

Introduzione

La differenziazione delle fonti di finanziamento è fondamentale per la solidità finanziaria dell'azienda.

Tuttavia, non tutti gli schemi di finanziamento sono adatti a tutte le aziende o alla loro fase di sviluppo.

I consulenti EEN possono svolgere un ruolo importante nel supportare l'azienda:

- comprendere le esigenze dell'investimento
- avere un quadro completo delle fonti di finanziamento disponibili
- conoscere i fornitori finanziari che possono essere coinvolti
- preparare l'incontro con il finanziatore.

Quando si parla di finanziamento equity e di investitori privati, l'impresa deve essere in grado di presentare il proprio progetto di investimento di fronte a un panel: il pitching exercise!

Questo documento riassume gli elementi chiave che un'azienda deve gestire quando si prepara al pitching.

Gli attori e il loro approccio

Nell'esercizio di pitching sono coinvolte attivamente due categorie di attori: l'imprenditore e l'investitore.

Hanno esigenze e approcci diversi, ma sono entrambi impegnati a creare valore e a far sì che il progetto abbia successo.

Imprenditori VS Investitori

L'imprenditore:

- Ama la sua idea imprenditoriale ("La migliore idea imprenditoriale del mondo")
- Conosce molto bene il prodotto ma non le aspettative dell'investitore
- Mira a sviluppare un prodotto di successo
- Pensa che "Non ci sono abbastanza investitori disposti a finanziare le imprese".

L'investitore:

- Guarda all'idea imprenditoriale come a un "progetto".
- Non si preoccupa del prodotto/tecnologia, ma di fare un investimento redditizio!
- Vuole ottenere il 30% di IRR e un'uscita 10 volte superiore.
- Pensa che "non ci sono abbastanza progetti "pronti per l'investimento"".

Come prepararsi alla sessione di pitching

Il team dell'azienda deve:

- **definire 2-3 sessioni di pitching con tempi variabili (2 minuti, 5 minuti, 10 minuti)**
- **organizzare un pitch deck: una presentazione PowerPoint breve e accattivante (utilizzare grafici e strumenti di presentazione).**
- **avere un sommario esecutivo ben scritto e supportato dai fatti (1-2 pagine)**
- **Pensare a una strategia di uscita (exit) realistica per gli investitori.**

Il team deve anche:

- **fare molte prove**

- **essere pronti a rispondere alle domande**
- **avere un aspetto professionale**

Pitch Deck: da fare e da non fare

Il team dell'azienda è invitato a prestare particolare attenzione alle seguenti caratteristiche quando prepara il suo pitch deck:

- Convincere l'osservatore del motivo per cui l'opportunità di mercato è grande
- Includere grafici e immagini visivamente interessanti
- Raccontare una storia avvincente, memorabile e interessante che dimostri la passione per l'azienda.
- Dimostrare di avere qualcosa di più di un'idea e di aver ottenuto i primi risultati nello sviluppo del prodotto, nell'acquisizione di clienti o nella firma di contratti
- Avere una frase che gli investitori ricorderanno.

Il team dell'azienda deve ricordare quanto segue:

- Non fate un pitch deck lungo più di 15-20 slide (gli investitori hanno tempi di attenzione limitati). Se si ritiene di dover aggiungere altre informazioni, includetele in un'appendice.
- Non avere troppe slide prolisse.
- Non fornite eccessivi dettagli finanziari, che possono essere forniti in un follow-up.
- Non cercate di coprire tutto nel pitch deck. La presentazione di persona vi darà l'opportunità di aggiungere ed evidenziare le informazioni chiave
- Non utilizzate molti gerghi o acronimi che l'investitore potrebbe non capire immediatamente
- Non sottovalutate o sminuite la concorrenza.
- Non fate sembrare il vostro pitch deck obsoleto. Non è opportuno che la data sulla copertina sia vecchia di diversi mesi (ecco perché si evita di mettere una data sulla copertina). Evitate che nel documento siano presenti informazioni o metriche sulla vostra attività che sembrano stantie o superate.
- Non abbiate un layout scadente, una grafica scadente o un aspetto di bassa qualità. Pensate di assumere un grafico per dare al vostro pitch deck un aspetto più professionale.

