

Как убедить инвестора обратить внимание на ваш проект.

Никто не станет спорить, что любая успешная продажа наполовину зависит от хорошей презентации «товара». Также и успех стартапа зачастую зависит от его «питча» — презентации проекта потенциальному инвестору, покупателю или будущему партнеру (от англ. термина pitch, «бросок», пришедшего из бейсбола и перекочевавшего в продажи).

В зависимости от целевой аудитории и контекста, презентация вашего проекта будет различаться. Существует большая разница между питчем со сцены перед большой аудиторией и, скажем, «элеватором» (от англ. «elevator pitch», буквально означает «презентация в лифте» то есть очень коротенькое выступление перед нужным человеком которого вам удалось поймать например в кулуарах конференции), когда у вас есть всего 20-30 секунд, чтобы заинтересовать человека и еще 3-5 минут, чтобы немного рассказать о себе и проекте и обменяться контактами для последующего общения. И, конечно, питч будет совсем другим при полноценной презентации проекта во время приватной встречи, когда вы можете полностью раскрыть все нюансы вашего проекта и обрисовать все его преимущества. Тем не менее во всех трех случаях основная задача питча одна: «зацепить» слушателя, обратить на себя внимание, запомниться и, главное, сделать так, чтобы ваш потенциальный «покупатель» — инвестор — захотел узнать «дополнительные подробности о товаре».

Всеу свое время

Во время первого знакомства, когда вы только знакомитесь с человеком и первый раз представляете ему проект, не нужно набрасываться на инвестора и забрасывать его деталями. Учитывайте специфику обстановки: если вы на network-мероприятии (то есть на встрече, предназначенной для установления деловых контактов), скорее всего у человека есть всего несколько минут для разговора, не берите его к себе в «заложники» — ваша задача обменяться контактами, запомниться и договориться о дальнейшем общении, чтобы потом организовать повторную встречу и отослать дополнительные материалы. Будьте умеренно настойчивы, но соблюдайте бизнес-этикет.

Кстати, сейчас многие не берут с собой визитки, а фотографируют и сканируют их на телефон — подготовьте свои визитки к такому повороту событий. И ни в коем

случае не стоит сразу вручать слушателю полный комплект материалов — наверняка ему будет неудобно их носить с собой и он скорее всего их просто где-то оставит. Если человек заинтересуется вами, он сам попросит вас прислать ему материалы.

Ваша главная задача на данном этапе — оставить хорошее впечатление и заинтересовать, чтобы инвестор захотел продолжить с вами общение. Расскажите потенциальному инвестору в двух словах о себе и о том, чем занимаетесь. Не забудьте сказать, что именно вам нужно и чего вы ожидаете от вашего общения, чтобы человек понял, в чем для него интерес.

Используйте время максимально эффективно

Вы только начали рассказывать о всех преимуществах вашего продукта или сервиса, а отведенное вам время уже истекло? Вы, конечно, так и не дошли до слайда с цифрами или обсуждения вашего плана и потребностей — это распространенная ошибка, которую легко совершить независимо от того, где и как вы презентуете проект.

Если вы делаете Elevator pitch на конференции, стоит помнить, что у вас в запасе всего 2-3 минуты, чтобы «зацепить» внимание человека, сделать так, чтобы он дал вам свою карточку, и предложить встретиться в более приватной обстановке для обсуждения подробностей. Не стоит удерживать человека долгим рассказом о всех нюансах вашей технологии и продукта и уж тем более, не стоит за ним повсюду ходить.

В процессе подготовки, узнайте заранее, сколько у вас времени, подготовьте сценарий и отрепетируйте выступление, чтобы быть уверенным, что вы укладываетесь в отведенный вам лимит времени. Чем короче и ярче ваша презентация, тем больше она запомнится аудитории — выберите основные акценты с учетом специфики ваших слушателей и сконцентрируйтесь именно на них. Лучше рассказать кратко, но о главном, чем быть прерванным на полуслове и пытаться в последние 30 секунд вложить всю оставшуюся информацию. Ваша главная задача на сцене — выделиться из массы других презентующих, поэтому чем ярче и необычнее будет ваша презентация, тем выше шанс обратить на себя внимание. Но не переборщите — вряд ли вам сильно поможет неуместный эпатаж.

Так и при личной встрече с инвестором поинтересуйтесь заранее, сколько у него времени и какие ожидания/цели. Будьте готовы к импровизации. Договорившись о

времени, следите за тем, чтобы не «заполнить весь эфир» самозабвенным рассказом, не оставив собеседнику времени на вопросы, рекомендации и живое обсуждение. Вы должны успеть обсудить все запланированные вопросы, подвести итоги и, главное, договориться о следующих шагах.

