



Finansman & yatırım

1. Kişisel finans tavsiyeleri
2. Finansman türleri
3. Ne kadar ve ne zaman büyümeniz gerekir
4. Diğer mali bilgiler



“Ne kadar paraya ihtiyaç duyacağınızı hesaplayın, onu ikiye katlayın ve gidip o parayı bulun.”

– Marc Zornes, Winnow Solutions Kurucu Ortağı

Bölüm 5

Finansman sağlamak bir girişimci olmanın temel parçasıdır. Tarım-gıda sektörü, tipik olarak yavaş büyüme oranları, nakit akışının mevsimlere göre değişmesi ve bir yatırıma karşılığının alınması için zaman gerekmesi nedeniyle, finansman konusunda belirli zorluklara sahiptir. Bazı işletmeler organik olarak büyüyüp harici finansmana ihtiyaç duymazken, büyük çoğunluk borç, yatırım ya da hibe formunda nakit tedarikğine ihtiyaç duyar.

Gittikçe daha fazla miktarda kanıt akıllı yatırımlar olduğunu gösterse de, kadınlar ve etnik azınlıklar için finansman bulmak daha da zordur ([Kaynak](#)). Kadın yönetimindeki startup'lar [bu kaynak listesini](#) faydalı bulabilir ve kullanışlı kaynakları ve destek bağlantılarını içeren [bu liste](#) de hem kadın ve hem de azınlık yönetimindeki startup'lar için faydalı olabilir. Çok kapsamlı bir liste olmasa da, bu rapor bir dizi Avrupa ülkesine yönelik göçmen ve etnik azınlıklar [için 52.](#) sayfadan itibaren bazı faydalı bilgiler sunuyor.

Bu bölüm mevcut finansman türlerini tanıtıyor, yatırımcı bulma konusunda ipuçları veriyor ve işletmenizin finansmanı ile ilişkili her konuyu ele alıyor. Bu konuya girmeden önce, kişisel finans hakkında konuşmanın faydalı olacağını düşünüyoruz.

Kişisel finans tavsiyeleri

- **Sahip olduğunuz kişisel finansmanı & işler gerektiğinden iki kat uzun zaman aldığında** (çünkü her zaman alır) geçiminiz için ne yapacağınızı düşünün. Bazı girişimciler henüz başka bir yerde çalışırken fikirleri üzerinde çalışmaya başlar ve ancak yeterli parayı biriktirdiğinde ya da başlangıç finansmanı elde ettiğinde tam olarak işe girer. Startup'ınızın ilk aşamalarında yarı zamanlı olarak çalışmayı ya da finansmanınızı genişletmek için yapabileceğiniz başka freelance işler olup olmadığını düşünmek isteyebilirsiniz.
- **Kişisel finansmanınız neden önemli?** Harika bir startup kurduktan sonra, işler tam hızlanmaya başlayacakken kişisel finansmanınız eridiği için vazgeçmek zorunda kalmak isteyeceğiniz en son şey olurdu. Mali stres refahınız, üretkenlik seviyeniz ve ekibinizi nasıl yönettiğiniz üzerinde de önemli bir etki yapabilir.
- **Kendinize sormanız gereken önemli sorular:** Ekibinize ödeme yapmanız gerektiğinden, nakit akışını düzene sokmak için bir ya da iki ay (veya daha uzun süre) ödeme almamayı idare edebilir misiniz? Bir startup yürütmek için bazı masraflardan ya da yaşam tarzınızın belirli özelliklerinden fedakârlık etmeye hazır mısınız?

Finansman türleri

Uygulamaya karar verdiğiniz finansman stratejisi türü, inşa etmek istediğiniz işletme türüne göre değişecektir. Bazı işletme fikirleri başlangıçta çok az finansmana ihtiyaç duyarken bazıları çok daha fazla sermaye gerektirir. Bir akuaponik çiftlik gibi tarım işletmesi daha büyük miktarda başlangıç sermayesi giderine (makineler, fiziksel konum, bilimsel uzmanlık vs giderleri) sahip olurken, bir gıda ürünü üreten bir işletme küçük ön sermayeye gereksinim duyar, ürünlerini organik olarak yetiştirir ve sadece ölçek büyüttüğünde daha fazla sermaye gerektirir. Ne tür finansmana ihtiyaç duyacağınız aynı zamanda işletmenizin üzerinde ne kadar kontrole sahip olmak istediğiniz ve risk iştahınıza göre de değişir. Bir öz sermaye yatırımı yaparsanız, işletmenizin bir kısmını yatırımcılara vereceksiniz, borç alırsanız ise kontrol sizde olacak ama borcu geri ödemek de sizin sorumluluğunuz olacak. Farklı seçeneklere daha detaylı bir şekilde bakalım.



Hibe yoluyla finansman

Hibe elde edebilirsiniz edin! Artısı ne mi? Bedava para. Geri ödemeniz gerekmeyen ve başkalarına hisse vermenizi gerektirmeyen para. Genellikle hükümetler, vakıflar, STK'lar ya da daha büyük işletmeler tarafından verilir. Eksisi ne mi? Hibe başvuruları uzun, karmaşık olabilir, işleme alınması uzun sürer ve genellikle işletmenizi geliştirmekten çok hayır işi yapmanızı sağlamaya çalışır, görece katı kriterlere sahiptir. Hibe yoluyla finansman kaynaklarını bulmak: Ülkenizdeki hayır işi derneklerine bakın; hayırseverlik ve startup etkinliklerine katılın; diğer sürdürülebilir ya da sosyal girişimlerin size uygun olabilecek finansmanlar alıp almadığına bakın; Google'da anahtar kelimeler belirleyip ülkenizde hibe finansmanlarını bir araya toplayan internet siteleri olup olmadığına bakın. Başlamanızı sağlayacak birkaç Pan-Avrupa ya da küresel örnek (ülkelere özel olanları eklemedik):

