

# MỤC LỤC

## LỜI MỞ ĐẦU (014)

## GIỚI THIỆU (021)

## LỜI CẢM ƠN (020)

## I. GIẢI MÃ THÀNH CÔNG KINH DOANH (028 ..... 061)

1. TƯ DUY GỌI VỐN 030  
Làm thế nào để suy nghĩ như một nhà đầu tư
2. Ba chữ C mà các nhà đầu tư tìm kiếm – và các yếu tố cản trở giao dịch khiến họ rời bỏ thương vụ 048

## II. LÀM THẾ NÀO ĐỂ TÌM THẤY NHÀ ĐẦU TƯ PHÙ HỢP (062 ..... 113)

3. AI LÀ NGƯỜI CÓ TIỀN? 064  
Tìm họ ở đâu (bao gồm một số nơi mà bạn chưa bao giờ nghe đến)
4. LỘ TRÌNH HUY ĐỘNG VỐN 092  
Làm thế nào để tìm thấy và tiếp cận những người có thể giúp đỡ bạn

## III. NHỮNG ĐIỀU MÀ CÁC NHÀ ĐẦU TƯ ĐANG TÌM KIẾM (114 ..... 231)

5. KẾT NỐI TỚI NHÀ ĐẦU TƯ PHÙ HỢP 116
6. NGƯỜI SÁNG LẬP PHÙ HỢP VÀ ĐỘI NGŨ PHÙ HỢP 136
7. KẾ HOẠCH KINH DOANH PHÙ HỢP VÀ SỐ LIỆU TÀI CHÍNH RÕ RÀNG 156
8. BÍ KÍP ĐỂ TẠO RA VÀ TRUYỀN TẢI MỘT MÀN THUYẾT TRÌNH GỌI VỐN THU HÚT 188
9. GIẢM THIỂU RỦI RO 214  
Làm thế nào để dễ dàng thuyết phục các nhà đầu tư nói “Có”

#### IV. HOÀN TẤT THƯƠNG VỤ

(232 ..... 271)

10. “TÔI CÓ MỘT NHÀ ĐẦU TƯ: BÂY GIỜ THÌ SAO?” 234

Định giá, điều khoản của thương vụ, và khi nào thì nên nói “Không”

11. THẨM ĐỊNH VÀ HOÀN TẤT 258

#### PHỤ LỤC (272 ..... 310)

\$. Bạn có phải là một người kết nối quyền năng 273

\$. 10 lời khuyên hàng đầu để trở thành người kết nối quyền năng của Judy Robinett 290

\$. Ví dụ về một pitch deck thành công 292

\$. Các câu hỏi thẩm định 294

\$. Danh sách kiểm tra thẩm định 300

#### GỌI VỐN TẠI VIỆT NAM VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ÍT ĐƯỢC NHẮC ĐẾN (311 ..... 327)

đ. Gọi vốn: Được tiền nhưng mất gì? 312

đ. Đừng chỉ tìm nhà đầu tư, hãy tìm một nhà đầu tư “phù hợp” 317

đ. Điểm yếu thường gặp của startup Việt khi gọi vốn trước nhà đầu tư 322

#### NGUỒN THAM KHẢO (328)

#### GHI CHÚ CUỐI SÁCH (339)

# LỜI MỞ ĐẦU

## Từ Kevin Harrington

Người tiên phong về “As Seen on TV” (Sản phẩm quảng cáo trên truyền hình), Nhà đầu tư, “Cá mập” nguyên bản của chương trình “Shark Tank” (Thương vụ bạc tỷ)

Tôi đặt sự nghiệp của mình vào ba chiếc giỏ. Đầu tiên, tôi là người tiên phong về “As Seen on TV” và người làm sản phẩm trong 35 năm. Tôi đầu tư vào sản phẩm, tạo ra các quảng cáo thương mại<sup>(\*)</sup> và kênh tiếp thị kỹ thuật số cho “As Seen on TV”, và xây dựng các thương hiệu thông qua sức mạnh của truyền hình. Tôi vẫn thực hiện khoảng 25 triển lãm thương mại mỗi năm – tôi thuyết trình, tôi đến các gian hàng, tôi nói chuyện với những người đang có mặt ở đó để chào bán ý tưởng của họ. Đó là cơ hội để tôi kết nối với hàng nghìn doanh nhân trong thế giới sản phẩm.

Thứ hai, tôi là một người có ảnh hưởng trong lĩnh vực kinh doanh. Tôi diễn thuyết tại khoảng một trăm sự kiện khởi nghiệp mỗi năm trên toàn cầu, nơi hàng nghìn người xuất hiện để tìm kiếm lời khuyên và sự trợ giúp để đưa ý tưởng, sản phẩm và doanh nghiệp của họ ra thị trường. Tôi cũng có hơn một triệu doanh nhân theo dõi trang blog và mạng xã hội của tôi – đó là một mạng lưới khá mạnh mẽ. Và một số trong số đó là những người tài trợ vốn. Chúng tôi có mạng lưới các nhà đầu tư thiên thần đang theo dõi, và chúng tôi cũng có các nhà đầu tư mạo hiểm, các ngân hàng đầu tư và chủ sở hữu sản phẩm. Vì vậy, việc có thể tận dụng mạng lưới những người có ảnh hưởng của mình là điều thú vị và quyền năng đối với tôi, bởi tôi không bao giờ biết được điều mới mẻ tiếp theo sẽ như thế nào, nhưng nhìn chung vẫn có cơ hội để tham gia ngay từ khi mới bắt đầu.

