

# PREDSTAVITEV POSLOVNEGA NAČRTA IN PRIPRAVA USTREZNE PREZENTACIJE

## Uvod

Ena izmed glavnih nalog podjetnika je, da različne ciljne skupine (*člani podjetniškega tima, zaposleni, strateški partnerji, kupci, investitorji itd.*) navdušuje nad svojo podjetniško idejo in tako podjetje vpenja v optimalno okolje, ki bo omogočalo hitro rast podjetja in doseganje zastavljenih ciljev.

V okviru navduševanja in prodaje sodi tudi **navdušujoča in realna predstavitev poslovnega načrta za investitorje**. Naloga podjetnika je med drugim namreč tudi, da zagotovi ustrezna sredstva, ki so potrebna za realizacijo poslovne ideje. Predstavitve je za investitorje zelo pomembna, saj na eni strani **realno pokaže, kako dobro zna podjetnik navduševati in prodajati sebe in svojo idejo na drugi strani pa je sama prezentacija (PowerPoint diapozitivi) odlično dopolnilo za poslovni načrt oziroma povzetek poslovnega načrta**. Nekateri skladi tveganega kapitala v tujini od podjetnikov že celo pričakujejo, da ne pošiljajo več celotnih poslovnih načrtov, vendar le prezentacijo poslovne ideje z informacijami, ki dokazujejo znanje ter izkušnje podjetnika. Seveda pa je slej kot prej v investicijskem procesu potreben tudi poslovni načrt.

Investitorji običajno tedensko poslušajo več deset predstavitev poslovnega načrta, pri čemer se ponavadi pojavljata dva ekstrema. Prvi ekstrem so **zelo tehnološko usmerjene predstavitve**, kjer je poudarek predvsem na tehnologiji, zelo malo pa je informacijah o kupcih in poslovnem delu. Običajen problem te predstavitve je, da ni jasno predstavljena dodana vrednost za kupce, prav tako pa tudi ni oblikovanega jasnega poslovnega modela. Sama predstavitev pa je preveč tehnično naravnana in je večina ljudi, ki niso iz podjetnikove panoge, ne razume (preveč je poudarka na sami tehnologiji, namesto da bi bil poudarek na koristih).

Drugi ekstrem so predstavitve, kjer je **preveč ambiciozno in nerealno zastavljen poslovni del, ni pa jasno prikazano tehnološko ozadje** (ali inovativnost na katerem drugem nivoju), ki rešuje tako velik problem, ki bi upravičeval ekstremno hitro rast. Karikirano povedano, projekcije, ki nakazujejo na to, da bo podjetje v petem letu tako veliko in finančno močno, da bo lahko kupilo celo Argentino in jo prodalo Braziliji, vsekakor izkazujejo velike ambicije podjetnika, a tudi zelo nerealne predstave. Tovrstnim predstavitev manjka tisti vsebinski del, ki utemelji in da moč napovedim ter je plod inovativnosti na ravni izdelka, koncepta, poslovnega modela ali na kateri koli drugi ravni.

Idealna predstavitev je seveda tista, ki pokriva tako ustrezno mero tehnično/inovativnega dela poslovnega načrta, kot tudi ustrezno mero ekonomsko/poslovnega področja. To razmerje pa je velikokrat težko najti, zato se v nadaljevanju nahajajo napotki, kako pripraviti optimalno predstavitev.

## Navodila za pripravo ustrezne predstavitve poslovnega načrta

Osnovno vodilo, ki ga naj bi ga podjetnik upošteval pri pripravi predstavitve poslovnega načrta je pravilo **10/20/30 za pripravo PowerPoint prezentacije**. Pravilo je sila enostavno in svetuje, da bi vsaka prezentacija morala imeti okvirno 10 diapozitivov, trajala ne več kot 20 minut, velikost črk pa naj bi bila 30 okoli 30 pik.

**Število diapozitivov je omejeno na 10** zato, ker posameznik težko na enkrat razmišlja o več konceptih, kot jih je moč predstaviti na omenjenem številu diapozitivov. Obenem je predstavitev v okviru tega koncepta zelo ciljno usmerjena, izvršna, jedrnata in obsega le ključne informacije v zvezi s potencialom poslovne ideje, ki dejansko tudi zanimajo investitorje. Poslušalci pa se tako zelo težko med predstavitvijo začnejo dolgočasiti.

