

NAVODILA ZA DEMO DAN PREDSELEKCIJE STARTUP SLOVENIJA 2022 ZA P2

Ocenjevalni kriteriji in potek DEMO DNEVa

Splošne usmeritve za predstavitev

Predloga za predstavitev

POTEK DEMO DNEVA

POTEK PREDSTAVITVE

Demo dan bo v celoti potekal online preko orodja Zoom. Prijavljeni ste podrobno že prejeli na elektronski naslov. Podrobna navodila bodo na voljo na strani www.startup.si/p2-demodan.

Potek predstavitev:

- **1 min** za pripravo
- **5 min** za predstavitev + **7 min** za vprašanja komisija
- seznanitev s številom doseženih točk takoj

Predstavitev v .pdf ali .pptx najkasneje do 26. aprila naložite na registracijski obrazec, ki ga boste prejeli na vaš elektronski naslov. Razmerje slike v predstavitvi naj bo 4:3. Pazite na maksimalno dovoljeno velikost datoteke, ki je 15 MB.

OCENJEVALNI KRITERIJI

1. Ocena potenciala in kompetentnosti ekipe

- **Interdisciplinarna ekipa** pokriva področje razvoja (inženirski del), designa (oblika in uporabnost produkta) in marketinga (prodajne veščine in znanja) in ima z omenjenih področij tudi izkušnje.
- Ekipa **že ima izkušnje z razvojem in vodenjem startup oz. MSP podjetij.**
- Člani ekipe dokazujejo **visoko stopnjo zaveze** za realizacijo projekta.
- Ekipa jasno razume ključne korake za realizacijo zastavljenih ciljev in se zavedajo potencialnih pasti in izzivov.
- Nastop podjetnika **je prepričljiv** in v **celoti izkazuje ključne podjetniške lastnosti** (vizijo, samozavest, poglobljeno poznavanje trga,...).

2. Razumevanje in relevantnost problema ter ustreznost rešitve (vključuje tudi edinstveno ponujeno vrednost, neulovljivo prednost)

- Startup **jasno razume problem** segmenta uporabnikov hkrati pa ima hipoteze o problemu **validirane** s strani zgodnjih uporabnikov. Problem **je relevanten** in uporabniki zanj tudi **iščejo rešitev**.
- Startup ima **jasno opredeljeno rešitev** (določene minimalne lastnosti produkta ali storitve), ki je že v **fazi konkretizacije** (prototip, skice, ...). Startup je **ustreznost rešitve glede na problem/probleme** tudi ustrezno **preveril** pri uporabnikih.
- **Jasno je artikulirana** edinstvena ponujena vrednost ter **jasno definirana in utemeljena** neulovljiva prednost (jedrna kompetenca, zaščitena intelektualna lastnina, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezav, izkušnje v panogi, ...)

3. Jasna opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, validacija ter dostop njih

- Startup ima **jasno opredeljene** segmente kupcev, **natančno izdelane** profil(e) zgodnjih uporabnikov, **oboje pa podkrepljeno** s podatki. Ima **jasno in realno opredeljene in s konkretnimi podatki validirane** kanale (vhodne in izhodne, plačljive in ne plačljive, posredne in neposredne) in načine, kako bo dosegal posamezne segmente kupcev.
- Zgodnji uporabniki / prvi kupci dodatno podkrepijo predpostavke.

4. Jasnost in realnost ključnih kazalnikov (števila uporabnikov, angažiranih kadrov, razvoja produkta)

- Iz predstavitve so jasno razvidni ključni kazalniki poslovanja podjetja, in sicer trenutno stanje in stanje 6 do 12 mesecev ter po porabi P2 financiranja.
- Kazalniki vsebovati podatke o prihodkih, številu uporabnikov, angažiranih kadrih in stanju razvoja produkta. Iz navedenega mora biti razvidno, da je napredek podjetja dovolj ambiciozen in hkrati realen.

