



Правильно подготовленная **ПРЕЗЕНТАЦИЯ бизнеса** или инвестиционного проекта определяет успех предстоящего роад-шоу (*Road Show*) российских компаний или венчурных компаний, планирующих IPO.

Road Show - важнейший элемент практической подготовки компании-эмитента при выпуске её ценных бумаг (облигации, акции, и т. д.), в том числе при первичном публичном размещении ([IPO](#)). Это серия встреч с потенциальными инвесторами и аналитиками.

Содержание *Road Show* - тщательно подготовленная эмитентом и андеррайтером **ПРЕЗЕНТАЦИЯ**

деятельности

компании

, её финансового положения, результатов деятельности, рынка, продуктов и услуг.

Презентацию

ведёт руководство компании, которое после

презентации

отвечает на вопросы.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ компании показывает практически потенциальным инвесторам возможности компании и способность руководства грамотно управлять ею.

Руководству компании необходимо хорошо подготовиться к *Road Show*. Самого проспекта эмиссии недостаточно для представления. В ходе встреч могут возникнуть вопросы касательно специфики деятельности компании и её дальнейших планов работы.

На успех публичного размещения существенное влияние окажет впечатление, произведённое руководством на потенциальных инвесторов и брокеров.

Рассмотрим основные рекомендации в области создания и **подготовки** таких **ПРЕЗЕНТАЦИЙ**.

Когда нужна ПРЕЗЕНТАЦИЯ?

ПРЕЗЕНТАЦИЯ бизнеса, в известной степени, та же реклама. Но весьма специфического свойства. Такая **бизнес ПРЕЗЕНТАЦИЯ** нацелена на довольно узкий круг специалистов, как правило, несколько десятков человек, которые отличаются здоровым цинизмом и консерватизмом, не испытывают никакой изначальной симпатии ни к Вашему бизнесу или [инвестиционному проекту](#), ни к Вашим бумагам.

Их интересует потенциальная доходность и прибыльность, причем не сама по себе, а в сравнении с рынком. Надежность Вашей компании также воспринимается в терминах денег - от нее зависит, по какой цене будут размещены бумаги.

Встречают, как известно, по одежке, поэтому **качественная презентация** снижает дисконт при размещении, то есть приносит Вам деньги.

А что считать качеством **подготовка ПРЕЗЕНТАЦИИ** рассмотрим ниже.

Хорошая ПРЕЗЕНТАЦИЯ решает следующие задачи:

- Объясняет и закладывает в умы [потенциальных инвесторов](#) Ваши базовые тезисы.

Вы надежны, прибыльны, Ваш *бизнес* устойчив, а долги невелики относительно активов и доходов.

- Создает впечатление и формирует окраску Вашего *бизнеса*. Работает на бренд.

Это очень важный пункт, часто недооцениваемый, особенно при IPO. **ПРЕЗЕНТАЦИЯ** работает тут на переднем краю. Именно из-за этого пункта инвестиции в **подготовку ПРЕЗЕНТАЦИИ** окупаются многократно.

- Остается на память.

Каждый, уходя с *Road Show*, несет в руках папку с документами и DVD-диском. А то, что можно потрогать и унести - воспринимается уже почти как свое.

Кто работает над **ПРЕЗЕНТАЦИЕЙ**?

В большинстве случаев над **подготовкой ПРЕЗЕНТАЦИИ** работают профессионалы - инвестиционный банк и/или

[компания-консультант](#)

[К](#)

Они готовят отчет о компании, анализируют цифры. Работать с профессионалами одно удовольствие – это и общий язык общения, и общие ценности, и взгляды на вещи. Понятная логика и разумные аргументы – один из элементов взаимодействия.

Компания-изготовитель **презентации** должна иметь команду в составе специалистов по убеждающей коммуникации, а также аналитиков с бизнес-образованием. Им необходимо из отчета инвестиционного консультанта отобрать самое важное, нужное и, что очень важно, интересное. Интерес - ключ к успеху. Они готовят презентацию «по сути» - и передают дизайнерам и аниматорам. Дизайнер и группа специалистов по компьютерной графике занимаются подбором визуальных образов и их воплощением. Аналитик следит за тем, чтобы визуальное решение **презентации** строго соответствовало бизнес-задачам, а дизайнер - за тем, чтобы оно отвечало имиджу компании и вызывало положительные эмоции. Дизайн - еще один ключ к успеху. Координирует все действия менеджер проекта.

Заказчик, как правило, в лице CFO или CEO, контролирует и стратегически направляет процесс.

Из чего состоит **ПРЕЗЕНТАЦИЯ**?

Рассмотрим стандартный **план ПРЕЗЕНТАЦИИ** для *Road Show*.

