



PIKASTARTTI

DIGIALAAN

Liiketoimintaa digitaalisista tuotteista ja palveluista

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu 2012

PIKASTARTTI DIGIALAAN

Liiketoimintaa digitaalisista tuotteista ja palveluista

Julkaisija:

Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu

Digiregion-hanke

Joensuu

2012

ISBN: 978-952-275-038-9

Työryhmä:

Elina Hartikainen, Hannele Laine, Santeri Lanér,

Petri Piirainen, Tero Hyttinen

Kansi ja taitto:

Hannele Laine



SISÄLLYSLUETTELO

Tervetuloa kasvavalle digialalle!	4
1. Suo siellä ja vetelä täällä	5
Digialan edut	5
Digialan haasteet	7
2. Kuinka päästä alkuun?	9
Liiketoimintamallista liikkeelle	9
Ansaintamallilla matkaan	9
Mistä tukea?	10
Apua pääomasijoittajalta?	12
Verkot alueellisille vesille	13
3. Riskirahalla vai ei?	14
Totuus on tarua ihmeellisempää – totuuksia pääomasijoittajista	14
Mitä yrittäjän ei kannata sanoa pääomasijoittajalle	15
Mitä pääomasijoittaja sanoo ja kuinka tulkita sitä	17
Hyödyllisiä yhteystietoja	19

TERVETULOA KASVAVALLE DIGIALALLE!

Digiala, digibusiness tai digitaalinen sisältöliiketoiminta – toimialalle on monta nimittäjää, mutta ainakin yksi asia on varmaa – se kasvaa kohisten.

Digiala tarjoaa yritykselle lukemattomia mahdollisuuksia, mutta myös paljon haasteita. Tämän oppaan tarkoituksena on antaa sinulle tietoa ja vinkkejä, jotka auttavat matkalasi digibusinessiin. Oppaamme ei ole kaiken kattava, eikä digialalla sellaista ole mahdollistakaan laatia, niin moniulotteisesta liiketoiminnasta on kyse.

Digiregion-hanke toivottaa yrityksellesi menestystä matkalla kohti digialan huippua!

Digiala?

Yritys luetaan kuuluvaksi Digialaan, jos:

- a) sen tuotteet tai palvelut ovat sähköisessä muodossa
ja/tai
- b) tuotteiden ja palveluiden jakelukanavat ovat sähköisiä (internet, mobiiliverkot).

Liittyy seuraaviin toimialoihin:

- ohjelmisto- ja peliala
- AV-tuotanto
- tiedotus- ja kustannustoiminta
- viestintä ja markkinointi
- opetus ja koulutus.

Tuotteet voivat olla esimerkiksi:

- sovelluksia
- e-kirjoja
- pelejä
- sähköistä mediaa
- audiovisuaalista tuotantoa
- sähköisiä oppimisympäristöjä.

Palvelut voivat olla esimerkiksi:

- sosiaalista mediaa
- haku- ja markkinointipalveluita
- mobiilipalveluita
- pilvipalveluita.

Digialan yritysten määrä lasketaan useissa tuhansissa, mutta tarkkaa lukumäärää yrityksistä on vaikea arvioida alan fragmentoituneen luonteen vuoksi. Liikevaihdossa voidaan kuitenkin puhua miljardeista.

1. SUO SIELLÄ JA VETELÄ TÄÄLLÄ

Teknologisen kehityksen myötä digiala on kasvanut räjähdysmäisesti. Alan kasvuvauhtia on kiihdyttänyt laajakaistayhteyksien leviäminen sekä älypuhelin- ja tablettien yleistyminen osaksi arkipäivää. Tämä kehitys tarjoaa yrittäjille paljon uusia välineitä ja mahdollisuuksia.

DIGIALAN EDUT

Nopeat ja kustannustehokkaat jakelukanavat

Tuotteiden ja palveluiden digitaalinen jakelu on vaivatonta ja edullista. Useat valmiit jakelukanavat tarjoavat monipuolisen ja kustannustehokkaan alustan palveluiden markkinointiin ja myyntiin.

Monikanavaisuus

Yksi digitaalinen tuote tai palvelu voidaan myydä eri jakelukanavien kautta useille eri päätelaitteelle, kuten internetissä tietokoneille tai sovelluskaupoissa matkapuhelimille ja tableteille.

