

«به نام حضرت دوست»

ارائه و تعامل با سرمایه گذار

زهرا سلطانی فر

هم بنیانگذار و مدیرعامل استارتاپ نوروکید
مدیر منتورینگ مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی
شریف



شبکه ملی
فن آفرینی
تأثیر

شبکه ملی فن آفرینی تأثیر با همکاری مرکز کارآفرینی
پارک علم و فناوری شریف برگزار می‌کند

کارگاه آنلاین

ارائه و تعامل با سرمایه گذار

مدیریت و پیش برد جلسات B2B

مهارت های ارائه به سرمایه گذار

مدیر واحد منتورینگ مرکز کارآفرینی
پارک علم و فناوری شریف

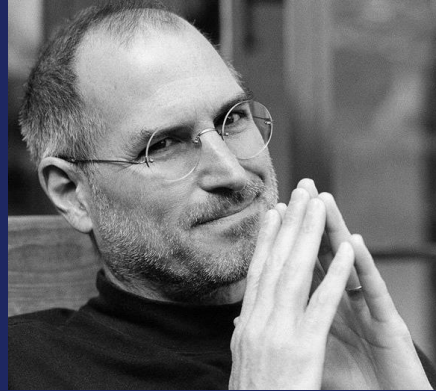
مدرس
زهرا سلطانی فر



۲۲ تیرماه ۱۴۰۵ | ساعت ۱۸:۰۰ الی ۲۰:۰۰

به صورت جلسه آنلاین





نحوه ارائه هر چیز اهمیت اون رو مشخص می کنه!

ارائه محتوای خوب + خوب ارائه دادن؛ مساله این است!



نکات ارائه در استیج



چرا پیچ دک! pitch deck



- ارائه ای مختصر است از استارتاپ به سرمایه گذار!
- در عین سادگی و شفاف سازی، مخاطب خود را در مرحله اولیه راغب به سرمایه گذاری می کنند...

«ادبیات مشترک پذیرفته شده جهت ارائه اولیه در اکوسیستم استارتاپی در سراسر جهان»

«استفاده در رویدادهای معتبر دیگر»

اشتباهات رایج پیج دک



- نکته مهم: ما چیزی تحت عنوان جمله نداریم! عبارات کوتاه شده بدون فعل فقط داریم! (فونت یکدست و فارسی)

- اسلاید با جزییات زیاد (اطلاعات مختصر و مهم)

- ادعاهای بدون پشتوانه

- نادیده گرفتن نقاط ضعف و تهدیدات

- توضیح دادن به جای پرزنت کردن !=> هنر ارائه!

- نحوه ارائه به صورت تدریس وار

- از دست دادن زمان

- ارائه بی حوصله و یکنواخت: مشتاقانه و با انرژی اما صادقانه

- مبهم بودن اطلاعات و کاری که می کنید! (عدم شفافیت و پیچیده بودن)

- نادیده گرفتن جذابیت های بصری

سناریو نویسی



- فکر می کنید برای سناریونویسی یک فیلم کوتاه ۹۰ ثانیه ای در جشنواره های بین المللی چقدر زمان صرف می شود؟
- سناریو نویسی برای یک ارائه ای که معرف کسب و کار یا ایده تحول آفرین شما هست چقدر زمان ارزش داره براش صرف کنید؟ فی البداهه؟ یا برنامه ریزی شده و تدوین شده؟
- انتخاب با شماست...

حرفه ای ها چه می کنند؟



اسم استارتاپ

شعار استارتاپ
(ناظر به ماموریت و چشم انداز)



طرح مساله / چالش



آمار خیره کننده
(با رفرنس)



نیاز جامعه در قالب
Story telling

شیوه متداول گذشته



- کمبودهای فعلی
- ضرورت اجرای طرح (این مشکلات باعث تا ما به فکر...)

