

أفدح 17 خطأ ترتكبه الشركات الناشئة أثناء جلب المستثمرين



ترجمة وتحرير: نون بوست

كتب: يتشارد د. هاروش ودون كيلر

غالبًا ما تقوم الشركات الناشئة بإعداد "عرض تقديمي للمستثمر"، وهو عبارة عن ملخص لعرض تقديمي للشركة يضم معلومات بما في ذلك أعضاء الفريق العامل بالشركة ومنتجاتها والتكنولوجيا التي توظفها إلى جانب مجموعة من المعلومات الأساسية الأخرى. وعادة ما تلجأ الشركات الناشئة إلى إعداد عرض تقديمي للمستثمر في محاولة منها لجمع رأس المال الأولي رأس المال المجازف أو جذب المستثمر الملاك.

عموماً، تمثل عملية جمع رأس المال مرحلة في غاية الصعوبة بالنسبة للشركات الناشئة، ما يتطلب منها العمل بدقة على العرض التقديمي الخاص بالشركة وتجنب الأخطاء الشائعة التي ترتكبها معظم الشركات الناشئة. لذلك، يقدم هذا التقرير مراجعة للأخطاء الأكثر شيوعاً لمساعدتك على إعداد أفضل عرض تقديمي ممكن.

الخطأ رقم 1: عدم ارتقاء محتوى العرض التقديمي للمستثمر إلى مستوى تطلعات المستثمرين

يتوقع المستثمرون أن يغطي العرض التقديمي المواضيع التالية وفقاً لهذا الترتيب:

نبذة عامة عن نشاط الشركة

مهمة ورؤية الشركة

أعضاء الفريق

المشكل الذي تعالجه الشركة

الحل

الفرص السانحة داخل السوق

المنتج

العملاء

التكنولوجيا المستخدمة

القدرة التنافسية

الإنجازات أو المسار

نموذج الأعمال

خطة التسويق

التقارير المالية

الخطأ رقم 2: غياب "نبذة عامة عن الشركة" في الصفحة الافتتاحية من العرض التقديمي

يعد وجود النبذة العامة عن الشركة في الصفحة الأولى أي بعد صفحة الغلاف الخاصة بالعرض التقديمي مباشرة، أمراً مفيداً للغاية. ويرد هذا الجزء على شكل موجز يضم أهم النقاط التي يقوم عليها نشاط الشركة والمشكلة التي تحاول معالجتها ومعلومات عن موقع الشركة وعن تجربة فريق الإدارة، وأي إنجاز نجحت الشركة في تحقيقه بالفعل. تمنح هذه النبذة المستثمرين فكرة عامة عن الشركة حتى يتسنى لهم فهم ما يجب توقعه. وفيما يلي، مثال ناجح على "النبذة العامة عن الشركة":

Company Overview

Key Facts

- Recuperate.com is a San Francisco based healthcare technology startup providing Web based and mobile app solutions to people recuperating from injuries.
- The company has developed proprietary algorithms and artificial intelligence to address a \$10 billion+ market opportunity.
- The team includes experienced technology driven individuals from Google, Microsoft, Aetna, United Health and Qualcomm.
- The company's mobile app has already been downloaded 500,000 times, and downloads are increasing 35% a month.
- The company has completed important partnerships with the Mayo Clinic, Kaiser, the Cleveland Clinic, and UCLA Health.



3

الخطأ رقم 3: التغاضي عن شرح أهمية الفرص المتاحة في السوق بالنسبة للشركة يرغب المستثمرون في بعث مشاريع ضخمة ضمن أسواق واسعة النطاق ومتاحة. ويتعين على العرض التقديمي إقناع المستثمرين بوجود سوق فعلية ومهمة يمكن للشركة خلاله الحصول على حصة مثيرة للاهتمام. وتؤكد من إظهار أن حظوظ الشركة في السوق المتاحة متوفرة للغاية.

الخطأ رقم 4: التغاضي عن تسليط الضوء على التقدم الذي أحرزته الشركة بالفعل من المفيد أن يضم العرض التقديمي للمستثمرين صفحة تعنى بتسليط الضوء على التقدم الذي أحرزته الشركة إلى الآن. ويمكن أن تتضمن هذه الصفحة معلومات حول أي من العوامل التالية:

أوائل العملاء أو البرامج التجريبية

الإيرادات أو المقاييس المالية الرئيسية الأخرى

الشراكات الاستراتيجية

الصحافة والعلاقات العامة

الشهادات أو التوصيات

مدى التقدم في تطوير المنتجات

يرغب المستثمرون في الشعور بوجود إنجاز فعلي وعادة ما يتجنبون الاستثمار في مجرد "فكرة".

