

Как создать продукт за 30 дней и 30 ночей

ДЕНЬ 29: Финальный питчинг: Что
рассказываем о продукте?



Как будем работать мы?

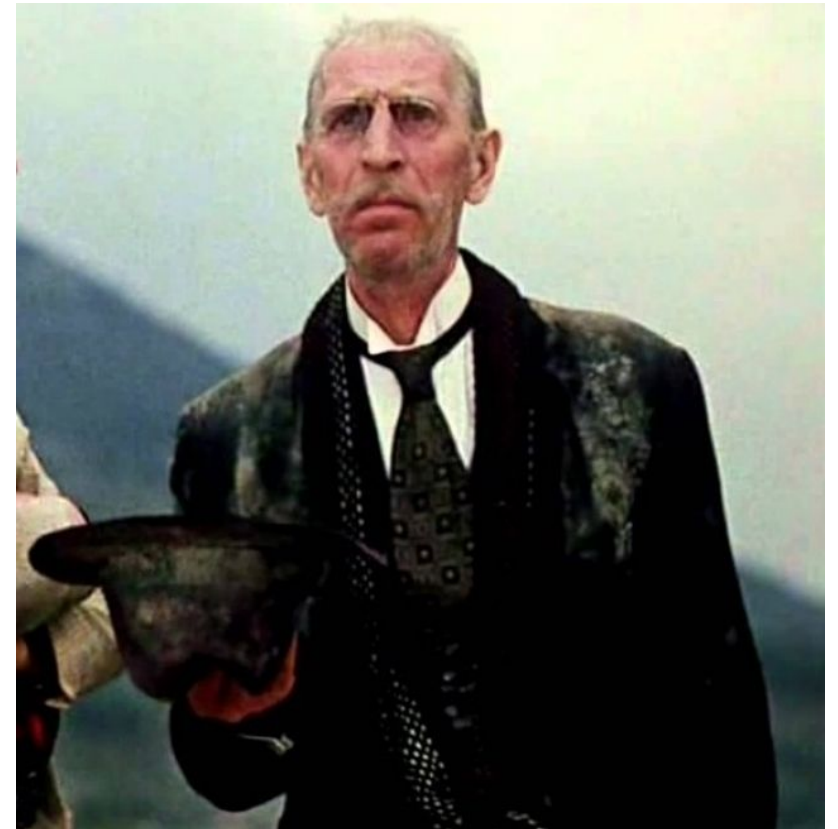
Подумаем где достать инвестиции и как рассказать о нашем продукте:

Инвестиции: Как привлечь инвестиции на развитие нашего продукта? (часть 1 - Сколько?)

Инвестиции: Как привлечь инвестиции на развитие нашего продукта? (часть 2 - Как?)

Финальный питчинг: Что рассказываем о продукте?

Разговор с продактом: "Перспективы профессии"





**Факторы хорошего и
плохого проекта?**



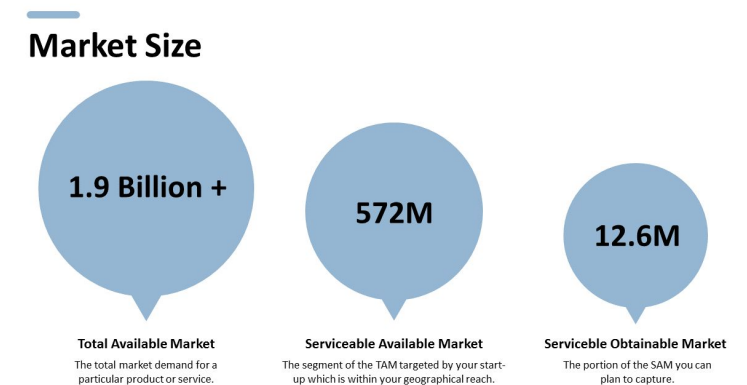
Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №1. Размер рынка

На небольшом рынке инвестор ориентируется на дивидендную доходность и быстрое получение прибыли. На большом рынке инвестор ориентируется на рост капитализации компании, первое время компания может быть убыточна.

Как убедить инвестора:

- Показать отраслевые примеры из других регионов
- Показать красивую статистику по рынку
- Заказать независимое исследование рынка



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №2. Юнит-экономика

Считаешь ли ты юнит-экономику? Насколько хорошо ты ориентируешься в финансовых отчётах по своей компании? Сходится ли твоя юнит-экономика? Какой средний чек в твоей компании? Какой LTV в твоём проекте в горизонте ближайших 2-3 лет? Как долго получается удерживать аудиторию? Как меняются показатели юнит-экономики со временем?

