



Finanțare și investiții

1. Sfat privind finanțele dvs. personale
2. Tipuri de finanțare
3. Câți bani ar trebui să strângeți și când
4. Alte delicatese financiare



„Gândiți-vă de câți bani credeți că aveți nevoie, apoi dublați suma și începeți să faceți rost de ei.”

– Marc Zornes, cofondator al companiei Winnow Solutions

Capitolul 5

Strângerea de fonduri este o parte cheie a activității unui antreprenor. Agrifood are anumite provocări specifice în ceea ce privește finanțele, având în vedere ratele de creștere reduse în mod obișnuit, caracterul sezonier al fluxurilor de numerar și timpul necesar pentru obținerea rentabilității investițiilor. În timp ce unele întreprinderi se pot dezvolta în mod organic și nu necesită finanțare externă, majoritatea au nevoie de o injecție de numerar, indiferent dacă aceasta are forma unui credit, capital proprii sau subvenții.

Accesul la finanțare pentru femei și minorități etnice este, de asemenea, mult mai dificil, în ciuda faptului că există din ce în ce mai multe dovezi care arată că sunt investiții inteligente ([sursă](#)). Startup-urile conduse de femei pot găsi utilă [această listă](#) de surse de finanțare, iar [această listă](#) de resurse utile și rețele de ajutor pot fi utile atât startup-urilor conduse de femei, cât și de persoane de etnie neagră, asiatică și minorități. Deși nu este o [listă exhaustivă](#), acest raport oferă anumiți indicatori utili pentru o serie de țări europene, începând cu pag. 46, pentru migranți și minorități etnice.

Acest capitol vă prezintă diverse tipuri de finanțare disponibile, vă oferă sfaturi legate de evenimentele de căutare a investitorilor și toate lucrurile legate de finanțarea afacerii dvs. Înainte de a intra în asta, am crezut că ar fi util să vorbim despre finanțele personale.

Sfat privind finanțele dvs. personale

- **Gândiți-vă de câte resurse personale dispuneți și ce veți face pentru a vă menține când lucrurile durează de două ori mai mult decât ar trebui** (pentru că așa se întâmplă întotdeauna). Unii antreprenori încep să lucreze la ideea lor în timp ce sunt încă angajați în altă parte și se lansează numai după ce au economisit destui bani sau au primit o finanțare inițială. S-ar putea să luați în considerare să lucrați cu normă redusă în primele etape ale startup-ului dvs. sau să vă gândiți dacă puteți să lucrați ca freelance pentru a vă crește resursele financiare.
- **De ce sunt importante resursele financiare personale?** Ultimul lucru pe care îl doriți este să construiți un startup minunat, pentru ca apoi să trebuiască să renunțați, deoarece ați rămas fără bani atunci când lucrurile sunt pe cale să decoleze. Stresul financiar poate avea și el un impact semnificativ asupra bunăstării dvs., productivității și modului în care vă conduceți echipa.
- **Întrebări importante la care să răspundeți:** Vă puteți descurca dacă timp de o lună sau două (sau mai mult) nu luați salariu pentru a îmbunătăți fluxul de numerar, deoarece trebuie să vă plătiți echipa? Sunteți dispus să sacrificați anumite cheltuieli sau anumite aspecte ale vieții de până acum pentru a conduce un startup?

Tipuri de finanțare

Tipul de strategie de finanțare pe care decideți să o aplicați depinde de tipul de afacere pe care doriți să o construiți. Unele idei de afaceri au nevoie de finanțare redusă pentru a începe, în timp ce altele necesită mult mai mult capital. O afacere agricolă, cum ar fi o fermă acvaponică, va avea cheltuieli de capital inițiale foarte mari (costul utilajelor, costul locației fizice, expertiză științifică etc.), în timp ce o societate care produce un produs alimentar poate începe la scară mică, cu puține investiții la început, pentru ca apoi să crească organic, având nevoie doar de puțin capital pentru a scala. Tipul de finanțare depinde de cât de mult control vreți să păstrați asupra afacerii și de gradul de risc la care sunteți dispus să vă expuneți. Dacă strângeți investiții de capital, veți ceda o parte din afacerea dvs. investitorilor, în timp ce, dacă luați un credit, veți păstra controlul, dar va trebui să rambursați suma împrumutată. Haideți să analizăm mai detaliat diferitele opțiuni.



Finanțare nerambursabilă (grant)

Dacă puteți beneficia de finanțare nerambursabilă, nu stați pe gânduri! Avantaje? Sunt bani gratis. Sunt bani pe care nu trebuie să îi rambursați și în schimbul cărora nu trebuie să cedați capital. De obicei sunt oferite de guvern, fundații, ONG-uri sau companii mari. Dezavantaje? Cererile de finanțare pot fi îndelungate, complicate, necesită mult timp pentru a fi procesate și au criterii relativ stricte care trebuie respectate, de multe ori încercând să vă atragă către obiective caritabile, nu să contribuie la perfecționarea afacerii dvs. Pentru a găsi surse de finanțare nerambursabilă: căutați fundații caritabile în țara dvs., participați la evenimente filantropice și destinate startup-urilor, interesați-vă dacă alte întreprinderi durabile sau întreprinderi sociale au primit finanțări de care puteți profita și dvs., configurați alerte Google cu cuvinte cheie și căutați dacă există site-uri agregate ale unor finanțatori care acordă subvenții în țara dvs. Iată câteva organizații pan-europene sau globale pentru a începe (nu le-am inclus pe cele specifice fiecărei țări):

