

# BESCO



Bulgarian Entrepreneurial Association

**2025**  
**SOFIA, BULGARIA**

## Key Partners



Who are our Key Partners?  
Who are our key suppliers?  
Which Key Resources are we acquiring from partners?  
Which Key Activities do partners perform?

**MOTIVATIONS FOR PARTNERSHIPS**  
Optimization and economy  
Reduction of risk and uncertainty  
Acquisition of particular resources and activities

## Key Activities



What Key Activities do our Value Propositions require?  
Our Distribution Channels?  
Customer Relationships?  
Revenue streams?

**CATEGORIES**  
Production  
Problem Solving  
Platform/Network

## Value Propositions



What value do we deliver to the customer?  
Which one of our customer's problems are we helping to solve?  
What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment?  
Which customer needs are we satisfying?

**CHARACTERISTICS**  
Newness  
Performance  
Customization  
"Getting the Job Done"  
Design  
Brand/Status  
Price  
Cost Reduction  
Risk Reduction  
Accessibility  
Convenience/Usability

## Customer Relationships



What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them?  
Which ones have we established?  
How are they integrated with the rest of our business model?  
How costly are they?

**EXAMPLES**  
Personal assistance  
Dedicated Personal Assistance  
Self-Service  
Automated Services  
Communities  
Co-creation

## Customer Segments



For whom are we creating value?  
Who are our most important customers?

Mass Market  
Niche Market  
Segmented  
Diversified  
Multi-sided Platform

## Key Resources



What Key Resources do our Value Propositions require?  
Our Distribution Channels? Customer Relationships?  
Revenue Streams?

**TYPES OF RESOURCES**  
Physical  
Intellectual (brand patents, copyrights, data)  
Human  
Financial

## Channels



Through which Channels do our Customer Segments want to be reached?  
How are we reaching them now?  
How are our Channels integrated?  
Which ones work best?  
Which ones are most cost-efficient?  
How are we integrating them with customer routines?

**CHANNEL PHASES**  
1. Awareness  
How do we raise awareness about our company's products and services?  
2. Evaluation  
How do we help customers evaluate our organization's Value Proposition?  
3. Purchase  
How do we allow customers to purchase specific products and services?  
4. Delivery  
How do we deliver a Value Proposition to customers?  
5. After sales  
How do we provide post-purchase customer support?

## Cost Structure



What are the most important costs inherent in our business model?  
Which Key Resources are most expensive?  
Which Key Activities are most expensive?

**IS YOUR BUSINESS MORE**  
Cost Driven (leanest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing)  
Value Driven (focused on value creation, premium value proposition)

**SAMPLE CHARACTERISTICS**  
Fixed Costs (salaries, rents, utilities)  
Variable costs  
Economies of scale  
Economies of scope

## Revenue Streams



For what value are our customers really willing to pay?  
For what do they currently pay?  
How are they currently paying?  
How would they prefer to pay?  
How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues?

