«Люди начинают говорить сложными словами, чтобы выглядеть умнее. Но тот, кто знает тему в совершенстве, всегда сможет объяснить сложные вещи простыми словами».

IR-кейс

Как украинцы изобрели свой бюджетный Bloomberg – TRData

Подготовлено :

Антон Пасечников,
Директор TRData Limited

Юлия Спорыш,
Директор по развитию бизнеса TRData Limited

Киев, Украина
2012

1.Информация о компании

Компания TRData Limited была основана в 2009 году двумя выпускниками (тогда еще студентами) Лондонской Школы бизнеса Сергеем Котляровым и Антоном Пасечниковым. TRData (ТРДата) – информационно-трейдинговая платформа для профессиональных трейдеров, брокеров и аналитиков. Ближайший аналог - терминалы Bloomberg Professional и Reuters Eikon для стран СНГ.

Материнская компания TRData зарегистрирована в Великобритании. В Украине сосредоточены продажа и разработка, поэтому де-факто основатели все же считают TRData украинской компанией. В коллективе всего 12 человек, которые распределены между отделами разработки и технической поддержки (самый многочисленный), сбора и анализа данных, маркетинга и работы с клиентами.

Клиенты TRData - крупнейшие банки, фонды и страховые компании Украины, России, Европы.

2.История проекта (ситуация)

В связи с финансовым кризисом 2008 г. даже большие банки США и Европы начали экономить. В Украине, России и Восточной Европе открылась новая рыночная ниша бюджетной финансовой информации.

Банкиры и торговцы ценными бумагами с трудом представляют свою жизнь без терминалов Bloomberg Professional и Reuters Eikon: в них все мировые рынки, «алмазные копи» информации. Примерно за $2000 в месяц. Что, если дать им меньше, но на порядок дешевле? Этим вопросом два украинца – Антон Пасечников и Сергей Котляров – задались еще студентами London Business School. Почти два года они работали над продуктом – терминалом, который назвали, как и совместную компанию, TRData.

Много ли банков, которые не могут позволить себе Bloomberg или Reuters? Анализ локального рынка (Украины), проведенный TRData, показал склонность финансовых институтов к оптимизации затрат, что дает преимущества для развития продаж нового терминала в Украине.

Еще один козырь украинской компании – в локализации. В Украине насчитывается около 100 терминалов Bloomberg, но локальный рынок в этой системе представлен плохо, а международный интересует далеко не все местные банки. Внесение минимальных изменений в продукт по желанию клиента в мире победившего проект-менеджмента и аутсорсинга требует тонн бумажной рутины, занимает месяцы и стоит немалых денег. TRData выгодно отличается от общего тренда – в компании готовы выполнять запросы клиента в режиме телефонного звонка или неформального e-mail, демонстрируя максимальную возможность гибкости и скорости реализации запросов клиентов (что не предоставляется лидерами рынка - Bloomberg и Reuters). Украинский рынок ценных бумаг - один из самых волатильных рынков в мире, успешность работы на таком рынке во многом определяется скоростью и качеством информационной поддержки работы

аналитиков, брокеров, казначеев банков и инвестиционных компаний. TRData реализовала коммуникации с клиентами в формате «партнерского клуба».

3.Проблематика

- Повышенный риск, связанный с недавним выходом компании на рынок;
- недостаточно высокий уровень финансовых достижений (продаж);
- низкий размер активов;
- невозможность привлечения инвесторов традиционными средствами.

4.Задача

Основная IR-задача на данном этапе развития:

- завоевать доверие целевой группы инвесторов;
- преодолеть негативные стереотипы в отношении Украины и украинских компаний посредством адресной информационной IR-кампании на специализированной площадке - бизнес-акселераторе;
- начинающей компании привлечь «умные деньги» – первоначальные инвестиции от ведущих бизнес-ангелов или венчурных фондов, стать заметной («выйти на экраны радаров») инвестиционных фондов, специализирующихся на инвестициях в IT-сферу.

5.Решение

К 2011 году создан инновационный инвестиционно-привлекательный продукт с высокой степенью гибкости - информационно-трейдинговая платформа TRData.

