

Centrul de Formare Continuă



Camera de Comerț și Industrie  
a Republicii Moldova



# Пич тренинг

Тренер: О Колесникова

# Давайте познакомимся



# ОЛЬГА КОЛЕСНИКОВА

Предприниматель, Ментор, Бизнес тренер

26 – лет в бизнесе

12 – лет в тренингах и консультациях

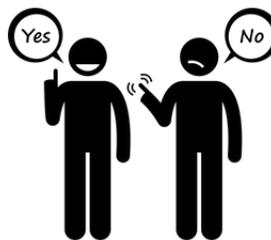
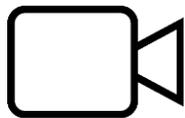
3012 - часов тренингов

78 – компаний клиентов, 42% - лояльные  
485 реализованных проектов,  
которые привели к росту продаж на 23-  
35%

Работаю с: ССИ, ODIMM, UNDP, SEED, Банки  
и предприниматели малого бизнеса



# ПРАВИЛА



**Pitch** - **Питч** (от англ. pitch — бросок, подача) — краткая структурированная презентация проекта перед потенциальными инвесторами



# Пич в бизнесе

Вас когда-нибудь просил клиент попросить вас провести краткую презентацию вашей компании менее чем за минуту? Это шаг, важная составляющая для любого бизнеса, который хочет расти..



# Почему пич так важен для бизнеса?

Пич это возможность познакомиться с Вами и вашим проектом. Причем важно, сделать это «вкусно». Только зная свой бизнес, а также свои возможности, вы можете воспользоваться слабостями своих конкурентов, повышая ценность своей компании.



# Почему пич так важен для бизнеса?

- Пич — это хорошая возможность, чтобы убедить потенциальных клиентов и деловых партнеров поверить в вашу компанию, ее услуги и продукты. В мире, где так много конкуренции, мы должны иметь возможность эффективно и быстро сообщать о себе и своей компании. В противном случае наше сообщение не будет заметно;



# «Рецепт» крутого питча состоит из пяти ингредиентов

№ 1: структура питча

№ 2: дизайн

№ 3: «фишки и крючки»

№ 4: внятная и выразительная речь

№ 5: умение объяснять

НЕ БУДЬТЕ РОБОТОМ,  
АУДИТОРИЯ, К КОТОРОЙ ВЫ  
ОБРАЩАЕТЕСЬ, СОСТОИТ ИЗ  
ЛЮДЕЙ.



# Какой должна быть структура питча?

- Вступление: информация о проекте (чем вы занимаетесь?)
- Проблема: чью боль вы снимаете, что улучшаете?
- Продукт: опишите три ключевые «фишки» продукта или расскажите о нем в стиле «как это работает»
- Рынок: каков объем рынка? на какую долю вы претендуете?
- Бизнес-модель: как планируете извлекать прибыль (комиссия, подписка, прямые продажи)?
- Маркетинг: каналы для привлечения клиентов, партнеры
- Метрики: достижения по ключевым метрикам именно для вашего проекта и экшн-план
- Команда: не просто роли, а достижения людей и их релевантный текущему проекту опыт
- Призыв: ваша инвест-потребность (что хотим и для чего?).

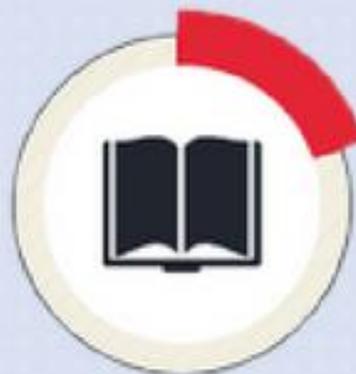


Какая информация усваивается лучше, по мнению ученых:



