

Attrahera investerare

Säkerställ framgång

Publik kapitalanskaffning är en försäljningsprocess. Det räcker inte med att enbart vara ett bra bolag för att locka kapital. Det måste framgå tydligt på investerarnas språk.

Strukturera erbjudandet

Hur bygger man upp ett attraktivt erbjudande för investerarna? Vad lockar investerare? Vad behöver man ordna upp före en kapitalanskaffning?

Väx med publikt kapital

Publikt kapital underlättar tillväxt. Genom framgångsrika emissioner kan bolag få kapital för investeringar. Väl genomfört för- och efterarbete är nyckeln till lyckade emissioner.





Om kursen Attrahera investerare

Mål med kursen

Att lära ut hur man lyckas attrahera investerare och riskkapital samt bygga upp en tillväxtstrategi baserad på publik kapitalanskaffning.

Det här tjänar du

Genom att följa strategier och råd från kursen attraherar man större kapital. Dessutom ökar sannolikheten för lyckade emissioner oavsett marknadsklimat.

Du lär dig att

Attrahera investerare genom rätt förberedelser och en väl genomtänkt försäljningsprocess. Hur informationen ska struktureras och hur man kommunicerar med investerare. Vad de potentiella investerarna vill veta, vad de lockas av och tvärtom. Även att bygga upp en strategi och rutiner för löpande tillväxt genom publik kapitalanskaffning.

Kursupplägg

Kursen ger inblick i hur en kapitalanskaffning går till väga och hur man förbereder bolaget. Dels för att ta in kapital men dels också för att göra bolaget attraktivt för investerare. Vidare handlar kursen om hur man arbetar med olika rådgivare, hittar och bearbetar investerare.

Vem lämpar sig kursen till

Företag som står inför en publik kapitalanskaffning eller överväger att ta in publikt riskkapital inom ett-två år.

Kursformat: Onlinekurs

Kurstid: Ca. 4 ½ timmar

Pris: 4 900 kronor

- Investerare
- Ägarspridning
- Informationsmaterial
- Investerarrelationer (IR)
- Värdering
- Rådgivare
- Due Dilligence
- Road show

Kursinnehåll

Detta och mycket mer ingår i den omfattande kursen

- **Hur tar man in publikt kapital i praktiken?**

Vilka steg innehåller kapitalanskaffningsprocessen? Hur ser de juridiska kraven ut? På vilket sätt kan man ta in publikt kapital? Vilka typer av publikt kapital kan tas in?

- **Hur tar man in publikt kapital utan notering?**

Det är fullt möjligt att finansiera verksamheten via publikt kapital utan en marknadsnotering. Vad bör man tänka på om bolaget inte står inför en notering?

- **För- och nackdelar med notering**

En notering kan vara ett naturligt steg för bolag som finansieras publikt. Det finns dock både för- och nackdelar med notering som man bör vara medveten om i förväg. Vilka alternativ finns det på den svenska marknaden och vilka är deras för- och nackdelar?

- **Vad är viktigt för att lyckas med en publik emission?**

Det finns en rad viktiga förberedelser inför en publik emission men vad ökar chansen mest för att lyckas attrahera publikt kapital med framgång?

- **Förberedelse inför kapitalanskaffning och notering**

En kapitalanskaffningsprocess kan kräva mycket förberedelse, framför allt om den är större och bolaget dessutom ska noteras. Rådgivare och marknadsplatser genomför granskningar av bolaget. Hur förbereder man bolaget för en Due Dilligence? Hur kan granskningen snabbas på? Hur snabbt kan en publik kapitalanskaffning genomföras?

- **Hur kan mindre företag ta in kapital?**

För mindre företag kan private placements vara ett alternativ. Vad innebär det i praktiken?

- **Vilken roll har rådgivare?**

De flesta emissioner kräver rådgivare för olika steg i kapitalanskaffningen. Vad kan rådgivare krävas till? Hur hittar man rätt rådgivare? Hur sker upphandlingen?

