



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU



Fakultet
elektrotehnike i
računarstva

Diplomski studij

Razvoj komunikacijske programske podrške

Ak. God. 2021/22.

Poslovna ideja, prezentacija, poslovni plan
i investicije



Sadržaj

- Imate dobru poslovnu ideju
- Morate naći financijska sredstva
 - Presentacija poslovne ideje potencijalnim investitorima
- Kako dokazati isplativost i povratak investicije?
 - Biznis plan

} današnje
predavanje

- Kada imate ideju i sredstva
 - Zahtjevi
 - Razvoj
 - Zaštita autorskih prava
 - Održavanje
 - Evolucija

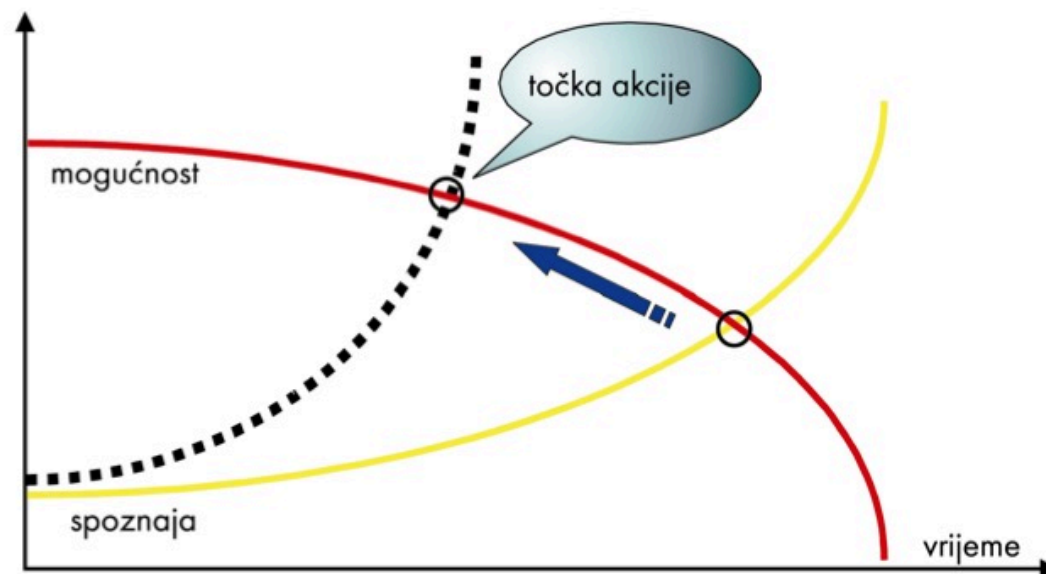
} sljedeća predavanja

Treba li nam uopće poslovna ideja?

- Rad “po narudžbi”
 - (relativno) sigurna naplata
 - jednostavnija procjena izvedivosti
 - jednostavnija procjena resursa i rokova
 - perspektiva?
- “velike” tvrtke – R&D odjeli (istraživanje i razvoj)
- Poslovna ideja
 - start up tvrtka
 - prilično neizvjesna budućnost
 - nema garancija
 - financijsko pokriće?
 - potencijal za uspjeh
 - problem ako ne postoji rezerva ili izlazni plan

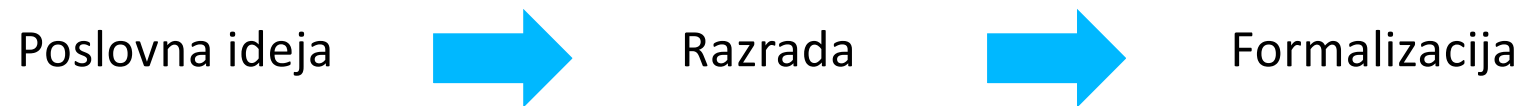


Krenuti u pravom trenutku!



Uloga prepoznavanja mogućnosti prema odnosu spoznaje i mogućnosti

Ciklus poslovne ideje



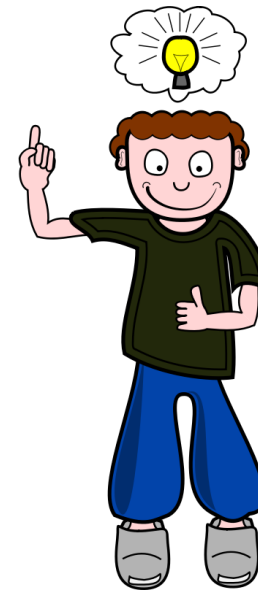
Kako doći do poslovne ideje?

