



DET GODE PITCH

DET GODE PITCH

i samarbejde med business angel Casper Dreymann

Hvis du vil vækste og skalere, er det nødvendigt med kapital. Hvis ikke du selv har det eller kan bootstrappe dig til det, så har du brug for en investor.

I samarbejde med business angel Casper Dreymann har vi udarbejdet denne tjekliste til dig, der skal pitche din virksomhed overfor investorer.

Her får du helt konkret at vide, hvordan du gør - og hvad du IKKE skal gøre.

INDHOLD:

1. Forberedelsen
2. På selve dagen
3. Dit pitch
4. Efter dit pitch



Du skal være godt forberedt, når du møder op for at pitche din virksomhed. Rigtig godt. Det drejer sig sandsynligvis om mange penge, som du vil have andre til at investere i din virksomhed. Og dermed også i dig.

Vær opmærksom på, hvem målgruppen er. Ikke alle kender for eksempel de nyeste teknologier, og hvis fagsprog, teknik eller indforståede termer er en del af din verden, så gør det enkelt og forståeligt.

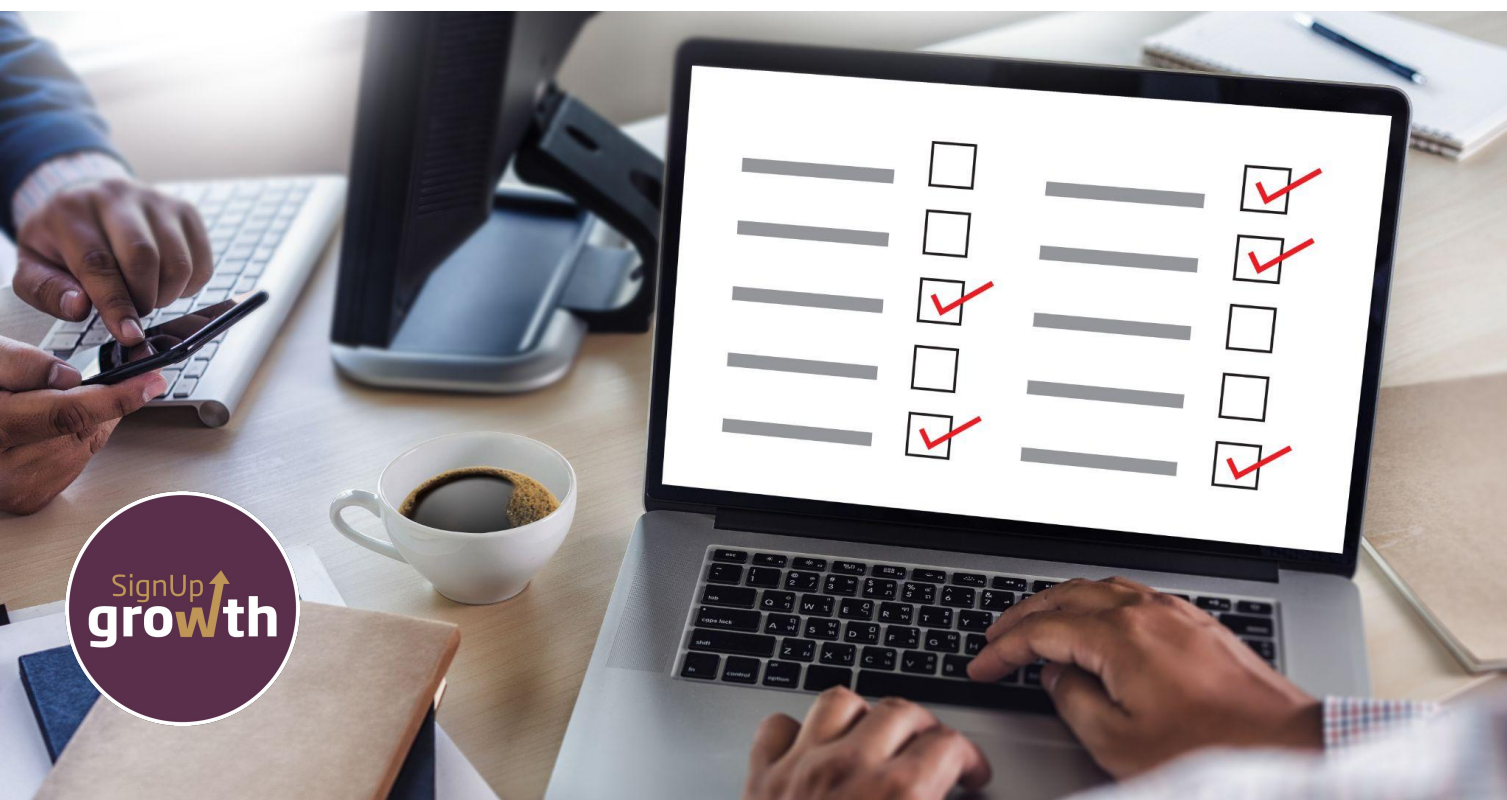
Forberedelsen indeholder:

