

A vállalkozás megkülönböztetésének szükségessége



A potenciális befektetőket folyton megkeresik vállalkozók
- a befektetők ugyanazokat az érveket hallgatják meg,
hogymért kellene ebbe az új lehetőségbe befektetni.
Ahhoz, hogy sikeresen meggyőzd őket a te
kezdemenyvezésed támogatásáról, meg kell különböztetned magad - nem
csak az üzleti ötleteddel (ez természetes).



A vállalkozás megkülönböztetésének szükségessége



Keltsd fel a figyelmet azzal, hogy hatásos bemutatót tartasz arról, **ki vagy**, és miért kell meghallgatni téged!

Az üzleti világban üzleti alaptevékenységünket az ügynevezett egyedi ajánlati pontokkal (USP) különböztetjük meg másokétól. Az USP az, ami miatt más vagy, mint a többiek, és így potenciálisan sikerrel járhatsz.

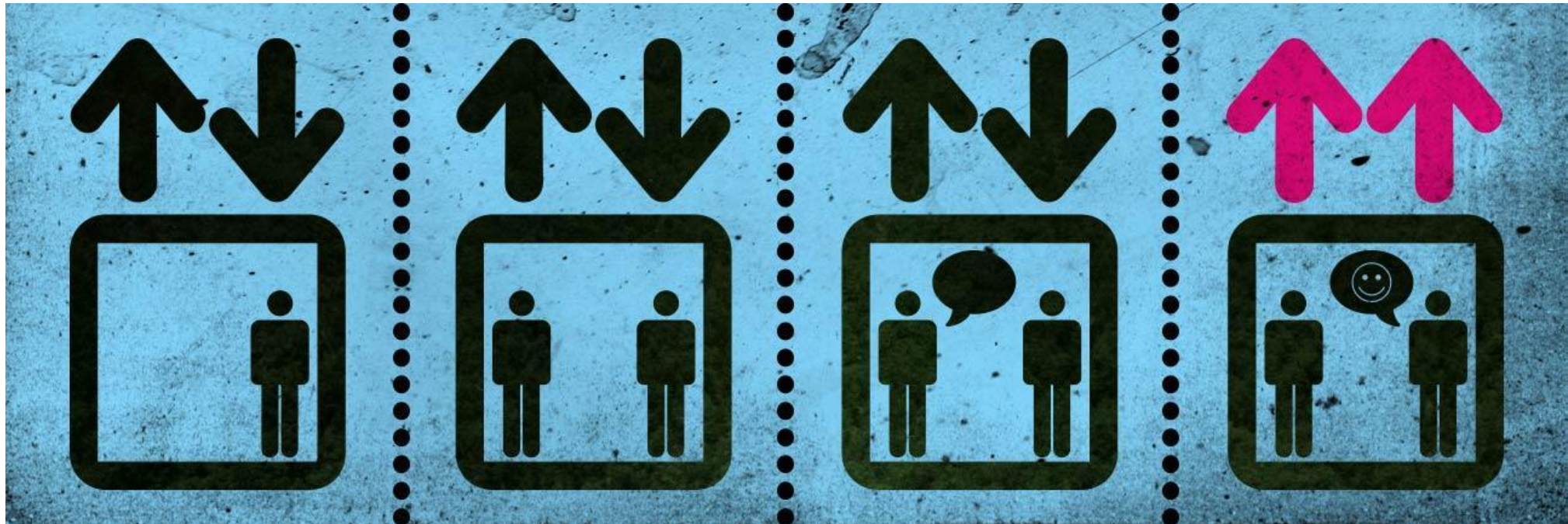
Az USP előállításához:

- (a) ismerned kell erősségeidet, azaz, hogy miben vagy jó: nagyszerű csapat, jó elhelyezkedés, stb.
- (b) Mitől vagy más, mint a többiek: először elégíted ki az adott igényt, jobb minőséget vagy alacsonyabb árat kínálsz, egyetlen vagy az adott helyen, stb.

Mi az az „elevator pitch”?



Képzeld el, hogy egy liftben utazol valakivel, akitől szeretnél valamit. Mindketten a földszinten szálltok be, ő pedig a harmadikra megy. Ha senki más nincs a liftben, legfeljebb 2 percet tudsz csak vele tölteni.



Nem tud kiszállni a liftből, és lehet, hogy mások nem tudnak beszállni a következő emeleten.

Ennyi lehetőséged van arra, hogy felkeltsd a figyelmét!



Ez az „**elevator pitch**” avagy liftes bemutatkozás - az üzleti ötleted bemutatása a potenciális befektetőnek körülbelül 2 perc zavartalan időtartamban. Ezért a lehető legjobban ki kell használnod ezt a pár percet!

Erre kell összpontosítanod:

Ki vagy, kik vannak a csapatodban



Sok vállalkozás a csapatot alkotó tagok személyisége és energiája miatt válik sikeressé vagy kudarccá.