Как убедить инвестора:

- Показать свою осведомлённость в юнит-экономике компании
- Показать положительные результаты экспериментов. Как получилось изменить тот или иной показатель
- Показать план по улучшению показателей юнит-экономики
- Показать отчет по когортам



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №3. Команда проекта

Какой у тебя профессиональный и предпринимательский опыт?

Какие достижения у тебя были? Опыт твоих ключевых сотрудников: маркетинг, продажи, продукт. Насколько они сильные специалисты? Насколько хорошо друг друга дополняют? Какую выгоду несут проекту? Какие задачи решают?

Как убедить инвестора:

- Познакомить с командой проекта
- Показать кейсы, подтверждающие твой опыт и экспертизу
- Заручиться рекомендациями значимых людей
- Показать, как команда проходила сложные моменты и какие решения нашла совместно



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №4. Масштабируемость бизнес-модели

Можно ли масштабировать каналы привлечения? Можно ли расширить продукт на другие целевые аудитории и другие регионы без сильных изменений модели? Насколько сложно масштабировать производственные процессы?

Как убедить инвестора:

- Показать, как изменится финансовая модель при масштабировании
- Предоставить статистику по масштабируемости каналов
- Рассказать, как вы в компании решаете вопросы эффективности производственных процессов, за счёт чего можно ускорить работу команды



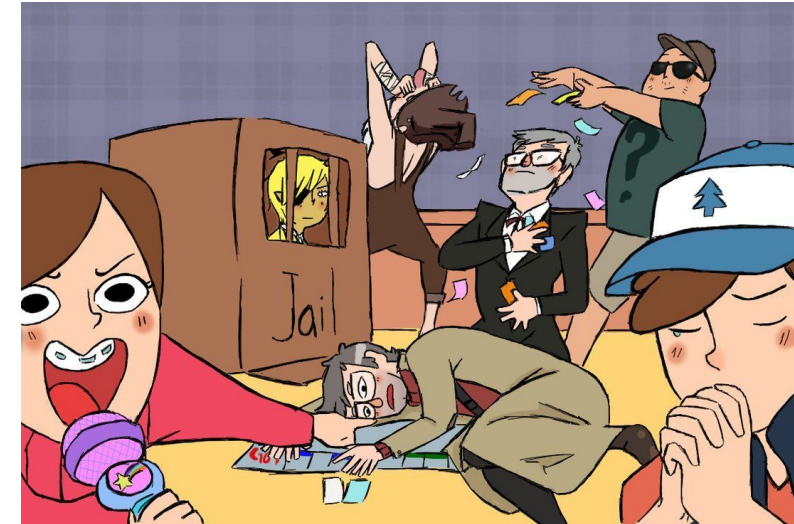
Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №5. Барьеры входа на рынок

Сколько будет стоить конкурентам повторение твоего бизнеса? Сколько времени это у них займёт? Есть ли у тебя преимущества?

Как убедить инвестора:

- Показать свои нечестные преимущества перед конкурентами
- Если нет явных преимуществ, обратить внимание на такие факторы, как: команда, скорость роста, хорошее понимание отрасли
- Показать, сколько усилий/денег уже вложено в компанию
- Продемонстрировать патенты, если они имеются



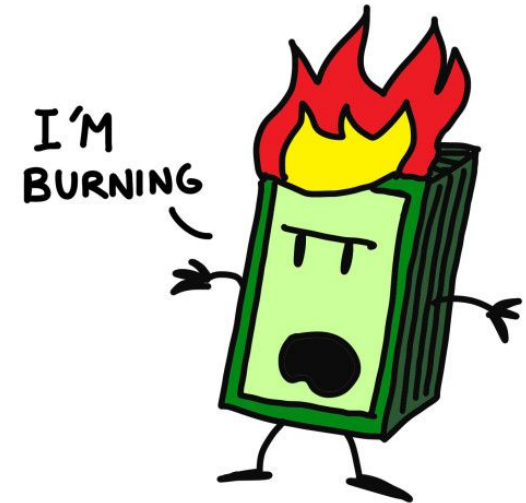
Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №6. Потребность в инвестициях до выхода в плюс

Инвестор оценивает, сможет ли существовать компания, если не привлечёт следующий раунд. На какое время хватит денег, которые предоставляет инвестор?

