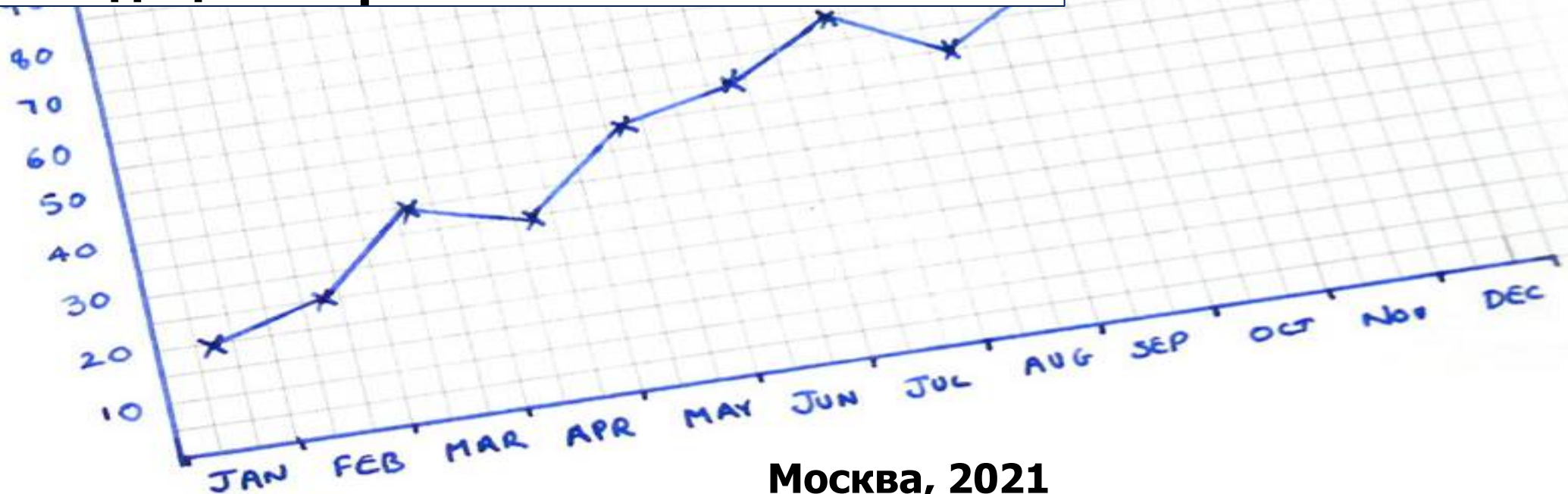


Курс «Стратегические и оперативные финансовые модели: практические решения»

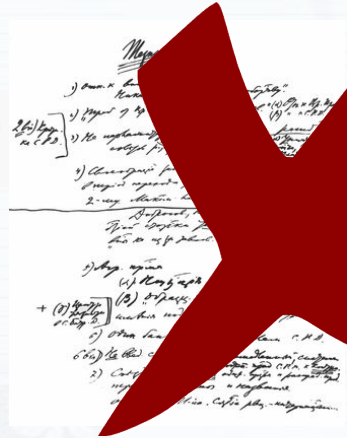
Эффективные презентации для инвесторов:
рекомендации и практика



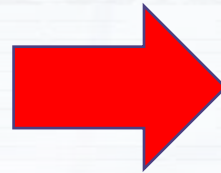
Москва, 2021

Что такое презентация?

Текст



Слайды

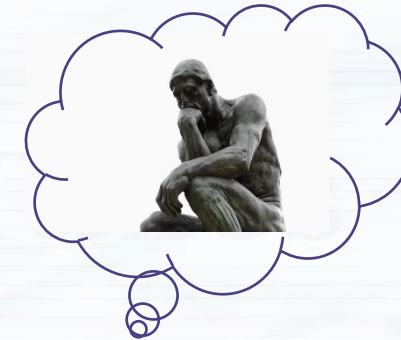


Презентация

- ЭТО:



Человек



И его
идея

Сверхзадача презентации

Условие: У Вас есть 4 часа на изложение Ваших идей перед Советом директоров, и Вы готовитесь к выступлению в течение 1 месяца.