- pitchets indhold
- præsentationen af dit pitch
- din fremtoning
- mødestedet og deltagerne



TJEKLISTE:

- ❑ Tjek deltagerne på LinkedIn, så du ved, hvem der er med
- ❑ Overvej hvem du vil tale med enten før eller efter dit pitch
- ❑ Forbered dig på, hvem du gerne vil have med som investor
- ❑ Lav en kort elevatortale (30-60 sekunder) Vær lynende skarp!
- ❑ Øv dit pitch mange gange, så du ikke er nødt til at læse op af noter/slides
- ❑ Præsenter dit pitch for nogen, du ikke kender, og som ikke kender dit arbejdsområde
- ❑ Vær sikker på, du ikke bliver for indforstået
- ❑ Lav evt. en kort video, hvor man kan se produktet i virkeligheden - og test den på udenforstående før dit pitch
- ❑ Dobbelttjek hvor arrangementet afholdes og hvordan du kommer derhen - kom i god tid.



VIGTIG VIDEN!

De 3 ting, investorer vægter højest, når de investerer i en virksomhed:

1. De skal tro på personen. Du skal vække deres tillid.
2. De skal tro på idéen. Grundtanken.
3. De skal tro på, at de kan tjene penge på investeringen.

Hav det in mente, når du forbereder dig og præsenterer din virksomhed og få et fuldstændigt, kontrolleret pitch.



INDEN DU TAGER AFSTED

Vær klædt på til opgaven.

Du skal fremstå seriøs, ellers vil ingen investere i dig.

Du behøver ikke komme i jakkesæt og slips, men du må heller ikke møde op i en slidt hættetrøje og hullede jeans.

Vær sikker på hvor det foregår.

Kom i god tid.

Det er bedre at komme en halv time for tidligt, end at komme blæsende ind ad døren i sidste øjeblik, fordi toget var forsinket, eller du punkterede.

Oftentimes er der desuden mulighed for at tale med investorerne, inden man går i gang. I så fald: Benyt dig af det!



TJEKLISTE

- Husk den rigtige powerpoint, video el. lign.
- Hav ekstra materiale - fx budgetter
- Tjek at din computer virker og har strøm på
- Husk visitkort
- Print evt lidt materiale til at udlevere til interesserede
- Blok og kuglepen



UDFORMNING

1. Start med at sige: Tak fordi jeg måtte komme!
2. **Hvem** er jeg, min baggrund, mit team - 30 sek
3. **Hvad** er det for en opgave, vi vil løse - 30 sek
4. **Hvordan** løser vi opgaven? Hvad har vi udviklet? Hvorfor/hvordan er det unikt?
5. **Hvad** betyder det for vores kunder?
6. Økonomi - status og forventninger.
7. Hvad er markedspotentialet?
8. **Hvad** søger du?
 - a. Beløb.
 - b. **Hvad** får investoren ud af det?
 - c. **Hvad** skal pengene bruges til?
9. Afslutning gerne med god energi og et smil 😊

HUSK: Du har kun 5 minutter - det er i gennemsnit 48 sek til hver af punkterne 4-8!



VIGTIG VIDEN!

Du har typisk 5 minutter at pitche i, og de går STÆRKT!