Как убедить инвестора:

- Показать свое умение грамотно распоряжаться деньгами компании
- Показать реальную прибыль и темпы её роста
- Если прибыли нет, продемонстрировать интерес со стороны клиентов: предрегистрации на сервис, отзывы
- Продemonстрировать кейсы, доказывающие способность привлекать аудиторию по привлекательной цене, или кейсы, показывающие большую экономичность производства



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №7. Возможность выхода из компании

Институциональные инвесторы зарабатывают на продаже доли, поэтому будут стараться сделать exit в горизонте 5-7 лет. Бизнес-ангелы зарабатывают на дивидендах, поэтому могут не иметь чёткого горизонта по exit.

Как убедить инвестора:

- Акцентировать внимание на соответствии проекта целям инвестора
- Прописать понятные условия выхода из компании



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №8. Структура сделки и оценка бизнеса

На небольшом рынке инвестору важно понимать, какую доходность он получит и в каком горизонте. Если инвестор рассчитывает на рост капитализации, то ему важна оценка стоимости компании в будущем.

Как убедить инвестора:

- Показать финансовую модель с расчётом прогноза прибыли и роста на ближайшие 5 лет
- Рассказать про наиболее выдающиеся показатели и как вы их достигли: удачные кейсы по рекламе, очень хорошие цифры по марже и т.д.



Факторы хорошего и плохого проекта

Фактор №10. В проекте должна быть новизна

Инвестору важно, что ты знаешь своих конкурентов и понимаешь свои отличия от них. Ты должен знать аналогичные кейсы на глобальном рынке.

Как убедить инвестора:

- Описать технологию, особенность проекта
- Показать сравнение с конкурентами и отличие проекта
- Показать отзывы клиентов
- Попросить стороннего эксперта оценить проект с точки зрения его инновационной составляющей и соответствия существующим трендам





**Какие документы
нужны?**



Какие документы подготовить для инвестора

– **Инвестиционный тизер** — презентация, которая отражает основные детали по проекту. Она очень похожа по структуре на питч-дек, однако, в отличие от него, содержит больше фактических деталей.

[Скачать шаблон инвестиционного тизера можно на сайте Rusbase](#)

– **Краткое резюме с информацией о членах команды.** Оно содержит информацию о ключевых сотрудниках проекта: профессиональном и бизнес-опыте, роли и функциях в проекте, личных достижениях и ценностях, доли в проекте и многом другом.

[Скачать шаблон резюме для инвестора на сайте Rusbase](#)

– **Одностраничник (one pager) или executive summary** — короткий документ, в котором ёмко описаны все основные детали проекта и желаемые условия по инвестициям. Часто в него включают описание Business Model Canvas или другого канваса.

[Скачать шаблон Executive summary на сайте Rusbase](#)

Какие документы подготовить для инвестора

– **Финансовый план/финмодель и расчёты юнит-экономики**

– **Roadmap (дорожная карта) развития продукта** — краткое описание того, как ты планируешь развивать продукт в ближайшие 6-12 месяцев. Обоснование, почему именно этот план, чем он продиктован (например, данными исследования аудитории). Можно представить план в виде диаграммы Ганта или просто в текстовом формате.

[Скачать шаблон Roadmap на сайте Rusbase](#)

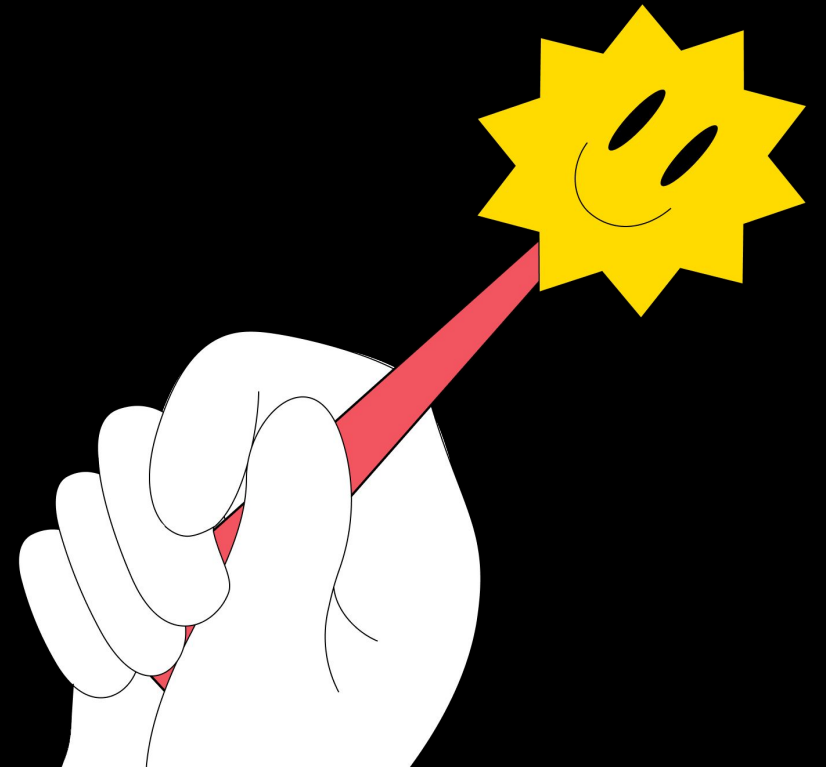
– **Операционный план.** В этом документе отражаются 3-5 ключевых целей на ближайшие полгода-год. Например, выход на новый рынок, запуск первой версии продукта. Также здесь стоит отразить, каких показателей ты планируешь достичь и за счёт каких действия. Этот документ должен также ответить на вопрос: «Что мы будем делать с полученными инвестициями?»