10%

ТОГО, ЧТО  
ВЫ СЛЫШИТЕ



20%

ТОГО, ЧТО  
ВЫ ЧИТАЕТЕ



80%

ТОГО, ЧТО  
ВЫ ВИДИТЕ И ДЕЛАЕТЕ

## Когда кто-то отправляет сообщение, то, как слушатель понимает и оценивает сказанное:

- языковые сообщения - что вы говорите

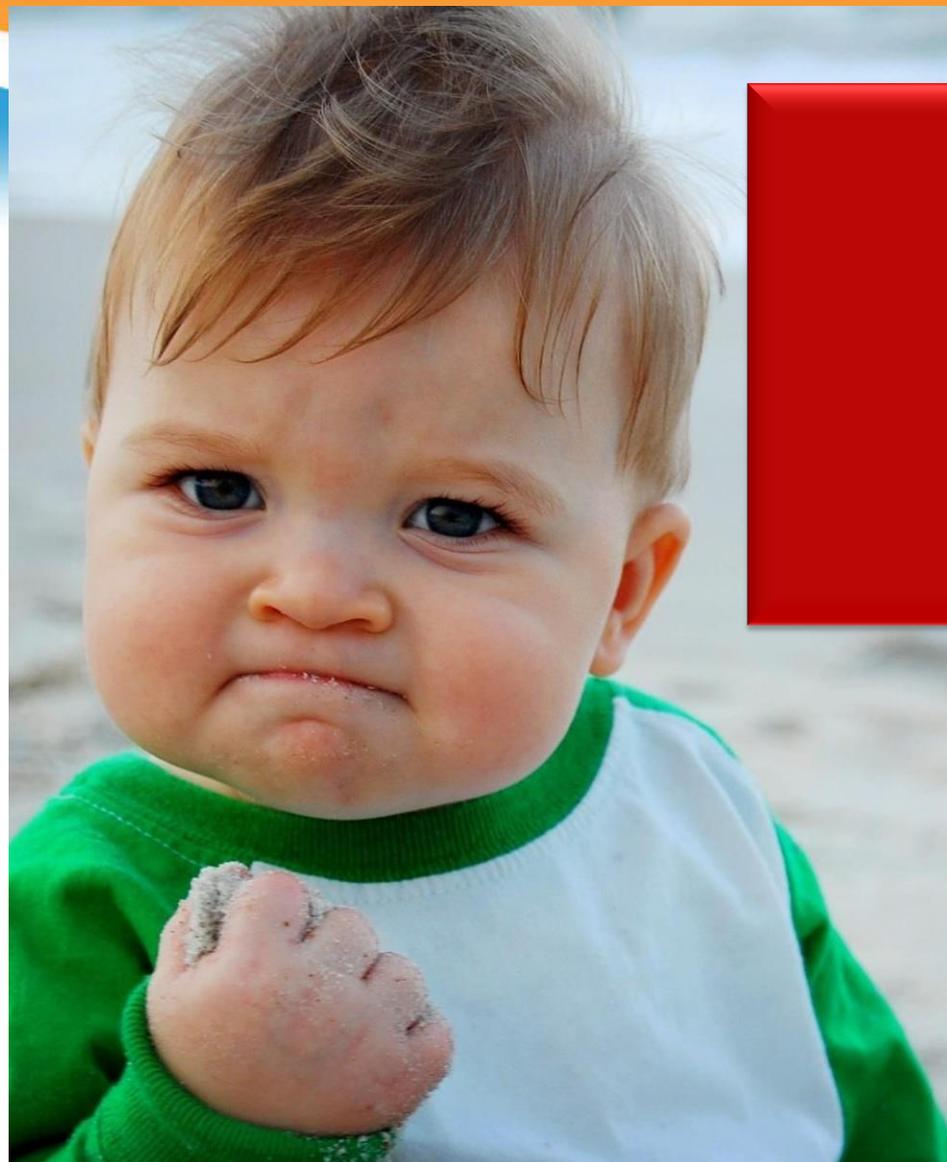
- паралингвистический - как вы говорите

- язык тела - что говорят ваше лицо и тело



# Язык тела

Язык тела, как часть нашего общения, состоит из невербальных движений, от трепетания рук до тиков лицевых мышц.



