

Modul 6

„Pitch-training“



Program de curs

- CE ÎNSEAMNĂ PITCH

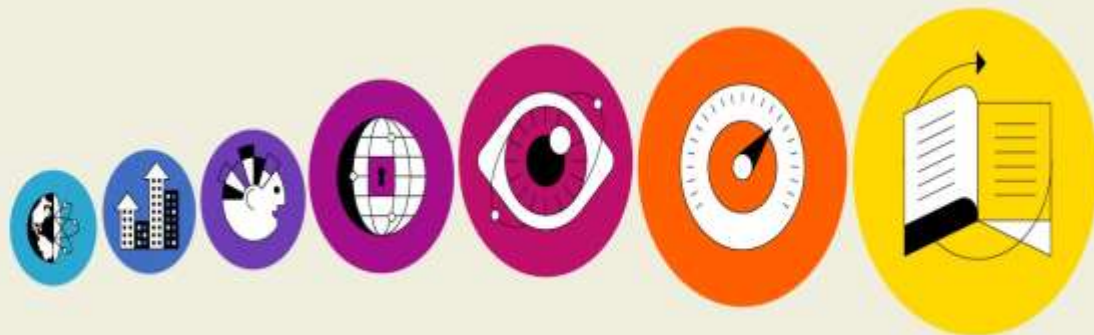
Noțiunea de “pitch” a luat naștere la Hollywood. Acest termen era folosit pentru prezentările scurte pe care producătorii le făceau pentru a atrage atenția asupra filmelor pe care urmau să le lanseze. În prezent, termenul de pitch este folosit pentru o prezentare scurtă de vânzări, de aproximativ 1 minut. 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 confrunta des cu nevoia de a susține un pitch. Pentru a avea succes de fiecare data, urmărește această structură:

- 1. Care este nevoia pe care ai identificat-o?**
- 2. Care este soluția pe care ai găsit-o?**
- 3. Care este piața (dimensiune, concurență și clienți)?**
- 4. Modelul de business (cum vei genera încasări)?**
- 5. Time-line. De unde ai început, unde te afli și unde vrei să ajungi?**
- 6. Ce ai nevoie de la interlocutor + Call to action?**

SFATURI: 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 structură 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.



Cum folosești limbajul într-un pitch

- **Limbajul paraverbal:** în primul rând, ne referim la voce și ritm. La nivel vocal, îți sugerez un ton cald, calm, dar și ferm în același timp. Trebuie să avem o intensitate în voce, adică să vorbim tare și să fim siguri că toată lumea ne aude bine.
- Inclusiv pentru noi este un avantaj dacă ne auzim când vorbim, ne confirmăm la nivel de subconștient că relatăm ceea ce ne dorim, ceea ce ne-am propus. Încearcă să folosești inflexiuni ale vocii, astfel poți transmite emoție, poți da sens unor exemple și unor afirmații.

Limbajul paraverbal

Dacă vorbești cu aceeași intensitate tot discursul tău, riști ca oamenii să-și piardă interesul. Și zâmbește! Prezinti un pitch pentru o posibilă finanțare care îți poate schimba viața, așa că ai toate motivele să fii entuziasmat și să generezi zâmbete în rândul audienței prin prezența ta. Iar la nivel de ritm al discursului, te rog mult de tot să nu te grăbești.

Un ritm prea rapid creează un sentiment de alertă, iar audiența va simți agitație. Un ritm prea lent exprimă tristețe, ceea ce nu cred că este cazul.

Așa că prezintă cu calm, vorbește cu o intensitate medie și din nou îți spun, repetă, ca să ai siguranța că te vei încadra în timp și nu va trebui să te grăbești pe final.

- Cum ne mișcăm pe scenă?
- Ce facem cu mâinile?
- Cum e bine să privim audiența?

Limbajul paraverbal

- Nu-i așa că ai văzut cazuri în care nu poți urmări un discurs pentru că vorbitorul se mișcă întruna și la un moment dat, efectiv te agită? Ei bine, nu va fi și cazul tău. Atunci când prezinți, încearcă să rămâi într-o rază de un metru pătrat, schimbă poziția concomitent cu schimbarea unei idei din discursul tău. Adică fă un pas înainte sau în laterale. Dacă nu ai suport vizual, atunci să știi că poți acoperi toată scena, dar te rog să o faci treptat, ușor, fără să te plimbi întruna dintr-o parte în cealaltă.