- **Granturi pentru inovare EIT RIS:** în valoare de până la 10.000 € din finanțare fără capital propriu pentru inovații din domeniul agroalimentar, aceste subvenții răsplătesc cei mai buni antreprenori și startup-uri din sudul și estul Europei care au o idee de afaceri în stadiu incipient, care pot ajuta EIT Food în misiunea ei. <https://www.eitfood.eu/programmes/ris-innovation-grants>
- **Provocarea verde a Loteriei Codului poștal:** o competiție anuală deschisă soluțiilor de afaceri care contribuie la o planetă mai sustenabilă, dotată cu un premiu de 500.000 de euro! <https://www.greenchallenge.info/info/green-challenge-fund>
- **Thought for Food** își dedică activitatea capacitării viitoarei generații de inovatori pentru a construi noi soluții care să transforme sistemul nostru alimentar <https://thoughtforfood.org/challenge/>
- **Centrul Barilla pentru alimente și nutriție:** The 2018 BCFN YES! Concursul pentru burse de cercetare invită tinerii cercetători doctoranzi și postdoctoranzi cu orice pregătire și naționalitate să depună un proiect de cercetare privind îmbunătățirea sustenabilității sistemului alimentar (20.000 €) <https://www.barillacfn.com/en/>
- **Eurostars:** Dacă sunteți o companie mică, care are nevoie de finanțare publică pentru ideea dvs. inovatoare, trebuie să știți că Eurostars a fost dezvoltat cu grijă pentru a satisface nevoile dvs. specifice. <https://www.eurostars-eureka.eu/2019-cut-offs>
- **Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală:** Subvenții pentru dezvoltarea durabilă a sectoarelor agricol și forestier, precum și a zonelor rurale https://www.welcomeurope.com/european-funds/eafrd-european-agricultural-fund-rural-development-713+613.html#tab=onglet_details
- **Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime:** îi ajută pe pescarii să treacă la pescuitul sustenabil și susține dezvoltarea acvaculturii sustenabile. https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff_ro
- **Oportunități de finanțare și oferte publice din partea Comisiei Europene și a altor organisme ale UE:** <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>
- **Fundația Nestle:** inițiază și susține cercetarea în domeniul alimentației umane cu relevanță pentru sănătatea publică în țările cu venituri mici și medii-mici, conform clasificării Băncii Mondiale <http://www.nestlefoundation.org/>

Crowdfunding

Crowdfunding-ul s-a răspândit odată cu startup-urile în ultimii zece ani, ca o modalitate alternativă de strângere de fonduri. Există două tipuri principale de crowdfunding: bazate pe recompense și bazate pe capital.

Crowdfunding-ul bazat pe recompense oferă oamenilor (adesea cunoscuți ca „debitori gajști” sau „susținători”) o recompensă în schimbul banilor; de obicei o versiune a produsului sau serviciului pentru care compania încearcă să strângă bani. Aceste tipuri de campanii de crowdfunding tind să fie destinate colecțiilor de fonduri mai mici (suma medie pe Kickstarter este de 18.000 €), deși unele campanii au strâns sute de mii sau chiar milioane de euro. Aceste campanii nu sunt gratuite. Platformele de crowdfunding încasează între 3% și 7%, majoritatea încasând mai mult pentru o campanie flexibilă (una în care se obțin bani indiferent de atingerea obiectivului) decât pentru o campanie fixă (una în care primiți banii doar dacă vă atingeți obiectivul). Crowdfunding-ul bazat pe recompense este o modalitate excelentă de a strânge fonduri inițiale pentru demararea companiei dvs., deși are și alte avantaje. Vă permite să testați pofta pentru ideea dvs., să creați o comunitate de susținători fideli, care pot să vă însoțească pe parcursul călătoriei startup-ului dvs. și să creați vâlvă în jurul mărcii și produsului/serviciului pe care îl oferiți.

Crowdfunding-ul de capital este similar cu strângerea de capital de la investitori (vezi secțiunea de mai jos a investițiilor de capital), cu excepția faptului că se face prin intermediul unei platforme de crowdfunding, cum ar fi Crowdcube, WiSeed sau FundedByMe. Persoanele fizice investesc sume diferite pentru o parte din companie, cele mai multe platforme oferind sume de investiții de 10 €. Investitorii fac acest lucru așteptând să obțină rentabilitate în termen de 5-10 ani, prin vânzare comercială (compania este vândută unei alte companii), printr-o schemă de răscumpărare (compania decide să cumpere acțiuni proprii de la investitori) sau printr-un IPO (initial public offering - „ofertă publică inițială” prin care compania este listată pe piața bursieră). Pentru aceste campanii este nevoie de o muncă mai amănunțită decât pentru cele bazate pe recompense, deoarece trebuie elaborate planuri de afaceri, previziuni financiare și evaluări, în timp ce în cazul campaniilor bazate pe recompense nu este nevoie. Crowdfunding-ul de capital se încadrează în reglementările financiare ale țării, platformele trebuind să fie aprobate de către organismele financiare competente.



Crowdfunding-ul nu este o modalitate mai ușoară de strângere de fonduri decât alte tipuri de activități similare, iar cantitatea de muncă care trebuie depusă nu trebuie să fie subestimată. Acesta necesită un nivel ridicat de activități sofisticate de marketing.



Cum să faceți din crowdfunding un succes:

- **Pregătirea este esențială:** Planificați ce trebuie să faceți înainte de a începe campania de crowdfunding, fiecare pas pe care îl veți face în timpul acesteia și cum veți gestiona lucrurile după. Planul dvs. ar trebui să specifice suma pe care doriți să o strângeți, strategia dvs. de marketing, strategia de PR și listele de contacte. Pregătiți ciorne de e-mail-uri și comunicări pentru a le trimite la momentul oportun. Este crucial să fiți pregătit pentru lansarea campaniei de crowdfunding, deși este important să fiți pregătit și pentru momentul încheierii acesteia. Finanțatorii își depun banii și buna-credință în dvs., astfel încât trebuie să fiți sigur că puteți livra ceea ce promiteți.
- **Fiți creativ și original:** Lansați campanii originale și interesante pentru persoanele pe care încercați să le atrageți. Acest lucru pare evident, dar multe campanii de crowdfunding nu au succes deoarece fondatorii cred că oamenii vor dori să le susțină activitatea doar pentru că este „cool”. Spuneți o poveste și apelați la emoțiile oamenilor. Apelați la imaginația lor și faceți-i să simtă că susținând campania fac parte din ceva mai mare.
- **Appreciați cât de multă muncă înseamnă:** Crowdfunding-ul nu înseamnă doar a-ți pune campania online și a aștepta să intre banii. Trebuie să fiți pregătit să vă agitați și iar să vă agitați. Odată ce campania dvs. este live, ea devine un loc de muncă cu normă întreagă pentru gestionarea campaniilor pe rețelele de socializare și de contact direct cu oamenii. Va trebui să-i contactați pe toți cei pe care i-ați întâlnit vreodată, atât pe plan personal cât și profesional.
- **Închipuți-vă cum este să începi în forță:** Majoritatea campaniilor de crowdfunding care nu strâng 30% în primele două zile nu au succes, așa că asigurați-vă că aveți un plan pentru a atinge acest obiectiv. Ar trebui să aveți finanțatori/investitori aliniați ca să contribuie imediat ce va fi lansată. Creați un sentiment de urgență, eventual un stimulent pentru ca oamenii să contribuie de la început (cum ar fi o cantitate limitată de recompense, o tombolă la care vor participa, șansa de a câștiga ceva special ...). Merită să faceți câteva calcule esențiale din care să aflați numărul de persoane pe care trebuie să le abordați pentru a vă atinge ținta.
- **Construiți relații:** Încercați să încurajați o relație personală cu cât mai mulți finanțatori posibil. Susținătorii cred în dvs. atât de mult încât au investit în ceva care încă nu există. Appreciați-i așa cum merită. Dacă aceste relații sunt gestionate bine, este probabil că acești oameni vor cheltui mai mulți bani pe dvs. în viitor.
- **Învățați de la alții:** Priviți campaniile de succes pentru a vă inspira. Pentru început, vă prezentăm niște exemple.

Mărturii ale antreprenorilor despre crowdfunding

„Am făcut-o pentru că am văzut că este o oportunitate de a partaja misiunea și succesul nostru cu clientul nostru. Pentru puțin mai mult decât prețul de a comanda produsul nostru, oamenii ar putea investi în viziunea de a duce lucrurile la următorul nivel. Oamenii au fost încântați de asta și a fost un succes total. Acum avem o armată de oameni care nu numai că cred în ceea ce facem, dar care au investit și emoțional în ceea ce facem. Și aceasta este o conexiune incredibilă, care în același timp este foarte unică pentru crowdfunding. Însă este și ca o durere în f*. Este extrem de importantă. Mai ales în ceea ce privește crowdfunding-ul de capitaluri - aspectul juridic al lucrurilor ... este costisitor de configurat.”

– **Dan Kurzrock, cofondator al companiei și expert în boabe la compania Regrained.**



„Recomand călduros să faceți crowdfunding. Dar nu pentru a strânge fonduri, ci pentru a construi o comunitate. Este o modalitate excelentă de a vă face cunoscut, de a ajunge la medii și de a lega oamenii de marca dvs. Dar este nevoie de mult timp și de mult efort. Faceți acest lucru numai dacă aveți puterea marketingului în echipa dvs.”

– **Chantal Engelen, cofondatoare a companiei Kromkommer**

Crowdfunding bazat pe recompensă Studiu de caz: Toast Ale

- **Platformă:** Crowdfunder (<https://www.crowdfunder.co.uk/raiseatoast#start>)
- **Obiectiv:** 20.000 £
- **Rezultat:** 29.452 £ cu 449 de finanțatori în 28 de zile

Cum a funcționat? Toast Ale a plecat de la o problemă serioasă (risipa de alimente) pe care a transformat-o în ceva plăcut și popular (bere).

- Au luat un mesaj serios cu umor pozitiv și le-a dat sponsorilor senzația că oferă valoare reală (abordarea deșeurilor alimentare), explicând impactul tangibil (câte felii de pâine a economisit fiecare debitor gajist).
- Explicații clare despre scopul în care sunt folosiți banii.
- Recompense inteligente și creative potrivite multor bugete diferite.



„Crowdfunding este CEL MAI BUN instrument de marketing! Unde în altă parte poți să te promovezi, să-ți spui povestea, să pui produsul în mâna oamenilor, să primești feedback de la ei despre acesta, să construiești ambasadori de marcă și să strângi bani în același timp?”

– **Cheryl Clements, fondatoare și CEO al site-ului de crowdfunding pentru alimente și băuturi PieShell**



Crowdfunding-ul de capital Studiu de caz: Oppo Ice-cream

- **Platformă:** Seedrs (<https://www.seedrs.com/oppo-ice-cream>)
- **Obiectiv:** 100.000 £

Rezultat: 353.811 £

În 2015, Oppo a devenit cea „mai suprafinanțată” ofertă de până atunci mulțumită inițiativei pe Seedrs. Își propuseseră să strângă 100.000 £ și au terminat strângând peste 300.000 £. Când au revenit la Seedrs pentru o rundă de monitorizare în 2016, Oppo și-a atins obiectivul de 150.000 £ în aprox. 6 ore.

Cum a funcționat? Nu au vândut doar un produs, ci au povestit cum s-a născut Oppo. Ca oameni, tindem mai întâi să simțim și apoi să gândim, așa că merită să captați imaginația oamenilor și să apelați la sentimentele lor.

Credite

Împrumutarea banilor în diferite etape ale startup-ului poate fi un mod eficient de a strânge capital și de a menține un control cât mai mare asupra afacerii. Creditul poate fi obținut de la bancă, deși acestea nu prea obișnuiesc să facă acest lucru în stadiul de startup, ci mai degrabă de la creditorii concentrați pe startup-uri. Există scheme guvernamentale care oferă facilități de credit. Dezavantajul creditului este că trebuie să-l restituiți cu dobândă (spre deosebire de crowdfunding, capital sau creditele nerambursabile). În cazul unor împrumuturi pentru startup-uri poate fi nevoie chiar și de o garanție personală, ceea ce înseamnă că, dacă afacerea dă faliment, trebuie să restituiți banii personal.