(\*) Nguyên văn: informercial (ND)

Các chú thích được đánh dấu (\*), (\*\*), (\*\*\*) là của người dịch, viết tắt là ND.

Các chú thích được đánh số (1), (2), (3),... theo từng phần và chương là của tác giả, độc giả xem ở phần *Ghi chú cuối sách* từ trang 339.

Chiếc giỏ thứ ba của tôi là một nhà đầu tư. Tôi có khoảng 25 công ty và các khoản đầu tư khác nhau; tôi có mặt trong nhiều hội đồng quản trị; tôi là một nhà cố vấn và người hướng dẫn. Ở bất kỳ thời điểm nào, tôi đều đang theo dõi tất cả các thương vụ mà tôi tham gia, bao gồm sáu đến bảy công ty đại chúng, một vài công ty khởi nghiệp, và các công ty trong giai đoạn trưởng thành khác mà tôi có vốn cổ phần trong đó.

Là một phần của cả ba vai trò, các doanh nhân liên tục thuyết trình gọi vốn với tôi. Tôi nghĩ rằng trong hơn 35 năm qua, tôi đã nhận hơn 50 nghìn cuộc thuyết trình như vậy, tức là một vài nghìn cuộc trong một năm. Tôi đã từng nghe 96 cuộc thuyết trình gọi vốn, mỗi cuộc kéo dài 5 phút, trong một ngày! Trải nghiệm đó là một trong những lý do khiến tôi tham gia chương trình Shark Tank. Năm 2008, tôi gặp gỡ Mark Burnett, và ông ấy đã giải thích luật chơi của chương trình như sau: Các doanh nhân sẽ bước ra, và năm Cá mập (nhà đầu tư) sẽ ngồi ở đó. Mỗi người có 3 phút để thuyết trình, và các Cá mập sẽ phải quyết định ngay lập tức rằng họ có đầu tư hay không.

Tôi nói với Mark, “Ông biết không? Tôi đã làm điều đó trong 25 năm tại mọi triển lãm thương mại mà tôi đến. Mọi người xếp hàng, có thể là một trăm người cùng một lúc, và tôi cho họ 5 phút mỗi người để giới thiệu ý tưởng của họ cho tôi.” Tôi đã thực hiện quay thử, và một tuần sau, họ gọi và nói rằng: “Bạn là Cá mập đầu tiên chúng tôi chấp thuận tham gia chương trình”. Đó là lý do tại sao tôi được gọi là Cá mập “nguyên bản”. Tôi đã tham gia chương trình từ năm 2009 đến năm 2011, và những tập của chương trình vẫn đang phát trên nhiều kênh truyền hình trên toàn thế giới.

Khi các doanh nhân thuyết trình gọi vốn với tôi, tại một hội nghị hoặc triển lãm thương mại hoặc thậm chí trên chương trình Shark Tank, rất nhiều người trong số họ đến với thái độ: “Tôi đã có được điều tuyệt vời này, và bạn sẽ muốn đầu tư vào nó và đưa cho tôi 1 triệu đô-la để nhận được 6% tỷ suất lợi nhuận đầu tư.” Nhưng họ không bao giờ cố gắng để hiểu tâm lý của tôi với tư cách là nhà đầu tư, và những gì tôi muốn thấy trong một thương vụ. Khi tôi đầu tư tiền của mình, nếu tôi bỏ ra 1 triệu đô-la, tôi không muốn lấy lại 1,1 triệu đô-la – tôi muốn nhận lại 10 triệu đô-la vì tôi đang chấp nhận

mọi rủi ro. Tất nhiên, tôi chỉ đang đùa thôi: Bất kỳ nhà đầu tư nào cuối cùng cũng sẽ vui lòng bỏ ra 1 triệu đô-la và thu về 2 triệu đô-la. Nhưng mô hình của đầu tư mạo hiểm là rủi ro/lợi nhuận, và nếu các doanh nhân đang kêu gọi mọi người đầu tư vào một công ty khởi nghiệp, thì những nhà đầu tư đó đang kỳ vọng vào việc nhận lại được rất nhiều tiền khi kết thúc thương vụ.

Trong số tất cả 50 nghìn cuộc thuyết trình gọi vốn mà tôi đã nghe hơn 30 năm qua, tôi đã tài trợ vốn cho khoảng 800 thương vụ, khoảng 1 đến 2% của số lượt thuyết trình tôi đã nghe, và đó là tỷ lệ phần trăm điển hình đối với hầu hết các nhà đầu tư thiên thần hoặc các nhà đầu tư mạo hiểm (VC). Nhưng tất nhiên có những mức tài trợ vốn khác nhau. Tôi không viết cho từng người trong số 800 doanh nhân đó các tấm séc trị giá 1 triệu đô-la; chúng tôi có thể chỉ tài trợ vốn thử nghiệm trị giá 10.000 đô-la để xác định xem ý tưởng đó có đáng giá hay không. Bạn thấy đấy, trong lĩnh vực kinh doanh của tôi, bạn cần biết cách thất bại nhanh và thất bại rẻ. Bạn có thể mất 100.000 đô-la năm lần liên tiếp nếu thương vụ tiếp theo của bạn tạo ra 20 triệu đô-la. Nhưng nếu mô hình kinh doanh của bạn thất bại bốn trên năm lần, thì bạn không thể hài lòng với việc chỉ nhận lại được gấp đôi số tiền của mình.