- Proizvodno/uslužno motivirani pristup (*product/service driven*)
 - Bottom-up
 - Što vam treba? Što bi bilo korisno? Što znate raditi?
 - Imate znanje i iskustvo u području
 - Mislite da možete napraviti nešto novo
- Tržišno motivirani pristup (*market driven*)
 - Top-down
 - Što tržište treba?
 - Promatranjem tržišta, trendova, konkurencije...
 - Fokus na određeno područje

Kako doći do poslovne ideje?

proizvodno/uslužno motivirani pristup

- Brainstorming
 - što bi mogli raditi?
 - što ne postoji?
 - što bi bilo korisno?
- Iskustvo
 - u čemu ste dobri?
 - što sigurno znate i možete napraviti?
- Inovacija
 - trenutak inspiracije
 - nešto novo vam je “palo na pamet”
- Znanstveni rad
 - laboratorijska provjera koncepta (proof of concept, POC)
 - transfer znanja i tehnologija u start-up tvrtke



Kako doći do poslovne ideje?

tržišno motivirani pristup

- Praćenje trendova
 - Što je “popularno”
 - Možete li smisliti nešto za čime će svi “poludjeti”
 - Npr. crocs ukraši, proizvodi za mršavljenje, fitness aplikacije
- Istraživanje tržišta
 - Postoji li nešto što se ne proizvodi?
 - tržišna “niša”
- Nedostatci postojećih rješenja
 - ubrzati, pojednostavniti, proširiti, unaprijediti nešto postojeće
- Kopiranje ideja
 - Nemoralno, patenti?
 - npr. Kina, Starbucks, aplikacije na AppStore-u
- Kupnja tvrtke
 - Preuzimanje tvrtke s idejom
 - npr. Instagram?

Razrada poslovne ideje

- Biznis model?
- Troškovi?
- Cijena, povrat investicije?
- Kako investicije pomažu?



- Što klijenti dobivaju?
- Zašto baš moje rješenje?
- Treba li to klijentima?
- Hoće li to moći platiti?
- Kako klijentima predstaviti proizvod?

- Ciljna skupina?
- Veličina tržišta i rast (trendovi)?
- Što konkurencija nudi?
- Koje su moje prednosti nad konkurencijom?

Formalizacija poslovne ideje

- U obliku dokumenta
 - slanje potencijalnim investitorima
 - kratki opis
- Uvodni dio
 - ime tvrtke ili projekta
 - ime predlagatelja
 - oznaka povjerljivosti
- Opis ideje
 - do 5 stranica
 - što kupci dobivaju
 - stanje na tržištu
 - kako generirati zaradu
- Dodatak – po potrebi
 - slike, tablice grafovi...

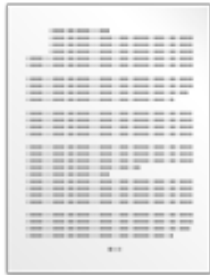
UVOD

OPIS IDEJE

- prednosti
- tržište
- mehanizam zarade

DODATAK

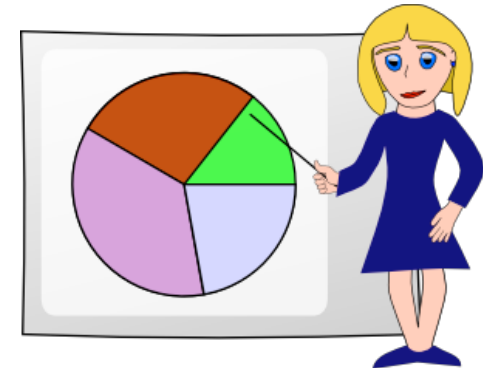
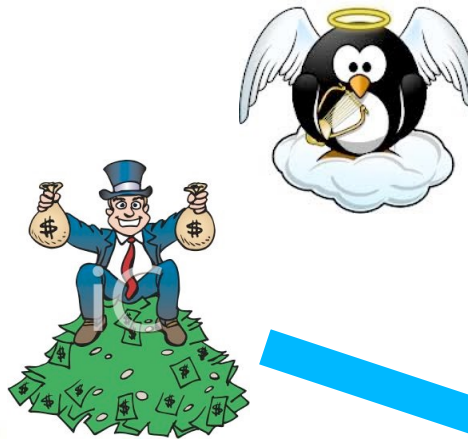
Što dalje?



formalizirana
poslovna ideja



investitori



prezentacija



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU



Fakultet
elektrotehnike i
računarstva

Diplomski studij

Razvoj komunikacijske programske podrške

Ak. God. 2021/22.



Prezentacija

Prezentacija

- Dobra prezentacija može prodati loš proizvod ili poslovnu ideju!
 - loša prezentacija može upropastiti dobar proizvod ili poslovnu ideju
- Elevator pitch
- Kako i što prezentirati?
 - ovisi o publici
 - npr. Direktor financija / menadžmentu nema smisla opisivati tehničke probleme
 - ovisi o cilju prezentacije
 - npr. Na tehničkom sastanku s razvijateljima nema smisla pričati o projekciji zarade
 - ovisi o raspoloživom vremenu
 - npr. 50% vremena pričate o tvrtci / sebi a nalazite se radi prijedloga ideje
 - animacije, sličice...
 - ako poentira ono o čemu pričate
 - paziti da ne skreće pažnju s onog o čemu pričate
 - Humor
 - ne pretjerivati, procijeniti publiku
 - pripremiti se - saznati interese i područje djelovanja tvrtke, ambicije i znanja ljudi kojima prezentirate

Prezentacija poslovne ideje investitorima (1/2)

