Tahko Ski Lift Pitch
PITCH DECK

[Mallipohja 3-minuutin lava-pitchille]

Tahko Ski Lift Pitch – Pitch deck template and tips

YLEISESTI

- **Kuinka vakuutat sijoittajat ja tuomariston Tahko Ski Lift Pitch –kisassa?** Tämä pitch deck –malli on laadittu 3-minuutin lavapitchausta varten huomioiden painotukset, joita sijoittajista muodostuva tuomaristo arvioi Tahko Ski Lift Pitch -pitchauskisassa. Mallissa on kuvattu asiakokonaisuuksia, joita voittavaan lava-deckiin on hyvä sisällyttää.
- **Pitch deck on suullista lavapitchausta tukeva elementti.** Tärkeintä on aina vaikuttava esiintyminen ja hyvin harjoiteltu suullinen pitch! Hyvän deckin ja pitchauksen tunnistaa siitä, että niistä muodostuu yhtenäinen tarina, jossa esitetyt luvut ja väittämät pitävät paikkaansa.
- **Panosta lavadeckissä visuaalisuuteen ja kuviin.** Pohdi aina, kuinka voit kuvata asian mahdollisimman tiiviisti. Hyvässä lavadeckissä on max. 10 diaa ja yksittäiselle kalvolle on kiteytetty ***kaikkein olennaisin data*** nopeasti luettavaan muotoon. sijoittajadeckissä asioita voi taustoittaa laajemmin.
- **Priorisoi ja fokusoi deckin sisältöä yrityksesi vahvuuksista käsin.** Kun rakennat deckiä lavapitchausta varten, mieti aina, mitkä tässäkin mallipohjassa esitetyistä asioista ovat teidän liiketoimintanne kannalta oleellisimpia? Mitä tietoa on tärkeää korostaa kolmen (3) minuutin pitchauksessa? Millä erottaudutte muista? Millä vakuutatte sijoittajat?
- **Vetoa yleisöösi tunnetasolla.** Pitchauksen ja deckin tulee muodostaa ehjä ja puhutteleva tarina, jossa visuaaliset elementit ovat relevantteja ja kiinnittävät huomion sekä faktat ja luvut ovat ajan tasalla. Pitchaus on kuin tarina, joka kokoaa esimerkkeinä kokemuksia, tarinoita ja näkemyksiä. Kaiken keskiössä ovat tarkastelun kestävät numerot ja data.
- **Harjoittele, harjoittele ja harjoittele.** Sijoittajan vakuuttava pitchaus syntyy harjoittelemalla. Kun olet harjoitellut omaa pitchaustasi 100 kertaa, harjoittele seuraavaksi hissipuhetta myös yleisölle. Esimerkiksi Ski Lift Pitch –kasvuyhteisön järjestämissä Startup Ski Academyissä pääsee harjoittelemaan pitchaamista tuomariston ja yleisön edessä.
- **Valmistaudu huolellisesti pitchaustilanteeseen.** Suunnittele tarkkaan diakohtainen ajankäyttö ja varmista, että varaat riittävästi aikaa liiketoiminnan ja liiketoimintahyötyjen kuvaamiselle (esim. mitä ratkaisunne tarkoittaa euroina (€) asiakkaalle; yritykselle; omistajalle/sijoittajalle?)
- **Muista!** Sijoittaa kiinnostaa aina se, mitä tuotteenne tai palvelunne tarkoittaa rahassa!

Dia 1: Purpose of the Company

- **Pitch deckin ensimmäisen dian ja aloituslauseen tärkein tehtävä on kiinnittää yleisösi huomio ja vakuuttaa heidät ratkaisusi tärkeydestä.**
  - Tagline: konkretialähtöinen kiteytys yrityksen brändin ytimestä, luonteesta ja asemoitumisesta suhteessa kilpailijoihin. Vrt. esimerkiksi: Yrityksemme pelastaa maailman xx:llä tekemällä xx:ää ja saavuttaa sillä xx:n.
  - Hyvän taglinen tunnistaa siitä, että se on muistettava, helposti pidettävä ja relevantti teidän ratkaisullenne.
  - Testaa taglinea yleisölle, kerää palautetta ja kirkasta taglinea tarvittaessa.

- **Pitch deckin ensimmäisellä dialla sijoittajat haluavat kuulla konkretiaa yrityksenne visiosta ja missiosta.**
  - Miksi yrityksenne on olemassa? Miksi teidän tiiminne tekee tätä? Mistä teidän tarinanne alkaa?
  - Mikä on ongelma, jota ratkaisette ja miten sen teette?
  - Hookki: Mikä on se suuri mahdollisuus ja potentiaali, joka ratkaisuunne liittyy (myös €:ssa)?