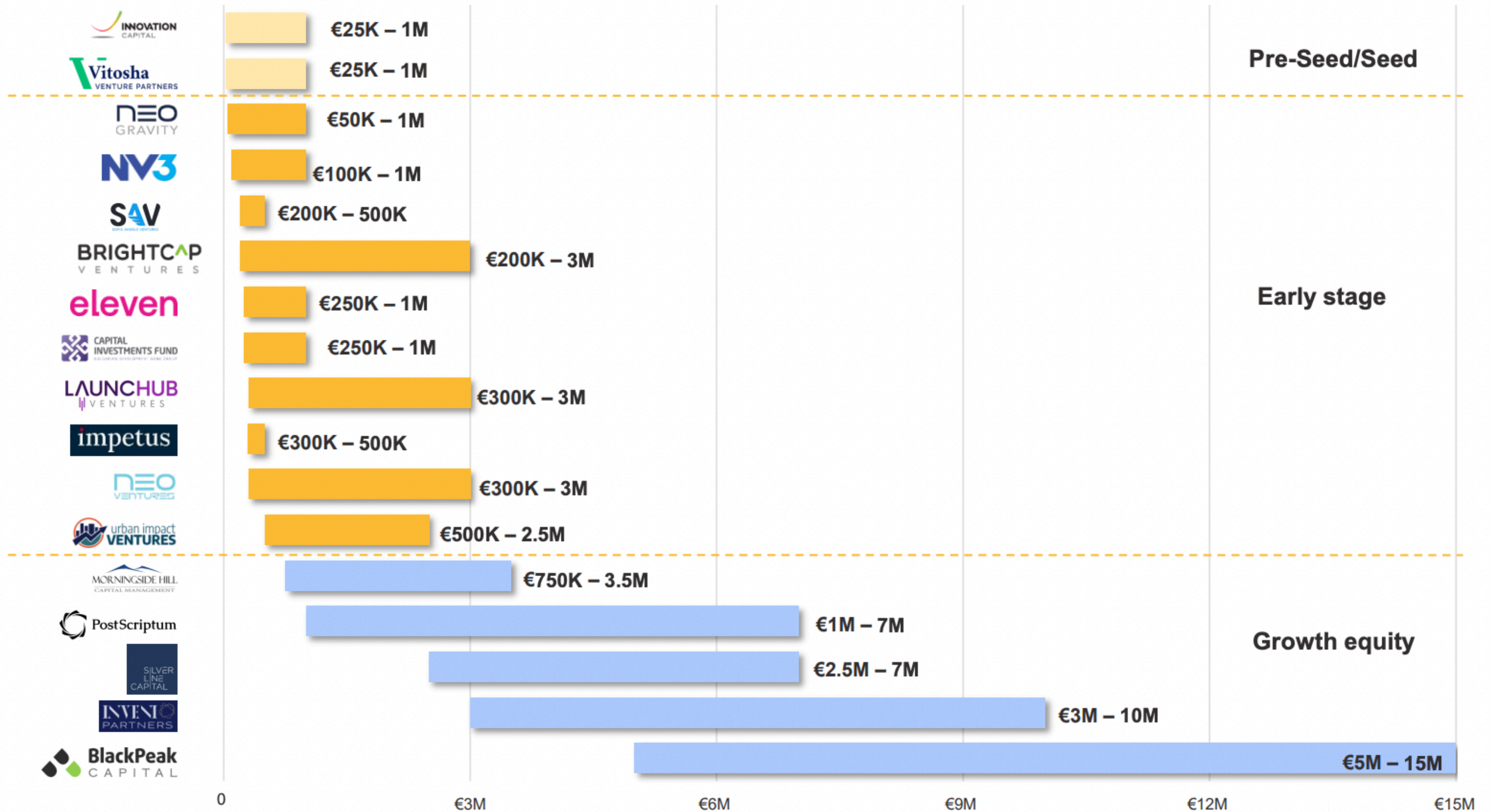
<b>TYPES</b> Asset sale Usage fee Subscription Fees Lending/Renting/Leasing Licensing Brokerage fees Advertising	<b>FIXED PRICING</b> List Price Product feature dependent Customer segment dependent Volume dependent	<b>DYNAMIC PRICING</b> Negotiation (bargaining) Yield Management Real-time-Market
---	---	--





# The Bulgarian funding landscape provides capital across all milestone stages

Ticket size over 2019-2023



**BESCO**



# PITCH DECK



**2025**  
**Sofia, Bulgaria**

# Какво оценява инвеститорът?

- ✔ **Timing:** Сега ли е подходящият момент за този бизнес?
- ✔ Има ли ясен **бизнес модел**?
- ✔ **Market adoption:** Има ли силни конкуренти на пазара?
- ✔ **Размер на пазара:** Ако компанията се развие успешно ще може ли да се продаде за достатъчно много пари спрямо целите на инвеститора?
- ✔ **Execution:** Има ли екипът правилния опит и страст, за да постигне успех?
- ✔ Има ли достатъчно **“място”** за нови инвеститори?
- ✔ **Колко пари** са нужни, за да се изпълни стратегията?
- ✔ Развива ли компанията **технология**, която трудно би дала нужните плодове?



