FARMINFIN

Farming concepts and innovative funding/financing

MODUL D: Kommunikation och marknadsföring

Få tillgång till investerare, huvudelement i en “exposé” eller en “pitch”

Medfinansierat av EU-programmet Erasmus+

Finansieras av Europeiska unionen. Europeiska kommissionens stöd för framställningen av denna publikation utgör inte ett godkännande av innehållet som endast återspeglar upphovsmännens åsikter, och kommissionen kan inte hållas ansvarig för någon användning som kan göras av informationen som finns däri.
Projektnummer: 2019-1-BE01-KA202-050397

INTRODUKTION

Att nå ut till institutioner eller personer som är villiga att investera i ditt jordbruksföretag är en utmanande uppgift.

Många företagare kommer i kontakt med aktieinvesterare för finansiering - men ofta misslyckas transaktioner på grund av dålig förberedelse. Ändå kan de flesta misstag lätt undvikas.

Unga jordbrukare, jordbrukare med nya och innovativa affärsidéer eller nya aktörer inom jordbruket saknar ibland meritlista eller ett befintligt bevis på koncept.

Ju bättre förberedda desto större är chansen att övertyga investerare att finansiera ditt företag / projekt.

Denna modul visar grunderna för att nå ut till investerare, med början med huvudelementen i en “exposé” eller en “pitch”.

LÄRANDEMÅL

Huvudmålen för denna modul är:

- att känna till det väsentliga för att nå ut till en investerare.
- att motivera bonden att starkt reflektera över sig själv som entreprenör i den professionella finansieringsvärlden.
- att ge en översikt över befintliga investerarprofiler och hur man når ut till investerare.
- för att ge tips för hur du pitchar ditt projekt och en metod för att klassificera investerare efter deras specifika profiler och förväntningar.

INDEX

1. Identifiera ditt projekt 5
1.1. Finansieringsmöjligheter för alla 5
1.2. Möjligheter för att finansiera din specifika affärsidé 8
1.3. Beslut om finansiering av resten av din affärsidé 9

2. Avgörande steg och undvikbara misstag 10
2.1. Uppfattning av målet 10
2.2. Uppfattning om processen 11
2.3. Uppfattning om investeringsteamet 12

3. Nå ut till investeraren 13
3.1. Befintliga investerarprofiler 13
3.2. Nå ut till investeraren 14
3.3. Presentation av ditt koncept 14

Slutsatser 16

Modulens varaktighet: 45-90 min | Varaktighet för varje enhet: 20-30 min

1. IDENTIFIERA DITT PROJEKT

Oavsett hur bra din affärsidé är kan du inte få ditt eget företag från marken utan kapital.

Att veta att finansiering av jordbruk fortfarande är nischad är det viktigt att erkänna att det finns ett stort antal finansieringsalternativ tillgängliga. Men inte alla alternativ är lämpliga för varje koncept, och möjligheterna och riskerna med varje finansieringsalternativ måste beaktas.

Brist på ekonomisk planering är fortfarande en av de vanligaste orsakerna till en misslyckad start och också till ett misslyckande hos långvariga företag.

1.1. Finansieringsmöjligheter för alla

1. **Självfinansiering & bootstrapping**
2. **Pengarsparande**
3. **Finansiering med subventioner eller bidrag**
4. **Finansiering genom lån och krediter**
5. **Finansiering med riskkapital, Business Angel, Crowdlending eller Crowdinvesting**

1. Självfinansiering & bootstrapping

Oavsett om detta är möjligt för dig eller inte - självfinansiering har fördelar och nackdelar. Använd eget kapital, börja smidigt, växa successivt.

Om du investerar mycket själv vill du naturligtvis få ut det bästa av det och efteråt är du naturligtvis stolt över att ha gjort det ensam med dina egna resurser.

Dessutom kvarstår den största andelen av företaget hos grundaren. Unga företagare har själva största möjliga frihet att fatta beslut.

Den höga graden av entreprenörsfrihet förenas med en högre risk för att fatta fel beslut eftersom jordbrukaren - kan arbeta utan andras kunskap - då är den enda person som ansvarar för potentiella fel.

2. Pengarsparande

Likviditetsplanering är en av de absoluta grunderna när man startar och driver ett företag och måste redan beaktas när affärsplanen upprättas. Förutom finansieringskällor bör unga jordbrukare ägna särskild uppmärksamhet åt effektiviteten i hur de använder sina pengar. Besparingar kan göras på många områden utan att produktiviteten behöver lida.