**“Хорошие” стартапы складывают это все и
многое другое в Data Room**





Как составить Data room, что это такое?



Data Room - веб-пространство для хранения различных документов, где Вы можете управлять и **контролировать** доступ, просмотр, копирование и печать.



Что следует положить в Data Room

- 1/ **Финансовая информация:** финансовая модель, историческая отчетность (финансовая и управленческая), когортный анализ, юнит экономика
- 2/ **Презентации:** ваш питч для инвесторов, стратегия, презентации продукта клиентам
- 3/ **Отраслевой анализ:** исследования по рынку, прогнозы, анализ конкурентов
- 4/ **Технология:** информация по вашим IP, структура tech stack, сравнение с конкурентными технологиями
- 5/ **Отдельно go to market** – модель или принципы анализа рынков и сегментов перед выходом на эти сегменты
- 6/ **Юридическая и акционерная информация:** captable, орг структура (org chart), ваши корпоративные документы, документы по прошлым раундам
- 7/ **Команда:** CV ключевых людей, структура команды
- 8/ **Клиентские контракты**, если это применимо
- 9/ **Press clips**, может быть, какие-то исследования или публикации с инсайтами, которые вы делали
- 10/ Вдруг, у вас есть **клиентские интервью или surveys** – тоже архи важно.

