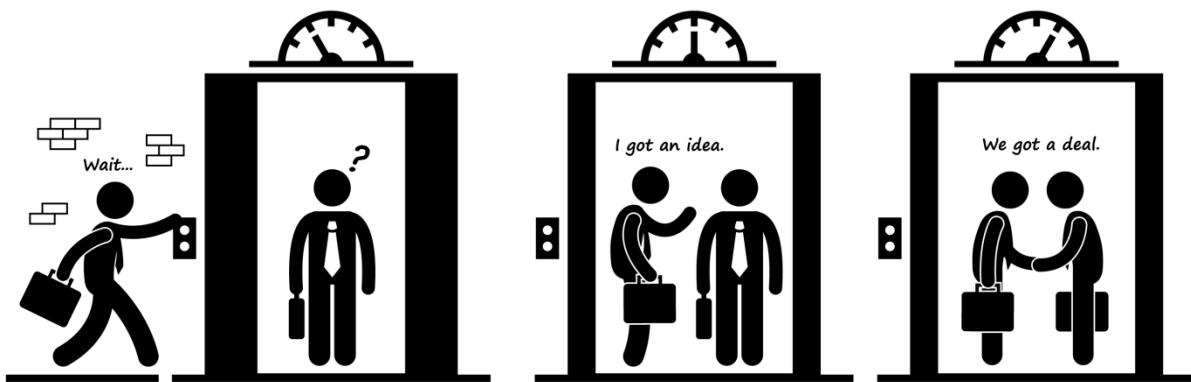


## ۱۰ گام ضروری برای یک ارائه موفق

آماده شدن برای یک ارائه‌ی خوب ممکن است در نگاه اول کار دشواری به نظر آید. چه این ارائه در مقابل عده‌ای سرمایه‌گذار با تجربه باشد یا این‌که در مقابل تعداد زیادی از افراد علاقه‌مند در یک رویداد معتبر باشد. رساندن پیغام با تمام وضوح علی‌رغم زمان محدود تمام آنچیزی است که از یک ارائه‌ی خوب انتظار می‌رود. یک ارائه‌ی مؤثر دارای چارچوب‌ها و ویژگی‌های مشخصی است. در ادامه یک سری توصیه‌های کلی جهت سازماندهی ارائه‌تان خواهد آمد. به یاد داشته باشید زمان شما محدود است به همین خاطر بسیار تمرين کنید تا ارائه‌ای توأم با تمرکز و تسلط داشته باشید.

### ۱- ارائه آسانسوری



ارائه‌ی آسانسوری (Elevator Pitch) از این ایده سرچشم‌می‌گیرد که شما باید بتوانید خلاصه‌ای از پروژه‌ی خود را در مدت زمانی که طول می‌کشد تا یک آسانسور در حرکت باشد یعنی مدت زمانی بین ۳۰ الی ۹۰ ثانیه ارائه کنید. شما در ابتدای ارائه خود می‌بایست در این مدت زمان محدود کلیت ایده‌ی خود را مطرح نمایید تا حاضرین در جلسه با مسئله و راه حل شما آشنا شوند. می‌توانید از فرمول ساده‌ی زیر تبعیت کنید:

ما راه حلی برای [مسئله] با استفاده از [راه حل] به منظور کمک به [جامعه هدف] برای رفع [نیاز مشتری] داریم. ما از طریق [شیوه‌ی کسب درآمد] درآمدزایی خواهیم داشت.

### ۲- مسئله

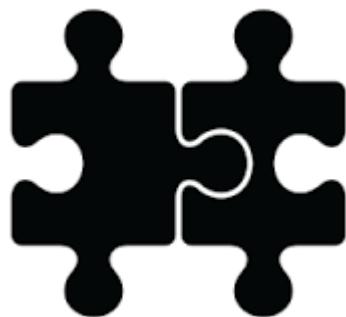


بسیاری از استارتاپ‌ها محصولاتی تولید می‌کنند که مسائل عمده و واقعی را حل نمی‌کنند و ترجیح می‌دهند تا نیازهای موقتی بازار را برآورده کنند تا به سرعت کسب درآمد کنند. به سیری که این گونه استارتاپ‌ها طی می‌کنند اگر دقت کنید مشاهده می‌کنید که معمولاً تقاضاً به سرعت در مدت زمان کوتاهی افزایش می‌یابد اما پس از گذشت مدت زمان کوتاهی بازار اشباع می‌شود.

