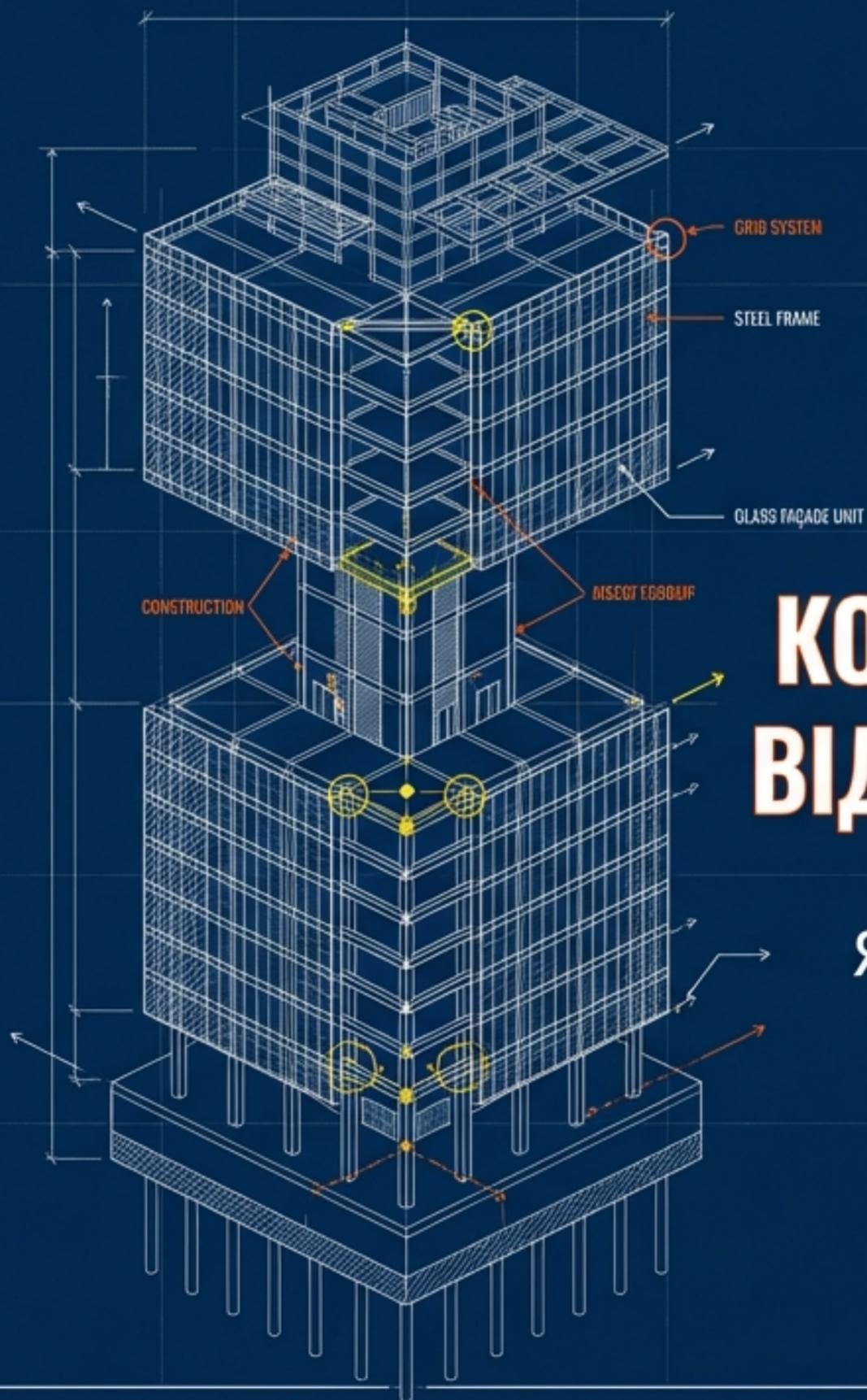
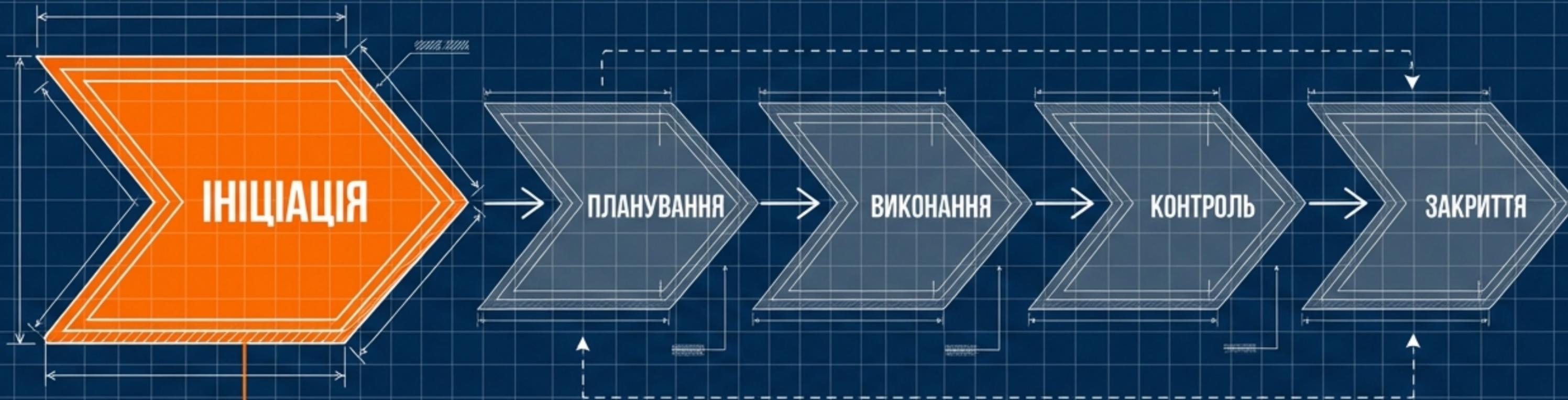


КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТІВ: ВІД ІДЕЇ ДО РЕАЛІЗАЦІЇ

Як структурувати, описати
та презентувати
успішний проект





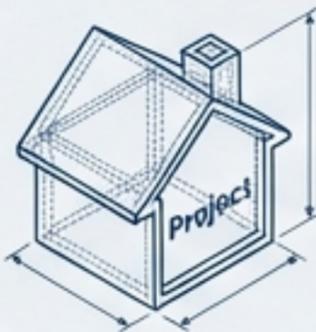
ФАЗА "DISCOVERY" (ВІДКРИТТЯ)

Це час досліджень, аналізу та народження концепції.

Мета: Визначити, чи вирішує ваша ідея реальну проблему та чи варто витратити ресурси.

Результат фази: Статут проекту (Project Charter) або Концепція — ваш "квиток" до планування та фінансування.

ЩО ТАКЕ КОНЦЕПЦІЯ ПРОЕКТУ?



Формалізоване представлення ідеї з точністю розрахунків $\pm 30-40\%$.
Це інструмент для прийняття рішення: "Go or No-Go".

Техніко-економічні (інвестиційні)

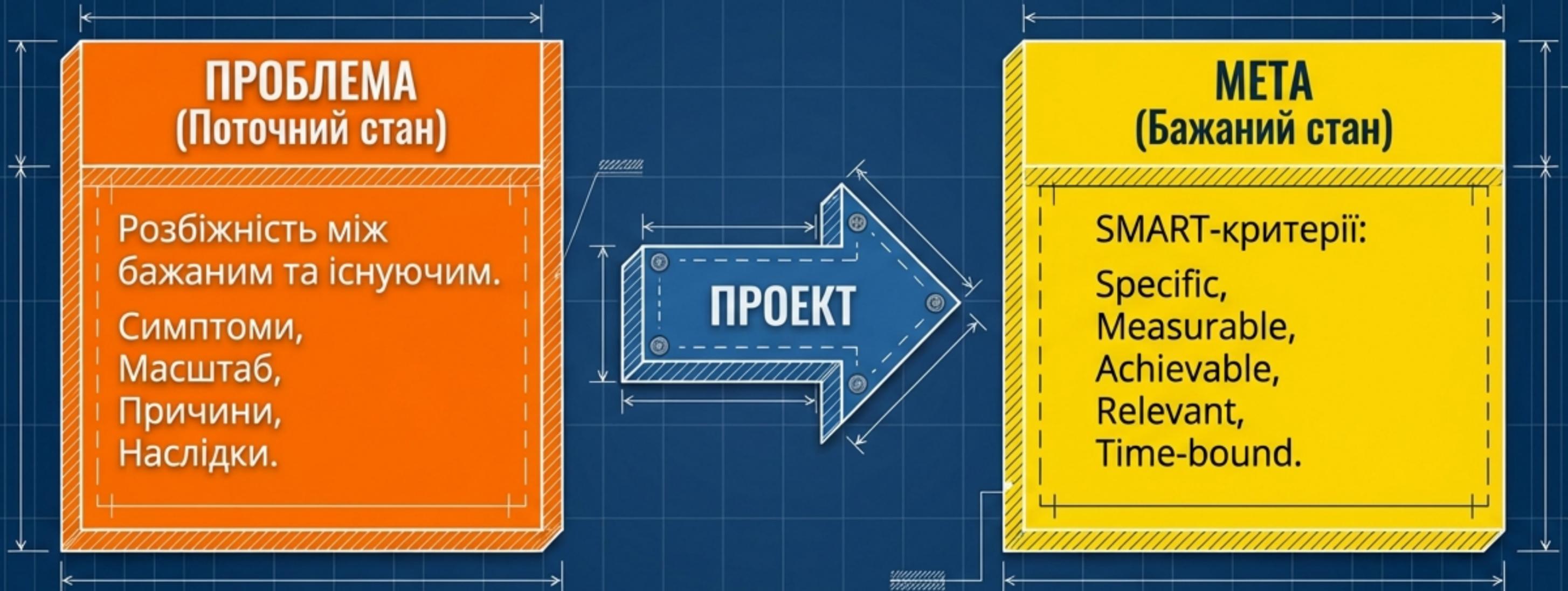
- Масштабні інфраструктурні зміни або будівництво
- Довгострокові (1-3+ роки)
- Фокус на фінансовому результаті та **ROI**

Соціально-управлінські

- Короткострокові або середньострокові
- Фокус на соціальному капіталі, політичних або інституційних змінах
- Часто фінансуються **грантами** або **бюджетом**

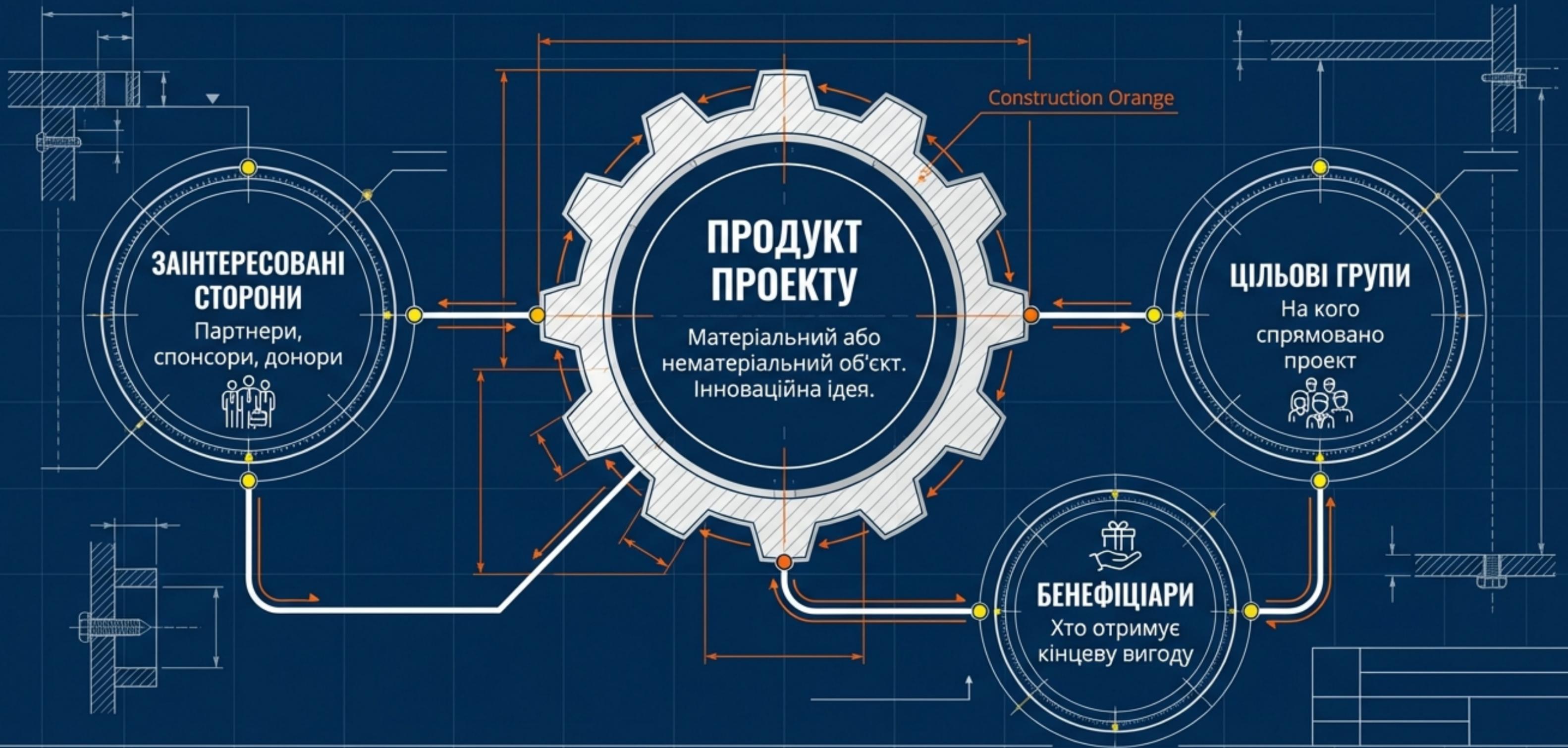
Концепція необхідна для обох типів проектів.

