

# Съвети при привличане на инвеститори

Забележка: Този документ е част от ръководството: „Подпомагане на бизнеса за достъп до финансиране чрез инвеститори, заеми или европейски грантове“, разработено от EEN ТЕМАТИЧНА ГРУПА „ДОСТЪП ДО ФИНАНСИ“

---

## Tips and tricks for pitching to investors

Important notice: this document is part of a guide: “Supporting businesses to access finance via equity investors, loans or European grants”, developed by the EEN THEMATIC GROUP ACCESS TO FINANCE

Разграничаването на източниците на финансиране е от ключово значение за финансовата стабилност на компанията.

Не всички схеми за финансиране са подходящи за всички компании, или за всеки етап от развитието на компанията.

Когато се търси финансиране от инвеститори, компанията трябва да може да представи свой собствен инвестиционен проект на съответен панел: питчинг сесия!

### “Играчите” и техният подход

В питчинг сесиите активно участват две категории “играчи”: предприемачът и инвеститорът.

Те имат различни нужди и подходи, но целта и на двамата е да създадат стойност и да направят проекта успешен.

Предприемачът:

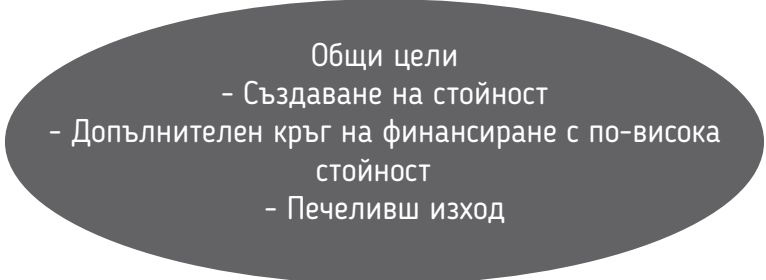
- Обича своята бизнес идея („Най-добрата бизнес идея в света“)
- Познава много добре продукта, но не толкова – очакванията на инвеститора
- Стреми се към разработване на успешен продукт
- Смята, че „Няма достатъчно инвеститори, желаещи да финансират бизнеса“

Инвеститорът:

- Разглежда бизнес идеята като „проект“.
- Не се интересува от продукта / технологията, а до колко това е печеливша инвестиция!
  - Иска да получи 30% вътрешна норма на възвръщаемост (IRR) и 10 пъти повече от сумата, първоначално инвестирана в печеливши бизнеси в своето портфолио.
  - Счита, че „Няма достатъчно проекти, готови за инвестиции“.

### Нужди/изисквания на инвеститора

1. Висока норма на вътрешна възвръщаемост IPR
2. Намаляване на риска от неуспех



### Нужди/изисквания на предприемача

1. Висока оценка за компанията
2. Да не губи контрол

## Как да се подготвим за питчинг сесията

Екипът на компанията трябва:

- да определи 2-3 сесии с различна продължителност от време (2 минути, 5 минути, 10 минути)
- да организира питчинг представяне: кратка и привличаща вниманието презентация на PowerPoint (използвайки графики и инструменти за презентация)
- да има добре написано резюме, подкрепено с фактически данни (1-2 страници)
- да помисли за реалистична стратегия за излизане от проекта на инвеститорите

Екипът трябва също:

- да репетира много пъти
- да бъде готов да отговаря на въпроси
- да изглежда професионално

## “ДА” и “НЕ” при питчинг презентацията

Би било добре екипът на компанията да обърне особено внимание на следните особености при подготовката на презентацията:

- Убедете „зрителя“ защо пазарните възможности са големи.
- Включете визуално интересни графики и изображения.
- Разкажете убедителна, запомняща се и интересна история, която показва Вашата страст към бизнеса.
- Покажете, че имате нещо повече от просто идея и че имате тясна връзка с развитието на продукта, намирането на клиенти или привличането на партньори.
- Изберете кратка съдържателна фраза за инвеститорите, с която да ви запомнят.

Екипът на компанията трябва да запомни следното:

- Не правете презентация с повече от 15-20 слайда (времето, в което можете да задържите вниманието на инвеститорите е ограничено). Ако смятате, че трябва да добавите повече информация, включете я като допълнение.
- Не създавайте слайдове с прекалено много текст.
- Не предоставяйте прекомерни финансови подробности, тъй като те могат да бъдат предоставени при последваща среща.
- Не се опитвайте да обхванете всичко в презентацията си. Вашето лично представяне ще Ви даде възможност да добавите и подчертаете ключова информация.
- Не използвайте много жаргони или съкращения, които инвеститорият може да не разбере веднага.
- Не подценявайте и не омаловажавайте конкуренцията.
- Не допускайте питчинг презентацията да не е актуална. Уверете се, че датата на титулната страница е скорошна – не е от няколко месеца (затова изобщо избягвайте да поставяте дата на титулната страница). Не използвайте информация или показатели в презентацията, които изглеждат остарели.

