

Nicolaj Højer Nielsen

FINANSOWANIE STARTUPÓW

PORADNIK PRZEDSIĘBIORCY



Tytuł oryginału: The Startup Funding Book

Tłumaczenie: Leszek Sielicki

ISBN: 978-83-283-4202-6

© 2017 Nicolaj Højer Nielsen. All rights reserved.

Polish edition copyright © 2018 by Helion SA
All rights reserved.

All rights reserved. No part of this book may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopying, recording or by any information storage retrieval system, without permission from the Publisher.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiegokolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Helion SA dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Helion SA nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Helion SA

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: helion@helion.pl

WWW: <http://helion.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://helion.pl/user/opinie/stasta>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Wstęp do polskiego wydania.....	4
Podziękowania.....	6
Przedmowa.....	7
O Nicolaju Højerze Nielsenie	8
Wprowadzenie.....	9
Rozdział 1. Czy naprawdę potrzebujesz zewnętrznego finansowania?.....	11
Rozdział 2. Profil ryzyka i zysku Twojego startupu	21
Rozdział 3. Kto inwestuje w co i kiedy.....	35
Rozdział 4. Dlaczego nie potrafisz znaleźć inwestora?.....	47
Rozdział 5. Współzałożyciele to pierwsi inwestorzy.....	59
Rozdział 6. Finansowanie przez znajomych i rodzinę	77
Rozdział 7. Akceleratory startupów	91
Rozdział 8. Aniołowie biznesu.....	109
Rozdział 9. Kapitał wysokiego ryzyka.....	129
Rozdział 10. Finansowanie publiczne.....	161
Rozdział 11. Banki.....	181
Rozdział 12. Crowdfunding, czyli finansowanie społecznościowe	189
Rozdział 13. Jak kontaktować się z inwestorami?.....	219
Rozdział 14. Przewodnik po materiałach dla inwestorów	233
Zakończenie – co dalej?.....	266
Wybrana bibliografia	267
Referencje.....	268

————— Rozdział 1. —————

Czy naprawdę potrzebujesz zewnętrznego finansowania?

Kwestia, czy, kiedy i gdzie szukać finansowania, zależy od rodzaju tworzonego startupu. Z tego rozdziału dowiesz się, jak identyfikować cechy poszczególnych typów firm tego rodzaju, i zrozumiesz wynikające z różnic między nimi konsekwencje dla własnej strategii finansowania. Mówiąc ogólnie, istnieją trzy różne scenariusze finansowania startupów.

Typ 1. Nie potrzebujesz zewnętrznego finansowania!

Niektóre firmy nie potrzebują zewnętrznego finansowania. Mają ograniczone potrzeby finansowe, zwykle dlatego, że są w stanie szybko umieścić na rynku swój produkt, a tym samym szybko wygenerować przychody. Zestawiając to z ograniczonymi kosztami sprzedaży i marketingu, startup może znaleźć się ostatecznie w doskonałej sytuacji, w której nie będzie potrzebował zewnętrznego finansowania.

Jeżeli na przykład zdecydujesz się założyć firmę konsultingową, wstępne potrzeby Twojego startupu będą ograniczone. Wystarczy komputer, przestrzeń biurowa, połączenie internetowe i jesteś gotów do pracy. Masz oczywiście nadzieję, że klienci pojawią się już pierwszego dnia funkcjonowania firmy, ale nawet w najgorszym przypadku, gdyby pozyskanie pierwszych klientów miało zająć Ci kilka miesięcy, potrzeby finansowe firmy powinieneś być w stanie zaspokoić ze swoich własnych oszczędności.

Jeżeli jesteś w takiej sytuacji, to świetnie! Nie musisz się martwić o to, jak pozyskać finansowanie dla firmy, i możesz się skoncentrować na jej prowadzeniu i rozwijaniu!