- Investitor
 - saznati u što inače ulaže, što cijeni kod osoba i tvrtki
 - prilagoditi prezentaciju svakom investitoru
- Predstavljanje
 - tko ste, čime se bavite, vaše područje interesa – u kratko!
- Misija i vizija
 - svrha ideje
 - “Pružiti korisnicima ... , olakšati, pojednostaviti”
 - ciljana skupina korisnika
 - “taksisti u Zagrebu”, “osobe sa složenim komunikacijskim potrebama”...
 - opis ideje ili proizvoda na temelju ideje
 - što radi (ne pretjerivati s “kako radi”)
 - zašto bi netko to koristio
 - Cilj
 - konkretni ciljevi
 - “korisnici će moći”

Prezentacija poslovne ideje investitorima (2/2)

- Predstaviti tim
 - Iskustvo
 - područja specijalnosti, obrazovanje
 - protekle projekte
- Financije
 - precizno odrediti koliko novaca trebate i na što ćete ih trošiti
 - biti spremni na ustupke
- Potaknuti diskusiju s investitorom
 - odgovarati na pitanja, pojašnjavati...
 - imati pripremljene grafove, izračune, projekcije...
 - očekivati neočekivana pitanja

Slajdovi za investitora

- Služi publici da vas bolje može pratiti
 - ne vama za čitanje
 - samo najvažnije natuknice
- Sadržaj
 - Informacije o vama / tvrtci
 - Predstavljanje tima
 - Opis ideje (misija i vizija)
 - Financijski podaci tvrtke
 - Marketing plan
 - Pregled konkurencije
 - Objašnjenje zašto bi bilo pametno uložiti baš u vašu ideju
- ostaviti vremena za diskusiju
- alati?
 - MS PowerPoint
 - Prezi (prezi.com/)

Prezentacija – česte greške

- Čitanje sa slajdova
 - Puno teksta (rečenice) na slideovima
 - Ono što je lakše objasniti slikom ne opisivati tekstom
 - Brzo pričanje
 - Duge pauze
 - Preopširan uvod, premalo specifičnosti
 - Previše specifičnosti bez jasne svrhe svega
 - Previše detalja (posebno tehničkih)
 -
-
- Slajdovi služe publici a ne vama!

Što nakon prezentacije?

- još sastanaka, pojašnjenja
- poslovni plan
- non-disclosure agreement
- što investitor ima od toga? A što ako ništa ne uspije?



- ne odustajte
- neuspjeh je čest
- tražite druge investitore
- poradite na prezentaciji



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU



Fakultet
elektrotehnike i
računarstva

Diplomski studij

Razvoj komunikacijske programske podrške

Ak. God. 2021/22.



Poslovni plan



Poslovni plan

- Definira ciljeve
- Opravdava isplativost
- Argumentira izvedivost
- Daje pregled stanja na tržištu
- Izlaže perspektivu rasta
- Specifičan
- Sažet i jasan
- Potkrijepljen referencama
 - tablice, grafovi, projekcije
- 20 – 40 stranica



Poslovni plan - sadržaj

Izvršni sažetak

Uvod

Tržišne mogućnosti

Ponuda

Konkurencija

Marketing

Menadžment

Financije

Putokazi



Poslovni plan – Izvršni sažetak

- Opis biznisa i ciljnog tržišta za proizvod/uslugu?
- Način na koji se taj proizvod/usluga razlikuje od konkurencije?
- Argumentirani faktori uspjeha investicije na tržištu?
- Opis iskustva i vještina menadžment tima i strategija razvoja kompetencija?
- Sažetak financijske projekcije za slijedećih 3-5 godina?
- Pregled investicijskih potreba i kako će sredstva biti utrošena?
- Tablica procijenjenih prihoda i rashoda za slijedeće 3-5 godina?



Poslovni plan – Uvod

- Kad je utemeljena tvrtka i osmišljen proizvod/usluga i od koga?
- Vrsta organizacije, vlasnički odnosi, partnerstva?
- Dosadašnja vanjska i unutarnja ulaganja u tvrtku?
- Proizvodi/usluge koje je tvrtka dosad razvila i njihov uspjeh?
- Vizija, misija, ciljevi i vrijednosti tvrtke i proizvoda/usluge?

Poslovni plan – Tržišne mogućnosti

- Prikaz istraživanja tržišta (metodologija, obim,...)?
- Tko je kupac i zašto bi platio za proizvod/uslugu?
- Povijesni pregled rasta tržišta i posebno adresiranog tržišnog segmenta?
- Gdje je trenutno i gdje buduće tržište?
- Je li tržište lokalno, regionalno ili globalno?
- Kako adresirani tržišni segment kupuje proizvod/uslugu?
- Koje supstitucije postoje na tržištu za taj proizvod/uslugu?
- Kako sada kupci zadovoljavaju tu potrebu?
- Popis i analiza rizika?

Poslovni plan – Ponuda

- Opis proizvoda/usluge koja se namjerava razviti i marketirati?
- Opis tehnologije na kojoj se bazira proizvod/usluga?
- Opis procesa, metoda i pomagala koja se koristi u razvoju?
- Koje su i koliko su velike razvojne barijere?
- Je li proizvod/usluga patentabilan (patent, copyright, trademark)?
- Je li opis proizvoda/usluge razumljiv financijašima i pravnicima?
- Pregled evolucije proizvoda/usluge i dugoročne profitabilnosti?



