

# Jak przykuć uwagę

**Finansowanie** Brak wiedzy o konkurencji i rynku oraz przesadny optymizm i strach przed jakąkolwiek zmianą mogą zniweczyć starania o pozyskanie zewnętrznego kapitału



Marta Bellon

m.bellon@pb.pl ☎ 22-333-97-33

Pierwsze wrażenie odgrywa ogromną rolę w kontaktach z potencjalnymi inwestorami. Przedstawiciele funduszy inwestycyjnych, o których uwagę zabiegają pomysłodawcy i przedsiębiorcy, mają ograniczoną ilość czasu, duże doświadczenie – mnóstwo podobnych spotkań za sobą i spory apetyt na zysk. Dlatego zanim aspirujący lub bardziej dojrzały przedsiębiorca stanie oko w oko z potencjalnym inwestorem, powinien się do tego dobrze przygotować – usystematyzować wiedzę na temat rynku, na którym zamierza działać bądź już funkcjonuje, przeprowadzić mile widziane przez inwestorów badania czy prześwietlić konkurencję. Powinien też pamiętać, że dla inwestorów nie liczy się wyłącznie zaproponowany przez niego pomysł na biznes, decydującą rolę odgrywa niekiedy osobowość autora przedsięwzięcia, niezwykle ważna jest więc umiejętność autoprezentacji.

– Inwestorzy zwracają uwagę przede wszystkim na grupę osób mających zarządzać danym przedsięwzięciem, jest to kluczowy czynnik sukcesu. Bardzo ważne są również: innowacyjność, unikalność projektu – gdyż takie pomysły są w stanie zapewnić najwyższą stopę zwrotu, oraz sam rynek, na którym będzie działać

przedsiębiorstwo. Połączenie tych elementów, a więc innowacyjności projektu czy koncepcji biznesowej, perspektywiczności rynku oraz doświadczenia kadry zarządzającej, jest niemal gwarantem sukcesu – mówi Szymon Szczepaniak, analityk inwestycyjny Grupy Trinity, której fundusz inwestuje głównie w przedsięwzięcia z branż technologicznych.

## Liczą się konkrety

Forma prezentacji pomysłu na biznes czy działającej już firmy ma drugorzędne znaczenie. Inwestorzy oczekują od przedsiębiorcy krótkiego, ale konkretnego opisu projektu lub spółki.

– Przy pierwszym kontakcie oczekujemy dokumentu, który przekaże w prosty i atrakcyjny sposób ideę przedsięwzięcia i da odpowiedź na pytanie: dlaczego mamy mu poświęcać czas. Do naszego funduszu rocznie trafia kilkaset projektów, więc najlepiej jeśli przedsiębiorca przygotuje dwu-, trzystronicowy teaser, czyli krótkie streszczenie przedsięwzięcia. Należy przedstawić dotychczasowe osiągnięcia, dane finansowe, takie jak: przychody, zyski przynajmniej na poziomie operacyjnym, zadłużenie – to nam pomoże ocenić, czy przedsiębiorca w miarę bezpiecznie zarządza swoim biznesem. Trzeba przedstawić też oczywiście sam produkt lub usługę i poinformować o jego przewagach. Fundusze VC oczekują wysokiej stopy zwrotu, żeby ją osiągnąć, trzeba się czymś wyróżnić na tle rynku. Przedsiębiorca powinien też krótko opisać

branżę, w której działa, oraz pozycję spółki w tej branży – wyjaśnia Maciej Kowalczyk, dyrektor inwestycyjny w Enterprise Venture Fund I, funduszu VC zarządzanym przez Enterprise Investors. EVF dysponuje kapitałem w wysokości 100 mln EUR, inwestuje w małe i średnie firmy od 1 do 7 mln EUR.

Tomasz Czaplinski, prezes LMS Invest – funduszu specjalizującego się w inwestycjach na wczesnym etapie działania przedsiębiorstw – radzi, by na pierwsze spotkanie z funduszem pomysłodawca przygotował zwięzłą prezentację, która zobrazuje sześć podstawowych aspektów, takich jak: problem lub potrzeba – jaki problem (potrzeba) został zidentyfikowany na rynku, rozwiązanie – jakie jest proponowane przez pomysłodawcę rozwiązanie tego problemu lub zaspokojenie zidentyfikowanej potrzeby, model biznesowy – w jaki sposób ma działać przedsiębiorstwo, na czym ma zarabiać, marketing – w jaki sposób projekt ma być promowany, konkurencja – kto oferuje na rynku usługi lub produkty zaspokajające te same potrzeby, oraz zespół – kto stoi za pomysłem i kto będzie go realizował.

– Przedstawienie tych danych w formie prostej prezentacji otwiera drzwi do dalszych rozmów. Te dopiero mają na celu pogłębienie wiedzy inwestora na temat potencjalnej inwestycji – mówi prezes LMS Invest.

## A jak analiza

Im więcej konkretnych danych dotyczących biznesu i jego otoczenia przedstawi

# gę inwestora

się inwestorowi, tym większa szansa na zaskarżenie sobie jego przychylności. Przydają się więc badania rynkowe, które jak zapewniają eksperci – można przeprowadzić na własną rękę, nie korzystając przy tym z drogich, specjalistycznych analiz.

