

Programul Start pentru tineri

Modulul 6 Pitch training

Subiectele modulului:

1. Familiarizarea cu elementele și modelele eficiente de prezentare a ideii de afaceri;
2. Înțelegerea structurii unui discurs de tip pitch prin exerciții și modele practice;
3. Elaborarea unui discurs de tip pitch pentru ideea de afaceri proprie;

Ce înseamnă pitch?

Noțiunea de “pitch” a luat naștere la Hollywood. Acest termen era folosit pentru prezentările scurte pe care producătorii le făceau pentru a atrage atenția asupra filmelor pe care urmau să le lanseze. În prezent, termenul de pitch este folosit pentru o prezentare scurtă de vânzări, de aproximativ 1 minut. Aceasta are un scop precis și este făcută pentru a prezenta un concept, o idee de afaceri, sau un produs. Scopul pe care îl ai cu un pitch este acela de a capta atenția interlocutorului. Dacă el va da curs dialogului și va pune întrebări despre subiect, înseamnă că ai avut un pitch reușit.

Ca și antreprenor te vei confrunța des cu nevoia de a susține un pitch. Pentru a avea succes de fiecare dată, urmărește această structură:

Care este nevoia pe care ai identificat-o?

Care este soluția pe care ai găsit-o?

Care este piața (dimensiune, concurență și clienți)?

Modelul de business (cum vei genera încasări)?

Time-line. De unde ai început, unde te afli și unde vrei să ajungi?

Ce ai nevoie de la interlocutor + Call to action?

Dacă dorești să aprofundezi acest subiect, urmărește aceste sfaturi ale lui David Backett – TEDex speech coach.

Tips & tricks:

Când veți face draftul pitch-ului veți avea inițial un material care va fi probabil de 2-3 ori mai lung decât ar trebui. Nu va îngrijorați, luați, citiți-l, reformulați și începeți să eliminați detaliile care nu vi se par esențiale.

Pentru a vă asigura că ceea ce veți spune este cursiv și cuprinzător, cel mai ușor este să vă înregistrați în timp ce vorbiți, iar apoi să vă ascultați. Astfel veți putea îmbunătăți modul în care livrați discursul și veți putea și

observa cu ușurință care sunt punctele de inconsistență din pitch, unde mai trebuie adăugate detalii și ce propoziții pot fi eliminate.

Pentru a putea ține minte cu ușurință informațiile pe care trebuie să le livrați, nu învățați ca pe o poezie textul, riscați să uitați părți esențiale. Încercați să memorați structura și să memorați întrebările la care trebuie să răspundeți. Fiind un subiect de care sunteți pasionat, și despre care aveți atât de multe informații, vă va fi ușor să răspundeți la orice întrebare.

Vă sugerăm să dați înregistrarea cu pitch-ul și altor persoane din anturajul vostru și să ascultați cu atenție feedback-ul lor, pentru că vă va ajuta să-l îmbunătățiți.

Un "elevator pitch" este un scurt rezumat al rezumatului planului. Acesta este adesea folosit ca o evidențiere a valorii pentru a trezi interesul potențialilor investitori, clienți, sau parteneri strategici.

O prezentare de vânzări ("pitch deck") este o expunere de diapozitive și prezentare orală, care are menirea de a declanșa discuții și trezi interesul potențialilor investitori pentru a citi prezentarea scrisă. Conținutul prezentării este de obicei limitat la rezumat și câteva grafice care arată tendințele financiare și reperele decizionale cheie. În cazul în care un nou produs este propus și timpul permite, poate fi inclusă o demonstrație a produsului.

O prezentare în scris pentru părțile interesate externe este un plan detaliat, bine scris, și formatat într-un mod plăcut, care vizează părțile interesate externe.

Un plan operativ intern este un plan detaliat care descrie detaliile de planificare de care are nevoie echipa managerială, dar nu poate fi de interes pentru părțile interesate externe. Astfel de planuri au un grad ceva mai mare de candoare și informalitate decât versiunea care vizează părțile interesate externe și altele.

- Structura tipică pentru un plan de afaceri pentru o societate lansare start up:
 - coperta și cuprins
 - rezumat
 - declarație de misiune
 - descriere afacere
 - analiza mediului de afaceri
 - analiza SWOT
 - informații despre domeniul afacerii
 - analiza concurenți
 - analize de piață
 - plan de marketing
 - plan operațional
 - rezumat management
 - plan financiar
 - atașamente și repere

Întrebări tipice abordate de un plan de afaceri pentru o societate start up:

- ✓ Ce probleme rezolvă produsul sau serviciul companiei? Ce nișă va umple?
- ✓ Care este soluția companiei la problemă?
- ✓ Cine sunt clienții companiei, și cum va promova și vinde compania produsele acestora?
- ✓ Care este dimensiunea pieței pentru această soluție?
- ✓ Care este modelul de afaceri pentru această afacere (cum va face acesta bani)?
- ✓ Cine sunt concurenții și modul în care va compania va menține un avantaj competitiv?
- ✓ Cum va planifica compania să gestioneze operațiunile sale în creștere?
- ✓ Cine va conduce companiei și ce îl recomandă pentru aceasta?
- ✓ Care sunt riscurile și amenințările cu care se confruntă afacerea, și ce se poate face pentru a le atenua?
- ✓ Care sunt cerințele de capital și de resurse ale companiei?
- ✓ Care sunt situațiile financiare istorice și prognozate ale companiei?