3. Finansiering med subventioner eller bidrag

Jordbrukare kan ofta använda statligt stöd, inte bara för nystartade företag utan också för utvecklingssteg för tillväxt, specialisering eller diversifiering.

Dessutom kommer subventioner till jordbruket, t.ex. från den gemensamma jordbrukspolitiken (CAP).

Det finns dock ofta villkor och tidsfrister som ska följas, så jordbrukarna bör alltid informera sig själva innan de ansöker om sådana medel.

Det finns två sidor i varje mynt.

4. Finansiering genom lån och krediter

För större inköp är ett lån från husbanken en metod för att samla in nödvändigt kapital för att starta ett företag.

En professionell affärsplan och god förberedelse inför bankintervjun är absolut nödvändig.

Om projektet är väl utvecklat, presenteras på lämpligt sätt i affärsplanen och lovar framgång, finns det goda chanser att ett lån kommer att godkännas.

I princip kommer dock inte banken att avstå från privat säkerhet och motsvarande kreditbetyg.

Det är dock också möjligt att leta efter en investerare som kan ge ekonomiskt stöd till ditt projekt. Klassiskt är detta affärsänglar eller riskkapital.

5. Finansiering med riskkapital, Business Angel, Crowdlending, Crowdinvesting

Riskkapital

Med riskkapital förser investerare företagen med lämpligt kapital. I gengäld agerar investerarna ofta som rådgivare och förvärvar aktier i företaget.

Det ekonomiska utrymmet ökar alltså, men grundarna bär inte bara ansvaret för sig själva utan också för investerarna, som nu vill hållas uppdaterade om utvecklingsstatusen och vanligtvis också förväntar sig ständig rapportering.

Som regel involveras investerare bara i senare faser av ett företag när risken har minskat. Ju mer riskfylld startstatusens nuvarande status är, desto högre är räntan på de medel som tillhandahålls.

Affärsängel

Affärsänglar kan vanligtvis vinnas över mycket tidigare för sitt eget företag. Som regel investerar de dock inte lika mycket kapital som riskkapitalister. Istället agerar de som rådgivare: unga företagare kan dela med sig av affärsänglarnas erfarenhet, använda sina nätverk och kontakter, vilket ofta kan visa sig mer värdefullt än rent kapital. Dessutom riskerar affärsänglar mycket mer än riskkapitalister, eftersom de investerar under eller strax efter uppstarten - i en tid då framgång inte alls är säker.

Att hitta en sådan populär ängel är inte så lätt.

Folkmassan

Crowdfunding är en alltmer populär finansieringsform. Eftersom den ekonomiska bördan delas mellan många axlar kallas detta också crowdfunding. Crowdfunding är uppdelad i flera typer.

Det finns belöningsbaserad crowdfunding, utlåningsbaserad crowdfunding och aktiebaserad crowdfunding.

I aktiebaserad crowdfunding blir backers investerare och får en andel i företaget som de också deltar i omsättningen med. Investerarnas mål är vanligtvis en senare exit.

I belöningsbaserad crowdfunding får backers ett tack för sitt ekonomiska stöd, vilket är mer omfattande beroende på hur mycket pengar som ges.

I utlåningsbaserad crowdfunding erbjuder backers ett lån med en fast ränta och en fast löptid.

1.2. Möjligheter för att finansiera din specifika affärsidé

Vilken typ av finansiering som passar dig beror inte bara på investeringstyp och volym utan också på i vilken fas du och din gård befinner dig.

I förgrundsfasen finns det vanligtvis inte mer än en idé.

Startfasen täcker stegen från att starta företaget till att lansera det på marknaden: du har ett "proof of concept" som du kan övertyga investerare om att ditt projekt kommer att lyckas.

I startfasen, även känd som den första etappen, genererar du redan försäljning, men är vanligtvis ännu inte jämn.

I tillväxtfasen försöker du befästa ditt företags position på marknaden. Från och med nu anser de flesta investerare inte längre att du och ditt projekt är ett start-up utan ett företag.

Krav, behov, önskningar eller rädslor hos de involverade beror på vilken position de eventuellt får:

- **Jordbrukare / entreprenör:** Vill få sin verksamhet finansierad på grundval av adekvata villkor (ränta, varaktighet, beslutsstyrka).
- **Funder / givare / investerare:** Vill se belöningar av sina pengar investerade på ett säkert, lönsamt och förmodligen meningsfullt sätt.

1.3. Beslut för att finansiera resten av din affärsidé

Det finns många sätt att finansiera ditt företag. Det är möjligt att göra en affärsidé för att starta eller utveckla din gård till en lönsam verksamhet.

