

Pitch Deck

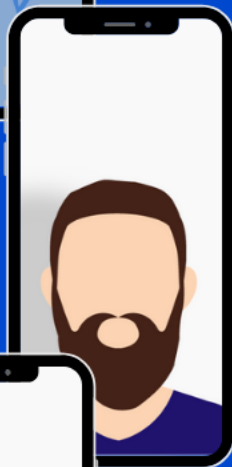
نام شرکت خود را در بالا و خلاصه ای جذاب از آنچه که دارید بنویسید



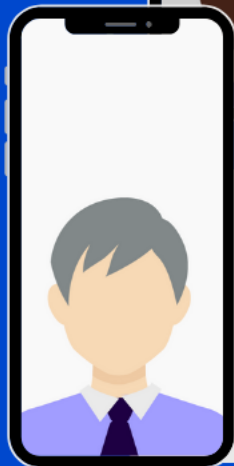
اعضای تیم اصلی شما



عضو 1
عنوان



عضو 2
عنوان



عضو 3
عنوان



مشکل

3 الی 5 مشکلی که شما آن ها
را کشف کردید و قصد حلشان
را دارید.

مشکل 1

نکات کلیدی مشکل را به صورت خلاصه بیان کنید.

مشکل 2

در مورد تاثیر منفی ای که این مشکل بر روی مردم
می گذارد و تجربیات ایشان توضیح دهید.

مشکل 3

مشکل را به صورت کارآمد چارچوب بندی کنید، و ادامه
ارائه را بر این اساس پی ریزی کنید.



راه حل

لیست ۳ الی ۵ راه حلی را که شرکت شما برای حل مشکل پیش بینی کرده است را بیان کنید.

راه حل 1

راه حل پیشنهادی برای مشکلی که ارائه کردید را بیان کنید.

راه حل 2

راجع به ارزش بزرگی که در راستای راحتی و سهولت ایجاد می کنید صحبت کنید.

راه حل 3

کاملاً شفاف راه حل را ارائه کنید و مقدمات شروع توضیح راجع به محصول را فراهم کنید



محصول یا خدمات

خلاصه ای جذاب از آنچه شرکت شما انجام می دهد
بنویسید.



مزیت رقابتی

فضای رقابتی را در بازار خود معرفی کنید.



مزیت 1

مزیت رقابتی خودتان را به چهار قسمت دسته بندی کنید تا بینندگان راحت تر متوجه آن بشوند.

مزیت 2

دورنمای شما چگونه متمایز می شود و چه چیزی شما را متفاوت می کند.

مزیت 3

چه کاری را می توانید بهتر از رقبای خود انجام دهید؟ و چگونه از آنها بهتر عمل خواهید کرد؟

مزیت 4

شرکتی با مزایای رقابتی قوی احتمالاً در دراز مدت دوام خواهد آورد.



زمان صحیح

یک لیست از دلایل درست کنید که نشان دهد الان زمان درستی برای ارائه محصول یا خدمت شما است.

دلیل 1

چرا "اکنون" بهترین زمان برای پیشرفت شرکت شما و صعود به سطح بعدی است؟

دلیل 2

این روزها چه ترندهایی امکان پذیر است که محصول یا خدمات شما را امکان پذیر می کند؟

دلیل 3

از فرصت های موجود در بازار که این امر را ممکن می سازند ، بیشتر توضیح دهید.

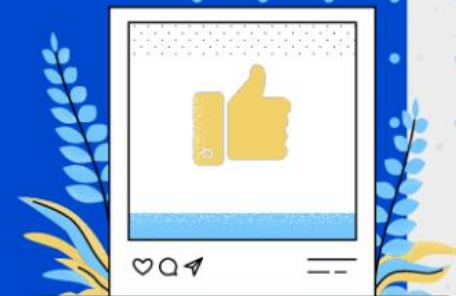


بازار هدف

مشتریانی که قصد ارائه خدمات به
ایشان دارید، چه کسانی هستند؟!

بازار هدف 1

مشخصات و پرسونای آن ها
چیست؟



بازار هدف 2

افرادی را که برای یافتن راه حل
به شما مراجعه می کنند را
توصیف کنید



اندازه بازار

از دو روش برای اندازه گیری بازار استفاده کنید:
از بالا به پایین و پایین به بالا.
از مهمترین اصطلاحات سائز بندی بازار ، TAM
SAM و SOM هستند.

1.9 Billion

TOTAL AVAILABLE MARKET (TAM)

53 M

SERVICEABLE AVAILABLE MARKET (SAM)

10.6M

SERVICEABLE OBTAINABLE MARKET (SOM)

رقبای مستقیم

نام شرکت



نام شرکت



نام شرکت



رقبای غیر مستقیم

نام شرکت



نام شرکت



نام شرکت



رویکرد رقابتی

رویکرد 1

چگونه شرکت خود را در رقابت تعیین خواهید کرد؟

رویکرد 2

مسیر شما برای رسیدن به مشتریان چیست؟

رویکرد 3

رویدادها، مشارکت ها، تبلیغات و ...
لیست راه های موثر برای ارتباط با مشتری ها را شرح دهید.



مدل درآمدی

راه‌های که شرکت شما قرار است از آن‌ها درآمد داشته باشند را معرفی کنید.



از طریق نمودار ، جدول زمانی، ماندگاری محصول یا خدمات خود را ارائه دهید و بگویید چگونه شرکت شما درآمد کسب می کند و به اهداف می رسد.

اگر روش های زیادی برای کسب درآمد دارید ، روی یک روش اصلی مانند حق اشتراک یا تبلیغات تمرکز کنید.

معیارهای اصلی قابل اندازه گیری مانند هزینه جذب مشتری (CAC) و یا ارزش طول عمر مشتری (LTV) را نیز بیان کنید.



قدم اول

Q1 1400



قدم دوم

Q2 1400



قدم سوم

Q3 1400



قدم چهارم

Q4 1400

نقشه راه شما

مراحل و اهداف بعدی شما چیست؟ چقدر از سرمایه گذاران حمایت می خواهید و این حمایت چه تاثیری بر کار شما به همراه خواهد داشت؟



سرمایه‌گذاری و استفاده از منابع مالی

در نهایت، زمان آن رسیده است که طلب سرمایه کنید. همه موارد قبلی را گفتیم تا برسیم به اصل مطلب. هدف از صحبت با سرمایه‌گذاران جذب سرمایه است و باید پیشنهاد مشخصی ارائه دهید.

برای پیاده‌سازی ایده‌تان چه میزان سرمایه نیاز دارید؟
این سرمایه را به ازای واگذاری چه میزان سهام جذب خواهید کرد؟



ارتباط با ما

021-12345678

Info@Example.ir

www.Example.ir

