

Valuaatio: Scorecard Method

Vertailu-startup

Vertailu-startupin valuaatio

Oma laskettu valuaatio (täytä lopuksi)

Arviointitekijä	Painoarvo valuaatiossa (%)	Arvosana (0-200%)	Painotettu arvosana
Yrittäjän, tiimin ja johtoryhmän vahvuus	30%		
Mahdollisuuden koko	25%		
Tuote/teknologia	15%		
Kilpailuympäristö	10%		
Markkinointi/myyntikanavat/kumppanuudet	10%		
Lisärahoituksen tarve	5%		
Muut tekijät	5%		
Yhteensä	100%		

Valuaatio: Scorecard Method

Vertailu-startup

Esimerkki Oy

Vertailu-startupin valuaatio

1 000 000 €

Oma laskettu valuaatio (täytä lopuksi)

1 170 000 €

Arviointitekijä	Painoarvo valuaatiossa (%)	Arvosana (0-200%)	Painotettu arvosana
Yrittäjän, tiimin ja johtoryhmän vahvuus	30%	120%	0.36
Mahdollisuuden koko	25%	150%	0.375
Tuote/teknologia	15%	100%	0.15
Kilpailuympäristö	10%	80%	0.08
Markkinointi/myyntikanavat/kumppanuudet	10%	110%	0.11
Lisärahoituksen tarve	5%	90%	0.045
Muut tekijät	5%	100%	0.05
Yhteensä	100%		1.17

Scorecard Method -ohje 1/2

Scorecard Method on menetelmä, jolla voi arvioida startup-yrityksen arvoa erityisesti varhaisessa pre-revenue -vaiheessa, jolloin yrityksellä ei ole vielä kassavirtaa. Etene näin:

1. Valitse vertailu-startup, joka on suunnilleen samalta toimialalta, samassa kypsyysvaiheessa sekä samalta maantieteelliseltä alueelta. Merkitse laatikkoon vertailukohteen arvioitu valuaatio. *Jos et tiedä niin valitse arvio toimialasi keskiarvoisesta startupin valuaatiosta, esim 1 000 000 EUR.*
2. Täytä kohtaan “**Arvosana**” arviosi asteikolla 0-200% miten hyvin startupisi vertautuu saman alan vertailu-startupeihin kyseisen arviointitekijän osalta. Esimerkiksi, onko startupisi “Tuote/Teknologia” yhtä hyvä (eli 100%) verrattuna vertailukohteisiin, vai vähemmän hyvä (0-99%) vai jopa parempi (101-200%)? Katso seuraavalta sivulta tarkemmat ohjeet arviointitekijöiden täyttämiseen. Täytä muut arviointitekijät vastaavasti.
3. Laske sarakkeeseen “**Painotettu arvosana**” jokaista arviointitekijää koskeva arvosana. Esimerkiksi arviointitekijä “Tuote/Teknologia” painoarvo valuaatiossa on 15%, joten jos se on arvioitu olevan 80% vertailu-startupeista, niin painotetuksi arvosanaksi tulee $0,15 \times 0,8 = 0,12$. Täytä koko sarake vastaavasti.
4. Laske yhteen rivien painotetut arvosanat. Riville “**Yhteensä**” sarakkeeseen “**Painotettu arvosana**” muodostuu loppuvaluaatiokerroin. Jos vertailu-startupin valuaatio on esim 1 000 000 EUR ja yhteen laskettu painotettu arvosana on 0,75 niin valuaatiosi on 750 000 EUR.

HUOM! Scorecard Method on suuntaa antava alkuvaiheen valuaatiotyökalu. Tarkempi valuaatio vaatii yksityiskohtaisempia selvityksiä.

Scorecard Method -ohje 2/2

Arviointitekijöiden täyttäminen:

- 1. Yrittäjän, tiimin ja johtoryhmän vahvuus:** 0-40%: Ei aikaisempaa kokemusta alalta eikä merkittäviä saavutuksia. 50-70%: Vähäistä kokemusta ja heikko verkostoituminen. 80-120%: "Kohtuullista kokemusta alalta ja muutamia onnistumisia. 130-160%: Merkittävästi kokeneempi ja saavutukset ovat erinomaiset. 170-200%: Erittäin kokenut ja merkittäviä aikaisempia saavutuksia sekä laajat verkostot.
- 2. Mahdollisuuden koko:** 0-40%: Markkinat ovat pienet ja kasvumahdollisuudet rajoitetut. 50-70%: Markkinat ovat alle keskimääräiset ja kasvumahdollisuudet ovat rajalliset. 80-120%: Markkinat ovat keskimääräiset ja kasvumahdollisuudet kohtalaiset. 130-160%: Markkinat ovat suuret ja kasvumahdollisuudet huomattavat. 170-200%: Markkinat ovat erittäin suuret ja kasvumahdollisuudet ovat huomattavat.
- 3. Tuote/teknologia:** 0-40%: Tuote on kehitysvaiheessa eikä erotu kilpailijoista. 50-70%: Keskeneräinen ja erottautuminen kilpailijoista on heikko. 80-120%: Keskimääräisen innovatiivinen ja kilpailukykyinen. 130-160%: Erittäin innovatiivinen ja erottuu kilpailijoista. 170-200%: Poikkeuksellisen innovatiivinen, valmis markkinoille ja sillä on vahva IP-suoja.
- 4. Kilpailuympäristö:** 0-40%: Kilpailu on erittäin kovaa ja markkinoille tulon esteet kilpailijoille ovat alhaiset. 50-70%: Kilpailu on kovaa ja markkina-asema on heikko. 80-120%: Kilpailu on keskimääräistä ja yrityksen markkina-asema on vakaa. 130-160%: Kilpailu on vähäistä ja yritys on vahvassa markkina-asemassa. 170-200%: Kilpailu on hyvin vähäistä tai yritys on selkeä markkinajohtaja.
- 5. Markkinointi/myyntikanavat/kumppanuudet:** 0-40%: Jakelukanavat ovat rajoitetut ja markkinointistrategia on heikko. 50-70%: Kanavat ovat vähäiset ja markkinointistrategia on alle keskimääräisen. 80-120%: Kanavat ja markkinointistrategia ovat keskimääräiset. 130-160%: Kanavat ovat hyvät ja markkinointistrategia on tehokas. 170-200%: Kanavat ovat erinomaiset ja markkinointistrategia on erittäin tehokas.
- 6. Lisärahoituksen tarve:** 0-40%: Yritys tarvitsee paljon lisärahoitusta ja rahoitussuunnitelma on epävarma. 50-70%: Yritys tarvitsee jonkin verran lisärahoitusta ja rahoitussuunnitelma on keskeneräinen. 80-120%: Yritys tarvitsee keskimääräisen määrän lisärahoitusta. 130-160%: Yritys tarvitsee vähän lisärahoitusta ja rahoitussuunnitelma on hyvä. 170-200%: Yritys tarvitsee hyvin vähän tai ei lainkaan lisärahoitusta.
- 7. Muut tekijät:** 0-40%: Tapauskohtaiset muut tekijät kuten regulaatio, exit-potentiaali, sisäiset riskit tai markkinoille pääsyn esteet ovat epäedullisia. 50-70%: Muut tekijät ovat jonkin verran epäedullisia. 80-120%: Muut tekijät ovat keskimääräisiä. 130-160%: Muut tekijät ovat suotuisia. 170-200%: Muut tekijät ovat erityisen suotuisat.