De første 5-8 sekunder er de vigtigste. Det er her, du skal vække investorernes interesse, og her deltagerne danner sig et indtryk af dig.



SÆRLIGT OM PKT. 4:

Hvordan løser vi opgaven? Hvad har vi udviklet? Hvorfor/hvordan er det unikt?

Når du begynder at fortælle om dit produkt eller løsning, så skal tilhørerne gerne kunne mærke din passion.

Få dem med dig.

Få dem til at brænde for det.

Husk - det er hvordan du løser slutkundens behov/problem, der er vigtigst - **ikke** hvordan fx teknikken fungerer.

SÆRLIGT OM PKT 5:

Hvad betyder det for vores kunder?

Du vækker en større interesse hos potentielle investorer ved at vise dem potentialet i målgruppen, end hvis du fortæller dig i, hvordan produktet fungerer, og hvordan du har arbejdet med udviklingen af det.

Husk - det er hvordan dit produkt eller ydelse løser slutkundens behov/problem, der er i fokus - hvorfor vil kunden købe produktet?



SÆRLIGT OM PKT 6:

Økonomi - status og forventninger?

Hav styr på økonomien!

Du **skal** kende de væsentligste nøgletal udenad.

De væsentligste nøgletal er:

- omsætning
- omkostninger
- cashflow
- indtjeningspotentiale

SÆRLIGT OM ABONNEMENT

Abonnementskoncepter kan være svære for en investor at se/forstå potentialet i. Derfor er det vigtigt at være specifik i forhold til:

- hvordan ser tallene ud nu
- hvad tror vi på, der vil ske
- hvorfor tror vi det

De væsentligste nøgletal i en abonnementsforretning er:

- medlemsantal
- churn (mistede medlemmer)
- retention (fastholdte medlemmer)
- Levetid
- LTV (Lifetime value)
- MRR (Monthly Recurring Revenue)

HUSK DEM!



VIGTIG VIDEN!

VALUATION:

Investorer køber normalt ind på driftsresultatet x 6.

For abonnement siger man driftsresultat x 17.

Fordi abonnement dermed er en dyrere investering, kan processen være lidt sværere.



SÆRLIGT OM PKT. 7:

Hvad er markedspotentialet?

Fortæl om:

- Hvor stort er markedet
- Potentielle kunder
 - hvem du har talt med, der er interesseret
- Aktuelle kunder - hvis du allerede er i gang
- Analyser
- Referencer
- andre relevante forhold

En Swot-analyse kan give investorerne ro i maven. Det er OK at fortælle om svaghederne. Det er vigtigt at være opmærksom på dem.

Vær sikker på at investorerne godt ved det, så fortæl det hellere selv, hvis ikke du er en god sælger!



SÆRLIGT OM PKT. 8:

Hvad søger du?

Efter 3-4 minutter skal du komme ind på:

- Hvad søger du? Beløbet.
- Hvilken procentdel får investoren?
- Hvad skal beløbet bruges til?

Vær realistisk. Det er nutidsværdien af din forretning, der skal tages udgangspunkt i. Se VIGTIG VIDEN om valuation på side 13.

Lav gerne en konservativ vurdering af, hvad investoren vil få ud af investeringen.

Ingen vil investere i drift. Investeringen skal bruges til for eksempel udvikling, styrkelse af salg eller markedsføring i udlandet.



EFTER DIT PITCH - MENS DU STADIG STÅR PÅ SCENEN

Vær klar til at svare på spørgsmål.

Vær forberedt på at svare på det, du ikke havde med i pitchen.

Hav papir og blyant klar, så du kan notere ned, hvad du evt skal sende til hvem efterfølgende.

EFTER DIT PITCH - NÅR ALLE PITCH ER GENNEMFØRT

Ofte er der mulighed for at blive og tale med investorerne bagefter. Benyt dig af den mulighed, også selv om du skal vente.

Spørg dem om de kunne være interesseret i dit produkt.

Hav ekstra materiale under armen til interesserede.

Giv dem dit visitkort.

Få booket mindst 4-5 møder med dem, du gerne vil have med som investor!

