



ФГБОУ ВО «Костромской государственный университет»

Институт управления, экономики и финансов

Кафедра менеджмента и маркетинга КГУ

тренинг

« 3 МИНУТЫ В ЛИФТЕ »

НЕМНОГО ТЕРМИНОВ

«Презентация для лифта» (elevator speech, elevator speech) - формат самопрезентации в рамках которого коммивояжер, продавец, менеджер проектов должен успеть рассказать о продукте, его преимуществах и себе или компании за то время, пока едет в лифте.

Используется для представления бизнес-проектов. Её цель – продать идею.

Длительность презентации: **0,5 - 1 минута**

История

История данного формата выступления уходит далеко в середину 20-го века. Начинающие предприниматели пытались нарочно выловить вечно занятых потенциальных инвесторов, пока те едут в лифте на верхние этажи небоскреба, чтобы рассказать им про свой проект.

Одним из ярких примеров elevator pitch является случай, произошедший с основателями компании **Google**. В далеком 1998 году, тогда еще начинающие предприниматели, **Сергей Брин и Ларри Пейдж** получили на развитие своей еще несуществующей компании 100 тысяч долларов, потому что успели доходчиво объяснить опаздывающему на встречу Энди Бехтольшайму выгоду вложения в Google.

Зачем это нужно?

Несмотря на то, что сегодня сложно себе представить историю, когда после яркой речи в лифте, инвестор сможет сразу же выдать необходимую сумму, формат «elevator pitch» используется для презентации бизнес проектов.

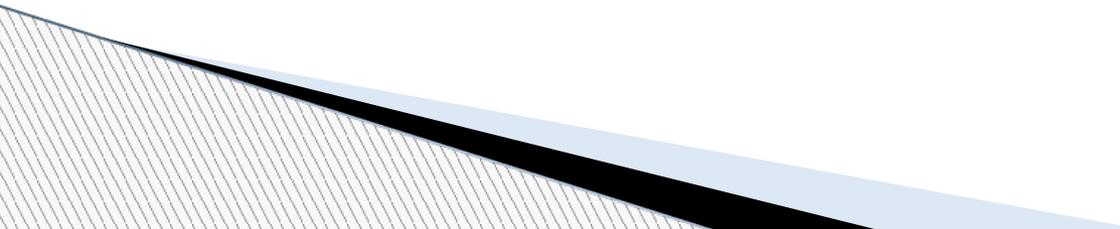
Нужно это, чтобы понять насколько начинающие предприниматели сами осознают главные преимущества и выгоды своего проекта. Все гениальное просто, в том числе и гениальная бизнес идея. Если предприниматель способен отделить зерна от плевел и выдать информацию, которая интересна инвестору, то можно сделать вывод, что он способен ясно мыслить и правильно действовать в ведении своего бизнеса.

Формат презентации в лифте хорошо показывает собранность и находчивость начинающего бизнесмена.

Формат

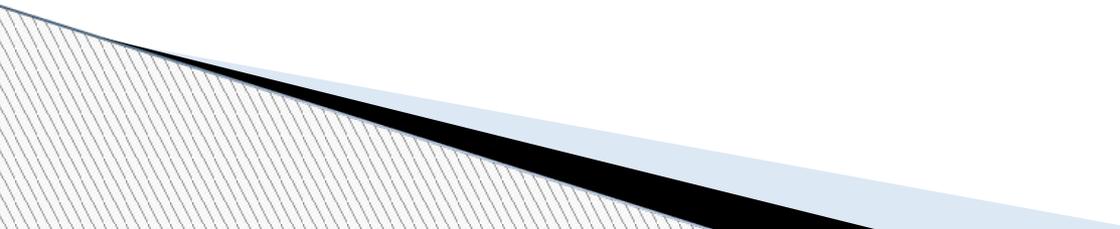
Формат презентации в лифте может зависеть от различных сценариев.

