



大学生创业 设计指导



项目一

路演敲开创业之门

01

设计打动人心的路演

02

制作高水准的路演PPT

03

掌握现场路演的四大关键

04

把握大学生创业路演的5大场合



任务一 设计打动人心的路演

一、了解商业路演的概念

路演的定义



通过现场演示的方法，引起目标人群的关注，使他们产生兴趣，最终达成销售；是在公共场所进行演说、演示产品、推介理念，以及向他人推广自己的公司、团体、产品、想法的一种方式。

路演的意义



路演是近几年非常流行的一种商业推广和产品宣传形式，融资要路演、产品发布要路演、创业大赛要路演，就连电影上线也要路演。

新时代的路演



路演的形式、作用和内涵早已有了延伸，商业活动中的路演已经成为包括新闻发布、产品发布、产品展示、渠道招商、吸引人才、吸引资本和传承文化等多项内容的现场活动。

任务一 设计打动人心的路演

二、路演要呈现商业创意

创意的定义

通常讲的创意是指创新的思维或想法，就是一种独特的思维方式、想法甚至理论，一种独到的、与众不同的观点或者独特视角。

商业创意的定义

是可以实现商业价值的创意。它的诞生通常是由企业或者相关机构推动，通过内部孵化或者外部获取，最终用于实现商业价值。

商业路演是一种创意

是目前公认的阐述商业创意最为有效和直接的方法。需要由讲演者通过不同形式、不同风格将商业创意短平快地“秀”出来。



任务一 设计打动人心的路演

二、路演要呈现商业创意

案例：6分钟博得2000万

1999年马云提出商业构想：阿里巴巴未来要成为服务中国中小企业的一家电子商务公司。



马云不的梦想吸引了软银董事长孙正义。在北京富华大厦马云给孙正义呈现了“神奇6分钟”路演。



马云的“企业愿景”和“商业构想”打动了孙正义，最终获得了2000万美元的投资。



马云讲述了自己的信念和商业构想：互联网能改变世界，阿里巴巴要成为一家改变传统商业与贸易的电子商务公司。



任务一 设计打动人心的路演

三、路演要用最短的时间赢得最大的信任

01

商业路演一般是指在公共场所演示产品、推介理念以及推广公司的一种宣传方式，其目的在于说服听众采取行动。

02

不管面向的是投资人、评委、消费者还是自己，路演的首要目的就是要用“最短的时间”获取“最大的信任”。

03

创业者会将创业计划从项目、业务、规划、财务四个维度构建起路演的底层逻辑，再通过可行、可信、实力和加持四部曲建立起信任堡垒。



任务一 设计打动人心的路演

三、路演要用最短的时间赢得最大的信任

1. 可行

路演者运用图表数据介绍市场格局、市场总规模及可进入的市场规模，分析市场发展的驱动因素和趋势，确定市场的时机、优先进入的市场领域，让听众看到市场对公司产品的需求，看到公司对客户的了解以及客户对公司解决方案的认同。

2. 可信

路演者通过介绍产品（服务）的研发、面市、客户发展、融资需求、股权结构，成本构成、收益预测以及分配方式和比例等情况，让听众看到公司目前取得的进展，看到公司如何赚钱、如何分配，从而增强对路演者的信任。



任务一 设计打动人心的路演

三、路演要用最短的时间赢得最大的信任

3. 实 力

路演者通过分析直接竞争对手的竞争力、间接竞争对手的竞争力、竞争对手的投资人及融资情况，让听众了解你跟谁在竞争，看到你有足够的竞争壁垒，了解你有更好的解决方案，你有实力能赢。

4. 加 持

加持是指路演者介绍公司的发展历史，核心团队成員的高价值资历，还可以介绍名誉董事、顾问以及未来拟补充的重要职位及目标人选。让听众确信自己的判断，相信这个团队有信念、有能力实现公司愿景。