- **Esitä yrityksenne purpose konkretialähtöisesti.**
  - Miksi juuri te olette se startup, johon sijoittajan tulisi sijoittaa?
  - Mikä tekee teidän ratkaisustanne tärkeän ja sijoituksellisesti kannattavan kohteen?
  - Jos vastuullisuus liittyy keskeisesti ydinliiketoimintaanne, tuo se heti alussa esille [ei kuitenkaan päälle liimattuna asiana].
  - Mietin, miten myyt visiosi sijoittajalle? Miten tuot konkreettisesti esille sijoituksen houkuttelevuuden?

Dia 2: Problem

- **Pitch deckin toisen dian tarkoituksena on kertoa ongelmasta, jota olette ratkaisemassa, mahdollisimman konkreettisesti tuoden samalla esille ongelman laajuuden.**
  - Hyödynnä statistiikkaa, dataa ja faktatietoa ongelmasta – kiteytä data visuaaliseen muotoon!
  - Tarinallista ongelma konkreettisesti: valitse datan rinnalle 1 samaistuttava, emotionaalinen, esimerkki.
  - Muista: sijoituspäätös pohjautuu validiin dataan, mutta mukana on usein myös ratkaisun tunnetason vaikuttavuus.

- **Ongelmaa kuvatessa keskiössä on asiakas.**
  - Tuo ongelmankuvauksessa esille – konkretialähtöisesti – asiakkaasi tarpeet.
  - Mitkä ovat ongelmaan liittyvät asiakaslähtöiset tarpeet? Mihin tietosi pohjautuu?
  - Mikä on oma suhteesi tähän ongelmaan? Miksi haluat ratkaista juuri tämän ongelman?

- **Panosta ongelmankuvaukseen!**

Dia 3: Solution; product or service

- **Pitch deckin kolmannella dialla tulee kuvata selkeästi yrityksenne tarjoaman ratkaisun, tuotteen tai palvelun keskeiset 1) hyödyt ja lisäarvo (€) asiakkaalle sekä 2) ominaisuudet. (Huom! Jos pystyt tuomaan konkreettisia nostoja esim. takaisinmaksuajasta, tässä kohtaa suullista pitchiä on hyvä tuoda ko. näkökulma esille).**
- **Pohdi huolellisesti: mitä lisäarvoa ratkaisunne tuo markkinaan?**
  - Onko ratkaisunne Nice-to-have vai Must-to-have? Huom! Sijoittajia kiinnostavat must-to-have –ratkaisut!
  - Esitä ratkaisunne hyötylisäarvo kohderyhmästä käsin konkreettinen hyöty edellä. Huom! Ominaisuudet ja yksityiskohdat voi täydentää myöhemmissä keskusteluissa tai laajemmalla sijoittajadeckillä.
  - Esittele ratkaisu/tuote/palvelu mahdollisimman yksinkertaisesti ja ylätasoisesti!
- **Hyödynnä lavalla: mallikappaletta ratkaisusta / videoinserttiä / havainnekuvaa tai maistiaista!**
  - Mieti tarkkaan, miten teet kompleksisesta asiasta niin yksinkertaisen, että maallikkokin tajuaa!
  - Muista: myöskään sijoittajat eivät useinkaan ole substanssiasiantuntijoita esim. lääketieteessä tai biotaloudessa.
- **Mikä tekee ratkaisusta/tuotteesta/palvelusta ainutlaatuisen suhteessa kilpailijoihin (kilpailuetu)?**
  - Kuvaa kilpailua: Mikä on ratkaisunne suhde kilpailijoihin?
  - Miten te erotutte kilpailijoista? Miten te **voitatte kilpailijat**?
  - Kuvaa tuote siten, ettei se ole ”jotain sellaista, mitä on jo olemassa”. Mikä on uutuusarvo? Ainutlaatuisuus?
- **Muista: yksinkertaista, yksinkertaista, yksinkertaista!**

Dia 4: Market

- **Pitch deckin neljännellä dialla kuvataan realistisesti markkina, johon ratkaisunne/ tuotteenne / palvelunne kiinnittyy.**
- **Pohdi huolellisesti: Mikä on markkina, jossa toimitte? Mikä on realistinen markkinan koko?**
  - Realistinen markkinaosuus: Mikä tavoittelemanne markkinaosuus tuotteellenne/palvelullenne?
    - TAM = Total Addressable Market
    - SAM = Serviceable Available Market
    - SOM = Share of Market (realistinen tavoittelemanne osuus SAM'sta)
  - Minkälaisten asiakkuuksien / asiakasprofiilien parissa bisnestä tehdään?
  - Minkälaisia toimijoita markkinassa tällä hetkellä toimii?
  - Mikä on ratkaisunne / tuotteenne / palvelunne **saavutettava markkina (SAM)?** Kuvaa tässä realistisesti se osuus, joka on ratkaisunne saavutettavissa koko x-markkinasta (TAM). Huom! Jos voit, laske markkinaosuutenne auki (vrt. 100 000 potentiaalista asiakasta, joka edustaa 5% koko markkinasta). Ratkaisunne niche?

