



Concepte de afaceri în IT

Săptămâna 10

Dosescu Tatiana-Corina

Universitatea Titu Maiorescu



Structura unei prezentări

Cea mai bună structură pentru o prezentare în fața unor investitori este o poveste bine organizată și convingătoare, care să comunice eficient propunerea de valoare a startup-ului.

Începeți cu un Hook: Începeți prezentarea cu un **"hook"** care să capteze atenția publicului și să stabilească problema pe care startup-ul dvs. o abordează. Acesta poate fi o statistică surprinzătoare, o întrebare provocatoare sau o poveste convingătoare care să pregătească terenul pentru restul prezentării.

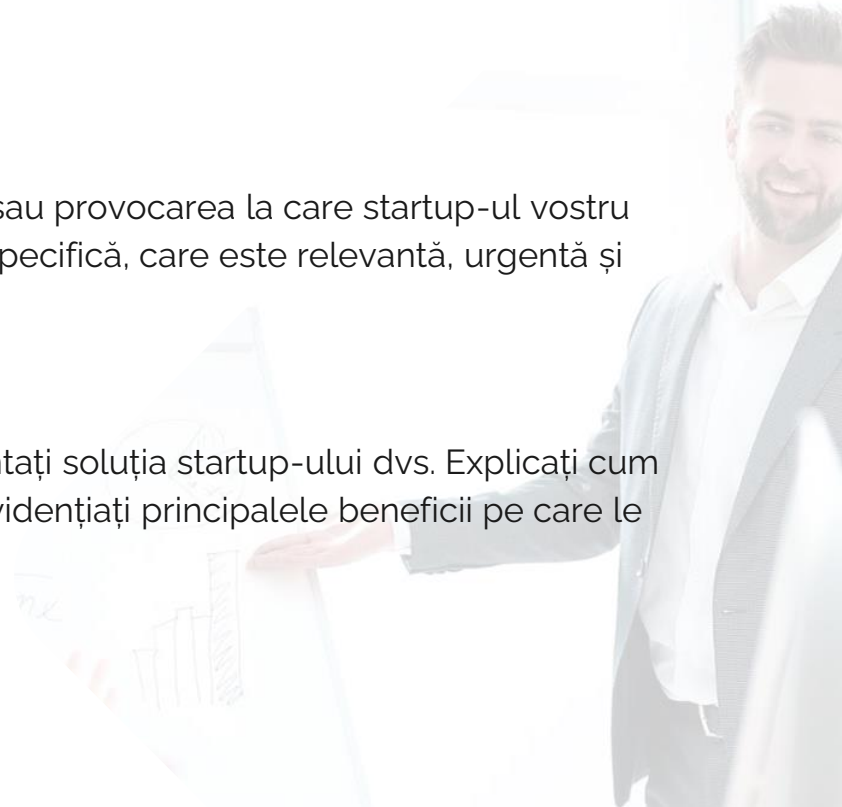




Structura unei prezentări

Stabiliți problema: În continuare, definiți clar problema sau provocarea la care startup-ul vostru face față. Asigurați-vă că vă concentrați pe o problemă specifică, care este relevantă, urgentă și importantă pentru publicul țintă.

Prezentați soluția: Odată ce ați stabilit problema, prezentați soluția startup-ului dvs. Explicați cum abordarea dvs. se adresează în mod unic problemei și evidențiați principalele beneficii pe care le oferă.

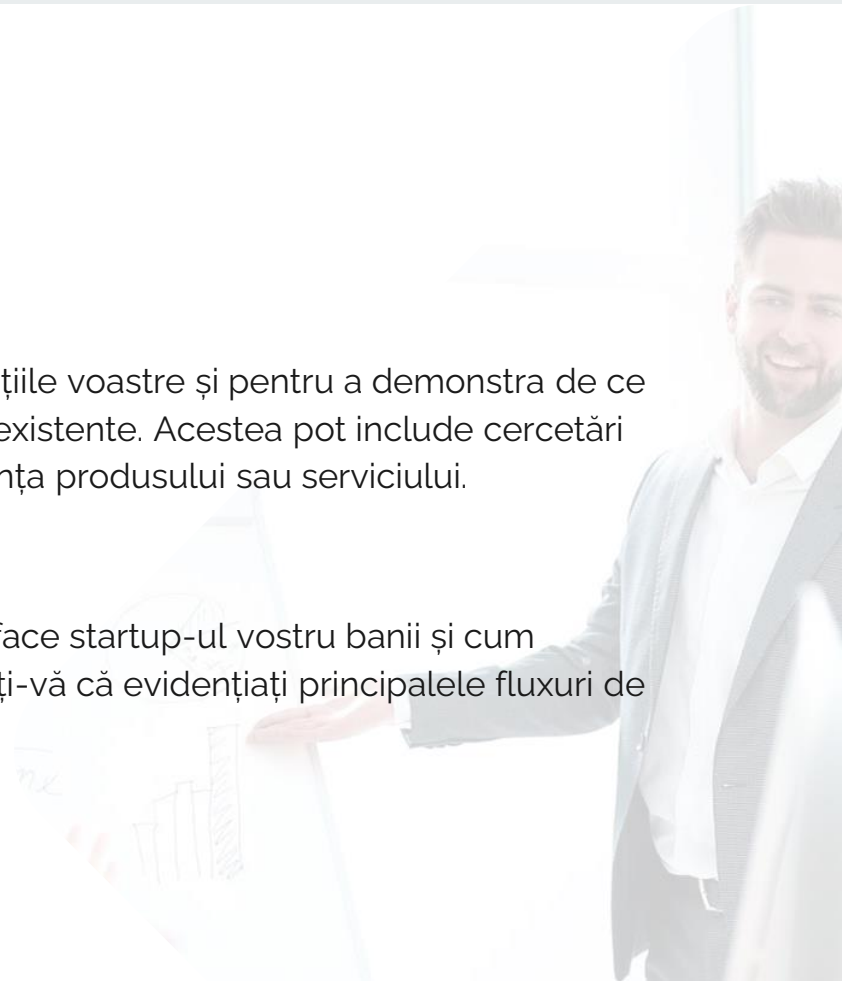




Structura unei prezentări

Furnizați dovezi: Furnizați dovezi pentru a susține afirmațiile voastre și pentru a demonstra de ce soluția startup-ului vostru este superioară alternativelor existente. Acestea pot include cercetări de piață, mărturii ale clienților sau date despre performanța produsului sau serviciului.