Вопрос: что Вы скажете, если непосредственно перед событием Вам дадут 1 (Одну) минуту на выступление?

Это и есть - ИДЕЯ

Сверхзадача презентации: донести
аудитории идею, которую можно
сформулировать несколькими словами.

Типы публичных выступлений

ПОБУЖ-
ДАЮЩИЕ



ШОУ

Артистизм



МИТИНГ



ПРОДАЖА

ИНФОРМИ-
РУЮЩИЕ



РИТУАЛЬНОЕ
ВЫСТУПЛЕНИЕ

Содержание



НАУЧНЫЙ ДОКЛАД,
ПРЕЗЕНТАЦИЯ БИЗНЕСА

Побуждающее и Информировующее выступление

В ПОБУЖДАЮЩЕМ выступлении
мы презентуем:

Уникальное торговое предложение

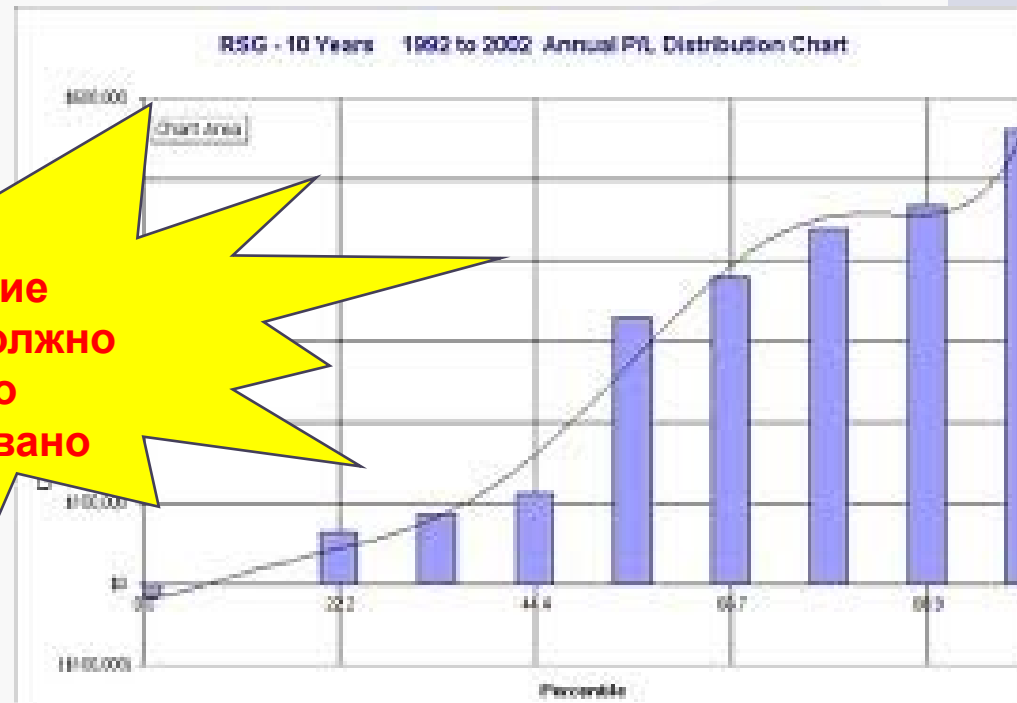


Побуждающее и Информирующее выступление

В ИНФОРМИРУЮЩЕМ выступлении
мы презентуем:

**Уникальность наших достижений,
планов и стратегии**

**Предложение
реципиенту должно
быть явно
сформулировано**



Содержание выступления. Структура

ДИСПОЗИЦИЯ



ЦЕЛЬ

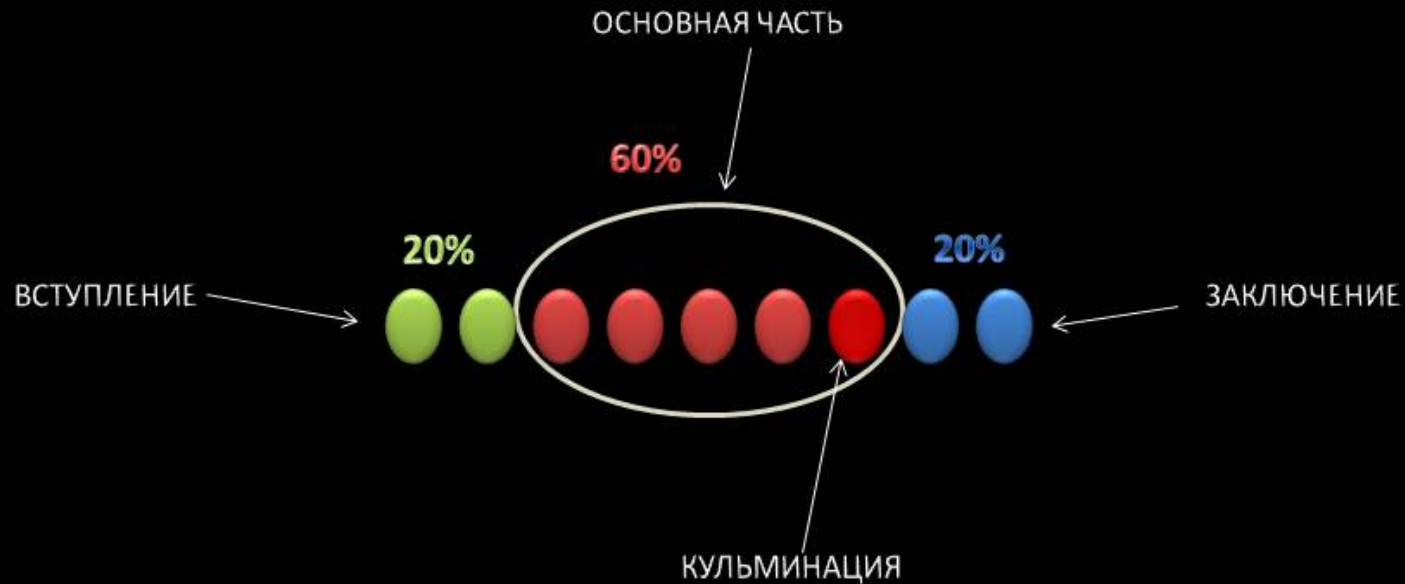


ХИТРЫЙ ПЛАН
очень очень хитрый план

**из МИНИМАЛЬНОГО
количества пунктов**

Содержание выступления. Структура

Урок 6: Композиция



ЗАКОН КОМПОЗИЦИИ

Содержание выступления: Вступление

Вступление должно присутствовать в выступлении докладчика, как оформленный фрагмент презентации. Но на слайдах мы не пишем общих слов и риторических конструкций.

Необходимо произнести некую вступительную фразу, в которой надо коротко сформулировать основную идею стратегии предприятия.

Обзор компании О компании



Ключевые факты о компании

- Основной актив - Славянский НПЗ (г. Славянск-на-Кубани)
- Расположение близко к черноморским портам
- Кредитный рейтинг: **BBB (RU)** / Стабильный от АКРА
- Поддержка государства в форме обратного акциза
- Прозрачная структура собственности
- Активы консолидированы внутри ООО «Славянск ЭКО». В бизнес-процессе нет давальческих и дистрибьюторских компаний
- Единственный бенефициар: семья Паранянц


Ключевые финансовые показатели (РСБУ)

Показатель	2018	2019	2020	2021F
Выручка, млрд руб.	101,5	102,2	78,5	107,2
EBITDA, млрд руб.	3,9	7,9	7,5	6,6
Net Debt / EBITDA, x	4,2	2,2	3,0	3,1
EBITDA / Interest, x	3,9	4,4	4,3	5,0

Рыночные позиции

4.5 млн тонн в год	Текущая номинальная мощность производства
20.1 %	Объема переработки независимых НПЗ в ЮФО
8.3 %	Общего объема переработки нефти в ЮФО
1.3 %	Общего объема переработки нефти в России

