Rabobank

9 tips om investeerders te overtuigen

Rabobank. Een bank met ideeën.

Er zijn maar weinig startende ondernemers die de financiering van hun bedrijf helemaal zelf kunnen bekostigen. De kans is aanwezig dat u op een gegeven moment ook investeerders zult moeten aantrekken. En of u nou in gesprek gaat met een bank of particuliere investeerder: uw verhaal moet goed in elkaar zitten. In deze white paper leest u hoe u dat doet. 9 tips om investeerders te overtuigen.

Rabobank

Tip 1: De introductie

Het voornaamste doel van investeerders bij een eerste kennismaking is erachter komen of u een goed idee in handen heeft. Maar voordat zij een oordeel kunnen vellen over de kwaliteit van uw product of dienst, moeten zij wel begrijpen om wat voor soort product of dienst het gaat. Hoe eerder u begint met de introductie van uw pitch, hoe beter. Deze uitleg moet zo kort en bondig mogelijk zijn. Vat de boodschap bijvoorbeeld als volgt samen: "Wij zijn Glenn en Bob en wij hebben een gebruiksvriendelijke internetdatabase ontwikkeld. In dit gesprek zullen wij u laten zien wat dit systeem inhoudt en hoe wij dit op de markt willen gaan introduceren."

Tip 2: Weid niet teveel uit

Startende ondernemers zijn vaak enthousiast over hun product of dienst en dat is ook vanzelfsprekend, maar een bijkomstigheid van enthousiasme is dat mensen ergens uren over kunnen doorpraten. Die tijd hebben potentiële investeerders vaak niet. Daarnaast is het raadzaam om in eerste instantie vooral te benadrukken waar u nu met uw product of dienst staat, en niet teveel uit te weiden over welke mogelijkheden er in de toekomst allemaal nog meer zijn. Dat is op dit moment nog niet aan de orde. In een eerste oriënterend gesprek is het uw voornaamste doel om bank of investeerder zodanig te prikkelen dat u er een vervolgafspraak aan overhoudt.

Tip 3: Verdeel de taken

Bent u met twee of meer personen? Dan is het verstandig om een persoon het woord te laten doen, terwijl uw zakenpartner(s) de presentatie via de computer ondersteunen door het laten zien van interessante grafieken en andere cijfers. Als een iemand alles doet, is de kans groot dat hij of zij op een gegeven moment tegen zijn computerscherm zit te praten in plaats van met de investeerder. Bovendien voorkomt u zo dat u en uw zakenpartners op onprofessionele wijze door elkaar gaan praten. Staat u er tijdens dit gesprek alleen voor? Dan kunt het geklik en/of de zoektocht naar een specifiek bestand beperken door alles al van te voren klaar te zetten in een overzichtelijke map op uw bureaublad.

Tip 4: Tijd is geld

Het kan zijn dat u vlak van tevoren erachter komt dat uw afspraak maar tien minuten heeft ingepland voor uw pitch, terwijl uw zorgvuldig voorbereide presentatie toch zeker een kwartier in beslag neemt. Richt u in dat geval op de introductie van uw product of dienst en hoe u hiermee de markt gaat veroveren. De concurrentie benoemen – en dan met name hoe u deze denkt te zullen verslaan – moet ook zeker aan bod komen, maar doe dit bij tijdgebrek door aan het einde van de presentatie alleen de belangrijkste concurrenten door te nemen en kort aan te geven wat u heeft dat zij niet hebben of doen.

Tip 5: Benadruk het belang voor de klant

Misschien wel de belangrijkste vraag om voor uzelf te beantwoorden: wat heeft de klant straks aan mijn product of dienst? Zorg ervoor dat u kort en duidelijk het belang hiervan kunt omschrijven. Het ligt er natuurlijk een beetje aan of u een geheel nieuw product op de markt gaat brengen (denk aan Steve Jobs die een paar jaar geleden de iPhone introduceerde en daarmee de mobiele telefonie voorgoed veranderde) of een bloembinderij wilt openen in de buurt. Maar in feite komt dit verhaal op hetzelfde neer: banken en investeerders willen graag weten wat de klant aan uw product of dienst heeft, welke spreekwoordelijke pijn u wegneemt. Als u dit in uw antwoord duidelijk beargumenteert en uw woorden ondersteunt met gedegen achtergrondinformatie, bent u al halverwege met het overtuigen van de investeerder.

Rabobank

Tip 6: Praat duidelijk en niet te snel

Het verschilt natuurlijk of u al jarenlange ervaring heeft als spreker of nog nooit een verkooppraatje heeft gehouden, maar een afspraak met een potentiële investeerder blijft spannend. Toch is het van belang dat u uw zenuwen zoveel mogelijk in bedwang houdt. Neem een slokje water wanneer u last krijgt van een droge mond tijdens de presentatie en praat duidelijk en langzaam. U mag ook best een paar pauzes laten vallen, zodat u vervolgens beter onder woorden kunt brengen wat u bedoelt. Voor heel snelle praters is het slim om bewust het tempo aanzienlijk naar beneden te schroeven. Zodra u het gevoel krijgt dat u echt veel te langzaam spreekt, heeft u de juiste snelheid te pakken.