Evidențiați modelul vostru de afaceri: Explicați cum își face startup-ul vostru banii și cum intenționează să se extindă și să crească în timp. Asigurați-vă că evidențiați principalele fluxuri de venituri, piața țintă și strategia de piață.



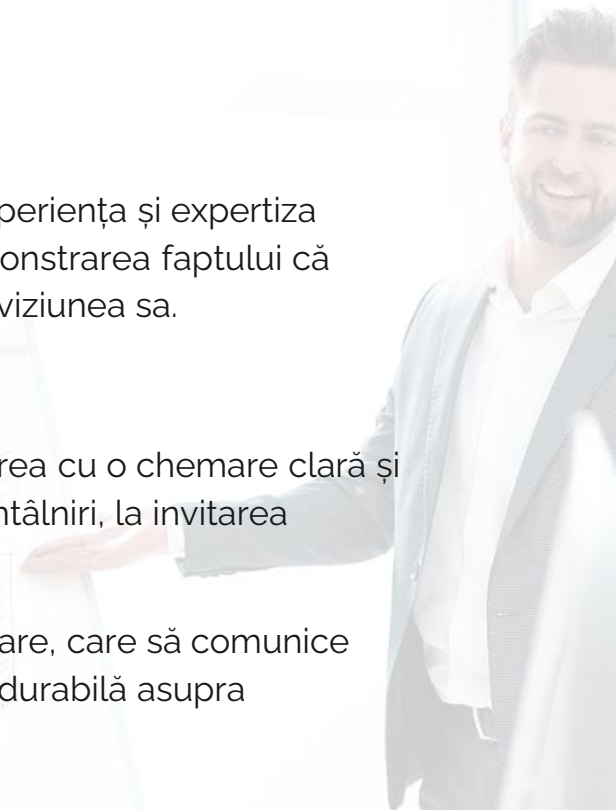


Structura unei prezentări

Discutați despre echipa voastră: Prezentați-vă echipa și evidențiați experiența și expertiza relevantă a acestora. Aceasta ajută la construirea credibilității și la demonstrarea faptului că startup-ul vostru are oamenii potriviți în locul potrivit pentru a executa viziunea sa.

Încheiați cu o chemare la acțiune: În cele din urmă, încheiați prezentarea cu o chemare clară și convingătoare la acțiune. Aceasta poate fi orice, de la solicitarea unei întâlniri, la invitarea investitorilor să încerce produsul sau serviciul vostru.

Urmând această structură, puteți crea o prezentare clară și convingătoare, care să comunice eficient propunerea de valoare a startup-ului dvs. și să lase o impresie durabilă asupra investitorilor.

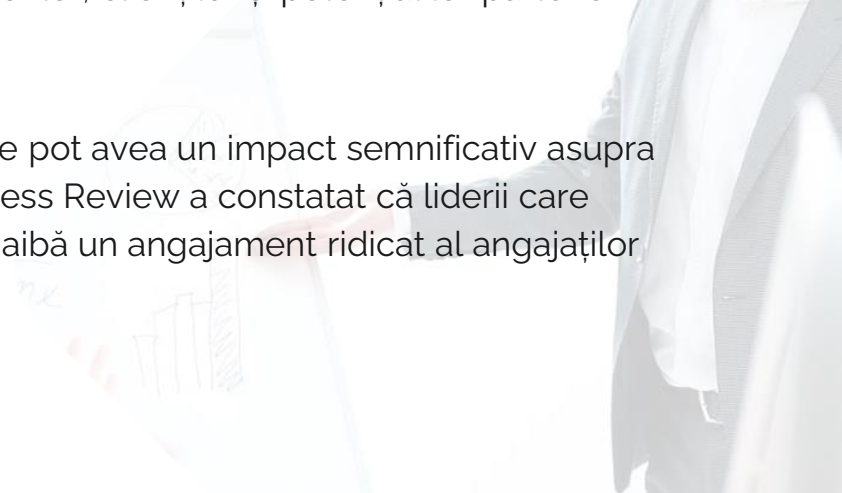




Abilități de prezentare

Abilitățile de prezentare sunt critice pentru succesul ca fondator al unor startup-uri. În peisajul actual al afacerilor, nu este suficient să ai o idee excelentă și un plan de afaceri solid. Trebuie să fii capabil să comunici eficient viziunea și ideile tale investitorilor, clienților și potențialilor parteneri.

Cercetările au arătat că abilitățile eficiente de comunicare pot avea un impact semnificativ asupra succesului în afaceri. Un studiu realizat de Harvard Business Review a constatat că liderii care comunică eficient și convingător sunt mai susceptibili să aibă un angajament ridicat al angajaților și mai mult succes financiar.





Pitch Deck

În ceea ce privește investitorii, există câteva teorii și practici care pot ajuta fondatorii de startup-uri să creeze prezentări eficiente. Unul dintre cele mai utilizate cadre este "**Pitch Deck**".

Teoria **pitch deck** este un cadru de lucru pentru crearea unei prezentări care comunică eficient elementele cheie ale unui start-up potențialilor investitori.

De obicei, aceasta constă într-o serie de slide-uri care acoperă subiecte specifice, cum ar fi **problema** pe care startup-ul o abordează, **soluția** pe care o oferă, **piața țintă**, **modelul de afaceri**, **echipa** și **aspectele financiare**.





Pitch Deck

Problemă: Acest slide-uri ar trebui să descrie clar și concis problema pe care startup-ul o abordează. Ar trebui să explice de ce problema este importantă, cum afectează oamenii sau afacerile și ce consecințe există dacă nu este abordată.

Soluție: Slide-urile soluției ar trebui să descrie produsul sau serviciul startup-ului și cum rezolvă problema prezentată în slide-ul anterior. Ar trebui să explice de ce soluția este unică și mai bună decât alternativele existente.

