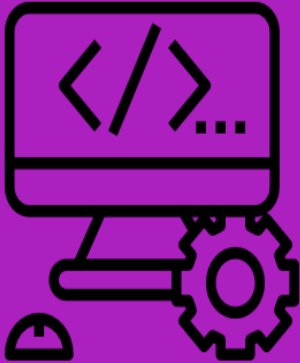


Mini Startups









Pitch de Negocios

**CUÉNTAME TU IDEA DE NEGOCIO
EN 30 SEGUNDOS**



CÓMO COMUNICAR TU IDEA DE NEGOCIO



HÉCTOR SEPÚLVEDA VELÁSQUEZ

power Pitch Method

El arte de construir un *Pitch* para encantar
a tus clientes y generar nuevos negocios



POWER PITCH METHOD

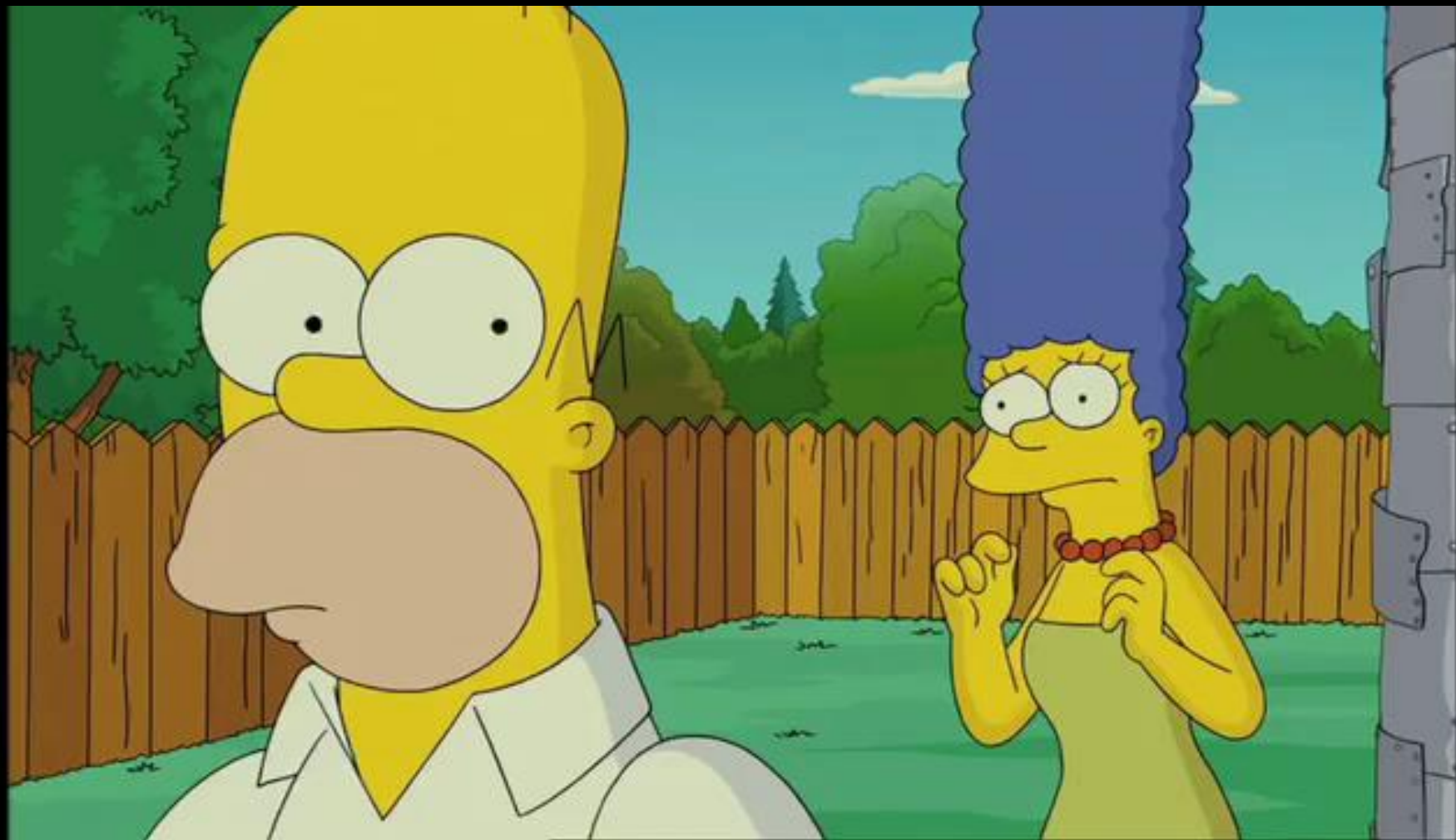
Título: Autor (es) Fecha: Versión nº

ANÁLISIS PRE-GUION

| |
|----------------------|
| 1. Interlocutor (es) |
| 2. Metas del Pitch |
| 3. Lugar y situación |

ESCENAS DEL GUION

| | | |
|-------------|----------------------|-------------|
| 1. Dolor | 2. Analgésico | 3. Solución |
| 4. Ambición | 5. Mapa de ejecución | 6. Cierre |
| | | |



A TRABAJAR



REGLAS DEL JUEGO



- Cada equipo trabaja en su Pitch de Negocios.
- Todos trabajan de pie.
- Para completar las dimensiones, se deben respetar los tiempos asignados.
- Todos deben participar.
- Todos dicen su pitch al final

Una de las partes **más importantes** de tu pitch no tiene que ver con lo **que** dices, sino con el **cómo** lo dices.

El cómo lo dices tiene que ver con **tu puesta en escena** y también con la capacidad que tengas de **conocer previamente a tu publico.**

Para hacerlo, ocupamos el análisis del pre-guion

ANÁLISIS PRE-GUION

1. Interlocutor (es)

2. Metas del Pitch

3. Lugar y situación

En primera instancia debes identificar claramente qué **personas** estarán en tu audiencia y **cuáles son sus características**.

Luego debes establecer **qué quieres lograr** con tu presentación; ganar un concurso, conseguir financiamiento, vender, etc.

Finalmente, identifica en **qué lugar** dará el pitch y **a qué situación** te enfrentas.

ANÁLISIS PRE-GUIÓN

1. Interlocutor (es)

2. Metas del Pitch

3. Lugar y situación

Una vez que analizas el pre-