- **EIT RIS İnovasyon Hibeleri:** Tarım-gıda inovasyonunuz için 10.000€'ya kadar öz sermayesiz finansman veren bu hibe, Güney ve Doğu Avrupa'da EIT Food'un misyonuna yardımcı olabilecek erken aşamadaki işletmelere sahip en iyi girişimci ve startup'ları ödüllendiriyor. <https://www.eitfood.eu/programmes/ris-innovation-grants>
- **The Postcode Lotteries Green Challenge:** Daha sürdürülebilir bir gezegene yönelik katkıda bulunan işletme çözümlerine açık bir yıllık yarışma, ödül 500.000€! <https://www.greenchallenge.info/info/green-challenge-fund>
- **Thought for Food** gıda sistemimizi dönüştürecek yeni çözümler inşa etmek için kendini yeni mucit kuşağını güçlendirmeye adanıyor <https://thoughtforfood.org/challenge/>
- **Barilla Gıda ve Beslenme Merkezi:** The 2018 BCFN YES! Araştırma Hibesi Yarışması, Doktora Yapmış gençleri ve herhangi bir arka plana sahip ve ulusa mensup doktora sonrası araştırmacılarını, gıda sisteminin sürdürülebilirliğini artırmak için araştırma projelerini sunmaya davet ediyor (€20,000) <https://www.barillacfn.com/en/>
- **Eurostars:** Yenilikçi fikri için kamu fonuna ihtiyaç duyan küçük bir şirketseniz, Eurostars spesifik ihtiyaçlarınızı karşılamak için dikkatle geliştirildi. <https://www.eurostars-eureka.eu/2019-cut-offs>
- **Avrupa Kırsal Gelişim İçin Tarım Fonu:** Tarım ve ormancılık sektörünün ve ayrıca kırsal alanların sürdürülebilir bir şekilde gelişmesi için hibeler https://www.welcomeurope.com/european-funds/eafrd-european-agricultural-fund-rural-development-713+613.html#tab=onglet_details
- **Avrupa Denizcilik ve Balıkçılık Fonu:** Balıkçıların sürdürülebilir balıkçılığa geçişine yardımcı olur ve sürdürülebilir akuakültür gelişmelerini destekler. https://ec.europa.eu/fisheries/cfp/emff_en
- **AB Komisyonu ve diğer AB organlarından fon ve ihale fırsatları:** <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>
- **Nestle Foundation:** Dünya Bankası sınıflandırmasına göre düşük gelirli ve orta-düşük gelirli ülkelerde kamu sağlığıyla ilişkili insan beslenmesi konusundaki araştırmalar başlatır ve destekler. <http://www.nestlefoundation.org/>

Kitle fonlaması (Crowdfunding)

Kitle fonlaması son on yılda, finansman sağlamanın alternatif bir yolu olarak startup'lar arasında hızla yayıldı. İki temel kitle fonlaması türü vardır: Ödül temelli ve hisse temelli.

Ödül temelli kitle fonlaması insanlara (sıklıkla "destekçi" olarak adlandırılırlar) bir ödül, genellikle şirketin finansman bulmak için uğraştığı ürün ya da hizmetin bir versiyonunu para karşılığında sunar. Bu kitle fonlaması kampanyaları çoğunlukla küçük miktarda finansman için yapılır (Kickstarter'da ortalama tutar 18.000€'dur) ancak bazı kampanyalar yüz binlerce, hatta milyonlarca Euro toplamıştır. Bu kampanyalar ücretsiz değildir. Kitle fonlaması platformları %3-7 arasında ücret alır - çoğu, sabit bir kampanyaya kıyasla (ancak hedefinize ulaşırsanız parayı alabildiğiniz) esnek kampanyalardan (hedefinize ulaşmasanız da parayı alabildiğiniz) daha fazla ücret alır. Ödül temelli kitle fonlaması, startup'ınıza başlangıç finansmanını sağlamak için harika bir yoldur ve başka faydaları da vardır. Fikrinize olan ilgiyi test etmenizi, muhtemelen startup yolculuğunuzda sizi takip edecek sadık destekçilerden oluşan bir topluluk oluşturmanızı ve marka ve ürün/hizmetinize ilgi çekmenizi sağlar.

Hisseli kitle fonlaması yatırımcılardan sermaye toplamaya benzer (öz sermaye yatırımı bölümüne bakın), farkı bunun Crowdcube, WiSeed ve FundedByMe gibi bir kitle fonlaması platformu yoluyla yapılmasıdır. Bireyler şirketin hisse senedi için değişen miktarlarda yatırım yapar, çoğu platform 10€ gibi düşük tutarlarda yatırım sunar. Yatırımcılar bunu 5-10 yıl içinde, bir ticari satış (şirket başka bir şirkete satılır), geri satın alma planı (şirket hisselerini yatırımcılardan geri almaya karar verir) ya da bir İKA (şirketin menkul kıymetler borsasına girdiği bir "İlk Halka Arz") yoluyla para kazanma beklentisiyle yapar. Bu kampanyalar, işletme planları, mali tahmin ve değerlendirmeler gerektirdiğinden, ödül temelli olanlardan daha kapsamlı bir çalışma gerektirir. Hisseli kitle fonlaması ülkenin mali yönetmeliklerine tabidir, platformların ilgili ekonomi organları tarafından onaylanması gerekir.



Kitle fonlaması diğer finansman bulma etkinliklerinden daha kolay finansman bulma yolu değildir ve beraberinde getirdiği iş miktarının küçümsenmemesi gerekir. Yüksek seviyeli sofistike pazarlama çalışması gerektirir.



Bir kitle fonlaması nasıl başarılı olur:

- **Hazırlık kilit önemdedir:** Kitle fonlaması kampanyanız başlamadan önce neye ihtiyacınız olduğunu , kampanya başladığında atacağınız her adımı ve sonrasını nasıl idare edeceğinizi planlayın. Planınız topladığınız miktarı, pazarlama stratejinizi, PR stratejinizi ve bağlantı listenizi içerir. Önceden taslağı hazırlanmış e-posta ve bilgilendirmeler faydalıdır. Kitle fonlaması kampanyasının başlangıcı için hazırlanmak çok önemlidir, ama kampanyanın bitişi için hazırlanmak da öyle. Destekçiler parasını ve inancını size yatırır, bu yüzden söz verdiğiniz şeyi mutlaka teslim edin.
- **Yaratıcı & orijinal olun:** Kampanyanızı, onun bir parçası yapmaya çalıştığınız insanlar için orijinal ve ilginç kılın. Bu çok bariz gibi görünebilir ama çok sayıda kitle fonlaması kampanyası, kurucuları insanların işletmelerini sadece "cool" olduğu için destekleyeceğine inandığından başarısız oluyor. Bir hikâye anlatın ve insanların duygularına hitap edin. Hayal güçlerini hareketlendirin ve kampanyanıza destek olarak daha büyük bir şeyin parçası olacaklarını hissettirin.
- **Gerçekte ne kadar büyük bir iş olduğunu takdir edin:** Kitle fonlaması sadece kampanyanızı online sunup oluk oluk para kazanmak değildir. Bol miktarda mücadeleye hazır olmanız gerekiyor. Kampanyanız başladığında, sosyal medya kampanyalarını ve insanlarla direkt bağlantıları yönetmen tam zamanlı işiniz haline gelecek. Kişisel ya da profesyonel hayatınızda tanıştığınız herkesle iletişim kurmanız gerekecek.
- **Nasıl güçlü bir başlangıç yapacağınızı bulun:** İlk birkaç günde %30 tutarı toplayamayan çoğu kitle fonlaması kampanyası başarısız olur, bu yüzden bunu elde etmek mutlaka bir plan yapın. Kampanya başlar başlamaz katkıda bulunmayı bekleyen destekçi/yatırımcılarınız olsun. Bir aciliyet hissi, insanların erkenden katkıda bulunması için bir teşvik yaratın (örneğin sınırlı miktarda ödül, bir çekiliş, özel bir şey kazanma şansı...). Hedefinize ulaşmak için kaç kişiye ulaşmanız gerektiğine yönelik basit bir hesaplama yapmanız işe yarar.
- **İlişkiler inşa edin:** Mümkün olduğu kadar çok sayıda destekçiyle kişisel ilişkiler kurmaya çalışın. Destekçiler size o kadar inanıyor ki, henüz var olmayan bir şeye yatırım yapıyorlar. Hak ettikleri takdiri onlara gösterin. Bu ilişkiler doğru yönetilirse, bu insanların gelecekte sizin için daha fazla para harcaması olasıdır.
- **Başkalarından öğrenin:** Başarılı kampanyalara bakıp ilham alın. Başlamanız için birkaç tane seçtik.

Kitle fonlamasına dair girişimci tanıklığı

"Misyonumuzu ve başarılarımızı müşterilerimizle paylaşmak için bir fırsat olarak gördüğümüzden yaptık. İnsanlar, ürünümüzü satın almak için ödeyeceklerinden çok da fazla olmayan bir tutara, işi bir sonraki seviyeye yükseltme vizyonuna yatırım yapabildi. Büyük bir heyecan yarattı ve çok başarılı oldu. Şimdi sadece yaptığımız işe güvenmekle kalmayıp duygusal olarak da bağlanan insanlardan oluşan bir ordumuz var. Ve bu, kitle fonlamasına özel olan inanılmaz bir bağlantı. Yine de tam bir baş ağrısı. Çok fazla şeyi kapsıyor. Özellikle de hisse kitle fonlaması – yasal konular... Başlamak oldukça pahalı!"

– Dan Kurzrock, Regrained Kurucu Ortağı & Tahıl Sorumlusu



"Kitle fonlamasını hararetle tavsiye ediyorum. Ama finansman bulma değil de bir topluluk inşa etme yolu olarak. Sesinizi duyurmak, medyaya erişmek ve insanları markanıza bağlamak için harika bir yol. Ama bol miktarda zaman ve çaba gerektiriyor. Sadece ekibinizde pazarlama gücünüz varsa yapın."

– Chantal Engelen, Kromkommer Kurucu Ortağı

Ödül temelli kitle fonlaması Vaka Çalışması: Toast Ale

- **Platform:** Crowdfunder (<https://www.crowdfunder.co.uk/raiseatoast#start>)
- **Hedef:** 20.000£
- **Sonuç:** 28 günde 449 destekçiyle 29,452£

Neden işe yaradı? Toast Ale ciddi bir konuyu ele aldı (gıda israfı) ve keyifli ve popüler bir şeye dönüştürdü (bira).

- Ciddi bir mesajı mizahla yaydı ve destekçilerde somut bir etkiyi açıklayarak (her bir bağışla kaç dilim ekmeğin kurtarıldığı) gerçek bir değer yarattıkları hissini (gıda israfını azaltmak) oluşturdu.
- Paranın ne için kullanılacağına dair net bir açıklama.
- Farklı bütçelere uyacak akıllıca ve yaratıcı ödüller.



"Kitle fonlaması EN İYİ pazarlama aracı! Başka nerede adınızı duyurabilir, hikâyenizi tanıtabilir, ürününüzü insanlara ulaştırabilir, geribildirimlerini alabilir, marka elçileri oluşturabilir ve aynı zamanda fon elde edebilirsiniz?"

Cheryl Clements, gıda + içecek kitle fonlaması web sitesi PieShell kurucusu & CEO



Hisseli kitle fonlaması Vaka Çalışması: Oppo Ice-cream

- **Platform:** Seedrs (<https://www.seedrs.com/oppo-ice-cream>)
- **Hedef:** 100.000£
- **Sonuç:** 353.811£

2015 yılında Oppo, Seedrs'daki girişimiyle şimdiye kadar "en büyük fonu elde eden" teklif oldu. 100.000£ toplama hedefi belirlemişlerdi ama 3000.000£'un üzerine çıktılar. 2016 yılında ikinci bir tur için tekrar Seedrs'a geri döndüğünde, Oppo hedefi olan 150.000£'a 6 saat içinde ulaştı.

Neden işe yaradı? Sadece bir ürün değil, Oppo'nun nasıl var olduğuna dair bir hikâye sattılar. Biz insanlar önce hissedip sonra düşünmeye eğilim gösteririz, bu yüzden insanların hayal gücünü etkileyip duygularına hitap etmek size başarı kazandırır.

Borç

Startup'ınızın farklı aşamalarında para borç almak, sermaye bulmanın ve işletmeniz üzerindeki kontrolünüzü mümkün olduğu kadar korumanın etkili bir yolu olabilir. Borç bankalardan alınabilir ama startup sahnesinde bu nadir bir durumdur, startup odaklı borç veren isimler çok daha yaygındır. Borç kolaylığı sunan hükümet planları da vardır. Borç almanın dezavantajı faiziyle geri ödemek zorunda olmanızdır (kitle fonlaması, hisse ya da para hibesinin tersine). Bazı startup borçları kişisel garanti bile isteyebilir, bu da işletmeniz başarısız olursa parayı ödemekten kişisel olarak sorumlu tutulacağınız anlamına gelir.