# Представяне

**Име на бизнеса** - да се чете лесно

**Име на презентацията**

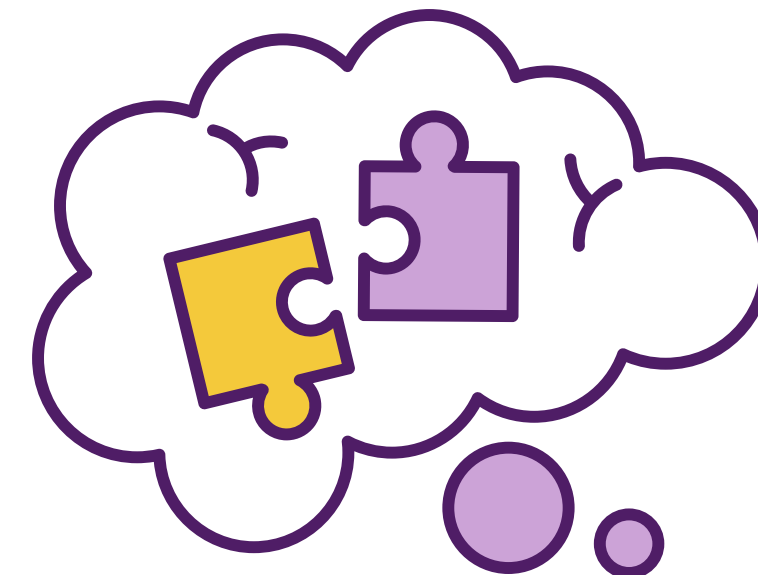
Лого или **background снимка**, но keep it simple!

Откриване на презентацията:

Първото впечатление има значение. Започнете със силно послание, което сте репетирали - Кой сте? Коя е компанията, която представяте? В едно изречение кажи какво правите, за да се подготвят за това, което ще чуят.



# Проблемът



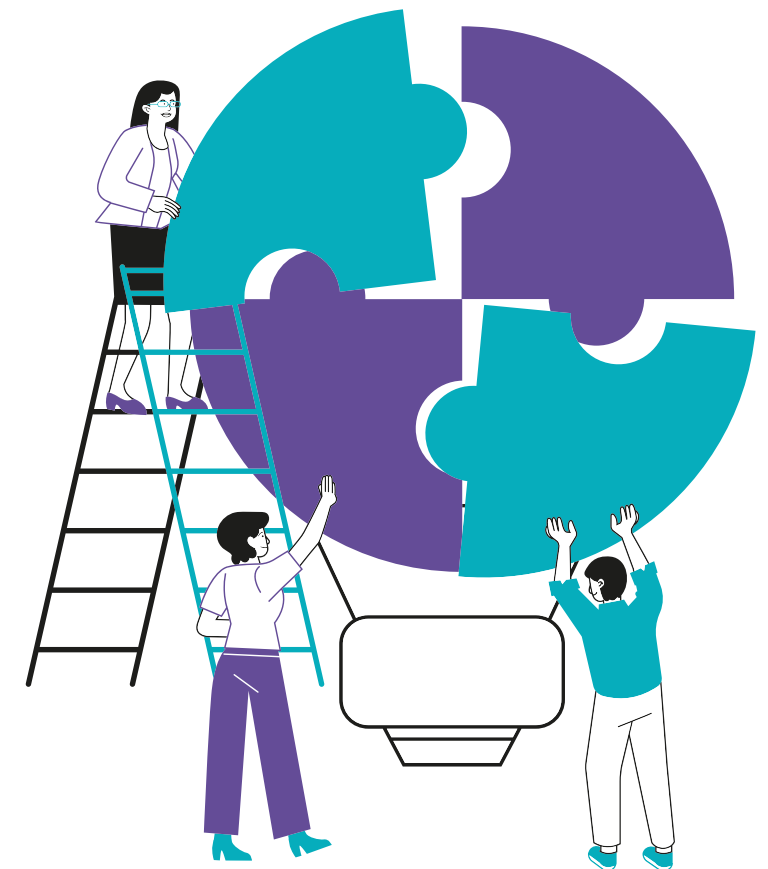
**Това е началото на историята!**

- ☑ Какви са текущите **нужди на пазара**?
- ☑ Ясно идентифициран **проблем**.
- ☑ Дайте контекст за продукта/услугата си (защо я създадохте?)

# Решението

**Какъв е продуктът/услугата ви и как ще реши нуждата на пазара?**

- ✓ **Бъдете много ясни!** Ако тук не ви разберат правилно, няма да служат и остатъка от презентацията.
- ✓ **Как решавате проблема** на клиента - не как работи технологията ви!





# Размер на пазара

**Кои/къде са твоите клиенти? Колко голям е твоят пазар?**

- ✓ Разметът има значение!!!
- ✓ Правете разлика между **Total Addressable Market (TAM)**, **Serviceable Available Market (SAM)** и **Serviceable Obtainable Market (SOM)**
- ✓ Защо мислите, че клиентите ще плащат за вашият продукт/услуга?
- ✓ Покажете **цифри** и обяснете допусканията си.
- ✓ Покажете **макроикономически контекст**.