Đây là những gì tôi muốn nói: trong số 800 thương vụ chúng tôi đã đầu tư, chúng tôi chỉ kiếm được tiền trên 150 thương vụ. Nhưng 150 thương vụ đó tạo ra 5 tỷ đô-la về doanh số.

Ngày nay, mô hình kinh doanh mười đổi lấy một là mô hình kinh doanh mà tôi chọn; nhưng mỗi nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần, hoặc bạn bè và thành viên gia đình mà bạn hỏi cấp vốn sẽ có những nguyện vọng và mong muốn riêng về khoản đầu tư của mình – hay tôi còn gọi là “điểm tối ưu” của họ. Và bạn cần điều chỉnh màn thuyết trình gọi vốn sao cho phù hợp với nhà đầu tư dựa trên những điểm tối ưu đó. Tôi đã từng huy động được 20 triệu đô-la cho một công ty, và chúng tôi đã gặp gỡ một – một với 97 nhà đầu tư cá nhân tại văn phòng của họ, văn phòng của tôi, quán cà phê, nhà của họ, ở bất cứ đâu. Và mỗi người trong số những nhà đầu tư đó đều có một điểm tối ưu khác nhau về những gì họ đang tìm kiếm. Có người

muốn tỷ suất lợi nhuận tốt, người khác muốn bảo vệ tài sản sở hữu trí tuệ,... Bạn có thể sẽ nói, “Ai lại không muốn có tỷ suất lợi nhuận tốt chứ?” Chà, khi Mark Zuckerberg huy động vốn cho Facebook, anh ấy không chỉ ra lợi nhuận hay thậm chí là doanh số bán hàng, nhưng những gì anh ấy có là một con đường để thu hút khách hàng. Vào thời điểm có một triệu người đăng ký tài khoản Facebook, và nhà đầu tư mạo hiểm Peter Thiel đã nói với Mark: “Tôi sẽ đưa cho cậu 5 triệu đô-la nếu cậu có thể cho tôi biết cậu sẽ làm thế nào để có được 10 triệu người đăng ký”. Mark đã làm được, và Peter nhận được 10% cổ phần của Facebook cho khoản đầu tư 5 triệu đô-la của mình. Một người đàn ông thông minh – vào năm 2012, ông ấy đã bán cổ phần của mình ở Facebook với giá 1 tỷ đô-la.

Đối với tôi, khi nói đến các sản phẩm tôi đầu tư vào, “điểm tối ưu” của tôi rất đơn giản: Chỉ cho tôi một vấn đề, và sau đó thuyết phục tôi rằng không ai khác đang giải quyết vấn đề đó theo cách của bạn. Tôi cũng tìm kiếm một số kiểu “chuyển đổi kỳ diệu” sẽ mang tính trực quan, mạnh mẽ và thay đổi cuộc sống trong suốt quá trình đó. Tony Little là một cựu vận động viên thể hình và chuyên gia thể hình khi anh ấy đến gặp tôi với một sản phẩm có tên là Ab Isolator. Đối với nhiều người, nơi đầu tiên họ muốn giảm mỡ là cơ bụng. Tony nói với tôi, “Hầu hết mọi người không thích động tác tập ngồi lên (sit-up), nhưng Ab Isolator hỗ trợ họ làm động tác này. Sản phẩm này làm cho cơ bụng của bạn săn lại rất nhanh, trong vòng hai đến ba tháng.” Anh ấy cũng chỉ cho tôi thấy hàng chục người dùng sản phẩm đã giảm mỡ bụng, giảm cân và trông rất tuyệt. Một sản phẩm giải quyết vấn đề theo cách độc đáo và tạo ra sự chuyển đổi kỳ diệu – và tôi đã đầu tư. Chúng tôi đã đạt doanh thu 350 triệu đô-la với Ab Isolator. Và kể từ sản phẩm đầu tiên đó, tôi và Tony đã đạt doanh thu gần 1 tỷ đô-la.

Tôi tin rằng đây là thời điểm tuyệt vời nhất cho bất kỳ ai muốn trở thành doanh nhân, bởi vì thế giới đã thay đổi. Mọi người đã từng làm việc 30 năm cho một công ty và sau đó nhận được một chiếc đồng hồ vàng khi họ nghỉ hưu. Giờ đây, hầu hết các giám đốc điều hành (CEO) đều có thời gian làm việc kéo dài khoảng ba năm rưỡi – họ phải làm được việc hoặc bị sa thải. Giờ đây, chúng ta đang ở trong nền kinh tế Gig, nơi mọi người làm việc cho

chính họ hoặc theo hợp đồng, vì vậy họ không phải làm việc công sở từ 9 giờ sáng đến 5 giờ chiều. Điều đó có nghĩa là không ai phải nghỉ việc để lập ra một công ty. Các doanh nhân có thể duy trì công việc toàn thời gian của mình cho đến khi doanh thu từ “công việc kinh doanh bên ngoài” của họ thay thế được thu nhập từ công việc toàn thời gian. Và với khả năng nhắm đến các khách hàng cụ thể của tiếp thị kỹ thuật số, mọi người có thể giao hàng trên toàn thế giới với những công việc mà họ làm bán thời gian.