Startaplarda gittikçe popüler olan uygulama **dönüştürülebilir tahvildir**. Bunlar da borçtur, ama nakit yerine hisse olarak geri ödenir. Bu tahviller işletmenize değer biçmeyi geciktirmenizi sağlar (startup'lar için çoğunlukla zorlu bir işlemdir) ve parayı geri ödemenizi gerektirmez. Bu mekanizma yoluyla yatırımcılar hisseye hemen sahip olmaz, sıradaki öz sermaye yatırımınızda işletmenizden pay alır (aşağıya bakın). Kulağa iyi bir anlaşma gibi geliyor, değil mi? Kesinlikle öyle, ama işletmenize değer biçmek ve yatırım için uygun yasal çerçevelerin hazırlanması işlemlerinin yine de gerçekleştirilmesi gerektiğini unutmayın. Nasıl kullanabileceğinize dair daha fazla bilgi için, dönüştürülebilir tahviller hakkında bu [hızlandırılmış kursa](#) göz atın.

Öz sermaye

Yatırımcılardan işletmenizden bir pay* karşılığında sermaye alma uygulamasıdır. Öz sermaye yatırımlarının çok sayıda şekli vardır - bireylerden (genellikle "melek yatırımcı" olarak bilinirler), yatırımcı gruplarından, risk sermayelerinden, fonlardan... para alabilirsiniz. Sektöre özel yatırımcılar (bu durumda gıda & tarım teknolojilerine odaklananları arayın), etki yatırımcıları (mali geri dönüşün yanı sıra çevresel ve sosyal etkiye de odaklanır) gibi yatırımcı kategorileri vardır. Öz sermaye yatırımı büyük miktarlarda sermaye elde etmek ve işletmenizin büyümesine önemli katkıda bulunabilecek insanları bulmanın harika bir yoludur. Yatırımcıların yatırımı yapıp işe fazla dahil olmamasını mı (bilgili yatırımcı) yoksa danışman görevi görüp kapıları açmakta yardımcı olarak (stratejik yatırımcı) işletmenizde daha büyük bir yol oynayacakları mı istediğinizi düşünün. Doğru yatırımcılardan sermaye elde etmek temel önemdedir. Yapmak istediğiniz şeyle ve onu nasıl yapmak istediğinizle uyumlu insanlar bulmak, işbirliğine daha yakın bir ilişki kurmanız anlamına gelir. İlgili deneyime sahip insanlar, kilit önemde tavsiyelerde bulunup onların yaptığı hatalara düşmenizi önlemeye yardımcı olarak, büyümenizi hızlandırır.

Bir sürdürülebilir işletme kurup yürütürken, etki yatırımcılarıyla çalışmanın avantajları vardır. Misyonunuza inanan insanları bulursanız, mali kazanç kadar, hatta daha bile fazla, yarattığınız geniş etkiye değer verecekler. Bu da işletmenizin erken aşamalarında iade için baskı yapmaları ihtimali daha düşük demektir.

*Sunabileceğiniz farklı pay türleri vardır. Investopedia [bunlara iyi bir genel bakış](#) sunuyor ancak hangisinin işletmenize daha uygun olduğuna karar vermek için yasal ve mali danışmanlık almanızı kesinlikle öneririz.

Öz sermaye yatırımı elde etmenin adımları

- **Finansman ihtiyaçlarınızı belirleyin:** Şimdi ve gelecekte ne kadar finansmana ihtiyacınız olacağına dair bir fikir sahibi olmanız gerekiyor (yatırımcılar sonraki aşamalarda ne kadar finansman elde etmeyi planladığınızı soracak).
- **İşletmenizin değerini hesaplayın:** Bu, işletmenizin değerinin ne kadar olduğu anlamına gelir ve işletmenizin yüzde kaçını yatırım karşılığında vermeniz gerekeceğini belirler. Bu konuda daha fazla bilgi bölümün sonunda yer alıyor.
- **Sunum cümleliz harika olsun:** İşletmenizi tek bir cümleyle açıklayabilmeniz gerekir.
- **Bir yatırımcı sunumu + yatırım tanıtımı oluşturun:** İkisi hakkında da daha ayrıntılı bilgi aşağıda.
- **Yatırımcılara sunmak için fırsatlar bulun:** Yatırımcı ağları (örneğin EIT Food Yatırımcı Topluluğu), sunum etkinlikleri bulun, kişisel ağınızı yaratın, arkadaşlarınızdan & diğer startup'lardan size ipucu vermesini/insan tavsiye etmesini isteyin.
- **Sunum yapmayı öğrenin:** Pratik mükemmel kılar. Yatırımcılara sunum yapma fırsatınız varsa, daima hazırlıklı olarak bunu ciddiye alın. Sunumuzu pratik yoluyla derinlemesine bilmeniz gerekiyor. Ayrıca size yöneltebilecekleri olası sorulara da hazırlıklı olmalısınız. Göz korkutabilir ama işletmenizi başka herkesten daha iyi tanıdığınızı unutmayın ve teklifinizi güvenle savunun. Yatırımcılar sizi hazırlıksız yakalamak için beklemiyor. İşletmenizle ilgileniyorlarsa, ev ödevinizi yaptığınızdan ve harika bir ekibe ve fikrinizi uygulamak için plana sahip olduğunuzdan emin olmak isterler.

Birkaç faydalı ipucu daha:

- Kısa tutun. Ne kadar net ve kısa olursa o kadar iyi. Başka biri tarafından belirlendilerse, ana hatlara sadık kaldığınızdan emin olun.
- Hevesli olun ve tutkunuzu gösterin. Yatırımcılar işletmelerinin büyümesi için elinden gelen her şeyi yapacak insanlara yatırım yapmak ister. Ortama pozitif titreşim yaymazsanız onlar da yaymaz.
- Dinleyicilerinizi tanıyın: Sunumunuzu yapmadan önce yatırımcılarınız hakkında araştırma yapabilirsiniz (sunum etkinliklerine katılıyorsanız bu her zaman mümkün olmaz) yapın ve sunumunuzu onlara ve ilgi alanlarına göre ayarlayın.
- Bir hikâye anlatın: Büyük vizyonunuzu paylaşın ve hayalinizi satın. Sizde kendilerinden bir şey bulmalarını sağlayın ve dinleyicilerinizin duygularına hitap edin. Fikre ikna olduktan sonra detaylara odaklanabilirler.
- Yatırımcı bulduktan sonra: Bir terim şeması hazırlayın. Online [terim şeması taslakları](#) bulabilirsiniz ancak yanlış yapmanın doğrudan mali etkisi sizin için çok önemli olabileceğinden bunu (ve diğer yatırım belgelerini) avukatlarla birlikte hazırlamak en iyisidir.
- Yasal belgeleri avukatlarla birlikte hazırlayın.
- Paranın gelmesini bekleyin! Ardından gerçek eğlence başlar.

