



PITCH DECK

structure



ماهیت آن یک ارائه تجاری است که داستان شرکت مارو بیان
میکنه

از ۲ زاویه قابل بحث است

حل یک مشکل مبرم و یا مدل کسب و کار منحصر به
فرد





هدف ما در PITCH DECK چیست

باید مخاطبان سرمایه گذار خود را متقاعد کنیم که به ما و راه حل ما اعتماد کنند
و در شرکت ما سرمایه گذاری کنند و ما باید آن را به عنوان یک داستان / سفری
در نظر بگیریم که خواننده آن را طی میکند

چه زمانی باید از ان استفاده کرد

زمانی که ما و تیم ما به این نتیجه رسیده ایم که وقت آن رسیده است که سرمایه گذار خارجی جذب کنیم و ۲ هدف کلی در آن داریم

اولین هدف

اولین هدف ما در این ارائه این است که یک دید کلی از شرکت خودمون به سرمایه گذاران داده و ارزیابی پتاسیل سرمایه گذاری را آسان تر میکند . بیان هدف کلیدی

دومین هدف

جنبه های استارتاپ ما ، اطلاعات کلیدی و داده ها

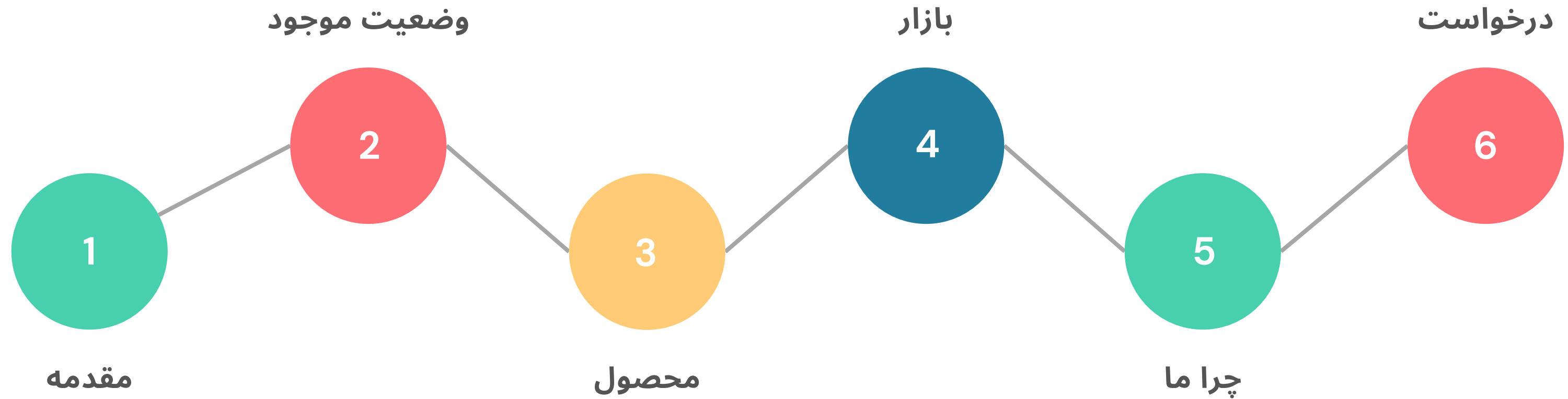


۴ سوال اساسی

۴ سوال اساسی که pitch deck باید پاسخ دهد عبارتند از :

- ۱) چه فرصت بازاری را کشف کردید
- ۲) برای مقابله با آن چه ساخته اید ؟ چگونه کار میکند ؟ برای چه کسی است ؟
- ۳) چقدر در حال رشد هستید و آیا به رشد خود ادامه میدهید ؟
- ۴) چرا شما و تیم تان افراد مناسبی برای تغییر وضعیت موجود هستید ؟

دارای ۶ بخش اصلی است



اسلاید هایی که باید توش باشه

بخش مقدمه : اسلاید کاور ، اسلاید تیزر کششی
بخش وضعیت موجود : اسلاید مشکل ، راه حل و فرصت های تجاری
بخش محصول : اسلاید محصول ، ویژگی ها ، نحوه عملکرد ، زیر ساختی فنی ،
اعتبارسنجی بازار ، مدل کسب و کار ، نقشه راه و مخاطبان هدف
بخش بازار : اسلاید کشش ، جذب مشتری ، اندازه بازار و نتایج
بخش چرا ما : اسلاید رقبا ، مزایا ، مطالعات
بخش درخواست : اسلاید های مالی و جذب سرمایه



