

L'ELEVATOR PITCH

CLAUS PER FER UNA BONA PRESETACIÓ EN PÚBLIC

Lourdes López



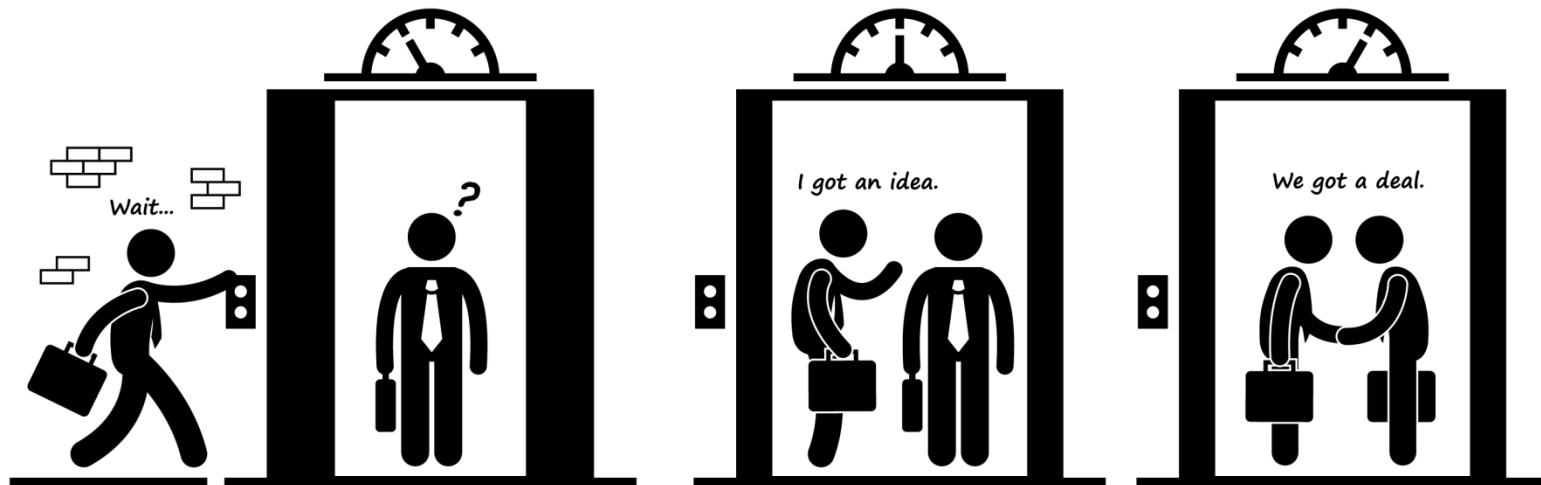
Joviat FPI

Formació Professional integrada



PASSOS PER FER UN BON ELEVATOR PITCH

Tenir un minut per presentar el teu projecte davant possibles socis o inversors és una oportunitat que s'ha de saber aprofitar; cada segon de temps pot ser clau



INTRODUCCIÓ

- Engregar un projecte emprenedor suposa endinsar-se en mil batalles. **Una d'elles és la comunicació.** Ja sigui per atreure l'atenció d'inversors, de possibles socis o fins i tot de la premsa, els emprenedors es troben sovint davant el repte d'haver de presentar de forma breu el seu projecte. És el que es coneix com a ***pitch o elevator pitch*** (fent el símil del temps que tindria per explicar-se en un trajecte amb ascensor).

LES CLAUS

"Ha d'estar molt estudiat, però **no ha de semblar un monòleg, sinó que sigui natural**". "Quan tens clar el que vols dir, perquè ho entens i t'agrada, ja el pots haver repetit 25 vegades que quan surts a dir-lo te n'has d'oblidar i dir-ho com ho faries davant d'un amic", explica. Així doncs, "no cal recordar les paraules exactes perquè et sortirà més natural. **Tenir-ho molt preparat et permet ser més espontani**".

5 PASSOS PER CREAR UN ELEVATOR PITCH

1. Sedueix els que t'escolten.

"Un *pitch* no és una presentació detallada del producte o empresa. És el que ve abans. La missió és seduir amb molt poc. D'aquesta manera, l'emprenedor ha de fer sentir curiositat pel seu projecte, de tal manera que l'inversor "vulgui anar a fer un cafè amb ell", o que la premsa en vulgui saber més a través d'una entrevista convencional.



L'inversor vol escoltar que tens alguna cosa que ja has mesurat i és rendible. És igual el que facis, si tens mètriques ascendents ja et voldrà escoltar". "Has de donar la imatge que la teva empresa també pot anar molt bé sense inversors". Per tant, cal donar la impressió que "si el vols és perquè t'ajudi a créixer més ràpid o a fer contactes, però que l'empresa ja va bé sola".



Un *pitch* ha d'incloure la venda del producte, "que l'inversor entengui que allò es vendrà, que té un mercat". A més, "l'inversor ha de veure que ets capaç de fer més que un producte, que pots fer-ne un negoci",



2. Modèstia i llenguatge corporal

"**nou de cada 10 emprenedors pensen que sedueixen l'inversor**, però només 1 ho aconsegueix. De fet, el més important són els cinc primers segons per convèncer-lo".

