

**Структура описания
бизнес-предложения для
соискания венчурного
инвестирования от Альянс РОСНО
Управление Активами**

Allianz 

РОСНО

Управление Активами

СОДЕРЖАНИЕ

ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА	1
1. РЫНОК И ИНДУСТРИЯ	2
1.1 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА.....	2
1.2 РАЗМЕР РЫНКА, СЕГМЕНТ И ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ	2
1.2.1 Потенциальные потребители	2
1.2.2 Сегмент предлагаемого продукта / услуги.....	2
1.2.3 Размер и состояние рынка.....	2
1.3 КОНКУРЕНЦИЯ	2
1.3.1 Прямая конкуренция.....	2
1.3.2 Потенциальная конкуренция.....	2
1.3.3 Конкурентные преимущества	3
1.3.4 Барьеры.....	3
2. ПРОДУКТ И ТЕХНОЛОГИЯ	3
2.1 ТЕХНОЛОГИЯ.....	3
2.2 ВЕДУЩИЕСЯ РАЗРАБОТКИ В ПЛАНЕ УЛУЧШЕНИЯ ТЕХНОЛОГИИ	3
2.3 ПРОДУКТ	3
2.3.1 Отличительные особенности продукта	3
2.3.2 Каналы и возможности реализации продукта	3
2.3.3 Особенности прямого применения продукта	4
2.3.4 Возможности альтернативного применения продукта.....	4
3. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЗАЩИТА	4
3.1 ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ	4
3.2 СУЩЕСТВУЮЩАЯ ЗАЩИТА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ	4
3.3 ПЛАНИРУЕМЫЕ ШАГИ ПО ДАЛЬНЕЙШЕЙ ЗАЩИТЕ.....	4
4. КОМАНДА	4
4.1 УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМАНДА	4
4.2 КОМАНДА РАЗРАБОТЧИКОВ ТЕХНОЛОГИИ.....	4
4.3 ПРЕДПОЛАГАЕМОЕ УСИЛЕНИЕ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМАНДЫ	4
5. БИЗНЕС МОДЕЛЬ	5
5.1 ОПЕРАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И СТРАТЕГИЯ	5
5.1.1 R&D (НИКОР).....	5
5.1.2 Производство	5
5.1.3 Сервис	5
5.2 СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА	5
5.2.1 Маркетинговые кампании.....	5
5.2.2 Предполагаемая отдача от маркетинговых кампаний	5
5.3 СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРОДАЖ.....	5
5.3.1 Основные каналы продаж	6
5.3.2 Альтернативные каналы продаж	6
5.3.3 Основная концепция осуществления продажи	6
5.4 СРОКИ И ПЛАН РЕАЛИЗАЦИИ.....	6
5.4.1 Предполагаемые сроки выхода на рынок	6
5.4.2 Основные Реперные точки	6
6. ФИНАНСЫ	6
6.1 КЛЮЧЕВЫЕ ДОПУЩЕНИЯ.....	6
6.1.1 Прогноз по продажам	6
6.1.2 Операционные и капитальные затраты	6
6.2 Сводный финансовый прогноз	6
7. ПРОЕКТНЫЕ РИСКИ	7
8. ИНВЕСТИЦИИ И СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА	7
8.1 ОБЪЕМ ЗАПРАШИВАЕМЫХ ИНВЕСТИЦИЙ.....	7
8.2 СТРУКТУРА И ГРАФИК ПОТРЕБЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ	7
8.3 ПРЕДПОЛАГАЕМАЯ СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА	7

ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ РЕЗЮМЕ ПРОЕКТА

Размер и возможности рынка

Здесь необходимо описать размер, динамику и возможности существующего рынка предлагаемого продукта или услуги. Привести основных конкурентов, если таковые есть, а также описать их возможности как финансовые так и не финансовые. Необходимо дать описание тенденциям и проблемам, существующим на рынке.

Продукт

Данный раздел исполнительного резюме предназначен для краткого описания предлагаемого продукта или услуги, его характеристик и основных отличий от аналогичных продуктов конкурентов или услуг. Если это новый продукт, который еще находится в разработке, то необходимо кратко описать стадию, на которой находится исследование или доработка продукта.

Команда

В разделе необходимо дать краткое описание существующей управленческой команды.

Бизнес модель

Необходимо описать в нескольких предложениях бизнес-модель предлагаемого продукта, а именно: каким образом планируется производство и реализация конечным потребителям предлагаемого продукта или услуги.

Инвестиции

В разделе необходимо описать размер и цель запрашиваемых инвестиций. Здесь также необходимо указать, каких целей хотелось бы добиться после привлечения инвестиций в проект.

Выход

Необходимо определить сроки выхода инвестора из проекта, а также дать предложения по путям выхода инвестора из проекта.