任务一 设计打动人心的路演

四、路演的基本流程要突出四个重点

1. 直击痛点



市场痛点通常指用户尚未被满足而又广泛渴望的需求，或那些亟待或优先需要解决的问题。



根据马斯洛需求层理论，可以将人们的需求分为两类：一类是满足生理和安全的“止痛型”需求；一类是更高层级的精神需求，即“愉悦型”需求。



企业提供的产品或服务都是为了消除或淡化用户的痛点。路演时的首要重点就是分析研究痛点背后的深层次需求，刺激消费欲望。

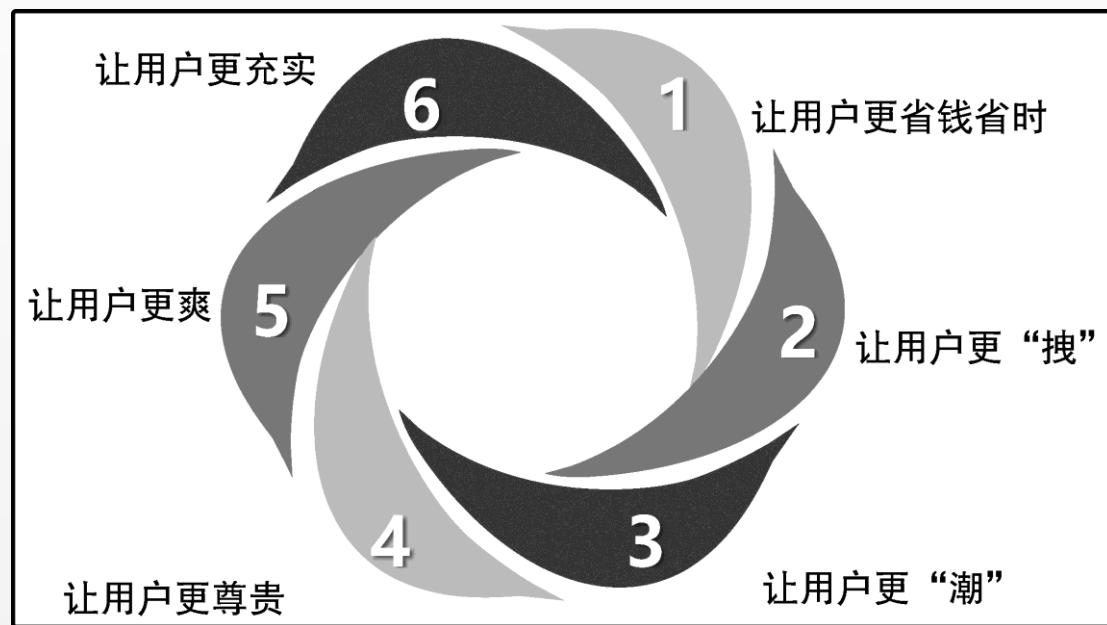


任务一 设计打动人心的路演

四、路演的基本流程要突出四个重点

2. 突出亮点

路演中既要阐述市场痛点，更要提出解决问题的完美方案，针对客户的需求有目的地提炼自己产品的卖点，向顾客传达对其有利的信息并让其参与体验，同时展示公司的核心竞争力。



路演提出解决方案的思路图

任务一 设计打动人心的路演

四、路演的基本流程要突出四个重点

3. 形成获利点



获利点：即盈利模式，是企业的收支来源和收支方式，亦是企业生存和发展的动力源，企业运营的目标就是为了实现“利润最大化”。



收支来源：包括收入来自（或者成本支付给）哪些利益相关者、哪些产品或者服务（或者哪些业务）、哪些资源能力等。



收支方式：指的是采取何种方式产生和支配利润，是固定、剩余还是分成，是按照消费资格计算的进场费、消费次数计算的过路费、价值增值计算的分享费还是免费等。

■ ■ 任务一 设计打动人心的路演

四、路演的基本流程要突出四个重点

4. 打造增值点