Skaalautuvuus

Digitaalisen tuotteen tuottaminen ja tarjoaminen skaalautuu joustavasti asiakaskunnan määrän mukaan; digitaalista jakelua voidaan kasvattaa helposti myynnin noustessa.

Mahdollisuus jatkuvaan tuotekehitykseen

Digitaalisia tuotteita ja -palveluita voidaan myydä jo niiden kehitysvaiheessa, jolloin asiakkaat voidaan ottaa mukaan tuotekehitykseen. Näin tuote tai palvelu voidaan kehittää suoraan asiakkaiden toiveiden mukaiseksi.



”Mieti miten erotut muista ja miten asiakkaat löytävät tuotteesi.”

Edulliset tuotantovälineet ja -kustannukset

Monet digibusineksessa tarvittavat välineet ovat saatavilla varsin edullisesti avoimen lähdekoodin- tai pilvipalveluohjelmistoina. Edulliset välineet auttavat pitämään tuotantokustannukset kurissa.

Markkinat nettiyhteyden päässä

Verkossa tuotteet ja palvelut ovat tavoitettavissa mistä tahansa ja milloin tahansa. Kansainväliset markkinat ovat verkkoyhteyden päässä.

Uudet ansainta- ja liiketoimintamallit

Sähköisten markkinoiden toimintamallit ovat usein hyvin erilaisia verrattuna perinteisiin liiketoiminta-aloihin – tämä tarjoaa mahdollisuuden täysin uudenlaisten konseptien innovointiin.

Sähköinen markkinointi

Digitaaliset tuotteet ja -palvelut markkinoidaan usein sähköisesti. Esimerkiksi hakukoneet, sosiaaliset mediat ja verkkokaupat tarjoavat kustannustehokkaita ja tarkasti kohdennettuja markkinointikanavia.

Vanhojen toimijoiden haastaminen

Digiaikaan siirtyminen käy monelta perinteiseltä alalta hitaasti. Tämä tarjoaa uusille digialan start-upeille erinomaisen tilaisuuden mullistaa perinteisiä aloja ja haastaa vanhoja toimijoita.

DIGIALAN HAASTEET

Digialalla on myös omat erityiset haasteensa, joihin vastaaminen on menestyksen edellytys. Ainakin seuraavassa kerrotut tekijät on syytä ottaa huolelliseen pohdintaan. Vanha sanonta ”ei vara venettä kaada” olkoon ohjenuorana digiallakin.

Erottautuminen

Digitaalisten tuotteiden ja palveluiden kirjo on jo valtava. Menestyminen edellyttää markkinoilla erottautumista. Esimerkiksi innovatiivisuus, vahva brändäys, luova markkinointi ja käyttäjäyhteisön luonti voivat nostaa palvelut ja tuotteet massasta.

Kasvu ja skaalautuminen

Digitaalinen tuote tai -palvelu on usein helppo monistaa käyttäjämäärän kasvaessa. Skaalautumisen haasteet tulevat usein itse tuotanto-organisaation kasvattamisessa. Oman toiminnan kasvattamisen sijaan voi vastaus löytyä ulkoistamisesta ja kumppanuuksien solmimisesta.

Tuottavuus ilmaispalveluiden maailmassa

Vaikka oma tuote tai palvelu olisikin erinomainen ja sille riittäisi kysyntää, ei digibusineksen tuottavuus ole aina itsestään selvää – yhä useampi tuote ja palvelu on saatavissa täysin tai lähes ilmaiseksi. Kannattavan ansaintalogiikan kehittäminen on avainasemassa menestykselliseen digiliiketoimintaan.

Suojautuminen kopioinnilta

Sekä digitaaliset tuotteet että palvelukonseptit ovat suhteellisen helposti kopioitavissa. Suojautumiskeinoina toimivat mm. tekijänoikeudet, patentit, digitaaliset kopiointin estot sekä vahvan brändin luominen.



”Etsi tuotteellesi jo aikaisessa vaiheessa pilottiasiakas ja kuuntele palautetta.”

Investointi tuotantovälineisiin

Joillakin aloilla – kuten esim. audiovisuaalisessa tuotannossa digitaaliset tuotantovälineet voivat vaatia tuntuvia investointeja.