Dưới đây là một ví dụ về cách bạn có thể tạo ra một doanh nghiệp triệu đô bằng cách tiếp thị kỹ thuật số. Cách đây một năm, khi tôi đang phát biểu tại một sự kiện ở Boca Raton, Florida, hai chàng trai trẻ đến gặp tôi và nói: “Chúng tôi sở hữu bằng sáng chế đèn ban đêm cho bồn cầu của ông.” Và tôi nghĩ, “Ai quan tâm chứ? Bạn bước vào phòng tắm, bạn cách bồn cầu khoảng 3 mét và nó sáng lên. Tôi cần cái đó để làm gì?” Nhưng có những người lại hào hứng với chiếc đèn ban đêm cho bồn cầu. Các bà mẹ cần nó cho những đứa con của mình, chúng đi tiểu ra giường vì chúng sợ thức dậy trong bóng tối, nhưng giờ đây chúng muốn đứng dậy và xem bồn cầu có màu gì. Người cao tuổi cần nó, như vậy họ không phải bật đèn khi thức dậy vào nửa đêm để đi vệ sinh. Thế nên, chúng tôi đã tạo ra mười hai kênh kỹ thuật số khác nhau để tiếp cận các thị trường khách cụ thể, và chúng tôi đã bán được hàng triệu chiếc Đèn ngủ cho nhà vệ sinh GlowBowl™ mà không cần đưa sản phẩm lên ti vi.

Đây là điều tôi muốn nói: khi tôi hỏi những anh bạn này rằng họ đã có ý tưởng cho sản phẩm này trong bao lâu, họ nói: “Ba hoặc bốn năm”. Tôi hỏi, “Tại sao các anh đợi quá lâu như vậy?” Họ trả lời, “Ồ, chúng tôi không có tiền, chúng tôi cần bằng sáng chế, cả hai chúng tôi đều đang làm việc...” và cứ như thế. Họ đã mất 3 hoặc 4 năm lợi nhuận tiềm năng vì những lời viện cớ – và tôi đã mất 3 hoặc 4 năm lợi nhuận tiềm năng với tư cách là nhà đầu tư của họ. Dù ý tưởng của bạn là gì, bất cứ lĩnh vực kinh doanh nào, bây giờ là lúc bạn phải hành động theo ý tưởng của mình. Ngày nay, những người có tiền đang tìm kiếm những nơi để đầu tư, và tiền thì luôn có nhiều hơn là những thương vụ tốt. Nhưng bạn phải biết tiền ở đâu và làm thế nào để trình bày thành công ý tưởng của mình. Và rất nhiều doanh nhân không

biết cách kết hợp các bài thuyết trình của họ theo cách có thể thu hút các nhà đầu tư mà họ cần.

Ba mươi năm trước, công ty sản phẩm quảng cáo thương mại của tôi đạt doanh số 50 triệu đô-la với lợi nhuận 5 triệu đô-la, nhưng tôi cần tiền cho hàng tồn kho để phát triển kinh doanh. Với những con số đó, tôi nghĩ việc nhận được hạn mức tín dụng 2 triệu đô-la sẽ không có vấn đề gì. Nhưng tôi đã đi hết ngân hàng này đến ngân hàng khác và lần nào cũng bị từ chối. Tôi không thể kiếm được tiền ở bất cứ đâu. Tôi tự nghĩ, Tôi đang làm sai điều gì?

Sau đó, tôi tình cờ gặp một chủ tịch ngân hàng đã nghỉ hưu tại một cuộc họp phòng thương mại ở Philadelphia. Ông ấy nhìn vào bài thuyết trình của tôi và nói, “Anh biết cách bán sản phẩm trên ti vi, nhưng anh không biết cách huy động vốn. Tôi là người mà anh muốn thuyết trình để gọi vốn, và tôi biết cách thuyết trình cho những người như tôi.” Vì vậy, ông ấy đã chỉ cho tôi cách nói chuyện với các nhà đầu tư, tham gia vào nhóm của tôi và huy động được 3 triệu đô-la trong 90 ngày. Vẫn là công ty đó, nhưng điều khác biệt là khiến cho món hàng và màn thuyết trình thoả mãn nhu cầu của các nhà đầu tư.

Đó là lý do tại sao tôi nghĩ *Gọi vốn cho người cần vốn* là một cuốn sách quan trọng cho các doanh nhân muốn được tài trợ vốn. Judy Robinett mới là một chuyên gia thực thụ, một kiểu người thẳng thắn đang giúp bạn tiếp cận các bí mật của “người trong ngành” để huy động vốn. Thành thật mà nói, tôi không biết nhiều người có quan hệ tốt như Judy trên thị trường. Cô ấy mở “chiếc hộp danh thiếp Rolodex™ bạch kim” của mình và tạo ra những điều đáng kinh ngạc. *Gọi vốn cho người cần vốn* chứa đầy sự khôn ngoan rút ra từ cả hai phía của bàn đàm phán. Nó sẽ chỉ cho bạn cách tạo ra màn thuyết trình gọi vốn phù hợp, tiếp cận đúng người và đóng lại đề nghị của bạn theo đúng cách, để bạn có thể đạt được thỏa thuận hàng triệu đô-la của riêng mình – bất kể bạn đang thuyết phục Cá mập nào đi chăng nữa.