1. РЫНОК И ИНДУСТРИЯ

1.1 Перспективы развития рынка

В текущем разделе описывается рынок предлагаемого продукта или услуги. Желательно привести динамику существующего рынка, а также дать прогнозы по перспективам роста, изменения и развития рынка. В случае если есть доступ к профессиональным исследованиям относительно возможностей рынка предлагаемого продукта или услуги, необходимо дать ссылку на эти исследования. Здесь также необходимо описать важные тенденции и события, происходящие или планируемые на рассматриваемом рынке.

1.2 Размер рынка, сегмент и потенциальные потребители

1.2.1 Потенциальные потребители

Здесь необходимо дать полную и развернутую характеристику потенциальных потребителей предлагаемого продукта или услуги. В случае если данный продукт или услуга является конечным продуктом для розничных покупателей, то интересно было бы посмотреть структуру потребления и дохода (размер, в разрезе на страны/регионы) данных потребителей. В случае если потенциальными потребителями предлагаемого продукта являются коммерческие предприятия, то рекомендуется дать характеристику этих потребителей: долю на рынке, их годовой оборот (если доступно), долю предлагаемого продукта в структуре потребления этих предприятий, а также тенденцию бизнес развития описываемых потребителей.

1.2.2 Сегмент предлагаемого продукта / услуги

Под сегментом предлагаемого продукта/услуги понимается ниша на существующем рынке, которую занимает или будет занимать предлагаемый продукт.

1.2.3 Размер и состояние рынка

Данный раздел предназначен для описания размера, состояния и емкости уже существующего рынка продукта или услуги.

1.3 Конкуренция

Здесь необходимо описать существующую на рынке конкурентную составляющую проекта, перечислить и описать всех производителей конкурирующего продукта или услуги.

1.3.1 Прямая конкуренция

В разделе прямая конкуренция указываются и описываются все продукты или услуги, которые могут напрямую конкурировать с предлагаемым в проекте продуктом. Здесь также необходимо привести сравнения предлагаемого продукта с уже существующими или будущими конкурентами.

1.3.2 Альтернативная конкуренция

Здесь, в отличие от раздела прямой конкуренции, необходимо описать возможные альтернативные конкурирующие области с предлагаемым к реализации продуктом или услугой.

1.3.3 Конкурентные преимущества

Конкурентные преимущества – это одна из составляющих залога успеха в проекте, поэтому необходимо привести подробное описание всех конкурирующих преимуществ предлагаемого продукта или услуги.

Примеры:

- Уникальная технология или процесс, защищенный от копирования (патенты, др.)
- Накопленный бизнесом/менеджерами/специалистами уникальный опыт
- Дорогостоящее, уникальное оборудование
- Особенности свойства продукции/услуг
- Заключенные эксклюзивные контракты
- Широкая сеть дистрибуции

1.3.4 Барьеры

В данном разделе следует указать существующие барьеры, которые стоят на пути нового продукта и барьеры, которые в свою очередь окажут помощь в удержании заявленной доли на рынке продукта или услуги. Также необходимо описание тех барьеров, которые необходимо поставить, чтобы обеспечить потенциальную защиту данному проекту от конкурентов.

2. ПРОДУКТ И ТЕХНОЛОГИЯ

2.1 Технология

В данном разделе необходимо описать подробным образом существующую технологию, ее преимущества и ключевые составляющие.

2.2 Ведущиеся разработки в плане улучшения технологии

В разделе «Ведущиеся разработки в плане улучшения технологии» необходимо указать те разработки, которые в данный момент активно ведутся.

2.3 Продукт

2.3.1 Отличительные особенности продукта

Данный раздел предназначен для детального описания продукта, предлагаемого конечным потребителям. Здесь также необходимо указать основные отличительные особенности данного продукта от конкурирующих продуктов, предлагаемых на рынке.

2.3.2 Каналы и возможности реализации продукта

Здесь необходимо описать основные каналы продаж предлагаемого продукта или услуги

Примеры:

Способ распространения товаров

Предполагаемые дистрибуторы и посредники

Результаты исследований потенциального спроса

2.3.3 Особенности прямого применения продукта

Здесь необходимо описать все особенности прямого применения предлагаемого продукта или услуги

Примеры:

- Отличительные особенности
- Недостатки
- Скрытый потенциал

2.3.4 Возможности альтернативного применения продукта

Здесь необходимо описать все особенности альтернативного (если таковое имеется) применения предлагаемого продукта или услуги

Примеры:

- Отличительные особенности
- Недостатки
- Скрытый потенциал

3. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ И ЗАЩИТА

3.1 Интеллектуальная собственность

Здесь следует описать интеллектуальную собственность, которая существует в проекте и подлежит патентной защите.

3.2 Существующая защита интеллектуальной собственности

В данном разделе необходимо перечислить все имеющиеся патенты, включая уже поданные заявки РСТ.

3.3 Планируемые шаги по дальнейшей защите

Если в проекте, по мнению авторов, есть не защищенные места, касательно интеллектуальной собственности, то следует описать планируемые шаги по осуществлению предполагаемой защиты.