# Конкуренция

**Кои са конкурентите ви и с какво продуктът/услугата ви са по-добри от техните?**

- ☑ Избройте вашите конкуренти и това, което **отличава** вашата компания от тях (вашето конкурентно предимство).
- ☑ Какво прави вашето конкурентно предимство **устойчиво**? (мрежов ефект, по-добра технология, уникални данни, иновативен подход и т.н.).



# Идеята ви (продукт, услуга)

## Как работи идеята ви?

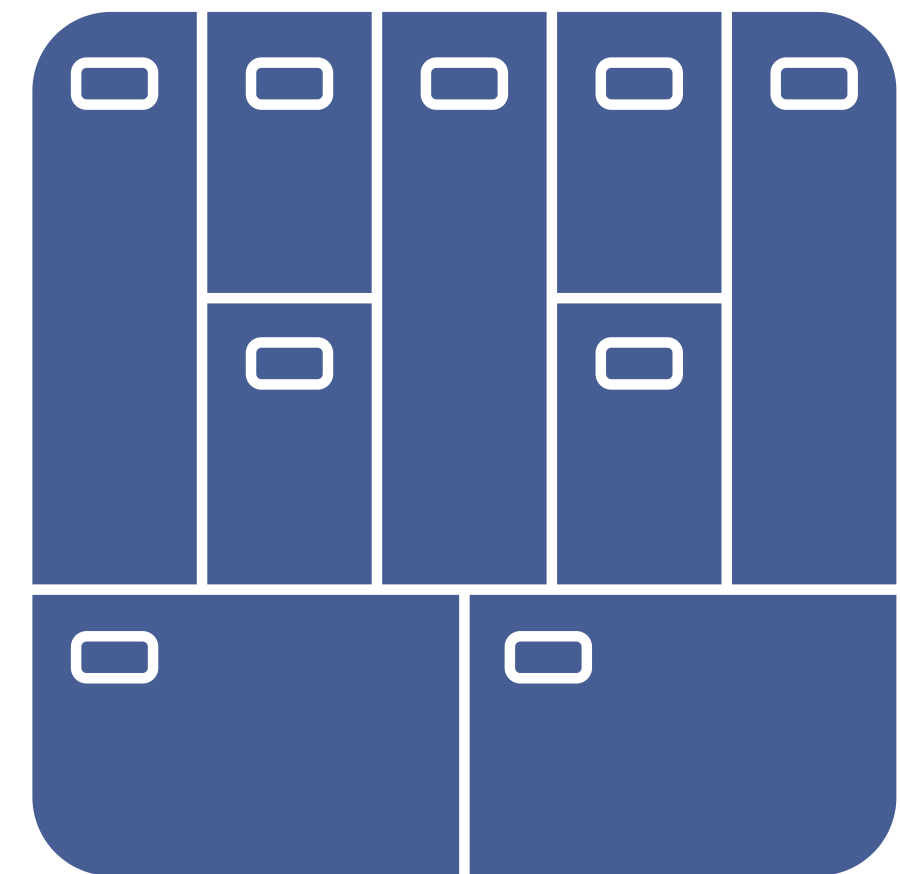
- ✓ Покажете демо и/или визуални материали.
- ✓ Не задълбавайте в детайлите!



# Бизнес модел

## Как правите пари? Как придобивате клиенти?

- ✓ Разкажете през case studies и примери!
- ✓ Включете:
  - Подходящи KPIs
  - Revenue модел
  - Ценообразуване
  - Колко струва придобиването на клиент
  - Колко печелите от един клиент дългосрочно
  - Как продавате и моделът ви за дистрибуция
  - Pipeline с клиенти





# Traction

## Какво се постигнало до момента?

- ✓ Разкажете за най-съществените си milestones и метрики:
  - Доказателства за **ръста на клиентите** и пазарния дял (клиенти, потребители, посетители)
  - Етап на **развитие на технологията** / продукта (прототим, работещ продукт, MVP др.)
  - Етап на **развитие на компанията** (патенти, бранд, домейн, инвеститори до момента)