## LỜI CẢM ƠN

Cuốn sách này sẽ không thể ra đời nếu không có Dee Burgess, sự giúp đỡ và hỗ trợ không ngừng nghỉ mà cô ấy đã dành cho tôi trong suốt quá trình viết, biên tập và xuất bản.

Gửi lời cảm ơn rất nhiều đến những người anh em mà tôi chưa từng có, Ivan Dimov và Sergey Sholom, họ là những đối tác kinh doanh tốt nhất mà ai cũng ao ước, và những người đã cố vũ nỗ lực của tôi bằng rất nhiều cách.

Cảm ơn Jared Burgess, người đã đóng góp tích cực và giúp đỡ về các tài liệu tham khảo; Mike Young, đạo diễn, và Tanner McClune, khu vực SBDC phía Bắc USU, những người đã chỉnh sửa tác phẩm. Họ đã làm gần như tất cả mọi thứ để đưa cuốn sách này đến tay nhà xuất bản.

Cảm ơn Victoria St. George của Just Write, người tưởng chừng đã từ bỏ cuốn sách, nhưng cũng là người đã khiến nó trở nên tuyệt vời.

Cảm ơn người đại diện của tôi, Wendy Keller, người đã khuyến khích tôi tiếp tục thử thách một lần nữa, và cảm ơn Tim Burgard, biên tập viên của tôi tại Harper Collins, vì tất cả sự kiên nhẫn và hỗ trợ của anh ấy trong nỗ lực này.

Dành cho những ai đã giúp đỡ, ủng hộ và đóng góp cho cuốn sách này: Cảm ơn tất cả các bạn vì tất cả những gì các bạn đã làm để cuốn sách này ra đời. Cảm ơn Kevin Harrington, Annette Lavoie, John Livesay, Richard Swart, Colin McClive, Alex Migitko, Cheryl Snapp Conner, Cindy Padnos, Cole Smith, Dave Berkus, David Desharnais, David Meister, Dominic Giancona, Jeff Harvey, Kay Koplovitz, Leo Hopf, Marcia Nelson, Marilyn Magett, Matthew Sullivan, Paul Grossinger, Paul Martens, Ramphis Castro, Reginald Hughes, Sean Sheppard, Will Bunker, Loretta McCarthy và Andrew Goldner. Sự thông thái và sự nhạy bén trong kinh doanh của các bạn sẽ giúp rất nhiều doanh nhân xứng đáng có được nguồn vốn mà họ cần để xây dựng những doanh nghiệp vĩ đại.

## GIỚI THIỆU

Trong hơn 30 năm, tôi đã giúp các doanh nhân tìm được nguồn vốn cần thiết bằng cách kết nối họ với các nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần, văn phòng quản lý tài sản gia đình và các nguồn tài trợ khác, và sau đó hướng dẫn họ thực hiện quy trình tiến hành thương vụ và thẩm định. Tôi giỏi việc này vì tôi đã ở cả hai phía của bàn đàm phán. Với tư cách là CEO của các công ty đại chúng và tư nhân, tôi biết việc thuyết trình gọi vốn với các nhà đầu tư là như thế nào. Là giám đốc điều hành của mạng lưới các nhà đầu tư thiên thần Golden Seeds Angel Network và là thành viên ban cố vấn của Illuminate Ventures (một quỹ đầu tư mạo hiểm hướng đến các công ty ở giai đoạn đầu), Pereg Ventures VC, Springboard Enterprises (một mạng lưới hỗ trợ các nữ doanh nhân công nghệ) và Women Innovate Mobile (một tổ chức tăng tốc khởi nghiệp<sup>(\*)</sup> cũng dành riêng cho các chủ doanh nghiệp nữ trong lĩnh vực công nghệ), có lẽ tôi đã chứng kiến số lượng buổi thuyết trình gọi vốn từ các doanh nhân nhiều như số lượng những người khổng lồ trong ngành đã làm trên chương trình Shark Tank. Các thương vụ đầu tư vào công ty khởi nghiệp mà tôi đã môi giới dao động từ 50.000 đô-la đến 15 triệu đô-la, và nhiều thương vụ trong số đó đã mang lại lợi nhuận đáng kể cho các nhà đầu tư cũng như doanh nhân.

Vào năm 2015, tôi đã hợp tác với Dee Burgess (người giám sát đầu tiên tại Skullcandy và là chuyên gia vận hành) và John Livesay (“The Pitch Whisperer”<sup>(\*\*)</sup>) và người sáng lập podcast The Successful Pitch) để tạo ra một khóa học giúp các doanh nhân phát triển kỹ năng gọi vốn, từ đó họ có thể tìm thấy nguồn tiền để phát triển công ty của mình. Chúng tôi thích giúp những người sáng lập phát triển một bài thuyết trình gọi vốn tuyệt vời đồng thời giới thiệu họ với những nhà đầu tư phù hợp, và chúng tôi tự hào

(\*) Nguyên văn: Accelerator(s) (ND)

(\*\*) Tạm dịch: Bậc thầy Thuyết trình Gọi vốn, là biệt danh mà mọi người hay gọi khi nhắc đến John Livesay (ND)

khi thấy những người đàn ông và phụ nữ đó nhận được vô số lời đề nghị rót vốn đầu tư.