Studium przypadku: Casper Blom – jak w wieku 12 lat rozpocząć działalność bez finansowania



„Pewnego dnia, kiedy miałem mniej więcej 12 lat, odwiedził nas mój dziadek. Zauważył, że interesuję się kupowaniem i sprzedawaniem różnej tanioczy, i zapytał, czy mógłbym zdobyć dla niego tanie piłki golfowe. Nie miałem pojęcia o piłkach golfowych, ale stwierdziłem, że spróbuję! Przeprowadziłem badania rynku. Dość szybko zdałem sobie sprawę, że marże w przypadku nowych piłek golfowych są bardzo marne i żeby zaopatrzyć się w partię importowanych piłek, potrzebowałbym gotówki. Musiałem poszukać innego sposobu. Jakiś czas potem dowiedziałem się o pochodzącym ze Stanów Zjednoczonych zjawisku *lake balls* – chodziło o piłki golfowe, które przypadkowo trafiały do jezior, a potem były z nich wyławiane i sprzedawane jako używane. Brzmiało to interesująco, więc zacząłem badać duński rynek. Było kilku sprzedawców, ale niewielkich. Wszystkie te firmy były prowadzone w niepełnym wymiarze czasu i miały dosyć mizerne strony

internetowe. Uznałem, że mogę zaprojektować taką stronę o wiele lepiej. Opróżniłem swoją skarbonkę (40 euro) i pomyślałem, że wystarczy mi to na trochę używanych piłek golfowych, które będę mógł odsprzedać. Następnie obdzwoniłem wiele klubów golfowych i z jednym z nich zawarłem umowę na darmowe wylawianie piłek z jeziora. W tym samym czasie zawarłem także umowę z pletwonurkiem, który miał je wylawiać, biorąc 0,15 euro za sztukę.

Następnie sprzedałem piłki golfowe dziadkowi w cenie 0,30 euro za sztukę. Dało mi to niezły zysk w wysokości 0,15 euro za piłkę (VAT-u, podatku dochodowego i tym podobnych rzeczy w swoich obliczeniach nie uwzględniałem). Następnie zacząłem sprzedawać *lake balls* innym graczom w golfa i zaczęło to wszystko coraz bardziej przypominać prawdziwą – choć niewielką – firmę.

W 2007 roku, kiedy miałem 15 lat, postanowiłem zaistnieć w internecie i kupiłem domenę internetową (www.billigegolfbolde.dk). Początkowo była to bardzo prosta strona z formularzem kontaktowym, za pomocą którego można było zamówić piłki. Później zleciłem zewnętrznym deweloperom stworzenie dla mnie profesjonalnego sklepu internetowego i w tej postaci firma działa do dnia dzisiejszego. W roku 2014 mój sklep internetowy stał się największym dostawcą piłek golfowych w Danii. Jego asortyment został poszerzony o inne produkty dla graczy w golfa, ale zasadniczy biznes i główne źródło przychodów to nadal używane piłki golfowe.

A oto moja rada dla początkujących przedsiębiorców, przyglądających się pomysłom biznesowym, które można byłoby zrealizować bez ogromnych funduszy – działajcie już teraz! Zaczniście budować swój biznes bez szukania zewnętrznych inwestorów i bez wymyślnych biznesplanów. Wielu potencjalnych przedsiębiorców nadmiernie komplikuje rozpoczynanie działalności. Często można to zrobić stosunkowo prosto i szybko, wykorzystując własne środki finansowe. Później, gdy firma będzie już działać, można spróbować ją rozwinąć i wtedy należy poszukać inwestorów".

Typ 2. Potrzebujesz finansowania, żeby uruchomić firmę

Założmy, że masz pomysł, którego rozwinięcie do postaci rzeczywistego produktu zajmie Ci trzy lub cztery lata. W idealnym świecie Twoi klienci zapłaciliby za to z góry, ale żyjemy w świecie, który aż tak idealny nie jest, więc będziesz potrzebował finansowania. Innymi słowy, bez funduszy zewnętrznych nie będziesz miał firmy.

Przykładem tego rodzaju przedsięwzięcia może być grupa studentów, którzy w uniwersyteckim laboratorium wpadają na pomysł założenia firmy biotechnologicznej produkującej nowy rodzaj leku, który może okazać się skuteczny w leczeniu raka. Laboratorium nie jest dla nich szczególnie kosztowne, bo dysponują zasobami, których potrzebują. W pewnym momencie muszą jednak „postawić wszystko na jedną kartę”, aby przetestować lek i wyasygnować więcej środków na cele badawczo-rozwojowe. Gdy umieścimy to w odpowiedniej perspektywie, całkowite koszty działalności jeszcze przed wprowadzeniem leku na rynek mogłyby łatwo osiągnąć sumę kilkuset milionów euro.

