

KHỞI NGHIỆP

GỌI VỐN (PITCHING)

NỘI DUNG

TỔNG QUAN PITCHING
CẤU TRÚC BÀI PITCH

TỔNG QUAN PITCHING



Elevator Pitch

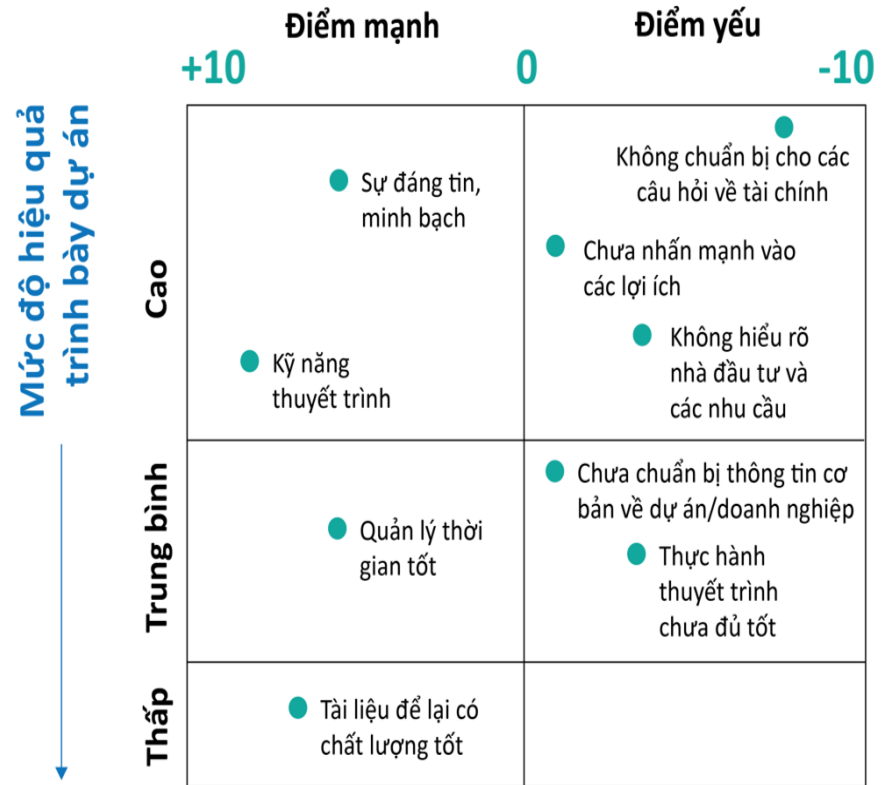
- Không quá 2 phút
- Không quá 300 từ (hình ảnh và/hoặc từ ngữ kết hợp)
- Trình bày ở dạng khái niệm
- Tập trung vào làm cái gì (what), không tập trung vào làm như thế nào (how)

On-Stage Pitch

- Có điều kiện về thời gian, không gian và sự chuẩn bị để đưa ra một bài thuyết trình đầy đủ với sản phẩm minh họa (demo) tại chỗ.

TỔNG QUAN PITCHING

Để phân tích những điểm mạnh yếu của mình và đội khởi nghiệp trong pitching, bạn có thể sử dụng khung đánh giá được đề xuất bởi Hatton (2007).



Khung đánh giá điểm mạnh yếu của đội khởi nghiệp trong pitching

TỔNG QUAN PITCHING

Một bài pitch cần phải trả lời được những câu hỏi sau:

- Vấn đề/Nhu cầu chính là gì?
- Làm thế nào bạn giải quyết vấn đề (đáp ứng nhu cầu) theo cách riêng đặc thù?
- Khách hàng là ai, và có đủ khách hàng (thị trường) cần thiết để phát triển thành doanh nghiệp không?
- Quy mô thị trường cho sản phẩm hiện nay và trong tương lai?
- Bạn sẽ tiếp cận, thu hút và giữ khách hàng bằng cách nào?
- Bạn sẽ cạnh tranh với ai, và bạn khác biệt như thế nào?
- Mô hình doanh thu/chi phí là gì?
- Đội khởi nghiệp của bạn có những khả năng gì để thực hiện dự án?
- Lời kêu gọi hành động của bạn là gì?