Beroende på typ av verksamhet, investeringstyp och volym och även livslängden på ditt jordbruksföretag kommer utbudet av relevanta alternativ att begränsas.

Varje strategi har sina egna fördelar och nackdelar, som du bör ta hänsyn till när du gör ditt val.

Avtalsrätten är stark!

Så snart ett kontrakt ingås träder det i kraft med alla dess konsekvenser:

- ekonomiska villkor (ränta, fördelning, varaktighet etc.)
- beslutsfattande makt
- rapporteringsskyldigheter

etc.

TA DIG TID ATT BESTÄMMA DIG OM DIN SÄTT ATT FINANSIERA DITT FÖRETAG

2. AVGÖRANDE STEG OCH MISSTAG SOM KAN FÖREBYGGAS

Investerare använder vanligtvis sin rösträtt och möjligheter att utöva inflytande intensivt. Även om dialog mellan företag och deras investerare är viktig. Begrepp som hållbarhet, förvaltning eller aktieägarengagemang spelar en allt viktigare roll.

Det finns utmaningar som åtskillnaden mellan ägande och ledning av ett företag. Ur ett ekonomiskt perspektiv leder separationen till olika informationsasymmetrier.

Dessa kan utnyttjas av bonden. Om detta är möjligt utan sanktioner ökar risken för opportunistiskt beteende från jordbrukarens sida.

Enligt teorin minskar prestanda när bra prestanda inte belönas på lämpligt sätt och dålig prestation inte straffas på lämpligt sätt.

Men ja, denna bedömning har att göra med klassificeringen av alla människor som homo Economicus.

TA DIG TID ATT LÄRA KÄNNA DITT MÅL OCH PROCESSEN ATT NÅ DET

2.1. Uppfattning om målet

Investerarnas förväntningar är flerskiktade

Det ekonomiska intresset är tydligt och affärsunderlaget är att investeraren vill få “något” i utbyte för sina investerade pengar: en avkastning i pengar, att få en sak eller till och med inflytande eller att skapa mening. Investerarens förväntningar beror på hans investeringshorisont, investeringsstil etc.

Dessutom är rättvis information ett centralt krav för jordbrukaren när han tar emot pengar från investeraren. Fokus bör vara på aktiv (personlig) kommunikation. Informationen måste vara begriplig och uppdaterad. Först då kan en relation byggas upp mellan jordbrukaren och investerarna som kan tillfredsställa båda.

Förhållandet mellan företag och investerare

Investerarrelationer - dvs. kommunikationsförhållandet mellan jordbrukaren och investeraren / investerarna - spelar här den avgörande rollen. För att bygga en framgångsrik relation med investerare bör ett företag överväga följande:

- Individualisering av information
- Förståelig, uppdaterad kommunikation - enkel men komplett
- Aktiv personlig kommunikation; i goda och dåliga tider

Individualisering av information

Det finns inget sådant som "investeraren". Konsten ur jordbrukarens synvinkel är att anpassa sig till varje individ. Investerare har mycket olika motiv och egenskaper. En jordbrukare bör upprätthålla en öppen och samarbetsrelation och försöka optimalt och individuellt tillgodose specifika investerares informationsbehov.

Förståelig, uppdaterad och kontinuerlig kommunikation

Investerare måste kunna förstå informationen för att kunna bedöma den. På detta sätt är fakta mer övertygande än prosa. Information bör alltid vara uppdaterad och så fullständig som möjligt. Investerare bör informeras kontinuerligt och snabbt och inte bara när företaget har "goda nyheter" att rapportera.

2.2. Uppfattning om processen

Hur du söker efter och närmar dig en investerare beror på vilken typ av investerare du letar efter. I vilket fall som helst bör du kunna förklara på några minuter varför idén, verksamheten kommer att fungera och varför du är rätt person för att omsätta dina idéer i praktiken.

Att ha tillgång till relevanta nätverk hjälper naturligtvis.

Grundprocessen är som följer:

1. Konkretisera din affärsidé!
2. Kontrollera och bestäm finansieringsalternativen med deras positiva och negativa effekter!
3. Sätt dig själv i en position för att beskriva din affärsidé / projekt personligen och med lämpliga dokument på mycket kort tid!
4. Skapa din exponering och förbered dig på en tonhöjd!

VAR FÖRBEREDD; KOM SEN I KONTAKT MED FINANSIÄREN DU VILL NÅ

2.3. Uppfattning om investeringsteamet

Syfte: Hitta en investerare som faktiskt kommer att investera

Allt innehåll och rekommendation ovan verkar enkelt.