Cole Smith là một trong những doanh nhân như vậy. Anh ấy đến với chúng tôi mà không có bất cứ bản pitch deck (tài liệu thuyết trình) hay mối quan hệ nào, ngoại trừ một ý tưởng kinh doanh tuyệt vời: một nền tảng di động sẽ thông báo ngay lập tức cho những người ứng cứu đầu tiên và phụ huynh khi xảy ra tình huống khẩn cấp ở trường học, cũng như cung cấp sơ đồ mặt sàn được mã hóa bằng màu sắc của địa điểm phát sinh vấn đề. John đã làm việc với Cole về bài thuyết trình của anh ấy, tập trung vào cách ứng dụng này có thể giúp cứu người ở các trường học và mang lại cho phụ huynh và giáo viên sự yên tâm khi đã một kế hoạch an ninh và liên lạc tại chỗ.

Như bạn sẽ thấy trong Chương 6, người sáng lập doanh nghiệp và đội ngũ của họ là những yếu tố then chốt của một buổi thuyết trình gọi vốn thành công, vì vậy John khuyến khích Cole giải thích về nền tảng an ninh quân sự ở nước ngoài đã khiến anh ấy trở thành người lý tưởng để lãnh đạo doanh nghiệp như thế nào. Chúng tôi đã làm việc với Cole để đảm bảo rằng các dự phóng tài chính và tóm tắt tổng quan của anh ấy (Chương 7) dựa trên logic và các con số hợp lý. Sau đó, Cole chỉnh sửa bài thuyết trình và thực hành thuyết trình gọi vốn (Chương 8) cho đến khi anh ấy hoàn toàn tự tin với bài thuyết trình đó.

Đồng thời, tôi cũng mở “chiếc hộp danh thiếp Rolodex bạch kim<sup>(\*)</sup>” của mình để tìm các nhà đầu tư phù hợp với doanh nghiệp của Cole. Khi anh ấy đã sẵn sàng, tôi giới thiệu anh ấy với một nhà đầu tư thiên thần, người sau đó mời anh ấy thuyết trình gọi vốn với nhóm các Nhà đầu tư thiên thần của Salt Lake City (SLC). Anh ấy chỉ có thời gian thuyết trình là 10 phút và sau đó 10 phút cho phần Hỏi và Đáp. (Các doanh nhân cần phải sẵn sàng điều chỉnh độ dài bài thuyết trình gọi vốn của họ theo bất kỳ khoảng thời

(\*) Rolodex là thương hiệu của sản phẩm hộp đựng danh thiếp, ý tác giả ở đây là những mối quan hệ đối tác và kinh doanh quý giá của mình. (ND)

gian nào mà nhà đầu tư tiềm năng dành cho họ.) John và tôi đã chuẩn bị cho Cole giải thích khái niệm của anh ấy trong thời gian quy định, và sau đó làm việc với anh ấy để sẵn sàng trả lời bất kỳ câu hỏi nào mà nhà đầu tư có khả năng sẽ hỏi. Mục tiêu của hầu hết các buổi thuyết trình gọi vốn không phải là cam kết đầu tư. Nó giống một buổi hẹn hò đầu tiên hơn, nơi các bên đang quyết định xem có đủ hứng thú để đảm bảo cho buổi hẹn hò thứ hai hay không. Rồi thì, Cole đã có buổi hẹn thứ hai! Anh ấy được yêu cầu quay lại và thuyết trình với một nhóm nhiều nhà đầu tư thiên thần hơn, một lần nữa trong 10 phút nhưng với một phiên Hỏi và Đáp kéo dài 30 phút. Các nhà đầu tư nói với Cole rằng phần tài liệu và màn thuyết trình của anh ấy nằm trong top 5% những màn thuyết trình mà họ từng xem.

Nhưng đó mới chỉ là chiến thắng đầu tiên của Cole. Dựa trên thành công của anh ấy ở Salt Lake City, tôi đã có thể đưa anh ấy đến để giới thiệu với New York Angels (một nhóm nhà đầu tư thiên thần lớn và có sức ảnh hưởng). Họ ấn tượng với việc anh ấy đã có một đề nghị tài trợ vốn, và họ bắt đầu gọi mời anh ấy bằng các mối quan hệ của họ với FBI mà có thể giúp anh ấy mở rộng quy mô nhanh chóng.

Một trong những câu hỏi mà các nhà đầu tư mà nhóm New York Angel hỏi Cole là ai sẽ tài trợ cho vòng gọi vốn tiếp theo của anh ấy. Đây là chỗ mà hầu hết các nhà sáng lập đều không thể trả lời. Tuy nhiên, tôi đã giới thiệu Cole với Claudia Iannazo, người ngồi trong hội đồng quản trị của Pereg Ventures, một quỹ đầu tư mạo hiểm hướng tới các công ty ở giai đoạn đầu. Claudia nói rằng chồng cô có mối quan hệ với JetBlue Airways, và cô ấy hứng thú đến việc đưa nền tảng của Cole đến các sân bay khi anh ấy cần nguồn vốn đầu tư mạo hiểm vòng A<sup>(\*)</sup> trong khoảng một năm tới. Cả hai nhóm nhà đầu tư thiên thần đều vui mừng vì Cole đã có mối quan hệ với