Учитывайте специфику ваших слушателей

Персональная встреча с инвестором — это всегда отдельная и уникальная история, которая зависит от того, с кем вы встречаетесь. Я много раз видел, как личность человека, для которого проводится презентация, кардинально влияет и на ее ход. Перед разными людьми один и тот же человек может как «зажигать», так и довольно тускло презентовать свой проект. Главный совет здесь — готовиться заранее, проработать материал и проанализировать, с кем вы встречаетесь. Посмотрите на сайте фонда, куда он инвестирует, с кем из его партнеров и менеджеров вы встречаетесь, каков опыт инвестора и интересы. Если есть возможность — пообщайтесь с кем-то, в кого фонд уже инвестировал, узнайте их опыт и получите ценную информацию о приоритетах.

На презентации вашего проекта группе лиц всегда разное соотношение экспертов и инвесторов. Используйте профессиональные термины осторожно: скорее всего, большинство слушателей их не поймет. Если формат презентации не позволяет полноценно рассказать о всех деталях и нюансах, не вдавайтесь в подробности, оставьте их для тех, кто заинтересуется общей идеей. Гораздо важнее донести до аудитории, почему этот проект заслуживает дополнительного рассмотрения (большая идея, которая может повлиять на весь рынок и коснуться «каждого», уникальная команда, текущие успехи). При этом не помешает иметь в зале технического специалиста, которому всегда можно смело переадресовать возникшие вопросы.

Часто предприниматели думают, что люди вокруг разбираются в теме и понимают ее так же, как вы, — ошибочное мнение. И очень грустно, когда человек воодушевленно рассказывает о своем проекте, а потом никто даже не задает вопросов. Ведь это очень плохой признак: значит, никто ничего не понял. Главное в выступлении донести свою идею, ведь любая презентация — это некий процесс вовлечения. Чем вы лучше других, и почему этот рынок интересен? Все любят рассказывать, какой у них классный продукт, но очень часто забывают, что нужно сначала объяснить, кому он нужен, есть ли у него рынок, есть ли потребитель. Нужно объяснить аудитории, что есть проблемы и потребности, и есть продукт, отвечающий этой потребности, а также команда, которая может это сделать. И продемонстрировать, что ваш продукт лучше, чем у конкурентов.

Помните о цели вашего питча

Никогда не упускайте из виду вашу цель: чего вы хотите добиться своим питчем. Вас интересует PR, просто знакомство с известным человеком или вы хотите привлечь инвестиции?

Многие полагают, что задача питча — убедить, что ваш проект или продукт лучше остальных. Надо понимать, что это нереалистично сделать за одну короткую презентацию, тем более со сцены.

Решения об инвестициях никогда не принимаются быстро, тем более после первого знакомства, поэтому цель вашего питча — это в первую очередь заинтересовать и сделать так, чтобы за ним последовала полноценная встреча, а за ней еще одна, и так до тех пор, пока вы не ударите с инвестором по рукам. Каждый контакт приблизит вас к конечной цели получения инвестиций посредством постепенного установления доверия и построения рабочих отношений.

Репетируйте и добавляйте в вашу «стартап-запеканку» «ИЗЮМ»

Репетируйте — плохая презентация убивает самую лучшую идею. Любая презентация хороша, когда в ней есть яркие моменты. Но юмор уместен, если вы умеете шутить. Очень «цепляют» яркие и красочные слайды с картинками, когда вы ярко об этом рассказываете. Среди российских проектов, например, есть один с анимационной презентацией, там есть персонажи, а вся презентация — это некая метафора, сказка. Это забавно и привлекает внимание, а метафора помогает понять, что проблема действительно существует. Яркие образы и аналогии очень привлекают внимание аудитории, восприятие сразу поднимается на другой уровень.

Очень важна динамика самой презентации, навык общения с аудиторией, умение красиво и громко говорить, «раскачать» аудиторию. Голос, энергия, харизма — все это нарабатывается тренировками. Хотя многие думают, что это исключительно зависит от таланта: одним дано, а другим нет. Это не так, навык выступления — это умение, которое можно приобрести и отточить до совершенства. Можно смотреть выступления великих презентаторов в интернете (например, Стива Джобса), можно ходить на специальные курсы или заниматься с индивидуальными тренерами — не важно как, главное, к этому серьезно относиться.

Часто хорошие проекты не привлекают должного внимания просто потому, что тот, кто их презентует, не умеет выступать. Обратная сторона медали — часто навыки выступления превалируют над содержанием презентации. Найдите свой баланс и используйте каждую возможность, чтобы улучшить свое выступление. Репетиция и подготовка — это 100% залог успеха. Очень часто можно увидеть, как побеждают именно те проекты, которые всей командой до выхода на сцену репетируют свое выступление.