Poslovni plan – Konkurencija

- Pregled karakteristika kompetitivnih proizvoda/usluga i tvrtki?
- Od kojih konkurenata će se preuzeti kupci i zašto?
- Kako se ponaša adresirani tržišni segment sada i što će biti u budućnosti?
- Procjena trenda i reakcija kompanije na to?
- Koje su kompetitivne prednosti i/ili slabosti proizvoda/usluge?
- Kako će se kompanija braniti od novosti kompetitora?
- Koje supstitucije postoje na tržištu i kako one utječu na kompeticiju?

Poslovni plan – Marketing

- Kako će se stvarati i održavati ime (brand)?
- Prikaz biznis slučaja za pojedini segment tržišta/kupce?
- Prikaz tržišta na koja se planira djelovati?
- Analiza troškova/cijene po novom kupcu?
- Planiran udio na tržištu?
- Plan reakcije na moguće promjene na tržištu?
- Izbor i opis distribucijskih kanala (“kako do kupca”)?
- Prikaz cijene kroz životni ciklus proizvoda/usluge?
- Prikaz strategije promocije proizvoda/usluge?
- Plan održavanja ulaznih barijera i kompetitivnih prednosti?
- Prikaz kontinuiranog praćenja tržišta?
- Detaljan opis biznis modela



Poslovni plan – Menadžment

- Koja je organizacijska struktura?
- Je li menadžment tim kompletiran?
- Dokaz fleksibilnosti i kompetentnosti menadžmenta?
- Koje su snage i slabosti menadžmenta?
- Kako će se prevladati slabosti menadžmenta?
- Koja je strategija za ljudske resurse?
- Koga treba zadržati a koga zaposliti za realizaciju poslovne strategije?

Poslovni plan – Financije

- Prikaz trenutne financijske situacije?
- Financijska situacija zadnjih godina (bilanca, P&L, cash-flow)?
- Financijska projekcija u slijedećih 3-5 godina?
- Potrebna dodatna sredstva iz vlastitih i stranih izvora?
- Prikaz trošenja investicijskih sredstava?
- Utjecaj investicije na biznis model?
- Ocjena utjecaja investicije na prodajne i marketinške pretpostavke?
- Što kompeticija radi da maksimira prihod i vrijednosti?
- Kratki opis izlaznog scenarija?



Poslovni plan – Putokazi

- Opis postojećeg stanja razvoja, proizvodnje i marketinga proizvoda/usluge?
- Plan daljnjeg razvoja, proizvodnje i marketinga proizvoda/usluge?
- Roadmap proizvoda/usluge?
- Plan dizanja kapitala?



SVEUČILIŠTE U ZAGREBU



Fakultet
elektrotehnike i
računarstva

Diplomski studij

Razvoj komunikacijske programske podrške

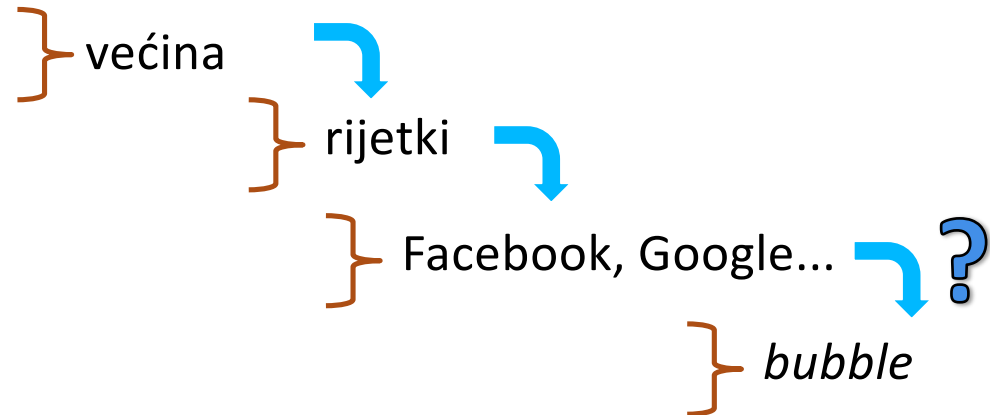
Ak. God. 2021/22.