راهکار



- راه حل پیشنهادی خلاقانه شما
- بسترفع این مشکل
- اشاره به زمان صحیح ارائه این راه حل (دلایل)



محصول / خدمت



- نمایی از محصول / خدمت (عکس یا ویدئو)
- اشاره به اینکه الان در چه مرحله ای هستید؟

ورود به بازار

محصول نهایی

MVP

prototype

ایده

معرفی محصول / خدمت



- مشخصات محصول / خدمت

ویژگی های فنی محصول / خدمت

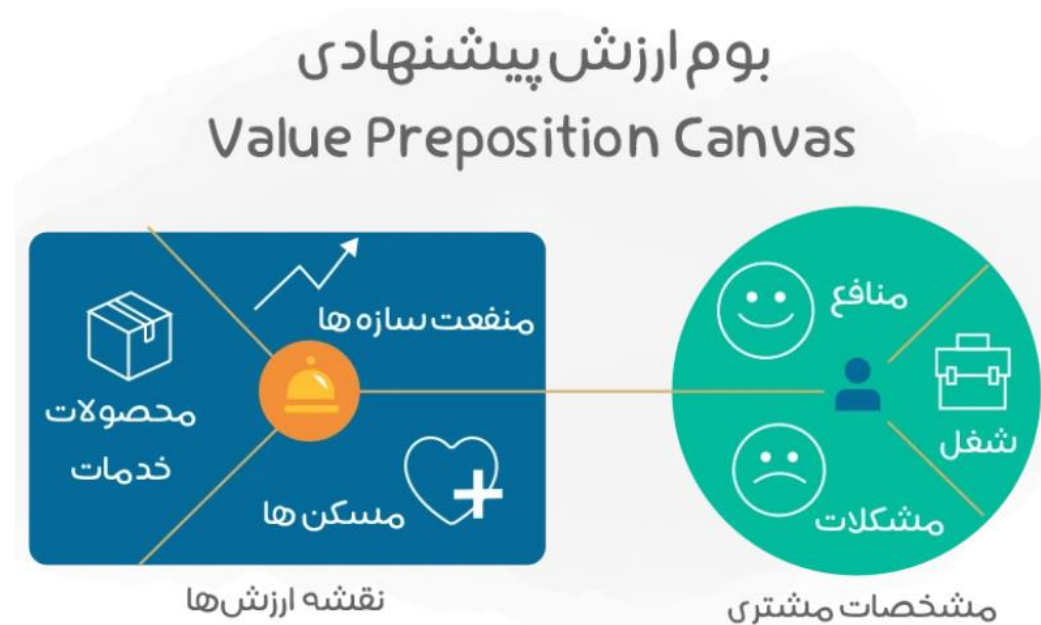


- با جزئیات کامل

ارزش پیشنهادی



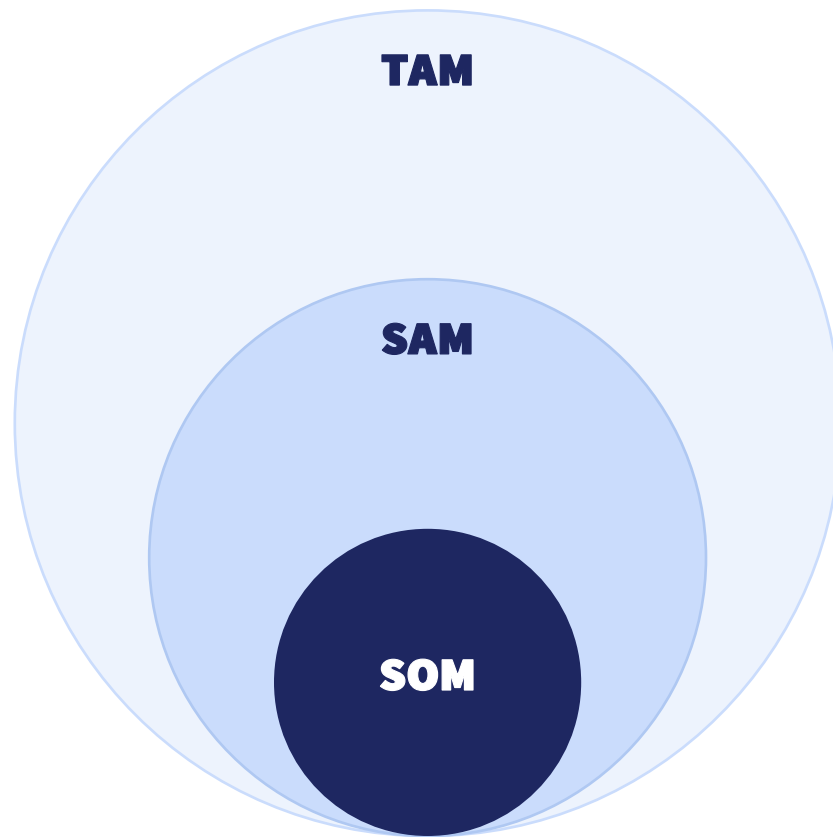
- چرا مشتری باید محصول یا خدمات شما را انتخاب کند؟
- واضح ترین مزیتی که مشتری با خرید از شما به دست می آورد...





بازار هدف / مشتریان

حجم بازار



- تخمین اندازه بازار
- محاسبه TAM / SAM / SOM



اعتباربخشی ایده



- پرس و جو از مشتریان بالقوه
- نظرات کارشناسان
- چنانچه محصول در بازار هستید، به نظرات مشتریان در اینجا اشاره فرمایید.

مدل کسب و کار و مدل درآمدی



- اشاره به مقیاس پذیری مدل درآمدی (بسیار ضروری)

<https://danup.ir/19-revenue-models/>

تحلیل رقبا (داخلی - بین المللی / مستقیم - غیرمستقیم)

• بررسی رقبا در قالب جدول (همانند نمونه پایین)

بررسی تعداد اندکی از رقا	تست فرسودگی شغلی مرتبط	ردیابی بعد از تست فرسودگی شغلی	بازی های شناختی	دربردارنده عملکردهای شناختی مختلف مرتبط مساله	امکان برخورداری از خدمات کوچینگ	دربردارنده خدمات و راهکارهای متنوع	ارتباط با واحد منابع انسانی سازمان	قیمت مناسب خدمات	نفوذ در بازار
نرم افزار فرسودگی شغلی مبتنی (BOT)	●	●	●	●	●	●	●	●	●
kiaraacademy.com	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Bakicoach.ir	●	●	●	●	●	●	●	●	●
برنامه های مجموعه های بزرگ مشاوره مدیریت	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MHM Burnout	●	●	●	●	●	●	●	●	●
BURNOUT	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Digiburn	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Reef	●	●	●	●	●	●	●	●	●
MindDoc	●	●	●	●	●	●	●	●	●
JoY JoB	●	●	●	●	●	●	●	●	●



