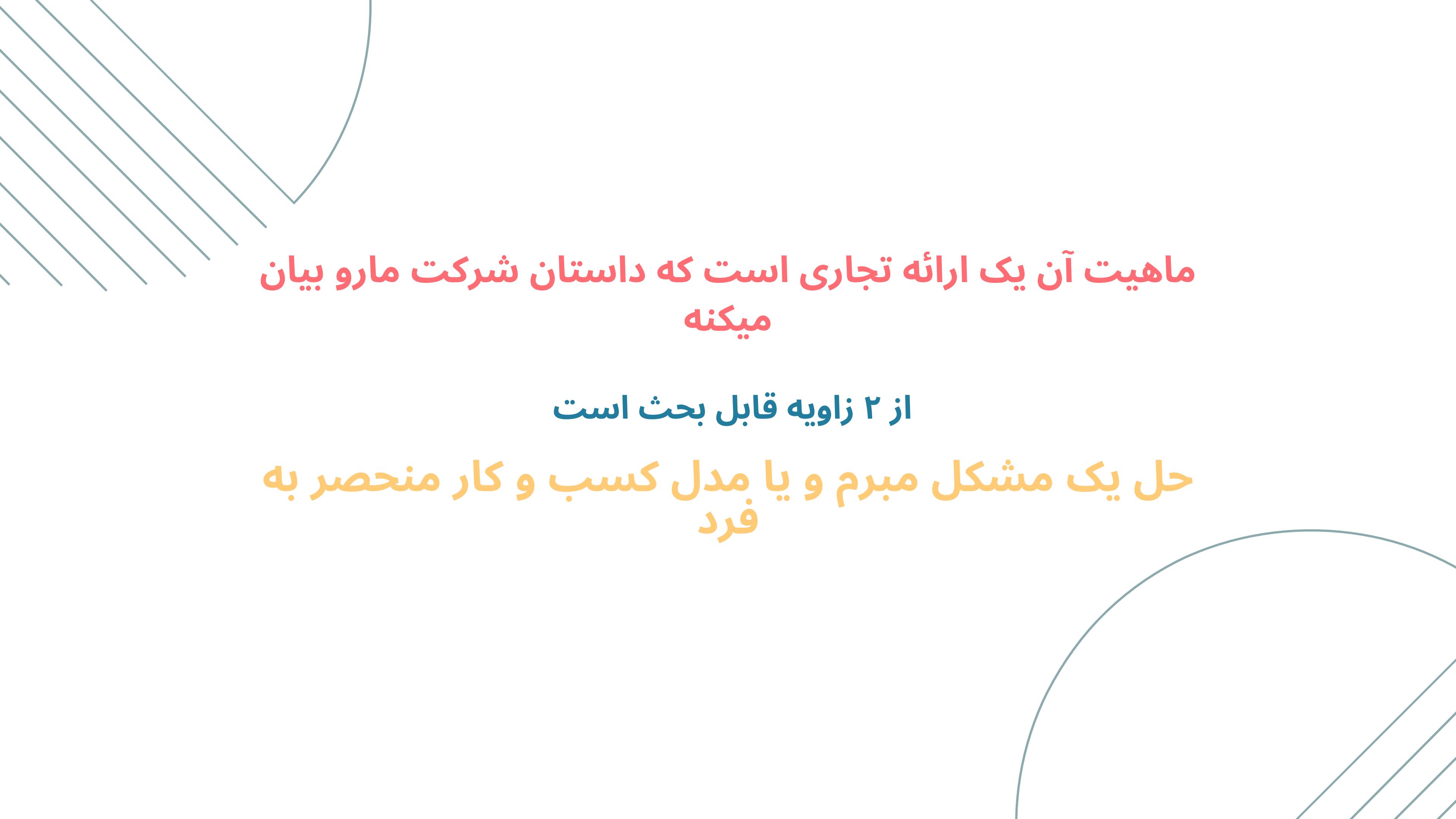


# PITCH DECK

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 متلاعند 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 ان را طی میکند

چه زمانی باید از آن استفاده کرد

اولین هدف

دومین هدف

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 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

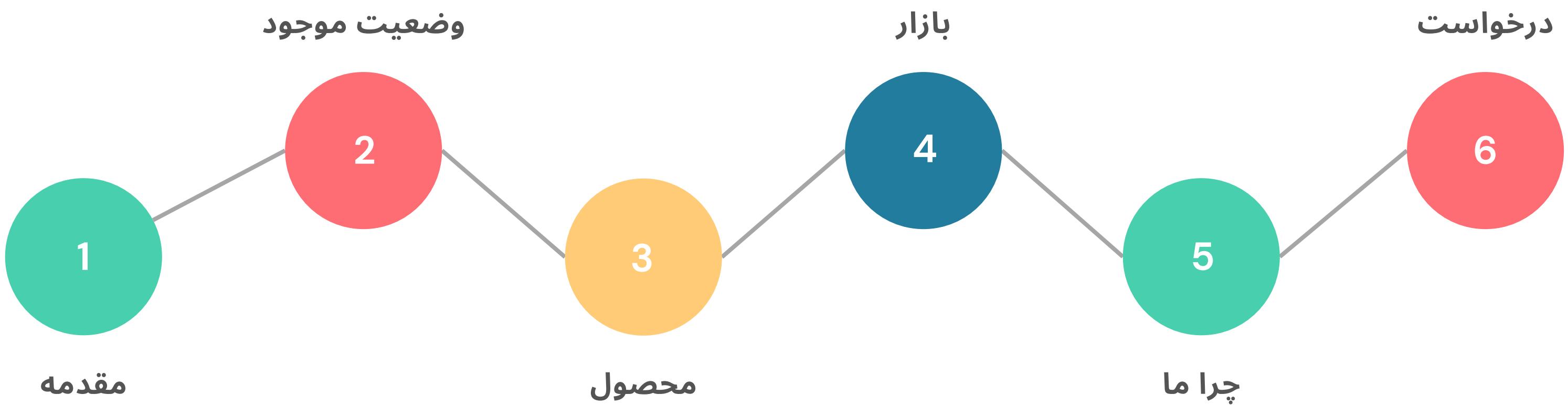
جنبه های استراتاپ ما ، اطلاعات کلیدی و داده ها

## 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 ساخت 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 میتوانیم چشمگیر ترین دستاوردهای خودمون رو بزاریم طوری که افراد بدون درک بفهمند ما قراره چکار کنیم

# PROBLEM SLIDE

بيان مشكلى که روپروري 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 تجاري کسب درامد میکنند

# SOLUTIONS AND OPPORTUNITIES SLIDE

نقطه اصلی طرح است ، جایی که ما وضعیت موجود را شکسته ایم  
ولی باید حواسمن باشیم 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 میده . بلکه چه راحتی یا تغییر عمده ای را برای مخاطبان هدف نشان میده  
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

ثبت 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

٢ یا ٣ کanal 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