АНАТОМІЯ КОНЦЕПЦІЇ: ПРОБЛЕМА ТА МЕТА



*Якість опису симптомів проблеми визначає
якість майбутніх результатів.*

АНАТОМІЯ КОНЦЕПЦІЇ: ЛЮДИ ТА ПРОДУКТ



АНАТОМІЯ КОНЦЕПЦІЇ: РЕСУРСИ ТА РИЗИКИ



РЕСУРСИ

Людські, матеріально-технічні та фінансові.



БЮДЖЕТ

Орієнтовна вартість. Джерела: Гранти, Бюджет, Інвестори, Кредити.



ЧАС

Основні етапи та "віхи" (milestones). Орієнтовна тривалість.



РИЗИКИ

Бар'єри, що можуть завадити, та план реагування.

Сталість: Як проект житиме після завершення фінансування?

ДОКУМЕНТ VS. ПРЕЗЕНТАЦІЯ

КОНЦЕПЦІЯ (ДОКУМЕНТ)

Логіка,
деталі,
читання,
точність.



ПРЕЗЕНТАЦІЯ (ПІТЧ)

Емоції,
ключові ідеї,
візуалізація,
історія.



**ПРЕЗЕНТАЦІЯ — це не текст і не графіка.
Це формат донесення історії.**

ЗНАТИ СВОГО СЛУХАЧА

ІНВЕТОРИ / ДОНОРИ



Цікавить: Команда, ROI, бюджет, ризики.

Питання: "Чому я маю дати вам гроші?"

ГРОМАДА / БЕНЕФІЦІАРИ



Цікавить: Особиста вигода, участь, контроль.

Питання: "Що це дасть мені?"