Bir yatırımcı sunumu & yatırım tanıtımı oluşturmak

Yatırımcı sunumu, işletme planınızın temel açılarını sergileyen kısa bir sunumdur ve yatırımcılara sunmak için kullanılır (ya da hızlandırıcılar ya da belirli müşteriler gibi, bir şey almak istediğiniz diğer taraflara). Genel anlamda konuşursak, sunumunuzun 15 slaytı geçmemesi ve net ve kesin olması gerekir. Az çoktur! Sunum yaptığınız kişi etkilemek için fazla zamanınız olmayacak, bu yüzden sunumunuz ve nasıl gerçekleştireceğiniz üzerinde uzun uzun düşünün. Bir liste ve ekrandan okuyacağınız bir metin hazırlamayın, görsel olarak ilgi çekici olsun. Heyecan verici kılın ve dinleyicilerinizin duygularına hitap etmek için bir hikâye anlatın.



Sunumunuz için iyi bir taslak şöyle olabilir:

- Çözmeye çalıştığınız **sorun** ne?
- **Çözümünüz** ne?
- Hangi **pazarı** hedef alıyorsunuz ve ne kadar büyük?
- **Ürün ya da hizmetiniz** nasıl işliyor ya da sunduğu şey ne?
- **Rakibiniz** kimler ve sorunu onlar nasıl çözüyor?
- USP'niz ne?
- Rakiplerinizden nasıl ayrılıyorsunuz?
- Şimdiye kadar ne **yol** aldınız? Satışlarınız ne, mevcut ya da potansiyel müşterileriniz kim?
- **Ekibinizde** kim var ve onlar neden sizin için doğru insanlar?
- Önümüzdeki 3-5 yıl için **mali projeleriniz** neler?
- Hangi **yatırıma** ihtiyacınız var? (ya da yatırım için kullanılmıyorsa başka bir soru sorun)



Bir yatırım tanıtımı, tıpkı yatırımcı sunumu gibi, yatırımcıların muhtemelen ilk göreceği şeydir. Genellikle bir ya da iki sayfa uzunluğunda olur ve yatırımcı sunumuyla aynı bölümleri kapsar, ama doğrudan sunmayacağınız için daha fazla detay içerir.

İnsanları hileli yatırım fırsatları konusunda dolandırıcılıktan koruyan yasalar olduğundan, muhtemel yatırımcılarınıza nasıl yaklaştığınız konusunda dikkatli olmanız da önemlidir. Kendi ülkeniz için bu yönetmelikleri kontrol etmeniz ve/veya yasal danışmanlık almanız faydalı olacaktır.

Fon türleri özeti tablosu

Fon türü	Artılar	Eksiler
Hibeler	<ul style="list-style-type: none">▪ Geri ödemeniz ya da hisse vermeniz gerekmez	<ul style="list-style-type: none">▪ Başvuru karışık ve zaman alıcı olabilir▪ İşleme alınması uzun sürebilir.▪ Genellikle katı kriterleri vardır.
Kitle fonlaması (ödül temelli)	<ul style="list-style-type: none">▪ İnsanların fikrinize olan ilgisini test edip geribildirim almanızı sağlar▪ Sadık destekçiler ve marka elçilerinden oluşan bir topluluk kurmanızı sağlar▪ Marka hikâyenizi yaymanıza yardımcı olur ve ilgiyi markanıza ve ürün/hizmetinize çeker▪ Geri ödemeniz ya da hisse vermeniz gerekmez	<ul style="list-style-type: none">▪ Kampanya öncesinde, sırasında ve sonrasında çok fazla çalışmayı gerektirir▪ Kitle fonlaması başlamadan önce destekçilerin sıraya girmiş olması gerekir, aksi takdirde başarı şansı çok düşüktür▪ Kitle fonlaması internet siteleri %3-7 ücret alır▪ Daha küçük miktarda finansman sağlar (Kickstarter'da ortalama 18.000€)▪ B2B şirketlerine daha az uygundur
Kitle fonlaması (hisse)	<ul style="list-style-type: none">▪ Ödül temelli kitle fonlamasına kıyasla daha büyük miktarda finansman toplayabilir▪ Marka hikâyenizi yaymanıza yardımcı olur ve ilgiyi markanıza ve ürün/hizmetinize çeker▪ Sadık destekçiler ve marka elçilerinden oluşan bir topluluk kurma fırsatı sağlar	<ul style="list-style-type: none">▪ Ödül temelli kitle fonlamasından daha fazla iş gerektirir (bir işletme planı, mali öngörü ve değerlendirme gerektirir)▪ İşletmeden pay verilmesini gerektirir▪ İlgili finans organları onaylanması gerekir
Borç	<ul style="list-style-type: none">▪ Sermaye elde ederken işletmeniz üzerindeki kontrolünüzü korur	<ul style="list-style-type: none">▪ Faizle geri ödenmesi gerekir▪ Deneyimi olmayan startup'ların elde etmesi zordur▪ Kişisel garanti gerektirebilir
Öz sermaye	<ul style="list-style-type: none">▪ Daha büyük miktarda sermaye elde edilmesi fırsatı▪ Yatırımcılarla işbirliği ilişkileri yoluyla büyümeyi hızlandırma olasılığı	<ul style="list-style-type: none">▪ İşletmenizden pay vermenizi gerektirir▪ İdare edeceğiniz ve hesap vereceğinizi yatırımcılarınız olur (bu iyi de olabilir kötü de)

Yatırımcı ilişkileri

Yatırımcılarınızı bulunca, onları nasıl idare edeceğinize karar vermeniz gerekecek. Bazı yatırımcılar diğerlerinden daha talepkârdır. Bir ölçekte size yardımcı olabileceklerini düşünüyorsanız, hevesli yatırımcılarla düzenli toplantı ya da görüşmeler ayarlayabilirsiniz. Genel olarak, düzenli raporlama yöntemi geliştirmeniz gerekecek - bu haftalık, aylık ya da çeyrek yıllık olabilir (çeyrek yıldan daha uzun süre muhtemelen fazla uzun olur).