**Na vsakem diapozitivu naj bi bile vse pomembne informacije iz ključnih poglavij poslovnega načrta.**

Tako naj bi bilo na posameznem diapozitivu predstavljeno:

1. Problem, priložnost in panoga
2. Rešitev (proizvod, storitev), stranke in velika vizija podjetnika
3. Poslovni in prodajni model
4. Marketing in prodaja
5. Konkurenca
6. Tehnologija, intelektualna lastnina in status razvoja
7. Podjetniški tim
8. Finančne projekcije
9. Status podjetja in terminski plan
10. Povzetek in predlog za sodelovanje

Optimalno je, da zgoraj opisanih 10 diapozitivov **podjetnik predstavi v 20 minutah**. Običajno predstavitve oziroma tovrstni sestanki trajajo 60 minut, pri čemer je 20 minut namenjeno podjetnikovi predstavitvi, nato pa poteka diskusija, predvsem na podlagi vprašanj, ki jih dodatno zastavljajo investitorji (*glej seznam vprašanj*).

Prav tako obstaja velika verjetnost, da gre na predstavitvi kaj narobe (računalnik se ne ujame s projektorjem, zamudite itd.). Tako je odlično, da lahko svojo predstavitev jasno, navdušujoče in verodostojno predstavite v 20 minutah.

Zadnji del pravila 10/20/30 pa govori o tem, da naj bi **bila velikost črk na predstavitev velika okoli 30 pik**. To pravilo izhaja iz tega, ker veliko podjetnikov kar kopira sklope besedila iz poslovnega načrta in jih umesti na diapozitive. Besedilo je tako povsem neberljivo, predvsem pa moti samo predstavitev podjetnika, ker poslušalci običajno berejo diapozitive in obenem (delno) poslušajo.

Torej namen diapozitivov je, da vodijo rdečo nit celotne predstavitve in vsebujejo ključne informacije, ki nakazujejo na potencial poslovne priložnosti in ne temu, da so na njih sklopi besedil iz poslovnega načrta, ki jih podjetnik bere na predstavitvi. Majhno velikost črk je tudi zelo težko brati in lahko povzroči kar nekaj problemov poslušalcem.

## Dodatni napotki za pripravi predstavitve poslovnega načrta

V nadaljevanju je predstavljenih še **nekaj dodatnih napotkov** za predstavitev poslovnega načrta:

- Najprej si jasno oblikujte idejo poslovnega modela, nato na podlagi tega napišite celotni poslovni načrt in šele čisto na koncu napišite povzetek poslovnega načrta in prezentacijo.
- Diapozitive lepo oblikujte in na predstavitev dodajte logotip podjetja, če ga že imate (vedno izkoristite priložnost za osveščanje o vaši blagovni znamki).
- Potencialnemu partnerju ali finančnemu investitorju poleg vseh ostalih dokumentov (poslovni načrt, povzetek itd.) pošljite tudi prezentacijo.
- Prav tako na sami predstavitve s seboj prinesite natisnjene diapozitive, ki jih razdelite med poslušalce (z možnostjo zapisovanja).
- Vedno bodite zelo dobro pripravljeni na predstavitev!
- Vaš nastop naj bo zelo samozavesten, a realen. Govorite tekoče, navdušujoče, v sovjem stilu in upoštevajte vse ostale splošne napotke za dobre predstavitve (veliko jih lahko najdete v različnih knjigah o retoriki ali na internetu).
- Bodite pripravljeni na vsa vprašanja, ki jih zastavljajo investitorji (*glej listo*). Če nimate odgovora na kakšno vprašanje, to tudi na predstavitvi odkrito povejte. Nihče ne pričakuje od vas popolnosti, iskrenost pa je izjemno pomembna. Zavedati se morate svojih šibkosti, ki jih lahko skupaj s potencialnim investitorjem odpravite.
- Če imate že izdelan prototip, skico, prve stranke ali če vaše podjetje že posluje, to na predstavitvi tudi pokažite. Naštejte najpomembnejše stranke in izpostavite zakaj je vaš proizvod ali storitev edinstvena.
- Na vsak sestanek pojdite z določenim ciljem oziroma dobro se zavedajte kaj hočete od poslušalcev (strateško partnerstvo, finančna investicija itd.). To na predstavitvi tudi jasno izpostavite in predstavite realne korake, kako bi se sodelovanje realiziralo.
- Nekaj dni po predstavitvi ponovno kontaktirajte osebe, katerim ste predstavili poslovni idejo in jih povprašajte po povratnih informacijah.

### **Poslovni angeli Slovenije**

Železna cesta 18  
SI-1000 Ljubljana

**E-pošta:** [info@poslovniangeli.si](mailto:info@poslovniangeli.si)

**Telefon:** 01 30 70 933

**Telefax:** 01 30 70 801

**Mobilni telefon:** 031 782 424