

# Что нельзя говорить на встрече с инвестором?

Павел Черкашин

*Глава представительства в России и СНГ*



# Павел Черкашин – Кто я такой?

## Должность:

- Глава представительства Adobe Systems в России и СНГ
- Частный бизнес-ангел (инвестор на ранней стадии развития)

## Основные достижения:

- Со-основатель более 10 успешных компаний в сфере ИТ, включая Actis Systems, AdWatch, Sputnik Labs
- Член наблюдательного совета нескольких венчурных фондов
- Инвестиционные проекты в 2008-2009:
  - **Tvige** (Интернет ТВ)
  - **Visuvi** (Поиск по изображениям)
  - **Krible** (Система активных продаж в Интернет)
- Более \$20 млн привлеченных инвестиций в свои проекты
- Автор книги «Готовы ли Вы к войне за клиента?», более 100 статей по теме ИТ и венчурных инвестиций



## Где меня можно найти?

**LinkedIn**

(лучшая деловая соц.сеть, только по-английски)

**МойКруг**

(похуже, зато по-русски)

# Наиболее «Горячие» направления развития ИТ

## ▪ Конвергенция медиа

- Вертикальная: Текст – Фото – Видео – Интерактивные технологии
- Горизонтальная: ТВ – ПК – Автомобиль – Моб. Телефон – Холодильник
- Новые медиа каналы, новые средства рекламы и PR, новые интерфейсы, новые модели бизнеса

## ▪ Системы поиска / категоризации информацией

- Вам кажется Google уже все придумал? Это только вершина айсберга
- Не решены вопросы с поиском по изображениям, видео, аудио
- Смысловой анализ содержимого и присвоение смысловых «меток»

## ▪ Системы продаж / привлечения клиентов

- Пассивная реклама в Интернет теряет свою эффективность. Стоимость привлечения и удержания клиентов постоянно растет. Заказчики хотят платить за конкретных клиентов, а не за «клики». Как обеспечить этих клиентов?

## ▪ Системы управления / поддержки принятия решений

- ERP/CRM системы еще находятся на уровне прошлого века (вбил информацию – передал информацию – вывел отчет)
- Нужен минимальный интеллект: выявление ключевых (подозрительных) закономерностей, подсказки в момент принятия решений, само-настраиваемость для внедрения

# Что умным инвесторам **не интересно?**

## ▪ **Социальные сети как «группы по интересам»**

- Давайте сделаем социальную сеть для путешественников вокруг света, любителей вышивания крестиком, бухгалтеров-самоучек, олигархов... **Не работает!**
- Успех социальной сети определяется не общностью интересов ее участников, а многообразием участников и групп. Она растет вокруг уникального сервиса.

## ▪ **«Еще один» Google, Яндекс и т.д... Только круче**

- Мы знаем, в чем недостатки Google (Яндекс, Одноклассники... – нужное подчеркнуть). У меня там работает друг (сестра, теща племянника, шурин внука...) Мы сейчас запустим такой же сервис, только в тыщу раз круче – и все клиенты перейдут к нам... **Спасибо, до свидания!**

## ▪ **Зависимость от государственных контрактов**

- Стабильная доходность при работе с государственным заказчиком (это не российская специфика, правило действует и в развитых странах!) обычно идет в комплекте с инертностью, низкой конкурентоспособностью, неэффективностью и непрозрачностью в принятии решений.  
**Инвесторов обычно это пугает.**

## ▪ **Можем копать, а можем доить! Что барин пожелает**

- Наличие «уникального потенциала» и «лучших специалистов», которые могут реализовать «любой проект инвестора», для инвестора означает одно – **В компании нет лидерства и стратегии**
- Частный случай: «У нас очень много интересных проектов...»

# Критерии оценки проекта инвестором

## ▪ **Рынок**

- Существующий или будущий? B2B или B2C? Насколько узкий? Чем живет?

## ▪ **Продукт**

- Насколько уникальный / инновационный / сложный / интересный? В чем ключевые отличия от существующих?
- Кто конкуренты и что они предлагают?

## ▪ **Бизнес-модель**

- Как зарабатываются деньги? Нет ли конфликта интересов? Где «вирусность»?
- Работает ли данная модель в других странах? Есть ли аналоги?

## ▪ **Способность реализовать**

- Кто руководитель / основатель? Чем он живет? Что вкладывает в проект? Можно ли ему доверять? Может он неудачник?
- На какой стадии находится? Что осталось сделать?
- Заработает ли в принципе – как проверить?

## ▪ **Выход**

- Когда и кому этот бизнес можно будет продать? Зачем потенциальному покупателю он может понадобиться? Есть ли аналоги?

# Фразы, которые убьют встречу с инвестором

<b>Фраза предпринимателя:</b>	<b>Как ее понимает инвестор:</b>
Как мы можем показать прототип, если у нас нет денег, чтобы его сделать?	Неудачники...
Нам нужны инвестиции на рекламу, чтобы привлечь побольше пользователей и начать продавать рекламу	Бизнес по продаже 1 руб за 95 копеек
Мы не можем раскрывать деталей нашей бизнес-идеи, чтобы ее не украли	Не готовы к сотрудничеству, работать с ними будет очень тяжело
Наш проект убьет Google (Microsoft, eBay, Яндекс...)	Нет опыта, недооценивают экономику бизнеса в Интернет, за техническими функциями не видят бизнеса
У нас есть определенные сложности между акционерами...	Это вам к психотерапевту, а не инвестору...
У меня есть еще несколько интересных проектов для Вас	Не сконцентрирован на бизнесе, ищет место работы за счет инвестора
Я не смогу сам руководить проектом, для этого мы найдем профессионального СЮ	У проекта нет лидера

# Несколько советов напоследок

- **Рынок Интернет открывает огромное поле нереализованных (пока!) возможностей**
  - Простор для оптимизации окружает нас всюду – на работе, дома, в кругу друзей и т.д.
  - Делитесь идеями, проверяйте по открытым источникам – идею нельзя защитить, можно защитить только реализацию
- **Не нужно следовать за толпой**
  - Это не значит, что не стоит повторять чужие бизнес-модели и «заимствовать» идеи – это естественный и необходимый процесс
  - Ищите свой путь реализации
- **Инвестор вкладывает в «команду мечты»**
  - Идея всегда вторична. На первом месте – профессиональная команда и харизматичный лидер



**Спасибо за внимание!**