

ТЕХНОЛОГИИ ПРЕЗЕНТАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЕКТА ДЛ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ИНВЕТОРОВ

Енакий Светлана Георгиевна

ЧЕМУ СЛЕДУЕТ ПОСВЯТИТЬ ВРЕМЯ?

1. Определить интересы команды – конкретно, для ситуации «здесь и сейчас»
2. Оценить вклад команды и вклад инвестора – реалистично и точно
3. Сформулировать предложение инвестору в терминах вкладов сторон
4. Собрать информацию о членах комиссии и реальной цели мероприятия
5. Подобрать аргументы в терминах фактов, цифр, целевой аудитории продукта\технологии
6. Найти ответы на предполагаемые вопросы инвесторов

КАК МЫ ФОРМУЛИРУЕМ НАШИ ИНТЕРЕСЫ СЕЙЧАС

Формулировка интересов

- Хотим независимой оценки проекта и найти инвестора
- Хотим оставить впечатление серьезных начинающих ученых
- Инвестиций на завершение НИОКР, создание ООО, продвижения проекта
- Получить финансирование для дальнейшего развития \наладить связи для продвижения

Чего действительно не хватает

- Оборудования и помещения
- Нет денег на создание опытного образца
- Времени и финансирования
- Финансирования для исследований и создания опытного образца

КТО НАША ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ?

ЧТО МЫ ДУМАЕМ

- Инвесторы, заинтересованные в инвестициях в современные технологии
- Бизнес-ангелы, имеющие компетенцию в области контента и сервисов

КАК МЫ ИХ ВИДИМ

- Имеют желание и возможности финансового участия в завершении отработки технологии, знают рынок, имеют на нем контакты
- Думают, что приложения для I-Phone – это перспективно. Хотят найти команду и получать удовольствие от реализации проекта и доход от инвестиций

НАШИ СИЛЬНЫЕ АРГУМЕНТЫ - ПОЧЕМУ ИНВЕСТОРУ БУДЕТ ИНТЕРЕСЕН ПРОЕКТ?

- Объем рынка и тенденции в отрасли
- Наличие готового продукта и бизнес-модели позволяет снизить риски инвестирования
- Матрицы на основе (...) - перспективный материал для создания биоинженерных конструкций
- В т.ч. Широкий общественный резонанс по вопросам нанесения вреда экологии морей
- Уникальность разработки. Слаженная команда. Ясное представление будущего (...)
- Вложив деньги, инвестор получит 50% - 1 часть компании

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ

МЕНТАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ:

- Вычеркивание - избирательность внимания с практической точки зрения;
- Конструирование - видеть то, чего нет;
- Искажение - преувеличение или преуменьшение деталей.

РОССИЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ ПРЯМОГО И ВЕНЧУРНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ -РАВИ

КРИТЕРИИ ОТБОРА

- Есть ли ясный способ выхода из проекта?
- Высока ли емкость рынка?
- Целевая потребительская аудитория?
- Сможет ли проект генерировать продажи через 1-2 года и выйти на нулевой баланс денежных средств через 2-3 года?
- Является ли проект системным решением с высокой рентабельностью, а не производством малоприбыльных компонентов?
- Наличие защищенных прав ИС или возможности их оформить?
- Высока ли квалификация менеджеров и мотивированы ли они на достижение цели?
- Располагает ли проект сильной командой ученых и исследователей в области технологий?

ПРОГРАММА «УЧАСТНИК МОЛОДЕЖНОГО НАУЧНО-ИННОВАЦИОННОГО КОНКУРСА»

У. М. Н. И. К.

Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере при поддержке Федерального агентства по науке и инновациям, Федерального агентства по образованию

КРИТЕРИИ ОТБОРА

- ✓ возраст заявителя – до 28 лет;
- ✓ в заявке присутствует существенная научная новизна;
- ✓ потенциальная коммерциализация за 5-7 лет.
- ✓ есть ли предмет защиты правами на интеллектуальную собственность и какого вида права (патентное право или ноу-хау);
- ✓ востребованность результатов работы рынком (идеально для инновационной идеи, когда рынок ее не ждет, она для него неожиданна и сама формирует совершенно новую потребность и нишу рынка);
- ✓ своевременность (будут ли результаты актуальны через 5-7 лет?);
- ✓ качества лидера («харизматичность»), способен ли организовать команду.

ПРОГРАММА ИНКУБИРОВАНИЯ МАЛЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Критерии отбора проектов

ПРОДУКТ (технология, прибор, материал):

1. Высокие конкурентные преимущества
 - На порядок лучше имеющегося на рынке
 - Новая ниша
2. Новизна
 - «возраст» разработки не более 3-х лет
 - Патентоспособность
3. Техническая выполнимость
4. Высокий потенциал продаж

Команда:

1. Техническая Компетентность
2. Бизнес ориентированность
3. Активность

ФИЛЬТРЫ ИНВЕСТОРА

- Ценности гуманности, безопасности, честности...
- Чувство доверия к команде
- Чувство азарта и силы инвестора
- Ощущение рисков
- Ощущение пользы технологии
- Оценка защищенности технологии
- Понимание процессов защиты технологии и ее внедрения
- Понимание трудностей внедрения технологии
- Понимание круга потребителей
- Оценка практической пользы для потребителя
- Уверенность в продаваемости товара
- Уверенность в продаваемости товара по заявленной цене
- Уверенность в рынке
- Оценка времени возврата инвестиций
- Оценка количества прибыли

А СУДЬИ КТО?