(\*) Thuật ngữ tiếng Anh là Series A. Các vòng gọi vốn ở quy mô nhất định trở lên sẽ bắt đầu được được đánh tên theo bảng chữ cái (A, B, C,...) để phân biệt quy mô gọi vốn và giai đoạn gọi vốn của công ty. Vòng B sẽ có quy mô lớn hơn và diễn ra sau vòng A, tương tự như vậy trở về sau. Các công ty không nhất thiết phải trải qua các vòng gọi vốn lần lượt theo thứ tự, mà có thể nhảy cóc tùy theo quy mô tăng trưởng, quy mô và mục đích gọi vốn. (ND)

một nhà đầu tư mạo hiểm, mặc dù anh ấy sẽ không cần vốn đầu tư mạo hiểm cho đến khi đạt được những cột mốc nhất định mà anh ấy dự định đạt được với khoản đầu tư của họ.

Cole đã được đề nghị 1 triệu đô-la từ một văn phòng quản lý tài sản gia đình. Anh ấy đã từ chối đề nghị đó. Sau đó, nhóm New York Angels đưa ra đề nghị 700.000 đô-la. Anh ấy cũng từ chối họ. Cuối cùng anh ấy đã chấp nhận hai vòng tài trợ thiên thần (lần lượt là 100.000 đô-la và 175.000 đô-la). John và tôi đã làm việc với anh ấy trong quá trình thẩm định. Chúng tôi cũng kết nối anh ấy với Học khu Los Angeles và bệnh viện UCLA để tìm những khách hàng mới tiềm năng. Ngày nay, công ty của Cole, Tresit Group, đang cung cấp các giải pháp phần mềm bảo mật cho sân bay, doanh nghiệp, trường học, văn phòng chính phủ và bệnh viện.

Qua nhiều năm, tôi nhận thấy rằng nhiều doanh nhân chờ đợi cho đến khi nguồn tiền bên ngoài là một yếu tố bắt buộc phải có để duy trì hoạt động rồi mới tích cực theo đuổi các nhà đầu tư. Tôi tin rằng đây là một sai lầm, bởi vì quá trình huy động vốn mang lại hai lợi ích đáng kể. Đầu tiên, nó buộc các doanh nhân phải suy nghĩ một cách chiến lược về mọi khía cạnh của doanh nghiệp: xem xét các khái niệm, khách hàng, doanh số, tiếp thị, tài chính, quy trình và vận hành của họ để đảm bảo rằng các yếu tố cơ bản đang vững chắc.

Thứ hai, thu hút các nhà đầu tư bên ngoài cũng mang lại sự tiếp cận vào mạng lưới rộng lớn các ngành nghề khác và các chuyên gia tài chính có chuyên môn mà các doanh nhân có thể thiếu. Như tôi đã viết trong cuốn sách đầu tiên của mình, *How to Be a Power Connector* (tựa sách tiếng Việt đã được phát hành tại Việt Nam là *Siêu Cò – Cách thức biến Quan hệ thành Tiền tệ*) (nhà xuất bản McGraw-Hill Education, năm 2014), chất lượng của mạng lưới quan hệ của chúng ta sẽ quyết định thành công của chúng ta. Đó là lý do tại sao sự dồi dào của các kết nối mà các nhà đầu tư và cố vấn bên ngoài mang theo cùng họ thường có giá trị hơn nhiều số tiền mà họ đóng góp.

Thật không may, đối với nhiều doanh nhân, thế giới đầu tư doanh nghiệp rất khó hiểu và ít định hướng hơn nhiều. Kết quả là, thành công của Cole không phải là phổ biến. Cứ có một công ty được cấp vốn thì có hàng nghìn công ty khởi nghiệp khác, tuyệt vời không kém mà không bao giờ có được số tiền họ cần để bắt đầu hoặc để tiếp tục phát triển. Ngay cả trong một môi trường mà các nhà đầu tư thiên thần, các nhà/quỹ đầu tư mạo hiểm và các văn phòng quản lý tài sản gia đình đang tìm kiếm các doanh nghiệp tuyệt vời để đầu tư, họ vẫn chỉ tài trợ từ 1% đến 4% các thương vụ mà họ thấy trong một năm nhất định – không phải vì ý tưởng của các doanh nhân không vững chắc, mà bởi vì những doanh nhân đó đơn giản là không biết tìm nguồn tài trợ vốn ở đâu, hoặc làm thế nào để trình bày doanh nghiệp của họ một cách tốt nhất.

Các doanh nhân có thể vượt qua những nghịch cảnh khó khăn đó bằng cách hiểu được quy trình tài trợ từ trong ra ngoài. Bạn phải đi sâu vào suy nghĩ của “khách hàng” của mình, tức là những người sẽ cung cấp cho bạn nguồn vốn cần thiết để đưa doanh nghiệp của bạn hoạt động hoặc duy trì hoạt động cho đến khi bạn có lãi. Sau đó, bạn phải đóng gói doanh nghiệp của mình để giúp các nhà tài trợ vốn dễ dàng đồng ý. Tôi viết cuốn sách này để cung cấp cho bất kỳ chủ doanh nghiệp hoặc người sáng lập công ty khởi nghiệp nào những chỉ dẫn họ cần để (1) đảm bảo nguồn vốn mà họ mong muốn, (2) phát triển doanh nghiệp của mình một cách hiệu quả và (3) bán công ty hoặc đưa công ty ra đại chúng, từ đó (4) tạo ra lợi nhuận đáng kể cho chính họ và các nhà đầu tư của họ.