- **Kuvaa tiiviisti: markkinaan liittyvät odotukset ja potentiaali?**
  - Trendit: mitä kasvavia trendejä markkinassanne on tunnistettavissa?
  - Millä tavalla teidän markkinanne voi myöhemmin laajentua (Future TAM / SAM / SOM)?

- **Visualisoi: Mikä on yrityksenne rooli ja asema arvoverkostossa?**
  - Millaisia toimija- ja asiakasprofiileja arvoverkostoon liittyy?
  - Mitä arvoa tuotte toimialalle ja markkinaan?
  - Onko markkina/toimiala fragmentoitunut vs. konsolidoitunut?
  - Huom! Vois tilannekohtaisesti hyödyntää esim. karttavisualisointia tai muuta vastaavaa.

Dia 5: Business Model

- **Pitch deckin viidennellä dialla kuvataan selkeästi yrityksenne liiketoimintamalli. Sijoittajia kiinnostaa kuulla se, miten aiotte tehdä lisää rahaa?**

- **Visualisoi selkeästi ansaintamalli**
  - Onko liiketoimintamallia testattu? Oletteko saavuttaneet konkreettisia tuloksia?
  - Visualisoi tulokset, kuten avainluvut ja saavutukset, nopeasti omaksuttavina kuvina ja kaavioina.

- **Onko liiketoimintamallinne skaalattavissa?**
  - Miten asemoidutte markkinaan suhteessa geografiaan, asiakkuuksiin jne.
  - Mitä markkinassa laajentuminen tarkoittaa rahassa?

- **Pohdi tarkkaan: rahan generointi (miten ja miten nopeasti)?**
  - Miten ratkaisuanne / tuotettanne / palveluanne myydään? Miksi myytte ratkaisuanne / tuotettanne / palveluanne tällä tavalla?
  - Ole myös valmis perustelemaan, kun sijoittaja haastaa sinut kysymällä myyttekö ratkaisuanne oikealla tavalla!
  - Mikä on tuoteportfolionne? Mitä kaikkea oikeastaan myytte? Mihin keskitytte?

- **Ansaintalogiikan aikajana**
  - Missä bisnes tapahtuu? Missä rahaa tehdään ensin? Millä aikavälillä ansaintamalli kehittyy ja miten?
  - Mikä tekee liiketoimintamallista skaalautuvan? Kuinka skaalautuminen tapahtuu (lineaarinen vai portaittainen)? Mitä toimenpiteitä ja missä ajassa vaatii, että skaalautuminen tapahtuu?
  - Visualisoi informaatio selkeästi ja nopeasti omaksuttavasti.

Dia 6: Results and future roadmap

- **Pitch deckin kuudennella dialla kiteytetään tähän asti saavuttamanne tulokset sekä kerrotaan, miten aiotte saavuttaa seuraavaksi tavoittelemanne tulokset markkinassa.**

- **Kerro tiiviisti jo saavuttamanne tulokset: mitä olette saavuttaneet?**
  - Kuvaa tässä relevanteimmat, esim. liikevaihto, asiakkuudet, R&D-tulokset, henkilöstö/tiimi jne.
  - Muista kuvata konkretian keinoin.

- **Visualisoi: Miten saavutatte asettamanne tavoitteet markkinassa?**
  - Miltä yrityksenne näyttää markkinassa 3/5/10 vuoden päästä? Millainen yrityksenne on tuolloin?
  - Millaisia saavutuksia ja päämääriä aikajanalle asettuu?
  - Mitkä ovat ”pullonkaulat” ja mitä tarvitaan, että ne ratkaistaan?
  - Kuvaa tavoitteet ja milestonet mahdollisimman yksinkertaisesti visuaalisessa muodossa.

- **Kerro: Miten saavutatte asiakkaat?**
  - Mikä on yrityksenne asiakashankinnan strategia? Mistä asiakkaanne löytyvät?
  - Mitä toimenpiteitä teidän tulee tehdä, että asiakkaat ostavat teiltä?
  - Mistä tiedätte, että saatte myytyä ratkaisun/tuotteen/palvelun asiakkaille?
  - Miten myytte tuotetta [inbound ja outbound]?
  - Mitkä ovat markkinakanavanne (jakelijat, markkinointi, oma suoramyynti, verkkokauppa etc.)

