



כיצד להתכונן לפגישה עם משקיע

מאת גיא חורש, טארגט

עבור חברות סטארט אפ, יציבות תזרים המזומנים הנו הגורם הקריטי ביותר להישרדות בשלבים הראשונים, עמידה ביעדים האסטרטגיים כגון פיתוח מוצר, אבטיפוס, ניסוי בטא ויציאה ראשונית לשוק תקנה לחברה את הזכות לקבל כספים במסגרת הסכם השקעה מבוסס milestones כנהוג ברוב הסכמי ההשקעה כיום. מכאן החשיבות הגדולה להצליח לגייס כסף, מהר.

אם כן, מדוע כל כך הרבה מנהלי חברות סטארט אפ מגיעים לא מוכנים לפגישות עם ולתהליך גיוס משקיעים? אנג'לים וקרנות? אין זה משום שהפגישה לא נתפסת בעיניהם כחשובה מן המעלה הראשונה אלא משום שחסרה להם המתודולוגיה הבסיסית להכנה מקצועית עבור פגישות מעין אלה.

להלן 6 כללים לשיפור תוצאות הפגישה עם משקיע פוטנציאלי (כתוב בלשון זכר אולם הכוונה הנה ללשון זכר ונקבה):

1. לבוש

אמנם במדינת ישראל חיים אנו אולם עדיין אני נתקל במנהלי חברות סטארט אפ אשר מגיעים אלי לפגישות לבושים בג'ינס, איך שאתה מתלבש מגדיר את איך אתה תופס את עצמך ואת החברה שלך, יזם שמגיע בג'ינס נראה אחרת מיזם שמגיע מחויט. תן כבוד לעצמך ולאדם אשר עמו אתה נפגש ולגוף אותו הוא מייצג.

2. שפת גוף ואינטונציה במהלך המצגת

מעבר לכל התארים אנחנו בסך הכול בני אדם, לכן חשוב שכאשר אנו מקבלים מסר או מספר מסרים, במהלך מצגת למשל, נזדהה ככל האפשר עם המציג ונתעניין זמן ממושך ככל הניתן, עם מה שנאמר, לכן, הקפד על יצירת קשר עין עם כל משתתף, תן יחס לכל משתתף, אל תעמוד בלי לזוז כל המצגת בפינה, תהיה דינאמי, "תן למצגת חיים", תן דגש לדברים הנאמרים בשקפים באמצעות אינטונציה לפי מדרג החשיבות שלהם. מצגת... זו הצגה, שתהיה טובה ומהנה. בעתיד יצפו ממך להציג באופן מוצלח מול לקוחות ושותפים עסקיים.

3. תוכן המצגת

לכל מצגת יש אסטרטגיה עסקית, תוכן המצגת חשוב שיהיה בנוי באופן הגיוני ויכלול מרכיבים כגון סקירת החברה והשוק, מוצר ושירותים, תחרות, בידול מול התחרות וחסמי כניסה, מודל עסקי, שימוש בכספי ההשקעה, מודל Exit ושאר המרכיבים. זכור כי נוהגים לומר ש-20% מלקוחותיך יהיו אחראים ל-80% מהיקף המכירות שלך. לאור תופעה זו עליך לאתר מי הם 10 הלקוחות הגדולים הבאים בחשבון מה 20% ולציין כיצד תגיע אליהם, המצגת צריכה להיות בנויה באופן הגיוני ורציף ומה שחשוב לזכור הוא שאתה מבקש ממשוה שאין לו מושג מה אתה עושה להבין מדוע להשקיע בך, כסף. תעשה את זה קצר, ברור ומעניין.



4. התאמת המצגת למשקיע

למי מציגים? מה מעניין אותו? באילו תחומים וחברות הוא כבר השקיע? מה ניתן ללמוד על המשקיע באינטרנט? מה הוא אמר? היכן? במה הוא מאמין? **במה לא?** כדאי לדעת לפני הפגישה ולכן בצע הכנה מקיפה לפני כל פגישה, ככל האפשר, על המשקיע. דאג שהמסרים במצגת מתאימים לאופיו המקצועי. משקיעים ובצדק, חשים בנוח להשקיע בתחומים אותם הם מכירים ובהם הם מבינים, כך ניתן לכמת את הסיכון בהסתברות גבוהה ומדויקת יותר, אם ניתן להדגים את המוצר או השירות נשוא המצגת על תחום או תעשייה אותה מכיר המשקיע היטב תגדל ההסתברות שיחוש נוח יותר ויקלוט את המסרים טוב יותר. זו מטרתך.

5. רשת הקשרים

עולם המשקיעים הנו חוג יחסית קטן, רבים מאד המקרים בהם משקיעים מכירים האחד את רעהו, צא וראה האם יש לך קשרים לאנשים המכירים את המשקיע, את פעילותו? קולגות שלו? האם יש לך קשרים בחברות בהן הוא השקיע? מה אתה יודע עליהן? לא מספיק? גש ולמד.

6. ניהול הזמן לסיטואציה

משקיע רואה בממוצע כשלוש חברות ביום, זמנו קצר ומוגבל, עם זאת יזמים מתפתים לבזבז זמן יקר בשיחות חולין על חשבון זמן לדין במהות העסק, מהות זו תקבע באם תתקיים פגישת המשך או לא. יש לתת את הדעת ולכנן מבעוד מועד כמה זמן מוקדש לכל שקף ולזכור שיש לך כ 45 דקות להעביר את כל המסרים ולהתעכב על כל הנושאים החשובים באמת ולהקדיש פחות זמן לשיחות כגון "איפה היית בצבא" כדי לא למצוא עצמך בסוף הפגישה מסיים להעביר 60% מהמצגת. זה קורה הרבה, זה יוצר רושם לא רציני, יש להיזהר ממלכודת הדבש הזו, נחמדות לא על חשבון מהות.

גיוס מוצלח !

גיא חורש הנו הבעלים של טארגט, חברה לייעוץ עסקי אסטרטגי, המציעה ומספקת שירותי ייעוץ ליזמים, מנהלי חברות ומשקיעים. ניתן לבקר באתר החברה בכתובת www.targetbd.com