СТАТУС

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ

ПРЕДПОЧТЕНИЯ

ПРЕДРАССУДКИ

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ СООБЩЕНИЙ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ

1. Сообщения, основанные:
 - на конкретных фактах
 - На авторитетных источниках
2. Сообщения, идущие от практики использования разработки:
 - Кому нужен конечный продукт
 - Какова доля рынка
3. Сообщения, активизирующие
 - Ценности инвестора
 - Позитивный опыт инвестора

**ЧТО ДОЛЖНО ПРОИЗОЙТИ С
УЧАСТНИКАМИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ?**

ДУМАЮТ

ЧУВСТВУЮТ

ДЕЙСТВУЮТ

ТРЕБОВАНИЯ К ТЕКСТУ ВЫСТУПЛЕНИЯ

НАПЕЧАТАЙ КРУПНО, ГЛАВНОЕ ВЫДЕЛИ МАРКЕРОМ

КОЛИЧЕСТВО СТРАНИЦ ТЕКСТА ПРИВЕДИ В СООТВЕТСТВИЕ
С РЕГЛАМЕНТОМ ВЫСТУПЛЕНИЯ

ТЕКСТ СТРУКТУРИРУЙ ДЛЯ СЛУШАТЕЛЯ

ФОРМУЛИРУЙ КРАТКО И КОНКРЕТНО

ФОРМУЛИРУЙ ВЫВОДЫ

КОМПОЗИЦИЯ ТЕКСТА ВЫСТУПЛЕНИЯ

Вступление:

- Обращение к аудитории
- Объявление темы и цели выступления

Основная часть:

- Суть проекта
- Эффективность проекта
- Сведения о предприятии и команде проекта
- План действий
- Финансирование
- План возврата заемных средств
- Предложение о сотрудничестве инвестору

Заключение:

- Выводы\предложения
- Ритуалы благодарности публике

ТРЕБОВАНИЯ К СЛАЙДАМ

РАЗМЕЩАЙ МЕНЬШЕ ТЕКСТА – БОЛЬШЕ КОММЕНТИРУЙ

РАЗМЕЩАЙ ОБРАЗЫ ДЛЯ УДЕРЖАНИЯ ВНИМАНИЯ
СЛУШАТЕЛЕЙ

ИЗБЕГАЙ ВИЗУАЛЬНЫХ ВАМПИРОВ, СЛОЖНЫХ ТАБЛИЦ И
ГРАФИКОВ

ДЕРЖИСЬ ЦЕНТРА, НЕ РАЗМЕЩАЙ ВАЖНУЮ ИНФОРМАЦИЮ
В ПРАВОМ НИЖНЕМ УГЛУ

НЕ СТАВЬ ТОЧКИ И ДВОЕТОЧИЯ В ЗАГОЛОВКАХ

НА ПРОСМОТР ДАВАЙ ВРЕМЕНИ В 2 РАЗА БОЛЬШЕ ТОГО,
КОТОРОЕ ПОТРАТИШЬ САМ

ПРАВИЛА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УСТАНОВЛИВАЮТСЯ ПО ПОВОДУ

- формы общения (говорить \ слушать \ высказываться \ писать)
- времени общения (продолжительность выступления, время на дискуссию, ответы на вопросы)
- формы обратной связи (устная, письменная)
- места обратной связи (в ходе доклада, по окончании, в кулуарах, на секции, в анкетах обратной связи, по электронной почте и т.д.)

ТРУДНОСТИ КАК ОНИ ЕСТЬ

Трудности восприятия

Трудности осмысления

Непонимание

Недоверие

Общая незаинтересованность

Невнимание отдельных слушателей

Неожиданные помехи

АЛГОРИТМ РАБОТЫ С ВОПРОСАМИ И ВОЗРАЖЕНИЯМИ

ФИКСИРУЙ
УТОЧНЯЙ
ПРИНИМАЙ
СТРУКТУРИРУЙ
ПРИВОДИ АРГУМЕНТ

ПОПРОБУЕМ?

ПОЧЕМУ ЭТО НУЖНО НА РЫНКЕ?

**НУ И КОМУ ЖЕ НУЖЕН ТАКОЙ
УНИКАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ?**

А В ЧЕМ СОБСТВЕННО УНИКАЛЬНОСТЬ?

**У ВАС ЕСТЬ ПРЕДСТАВЛЕНИЕ, ЧТО
ДЕЛАТЬ С КОНКУРЕНТАМИ?**

**А ВЫ УВЕРЕНЫ, ЧТО У ВАС КУПЯТ И ПО
ЭТОЙ ЦЕНЕ?**

ПОПРОБУЕМ ЕЩЕ?

**ТО, ЧТО ВАМ ОЧЕВИДНО, МОЖЕТ БЫТЬ
НЕПОНЯТНО НАШЕМУ ПРАВИТЕЛЬСТВУ...**

**МЕНЯ СМУЩАЕТ ТО, ЧТО ВЫ ПРИ
ОТСУТСТВИИ ОПЫТА БЕРЕТЕСЬ ЗА ТАКОЙ
СЛОЖНЫЙ ПРОЕКТ**

**НЕ ЯСНО, КАК ВАШИ КЛЮЧЕВЫЕ
ПРЕИМУЩЕСТВА СКАЖУТСЯ НА НАШЕЙ
ПРИБЫЛИ**

**Я НАДЕЮСЬ, ВЫ ПОНИМАЕТЕ, ЧТО МЫ
РИСКУЕМ ДЕНЬГАМИ И НАМ НЕ ХОТЕЛОСЬ
БЫ ВЛОЖИТЬ ИХ В АБСТРАКТНУЮ
НАУЧНУЮ ИДЕЮ...**

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

УДАЧНОЙ ПРЕЗЕНТАЦИИ!