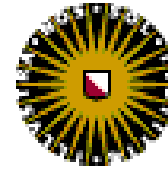




Silicon Polder Fund



Universiteit Utrecht

Institute of Information and Computing Sciences

Guest lecture

Financing Software Startup's

Utrecht, October 19th , 2011
Drs. W.E. van den Brandt



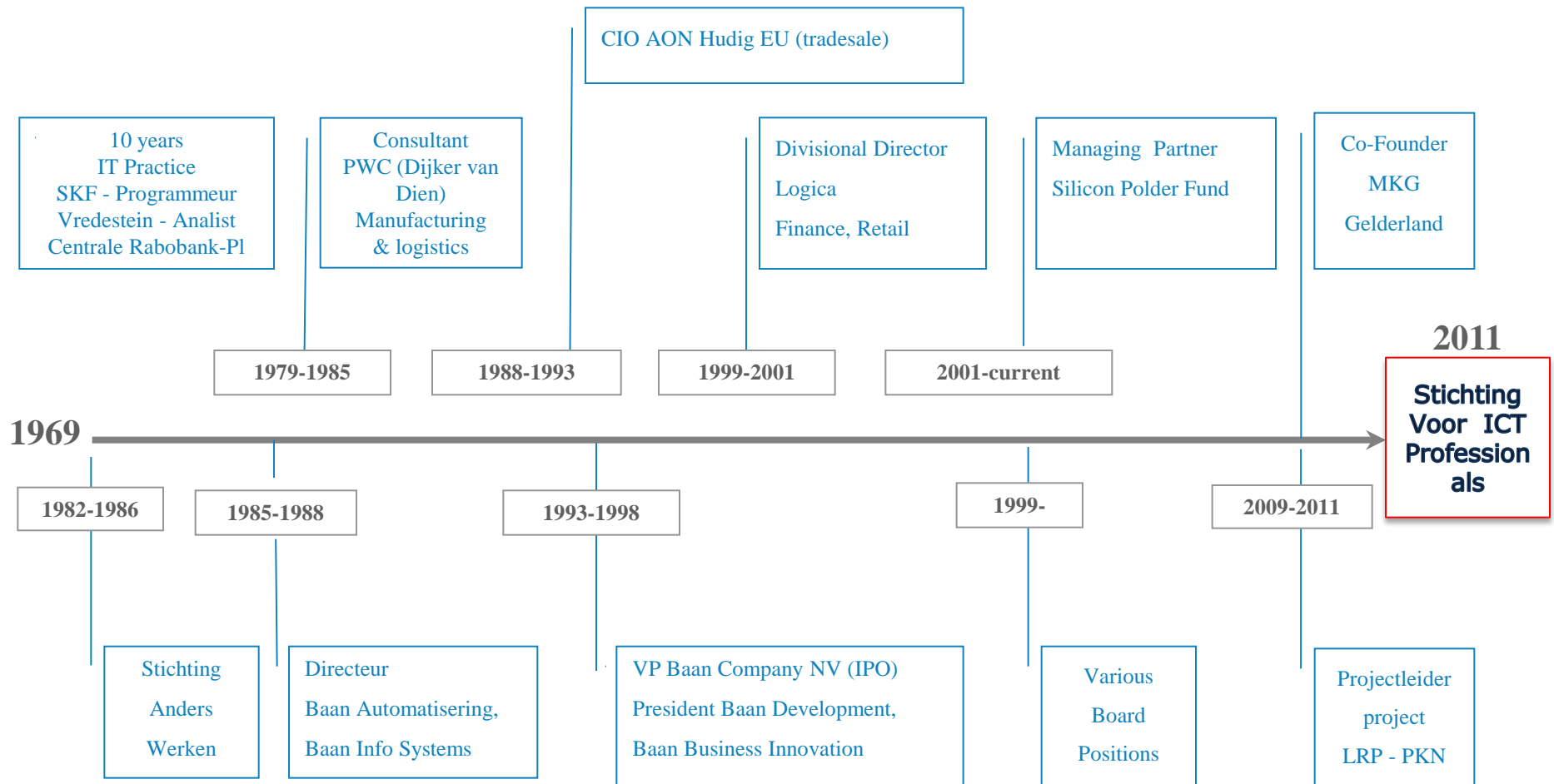
SPF

Program guest lecture

- **Introduction**
- When is external financing desirable?
- The financing process, involved parties
- Justification of the financing needs
- Value estimation and scenarios
- Questions; tips & tricks
- Summary



drs. W.E. (Wim) van den Brandt (1948)



Introduction Silicon Polder Fund

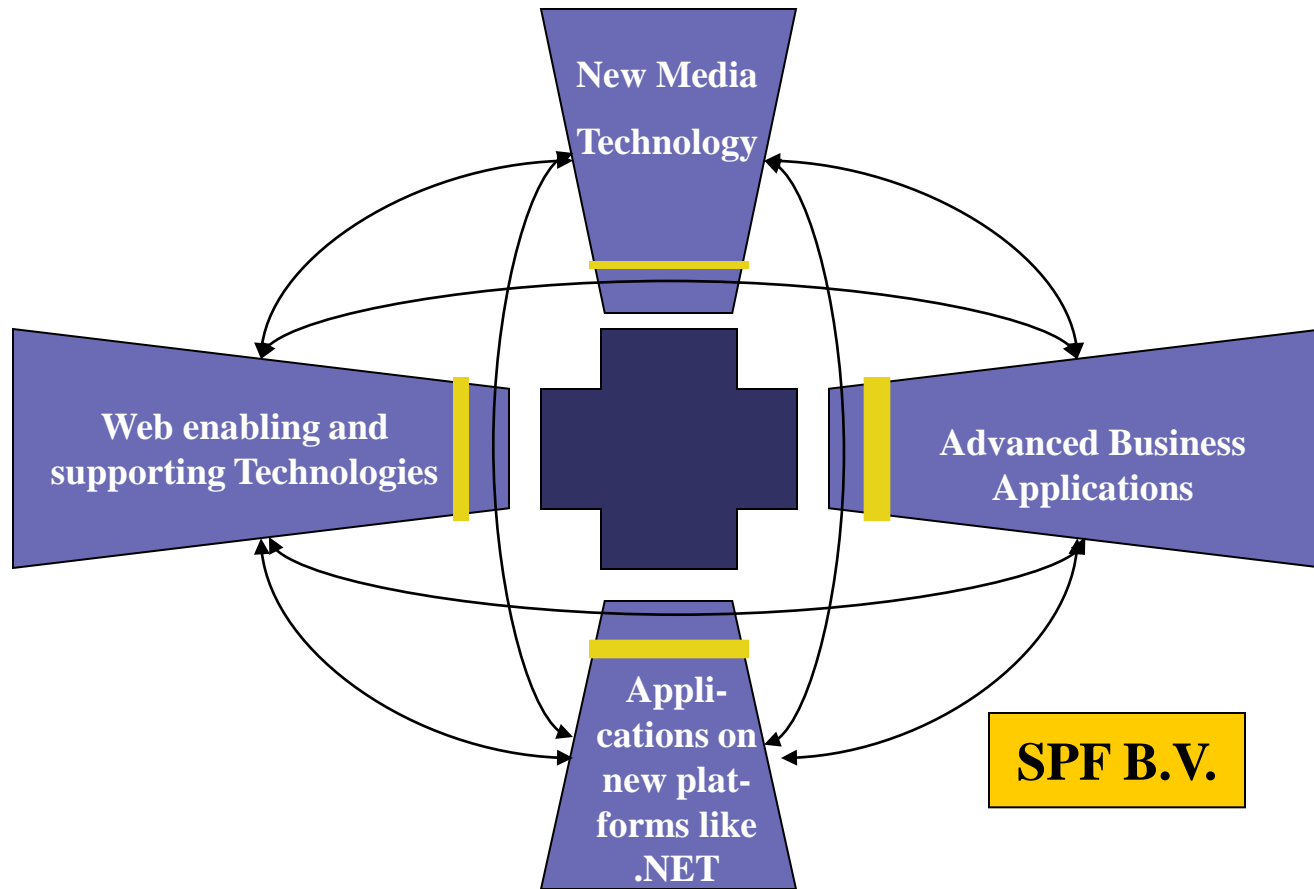
- Stage
 - Fund for early stage companies
- Focus
 - B2B software products and selected value added services
- Sector
 - TMT sector
- Size
 - €12,500,000,-

Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Introduction; SPF Sector Focus

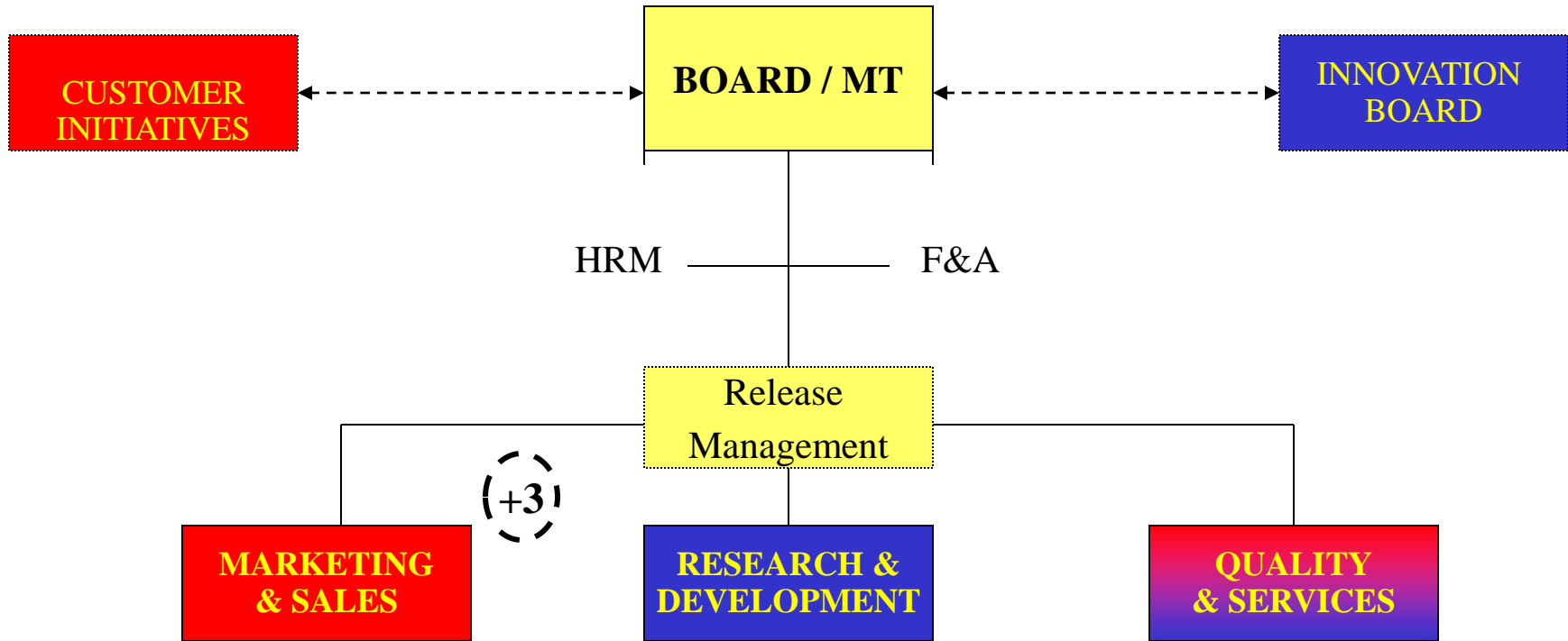


Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Introduction - Organisation Software NewCo



— - Sales
— - Development

Utrecht, October 19th, 2011



SPF

Current Landscape

- Crisis everywhere
- Cost reduction, delay in decision making
- Small compete with the Big
- Social media – strong presence
- Everything is global (at least European)
- Proliferation of New Service Lines & Products
- Cloud; 7x24 all over the world
- Speed & Urgency
- Increasing Threat of Competition

Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Current Landscape

- Intellectual capital created and traded
- Outsourcing, offshoring and
- Valuation models changing
- New forms of distribution - Apps
- “Traditional” Pricing models are potentially outdated
- Buyers and sellers unknown
- Skills mismatch at ICT experts



Program guest lecture

- Introduction
- **When is external financing desirable?**
- The financing process, involved parties
- Justification of the financing needs
- Value estimation and scenarios
- Questions; tips & tricks
- Summary





to win

In which phase external financing?

Valuation Accelerators	Emerging	Rapid Growth	Market Leader	Sustained Market Leader/Reinvent
Infrastructure	Scaleable Architecture	Connected Capacity	Connected Competitive Advantage	Extended Network Connections
Capital	Value for Idea	Value for Execution	Value for Leadership	Value for Innovation
e Business	First Mover Advantage	Market Creation/Capture	Brand Power	Network-centric
Talent	Dream Team & Advisors	Impact Players & Depth	Mission-Driven Culture	The Best is not Good Enough
Alliances/Acquisitions	Mission Critical Connections	Synergistic Acquisitions	Industry Defining Alliances	Dynamic Information Partnerships

Utrecht, October 19th, 2011



SPF

When external financing?

YES:

- Packaging existing product
- Marketing/sales plan
- Market Launch of proven product
- Extension sales infrastructure
- Spin-off product
- ...

NO:

- Paying debts
- Salary increase
- Facilities, cars...
- Concept development
- ...



