

Centrul de Formare Continuă



Camera de Comerț și Industrie
a Republicii Moldova



Pitch training

Trainer: O. Colesnicova

Facem cunoștința



OLGA

Antreprenoare, Mentor, Business trainer

24 - ani în business

12 - ani în traininguri și consultanța

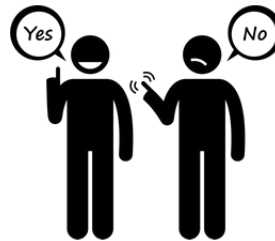
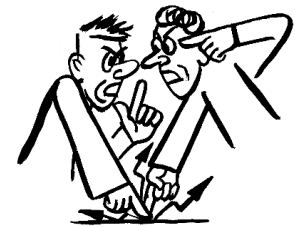
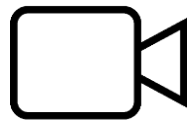
78 - companii, 42% - loiali

484 proiecte realizate,
care a crescut vânzările companiilor
cu 23-35%

CCI, ODIMM, UNDP, Banci, Companii private



REGULI



Pitch - un pitch este o prezentare a companiei, valorilor si punctelor forte, aratand de ce aceasta este portivita pentru o sarcina sau un proiect anume.



Pitch in Business

Ati fost vreodata pusi in situatia in care un client sa va ceara o prezentare scurta, sub un minut, a companiei voastre? Ei bine, acesta este un pitch, componenta importanta pentru orice afacere care isi doreste sa creasca.



De ce un pitch este important pentru afacerea?

Un pitch este în proces de cunoaștere. Doar cunoscându-va afacerea, dar și capacitățile, puteți profita de slăbiciunile concurenților, adăugând plus valoare companiei voastre.



De ce un pitch este important pentru afacerea?

- Un pitch este un moment propice de a va convinge potentialii clienti si parteneri de afaceri sa creada in compania, serviciile si produsele voastre;
- Intr-o lume cu atat de multe optiuni, trebuie sa fim capabili sa comunicam eficient si rapid despre noi si compania noastra. In caz contrar, mesajul nostru nu va fi receptionat, riscand astfel sa nu fim perceputi ca si optiune viabila;



4 Elemente cheie:

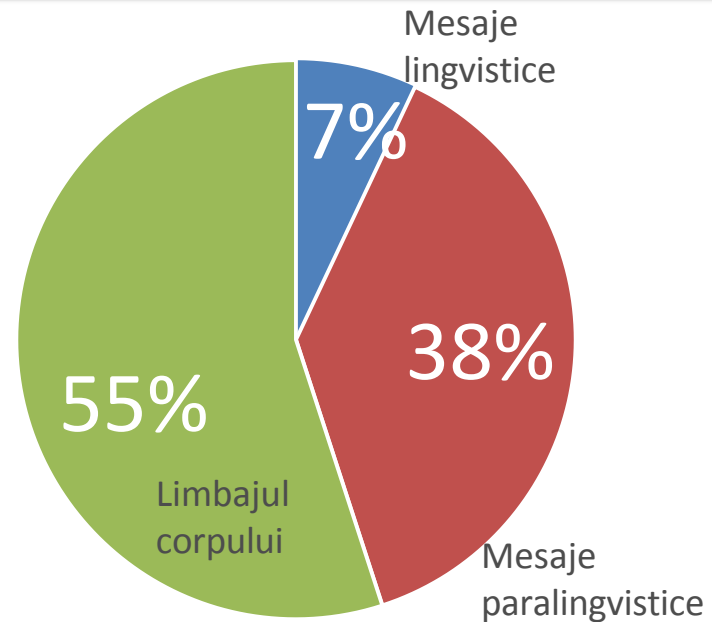
- Numele si categoria produsului vostru;
- Problema pe care incercati sa o rezolvati;
- Solutia voastra pentru aceasta problema;
- Beneficiile propunerii voastre.