De o popularitate din ce în ce mai mare printre startup-uri se bucură notele convertibile. Acestea reprezintă o formă de împrumut în care banii nu sunt restituiți în numerar, ci în capital. Aceste note vă permit să amânați evaluarea afacerii (o operațiune dificilă pentru startup-uri) fără să trebuiască să restituiți banii. Prin acest mecanism, investitorii nu primesc imediat capital, ci o parte din afacerea dvs. în următoarea rundă de investiții de capital (a se vedea mai jos). Pare o afacere bună? Cu siguranță că este, însă nu uitați munca grea pentru a valorifica afacerea și a respecta toate cadrele legale adecvate pentru investiții care încă trebuie să o depuneți pe parcursul întregului drum. Pentru mai multe informații despre ce sunt notele convertibile și cum vă pot ajuta, consultați acest curs rapid.

Capital

Aceasta este practica de a strânge capital de la investitori în schimbul unei părți* din afacerea dvs. Investițiile de capital iau mai multe forme: puteți strânge bani de la persoane private (adesea cunoscuți ca „investitori înger”), de la grupuri de investitori, capitaluri de risc, din fonduri ... Există categorii de investitori, cum sunt cei specifici sectorului (în acest caz, căutați-i pe cei care se concentrează pe alimente și agrotehnologie!), investitori de impact (care se concentrează asupra impactului social și asupra mediului la fel de mult ca și pe un profit financiar). Investițiile de capital reprezintă o modalitate excelentă de a strânge cantități mai mari de capital și de a găsi persoane care pot fi esențiale pentru dezvoltarea afacerii dvs. Gândiți-vă dacă doriți investitori care investesc și nu se implică prea mult (investitori generali) sau investitori care joacă un rol mai mare în afacerea dvs. acționând ca consilieri și deschizându-vă uși (investitori strategici). Este esențial să acumulați capital de la investitorii potriviți. Găsirea persoanelor care se aliniază cu ceea ce doriți să faceți și cum doriți să o faceți înseamnă că veți avea o relație mai colaborativă. Persoanele cu experiență relevantă vă vor ajuta să ca afacerea dvs. să crească mai repede, oferindu-vă introduceri-cheie și vă vor ajuta să evitați greșelile pe care ei le-au făcut deja.

Atunci când construiți și rulați o afacere sustenabilă, colaborarea cu investitorii de impact prezintă avantaje. Dacă găsiți oameni care cred în misiunea dvs., aceștia vor aprecia impactul pe care îl creați la fel de mult, dacă nu chiar și mai mult, decât câștigurile financiare. Aceasta înseamnă că vor fi mai puțin susceptibili să impulsioneze profiturile și extragerea valorii din afacere încă de la început.

* Puteți emite diferite tipuri de acțiuni. Deși Investopedia oferă [un rezumat al acestora](#), vă recomandăm să stați de vorbă cu un consilier juridic și financiar pentru a decide care dintre acestea se potrivește cel mai bine afacerii dvs.

Pași pentru strângerea investițiilor în capital

- **Identificați-vă nevoile de finanțare:** ar trebui să aveți o idee despre ce sumă trebuie să strângeți acum și în viitor (investitorii vă vor întreba cât intenționați să strângeți într-o etapă ulterioară).
- **Gândiți-vă la evaluarea financiară a afacerii dvs.:** Se referă la cât valorează afacerea dvs. și va determina ce procent din afacere va trebui să acordați în schimbul investiției. Mai multe informații pe această temă la sfârșitul capitolului.
- **Stabiliți elevator pitch-ul:** Trebuie să puteți exprima esența afacerii dvs. într-o singură propoziție.
- **Creați un pitch deck + un investment teaser:** mai multe detalii despre acestea în continuare.
- **Căutați oportunități de a face pitch investitorilor:** Căutați rețele de investitori (puteți începe cu Comunitatea Investitorilor Alimentari a EIT), seri de pitching, construiți-vă propria rețea, întrebați prietenii și alte startup-uri dacă vă pot da sfaturi/vă pot recomanda pe cineva.
- **Învățați cum să faceți pitch:** practica aduce perfecțiunea. Dacă aveți posibilitatea de a face pitching investitorilor, luați-o în serios, așa că asigurați-vă că sunteți pregătit întotdeauna. Ar trebui să practicați pitch-ul până îl învățați pe de rost. Ar trebui să fiți pregătit și să răspundeți la întrebările pe care vi le pot pune. S-ar putea să fie intimidant, dar amintiți-vă că vă cunoașteți afacerea mai bine decât oricine, așa că aveți încredere și apărați-vă propunerea. Investitorii nu stau la pândă să vă prindă. Dacă îi interesează afacerea dvs., vor dori să se asigure că ați făcut temele, că aveți o echipă grozavă și că intenționați să vă puneți ideea în practică.

În continuare vă oferim câteva sfaturi utile:

- Fiți scurt și la obiect. Cu cât sunteți mai concis și mai la obiect, cu atât mai bine. Asigurați-vă că respectați toate indicațiile pe care le-ați primit, dacă sunt hotărâte de altcineva.
- Fiți entuziast și împărtășiți-vă pasiunea. Investitorii vor să investească în cine ar face tot posibilul ca să-și dezvolte afacerea. Dacă nu sunteți entuziast, nici ei nu vor fi.
- Cunoașteți-vă publicul: dacă reușiți să cercetați investitorii înainte de a face pitching (nu este întotdeauna cazul dacă participați la evenimente de pitching), faceți-o și adaptați pitch-ul în funcție de ei și de interesele lor.
- Spuneți o poveste: împărtășiți-vă marea viziunea și vindeți-vă visul. Găsiți o modalitate de a relata cu dibăcie și încercați să atingeți emoțiile publicului. Vă puteți concentra pe detalii după ce ați prezentat ideea.
- După ce ați găsit investitori: creați o foaie de termen. Puteți găsi [sabloane pentru foi de termen](#) online, deși poate cel mai bine ar fi să lucrați cu avocați care să vă ajute (cu acestea și cu alte

documente de investiții), deoarece impactul financiar direct pe care îl pot avea foile incorecte ar putea fi foarte important pentru dvs.