یافتن مسائل واقعی مهم‌ترین عامل برای ایجاد پذیرش و خوب بودن ایده در سرمایه‌گذاران است. یک تکنیک خوب در این مورد استفاده از روش داستان‌گویی و روایت تجربیات شخصی است. اگر مسئله مبتلا به خودتان باشد، قطعاً افراد بسیار دیگری نیز با آن مسئله مواجه شده‌اند و امکان این‌که به راه حل شما علاقه‌مند باشند بسیار زیاد است. سعی کنید در صورت امکان با نمایش تصاویر و ایجاد جلوه‌های بصری نقطه‌نظرات و خواسته‌های مشتریان را نشان دهید. حتی اگر امکان‌پذیر بود از شنوندگان ارائه خود بخواهید تا به این سؤال که تا چه اندازه خود آن‌ها با این مسئله مواجه بوده‌اند و چه احساسی درباره‌ی آن دارند، پاسخ دهند.

سرمایه‌گذار را بمباران اطلاعاتی نکنید، بلکه تنها اطمینان حاصل کنید که میزان جدی بودن مسئله را در میان مردم درک کرده و متوجه شوند تاکنون کسی راه حل مناسبی برای رفع آن ارائه نداده است.

### ۳- راه حل



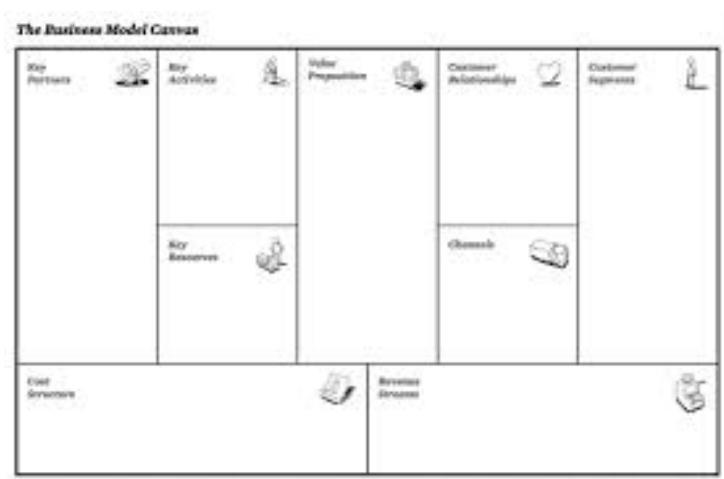
محصول شما چگونه می‌تواند با رفع مسئله‌ای که به آن پرداخته‌اید، دنیا را جای بهتری برای زندگی سازد؟ مردم چگونه به راه حل شما نگاه می‌کنند؟ آیا همه از کارکردن با محصول شما خوشحال و راضی هستند؟ بسیاری از افراد کارآفرین هنگامی که با عدم اقبال محصول خود روپرتو می‌شوند، مشکل را از جنبه‌های فنی کار می‌بینند در حالی که راه حل موضوع را باید در این بینند که آیا راه حلی که محصول آن‌ها ارائه می‌دهد راه حل بهینه‌ای است یا نه؟ اگر شما محصولی با طراحی بسیار عالی در همه‌ی ابعاد دارید به سرعت یک نسخه‌ی اولیه از آن را منتشر نمایید، اما آن را پیچیده و نکنید و زیاد به جزئیات آن نپردازید زیرا این جزئیات برای سرمایه‌گذار و کسی که برای آن ارائه می‌دهید اهمیتی ندارد. مهم‌تر از آن این است که اطمینان حاصل کنید نسخه آزمایشی شما کار می‌کند زیرا بسیار پیش آمده که افراد بسیاری این اشتباه را در جلسات ارائه مرتکب شده‌اند. پس مأموریت شما این است که کاری کنید مخاطب شما درک کند چرا محصول شما می‌تواند بهتر از رقبای شما مسئله‌ای که به آن پرداخته‌اید را حل کند.