## Ключови слайдове за питчинг презентация

*Описание на компанията*

Обобщете в 4-6 точки Вашия бизнес, какъв проблем решава, къде сте позиционирани, опита на мениджърския Ви екип и всяка ключова характеристика, която вече е констатирана.

### *Мисия / Визия на компанията*

Ясно дефинирайте мисията и визията си в стегнат, но ефективен стил, като представите ключовата си цел и определите какви искате да станете.

### *Екип*

Екипът на компанията е най-важният фактор за това дали да се инвестира или не. Слайдът „Екип“ обикновено включва:

- Снимки и позиции на ключовите членове на екипа
- Снимки и длъжност на ключовите членове на екипа
- Кратко резюме на предишната заетост на екипа, показваща опит в областта и съответната експертиза
- Съветници, консултанти и членове на Управителния съвет (понякога са включени в този слайд, за да подсилите доверието)

### *Проблем*

Дефинирайте проблема, или нуждата, който/която Вашата компания решава, фокусирайки се върху неговото/нейното въздействие и целевите клиенти, върху които оказва влияние.

### *Решение*

Ясно формулирайте Вашето предложение за решение и защо то е по-добро от другите решения на пазара. Тази част трябва да бъде внимателно координирана със слайда „Продукт“, тъй като може да има някакво припокриване.

### *Възможности за пазар*

Инвеститорите искат да инвестират в големи възможности и на големи пазари. Определете пазара, на който се намирате; Включете графики, показващи към коя част от избрания пазар ще се насочи Вашата компания (колкото по-голяма, толкова по-добре ... винаги в рамките на реалността).

### *Продукт*

Ясно формулирайте от какво се състои продуктът или услугата на Вашата компания и защо той/тя е уникална. Изображенията, визуализациите и видеоклиповете могат да играят важна роля - не трябва да имате дълги писмени обяснения. Включете следното:

- ключови характеристики на продукта
- причини, поради които потребителите се интересуват от продукта
- основните предимства на продукта
- основните различаващи характеристики на продукта

### *Клиенти*

Слайдът „Клиенти“ е важен за доверието, което искате да изградите. Обикновено логата на добре познатите клиенти се включват в този слайд.

### *Технология*

Предоставете информация за основната технология на достъпен език; ключови права на интелектуална собственост, които компанията има (патенти, чакащи патенти, авторски

права, търговски марки, имена на домейни); защо технологията е или ще бъде по-добра и защо за конкурентът ще бъде трудно да копира технологията.

### *Конкуренция*

От изключително значение е ясно да се посочи кои са конкурентите на компанията; на какво разчита Вашето конкурентно предимство; какви са ключовите отличаващи Ви от конкуренцията характеристики. Наистина трябва да покажете разбиране за конкурентния пейзаж и да сте готови да отговаряте на въпроси за Вашите конкуренти. Ако не разбирате конкурентите си, тогава инвеститорът може да заключи, че наистина не разбирате пазара.

### *Развитие*

Обяснете развитието на Вашата компания и как растежът ще ѝ помогне да набере скорост. Развитието чрез растеж е модел, приложим за почти всеки вид бизнес, независимо дали е ориентиран към услуги или продукти, дали се продава на обществеността или на други бизнеси.

### *Бизнес модел*

Инвеститорите ще искат да разберат Вашия бизнес модел. Ето защо е от съществено значение да се отговори на ключови въпроси като: Как печелите пари? Какъв е моделът за ценообразуване? Каква е стойността на клиента в дългосрочен план? Какви са каналите и разходите за привличане на нови клиенти?

### *Маркетинг план*

Без значение колко добър е вашият продукт, за да имате клиенти или потребители, ще трябва да имате добър маркетингов план.

Представете кратка информация за Вашите ключови маркетинг канали (платено търсене, социални медии, телевизия, радио, имейл маркетинг и др.); предишни успехи, които сте имали и канали, с които сте работили; Вашите индивидуални предварителни разходи за привличане на всеки конкретен клиент (и съответно каква е прогнозната продължителност на клиента); говорят ли вече за Вас и Вашата компания, има ли вече някакъв интерес от страна на медиите.