- Pregătiți documente legale cu avocați.
- Lăsați banii să intre!" Și apoi începe distracția adevărată.

Crearea unui pitch deck și a unui investment teaser

Pitch deck este o scurtă prezentare în care se fac cunoscute aspectele cheie ale planului de afaceri și servește pentru a-i „vrăji” pe investitori (sau alte părți de la care doriți ceva, ca de exemplu acceleratori sau anumiți clienți). În linii mari, pitch-ul nu trebuie să aibă mai mult de 15 diapozitive și trebuie să fie concis și clar. Mai puțin înseamnă mai mult! Nu veți avea prea mult timp să faceți impresie asupra oricui vă prezentați, așa că acordați foarte multă atenție și concizie când creați pitch deck și când îl prezentați. Faceți-l să fie atrăgător vizual, nu o listă cu puncte și text pe care o citiți pe ecran! Faceți-l să fie interesant și spuneți o poveste pentru a apela la sentimentele publicului.



O schiță folositoare pentru pitch deck poate fi următoarea:

- Ce **problemă** încercați să soluționați?
- Ce **soluție** propuneți?
- Ce **piață** vizați și cât este de mare aceasta?
- Cum funcționează **produsul sau serviciul** dvs. sau ce oferă acesta?
- Cine sunt **concurenții** și cum rezolvă ei problema?
- Care este **oferta unică de vânzare** a dvs.?
- Cum vă diferențiați de concurență?
- Câtă **tracțiune** ați obținut până acum? Ce vânzări aveți și ce clienți existenți sau potențiali?
- Cine alcătuiește **echipa** dvs. și de ce sunt oamenii potriviți pentru asta?
- Care sunt **proiecțiile dvs. financiare** pentru următorii 3-5 ani?
- De ce **investiții** aveți nevoie? (sau alte informații, dacă nu este folosit pentru investiții)



La fel ca și un pitch deck, un investment teaser este deseori primul lucru pe care îl văd potențialii investitori. De obicei, are o lungime de una sau două pagini și conține aceleași secțiuni ca un pitch deck, mai detaliate însă, deoarece nu veți avea nicio șansă să vă prezentați.

Nu uitați că trebuie să fiți atenți la modul în care abordați potențialii investitori, deoarece există legi care protejează oamenii împotriva escrocheriilor în cazul oportunităților de investiții frauduloase. Informați-vă cu privire la aceste reglementări din țara dvs. și/sau să solicitați sfatul unui consilier juridic.

Tabel recapitulativ al tipurilor de finanțare:

Tip de finanțare	Pro	Contra
Grant	<ul style="list-style-type: none"> Nu trebuie să îl rambursați și nici să nu renunțați la capital propriu. 	<ul style="list-style-type: none"> Procesul de solicitare poate fi complicat și de durată.
Crowdfunding (bazat pe recompensă)	<ul style="list-style-type: none"> Vă permite să testați cât de mult le place oamenilor ideea dvs. și să primiți feedback. Oferă posibilitatea de a construi o comunitate de suporteri fideli și ambasadori ai mărcii. Ajută la răspândirea poveștii mărcii și să se vorbească de marca produsului/serviciului dvs. Nu trebuie să plătiți și nici să renunțați la capital. 	<ul style="list-style-type: none"> Este necesară multă muncă înaintea, în timpul și după campanie. Trebuie să aveți susținători aliniați înainte de a începe campania de crowdfunding, altfel aveți șanse mici de a reuși. Site-urile de crowdfunding percep o taxă de 3-7%. Fonduri strânse reduse (media pe Kickstarter este de 18.000 €) Mai puțin adecvat pentru companii B2B.
Crowdfunding (capital)	<ul style="list-style-type: none"> Potențial de a strânge o sumă mare de fonduri în comparație cu crowdfunding-ul bazat pe recompensă. Ajută la răspândirea poveștii mărcii și să se vorbească de marca produsului/serviciului dvs. Oferă posibilitatea de a construi o comunitate de suporteri fideli și ambasadori ai mărcii. 	<ul style="list-style-type: none"> Necesită și multă muncă decât crowdfunding-ul bazat pe recompensă (trebuie să aveți un plan de afaceri, previziuni financiare și evaluare). Trebuie să renunțați la o parte din afacere. Trebuie aprobat de autoritățile financiare competente.
Credit	<ul style="list-style-type: none"> Strângeți de capital menținând controlul asupra afacerii. 	<ul style="list-style-type: none"> Trebuie rambursat cu dobândă. Este greu de obținut de către startup-uri fără tracțiune. Poate fi necesară o garanție personală.
Investiții de capital	<ul style="list-style-type: none"> Posibilitate de a strânge capital mare. Posibilitate de accelerare a creșterii prin relații de colaborare cu investitorii. 	<ul style="list-style-type: none"> Trebuie să renunțați la o parte din afacere. Aveți investitori pe care trebuie să-i gestionați și cărora să le dați socoteală (acest lucru poate oferi avantaje și dezavantaje).

Relații cu investitorii

După ce ați captat investitori, va trebui să găsiți un mod de gestionare a acestora. Unii investitori sunt mai exigenți decât alții. Puteți programa reuniuni periodice sau puteți suna periodic investitorii entuziaști, dacă simțiți că vă pot ajuta în vreun fel. În general, va trebui să dezvoltați o metodă de raportare regulată (săptămânal, lunar sau trimestrial, mai rar ar fi probabil prea rar).

Pont de la antreprenori privind gestionarea investitorilor

„Mai bine comunicați prea mult decât prea puțin până când ajungeți la un echilibru, astfel încât să puteți construi încredere.”
– David, CEO și cofondator al companiei Aerofarms





„Investitorii nu sunt șefii dvs. și dacă îi tratați ca și cum ar fi, nu îi veți obține randamentul maxim și nu veți fi un bun lider. Înainte de a ne alege investitorii, i-am selectat pentru misiune. Am efectuat un test de litmus: investitorul care a ne-a spus o povestioară sau o anecdotă despre cum s-a simțit când a aruncat mâncare era foarte puțin probabil să primească misiunea. Găsiți o metodă de a alege investitorii. Trebuie să înțelegeți și că, atunci când unui investitor nu-i pasă de afacerea dvs., nu este nimic personal, ci doar nu o obține.”

