

Presentationsteknik för den som söker kapital

Den som söker kapital måste vara beredd att berätta om sitt företag för alla! Under den tid då företaget letar efter kapital behöver man göra många presentationer inför alla med ett intresse av företaget – vare sig det är banken, venture capital-företag, kunder eller leverantörer. Alla vill höra företagaren (VD) lägga ut texten om företaget. Det är företagaren som förkroppsligar affärsplanen, som gör den till en verklighet.

FRAMFÖRANDE

Förbered en effektiv inledning

Presentationen inleds lämpligen med att Du presenterar Dig själv, företaget och produkten. Lär Dig inledningen utantill. Du kan t.ex. säga:

”God eftermiddag! Tack för att ni kom. Jag heter Anders Andersson och jag är VD hos Andersson Manick AB. Vi tillverkar någonting som kallas för en infindibulator, och här är en bild som visar hur den fungerar...”

”God morgon! Jag är Maria Svensson, VD hos Konstgjorda Industrier. Vi tillverkar ett sortiment av konstgjorda flänsar som är mer än 30 gånger effektivare än våra konkurrenters. Denna bild visar en av våra produkter i drift...”

Ta allmänna kunskaper om branschen för givna
Självklara påståenden som t.ex. ”telekomindustrin är ofantlig” bör undvikas. Publiken vet redan detta. Det är bättre att i stället berätta om branschen.

Ta inte goda kunskaper om produkten för givna
Redogör med mycket enkla ord precis vad produkten är och vad den gör.

”Jag begär alltid först en muntlig presentation innan jag läser affärsplanen. Är företagen säljande i sin framställning, då går jag vidare till en granskning av affärsplanen. Annars avböjer jag fortsatt diskussion med företagaren. Enligt mina erfarenheter är det en förutsättning för att ett företag ska kunna expandera att företagaren muntligt kan förmedla företagets kraft, visioner, produkter till sin omgivning.”

VD, venture capital-företag

Tvinga inte på lyssnarna dina egna åsikter

Låt de som lyssnar själva dra vissa slutsatser. Påståenden som t.ex. ”Vi har fått en spännande möjlighet!” är onödiga. Beskriv i stället marknadens storlek och låt publiken själv bestämma om den är spännande. Presentera ledningens personliga meriter och låt lyssnarna själva bestämma om de är kvalificerade.

Börja inte med ett skämt

Skämt kan förvirra publiken; den kanske inte förstår. Det finns även en risk att skämtet faller platt, med en negativ stämning för hela presentationen som följd.

TALFÄRDIGHETER

Det är inte bara innehållet av presentationen som är viktigt. Sättet som budskapet framställs på är

minst lika betydelsefullt. Tänk särskilt på att inleda med en liten paus, och passa då på att ta ett par långa, djupa andetag. Då får lyssnarna tid att smälta intrycket av Dig, samtidigt som Du blir lugn.

Kroppsställning

- Stå rakt och stadigt.
- Använd gärna händerna som uttrycksmedel.
- Grip inte tag i talarstolen, det läser Din kroppsställning.

Ögonkontakt

- Rör blicken – se på en person i några sekunder och gå sedan vidare till nästa person.
- Ha ögonkontakt med var och en i rummet.
- Ögonkontakt är viktig; den gör att presentationen uppfattas som ett avslappat samtal mellan individer, inte som ett föredrag inför en grupp. Dessutom hålls alla vakna och Du kan lägga märke till om någon vill säga något eller om lyssnarna inte verkar förstå vad Du säger.

Entusiasm

- Uttryck entusiasm med händerna och genom att variera betoning och röstläge.
- Handrörelser kan användas för att uttrycka både entusiasm och idéer.
- Var begeistrad – förvandla eventuell nervositet till entusiasm.
- Det är viktigt att vara entusiastisk eftersom publiken inte kommer att vara mer intresserad än Du är.

OH-BILDER

Det är viktigt att OH-bilderna är enkla att läsa. Använd punktsatser och grafik. Undvik långa stycken eller kalkylblad med en massa siffror.

- Låt lyssnarna se bilden i minst fem sekunder innan Du börjar kommentera den. Dela gärna in texten i punktsatser (som här).

- Ha inte fler än sex punktsatser per bild och inte VERSALER utan gemena (små) bokstäver, minst 20 punkter stora.
- Begränsa texten under varje punktsats till ett fåtal ord (tre–fem ord). Ett sätt är att använda sig av kodade fraser för att hindra risken att man "läser upp" för publiken.
- Din uppmärksamhet ska växla mellan bilden och publiken och inte vara fixerad på bilden (eller Ditt manus) under för lång tid.
- Dra gärna nytta av foton eller teckningar.
- Det är *Du* som är det viktigaste visuella hjälpmedlet. Förklara! Beskriv!