مزیت رقابتي



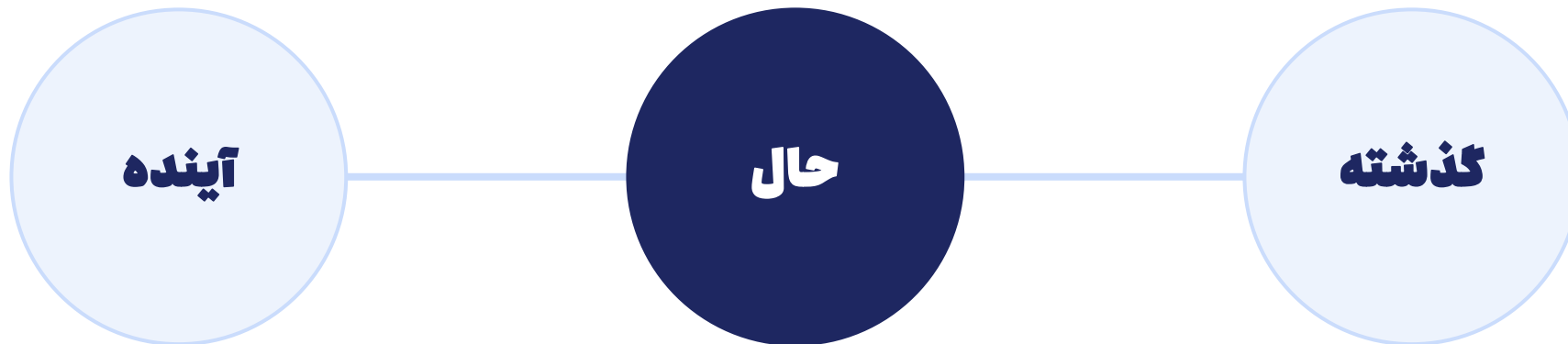
استراتژی بازاریابی



- برنامه بازاریابی برای جذب و نگهداشت مشتری



نمودار زمانی (برنامه زمان بندی)



ساختار هزینه پیاده سازی



• یک قدم جلوتر



نمودار پیش بینی هزینه و درآمد

محاسبه نقطه سر به سر



بوم Lean در یک نگاه



بخش مشتریان	برتری مطلق	ارزش پیشنهادی یکتا	راه حل	مسئله
مشتریان و کاربران هدف خود را لیست کنید	چیزی که نمی‌تواند به آسانی خریداری یا کپی شود	پیام یگانه، روشن و گیرا که بیان می‌کند چرا شما متفاوت هستید و ارزش توجه را دارید.	راه حل ممکن برای هر مسئله را بیان کنید	سه مسئله مهمتر را فهرست کنید
	کانال		سنجه‌های کلیدی	
	راه خود به مشتریان را بیان کنید. (درون‌گرا، برون‌گرا)		عده‌های کلیدی که به شما می‌گویند کسب و کارتان چگونه پیش می‌رود را لیست کنید	
پذیرندگان آغازین		مفهوم سطح بالا		جایگزین‌های موجود
ویژگی‌های مشتریان ایده‌آل خود را لیست کنید		قیاس الف برای ب خود را بیان کنید. مثل: یوتیوب = فلپکر برای ویدیوها		اینکه این مسئله‌ها امروز چگونه حل شده‌اند را لیست کنید
جریان درآمد		ساختار هزینه‌ها		
منابع درآمد خود را لیست کنید		هزینه‌های ثابت و متغیر خود را لیست کنید		

استارتاپ و رسانه



- **نمایی از استارتاپ در رسانه ها**
- **نمایی از سایت و شبکه های اجتماعی**
- **حضور در نمایشگاه ها و ...**



استراتژی رشد



تحليل SWOT



ضعف

قوت

تهدید

فرصت



چشم انداز



- تبدیل شدن به ...
- می خواهیم به کجا برسیم؟



دستاوردها و افتخارات / مجوزها و ثبت اختراعات

- دستاوردهایی که طرح شما موفق به کسب آن ها شده است.
- ارائه مدرک مجوز یا ثبت اختراع (در صورت اخذ آن)



معرفی اعضای تیم کارآفرینی



- معرفی اعضای حاضر در استارت‌آپ، تجربه مرتبط، تخصص و نقش آنها در تیم
- محل استقرار
- ایمیل

چرا انتخاب ما می تواند هوشمندانه باشد؟

- ما عوامل (کلیدی / حیاتی / ...) موفقیت در حوزه ... را داریم:
- (اشاره به تیم، محصول، بازار، شبکه و ...)

