

ВНИМАНИЕ! Это – не шаблон! Не презентация. Это – документ.

Не нужно использовать эти цвета, шрифты, форматирование и пр.

Дизайн своей презентации делайте сами – это позволит вам **выделиться и обратить на себя внимание.**

Данный документ - не про то, **как** делать слайды, а про то, **о чем** они должны рассказывать.

О чем нужно сказать

- ✓ **Кто Вы и какой проект Вы представляете**
- ✓ **Какую проблему** решает ваш проект (Почему он актуален?)
- ✓ **Ваше решение: ключевая технология, инновация**, что дает Вам и Вашему проекту отличительные особенности (кратко)
- ✓ **Каков спрос на ее решение** (кто потенциальный покупатель Вашего научно-технического продукта?)
- ✓ **Рынок / конкуренты** (существующие аналоги и их недостатки)
- ✓ **Ваше решение: преимущества перед конкурентами**

О чем нужно сказать

- ✓ **Бизнес-модель:** как будете зарабатывать, сколько стоит Ваш продукт ?
- ✓ **Маркетинг и продажи:** как будете выходить на рынок
- ✓ **Ключевые показатели:** гипотезы, прогнозы, метрики успеха
- ✓ **Чем Вы уникальны:** почему именно Вы способны реализовать этот бизнес
- ✓ **Текущий статус** (что сделано), **календарный план** (что и когда планируется)
- ✓ **Контакты**

Важно!

Список, приведенный на предыдущем слайде, **не следует дополнять**. Сокращать – можно, но ...

Если по какому-то из пунктов вам пока нечего сказать (или вы не уверены, или это «сбивает с ритма» ваше выступление) – подготовьте этот слайд, но не включайте его в вашу презентацию: пусть он лежит в «запаснике» после последнего слайда, откуда в случае необходимости Вы сможете его вытащить.

То, о чем нужно сказать обязательно, выделено на предыдущем слайде **жирным шрифтом**.

И если у Вас самостоятельно не получается сказать что-то внятное по этим пунктам – **проконсультируйтесь у кого-нибудь знающего** (*руководитель, организаторы конкурса, эксперты нашего совета, знакомый предприниматель, победитель программы УМНИК прошлых лет и т.д.*)

Настоятельные рекомендации...

1. Не размещайте на слайде текст, дублирующий то, что вы собираетесь рассказывать (**слайд должен иллюстрировать Ваш рассказ, а не дублировать его, или содержать текст доклада для его «зачитывания»**).
2. Используйте **простой и крупный шрифт** (min 24 пункта)
3. Используйте **фотографии и рисунки, иллюстрирующие Ваш рассказ**. Не жалейте времени на поиск хороших фото.
4. Не злоупотребляйте анимацией.
5. Помните, что главное – это логика вашего изложения: **«Проблема + Рынок + Решение + Вы = Заработать»**.

**Теперь примеры некоторых слайдов
и рекомендации по их содержанию**

Проблема

Какую **головную боль** Вы убираете?

Если проблем много - выбирайте **главную**.

Правильно **фокусируйтесь** и делайте акценты.

Реально существующая и правильно идентифицированная проблема – **основа успеха вашего проекта**. Убедитесь, что донесли ее до аудитории.

Ваше решение

Как Ваш проект **решает проблему** – на каком «секретном соусе» основано Ваше решение. **В чем инновация?** В чем изюминка? В чем **научная новизна?**

В чем преимущество Вашего решения перед конкурентами?

По каким **важным для пользователя** параметрам (конструктивным, эксплуатационным) Вы их превосходите? Почему эти параметры важны для покупателя?

Хороший инструмент – сравнительные таблицы. Но важно
а) тщательно выбрать **сравниваемые параметры**,
б) визуально выделить **свой продукт**.

Рынок / конкуренты

Если проблема реально **существует** – значит, **есть спрос** на ее решение. Кто и почему купит Ваш продукт?

Помните, что если проблема существует – то худо или бедно человечество её решает. Другое дело, что **Вы решаете эту проблему лучше** 😊

Если есть спрос, значит он как-то удовлетворяется: что и у кого покупает Ваш потенциальный клиент **сейчас для решения своей проблемы?**

Каков примерный **объем рынка**, к которому Вы адресуетесь? Это один клиент / несколько / много? Это одна страна / регион / весь мир?

Бизнес-модель

Как проект будет зарабатывать деньги?

- ✓ Кто покупатели?
- ✓ Что будем продавать?
 - ✓ В какой форме?
 - ✓ По какой цене ?

(Контрольный вопрос: Вы сами понимаете из вашего слайда, как ваша идея заработает деньги? А Ваша девушка (парень) поймет? А младший брат (или дедушка)?)

Маркетинг и продажи

Опишите свою целевую аудиторию: адресоваться ко всем
– это не адресоваться ни к кому.

Оцените **реальный** объем рынка (addressable market size).

Если вы предлагаете делать колесные болты, то это рынок колесных болтов, а не мировой рынок автомобилей – или даже автозапчастей!