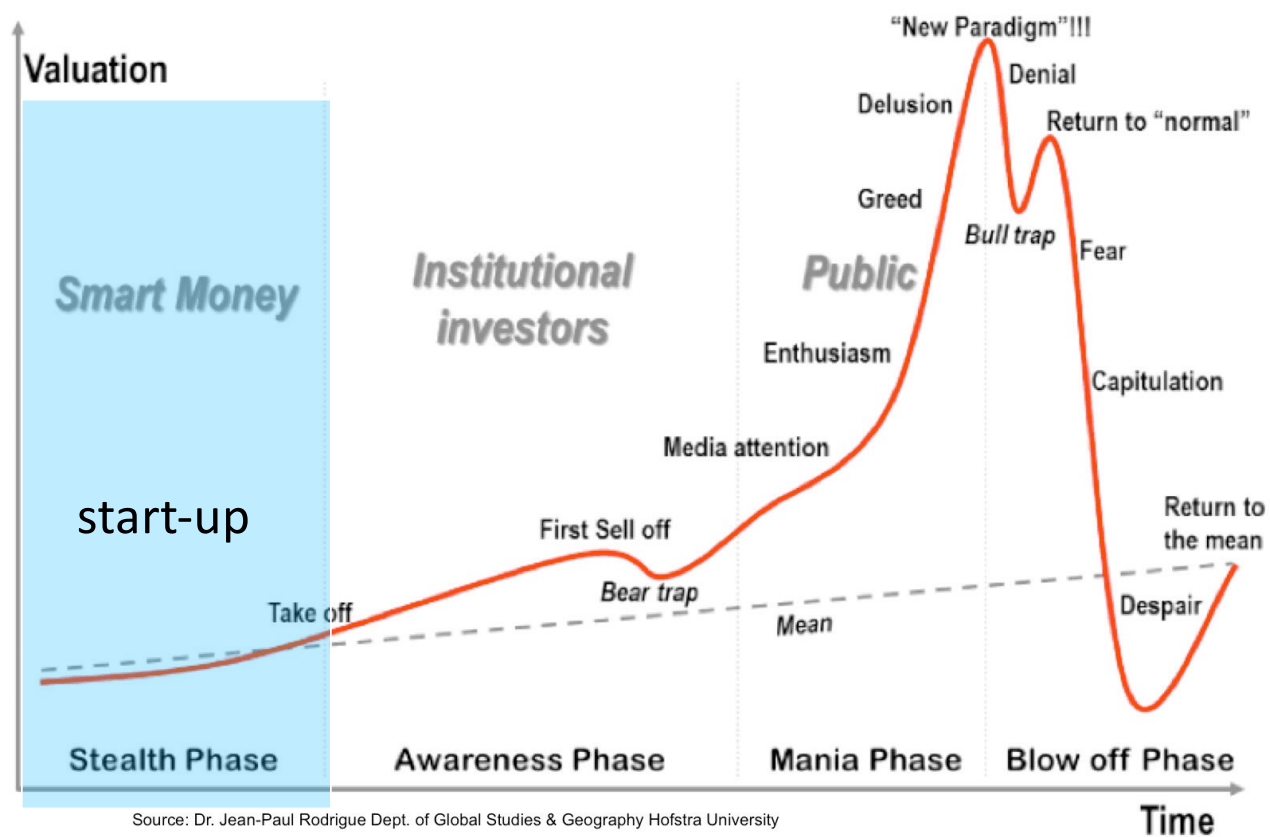
Investicije

Prepoznatljivost i investicije

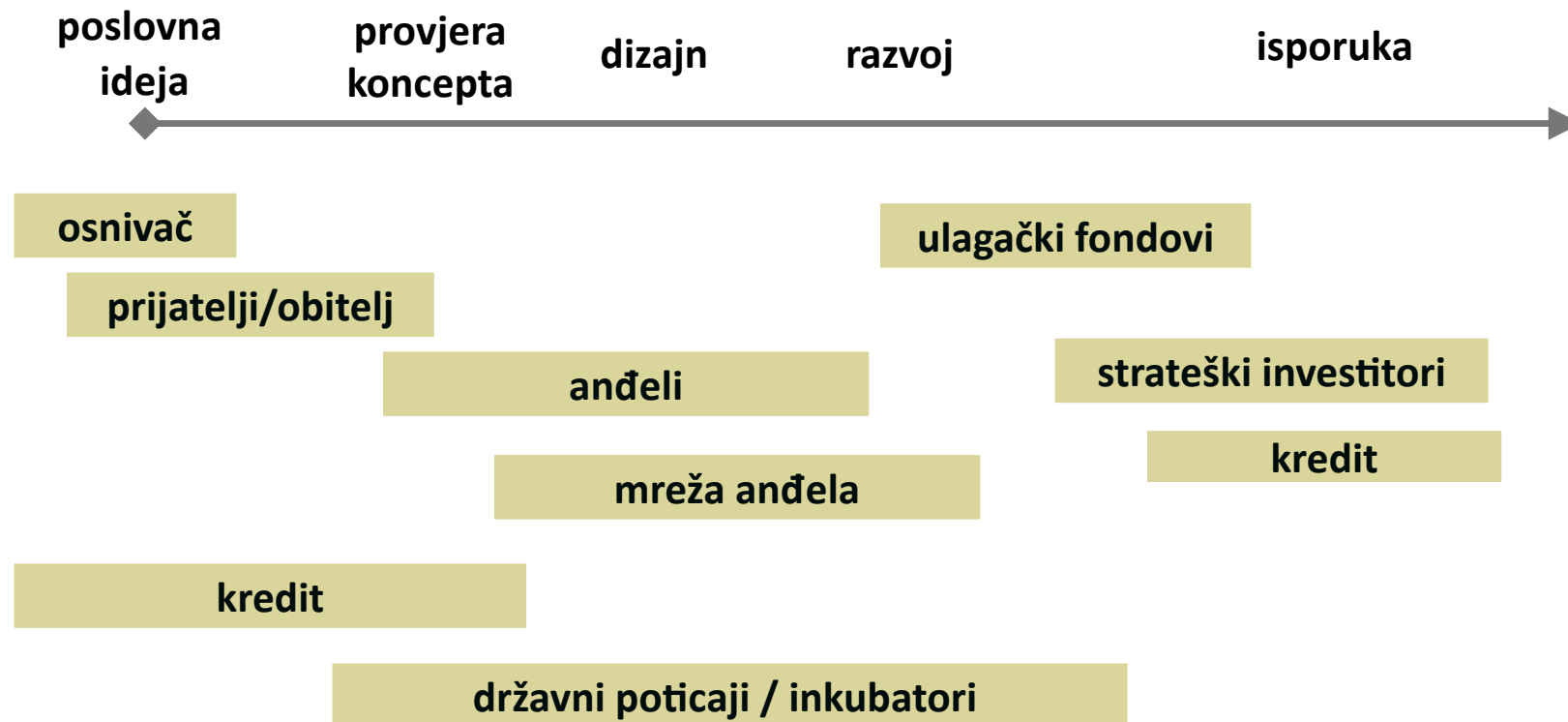
- Investicije na samom početku? – Teško! Ali: vaučeri, PoC u RH!
- Mogućnost dobivanja sredstava uvelike ovisi o prepoznatljivosti
 - u početku ste “nevidljivi” i ne možete doći do velikog kapitala
 - procesom Ideja -> Razvoj -> Tržište rastu mogućnosti
 - marketing!
- Faze prepoznatljivosti
 - nevidljiva faza (Stealth)
 - rijetko tko je čuo za ideju/proizvod
 - svjesna faza (Awareness)
 - počinje se pričati o proizvodu
 - faza manije (Mania)
 - svi su čuli za proizvod, svi ga žele koristiti...
 - faza odustajanja (Blow-off)
 - proizvod je “stara vijest”, javljaju se bolje kopije...
- O prepoznatljivosti ovisi tko je spreman ulagati i koliko!
- Prepoznatljivost = korisnici = prihod!