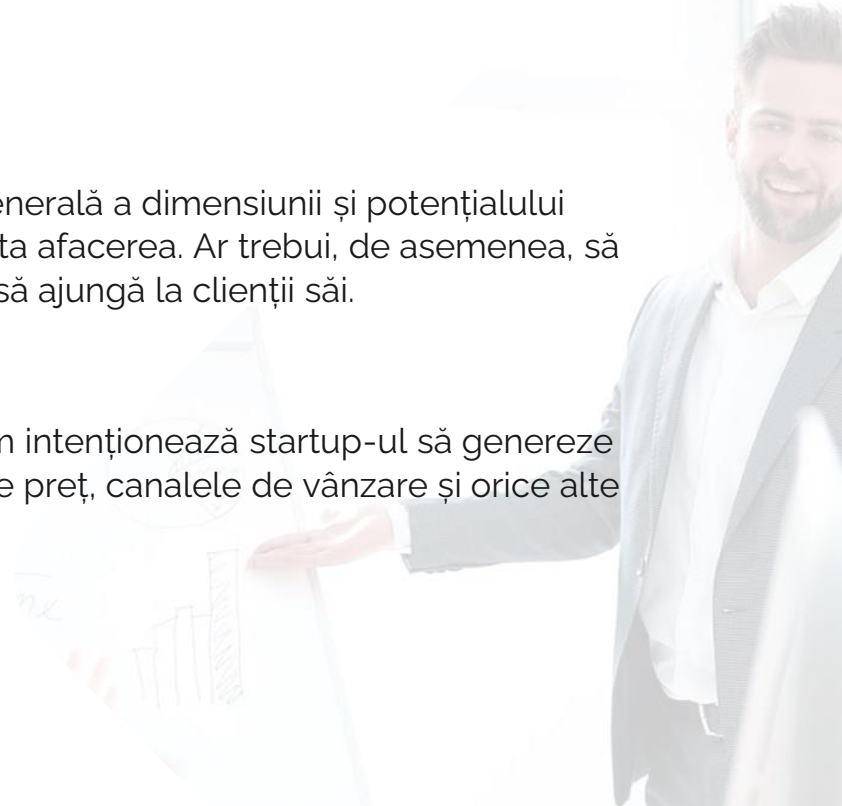




Pitch Deck

Piață: Slide-urile pieței ar trebui să ofere o prezentare generală a dimensiunii și potențialului pieței, inclusiv orice tendințe sau provocări care pot afecta afacerea. Ar trebui, de asemenea, să explice cum intenționează startup-ul să își targheteze și să ajungă la clienții săi.

Model de afaceri: Acest slide-uri ar trebui să explice cum intenționează startup-ul să genereze venituri și să obțină profit. Ar trebui să descrie modelul de preț, canalele de vânzare și orice alte aspecte cheie ale modelului de afaceri.

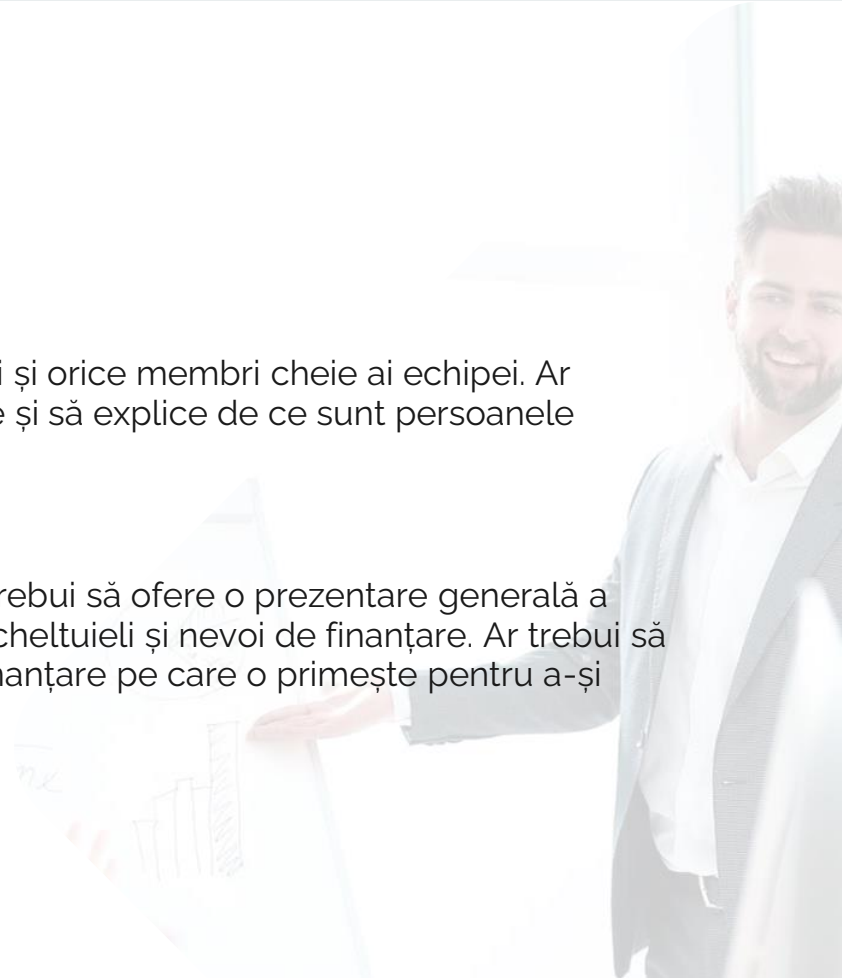




Pitch Deck

Echipă: Slide-urile echipei ar trebui să prezinte fondatorii și orice membri cheie ai echipei. Ar trebui să evidențieze experiența și abilitățile lor relevante și să explice de ce sunt persoanele potrivite pentru a construi și crește startup-ul.

