

Как PR помогает привлечь инвесторов

Я как бизнес по оказанию профессиональных услуг давно работаю с предпринимателями и инвесторами, а первые инвестиции привлекал еще в 2011 году. За это время у меня сложилось видение, как упростить привлечение инвестиций. Поэтому давайте разберем, почему доверие — ключевой фактор в отношениях с инвесторами и как его можно укрепить через пиар.

Инвесторы — такие же люди

Для начала важно понимать: инвесторы — не какие-то безэмоциональные машины или сверхразумы-рептилоиды-с-деньгами в вакууме, которые принимают решения исключительно на основе цифр и графиков. Это обычные люди, которые вместо покупки предметов роскоши или вложений в облигации выбирают ваш бизнес.



Бренд по гигиене полости рта Global White, который мы с партнером запустили на привлеченные инвестиции (фото 2011 года)

Их мотивация может быть разной: кто-то ищет рискованные, но перспективные проекты, а кто-то делает осознанные стратегические вложения. Но главное — они все

равно руководствуются эмоциями и доверием и выбирают и инвестируют в конкретного человека.

Когда вы решаете, какой пылесос или автомобиль купить, вы полагаетесь на логику, опыт и интуицию. То же самое происходит с инвесторами. Они выбирают вас не только из-за ваших цифр или идеи, но и потому, что им нравится лично вы как человек. Особенно это касается ранних этапов развития бизнеса — seed или pre-seed стадий. На этом этапе деньги даются конкретному предпринимателю, а не абстрактному бизнесу или продукту.

Когда в 21 год я искал первые инвестиции, думал: «Главное — показать бизнес-план и финансовую модель». Это был очень смешной опыт, когда я (с инженерным образованием и математическим складом ума) разложил перед нашим потенциальным инвестором «бизнес-модель» — огромную таблицу, склеенную из четырех листов А3. Смех нашего будущего инвестора я помню до сих пор, жаль, видео нет 😊 Инвесторы вкладываются в людей, а не в таблицы Excel.

Доверие — основа успеха

Чем больше доверия вы вызываете у инвестора, тем выше шансы получить финансирование. Здесь важно понимать, что доверие — это нечто большее, чем просто хороший бизнес-план или презентация. Оно складывается из множества факторов: помимо твердого опыта, компетенций, способности общаться и доказывать свою экспертность, важны факторы, которые в глазах инвестора покажут «твердость» данного опыта, компетенций и способностей к общению.

Один из самых эффективных способов укрепить доверие на начальном этапе — это пиар. Публикации в авторитетных деловых изданиях, таких как «Коммерсантъ», РБК, «Ведомости» или Forbes, могут значительно повысить вашу репутацию.

24 декабря 2018, 11:00 Репортажи

ТАСС "Энергетический заряд".
Как стартаперы делают бизнес на power bank и жажде заряжаться 24/7



Владельцы сервиса "Бери заряд!" Кирилл Кулаков и Степан Ермаченков

© Артем Геодакян/ ТАСС

Владельцы первого в России сервиса аренды зарядных устройств "Бери заряд!" Кирилл Кулаков и Степан Ермаченков рассказали ТАСС о планах покорения российского рынка и, как в

факт

рилл Кулаков запускал

[Первые статьи](#) в ТАСС в 2018 году о тогда еще новом для России сервисе аренды зарядных устройств, который не так давно был [куплен Яндексом](#) (вроде приличный инвестор)

Почему? Потому что инвесторы чаще всего доверяют этим источникам. Особенно это касается людей старше 35–40 лет, которые привыкли читать традиционные СМИ, а не следить за TikTok-блогерами.