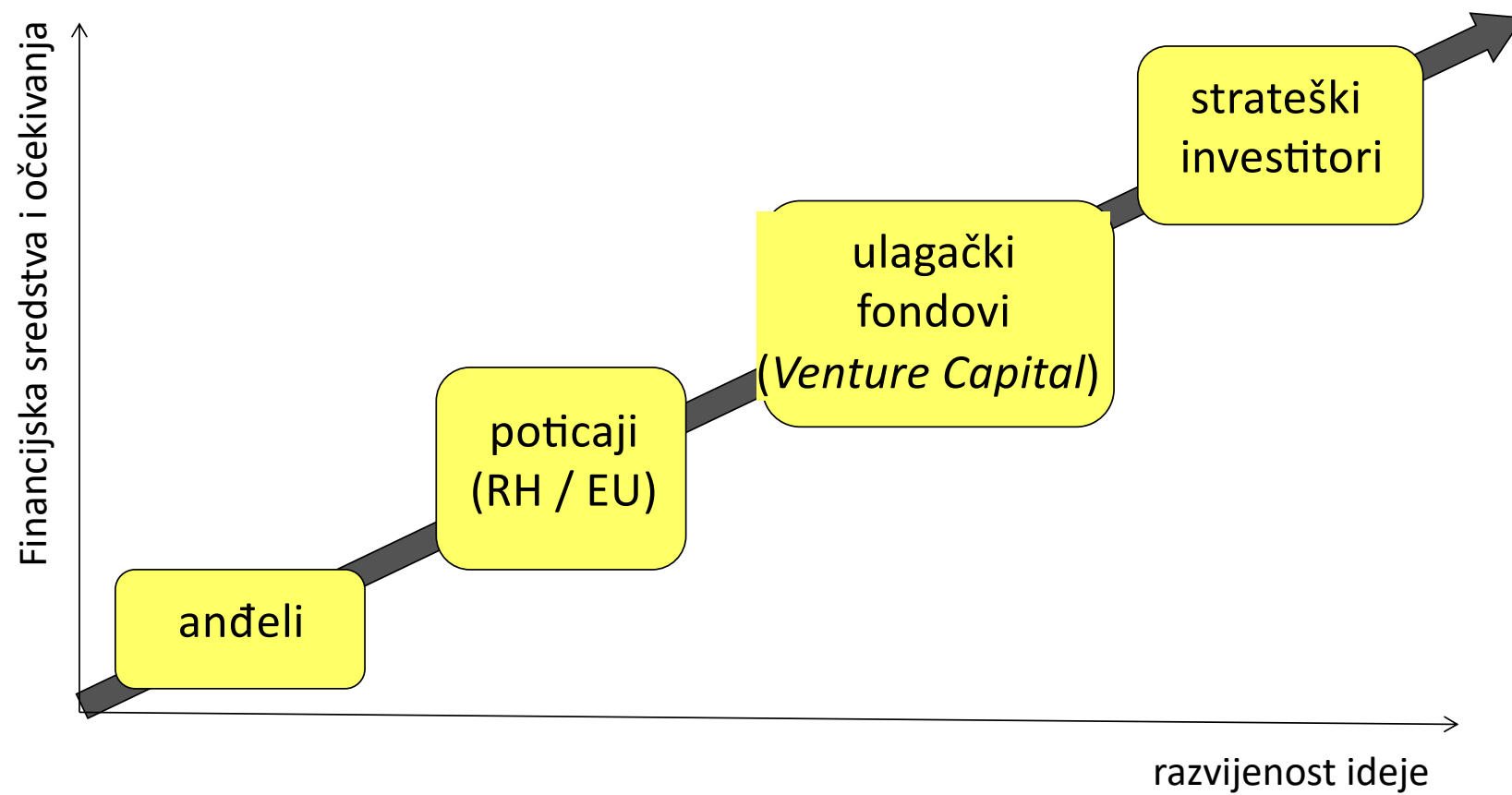
Faze prepoznatljivosti



Ciklusi financiranja



Vrste investitora



Što je zajedničko svim investitorima?