Рассказывайте про себя и команду — вы главный актив вашего проекта

Для инвесторов команда — один из самых важных критериев, по которому они решают, инвестировать в проект или нет.

Расскажите о себе, о людях, с которыми вы работаете, что вас объединяет и почему вы занимаетесь вашим проектом. Каждый из вас чем-то уникален, а все вместе вы главный актив проекта — не упустите возможность представить его в выгодном свете. В идеале разделить между собой презентацию, дать каждому внести свой вклад и показать свою роль в проекте — это добавит презентации динамики и продемонстрирует, что в проекте не один в поле воин.

Думайте о том, какое впечатление вы хотите оставить

Инвесторы вкладывают в первую очередь в людей, а уже потом в проекты — не забывайте об этом никогда. Поэтому от впечатления, которое вы произведете на первой встрече, зависит очень многое.

Это может показаться очевидным, но именно самые простые вещи часто подводят — например, соблюдение элементарных правил этикета. Ничто так не портит настроение, как опоздание. Зачем заранее создавать трудности в общении, которых можно избежать?

Или, например, одежда. Одевайтесь к месту и соответственно уровню встречи. Чтобы правильно одеться, нужно иметь совершенно четкое представление, где вы выступаете и перед кем. Стремясь привлечь к себе внимание, постарайтесь не переборщить.

Или простые правила вежливости — умение слушать и не перебивать. Часто, стремясь донести свою идею, можно войти в раж и забыть о собеседнике и цели встречи. Если собеседник что-то рассказывает, подумайте, прежде чем его прерывать или тут же «вставать в оборону», если он начнет задавать вопросы. Умение слушать и показывать уважение к тому, что вам говорят, важно. Вы можете (и должны) быть уверены в себе и лучше разбираться в предмете, но если вы оставите впечатление человека, который не умеет слушать и с которым неприятно общаться, толку от этого не будет никакого.

Вообще венчурные инвестиции — это очень личный бизнес, поэтому важнее всего завоевать репутацию человека, которому можно доверять и с которым приятно иметь дело. Подумайте сами: если вам кто-то не нравится, какова вероятность того, что вы дадите ему деньги, какие бы золотые горы он ни обещал? Персональный контакт — это одна из основных составляющих успеха.

Знайте ваш предмет на пять и будьте готовы к диалогу

Покажите, что вы разбираетесь в теме лучше, чем инвестор, или, по крайней мере, не хуже. Будьте готовы к тому, что инвестор видел уже много таких проектов и ориентируется в вашем рынке, особенно если вы пришли к «правильному» инвестору. Если вы что-то не знаете, признайтесь в этом честно и пообещайте вернуться с информацией после встречи. Хуже не может быть выдумать какой-либо ответ на вопрос — ведь есть риск, что инвестор знает его, и, если вы соврете, доверие навсегда потеряно.

Не пытайтесь всю встречу превратить в показ ваших слайдов и монолог, дайте инвестору возможность задать вопросы и поделиться своими идеями и опытом. Чем более интерактивной получится встреча, тем лучше для вас: так вы можете не только узнать «инсайды», известные инвестору из общения с другими игроками вашего рынка, но у вас появляется уникальная возможность вовлечь его в ваш проект, показав ему, насколько ценны его советы для вас.

Не спрашивайте про деньги

Вы любите, когда у вас просят деньги? Не нужно говорить о деньгах до того, как о них спросит инвестор. Если инвестор гипотетически принял для себя решение, что проект ему интересен, он сам заинтересуется, сколько инвестиций вы ищете и на что. Очень важно показать, что вы понимаете, для чего именно проекту нужны деньги —

потребность в инвестициях должна быть четко обоснована вашим планом и бюджетом.

Договоритесь о следующих шагах

И наконец, очень важно правильно закончить встречу. Идеально, чтобы итогом вашего общения была договоренность о следующей встрече или каких-то практических шагах, которые позволят вам глубже поговорить с инвестором в проект. Если инвестор выразил заинтересованность в проекте и потенциальное намерение инвестировать, хорошо сразу проговорить вместе с ним последовательность действий, которые потребуются для того, чтобы сделка состоялась, понять, как принимается решение об инвестировании, какие процедуры будет необходимо пройти, какой временной горизонт. Вы должны понимать, что одной хорошей встречи недостаточно, чтобы получить деньги; обычно нужно четыре-пять встреч, только чтобы инвестор пришел к принципиальному решению об инвестировании, и намного больше времени, чтобы договориться о всех деталях и заключить сделку. Поэтому важно набраться терпения, быть готовым двигаться поступательно и иметь запасные варианты.

(с) Антон Абашкин, Forbs.ru.