الخطأ رقم 5: إعداد عرض تقديمي مطول يتجاوز عدد صفحاته 15 أو 20 صفحة

يملك المستثمرون فترات انتباه قصيرة، ما يجعل إعداد عرض تقديمي يتجاوز 15 أو 20 صفحة، فكرة سيئة. وفي حال عجزت عن ذكر جميع التفاصيل، بإمكانك التفكير في إنتاج ملحق أو ملف منفصل. فعلى سبيل المثال، إذا كنت ترغب في عرض بعض التوقعات المالية المفصلة، بإمكانك تضمين ذلك في ملف منفصل (وتقديم فقط أهم البيانات المالية في العرض التقديمي).

الخطأ رقم 6: منح انطباع بأنك تفتقر إلى المهنية

إليك بعض الأخطاء الشائعة التي من شأنها أن تجعل العرض التقديمي يبدو غير مهني أو عفا عليه الزمن:

تخطيط رديء

رسومات منخفضة الجودة

أحجام خطوط غير متناسقة

عناوين رديئة لكل صفحة (يُستحسن استخدام العناوين التقليدية المذكورة تحت الخطأ رقم 1)

غياب التناسق بين نمط كتابة العناوين في جميع الصفحات

كتابة تاريخ قديم على غلاف العرض التقديمي

رسوم بيانية فوضوية وغير دقيقة

في سياق متصل، من الضروري تجنب الإفراط في ذكر التفاصيل في كل صفحة، حيث يبقى بإمكانك دائماً استكمال المعلومات الإضافية خلال العرض التقديمي المباشر. وينبغي ألا تحتوي كل صفحة على أكثر من ثلاثة إلى خمسة نقاط. ويتلقى أصحاب رأس المال المجازف الآلاف من العروض التقديمية خلال السنة الواحدة، ما يجعلهم عاجزين عن تحمل العروض الطويلة والتي تضمّ كما هائلا من التفاصيل.

من جهة أخرى، احرص دائماً على إرسال العرض على شكل نسق المستند المنقول من أجل تجنب حدوث مشاكل على مستوى تخطيط الصفحات والخطوط وتناسق الصفحات. وتجدر الإشارة إلى أن مثل هذه المشاكل تحدث أحياناً مع مايكروسوفت باوربوينت أو مع برامج العروض التقديمية الأخرى.

الخطأ رقم 7: عدم إلقاء نظرة على العروض التقديمية الخاص بمشاريع أخرى

عند إعداد العرض التقديمي الخاص بمشروعك، من المهم بالنسبة إليك إلقاء نظرة على العروض التقديمية الخاصة بشركات أخرى للحصول على أفكار تساعدك على تحضير العرض التقديمي الخاص بك.

إليك بعض من العروض التقديمية المتوفرة على الإنترنت التي بإمكانك إلقاء نظرة عليها:

العرض التقديمي لموقع com.Recuperate الخاص بالتمويل الأولي للشركات (تطبيقات الهاتف التي توفرها الشركة).

العرض التقديمي لموقع لينكد إن الخاص بمرحلة الاستثمار (شبكة أعمال محترفة)

العرض التقديمي الأصلي لشركة فيسبوك (شبكات التواصل الاجتماعي)

العرض التقديمي لموقع إير بي إن بي الخاص بالمستثمر الملاك (منصة لاستئجار غرف شاغرة أو منازل أو شقق)

الخطأ رقم 8: عدم تحديد المشكلة الكبيرة التي تخطط الشركة لحلها

تحتاج إلى توضيح المشكلة التي تحاول شركتك الناشئة حلها، وإقناع المستثمرين بأنها قد تعود بإيرادات كبيرة على الشركة في حال وقع حلها، فضلا عن إقناعهم بالأسباب التي تجعل حلها أمرا مهما.