- Ciljevi
 - zaraditi novac investiranjem
 - u interesu investitora je da uspijete!
- Glavni zahtjevi investitora
 - udio u vlasništvu tvrtke
 - izlazna strategija
 - što ako tvrtka uspije?
 - što ako tvrtka ne uspije?
- Dijeljeni rizik!
- Što investitor daje (osim sredstava)?
 - iskustvo (vođenje i organizacija tvrtke, industrija)
 - kontakte – mogućnost produljenja financiranja

Što je investitorima važno za procjenu?

- Mogućnost zarade
 - poslovni plan i realnost poslovnog plana
- Predanost predlagatelja ideji i cilju
 - najbolje se vidi kroz prezentaciju ideje
- Protekle projekte predlagatelja i cijelog tima
 - ako su svi do sada propali onda je nešto sumnjivo
- Volju tima i predlagatelja za učenjem i razvojem
 - spremnost prihvatiti savjete investitora
- Mogućnost širenja proizvoda
 - istraživanje tržišta
 - marketing strategije
- Realnost prodaje tvrtke ili izlaza investitora iz vlasništva
 - izlazna strategija
 - hoće li se tvrtka jednog dana moći prodati?

Anđeli

- “moralni” investitori
 - osim zarade, motiv je i doprinos društvu, razvoju regije...
- Često individualni kapital
- Djeluju lokalno / regionalno
- Osobni odnos prema tvrtci i timu
- Savjeti, iskustvo, pomoć
 - gotovo kao dio tima
- Najbolji izbor za nove i male tvrtke
- Obično manja ulaganja od ostalih vrsta investitora
- Tolerira se potpuni gubitak sredstava tj. propast ideje
 - rizik!
 - ulažu u nešto novo i neprovjereno

Državne agencije i inkubatori - RH

- HAMAG-BICRO (<http://www.hamagbicro.hr>)
 - Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije.
 - npr. provjera koncepta (POC)
- ZICER (<https://www.zicer.hr/>)
 - Zagrebački inovacijski centar
 - vrsta inkubatora, različite vrste pomoći i potpora
- ZIP
 - Zagrebački inkubator poduzetništva
 - <https://www.zipzg.com/>
- Što je bitno?
 - uvjeti za tvrtke (ovisno o pozivu/natječaju)
 - stanje financija, broj zaposlenih, starost tvrtke
 - očekuje se dio vlastitih ulaganja (npr. 70%-30%)
 - očekivanja ovisno o pozivu/natječaju



Europski projekti

- posljednjih (15-ak...) godina
 - prvo pretprijetupni (npr. projekti IPA)
 - sada strukturni fondovi (strukturnifondovi.hr)
- Različiti pozivi
 - HORIZON
 - jačanje znanosti i inovacija
 - znanstvene institucije
 - znanstvene institucije i tvrtke
 - jačanje gospodarstva
 - znanstvene institucije i tvrtke
 - Tvrtke
 - ESF
 - ...
- provođenje i nadzor – hrvatska tijela (npr. SAFU)
- udio u financiranju! (npr 80% fond, ostalo tvrtka/institucija)
- puno dokumentacije
- prilično velike bespovratne investicije!



Europska unija
Ulaganje u budućnost!



Ulađaki fondovi - VC

- Venture capital (VC)
- Povrat investicije (ROI) na prvom mjestu
- Kapital iz fondova
- Djeluju globalno
- Stroži poslovni odnos
 - češće kontrole
 - zahtjevniji u svakom pogledu
- Ulaganje moguće tek nakon POC
- Veća ulaganja
- Stroži uvjeti investiranja
- Udio u tvrtci



<https://www.cbinsights.com/research/to-p-corporate-venture-capital-investors/>



Strateški investitori

- Spremni uložiti značajna sredstva
- Bitan je ukupan profit svih investicija
- Ulažu u više konkurentskih tvrtki
 - jedna uspije, iz ostalih se povlače
- Više se oslanjaju na trendove u investiranju nego na potencijal nečeg novog
 - manji rizik?
- Namijenjeni uhodanim tvrtkama
- Strogo poslovni odnos

Literatura

- Susan Preston: “Angel Financing for Entrepreneurs: Early-Stage Funding for Long-Term Success”, 2007.
- <http://techcrunch.com/2012/10/13/angel-investors-make-2-5x-returns-overall/>, preuzeto u ožujku 2016.
- <http://techcrunch.com/2011/05/25/top-10-vc-firms-investorrank/> , preuzeto u ožujku 2016.
- <http://www.bplans.com/> - tutorijali za pisanje poslovnih planova

Figure 6.5**Quiz for Small Business Success**

Choose the answer you think is best for each question. There are no “wrong” answers. See page 211 for the scoring key.