La nivel de gesticulare, nu trebuie să gesticulăm excesiv

- Riscăm să agităm și să atragem prea mult atenția asupra mișcărilor noastre, ceea ce nu ne dorim. Gesticulăm moderat, iar fiecare gesticulare ar trebui să întărească o informație din discursul nostru.
- Poziția mâinilor atunci când nu gesticulezi, să știi că trebuie să fie una naturală, adică să le lași să cadă pe lângă corp. Știu că nouă ni se pare că sunt în plus și de fiecare dată, căutăm să le oferim întrebuintare, să le punem în șold, în buzunar, să ne îmbrățișăm, să le punem la spate sau orice altă poziție decât cea naturală, adică pe lângă corp. Doar așa nu vei atrage atenția audienței de la discursul tău.

În primul rând, trebuie să ne uităm în mod egal în toată sala.

- Dacă avem o audiență formată din două persoane sau una formată din 500 de persoane, să știi că nu contează numărul lor. Noi trebuie să le vorbim tuturor, indiferent de număr.
- De aceea, facem tot posibilul să încercăm să realizăm un contact vizual cu cât mai multe persoane din sală, să acoperim cu privirea toată sala în mod egal. Când facem contact vizual cu oamenii, ne uităm în ochii lor direct, da? Nu ne uităm prin ei. Astfel, ne asigurăm că vom putea menține atenția audienței și cât mai multe persoane vor simți că le acorzi importanță, iar în mod natural, te vor urmări.
- Juriul trebuie privit în egală măsură cu audiența. Nu te uita doar la juriu sau doar la public. Trebuie să fim conștienți de ambele părți. Iar în momentul în care juriul îți va adresa întrebări, ei bine, atunci poți face contact vizual doar cu cei cu care ai inițiat dialogul. Acolo este în regulă.

Ce să NU faci atunci când susții un pitch

- Nu începem niciodată un discurs cu acea afirmație "Bună ziua, eu sunt X, mă scuzați, sunt foarte emoționat". Nu! Nu ne interesează că ai emoții, ține-le pentru tine. Sunt normale și cu toții le avem, dar dacă le verbalizezi la începutul discursului tău sau în timpul lui, lumea nu va empatiza cu tine, riști doar să le setezi așteptări mici.
- Mark Twain a spus: "există două tipuri de vorbitori publici: cei care se tem și cei care mint". Și să știi că așa este. Și eu, în calitate de prezentator, cu foarte multe evenimente la activ, am emoții atunci când pășesc pe scenă și deschid un eveniment. Dar am identificat sursa lor și acum le traduc într-un sens pozitiv.

Ce sa face dacă greșești

- Dacă faci o greșeală foarte evidentă, apelează la simțul umorului. Încearcă să fii autoironic și să faci o mică glumă. Să spui că ți-e foame și de aceea mănânci cuvinte, că-ți iau cuvintele înainte spre un premiu, că ești inventator iar câmpul lexical nu face excepție din noutățile tale. Sunt foarte multe variante. Nu trebuie să fie o glumă care să stârnească hohote în toată sala, ci trebuie să depășești în mod elegant un moment de ușor blocaj.
- Dacă ți-ai pierdut cu totul cuvintele sau ideile, nu intra în panică. Efectiv taci. Nu încerca să acoperi timpul folosind cuvinte de umplură. Respiri câteva secunde, îți pui ordine în idei și continui.



Nu rata întrebările juriului!

Dacă nu înțelegi întrebarea 100%, te încurajezi să exprimi asta sau să rogi respectuos reformularea întrebării pentru că nu îți este clară. Decât să riști să pierzi secunde prețioase din Q&A încercând să argumentezi o idee greșită, iar apoi juratul să revină la întrebare, mai bine salvezi timp direct și exprimi siguranță printr-un răspuns clar.

**Tu îți prezinți munca, vei susține o prezentare la care ai muncit mult, pe care ai repetat-o de atâtea ori și știi foarte clar ce ai obținut până acum prin muncă.
La fel și cu vorbitul în public.**

10 sfaturi pentru un pitch perfect



Spune o poveste reală

- Dacă este cazul, începe pitch-ul spunând o poveste reală a clienților care abordează problema pe care produsul sau serviciul tău o rezolvă pe piață.
- Evită să folosești cuvinte cheie și vorbe tehnice atunci când îți spui povestea. În schimb, utilizează nume reale și provocări reale pentru clienți. Păstrează povestea simplă și realisă. Până la urmă, ceea ce își vor aminti oamenii după ce se vor pleca sunt poveștile pe care le spui, așa că este important să ai câteva povești convingătoare pentru clienți.

Nu uita de lucrurile esențiale

- Mulți antreprenori își livrează pitch-ul ca și când ar scoate la licitație moștenirea primită de la bunica lor. Asta se întâmplă deoarece ei cred că trebuie să abordeze fiecare aspect al planului lor de afaceri în doar câteva minute, dar acest lucru îi face să pară neliniștiți, tensionați.
- Este important să fii relaxat și să realizezi că, atunci când ai de ținut un pitch, mai puțin este mai mult. Nu uita care sunt cele mai importante lucruri pe care vrei să le împărtășești și rămâi la acele lucruri - și inspiră înainte de a vorbi. Te va ajuta să oferi un pitch mai convingător și mai atent.