# Финансова информация

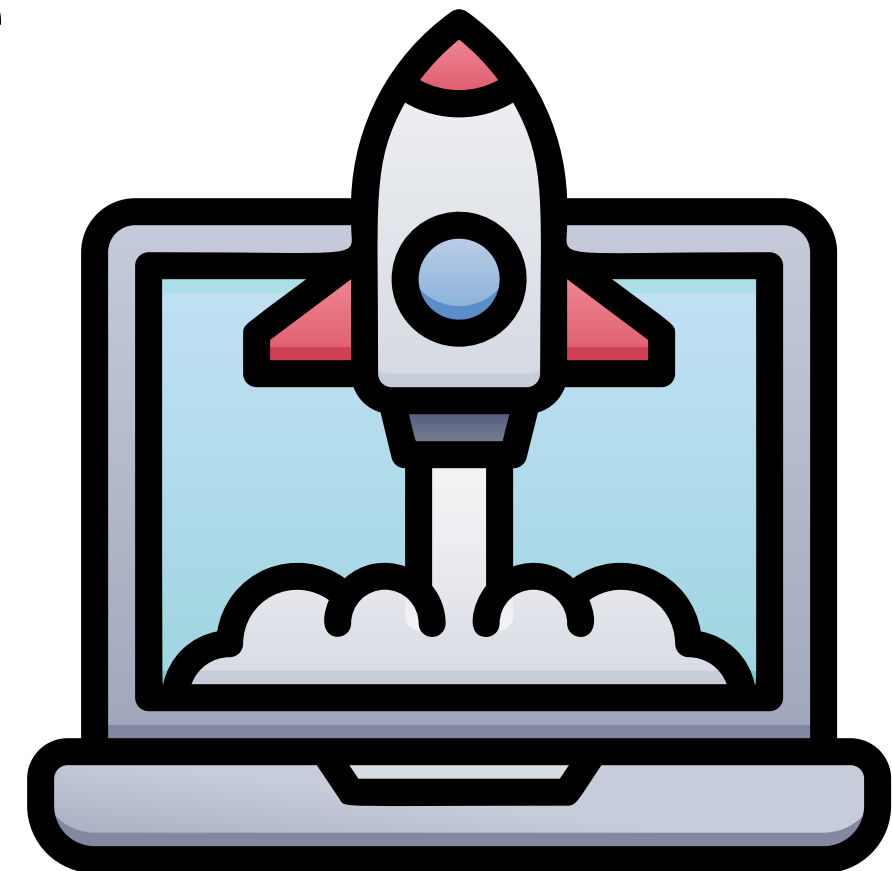
## Какво резултатите до момента говорят за бъдещето?

- ✓ Еволюция, а не моментна снимка!
  - Разбивка на приходите (3 - 5 години)
  - Burn rate / разбивка на разходите
  - Cash flow
- ✓ Имайте предвид с кой тип инвеститор разговаряте:
  - На ранен етап фокусът е върху бъдещият растеж.
  - На късен етап фокусът е върху растежът до момента и производствени икономии.
- ✓ Дръжте финансовите прогнози на по-общо ниво и не влизайте в детайли.



## Как ще “скалира” компанията ви?

- ✓ **Маркетинг и продажби:** как ще придобиете нови клиенти?
- ✓ **Обслужване на клиентите:** как ще задържите клиентите?
- ✓ **Развитие на продукта / услугата:** как ще растете и ще запазите конкурентното си предимство?



## Защо имате правилният екип, който да реши проблемът?

- ✓ Докажете, че имате **подходящият опит**.
- ✓ Разкажете за топ **3-4 ключови хора** от екипа.
- ✓ Споделете за нуждата от **попълване на кадри**, които все още липсват в екипа ви.





# Възможност за инвестиция



- ✓ **Защо имате нужда** от парите? Защо сега?
- ✓ Адресирайте ясни **milestones**.
- ✓ С какво още могат да ви **помогнат** инвеститорите?
- ✓ Разкажете за **голямата визия** за бъдещето.
- ✓ Създайте усещане за **спешност**.
- ✓ Фокусирайте се върху изграждането на **успешна компания**, не върху възможността за exit.
- ✓ Завършете силно и **вдъхновяващо!**

# Някои pitch decks:

[Airbnb](#)

[Brex](#)

[Coinbase](#)

[Dropbox](#)

[Intercom](#)

[LinkedIn](#)

[Mixpanel](#)

[Monzo](#)

[N26](#)

[Payhawk](#)

[Revolut](#)

[Sendgrid](#)

[Uber](#)

[Wise](#)