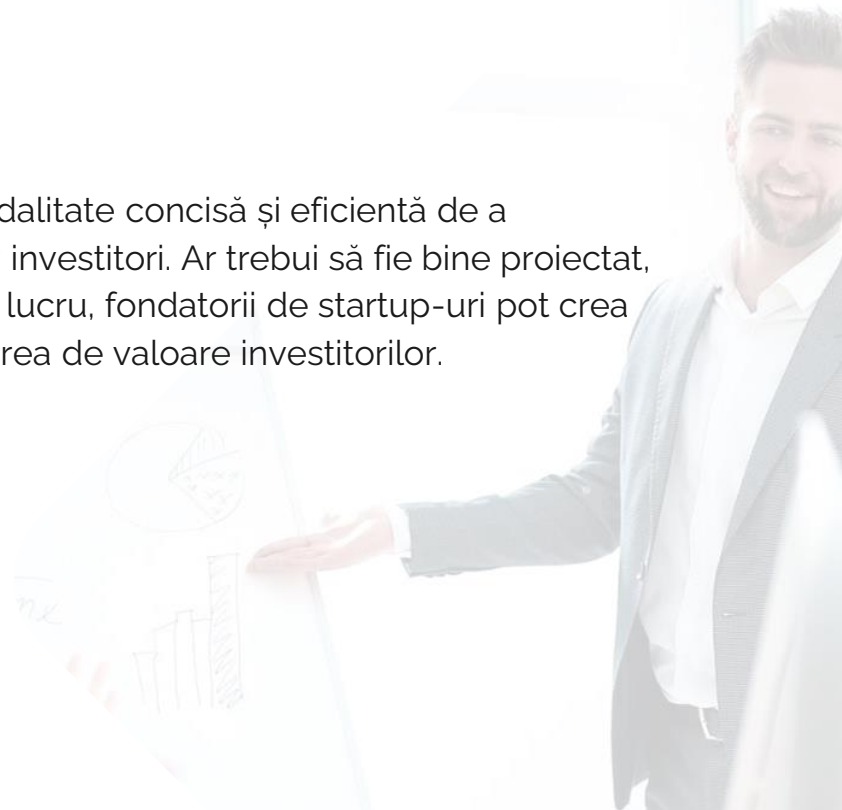
Aspecte financiare: Slide-urile aspectelor financiare ar trebui să ofere o prezentare generală a previziunilor financiare ale startup-ului, inclusiv venituri, cheltuieli și nevoi de finanțare. Ar trebui să explice cum intenționează startup-ul să utilizeze orice finanțare pe care o primește pentru a-și atinge obiectivele.





Pitch Deck

În general, **pitch deck**-ul este conceput pentru a fi o modalitate concisă și eficientă de a comunica elementele cheie ale unui startup potențialilor investitori. Ar trebui să fie bine proiectat, vizual atractiv și ușor de înțeles. Utilizând acest cadru de lucru, fondatorii de startup-uri pot crea prezentări care comunică eficient viziunea lor și propunerea de valoare investitorilor.

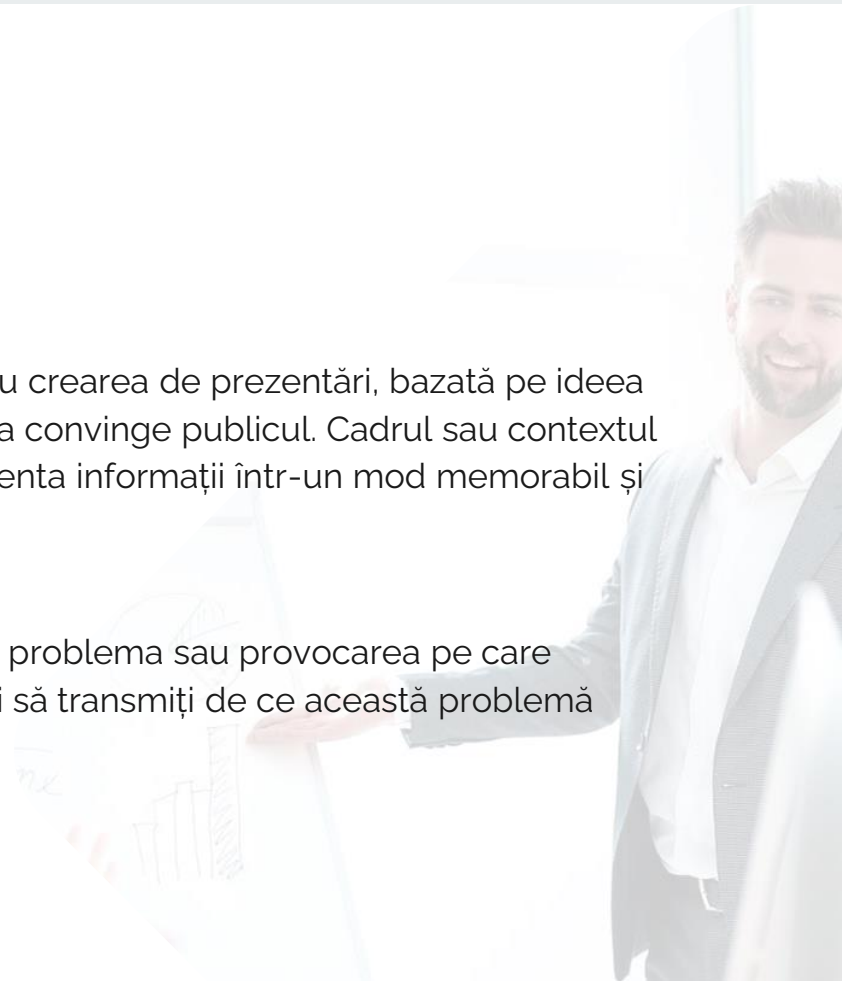




Storytelling Framework

Storytelling Framework este o abordare populară pentru crearea de prezentări, bazată pe ideea că povestitul este o modalitate puternică de a implica și a convinge publicul. Cadrul sau contextul presupune folosirea unei structuri narative pentru a prezenta informații într-un mod memorabil și convingător.

Începutul: Începutul poveștii este locul unde se prezintă problema sau provocarea pe care startup-ul tău o adresează. Trebuie să creezi o urgență și să transmiți de ce această problemă este importantă și relevantă pentru audiența ta.