– Saasha Celestial-One, cofondatoare a companiei Olio

Cât și când ar trebui să strângeți bani

La această întrebare nu există niciun răspuns corect, ci acesta variază dramatic în funcție de tipul afacerii respective și de etapa în care se află. Am considerat că ar fi util să vă prezentăm călătoriile de investiții ale câtorva companii.

Afacerea 1: O companie care produce snacksuri din greieri



- Fonduri personale:** trei cofondatori investesc fiecare 5.000 € din economiile personale pentru a crea un concept de bază, format din gustări prototip realizate acasă și idei inițiale de branding cu designeri freelance. Acest MVP și marcă inițială va fi folosit pentru următoarea etapă de strângere de fonduri.
- Finanțare nerambursabilă:** Peste 3 luni, afacerea obține finanțare nerambursabilă de la un incubator de întreprinderi sociale locale în valoare de 10.000 €. Acești bani sunt folosiți pentru a finanța dezvoltarea în continuare a produsului și mărcii.
- Campanie de crowdfunding:** După 6 luni de la investiția personală inițială, fondatorii decid să își acopere următoarea nevoie de capital printr-un crowdfunding bazat pe recompense pentru a începe construirea unei comunități. Aceștia strâng 25.000 € oferind pre-vânzarea batoanelor pe care le produc. Banii sunt folosiți pentru a efectua primul proces de fabricație propriu-zis, cu un co-ambalator. Ei folosesc snacksuri făcute în această fază pentru a câștiga primii clienți și pentru următoarea campanie de strângere de fonduri.
- Investitori înger, runda 1:** un an mai târziu, după ce au câștigat primii clienți și au obținut vânzări dovedite la scară mică, fondatorii decid să organizeze o primă rundă de investiții înger pentru a-și duce afacerea la următorul nivel. Aceștia strâng 160.000 € și fondurile necesare pentru a-și mări echipa și pentru marketingul destinat să crească popularitatea mărcii.
- Investitori înger runda 2:** La 19 luni după runda 1, după ce au câștigat tracțiune cu doi retaileri majori și și-au crescut substanțial conducta de venituri și vânzări, fondatorii decid să organizeze o a doua rundă de investiții înger (parțial de la investitori existenți, parțial de la noi investitori). Aceștia strâng 400.000 de euro pe care îi cheltuiesc pentru dezvoltarea de noi produse, construind în continuare echipa și perfecționând activitățile de branding și marketing. Acest lucru face ca afacerea lor să ajungă la mii de puncte de vânzare și să atingă pragul de rentabilitate (punctul în care veniturile totale sunt egale cu cheltuielile totale).

Afacerea 2: O companie de tehnologie alimentară care creează soluții pentru minimizarea consumului de apă și pesticide în fermele tradiționale

- Fonduri personale:** Doi cofondatori folosesc fonduri personale pentru a se finanța în timp ce elaborează un plan de afaceri și un pitch deck pentru investitori. Ulterior își asigură prima rundă de finanțare.
- Investitori înger runda 1:** La 8 luni de la ideea inițială, compania strânge cu succes 250.000 de euro pentru dezvoltarea de produse, studii de fezabilitate și pentru pilotarea tehnologiei lor în două ferme

diferite. În schimb, aceștia cedează 20% din companie, evaluându-și afacerea la 1.250.000 de euro post-bani (a se vedea dicționarul de argou financiar pentru mai multe despre aceasta).

- 3. Crowdfunding de capital:** peste alte 8 luni, încredzătorii datorită progreselor pe care le-au făcut și văzând beneficiul potențial al crowdfunding-ului, fondatorii decid să deruleze o campanie de capital, colectând alți 600.000 de euro în schimbul a 30% din companie. Acest lucru diluează atât fondatorii cât și investitorii înger. Finanțarea este folosită pentru a dezvolta în continuare tehnologia și pentru a aduce soluția pe piață la o serie de ferme. Prin contactele construite pe parcursul campaniei, au fost prezentați uneia dintre cele mai mari afaceri agro-tech din lume.
- 4. Credit:** un an mai târziu, fondatorii își dau seama că încă mai au nevoie de ceva numerar înainte de următoarea strângere de fonduri substanțială, în timp ce se discută cu fonduri de capital de risc, astfel că emit o notă convertibilă pentru ca investitorii existenți să acționeze ca un credit punte. Acești bani funcționează ca o „punte” între două runde de finanțare. Investitorii vor primi o reducere atunci când investiția se va transforma în capital propriu, la finalizarea următoarei runde de finanțare.
- 5. Capital de risc:** 17 luni mai târziu, gata să se scaleze, compania primește 1,5 milioane de euro de la un partener strategic de capital de risc, cu expertiză în acest sector. Cofondatorii cedează încă 25% din afacere, diluând toți acționarii existenți. Acest capital de risc dă dreptul la a avea un membru în consiliul de administrație și permite companiei să dispună de resurse pentru a se extinde cu adevărat.



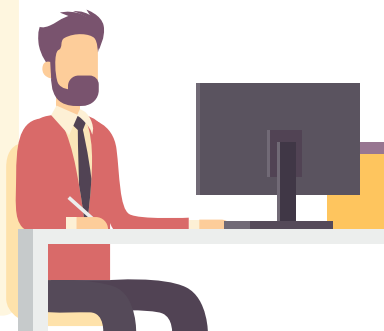
Este util să vă puneți câteva întrebări atunci când decideți cât să strângeți:

- Pentru ce anume vom folosi acești bani?
- Ce ne dorim să obținem înainte de a strânge din nou bani?
- Ce vrem să dovedim înainte de a strânge din nou bani?
- Câtă valoare va adăuga afacerii noastre această strângere de fonduri?
- Care este planul nostru B dacă lucrurile nu merg conform planului înainte de următoarea campanie de strângere de fonduri?