Стратегические цели к 2025 году

82 %	Номинальная глубина переработки нефти
552 тыс. тонн бензина / г	Текущая программа модернизации
	Расширение продуктовой линейки
21 млрд руб.	CAPEX текущей программы модернизации

Содержание выступления: Основная часть

Основное содержание должно быть представлено в четкой логике:

- История
- Достижения
- Производственные результаты
- Финансовые результаты
- Преимущества
- Кейсы
- Стратегия развития

Обзор компании Успешная история развития greenfield проекта



Обзор компании Эффективно организованная логистика

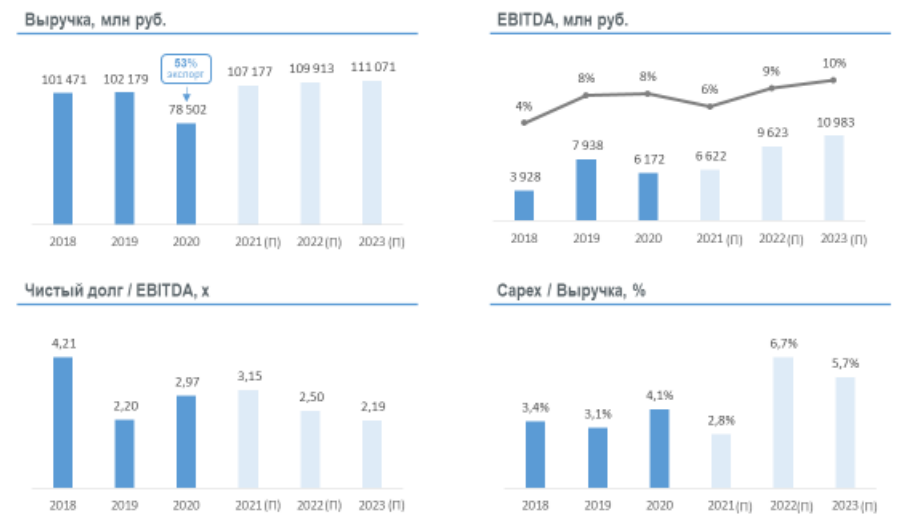


- Перерабатывающие мощности ООО «Славянск ЭКО» находятся в Краснодарском крае и расположены в непосредственной близости с портами (70-90км.) через которые осуществляется экспорт продукции на международные рынки (Новороссийск, Тамань, Темерук, Порт I)
- Нефтеперерабатывающий завод расположен в 70 км от магистрального нефтепровода Самара-Новороссийск. Нефть, полученная доставляется на предприятие ж/д. Транспортировка продуктов переработки, произведенной продукции осуществляется также специализированным транспортом и ж/д.
- Компания закупает нефть и нефтегазоконденсаты у компаний Лукойл, Газпромнефть, Русснефть, Сургутнефтегаз и еще у более чем 20 независимых НПЗ Юга России.
- Компания реализует экспортные позиции крупнейшим международным операторам рынка: British Petroleum, Trafigura, Lisco, Vitol, P. Enbridge. На внутреннем рынке реализация ориентирована на широкий круг мелких потребителей.

Стратегия компании Инвестиционная программа



Финансовый профиль компании Динамика основных показателей (РСБУ)



Источник: данные отчетности ООО «Славянск ЭКО» по РСБУ и прогнозы компании (п) – Прогноз компании

