

《我是这样拿到风投的》

图书基本信息

《我是这样拿到风投的》

内容概要

《我是这样拿到风投的:和创业大师学写商业计划书(原书第2版)》编辑推荐：用强悍又善诱的商业计划书，把你的商业金点子转化成金子。作为创业成功的蓝本，这本新版的创业指南书为你提供诸多必要工具，教会你如何向投资者呈现你和你企业的价值，如何吸引关键人才，如何创办你的企业，如何打造你的企业具体而言，它包括：计划书中应该包含哪些内容？为什么？以谁为目标读者？如何获取启动资金？如何评估项目的机遇和风险？如何避开常见陷阱，避免金钱、时间和精力浪费？

《我是这样拿到风投的:和创业大师学写商业计划书(原书第2版)》由业内顶尖专家撰写，为你的商业筹划提供一站式智力服务，帮助你将商业理念转化为利润——最大的利润。

《我是这样拿到风投的》

作者简介

《我是这样拿到风投的》

书籍目录

前言

第1章 创业者创造未来

第2章 开始筹划前，问对问题

第3章 启动

第4章 行业：机会的变焦镜

第5章 公司及产品介绍：推销你的愿景

第6章 营销计划：赢得客户

第7章 营运与发展：如何执行

第8章 团队：成功的关键

第9章 重大风险和投资邀约

第10章 财务计划：用数字讲故事

第11章 结语

附录1 快速筛选练习

附录2 商业计划导航

附录3 PPT演示文件示例

《我是这样拿到风投的》

精彩短评

- 1、手把手教你如何写好商业计划书
- 2、大致的了解
- 3、说好要看一天书 你为什么睡了一整天
- 4、1
- 5、商业计划书，可能为创业者拿到风投，更重要的是帮助经营者理清思路。
- 6、创业必读，不是为了引入风投，也建议读下。重点了解了什么是商机、什么是点子。
- 7、商业计划书，不仅是为了拿到风投，更多的是为未来做规划。
- 8、My first book on business plans. It helps in getting a basic understanding on BP writing with a detailed Lazybones BP as example. Pity is that Lazybones was developing a relatively traditional business model.
- 9、案例虽旧，但是道理通用，看完这书顺便看了下京东、拉手、去哪儿的路演ppt，逻辑都差不多，重要的是理透自己（产品、行业、竞争对手），然后从现有材料中借鉴一些技巧
- 10、刚刚开始读，具体想法更新读书笔记
- 11、一本案例结合细节的商业计划书指南。与传统商学院案例不同的是，至少我们不必看那些庞然大物复杂的业务条线，也不必到处查报表和经济数据，就是一个很简单的学生创业企业慢慢的发展融资逐步连锁的过程描述。较多细节在本书有所披露，甚至拿着什么样的计划书、如何吸引投资人的细节都有详细的列表。总讨论世界xx强的有时候不如回归一下简单的业务模式分析，不一定高科技、牛人、神投的组合就能凑出一流企业，但放眼纯粹的业务或许会有新的发现~
- 12、提供了基本的bp规格和参考，初期做bp有帮助。
- 13、说明清晰，容易理解。
- 14、提纲挈领，了解大概。
- 15、梳理水平还是不错的
- 16、不错的启蒙。要是大学时候看过这个，很多作业都很好写了
- 17、工具性参考书，认同作者的观点，写出来的商业计划书都是过时的，不过确实是个整理思路的好方法。

1、《我是这样拿到风投的》的笔记-第1章 创业者创造未来

所谓创业，就意味着“增长”，增长是题中应有之义。创业者的目标常常包括企业扩张、长期价值的建立与累积和持久的资金流。创业的目标是创造一种强大的商业模式。这种模式必须盈利。你不可能永远收买客户，你也别指望因为你某次让客户占了便宜，你的客户就会永远忠诚于你。你要有让消费者真正信服的产品或服务，这样他们才会掏腰包去买。换句话说，你生产的产品和提供的服务要在质量、速度或者价格方面优于别人（更好、更低廉、更快捷）。要及早搞清楚你的产品或服务是否具有盈利的潜质，这点十分重要。你的企业在初期“成长迭代”（iteration of growth）中，要能够回答以下几个问题：客户所愿意为产品支付的钱是否足够保证公司盈利？客户会选择保持对你的忠诚还是会寻找更优价格？在公司初期要抓住客户需要花费多少钱？真正的竞争优势可以被总结为一个原则：“更好、更低廉、更快捷”。成功创业需要什么？第一步就是评估你想达到的长期目标。查克成功五角星知识、人脉、精力、信仰、激情。正如丹尼斯·金博罗所说，你要问问自己，“如果没人付钱给你，什么事情是你会不计回报去做的？”“蒂蒙斯创业要素模型”是评估一个商机最简单、最有效的方法。蒂蒙斯创业要素模型基础知识创办新企业的成功是由以下几个核心主题驱使的，这些主题贯穿着高度动态化的创业过程。