Men du vet, det är en stor utmaning att ställa in dig själv på det här sättet, att skapa din egen exponering, att nå ut till det relevanta nätverket och deras kontakter och sedan faktiskt övertyga dem om att investera i ditt företag under förhållanden som är intressanta för dig.

Det är lämpligt att bilda ett investeringsteam på din sida där du involverar relevanta personer i ditt företag eller i ditt nätverk - särskilt experter inom finansieringsområdet - för målet.

3. ÅTKOMST TILL INVESTERAREN

Investerare kan vara fysiska personer eller juridiska personer. De senare är institutionella investerare, som inkluderar banker, försäkringsbolag, fondbolag och pensionsfonder. Man skiljer mellan tre typer av investerare: institutionella investerare, semi-professionella investerare och privata investerare.

Institutionella investerare förvaltar inte bara sina egna tillgångar, de investerar också kapital från tredje part.

Ur perspektivet hos bonden som söker investerare, finns det tre grundläggande ekonomiska inriktningar för att investera att överväga: avkastning, säkerhet och likviditet, den så kallade “magiska triangeln för att investera”.

Eftersom alla tre faktorer påverkar varandra, måste investeraren prioritera ett av målen när han letar efter rätt investering.

I grund och botten är ju högre förväntad avkastning desto större är risken.

3.1. Befintliga investerarprofiler

Det finns ingen avgörande lista över investerare med en detaljerad beskrivning av respektive intressen.

- I vilken volym investerar investeraren?
- I vilka sektorer investerar han?
- Hur riskfylld eller riskavvikande är han?
- Vilka är hans idéer om avkastning?
- När vill han se avkastning?

DET FINNS ETT DIVERST FÄLT AV PROFILER ENLIGT IDÉ, OMFATTNING OCH SKALA!

FINNS DET EN ANNAN DRIVKRAFT FÖR INVESTERAREN SOM ATT FÅ GENOMSLAG ELLER GÖRA EN MENINGSFULL INVESTERING?

TÄNK DIG SJÄLV ATT DU INVESTERAR PENGAR I NÅGON ANNANS AFFÄRER: VAD SKULLE VARA DINA ALTERNATIV PÅ MOMENTET? FINNS DET NÅGOT ANNAT ALTERNATIV FÖR DIG ATT INVESTERA I EN SÄKER, LÖNSAM OCH MENINGSFULL VÄG TILL DINA PENGAR?

- **TITTA PÅ DITT PROJEKT: ÄR DET SÄKERT? ÄR DET LÖNSAMT? ÄR DET BETYDANDE?**
- **KAN DU VISA DET FÖR MIG? JAG ÄR EN INVESTERARE! DÅ VISAR JAG MIN PROFIL TILL DIG!**

3.2. Nå ut till investeraren

VAD DU BÖR UNDVIKA

- **Missuppfattningar:** Möt inte en investerare bara för att testa eller kontrollera ditt marknadsvärde. Sådana förfrågningar är farliga för ditt företags rykte. Detta gäller även erbjudanden med mycket höga prisförväntningar från början. En seriös investerare kommer snabbt att rensa bort sådana applikationer.
- **Fel adressater:** Här måste du som företagare göra ett grundligt urval med dina rådgivare om vilka investerare med deras profil som är de rätta.
- **Fokusera bara på en investerare:** Investerare vill delta i mycket intressanta företag under rimliga förhållanden. De är mest bekväma när de kan titta exklusivt på ett företag och sätta det genom sina steg. För dig är det dock riskabelt. Om affären inte avslutas efter månader av granskning förlorar du värdefull tid.
- **Handla utan konsulter:** Även mindre företag bör inte klara sig av expertis från beprövade konsulter. Konsulten kan strukturera och professionellt hantera processen. Om det behövs kan de också initiera kontakter.

3.3. Presentation av ditt koncept

I de flesta fall har du bara en chans med varje investerare att övertyga dem om din affärsidé. Så du måste få ut det mesta av denna chans. Det finns ingen perfekt modell för att presentera ditt företag.

I många fall kan presentationsformerna också bygga på varandra, för i bästa fall vill investerare lära sig mer lite efter lite.