Market Segmentation

Segment	Priorities	Requirements	Fit	Pricing	Volume	Product
1. Energy	Opportunities	<u>Must Have</u>	<i>High</i>	Unit		<u>Functions & Features</u> <ul style="list-style-type: none"> •Advanced GUI •Flexible inter-facing with ext. programs •Model building process •Algebraic modeling style •Straight thru
	Threats	<u>Nice to Have</u>	<i>Medium</i> <i>Low</i>	Pricing		
2. Oil & Gaz	Opportunities	<u>Must Have</u>	<i>High</i>	Unit		
	Threats	<u>Nice to Have</u>	<i>Medium</i> <i>Low</i>	Pricing		
3. Chemicals	Opportunities	<u>Must Have</u>	<i>High</i>	Unit		
	Threats	<u>Nice to Have</u>	<i>Medium</i> <i>Low</i>	Pricing		
4. Construction Engineering Firms	Opportunities	<u>Must Have</u>	<i>High</i>	Unit		
	Threats	<u>Nice to Have</u>	<i>Medium</i> <i>Low</i>	Pricing		
5. Financial markets	Opportunities	<u>Must Have</u>	<i>High</i>	Unit		
	Threats	<u>Nice to Have</u>	<i>Medium</i> <i>Low</i>	Pricing		

USP's



Business2Business Deal Funnel

Approach

- 70 ways to generate leads
- Collection of customer data

- Personal contact sales persons
- Selective visits of customers
- Completion of customer data and insertion in demo
- Emphasis on value proposition
- References presentation

- Stay in touch with the customer

Amunition:

- Website, letter, flyer & phone script
- Global sector / product flyer
- Functions & features
- Implementation method

- General product demo
- Sector specific product demo (food/automotive)
- Technical & functional specs
- Testimonials – success stories
- White papers /Release notes
- Benchmark report
- Training planning
- Price ljust
- Partner sheet
- Comparison with competition
- Customer specific product demo

- Quotation template

- Contract template

Leads generation

500 x generated leads

Prospect selection

results into 50 prospects

Quotation provisioning

gives 5 quotations

Contract signing

result: 1 customer!

Utrecht, October 19th, 2011

MARKETING COMMUNICATIE - LEADS GENEREREN

<u>Nr.</u>	<u>Activiteit/medium</u>	<u>Kosten</u>	<u>Diepgang</u>	<u>Bereik</u>	<u>Effect</u>	<u>Relevant</u>	<u>Aktie</u>	<u>Voorbeeld</u>
1.	Adverteren - advertorial	'++	informatief	breed	beter	Y		zelf aangeleverde tekst in vakblad
2.	Adverteren - tekst	+++	oppervlakkig	breed	matig	N		zie SAP, ISAH7 etc.
3.	Adverteren - tekst plus antwoordkaart	+++	oppervlakkig	breed	matig/beter	N		aanmelding, meer informatie
4.	Adverteren - tekst plus coupon	+++	oppervlakkig	breed	matig/beter	N		idem
5.	Adverteren - tekst plus insert	++++	informatief	breed	beter	N		productfolder, uitnodiging
6.	Adverteren - tekst plus outsert	++++	informatief	breed	beter	?		omslaggegevens
7.	Artikelen vakbladen, dagbladen	-	intensief	breed	goed	Y	Y	expert belicht aspect etc. Meten?
8.	Belaktie	++++	variabel	doelgroep	matig	Y	Y	Kent u..., nieuwe ..., voordeel...
9.	Beurs - eigen stand	+++	variabel	gericht	redelijk	N		vakbeurs
10.	Beurs - meeliften	+	variabel	gericht	matig	Y	Y	op stand hardwareleverancier
11.	Branche-organisaties	-	oppervlakkig	doelgroep	lange termijn	Y	Y	FME
12.	Brochures en folders	++	intensief	schot hagel	situatiegeb.	N	?	productpaper, bedrijfsbrochure
13.	Buitenreclame	+	oppervlakkig	beperkt	slecht			lichtbak, billboard
14.	Database mailing - e-mail	-	informatief	gericht	matig	Y	Y	melding nieuwe functionaliteit
15.	Database mailing - papier	+	informatief	doelgroep	redelijk	Y	Y	Alleen relevantie
16.	Events	++	variabel	beperkt	klein			Military, sport, theater
17.	Family & Friends	-	variabel	gericht	hoe het valt			neef, buur: directeur B.V. AZ etc.
18.	Gast spreker	-	intensief	doelgroep	redelijk		Y	op sessie HP, IBM, adviesbureau
19.	Gebruikersmeeting	+	informatief	doelgroep	groot		Y	Gebruikersvereniging
20.	Hand-outs	+	oppervlakkig	schot hagel	slecht			bij uitgang of op beurs bij concurr
21.	Huis-aan-huis (zakelijke postbushouders)	+	oppervlakkig	schot hagel	matig	?	N	massa marketing
21.	Internet - e-mail met links	-	oppervlakkig	gericht	redelijk		Y	nieuwsberichten
22.	Internet - hardware sites co advertising	+	impuls	gericht	redelijk		Y	
23.	Internet - Website	++	intensief	variabel	goed		Y	alles rond product en bedrijf
24.	Internet - Zoekmachines	-	variabel	gericht	redelijk	N		white blocks, opname artikelen
25.	Nieuwsbrief	+	informatief	gericht	matig		?	nieuws rond product en bedrijf
26.	Opleidingen - gebruik software bij cases	+	variabel	beperkt	klein		Y	praktijklessen, workshops
27.	Opleidingen - optreden als gastdocent	-	intensief	beperkt	klein		Y	HEAO, HTS
28.	Persoonlijk netwerk	-	inform - inten:	gericht	hoe het valt			golfclub, politiek, bestuursfunctie
29.	PPT presentatie	+	informatief	gericht	groot		Y	aanbiedingspresentatie
30.	Radiospot	+++	oppervlakkig	schot hagel	klein	N		SAP Business One
31.	Roadshow	+	informatief	gericht	redelijk	?		op uitn. in hotelzaaltje, etc.
32.	Samenwerking branchegenoot, # concurre	-	oppervlakkig	beperkt	klein	Y	Y	Simac
33.	Seminar - als spreker extern	-	informatief	gericht	matig		Y	Euroforum
34.	Seminar - zelf organiseren	++	intensief	gericht	redelijk		Y	Seminar Webshop
35.	Software demo's	+	intensief	doelgroep	redelijk		Y	pre-sales demo
36.	Sponsoring	++	oppervlakkig	beperkt	slecht	N	N	sportshirts, tennis, paardensport
37.	TV reclame	+++++	oppervlakkig	schot hagel	klein	N		BSO (touwtjes)
38.	Uitgave boek	+++++	intensief	gericht	groot	?		nieuws rond product en bedrijf
39.	Uitgave sponsored magazine	+++++	intensief	gericht	groot	?		nieuws rond product en bedrijf
40.	Verspreiding CD-ROM/DVD	++	intensief	gericht	redelijk	?		nieuws rond product en bedrijf