Oman paikan löytäminen ekosysteemissä

Oman ”ekologisen lokeron” löytäminen on elintärkeää. Miten oma tuote tai palvelu istuu olemassa olevaan tarjontaan? Mitä strategisia kumppanuuksia ja synergiaetuja on löydettävissä? Miten pärjätä suurten toimijoiden keskellä?

Rahoittajien vakuuttaminen

Vaikka yksityiset ja julkiset rahoittajat ovat jo pitkään tukenneet digialaa, voi haasteena olla rahoittajien vakuuttaminen. Kuinka heidät saadaan ymmärtämään liiketoimintaidean kannattavuus ja siihen liittyvä teknologia.

Sopimukset rahoittajien ja kumppaneiden kanssa

Alkavan yrityksen tulee hankkia mahdollisimman paljon apua yksityisen rahoittajan tai alihankkijan kanssa tehtäviin sopimuksiin. On ikävää huomata muutaman vuoden jälkeen, että suurin osa menestyvän tuotteen tai palvelun tuloista päättyy jonkun toisen taskuun. Epäedullisista sopimuksista voi olla jopa mahdotonta päästä irti.

Nopeasti muuttuva toimiala

Digiala uusiutuu nopeasti sekä teknologian että alan toimintalogiikan osalta. Palvelut ja tuotteet voivat vanhentua lähes yhdessä yössä. Ala vaatii kehitystrendien jatkuvaa seurantaa ja muutosvalmiutta.



”Ulkoista kaikki muu paitsi ydinosaaminen – keskity omaan ydinbisnekseesi ja erityisosaamiseesi.”

2. KUINKA PÄÄSTÄ ALKUUN?

LIIKETOIMINTAMALLISTA LIIKKEELLE

Digibusiness voi olla sisällöltään monenlaista. Liiketoimintamallin kannalta on olennaista se, miten digitaalinen sisältö tuotetaan ja miten sitä käsitellään. Toimintamallin perusta voi olla esimerkiksi yksi tai useampi seuraavista:

- 1. Tuotetaan uutta digitaalista sisältöä.**
audiovisuaalinen tuotanto, pelit ja viihde, infoportaalit
- 2. Asiakkaat kokoavat tai luovat uutta sisältöä.**
yhteisölliset uutis-, tiedonhaku- ja videopalvelut, sosiaaliset verkkopalvelut
- 3. Jaetaan olemassa olevaa sisältöä uudella tavalla.**
internet ja mobiilisovellukset musiikin, elokuvien, sähkökirjojen jakeluun
- 4. Kootaan ja jaetaan olemassa olevaa tietoa.**
karttapalvelut ja hintavertailupalvelut

ANSAINNAMALLILLA MATKAAN

Digialan ansaintamallit eroavat usein huomattavasti perinteisempien alojen toimintatavoista. Ansaintamallien soveltuvuus riippuu mm. digitaalisen tuotteen tai palvelun luonteesta ja kohderyhmästä. Joitakin yleisimmin käytettyjä malleja ovat:

- kertaveloitus pääsystä sisältöön
- sisällön käyttöaikaan sidottu veloitus

”Tee kunnon liiketoimintasuunnitelma ja budjetointi! Ne ovat tarpeen myös digibisneksessä.”

- sisällön jakamisesta tai välittämisestä peritty proviisio
- mainosrahoitteisuus
- freemium (perustuotteen tarjoaminen ilmaiseksi, lisäarvopalveluiden myynti)
- käyttäjien tuottaman tai käyttäjiä koskevan tiedon myynti kolmannelle osapuolelle.

MISTÄ TUKEA?

Liikeidea kannattaa jo melko varhaisessa vaiheessa käydä esittelemässä julkisille tukitahoille. Eri tahojen asiantuntijoilta saa rakentavia kommentteja koskien yritys- ja tuotekonseptia, neuvoja miten edetä liiketoiminnan käynnistämässä sekä monesti myös taloudellista tukea. On kuitenkin hyvä muistaa, että tukiorganisaatioiden asiantuntijat toimivat usein monen alan yleisosaajina. Haasteena on esittää oma liiketoimintakonsepti ymmärrettävästi ja vakuuttavasti yleisillä liiketoimintakäsitteillä. Keskusteluissa saatat itse olla paras digialan asiantuntija.

