



Præsentationsteknik

for dem som
søger kapital



Søger man kapital må man være i stand til at præsentere sin idé for alle ! I den periode hvor virksomheden søger kapital, vil det være nødvendigt at foretage indtil flere præsentationer for folk med interesse i virksomheden – det være sig banken, venture-selskaber, kunder eller leverandører. Alle vil de være interesserede i, at høre iværksætteren præsentere sin idé og virksomhed. Det er iværksætteren (Adm. Dir.) som er ophavsmand til forretnings-planen, og det er ham som skal gøre den til virkelighed.

PRÆSENTATION

Forbered en effektiv indledning

Præsentationen indledes stille og roligt med en præsentation af dig selv, virksomheden og produktet. Det er som regel en fordel at man har øvet- og lært sig indledningen udenad. Du kan foreksempel sige:

»God eftermiddag! Tak fordi I ville komme. Mit navn er Peter Petersen og jeg er Adm. Dir. for PP Manick ApS. Vi producerer noget som kaldes en infindibulator, og her har i et billede af hvordan den fungerer....«

»God morgen! Jeg hedder Mette Hansen, og er Adm. Dir. hos Møller A/S. Vi har udviklet en Skycar, som i ser på dette billede.....«

Undgå at referere almen viden om branchen

Selvindlysende påstande som foreksempel **»togdriften er offentlig«** bør undgås. Det ved interessenterne godt. Præsentationen bør i stedet beskrive branchen.

Tag ikke produktets gode/unikke egenskaber for givet

Redegør kort, præcist og med simple ord for produktet og dets egenskaber.

Jeg beder altid om at få en mundtlig præsentation inden jeg læser en forretningsplan igennem. Først når personerne har vist at de formår at formidle og sælge idéen går jeg i gang med at studere forretningsplanen, og hvis ikke så afbryder jeg samarbejdet. På baggrund af mine erfaringer ved jeg hvor vigtigt det er, at personerne bag forretningsidéen forstår at formidle virksomhedens intentioner, visioner og produkter til omgivelserne hvis de skal gøre sig nogen forhåbning om at ekspandere i fremtiden.

Adm. Dir., venture capital-selskab



Lad være med at påtvinge de tilhørerne dine egne intentioner

Lad modtagerne af dit budskab drage deres egne konklusioner. Udtalelser som »Vi har fået en spændende mulighed!« er overflødige. Beskriv i stedet markeds størrelse, og lad det være op til tilhørerne selv at vurdere hvorvidt det er spændende. Præsenter ledelsens personlige kvalifikationer, og lad tilhørerne selv vurdere om de finder dem kvalificerede eller ej.

Start ikke vittige indslag

Vittige indslag kan virke forvirrende på modtagerne af dit budskab; de forstår måske ikke pointen. Der findes sågar en risiko for at de finder den plat, og at det efterfølgende fører til en negativ indstilling overfor præsentation.

FORMULERINGSSEVNE

Det er ikke kun indholdet af din præsentation som er vigtigt. Måden den præsenteres på er mindst ligeså vigtig. Specielt under indledningen, er det vigtigt at du holder nogle pauser hvor du tager dig tid til at tage et par dybe indåndinger. På den måde giver du tilhørerne mulighed for at danne sig et indtryk af dig, samtidig med at du bliver rolig.

Kropssproget

- Stå oprejst og lad være med at bevæge dig alt for meget rundt.
- Brug gerne hænderne til at udtrykke dig med.
- Grib ikke fat om talerstolen eller noget lignende, det låser din kropsholdning.

Øjenkontakt

- Bevæg blikket – se på en person i nogle sekunder, og gå så videre til den næste.
- Hav øjenkontakt med alle i rummet
- Øjenkontakt er vigtigt; den gør at præsentationen opfattes som en afslappet samtale mellem individer, og ikke som et foredrag for en gruppe af individer. Derudover holdes alle sig vågne, og du har et overblik over hvem som vil sige noget, og om de tilhørerende lader til at forstå det du siger.

Entusiasme

- Udvis entusiasme ved at bruge dine hænder og dit toneleje til at formidle dit budskab
- Hænderne kan bruges til både at udtrykke entusiasme og skabe forståelse for din idé.
- Virk begejstret – få din nervøsitet til i stedet at virke som entusiasme.
- Det er vigtigt at du virker entusiastisk, da de tilhørerende ikke kan forventes at være mere begejstrede end du er.