# Вербальные речевые изменения включают :

- Положение тела относительно других людей или предметов
- Положение всего тела
- Движения конечностей, головы и пальцев
- Движение мелких мышц
- Цвет и текстура кожи
- Тембр голоса
- Интенсивность голоса
- Скорость речи
- Потливость
- Запах тела



# Аудитория

Аудитория любой презентации в конечном итоге состоит из людей, которые ищут лучшее решение для своего бизнеса. Хотя иногда они имеют представление о том, что ищут, в итоге хотят убедиться, что будущий партнер понимает их бизнес и ожидания, предлагая им соответствующие решения.



# Как справиться с эмоциями?

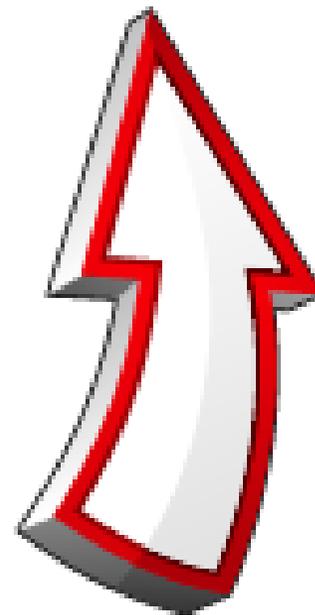
1. Ознакомьтесь с помещением, где будет проходить презентация
2. Знайте свою аудиторию
3. Очень хорошо знайте, то о чем вы говорите
4. Расслабьтесь!!!
5. Просмотрите презентацию. Визуализируйте себя успешным... и вы добьетесь успеха
6. Будьте уверенностью в себе!



# Совершенствуем навыки презентации



- Практика



# Lean Canvas (по-русски)

<b>ПРОБЛЕМА</b> <i>Перечислите 3 главных проблемы.</i>  <b>2</b>	<b>РЕШЕНИЕ</b> <i>Опишите возможные решения для каждой из проблем (3 ключевых фичи).</i>  <b>4</b>	<b>УНИКАЛЬНАЯ ЦЕННОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ</b> <i>Одним предложением опишите, чем вы отличаетесь, и почему на вас вообще стоит обратить внимание.</i>  <b>3</b>	<b>НЕРЫНОЧНОЕ КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО</b> <i>Не может быть легко скопировано или куплено (ваш супер секретный соус).</i>  <b>9</b>	<b>СЕКМЕНТЫ КЛИЕНТОВ (ПОТРЕБИТЕЛЕЙ)</b> <i>Перечислите ваших целевой клиент/потребителей и пользователей.</i>  <b>1</b>
<b>СУЩЕСТВУЮЩИЕ АЛЬТЕРНАТИВЫ</b> <i>Как решается проблема(ы) сейчас?</i>  <b>2</b>	<b>КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ</b> <i>(Привлечение) Acquisition (Активация) Activation (удержание) Retention (доход) Revenue (Рекомендация) Referral</i>  <b>8</b>	<b>3</b>	<b>КАНАЛЫ</b> <i>Как клиент о вас узнает (путь до клиента).</i>  <b>5</b>	<b>РАННИЕ ПОСЛЕДОВАТЕЛИ</b> <i>Опишите вашего идеального клиента/потребителя</i>  <b>1</b>
<b>СТРУКТУРА РАСХОДОВ</b> <i>Статьи расходов Стоимость привлечения Клиента (CAC) Расходы на персонал и пр.</i>  <b>7</b>		<b>ПОТОКИ ВЫРУЧКИ</b> <i>Как вы делаете деньги Жизненная ценность клиента (LTV) Выручка Маржинальность</i>  <b>6</b>		

# Вопросы???