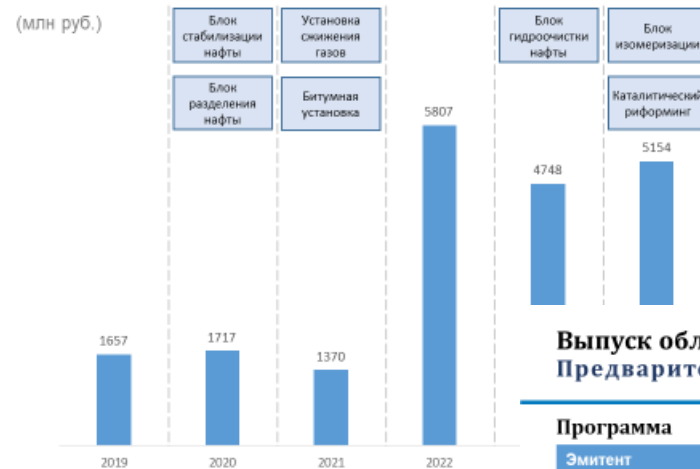
Содержание выступления: Резюме

В презентации должен содержаться **вывод-просьба** о структуре предполагаемой сделки, либо о необходимом финансировании, либо дорожная карта последующих действий. То есть, должна быть представлена тема дальнейшего обсуждения. Резюме может быть сформулировано неявно, но предполагает предмет для дискуссии.

Стратегия компании Прогноз обязательных капитальных инвестиций



• Финансирование программы производится за счет собственного денежного потока



Выпуск облигаций Предварительные параметры программы и выпуска



Программа

Эмитент	ООО «Славянск ЭКО»
Тип инструмента	Биржевые облигации
Объем программы	50 млрд руб. или эквивалент в иностранной валюте
Рейтинг Эмитента	BBB (RU) / Стабильный от АКРА
Макс. срок обращения	10 лет

Дебютный выпуск

Объем выпуска	3-5 млрд руб.
Срок обращения	5 лет
Оферта (put-опцион)	3 года
Амортизация	Не предусмотрена
Купонный период	91 день
Ставка купона	Фиксированная, определится по результатам бук-билдинга
Круг инвесторов	Банки, ПИФы, Страховые компании, Розничные инвесторы
Организатор	Россельхозбанк
ПВО	Будет назначен
Листинг	Московская Биржа, ожидается 3 уровень
Использование средств	Развитие бизнеса, рефинансирование банковских займов

Долгосрочная цель – перевод во 2й уровень листинга по факту повышения рейтинга до уровня BBB+

Содержание выступления. Восприятие

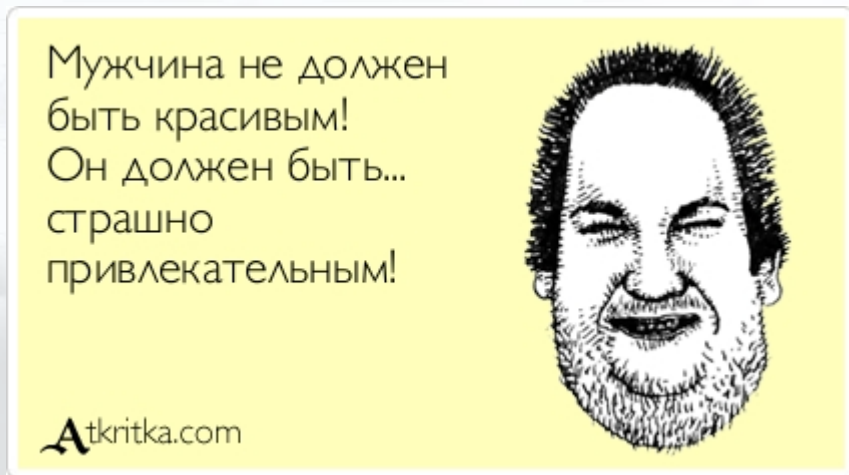


Параметры	Эмоциональные доводы	Рациональные доводы
Время суток	Вечер - ночь	Утро - день
Возраст слушателей	Дети, подростки, пожилые люди	Люди среднего возраста
Пол слушателей	Женский	Мужской
Момент принятия решения	В момент презентации	Спустя некоторое время после презентации
Статус аудитории	Низкий	Высокий
Профессия слушателей	Творческие профессии	Технические профессии

Содержание выступления. Речь

Успех презентации зависит (по непроверенным данным):

- на 50% - от внешности презентатора;



- на 35 % - от его голоса;



- и ТОЛЬКО на 15% - от содержания речи

Содержание выступления. Коммуникация



Ваши слушатели должны полюбить Вас.
А раз **Вам-любимому** нравится какая-то компания или проект, то они, возможно, смогут немножко полюбить и это.