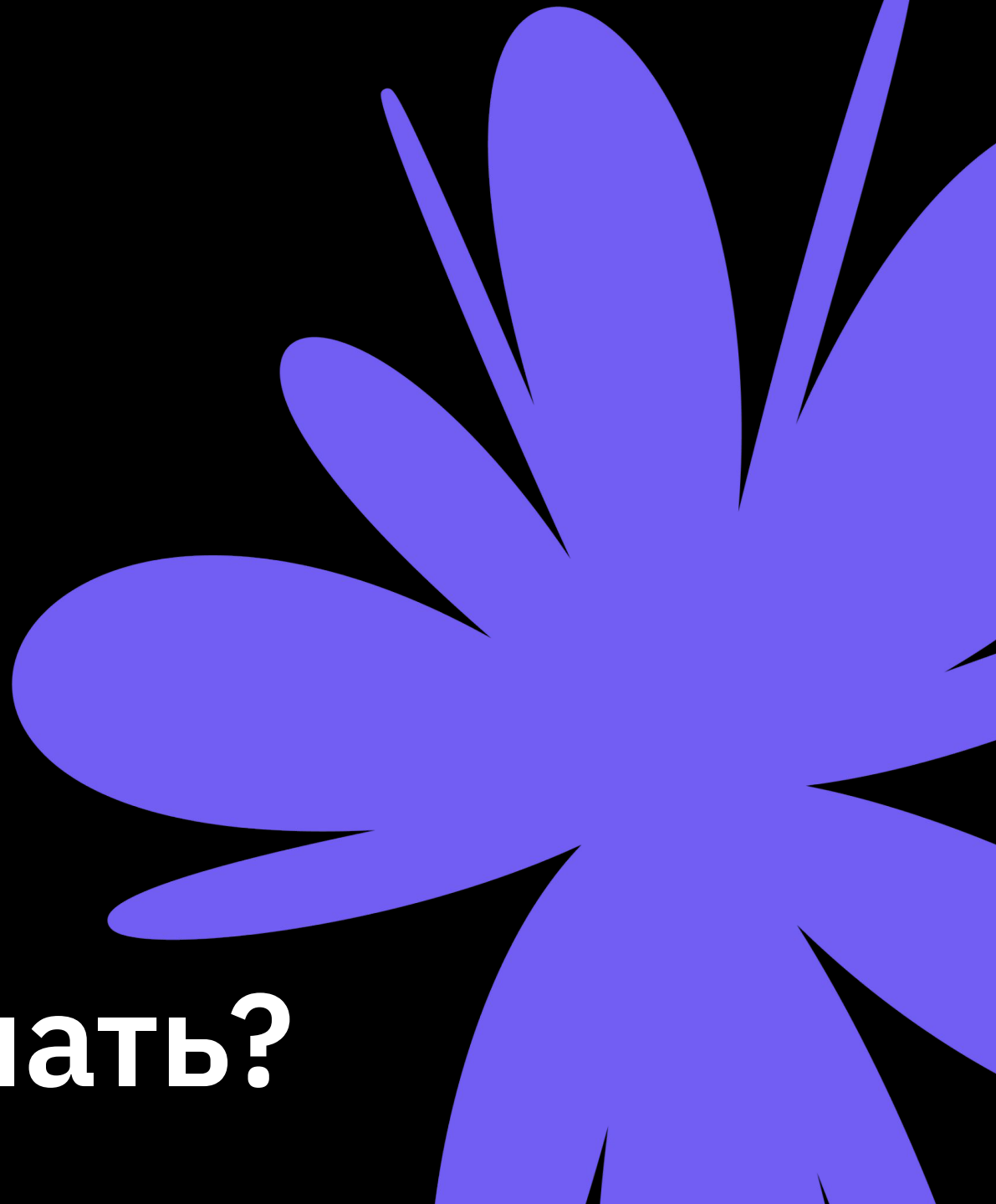
Что следует положить в Data Room

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	ELECTRONEEK SERIES A DATA ROOM DASHBOARD							
2								
3	IMPORTANT			MISC			REFERENCES & MEDIA	
4								
5	GENERAL			PRODUCT			REFERENCES	
6	Invest Deck			2020 Product Development Overview			Customers Contacts & Details	
7	Historical Data (2019-2020)			2021 Product Roadmap			Prev. interviews (DD by investors)	
8	Growth Strategy (Video)			Product FAQ			User Interviews	
9	Growth Strategy Description			Product Deck - Studio				
10	Regions Sales Quotas			Product Deck - Orchestrator			MEDIA KIT	
11	Customers Pipeline (Q12021)			Product Architecture - Intro			Key Publications	
12	Financial model 2021			Product Architecture - Detailed			Videos and podcasts	
13	Financial model 2022			Product Trial Access and Win OS Install				
14	Achievements & Recognition							
15								
16	COMPETITIVE LANDSCAPE			EXECS HIRING PLAN 2021				
17	Competitive battlecards			CMO				
18	Market Research			Head of Customer Support				
19				VP of Product				
20	CUSTOMERS DATA			Head of Online Academy				
21	Customer Cohorts Description			CFO				
22	Customers List - 2020			Provided upon request only				
23	Customers List - 2019			Provided upon request only				
24				LEGAL AND IPs				
25	TEAM			Company Docs & Bylaws				
26	Founders & Key Execs			IPs				
27	Org Chart Jan 2021			Customers & Clients NDAs			Provided upon request only	
28				Employees Agreements & NDAs			Provided upon request only	
29	CAP TABLE			Previous Fundings (SAFEs / NOTES)			Provided upon request only	
30	Cap Table Jan 2021							

Пример с разъяснениями: <https://youtu.be/k7Ef0b5lni8>



Питч? С чего начать?



“**Питч-презентация** – это небольшой рассказ о новом проекте.”

Питч (Pitch) — устная **презентация** на несколько минут, та самая речь, которую вы будете репетировать у зеркала и выверять по секундам.



Питч-презентация – это увлекательная и хорошо рассказанная история



С чего начать “историю” своего питча?

Прежде всего перед началом любого питча, нужно снова проделать “домашнюю” работу. А именно ответить на два вопроса:

1. **Кому** будем питчить. (Узнать и определять тип инвестора, собирать сведения о нём и понять, что его больше всего интересует)
2. Сформулировать **цель** своей презентации. (Инвестиции, интро, пилоты и т.д.)

После этого можно начинать выстраивать свой рассказ.





Типы и форматы питчей: ситуация в лифте



Типы и форматы питчей?