1. What is the key to business success:
 - a. business knowledge
 - b. market awareness
 - c. hands on management
 - d. sufficient capital
 - e. hard work
2. If a relative ever asks me for advice about starting a business I will tell them to:
 - a. work for someone else in the field first
 - b. write a business plan
 - c. study marketing
 - d. give up the idea
 - e. learn about budgeting
3. Which is the largest potential trouble spot:
 - a. too much growth
 - b. too little growth
 - c. too fast growth
 - d. too slow growth
 - e. sporadic growth
4. I trust: (select as many as apply)
 - a. nobody
 - b. myself
 - c. my partner
 - d. a few key employees
 - e. my customers
5. I am unhappy when my employees are:
 - a. late
 - b. unhappy
 - c. abrupt with customers
 - d. resigning
 - e. less dedicated than me
6. My customers are: (select as many as apply)
 - a. always right
 - b. too fussy
 - c. demanding
 - d. worth listening to
 - e. dumb
7. Rank these in order of importance for small-business marketing success:
 - a. word-of-mouth
 - b. advertising
 - c. signs
 - d. location
 - e. community events
8. When it comes to money I am:
 - a. careful
 - b. too carefree
 - c. emotional
 - d. shrewd
 - e. hardnosed
9. Financially my firm:
 - a. has trouble with cash-flow
 - b. has a good line of credit
 - c. is financed totally by receipt—no credit
 - d. is making better profits this year than last
 - e. knows exactly where it is all the time
10. In hiring people:
 - a. I take far too long
 - b. I look for the cheapest person
 - c. personality is more important than experience
 - d. I look for the best person, and am willing to pay
 - e. I only hire at the trainee level
11. With my employees:
 - a. I treat everybody the same
 - b. I try to talk privately to everybody once a week
 - c. To whatever extent possible I tailor assignments to personalities
 - d. I encourage them to talk to me about the business
 - e. I try to work alongside them whenever possible
12. The real key to business success is:
 - a. hard work and perseverance
 - b. fine products and service
 - c. advertising
 - d. knowing the fundamentals of business
 - e. employees
13. Competition is:
 - a. dumb
 - b. smart
 - c. cunning
 - d. everywhere
 - e. a constant threat
14. The best competitive advantage is:
 - a. experience
 - b. understanding what the market wants
 - c. confidence
 - d. conducting a business ethically
 - e. a detailed plan
15. I keep:
 - a. careful financial records
 - b. in touch with my customers
 - c. in touch with my employees
 - d. trying new techniques
 - e. wanting to retire
16. My dream is:
 - a. to grow the business until someone else can run it
 - b. to work until I drop
 - c. to give up these headaches and have more fun at work
 - d. to try another business
 - e. to take a vacation
17. I think business plans are:
 - a. for the birds
 - b. nice but not necessary
 - c. something I can do with my accountant
 - d. useful and informative
 - e. essential—wouldn't do business without them
18. What makes a terrific entrepreneur?
 - a. creativity
 - b. discipline
 - c. consumer orientation
 - d. technical proficiency
 - e. flexibility
19. What does a business need most?
 - a. money
 - b. market research
 - c. help
 - d. time
 - e. a solid business plan
20. What is essential to marketing?
 - a. “a sixth sense”
 - b. market research
 - c. customer awareness
 - d. experience
 - e. testing

Figure 6.5

Scoring Key—Quiz for Small Business Success (page 197)

Scoring

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------|
| 1. a=5, b=4, c=3, d=2, e=1 | 11. c=5, d=4, e=3, b=2, a=1 |
| 2. a=5, e=4, b=3, c=2, d=1 | 12. e=5, d=4, a=3, b=2, c=1 |
| 3. c=5, a=4, b=3, d=2, e=1 | 13. e=5, d=4, c=3, b=2, a=1 |
| 4. b=5, e=4, d=3, c=2, a=1 | 14. a=5, b=4, c=3, e=2, d=1 |
| 5. b=5, d=4, c=3, a=2, e=1 | 15. b=5, a=4, c=3, d=2, e=1 |
| 6. d=5, c=4, a=3, b=2, e=1 | 16. e=5, a=4, b=3, c=2, d=1 |
| 7. a=5, d=4, c=3, b=2, e=1 | 17. e=5, d=4, c=3, b=2, a=1 |
| 8. a=5, d=4, e=3, b=2, c=1 | 18. c=5, a=4, b=3, e=2, d=1 |
| 9. e=5, d=4, b=3, a=2, c=1 | 19. b=5, e=4, a=3, d=2, c=1 |
| 10. d=5, a=4, c=3, b=2, e=1 | 20. c=5, b=4, e=3, d=2, a=1 |

Score	Your Business Success Quotient
75–100	You are a successful entrepreneur whose operations reflect tried and true business practices.
50–74	Your business is probably headed for long-term success. But success will come sooner if you sharpen your awareness of solid management skills and marketing techniques.
25–49	While you may be enjoying customer loyalty and repeat business, never forget that savvy competition is always looking for ways to take the lead. Don't let comfort lull you into false security. Be creatively assertive!
0–24	You may well have the right product. But to sell it successfully, you need to increase your market awareness and improve your operating philosophy. Reach out for practical classes, seminars, and advice from people who have good business track records. And—keep persevering. It's the key ingredient to winning!