Tukitahojen kontaktoinnissa ei ole tarve noudattaa erityistä järjestystä. Kannattaa olla enemmän yhteydessä ”liian moneen kuin liian harvaan”. Säännöllinen yhteydenpito eri tahoihin on järkevää, sillä liiketoiminnan eri kehitysvaiheissa voi olla tarjolla eri tukimuotoja.

Huomaa!

Muista myös selvittää tukitahojen päällekkäisyys ja niihin liittyvä lainsäädäntö. Monesti tukimuotoja on tarjolla useita, mutta niiden samanaikaista hyödyntämistä rajoittaa lainsäädäntö.

Asiantuntijoiden antamista kommenteista, neuvoista ja tukimuodoista kannatta tehdä itselle yhteenvedo.

Parhaimmillaan valitsemastasi tukitahosta voi muodostua pitkäaikainen mentori liiketoimintasi kasvuun ja kehitykseen!

VALMISTAUDU TAPAAMISEEN HUOLELLA:

- Tee alustava liiketoimintasuunnitelma, jossa keskityt erityisesti talouslukuihin; mitä mikäkin maksaa ja paljonko tuottaa.
- Etsi esimerkkejä vastaavasta tuottavasta liiketoiminnasta.
- Selvitä itsellesi miten digiala eroaa teollisesta liiketoimintamallista. Opettele vastaamaan esimerkiksi sellaisiin kysymyksiin kuin: *”Miten ilmaisella tuotteella tai palvelulla voi ansaita?”* tai *”Miten tuotteesi tai palvelusi pääsee kansainvälisille markkinoille?”*

PAIKAN PÄÄLLÄ:

- Esittele ideasi selkeästi.
- Käytä toiminta- ja ansaintalogiikasta yleisesti tunnettuja yritysesimerkkejä kuten Google, Facebook, Twitter jne.
- Pyydä kommentteja ja ole valmis kuulemaan myös liikeideasi heikkoudet!
- Selvitä kyseisen organisaation tukimuodot: Miten he voivat auttaa liiketoiminnan kehittämisessä?
- Kysy yleisiä neuvoja: Miten liikeideaasi voisi parhaiten edistää? Minne muualle kannattaisi olla yhteydessä tai verkostoitua?

SUOSITELTAVIA TUKITAHOJA (POHJOIS-KARJALASSA)

- paikallisten kehittämissyhtiöiden yritysneuvonta (Josek, Pikes, Ketii)
- Joensuun Tiedepuiston yrityshautomo
- Pohjois-Karjalan Uusyrityskeskus (yritysneuvonta, erityisesti liiketoimintasuunnitelman teko)
- ELY-keskus (yritysneuvonta, teknologia-asiantuntijat ja yritystuet)
- Tekes (yritysrahoitus mm. tutkimus- ja kehitystoimintaan sekä nuorille innovatiivisille yrityksille).

APUA PÄÄOMASIOITTAJALTA?

Julkisen tuen lisäksi yritys voi hakea rahoitusta pääomasijoittajilta. Tämä rahoitusmuoto sopii parhaiten yritykselle, joilla on selkeät mahdollisuudet kasvuun ja toimintaan sitoutunut johto. Rahoitusta vastaan yrityksen on oltava valmis antamaan pääomasijoittajalle omistusosuus yhtiöstä. Tämä voi tarkoittaa alkuperäisten omistajien suhteellisen omistusosuuden kaventumista, mutta yrityksen arvon noustessa voi osuus olla tulevaisuudessa paljon suurempi.

Pääomasijoittajaan kannattaa olla yhteydessä heti kun tuotteen tai palvelun ensimmäinen versio on valmis. Yrityksen on tärkeää julkaista jotakin myytävää mahdollisimman nopeasti (vaikka kysessä ei olisi ns. ykköstuote), sillä se saa yrityksen näyttämään paremmalta myös pääomasijoittajan silmissä. Pääomasijoittajan saamiseen voi kulua varsinkin aloittavalta yritykseltä paljon aikaa. Mikäli tavoittelee yritykselleen pääomasijoitusta on syytä varautua maksamaan yrityksen alkuvaiheen kehitys jotakin muuta kautta.

