

Where the next great stories are born.

Az Ön cége vajon érett a kockázati tőkére? Vonzó a befektetők szemében?

Az alábbiakban felsorolunk néhány szempontot, ami segíthet megítélni, hogy az Ön vállalkozása megérett-e a kockázati tőkebevonásra:

- Unique selling proposition (USP), versenyelőny:** Alapfeltétel a sikeres vállalkozáshoz és a kockázati tőkéhez is a vállalkozás jól meghatározható USP-je, vagyis egyedi versenyelőnye. A **versenyelőnynek valódinak és jól megkülönböztethetőnek** kell lennie, a szokásos közhelyek, mint gyors, hatékony, rugalmas nem elegendő. Az árelőny sem érték önmagában. Ezen kívül a versenyelőnynek **védhetőnek, és legalább középtávon fenntarthatónak** kell lennie.
- Proof of market/Proof of concept:** A **koncepció létjogosultságáról bizonyítéknak és az első piaci visszajelzéseknek** már rendelkezésre kell állniuk. Konkrétumokra lefordítva, az első ügyfeleink és eladásaink legyenek meg, de legalább is egy vagy két pilot projektet indítsunk el, hogy **fel tudjunk mutatni bizonyítékot a koncepciónk validálására**, vagyis, hogy van olyan ügyfél, aki hajlandó fizetni érte! Ez általában a minimum, de sokszor még ez is kevés! Ha már piacvezetők vagyunk, akkor könnyebb a helyzet...
- Iparág növekedési potenciálja:** A kockázati tőkealapok által **elvárt masszív növekedést** – jellemzően - csak **prosperáló iparágban működő vállalkozás** tudja biztosítani. Nyilván **rontja az esélyeinket, ha sok, korábban indult, tőkeerős versenytárssal** kell szembe néznünk. Valamiféle **belépési korlátnak** kell lenni az adott iparágban, hogy bármelyik pillanatban ne jelenhessen meg valaki egy hasonló megoldással, mint a miénk.
- Növekedési stratégia:** Rendelkeznünk kell az elkövetkezendő **4-5 évre szóló növekedési stratégiával, megalapozott üzleti tervvel**, ami biztosítja a befektetők számára az elvárt megtérülést (IRR – 25-40%). A **kockázatok felismerése, elemzése, és azok kezelésére kidolgozott terv kiemelten fontos!**

- Nemzetközi terjeszkedés:** Mivel a befektetők hozamelvárása relatív magas, ezért magyarországi cégek **esetében szinte elképzelhetetlen a befektetők által elvárt növekedést kizárólag a hazai piacon megvalósítani**, legalább regionális, de **több lépésben lehetőleg globális modellben** szükséges gondolkodni. Az expanzió során fontos átgondolnunk, hogy **melyik célszágokba, miért pont azokba és hogyan** fogunk terjeszkedni, hogyan fogjuk kiszolgálni az ottani ügyfeleinket, ki fogja ismerni a helyi adottságokat, és így tovább.
- Menedzsment:** A kockázati tőke egyik alapigazsága, hogy **nem a lóra, hanem a zokéra fogadnak a befektetők**. A menedzsmentet különösen árgus szemekkel vizsgálják, és a **vezetési tapasztalat, nyelvtudás, elhivatottság** olyan alaptulajdonságok, amelyekkel a menedzsmentnek rendelkeznie kell. A **3-5 fős menedzsment előnyben részesül**, a „one man show” típusú vállalkozásokat nem preferálják, mivel túlságosan kockázatos egy olyan cégbe fektetni, ami egy emberen áll vagy bukik.
- Beszállítói függőség:** Iparáganként változik, de a **beszállítóknak a szerepe sok esetben kulcsfontosságú, így a tőlük való túlzott függés veszélyes** lehet. Rendelkezzünk **több alternatív opcióval is** arra az esetre, ha a jelenlegi beszállítónk helyett újat kellene keresni, pl. árat emel, felszámolják, romlik a minőség, stb.
- Belső folyamatok, működés:** A vállalaton belüli folyamatoknak **sztenderdizálnak, ismételhetőnek és könnyen átadhatónak**, betaníthatónak kell lennie. **A helyettesíthetőséget** meg kell oldani, olyan nem fordulhat elő, hogy egy alkalmazott, netán vezető távozása bármilyen fennakadást okozzon a működésben. És ne feledjük el, hogy **transzparens működésre** lesz szükség, ha egy új üzlettárs érkezik a cégbe.
- EXIT (befektetői kiszállás):** Mivel a kockázati tőkebefektetők célja az, hogy **4-5 éven belül kiszálljanak** a befektetésből, így csak az a vállalkozás válik éretté erre a „házasságra”, amelyik **kidolgozott EXIT stratégiával** rendelkezik. Az iparágban lévő aktuális M&A tranzakciókat, illetve a **későbbi potenciális célpontokat** is be kell mutatni, meg kell indokolni, hogy miért lehetünk néhány éven belül felvásárlási célpontok.

...és a lista még közel sem teljes!

További információkért keresse tanácsadó kollégánkat a (1) 279-19-79 telefonszámon, vagy az info@m27.hu e-mail címen.

A sikeres cégek sem egyedül nőnek nagyra.