Ha te és a csapatod el tudja nyerni a befektető figyelmét, akkor csodákra lehet képes azon a piacon, amelyre összpontosítasz.

Ne legyél szégyenlős - a bemutatkozásban „el kell adnod” magadat és a csapatodat, el kell mondani, milyen nagyszerű, hogy a tiétek ez az üzleti ötlet.

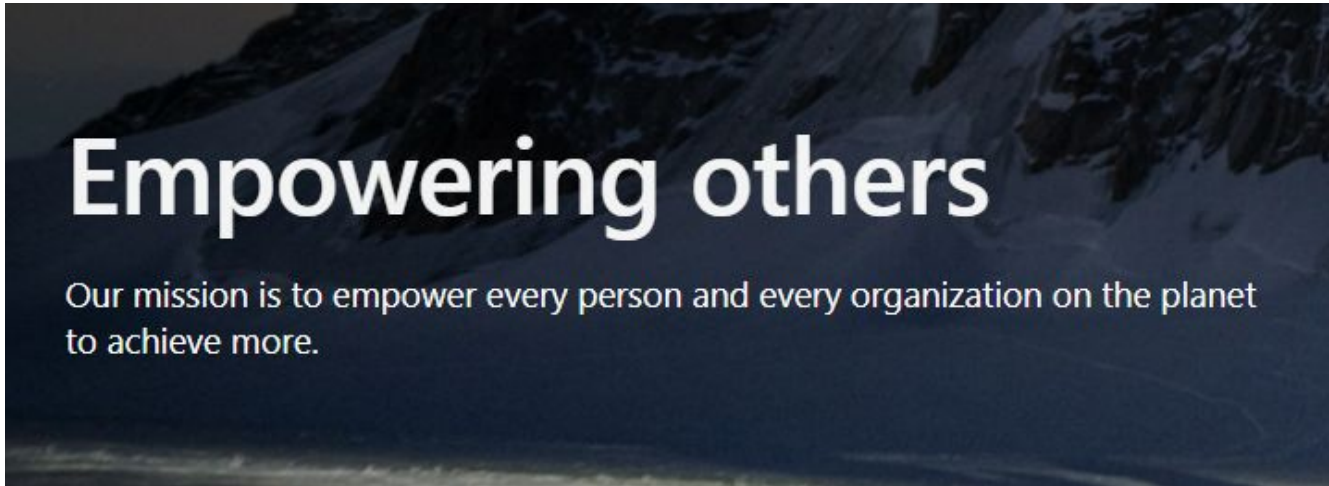
Küldetés



Miért szeretnéd létrehozni ezt a vállalkozást?

Milyen üzletágban tevékenykedik a vállalkozás?

Mi a célja?



A Microsoft küldetése!



A Nike küldetése!

Mit fog csinálni a vállalkozás?

Alapos, de tömör és rövid áttekintést adj arról,
mit fogtok csinálni:

Szolgáltatást vagy terméket szolgáltatatsz?

Mik ennek a fő jellemzői?

Legyél konkrét és lelkes a termékkel/szolgáltatással kapcsolatban!



Mi az USP?



Ki kell emeled, miért érdemes téged tovább hallgatni
- mitől vagy te más. Gondolj olyanokra, mint:

- ✓ Árképzés - az általad felfedezett igényre esetleg létező megoldásoknál olcsóbbat kínálsz?
- ✓ Minőség - magasabb minőségi színvonalat kínálsz?
- ✓ Termékek/szolgáltatások palettája - a szélesebb paletta miatt vagy jobb másoknál?
- ✓ Mennyire könnyű veled üzletelni - a könnyű ügyintézésel találtál problémát más vállalkozásoknál és ezt kezeled?
- ✓ Gyorsaság - arról van szó, hogy másoknál gyorsabban tudsz terméket vagy szolgáltatást nyújtani?
- ✓ Megbízhatóság - megbízhatóbb leszel a többiekénél?

Bevonás

Próbáld bevonni a közönséget -
ne csak monológot mondj el, próbáld felkelteni a
figyelmüket.

Ezt leggyakrabban egy csali bevezetésével lehet elérni, egy
kérdéssel, egy ígérettel, valami merész dologgal!



Hogyan add elő?

A bemutatkozás előadásmódja szinte ugyanilyen fontos!

Legyél bátor, szilárd hangon beszélj, és **önbizalommal** adj elő.

Ha a beszélgetés másik résztvevője nem érzi úgy, hogy hiszel magadban és az ötletedben, ő miért tenné?

Tarts fenn szemkontaktust

és gesztikulálj az előadásod közben -

de vigyázz, ne mozogj túl sokat!

Maradj a határidőn belül - ez fontos, az emberek érdeklődése lankad, ha valami túl sokáig tart!

Könnyedén megnéznél egy 2-3 percnél hosszabb videót?

Ne felejtsd el az összes felvetendő pontot megemlíteni - mindent írj le, és tükör előtt gyakorolj időre.