CẤU TRÚC BÀI PITCH

Dựa trên nền tảng các câu hỏi cơ bản này, một template cơ bản gồm 12 slide có thể được đề xuất như sau:

- Slide #1: Tiêu đề (Title)
- Slide #2: Mô tả công ty, mục tiêu công ty (Company Purpose/Description)
- Slide #3: Mô tả vấn đề/nhu cầu (Problem/Need)
- Slide #4: Giải pháp (Solution)
- Slide #5: Cơ hội thị trường (Market Opportunity)
 - ✓ **TAM** (Total Available Market)
 - ✓ **SAM** (Serviceable Available Market/Serviceable Addressable Market)
 - ✓ **SOM** (Share of Market/Serviceable Obtainable Market)

NỘI DUNG BÀI PITCH

- Slide #6: Thu hút khách hàng (Getting Customers)
- Slide #7: Phân tích cạnh tranh và khác biệt (Competitor Analysis & Differentiation)
- Slide #8: Mô hình kinh doanh (Business Model)
- Slide #9: Các cột mốc quan trọng (Traction/Milestones)
- Slide #10: Tài chính (Financials)
- Slide #11: Đội khởi nghiệp (Team)
- Slide #12: Kêu gọi hành động (Call to Action)

Phụ lục – Slide dự phòng

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #1: Tiêu đề (Title)

- Slide tiêu đề nên gồm tên và logo dự án (công ty trong tương lai), cùng với tên của nhà khởi nghiệp (người trình bày) và thông tin liên hệ. Đây là slide đầu tiên nên phải thu hút được sự chú ý của người nghe, thông qua việc thiết kế slide thật ấn tượng và có điểm nhấn vào đúng lĩnh vực khởi nghiệp.
- Đồng thời chú ý đặt tên dự án và/hoặc tên nhà sáng lập trên tất cả các slide sau đó (ở góc slide trên hoặc dưới), giúp người nghe dễ dàng ghi nhớ.
- Có thể phát triển một slogan ngắn để hình dung được tại sao dự án ra đời, giá trị đem lại của dự án cũng giúp tạo điểm nhấn và sự ghi nhớ nhanh về dự án.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #2: Mô tả công ty, mục tiêu công ty (Company Purpose/Description)

- Trình bày về mục tiêu và tầm nhìn sẽ cung cấp góc nhìn tổng quan nhanh về doanh nghiệp khởi nghiệp.
- Trả lời ngay được câu hỏi tại sao công ty tồn tại? Nên phát triển một câu mô tả ngắn những gì công ty làm, ví dụ một mẫu câu như sau:

Công ty XXX là ... cho ...(ai) mà ...

{Company} is _____ for _____ that _____.

Công ty XXX bán ... đến ...(ai) để ...

{Company} sells _____ to _____ in order to _____.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #3: Mô tả vấn đề/nhu cầu (Problem/Need)

- Mô tả vấn đề mà dự án dự kiến sẽ giải quyết. Đây là vấn đề của khách hàng, là nhu cầu mong muốn của khách hàng cần được đáp ứng (tiếng nói của khách hàng, hình ảnh quan sát...).
- Đồng thời cũng cần mô tả vấn đề này hiện nay đang được giải quyết như thế nào và chỉ ra những điểm chưa hiệu quả trong các giải pháp hiện hữu.
- Nhà sáng lập cần chứng minh đây là vấn đề đáng để giải quyết (vấn đề lớn) thông qua các số liệu minh họa (tự điều tra khảo sát hoặc dữ liệu thứ cấp từ nguồn tin cậy, ghi rõ nguồn).