Содержание выступления. Коммуникация

УЛЫБАЙТЕСЬ



И СМОТРИТЕ В ГЛАЗА

Оформление презентации

Основное правило дизайна информационной презентации:



Он никого **НЕ ИНТЕРЕСУЕТ**

Оформление презентации

Но уродливый дизайн может отпугнуть слушателей на подсознательном уровне.



Так, что **ДЕРЗАЙТЕ** аккуратно

Оформление презентации

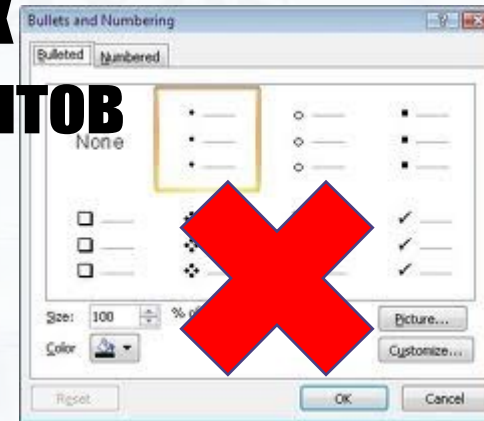
Язык Билборда и Побуждающей презентации

Яркие образы

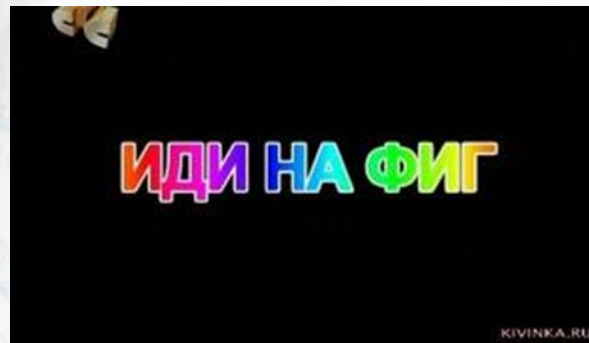


Не более 7 слов на слайде

Никаких буллетпайнтов



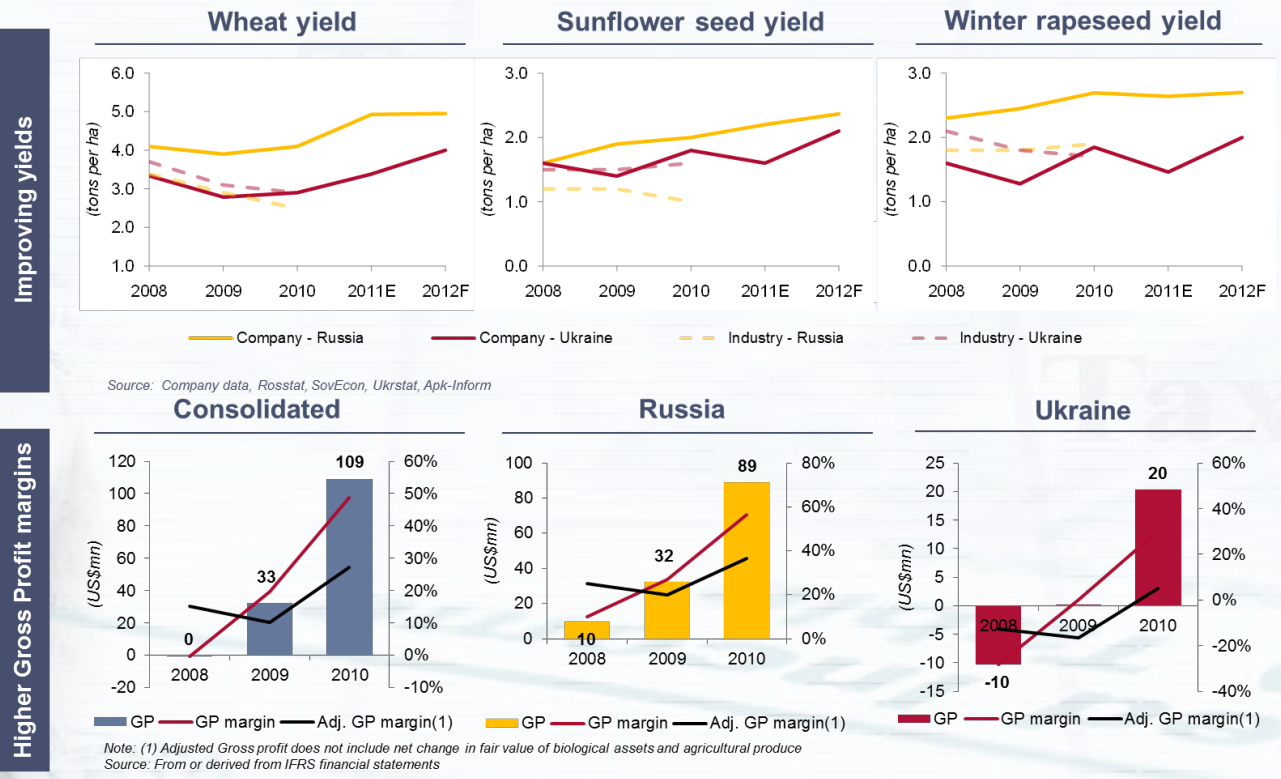
Эпатаж



Оформление презентации

Реальный слайд из **информационной** презентации
 КОМПАНИИ ВЫГЛЯДИТ **ТАК:**

High Operating Efficiency: Achieved Results



Valinor consistently demonstrated above industry yields and superior profitability in Russia, where lands were cultivated with modern technology and machinery for several years. Profitability of Valinor's operations in Ukraine increased substantially while is still lower than in Russia despite comparable soils quality mostly due to underequipment of farms

Оформление презентации

Главное в презентации –
не то, что написано,



а что и как **СКАЗАНО**

Ошибки в информационной презентации

- ✓ **ПРОМАХ** в выборе аудитории. Прежде чем назначать встречу/презентацию, подумайте: действительно ли важно для Вашего контрагента то, что Вы собираетесь рассказать.
