



Nazwa firmy

Tytuł i numer projektu

Opisz problem, który chcesz rozwiązać realizując projekt

Zacznij od problemu, który chcesz rozwiązać. To działa na wyobraźnię i pomoże w zrozumieniu tego, co robisz. Staraj się użyć do tego infografik, rysunków, zdjęć. Warto zamieścić liczbę, która pokazuje skalę problemu.

- Na początku nakreśl problem, jaki twój projekt będzie mógł rozwiązać. Taki, z którym borykałeś się sam lub osoby z Twojego otoczenia. Przedstaw go w taki sposób, by łatwo można było zrozumieć Twój punkt widzenia. Powiedz jak trafiłeś na ten problem i jakie masz pomysły na jego rozwiązanie
- Dobrym sposobem na ciekawy początek jest umiejscowienie problemu w konkretnej sytuacji. Opowiedz o konkretnej sytuacji, w której dany problem występuje? (np. problem - zamrażanie wody na ściankach lodówki skutki: zwiększenie zużycia prądu, konieczność rozmrażania lodówki aby usunąć powstały lód, twoje rozwiązanie problemu (nowy produkt) lodówka NO FROST)
- jeśli jest to możliwe, warto też przygotować dane statystyczne, które pozwolą jeszcze lepiej zobrazować problem (np. ile ludzi ma jeszcze w swoich gospodarstwach domowych lodówki starego typu? Ile więcej prądu pobiera lodówka, w której na ściankach zgromadził się lód od „czystej” lodówki?)
- Teraz przejdź do Twojej propozycji rozwiązania wspomnianego problemu. możesz bardziej szczegółowo omówić sam produkt, na czym polega jego innowacyjność (np. lodówka „no frost”) Ale pamiętaj, staraj się robić to hasłowo, bo zegar cały czas tyka. Lepiej unikać też sformułowań typu „najlepszy”, „najbardziej nowatorski” itd. Zamiast zachwalać, po prostu skup się na udowodnieniu, dlaczego Twój pomysł jest dobry.
- Wykaż w wiarygodny sposób czy Twój pomysł rozwiązuje duży problem wielu ludzi lub firm. Problem/potrzeba musi być na tyle istotna aby ktoś był gotów zapłacić za jego rozwiązanie. Określ, grupę docelową: kto jest tą grupą?

Opisz rozwiązanie problemu-nowy produkt/usługę

- Teraz nadszedł czas, by pokazać Twoje pomysły na rozwiązanie problemu, o którym przed chwilą opowiadałeś. W jaki sposób pomoże to innym? Pamiętaj jednak, by nie wchodzić zbyt głęboko w techniczne szczegóły, bo jedynie znużysz tym swoją publiczność. Kieruj się zasadą, że najprostsze rozwiązania są najlepsze.
- Tutaj prezentujesz, w jaki sposób chcesz pomóc klientowi, jak działa Twoje rozwiązanie, jakie korzyści daje klientowi Twój produkt. Opowiedz jak będzie funkcjonował Twój produkt, jak ma korzystać z produktu klient i jak się on wpisuje w codzienne działanie klienta. Rozwiązanie zawsze generuje pewne niedogodności, które jednak nie mogą być większe niż korzyści, jakie klient ma z Twojego produktu. Pokaż grafiki, zdjęcia, prototyp. Zobrazuj jak produkt będzie wyglądał
- Jeśli masz możliwość zaprezentowania swojego produktu – zrób to. W końcu nikt nie lubi kupować kota w worku. Krótkie demo i pokazanie podstawowych funkcji na pierwszym spotkaniu wystarczą. Chodzi o to, by inwestorzy zrozumieli zarys jego działania, zobaczyli mocne strony, potencjał i byli na tyle zaintrygowani, by chcieć zobaczyć więcej.

Innowacyjność produktu/usługi/technologii

- Udowodnij, że Twój produkt będzie innowacyjny;
- Opowiedz na czym polega jego innowacyjność: wskaż konkretne cechy, rozwiązania;
- Zamiast mówić, że Twój produkt będzie „lepszy” od innych posłuż się liczbami, wyliczeniami itp.

Konkurencja/ podobne rozwiązania dostępne na rynku

- Musisz znać swoją konkurencję, jej zalety, wady. I umieć się upozycjonować na ich tle. Wymień wszystkich, którzy są najbliżsi Twojemu biznesowi. Nie chcesz, by zaskoczyły Cię pytania o konkurencję, o której nie wiesz 😊
- Tutaj przygotuj się także nt. tego, jakie zalety ma Twój produkt wobec innych istniejących na rynku.

Grupa docelowa - wielkość rynku

- Tutaj czas na trochę twardych danych. Musisz pokazać, do kogo kierujesz swój produkt (kto będzie jego odbiorcą) i jak duży jest rynek, ilu potencjalnych użytkowników czeka na Twoje rozwiązanie? Najlepiej wartościowo lub ilościowo. Tu jest miejsce na pokazanie potencjału, jaki ma Twój biznes. Przygotuj jak najbardziej adekwatną statystykę. Dane muszą być prawdziwe i aktualne. Pokaż skąd masz dane, na których się opierasz.

Własność intelektualna

- Czy realizując projekt, a później wdrażając nowy produkt nie naruszysz niczyich praw własności? Skąd wiesz, że tak jest? Jak to sprawdziłeś?

Model biznesowy/strategia marketingowa

- Pochwal się, w jaki sposób Twoja firma będzie zarabiać. Podaj konkretne dane. Wykorzystaj wykresy, grafikę. Pamiętaj aby slajd był czytelny.
- Zarysowujesz strategię marketingową: np. jaki sposób chcesz zdobyć rynek? Jaki masz plan na pozyskanie klientów? na których rynkach zagranicznych widzisz największą szansę rozwoju?
- Jeśli masz już jakichś potencjalnych klientów, nawiązałeś z nimi współpracę, są zainteresowani, opowiedz o tym.

Koszty projektu i wdrożenia

- Opisz koszty dotyczące zarówno realizacji projektu (co się na to składa, dlaczego jest to zasadne) jak i koszty potrzebne na wdrożenie (jak je oszacowałeś).
- Z czego pokryjesz wkład własny? Skąd pozyskasz środki na wdrożenie?

Opłacalność wdrożenia

- Pokaż prognozę przychodów i wyjaśnij na jakich danych bazowałeś przy jej tworzeniu. Warto użyć wykresów, które pozwalają lepiej i przejrzystej zaprezentować dane.

Potencjał kadrowy/ zespół projektowy

- Przedstaw siebie, Twoich wspólników, kluczowych pracowników w projekcie i Wasze kluczowe doświadczenie. Pamiętaj aby mówić tylko o tym co istotne z punktu widzenia realizacji projektu.
- Wskaż gdzie projekt będzie realizowany, jakie są najważniejsze zasoby techniczne, które posiadasz, a jakie dopiero pozyskasz?

Ryzyka na etapie prac B+R i na etapie wdrożenia

- Opowiedz o najważniejszych ryzykach jakie zdiagnozowałeś i jak masz zamiar na nie reagować?

Pamiętaj!

- Twoja prezentacja nie może przekroczyć 10 min.
- Możesz dowolnie dopasować prezentację do potrzeb twojego projektu, niniejsza prezentacja pełni wyłącznie funkcję podpowiedzi
- Nie ma min ani max limitu slajdów - jedynym ograniczeniem jest czas trwania prezentacji