Во-первых, важно знать, для кого проводится презентация. Презентация в лифте должна строиться индивидуально. Для каждого инвестора есть свой крючок, на который его можно зацепить. Кому-то интересна сама идея, ее оригинальность и инновационность, кто-то интересуется только финансовой стороной дела, с кем-то можно говорить неформально, кому-то важен именно официальный тон и т.д.



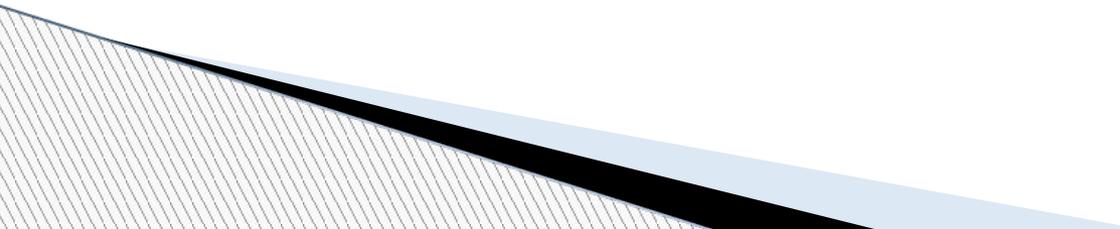
Формат.

Во-вторых, формат презентации зависит от того, какие вспомогательные элементы у вас есть. Есть ли у вас с собой готовые образцы продукта вашей будущей фирмы, которые скажут все за вас? Есть ли у вас дополнительные материалы, подтверждающие ваши слова?



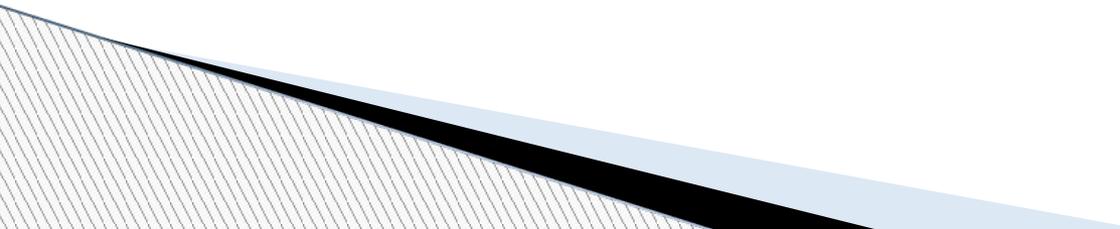
Формат

В-третьих, важно, говорите ли вы в одиночку или вас несколько человек. Вдвоем проще воздействовать, но это требует более кропотливой подготовки и слаженности действий.



НЕМНОГО ИСТОРИИ:

Структура презентации. В отличие от других видов выступления, презентация в лифте не имеет рекомендованной структуры. Подготовка к презентации в лифте является творческим процессом, и поэтому создавать ее нужно опираясь на собственную креативность.



Рекомендации по структуре «элевэйтор спич»:

-В начале желательно, максимально привлечь внимание слушателя, заставить его думать, над чем вы говорите. Например, можно привести какой-то неожиданный вызывающий эмоции факт, который в дальнейшей речи будет подчеркивать важность вашего проекта для инвестора.

-В основной части презентации в лифте важно, сказать, чем выгодно отличается ваш проект от всего остального, чем он привлекателен инвестору.

-В конце, сделайте небольшое, щедрое предложение для инвестора. Однако важно не перехвалить себя, а наоборот сказать, о важности роли именно этого инвестора для вас и попросить помочь вам. Инвестор должен почувствовать свою силу и необходимость для вас, после того, как поймет выгодность вашего проекта.

Правила elevator pitch

-Нужно как можно подробнее узнать, что интересно слушателю. Обращаться надо к нему лично, и говорить то, что он хочет услышать.

-Речь должна быть чистой, эмоциональной, без лишних пауз и подбора нужных слов.

-Говорить нужно быстрее обычного, но не слишком быстро.

-Не нужно говорить о том, что не является ключевым фактором успеха вашего проекта. Если какую-то информацию можно выкинуть – выкидывайте.