Conturează-ți modelul de afacere

Modelul tău de afacere spune unui investitor modul în care ideea ta se va converti (sau nu) din punctul de vedere al viabilității economice. Cel mai bun mod de a reprezenta acest lucru este să ai un exemplu bun și concret.

Să luăm ZipCar, de exemplu :

- Rezervările se fac online și rapid;
- Clienții plătesc în funcție de oră sau de zi;
- Servește piețele din X, Y, Z;
- De asemenea, vizează și campusurile universitare...
- În doar câteva buline scurte, se poate vedea cum se produc banii și de la cine vin. Modelul de afacere ar trebui să răspundă la întrebările: Ce vinzi? Cui? Cât plătesc? Cum te plătesc?

Asigură-te că pitch-ul este clar pentru toată lumea

- Unele dintre cele mai nereușite pitch-uri sunt pline de acronime și expresii tehnice care nu trezesc deloc interesul.
- Scurt și la obiect. Exersează-ți pitch-ul cu cineva din afara companiei și roagă-l să-ți dea feedback, ceea ce cred despre modelul tău de afacere. Este întotdeauna un exercițiu bun pentru a vedea cum reacționează ceilalți, dacă le-ai captat atenția și dacă sunt interesați sau ar folosi serviciile respective.

Vorbește despre tine

- Este important să știi că investitorii investesc mai întâi în oameni și apoi în idee.
- Așadar, să nu-ți fie frică să te dezvălui și să vorbești despre performanțele tale, mai ales dacă aceste realizări se referă la ceea ce este necesar pentru a începe și a dezvolta o acțiune. Arată investitorilor de ce ești omul potrivit pentru a conduce această acțiune.

Spune-ne: Ce ai făcut în ultima perioadă?

- Prin aceasta vreau să spun că ar trebui să împărtășești succesele și ideile pe care le-a avut echipa ta de la înființarea companiei.
- Investitorii vor să afle despre primii tăi clienți, despre alte investiții plasate în companie, poziționarea în mass-media, repere legate de produs și client, angajări etc. Dacă prezinți în calitate de CEO al propriei companii, ar trebui să fii persoana principală în vânzări, așa că arată-le investitorilor că știi cum să vinzi.

Ia în calcul competiția

- În primul rând, nu spune niciodată „Nu am concurență”. Aceasta este o greșeală.
- Toată lumea are concurență, chiar dacă este concurență indirectă. Gândește-te când Henry Ford a construit modelul T. Erau pe atunci alte mașini pe piață? Nu, dar trebuia să găsească o modalitate de „a fura” oamenii din sfera celorlalte moduri de transport (cai, trenuri).
- Unul dintre cele mai bune moduri de a ilustra că înțelegi imaginea de ansamblu, modul competitiv și ceea ce te diferențiază de concurență este să prezinți concurența printr-o schemă.

Nu-ți fie frică de numere

- Nu spune că vei fi o companie de 50 de milioane de dolari în trei ani, pentru că majoritatea investitorilor nici nu vor crede, decât dacă ai făcut asta înainte într-o altă companie.
- Mai convingător este să arăți exact cum vei ajunge la acele milioane - ce informații te-au determinat să prezici acele tipuri de vânzări? Împărtășește care sunt presupunerile tale despre modelul de afacere.
- Vrei să vezi că investitorii își scot telefoanele și încep să calculeze. Acesta este un semn bun - înseamnă că vor să vadă cum gândești și să vadă dacă se potrivește cu planurile lor.

Afișează-ți produsul

- Uneori cel care vorbește nu își arată nici măcar produsul propriu. Pentru majoritatea oamenilor care se ocupă de finanțare, produsul este vital.
- Chiar dacă produsul tău nu este construit încă, afișează machete. Este uimitor ce poate face o reprezentare vizuală a produsului și a afacerii tale pentru eficacitatea generală a pitch-ului.

Asigură-te că ai o dicție impecabilă

- Atunci când ținem un pitch, o prezentare, un speech este foarte important felul în care vorbim. Uneori emoțiile ne pot distra de la scopul principal. Și orice ar fi, vrem ca toată lumea să ne audă și să înțeleagă ideea noastră.
- Dicția este vitală în acest caz. Exersează zilnic, minimum 30 de minute în fiecare zi. Iar dacă știi că ai de ținut un pitch, ar trebui să te pregătești cu minimum o lună înainte. Nu vrei ca oamenii să plece bulversați de la pitch-ul tău. Nu uita, dicția este cartea ta de vizită.

VĂ MULȚUMIM