VERKOT ALUEELLISILLE VESILLE

Ei kannata unohtaa samalla alueella toimivia yrittäjiä ja yrityksiä, sillä he voivat tukea merkittävästi oman liiketoiminnan kehittämistä. Parhaimmillaan voi löytää muita saman sektorin yrittäjiä, jotka ovat saaneet oman liiketoimintakonseptinsa menestymään ja joilta voi saada arvokkaita neuvoja oman toimintaan. Samalla on mahdollista voi muodostaa hyödyllisiä kumppanuus- ja alihankintaverkostoja.

Kannattaa myös seurata ilmoittelua paikallisissa viestimissä. Useat organisaatiot järjestävät alaan liittyviä koulutuksia ja tapahtumia, jotka toimivat erinomaisina verkostoitumistilaisuuksina.

SUOSITELTAVIA ALUEELLISIA VERKOSTOJA:

- Itä-Suomen pelintekijät
- Joensuu Entrepreneurship Society
- Joensuun Nuorkauppakamari ry
- Pohjois-Karjalan Kauppakamari
- Pohjois-Karjalan Yrittäjät ry.



”Etsi itsellesi ’yrityskummi’
– kokenut taho, jolta voi
kysyä neuvoa tyhmiinkin
kysymyksiin.”

3. RISKIRAHALLA VAI EI?

Pääomasijoittaminen tarkoittaa sitä, että joku sijoittaa rahaa vielä julkisesti noteeraamattomaan yritykseen. Tuolloin yrityksellä katsotaan olevan hyvät mahdollisuudet kehittyä tulevaisuudessa, yrityksen tuote tai palvelu on kilpailukykyinen ja sen johto toimintaan sitoutunutta. Pääomasijoittaja ei ole yrityksen pysyvä omistaja vaan tavoitteena on, että sijoittaja irtautuu yrityksestä sovitun suunnitelman mukaisesti. Rahoituksen lisäksi pääomasijoittaja tuo yritykselle lisää uskottavuutta ja auttaa yrityksen liiketoiminnan kehittämässä.

Sijoitukset voivat olla pääomanehtoisia tai välirahoituksen muodossa. Tavoitteena on, että alkava yritys saa lisäarvon myötä yritykselleen arvonnousua. Siinä vaiheessa, kun yritys irtautuu pääomasijoittajasta arvioidaan sijoituksen aikana tapahtunut arvonnousu, joka siirtyy pääomasijoittajalle. Rahoituksen muodot voivat olla esimerkiksi osakesijoituksia ja vaihtovelkakirjalainoja.

TOTUUS ON TARUA IHMEELLISEMPÄÄ – TOTUUKSIA PÄÄOMASIOITTAJISTA

Pääomasijoittajan sekä yrittäjän välinen keskustelu eroaa esimerkiksi ostajan ja myyjän välisestä keskustelusta siinä, että pääomasijoittaja ei halua sanoa ”ei” kun taas yrittäjä luonnostaan haluaa kuulla ”kyllä”. Tämä lähtökohta johtaa usein varsin mielenkiintoisiin sanontoihin sekä puolin että tosin. Kun pääomasijoittaja sanoo ”ei”, on se usein yrittäjän mielestä ”ehkä”.

Seuraaviin kappaleisiin on koottu ohjeita kuinka toimia pääomasijoittajan kanssa. Ohjeet perustuvat maineikkaan

piilaaksolaisen pääomasijoittaja Guy Kawasakin blogissaan julkaisemiin arittikeleihin *"The Top Ten Lies of Venture Capitalists"*¹ sekä *"The Top Ten Lies of Entrepreneurs"*².

MITÄ YRITTÄJÄN EI KANNATA SANOA PÄÄOMASIOITTAJALLE

"Arviomme ovat varovaisia."

Yrittäjän arviot eivät ole koskaan varovaisia. Käytännössä kannattaa lisätä vuosi uuden tuotteen julkaisuaikatauluun sekä budjettiin vähintään 10%.

"Markkinatutkimuksen mukaan osuutemme tulee olemaan 50 milj. euroa vuonna 2013"

Pääomasijoittajat eivät usko markkinatutkimuksiin. Älä tuhlaa aikaa markkinatutkimusdataan vaan käytä tämäkin aika tuotteen myyntiin.

"Saamme ison tilauksen huippufirmalta ensi viikolla"

Kauppa on valmis vasta kun rahat ovat kassassa.