Le diapositive chiave del Pitch Deck per gli investitori di un'azienda

Panoramica dell'azienda

Riassumete in 4-6 punti la vostra attività, il problema che risolve, la vostra sede, l'esperienza del team di gestione e l'eventuale traction già acquisita.

Mission/Vision dell'azienda

Esprimate chiaramente la vostra mission e la vostra vision in uno stile sintetico ma efficace, trasmettendo il vostro obiettivo chiave e definendo chi volete diventare.

Il team

Il team di un'azienda è il fattore più importante per decidere se investire o meno. La slide "Il Team" tipicamente include:

- Immagini e titoli dei membri chiave del team
- Breve riassunto degli impieghi precedenti del team che mostri l'esperienza nel settore e le competenze rilevanti
- Consulenti e membri del consiglio di amministrazione (a volte inclusi in questa slide per rafforzare la credibilità).

Il problema

Definite il problema o l'esigenza che la vostra azienda sta risolvendo, concentrandovi sul suo impatto e sui clienti target a cui si rivolge.

La soluzione

Articolate la soluzione proposta e il motivo per cui è migliore di altre soluzioni presenti sul mercato. Questa parte deve essere attentamente coordinata con la slide "Prodotto" del pitch deck, in quanto potrebbero esserci delle sovrapposizioni.

L'opportunità di mercato

Gli investitori desiderano investire in grandi opportunità con ampi mercati affrontabili. Definite il mercato in cui vi trovate. Includete grafici che mostrino quale porzione del mercato affronterà la vostra azienda (più grande è, meglio è, sempre ragionevolmente).

Il prodotto

Illustrate chiaramente in cosa consiste il prodotto o il servizio della vostra azienda e perché è unico. Immagini e video possono svolgere un ruolo importante, ma non limitatevi a lunghe spiegazioni scritte. Includete i seguenti:

- caratteristiche principali del prodotto
- i motivi per cui gli utenti si interessano al prodotto
- le principali tappe del prodotto
- le principali caratteristiche differenziate del prodotto

I clienti

Una slide "Clienti" può essere potente e aggiungere credibilità. Normalmente, i loghi dei clienti più noti sono inclusi in questa slide.

La tecnologia

Fornire, in un gergo amichevole per l'utente, informazioni sulla tecnologia di base; i principali diritti di proprietà intellettuale dell'azienda (brevetti, brevetti in corso di registrazione, diritti d'autore, marchi, nomi di dominio); perché la tecnologia è o sarà superiore e perché sarà difficile per un concorrente replicare la tecnologia.

La concorrenza

È di estrema importanza indicare chiaramente chi sono i concorrenti dell'azienda; su cosa si basa il vostro vantaggio competitivo; le caratteristiche chiave che vi differenziano dai vostri concorrenti. Dovete dimostrare di conoscere bene il panorama competitivo ed essere pronti a rispondere alle domande sui vostri concorrenti. Se non capite i vostri concorrenti, l'investitore potrebbe concludere che non capite davvero il mercato.

Traction

Spiegate i progressi della vostra azienda e lo slancio che acquisisce con la crescita dell'attività. La traction si applica a quasi ogni tipo di azienda, sia essa orientata ai servizi o ai prodotti, o che venda al pubblico o ad altre aziende.

Business Model

Gli investitori vorranno capire il vostro modello di business. Per questo motivo è necessario affrontare questioni chiave quali: come si guadagna? Qual è il modello di prezzo? Qual è il valore a lungo termine di un cliente? Quali sono i canali e i costi di acquisizione dei clienti?