- **Informationsmaterial**

Publika emissioner ställer krav på informationsmaterial. Investerarna tar sällan beslut på knapphändig information om bolag som de investerar i. Vilka typer av informationsmaterial krävs i samband med en publik kapitalanskaffning?

- **Var hittar man investerarna?**

Att vända sig till rätt målgrupp är viktigt i samband med publika kapitalanskaffningar. Var kan man hitta rätt investerare?

- **Var marknadsför man en publik emission?**

Publika emissioner kan göras med en stor spridning. Hur når man en stor spridning? Var kan man marknadsföra emissionen effektivt?

- **Hur ser ett bra erbjudande ut?**

Vad är det som vanligtvis gör att investerarna lockas av ett erbjudande om investering i ett onoterat bolag?

- **Vilka bolag kan locka kapital?**

Vilka egenskaper hos bolagen söker investerarna? Vad definierar ett bra bolag i investerarnas ögon?

- **Vilka säljande argument bör användas?**

Det är viktigt att känna till vad investerarna söker när man utformar informationsmaterial och erbjudande. Vad lockar investerarna till att investera i onoterade bolag? Vilka argument bör man bygga erbjudandet kring?

Kursinnehåll

Detta och mycket mer ingår i den omfattande kursen

- **Vad skrämmer iväg investerare?**

Det är minst lika viktigt att känna till vad man bör undvika att nämna när man utformar informationsmaterialet och erbjudandet för att inte skrämma iväg investerarna. Detta måste dock balanseras runt kravet på öppenhet.

- **Värderingens roll**

Hur viktig är värderingen för investerarna? Hur bör man resonera kring värderingen i samband med ett publikt erbjudande?

- **Att lyfta fram styrkor, möjligheter, svagheter och risker**

Informationsmaterialet bör vara balanserat utformat. Investerarna kräver öppenhet och det är en fin balansgång mellan att skapa ett informativt och samtidigt säljande informationsmaterial. Hur förmedlar man möjligheter? På vilket sätt lyfter man fram styrkorna bäst? Vilken öppenhet om svagheter och risker förväntas?

- **Hur minimerar man riskerna vid en publik kapitalanskaffning?**

I olika marknadslägen ser investerarna olika risker. Hur tacklar man de vanligaste riskerna som investerarna kan fokusera på i samband med en publik kapitalanskaffning?

- **Investerarträffar**

Investerarträffar utgör en bra möjlighet för företag att attrahera kapital. Väl genomförda investerarträffar leder ofta till större investeringar. Det finns olika typer av investerarträffar, med större publik och mindre träffar. Vilka är för- och nackdelarna med olika typer av investerarträffar? Hur förbereder man sig för att maximera investeringarna?

- **Andra försäljningsmöjligheter**

Vissa företag lyckas attrahera investerare utan fysiska träffar. Digitala presentationer har blivit ett populärt sätt för att visa upp sig mot en större publik utan att vara fysiskt närvarande. Vilka är för- och nackdelarna med digitala presentationer? Hur ska man resonera kring bearbetning av investerare via telefon?

- **Plattformsbaserad försäljning**

Crowdfunding har blivit ett allt mer populärt sätt att hitta investerare. Vilka för- och nackdelar finns det med crowdfunding plattformar?

- **Planera i förväg**

Förutsättningarna för framgång i publik kapitalanskaffning byggs upp före en emission. Till stor del före emissionsprocessen inleds. Hur ska bolag som vill finansiera sig med publikt kapital förbereda sig? Vad är viktigast att tänka på?

- **IR- och kommunikationsrutiner**

Bra kommunikation ökar möjligheten för att attrahera kapital. Dessutom ställer investerarna vissa informationskrav. Hur skiljer sig informationskraven i noterade och onoterade bolag? Hur bör man bygga upp sin IR- och kommunikationsstrategi?

- **PR i försäljningssyfte**

Hur ska man använda PR för att underlätta en kapitalanskaffning?

info@xtrategy.se

www.xtrategy.se