OH-Billeder

- Det er vigtigt at OH-præsentationerne er nemme at læse. Anvend punktopstilling og grafik. Undgå lange tekster eller kalkuler med mange tal.
- Lad de tilhørende se præsentationen i minimum 5 sekunder, inden du begynder at kommentere den. Du må meget gerne opdele teksten i punktform (ligesom her)
- Hav ikke mere end 6 punkter per OH, anvend ikke VERSALER uden almindelige (små) bogstaver og brug minimum skriftstørrelse 20.
- Begræns teksten under hvert enkelt punkt til et fåtal af ord (tre-fem ord). Det kan du blandt andet gøre ved at bruge korte fraser. På den måde undgår du også risikoen for, at du blot læser op for de tilhørende.
- Din opmærksomhed skal veksle mellem, at være rettet imod præsentationen og de tilhørende, og ikke kun præsentationen (eller dit manus) i al for lang tid af gangen.
- Gør gerne brug af fotografier eller tegninger
- Du er det vigtigste visuelle hjælperedskab. Forklar ! Beskriv !

Forslag til OH

1. OH: Virksomheden

Denne OH skal vises inden præsentationen startes, måske allerede når folk er på vej ind i salen. Formålet med denne OH er, at minde de deltagende om hvem som skal foretage præsentationen og hvad der er formålet med mødet.

- Virksomhedens navn og (hvis det findes) logo.
- Navnet på den/dem som foretager præsentationen, og en kort beskrivelse af hvad du/I beskæftiger sig med

2. OH – Produktet

- Hvilket produkt er der tale om? Vis en tegning, et foto eller et diagram. Du må meget gerne medbringe produktet, eller dele af det, hvis det er muligt.
- Men husk: alt dette er indlysende for dig som præsenterer og kender produktet godt; men hvis ikke det bliver gjort klart for de tilhørende - i løbet af de første 30 sekunder – hvilket produkt der er tale om, hvad det kan osv. - så risikerer man at folk taber interessen, og at præsentationen ender i skraldespanden.
- Hvilke dele eller aspekter af produktet er beskyttet af patent eller lignende ?
- Hvorfor vil alle andre ikke kunne gøre dig det efter? (adgangsbarrierer)
- Forklar ikke teknikken i detaljer.



3. OH: Kunderne

- Hvem er kunderne?
- Hvilke fordele har produktet set med kundernes øjne?
- Hvilke fordele, opnår kunderne ved at købe lige præcis dette produkt?
- Hvordan vil du/I nå frem til kunderne ? Hvilke distributionskanaler findes der ?
- Hvad koster produktet, og hvordan er du/I kommet frem til lige netop den pris ?

4. OH: Markedet

- Hvor stort er det totale marked, udtrykt i enheder og kroner (US dollar etc.)?
- Hvordan er markedet fordelt eller segmenteret ? Anvend gerne et cirkeldiagram.
- Hvad er markedets skønsmæssige størrelse inden for de første tre-fem år ?
- Hvad skaber væksten i markedet?
- Vis ved hjælp af din distributionsstrategi hvordan du/I har i sinde at nå frem til kunde X med en omkostning på Y, og dermed sælge Z produkter og tjene store penge. Sig ikke bare: "Vi forventer en markedsandel på XX procent"

5. OH: Konkurrenter

- Hvad består konkurrencefordelene i?
- Hvem er konkurrenterne?
- Hvilke styrker og svagheder har dine konkurrenter?
- Hvis der ikke p.t. eksisterer nogle direkte konkurrenter, vis da i stedet hvordan du/I har i sinde at agere når de kommer.

6. OH: Økonomi

Vis et pindediagram af det hidtidige totale salg (hvis det er muligt), samt en femårig salgsprognose. (undgå store kalkuler)

7. OH: Kapitalbehov

- Hvor mange penge har du/I brug for ? Angiv et beløb.
- Vis i detaljer hvorledes pengene skal anvendes og indenfor hvilke områder.
- Hvor stor er den totale investering og værdien af hvert niveau ?
- Hvilke kompetencer bør investor medbringe ud over penge?
- Hvilke exit-muligheder har investor.

8. OH: Alliancer

Gør rede for de strategiske alliancer som allerede eksisterer, og dem som eventuelt vil blive etableret i fremtiden.



9. OH: Ledelsen og bestyrelsen

Sæt navn på ledelsens og/eller bestyrelsens medlemmer, på følgende måde:

Peter Petersen, Adm. Dir.	Tidligere Adm. Dir. hos XYZ Teknologi A/S
Anne Andersen, Markedsføring	Ledede ABC Produktet til en omsætning på 100 millioner kroner.

Til sidst:

Præsentationen er ofte meget afgørende for om investor finder virksomheden og produktet interessant.