- **En enkelsida:** Med en enkelsida listar du de viktigaste nyckeldata för ditt företag på bara ett ark. Detta bör ge investeraren ett första intryck av ditt företag och han kan sedan bestämma om han vill lära sig mer om det.
- **Pitchdäck eller exponering:** Tonhöjden är en presentation på cirka 10 till 15 sidor. Syftet är att gå in mer detaljerat om företagets idé och att ge investeraren mer djupgående information.
- **Affärsplan:** Slutligen finns det affärsplanen, som handlar om en fullständig implementering av affärsidén, inklusive de finansiella siffrorna. Investerare lägger särskild vikt vid den finansiella planen och beslutar ofta för eller emot ett företag på grundval av denna plan.

Oavsett vilken typ av investerare du eller ditt investeringsteam identifierar:

VAR FÖRBEREDD FÖR ATT LEVERERA EN ENSIDIG, EN EXPONERING, EN PITCHDECK OCH EN AFFÄRSPLAN

Din tid är minst lika kort som en investerares tid.

KONTAKTA EN INVESTERARE BETYDER ATT MÖTAS PÅ ENTREPRENEURSNIVÅ

PITCH DECK PÅ 12 BILDER

1. Titelbild / introduktion
2. laget
3. Problemet
4. Lösningen
5. Produkten eller tjänsten
6. Marknaden
7. Det unika säljförslaget
8. Tävlingen
9. Affärsmodellen
10. Beviset på konceptet
11. Finansieringskravet
12. Kontaktuppgifterna

AFFÄRSPLAN I 10 STEG

1. Idé, erbjudande och målgrupp
2. Marknad och konkurrens
3. Visioner och mål
4. Din strategi
5. Marknadsföring
6. Juridiska aspekter och skatter
7. Grundande team och organisation
8. Ekonomi
9. SWOT-analys
10. Sammanfattning

FINANSIELL PLAN IN 7 STEG

1. Planera omsättning
2. Registrera kostnaderna
3. Glöm inte startkostnaderna
4. Investeringsplanering
5. Likviditetsplanering
6. Finansieringsplan
7. Lönsamhetsberäkning

- **Enkelsida:** Med ett ord, berätta för mig vad du planerar att göra och hur du planerar den här verksamheten ekonomiskt. Vad tjänar jag på det?

KONTAKTA EN INVESTERARE BETYDER ATT MÖTAS PÅ ENTREPRENEURSNIVÅ

SLUTSATSER

De viktigaste insikterna vi vill att du ska dra från de här modulerna är:

1. **Matcha intressen -** vilken investerare / investerarprofil passar mig?
2. **Utbyta information -** vad vill investerare faktiskt veta?
3. **Be om mer än bara pengar -** nätverk, kunskap och erfarenhet.
4. **Använd feedback -** vara öppen!
5. **Förbli realistisk -** tappa inte kontakten till jorden även om du kanske är mycket framgångsrik någon gång!
6. **Gå till punkten -** tiden är alltid kort!
7. **Var trovärdig -** håll dig till sanningen om dig och ditt företag. Du siktar på ett långvarigt stöd.
8. **Var ett team -** Arbeta som ett team inte bara i det operativa arbetet utan också i ditt finansieringssätt.

REFERENSER / LÄNKAR

- Källor och arbetserfarenheter från Hof und Leben (HuL)

YTTERLIGARE RESURSER

How to pitch:
- https://www.youtube.com/watch?v=AQ2PIP45NQQ&t=150s
- https://www.youtube.com/watch?v=1oJkeT3QVOQ

Germany:
- https://www.fuer-gruender.de/wissen/geschaeftsidee-finden/how-to-startup/
- https://www.junge-gruender.de/finanzierungsarten/

PROJEKTPARTNERS

PROJEKTLEDARE

The European Council of Young Farmers (CEJA), Belgien
www.ceja.eu

Hof Und Leben (HuL), Tyskland
www.hofundleben.de

On Projects Advising (OnP), Spanien
www.onprojects.es

Folkuniversitetet (FU), Sverige
www.folkuniversitetet.se

Agricoltura E' Vita (AéV), Italien
www.agricolturavita.it

The Association of Private Farming of Czech Republic (APF CR), Tjeckien
www.asz.cz

Union de agricultores y ganaderos - jovenes agricultores de Jaén (COAG-Jaén), Spanien
www.coagjaen.es

Sociala medier

Facebook: **@farminfin**
Twitter: **@farminfin**

Projektets hemsida

www.farminfin.eu

Medfinansierat av EU-programmet Erasmus+

Finansieras av Europeiska unionen. Europeiska kommissionens stöd för framställningen av denna publikation utgör inte ett godkännande av innehållet som endast återspeglar upphovsmännens åsikter, och kommissionen kan inte hållas ansvarig för någon användning som kan göras av informationen som finns däri.
Projektnummer: 2019-1-BE01-KA202-050397