NÅGRA FÖRSLAG TILL PRESENTATIONSBILDER

Bild 1: Företaget

Denna bild ska visas innan presentationen börjar, kanske redan när folk är på väg in i salen. Bilden påminner om vem som ska presentera och syftet med mötet.

- Företagets namn och (om det finns) logo.
- Namnet på den som presenterar och en kort beskrivning av vad denne sysslar med.

Bild 2: Produkten

- Vad är det för produkt? Visa en teckning, ett foto eller ett diagram. Tag gärna med produkten eller delar av den, om detta är möjligt.
Kom ihåg: Allt detta är uppenbart för den som presenterar och känner till produkten väl; men om det inte blir uppenbart även för publiken inom de första 30 sekunderna, kommer folk att tappa intresset och resten av presentationen blir bortkastad.
- Vilka delar eller aspekter av produkten täcks av patent eller äganderätt?
- Varför kunde inte vem som helst göra samma sak? (Inträdeshinder)
- Förklara **inte** tekniken i detalj!

Bild 3: Kunderna

- Vilka är kunderna?
- Vilka fördelar har produkten ur deras synvinkel?
- Vilken fördel, mätt i pengar, får kunderna genom att köpa just denna produkt?
- Hur ska ni nå fram till kunderna? Vilka distributionskanaler finns?
- Vad kostar produkten, och hur har ni kommit fram till just detta pris?

Bild 4: Marknaden

- Hur stor är den totala marknaden, uttryckt i enheter och kronor (US dollar etc.)?
- Hur är den fördelad eller segmenterad? Använd gärna ett cirkeldiagram.
- Vad är marknadens uppskattade storlek inom de första tre–fem åren?
- Vad driver marknadens tillväxt?
- Visa med hjälp av Din distributionsstrategi hur Du planerar att nå fram till kund "x" till en kostnad av "y" och därmed sälja "z" produkter och tjäna stora pengar.
- Säg **inte** bara: "Vi väntar oss en marknadsandel på XX procent."

Bild 5: Konkurrenterna

- Vad består konkurrensfördelen av?
- Vilka är konkurrenterna?
- Vilka styrkor och svagheter har Dina konkurrenter?
- Om det just nu inte finns någon direkt konkurrens, redovisa hur Du tänker agera när den uppstår.

Bild 6: Finansiering

- Visa ett stapeldiagram av den totala försäljningen hittills (om möjligt) och dessutom fem års försäljningsprognos. (Undvik kalkylblad!)

Bild 7: Kapitalbehov

- Hur mycket pengar behövs? Ange ett enda belopp.
- Redovisa i detalj hur pengarna kommer att användas inom olika områden.
- Hur stor är den totala investeringen och värdet på varje nivå?
- Vilken kunskap bör den som tillskjuter kapitalet om möjligt bidra med?
- Vilken möjlig exit är tänkbar för en investerare?

Bild 8: Allianser

- Berätta om de strategiska allianser som redan finns samt sådana som eventuellt kommer att behövas.

Bild 9: Ledningen och styrelsen

- Namnge ledningens och/eller styrelsens medlemmar enligt t.ex. följande mall:

Karl Karlsson, VD	Tidigare VD hos XYZ Teknologi AB
Anna Andersson, Marknadsföring	Ledde ABC Produkten till en omsättning på 100 miljoner kronor.

Till sist: Presentationen är oftast helt avgörande för om finansören ska finna företaget och produkten intressant!

CONNECT utgörs av regionala nätverk som har som mål att genom frivilliga insatser stimulera skapande och utveckling av tillväxtföretag i Sverige. Dessa nätverk utför lokala aktiviteter som kopplar samman forskare/innovatörer, inom både högteknologiområdet och andra områden som har stor tillväxtpotential, med entreprenörer och förser dessa aktörer med de finansiella, tekniska och företagsutvecklande resurser de behöver för att lyckas. En projektgrupp på Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) fungerar som ett stöd och en resurs för de regionala nätverken. Projektgruppen, som är finansierad av Stiftelsen för Kunskaps- och Kompetensutveckling, arrangerar också aktiviteter på riksplanet i samråd med de regionala nätverken i de fall då det krävs fler aktörer än de regionala nätverken vanligtvis kan mobilisera. För mer information, se CONNECTs hemsida: www.iva.se/connect.



Kungl. Ingenjörsvetenskapsakademien (IVA) är en fristående akademi med uppgift att främja tekniska och ekonomiska vetenskaper samt näringslivets utveckling. I samarbete med näringsliv och högskola initierar och föreslår IVA åtgärder som stärker Sveriges industriella kompetens och konkurrenskraft. För mer information, se IVAs hemsida: www.iva.se.



KUNGL. INGENJÖRSVETENSKAPSAKADEMIEN
Royal Swedish Academy of Engineering Sciences



CONNECT
SVERIGE