

Redacción:

Dolientes involucrados: uno o varios

Situación o Acción: en qué actividad

Dolores Emocionales: como lo pasan mal

Dolores Cuantitativos: cifras hoy de lo que vas a cambiar.

Rescatar contenido desde el ejercicio del Salto de Valor

Error habitual:

Decir que el dolor es que no tengan mi producto.

Nombrar Dolores que no vas a solucionar.

Citar más de 3 dolores.

Hacerlo en primera persona

Escena 1:

analgésicos



Redacción:

Lo que se usa hoy

Reconocer aporte: logro obtenido

Usa la palabra bisagra: Pero, sin embargo, no obstante (sinónimos)

Mostrar brecha: lo que no logra (y que tu producto sí, pero lo dirás luego)

Analgésicos internos: con sus propios recursos y conocimiento

Analgésicos externos: que cosas ha contratado (tu competencia)

Error habitual:

Atacar los analgésicos, el cliente se siente ofendido.

Que tu oferta sea otro analgésico, o lo parezca.

Escena 2:



Redacción:

Dolientes involucrados: uno o varios

Impactos Emocionales: pasar a un situación de tranquilidad o similar

Impactos Cuantitativos: qué nuevas cifras

Lograras.

Rescatar contenido desde el ejercicio del Salto de Valor

Error habitual:

No prometer cifras de impacto, o tener miedo a prometerlas.

Nombrar impactos importantes en ámbitos que no se han mencionado

Escena 3:



Redacción:

Descripción breve: qué es

Funcionalidades básicas: las acciones claves que realiza

Atributos diferenciadores: que lo hace único o distinto

Respuesta a posibles prejuicios: rescatar del análisis del Cliente realizado antes

Error habitual:

Descripción genérica que no declara funcionalidades ni atributos..

Ej: como una app,

Escena 4:



Redacción:

(Mostrar la Ambición - Propósito)

Establecer el objetivo del pitch




- ✓ Difundir el proyecto
- ✓ Atraer inversionistas
- ✓ Reclutar colaboradores
- ✓ Vender tu producto
- ✓ Conseguir una reunión

Llamar a realizar una acción:

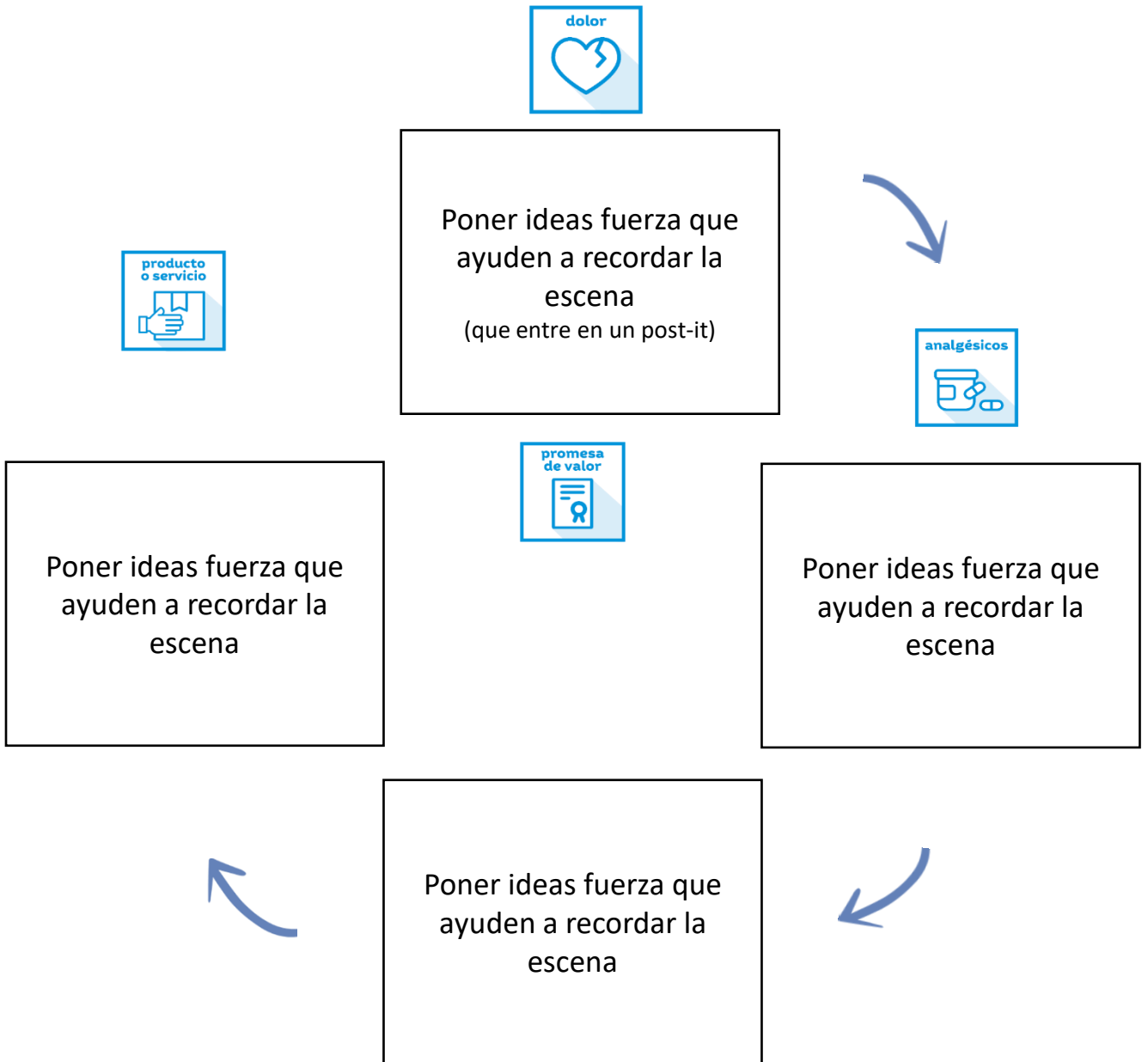
- ✓ Visita nuestra web y redes sociales
- ✓ Para conocer detalles del modelo de negocios y de ingresos podemos reunirnos ...
- ✓ Para adquirir nuestro producto te enviaremos un ejecutivo de ventas ...
- ✓ Etc...