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #4: Giải pháp (Solution)

- Từ hiện trạng vấn đề ở trên, đề xuất giải pháp để giải quyết, cũng chính là đề xuất giá trị của dự án. Nếu có thể giải quyết vấn đề và đáp ứng được nhu cầu khách hàng theo một cách độc đáo, có nghĩa là dự án đang tạo ra giá trị và đáng để quan tâm.
- Giải pháp không nên chỉ đơn thuần trình bày bằng chữ, nên minh họa trực quan hoặc nếu có thể thì trình diễn trực tiếp để người nghe có thể hiểu ngay được giá trị đem lại. Nếu chưa tạo được sản phẩm mẫu hoàn chỉnh, thì có thể dùng các phiên bản sản phẩm đang phát triển để minh họa ý tưởng, hoặc ít nhất cũng phải cho thấy được hình ảnh phác thảo mẫu của sản phẩm/dịch vụ.
- Bên cạnh đó, một phương pháp khác cũng rất hữu ích là trình bày một tình huống sử dụng sản phẩm (a use case) để minh họa cách người dùng sẽ tương tác và sử dụng sản phẩm/dịch vụ cụ thể như thế nào, qua đó giải quyết được vấn đề và thỏa mãn nhu cầu.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #5: Cơ hội thị trường (Market Opportunity)

- Giải pháp thực sự chỉ đáng giá khi có khách hàng (thị trường) sẵn sàng chi trả cho sản phẩm/dịch vụ được tạo ra. Khi đề cập đến cơ hội thị trường, nên minh họa rõ quy mô thị trường ở nhiều cấp độ khác nhau, tiêu biểu là 3 cấp độ gồm TAM (Total Available Market), SAM (Serviceable Available Market/Serviceable Addressable Market), và SOM (Share of Market/Serviceable Obtainable Market).
- Đồng thời nên có ước tính/dự báo tốc độ tăng trưởng trong 5 năm tiếp theo của các chỉ số TAM, SAM, SOM.
- Nhân tố có tính quyết định vào thời điểm hiện tại là SOM vì nó phản ánh năng lực và khả năng chiếm lĩnh thị trường của doanh nghiệp.
- Như vậy, việc trình bày bộ 3 chỉ số này sẽ giúp nhà đầu tư tiềm năng thấy được tính thực tế về khả năng thâm nhập thị trường của dự án, cũng như tiềm năng phát triển trong tương lai của doanh nghiệp khởi nghiệp.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #6: Thu hút khách hàng (Getting Customers – Marketing)

- Sau khi xác định được quy mô thị trường và thị trường mục tiêu, nhà sáng lập phải cho thấy cách thức để thu hút và tiếp cận để có được khách hàng cụ thể (thông qua các hoạt động marketing).
- Nhà sáng lập phải thể hiện được mình hiểu rõ khách hàng: Họ là ai? Họ sẵn sàng trả bao nhiêu? Cách thức để tiếp cận và làm thế nào để giữ họ quay trở lại?

NỘI DUNG BÀI PITCH






Slide #7: Phân tích cạnh tranh và khác biệt (Competitor Analysis & Differentiation)

- Phân tích cạnh tranh giúp cho thấy doanh nghiệp khởi nghiệp khác biệt với những công ty khác đang cung cấp các giải pháp tương tự như thế nào, hoặc cách công ty khai thác khoảng trống thị trường chưa được đáp ứng. Vấn đề quan trọng phải thể hiện được doanh nghiệp sẽ đáp ứng tốt hơn, đầy đủ hơn hoặc hấp dẫn hơn ở góc độ nào so với các giải pháp đang có, từ đó cho thấy được lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.
 - Nên sử dụng các bảng biểu, ma trận vị thế cạnh tranh (Competitive Profile Matrix: CPM), hoặc mô hình đa giác cạnh tranh để có cái nhìn tổng quan rõ ràng và dễ so sánh về các điểm mạnh, điểm yếu của đối thủ so với doanh nghiệp, qua đó giúp thấy rõ được cách nhà sáng lập định vị doanh nghiệp của mình so với đối thủ, làm cách nào và bằng thế mạnh nào để chiếm lĩnh thị trường trong điều kiện cạnh tranh này.
- Từ việc so sánh này đúc kết ra điểm mới, sáng tạo của dự án (đối thủ không có).