SPLOŠNE USMERITVE ZA PREDSTAVITEV

Splošni napotki

- 10 standardnih diapozitivov (uporabite predlogo)
- Po predstavitvi pripravljenost na vprašanja (komisija, publika)
- Kratka in jedrnata predstavitev
- Predstavitev razumljiva širši skupini ljudi
- Brez dolgih besedil na diapozitivih
- Čim več vizualnega materiala (slike, koncepti itn)
- Pravo razmerje med tehnološko inovativnostjo in poslovnim potencialom

Inovativnost predstavitve

- Na diapozitivih uporabljajte predvsem **slikovni material**, grafe, prikaze, skice ipd.
- Na diapozitive **ne pišite dolgih besedil**
- Če je le možno **prikažite možnost uporabe vašega izdelka**
- Imejte čim bolj **inovativno predstavitev**, ki pokaže uporabnost

PREDLOGA

Za pripravo prezentacije

Podjetje, logotip

Ime in priimek, funkcija v podjetju, kontaktni podatki

Enostavna razlaga, kaj počnete za stranke.

Problem (+ priložnost)

- Kateri problem fizičnih oseb ali podjetij rešujete?
- Opišite problem, ki ga naslavljate in rešujete oziroma bolečino, ki jo lajšate z vašo rešitvijo.
- S tem diapozitivom med drugim tudi vzbudite pozornost in zanimanje poslušalcev.
- Ste testirali pri ljudeh, da problem tres obstaj in da menijo, da ga je vredno rešiti?

Produkt (+ rešitev problema)

- Opišite, kako točno vaš produkt rešujete problem strank?
- Kaj je vaš proizvod oziroma storitev prinaša kupcem/strankam – večjo hitrost, nižje stroške, večjo učinkovitost,...?
- Kdo so vaše stranke in kateri segmenti se pojavljajo na trgu?
- Poskrbite, da vsi poslušalci točno razumejo, kaj prodajate in kaj je vaša ponudba vrednosti.

Produkt DEMO

- DEMO v živo? (vedno zažejneno ampak tvegano, če se kaj zalomi)
- Slike, skice, posnetki ipd. vašega prototipa
- Ali lahko pokažete, da porodukt uporabljajo resnične stranke!

Kaj je edinstvenega?

- Opišite vašo jedrno kompetenco (tehnologija, odnosi, partnerstvo, itn.).
- Kako je/bo vaša tehnologija zaščitena?
- V čem ste boljši oziroma razični od konkurence?
- Predstavite poznavanje strukture trga in konkurence ter njihove ponudbe.

Prodaja in marketing

- Kakšen že dosežen prodajni uspeh?
- Pilotne stranke? Bolj prepoznavne stranke?
- Napredek pri številu uporabnikov?
- Referenčne izjave strank?
- PR pokritost?
- Drugi konkretni podatki in dejstva za okrepitev vaših argumentov?

Poslovni model

- Razložite na kakšen način služite denar!
- Kakšne so priložnosti za rast/ stopnja skalabilnosti podjetja?
- Kateri so vaši distribucijski kanali in kdo so vaši dobavitelji ter drugi partnerji?

Investicija in finančni potencial

- Koliko denarja ste v projekt investirali sami?
- Ste že prejeli kakšno investicijo?
- Navedite koliko sredstev potrebujete za realizacijo poslovne ideje?
- Navedite, zakaj boste porabili finančna sredstva (stroški dela,...)
- Kakšen tip investitorjev iščete, kakšna so vaša pričakovanja?

Status in terminski plan

- Opišite ključne mejnike za bližnjo prihodnost in zakaj so te mejniki pomembni.
- Kdaj nameravate ključne mejnike doseči?
- Mejnike opremite tudi s ključnimi kazalniki, ki so predmet 4. ocenjevalnega kriterija.

Podjetniška ekipa

- Napišite člane podjetniškega tima in njihove ključne dosežke (prodaja, design, tehnologija).
- Kaj vas drži skupaj v ekipi?
- Je kaj res posebnega na vaši ekipi?

Povzetek in predlog za sodelovanje

- Povzemite ključne točke vaše poslovne priložnosti v nekaj stavkih.
- Zaključite prezentacijo z jasnim predlogom za sodelovanje – kaj so prvi naslednji koraki?