



Vuosi yrittäjänä
Ett år som företagare

Pitch deck

Pitch deckin tarkoituksena on kertoa lukijalle (yleensä sijoittaja) teidän suunnitelmista yritykselle ja mikä on visionne. Tarkoituksena ei ole kertoa kaikkia yksityiskohtia, vaan herättää kiinnostus kuulla lisää.

Mikä on pitch deck?

- Pitch deckin tarkoituksena on kertoa tarpeeksi infoa, jotta lukija kiinnostuu yrityksestä.
 - Vältä sitä, että laitat hirveästi tietoa, jotta kokonaisuus ei mene sekavaksi
- Pitch deckin pitää kertoa olennaiset tiedot sellaisenaan – ilman, että yrityksen edustaja on kertomassa tarkennuksia
- Erinomaiset pitch deckit ovat selkeitä, kertovat tarinan, ovat visuaalisia ja yleensä 10-14 diaa
- Tavoitteena on saada tapaaminen sen perusteella

Mikä yleensä menee vikaan?

- Liian monta diaa ja liikaa informaatiota
- Diat, jotka ovat täynnä tekstiä
 - Älä käytä fonttia, joka on pienempi kuin 30
- Liikaa yksityiskohtaista tietoa tuotteesta tai taloudesta
- Kilpailijoiden aliarviointi
- Oletuksia, jotka eivät perustu faktoihin tai tutkittuun tietoon

Pitch deckin rakenne

- | | | | |
|----------|--|-----------|----------------------------|
| 1 | Otsikkodia | 6 | Liiketoimintamalli |
| 2 | Ongelma ja
nykyiset ratkaisut | 7 | Tiimi |
| 3 | Ratkaisu ja
arvolupaus | 8 | Talousluvut |
| 4 | Validointi | 8 | Kilpailija-analyysi |
| 5 | Markkinat | 9 | Tulevaisuus |
| | | 10 | Pyyntö |

Otsikkodia

- Ensimmäisessä diassa kerrotaan yrityksen nimi, ydinhenkilöt ja yhteystiedot
- Mukaan kannattaa laittaa lyhyt one-liner / tag line, joka kertoo lyhyesti, mitä yrityksenne tekee ja mihin se haluaa vaikuttaa.
 - *Keep it short and memorable*

Ongelma ja nykyiset ratkaisut

- Mikä on se ongelma, jonka olette tunnistaneet?
- Mistä tiedätte, että se on ongelma?
- Miten ongelma ratkaistaan tällä hetkellä?
- Mitä yritykset tekevät oikein tai väärin?

Ratkaisu ja arvolupaus

- Kerro tarina asiakkaistasi ja miten he käyttävät tuotettasi
- Kuvat ja videot ovat tehokkaampia kuin paljon tekstiä
- Miksi teidän tuotteenne on paras tapa ratkaista ongelma?
- Mikä on arvolupauksenne?
- Jos teillä on mahdollisuus esitellä prototyyppi, tehkää se!

Validointi

- Miten olette tutkineet, että ongelma on olemassa?
- Mistä tiedetään, että yrityksenne ratkaisu on paras ratkaisu markkinoilla?
- Miten olette selvittäneet markkinoiden kokoa ja halukkuutta tällaiseen tuotteeseen?
- Kerro konkreettisia asioita ja tekoja.

Markkinat

- Määrittele markkinat. Mihin toimialaan kuulutaan?
- Markkinoiden koko rahallisesti? Mikä on yrityksen markkina-asema?
- Asiakkaat. Kerro selkeästi, kuka on yrityksen asiakas.
- Onko taustalla mikro/makrotrendejä?
 - Esimerkiksi hyönteisruoka, joka tulevaisuuden ruokatrendi.
- Onko tarpeeksi ihmisiä, jotka ovat valmiita maksamaan tuotteestasi? Miten olet selvittänyt sen?

Liiketoimintamalli

- Kuka on asiakkaanne? Kuvaile mahdollisimman tarkasti ideaali asiakas.
- Mikä on hinnoittelumallinne? Mitkä ovat yrityksen tulovirrat?
- Mitkä ovat tärkeimmät myynti- ja markkinointikanavat, joiden avulla tavoitatte asiakkaat?

Tiimi

- Millaista osaamista tiimissä on? Mistä osaaminen on tullut?
- Käytä konkreettisia esimerkkejä.
 - Jos perustat ruoka-alan yrityksen, kokemus alalta on tärkeää.
- Millaista osaamista tiimi tarvitsee vielä kehittyäkseen?

Talousluvut

- Mitkä ovat yrityksen avainluvut talouden suhteen?
 - Mikä on tuotteen kate? Kuinka paljon myyntiä tarvitaan? Kuinka paljon alkuinvestointeja tarvitaan?
- Tee arvio tulevaisuuden (esimerkiksi 1-3 vuoden suunnitelma) taloudesta
 - Asiakasmäärien kehitys
 - Liikevaihdon kehitys
 - Kulujen kehitys
 - Tuloksen kehitys

Kilpailija-analyysi

- Mikä on asemanne markkinoilla?
- Mitkä ovat yrityksenne vahvuudet verrattuna kilpailijoihin? Miten eroatte muista?
- Ketkä ovat tärkeimmät suorat kilpailijanne? Miten oikeasti eroatte heistä ja olette parempia?

Tulevaisuus

- Mitkä ovat yrityksen pitkän aikavälin mahdollisuudet?
- Mikä on yrityksen markkina-asema tulevaisuudessa, esimerkiksi 5 vuoden päästä?
- Miten aiotte päästä näihin?

Pyyntö

- Minkälaista investointia olette ettsimässä?
- Millaista apua tarvitsette? (apua markkinoille päässä, yhteistyökumppanuuksia jne.)
- Ketkä ovat tärkeimmät olemassa olevat yhteistyökumppanit?
- Jos saisitte sijoituksen, mihin se käytettäisiin?
 - Palkat
 - Luvat, markkinoille pääsy
 - Myynti ja markkinointi
 - Tuotteen / palvelun kehittäminen
 - Välineet, laitteet



Vuosi yrittäjänä
Ett år som företagare

Pitch deck kuntoon

Pitch deckin tarkoituksena on kertoa lukijalle (yleensä sijoittaja) teidän suunnitelmista yritykselle ja mikä on visionne. Tarkoituksena ei ole kertoa kaikkia yksityiskohtia, vaan herättää kiinnostus kuulla lisää.