

Kakšna so najpogostejša vprašanja financerjev oz. investitorjev podjetja

Z razvojem poslovne ideje se pojavijo vprašanja investitorjev oziroma financerjev nadaljnjega razvoja podjetja. Zavedati se je treba, da nam bo s strani financerjev postavljena množica vprašanj. Na podlagi tega si investitorji, financerji, skladi, tudi banke običajno oblikujejo sliko o realnosti in kvaliteti poslovne ideje ter o kompetencah podjetnika za realizacijo te ideje.

V nadaljevanju so tako **navedena najpogostejša vprašanja (predvsem)** za podjetja, ki se nahajajo v začetnih fazah rasti.

Vprašanja so v bistvu **okvir za poslovni načrt**, v katerem strukturirano razdelamo elemente poslovanja, predvsem pa poslovni model na katerem bo temeljilo podjetje.

Ko preučimo naš poslovni model, ki mora imeti vsaj nekaj lastnosti uspešnih podjetij, je potrebno preučiti ta vprašanja ter ugotoviti potencialne slabe strani posla.

- Kaj je proizvod ali storitev
- Kako ta proizvod ali storitev rešuje težave / bolečine strank
- Ali ima edinstveno prednost oziroma lastnost
- Ali je nekaj novega , inovativnega ali le boljša verzija obstoječega
- Je že izdelan prototip in ali je primeren za industrializacijo

- Kaj je ključna kompetenca podjetnika– v čem ste najboljši
- Kako se ločite od konkurence (konkurenčna prednost)
- Kje si želite biti v prihodnosti
- Temeljne vrednote podjetja
- Osnovni dolgoročni / strateški cilji
- Operativni načrt dela za prvo leto

- V kateri panogi je posel, kakšni so trendi v panogi za prihodnost
- Velikost in potencialna rast trga

- Kdo je potencialna stranka
- Ali imate že obstoječe stranke

- SWOT analiza konkurence - vaša obstoječa in možna konkurenca
- Njihove prednosti in kaj pomanjkljivosti
- Glavni konkurenti in kakšen je njihov tržni delež
- Zakaj ste vi drugačni od konkurence, kaj je vaš diferenciator?
- Kakšna je vaša konkurenčna prednost

- Kakšna je vaša ponudba vrednosti za kupce
- Kakšen donos na investicijo z nakupom lahko pričakujejo vaše stranke
- Kakšne težave rešujete s svojim proizvodom ali storitvijo kupcem

Projekt je sofinanciran s pomočjo Evropskega sklada za regionalni razvoj, Ministrstva za gospodarski razvoj in tehnologijo ter SPIRIT Slovenija, javna agencija.

Naložbo sofinancirata Republika Slovenija in Evropska unija iz Evropskega sklada za regionalni razvoj.

- Marketinška strategija, strategija plasmana na trg
 - Kako boste tržno komunicirali s posameznim segmentom, ki se pojavlja na trgu?
 - Kaj je vaša edinstvena prodajna prednost
 - Tržno komuniciranje – višina sredstev in način
 - Katere so prodajne poti proizvodov ali storitev
 - Ali je že prisoten tudi trg oziroma kakšna je strategija vstopa na tuje trge
 - Je že podpisana kakšna prodajna pogodba
-
- Kakšne so vaše cene v primerjavi s konkurenco?
 - Ali imate v načrtu še kakšen alternativni poslovni model?
 - Ali ima vaš proizvod lastnost sezonske prodaje, kar vpliva na višino cen
-
- Do katere stopnje razvoja ste s proizvodom ali storitvijo prišli
 - So že registrirani kakšni patenti, blagovne znamke, modeli
 - Nadaljne stopnje razvoja proizvoda ali storitve
-
- Kakšen je vaš vodstveni team oziroma kdo je v ključnem vodstvenem osebju
 - Kakšne so vaše kompetence s področja tehničnega in poslovnega dela v podjetju
-
- Kakšen je terminski načrt
 - Morebitna kritična tveganja v razvoju podjetja
 - Ali imate izdelano okvirno finančno projekcijo

Naštete dileme in vprašanja so tista, na katera mora imeti podjetnik odgovor, če želi razvijati svojo poslovno idejo in voditi podjetje oziroma če želi pridobiti dodatna sredstva oziroma zunanje investitorje.

Peter Ambrožič, SPOT Svetovanje JV Slovenija

https://www.facebook.com/SPOTJVSlovenija/posts/519284328884043?_tn_ =K-R

Objavljeno 24.9.2019