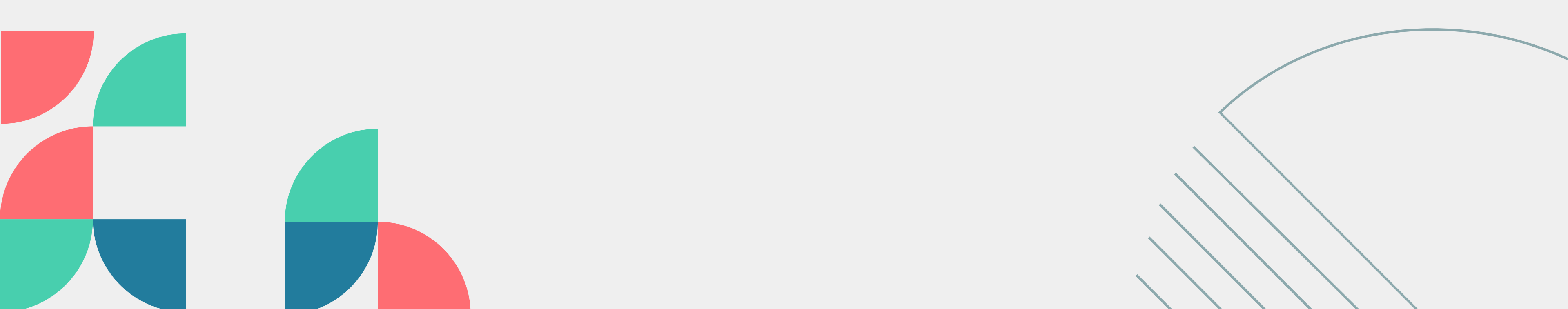
SLIDE COVER

نام کسب و کار + ۵ تا ۷ کلمه معرفی مختصر



TRACTION TEASER SLIDE

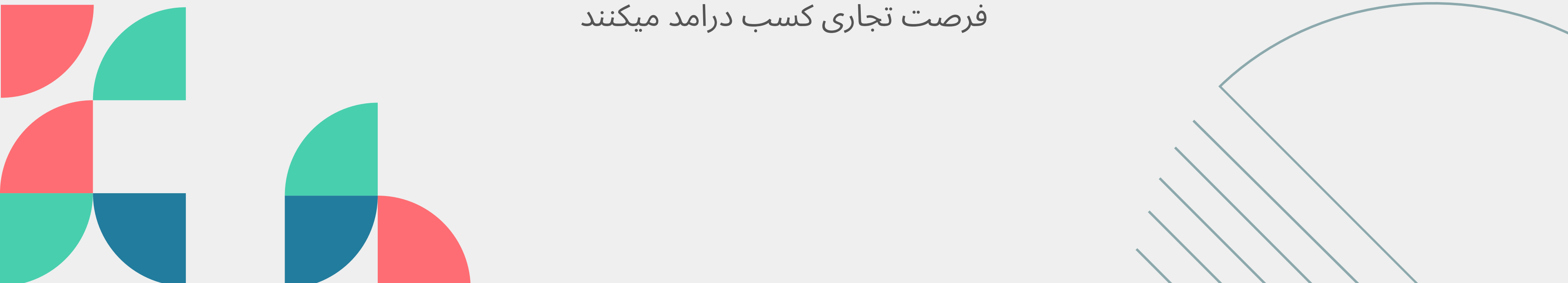
افراد بدون زمینه وارد شده اند و هنوز نمیدونن ما قراره چکار کنیم و میتونیم چشمگیر ترین دستاورد های
خودمون رو بزاریم طوری که افراد بدون درک بفهمند ما قراره چکار کنیم