**NU FI MECANIC, PUBLICUL
CARUIA I TE ADRESEZI ESTE
FORMAT DIN OAMENI.**



Cand cineva transmite un mesaj, modul in care ascultatorul intelege si judeca cele spuse se bazeaza pe:

- mesaje lingvistice – **ceea ce spui**
- paralingvistice- cum o spui
- limbajul corpului- ceea ce fata ta si corpul tau spune



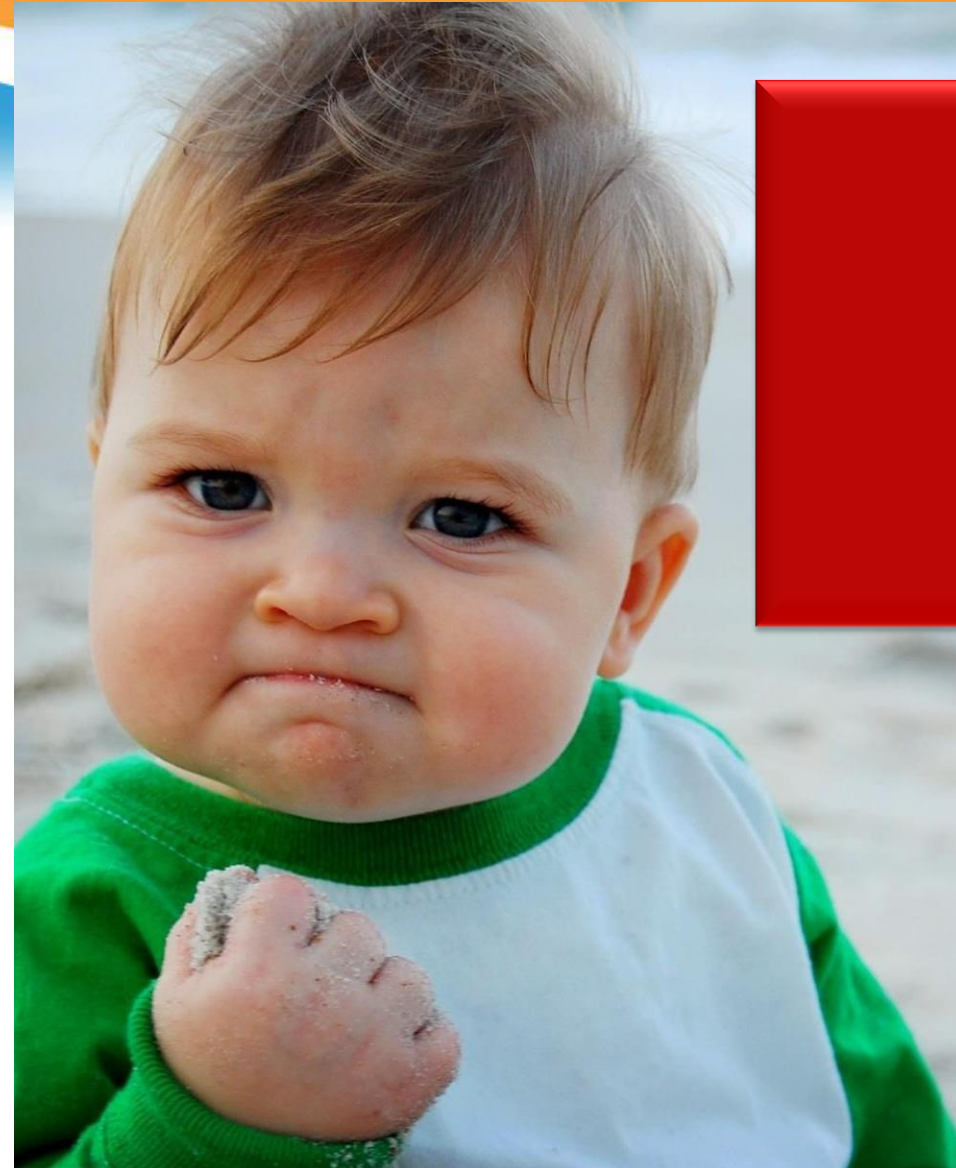
Audiența

Audiența pentru orice prezentare este în cele din urmă formată din persoane, în căutarea celei mai bune soluții pentru afacerea lor. Deși uneori aceștia au o idee cu privire la ce anume caută, în cele din urmă, vor să se asigure că viitorul partener le înțelege afacerea și așteptările, oferindu-le soluții adecvate lor.