5.1. Европейский акселератор. Учитывая, что на данном этапе развития компания TRData не обладает значительными активами и не имеет своей инвестиционной истории, построение коммуникаций с инвесторами мы начали с Perceptionstudy. Анализ мнений инвестиционного сообщества о компании имел двойную цель: поиск партнера-инвестора и формирование клиентской базы.

С самого своего основания TRData очень внимательно относилась ко всем своим потенциальным инвесторам, поэтому, когда один из них рекомендовал Seedcamp (http://www.seedcamp.com), мы прислушались и подали заявку. Зарубежные стартап-конкурсы воспринимаются часто отечественными стартапами недостаточно серьезно — предприниматели хотят испытать судьбу своего проекта сначала на родине и верят в то, что смогут сразу найти инвестиции. На Украине наш проект со стороны инвесторов оказался недооценен.

5.2. Один из 4000. Основными IR-инструментами в решении данной задачи стали презентации для инвесторов и встречи в формате one-to-one. Цель презентации –

донесение инвестиционной идеи компании. Команда Seedcamp отобрала наш проект из 4000 других IT-проектов со всего мира. Тренировки по презентационным речам проходили весьма в динамичной форме: мы все представляли свои проекты друг другу и получали «ушат воды». На самом деле, довольно тяжело, когда другие люди говорят, что твоя речь — полный бред, а позиционирование продукта в корне неправильно. Но это помогает в дальнейшем. 7 дней сессий с менторами, семинаров, мастер-классов, лекций вместе с днем презентаций в самом конце. За всю эту неделю была предоставлена возможность встретиться с ведущими участниками рынка венчурных инвестиций в Европе.

5.3. Августовская презентация. Прежде всего была подготовлена специальная презентация компании и продукта для Seedcamp (с учетом особенностей стартап-инкубатора). 7 августа 2012 года участники Seedcamp собрались в Лондоне для личной презентации своих проектов. На этом этапе основная задача была максимально полно представить преимущества продукта и очертить перспективу его развития на других рынках.

«DemoDay» и «InvestorDay» — традиционная составляющая программ-акселераторов. Это мероприятия, в ходе которых команды представляют свои проекты потенциальным партнерам, инвесторам, прессе. Как правило, «DemoDay» и «InvestorDay» проводятся в завершении всей программы или в конце какого-либо важного этапа программы. Эти события освещаются в прессе. Так проекту предоставляется возможность громко заявить о себе.

Выступление было очень кратким и емким, вопросы, которые мы получили после него, прежде всего были связаны с возможностью масштабирования проекта и оценки емкости рынка в конкретном регионе. Презентацию проекта инвесторам осуществлял непосредственно учредитель проекта Антон Пасечников, который с задачей справился блестяще, и после раундов переговоров с менторами в формате one-to-one TRData стала одной из 4-х компаний-победительниц.

Особенности акселерационной программы Seedcamp:

- ограниченные по времени программы поддержки стартапов, которые часто запускаются на базе фондов, бизнес-инкубаторов, технопарков. На короткий срок команда проекта помещается в такие условия, которые позволяют форсированно создать проект или прототип проекта, достаточно сильный для выхода на рынок и получения инвестиций;
- программа работает циклами, которые продолжаются ограниченный период времени (от 3 до 6 месяцев), в одном цикле принимает участие ограниченное количество проектов;
- проекты представлены небольшими командами, которые имеют начальный прототип или оформленную концепцию. Проекты проходят сильную конкуренцию для участия (в программу попадают от 2 % до 6 % команд, подавших заявки);
- проектам выделяются pre-seed инвестиции, которые расходуются на обеспечение жизни команды и разработку прототипа. Как правило,

инвестиции предоставляются в обмен на небольшую долю в проекте для инвестора;

- акселераторы обеспечивают проектам сильную экспертную поддержку, обучение, связи с потенциальными партнерами, инвесторами, освещение проекта в СМИ;
- программа подразумевает интенсивную работу над проектом, участники работают над проектом full-time (частое требование многих программ — уйти с основной работы).

Два основных преимущества, которые дают акселераторы — менторство в различных формах, совмещенное с экспертизой и обучением, а также небольшие инвестиции (так называемый lifesupport для проекта).