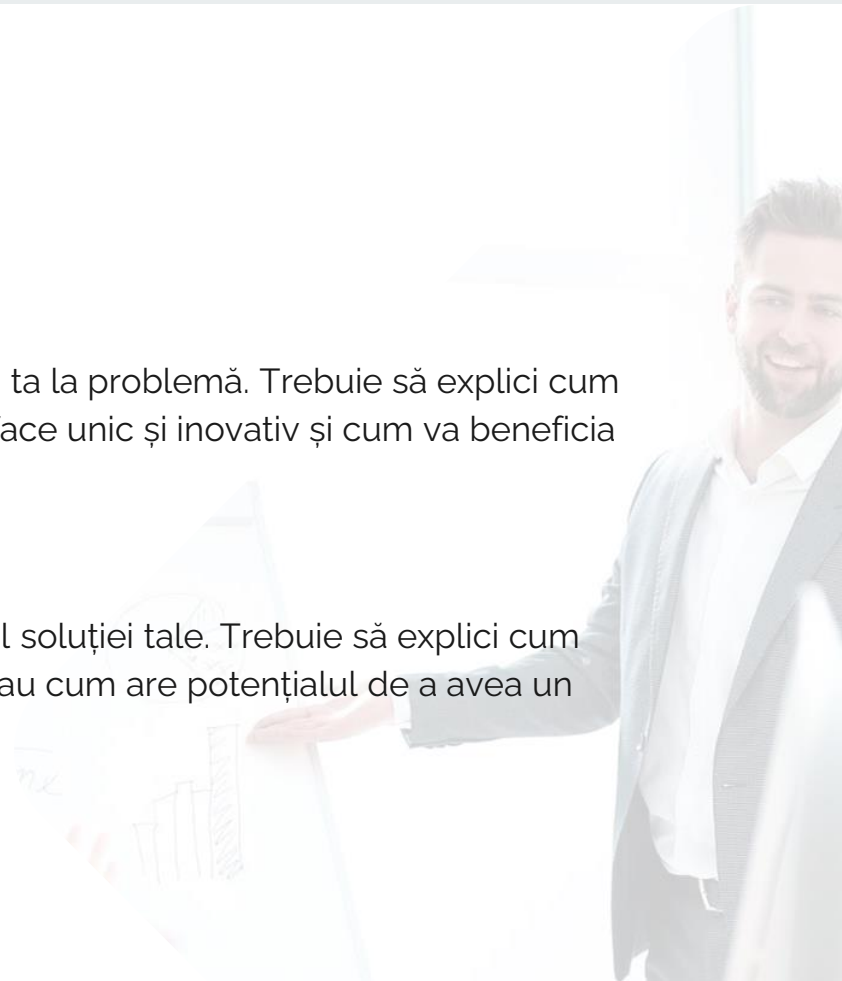




Storytelling Framework

Mijlocul: Mijlocul poveștii este locul unde prezinți soluția ta la problemă. Trebuie să explici cum produsul sau serviciul tău se adresează problemei, ce-l face unic și inovativ și cum va beneficia audiența ta țintă.

Finalul: Finalul poveștii este locul unde prezinți rezultatul soluției tale. Trebuie să explici cum produsul sau serviciul tău a avut deja un impact pozitiv sau cum are potențialul de a avea un impact semnificativ în viitor.



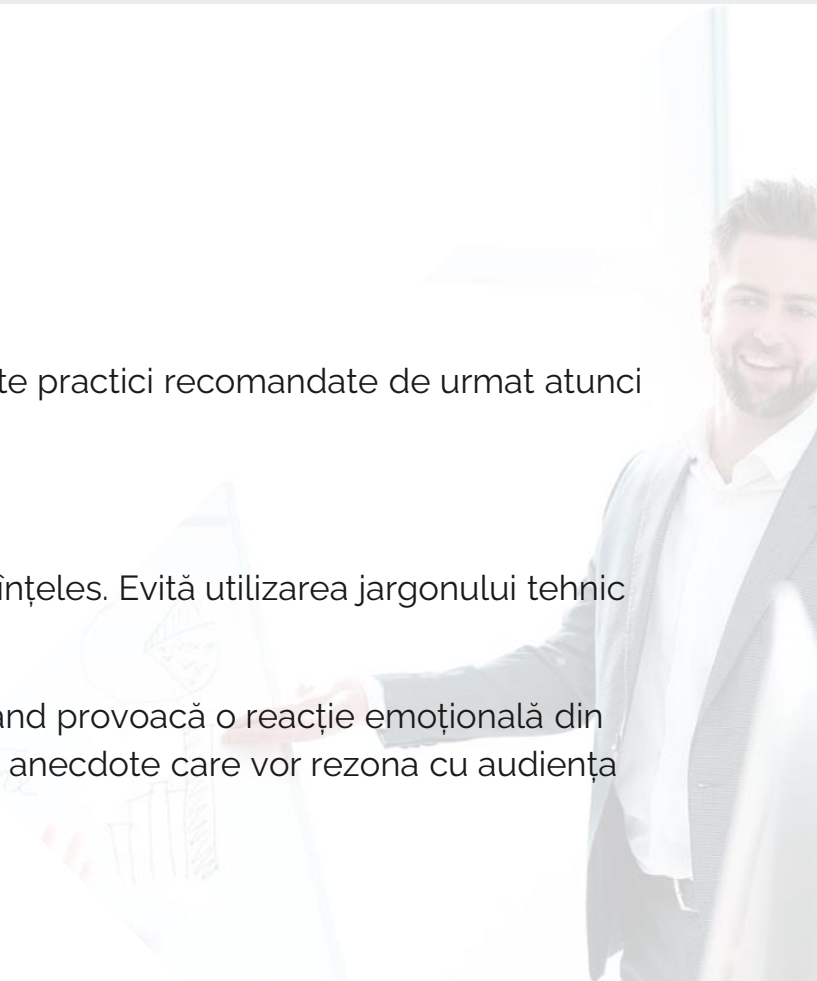


Storytelling Framework

În plus față de aceste trei elemente cheie, există câteva alte practici recomandate de urmat atunci când folosești **Storytelling Framework**:

Fii simplu: Povestea ta trebuie să fie ușor de urmărit și de înțeles. Evită utilizarea jargonului tehnic sau a limbajului complex care poate încurca audiența.

Folosește emoții: Povestitul este cel mai eficient atunci când provoacă o reacție emoțională din partea audienței. Încearcă să incluzi povești personale sau anecdote care vor rezona cu audiența ta la un nivel mai profund.