Limbajul trupului

Limbajul corpului, ca o parte a modului nostru de comunicare, consta din miscarile nonverbale, de la fluturari ale mainii pana la ticuri ale muschilor fetei.



Modificările discursului verbal includ:

- Poziția corpului față de alte persoane sau obiecte
- Poziționarea întregului corp
- Mișcările membrelor, ale capului și ale degetelor
- Mișcarea de mică anvergură a mușchilor
- Culoarea și textura pielii
- Tonul vocii
- Intensitatea vocii
- Viteza de vorbire
- Transpirația
- Mirosul corpului



Cum sa reduci emotiile

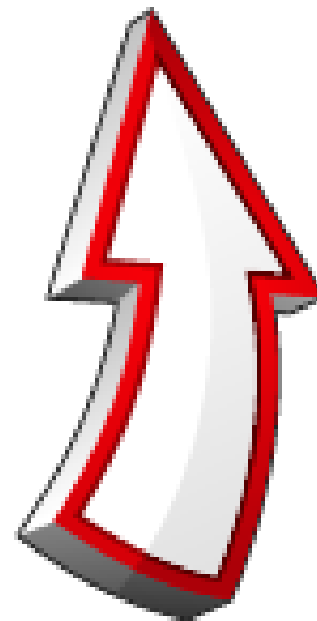
1. Familiarizează-te cu sala în care va avea loc prezentarea
2. Cunoște-ți audiența
3. Să știi foarte bine ceea ce vrei sa spui
4. Relaxează-te !!!
5. Vizualizează-te ținând prezentarea . Vizualizează-te având succes...și vei avea succes
6. Adopta o pozitie de putere



IMBUNATATESTE-TI ABILITATILE DE PREZENTARE



- Practică



The Business Model Canvas

Designed for: _____

Designed by: _____

On: _____
Iteration: _____

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?

Key Activities



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

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?

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?

Customer Segments



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

Key Resources



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

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 relations?

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?

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?

_____ _____ _____ _____ _____	_____ _____ _____ _____ _____	_____ _____ _____ _____ _____
---	---	---

<p>Problemă Listați Top 3 Probleme</p>	<p>Soluție Rezumați o soluție posibilă pentru fiecare problemă</p> <p style="text-align: right;">4</p>	<p>Propunere de Valoare Unică Un mesaj unic, clar, și convigator care transformă un vizitator necunoscutor intr-un client interesat</p>	<p>Avantaj Neloial Ceva ce nu poate fi ușor copiat sau cumpărat</p> <p style="text-align: right;">9</p>	<p>Segmentarea Consumatorilor Listați clienții și utilizatorii țintă</p>
<p>Alternative Existente Listați cum aceste probleme sunt soluționate astazi</p> <p style="text-align: right;">2</p>	<p>Indicatorii Cheie Listați cifrele cheie care reflectă rezultatele afacerii dvs.</p> <p style="text-align: right;">8</p>	<p>Conceptul de Nivel Înalt Listați analogia dvs. pentru X:Y (Odnoklassniki este Facebook din Moldova)</p> <p style="text-align: right;">3</p>	<p>Canale Listați calea dvs. către clienți</p> <p style="text-align: right;">5</p>	<p>Primii clienți Listați caracteristicile clientului ideal</p> <p style="text-align: right;">1</p>
<p>Structura Costurilor Listați costurile fixe și variabile</p> <p style="text-align: right;">7</p>		<p>Fluxuri de Venit Listați sursele de venituri</p> <p style="text-align: right;">6</p>		

Întrebări???