- 它是商机驱动型的。
- 它由一个创业发起人和一个创业团队驱动。
- 它是节约而又创造性地使用资源的。
- 它是上述三者间的“相合”，是它们之间的平衡。
- 它是集成型的，是有完整性的。
- 它是可持续发展的。

推动商业计划进程的最初因素并不是资金、策略、人脉、团队或商业计划书，而是商业机会。

第2章 开始筹划前，问对问题商业计划书的基础知识：将它视为一个过程，而不是目的商业计划书类型：

- 1.针对股权投资者或贷款人，简约为美（25-40页）。
- 2.操作计划书，主要针对创业者和整个团队，用于引导项目的筹备、启动和初期增长。最长（80页左右）
- 3.脱水型商业计划，目的是提供对于这个企业的基本概念，是对人员、机会及财务要求等方面情况的简明描述。最短（不超过10页）。

第3章 启动首先，你需要把当下的商业梦想用不超过25个词的一句话表述出来。故事模式：商业计划书做给谁看典型商业计划大纲：

- 1.目录
- 2.摘要
- 3.目录
- 4.行业、客户和竞争者分析
- 5.公司和产品介绍
- 6.营销计划书
- 7.营运计划书
- 8.发展计划书
- 9.团队
- 10.重大风险
- 11.投资邀约
- 12.财务计划书
- 13.附录摘要

大多包含以下几个方面的信息：商机描述、商业概念、行业概述、目标市场、竞争优势、经营模式和诱人的盈利模式、团队和投资邀约等。

第4章 行业：机会的变焦镜计划书中“行业”一节包括

- I.行业定义
- A.规模
- B.增长
- C.主要企业
- D.趋势
- II.部门
- A.定义
- B.所属部门
- C.规模、增长、主要企业
- D.趋势

风险资本家经常说，最打动他们的创业者走进办公室时不仅能依据人口统计、心理统计、行为特征等信息来介绍其客户，更能说出客户的地址、电话、邮箱信息。你了解哪些人是你的客户后，你可以判断什么原因能让他们产生购买产品的强烈动机、你的公司又该如何向他们销售（直销、零售、直邮、网络销售等）、获取和保持这些客源需要多少成本等。

竞争态势矩阵：呈现对手情况用量化数据（给它的出处做脚注）来描述行业、客户和竞争者。你越是严谨地描述论证你的公司将参与竞争的大环境，你越能明白该如何去竞争。

第5章 公司及产品介绍：推销你的愿景公司及产品介绍包括：公司简介、产品简介、竞争优势、入市战略、发展战略结合“竞争态势矩阵”，强调你的产品如何能符合客户价值主张：你的产品内含什么价值？能给客户带来什么附加值？计划书的目标是让对方清晰地了解：你将如何进入这一行业？如何在最初的几年中生存下来，只争朝夕地建设自己的客户群，完善自己的商业模式。

第6章 营销计划：赢得客户营销计划包括：目标市场战略、产品/服务战略、价格战略、分销战略、广告和推广、销售战略、销售和市场预测销售预测有两种方法，即比较法和累积法。

- 1>比较法根据其他公司的成绩建立销售预测模型，进而根据公司年龄、产品特征差异、广告和推销等支持服务以及其他因素做出调整。
- 2>累积法中，创业者明确所有的收入来源，并估算这家新创公司每天（或某个较短的时间周期内）每种收入类型的量

第7章 营运与发展：如何执行营运方案包括：营运战略、营运范围、日常营运记住，“现金流为王”！

第9章 重大风险和投资邀约重大风险：了解促进成功的关键动力商业计划书需要承认潜在风险的存在。首先你要鉴定这些风险，然后陈述自己针对这些风险准备的应急预案。一般而言，创业者寻求的资金数量应足够支撑公司12-18个月的营运。不管这个周期设定为多长，在你进行每一轮融资时，要确保该轮融资的资金足以实现一个价值创造的阶段性目标。

第10章 财务计划：用数字讲故事报表说明在每份报表前面填写一段说明，解释影响这些数据的主要驱动力。说明要有4个副标题：概述、损益表、现金流及资产负债表。切记直截

《我是这样拿到风投的》

了当、明明白白地阐明与你自称的竞争优势相关的开支。第11章 结语12页左右的PPT文件即可，内容需包含以下方面：· 封面页需包含产品图片、公司名称和联系人信息；· 对本次商业机会的描述，着重强调你希望解决的客户问题或客户需求；· 你公司的产品或服务品种，图示或阐述它们如何解决了客户的问题，需要时不妨增加细节，以便更好地呈现你的产品（服务）；· 竞争概述；· 你的入市和增长策略描述，说明你将如何使公司进入这个行业市场并取得增长；· 你公司的经营模式概述，说明你将如何盈利，以及你为实现销售所需支出的成本；· 团队介绍；· 公司发展年表和现今状况；· 总结，其中包括你需要多少资金，以及你将如何利用这些资金。

《我是这样拿到风投的》

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com