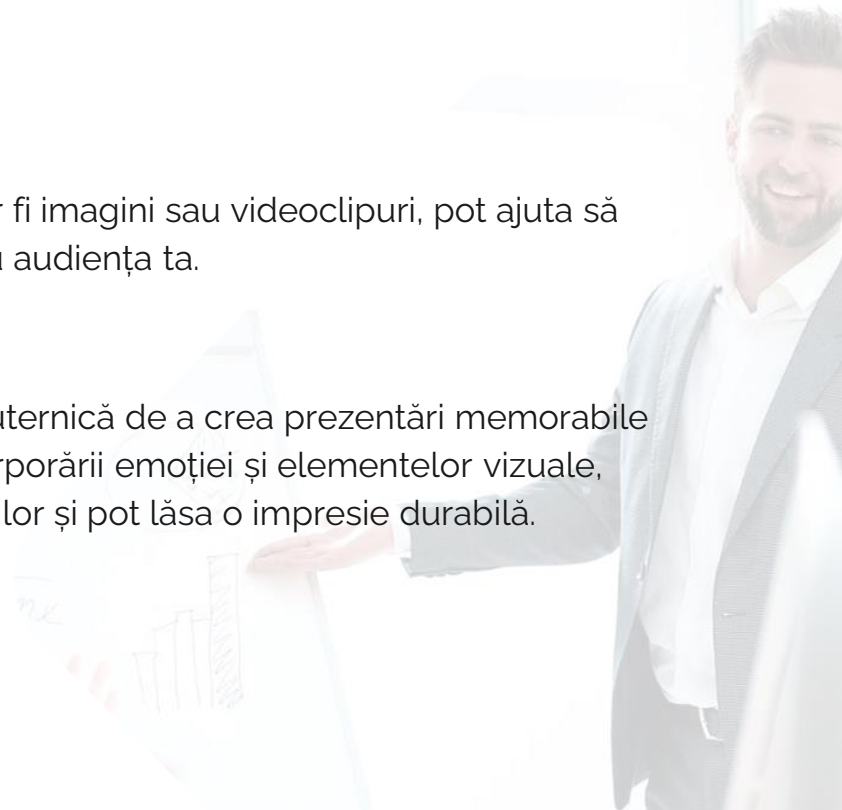




Storytelling Framework

Folosește elemente vizuale: Elementele vizuale, cum ar fi imagini sau videoclipuri, pot ajuta să aduci povestea ta la viață și să o faci mai atractivă pentru audiența ta.

În general, **Storytelling Framework** este o modalitate puternică de a crea prezentări memorabile și eficiente. Prin utilizarea unei structuri narative și a incorporării emoției și elementelor vizuale, fondatorii de startup-uri pot angaja și convinge audiența lor și pot lăsa o impresie durabilă.



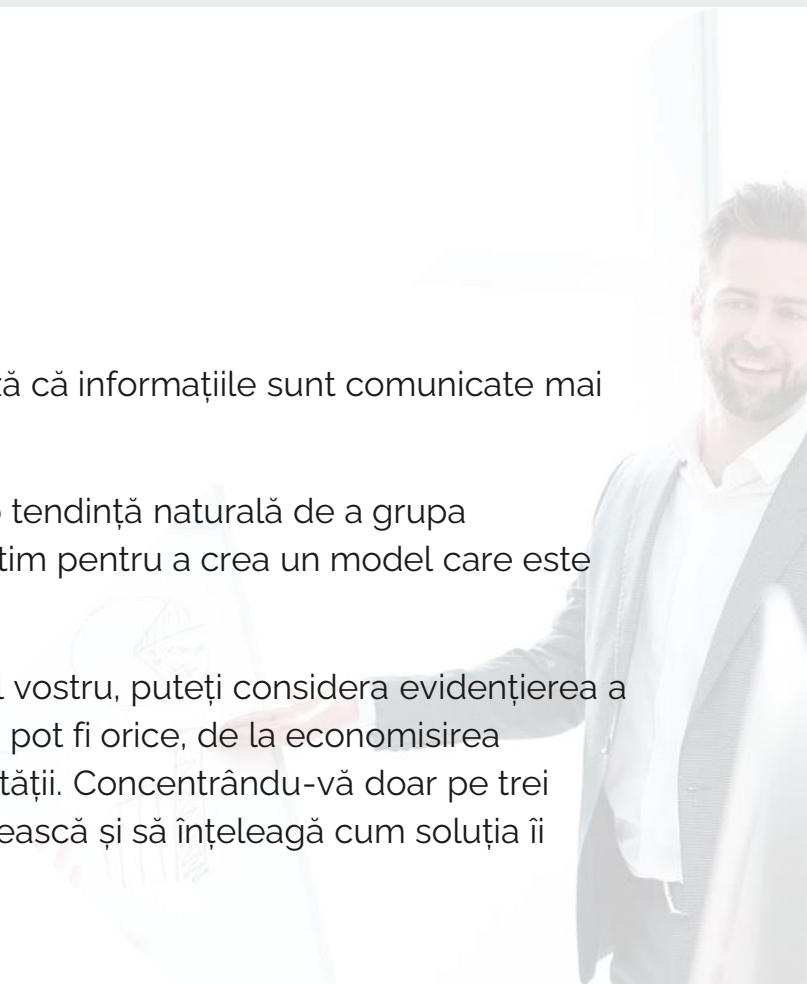


Teoria celor 3 elemente

Teoria celor trei elemente este un principiu care sugerează că informațiile sunt comunicate mai eficient atunci când sunt prezentate în grupuri de trei.

Acest principiu se bazează pe ideea că creierul uman are o tendință naturală de a grupa informațiile în modele sau bucăți și că trei este numărul optim pentru a crea un model care este memorabil și ușor de procesat.

Trei beneficii cheie: Când prezentați produsul sau serviciul vostru, puteți considera evidențierea a trei beneficii cheie pe care soluția voastră le oferă. Acestea pot fi orice, de la economisirea timpului, reducerea costurilor sau îmbunătățirea productivității. Concentrându-vă doar pe trei beneficii, faceți mai ușor pentru publicul vostru să își amintească și să înțeleagă cum soluția îi poate ajuta.