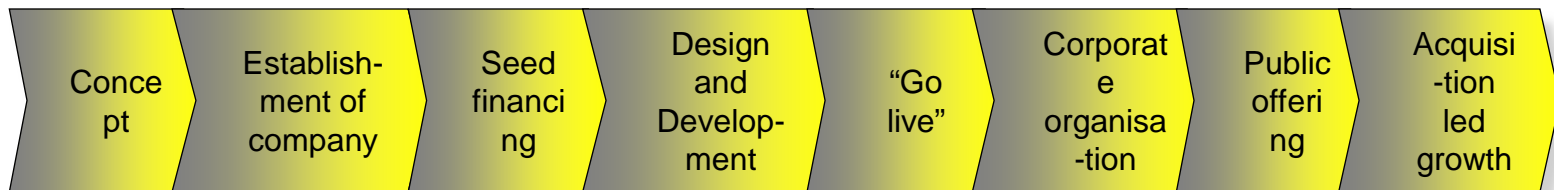
Program guest lecture

- Introduction
- When is external financing desirable?
- **The financing process, involved parties**
- Justification of the financing needs
- Value estimation and scenarios
- Questions; tips & tricks
- Summary



SW Business Start-Up Lifecycle

- Generic model of an Business start-up's lifecycle



- Develop business concepts
- Make formal agreements / establish private company
- Establish organisation
- Develop strategies and business plans
- Raise start-up capital
- Build the technical solutions
- Enter alliances and/or distribution agreements
- Go online first time
- Marketing
- Monitor and measure
- Both organic growth and growth through mergers
- Product development
- Organisational changes
- Building business cases, prospects
- More formal requirements
- Mergers and acquisitions



Executive Presentation

- Content
 - Financial projections (example values)

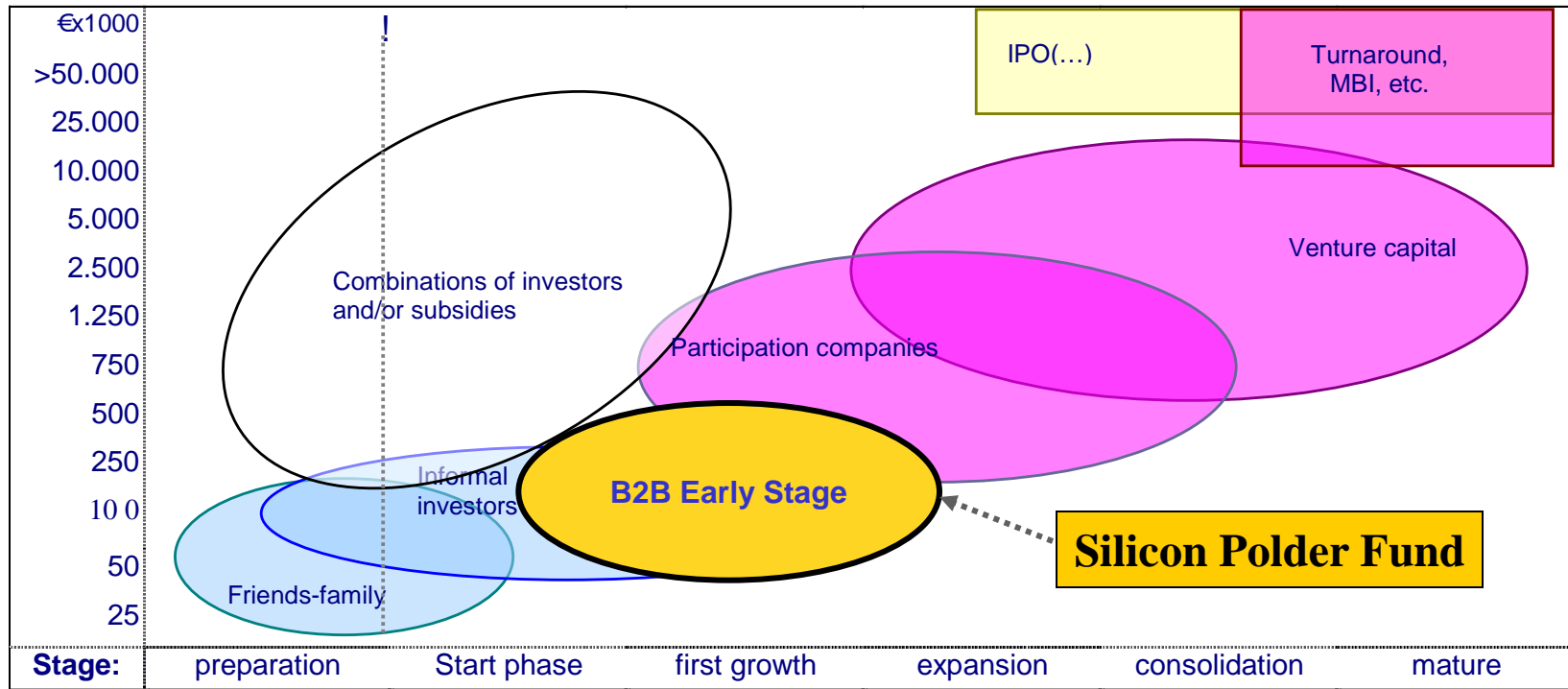
Figures in US\$ Millions	Year 1	Year 2	Year 3	Year 4	Year 5
Revenues	\$1.1	\$13.8	\$36.5	\$81.7	\$141.4
Expenses	\$4.9	\$13.0	\$21.2	\$30.5	\$36.0
EBITDA	(\$7.4)	(\$6.5)	\$5.8	\$38.8	\$90.5
Net Cash available	(\$6.9)	(\$14.5)	(\$9.5)	\$13.4	\$62.8
Total Assets	\$8.5	\$39.6	\$47.4	\$75.6	\$131.9
Equity	\$7.6	\$37.8	\$44.4	\$71.0	\$125.6