PROBLEM SLIDE

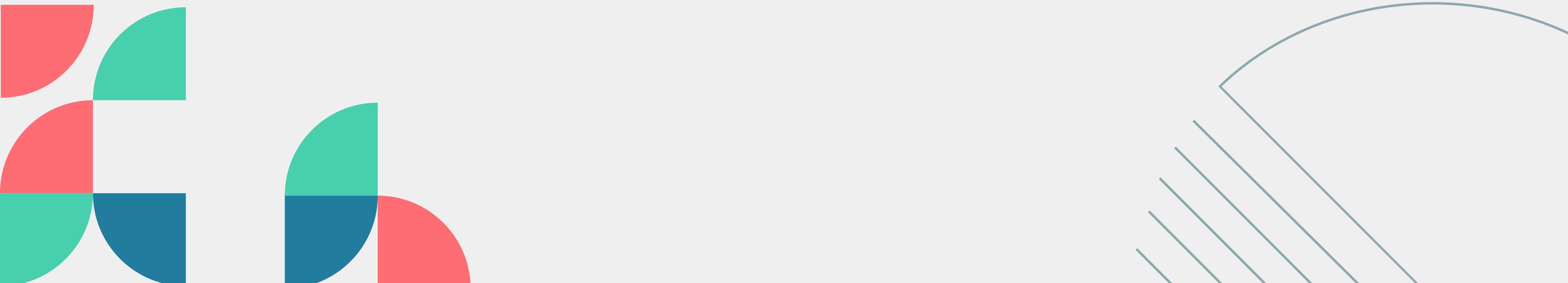
بیان مشکلی که روبروی مردم ایستاده است و با این حال آن را ندیده اند
یک نکته بسیار مهم: برخی شرکت ها مشکلی رو حل نمیکنند. در عوض از یک
فرصت تجاری کسب درآمد میکنند





SOLUTIONS AND OPPORTUNITIES SLIDE

نقطه اصلی طرح است ، جایی که ما وضعیت موجود را شکسته ایم
ولی باید حواسمون باشه که راجب محصول صحبت نکنیم





PRODUCT SLIDE

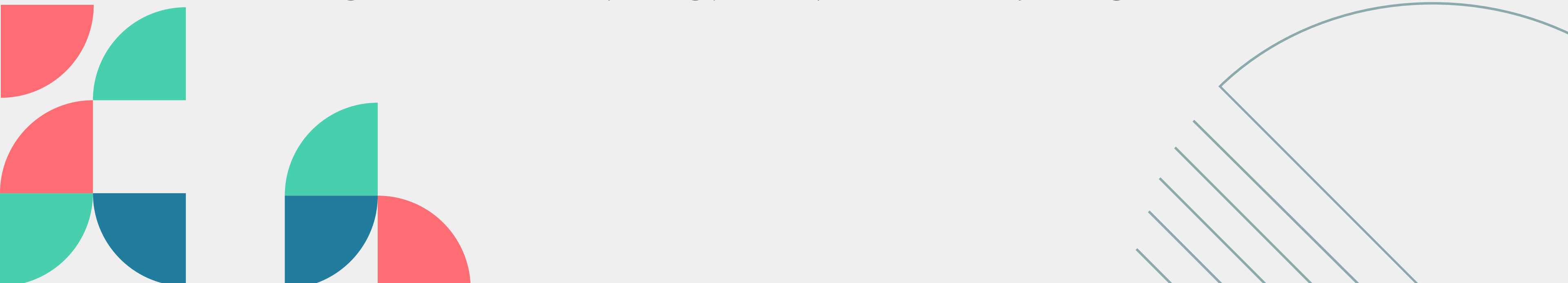
باید به منحصر به فرد بودن محصول یا خدمت را به اشتراک بزاریم





FEATURES SLIDE (ADVANTAGES)