### *Финанси*

Инвеститорите ще искат да разберат текущата финансова ситуация на компанията и каква сума сте склонни да "изгорите" (какви са месечните или годишните парични загуби, докато компанията окончателно разработи и пусне на пазара своя продукт).

Слайдът „Финанси“ може да включва следното: Три- до петгодишни финансови прогнози; какво е съотношението между директните разходи и директните приходи, съобразно Вашия бизнес модел (на единица продукт), какви суми трябва да бъдат инвестирани без възвръщаемост, ключови показатели, които са важни за бизнеса (като периодични годишни приходи); общи приходи и разходи; печалби преди лихви, данъци, амортизация (EBITDA); Основни предположения.

### *Какво търсите*

Представете показатели за:

- Колко пари търсите (посочване на приблизителна сума в диапазон, например „ние търсим 2-3 милиона долара финансиране“)
- За колко време мислите, че ще използвате финансирането (15-18 месеца)

- Какви основни етапи смятате, че ще успеете да постигнете с финансирането
- За какво основно ще използвате приходите от инвестицията (напр. Разработване на технологии и продукти, наемане на нов персонал, капиталови разходи, маркетинг и др.)
- Кои са вашите съществуващи инвеститори (ако имате популярни инвеститори, наблегнете на тях)

## Най-честите грешки, които предприемачите правят, когато се представят пред инвеститори

*Грешка № 1:* Предоставяте бизнес план от 50 страници

Инвеститорите нямат време да се запознаят с бизнес план от 50 страници, за да решат дали си струва да проведете среща или да продължите контактите. Дайте на инвеститора резюме в 2-3 страници и може би PowerPoint презентация.

*Грешка № 2:* Не показвате защо пазарната възможност е голяма.

Повечето инвеститори търсят компании, които могат да се разраснат и да станат значими. Така че не забравяйте да покажете, че бизнесът Ви наистина може да стане голям.

*Грешка № 3:* Да кажете на инвеститор, че нямате конкуренция

Обявяването пред инвеститор, че нямате конкуренция най-вероятно показва, че сте нереалистични, или наивни. Разбира се, че имате конкуренция. Пряка, непряка или някой, който предлага заместващо решение. Доказвайки, че сте анализирали конкурентите си, ще покажете на инвеститора, че разбирате пазара.

*Грешка № 4:* Показвате безинтересни или нереалистични прогнози

*Грешка № 5:* Забравяте да подчертаете опита и референциите на Вашия екип

Инвеститорите ще искат да знаят, че екипът има правилния набор от умения, амбиция, опит и характер за разрастване на бизнеса.

*Грешка № 6:* Не обръщате внимание на детайлите

Уверете се, че презентацията Ви не съдържа грешки или несъответствия. Представете добре написана, визуално интересна презентация. Включете номера на страниците на всеки слайд, така че лесно да се прави препратка към конкретна страница. За Вашата правна защита поставете забележка за авторски права в долната част и добавете фразата „Поверително и лично“.

*Грешка № 7:* Не показвате разбиране за потенциалните рискове за бизнеса

Инвеститорите ще искат да тестват това, което Ви виждат като рискове за бизнеса. Те искат да разберат Вашия мисловен процес и смекчаващите предпазни мерки, които бихте могли да предприемете.

*Грешка № 8:* Не продавате на инвеститора от Вашата интелектуална собственост

*Грешка № 9:* Не сте проучили инвеститора и неговото портфолио

Показване на известна информираност за бекграунда на инвеститора и компаниите, в които той инвестира, ще улесни от части от разговора, а също така показва, че сте се постарали да направите известна подготовка за срещата.

*Грешка № 10:* Не предлагате ясна стратегия за излизане на инвеститора

Differentiating the sources of funding is key to the company's financial robustness. Nonetheless, not all funding schemes are suitable for all companies or to every company's stage of development.

When referring to equity financing and to private investors, the company is required to be able to present its own investment project in front of a panel: the pitching exercise!

### *The players and their approach*

In the pitching exercise two categories of players are actively involved: the entrepreneur and the investor.