تیمی متشکل از افراد با تجربه و متخصص در حوزه های مهندسی و پزشکی مورد نیاز برای پیاده سازی محصول و ورود

به بازار

داشتن شبکه ارتباطی با بازیگران حوزه سلامت

ارتباط با شبکه ای قوی از بازیگران اکوسیستم کارفرینی کشور

تمرکز بر یک نیاز ضروری روبه رو رشد که سالانه منجر به خروج ارزش زیادی می شود

داشتن دانش فنی تخصصی قوی در این حوزه

تعهد به تحقیقات علمی و توسعه محصول در آینده

پتانسیل بالای مقیاس پذیری محصول و امکان صادرات محصول به کشورهای همسایه در آینده



پیشنهادهات / درخواست ها



چند نکته کوتاه برای طراحی



- سعی کنید از قالب ارائه منحصر به فرد خودتان استفاده کنید؛ شخصی سازی شده و خلاقانه!
- از عکس ها و تصاویر مرتبط با موضوع خود استفاده کنید.
- ارائه ای که تهیه می کنید گویا و حاوی اطلاعات مختصر و مهم باشد.
- این فایل، یک نمونه هست؛ می توانید نمونه های بیشتری را با سرچ کردن بیابید!
- نکته مهم: ما چیزی تحت عنوان جمله نداریم! عبارات کوتاه شده بدون فعل فقط داریم!

«فراموش نکنید نحوه ارائه هر چیز، اهمیت اون رو مشخص می کنه ☺»



نکات مذاکره B۲B

- **بستگی به نوع صنعت**

- مثلا تو صنعت های دارویی، دنبال ساختار رسمی هستند

- اما در مارکتینگ تقریبا بیشتر آژانس های تبلیغاتی به دنبال

ساختار راحت و دوستانه هستن

- **اهمیت بخش چالش و مالی**

- چرا رفتیم سمت این چالش؟ (ضرورت موضوع)

- علاقه بیشتر آمار و ارقام مالی



- بسیار به دوره تست رایگان اشتیاق نشان می دهند.

- به کار گرفتن روش های مذاکره و فروش

- کتاب **The Art Of Persuasion, programmatic B2B marketers**

- مذاکره شعبانعلی

- پیگیری

- چه در حوزه فروش چه در حوزه پیگیری جلسه و...

- اهمیت زمان و سناریوی صحبت



- شبکه سازی و ارتباطات از لازمه های قبل از شروع تعامل است.
- تسلط کامل به کاری که انجام میدیم (حرفه ای بودن و متخصص بودن)
- اعتماد به نفس به کاری که انجام میدیم
- بولد کردن برنده بودن مخاطب
- فایل هایی مثل کاتالوگ، پیچ دک و ... همراهتان باشد (نمایش محصول یا نمونه محصول یا شماتیک از اهمیت ویژه ای برخوردار است)



- **پیش بینی هزینه و درآمد و نقطه سر به سر**
- **تعیین هدف مذاکره قبل از مذاکره (بسیار مهم است بشناسیم که مراجعه کننده، سرمایه گذار هست یا خرید خدمت می کند؟ یا؟ اگر ترکیبی هست بر اساس اولویت خدمات عمل کنیم.)**
- **جمع بندی کوتاه انتهای جلسه و اقدام نامه (تعیین وظایف)**
- **پیشنهادهای مشخص بر اساس اولویت ها**



یک جمله طلایی!

جوری باید مسلط باشید که فکر نکن اگر با شما تعامل نکنن این فرصت رو همه جوره از دست دادن؛ نه اینکه شما محتاج حمایت آنها هستید!



خلاق باشید و اثرگذار!

راه های ارتباطی:

ایمیل: soltanifar.zahra@gmail.com



لینکدین: [zahra soltanifar](https://www.linkedin.com/in/zahra_soltanifar)



واتساپ؛ تلگرام و بله: [۰۹۱۲۴۷۱۶۰۳۲](https://t.me/09124716032)





با تشکر از حسن توجه شما خوبان

یک جمله متاثرکننده در خصوص فواید استفاده از محصول / خدمت که در ذهن مخاطب بماند!