Taka sytuacja ma miejsce w przypadku większości projektów wymagających intensywnych prac badawczo-rozwojowych. Oczywiście, prowadząc firmę biotechnologiczną, mógłbyś na sfinansowanie takich prac podpisać z potencjalnym nabywcą umowę na korzystanie z praw do ich efektów, aby nie musieć samemu

wykładać stu milionów euro czy więcej. Musiałbyś znaleźć tylko kilka milionów. To jednak oczywiście dla większości ludzi nadal bardzo dużo pieniędzy!

Dla niektórych firm finansowanie zewnętrzne to jedyne rozwiązanie. Albo otrzymasz fundusze na swój startup, albo nie będzie firmy. Pytanie, które należy zadać, brzmi: „Kiedy i z jakich źródeł należy pozyskiwać środki niezbędne do zbudowania firmy?”.

Studium przypadku: MotilityCount – finansowanie dla domowego testu jakości nasienia



W 2009 roku dwaj doświadczeni naukowcy zajmujący się kwestiami płodności, Jacob Mollenbach i Steen Laursen, wpadli na nowy pomysł: zamierzali stworzyć domowy test jakości nasienia, aby mężczyźni mogli dowiedzieć się o potencjalnych problemach z niepłodnością w zaciszu własnych domów, bez konieczności odbywania wizyt w klinikach leczenia niepłodności. Jacob i Steen przeprowadzili kilka eksperymentów z prototypem, uzyskując obiecujące wyniki, a w 2010 roku w celu wzmocnienia zespołu od strony komercyjnej zaproponowali dołączenie do firmy Nicolajowi Højerowi Nielsenowi. Przygotowali również i wysłali pierwszy wniosek patentowy, aby chronić swój pomysł przed przyszłymi naśladowcami. Jak wspomina Nicolaj Højer Nielsen:

„Główną przeszkodą utrudniającą dalsze działania były pieniądze. Szacowany koszt ukończenia prac rozwojowych, przetestowania prototypów, rozpoczęcia produkcji i przeprowadzenia działań związanych z kwestiami prawnymi wynosił około 1,5 miliona euro – o wiele więcej niż trzech zmagających się z przeciwnościami przedsiębiorców miało we własnych kieszeniach. Jeśli mieliśmy działać dalej, jedyną opcją było pozyskanie finansowania z zewnątrz.

Szybko postanowiliśmy ZREZYGNOWAĆ z pozyskiwania całej kwoty jednorazowo. Zamiast tego za cel postawiliśmy sobie zebranie pierwszych 500 tysięcy euro, które wystarczyłyby na sfinalizowanie prac badawczo-rozwojowych i wygenerowanie wystarczającej ilości danych, aby dowieść, że nasze urządzenie rzeczywiście działa. Po wielu miesiącach spotkań w 2011 roku przekonaliśmy do zainwestowania w firmę publiczny fundusz wspierania przedsiębiorczości i czterech naszych znajomych. Potem nastąpiły dwa lata prób i błędów (oraz pojawiło się ponad 50 wydrukowanych w 3D prototypów), aż w końcu opracowaliśmy urządzenie tak dokładne i łatwe w użyciu, jak chcieliśmy. W roku 2013 dzięki zgromadzonym danym pozyskaliśmy 1 milion euro od lokalnych aniołów biznesu, naszego partnera w sferze produkcji i publicznego funduszu wspierania przedsiębiorczości, co pozwoliło nam wyprodukować urządzenie i uzyskać koncesję na jego sprzedaż”.



Przenosimy się w przyszłość, do końcówki 2016 roku. Produkt pod nazwą SwimCount jest aktualnie sprzedawany online (www.swimcount.com) oraz w aptekach na całym świecie we współpracy z lokalnymi dystrybutorami. To jednak niesie ze sobą nowy dylemat: czy firma powinna zgromadzić więcej pieniędzy (na wydatki sprzedażowe/ marketingowe), aby spróbować rozwijać się szybciej, czy może powinna rosnąć wolniej, opierając się na środkach finansowych z bieżącej działalności? Firma MotilityCount przestała być zatem „Typem 2. Bez finansowania nie ma firmy”, a została „Typem 3. Bez finansowania nie ma rozwoju”.

Typ 3. Bez finansowania nie ma rozwoju

Trzecia podgrupa startupów jest teoretycznie w stanie finansować się samodzielnie, może jednak rozważać pozyskiwanie funduszy z zewnątrz, aby sfinansować swój dalszy rozwój.