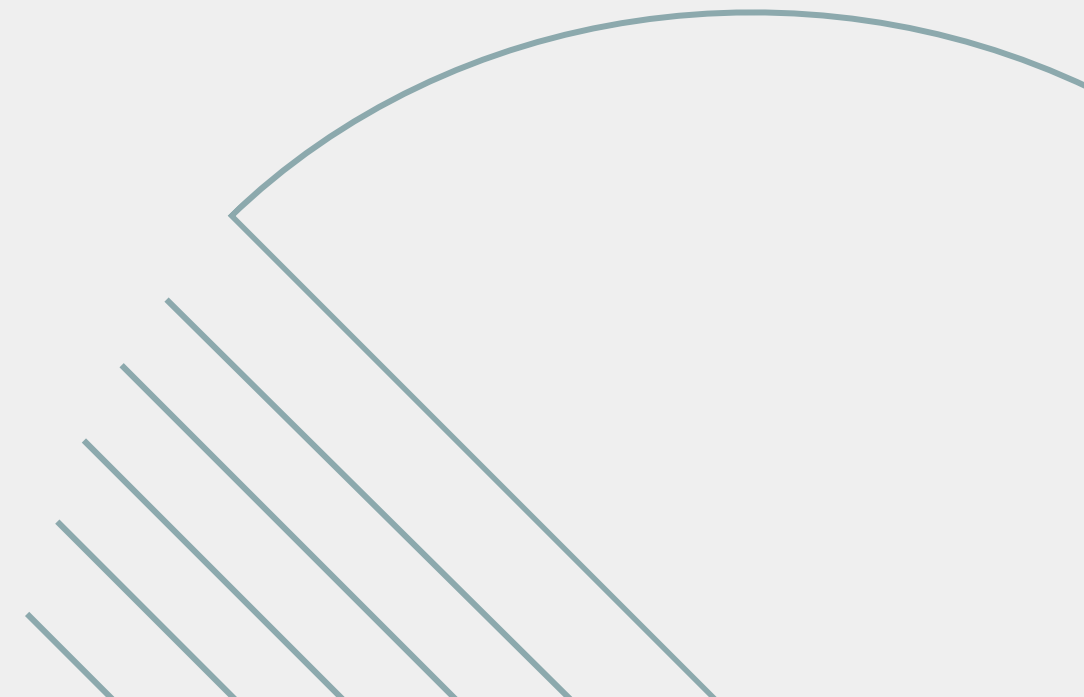
لیستی از مزایا ، مهم نیست محصول شما چه کاری انجام میدهد . بلکه چه راحتی یا تغییر عمده ای را برای مخاطبان هدف نشان میدهد
باید به این نکته توجه داشت که سرمایه گذاران بیشتر به اعداد اهمیت میدن





FUNCTIONALITY AND TECHNICAL INFRASTRUCTURE

همان جزئیات محصول است که به زبان ساده عملکرد را نشان میدهد





TARGET AUDIENCE SLIDE

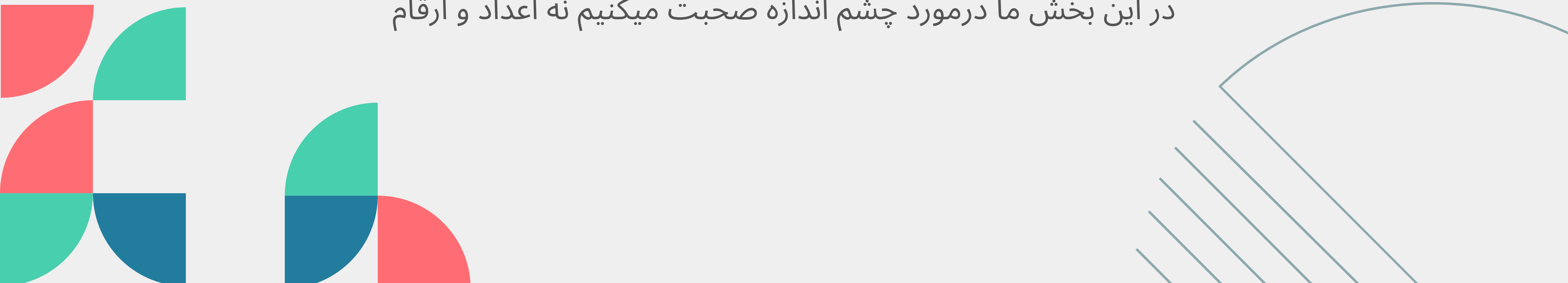
ثابت میکند که شما میدانید مخاطب هدفتان کیست





ROADMAP SLIDE

برخی نکات برجسته تکامل محصول ، تاریخچه محصول ، در مورد اینکه محصول یا پلتفرم ما در چند ماه آینده به چه چیزی قرار است تبدیل شود در این بخش ما درمورد چشم اندازه صحبت میکنیم نه اعداد و ارقام





GO-TO-MARKET

۲ یا ۳ کانال بسیار واضح و خاص



TAM SLIDE

شرکت ما قرار است چقدر بزرگ بشه ؟ اگر همه مشتریان هدف خود را داشته
باشیم قرار است چقدر درآمد کسب کنیم ؟



COMPETITORS SLIDE

امکان ندارد در زمینه ای رقیب نباشد و اکثر شرکت ها رقیب دارند