– Pomysłodawcy stosunkowo często pomijają analizę rynku i konkurencji, a przez to nie dostrzegają wielu kluczowych czynników mogących narazić przedsięwzięcie na niepowodzenie. Dodatkowo już na etapie szukania inwestora powinni wiedzieć, jakie koszty i przychody będzie generował projekt. Szacowanie przychodów – szczególnie na etapie start-upów – jest zadaniem stosunkowo trudnym, dlatego tak bardzo istotna jest znajomość rynku i jego wartości. Bez tej wiedzy prawidłowa prognoza przychodów jest praktycznie niemożliwa do oszacowania. Wskazane jest także posiadanie informacji na temat własnej wyceny przedsięwzięcia oraz zapotrzebowania kapitałowego. Trzeba być przygotowanym, że już na wczesnym etapie procesu inwestycyjnego takie pytanie zostanie zadane – podkreśla Szymon Szczepaniak.

## Zespół pod lupą

Gdy inwestor daje zielone światło, by kontynuować rozmowy, przychodzi czas na dokładne przyjrzenie się osobom stojącym za przedsięwzięciem.

– Staramy się poznać kluczowe osoby zarządzające firmą – nie tylko te zajmujące się sferą finansową, ale także odpowiedzialne za sprzedaż, marketing czy produkcję. Jeżeli projekt jest atrakcyjny już na wczesnym etapie kontaktów ze spółką, odwiedzamy jej siedzibę, a równolegle pogłębiając swoją wiedzę o spółce i jej otoczeniu. Po głębszym zbadaniu biznesu przedstawiamy przedsiębiorcy naszą ofertę – określamy, na ile wyceniamy jego firmę, ile udziałów chcielibyśmy objąć i jakie mieć prawa w spółce – mówi Maciej Kowalczyk.

” Jednym z częstych błędów jest stwierdzenie, że spółka nie ma konkurencji. Oznacza to, że przedsiębiorca albo nie zna rynku, albo że tego rynku w ogóle nie ma. Nie można też przesadzać z optymizmem.

► **Maciej Kowalczyk**  
Enterprise Investors

Po pierwszych rozmowach inwestorzy mają oczywiście mnóstwo pytań i chcą doprecyzować informacje, jakie uzyskali podczas prezentacji.

– Pomysłodawca musi mieć świadomość, że takie spotkanie z inwestorem jest dopiero jednym z pierwszych etapów całego procesu i musi być przygotowany, że może jeszcze dojść do kilku spotkań, na których będą rozwiewane kolejne wątpliwości. Należy to jednak odebrać jako pozytywny sygnał, gdyż większość projektów odrzucana jest już na wstępnym etapie – mówi Szymon Szczepaniak.

## Ostrożnie z optymizmem

Jakie błędy najczęściej popełniają przedsiębiorcy podczas spotkań twarzą w twarz z inwestorami?

– Jednym z częstych błędów jest stwierdzenie, że spółka nie ma konkurencji. Oznacza to, że przedsiębiorca albo nie zna rynku, albo że tego rynku w ogóle nie ma. Nie można też przesadzać z optymizmem, przedstawiając projekcje – musimy widzieć, że jest to atrakcyjny projekt pod względem wzrostu, zarabiamy na wzroście wartości spółki mierzonym wzrostem zysków, obrotów czy pozycji rynkowej – ale ostrożnie podchodzimy do nadmiernych optymistów. Zdarza się też, że przedsiębiorcy nie podchodzą racjonalnie do wyceny spółki – my wyceniamy ją przez pryzmat finansów, bierzemy również pod uwagę

potencjał wzrostu i analizę rynku, ale jeśli przedsiębiorca ma nierealistyczne oczekiwania, to trudno jest dojść do porozumienia. Ważne jest także to, jak przedsiębiorcy reagują na nasze sugestie, które zgłaszamy po bliższym zapoznaniu się ze spółką i branżą. Jeżeli są zamknięci na jakiegokolwiek propozycje, to nasza współpraca też staje pod znakiem zapytania, gdyż staramy się dostarczać spółkom coś więcej niż tylko pieniądze – zaznacza Maciej Kowalczyk.

Szymon Szczepaniak dodaje, że pomysłodawcy, którzy podchodzą do swoich projektów zbyt optymistycznie, bardzo często nie dostrzegają wielu zagrożeń mogących mieć istotny wpływ na działalność.

– Ma to odzwierciedlenie w przygotowywanych przez nich projekcjach finansowych, biznesplanie, jak i wycenie całego przedsięwzięcia. Dodatkowo nierzetelne przygotowanie się do spotkania, trudności z odpowiedzią na nawet najłatwiejsze pytania dotyczące projektu, brak analizy rynkowej, a także brak wiary we własny projekt z pewnością nie przybliżą pomysłodawcy do uzyskania upragnionego dofinansowania – podkreśla analityk Grupy Trinity.

## Najczęstsze błędy popełniane przez pomysłodawców/ przedsiębiorców:

- nieznajomość rynku, na którym chcą działać
- zbyt optymistyczne podejście do planowanego lub prowadzonego biznesu – nieracjonalne oczekiwania co do jego wyceny
- nierzetelne przygotowanie się do spotkania, trudności z odpowiedzią na pytania dotyczące projektu
- brak analizy rynkowej
- niechęć wobec jakichkolwiek propozycji zgłaszanych przez inwestorów
- brak wiary we własny projekt