Jednym z przykładów może być startup, w którym wstępne koszty prac rozwojowych są stosunkowo niskie. Chodzi na przykład o opracowanie prostej aplikacji konsumenckiej na smartfon, dla której koszty prac rozwojowych, czyli napisania programu i umieszczenia produktu w sklepach z aplikacjami, wyniosą mniej więcej 25 tysięcy euro.

Model biznesowy większości aplikacji konsumenckich polega na tym, że aplikacja podstawowa jest tania albo wręcz całkowicie bezpłatna. Aby odnieść sukces, niezbędna jest znaczna liczba pobrań oraz wersja premium, za którą część użytkowników zdecyduje się zapłacić – do czego dąży także konkurencja. Jako programista tworzący aplikację masz dwie możliwości: możesz kontynuować działalność na małą skalę, korzystając z marketingu szeptanego i mediów społecznościowych oraz samemu wszystko finansując, albo pójść na całość. Powiedzmy, że stworzyłeś świetną aplikację, wszystko idzie dobrze, zyskujesz lokalny rozgłos i sporo użytkowników. I nagle, w jednej chwili, rynek jest zalany konkurencyjnymi aplikacjami, których twórcy chcą ukraść Twoją pozycję na rynku.

Jedną z opcji jest w takiej sytuacji pozyskanie funduszy umożliwiających skalowanie, czyli rozwój firmy, opracowanie lepszej wersji aplikacji i wejście na rynek szturmem. Jeśli będziesz działać sam, bez zewnętrznego finansowania i w wolnym tempie, Twoja pozycja rynkowa może zostać przejęta przez agresywnych, dysponujących znacznymi funduszami konkurentów.

W przypadku tego typu startupów nie chodzi więc o to, czy da się prowadzić firmę bez finansowania, ale czy bez finansowania możliwe będzie, skądinąd niezbędne, poszerzenie bazy klientów, a w dłuższej perspektywie po prostu przetrwanie firmy?

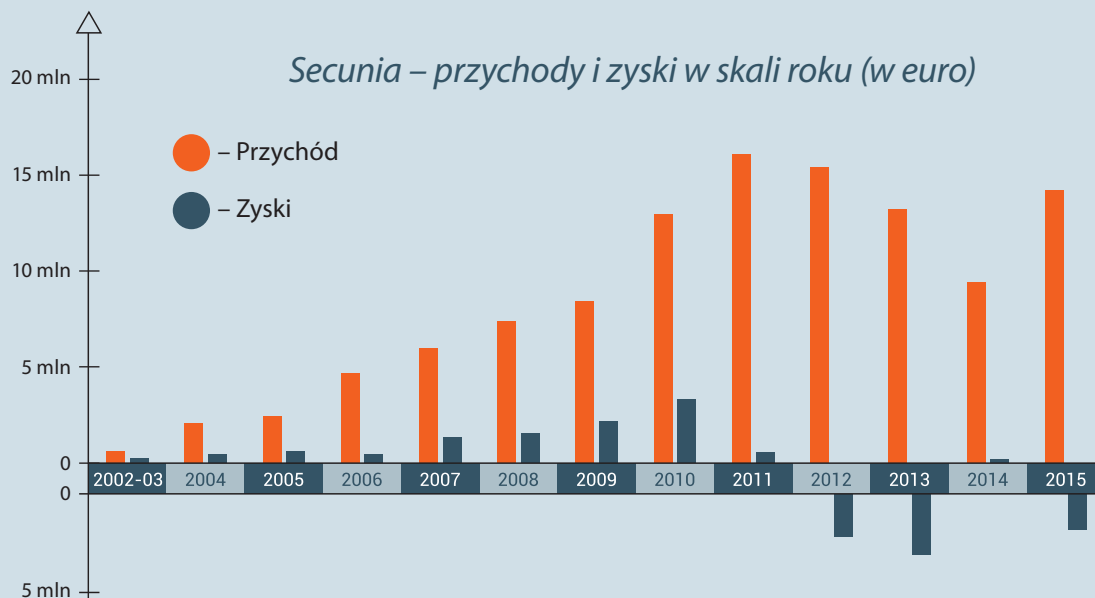
Studium przypadku: Secunia – decyzja o niekorzystaniu z kapitału rozwojowego



Podjęcie decyzji związanej z dokapitalizowaniem firmy w kontekście jej dalszego rozwoju nie jest łatwym wyborem, co wyjaśnia poniższy przypadek firmy Secunia.

