

Swedish Scaleups

METOD

Growth Circle Kapital

**SWEDISH
SCALEUPS**



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden



Growth Circle Kapital

Metoden riktar sig till företag med tillväxtpotential och som har en vilja att växa och där externt kapital är en del av tillväxtplanen.

ATT SKAPA EN grundförståelse och insikt av hur ett företag i tillväxt kan ta in kapital och vilka konsekvenser det får för hela bolaget, förändrad ägarstruktur, möjligheter, eventuella inskränkningar för ägare, behov av extern styrelse. Hur man som företagare gör sig redo. Vilken typ av investerare vill företaget egentligen ha? Och vad efterfrågar investerarna. Vad är bolaget egentligen värt?

Metoden skapar också ett nätverk med företag inom olika branscher men med liknande utmaningar. Företagen får också möjlighet att möta lokala investerare och få ta del av företagscase som också stärker företagets nätverk.

Innehåll

Denna Growth Circle blir ett forum där företagen får kunskap och konkreta verktyg för kapitalanskaffning. Företagen får ta del av andras erfarenheter och idéer, de får stöd i hur just de kan gå tillväga och vilka beslut de behöver fatta samt vad företaget behöver ta ställning till kopplat till framtida behov av kapital för tillväxt.

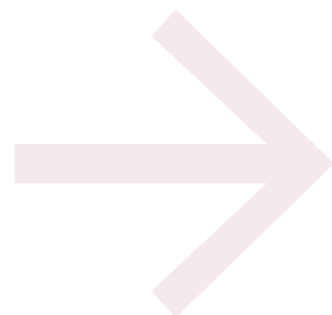
Upplägg

Growth Circlen genomförs som gruppträffar vid totalt sex tillfällen, 3 timmar vid varje tillfälle. Under träffarna deltar företagen aktivt genom diskussion och reflektion. Inför vissa av träffarna krävs ett förberedelsearbete av företagen som sker på hemmaplan.

Growth Circlen hålls av processledare med mycket stor erfarenhet av kapitalanskaffning, egen erfarenhet av att ta in kapital, börsintroducera och med mycket stor erfarenhet av styrelsearbete. Processledarens kompetens och erfarenhet utgör en grund för att skapa ett seriöst och trovärdigt innehåll. Processledaren ansvarar för gästföreläsare och den panel av investerare som deltar vid ett av tillfällena.

Schema struktur

Träffarna sker i grupp var 6:e vecka. Träffarna sker fysiskt med möjlighet att delta digitalt. Om möjlighet finns avslutas träffarna med en gemensam lunch (alternativt som start).



1 Introduktion

- Övergripande om tillväxt
- Begrepp – Definitioner
- Varje bolag presenterar sig och sina tankar om tillväxtresan
- Vilka frågor måste man ställa sig som ägare – owner readiness, investment readiness

2 Kapitalanskaffningsprocessen

- Hur går det till att ta in kapital
- Grupparbeten i de olika stegen i processen
- Egen bedömning på sin "readiness"
- Externt case – företag som kommer och berättar om sin kapitalanskaffningsprocess. Casen kan innehålla både företagets perspektiv och investerarens.

3 Case

- Verkliga case berättar om sina resor med möjlighet till diskussion och frågor med gruppen
- Casen förbereds innan av varje deltagande företag

4 Ny styrelse

- Att ha ett aktivt styrelsearbete
- Att vara ägare
- Vad innebär det att ha nya ägare
- Ny styrelse

5 Panelsamtal

- Panelsamtal med bl a investerare, bank, Almi, entreprenörer, företag med erfarenhet av crowdfunding

6 Summering och avslut

- Tema baserat på deltagarnas önskemål
- Reflektion och lärdomar
- Nästa steg

Praktiskt

Deltagarresan

Inför: Inledningsvis sker en kort intervju med bolagens representanter för att fånga in och säkerställa teman och dess innehåll. Intervjun sker av processledaren för Growth Circeln.

Under: Delta aktivt i diskussioner med gruppen. Dela med sig av sina erfarenheter. Inför vissa av träffarna behöver deltagande företag förbereda specifika uppgifter som t e x en pitch inför investerare.

Efter: Individuell uppföljning med deltagande företag. Om behov och möjlighet finns så genomförs individuell

insats för att ytterligare konkretisera delar av det som man, tack vare growth circeln, identifierat som framgångsfaktorer för att ta sig vidare i processen för kapitalanskaffning.

Antal deltagare

Företag intresserade av tillväxt genom kapitalanskaffning.

Minst fem, max 15 företag. Om det är möjligt kan två personer per företag delta. I så fall max 10 företag.

Samverkan

Extern process-ledare som ansvarar för innehåll, genomförande och anlitande av deltagande experter så som panel med investerare och case.