Yatırımcıları idare etme konusunda girişimci tavsiyesi:

"Bir denge sağlayana kadar, az iletişimdense fazla iletişim kurun böylece uygun şekilde güven inşa edersiniz."

– David Rosenberg, Aerofarms CEO & Kurucu Ortağı





“Yatırımcılar patronunuz değildir ve onlara öyleymiş gibi davranırsanız en fazla faydayı elde edemez ve iyi bir lider olamazsınız. Yatırımcıları seçmeden önce, onları misyon açısından test ettik. Bir turnusol kâğıdı testimiz vardı – bir yatırımcı gıdayı çöpe atmak konusunda nasıl hissettiklerine dair bir hikâye ya da anekdot paylaşmazsa, misyona uygun olmaları ihtimali oldukça düşüktü. Yatırımcıları test etmenin bir yolunu bulun. Ayrıca bir yatırımcı işletmenizden vazgeçerse bu kişisel değildir, sadece anlamamışlardır.”

– Saasha Celestial-One, Olio Kurucu Ortağı

Ne kadar ve ne zaman yükseltmeniz gerekir

Bu sorunun direkt bir yanıtı yoktur ve söz konusu işletmeye ve işletmenin farklı aşamalarına bağlı olarak büyük değişiklikler gösterir. Birkaç işletmenin yatırım yolculuğunu göstermenin faydalı olacağını düşündük.

İşletme 1: Çekirge ile atıştırmalık üreten marka



- Kişisel fonlar:** Üç kurucu ortak, evde üretilen atıştırmalık prototipinden ve freelance tasarımcılarla ilk marka oluşturma fikirlerini içeren basit bir konsepti gerçekleştirmek için kendi birikimlerinden kişi başı 5000€ yatırımda bulunur. Bu MUÜ ve ilk marka sıradaki finansman bulma aşaması için kullanılır.
- Hibe finansman:** 3 ay sonra işletme bir yerel sosyal girişim geliştiricisinden hibe elde eder ve 10.000€ alır. Bu ürünü ve marka geliştirmeyi finanse etmek için kullanılır.
- Kitle fonlaması kampanyası:** İlk kişisel yatırımdan 6 ay sonra kurucular, bir topluluk inşa etmeye başlamak için ödül temelli bir kitle fonlaması yoluyla yeni bir toplu sermaye bulmaya karar verir. Kendi hisselerini ön satışla sunarak 25.000€ toplarlar. Bu parayı, ambalajlama ortağı ile ilk kendilerine ait üretimi gerçekleştirmek için kullanırlar. Bu aşamada üretilen atıştırmalıkları ilk müşterilerini kazanmak ve bir sonraki finansman bulma çabaları için kullanırlar.
- Melek yatırımcı tur 1:** Bir yıl sonra, ilk müşterilerini kazandıktan ve küçük ölçekli satışlarını garantiledikten sonra, kurucular işletmeyi bir sonraki aşamaya çıkarmak için melek yatırımcıyla ilk turu gerçekleştirmeye karar verir. 160.000€ ve ekiplerini büyütmek ve markanın tanınırlığını artırmak için gereken pazarlama masraflarını elde ederler.
- Melek yatırımcı tur 2:** 1. turdan 19 ay sonra, iki büyük yatırımcı ile deneyim kazanıp gelir ve satış öngörülerini önemli ölçüde büyüttükten sonra, kurucular ikinci melek yatırımcı turunu gerçekleştirmeye karar verir (kısmen var olan yatırımcılarla, kısmen de yeni yatırımcılarla). 400.000€ elde eder ve parayı yeni ürün geliştirmek, ekibi büyütmek ve marka oluşturma ve pazarlamalarını geliştirmek için harcarlar. Bu işletmelerinin binlerce satış yerine ve başabaş noktasına (toplam gelirin toplam masraflara eş olduğu nokta) ulaşmasına yardımcı olur.

İşletme 2: Geleneksel çiftliklerde pestisit ve su kullanımını minimuma düşüren çözümler yaratan gıda teknolojisi firması

- Kişisel fonlar:** İki kurucu ortak kendilerini finanse etmek için kişisel fonlarını kullanırken bir işletme planı ve yatırımcı sunumu geliştirir. Ardından ilk finansman turlarını sağlarlar.
- Melek yatırımcı tur 1:** Başlangıç fikrinden 8 ay sonra şirket ürün geliştirme, uygulanabilirlik incelemeleri ve teknolojilerini iki ayrı çiftlikte denemek için 250.000€ toplarlar. Karşılığında şirketin %20'sini vererek işletmelerini yatırım sonrası 1.250,000€ değerlendirirler (bu konuda daha fazla bilgi için finans jargonu sözlüğüne bakın).

3. **Hisseli kitle fonlaması:** 8 ay sonra, gösterdikleri ilerlemenin verdiği güvenle ve kitle fonlamasının muhtemel yararıyla, kurucular bir hisseli kitle fonlaması kampanyası gerçekleştirerek şirketin %30'u karşılığında ilave 600.000€ elde ederler. Bu hem kurucuların hem de melek yatırımcıların etkisini azaltır. Finansman teknolojiyi daha fazla geliştirmek ve çözümü bir dizi çiftliği içeren pazar ulaştırmak için kullanılır. Kampanya sırasında inşa edilen bağlantılar yoluyla ayrıca dünyanın en büyük tarım teknoloji şirketi işletmelerinden biriyle de tanışırlar.
4. **Borç:** Bir yıl sonra kurucular, girişim sermayesi fonlarıyla görüşürken sıradaki büyük finansman bulma kampanyasından önce biraz daha nakde ihtiyaçları olduğunu fark eder, bu yüzden köprü kredisi işlevi görmesi için mevcut yatırımcılara bir dönüştürülebilir tahvil sunar. Bu para iki finansman turu arasında "köprü" görevi görür. Para ödünç veren yatırımcılar, sıradaki finansman turu tamamlandığı zaman öz sermayeye dönüştüğünde indirim alacaktır.
5. **Risk sermayesi:** 17 ay sonra, ölçek büyümeye hazır olan şirket, sektörde uzman bir stratejik risk sermayesi ortağından 1,5 milyon € elde eder. İşletmenin %25'ini vererek tüm mevcut hissedarları etkisizleştirirler. Bu risk sermayesi bir yönetim kurulu üyesini göreve atar ve işletmenin kaynaklarını doğru bir şekilde büyütmesini sağlar.