Как работает пиар для привлечения инвестиций

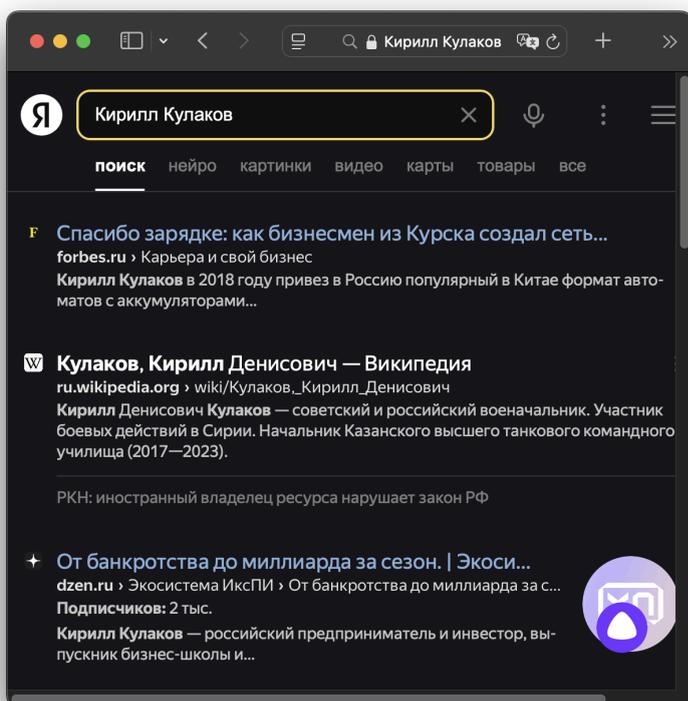
Представьте такую ситуацию: потенциальный инвестор решает проверить вас и ваш бизнес. Он ищет информацию в интернете. Что он видит? Если в поисковой выдаче есть статьи о вас в авторитетных изданиях, интервью или экспертные материалы, это сразу создает положительное впечатление. Вы начинаете восприниматься как надежный партнер.

Например, недавно мы сделали очередную [публикацию](#) для нашего клиента — историю о том, почему он открыл свое производство террасной доски. Это была не рекламная статья, а полноценный бизнес-кейс, который показывал его экспертизу и подход к делу. Если бы наш клиент искал инвестиции, эта статья стала бы отличным аргументом в его пользу.

Почему инвесторы доверяют СМИ

Инвесторы доверяют брендам и источникам, с которыми они давно знакомы. Для них важно видеть вас в контексте качественного контента, а не банальной рекламы. Например, если вы пишете полезную экспертную статью на VC.ru или Habr, это тоже добавляет вам веса. Такие публикации показывают, что вы разбираетесь в своей сфере и готовы делиться знаниями.

Кроме того, важную роль играет поисковая выдача. Ваши имя и фамилия — уже бренд. Если ваша фамилия не Иванов или Петров (да простят меня носители этих фамилий), то материалы в СМИ или СМИ-блогах [тут много деталей, за ними обращайтесь в PRslon] поднимут вас в поисковой выдаче по ФИО и вытеснят на второй план негатив (если он есть), что повысит вашу узнаваемость и доверие.



У Кирилла Кулакова («Бери заряд!») — мощный однофамилец со статьей на Википедии, выдачу по которому тем не менее удалось перебить статьей в Forbes

Когда инвестор загуглит вас, он увидит не только выписку из ЕГРЮЛ, но и экспертные статьи, интервью и другие доказательства вашей компетентности.

Почему пиар — не панацея

Пиар — мощный инструмент, но он работает только в сочетании с реальными достижениями. Привлечение инвестиций — это не только про цифры и презентации. Это про доверие. А доверие строится на репутации, опыте и экспертности. Публикации в авторитетных СМИ — один из действенных способов показать себя с лучшей стороны. Они помогают укрепить доверие инвесторов, повысить узнаваемость бренда и создать положительный образ вашего бизнеса.

Поэтому, если вы планируете привлекать инвестиции, воспользуйтесь всеми возможностями пиара. Напишите экспертные статьи, поделитесь своими бизнес-историями и покажите, что вы — надежный партнер. Это не гарантия успеха, но точно шаг в правильном направлении.

Приходите к нам в PRslon за репутационными статьями для привлечения инвестиций.