

Na co se připravit, když chcete získat peníze od investorů? Nepodceňte přípravu a nenechte se zatlačit do kouta

(Kompletní komentáře [zde](#))

Pokud chcete přitáhnout investory na svoji stranu, nevystačíte si jen se skvělým podnikatelským nápadem. Kromě atraktivního produktu je bude zajímat rovněž to, jak je startup na proces fundraisingu nachystaný. Právě příprava zrcadlí podle nich skutečné schopnosti firmy. Protože získání investice je v neposlední řadě vykoupené i velkým úsilím, „potem a dřinou“.

Osobnost zakladatele, neotřelý nápad s potenciálem budoucího jednorozce, znalost trhu, umění „mít tah na branku“ i uvěřitelná vize – to je několik faktorů, s nimiž investoři v případě startupů pracují. Nepřesvědčí je ovšem jen ty, které mají skvěle zpracovaný pitch-deck (prezentaci), i když ten je pro investory jednoznačně prvotním signálem, že firma za pozornost stojí. Prokázat by toho měla ale mnohem více. Při oslovování investorů platí více než kdy jindy, že štěstí přeje připraveným. A do jisté míry i zdravě sebevědomým.

Úspěch firmy jde vždy ruku v ruce se schopnostmi lidí, kteří ji řídí. Zda je startup skutečně výkonný, je možné podle Igora Strečka, investora, M&A experta a spoluzakladatele firem Webglobe a Eco Verde Recycling, vytušit už z toho, jak je pro získávání peněžních prostředků od investorů připravený. *„Fundraising není jednoduchý proces, a když čtete, jak různé technologické či jiné startupy získaly miliony dolarů, vezte, že to rozhodně nebylo ‚zadarmo‘ a bez pořádně tvrdé práce,“* vysvětluje s tím, že prvním krokem by mělo být už uvědomění si tohoto faktu.

Dalším pak příprava dat, která se vztahují k firmě i jejímu podnikatelskému plánu. S tím souhlasí i Alan Pock, zakladatel a ředitel crowdfundingové platformy Investown. Obzvláště v případě, kdy startup ve svých aktivitách nestojí už na úplném počátku. *„Pokud jste již po seed fázi, už nezáleží jen na zakladateli a skvělém nápadu. Ale roli hraje rovněž i úspěch na trhu a prokazatelná data. Přihlíží se k tomu, co se díky první investici podařilo, jak efektivně se peníze využily a jakou trakci díky nim společnost má. To vše je důležitý ukazatel úspěšnosti firmy, na jehož základě se potenciální investoři rozhodují,“* míní.

Data vztahující se k financím, analýze trhu a vstupům na trh by měla být podrobná i konkrétní, a jak upozorňuje Igor Strečko, v žádném případě by neměla být nesprávná. *„Všechny předpoklady otestujte v praxi. Ani jedno číslo nesmí být chybné, ověřte ho alespoň třikrát. Při žádném tvrzení nevycházejte ze svých domněnek, selského rozumu ani náhodných internetových zdrojů. Vše musíte mít ověřené a podložené důkazy.“*

Upoutejte a čelte otázkám

Aby startup dostal u investorů šanci, měl by mít schopnost zaujmout takzvaně na první dobrou. K tomu poslouží pitch-deck postavený na opravdu silném a zajímavém příběhu. Podle Adama Ďurici, investment managera VC fondu Zero One Hundred, hraje v rozhodování investorů stěžejní roli. *„Investorům totiž pod rukama procházejí stovky, někdy tisíce pitch-decků, a pokud se jedná pouze o výčet faktů o daném startupu, nebo v horším případě o bloky textů, investora nezaujme,“* upozorňuje a dodává, že každý slide v prezentaci by měl doplňovat příběh a zapadat do silnějšího narativu, který může klást důraz například na revoluční technologii, již daný startup nabízí.

„Průměrný investor stráví nad pitch-deckem zhruba minutu, a pokud ho nezaujme hned, půjde dál. Naprostým základem ale je, aby obsahoval náležitosti jako vysvětlení byznys modelu,

produktu nebo strategie vstupu na trh,“ je přesvědčený Adam Ďurica. Zároveň by podle něj měl mít zakladatel schopnost prodat svoji vizi.

Podobně situaci vidí i Hynek Sochor, zakladatel akcelérátoru a fondu Soulmates Ventures. „Zakladatelé musejí dokázat svou jedinečnost nejen prezentací inovativních funkcí produktu nebo služby, ale také by měli ukázat, jak řeší možným, nebo ideálně již stávajícím zákazníkům skutečné tržní problémy. Toto vše během relativně krátkého setkání, které nedává moc prostoru jít do hloubky. Řešení, provedení a cíl musejí být hned jasné,“ uvádí. Podle Hynka Sochora má pak obrovskou výhodu každý, kdo investorům představí minimální životaschopný produkt (MVP).