办企业是一项长期投资，任何一家企业都希望可持续成长，因为只有企业持续成长，才能使企业“价值”最大化。



复利公式告诉我们，资本的产出是由初始资本投入、投资收益率和投资时间长短决定的。企业的增值需要战略战术和耐心耐力的默契配合。



企业的“增值点”才是创业者和投资者关注的重点，它可能是行业的发展趋势，是一套生态系统，是一种新型业态，它的价值远远大于企业当下的盈利能力。

任务二 制作高水准的路演PPT

一、按“3C”原则制作PPT

1. Clear (清晰)

Clear (清晰) 指整个路演PPT的脉络要清晰。



先对整个PPT进行整体布局，根据项目内容进行设计，或“并列”或“递进”，通过不同层次的标题进行分层。



由于路演时间一般只有几分钟，因此，整个路演PPT的层次结构最好不要超过3层纵深，如此可以使得PPT的逻辑井然有序。



任务二 制作高水准的路演PPT

一、按“3C”原则制作PPT

1. Clear (清晰)



并列式演示布局图



不同层次的标题，不超过3层纵深图

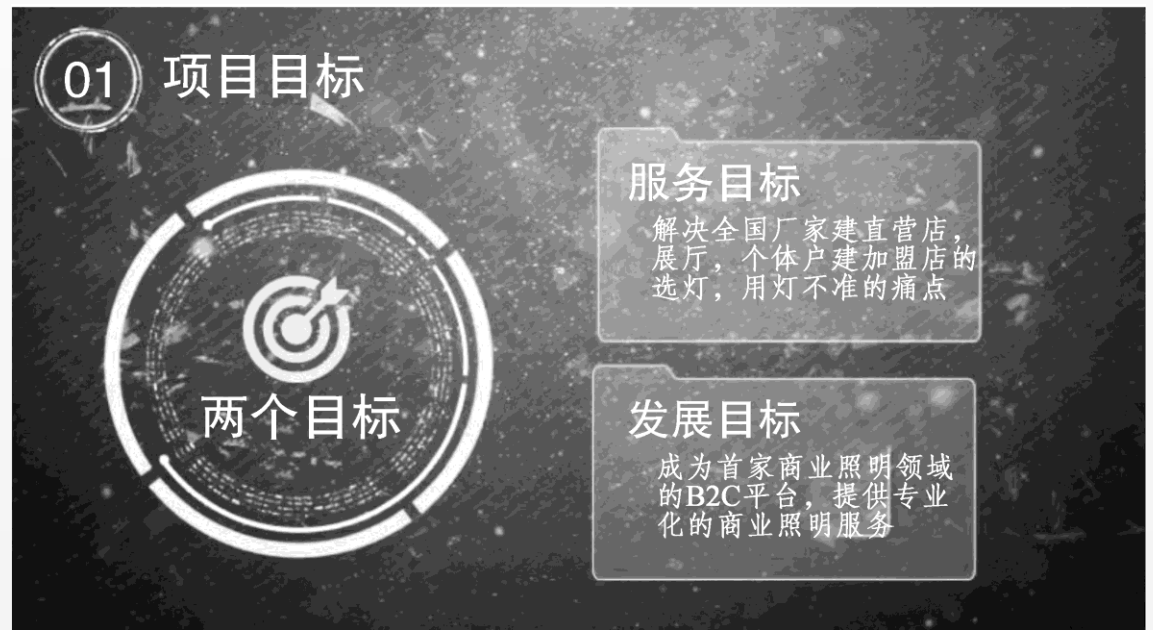


任务二 制作高水准的路演PPT

一、按“3C”原则制作PPT

2. Concise (简明)

- ① PPT是“演示”文稿，不是“解释”文稿，不宜有太多文案。
- ② 采用“Less is More!”的留白策略，给观众留下一些想象的空间。
- ③ 文字实在多的时候，可以用“标题放大，内容缩小，段落对齐”的办法来处理，再配以适当的图片。