**EXAMPLE**

**BESCO**



# Кратки съвети



**2025**  
**Sofia, Bulgaria**

# Съвети

- ✔ **Знайте защо правите бизнес.**
- ✔ **Отговаряйте кратко и ясно. Не се защитавайте.**
- ✔ **Включвайте лични истории и разказвайте вашето приключение.**
- ✔ **Не = Не сега!**
- ✔ **Искането на помощ изгражда отношения.**
- ✔ **Бъдете скромни.**
- ✔ **Предвидете времето си -> Отнема поне 2-3 месеца.**
- ✔ **Упражнявайте се! Упражнявайте се! Упражнявайте се!**
- ✔ **Споделяйте идеите си.**
- ✔ **Винаги бъдете честни! Говорете истината.**



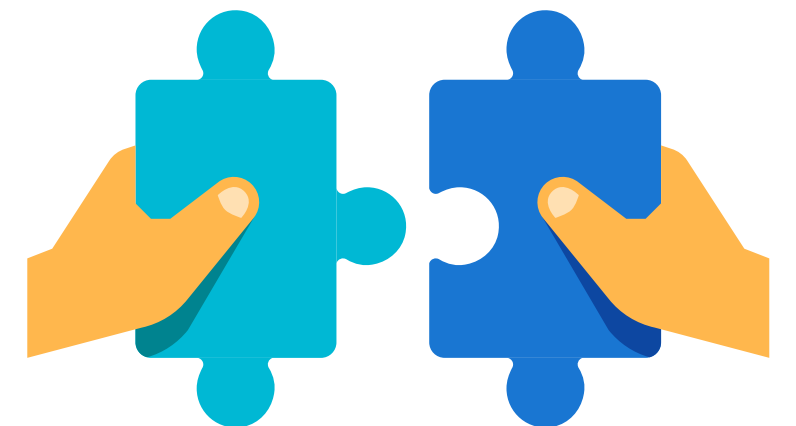
# Кой е потенциалният инвеститор?

- ✔ Има опит като предприемач.
- ✔ Инвестирал е в 100+ компании.
- ✔ Земен човек е и не е арогантен.
- ✔ Ranks well in my DD with portfolio founders.
- ✔ Има 3-4 инвестиции в портфолиото си, които са полезни за нас.
- ✔ Разбира нашия бизнес и бизнес модел.

И последно, но не по важност:



Бихте се радвали да пиете бира с него.



# Как да съсипете потенциална инвестиция?

- ✗ Бъдете неподготвени.
- ✗ Не знайте основните си метрики.
- ✗ Не follow-up-вайте. Или го правете твърде бавно.
- ✗ Дръжте се като най-умните в стаята.
- ✗ Искайте от всеки подписан NDA.
- ✗ Говорете срещу инвеститори, партньори и съдружници.
- ✗ Четете презентацията си по време на срещата.
- ✗ Закъснейте за срещата без предупреждение.
- ✗ На въпроса за GTM стратегия отговорете “реклами”.
- ✗ На въпросите говорете много без да казвате нищо.
- ✗ На слайда за конкуренция сложете всички  само на вас.



# Обобщение

## 01 Започнете с фундамента

- ✓ Добри индикации от първите клиенти.
- ✓ Растящ и достатъчно голям пазар.
- ✓ Силен екип.

*Това ще направи всичко други по-лесно*

## 02 Дефинирайте фъндрейзинг план

- ✓ Кой е идеалният инвеститор?
- ✓ От колко пари се нуждаете?
- ✓ Какво ще постигнете с тях?

*Това гарантира, че не стреляте в тъмното*

## 03 Подгответе investors deck

- ✓ Ясен и по същество.
- ✓ Да покрива всички основни елементи.
- ✓ Полирайте чрез обратна връзка.

*Това е основният ви информационен документ*

## 04 Подгответе се за инвеститорите

- ✓ Списък и препоръки.
- ✓ Структурирайте добре данните си.
- ✓ Проучете ги и им пишете.

*Това определя кой и как адресирате*

# Обобщение

05

## Започнете да говорите с инвеститори

- ✓ Започнете с тези с най-нисък приоритет.
- ✓ Събирайте обратна връзка и подобрете.
- ✓ Адресирайте всички въпроси.

*Това е когато реално фъндрейзвате.*

06

## Преговаряйте и затваряйте сделката.

- ✓ Получете term-sheet
- ✓ Обсъдете го и двете страни
- ✓ Подпишете и преминете към финализиране.

*Тук решавате финалните въпроси.*



# BESCO



# Благодаря ви



**Добромир Иванов**

Chief Executive

d@besco.bg

+359 88 928 9710

**2025**  
**Sofia, Bulgaria**