ВЛАДА / ДЕПУТАТИ

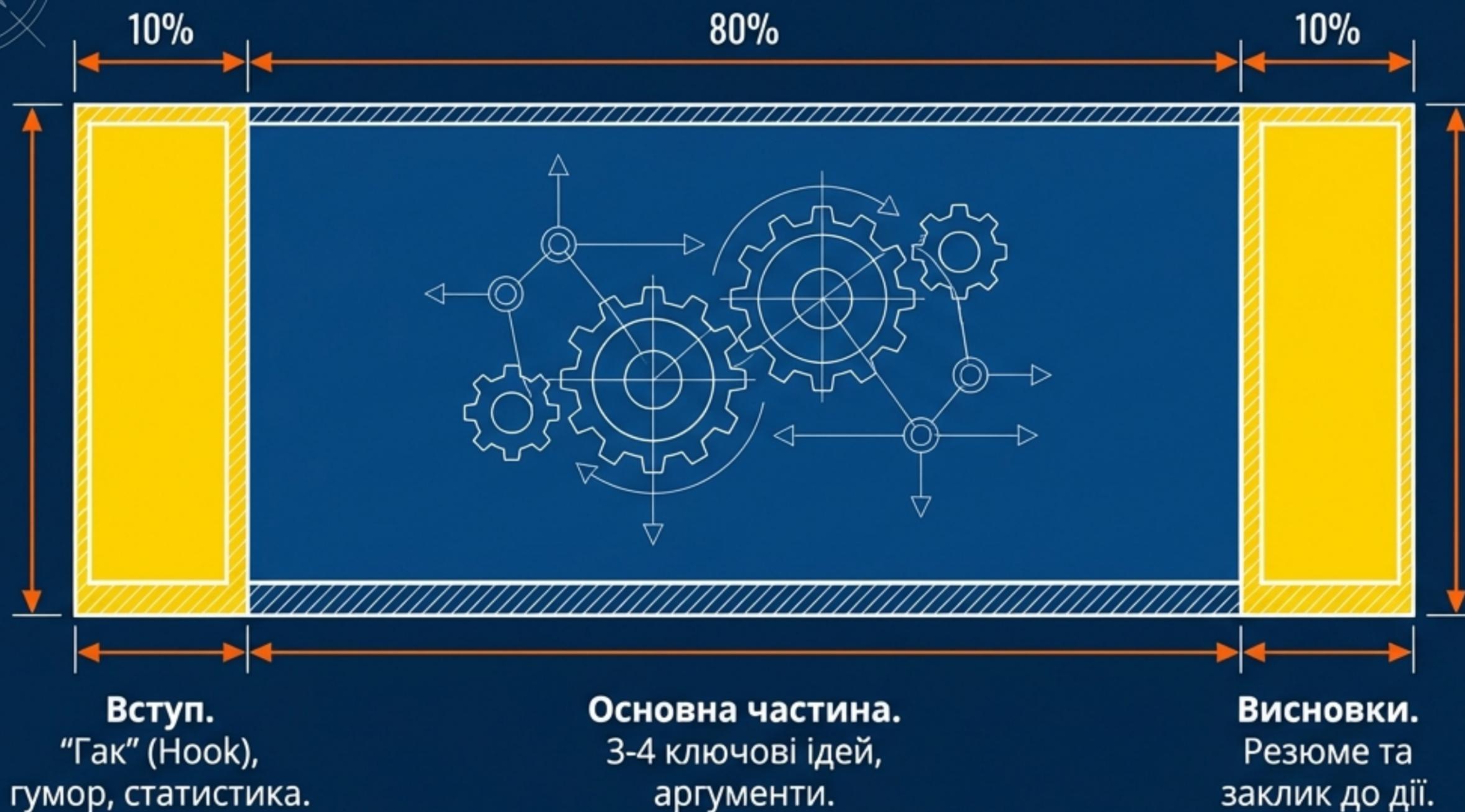


Цікавить: Імідж, вибори, стратегія.

Питання: "Як це покращить мою репутацію?"

НІКОЛИ НЕ ВИКОРИСТОВУЙТЕ ОДНУ ПРЕЗЕНТАЦІЮ ДЛЯ ВСІХ.

СТРУКТУРА ПЕРЕМОЖНОЇ ПРЕЗЕНТАЦІЇ



ELEVATOR PITCH

У вас є 20-30 секунд,
щоб зацікавити
інвестора.

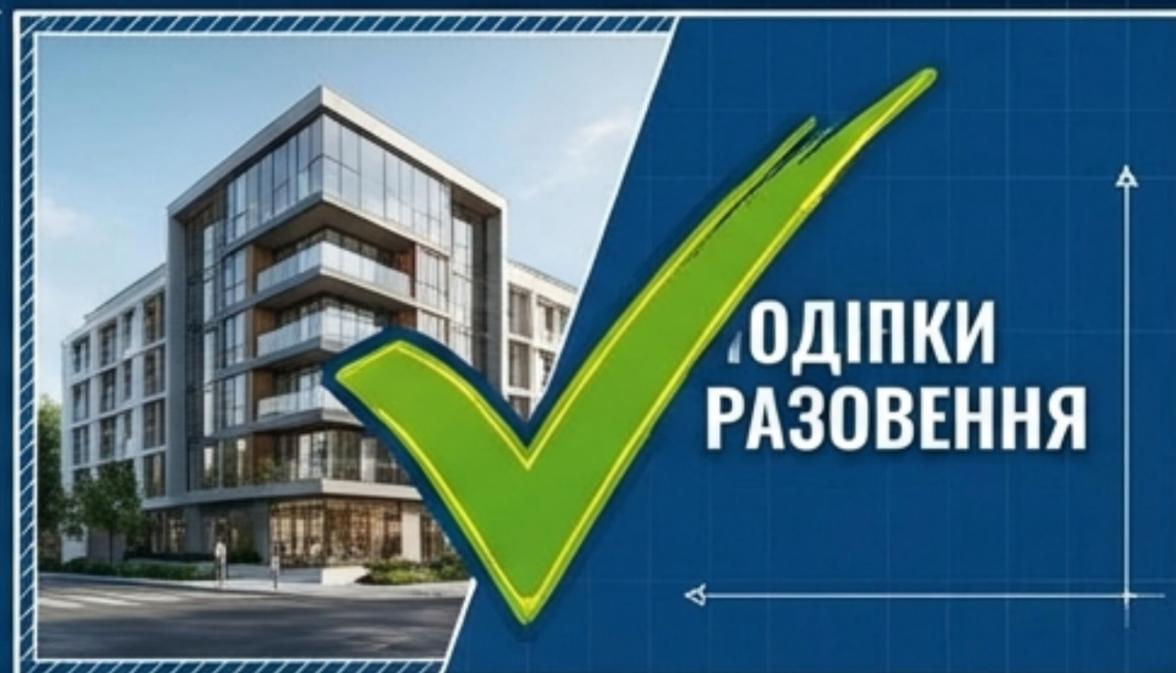
Мета: Обмінятися
контактами, а не
підписати контракт.