الخطأ رقم 9: عدم إيضاح أن الحل الذي قدمته للمشكلة مقنعا

ينبغي أن يُظهر الحل الذي اقترحت له هذه المشكلة أنه أفضل من الحلول الأخرى المتواجدة في السوق. وكيف يعتبر الأفضل فيما يتعلق ببرنامجه أو أدائه الوظيفي أو سهولة استخدامه أو تكلفته أو غير ذلك؟

الخطأ رقم 10: عدم الكشف عن السبب وراء جعل التكنولوجيا وحقوق الملكية الفكرية الخاصة بك ذات قيمة

سيكون المستثمرون مهتمين جدا بأهم التكنولوجيات التي تركز عليها شركتك (سواء المستخدمة حاليا أو تلك قيد التطوير). ويجب أن يتطرق العرض التقديمي إلى:

أهم عناصر التكنولوجيا الخاصة بك

حقوق الملكية الفكرية التي تمتلكها الشركة (براءات الاختراع، براءات الاختراع قيد النظر، حقوق النشر، العلامات التجارية، أسماء النطاقات).

لماذا تعتبر التكنولوجيا متفوقة الآن أو ستكون متفوقة في المستقبل؟

لماذا سيكون من الصعب على منافس استنساخ هذه التقنية؟

الخطأ رقم 11: تقديم توقعات مالية غير مهمة وغير واقعية

في حال كشف العرض التقديمي الخاص بك أن التقديرات المتعلقة بإيرادات الشركة ستصل إلى خمس ملايين دولار فقط خلال خمس سنوات، لن يُبدد المستثمرون اهتماما كبيرا بشركتك، نظرا لأن معظم المستثمرين يرغبون في الاستثمار في مشروع قادر على النمو بشكل كبير ويصبح فرصة تجارية مهمة.

من ناحية أخرى، في حال عرضت على المستثمرين توقعات لعائدات الشركة تصل قيمتها إلى 500 مليون دولار في غضون ثلاث سنوات فقط، سيعتقدون أن هذه التوقعات غير واقعية، لاسيما إذا كان مشروعك لا يقدم في الوقت الراهن، إيرادات. كما ينبغي عليك أيضا الابتعاد عن الفرضيات عند تقديم توقعاتك، حيث سيكون من الصعب تبريرها. فعلى سبيل المثال، كيفية نمو إيراداتك 10 مرات عند رفع تكاليف التشغيل والتسويق مرتين.

الخطأ رقم 12: الإعلان عن عدم وجود منافسة في السوق

من المحتمل أن يؤدي إعلام المستثمرين بعدم وجود منافسة في السوق إلى دفعهم إلى الاعتقاد بأنك شخص غير واقعي أو ساذج. وبطبيعة الحال، هناك منافسة تواجهك في السوق، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، على غرار شخص يقدم حلا بديلا. ويُمكن للمستثمرين دائما العثور على بعض المنافسين الموثوق بهم من خلال إجراء بحث بسيط على موقع غوغل. ويتوقع المستثمرون منك أن تكون على إطلاع بالمشهد التنافسي في السوق، وكيف يرتقي منتجك والتكنولوجيا التي تستخدمها فضلا عن خطوات التسويق الخاصة بك إلى هذه المنافسة. وتجدر الإشارة إلى أنه لا ينبغي التقليل أبدا من شأن المنافسة.

الخطأ رقم 13: عدم القدرة على صياغة استراتيجية تسويق متماسكة

في الواقع، لا يعني إنشاءك لمُنتج رائع أنك ستتمكن من بيعه بشكل تلقائي للعملاء، حث سيرغب المستثمرون في الاطلاع على الخُطط التي ستتبعها لتسويق منتجك أو خدماتك والقنوات التي

ستستخدمها في ذلك. علاوة على ذلك، سيحاول المستثمرون كذلك معرفة كيفية إيصال عرضك إلى العملاء المحتملين بتكلفة فعالة وكيفية تسويق منتجك عبر مواقع التواصل الاجتماعي، على غرار فيسبوك وتويتر ولينكد إن وبنترست وما إلى ذلك. وهل ستقوم بتسويق المحتوى ووضع منشورات مدعومة على مواقع مثل بيزنس إنسايدر وفوربس وأول بزنس؟ وهل ستقوم بتسويق منتجك على محركات البحث وهل بإمكانك إبراز أن هذه الطريقة ستكون فعالة من حيث التكلفة؟ وما هي الخطوات الإضافية التي ستخذها لبيع منتجك؟