guión, estás preparado para
dar el siguiente paso,
diseñar tu pitch de negocios.

Lo primero que debes hacer
es escribir tu pitch, **hazlo**
utilizando al menos las
escenas que están en el
lienzo, aunque puedes
agregar más.

Recuerda que debes hacer
distintos pitch de acuerdo al
interlocutor, meta y situación.

ESCENAS DEL GUIÓN

| | | |
|-------------|----------------------|-------------|
| 1. Dolor | 2. Analgésico | 3. Solución |
| 4. Ambición | 5. Mapa de ejecución | 6. Cierre |
| | | |

La primera escena del guión es el **DOLOR**. Aquí debes hacer referencia al problema que detectaste y del cual te harás cargo con tu solución.

| 1. Dolor | 2. Analgésico | 3. Solución |
|----------|---------------|-------------|
| | | |

Debes lograr que tus interlocutores **entiendan** que el dolor es un problema que **debe ser resuelto**, para esto, debes **incluir datos estadísticos** acerca del dolor y del mercado.

Recuerda que **estás contando un historia**, no disertando, por lo tanto, **es clave que utilices las palabras correctas** para comenzar la historia, como por ejemplo, «sabías qué...»; «alguna vez les ha pasado...»

Luego viene el **Analgésico**.
Aquí debes mencionar **todas las formas** y maneras **a través de las cuales** tus potenciales **clientes** solucionan el problema **actualmente**.

| 1. Dolor | 2. Analgésico | 3. Solución |
|----------|---------------|-------------|
| | | |

- **Debes lograr** que tus interlocutores **reconozcan** todas las formas alternativas que existen actualmente para solucionar el problema detectado y sus **debilidades**.

Recuerda que **sigues contando una historia**, por lo tanto, **es clave que utilices las palabras correctas** para conectar las escenas de la historia, como por ejemplo, «...en la actualidad...»; «... al día de hoy...»; etc.