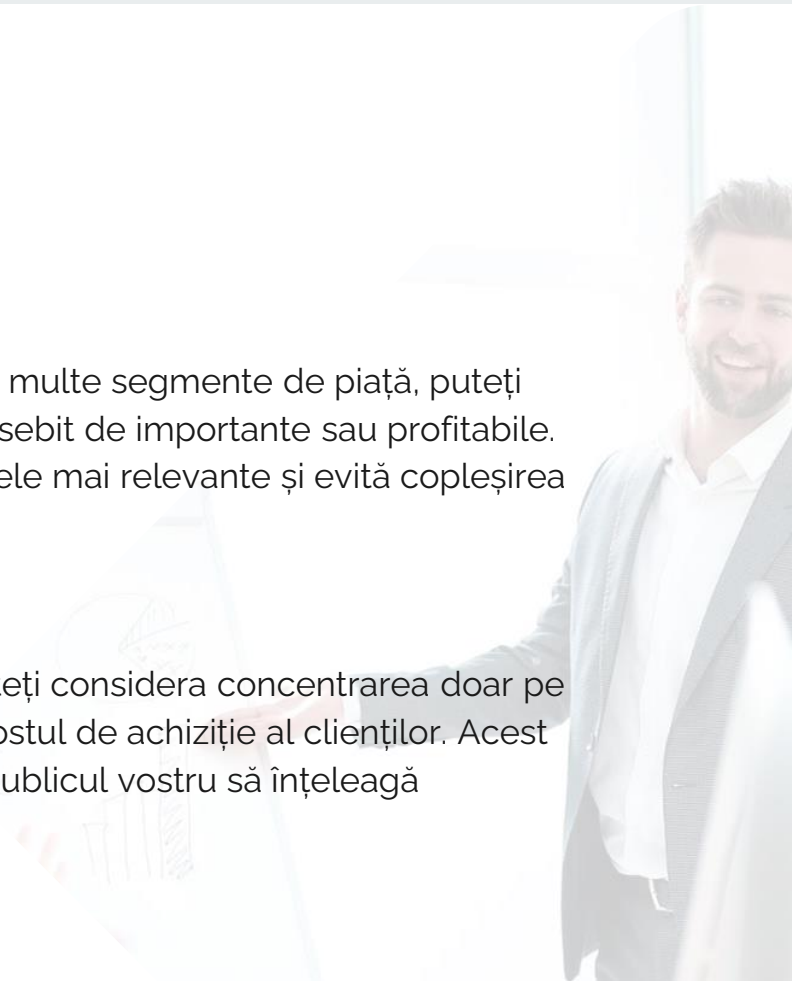




Teoria celor 3 elemente

Trei segmente de piață: Dacă startup-ul vostru vizează mai multe segmente de piață, puteți considera evidențierea a trei segmente cheie care sunt deosebit de importante sau profitabile. Acest lucru ajută la focalizarea prezentării pe segmentele cele mai relevante și evită copleșirea publicului cu prea multe informații.

Trei metrici cheie: Când prezentați informații financiare, puteți considera concentrarea doar pe trei metrici/indicatori cheie, cum ar fi veniturile, profitul și costul de achiziție al clienților. Acest lucru ajută la simplificarea informațiilor și face mai ușor ca publicul vostru să înțeleagă performanțele financiare.

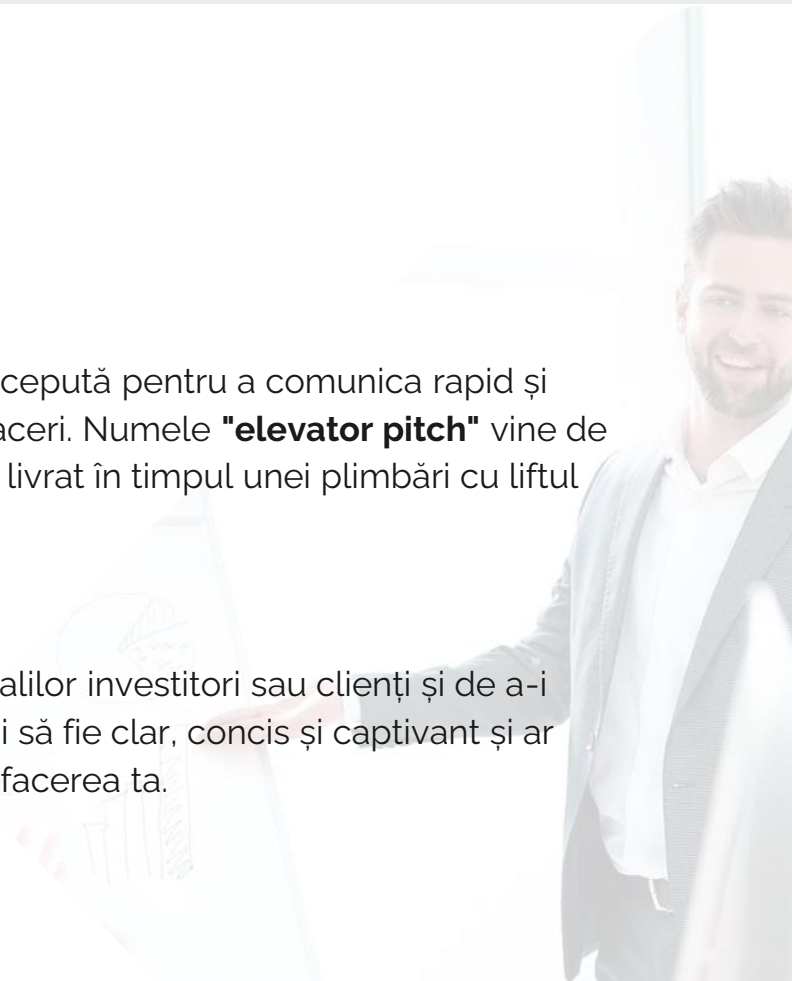




Elevator Pitch

Un "**elevator pitch**" este o prezentare scurtă și concisă, concepută pentru a comunica rapid și eficient mesajul de bază și propunerea de valoare a unei afaceri. Numele "**elevator pitch**" vine de la ideea că ar trebui să fie suficient de scurt încât să poată fi livrat în timpul unei plimbări cu liftul (între 30 de secunde și două minute, de obicei).

Scopul unui "**elevator pitch**" este de a capta atenția potențialilor investitori sau clienți și de a-i convinge că afacerea ta merită timpul și atenția lor. Ar trebui să fie clar, concis și captivant și ar trebui să lase ascultătorul dornic să afle mai multe despre afacerea ta.