Utrecht, October 19th, 2011



SPF

Life cycle / need for working capital

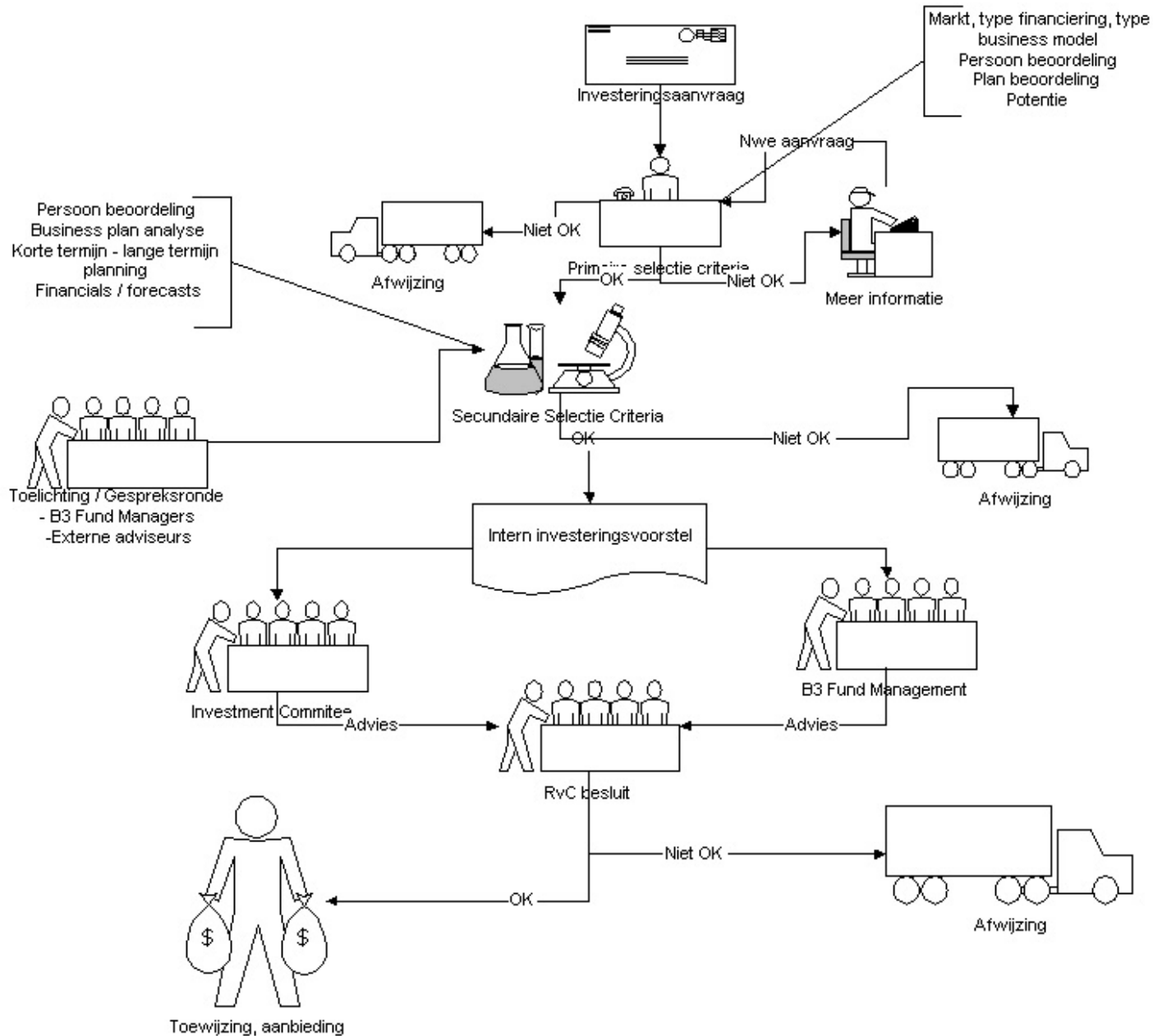


Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Process: Investment selection & decision making

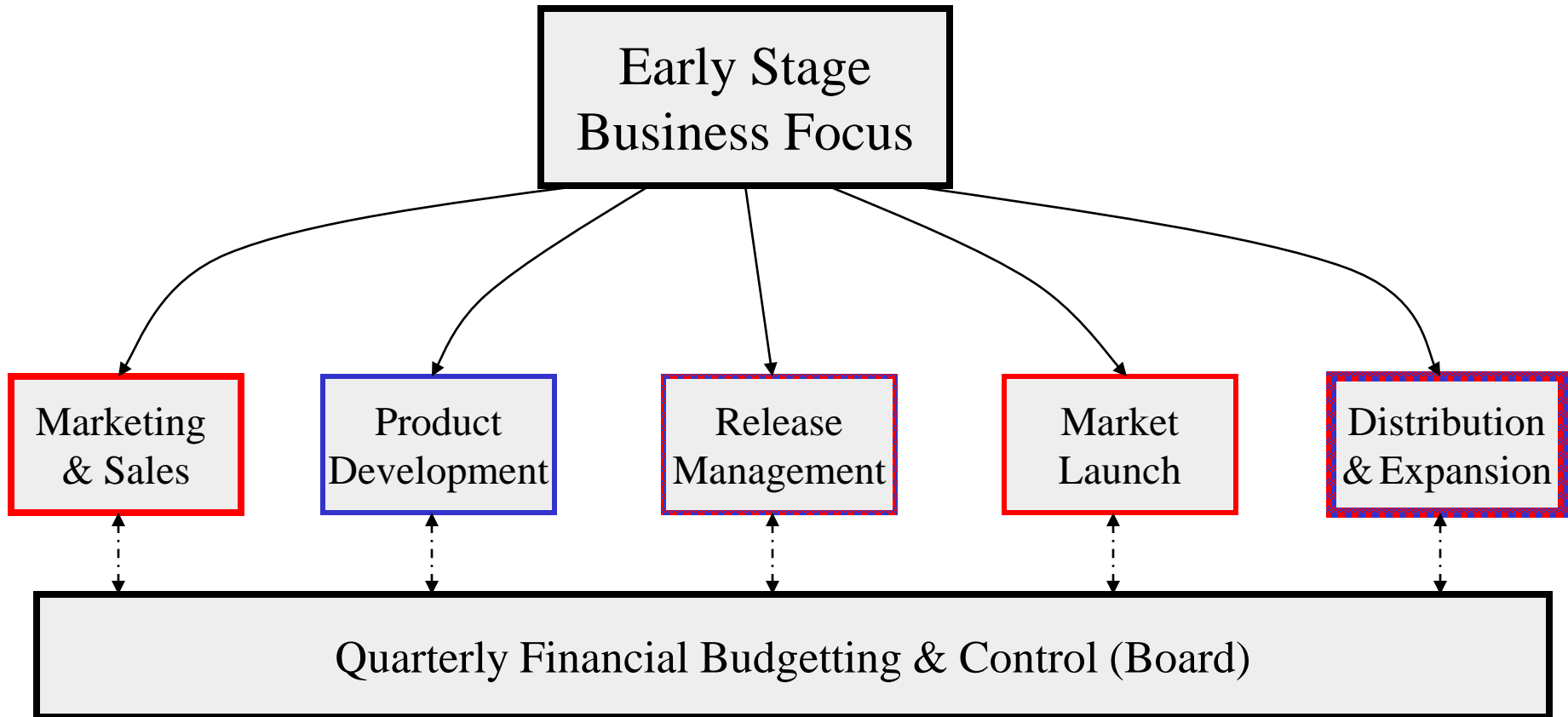


Program guest lecture

- Introduction
- When is external financing desirable?
- The financing process, involved parties
- **Justification of the financing needs**
- Value estimation and scenarios
- Questions; tips & tricks
- Summary