ДИЗАЙН ТА ВІЗУАЛІЗАЦІЯ

ПОГАНІЙ СЛАЙД



ХОРОШИЙ СЛАЙД



- ⚙ **Текст:** Великий шрифт, контраст, < 7 слів у рядку.
- ⚙ **Зображення:** Якісні та релевантні. Ніяких "заглушок".
- ⚙ **Графіки:** Уникайте нереалістичних діаграм "завжди вгору".
- ⚙ **Цитати:** Читайте їх вголос разом з аудиторією.

Слайди супроводжують розповідь, а не дублюють її.

КОМАНДА — ВАШ ГОЛОВНИЙ АКТИВ



Інвестори вкладають гроші в людей, а потім у проекти.



Розкажіть, що вас об'єднує і чому ви унікальні.



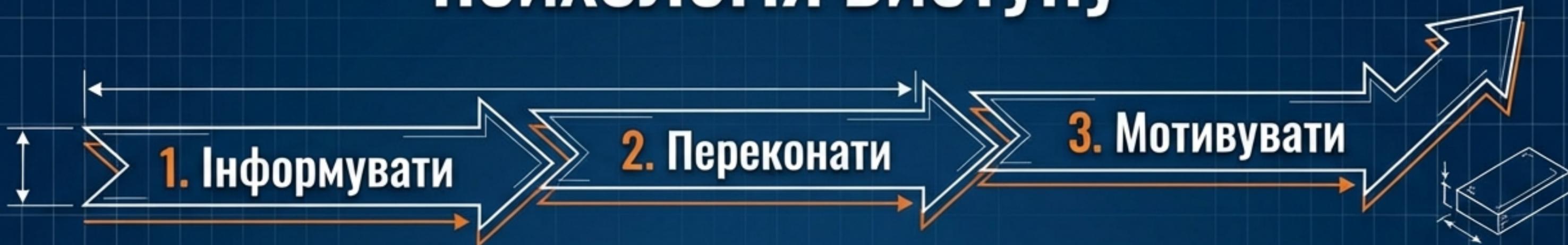
Динаміка: Розділіть ролі під час презентації.



Експертиза: Покажіть, що ви знаєте тему.