Примеры:

- Патентный поиск
- Подача недостающих заявок на патентование в России и других странах

4. КОМАНДА

4.1 Управляющая команда

Здесь необходимо детально описать управляющую команду:

- Краткие резюме основных менеджеров
- Соответствующий опыт, деловые достижения
- Контакты с компаниями и сотрудниками Фонда и рекомендации
- Мотивация каждого топ-менеджера работать в бизнесе

4.2 Команда разработчиков технологии

В данном разделе следует описать, по аналогии с управляющей командой, команду разработчиков, принимающую участие в данном проекте.

4.3 Предполагаемое усиление управляющей команды

- Наличие (или планы) по найму директоров:
- Генеральный директор
- Директор по производству
- Директор по стратегии и развитию бизнеса
- Финансовый директор
- Главный бухгалтер

5. БИЗНЕС МОДЕЛЬ

Здесь необходимо описать существующую или предлагаемую к реализации и внедрению бизнес-модели.

5.1 Операционная деятельность и стратегия

5.1.1 R&D (НИОКР)

В разделе R&D следует описать научную составляющую проекта, описать ведущиеся разработки, а также разработки стоящие в планах.

5.1.2 Производство

Раздел «Производство» предназначен для описания:

- Здания, сооружения и права на землю
- Основное оборудование, его стоимость и износ
- Необходимость и размер инвестиций в переоборудование и ремонт

5.1.3 Сервис

Под сервисом понимается необходимость и структура, если таковое необходимо, работы с клиентом, уже ставшего потребителем предлагаемого продукта или услуги.

5.2 Стратегия продвижения продукта

5.2.1 Маркетинговые кампании

Здесь следует описать планируемые маркетинговые кампании, а также ключевые маркетинговые моменты в плане воздействия на лояльность конечных потребителей.

5.2.2 Предполагаемая отдача от маркетинговых компаний

Данный раздел предназначен для оценки эффективности от внедрения выше описанных маркетинговых кампаний. Здесь следует описать и спрогнозировать:

- Динамику маркетинговых вложений / отдача на одного клиента
- Динамику отклика одного клиента на определенную маркетинговую составляющую
- Предполагаемые действия по отслеживанию эффективности маркетинговых кампаний

5.3 Стратегия развития продаж

5.3.1 Основные каналы продаж

В данном разделе необходимо описать стратегию продвижения предлагаемого продукта или услуги по основным каналам продаж, работу с дистрибьюторами и поставщиками.

5.3.2 Альтернативные каналы продаж

Здесь по аналогии с предыдущим разделом следует описать то же самое, но относительно альтернативных каналов продаж.

5.3.3 Основная концепция осуществления продажи

В данном разделе следует описать основную концепцию по продвижению продукта или услуги в сети дистрибуции или отдельным потребителям.

5.4 Сроки и план реализации

5.4.1 Предполагаемые сроки выхода на рынок

Здесь следует описать предполагаемые сроки вывода предприятия на максимум капитализации и дать свои предложения по срокам выхода инвестора из проекта.

5.4.2 Основные Реперные точки

Данный раздел необходим для описания основных знаковых событий в процессе жизнедеятельности компании.

6. ФИНАНСЫ

6.1 Ключевые допущения

6.1.1 Прогноз по продажам

Здесь следует описать основные положения, на которых основывается прогноз по продажам, а также привести данный прогнозный расчет.

6.1.2 Операционные и капитальные затраты

В данном разделе необходимо описать все предполагаемые операционные и капитальные затраты во временной разбивке и привязке к плану продаж.

6.2 Сводный финансовый прогноз

В данном разделе необходимо привести сводный финансовый план компании, начиная с момента инвестирования.

7. ПРОЕКТНЫЕ РИСКИ

Под проектными рисками понимается следующие:

- Этапы развития отрасли, текущее состояние и прогнозы
- Факторы, влияющие на увеличение/снижение объемов продаж в отрасли и цену на продукцию/услуги
- Зависимость от других отраслей, угроза продуктозамещения
- Роль государства (регулирование, лицензирование)

8. ИНВЕСТИЦИИ И СТРАТЕГИЯ ВЫХОДА

8.1 Объем запрашиваемых инвестиций

Здесь необходимо описать объем и сроки, на которые запрашиваются инвестиции.

8.2 Структура и график потребления инвестиций

Данный раздел необходим для описания структуры запрашиваемых инвестиций, скорости потребления, а также описания отдачи от каждого пункта структуры инвестиций.

8.3 Предполагаемая стратегия выхода

В данном разделе следует описать варианты входа и выхода инвестора из проекта:

- Структура предполагаемой сделки и участие Фонда
- Описание вариантов выхода Фонда из бизнеса (IPO, продажа стратегическому инвестору и т.п.)
- Потенциальные покупатели и их мотивы
- Наличие опционов на продажу доли Фонд либо покупки дополнительного пакета