Ne kadar para toplayacağınıza karar verirken kendinize birkaç soru sormanız faydalıdır:

- Bu parayı tam olarak ne için kullanacağız?
- Tekrar para toplamadan önce ne elde etmiş olmak istiyoruz?
- Tekrar para toplamadan önce neyi kanıtlamış olmak istiyoruz?
- Bu fon toplama kampanyası işletmemize ne kadar değer katacak?
- Sıradaki fon toplama kampanyamızdan önce işler planlandığı gibi gitmezse B planımız ne?

Yatırım elde etme konusunda girişimci tavsiyesi:

"İlk günlerde işletmenizi nasıl inşa ettiğiniz konusunda çok titiz olun. Fedakârlık yapın. Maaş almamaya, mücadeleye hazır olun ve bir çıkış yolu bulun. Bunu yaparak çok şey öğreneceksiniz. Para topladığınız anda beklentiler başlar. Para toplayana kadar oyun size aittir. Konu nasıl mümkün olduğu kadar ilerleyebilirim değildir... Yeterince para toplayın, böylece bir sürü kilometre taşına erişebilmek için yeterli hava alanınız olacak. Aynı doğrultuda olduğunuz yatırımcıları bulun."

– **Marc Zornes, Winnow Solutions Kurucu Ortağı**



"Teslim edebilmek için ihtiyacınız olan her şeyi alın – üründen-pazara hızı kritik önemdedir, bu yüzden dış sermaye mevcutsa, işletmenin başarısı için temel önem kazanır."

– **Arturo Elizondo, Clara Foods Kurucu Ortağı**

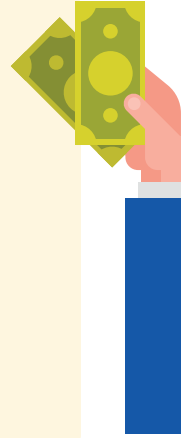


“Finansman bulmak çok karmaşık bir iş olabilir. Çok fazla hisse vermek istemezsiniz, ama işletmenizi inşa edebilmek istersiniz. Borçla inşa etmek istersiniz, ama bu borcu satışlarla ödeyebilmeniz gerekir. Her şey ürün ve hizmetinize bağlıdır... Biz sermaye giderleri çok yüksek bir işletmeyiz, bir ürüne sahip olmadan önce milyonlar harcamamız gerekti, bu da finansman stratejinizi/ modelinizi etkiler. Gelir elde etmeye başladığınızda ve hesapları yönetip müşteri ve gelir sahibi olduğunuzda, artık yatırımcılara hayaller ve gökkuşakları satamazsınız. Gerçekleri temel almak zorundasınız. Gelir elde etmediğinizde hayal satarsınız – çok daha kolaydır. Bu finansman stratejinizi etkiler. Mümkünse, doğru ilkeye sahip doğru yatırım stiliyle doğru yatırımcıdan mümkün olduğu kadar çok para toplayın, ama o yolculuğa sizinle birlikte çıktıklarından emin olun.”

– Steven Dring, **Growing Underground Kurucu Ortağı**

“İlk başta hisse vermeden sermaye toplama, hibe vs. kaynaklarını araştırmanızı öneririm, ama spesifik olun, işletmenize uygun olan fonları hedef alın ve startup yarışmalarına dikkatli yaklaşın; harika bir reklam, finansman ve bir miktar dopamin kaynağı olabilirler, ama başvurulara, sunumlara vs. harcanan zaman konusunda dikkatli olmak gerekir. Risk sermayesi finansmanı konusunda da, hedef aldığınız yatırımcılar konusunda spesifik olmanız faydalıdır, gıda ve tarım bir niş sektördür, ama gittikçe büyüyor, bu alanlardaki teknolojilere özel ayrılan bir dizi fon mevcuttur. Sıcak bir giriş soğuk bir e-postadan yüzlerce kez daha iyidir (...). Finansman bulmak çok yorucu bir iştir ve yapıldığı sırada tamamen o işe odaklanılması tavsiye edilir. Ben ilk aşamadaki bir şirketin CEO'su olarak bunu hep çok zor bulmuşumdur ama örneğin bir ayda 50 toplantı hedefi belirleyin ve yoğun bir dönemde birkaç gün programlamaya çalışın.”

– Abi Ramanan, **Impact Vision CEO ve Kurucu Ortağı**



Finans jargonu sözlüğü

İşletme tartışmalarında kullanılması gereken çok sayıda finans terimi vardır ve daha önce yatırım elde etme ya da bir işletme kurma deneyiminiz yoksa, kendinizi biraz kaybolmuş gibi hissedebilirsiniz. Tanımanız gereken birkaç konsept sunuyoruz:

- **İşletmeye değer biçmek:** Bir işletme ya da şirketin ekonomik değerini belirleme işlemi. Bu, işletmenin satış değeri, ortaklık kurmak ya da yatırım elde etmek gibi bir dizi nedene yönelik değerinin kararlaştırılması için kullanılır ([Kaynak](#)). Bu aşamada muhtemelen sizi daha çok son nokta ilgilendirir, çünkü işletmeye değer biçme konusunu yatırım elde ederken çözmüş olmanız gerekecek. [Investopedia](#) değerlendirmenizi gerçekleştirmek için birkaç farklı yol sunar, ancak bunların kesin değil son derece öznel olduğunu unutmayın.
- **Yatırım öncesi değer biçme vs Yatırım sonrası değer biçme:** Bu, işletmenizin değerini yatırım öncesinde ya da sonrasında biçmek anlamına gelir. İşletmenizin değeri, finansman elde ettikten sonra artar.
- **Cap table:** Ya sa sermaye şeması işletmenizin hisse mülkiyetlerini gösterir. Henüz yatırım almamış iki kurucu ortaksanız ve mülkiyetinizi ayırdıysanız, şema 50-50 payla sadece ikinizi gösterir. Yatırım aldıkça bu değişir. Cap table farklı hisse senedi sahiplerinin sahip olduğu farklı yüzdeleri gösterir.
- **Ön protokol:** Yatırım tamamlanmadan önce iki taraf arasında anlaşarak taslağı hazırlanan ilk belgedir. Örneğin, öz sermaye yatırımı alıyorsanız, ana yatırımcı (en fazla parayı koyan) diğer yatırımcıların izlemek zorunda olduğu bazı terim ve koşullar önerebilir. Ön protokol daha yasal belgeler için taslak görevi görür.