Dianne Feinstein từng nói: “Bạn phải học các quy tắc của trò chơi. Và khi đó bạn phải chơi tốt hơn bất kỳ ai khác”. Điều đó đúng với bất kỳ ai muốn phát triển doanh nghiệp bằng tiền của người khác (OPM). Có những quy tắc đối với trò chơi tài trợ vốn mà bạn phải học và tuân theo. Cuốn sách *Gọi vốn cho người cần vốn* đưa ra, một cách rõ ràng chính xác, những gì các doanh nhân phải biết và phải làm để tìm và đảm bảo khoản đầu tư bên ngoài có thể giúp họ thành công. Nó cho họ thấy nơi để tìm, nơi tiền được “cất giấu”, và làm thế nào để giới thiệu bản thân và doanh nghiệp của họ theo cách mà các nhà đầu tư háo hức nói “Có”. Nó dẫn dắt bạn xuyên suốt

quá trình gọi vốn, từ lời đề nghị ban đầu cho đến bước hoàn tất cuối cùng, vì vậy bạn có thể tránh được bất kỳ cạm bẫy tiềm ẩn nào và kết thúc với thỏa thuận tốt nhất có thể.

Bạn sẽ không chỉ học hỏi từ tôi: Trong những trang sách này, nhiều bạn bè và đồng nghiệp của tôi đã đóng góp sự thông thái của chính họ về việc nhận được vốn đầu tư. Bạn sẽ nghe lời khuyên từ các doanh nhân có sức ảnh hưởng, các nhà đầu tư thiên thần, các nhà đầu tư mạo hiểm và những người sáng lập các công ty tăng tốc khởi nghiệp và vườn ươm khởi nghiệp, cũng như các chuyên gia về huy động vốn từ cộng đồng, phát hành tiền điện tử lần đầu (Initial Coin Offering - ICO) hoặc phát hành tài sản chứng khoán số (Securities Token Offering - STO) và cho vay ngang hàng (Peer-to-Peer - P2P) trực tuyến. Hơn thế nữa, trong Phụ lục, bạn sẽ được khám phá các công cụ, danh sách kiểm tra và các biểu mẫu mà bạn có thể sử dụng để cấu trúc kế hoạch kinh doanh, màn thuyết trình gọi vốn và thương vụ của riêng mình.

*Gọi vốn cho người cần vốn* được xem như một bản giới thiệu và hướng dẫn về huy động vốn cho doanh nghiệp của bạn, dựa trên bối cảnh gọi vốn hiện tại của Hoa Kỳ. Mặc dù vậy, các nguồn vốn mới (một số rủi ro hơn những nguồn khác) luôn mở ra ở mọi thời kỳ. Một số sẽ đứng vững trước thử thách của thời gian và cung cấp vốn cho các doanh nhân trong những thập kỷ sắp tới; những nguồn khác sẽ biến mất nhanh chóng như các công ty khởi nghiệp mà chúng tài trợ. Bất kể nguồn vốn kinh doanh bạn đang tìm kiếm là gì, các nguyên tắc cơ bản được mô tả trong cuốn sách này sẽ tiếp tục có giá trị đối với những doanh nhân muốn biến ý tưởng kinh doanh thành hiện thực và cần tiền để giúp họ thực hiện điều đó. Những nguyên tắc này bao gồm có một ý tưởng kinh doanh chắc chắn, một đội ngũ vững chắc, một kế hoạch khả thi để sinh ra lợi nhuận, một chiến lược thoái vốn rõ ràng, và một mạng lưới những người biết, thích và tin tưởng bạn. Sau đó, bạn phải có một lộ trình gọi vốn rõ ràng để đưa bạn từ cuộc gặp gỡ đầu tiên với nhà đầu tư đến mọi khía cạnh của quá trình thẩm định và hoàn tất thương vụ.

Cũng như việc cần có thời gian và nỗ lực để xây dựng một doanh nghiệp, sẽ cần thời gian và nỗ lực để tạo ra một đề nghị tuyệt vời và sau đó trình bày nó với các nhà đầu tư phù hợp. Bạn sẽ nhận được tài trợ vốn ngay lập tức chứ? Chắc chắn là không. Không thể tránh khỏi việc bạn phải đối mặt với rất nhiều lời từ chối khi bạn chào hàng “ý tưởng tuyệt vời” của mình. Nhưng bằng cách làm theo hướng dẫn trong cuốn sách này, và chú ý đến những lời khuyên và ví dụ được cung cấp xuyên suốt, tôi tin rằng bạn có thể tìm và tiếp cận đúng nhà đầu tư với nhiều sự tự tin hơn và cơ hội thành công cao hơn rất nhiều. Bạn sẽ thấy mình ở đúng phòng, trước những người phù hợp, sẵn sàng cung cấp thông tin phù hợp theo đúng cách. Và một khi bạn giải mã được việc gọi vốn, phần thưởng của bạn chính là sự tăng trưởng và lợi nhuận theo cấp số nhân.