

מצגת תוכנית עסקית למשקיע - Pitch Presentation

גיוס מימון לחברות ומיזמים עסקיים הינה משימה קשה תמיד וקשה שבעתיים כיום. גיוס מימון הינו תהליך ארוך, מורכב ומייגע. אחד השלבים הקריטיים בתהליך הינו השגת "תשומת לב" של משקיע פוטנציאלי, יצירת עניין ונכונות אמיתית לבחון ברצינות ובחיוב את האפשרות להשקיע. הכלי המתאים ביותר להשגת מטרה זו הינו ה- **Pitch**, מושג אמריקאי בעל משמעות מיוחדת בתחום גיוס הון. הכוונה הינה לאירוע הצגת החברה או המיזם למשקיעים פוטנציאליים. במוקד ה- **Pitch** עומדת פרזנטציה של עיקרי התוכנית בעיסוקית **Pitch Presentation**. רבים טובים נופלים בשלב זה כי אינם מבינים את מהות העניין. בשנים האחרונות מתגבשת "תורה" ברורה של תעשה ולא תעשה בתחום זה. שעיקרה הינה שתוכנית עיסוקית בת 100 עמודים איננה מצרך נחוץ על מנת לשכנע משקיע. מסמך מקצועי בן 20 עמודים מתאים יותר.

למה? פשוט, מסמך התוכנית העסקית נועד ליצור עניין להעביר מידע אל בעיקר להעביר מסרים, ובעיקר ליצור תחושה שמדובר במיזם בעל פוטנציאל עסקי. גם תוכנית עסקית בת 1000 עמודים לא מהווה בסיס לקבלת החלטות של המשקיע, לאחר יצירת העניין המשקיע וצוותו ינסו לשלב בדיקת נאותות מעמיקה (Due Diligence) ובשלב זה "יחפרו" בכל העובדות. יש להבדיל בין התכנון שחייב להיות קולח, משכנע ומלהיב לבין התוכנית העסקית שחייבת להיות קצרה, קולחת, מעניינת ואמינה..

Guy Kawasaki, הגורו בלתי מעורער בתחום היזמות הולך רחוק יותר ומגדיר מחדש את ה- Pitch Presentation, ומנסח את ה- 10/20/30 rule

"Pitch presentation should have 10 -15 slides, no more than 20-25 minutes and contain no font smaller than 30-15 points"

עקרונות ה"מי, מה ואיך"

פרזנטציה עסקית מנצחת חייבת להיות מבוססת על מי, מה ואיך [Who - What - How], מי מתייחס לשאלה מיהו קהל היעד ומה באמת מעניין אותו לשמוע, מה יגרום לו להתאהב במיזם/חברה, בעוד המה מתייחס למה אתה רוצה להשיג, מה באמת הינו בסיס הרעיון, מה ייחודי בו, מה מלהיב בו [כן, רעיון עסקי חייב להיות מלהיב!], האיך מתייחס לאופן בניית התוכנית והצגתה. ברור כי תוכנית מוצגת חייבת להיות בהירה, ברורה, ממוקדת וכזו שבסופה תגרום למשקיע להרגיש כי אסור לו לפספס הזדמנות.

מצגת עיסקית מנצחת חייבת להתייחס באופן מתמצת ואמין לרכיבים הבונים את "הסיפור" באופן משכנע ומובנה. הרכיבים העיקריים הינם :

- ◆ **רקע כללי:** מצגת בהירה של המיזם, הרעיון המרכזי, חזון ויעדים כלליים. מקטע זה חייב להיות קצר ממוקד וללא סופרלטיבים.
- ◆ **הבעיה :** מהי הבעיה הזקוקה לפיתרון? תאור קצר ותמציתי של הבעיה כולל נתונים כמותיים [גודל השוק, מגמות עוצמת והצורך בפיתרון, מה קיים כיום]. כן הדגישו את הצורך למה באמת משהו ישלם עבור פיתרון הבעיה.
- ◆ **הפיתרון המוצע :** מה מיוחד ומלהיב בפיתרון שלכם? מה עושה אותו לשונה ולאטרקטיבי? רצוי להציג באופן תמציתי מדויק את היתרונות ללקוח.
- ◆ **התחרות :** לאחר הצגת הבעיה והפיתרון ברור כי מה שיטריד את המשקיע הינו: מה? לא חשבו על זה קודם? אין תחרות, זה הזמן להכות בברזל (בעודו חם?) ולהציג באופן אמין את המתחרים תוך הדגשת היתרון היחסי/מוחלט של הפיתרון [מיצוב, מחיר, טכנולוגיה וכדומה].
- ◆ **המודל העיסקי :** מקטע זה עוסק בשאלה איך בדיוק אתם מתכוונים לממש את הפוטנציאל העיסקי [אם עושים מזה כסף] , רוב התוכניות העסקיות מתארות יפה בעיה אולם נכשלות בשכנוע המשקיע כי באמת ניתן לעשות מזה כסף והרבה .
- ◆ **הצוות :-** הכל טוב ויפה אבל כמה ניתן לסמוך עליכם? מי מוביל את העסק בצד הטכנולוגי, שיווקי, ניהולי? זה הזמן להתייחס לנושא זה באופן תמציתי , להשאיר את הרושם הבלתי מעורער כי מדובר ב"ידיים טובות".
- ◆ **סטטוס ואבני דרך :** אז "תאכלס" מה אתם מתכוונים לעשות ומתי? יש להציג תוכנית ברורה הכוללת אבני דרך משמעותיים במימוש העיסקי.
- ◆ **התחזית עיסקית -** ולסיכום איך הכל צפוי להראות בפרספקטיבה הפיננסית? תחזיות פיננסיות מתומצתות [תחזית מכירות, רווח והפסד ותזרים מזומנים] חיוניות על מנת להמחיש את הפוטנציאל ואת ההשקעה הנדרשת [אין צורך בטבלת אקסל מורכבת, פשוט תמציתי].
- ◆ **סיכום - אז מה צריך לעשות כעת? הציגו את סיכום הפוטנציאל ובמקביל את המימון הנדרש [סוג משקיע וכדומה].**