PPT示例，提炼标题和内容图



任务二 制作高水准的路演PPT

一、按“3C”原则制作PPT

3. Compelling (能激发兴趣)

PPT应以听众为中心，围绕听众最为关心的问题，聚焦主要重点进行阐述，次要内容点到即止，充分利用现场演讲的几分钟，激发听众兴趣。

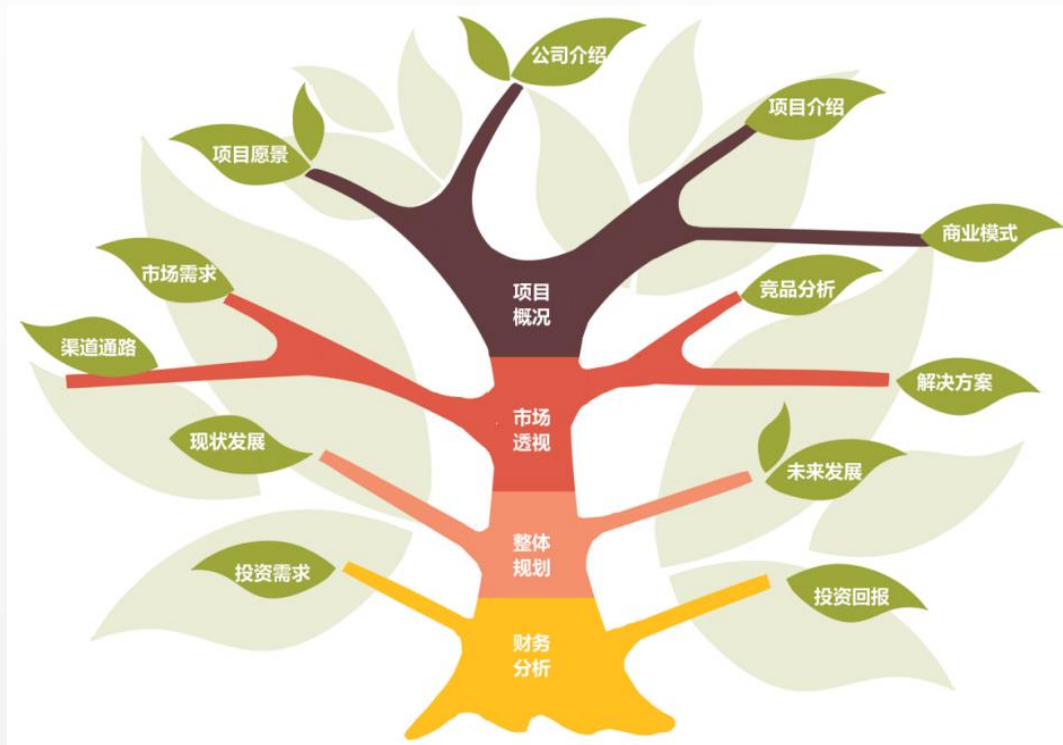


“让观众看到感兴趣的”图

任务二 制作高水准的路演PPT

二、PPT内容分为4大板块

在商业计划中，任何一个创业项目都可以划分为4大板块，即：项目概况、市场透视、整体规划和财务分析。



路演内容4大板块图



任务二 制作高水准的路演PPT

二、PPT内容分为4大板块

1. 项目概况

项目概况板块一般包括公司介绍、项目介绍、商业模式和项目愿景。

公司介绍

包括公司基本情况、核心成员、获得过哪些荣誉、有哪些高价值资历及企业文化等。

项目介绍

包括项目产生的背景、发展历程、项目内容、项目优势、成果展示及市场前景等。



二、PPT内容分为4大板块

1. 项目概况

项目概况板块一般包括公司介绍、项目介绍、商业模式和项目愿景。

商业模式

企业在市场中如何与用户、供应商及其他合作伙伴合作，以何种方式实现交易、获取收益。

项目愿景

简称愿景，是创业者的立场、信仰、核心价值以及创业者对企业未来的设想。



任务二 制作高水准的路演PPT

二、PPT内容分为4大板块

2. 市场透视

市场透视板块包括市场需求、渠道通路、竞品分析和解决方案。

市场需求

在特定的地理范围、特定时期、特定的市场营销环境、特定市场营销计划下，特定的消费者群体可能购买的某一产品的总量。

渠道通路

指产品或服务从生产者到经销商再到消费者的过程，其任务就是在适当的时间，把适当的产品送到适当的销售点，以利消费者购买。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/016033111005010141>