الخطأ رقم 14: عدم فهم تكاليف شراء العميل والقيمة الطويلة الأجل للعميل

سيرغب المستثمرون في التعمق في مدى فهمك لطبيعة العميل أو مشاكل الشراء التي تواجه المستخدمين وما هي التكاليف التي ستتحملها من أجل أن تنجح في كسب عميل محدد؟ وماذا ستكون قيمة حياة العميل المحتملة؟ وما هي القنوات التي ستستخدمها لتنجح في كسب هذا المستخدم أو العميل؟ وما هي دورة المبيعات النموذجية التي ستتبعها بين عملية الاتصال الأولى بالعميل وإغلاق عملية البيع؟ وتجدر الإشارة إلى أن عدم الاستعداد لهذه الأنواع من الأسئلة سيؤثر على تصوّر المستثمرين لمدى دراستك لخطة عملك التجاري.

الخطأ رقم 15: عدم القدرة على إظهار كيفية استخدام رأس مال المستثمرين والفترة التي ستدوم خلالها هذه العملية

من جانب آخر، يرغب المستثمرون في معرفة كيفية استثمار رأس المال ومعدل الاستنفاد المتوقع للشركة حتى يتمكنوا من فهم الفترة التي ستحتاجها لجولة تمويل ثانية. وسيسمح للمستثمرين باختبار ما إذا كانت خطط جمع الأموال معقولة نظرًا لاحتياجات رأس المال التي ستحصل عليها. وسيتيح للمستثمرين معرفة ما إذا كانت تقديراتك للتكاليف (على سبيل المثال، المواهب الهندسية، أو تكاليف التسويق، أو المساحات المكاتب) معقولة مقارنة بتجارب الشركات أخرى. بالإضافة إلى ذلك، يريد المستثمرون رؤية المعالم الرئيسية التي من المتوقع أن تتحقق برأس مالهم الاستثماري، وما إذا كان هذا التقدم سيكون كافيًا لزيادة الجولة المالية التالية.

الخطأ رقم 16: تقديم توقعات تقييم غير واقعية لشركتك

إذا أظهر العرض التقديمي الذي أعدته أن مقياس القيمة السوقية لشركتك يبلغ 100 مليون دولار عندما بدأت العمل قبل ثلاثة أسابيع، لكنك لم تحظ بالزخم الكافي بعد، فمن المحتمل أن تنتهي المحادثة التي تجربها مع العميل بسرعة كبيرة. والجدير بالذكر أنه غالبًا ما يكون من الأفضل عدم مناقشة القيمة السوقية خلال العرض التقديمي أو الاجتماع الأول على غرار القول بأنك تتوقع أن تكون القيمة السوقية لشركتك مقبولة، ناهيك عن قول أن "السوق ستحدد في المستقبل القيمة المناسبة".

الخطأ رقم 17: جعل من الصعب على المستثمر الحصول على عرض تقديمي

تأكد من إرسال عرض تقديمي على ملف بشكل "بي دي إف" للمستثمرين المحتملين قبل اجتماعك بهم. ولا تجبر المستثمر على الحصول عليه من جوجل درايف أو دروب بوكس أو أي خدمة أخرى عبر الإنترنت، لأنك بذلك تمنع المستثمر الذي يرغب في قراءته بالفعل من الحصول عليه. بالإضافة إلى ذلك، تأكد من عدم الإصرار على توقيع اتفاقية عدم الإفصاح مع العميل بشكل مسبق باعتبار أن معظم المستثمرين سيرفضون الموافقة على توقيع هذه الاتفاقية بمجرد حصوله على عرض تقديمي أو نظرة عامة على الشركة.

الاستنتاج

من شأن تجنب هذه الأخطاء الشائعة التي تتعلق بالعرض التقديمي الذي أعدته للمستثمرين أن يعزز



بشكل كبير من احتمالية الحصول على تمويل لشركتك الناشئة، لكن احرص على أن تكون قصتك مقنعة ومثيرة للاهتمام، ناهيك عن أنه ينبغي عليك معالجة المواضيع التي يتوقع المستثمرون تطرقك إليها.

المصدر: أول بزنس

رابط المقال: <https://www.noonpost.com/28769/>