

GetSystem — как собрать презентацию продукта для экспертно-продающих встреч

Когда вы выходите к клиенту на экспертно-продающую консультацию, важно не только то, что вы говорите, но и **как вы структурируете информацию**.

Хорошая презентация помогает удерживать внимание, усиливает вашу экспертность и делает весь разговор понятным и управляемым для клиента.

Ниже — рекомендации, которые помогут создать презентацию, работающую на вашу продажу, а не просто «красивые слайды».

Формат:

Сделайте простую презентацию в Canva, Google Slides, PowerPoint и т. п.

1. Определите, какую роль играет презентация

Презентация — это не лекция и не красивый PDF. Это инструмент, который помогает клиенту понять:

- что это за продукт,
- какую проблему он закрывает,
- почему решение работает,
- почему подходите именно вы.

На встрече презентация должна быть **фоном**, который поддерживает ваши слова, а не заменяет их.

2. Начните с ядра: что за продукт

Первый слайд отвечает на вопрос: «*О чём мы говорим?*»

Чётко и просто сформулируйте:

- название продукта,

- короткое позиционирование (1 предложение),
- для кого он создан.

Это должно звучать понятно даже человеку, который слышит о вас впервые.

★ 3. Покажите проблему, которую продукт решает

Клиенту важно понять не характеристики продукта, а **зачем он ему**.

Выделите:

- 2–3 типичные боли/проблемы, которые продукт закрывает,
- чем эти проблемы опасны или что теряет клиент, если их игнорировать,
- что меняется, когда продукт внедрён.

Не расписывайте подробно — это вы расскажете голосом.

★ 4. Объясните, как работает ваше решение

Здесь важно не «перечислить модули», а показать логику продукта.

Можно использовать:

- структуру программы,
- этапы прохождения,
- ключевые шаги,
- принципы работы.

Задача — чтобы клиент увидел: это не хаос и не «авось», а **структурированная система**.

★ 5. Усиьте доверие

Это один из обязательных блоков.

Подумайте, что повышает вашу экспертность:

- кейсы и результаты,
- детали опыта: количество учеников, проектов, часов практики,
- отзывы,
- примеры до/после,
- публикации, выступления, ваши компетенции.

Вам не нужны десять слайдов доверия. Достаточно 1–2 точных аргументов.

★ 6. Расскажите, что будет у клиента в итоге

Хороший вопрос: *«Что я получу, если пройду до конца?»*

Сформулируйте:

- 3–6 ключевых результатов,
- изменения, которые происходят после работы,
- что становится проще, быстрее, выгоднее, понятнее.

Избегайте шаблонов «вы станете лучше/успешнее» — говорите конкретикой, но без громких обещаний.

★ 7. Завершите ясным предложением

Последний слайд — это не прайс-лист.

Это:

- формат работы (группа/индивидуально, сколько длится),
- что входит,

- варианты участия,
- базовая цена или диапазон, если у вас такая модель,
- что клиенту делать дальше: записаться на созвон, оставить заявку, выбрать тариф.

Задача — чтобы клиент не потерялся и понимал, какой следующий шаг.



Как оформлять слайды

Чтобы презентация помогала, а не мешала:

- на одном слайде — 1 ключевая мысль;
 - минимум текста (не пишите то, что и так проговорите);
 - крупные акценты и простая структура;
 - визуал можно брать простой: иконки, стрелки, схемы;
 - ваш голос и ваша подача — это и есть презентация.
-



Итог

Ваша презентация — это рабочий инструмент продаж.

Её задача — сделать встречу:

- структурированной,
- понятной для клиента,
- сильной в плане доверия,
- и комфортной для вас.

Всего 3–5 слайдов, но собранных грамотно, могут увеличить конверсию в разы.