Roller/Ansvariga samordnare

Vem ansvarar för programmet och dess leverans?

Ansvarig projektledare ansvarar för innehåll i program och upphandling av extern process-ledare.

Vad är samverkansparternas roller?

Rekrytera deltagande företag

Finns det potentiella gästföreläsare, programhållare etc som ska delta?

Den externa process-ledaren ansvarar för att relevanta externa aktörer deltar i programmet som panel samt som case.

Marknadsföring

Marknadsföring sker genom direktkontakt med företag, inbjudan på ansvariga aktörers hemsida, sociala medier och nyhetsbrev.

Material

Extern process-ledare ansvarar för material som är relevant. Material som visas på träffarna distribueras ut till deltagarna när det är relevant.

Budget:

- Extern processledare – total tid 130 timmar
- Intern projektledartid – total tid 130 timmar med förberedelser, rekrytering, deltagande
- Lokal – vid totalt sex tillfällen om träffarna genomförs fysiskt
- Förtäring – vid totalt sex tillfällen om träffarna genomförs fysiskt



Material

Tips inför företagspitch – att förbereda inför tillfället med investerarpanelen

Allmänt

- Presentationen ska övertyga en investerare att ert företag har en bra "story".
- Tänk på att det är bolaget du ska sälja in, inte din produkt eller tjänst.
- Investerare tittar i första hand på:
 - >> Teamet, kan ni ro detta i land med hjälp av mig? Varför ska just ni lyckas?
 - >> Tillväxtmöjligheten, finns det ett stort, viktigt och tydligt problem som delas av många?
 - >> Konkurrensfördelar, var ligger det unika eller särskiljande i er lösning? Hur lätt är det att kopiera er lösning?
 - >> Affärspotentialen, kan detta ge stor avkastning inom rimlig tid?
 - >> Risken, vad kan gå åt skogen? Hur hanterar teamet riskerna?
- Ni har max 5 minuter för presentationen, gärna kortare
- Var väl underbyggda och ärliga!

Förslag på presentationsstruktur

1 Kort inledning som väcker intresse:

- Med en fråga som rör det problem ni jobbar med, t.ex. "Visste ni att 80% av alla industriföretag enkelt skulle kunna öka sin vinst med xx%?"
- Eller med ett påstående, t.ex. "Varje år drabbas xx personer av... och det finns

idag ingen lösning för att..."

- Presentera dig själv, t.ex. "Jag heter... och kommer från... Vi har lösningen!"

2 Problemet som ni löser och nyttan ni skapar:

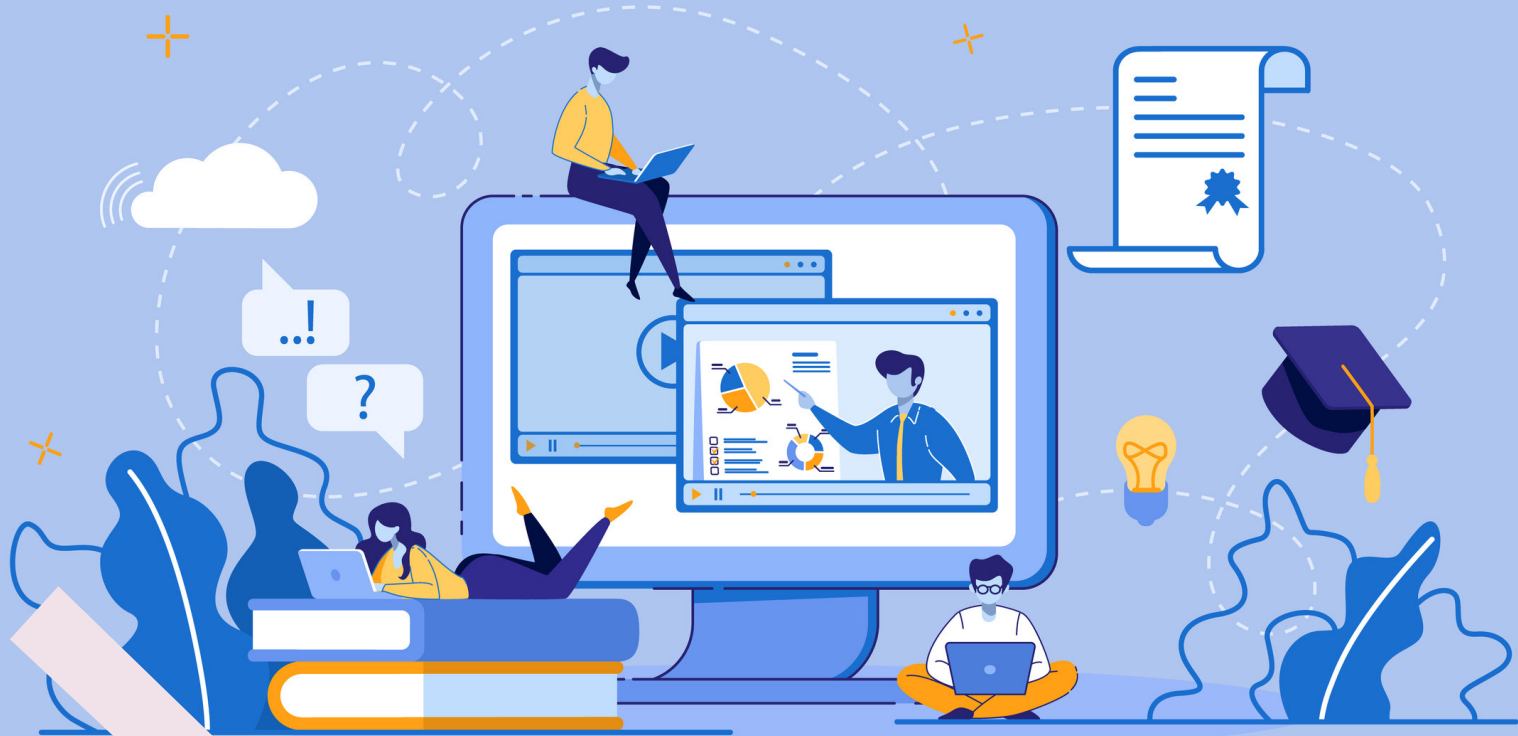
- Problemet och för vem, nyttan och för vem. T.ex. "Med vår lösning minskar vi antalet personer som drabbas av... med så mycket som xx %"