Elevator pitch (презентация в лифте) появился в 20-ых годах прошлого столетия. В период интенсивного строительства небоскребов молодые предприниматели США догадались проводить питчи для инвесторов в подъемниках. Таким образом, маститые бизнесмены были вынуждены слушать идеи начинающих коллег (благо разговор ограничивался минутой). Пока кабинка двигалась между этажами (от 30 до 60 секунд) наиболее удачливым и хорошо подготовленным соискателям денег удавалось договориться о финансировании стартапа.

Представление поисковой системы Google состоялось во время краткого коридорного разговора в 1998 году. Сергей Брин и Ларри Пейдж, предложили соучредителю Sun Microsystems Энди Бехтольшайму инновационный проект. Чек топ-менеджера на 100 тыс. долларов позволил создать компанию Google Inc.



Алгоритм «речи для лифта» по пунктам

1. Разговор в «лифте» начинайте с представления себя-любимого (визави должен понимать с кем общается). Оптимальный вариант — пара коротких фраз. Затем перечислите свои возможности или примеры успешной реализации задач (не больше трех). Объясните, почему потенциальный инвестор из всех должен выбрать вас и почему вы решите поставленную задачу.
2. Сформулируйте основные выгоды от вашего продукта, какие и чьи проблемы он решает, то есть заинтересуйте тем, что вы делаете.
3. Самый важный пункт. В чем выгода от сотрудничества. Четко сформулируйте преимущества и ценность предложения. Обязательно укажите необходимую сумму инвестиций, а также сроки гарантированной окупаемости проекта и получения прибыли.





Важно следовать правилам составления elevator pitch

- Презентация должна быть короткой (на то она и elevator)
- Ты должен показать потенциальную прибыль для инвестора: ответить на вопрос, каким образом планируешь монетизировать продукт, какой объем рынка и сколько процентов ты планируешь от него “откусить”
- Питч презентация должна быть понятна обладателю любого кругозора.



Пример

1. Двумя предложениями описывается враг и губительные последствия его деятельности: **«Растущие показатели CO2 в атмосфере влияют на повышение общей температуры планеты. И, что еще страшнее — выхлопные газы автомобилей убивают более 53 тыс. человек в год».**
2. Двумя фразами дается ответ на вопрос: что делать? Звучит он так: **«Мы в состоянии изменить ситуацию. Задача компании Tesla — создание надежных транспортных средств на электричестве, что крайне важно для будущего мира».**
3. Результат грамотного продвижения товара: **Каждую неделю в 2020-ом с конвейеров Tesla сходило 5 тыс. авто, плюс стоимость акций компании выросла на 720%.**





Типичные ошибки

1. Использование длинных сложносочиненных и сложноподчиненных предложений, с причастными и деепричастными оборотами, плюс вводными словами. Подобный монолог трудно воспринимается на слух и сложно запомнить суть.
2. Слишком быстрая или излишне медленная речь напрягает собеседника.
3. Питч без цели. Укажите точную сумму, требующихся финансовых вложений и сроки окупаемости (прибыли) проекта.
4. Поверхностное изучение информации о потенциальном инвесторе.

А что если лифт быстрый и у тебя 15 секунд на питч?

Тогда придется представлять свою идею и компанию за одно предложение.

«Поскольку мы верим [в это амбициозное видение], [моя компания] [строит / выводит на рынок / запустила / является] [ваше предложение, сформулированное в двух-трех словах] для [включения / расширения возможностей / предложения / помощи] [конкретная личность] для [достижения определенного результата] [путем использования этого уникального актива / путем принятия этого новаторского подхода] ».

STARTUP MADLIBS

My company, _____, _____
NAME OF COMPANY

is developing _____
A DEFINED OFFERING

to help _____
A DEFINED AUDIENCE

_____ with
SOLVE A PROBLEM

_____ SECRET SAUCE

Example: My company, the Founder Institute, is developing a training and mentoring program to help entrepreneurs launching a new startup create meaningful and enduring technology companies with shared equity that encourages peer support.

Perfect your pitch at a free event: <http://fi.co/events>



Типы и форматы
питчей: когда 3 минуты
- бесконечность



Базовые принципы построение питча

1. Любой питч - это история, увлекательная, понятная, связная и информативная.
2. Каждые дополнительные минуты отведенного времени - это возможность **дополнить** новыми подробностями свою базовую историю.





Что должна содержать презентация для инвестора?

