

## יזם, דע את עצמך ואת משקיעך I

"דע את עצמך". כתובת זו, שנחקקה על שער מקדש אפולו בדלפי היא עיקרון חשוב גם עבור יזמים בעולם המורכב של גיוסי ההון. במסע ארוך זה כדאי ליזם להתנהל בהשראתו של סטיקר דו-כיווני המזכיר לו מצד אחד להכיר טוב את עצמו ואת מיזמו ומצד שני מכריז: "דע את משקיעך". בטור זה נבחן את המשקפיים דרכם כדאי ליזם לבדוק את רעיונו לפני שייגש למשקיע. תוצאות סקירה זו יכתיבו את בחירת המשקיע, אותה נבחן בטור הבא.

### דע את נכסך

משקיעי הון סיכון (ואחרים) כשמים לא כן הם. כל נכס שמקטין את הסיכון הנתפס של ההשקעה מהווה עבורם יתרון. לכן, נסה לייצר כמה שיותר נכסים החל בשלבים מוקדמים ביותר. נכסים יכולים לכלול רישום פטנט זמני, מכתב כוונות משותף אסטרטגי, לקוח פוטנציאלי שהסכים לשמש כלקוח בטא, תוכנית עסקית, אפיון טכנולוגי מדויק של המוצר, דמו, עניין שהביעו משקיעים אחרים וכמובן הצוות. השותפים העסקיים שהצלחת לסחוף אחריך: צוות מייסדים מרשים, מובילי דעת קהל, מומחים בעלי שם שמייעצים לך, הם נכס חשוב. מעורבותם תאזנת למשקיע על יכולתך כיזם למכור את הרעיון לשוק, תחזק את הוולידציה העסקית שלו ותצביע על יכולתך לייצר ערך לחברה גם כשמקורות המימון נמוכים. שים לב שגם אם אינם עובדים במישרה מלאה, יש לוודא שאנשים אלו תורמים תרומה משמעותית לפעילות ולא רק מקשטים בשמם את התוכנית העסקית שלך.

לפני פנייתך למשקיע החלף את "גייס כפי יכולתך" ב-"ייצר ערך רב ככל שניתן" למשל: אם בכוונתך לבנות מיזם Web 2.0 התקדם כמה שניתן ללא השקעה (bootstrapping). נדב חברים במשרה חלקית לבניית אתר עם יכולות בסיסיות, העלה גירסה מקומית לאוויר וצור תנועת גולשים, צור שותפויות וייצר הכנסות ממכירות ראשוניות דרך האתר. כל אלו יהיו הוכחת היתכנות ויעלו את ערך החברה.

בבואך להציג בפני המשקיע חשוב שתדע להדגיש נכסים אלו. אל תתעכב על הסברים טכניים ארוכים אלא על ההגיון העיסקי שבהשקעה. חשוב: אם אתה היית צריך להשקיע מכספך שלך, על מי היית שם כסף?

### דע את העסק שלך

נניח שהגעת למשקיע עם רעיון מהפכני לייצור פרה מעופפת. יש מאחוריך עשרות שנות מחקר, פטנט זמני ואמונה אמיתית ברעיון. כדי להשיג מימון תצטרך לשכנע את המשקיע בשני דברים מרכזיים: הראשון הוא ביכולתך לייצר פרה כזאת והשני הוא שהפרה היא עסק כלכלי שייצר לו תשואה משמעותית על כספו.

גם אם יש לך רעיון טכנולוגי מבריק בכדי לגייס לו הון עליך להכיר לעומק את ההגיון העסקי שלו. המשקיע חייב להבין איך הרעיון שלך ייצר לו ערך משמעותי על השקעתו. ערך זה הוא פונקציה של שלושה גורמים עיקריים:

הצורך, השוק, החדשנות - מהו הצורך עליו אתה עונה, מיהו קהל המטרה, האם ישלם עבור הרעיון, לאיזה אחוז ממנו תוכל להגיע, איך ותוך כמה זמן, מהו אורך מחזור המכירה, האם הלקוחות הפוטנציאליים יקנו מסטארטאפ או רק מחברה גדולה, האם אלו לקוחות חוזרים, מהו השוק - האם אתה מחנך שוק חדש או אתה Me Too, מהו גודל השוק ופוטנציאל הגידול שלו, מהם חסמי הכניסה, מיהם המתחרים - איך ותוך כמה זמן תשיג יתרון תחרותי, האם תדרש לכתוב פטנטים

המשמעות הפיננסית – הכנסות/ הוצאות - כמה ישלם קהל המטרה, מהו פוטנציאל ההכנסות והרווח של החברה לאורך זמן, מה עלות הפיתוח והשיווק של שחרור מוצר ראשוני לשוק, לאלו משאבים פיננסיים תדרש בכדי להשיג יתרון על המתחרים הקיימים בשוק

**אקזיט** - מהו אקזיט פוטנציאלי למשקיע. האם חברות דומות בתחום נוטות להרכש, לצאת להנפקה, או להשאיר בבעלות פרטית ולחלק דיבידנדים. שיקולים אלו יכולים להכתיב את אופי החברה – האם תתכוונן מהתחלה לטכנולוגיה מסויימת של שותף אסטרטגי ספציפי למטרת מכירה או תפרוס תשתית רחבה, תגדל אורגנית ותתקשר עם לקוחות רבים כדי להתכוונן להנפקה. יתכן גם שלאחר בדיקה וחישיבה תבחר להשאיר את כל האופציות פתוחות.

בהציגך את ההגיון העסקי הצג חזון שאפתני אך בסס אותו על עובדות בשטח ועל תוכנית פעולה קונקרטית. למד מסטארט-אפים דומים שהצליחו ונכשלו על נקודות החוזק והחולשה בהפיכה מרעיון לעסק.

לניתוח המקיף הזה שתי השלכות עיקריות. ראשית הוא יכתיב את צרכי ההון וסוגי המשקיעים הרלבנטיים לחברה. בנוסף, המשקיע ירצה לראות סיכום מנהלים או תוכנית עסקית הדנים באספקטים הללו כבר בתחילת הדרך. הוא בדרך-כלל יעדיף תוכנית שנכתבה ע"י היזם עצמו ומעידה על הבנתו העמוקה את העסק ולא ספר מהודר עם חותמת חיצונית. לפיכך, למרות השינויים הרבים שיחולו במהלך הדרך, ניתוח עסקי הוא משמעותי ביותר להתנעת החברה.

**הלית ליכטנזון, מייסדת חברת My Way, היא מאמנת עסקית ליזמים ובעלת נסיון בתחום ההון סיכון וההשקעות. halit@myways.biz**