3 Er Lösning

- Lösningen kortfattat (ej detaljerat, fastna inte i detaljer om produkten / tjänsten). T.ex. "Vår lösning innebär att... fungerar så här..."

4 Marknaden

- Betalande kunder och storlek på er marknad. T.ex. "Vi säljer vår lösning till inköpscheferna för... inom... den marknaden omsätter idag xxx MSEK"
- Den position ni vill ta på er marknad. T.ex. "Vi vill vara ledande i Europa inom... och ta xx% av den marknaden... omsätta xx MSEK om xx år"
- Go to market strategi. T.ex. "Vi kommer att gå ut på marknaden i flera steg. Vi börjar i Sverige via kanalerna..."
- Kundens köpprocess. T.ex. "För att komma fram till köpbeslut är följande roller involverade... så här säljer vi till respektive... förutom kunden är följande aktörer involverade i köpbesluten"



5 Konkurrenter och skyddsstrategi

- Konkurrenter. T.ex. "Våra huvudkonkurrenter är... andra alternativ för kunden är..."
- Skyddsstrategi. T.ex. "Vi skyddar vår innovation genom patent... vi har avtal med... vi har en unik design som är mönsterskyddad"

6 Företaget och teamet:

- Kort presentation av teamet inklusive ägarna.
T.ex. "Teamet består av xx som har kompetens inom xx och xx som har xx-års erfarenhet av försäljning och affärsutveckling inom etc."
- Nyckelkompetenser som ni saknar.
T.ex. "För att kunna jobba vidare mot våra mål behöver vi..."
- Viktiga milstolpar ni har passerat inom marknad, teknik, organisation, ekonomi. T.ex. "Vi har xx betalande kunder... vi har tagit fram en produkt... vi omsätter xx SEK..."
- Viktiga milsolpar ni har framför er inom marknad, teknik, organisation, ekonomi (gärna i form av siffror).
T.ex. "Under det kommande året ska vi expandera ut i Europa... ska vi öka försäljningen med... vi tänker oss följande ekonomi framöver"

7 Investeringsbehov

- Hur har ni finansierat er fram till idag?
T.ex. "vi har varit lönsamma sedan start och använder överskotten till expansion... Vi har lånat av...Vi har dessutom själva investerat motsvarande yy SEK och zz mantimmar.
- Den investering ni behöver på vägen i årtal, till vad och storleksordningen på hur mycket av företaget ni är beredda att släppa ifrån er. T.ex. "År 1-3 behöver vi xx SEK för att anställa... för att utveckla... Vi tänker oss att erbjuda runt xx% av bolaget till rätt person(er)"

8 Avslutningen:

- Mycket kort sammanfattning av det viktigaste ni berättat tidigare och inkludera det ni vill att åhörarna ska göra. T.ex. "Vi är ett team / företag med ...Vi löser det här... och vi behöver så här mycket för att ta oss hit... Vi letar efter någon eller några som..."

För ytterligare information gällande
Growth Circle Kapital:
swedishscaleups.se/kontakt