

Sztuka wystąpień i prezentacji przedsięwzięć e-biznesowych

Jan Rychter

<http://jan.rychter.com/blog/>

Zasady ogólne

- Krótko!
- Zasada 10/20/30 (Guy Kawasaki)
 - 10 slajdów
 - 20 minut
 - 30-punktowy font
- Przerywalne w dowolnym miejscu

Szkielet prezentacji

- Cztery podstawowe pytania:
 - Co chcemy robić?
 - Dlaczego ktoś będzie tego chciał?
 - Jak na tym zarobić?
 - Dlaczego różnimy się od innych?
- Dodatkowe pytania:
 - Dlaczego właśnie my?
 - Jak to chcemy robić?

Co chcemy robić?

- Odpowiedź w wersji jednoakapitowej, musi być krótka, zrozumiała i wyjaśniać co robimy i dlaczego na tym zarobimy.
- Źle: *„chcemy zbudować społecznościowy portal wertykalny umożliwiający komunikację między użytkownikami, zamieszczanie recenzji produktów, oraz dający możliwość tworzenia własnych stron użytkowników wraz z awatarami 3D”*
- Dobrze: *„chcemy sprzedawać telewizory przez linki afiliacyjne dzięki wartościowym recenzjom”*

Wiemy, czego chcemy

- *Źle: „Budujemy bazę danych, która może stać się portalem społecznościowym, lub silnikiem rekomendacyjnym, w zależności od tego co wydarzy się dalej. Zbieramy też recenzje produktów, możemy więc przekształcić się w oferenta recenzji dla sklepów internetowych.”*
- *Dobrze: „Nasza baza recenzji pozwala na zbudowanie portalu z rekomendacjami produktów.”*

Dlaczego ktoś będzie tego chciał?

- Przedstawiamy istniejący problem, jaki nasza firma rozwiązuje
- Uzasadniamy dlaczego ktokolwiek miałby się zainteresować tym, co robimy
- Nie porównujemy się w tym miejscu do innych!
 - Źle: „*nasza-klasa ma X milionów użytkowników, a my robimy coś podobnego, więc też będą zainteresowani...*”

Jak na tym zarobić?

- Pokazujemy główne źródło przychodów (i lepiej, żeby to nie były bannery reklamowe)
- Nie mówimy o dodatkowych źródłach

Dlaczego różnimy się od innych?

- Czy nasz projekt nie jest kolejnym allegro, nasza-klasa, e-bay, ceneo?
- Co go wyróżnia, w jaki sposób jest inny od tego co już istnieje na rynku?

Pytania dodatkowe

- Dlaczego właśnie my?
 - O zespole, doświadczeniu, dokonaniach
- Jak to chcemy zrobić?
 - Rewolucyjne technologie, przełomowe rozwiązania, wynalazki
 - Mówimy wyłącznie o tym, co nas wyróżnia

DEMO

- Ważniejsze niż spora część prezentacji
- Jeśli jest, to:
 - przeprowadza je druga osoba
 - na własnym komputerze
 - bez sieci (sieć na pewno się popsuje)
 - wszystko dokładnie przetestowane wcześniej

Prezentacja

<

DEMO

<

Użytkownicy

<

Płacący
użytkownicy

Liczby

- Nigdy nie są precyzyjne (ale nie wolno o tym mówić)
- Nikt w nie nie wierzy
- Nikt ich do niczego nigdy nie użyje
- Są bardzo ważne
- Mają pokazać, że myśleliście o finansach, rynku, modelu biznesowym
 - ... myśleliście?

Liczby: wielkość rynku

- Nie przesadzamy
- Muszą się odnosić do modelu biznesowego
- Nie za dużo, nie za długo
- Mają uwiarygodnić propozycję
- Dobrze mieć asa w rękawie: dodatkowe liczby, których nie ma w prezentacji

Liczby: inwestycja

- Trzeba je znać
 - Ile potrzebujecie pieniędzy? Dlaczego tyle? Z czego to wynika? Na co będą przeznaczone?
- To, co się mówi, musi być przemyślane na wszelkie sposoby
- ... ale bez przesady, jako wczesny start-up nie musicie wiedzieć wszystkiego.

O inwestorach

- Każdy ma swoje zdanie
- Nie wszyscy będą profesjonalni
- Niektórzy spodziewają się cudów
- Niektórzy tak naprawdę boją się inwestować
- Nie należy przejmować się niepowodzeniami
- Warto wykorzystywać doświadczenia!

Najczęstsze grzechy

- Przydługi wstęp, z którego nic nie wynika
- Z prezentacji nie wynika, co chcemy robić
- Za dużo tekstu na slajdach
- Za dużo slajdów
- Liczby z kosmosu, niespójne, za dużo liczb
- Mówienie defensywne, bez pewności siebie

Rady ogólne

- Przećwiczyć wielokrotnie prezentację
- Niech znajomi słuchają i zadają pytania
- Podczas prezentowania odpowiadać na pytania, ale szybko wracać do prezentacji
- Zawsze mieć ze sobą wydrukowane slajdy, najlepiej w 2-3 kopiach do rozdania

Dziękuję za uwagę...



Życzę udanych prezentacji!