Y ahora por fin, vamos por la **Solución**. Aquí debes mencionar **tu propuesta de valor** y explicar cómo aliviarás el dolor detectado. Debes explicar qué te hace diferente al resto.

| 1. Dolor | 2. Analgésico | 3. Solución |
|----------|---------------|-------------|
| | | |

- **Debes lograr** que tus interlocutores **entiendan** tu solución e **identifiquen** por qué eres distinto al resto. Aquí debes explicar muy bien cómo resuelves el problema detectado.

Recuerda que **estamos en medio de la historia**, por lo tanto, **es clave que cautives a la audiencia**, para eso debes utilizar las palabras correctas para conectar las escenas de la historia, como por ejemplo, «...es por eso que proponemos...»; «... pero ya no más! Hemos creado...»; etc.

1. Dolor

2. Analgésico

3. Solución

...Hoy en día...
...En la actualidad...
...Al día de hoy...

...Nosotros proponemos...
...hemos creado...
...para solucionar lo anterior, creamos...
...Como equipo queremos solucionar ese problema...

Sabias que...
Alguna vez les ha pasado...
En Chile, las personas...
Todos los días ocurre...

Llegamos a la mitad, la audiencia ya empatiza con el **dolor**, reconoció que la **competencia actual** no lo hace de la mejor manera y además, cree que **tu solución** es mejor, pero aún **no están convencidos**.

| | | |
|-------------|----------------------|-----------|
| 4. Ambición | 5. Mapa de ejecución | 6. Cierre |
|-------------|----------------------|-----------|

- La cuarta escena es la **Ambición**, aquí debes invitar a los interlocutores a imaginarse un mundo mejor cuando tu solución esté ejecutándose. En otras palabras, en esta escena **debes comunicar tu propósito**, el por qué estás haciendo esto, más allá del negocio que pudiera existir.

Recuerda que **sigues contando una historia**, por lo tanto, **es clave que utilices las palabras correctas** para conectar las escenas de la historia, como por ejemplo, «...con nuestra solución, las personas nunca más...»; «... queremos hacerlo porque queremos mejorar la vida de las personas...»; etc.

Ok, a esta altura el publico debe estar pensando... «de verdad quiero esa solución... pero como hago para obtenerla o saber más». Aquí aparece el **mapa de ejecución**.

| | | |
|-------------|----------------------|-----------|
| 4. Ambición | 5. Mapa de ejecución | 6. Cierre |
|-------------|----------------------|-----------|

El **mapa de ejecución** es la escena donde debes explicar cómo se puede obtener mayor información, cómo funciona tu producto o servicio y cómo puedo obtenerlo.

Recuerda que **sigues contando una historia** y estas a punto de terminar, por lo tanto, **es clave que utilices las palabras correctas** para conectar las escenas de la historia, como por ejemplo, «...si quieres sumarte a esta revolución, descarga la aplicación desde...»; «... lo único que debes es descargar la aplicación, registrarte, paso2 y paso 3...»; etc.

Llegamos al final y como toda buena película, si el final es malo, echaste a perder toda tu presentación. En la escena de **cierre** es donde debes lograr las metas del pitch.

| | | |
|-------------|----------------------|-----------|
| 4. Ambición | 5. Mapa de ejecución | 6. Cierre |
|-------------|----------------------|-----------|

El **cierre**, es el broche de oro de tu presentación y debes **conectarlo a tus metas**, por ejemplo, si tus metas eran vender, podrías pasar una lista para que los interesados puedan inscribirse para recibir el primer producto o hacer la primera orden.

Estamos **terminando la historia** es una parte muy crucial, y recuerda, **no estás disertando**, por lo tanto no puedes terminar diciendo «...y eso...», tu cierre es el final de una presentación extraordinaria, **utiliza las palabras correctas**, por ejemplo, «... si quieres un mundo mejor, súmate a nombre del proyecto...», «...por todas esas personas que necesitan de esto, nombre del proyecto estará para ayudarles, no te quedes fuera...»

¿CÓMO SABER SI MI PITCH FUNCIONA?