Начало, вступление

Эффектная заставка на 5-7 секунд позволяет моментально добиться тишины и внимания.

Затем на 2-3 слайдах необходимо представить компанию, и сразу выдать все самое интересное. Это важный принцип убеждающей коммуникации и драматургии. Не надо долгих подводок - начинаем сразу с главного.

Что за бизнес, какова доля рынка, каковы продажи и доходы, важнейшие конкурентные преимущества и ключевые факторы успеха.

Обзор рынка и индустрии

Объем и динамика рынка, конкуренция (здесь повторяем про нашу долю - второй раз!), сильные и слабые стороны, возможности и риски.

На это уходит обычно 5-7 слайдов.

Описание компании и бизнеса

Структура собственников, основные активы, где и как зарабатываем (структура доходов), кто наши клиенты, главные расходы, эффективность бизнеса, другие важные особенности.

Эта часть - ключевая. Инвестиционный консультант в отчете напишет почти обо всем, будут приложены отчеты о прибылях и убытках и баланс.

Задача **ПРЕЗЕНТАЦИИ** - показать основные цифры и заострить внимание на самом важном и интересном. Например, показать, что в структуре расходов энергоносители занимают малую долю, а значит, бизнес мало зависит от цен на нефть, а клиентская база такова, что даже уход крупнейшего клиента уменьшит доходы всего на 4%. Повторяем основные конкурентные преимущества второй раз.

На все - 7-8 слайдов.

Что-то еще

В этот раздел попадает все уникальное, что есть в компании и в бизнесе. Он очень специфичен и не поддается обобщению.

Объем примерно 2-3 слайда.

Финансы

Перекликается с пунктом №3 (Описание компании и бизнеса), но на этот раз имеет довольно жесткую структуру. Показываем основные строки из отчета о прибылях и убытках, отчета о движении денежных средств, заостряем внимание на красноречивых цифрах. То же - с балансом. Даем основную финансовую статистику - EBITDA/interest и debt/EBITDA.

Количество слайдов - 5-6.

Инвестиционная политика и контроль

На что пойдут привлеченные деньги, почему это правильно, еще раз о гарантиях безопасности и надежности компании - теперь уже с точки зрения внутренних рисков.

2-3 слайда.

Бумага

Собственно, рассказ о размещаемом инструменте. Обычно хватает одного слайда. Часто «бумаге» уделяется отдельный доклад и отдельная презентация, но это уже не

«презентация компании».

Заключение

Часто это несколько слов первого лица компании о том, чего он хочет добиться.

1 слайд, 10-20 секунд.

В сумме **ПРЕЗЕНТАЦИЯ** занимает не более 15-ти минут.

Как все происходит?

Здесь два варианта.

Презентационная графика используется как сопровождение доклада человека. Технически это так: DVD-плеер или ноутбук подсоединяется к плазменной панели, и докладчик докладывает, управляя показом при помощи пауз и пунктов меню.

Презентационная графика озвучивается диктором (за кадром) и первыми лицами компании (в кадре) и проигрывается до начала персональных **ПРЕЗЕНТАЦИЙ**. В этом случае она должна быть не длиннее 10 минут, и скорее напоминать информационный бизнес-видеоклип, нежели презентацию.

Часто применяются и первый, и второй вариант вместе.

Что такое **хорошая ПРЕЗЕНТАЦИЯ**?

ПРЕЗЕНТАЦИЯ считается **хорошей**, если:

- в ней выделено главное, и это главное повторяется 2-3 раза под разными углами
- этого «главного» не много - 3-4 тезиса
- **презентация бизнеса** интересна и увлекательна
- она помогает понять отчет о прибылях и баланс, выделяя в нем самое существенное
- **презентация подготовлена** честно
- в ней отсутствуют ошибки и несовпадения
- дизайн профессионален - все легко читается, понятно и красиво
- визуальные образы и анимация функциональны, т.е. подчеркивают факты и цифры, а не красуются сами по себе
- **презентация** работает на успех мероприятия
- **презентация** не длиннее 15-ти минут

Важно

Было бы наивно думать, что **ПРЕЗЕНТАЦИЯ**, насколько бы замечательной она не была, даст пытливому уму инвестора ответы на все вопросы. В лучшем случае - она заинтересует, вызовет положительные эмоции, и направит интерес в выгодном для компании ключе.

Сам же интерес необходимо удовлетворить предоставлением всех необходимых материалов (годовой отчет, аналитический отчет) в печатной форме. Со всеми цифрами, с подробным разъяснением затронутых в **презентации** тем.

Только сочетание **хорошей ПРЕЗЕНТАЦИИ** и доступности всех цифр и документов вызывает доверие и уважение инвестора.