### ۴- اندازه‌ی بازار



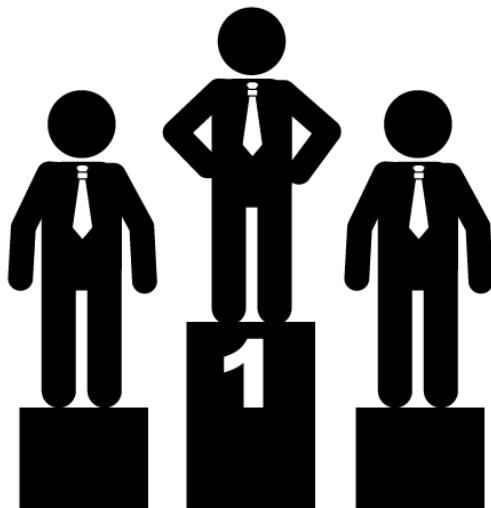
اگر با رویکردی از بالا به پایین با پارامتر اندازه‌ی بازار برخورد کنید و در جلسه‌ی ارائه به سرمایه‌گذاران با تحقیقی معتبر و با منابع مستند این‌گونه صحبت خود را آغاز کنید که ارزش کل بازار به طور مثال ۵ بیلیون دلار است به طور قطع جدی گرفته نمی‌شود. اما در رویکرد از پایین به بالا، با توجه به میزان کشش بازار و هزینه‌ای که برای خدمت خود به ازای هر مشتری دریافت خواهد داشت، بدون غرق شدن در اعداد و ارقام نشان می‌دهید که این بازار برای سرمایه‌گذاران جذابیت دارد. آن‌ها در پی سرمایه‌گذاری در بازاری با زمان بازگشت سریع سرمایه و با قابلیت گسترش هستند پس به آنها پتانسیل بازار را نشان دهید.

## ۵- مدل کسب‌وکار:



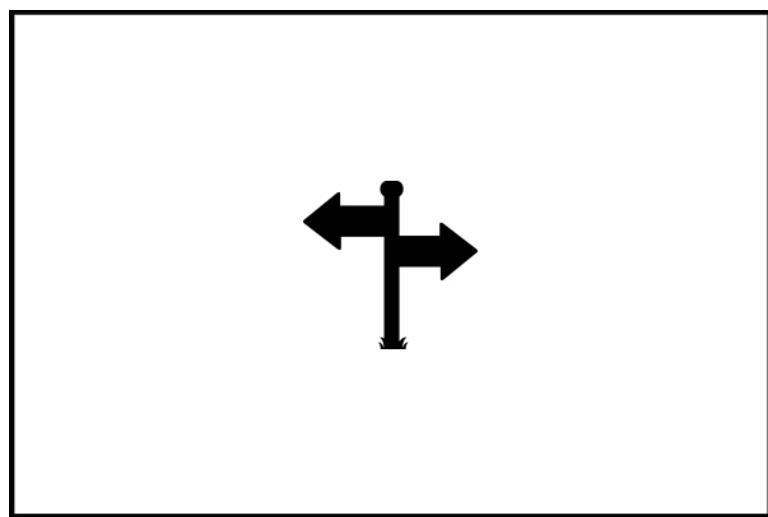
در جلسه ارائه این موضوع را باید روشن کنید که شما از چه راهی پول در می‌آورید. از مشتریان خود به دفعات و به صورت تکرارشونده پول دریافت می‌کنید یا یک بار وجه دریافت می‌کنید؟ قیمت محصول و خدمت شما ثابت است یا بسته به شرایط تغییر می‌کند؟ معمولاً هر استارتاپ یک جریان اصلی درآمدی دارد و اگرچه ممکن است از راههای دیگری نیز کسب درآمد کند اما باید در ارائه بر یک موضوع تمرکز کند. آن روشی که قسمت عمده درآمد و سود استارتاپ از آن ناشی می‌شود.