Justification financing needs



Program guest lecture

- Introduction
- When is external financing desirable?
- The financing process, involved parties
- Justification of the financing needs
- **Value estimation and scenarios**
- Questions; tips & tricks
- Summary



Value determination - Selection Criteria

	<i>Strong Management</i>	Attractive Market	Application Product Hot	Solution Credibility Gap	First class Customers-Qualified Pipeline	Product/Release Flexible	Strong Profit Acceleration	Success References in Market
Participation 1								Knowledge-network/aging
Participation 2								EC focus on Environment TomTom
Participation 3								MS Navision X-Hive
Participation 4								Google
Participation 5								Yunoo

Utrecht, October 19th , 2011



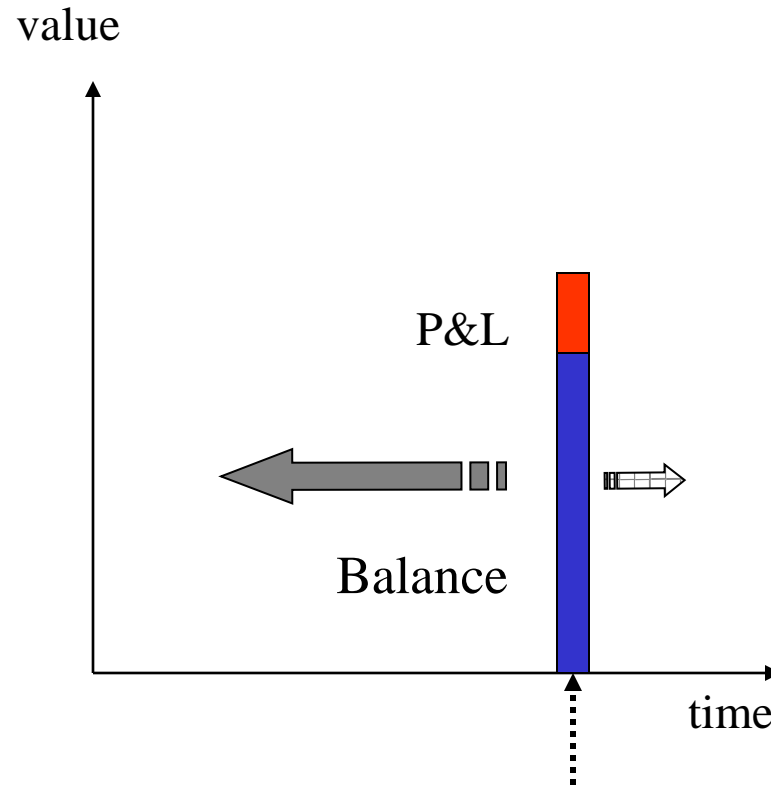
Valuation fundamentals

- Assets and Liabilities (Activa/Passiva)
- Going Concern
- Price/Earnings Ratio (PE)
- Discounted Cash flow (DCF)
- Exit Strategy



Valuation

Activa/Passiva



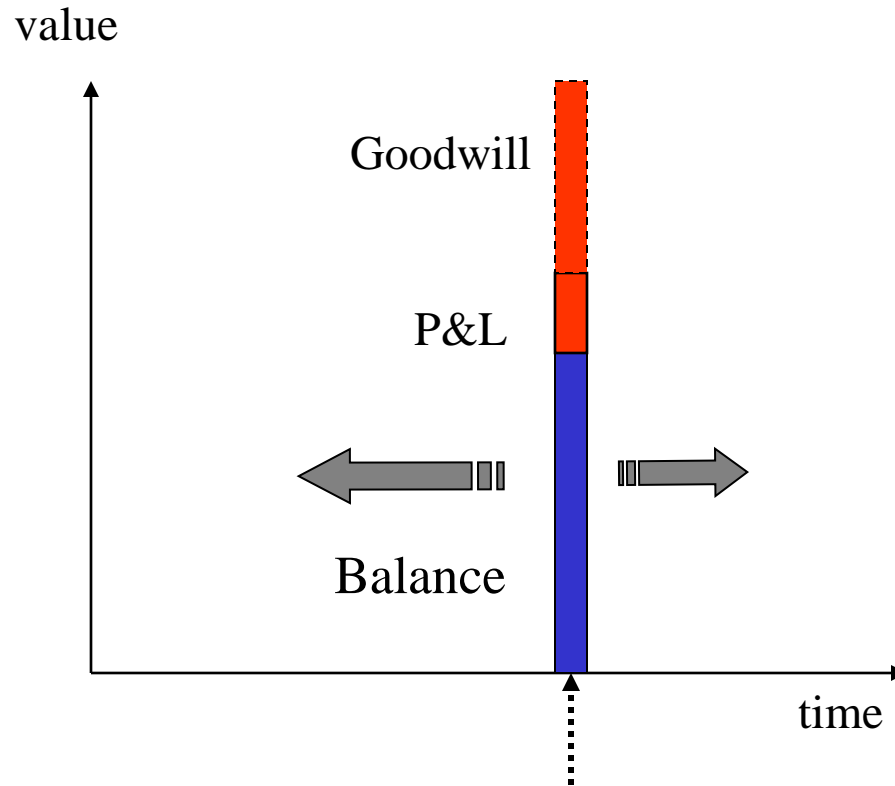
Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Valuation