Dia 7: Team

- **Pitch deckin seitsemännellä dialla kuvataan tiimi ratkaisun/ tuotteen / palvelun takana. Tällä dialla on tärkeää tuoda selkeästi esille niin tiimin kuin mahdollisten advisorien osaaminen.**

- **Kerro selkeästi: Mikä tekee juuri tästä tiimistä parhaan?**
  - Kerro tiimin kompetensseista: liiketoimintaosaaminen; miten osaaminen ja kyvyt täydentävät toisiaan?
  - Millaista toimialatuntemusta tiimissä on?
  - Miksi juuri tämä tiimi on paras tälle yritykselle?
  - Millä tavalla diversiteetti on huomioitu tiimissä? Mitä diversiteetti merkitsee esim. tavoiteltuun kv-markkinaan skaalautuessa?
  - Mitä osaamista tiimiin tulee jatkossa rekrytoida?
  - Mainitse tässä myös Extended Board -/ Advisory –jäsenet? Mitä osaamista em. Henkilöt tuovat tiimiinne?

- **Kerro myös: omistusosuudet**
  - Miten omistusosuudet jakautuvat tiimissä?

- **Vinkki: jos haluat erottua eduksesi pitchauskisassa, visualisoi tiimin kuvaus!**
  - Hyödynnä visualisointia tiimin jäsenten taustojen ja osaamisen kuvaamisessa.
  - Mieti, miten voit jaotella selkeästi visuaalisessa muodossa esim. kaupallisen ja teknologisen osaamisen
  - Muista: pitchaukseen käytettävä aika on 3 min., joten dialla esiintuotavien asioiden on oltava nopeasti omaksuttavissa.

Dia 8: CtA & Sum up

- **Pitch deckin kahdeksannella dialla kerrotaan selkeästi, mitä haluat pitchauksen päätteeksi tapahtuvan.**

- **Kerro selkeästi: Mitä haluat sijoittajalta?**
  - Minkä verran olet keräämässä rahaa?
  - Mikä on valuaationne ja mihin valuaatio perustuu? Huom! Ole valmis perustelemaan valuaatioarviosi lukuina!
  - Mikä osuuden sijoittaja saa yrityksestä sijoittaessaan yritykseen?
  - Mitä aiotte tehdä rahalla? Mitä tavoitteita aiotte rahalla saavuttaa?

- **Kuvaa next stepit.**
  - Mitä haluatte tai odotatte sijoittajalta? Mitä tarpeita yrityksellänne / tiimillänne on?
  - Mitä on suunnitelmanne siitä eteenpäin, kun olette saaneet sijoittajan?

- **Muista: yleisösi muodostavat satoja caseja vuosittain kuulevat ammattisijoittajat!**
  - Millä tavalla testaat ja varmistat, että yleisösi on uskonut bisneksesi tarinan?
  - Sijoittaja on ihminen: millä tavalla pitch luo tunnetason yhteyden casesi ja sijoittajan välille?

- **Päätä pitch tavalla, joka palautuu yrityksesi tarinaan!**
  - Muista: pitch on tarina > klousaa pitchaus tunnetason samaistuttavaan kiteytykseen, kuten esimerkiksi:
    "Sijoita meihin xx € ja pelastetaan maailman lapset nälänhädältä ja tehdään samalla rahaa (= tämä on järkevä sijoitus)"
  - Mieti, millä tavalla loppulause kytkeytyy ongelmaan, jota olette ratkaisemassa ja ratkaisuun, jota olette tarjoamassa.

Muista!