They have different needs and approaches but they are both committed to create value and to make the project successful. Entrepreneurs VS Investors

#### The Entrepreneur:

- Loves his business idea ("The best business idea in the world")
- Knows very well the product but not so much the investor's expectations
- Aims at developing a successful product
- Thinks that "There are not enough investors willing to finance businesses"

#### The Investor:

- Looks at the business idea as "a project"
- Does not care about the product/technology but about making a profitable investment!
- Wants to get a 30% internal rate of return (IRR) and exit with 10x the amount originally invested in the winning businesses in his portfolio to meet this target overall
- thinks that "There are not enough "investment ready" projects"

#### Investitor needs / requirements

1. High IPR
2. To reduce fielure risk



#### Entrepreneure need / requirements

1. High company valuation
2. Not to loose control

### How to prepare for the pitching session

The company's team has to:

- define 2-3 pitch sessions with variable time frames (2 minutes, 5 minutes, 10 minutes)
- organize a pitch deck: a short and catchy PowerPoint presentation (use graphics and presentation tools)
- have a factually supported, well-written Executive Summary (1-2 pages)

- think about a realistic exit strategy for investors

The team also has to:

- rehearse many times
- be prepared to answer questions
- look professional

### Pitch Deck Do's and Don'ts

The company's team is invited to pay particular attention to the following features when preparing its pitch deck:

- Do convince the viewer of why the market opportunity is large
- Do include visually interesting graphics and images
- Do tell a compelling, memorable, and interesting story that shows your passion for the business.
- Do show that you have more than just an idea, and that you have got early traction on developing the product, getting customers, or signing up partners
- Do have a soundbite for investors to remember you by

The company's team should remember the following:

- Don't make the pitch deck more than 15-20 slides long (investors have limited attention spans). If you feel you need to add more information, include it as an appendix.
- Don't have too many wordy slides.
- Don't provide excessive financial details, as these can be provided in a follow-up.
- Don't try to cover everything in the pitch deck. Your in-person presentation will give you an opportunity to add and highlight key information.
- Don't use a lot of jargon or acronyms that the investor may not immediately understand.
- Don't underestimate or belittle the competition.
- Don't have your pitch deck look out of date. Make sure that the date on the cover page is recent - not several months old (that is why I avoid putting a date on the cover page at all). And you don't want information or metrics in the deck about your business that look stale or outdated.
- Don't have a poor layout, bad graphics, or a low-quality "look and feel." Think about hiring a graphic designer to give your pitch desk a more professional look.

### The key slides in a Company's Investor Pitch Deck?

#### *Company Overview*

Summarize in 4-6 bullet points your business, what problem it solves, where you are located, the experience of the management team, and any key traction already established.

#### *Mission/Vision of the Company*

Clearly state your mission and your vision in a synthetic but effective style, by conveying your key objective and defining who you want to become.



### *The Team*

A company's team is the most important determinant of whether or not to invest. "The Team" slide will typically include:

- Pictures and titles of the key team members
- Short summary of prior employment of the team showing domain experience and relevant expertise
- Advisors, consultants, and Board members (sometimes included in this slide to bolster credibility)

### *The Problem*

Define the problem or need your company is solving, focusing on its impact and the target clients it affects.

### *The Solution*

Articulate your proposed solution and why it's better than other solutions in the market. This deck should be carefully coordinated with the "Product" slide of the pitch deck, as there may be some overlap.

### *The Market Opportunity*

Investors want to invest in big opportunities with large addressable markets. Define the market you are in; Include graphs showing which portion of the addressable market your company will be addressing (the biggest, the better..always reasonably).

### *The Product*

Clearly articulate what your company's product or service consists of and why it is unique. Images, visuals, and videos can play an important role here—don't just have lengthy written explanations. Include the followings:

- key features of the product
- reasons why users care about the product
- the major product milestones
- the key differentiated features of the product

### *The Customers*

A "Customers" slide can be powerful and add credibility. Normally, the logos of customers that are well known are included in this slide page.

### *The Technology*

Provide in a friendly-user jargon information on basic technology backbone; key intellectual property rights the company has (patents, patents pending, copyrights, trademarks, domain names); why the technology is or will be superior and why it will be difficult for a competitor to replicate the technology.

### *The Competition*

It is of utmost importance to clearly state who the company's competitors are; what your competitive advantage relies on; the key differentiating features from your competitors. You really have to show an understanding of the competitive landscape and be prepared to answer questions about your competitors. If you don't understand your competitors, then the investor may conclude that you really don't understand the market.

### *Traction*

Explain the progress of your company and the momentum it gains as the business grows. Traction applies to nearly any kind of business, whether service or product-oriented, or whether it sells to the public or to other businesses.

