4. С какой скоростью растет рынок? Почему рынок будет расти?
5. Какова сложность выхода на рынок? Нужны ли лицензии, сертификация?
6. Как распределяется рынок сейчас: много небольших компаний или несколько крупных игроков?
7. Общие данные Вы можете найти в отчетах аналитических агентств, профильных изданиях, годовых отчетах крупных компаний или газетных статьях.
8. Для описания рынка можно использовать технику TAM, SAM, SOM

5. Какой продукт Вы предлагаете для решения?

1. Что Вы предлагаете клиенту?
2. Какую выгоду получает клиент от продукта (экономический эффект).
3. Укажите основные параметры продукта, актуальные для клиента.
4. Насколько сложно воспроизвести (скопировать) Ваш продукт?

6. Технологический процесс

Этот слайд не является «типичным» в обычном понимании инвестиционной презентации, но его наличие говорит о Вашем понимании того, как связаны различные процессы на производстве у покупателя и как предлагаемый продукт оказывает на них влияние

1. Как Ваш продукт встраивается в производственную цепочку заказчика? Необходимо ли модернизировать производство? Изменится ли технологическая схема? Покажите «до» и «после».
2. Слайд должен содержать упрощённую схему работы предприятия заказчика или части производственного процесса до и после внедрения Вашего продукта. Если Ваш проект создаёт готовый продукт или полуфабрикат, приведите цепочку его реализации.
3. Если внедрение влияет на связанные процессы на предприятии заказчика, обязательно укажите это. Например производство нового продукта будет неизбежно связано с образованием дополнительных количеств сточных вод, что ведёт к общему увеличению стоимости реализации проекта.
4. Если Ваше решение заменяет только часть процесса, важно указать, как изменится конечный продукт. Например, после замены катализатора может измениться как состав побочных продуктов, так и чистота целевого продукта.

7. Сравнение предлагаемого продукта и конкурентов

1. Приведите информацию о конкурентах и о ваших преимуществах и недостатках по отношению к ним. Конкуренты – это не только производители того же самого, это все пути решения обозначенной проблемы
2. Используйте таблицы, графики для сравнения себя с конкурентами.
3. Сравняйте не компании, а продукты, которые они предлагают.
4. Проводите сравнение по важным для клиента параметрам. Не указывайте свойства одинаковые у всех продуктов.

8. Бизнес-модель

1. Как Вы будете зарабатывать деньги (продажа продукта, лицензии, проведение НИОКР)?
2. Кто покупатели? Если это B2C – дайте портрет целевой аудитории, если B2B – перечислите поименно хотя бы крупнейших из них.
3. Что будем продавать (химическое вещество, материал, оборудование, лицензия, консультации и т.п.)?
4. В какой форме (аренда, единовременный платёж, % с доходов)?
5. Какие основные расходы на создания продукта?
 1. – Что вы делаете сами, что отдаете партнерам? Какие ключевые партнерства понадобятся?
 2. – Что на входе, что на выходе? (Например: берем песок, цемент, щебень, делаем бетон)
6. Когда происходит оплата (сразу, постоплата через 60-90 дней)?

9. Маркетинг и продажи

1. Если уже есть продажи – обязательно говорите о них!
2. В какой последовательности вы будете выходить на рынок и почему?
3. Как вы будете искать клиентов?
4. По каким каналам будете продавать(выставки, личные встречи, дилеры)?
5. Как вы будете удерживать клиентов?
6. План первых продаж (прогноз на 3 года).
7. Цикл продаж: Сколько времени проходит от первого контакта до первой продажи? а до второй?

10. Текущий прогресс и планы

1. Основные достижения проекта:
 1. – Победы в конкурсах.
 2. – Привлечение инвестиций.
 3. – Продажи, успешные переговоры, письма о заинтересованности.
2. Насколько продвинулись в реализации технологии?
 1. – Созданы установки (какой мощности)?
 2. – Пройдены испытания, сертификация?
 3. – Защита интеллектуальной собственности.
3. Что планируется сделать за последующие три года и в какие сроки?
4. Помните! Лучше есть слона частями, не стоит переходить от лабораторной установки к строительству завода. Обычно, проект проходит стадии:
 1. – Лабораторная установка (проверка теории).
 2. – Опытно-промышленная установка (проверка масштабируемости).
 3. – Демонстрационная установка (тестирование в рабочих условиях).
 4. – Промышленная установка.

11. Команда

1. Ключевые лица команды

1. – Кто в команде занимается разработкой продукта?
2. – Кто отвечает за продвижении продукта?
3. – Кто управляет командой, ведет переговоры?
4. – Если сейчас в команде кого-то нет, укажите, что планируете его найти к такому-то времени.
5. – Если есть опыт командной работы в этом составе, отметьте это
6. – Есть ли кто-то в качестве консультантов, менторов?

2. Нет необходимости указывать всех членов команды, только основных, названных выше.

3. Укажите опыт членов команды, подтверждающий их компетенции в данной функции. Например, Иванов Иван – разработчик, доктор наук, академик, автор 3 патентов, 70 публикаций, лауреат премии «Инженер года».

12. Финансы и инвестиции

1. Сколько Вам нужно денег для достижения следующего ключевого этапа Вашего проекта? Именно следующего этапа, а не проекта в целом!
2. Приведите распределение затрат по проекту.
3. Если у Вас есть финансовая модель, вставьте прогнозы денежных потоков.

13. Контакты

1. Укажите ФИО и должность человека для связи
2. Убедитесь, что приведены актуальные телефон и e-mail
3. Проверьте, чтобы Ваш e-mail не производил плохого впечатления. Что бы Вы подумали о человеке с e-mail'ом hardkiller666@mail.ru