- Титульный лист
- Целевая аудитория, её проблема, подтверждение наличия проблемы
- Размер рынка, на какую часть рынка ты претендуешь, потенциал в выручке
- Идея продукта, его фишки, как он работает
- Бизнес-модель и как ты планируешь зарабатывать
- Что уже сделано, каких результатов смогли достичь (прототипы, отзывы, результаты по выручке/прибыли)
- Юнит-экономика и метрики, которые получилось подтвердить.
- Команда проекта и ее компетенции, какой есть опыт у членов команды. Почему нам стоит доверять?
- Какие есть конкуренты, за счёт чего ты победишь на рынке
- Что ты хочешь получить и для чего.
- Изюминка проекта. Ваш секретный соус. Нечестное преимущество.

В идеале презентация для инвестора должна уместиться на 5-7 слайдах

Как должен выглядеть лучший питч? Анализ DocSend на основе анализа 200 презентаций на \$360 млн.

1. Средний Seed – это \$1.4 млн капитала за 12.5 недель (то есть, почти 5 мес) после контакта 68 инвесторов и 40 встреч. Такой себе достаточно хороший стартап у них в выборке – конверсия во встречи очень большая.

2. А что с презентацией? Это в среднем 19 слайдов, которые в среднем читают 3 минуты 44 секунды. Еще раз – меньше 4 минут!

3. По времени инвесторов наибольшее внимание приковывают финансовые результаты, команда, конкуренты, раздел “why now” и company purpose. Это топ-5 категорий.

Designing a Successful Seed Deck

The average length of the seed decks we studied was roughly 19 pages, and most had a similar format. The following table shows the types of pages used in the average order by the frequency in which they occurred. This table also notes the average length for each section of the deck, if that figure was included. We categorized pages according to [Sequoia Capital's list of recommended categories](#).





За счёт чего можно усилить презентацию?

- Впечатляющие цифры: большой и привлекательный рынок, высокий LTV, большой процент удовлетворённости клиентов, много привлечённых клиентов.
- Демонстрация хорошего понимания потребностей аудитории.
- Подтверждение идеи бизнеса на других региональных рынках.
- Наличие у основателя и членов команды большого отраслевого опыта или опыта открытия и развития проектов.
- Наличие реальных клиентов и оплат, наличие прибыли.
- Наглядная демонстрация продукта: прототипы, показ самого продукта.
- Наличие положительных отзывов клиентов.
- Впечатляющие темпы роста.
- Признание крупными отраслевыми СМИ, экспертами и т.д.
- Очень острая и значимая проблема.
- Уникальное преимущество, которое сложно скопировать (технология, инновационный подход, редкие специалисты в команде, большая лояльная аудитория).
- Амбициозные цели и наличие конкретного плана по их достижению.
- И да, стильный дизайн, где правильно расставлены акценты, текста мало, но он всегда в тему и очень вкусный.

Как оформить презентацию, чтобы она зацепила внимание инвестора?

- Яркие иллюстрации и фото (пожалуйста, не стоковые)
- Крупные цифры
- Красивые читабельные шрифты
- Использование образов, кейсов, историй
- Профессиональный дизайн
- 2-3 цвета на презентацию, без какофонии
- Больше визуальной части, меньше текста
- Инфографика: графики, схемы, таблицы





В чем отличие питч-презентации на 3 минуты от “15 минут”

1. Помните о цели питча.

- Если мы выступаем - презентация лишь визуально дополняет и подчеркивает выступление.
- Если презентацию отправляем - она должна быть понятна без суфлера.

2. Развернутые презентации последнее время встречаются очень редко. Но если нужно, то принцип тот же. Каждая дополнительная минута - углубление в информацию по стандартной структуре. (Больше аналитики и статистики, больше метрик, больше финансов, подробнее об опыте команды и т.д.)