Al capdavant, "**amb el *pitch* has d'aconseguir que els que t'escoltin aixequin les celles, se'ls il·lumini la cara**, tirin el cos cap endavant, salivin i diguin: 'aquesta persona val la pena'".

Per fer-ho no només importen les paraules, també ho fan els gestos. **La comunicació no verbal és gairebé tan important com el que es diu**. La postura del cos i la gestualitat han d'acompanyar el discurs i emfatitzar la seva passió.



3. Transmetre passió

"Has de sentir passió, te'l compraran per la il·lusió que despertis. **Si no sents il·lusió, els altres tampoc en sentiran**",.

De fet, amplia, "la sensació que desprens quan parles del teu producte es veu molt ràpid: en cinc segons ja es veu si allò t'apassiona o ets allà perquè no saps què fer amb la teva vida i és un *job*".

En aquest sentit, "**no ha de ser una feina més, ha de ser una aventura**, una passió, una il·lusió i se t'ha de veure lideratge". De fet, **com es diuen les coses impacta fins a 13 vegades més que el contingut en si mateix.**



4. El més important al principi

Seguint amb la idea de la importància dels cinc segons inicials, "cal dir **el més interessant i concret que es pugui demostrar, amb dades objectives, al principi de tot**". Un exemple podria ser que per cada euro destinat a màrqueting, al cap de 3 mesos en retornen 1,5. "Si tens algú molt potent a l'equip, també ho pots dir al principi. Si tens gent reconeguda, ja és un al·licient a mantenir l'atenció, igual que si tens grans clients".



5. Crea un diàleg amb el públic

Un altre recurs per captar l'atenció de qui t'escolta és fer-lo sentir partícep, crear un diàleg. La manera més senzilla d'aconseguir-ho en un *pitch* és **fer una o diverses preguntes a l'inici**. Per exemple, "a algú li ha passat que...?", on qui fa el *pitch* ha d'aixecar la mà per animar el públic a participar. També poden funcionar les preguntes de l'estil "sabies que...?", aportant informació d'interès per entendre la solució que genera el projecte emprenedor.



Es recomana prestar atenció a la mirada, que és una altra manera de mantenir aquesta connexió amb l'audiència. "L'ideal és **seleccionar algunes persones del públic de forma aleatòria, i dedicar-los una frase a cadascú mirant-los als ulls**". D'aquesta manera, la resta del públic sent com si també l'estiguessis mirant. Per contra, "**mirar al buit és com no mirar a ningú**".



3 PUNTS A TENIR EN COMPTE

- **1. DELIMITA EL TEU PÚBLIC OBJECTIU**

Cal que imaginis qui és el teu client ideal, és important que defineixis els atributs i les característiques de les persones a les que els hi solucionaràs el problema.

Ex. Jove universitari, d'entre 25 a 35 anys, amb bons coneixements informàtics a nivell d'usuari i bon nivell de xarxes socials, solter...

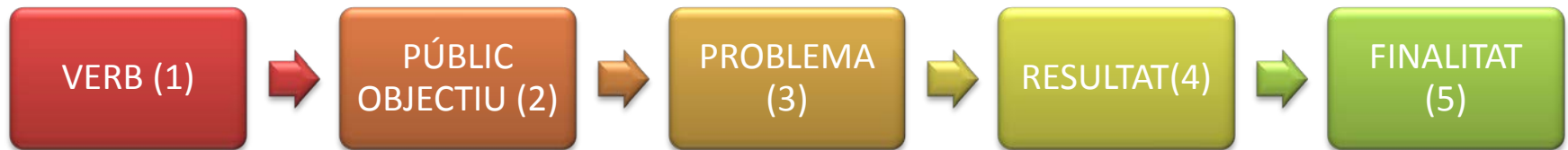


- **2. DEFINEIX EL PROBLEMA**
- Ara toca fer una mica d'investigació en diferents mitjans, foros, xarxes socials i **entrevistar-te amb persones que pertanyin a aquest grup que conforma la teva clientela potencial.**
- Imaginem seguint l'exemple anterior, que després d'haver fet la teva investigació te n'adones que es repeteix sempre la mateixa frase: “no sé què fer, donat que tinc molta informació, però no sé per on tirar.



- **3. DESENVOLUPA LA TEVA SOLUCIÓ**
- **La teva solució no és el que saps fer, sinó el resultat que espera el teu públic objectiu després d'haver donat la seva recepta.**
- Seguint l'exemple podem dir que la solució és que el teu públic objectiu descobreixi talents i els orienti cap a una sortida professional adequada i amb demanda.

FÓRMULA ELEVATOR PITCH



HOLA, EL MEU NOM ÉS XXX. AJUDO(1) A JOVES AMB GRANS CAPACITATS I HABILITATS (2) QUE NO SABEN COM ENCAIXAR EN EL MERCAT LABORAL (3), A DESCOBRIR ELS SEUS TALENTS I ORIENTAR-LOS CAP A UNA SORTIDA PROFESSIONAL ADEQUADA I AMB DEMANDA(4), per tal que puguin ACONSEGUIR TREBALL (5).



VIDEOS



GRÀCIES PER LA VOSTRA
ATENCIÓ