- **Hissedar anlaşması:** Bir hissedar anlaşması, şirketin nasıl yönetilmesi gerektiğini tanımlamak ve hissedarların haklarını ve yükümlülüklerini özetlemek için şirket hissedarları arasında gerçekleştirilen bir düzenlemedir. Bu anlaşma ayrıca şirketin yönetimine ve hissedarların ayrıcalıkları ve korunmasına dair bilgiler de içerir. ([Kaynak](#))
- **Ortaklık sözleşmesi:** Bir şirketin işleyişi için düzenlemeleri belirleyen ve şirketin amacını tanımlayan belge. Bu belge, yönetici belirleme süreci ve finans kayıtlarını düzenleme de dahil olmak üzere, kuruluş içinde görevlerin nasıl gerçekleştirileceğini belirler. ([Kaynak](#)) Hem hissedar anlaşması hem de ortaklık sözleşmesinin taslağı genellikle avukatlar tarafından hazırlanır. Biraz zor ve erişilmez görünebilirler, ama işletmenizin şimdi ve gelecekte nasıl yürütüleceğini belirlemekte önemli olduğundan, zaman ayırıp bu belgeleri anlamaya çalışın.

Investopedia, yatırım/finansla ilişkili bilgi arıyorsanız harika bir kaynaktır.

Bölüm 5 Özet

Anahtar noktalar

- Kişisel finansınızı unutmayın – İşler gerektiğinden iki kat uzun zaman aldığında (çünkü her zaman alır) geçiminiz için ne yapacağınızı düşünün. İlk başta tam zamanlı işinizde kalmayı ya da yarı zamanlı olarak çalışmayı ve boş zamanınızda işletme fikriniz üzerinde çalışmayı düşünün.

Durup düşünme zamanı: Ne kadar kişisel finansmanınız var? İşler zorlaşırsa hangi fedakârlıkları yapmaya hazırsınız? Bir startup yürütmek için bazı masraflardan ya da yaşam tarzınızın belirli özelliklerinden fedakârlık etmeye hazır mısınız?



- Avantaj ve dezavantajları olan çok sayıda finansman türü vardır (hibe, kitle fonlaması, borç ve hisse), bu yüzden finansman stratejiniz konusunda dikkatle düşünün.

Durup düşünme zamanı: Yatırım karşılığında işletmenizden hisse vermeye hazır mısınız? Hazırsanız, genel mi yoksa stratejik yatırımcı mı istiyorsunuz?

- Öz sermaye yatırımı bulmak için finansman ihtiyaçlarınızı ve işletmenizin değerini tanımlamanız, sunum cümlelerinizi ve yatırım sunumunuzu çok iyi seçmeniz, sunum becerilerinizi geliştirmeniz ve yatırımcılara sunum yapma fırsatları bulmanız gerekiyor. Yasal belgeleri avukatlarla birlikte çözümlenmeye hazır olun ve yatırımcı ilişkilerinin nasıl yönetildiğini öğrenin.

Durup düşünme zamanı: Ne kadar sermaye bulmak istiyorsunuz? Finansmanı ne için kullanacaksınız? Tekrar para toplamadan önce neyi kanıtlamış olmak istiyorsunuz? Bu fon toplama kampanyası işletmenize ne kadar değer katacak? Yatırımcı ilişkilerinizi nasıl yöneteceksiniz?

- Finansman bulmaya ek olarak, kitle fonlaması hikâyenizi paylaşmak, ilgiyi markanıza çekmek ve ürününüzü tüketicilere ulaştırmak için harika bir yoldur. Ancak kitle fonlaması hiç kolay değildir. Bol miktarda iş ve hazırlık gerektirir. Hedefinize ulaşmak için harika bir hikâyeden fazlasına ihtiyacınız olacak.

Şimdi, eyleme geçelim!

- 1. Kişisel finansınızı çözümlayin.** Startup yolculuğunuzun başında, özellikle de işler beklendiğinden uzun sürdüğünde geçiminizi nasıl sağlayacaksınız?
- 2. Bir finansman stratejiniz olsun.** Hibe başvurusu, kitle fonlaması, borç almak ve/veya yatırımcılardan işletmenizin hissesi karşılığında sermaye almak?
- 3. İşletme planınızın temel özelliklerini gösteren 15 slaytlık bir yatırımcı sunumu hazırlayın.** Yaratıcı olun ve sunumunuzu izleyicilerinizle duygusal bir bağ kuracak bir hikâye anlatmak için kullanın.



İlave kaynaklar

AB fonları ve desteği hakkında daha fazla bilgi için aşağıdaki internet sayfalarına göz atın:

AB fonu programlarının listesi

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

AB fonları ve destek

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

Sermaye için kitlelere başvurmayı mı düşünüyorsunuz? Kitle fonlaması hakkında daha fazla bilgi için bu makaleleri okuyun:

Crowdfunding 101: Temeller

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

Girişimciler için Kitle Fonlaması 101

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

Avrupa'da en iyi 10 öz sermaye temelli kitle fonlaması platformu

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

Para toplamak ve sunumunuzda başarılı olmak için faydalı bilgi ve tavsiyeler:

Startup yatırım rehberi

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

Nasıl Para Toplanır

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

İşletme fikrinizi sunmak için beş ipucu

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

İşletme Fikirleri Yatırımcılara Nasıl Başarıyla Sunulur

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

Yatırımcıların Reddedemeyeceği Sunumlar Hazırlamak İçin 13 İpucu

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

Bir yatırımcıya başarıyla sunum yapmak için 8 ipucu

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

Bu kaynaklar harika bir sunum yaratarak o parayı elde etmenize yardımcı olacak:

Yatırımcı Sunumu Nedir

<https://pitchdeck.improvepresentation.com/what-is-a-pitch-deck> İşletme fikrinizi sunmak için beş ipucu

Yatırımcı Sunumu Nasıl Oluşturulur

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

30 Efsanevi Startup Sunumu ve Onlardan Öğrenebilecekleriniz

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

Yatırım Tanıtımı nedir?

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

Harika Yatırım Tanıtımları Yazmanın 6 Anahtarı

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