W 2002 roku seryjny przedsiębiorca Niels Henrik Rasmussen wraz z czterema partnerami biznesowymi postanowił stworzyć firmę działającą w obszarze bezpieczeństwa teleinformatycznego. Zamierzali stworzyć produkt, który pomógłby firmom zapobiegać wykorzystywaniu przez hakerów luk w oprogramowaniu. Opowiada Niels Henrik Rasmussen:

„Od początku, czyli od 2002 roku, koncentrowaliśmy się na budowaniu świetnej firmy na przekór wszelkim przeciwnościom i finansowaliśmy się bootstrappingiem, gdy konkurencja zebrała już ponad 10 milionów dolarów. Zaczynaliśmy od zaledwie 26 tysięcy dolarów i przez pierwszych 18 miesięcy wartość naszych wynagrodzeń wynosiła zero. W tym czasie, po tym jak pękła bańka informatyczna, wyceny firm z branży bezpieczeństwa IT były niskie. W tej sytuacji zależało nam na stworzeniu bardziej skutecznego modelu biznesowego za sprawą bezwzględnej, lecz zdrowej dyscypliny, skupiliśmy się więc na zwinnych metodach rozwoju usług oraz na nabraniu trójki. Robiliśmy to całymi latami, odnotowując rok po roku znaczący wzrost przychodów i zasobów finansowych.



W roku 2004 i 2005 zastanawialiśmy się nad przyjęciem inwestorów zewnętrznych, aby zapewnić firmie kapitał rozwojowy w kwocie od dwóch do trzech milionów euro, postanowiliśmy jednak stanąć przed nadchodzącymi wyzwaniami na własnych warunkach i rozwijać się w sposób organiczny dzięki funduszom własnym. W kolejnych latach nadal spotykaliśmy się z przejawami zainteresowania naszą firmą i propozycjami udostępnienia kapitału rozwojowego, ale reagowaliśmy identycznie – wierzyliśmy, że sami możemy rozwijać się skuteczniej i szybciej. Z biegiem lat liczba pracowników naszej organizacji wzrastała i w szczytowym okresie było to 140 osób, reprezentujących 21 różnych narodowości. Zbliżał się rok 2010 i pojawiło przed nami kilka możliwości wyjścia kapitałowego. Nie chcieliśmy jednak ich realizować, bo nasza firma miała się świetnie, a my, rozwijając ją, doskonale się bawiliśmy. Zamiast więc sprzedać firmę w całości, zdecydowaliśmy się przyjąć ofertę od funduszu kapitałowego, któremu w 2010 roku sprzedaliśmy 30% udziałów, a w roku 2013 resztę.

Czy na wczesnym etapie istnienia firmy powinniśmy zapewnić sobie inwestorów, zamiast rozwijać ją w sposób organiczny? To trudne pytanie. Wtedy nie chcieliśmy tego robić, nie tylko z powodu rozwodnienia (ograniczenia zakresu własności), ale także dlatego, że stracilibyśmy kontrolę nad firmą”.

Do zapamiętania

Czy aby zaistnieć na rynku, rzeczywiście niezbędne jest finansowanie? Wiele firm tak naprawdę go nie potrzebuje i jeśli sam jesteś w tej szczęśliwej sytuacji, powinieneś skoncentrować się na budowaniu swojego biznesu, a nie na poszukiwaniu inwestorów!

Niektóre startupy potrzebują jednak finansowania, bo koszty rozpoczęcia działalności są w ich przypadku na tyle wysokie, że pokrywanie wszystkich wydatków z własnych pieniędzy założycieli mogłoby okazać się nierealistyczne. Inne potrzebują z kolei finansowania, bo chcą się rozwijać.

W kolejnych rozdziałach przyjrzymy się różnym typom inwestorów, rodzajom startupów, jakimi mogą oni być zainteresowani, etapom, na jakich inwestują, oraz temu, jak przekonać ich do sfinansowania naszej firmy. Najpierw jednak rzućmy okiem na to, w jaki sposób inwestorzy oceniają startupy z punktu widzenia ryzyka i zysku.