Going Concern



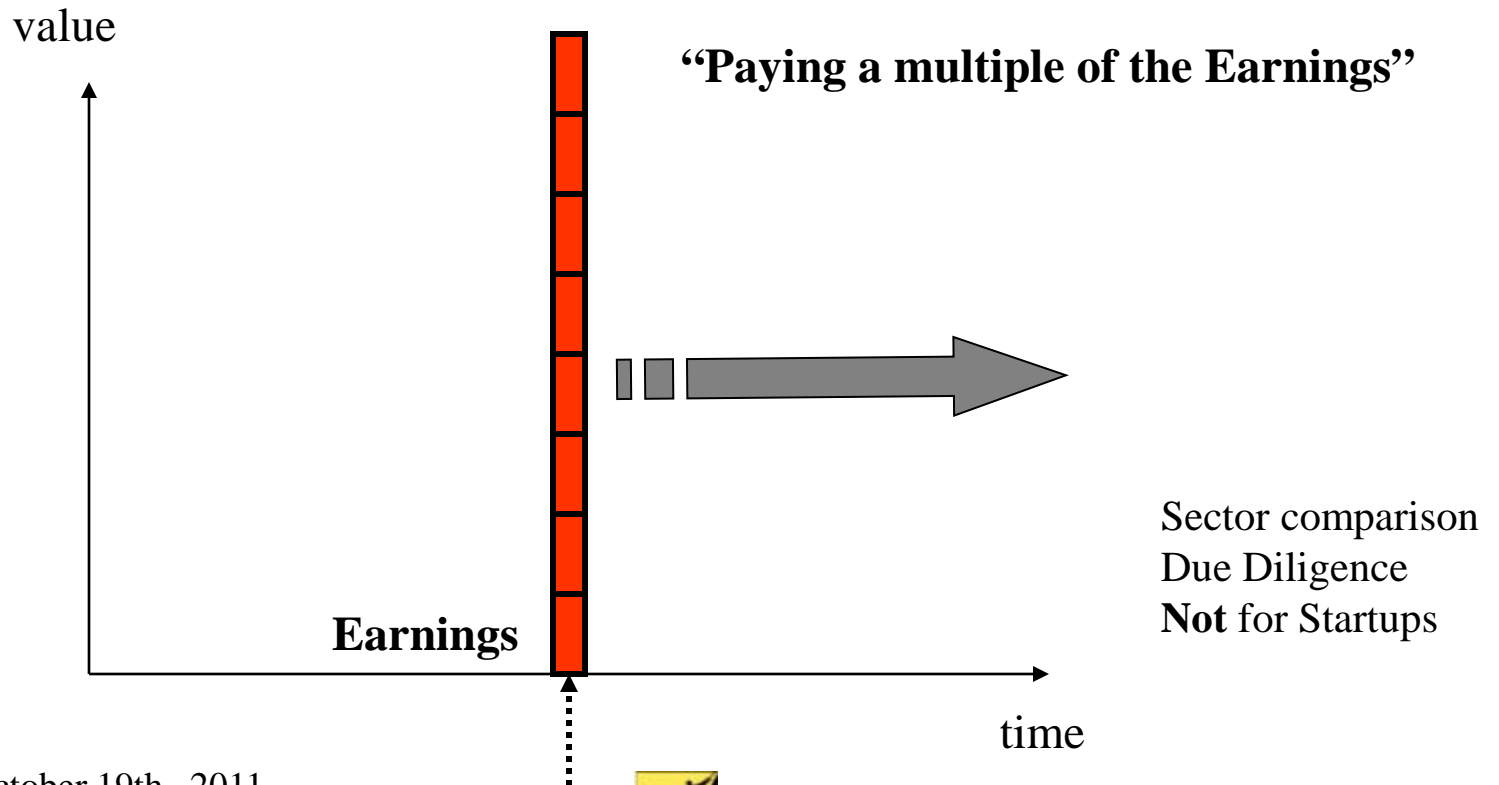
Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Valuation

Before WWW hype: PE Ratio



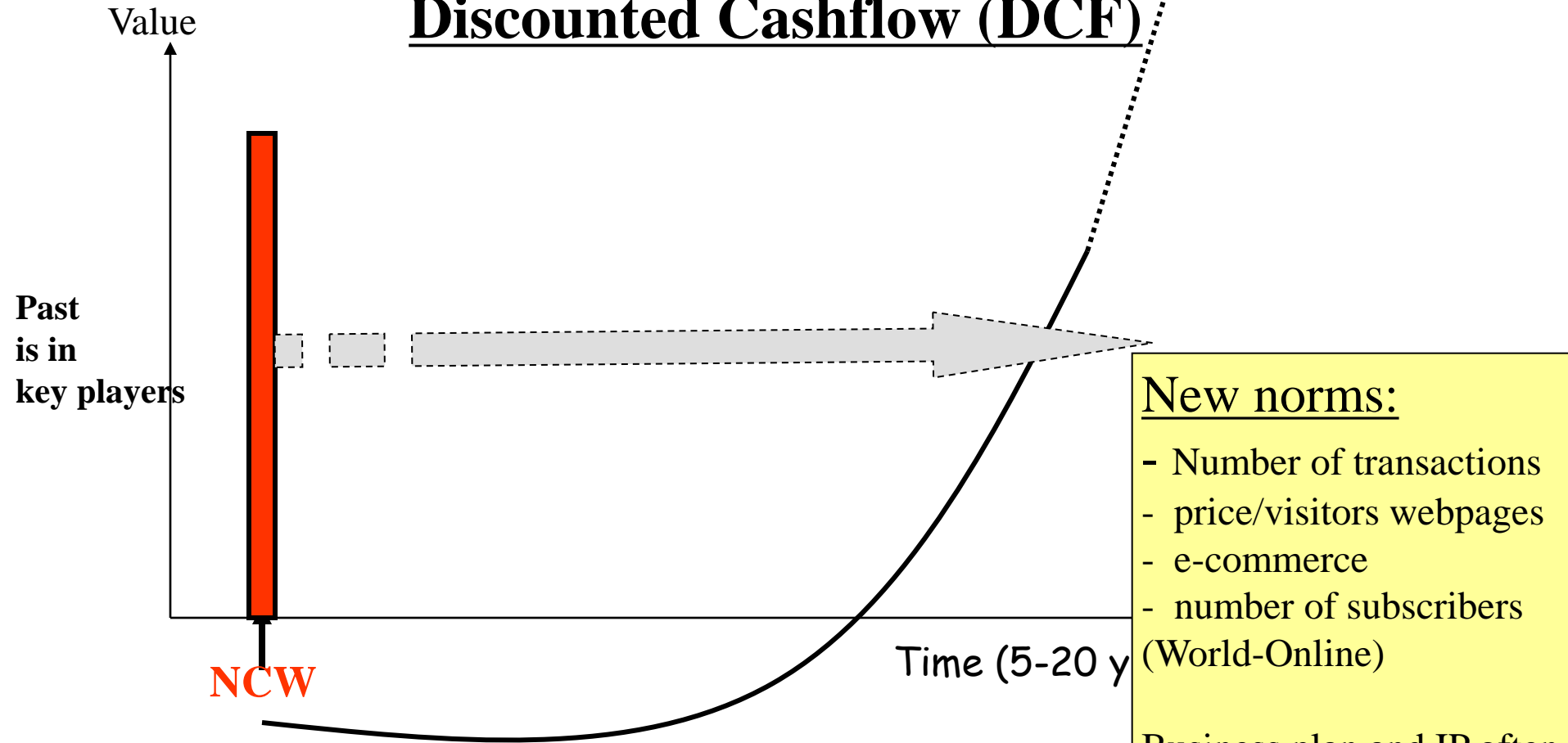
Utrecht, October 19th , 2011



SPF

Valuation

“Not yet Profitable”: Discounted Cashflow (DCF)