Il piano di marketing

Indipendentemente dalla qualità del vostro prodotto, dovrete avere un buon piano di marketing per ottenere clienti o utenti. Fornite informazioni concise sui vostri canali di marketing principali (ricerca a pagamento, social media, TV, radio, email marketing, ecc.); i primi successi ottenuti e i canali con cui avete lavorato; i vostri costi preliminari di acquisizione clienti per cliente.

I dati finanziari

Gli investitori vorranno capire l'attuale situazione finanziaria dell'azienda e il futuro tasso di "burn" (perdita di cassa mensile o annuale mentre l'azienda sviluppa e commercializza il suo prodotto).

La slide "Financials" può includere i seguenti elementi: Proiezioni finanziarie a tre-cinque anni; Unit economics; Burn rate; metriche chiave importanti per l'azienda (come i ricavi ricorrenti annuali); ricavi e spese totali; EBITDA; ipotesi chiave.

La domanda

Fornire indicazioni su:

- Quanto denaro state cercando (un intervallo va bene, ad esempio "stiamo cercando un finanziamento di 2-3 milioni di euro").
- Quanto tempo pensate che durerà il finanziamento (es. 15-18 mesi)
- Quali sono i principali traguardi che pensate di poter raggiungere con il finanziamento?
- Quale sarà l'utilizzo principale dei proventi dell'investimento (ad esempio, sviluppo della tecnologia e del prodotto, nuove assunzioni, spese di capitale, marketing, ecc.)
- Chi sono i vostri investitori attuali (evidenziando eventuali investitori noti)

Gli errori più frequenti che gli imprenditori commettono quando si rivolgono agli investitori

Errore n. 1: un business plan di 50 pagine da esaminare

Gli investitori non hanno il tempo di rivedere un business plan di 50 pagine per decidere se vale la pena di un incontro o un follow-up. Date all'investitore un riassunto di 2-3 pagine e magari una presentazione in PowerPoint.

Errore n. 2: non mostrare perché l'opportunità di mercato è grande

La maggior parte degli investitori cerca imprese che possano scalare e diventare significative. Assicuratevi quindi di affrontare questo aspetto fin dall'inizio ovvero perché la vostra azienda può davvero diventare grande.

Errore n. 3: dire a un investitore che non avete concorrenza

Dire a un investitore che non avete concorrenza significa probabilmente essere irrealistici o ingenui. Certo che avete concorrenza, sia essa diretta, indiretta o di qualcuno che fornisce una soluzione sostitutiva. La vostra analisi dei concorrenti dimostrerà all'investitore che conoscete bene il mercato.

Errore n. 4: mostrare proiezioni poco interessanti o non realistiche

Errore n. 5: dimenticare di evidenziare l'esperienza e le credenziali del vostro team

Gli investitori vorranno sapere che il team possiede le giuste competenze, la grinta, l'esperienza e il temperamento per far crescere l'azienda.

Errore n. 6: non prestare attenzione ai dettagli

Assicuratevi che la vostra presentazione non contenga errori di battitura o incoerenze. Presentate una presentazione ben scritta e visivamente interessante. Includete i numeri di pagina su ogni slide, in modo da poter facilmente fare riferimento a una pagina specifica. Per protezione legale, inserite una nota di copyright in fondo alla presentazione e aggiungete la frase "Riservato e privato".

Errore n. 7: non comprendere i rischi potenziali dell'azienda

Gli investitori vorranno verificare quali sono, secondo voi, i rischi per l'azienda. Vogliono capire il vostro processo di pensiero e le precauzioni di mitigazione del rischio che potreste prendere.

Errore n. 8: non vendere all'investitore la vostra proprietà intellettuale**Errore n. 9: non fare ricerche sull'investitore e sul suo portafoglio**

Mostrare una certa conoscenza del background dell'investitore e delle società in cui investe faciliterà alcune parti della conversazione, oltre a dimostrare che avete fatto un po' di due diligence in vista dell'incontro.

Errore n. 10: non offrire una strategia di uscita (exit) chiara