Studium przypadku: NEXBIO – genetyką zmienić rolnictwo



Jestem naukowcem, do niedawna mieszczącym się w kategorii tzw. młodych naukowców, na których rozwój przeznacza się sporo funduszy, m.in. z puli Narodowego Centrum Badań i Rozwoju. Wolałem jednak pójść nieco inną drogą. W 2015 roku postanowiłem założyć NEXBIO, którego głównym celem jest testowanie obecności mikroorganizmów w rolnictwie z wykorzystaniem technologii molekularnych. NEXBIO jest startupem z branży *life science*, a więc z kategorii, w której nie da się uruchomić przedsiębiorstwa bez inwestycji rzędu przynajmniej 0,5 mln zł.

Na początek potrzebowaliśmy laboratorium, które byłoby w stanie realizować badania molekularne. To duży wydatek, na który ciężko byłoby zebrać fundusze w modelu 3F lub samofinansowania. W 2015 roku na horyzoncie pojawił się program Connect realizowany przez Lubelski Park Naukowo-Technologiczny. W ramach programu udało nam się pozyskać 800 tys. zł. Dla *life science* nie jest to

kwota zawrotna, ale od razu rozpoczęliśmy wyposażanie laboratorium, poszukiwanie personelu oraz już od początku zaczęliśmy budować relacje biznesowe z potencjalnymi partnerami.

Bardzo ważnym momentem dla rozwoju NEXBIO był udział w konkursie Startup Contest na infoShare 2016. NEXBIO przed infoShare i NEXBIO po infoShare to dwa różne startupy. Podczas mentoringu związanego z przygotowaniem NEXBIO do konkursu wykrystalizowała się koncepcja, której trzymamy się do dziś, tj. wykorzystanie testów DNA przede wszystkim do wykrywania chorób roślin. Mentorzy stwierdzili, że spośród 1000 innych pomysłów ten jest najbardziej perspektywiczny. Prezentując ten pomysł, wygraliśmy konkurs, zdobyliśmy zainteresowanie jury, mediów i potencjalnych inwestorów.

Dzięki zwycięstwu w konkursie NEXBIO zyskało przede wszystkim rozpoznawalność. Dla startupu, który nie ma zbyt wielu funduszy na marketing, jest to z pewnością jeden z największych benefitów. Pozyskaliśmy też 20 tys. € oraz zdobyliśmy wielu nowych partnerów.

NEXBIO, poprzez wczesne wykrywanie chorób roślin, jest projektem z misją wykraczającą poza czyste cele biznesowe. Wczesne wykrywanie chorób roślin to ograniczanie użycia pestycydów, które są problemem w produkcji żywności. Co trzeci produkt spożywczy zawiera pozostałości pestycydów, z których wiele nie jest obojętne dla zdrowia. Z tą misją projekt NEXBIO został zauważony przez jury konkursu Chivas The Venture. Wygraliśmy polską edycję i znaleźliśmy się w gronie 30 startupów z całego świata w finale w Los Angeles. Udział w Chivas The Venture po raz kolejny zwiększył rozpoznawalność

NEXBIO. Tym razem przekaz został skoncentrowany na przyświecającej nam misji, która podkreśla globalny charakter projektu z Lublina. Udało się też pozyskać kolejną partię kapitału na dalszy rozwój.

Dziś NEXBIO to startup, który osiąga przychody, pozyskując klientów wśród dużych graczy branży agro, rolników i doradców rolnych. Działa w modelach B2B, B2C oraz B2B2C. NEXBIO realizuje również projekty wspólnie z instytucjami naukowymi. Rozpoczynamy m.in. projekt mający na celu systemowy monitoring chorób pszenicy w Polsce. W ramach projektu ma powstać system wczesnego ostrzegania dla rolników. Marzy mi się taki system dla całej Unii Europejskiej.

Główną wizją rozwoju spółki jest urządzenie mobilne, które pozwoli na prowadzenie oznaczeń chorób roślin bezpośrednio na polu. Roboczo nazwaliśmy to „smartfonem dla rolnictwa”. Na spełnienie tego marzenia potrzebujemy ok. 14 mln zł i szukamy inwestora zarówno w Polsce, jak i za granicą. Rozważamy też upublicznienie NEXBIO na giełdzie.