Коммуникационные особенности акселерационных программ:

- **информационная поддержка:** акселераторы являются брендами, обладают связями и медийным влиянием, поэтому проекты получают широкое освещение в прессе еще на момент попадания в программу;
- **связи с инвесторами**: стартапы, работающие в акселерационных программах, изначально имеют больше внимания инвесторов. Это объясняется тем, что среди инвесторов акселераторы заработали хорошую репутацию. В акселераторы изначально попадают наиболее конкурентоспособные, сильные и перспективные проекты. Потенциально связи с инвесторами, которые получаются участники акселератора, повышают шансы на привлечение следующих раундов инвестиций.

6.Результаты

seedcamp

HOME ABOUT EVENTS INITIATIVES NETWORK COMPANIES RESOURCES

You are here: Home / Blog / Four New Companies Join the Seedcamp Family

Four New Companies Join the Seedcamp Family

August 16, 2012 By Carlos Eduardo Espinal — 0 Comments and 0 Reactions

Seedcamp Events in the past 3 months

3 months. 3 events in **Zagreb**, **New York** and **London**. Thousands of applications from over 65 countries. 60 passionate teams getting mentored. Hundreds of high quality **mentors** and 4 investments. These are the numbers that make Seedcamp stand out as the leading micro-seed investment and mentoring programme.

A recap of Seedcamp London

As always, a great calibre of entrepreneurs pitched their products to a very diverse pool of mentors – ranging from founders and product and marketing gurus, to institutional VCs and angel investors.

We opened the day with a unique masterclass hosted by **Saul Klein** and **Chris Riley**. They both shared their knowledge on the importance of storytelling, and Chris, who was the brain behind the brand strategies of Nike, Apple, and Twitter among many others, also gave insightful advice on how to engage the audience via narratives.

We have received some extraordinary feedback and wanted to share these comments as they capture the day:

TRData стала одной из 4 компаний-победительниц, получивших признание и поддержку инвесторов на Seedcamp 2012 в Лондоне. Всего организаторы конкурса обработали несколько тысяч анкет из 65 стран мира.

TRData - единственный start-up из финансового сектора, а также из Восточной Европы, который поддержат лучшие инвестфонды и частные инвесторы в 2012 году. Размер инвестиций - €50 000.

Seedcamp – своеобразный сертификат качества коммуникаций с потенциальными инвесторами и сильная школа «боевого мастерства» для стартаперов. Инвестиция европейского стартап-инкубатора Seedcamp помимо монетарной, имеет и немонетарную часть, выраженную в значительных льготах, бесплатных услугах, связях и консультациях, продвижении развивающихся компаний в среде венчурных инвесторов: прямой доступ к целевой инвесторской базе, подготовка к инвестиционным раундам, информационная кампания в специализированных информационных источниках, ориентированных на венчурных инвесторов IT-сектора. Seedcamp - модель поддержки бизнесов на ранней стадии, которая предполагает интенсивное развитие проекта в кратчайшие сроки. Для быстрого выхода на рынок проекту обеспечиваются инвестирование, инфраструктура, экспертная и информационная поддержка. Для инвестиций на начальных стадиях бизнес-акселераторы привлекают инвесторов, как частных, так и институциональных, а также могут частично сами выступать в роли фонда. Бизнес-акселераторы наиболее распространены как форма поддержки IT-стартапов - проектов в области современных технологий и коммуникаций.

7.Выводы и рекомендации

Далеко не все крупные компании готовы быть открытыми и прозрачными для инвесторов, чтобы говорить с ними «на одном языке». Принято считать, что IR-инструментарий применим только для публичных компаний, имеющих определенный уровень капитализации. Также принято считать, что при низкой ликвидности IR-программы имеют низкую эффективность.

А чтобы вы сказали о возможностях IR при отсутствии ликвидности? В основе нашего бизнеса лежит инновационность и нетрадиционность взглядов и бизнес-решений. Мы к традиционным решениям находим нестандартное применение.

Наша история коммуникаций показала: **эффективное использование IR-инструментария возможно и для инвестиционных проектов на самых ранних стадиях развития и является мощным инструментом привлечения инвестиций и продвижения в инвестиционной среде и для компаний уровня start-up.**