Sfaturi de la antreprenori referitoare la obținerea de investiții

„În primele zile, construiește-ți afacerea cu foarte mare înțelepciune. Fă sacrificii. Fii pregătit să nu primești salariu, fii pregătit să fii mereu pe grabă și să clasifici pentru a găsi o cale. Vei învăța multe din toate acestea. După ce ai strâns banii, încep așteptările. Înainte de a strânge banii, este treaba ta. Pentru că nu este o întrebare despre cum pot obține cât mai mult ... Strânge suficienți bani, astfel încât să poți avea liniștea necesară pentru a atinge o grămadă de obiective. Găsește investitori cu care să te aliniezi!”

– Marc Zornes, cofondator al companiei Winnow Solutions



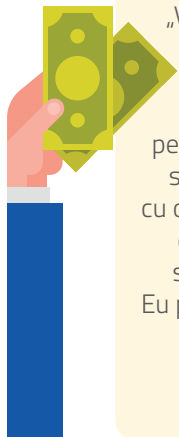


„Procesul de finanțare poate fi foarte complex. Nu vrei să renunți la prea mult capital, însă vrei să-ți poți construi afacerea. Vrei să te îndatorezi pentru asta, dar trebuie să poți asigura această datorie cu vânzări. Totul depinde de produsul și serviciul pe care le oferi. ... Suntem o afacere cu cheltuieli de capital foarte mari, a trebuit să cheltuim milioane înainte de a avea un produs, astfel încât acest aspect influențează strategia/modelul tău de finanțare. După ce începi să generezi venituri și ai conturi de gestionare, clienți reali și venituri, nu mai poți să vinzi investitorilor visuri și utopii. Te bazezi pe realitate. Dacă nu generezi venituri, vinzi visuri - este mult mai ușor. Acest lucru afectează strategia ta de finanțare. Dacă poți, strânge cât se poate de mult de la investitorul potrivit cu stilul de investiții adecvat, cu etosul potrivit, dar asigură-te că te va însoți în această călătorie.”

– **Steven Dring, CEO cofondator al companiei Growing Underground**

„Ia ce ai nevoie pentru a putea livra - viteza produsului către piață este esențială, astfel încât capitalul extern devine fundamental pentru succesul afacerii.”

– **Arturo, cofondator al companiei Clara Foods**



„V-aș recomanda să cercetați din timp sursele de capital nediluant, finanțare nerambursabilă (grant) etc., ținând seama că acestea trebuie să fie specifice și direcționate către fondurile care se aplică afacerii dvs. și să abordeze competițiile cu atenție; ele pot fi o mare sursă de publicitate, ceva finanțare și un pic de dopamină, dar eu aș fi disciplinat cu privire la timpul petrecut în aplicații, pitch-uri etc. În ceea ce privește finanțarea cu capital de risc, trebuie să fie specifică investitorilor vizați; alimentația și agricultura este un sector de nișă, dar în creștere, cu o serie de fonduri dedicate special tehnologiilor din aceste domenii. O introducere caldă este de o sută de ori mai bună decât un e-mail rece (...). Strângerea de fonduri este epuizantă, iar sfatul pe care pot să vi-l ofer sunt să vă concentrați în totalitate în timp ce faceți acest lucru. Eu personal am găsit întotdeauna acest lucru dificil în calitate de CEO al unei companii în stadiu incipient, dar îmi stabilesc obiective, ca de ex. 50 de întâlniri pe lună și încerc să programez câteva pe zi într-o perioadă concentrată.”

– **Abi Ramanan, CEO și cofondatoare a companiei ImpactVision**

Dicționar de argou financiar

Există o mulțime de termeni financiari care se pot auzi în discuțiile de afaceri și, dacă nu ați mai fost implicat în atragerea de investiții sau nu ați început o afacere, s-ar putea să fiți cam pierdut. Iată câteva concepte pe care ar trebui să cunoașteți:

- **Evaluarea afacerii:** este procesul de determinare a valorii economice a unei firme sau companii. Poate fi folosită din mai multe motive pentru a determina valoarea justă a unei afaceri, inclusiv valoarea vânzării, stabilirea proprietății partenerului sau creșterea investițiilor ([sursă](#)). Aceasta din urmă este probabil cea mai relevantă pentru dvs. în această etapă, deoarece va trebui să vă gândiți la o evaluare a afacerii atunci când atrageți investiții. Investopedia oferă câteva moduri diferite de evaluare, deși merită să reamintim că nu este o știință exactă și este foarte subiectivă.
- **Evaluare pre-bani vs. post-bani:** se referă la evaluarea afacerii dvs. înainte de (pre) sau după (post) investiție. Valoarea afacerii dvs. crește după ce ați atras finanțare.
- **Tabelul de capitalizare:** arată participația în proprietate a afacerii dvs. Dacă sunteți doi cofondatori care nu au strâns investiții și au divizat proprietatea, tabelul ne arată doar pe cei doi cu o distribuție de 50-50. Pe măsură ce captați investiții, acest procent se modifică. Tabelul de capitalizare prezintă diferitele procente de proprietate ale acționarilor.
- **Foaie de termen:** este documentul inițial redactat și convenit între două părți înainte de finalizarea investiției. De exemplu, dacă primiți investiții de capital, investitorul principal (cel care pune cea mai mare

sumă) poate sugera anumiți termeni și condiții pe care alți investitori trebuie să le respecte. Foile de termen constituie baza pentru redactarea mai multor documente legale.

- **Acordul între acționari:** Un acord între acționari este o înțelegere între acționarii unei companii care descrie modul în care trebuie să funcționeze compania și stabilește drepturile și obligațiile acționarilor. Acesta include și informații despre managementul companiei, privilegiile și protejarea acționarilor. [Sursă:](#)
- **Actul constitutiv:** este un document în care se specifică reglementările pentru operațiunile companiei și definește scopul acesteia. Acest document stabilește modul în care trebuie îndeplinite sarcinile în cadrul organizației, inclusiv procesul de numire a directorilor și de gestionare a evidenței contabile. [\(Sursă\)](#) Atât acordul acționarilor, cât și actul constitutiv sunt redactate de obicei de avocați. Acestea pot părea un pic complicate și inaccesibile, dar este bine să petreceți timp pentru a le cunoaște, deoarece sunt importante pentru stabilirea modului de funcționare a afacerii dvs. acum și în viitor.