"Alan huippuammattilaiset ovat valmiita hyppäämään tiimiin rahoituksen varmistuttua"

Jos haluat vakuuttaa pääomasijoittajan esittelemällä hänelle nimekkään tiimin, tulee sinulla olla nämä henkilöt palkattuna ennen kuin aloitat keskustelut pääomasijoittajan kanssa. Pääomasijoittaja saa halutessaan selville ovatko nimeämäsi henkilöt todellisuudessa tulossa mukaan vai ei.

"Kukaan ei tee mitä me teemme."

Jos kukaan ei ole kehittänyt ideastasi businesta, voiko siinä todella menestyä?

1 http://blog.guykawasaki.com/2006/01/the_top_ten_lie.html

2 http://blog.guykawasaki.com/2006/01/the_top_ten_lie_1.html

”Kukaan ei osaa sitä mitä me teemme.”

Oletko todellakin ainoa, joka pystyy tekemään mitä lupaat?

”Useat pääomasijoittajat ovat kiinnostuneita yrityksestämme.”

”Älä pelaa venäläistä rulettia konepistoolilla” – Pääomasijoittajat eivät kilpaile keskenään, joten pelottelu ei auta.

”Oracle on liian suuri, kömpelö tai hidas ollakseen uhka meille”

Oraclen Larry Ellisonilla on oma lentokone ja hän voi halutesaan pitää kotikenttäänsä auki vuorokauden ympäri. Kuinka luulet olevasi Larrya nopeampi, kun jonotat halpalentoyhtiön check-in jonossa? Suuryritysten kanssa kilpailu on vaikeaa. Tämän kaltainen mahtailu saa sinut näyttämään pääomasijoittajan silmissä typerältä.

”Meillä on tunnustettu johtotiimi.”

Kesätyö tai harjoittelu nimekkäässä yrityksessä (vrt. Fortune 500) ei tarkoita vielä vahvaa kokemusta alalta pääomasijoittajan mielestä. Pääomasijoittaja kannattaa sen sijaan vakuuttaa sanomalla: tietävänsä kaiken oleellisen alasta, olemalla valmis tekemään kaikkensa yrityksen menestyksen eteen, hankkimalla mukaan kokeneita johtajia ja mentoreita tai lupaamalla astua syrjään tarpeen vaatiessa.

”Patentit tekevät tuotteistamme suojattuja.”

Pääomasijoittajalle riittää kun mainitsee esityksen aluksi, että liikeidean immateriaalioikeudet ovat kunnossa. Karu totuus on, että sinulla ei tule olemaan aikaa tai rahaa taistella suuryrityksiä vastaan oikeudessa.

“Tarvitsemme vain 1% markkinoista.”

Ennustuksilla ei ole mitään käytännön merkitystä liike-elämässä. Älä tuhlaa omaa tai pääomasijoittajan aikaa tulevaisuuden povaamiseen.

MITÄ PÄÄOMASIOITTAJA SANOO JA KUINKA TULKITA SITÄ

“Pidin yrityksestäsi, mutta partnerini eivät”

Tarkoittaa EI. Pääomasijoittaja haluaa aina antaa hyvän mielikuvan itsestään henkilönä. Jos hän haluaisi todella sijoittaa yritykseesi, hän tekisi sen.

“Jos pärjää, me tulemme mukaan”

Tarkoittaa EI. Suomeksi tämä tarkoittaa, että pääomasijoittaja ei usko liikeideaasi, mutta haluaa pitää oven auki, jos satut yllättäen menestymään.

“Jos nappaat ison kalan, me olemme mukana!”

Tarkoittaa EI. Mutta jos saat merkittävän yrityksen asiakkaaksi, tilannetta voidaan katsoa uudestaan.

“Sijoitamme tiimiisi.”

Tarkoittaa suomeksi “Sijoitamme tiimiisi vain niin kauan kun yritykselläsi menee hyvin”. Huomioi, että sijoitus koskee yritystäsi, ei sinua, joten huonona päivänä voit joutua lähtemään yhdellä puhelinsoitolla.

“Olen aina käytettävissänne.”

Pääomasijoittaja on kymmenen yrityksen hallituksessa. Pyri pitämään yrityksesi hallituksen kokoukset lyhyenä, jotta saat suurimman hyödyn siitä kahdesta tunnista, joka pääomasijoittajalla on varattuna yrityksellesi.