Zároveň je klíčové pracovat s konkrétními fakty podporujícími tvrzení o unikátnosti jejich nabídky. Těmi mohou být technologické inovace, patenty nebo exkluzivní partnerství. „Čím bude prezentace transparentnější a podložena fakty, tím větší je šance, že startup upoutá pozornost investorů. Velkou váhu má pak zapojení platících zákazníků jako verifikace produktu na trhu. To dokazuje, že je produkt autentický a že mu již lidé důvěřují,“ říká Hynek Sochor.

Zakladatel by měl tvář v tvář investorovi následně dokázat, že je seznámen se všemi detaily firemních procesů. Měl by mít schopnost reagovat na složité i nepříjemné otázky a nenechat se jimi vyvést z míry. „Bude vás čekat tvrdý křížový výsledek. Ať už děláte prezentaci pro bohaté andělské investory, nebo jednáte s velkou institucí, budete dostávat nepříjemné otázky. Ideální je, pokud takovou prezentaci absolvujete ‚nanečisto‘ s některým z vašich kamarádů z byznysu, kteří vás rádi pořádně potrápí,“ doporučuje Igor Strečko. Jak dále uvádí, podstatné je v procesu posuzování také to, zda má zakladatel v záloze nějaký plán B.

„Investory bude zajímat, co bude vaše firma dělat, pokud některý z předpokladů selže. Rozhodně totiž narazíte na situace, kdy se některé scénáře, ač předem detailně podložené daty, zkrátka nenaplní kvůli změnám na trhu, jiné politické situaci, ekonomické krizi nebo příchodu nové konkurence. Proto musíte mít neprůstřelný plán B, ideálně i C,“ konstatuje Igor Strečko.

Berte v potaz, s kým jednáte

Už v základní fázi oslovování investorů by zakladatel měl mít jasno také v tom, s kým chce jednat a zda je tento typ investora pro jeho byznys vhodný. Následně tomu přizpůsobit prezentaci. Jiný styl komunikace totiž vyžadují andělští investoři, ekvitní partneři nebo VC fondy.

„Na začátku je vhodné vypracovat seznam 50 až 100 investorů, které chci jako founder oslovit. Fundraising je totiž tak trochu hra s čísly, a čím více investorů startup osloví, tím má větší šanci, že nějakou investici získá,“ radí Adam Ďurica, podle kterého by se seznam měl odvíjet od toho, jaké investiční kolo, respektive jak velkou investici startup poptává, zda pre-seed, seed či series A.

„Founder bude jen těžko přesvědčovat fond se zaměřením na series A, aby mu poskytl investici v pre-seed fázi. Stejně tak například andělský investor bude nerad slyšet od foundera, že se valuace jeho startupu během pár let možná zdvojnásobí. Takový typ rizikového investora bude očekávat spíše multiplikaci valuace 20- až 50násobnou,“ zdůrazňuje Adam Ďurica.

Zakladatelům, kteří se chystají vstoupit na trh a získat investice od VC fondů, doporučuje pak Pavel Bulowski, produktový ředitel a spoluzakladatel společnosti Meiro, aby na VC fondy cílili až jako na poslední instanci. „Investice od VC by měly být tím posledním, nikoli prvním krokem, a rozhodně by neměly být jedinou možností. Tento přístup může možná působit nekonvenčně, ale zkuste se zaměřit na generování zisku a vlastní financování růstu,“ říká.

„Pokud už se za VC vydáte, dělejte to ideálně v pozici, kdy peníze existenčně nepotřebujete. Budete tak mít výrazně lepší vyjednávací pozici. Všechny body smlouvy jsou otevřené diskusi – diskutujte nestandardní podmínky s jinými zakladateli a nebojte se sdílet detaily a poradit se se zkušenějšími kolegy,“ nastiňuje optimální postup.

Nepodcenit a ohlídat si podmínky smlouvy je zásadní i podle Tomáše Ditrycha, zakládajícího partnera advokátní kanceláře Mavericks. *„Při vyjednávání investice je důležité optimální nastavení podmínek mezi společností a investorem. Zejména když začínající startupy čekají na první investici déle, než bylo původně zamýšleno, mohou jednat zbrkle. Respektive ve snaze neohrozit slíbenou investici akceptují nepřiměřeně výhodnější podmínky pro investora. V takovém případě se může stát, že ztratí nad svým podnikem moc. Například společnost po roce zjistí, že bez souhlasu investora nemůže učinit téměř žádné rozhodnutí nebo že výměnou za investici se zakladatelé vzdali příliš vysokého podílu. V důsledku toho tak nemají prostor pro další investory,“* varuje před unáhleným postupem.