## ۶- رقبا



شما تنها تیمی نیستید که در این فضا مشغول به فعالیت است. به همین خاطر در صورتی که رقبایتان را نادیده بگیرید احتمال اینکه شکست بخورید زیاد است. باید نشان دهید نسبت به سایر رقبایتان راه حل متمایز و کارآمدی برای حل مسأله دارید. واقعیت باشد و این نکته را در نظر بگیرید که رقبا را نمی‌توانید کنار یزنند. توجه داشته باشید نباید در جلسه ارائه از سایر رقبا انتقاد کنید بلکه باید بر وجه تمايز کارتان تأکید کنید زیرا فضای رقابتی در بازار به گسترش بازاری که در آن قصد فعالیت دارید کمک می‌کند.

#### ۷- استراتژی بازاریابی و ورود به بازار



چه کارهایی تاکنون برای جذب مشتریان جدیدانجام داده‌اید و به مرور زمان و نیاز به جذب مشتریان بیشتر این فعالیت‌ها چگونه کامل می‌شوند؟

مدل شما برای رشد چیست؟ هزینه‌ای که بابت جذب هر مشتری باید پردازید چقدر است؟ نوع بازاریابی و جذب مشتری شما به چه شکل است؟ ویروسی چسبنده و یا از طریق تبلیغات؟ از چه کanal‌هایی برای بازاریابی استفاده می‌کنید؟ این کanal‌ها وقتی وارد بازارهای جدید می‌شوید به چه صورت تغییر می‌کنند؟ عملکرد ضعیف در به کارگیری روش‌های مناسب برای جذب مشتریان باعث شکست بسیاری از استارتاپ‌ها شده است. پس از استراتژی‌های ورود و خروج از بازار خود کاملاً آگاه باشید.

-۸ تیم



یک ایده زمانی که به مرحله اجرا درآید ارزشمند می شود و برای اینکه اجرایی شود نیاز به یک تیم قوی و با انگیزه دارد. آنچه یک استارتاپ را در حالی که همچنان در مرحله ارائه ایده استو هنوز به محصول نرسیده است برای سرمایه گذاران جذاب می کند افرادی است که در قالب یک تیم بروی ایده کار می کنند. ارزش این افراد به تجربیاتی که دارند و کارهایی با خروجی های قابل توجه داشته اند. اگر تیم شما جوان و کم تجربه است  $\square$  بروی سایر نقاط قوت تیم که به کاری که می خواهید انجام دهید مربوط است  $\square$  تمرکز کنید و از این بابت خجالت زده نباشد زیرا بسیاری از کمپانی های بزرگ کنونی توسط افرادی بنیان گذاشته شدند که بعضا تجربه کاری قابل توجه در آن صنعت را نداشته اند اما پیش زمینه ها و نقاط قوت متنوعی در آنها یافت می شده است.

#### ۹- داشتن پیش بینی از آینده



دستاوردها و عایداتی که تاکنون از استارتاپ خود داشته اید چه بوده است؟ آیا تاکنون موفق به کسب درامد شده اید؟ آیا رشدی در میزان جذب مشتریان داشته اید؟ آیا در مدت کار بروی ایده تان از میان کسب و کارهای دیگر همکاران کلیدی ای داشته اید؟ چه معیارهایی برای پایش عملکرد استارتاپ خود دارید؟ اینها مواردی است که در صورت تحقق آن باید به هنگام ارائه بر روی آنها تأکید کنید  $\square$  اما اگر هنوز به این موارد دست نیافته اید می بایست به شکلی کاملا مستدل و بر مبنای مستندات و فرضیات درست  $\square$  آینده‌ی عملکرد استارتاپ خود را با این پارامترها نشان دهید.

#### ۱۰- نیازها



نیازمندی‌های شما جهت این‌که پتانسیل‌های ایده شما به فعلیت برسد چیست؟ مواردی که در گذشته در دسترس شما نبودند و اکنون بدان‌ها نیاز دارید چیست و به چه دلیل؟ آن‌چیزی که به آن نیاز دارید را به صورت دقیق توضیح دهید و از ابهام‌گویی پرهیز کنید.