- ✓ **ЮМОР**. Шутки юмора и истории из жизни можно использовать только тем людям, кто чувствует себя в этом виде программы **ОЧЕНЬ** уверенно. И только 1-2 раза за выступление. Для остальных: оставьте **шутки в запасе** до тех пор, пока диалог не станет менее формальным и, вероятнее всего, вынесется за пределы аудитории.
- ✓ **ЧИТАТЬ** текст слайдов.
- ✓ **ЧРЕЗМЕРНЫЙ** оптимизм/пессимизм. С плохим настроением слона не продашь. Радостный идиот – хуже мрачного пессимиста. Здоровый пессимизм (плохие новости – ожидали; хорошие – приятный сюрприз) – наиболее адекватная позиция. Тем более, что Ваш контрагент изначально находится в такой же позиции.



Ошибки в информационной презентации

- ✓ **ЗАМАЛЧИВАТЬ** неудачи. О них узнают все равно. Сделайте акцент на том, как Вы их победили.
- ✓ **КЛЕЙМИТЬ КОНКУРЕНТОВ**. Их неудачи, в итоге, будут транслированы на Вас и весь Ваш сектор. О конкурентах – только с уважением, но подчеркиваем наши преимущества.
- ✓ **ПОДРОБНО** останавливаться на всех тезисах. Акценты ставим только на самых ярких моментах.
- ✓ **УПОМИНАТЬ ПОЛИТИКУ**. Ваши взгляды могут существенно не совпадать с визави.
- ✓ **УПОМИНАТЬ** (в любом свете) гендерную, национальную, расовую, религиозную принадлежность любых людей.



Финал

Индикатор *эффективности* бизнес-презентации – возникновение
ДИАЛОГА

Если Вас не перебивают вопросами, а тем
более ничего не спрашивают в конце,
значит Вы провалили презентацию.



К Вашим услугам!

ВАШИ
ВОПРОСЫ И
НАШИ ОТВЕТЫ