Tip 7: Heb vertrouwen

Ga met vertrouwen het gesprek in. Zolang u goed voorbereid bent en gelooft in uw eigen verhaal (zonder uw doel voorbij te streven, zie tip 8), kan er weinig misgaan. Die investeerder heeft u immers niet voor niets uitgenodigd op gesprek. Als u nog steeds erg zenuwachtig bent, draai het dan eens om. Als u echt iets goeds heeft bedacht en hierin veel tijd en energie heeft gestoken om het te ontwikkelen, dan bewijst u investeerders juist een dienst door met hen in gesprek te gaan. U biedt hun de mogelijkheid om met uw bedrijf in zee te gaan. U hoeft het idee alleen nog aan de andere partij te verkopen.

Tip 8: Blijf uzelf

Maakt u zich zorgen omdat u nog niet zoveel ondernemerservaring heeft en u nog steeds vanuit huis werkt? Dat hoeft helemaal geen probleem te zijn. Zo startten de bedenkers van YouTube ooit in een garagecontainer. Investeerders zijn in de meeste gevallen niet per se op zoek naar totaalplaatjes. Liever vinden zij een ruwe diamant. Het belangrijkste is dat u hen ervan weet te overtuigen dat u iets goeds in handen hebt waarmee op korte (of iets langere) termijn veel geld kan worden verdiend. Doet u dus niet anders voor dan wie u bent door zich overdreven aan de investeerder te spiegelen en mee te praten over zaken waarvan u (nog) niet zoveel verstand heeft. Ondernemen is niet voor niets een leerproces; als u bijvoorbeeld met het onderhouden van contact met leveranciers nog weinig of geen specifieke ervaring heeft, kunt u dat maar beter eerlijk toegeven.

Tip 9: Less is more in Powerpoint

Indien u tijdens de presentatie gebruik maakt van Powerpoint en Prezi, is het heel verleidelijk om voor de volledigheid zoveel mogelijk informatie aan de slides toe te voegen. Toch is dat niet de beste aanpak. Hierdoor zullen de ogen van de investeerder namelijk vooral gericht zijn op de presentatie, en minder op wat u aan het vertellen bent. Beter is om de informatie op de dia's te beperken tot steekwoorden en enkele grafieken of tabellen, en de rest van het verhaal zelf in te vullen. Het verhaal zit toch wel in uw hoofd. Loop voorafgaand aan het gesprek de slides nog eens na en kijk bij iedere zin of u deze niet nog meer kunt inkorten. Een goede graadmeter is twintig of minder woorden per dia.

Rabobank

Typische investeerders-vragen

De ene startup is de andere niet en ieder gesprek met investeerders zal weer totaal anders verlopen. Een dergelijk gesprek tot in de puntjes voorbereiden is dus eigenlijk niet te doen. Toch kan het bestuderen van onderstaande typische 'investeerders'-vragen u wel een beeld geven van wat u tijdens de afspraak ongeveer kunt verwachten.

Vraag: hoeveel geld heeft u nodig?

Antwoord: wees zo concreet mogelijk. Het is raadzaam om een net iets hoger bedrag te noemen dan u daadwerkelijk nodig denkt te hebben, zodat u met dezelfde investering ook eventuele onverwachte kosten kunt opvangen.

Vraag: hoe gaat u het geld gebruiken?

Antwoord: zeggen dat u hiermee de start of doorgroeifase van uw onderneming wilt realiseren, is zeker niet voldoende. Beschrijf in plaats daarvan exact welk bedrag u waarvoor gaat gebruiken (bijvoorbeeld voor het doen van investeringen, aanschaffen van nieuwe machines of aflossen van bestaande leningen).

Vraag: wat denkt u met deze investering te bereiken?

Antwoord: een voor de hand liggende vraag, maar wel eentje die u concreet moet beantwoorden. Leg uit hoe de investering gaat inzetten met betrekking tot bijvoorbeeld de productontwikkeling, marketing en omzetdoelstellingen. Licht daarnaast toe hoeveel tijd en welk bedrag er nodig is voordat de omzet van uw bedrijf de kosten zullen dekken.

Vraag: hoe lang duurt het voordat u het geld heeft terugbetaald?

Antwoord: aan de hand van uw cashflow kunt u een redelijk betrouwbare berekening maken en aangeven vanaf wanneer (en met welke bedragen) u de investering kunt terugbetalen. Gebruik deze vraag ook om uw investeerder nogmaals van de groeipotentie van uw product of dienst te overtuigen.

Vraag: heeft u klanten of contact gehad met potentiële klanten?

Antwoord: een paar positieve reacties van (potentiële) klanten, ook al benoemen ze uw aanbod of nieuwe product slechts als "klinkt interessant" en hebben ze nog niet eens daadwerkelijk iets toegezegd, kan zeker in uw voordeel werken. Investeerders willen exact weten wat uw doelgroep is, en hoe u deze gaat bereiken. Een gedegen marktonderzoek kan hierbij van groot belang zijn.

Vraag: hoe zit het met uw marketingstrategie?

Antwoord: een effectieve marketingstrategie speelt een essentiële in het succes van uw bedrijf. Daarom zijn investeerders altijd op zoek naar producten of diensten die een concrete oplossing bieden voor een bepaalde behoefte. Dat hierbij ook het bespreken van de huidige of toekomstige concurrentie aan bod komt, is dan ook vrij logisch.

Vraag: hoe ziet uw organisatie er over drie jaar uit?

Antwoord: wellicht werkt u nog in uw eentje aan uw bedrijf, maar is het uw wens om na een jaar al een paar man personeel in dienst te hebben. Of, wanneer u de startup met meerdere partners opzet, wat is ieders rol binnen in de onderneming? Investeerders willen graag weten hoe uw team in elkaar zit, en met welke partijen u in zee bent gegaan of wilt gaan.