Расскажите, как Ваши покупатели узнают о Вас и почему заинтересуются.

Расскажите, как Вы видите свой процесс продаж
В чем сила и слабость ваших конкурентов на поле маркетинга и продаж? Как вы собираетесь дифференцироваться?

Если уже есть продажи – обязательно говорите о них!

Гипотезы, прогнозы, метрики успеха

Никто не знает наверняка, как будет развиваться Ваш бизнес, даже Вы. Поэтому графики с точными цифрами продаж до 3 знака после запятой в 2025 году выглядят наивно.

Но когда вы строите планы, вы основываетесь на некоторых гипотезах и предположениях (*«предположим, конкурент А не выйдет с аналогичным решением в ближайшие 3 года», «предположим, что нам удастся заключить контракт с покупателем А» и т.п.*).

Ваш прогноз должен строиться по формуле «если [условие], то [результат]».

Подумайте о **ключевых моментах развития проекта** и о том, каких показателей вы должны достигать в эти моменты, чтобы понять, на правильном ли вы пути.

Включите эти метрики в свой рассказ.

Что сделано, что нужно еще сделать ?

Волшебная последовательность вопросов: «где я сейчас? -> где я хочу оказаться? -> как я туда попаду?»

Так как Фонд финансирует только проведение НИР,
поэтому из плана работ необходимо исключить
следующее: изучение литературы, участие в выставках,
проведение маркетинговых исследований, реклама,
внедрение, закупка оборудования, патентный поиск,
патентование, написание статей, проведение
конференций, написание отчета о проделанной работе,
публикация, результатов исследований и т.д.

Только научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы!

Что сделано, что нужно еще сделать ?

Можно кратко перечислить **выполненные работы по реализации проекта**, (например,- публикации, участие в выставках, маркетинговые исследования, подбор и закупка комплектующих, и пр. не имеющее прямым образом отношения к НИОКР).

Не забыть, что **ключевым моментом** программы УМНИК является **создание интеллектуальной собственности!**

Еще раз:

«Проблема + Рынок + Решение + Вы = Заработать»

Чтобы Ваше Решение стало *«осязаемым и возможным»*
Вы и планируете за счет средств Фонда для этого
выполнение НИОКР!

Инновация? Ах да, именно инновация!

Инновация – это «изюминка», то самое, что дает Вашему проекту **неоспоримое преимущество**, и только то, что делает Ваш проект достойным программы «**УМНИК**»

К слову: **Инновация** бывает двух типов – **технологическая** или **продуктовая** (*не путать с грузовиком продукты и продуктовым магазином ☺*)

Технологическая инновация – *«знаю как сделать тоже, что и все, но существенно дешевле»*

Продуктовая инновация – *«знаю как сделать нечто, с такими свойствами, которых у других нет»*

Покажите инновацию!

Научная новизна.. А куда без науки и новых свершений ?

Необходимо четко указать предлагаемые в Вашем проекте решения и представить их новизну: **новые подходы, усовершенствования и т.п.**

Необходимо четко понимать, что является научной новизной в проекте (*спросите у руководителя...ну зачем-то он ведь нужен ?*) – **новая математическая модель, функциональная зависимость, классификатор, новый метод и т.п.**

Помните про Цели и задачи исследования!

Контакты

Поставьте **свои контакты** на этот слайд. Имя, телефон, мейл, Skype, аккаунт в соцсети, Twitter... Крупно и отчетливо.

Дайте время и возможность людям все это рассмотреть, записать или сфотографировать – не закрывайте этот слайд как можно дольше, не стойте между проектором и экраном.

И заведите себе приличный email-адрес: natusik@hotmail.com или macho1959@mail.ru способны подпортить впечатление даже от хорошей презентации...

Заключительные рекомендации...

1. Ваша задача во время презентации – **привлечь внимание** к своему проекту и начать формировать интерес. Если это получится – **Вы уже на 50% победили в конкурсе.**
2. Если что то не влезло на один слайд, есть 2 пути:
 - Сократить его
 - Сделать 2 слайда : **лучше так, чем мельчить!**

Заключительные рекомендации...

3. При этом важно уложиться в отведенное время! Поэтому:
Сделав слайды, **порепетируйте вслух и под таймер**.
Если не укладываетесь в регламент – подумайте, какие слайды можно переместить в т.н. бэкап (*вспомогательные слайды, находящиеся после последнего слайда «Контакты» и используемые в случае необходимости*). После этой операции еще раз прорепетируйте свой рассказ, чтобы убедиться, что изложение осталось логичным и понятным.
4. Время Вашей презентации **до 5-ти минут**, не тратьте это время зря!
5. Если Вы верите, что здесь написана ерунда, и Вы можете лучше представить свой проект – это Ваше право. Но помните – чтобы нарушать правила, надо их знать и **понимать...**

Благодарю за внимание!

**Да, да именно так и надо
заканчивать любую презентацию...**