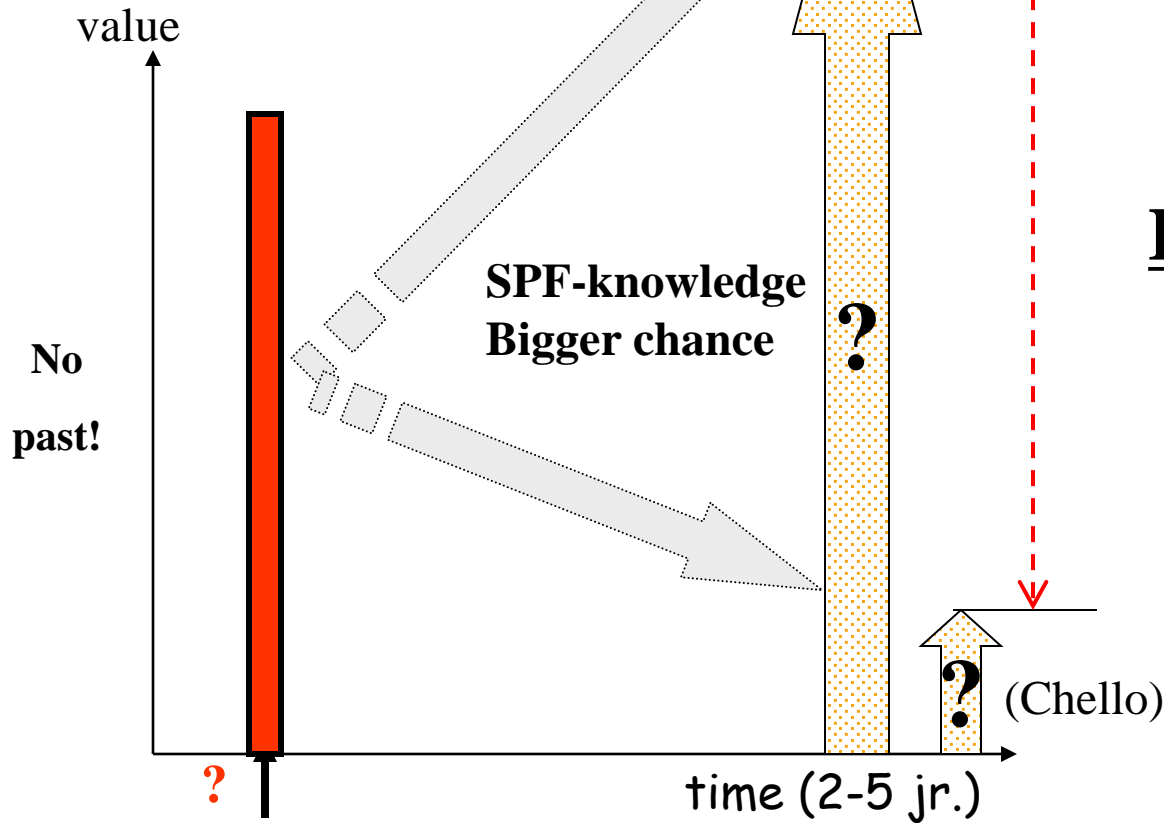
Utrecht, October 19th, 2011



SPF

Valuation

**“Loss = Investment
in the future”**



EXIT STRATEGY

Business Perception: High
Fin. Ratios: Limited

Utrecht, October 19th, 2011

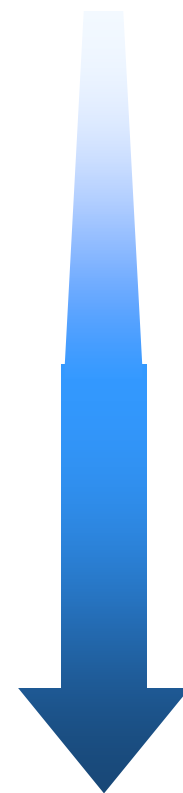


SPF

Valuation

Importance of Coaching

- **Activa/Passiva**
- **Going Concern**
- **Price/Earnings Ratio (PE)**
- **Discounted Cash flow (DCF)**
- **Exit Strategy**



22 februari 2001 – Het Twinning-bedrijf **Information Innovation** verkeert sinds 16 februari in voorlopige surseance van betaling. De onderhandelingen met een grote financier zijn op het laatste moment afgebroken. Er werken ruim 60 mensen bij het bedrijf, dat een **burnrate van meer dan een miljoen gulden per maand** heeft.

Het Amsterdamse Information Innovation heeft een business intelligence-product ontwikkeld onder de naam **Goldridge.net**. Goldridge maakt relaties tussen bedrijven inzichtelijk via visuele 'landscapes'. Achtergrondinformatie over die bedrijven wordt geboden door koppelingen met bijvoorbeeld de LexisNexis-database. Klanten van Goldridge zijn ondermeer banken en telecom-bedrijven. Het product kan op pay-per-view basis en/of via een licentie gebruikt worden.

De bewindvoerder is mr. J. Lensink van advocatenkantoor De Vos & Partners te Amsterdam. Hij handelt de zaak samen met mr. S. Postma af. Volgens Postma geeft het bedrijf meer dan een miljoen gulden per maand uit. Vooral de **post salarissen is aan de hoge kant**. Postma: "Er werd goed betaald."

Het **product is in principe af**, maar de **omzet was tot dusver laag**. Information Innovation was bezig om de **verkoop** van het product **beter te gaan organiseren** via partners, en had daar naar verwachting nog een **maand of zes voor nodig**, zegt Postma.

Om die periode te overbruggen is dus geld nodig. De pr-afdeling was enige weken geleden al bezig met de formulering van een persbericht waarmee een nieuwe financier bekend zou worden gemaakt. Het bedrijf en de bewindvoerders willen de naam van deze partij niet onthullen. De bewindvoerders gaan nu onderzoeken waarom deze financier zich op het allerlaatste moment heeft teruggetrokken, en of er bindende toezeggingen gedaan zijn.

De schuldeisers moeten op 11 april bepalen of de voorlopige surseance van betaling wordt omgezet in een definitieve. Om een faillissement te voorkomen moet er in ieder geval uitzicht zijn op het break-even punt, en dat is er op dit moment niet, aldus Postma.

Investeerders van het eerste uur waren naast de oprichters ook Twinning, Paribas, NPM en European Management Groep.

Program guest lecture

- Introduction
- When is external financing desirable?
- The financing process, involved parties
- Justification of the financing needs
- Value estimation and scenarios
- Questions; tips & tricks
- **Summary**





- Fund Management:
 - In depth knowledge IT sector
 - Mix between investments and hands-on push/pull
 - Full-time commitment
- Benefits:
 - Better performance of investments by focused networking and re-use of experience
 - Close hands-on guidance of start-ups
 - Strong reduction of consultancy and lawyer costs
 - Speedup of Time-to-market



Liewe Leser

Ja, ek weet hoe ek-sentries vertoon
my tuisgemaakte heelal,
die werêldje wat ek bewoon,

my drang om dit steeds uit te stal
op so'n eenpersoonskaal - maar miskien
kan jy iets van jouself daarin sien?

Elisabeth Eybers

Utrecht, October 19th, 2011



SPF