- **Tässä mallipohjassa on käyty läpi osa-alueita, jotka tulisi käydä ilmi erinomaisessa lava-pitchauksessa.** Dioilla esitettyihin kysymyksiin ei tule vastata Q&A-periaatteella, vaan miettiä, miten tuot asiat ilmi sijoittajaa kiinnostavalla tavalla ja helposti omaksuttavasti.
- **Pitchaukseen käytettävä aika on vain kolme minuuttia.** Tästäkin johtuen kannustamme panostamaan pitch deckissä visuaalisuuteen, kaavioihin ja muihin luoviin keinoihin, joilla tiivistät dataa nopeasti silmäiltävään muotoon.
- **Valitse deckille vain keskeisin data ja kiinnitä huomiota yksityiskohtiin.** Mieti, miten yksityiskohtia, kuten fontin koko, tukevat suullista pitchaustasi? Onhan sijoittajan mahdollista lukea kaikki relevantiksi valitsemasi teksti dioilta? Jos deckin kokonaispituus on 10 diaa, per dia on aikaa käytettävissä keskimäärin 18 sekuntia. Onko dialla esitetty data omaksuttavissa 18 sekunnissa?
- **Pohdi pitchauksesi kokonaistarina.** Mieti ne samaistuttavat esimerkit ja kokemukset, jotka tukevat datalähtöistä deckiäsi. Miten emotionaalinen ulottuvuus kulkee mukana pitch deckin jokaisella dialla ja lavapitchauksen aikana?
- **Harjoittele, harjoittele ja harjoittele.** Lavapitchauksen lisäksi Tahko Ski Lift Pitch –kisassa top 20 startupia pitchaavat semifinaalivaiheessa hiihtohissä 3-minuuttia ilman pitch deckiä. Harjoittele siis suullinen pitchauksesi niin hyvin, että pärjäät myös ilman tukimateriaalia. Lisäksi roast-vaiheessa top 5 startupia pitchaavat 60 sekunnin pitchin lavalla ilman deckiä.
- **Sijoittajista muodostuva tuomaristo arvioi voittajaa valittaessa**: 1) ratkaisun sijoituksellista houkuttelevuutta, 2) markkinapotentiaalia, 3) kilpailuetua ja aitoa lisäarvoa, 4) yrityksen aiempia saavutuksia ja tuloksia, 5) tiimin kompetenssia sekä 6) sijoituksellista riskiä / potentiaalia. **Pohdi myös mitä kysymyksiä sijoittajat voivat esittää ja miten kysymyksiin vastaat.**
- **Harjoittele pitchaamaan englanniksi!** Tuomaristossa on kansainvälisiä sijoittajia, joten on tärkeää, että pitchaat Tahkolla englannin kielellä. Se ei haittaa, jos englannin kieli ei ole vielä sujuvaa – sitä vartehan Tahko Ski Lift Pitch on olemassa – että voimme yhdessä harjoitella ja onnistua kannustavassa ympäristössä!
- **Muista vielä**: Kaikkea pitchauksen sisältöä ei tule mahduttaa dioille. Pitch deck on suullisen pitchin tukimateriaali.

MENESTYSTÄ KISAAN!

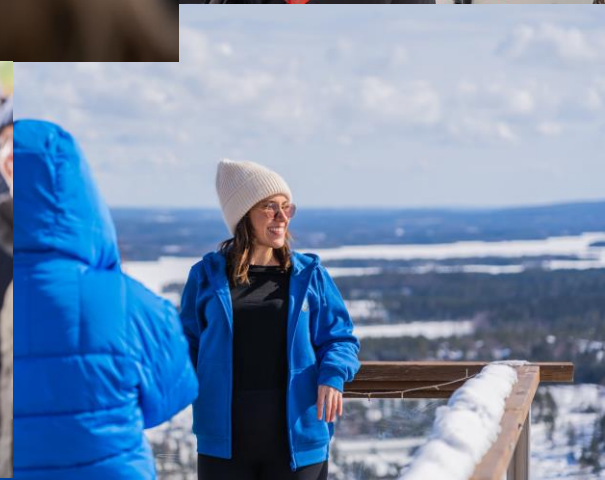
Aviation
Power Generation
Maritime
SIEMENS energy
ENERGIA
Baker Hughes
Solar Turbines

SKIFUT PITCH
WINNER 2022
10 000€

EVENT

75

74



SUPPORTED BY

Ski Lift Pitch Growth Community

UNIVERSITY OF EASTERN FINLAND

SAVONIA University of Applied Sciences

BUSINESS CENTER POHJOIS-SAVO • NORTH SAVO

KPY NOVAPOLIS

KPY

OSUMA

BUSINESS KUOPIO

SAVILAHTI KUOPIO FINLAND

SAVO VOCATIONAL COLLEGE

YSAO YLÄ-SAVON AMMATTIOPISTO

KUOPIO HEALTH

By Iisalmi WE DON'T EXPECT MIRACLES. WE MAKE THEM HAPPEN.

NAVITAS YRITYSPALVELUT

KUOPIO

PEEÄSSÄ

Tahko BREAK BY SOKOS HOTELS

Nostetta VENTURES

TAHKO.com TAHKON KESKUSVARAAMO

Talentree BUSINESS DESIGN

TAUSTAMARKKINAT BGMT

European Union European Regional Development Fund

Leverage from the EU 2014–2020

Pohjois-Savon liitto

KUOPION ALUEEN KAUPPAKAMARI

Tahko SKI LIFT PITCH