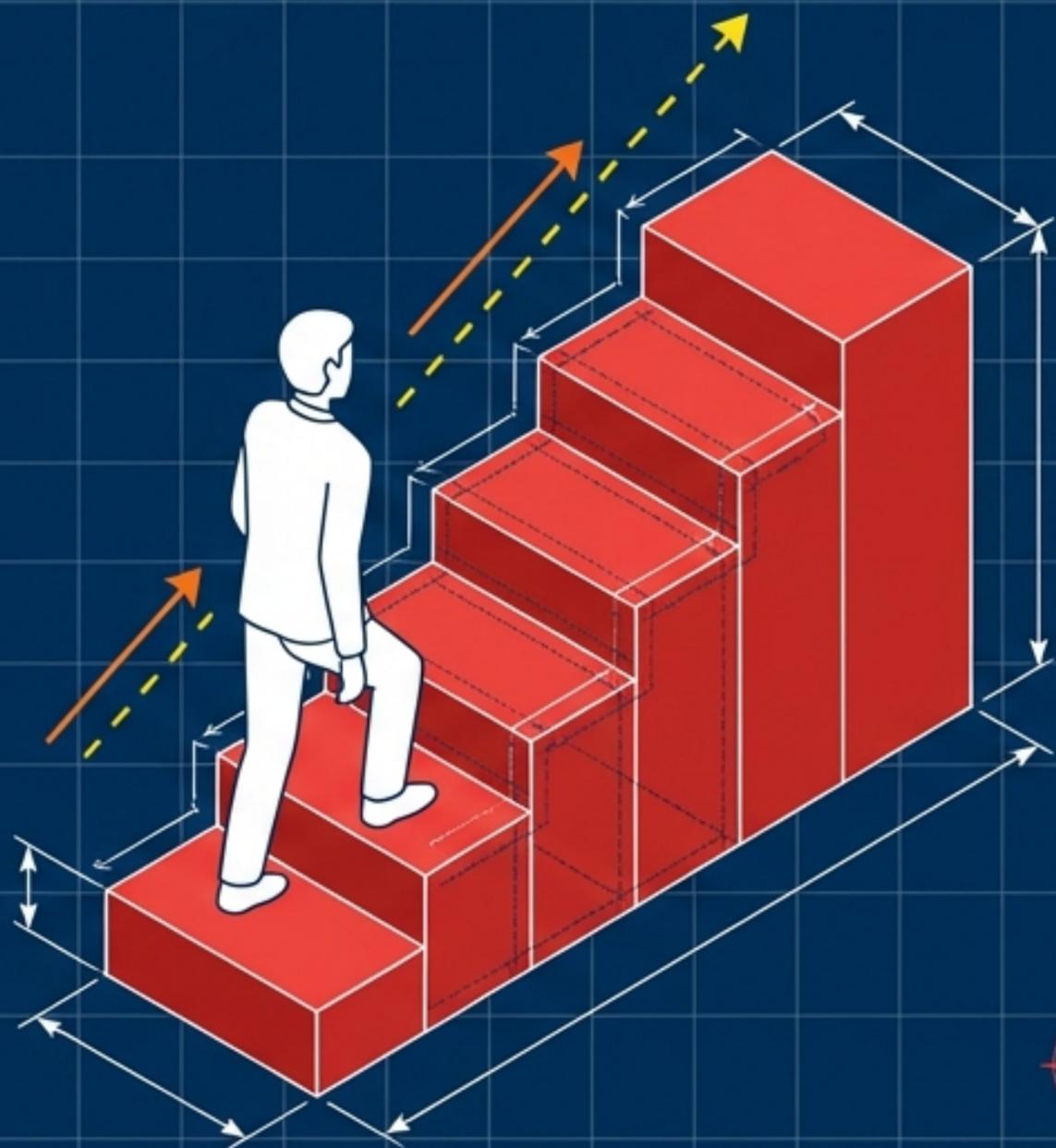


ПСИХОЛОГІЯ ВИСТУПУ



- ⚙️ **Не тисніть:** Ваша мета — зацікавити, а не продати миттєво.
- ⚙️ **Репетируйте:** Погана подача вбиває ідею.
- ⚙️ **Етикет:** Одяг, пунктуальність, вміння слухати.
- ⚙️ **Імпровізація:** Чесно зізнавайтеся, якщо не знаєте відповіді.

ВСЬОМУ СВІЙ ЧАС: НАСТУПНІ КРОКИ



Рішення рідко приймаються миттєво. Мета — домовитися про наступну зустріч.

- ✓ Обмінятися контактами.
- ✓ Узгодити конкретні наступні кроки.
- ✓ Зрозуміти процедуру прийняття рішень.
- ✓ Мати запасні варіанти.

ЧЕК-ЛИСТ УСПІШНОГО ПРОЕКТУ

- 1. Ідея:** Чи вирішує вона реальну проблему?
- 2. Концепція:** Чи є у вас документ з розрахунками ($\pm 30\%$)?
- 3. Аудиторія:** Чи адаптували ви презентацію під слухача?
- 4. Команда:** Чи показали ви людей, які реалізують проект?
- 5. Дія:** Чи домовилися ви про наступний крок?

Проект без концепції — це мрія. Концепція без презентації — це папір. Будуйте та презентуйте.