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #8: Mô hình kinh doanh (Business Model)

- Trình bày khung mô hình kinh doanh

Đối tác chính 	Hoạt động chính 	Tuyên bố giá trị 	Mối quan hệ khách hàng 	Phân khúc khách hàng 
	Nguồn lực chính 		Kênh 	
Cơ cấu chi phí 			Dòng doanh thu 	

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #9: Các cột mốc quan trọng (Traction/Milestones)

- Mô tả những cột mốc hoặc điểm nhấn quan trọng dự án đã đạt được tính đến thời điểm hiện tại.
- Đồng thời cũng phải trình bày kế hoạch các cột mốc cần đạt được tiếp theo từ 3-5 năm hoặc thậm chí 10 năm đến khi IPO, ví dụ như mở rộng phạm vi hoạt động (cả nước/thị trường nước ngoài), tăng gấp đôi số lượng cửa hàng, tăng lên 1000 nhân viên,...
- Các cột mốc này nên được biểu diễn một cách trực quan (dùng các icon minh họa), trên một biểu đồ theo trục thời gian (cắm cờ ở vị trí hiện tại của dự án), giúp người nghe nhanh chóng nắm bắt được hiện trạng và lộ trình phát triển của doanh nghiệp trong tương lai.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #10: Tài chính (Financials)

- Mục này phải minh họa được doanh thu, chi phí, và lợi nhuận/thua lỗ dự báo ít nhất cho 3 năm – 5 năm kế hoạch. Lúc này không cần trình bày chi tiết các báo cáo tài chính (nhưng nên chuẩn bị trước cho phần hỏi đáp sau đó), mà cần tập trung vào các chỉ số tài chính quan trọng (profit margin, IRR, NPV, PP) và các giả định cho việc dự báo.
- Các báo cáo nên trình bày dạng bảng hoặc biểu đồ trực quan để dễ nắm bắt
→ Để minh họa hiệu quả kinh tế của dự án.
- Ngoài ra phần này có thể bổ sung thêm các giá trị về mặt xã hội của dự án (lượng hóa cụ thể là tốt nhất, tránh nêu chung chung).

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #11: Đội khởi nghiệp (Team)

- Việc thể hiện nhà sáng lập có một đội dự án mạnh với đầy đủ các kỹ năng, kiến thức cần thiết cho dự án là rất quan trọng. Cơ hội sẽ thực sự rõ ràng nếu đi cùng với một đội dự án mạnh, gồm những người có thể xoay chuyển và tận dụng được cơ hội để đem đến thành công cho doanh nghiệp.
- Phần này cần trình bày danh sách (kèm hình ảnh) tất cả các thành viên của đội, mô tả rõ kinh nghiệm và kiến thức chuyên môn của từng thành viên để thấy được giá trị và các đóng góp hiện tại/tiềm năng cho dự án.
- Nếu có thêm chuyên gia cố vấn, cũng trình bày ở phần này để nâng cao sức mạnh của đội.
- Và nếu bạn có một đội rất ấn tượng và cực mạnh trong lĩnh vực đang triển khai, có thể đưa lên giới thiệu ngay từ phần đầu của bài trình bày.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #12: Kêu gọi hành động (Call to Action)

- Kêu gọi góp vốn tương ứng với % cổ phần, **giải thích kế hoạch bạn sẽ sử dụng nguồn vốn này như thế nào**, đầu tư vào cái gì (thiết bị, kênh phân phối, tiếp thị...) để mở rộng quy mô.
- Nếu trình bày trong một cuộc thi, nên lời kêu gọi là sự phản hồi về dự án, về các nội dung đã trình bày, những phần đội tự nhận thấy là điểm độc đáo (hay còn yếu, mập mờ) nhằm đề nghị sự hỗ trợ/cố vấn thêm về chuyên môn từ các thành viên BTC để phát triển.
- Nếu trình bày cho bạn bè đồng nghiệp, nên kêu gọi sự phản hồi về ý tưởng. Nếu trình bày cho chuyên gia thì tìm kiếm người cố vấn chuyên môn.

NỘI DUNG BÀI PITCH

Slide #dự phòng: Chuẩn bị cho Q&A

- Các slide dự phòng cho phần phản biện (tập trung vào những thế mạnh của dự án, dự báo các câu hỏi để chuẩn bị, và các slide minh họa chi tiết hơn các nội dung đã trình bày ngắn gọn ở trên).
- ...

BÀI TẬP THỰC HÀNH

Chuẩn bị một bài pitch dài bằng PowerPoint cho dự án khởi nghiệp của nhóm theo dạng On-Stage Pitch. Sau đó trình bày đến 5 nhà đầu tư tiềm năng và ghi nhận phản hồi. Mỗi bài trình bày không quá 15 phút.