Investopedia este o sursă excelentă de informații legate de investiții/financiare.

Rezumatul capitolului 5

Puncte cheie

- Nu uitați de finanțele personale – Planificați cum vă veți întreține dvs. când lucrurile merg mult mai încet decât ar trebui (pentru că o fac întotdeauna). Luați în calcul să vă păstrați locul de muncă cu normă întreagă sau să lucrați cu normă redusă la început și să dezvoltați ideea de afaceri în timpul liber.

Este timpul să vă opriți și să vă gândiți: Cât sunteți de rezistent? Ce sacrificii sunteți pregătit să faceți dacă lucrurile nu merg bine? Sunteți pregătit să renunțați la anumite cheltuieli sau anumite aspecte din viața dvs. pentru a rula un startup?



- Există multe tipuri de finanțare (grant, crowdfunding, credit și de capital) cu argumente pro și contra, deci gândiți-vă cu atenție la strategia de finanțare.

Este timpul să vă opriți și să vă gândiți: sunteți dispus să renunțați la o parte din afacerea dvs. în schimbul investițiilor? Dacă da, preferați investitori generali sau strategici?

- Pentru a obține investiții de capital, trebuie să vă definiți nevoile de finanțare și evaluarea afacerii, să stabiliți cu precizie un elevator pitch și un pitch deck, să vă stăpâniți abilitățile de pitching și să găsiți oportunități de a prezenta afacerea pe scurt investitorilor. Fiți pregătiți să clasificați documentele legale împreună cu avocații și să aflați cum să gestionați relațiile cu investitorii.

Este timpul să vă opriți și să vă gândiți: cât de mult capital doriți să obțineți? În ce scop îl veți folosi? Ce doriți să obțineți și să dovedeți înainte de a strânge din nou bani? Câtă valoare va adăuga afacerii dvs. această strângere de fonduri? Cum veți gestiona relațiile cu investitorul?

- Pe lângă strângerea de fonduri, crowdfunding-ul este o modalitate excelentă de a vă împărtăși povestea, de a face să se vorbească de marca dvs. și de a pune produsul la îndemâna consumatorilor. Cu toate acestea, crowdfunding-ul nu este deloc ușor. Necesită multă muncă și pregătire. Pentru a vă atinge ținta aveți nevoie de mai mult decât de o poveste nemaipomenită.

Și acum, să trecem la treabă!

- 1. Gândiți-vă la finanțele personale.** Cum vă veți menține la începutul călătoriei startup-ului, mai ales când lucrurile durează mai mult decât v-ați fi așteptat?
- 2. Propuneți o strategie de finanțare.** Veți solicita granturi, vă bazați pe crowdfunding, veți strânge credit și/sau investiții de capital de la investitori pentru o parte din afacere?
- 3. Creați un pitch deck** cu 15 diapositive în care să prezentați aspectele cheie ale planului dvs. de afaceri. Dați dovadă de creativitate și folosiți-l pentru a spune o poveste care să implice emoțional publicul.



Resurse suplimentare

Pentru mai multe informații despre fondurile și asistența UE, consultați aceste site-uri:

Lista programelor de finanțare ale UE

<https://www.welcomeurope.com/list-european-funds.html>

Fonduri și sprijin de la UE

<http://startupeuropeclub.eu/eu-funds-and-support/>

Vă gândiți să apelați la oameni pentru capital? Citiți aceste articole pentru mai multe informații despre crowdfunding:

Crowdfunding 101: Elemente de bază

<https://www.forbes.com/sites/chancebarnett/2012/08/02/crowdfunding-101-the-basics/#77b382b2cb4c>

Crowdfunding 101 pentru antreprenori

https://www.huffingtonpost.com/steve-mariotti/crowdfunding-101-for-entr_b_4598741.html?guccounter=1

Top 10 platforme de crowdfunding bazate pe investiții de capital din Europa

<https://www.eu-startups.com/2017/11/top-10-equity-based-crowdfunding-platforms-in-europe/>

Informații și sfaturi utile pentru a strânge bani și a vă stabili pitch-ul:

Ghid de investiții pentru startup-uri

<https://www.boardofinnovation.com/guides/startup-investment/>

Cum să obții bani

<http://paulgraham.com/fr.html>

Cinci sfaturi pentru a-ți prezenta ideile de afaceri

<https://www.bl.uk/business-and-ip-centre/articles/five-tips-for-presenting-your-business-ideas>

Cum să prezinți eficient ideile de afaceri investitorilor

<https://medium.com/swlh/how-to-effectively-pitch-business-ideas-to-investors-dd76661b02f1>

13 sfaturi despre cum să-ți prezinți ideea astfel încât investitorii să nu te poată refuza

<https://www.entrepreneur.com/article/251311>

8 sfaturi pentru a convinge un investitor

<https://www.wework.com/creator/grow-your-business/marketing/8-tips-successfully-pitching-an-investor/>

Aceste resurse vă vor ajuta să creați un pitch extraordinar, astfel încât să puteți obține banii de care aveți nevoie:**Ce este un pitch deck?**

<https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck> Cinci sfaturi pentru a-ți prezenta ideile de afaceri

Cum se creează un pitch deck?

<https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2018/03/02/how-to-create-a-pitch-deck/#12c77c9356c0>

30 Pitch Decks de pornire legendare și ce puteți afla din ele

<https://piktochart.com/blog/startup-pitch-decks-what-you-can-learn/>

Ce este un Investment Teaser?

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/deals/what-is-an-investment->

6 chei pentru a scrie un investment teaser excelent

<https://www.axial.net/forum/6-keys-to-writing-great-teasers/>