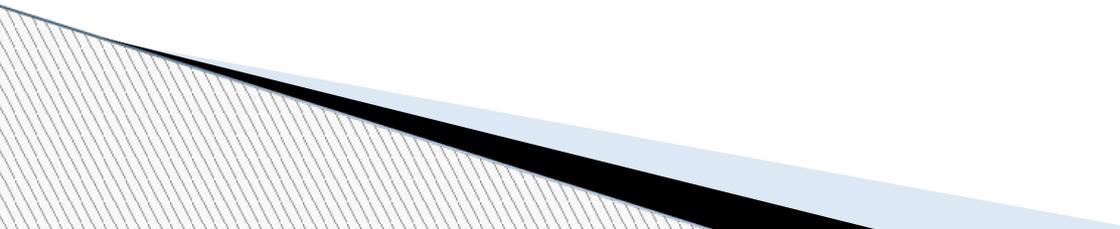
-Используйте зрелищные элементы – демонстрация образцов, метафоры и сравнения.

Правила elevator pitch

Приготовить действительно хорошую и эффективную презентацию для встречи с инвестором в лифте или для соревнований по «элевэйтор пич» сложно.

Кроме общих рекомендаций вы должны понимать, что в целом сама презентация требует от вас всестороннего развития, мгновенной реакции, чувства юмора и находчивости.

Презентация в лифте – это отражение вашего внутреннего мира, интеллекта и умения держать себя.



Правила elevator pitch

1. Краткость. Презентация в лифте должна быть короткой. Она ограничена лишь одной-двумя минутами времени инвестора. Иногда временные ограничения оказываются еще более жесткими.

2. Доступность. Речь в elevator pitch должна быть легкой для понимания. Часто у инвестора нет никакого желания, времени и сил, чтобы пытаться понять заумные схемы, описываемые начинающим бизнесменом. Даже если зрителем презентации в лифте станет ребенок, он должен понять, о чем идет речь в презентации.

3. Прибыльность. Проект, описанный в презентации в лифте должен вызвать жадность. В конце концов, инвесторы хотят заработать деньги, точнее много денег.

4. Неотразимость. И наконец, презентация в лифте должна быть неотразима. Если после презентации у инвестора остается больше вопросов, чем ответов, начинающему предпринимателю нужно будет снова вернуться за рабочий стол и доделать свою презентацию.

Чего не делать

По мнению бизнес-ангела Алены Поповой, в презентации в лифте предприниматель не должен совершать следующие ошибки:

1. Нельзя смотреть в потолок и вспоминать, какие-то важные факты.
2. Нельзя делать паузы, давая инвестору возможность уйти с вашей колеи и задать какой-нибудь каверзный вопрос.
3. Нельзя не знать инвестора в лицо: кто это, что ему интересно. Вы можете просто потерять уйму времени, общаясь «не с тем человеком».
4. Незнание рынка – очень серьезное упущение. Вы должны точно знать несколько важнейших цифр о рынке, подтверждающих потенциальную успешность вашего проекта.
5. Не рассказывать о себе. Инвестор должен видеть огонь в глазах, ощущать и какой-то background команды проекта.
6. И наконец, совсем непростительно не знать, зачем вы пришли к инвестору, а именно какую сумму вы хотите от него получить и на что вы собираетесь ее потратить.

ЗАДАНИЕ

1. Расскажите о своем проекте за 1 минуту

2. Выступление должно содержать следующие элементы:

1. КТО ВЫ:

- Короткое приветствие
- Представление себя и проекта

2. ДЛЯ КОГО ВЫ:

- Указание на кого ориентирован проект

3. ЧЕМ ВЫ:

- Что будет осуществляться в рамках проекта

3. ПОЧЕМУ ВЫ:

- Краткая характеристика уникальности вашего проекта. Чем выгодно отличается ваш проект от всего остального, чем он привлекателен инвестору

4. ЧТО ПРЕДЛАГАЕТЕ?:

- предложение для инвестора (доля и сумма)