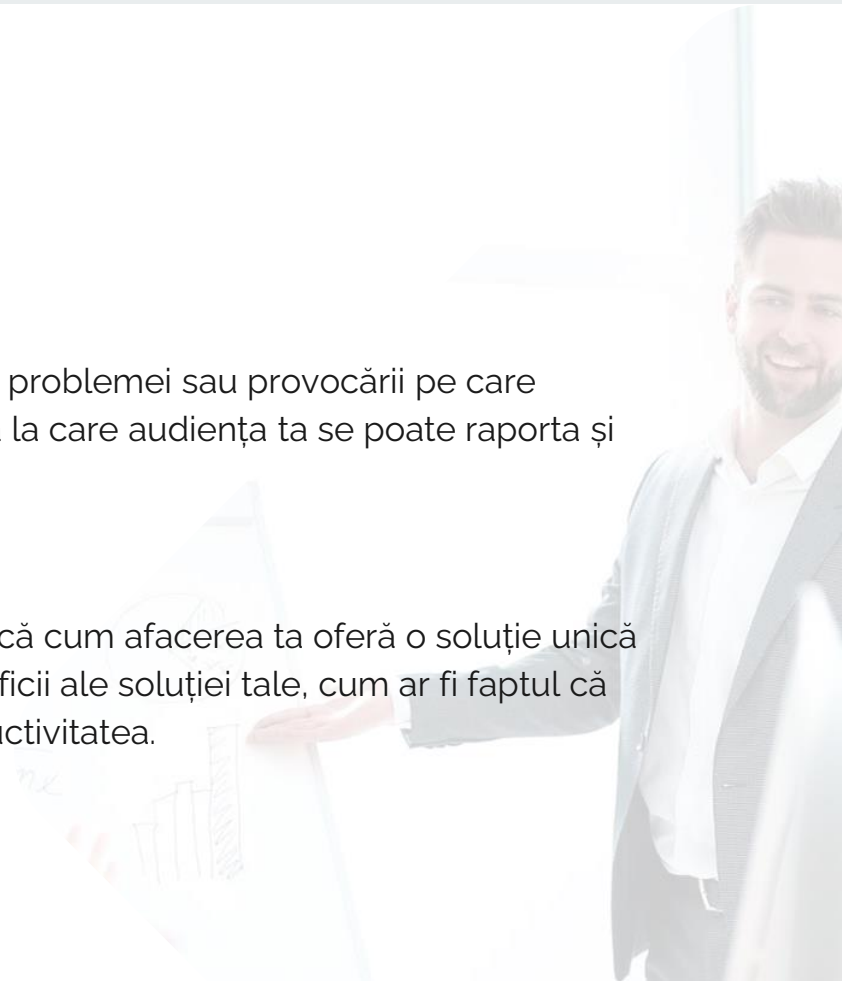




Elevator Pitch

Concentrează-te pe problemă: Începe prin identificarea problemei sau provocării pe care afacerea ta o abordează. Acest lucru ar trebui să fie ceva la care audiența ta se poate raporta și care este relevant și urgent.

Explică-ți soluția: Odată ce ai identificat problema, explică cum afacerea ta oferă o soluție unică și inovatoare. Asigură-te că evidențiezi principalele beneficii ale soluției tale, cum ar fi faptul că salvează timp, reduce costurile sau îmbunătățește productivitatea.

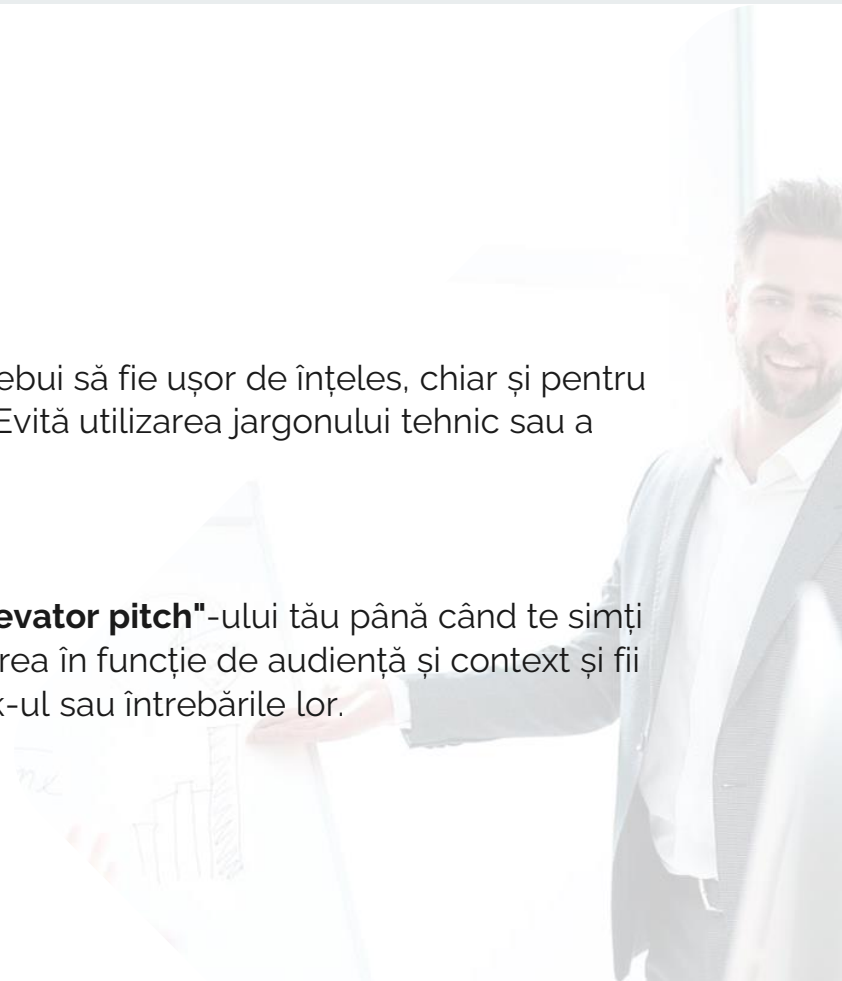




Elevator Pitch

Folosește un limbaj simplu: "Elevator pitch"-ul tău ar trebui să fie ușor de înțeles, chiar și pentru cineva care nu este familiarizat cu industria sau piața ta. Evită utilizarea jargonului tehnic sau a limbajului complex.

Exersează, exersează, exersează: Exersează livrarea "elevator pitch"-ului tău până când te simți confortabil și încrezător. Asigură-te că îți variezi prezentarea în funcție de audiență și context și fii pregătit să o adaptezi pe moment în funcție de feedback-ul sau întrebările lor.





Elevator Pitch

Încheie cu o chemare la acțiune: În cele din urmă, încheie **"elevator pitch"**-ul tău cu o chemare clară și captivantă la acțiune. Aceasta ar putea fi orice, de la solicitarea unei întâlniri sau a unui apel de urmărire, la invitația lor de a vizita site-ul tău web sau de a încerca produsul tău.

În general, un discurs de prezentare scurt și concis este o unealtă esențială pentru orice fondator de startup care dorește să comunice rapid și eficient valoarea afacerii lor.