”Tämä sopimus on peruskauraa (vanilla term sheet)”

Sellaista sopimusta ei ole olemassa kuin ”vanilla term sheet”. Miksi hyvä lakifirma laskuttaisi yritystäsi 250 euroa tunnista tavallisen sopimuksen takia?

”Avaamme sinulle ovet asiakasyrityksiimme.”

Tuotteesi avaa ovia, ei pääomasijoittaja.

”Rahoitamme mielellämme jo alkuvaiheessa olevia yrityksiä.”

Jokaisen teknologia-alan pääomasijoittajan päiväuni on MIT:stä valmistunut startup-tiimi. Kuitenkin kokeneet tiimit saavat helpoiten suuret sijoitukset.



”Älä lannistu kriittisestä palautteesta – käy palaute läpi ja tarkista ovatko omat suunnitelmasi oikeasti realistisia?”

HYÖDYLLISIÄ YHTEYSTIETOJA

TUKIORGANISAATIOT POHJOIS-KARJALASSA

Joensuun Seudun Kehittämissyhtiö JOSEK Oy

Länsikatu 15, 80110 Joensuu

p. 020 721 8770

<http://www.josek.fi>

Joensuun Tiedepuisto

Länsikatu 15, 80110 Joensuu

Vaihde: 013 267 7110

<http://www.carelian.fi>

Yrityshautomo:

http://www.carelian.fi/liiketoiminnan_kehittaminen/yrityshautomo

Keski-Karjalan Kehitysyhtiö Oy KETI

Kiteentie 13 A, 82500 Kitee

p. 050 502 0367

<http://www.keti.fi>

Pielisen Karjalan Kehittämiskeskus Oy PIKES

Lieksa:

Moisionkatu 1, 81700 Lieksa

Nurmes:

Karjalankatu 12 A, 75500 Nurmes

Valtimo:

Kuntalaisten Talo, Kunnantie 1, 75700 Valtimo

p. 040 10 459 30

<http://www.pikes.fi>

Pohjois-Karjalan ELY-keskus

Asiakaspalvelu:

Kauppakatu 40 B, 80100 Joensuu

Vaihde: 0295 026 000

[http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/
pohjoiskarjalanely/Sivut/default.aspx](http://www.ely-keskus.fi/fi/ELYkeskukset/pohjoiskarjalanely/Sivut/default.aspx)

Yritystoiminta:

[http://www.ely-keskus.fi/FI/
ELYKESKUKSET/POHJOISKARJALANELY/
YRITYSTOIMINTATEKNOLOGIAJAINNOVAATIOT/Sivut/
default.aspx](http://www.ely-keskus.fi/FI/ELYKESKUKSET/POHJOISKARJALANELY/YRITYSTOIMINTATEKNOLOGIAJAINNOVAATIOT/Sivut/default.aspx)

Pohjois-Karjalan Uusyrityskeskus ry.

Länsikatu 15, 80110 Joensuu

<http://pohjois-karjala.uusyrityskeskus.fi>

Tekes

Vaihde: 029 50 55000

<http://www.tekes.fi>

ELY-keskukset tarjoavat Tekesin palveluja osana Tekesin verkostoa:

Pohjois-Karjalan ELY-keskus

Innovaatiot ja kansainvälistyvä liiketoiminta

PL 69 (Kauppakatu 40 B) 80101 Joensuu

p. 029 50 26000

PÄÄOMASIJOTUS

Finnvera

Joensuun-aluekonttori

Torikatu 9 A

80100 Joensuu

<http://www.finnvera.fi/>

FVCA- Suomen pääomasijoitusyhdistys ry

<http://www.fvca.fi/>

ALUEELLISET VERKOSTOT POHJOIS-KARJALASSA

Itä-Suomen pelintekijät

<http://www.facebook.com/pelintekijat>

Joensuu Entrepreneurship Society

<http://joensuues.fi>

Joensuun Nuorkauppakamari ry

PL 64, 80101 Joensuu

<http://www.jcjoensuu.fi>

Pohjois-Karjalan Kauppakamari

Torikatu 21 C, 80100 Joensuu

p. 010 423 2350

<http://nk.champer.fi>

Pohjois-Karjalan Yrittäjät ry

Linnunlahdentie 2, 80110 Joensuu

<http://www.pkyrittajat.fi>