

## **הכנת מצגת למשקיעים**

אחד השלבים החשובים ביותר בגיוס כסף הנו מצגת המשקיעים. מצגת המשקיעים מבוססת על התוכנית העסקית אולם היא מפורטת יותר מתקציר המנהלים וויזואלית יותר מהתוכנית העסקית.

מצגת משקיעים תהיה באורך של 10-12 שקפים. זמן ההצגה המתוכנן הוא 20 עד 30 דקות כאשר כ- 20 דקות נוספות ישמשו לשאלות ותשובות. השקפים צריכים להיות ברורים, קריאים ואסתטיים.

### **טיפים חשובים למצגת משקיעים**

1. להתכונן – חובה להתכונן למצגת בצורה מקיפה. לכתוב כל מה שאתם רוצים להגיד ולתרגל.
2. להציג עם בטחון עצמי וקול גבוה, ולהסתכל תמיד למאזינים (לא למסך המחשב).
3. להפגין אמונה במיזם, אמביציה לעשייה, תשוקה להצלחה, וחלום להגשמה.
4. להיות תמציתי, מאורגן וברור.
5. אין להשתמש בפונטים קטנים מ- 32 (אריאל) ומקסימום 6 שורות בשקף.
6. ליצור עניין מהרגע הראשון – דרך הצהרת החזון, שקף הצורך וסיפור אישי או הדגמת צורך.
7. תן דגש לאסטרטגיה, למודל העסקי ולאסטרטגית המימוש.
8. הפגן אמינות והצג תחזיות ריאליסטיות.
9. הימנע מרשימת מכולת.

### **מבנה המצגת**

- שקף 1: כותרת שם החברה, לוגו, חזון, שם המציג ופרטי קשר, תאריך ואיפה (תקציר)
- שקף 2: מה הצורך בשוק וכיצד אתם פותרים אותו (המוצר או השירות)
- שקף 3: פוטנציאל השוק
- שקף 4: צוות הניהול
- שקף 5: המוצר/שירות והטכנולוגיה
- שקף 6: לקוחות ואסטרטגית שיווק
- שקף 7: מתחרים
- שקף 8: אבני דרך, צמתי החלטה ותחזית הוצאות
- שקף 9: תחזית ומודל פיננסי
- שקף 10: פרטי ההצעה

הכן שקפי נספחים רבים לזמן השאלות והתשובות. הנספחים יכללו הסבר מפורט על (1) הטכנולוגיה ואמצעי ההגנה עליה, (2) השוק מאפייניו, גודלו, ומגמותיו, (3) המתחרים: מאפייניהם (יתרונות וחסרונות), המוצרים שלהם, המחירים שלהם, נתח השוק שלהם, צינורות השיווק שלהם, האסטרטגיה השיווקית שלהם, המודל העסקי שלהם וכדו', (4) השותפים האסטרטגיים: מאפייניהם (יתרונות וחסרונות), המוצרים שלהם, נתח השוק שלהם, צינורות השיווק שלהם, האסטרטגיה השיווקית שלהם, המודל העסקי שלהם, מטרת השותפות מבחינתם, וכדו', (5) לקוחות ומאפייניהם לקוחות, (6) התחזיות והמודל הפיננסי.

## תוכן המצגת

### שקף 1: כותרת

יש להבליט בשקף זה את חזון החברה ותקציר (מי אני, מה החברה עושה, מה מטרת המצגת, מה היסטורית החברה ועיקרי ניתוח השוק והמודל הפיננסי)

### שקף 2: צורך השוק

תיאור של צורך השוק. מה הצורך? כמה הוא אקוטי? ממה הוא נגרם? למה הוא לא נפתר בעבר? מה החסמים לפתרון הבעיה? כיצד אתם פותרים את הבעיה? במה הפתרון שלכן טוב מהמצב הקיים ופתרונות של מתחרים?

### שקף 3: פוטנציאל השוק

גודל השוק הכולל, גודל הנישה הספציפית שלכם ופוטנציאל השוק של המוצר שלכם (מי בדיוק הלקוחות שלכם). חשוב לתת כאן מקורות מוסמכים לגודל השוק. חייב להיות חלום – שוק מספיק גדול. תיאור האקו-סיסטם ושרשרת הערך.

### שקף 4: צוות הניהול

הצגת צוות הניהול הבכיר – קורות חיים מקוצרים. להבליט יכולות ייחודיות רלוונטיות, ניסיון עבודה משותף וקשרים, ניסיון בחברות סטארט-אפ וחברות מובילות בתחום, קשרים ללקוחות, ספקים ושותפים אסטרטגיים פוטנציאליים. ועדה מיעצת ומועצת מנהלים.

### שקף 5: המוצר\שירות והטכנולוגיה

תיאור המוצר – מה המוצר עושה? מה השימוש העיקרי? שימושים נוספים? מה היתרונות שלו ללקוחות? איפה אתם נמצאים בשלבי הפיתוח? מה החסמים\בעיות שעדיין צריך לפתור? מהם הנכסים והטכנולוגיות המשלימות? האם ניתן להגן על הטכנולוגיה? מי מפתח את הטכנולוגיה? פנימי? ספקי משנה? שת"פ?

### שקף 6: לקוחות ואסטרטגיית שיווק

מיהם הלקוחות הפוטנציאליים? מה מאפייני הלקוחות? כיצד תגיעו אל הלקוחות? שימוש בצינורות שיווק ושותפים אסטרטגיים. אסטרטגיית חדירה לשוק. פרסום וקידום מכירות. מה היתרון התחרותי שלכם?

### שקף 7: מתחרים

מיפוי מתחרים ישירים ועקיפים, קיימים ועתידיים. מהם היתרונות והחסרונות של המתחרים וכיצד אתם מתכוונים לבדל את עצמכם.

### שקף 8: אבני דרך, צמתי החלטה ותחזית הוצאות

אבני דרך של התפתחות החברה, השקעות, מו"פ ושיווק. הגדרת צמתי דרך קריטיים להחלטות אסטרטגיות. השקעות בעבר ותחזית השקעה עתידית.

### שקף 9: תחזית ומודל פיננסי

הצגת מודל עסקי. תחזית הכנסות, הוצאות ומרווחים מבוסס על הנחות יסוד הגיוניות. ניתוח נקודת איזון ובדיקות רגישות. ניתוח תזרים מזומנים ועיתוי גיוסים עתידיים. ניתוח סיכונים.

### שקף 10: פרטי ההצעה

כמה כסף אתם רוצים לגייס. למה ישמש הגיוס. מה התמחור לגיוס ומה הצפי לשימוש והחזר השקעה.