Mam nieodparte wrażenie, że nawet finansowanie w wysokości 800 tys. zł, które spółka uzyskała na początku działalności, w przypadku projektu *life science* jest zdecydowanie niewystarczające. W którymś momencie dosięgnęliśmy sufitu, kiedy okazało się, że trudno bez funduszy rozwinąć np. sprzedaż. Po wyposażeniu laboratorium na działalność pozostaje już tylko około 250 tys. zł i tak było na początku 2016 roku. Mamy 2018 rok i NEXBIO funkcjonuje, co jest dobrym prognostykiem, ale gdyby nie było możliwości pozyskania kolejnej rundy finansowania, spółka rozwijałaby się bardzo powoli. Można więc śmiało powiedzieć, że nasz projekt nigdy by nie doszedł do obecnego etapu bez zewnętrznego finansowania, nigdy nie byłoby nas stać na te wszystkie działania i realizację własnej pasji i wizji. Jednocześnie jednak projekty z branży *life science*, ze względu na inny model funkcjonowania, powinny pozyskiwać fundusze, które umożliwiają rozwijanie nie tylko części naukowo-badawczej, ale też biznesowej.

Nexbio, dr inż Adam Kuzdraliński

Zdjęcie autorstwa: dr inż. Michał Nowak

Copyrights: Michał Nowak

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION

- 
1. ZAREJESTRUJ SIĘ
 2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
 3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA

 **Helion SA**

MASZ POMYSŁ NA BIZNES? SPRAWDŹ, JAK GO SFINANSOWAĆ!

Startupy powstają dzięki nowatorskim pomysłom, energii i zaangażowaniu. Do sukcesu potrzebują jeszcze mniejszych lub większych pieniędzy. Niestety, pozyskanie źródła finansowania stanowi duże wyzwanie. Inwestowanie w startupy wiąże się ze sporym ryzykiem i bez zapoznania się z konkretnymi analizami żaden podmiot nie podejmie decyzji o wyłożeniu potrzebnej kwoty. Z kolei początkujący przedsiębiorcy nie zdają sobie z tego sprawy i szukają finansowania w niewłaściwy sposób, nie rozumiejąc myślenia inwestorów i banków. Niniejsza książka jest szczegółowym przewodnikiem, dzięki któremu pozyskasz środki finansowe niezbędne do uruchomienia startupu. Opisano tu trudny proces budowania porozumienia i przygotowywania się do prezentacji projektów inwestorom. Zawarto też porady dotyczące tego, co powinni robić przedsiębiorcy, aby opracować projekt startupu i zminimalizować związane z nim ryzyko na tyle, żeby stał się atrakcyjny dla profesjonalnych inwestorów. Wyjaśniono, jakie podstawowe wady i zalety ma pozyskiwanie środków z różnych źródeł, włączając w to rodzinę i znajomych, a także czym są akceleratory i inkubatory biznesu, jak działają aniołowie biznesu i kiedy rozważyć pozyskanie funduszu typu *venture capital*. Bardzo cennym elementem książki jest wyczerpujące omówienie zasad tworzenia materiałów informacyjnych dla inwestorów.

W tej książce między innymi:

- zasady poszukiwania inwestorów
- najskuteczniejsze metody ubiegania się o finansowanie
- pozyskiwanie finansowania od banków, aniołów biznesu i ze środków publicznych
- przygotowywanie materiałów informacyjnych dla inwestorów
- mało znane strategie zdobywania finansowania

Nicolaj Højer Nielsen jest seryjnym przedsiębiorcą i aniołem biznesu. Od 1999 roku zakłada startupy — koncentruje się na firmach z branży IT. Ma doświadczenie w pozyskiwaniu środków z wszelkich możliwych źródeł — od przyjaciół i rodziny, aniołów biznesu, funduszy typu *venture capital*, a także ze środków publicznych. Osobiście przetestował tysiące różnych możliwości inwestycyjnych i zna ten proces zarówno od strony przedsiębiorcy, jak i inwestora. Angażuje się w pomoc innym startupom. Prowadzi też wykłady z zakresu przedsiębiorczości w Copenhagen Business School.

onepress

Księgarnia internetowa:
<http://onepress.pl>

HELION SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gilwice
tel.: 32 230 98 63
onepress@onepress.pl

książki**klasy**business

Helion

Sprawdź nasze szkolenia!

SZKOLENIA



AKADEMIA IT & BUSINESS

www.szkolenia.helion.pl

ebook dostępny wyłącznie na:
ebookpoint.PL



ISBN 978-83-283-4202-6



9 788328 342026

Cena: 99,00 zł

Partner merytoryczny:

Manager
OnDemand
IMPROVE