



# Vuosi yrittäjänä

## Ett år som företagare

# Pitch deck

Pitch deckets syfte är att berätta för läsaren (oftast en investerare) om era företagsplaner och er vision. Avsikten är inte att berätta alla detaljer utan att väcka ett intresse att höra mer.

# Vad är ett pitch deck?

- Syftet med ett pitch deck är att ge information som gör läsaren intresserad av företaget.
  - Undvik att ha med för mycket information så att inte helheten blir oklar
- Pitch decket ska berätta den viktiga informationen som sådan – utan att företagets representant kommer med förklaringar
- Bra pitch deckar är tydliga, berättar en berättelse, är visuella och innehåller vanligen 10-14 dior
- Målsättningen är att få ett möte med hjälp av pitch decket

# Vad går oftast fel?

- För många dior och för mycket information
- Dior som är fulla med text
  - Använd inte en font som är mindre än 30
- För mycket detaljer om produkten eller ekonomin
- Nedvärdering av konkurrenterna
- Antaganden som inte grundar sig på fakta eller studier

# Pitch decketts struktur

- |          |  |           |                               |
|----------|--|-----------|-------------------------------|
| <b>1</b> | <b>Rubrik</b>                                | <b>6</b>  | <b>Affärsmodellen</b>         |
| <b>2</b> | <b>Problemet och<br/>nuvarande lösningar</b> | <b>7</b>  | <b>Teamet</b>                 |
| <b>3</b> | <b>Lösning och<br/>värdelöfte</b>            | <b>8</b>  | <b>Ekonomiska<br/>siffror</b> |
| <b>4</b> | <b>Validering</b>                            | <b>8</b>  | <b>Konkurrentanalys</b>       |
| <b>5</b> | <b>Marknaden</b>                             | <b>9</b>  | <b>Framtiden</b>              |
|          |  | <b>10</b> | <b>Begäran</b>                |

# Rubrik

- På den första dian berättas företagets namn, viktiga personer och kontaktuppgifter
- Det lönar sig att också ha en kort one-liner/tag line, som berättar vad företaget gör och vad det vill påverka.
  - *Keep it short and memorable*

# Problemet och nuvarande lösningar

- Vilket problem har ni identifierat?
- Hur vet ni att det är ett problem?
- Hur löses problemet för tillfället?
- Vad gör företagen rätt eller fel?

# Lösning och värdelöfte

- Berätta om era kunder och hur de använder er produkt
- Bilder och videor är effektivare än mycket text
- Varför är er produkt det bästa sättet att lösa problemet?
- Vad är ert värdelöfte?
- Om ni har möjlighet att visa en prototyp, gör det!

# Validering

- Hur har ni undersökt att problemet existerar?
- Hur vet ni att ert företags lösning är den bästa på marknaden?
- Hur har ni undersökt marknadens storlek och dess intresse av er produkt?
- Berätta om konkreta saker och handlingar.



# Marknaden

- Definiera marknaden. Till vilken bransch hör ni?
- Marknadens storlek i pengar? Hurudan är företagets marknadsställning?
- Kunderna. Berätta tydligt vilka som är företagets kunder.
- Finns det mikro/makrotrender i bakgrunden?
  - Till exempel insektmat, som kan vara en mattrend i framtiden.
- Finns det tillräckligt många människor som är redo att betala för er produkt? Hur har ni tagit reda på det?

# Affärsmodellen

- Vilka är era kunder? Beskriv idealkunden så noga som möjligt.
- Hurudan är er prissättningsmodell? Vilka är företagets inkomstflöden?
- Vilka är era viktigaste försäljnings- och marknadsföringskanaler som ni når kunderna genom?

# Teamet

- Hurudan kompetens har teamet? Var kommer kunskandet ifrån?
- Använd konkreta exempel.
  - Om du grundar ett matföretag är det viktigt med erfarenhet av matbranschen.
- Hurudant ytterligare kunskande behöver teamet för att utvecklas?

# Ekonomiska siffror

- Vilka är företagets ekonomiska nyckelsiffror?
  - Hur stort är produktens täckningsbidrag? Hur mycket försäljning behövs? Hur stora startinvesteringar behövs?
- Gör en uppskattning av den framtida ekonomin (t.ex. 1-3 års plan)
  - Kundantalets utveckling
  - Omsättningens utveckling
  - Kostnadernas utveckling
  - Resultatets utveckling

# Konkurrentanalys

- Vilken är er ställning på marknaden?
- Vilka är ert företags styrkor jämfört med konkurrenterna? Hur skiljer ni er från de andra?
- Vilka är era viktigaste direkta konkurrenter? Hur skiljer ni er på riktigt från dem och på vilket sätt är ni bättre?

# Framtiden

- Vilka är företagets möjligheter på lång sikt?
- Hurudan är företagets marknadsställning i framtiden, till exempel om 5 år?
- Hur tänker ni uppnå det här?

# Begäran

- Hurudan investering är ni ute efter?
- Hurudan hjälp behöver ni? (Hjälp med att ta er in på marknaden, samarbete m.m.)
- Vilka är era viktigaste nuvarande samarbetspartner?
- Om ni får en investering, vad kommer ni att använda den till?
  - Löner
  - Tillstånd, komma in på marknaden
  - Försäljning och marknadsföring
  - Utveckla produkten/tjänsten
  - Redskap, maskiner



# Vuosi yrittäjänä

## Ett år som företagare

# Pitch deck

Pitch deckets syfte är att berätta för läsaren (oftast en investerare) om era företagsplaner och er vision. Avsikten är inte att berätta alla detaljer utan att väcka ett intresse att höra mer.