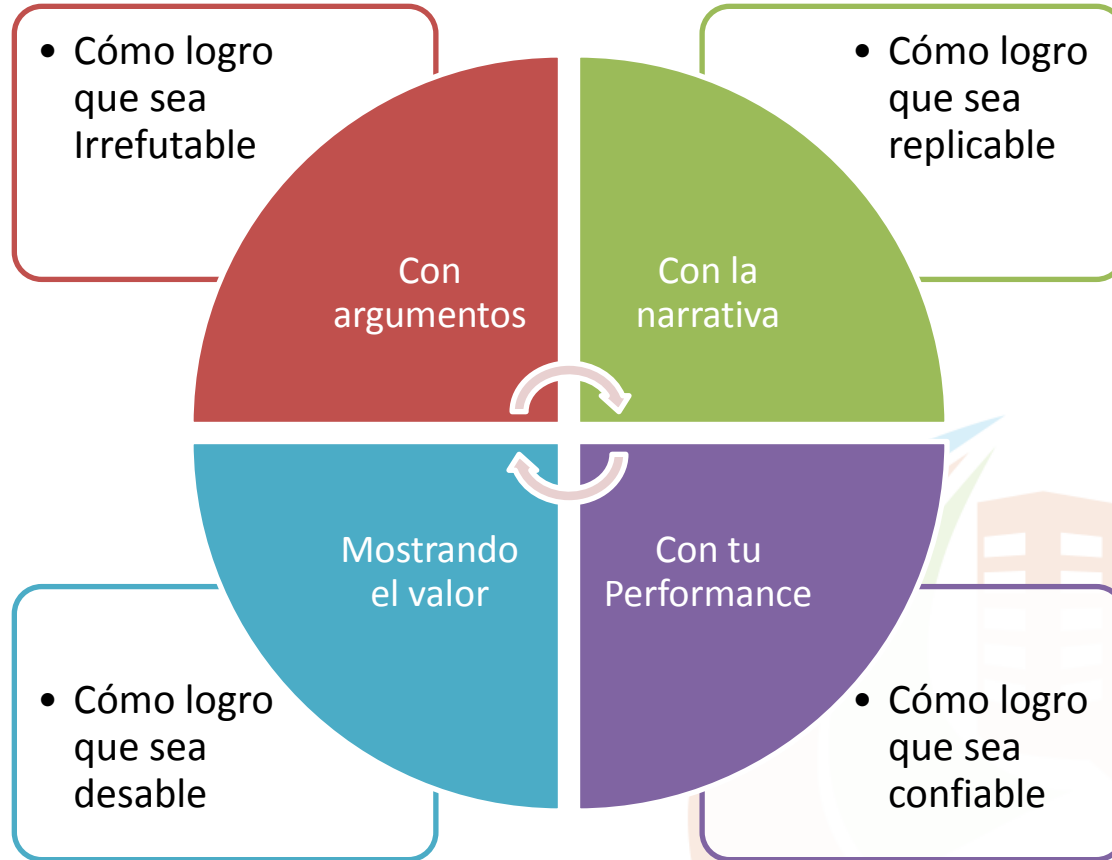
Evalúalo

Deseable: Debes lograr que generes urgentes ganas de adquirir el valor que ofreces, ya que el antes y después de obtener el valor es muy diferente. Tu pitch debe provocar ganas de participar, tenerlo o de asociarse.

Irrefutable: Tu pitch debe ser a prueba de objeciones. Lo irrefutable de un pitch se construye con argumentos sólidos, por lo tanto, debes incluir números y datos certeros en tu discurso.

Replicable: Tu pitch debe ser replicable, es decir, alguien que lo escuche por primera y única vez, debería ser capaz de repetirlo. No exactamente igual, pero si el fondo de cada idea planteada.

Confiable: La forma en cómo expusiste, la energía que proyectaste, la pasión notoria, el buen desplante harán que las personas quieran trabajar contigo. Lo confiable de un pitch se lo da tu puesta en escena y performance.



Diseña tu pitch,
Ensayá, evalúa, MEJÓRALO,
Practica, practica y
PRACTICA