### *Business Model*

Investors will want to understand your business model. It is therefore essential to address key issues like: how do you make money? What is the pricing model? What is the long-term value of a customer? What are the customer acquisition channels and costs?

### *The Marketing Plan*

No matter how good your product is, you will need to have a good marketing plan to get customers or users.

Provide concise information on your key marketing channels (paid search, social media, TV, radio, email marketing, etc.); early successes you have had and channels you have worked with; your preliminary customer acquisition costs per customer (and, correspondingly, what is the projected lifetime value of a customer); early press or buzz you have already got.

### *Financials*

Investors will want to understand the company's current financial situation and proposed future "burn" rate (monthly or yearly cash loss while the company is developing and marketing its product).

The "Financials" slide can include the following: Three- to five-year financial projections; Unit economics; Burn rate; Key metrics that are important to the business (such as annual recurring revenue); Total revenue and expenses; earnings before interest, taxes, depreciation, and amortization (EBITDA); Key assumptions

### *The Ask*

Provide indications on:

- how much money you are seeking (a range is fine, such as "we are seeking \$2-\$3 million in financing")
- How long you think the financing will last (15-18 months)
- What major milestones you think you will be able to reach with the financing
- What your key use of proceeds from the investment will be (e.g., technology and product development, new hires, capital expenses, marketing, etc.)
- Who your existing investors are (highlighting any well-known investors)

## The most frequent mistakes entrepreneurs make when pitching to investors

*Mistake № 1: a 50-page business plan to review*

Investors do not have the time to review a 50-page business plan up front to decide whether it is worth taking a meeting or following up. Give the investor a 2-3 page executive summary and maybe a PowerPoint deck

*Mistake № 2: Not showing why the market opportunity is big.*

Most investors are looking for businesses that can scale and become meaningful. So make sure you address this issue right up front as to why your business can really become big

*Mistake № 3: Telling an investor you do not have any competition.*

Telling an investor you have no competition most likely indicates you are unrealistic or naive. Of course you have competition, whether direct, indirect, or someone who provides a substitute solution. By demonstrating that you have analysed your competitors, you will show the investor you have an understanding of the market.

*Mistake № 4: Showing uninteresting or unrealistic projections.*

*Mistake № 5: Forgetting to highlight your team's experience and credentials*

investors will want to know that the team has the right set of skills, drive, experience, and temperament to grow the business

*Mistake № 6: Not paying attention to detail.*

Make sure your presentation doesn't contain typos or inconsistencies. Present a well-written, visually interesting presentation. Include page numbers on each slide so that it is easy to reference a specific page. For your legal protection, put a copyright notice at the bottom and add the phrase "Confidential and Private."

*Mistake № 7: Not understanding the potential risks to the business.*

Investors will want to test what you see are the risks to the business. They want to understand your thought process and the mitigating precautions you might take.

*Mistake № 8: Not selling to the investor on your intellectual property.*

*Mistake № 9: Not doing research on the investor and his portfolio.*

Showing some awareness of the investor's background and the companies he invests in will facilitate parts of the conversation, and also shows you have done some advance due diligence for the meeting.

*Mistake № 10: Not offering a clear exit strategy*

Издател на материала: Enterprise Europe Network Добрич. Отпечатано: 2020 година

Нито Европейска комисия, нито което и да е лице, действащо от името на Комисията, носят отговорност за начина, по който би могла да бъде използвана съдържашката се в настоящата публикация информация.

Publisher: Enterprise Europe Network – Dobrich Printed: 2020

Neither the European Commission nor any person acting on behalf of the Commission is responsible for the use that might be made of the following information.



[een.ec.europa.eu](http://een.ec.europa.eu)

Добрич 9300  
ул. „България“ 3, ПК 182  
тел.: 058 601 472  
факс: 058 601 434  
e-mail: [een@cci.dobrich.net](mailto:een@cci.dobrich.net)  
[www.cci.dobrich.net](http://www.cci.dobrich.net)  
[www.een.dobrich.net](http://www.een.dobrich.net)  
[een.ec.europa.eu](http://een.ec.europa.eu)

9300 Dobrich  
182, 3 Bulgaria str.  
tel.: +359 58 601 472  
fax: +359 58 601 434  
e-mail: [een@cci.dobrich.net](mailto:een@cci.dobrich.net)  
[www.cci.dobrich.net](http://www.cci.dobrich.net)  
[www.een.dobrich.net](http://www.een.dobrich.net)  
[een.ec.europa.eu](http://een.ec.europa.eu)