

Jak zdobyć serce Akces NCBR?

Pitch deck, czyli przedstawienie projektu

Nawiązując kontakt z potencjalnym inwestorem powinniśmy być uzbrojeni w gotowy pitch deck, czyli prezentację inwestorską. W skrócie, w pitch decku każdy inwestor spodziewa się znaleźć kluczowe informacje o spółce, jej dotychczasowych osiągnięciach i planach rozwojowych, w tym:

- Przedstawienie zespołu zarządzającego,
- Opis problemu jaki mają klienci i w jaki sposób produkt spółki go rozwiązuje,
- Analizę rozwiązań konkurencyjnych,
- Model biznesowy,
- Planowane przeznaczenie pozyskanych środków.

Ważne aby prezentacja była zwięzła i zrozumiała dla osób, które niekoniecznie są specjalistami w danej dziedzinie.

Zespół założycielski

Nawet najlepszy pomysł nie gwarantuje sukcesu bez odpowiedniego zespołu, który będzie w stanie go rozwinąć i przekształcić w dochodową firmę. Dlatego ważne jest, aby udowodnić, że dysponujesz wyjątkowym zespołem do wdrożenia pomysłu.

Inwestorzy często angażują się w projekty realizowane przez odważnych i inspirujących ludzi. Dlatego niezbędne jest uwzględnienie w prezentacji (tzw. pitchdecku) slajdu poświęconego założycielom i ich kompetencjom. Osiągnięcia i umiejętności założycieli zaprezentowane w prezentacji nie powinny pozostawiać żadnych wątpliwości co do zdolności zespołu do zrealizowania przedstawionej wizji.

Przykładem może być prezentacja przygotowana przez firmę Flipkart dla jego przyszłego właściciela, czyli Walmart.

Experienced and Committed Management Team with Strong Market and eCommerce Expertise



Binny Bansal
CEO, Flipkart Group and
Co-Founder of Flipkart

- 2017 CEO of Flipkart Group
- 2016 CEO of Flipkart
- 2007-2016 COO of Flipkart
- B. Tech in Comp. Engineering from IIT-Delhi



Kalyan Krishnamurthy
CEO Flipkart

- 2017 CEO of Flipkart
- 2016 key positions with Flipkart
- 2006-2016 key positions with Tiger Global Management and eBay Asia-Pacific
- MBA from AIM, Philippines



Ananth Narayanan
CEO of Myntra and Jabong

- 2015-2017 CEO of Myntra
- 2000-2015 Director, Managing Partner, McKinsey Chicago, Shanghai, Taipei, India
- MS from University of Michigan



Sameer Nigam
Founder and CEO of PhonePe

- 2014-2017 Founder and CEO of PhonePe
- 2011-2014 VP and SVP at Flipkart
- 2009-2012 Founded Mime360 as digital distribution platform
- MBA from Wharton Business School

Problem + Rozwiązanie

Czy słyszałeś kiedyś powiedzenie: „Sprzedaj problem, a rozwiązane samo się sprzeda”? To powiedzenie ma często swoje odzwierciedlenie w rzeczywistości biznesowej. Skoncentrowane i precyzyjnie opisanie problemu może być równie ważne, jeśli nie ważniejsze, niż samo rozwiązanie. Produkt lub usługa mogą przechodzić różne iteracje rozwoju, ale jeśli skutecznie rozwiązują realny problem dla szerokiej grupy odbiorców, zyskują ogromne znaczenie w oczach potencjalnych inwestorów.

Podczas opisywania problemu warto dążyć do tego, aby Twój odbiorca mógł sobie, wyobrazić jak to wyzwanie wpływa na ich życie, co pobudza ich do myślenia nad możliwymi rozwiązaniami. To podejście pomaga zbudować większe zrozumienie i zaangażowanie, co jest kluczowe zarówno w procesie przekonywania inwestorów, jak i w przyciąganiu klientów do produktu lub usługi.

Spójrzmy, [jak z tym wyzwaniem poradziło sobie Airbnb?](#)

Problem 2

Price is a important concern for customers booking travel online.

Hotels leave you disconnected from the city and its culture.

No easy way exists to book a room with a local or become a host.

© rouch street, inc., san francisco, ca 94103 www.airbedandbreakfast.com 888 461 8380 jw@airbedandbreakfast.com

Solution 3

A web platform where users can rent out their space to host travelers to:

SAVE MONEY when traveling	MAKE MONEY when hosting	SHARE CULTURE local connection to the city
-------------------------------------	-----------------------------------	--

© rouch street, inc., san francisco, ca 94103 www.airbedandbreakfast.com 888 461 8380 jw@airbedandbreakfast.com

☑ Konkurencja i przewagi 👑

W każdym biznesie istnieje konkurencja. Nawet jeśli udało Ci się stworzyć zupełnie nowy produkt lub usługę, nadal rywalizujesz pośrednio z innymi. Wskazanie informacji o bezpośrednich i pośrednich konkurentach w swoim pitchdecku dowodzi, że przeprowadziłeś odpowiednie badania rynku i masz pełną świadomość istniejących zagrożeń. Jednocześnie podkreślenie własnych przewag konkurencyjnych pokazuje, że opracowałeś strategię, aby je skutecznie pokonać.

Przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych, inwestorzy patrzą na konkurencję z szerokiej perspektywy, podobnie jak [CEO Netfliksa, który uznał sen za konkurencję dla swojej usługi SVOD](#). Dlatego warto już na etapie pitchdecka zwrócić uwagę inwestorów na fakt, że widzisz również te mniej oczywiste konkurencyjne czynniki.

Jeśli chodzi o prezentację wyników analizy konkurencji, skutecznym podejściem może być zestawienie podobnych rozwiązań w formie tabeli lub bardziej wizualnie za pomocą wykresu typu scatter plot z dwiema zmiennymi. Możesz także rozważyć wykorzystanie obu tych form naraz, jak to zrobiła na przykład firma Revolut.



Model biznesowy

Chociaż Twoja firma może jeszcze nie generować obecnie dochodów lub przychodów, istotne jest, aby w pitch decku przedstawić plan, jak zamierza osiągnąć zyski w przyszłości. Warto wykorzystać różne schematy i diagramy, które ilustrują uczestników rynku oraz przepływ usług i płatności między nimi. Pomocne jest również uwzględnienie tego elementu w prezentacji, ponieważ inwestorzy zazwyczaj pytają o tę kwestię.

[W swoim pitchdecku firma Dropbox](#) zdecydowała się skoncentrować na trzech kluczowych punktach, które wystarczyły do wyjaśnienia, w jaki sposób firma będzie generować przychody.

Business model

- **Individuals: freemium**
- **SMB: shared folder per-seat license** (replaces backup, Windows file share, collaboration tools, reduces IT headcount)
- **Platform: broker all UGC from the desktop to the web**

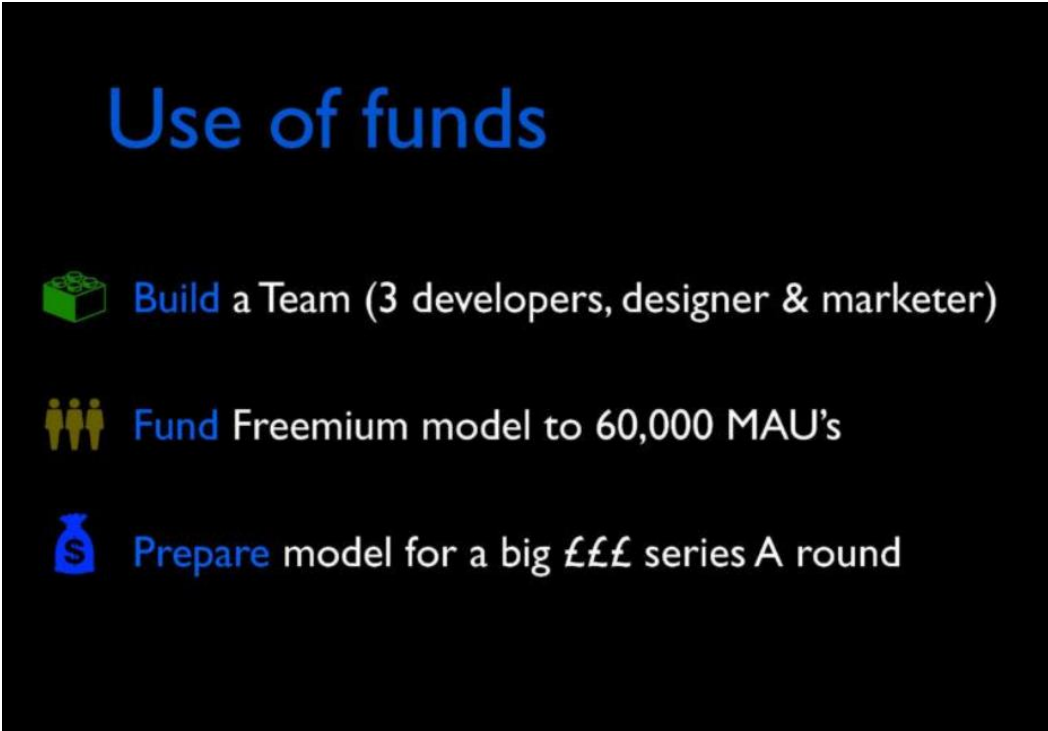


Pozyskiwany kapitał i jego przeznaczenie




Tak jak w każdym przekonującym wystąpieniu handlowym, prezentacja inwestorska również musi zawierać klarowane *call to action*. To właśnie ten moment, w którym wykładasz na stół swoje najważniejsze karty. Powinieneś precyzyjnie określić, ile środków zamierzasz pozyskać, na co zostaną one przeznaczone i jak długo wystarczy Ci tych środków w obecnym pozyskiwaniu kapitału.

Jeśli już masz wypracowaną wycenę swojej firmy, warto ją również podać w tym miejscu. Podobnie, jeśli w rundzie inwestycyjnej bierze udział więcej niż jeden fundusz, a część kapitału została już zabezpieczona, taka informacja jest niezwykle wartościowa. Wskazuje ona, że istnieją już inwestorzy, którzy uwierzyli w Twoją wizję, co podnosi Twoją wiarygodność w oczach nowych potencjalnych inwestorów.

Przykład takiego podejścia można odnaleźć w pitchdecku firmy Revolut. Firma precyzyjnie określa, ile kapitału zamierza pozyskać i jakie cele chce osiągnąć przy wykorzystaniu tych środków.



Use of funds

-  **Build a Team** (3 developers, designer & marketer)
-  **Fund Freemium model** to 60,000 MAU's
-  **Prepare model** for a big £££ series A round