Escena 5:

Análisis Importante

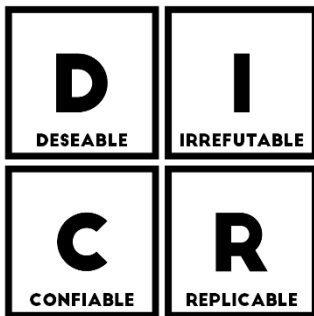
<p>Interlocutor</p>  <p>¿A quién le voy a hablar?</p>	
<p>Metas del Pitch</p>  <p>¿Qué quiero lograr?</p>	
<p>Lugar y Situación</p>  <p>¿Dónde daré mi pitch?</p>	

Plantilla Resumen



<p>Para hacer una propuesta DESEABLE, deberíamos mostrar un Salto de Valor</p> <p>Es una comparación entre el hoy (sin mi servicio) y el después (cuando tengan mi servicio)</p> <p>Debo citar números, y debe ser un salto de valor, no solo un aporte.</p> <p>Aunque EL producto tenga salto de valor, si no lo decimos en el pitch, no sirve</p>	<p>Para hacer una propuesta IRREFUTABLE, debemos citar Evidencia.</p> <p>Deben ser de fuentes CREIBLES por el cliente o interlocutor.</p> <p>Estudios oficiales, Publicaciones, Autoridades, Pilotajes, Clientes.</p> <p>Debo mencionar en el Pitch algunas evidencias antes que me las pidan</p>
<p>Para hacer una propuesta CONFIABLE, las personas que presentamos debemos generar confianza.</p> <p>La energía, Corporalidad, Estado de ánimo, gestos, deben ser adecuados al cliente y lugar.</p> <p>La seriedad del negocio no puede opacar la cercanía.</p> <p>Debe notarse las ganas de ENTREGAR VALOR</p>	<p>Para hacer una propuesta REPLICABLE, esta debe ser muy SIMPLE y fácil de recordar</p> <p>Habiendo escuchado solo una vez el Pitch, otra persona debería ser capaz de repetirlo.</p> <p>No utilizar palabras técnicas que dificulten entender y recordar.</p> <p>Quien se reunió con nsotros debería poder RE-VENDER lo que escuchó</p>

POWER PITCH METHOD



Guión: D,I,R
Performance: C