

INVESTORPITCH – step by step

(tilpasset den tid der er til rådighed)

Titel

Virksomhedens navn, dit navn, titel og ansvarsområde. Kontaktinfo, web-info m.m. HUSK!! Generelt gælder det at tilhøreren selv kan læse hvad der står, så her bruger du tiden til kort at fortælle, hvad der gør din virksomhed til noget særligt. Ideelt set skal du kunne fortælle det i en enkelt sætning. Glem alt det overflødige, og gå direkte til sagen.

Vi søger

Fortæl hvad du søger – kapital, kompetencer, samarbejdspartnere, bestyrelse eller... Hvis det er kapital, fortæl hvor meget du søger, hvad du skal bruge den til, og hvilken betydning den får for virksomhedens udvikling og vækst.

Markedet og kundens problem

Beskriv hvilken problemstilling, opgave eller udfordring virksomheden har identificeret i markedet, og som man har udviklet en løsning til. Målet her er at få investoren til at nikke forstående og til at bekræfte at man er bekendt med, eller har forstået problemstillingen Undgå at komme til at lyde som om du har en løsning der bare leder efter et problem. Det skal være omvendt. Undlad at tale om hvor stort det potentielle marked er - top-down - beskriv i stedet hvad problemet betyder for en relevant kunde.

Løsning

Forklar hvorledes din løsning netop adresserer det problem du nu har fået investoren til at forstå omfanget af. Hvorfor er netop din løsning det rette svar, hvordan virker det, og hvilket resultat kan brugeren forvente at opnå? Du skal igen sikre dig, at investor forstår hvad du sælger, og at de kan se relevansen i markedet Pas på med at falde i den fælde, at du kommer til at bruge for lange og vanskelige udredninger om hvor mange muligheder der ligger i din løsning? Det er bedre du fokuserer på få og enkle budskaber. Fokus, fokus, fokus. Hvad er det helt unikke i dit koncept, og hvorfor virker det bedre end mange andre løsninger til det samme

problem.

Value Proposition

En value proposition er en kort redegørelse, der opsummerer hvorfor en potentiel kunde skal købe dit produkt eller gøre brug af din service. En stærk value proposition leverer håndgribelige resultater såsom:

- Højere omsætning
- Reducerede omkostninger
- Forøget effektivitet
- Større markedsandel
- Hurtigere "time to market"

En value proposition er også med til at simplificere din produktpræsentation og i realiteten er købsbeslutningstagerne oftest ikke teknikere, der er meget mere interesseret i den endelige værdi end hvilken teknologi ligger bag. Jo mere præcis din value proposition er jo bedre. Det er ofte den, der kan hjælpe til at få et vigtigt møde i stand, da en svag value proposition, der ikke taler til beslutningstagerne gør det næsten umuligt at komme igennem og få et møde i stand med en potentiel investor (eller kunde).

Før du laver din value proposition er du nødt til at identificere hvilken smerte din potentielle kunde har. Det er på den baggrund du kan bygge din value proposition. Hvis investorerne ikke tidligt i præsentationen har fået et klart billede af virksomhedens value proposition, er der stor chance for, at de taber overblikket, når der dykkes længere ned i detaljer efterfølgende, og dermed mister interessen.

Forretningsmodel

Forklar hvordan du vil tjene penge på din ide. Hvem er det der betaler, og hvor meget betaler de? Hvordan er din distributionskanal opbygget, hvad tjener de, og hvad tjener du? Generelt gælder det, at en ny og uprøvet forretningsmodel altid vil blive gjort til genstand for stor skepsis. Jo flere veldokumenterede resultater der kan fremlægges, jo bedre. Fremfør eventuelt de nøglekunder der allerede har købt, og om muligt har købt igen.

Investorer vil tjene penge. De lytter til dig i håb om, at de kan forrente deres penge

med nogle hundrede procent. Derfor er det ikke nok, at der er et problem, som dit produkt kan løse. Der er også nødt til at være et forretningspotentiale og en måde, man kan tjene penge på. Det er ikke nok, at der er mange potentielle brugere af et produkt, men de mange brugere skal også generere en hvis indtægt.

Marketing og salg

Forklar hvordan du vil sælge til dine kunder. Hvem de er, hvor de er, og hvordan de beslutter sig for at købe. Du skal her overbevise investor om, at du har en effektiv go-to-market strategi, at du har et indgående kendskab til dine kunder, at du evner at fokusere på en kernemålgruppe, og at du ved hvordan du når dem. Generelt gælder det for iværksættervirksomheder, at smalt og dybt er bedre end bredt og overfladisk. Hvordan vil du kommunikere med dine kunder med begrænsede ressourcer?

Konkurrenter

Vis at du kender markedet. Hvem er du oppe i mod, og hvordan de agerer i markedet. Hvad er deres styrke/svagheder, og hvordan kan du vende det til din fordel? Her gælder det, at for meget er bedre

end for lidt. Du må aldrig undervurdere dine konkurrenter. Hvis der er nogen, som er en reel trussel mod dig, så erkend det. En vigtig regel: Investorer vil vide hvorfor du er god, ikke hvorfor dine konkurrenter er dårlige.

Ledelse og team

Beskriv nøglemedarbejderne, deres baggrund og særlige forudsætninger for at indgå I din organisation. Inddrag også gerne din bestyrelse eller advisory board hvis du har en. Ellers må du erkende den endnu ikke er på plads. Det er ok, at alle huller I en organisation endnu ikke er på plads. Det er der ingen iværksættere der har I starten. Det væsentlige er, at du er klar over du har huller, du ved hvor de er, og du er indstillet på at fylde dem ud I takt med det økonomiske fundament kommer på plads.

Økonomi

Hvilke mål har I sat for de næste 1, 3 og 5 års økonomiske udvikling: • Omsætning • Dækningsbidrag … Resultat før skat

Status

Forklar hvor du er i dag, hvilke nært forestående milestones du står overfor, og understreg betydningen af investors kapitalindsud for den nære udvikling af din virksomhed. Fortæl hvordan du ser virksomhedens potentiale og dine ambitioner for virksomheden.

Sørg for investor oplever en person, der ved hvad han vil, hvad han er god til, og især at han evner at fokusere på den plan der er lagt.

Opsummering

Derfor skal I investere i vores virksomhed. Angiv de styrker, som du vil fremhæve for din virksomhed (og helst unikke). Beskriv 3-5 punkter om virksomheden og/eller investeringens potentiale, som tilhørerne skal huske.

Tak for opmærksomheden

Sidste slide er blot en tak til investor for den tid han/de har brugt på din præsentation. Vis igen din kontaktinfo, og gentag opfordringen til næste skridt.