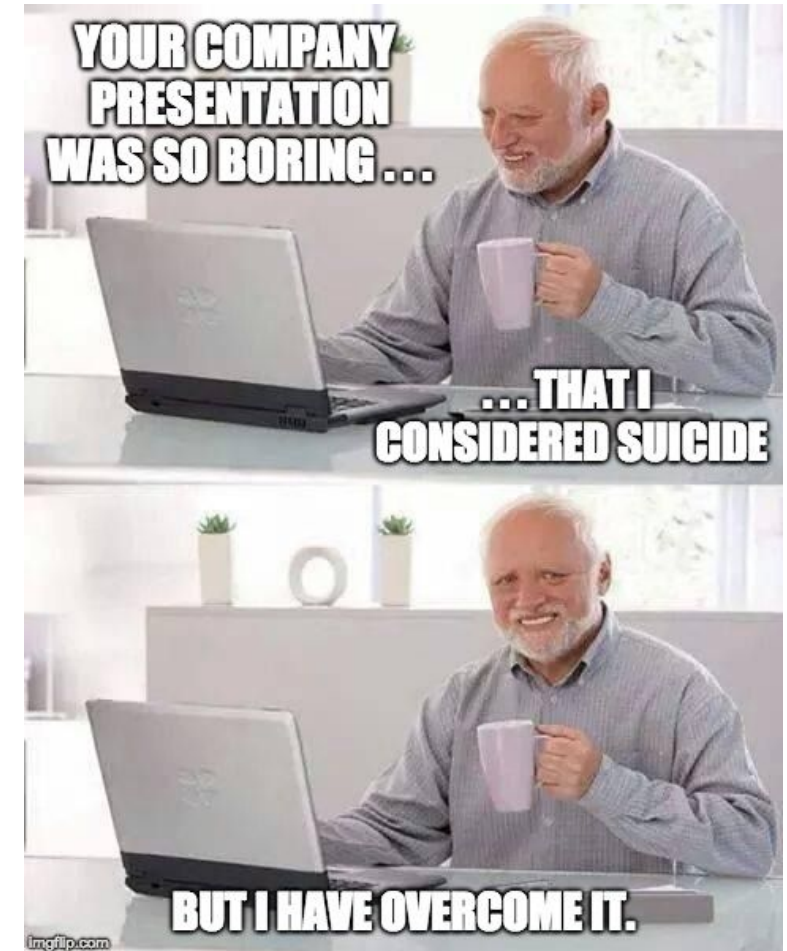
Как питчить?

Почему презентации могут убивать. В основном время людей

- PowerPoint не убивает людей
- Люди убивают людей
- Ненарочно
- Но регулярно

Из-за отсутствия:

- Структуры - ключевой и масштабируемой (15 секунд - 1 минута - 3 минуты - 15 минут)
- Слайдов - одна главная мысль на слайд
- Смысла
- Репетиции



Почему презентации могут убивать время людей

Ответьте на вопрос. Зачем вы выступаете?

- Чтобы “донести информацию”?
- Потому что “надо выступить”?
- Или ради смысла?



В чем смысл вашего выступления и почему это важно для вас?

Смысл создает страсть - Страсть привлекает внимание - Внимание переходит в действие

Репетируйте своё выступление

“Самая лучшая импровизация - это заранее придуманная и отрепетированная”

- Обратная связь - лучший результат репетиции. Ищите её.
- Некому рассказать? Расскажите стулу. Но вслух.



Как выступить. (одной строкой)

- Волнение будет точно. Помогает репетиция, расслабление и дыхательные практики.
- Прохладная вода - лучший друг выступающего. No coffee!
- Уберите бумажку с текстом - это грустно.
- Работайте над голосом, это важно, хоть и все сейчас в зуме.
- Проверьте технику. Микрофон нужно держать в одном положении, железно.
- Смотрите TED и выступления Джобса.
- Практика. Практика. Практика.



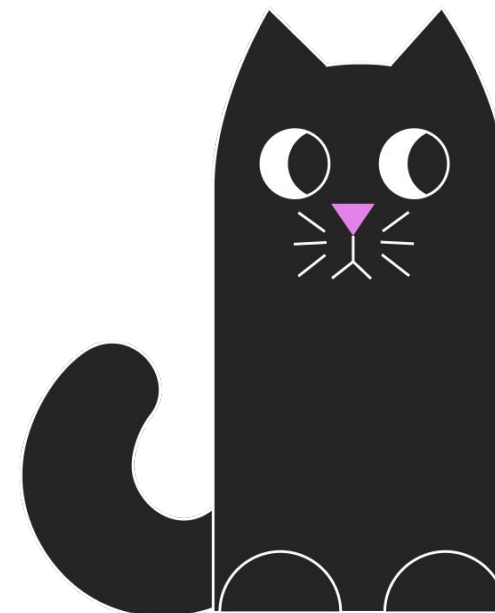


А что будет дальше?

ДЕНЬ 30: Разговор с продактом: "Перспективы профессии".

Домашнее задание:

Подводим итоги





Вопросы?





Спасибо
за внимание

A yellow hand-drawn smiley face is positioned to the right of the text. It has two vertical lines for eyes and a large, curved line for a smile, partially overlapping the word 'за'.