

**FICHA 33. PITCH**

|  |  |
| --- | --- |
| **Complejidad** | **Media** |
| **Tiempo requerido** | **2-4 horas** |
| **Material Requerido** | **Bolígrafo**  **Papel** |
| **Competencias que se desarrollan a través de su aplicación** | **Competencia conductual. Comunicación** |
| **Otros Procesos de la Innovación en donde puede ser utilizado** | **Prototipado**  **Escalado** |

**ACERCA DE LA HERRAMIENTA**

The Pitch, también conocido como Elevator Pitch, es una presentación de 2-3 minutos, como si el inversor estuviera en el ascensor y tuviera tiempo de escuchar durante su subida / bajada. Existen diferentes historias sobre el origen de esta herramienta. Lo más interesante es Michael Caruso, editor de la revista Vanity Fair e Ilene Rosenzweig. En 1990, Caruso tuvo dificultades para discutir las ideas de la agenda con su jefe teniendo en cuenta su agitado calendario. La novia de Caruso le preguntaba todas las noches cómo habían sido los discursos del ascensor de ese día. Así que el término habría nacido. Un lanzamiento en un ascensor real también fue el punto culminante de la película Working Girl de 1988 y esto puede haber influido en el concepto.

De todos modos, el nombre refleja la idea de que debería ser posible entregar el resumen en el lapso de tiempo de un viaje en ascensor, o aproximadamente entre 30 segundos y 3 minutos.

**OBJETIVO**

Es una breve presentación que busca captar la atención de los interesados de una manera clara y concisa. El objetivo es "vender" la idea en muy poco tiempo.

**PASOS**

No hay recetas preestablecidas para un buen tono ya que puede variar mucho del tipo de proyecto con el que está involucrado. Sin embargo, aquí presentamos el paso a paso desarrollado por Heller (2016) para ayudarlo en este proceso.

**Paso 1:** Comience a construir el discurso describiendo a la audiencia a la que desea llegar. Quienes son esas personas.

**Paso 2:** Hable sobre las necesidades y carencias de las estas personas a las que les ayudará el servicio que está creando o reformulando.

**Paso 3:** Defina un nombre tentativo para el servicio, esto ayudará a sintetizar el concepto. Si el servicio ya tiene un nombre, simplemente úselo.

**Paso 4:** Use una metáfora o categoría de servicio para ejemplificar el concepto de servicio, esto puede ser muy útil cuando la idea es innovadora y aún no tiene un modelo generalizado y fácil de entender.

**Paso 5:** Indique quién es el principal competidor de su idea o los principales competidores si tiene más de uno en el que concentrarse. Esto es importante para demostrar que ya sabes los desafíos que enfrentarás.

**Paso 6:** Explore sus diferenciador(es) principal(es) para competir en este mercado. Es importante que su ventaja competitiva sea clara en cuanto a lo que el inversor percibe como atractiva y rentable.

**Paso 7:** Defina los aspectos concretos de su acción: Dónde, cuándo y cómo pasarán.

**CONSEJOS**

* Antes de cualquier contacto, averigüe en qué tipo de negocio invierte el inversor. Los inversores profesionales tienden a hacer capital en áreas específicas.
* El tono es una presentación de una oportunidad de inversión (no una descripción), llegue a este punto.
* El Pitch a menudo presenta un gran desafío, así que concéntrese en lo que es esencial para su negocio (por qué, quién, qué, cuánto, dónde, cuándo y cómo), lo que llamará la atención del inversionista. No se preocupe por los detalles y piense cómo brindarle información básica sobre la esencia de su negocio.
* Las técnicas de pitcheo y narración de historias, cuando van juntas, mejoran en gran medida la comunicación y la complicidad con el público, en el contexto de la presentación de ideas para buscar socios. Entonces, la herramienta de metodología Storytelling es bienvenida aquí para dar una gran trama ya que una buena historia despierta emociones, como una buena película. Una buena historia suele ser interactiva con su interlocutor, generalmente tiene un momento de inflexión, de clímax. Es interesante tener un personaje que maneje la complicidad. Una buena historia comúnmente tiene un conflicto que se identifica y resuelve en la narrativa (MELLO, 2016).
* Entrene frente a un espejo, grabe su discurso, pida a amigos y familiares que lo escuchen y que le den su opinión.
* Utilice tecnologías con soporte, pero no dependa por completo de ellas, especialmente, cuando dependa de Internet, es posible que no funcionen cuando sea el momento.
* Piensa bien acerca de la ropa que usarás cuando hagas tu presentación, es necesario tener coherencia con tu proyecto y con tus interlocutores en este tema.
* Usualmente después del lanzamiento viene el momento de las preguntas de los interlocutores. en este momento: 1. Siempre escucha con atención, toma notas si prefieres no olvidar; 2. Comuníquese de una manera estructurada para alcanzar objetivos específicos; 3. Mantener el enfoque al hacer o responder preguntas; 4 Parafrasee y resuma para verificar la comprensión de lo que se dijo.

**ESQUEMA VISUAL**

Fuente. Students4Change

**DESCARGAR PLANTILLA**

**REFERENCIAS**

DA MATTA, Villela. Quatro competências que você deve desenvolver para se comunicar melhor. 30 de novembro, 2012. Available at <https://www.sbcoaching.com.br/blog/comportamento/4-competencias-para-uma-boa-comunicacao/>, Access inJanuary, 2018.

DE PAULA, HELLER, 2016. Elevator Pitch – Uma apresentação rápida para vender sua ideia até em elevadores. Available at <http://www.hellerdepaula.com.br/elevator-pitch/>, Access inJanuary, 2018.

MADHUKAR, [V.](https://www.riseofmachine.com/author/admin/), 2017. What is your Elevator Pitch? July, 2017. Available at [https://www.riseofmachine.com/what-is-your-elevator-pitch](https://www.riseofmachine.com/what-is-your-elevator-pitch/), Access in January, 2018.

MELLO, Ruth Espinola Soriano de. Planejamento, modelo e plano de negócios / Ruth Espinola Soriano de Mello. – Brasília, DF: SEBRAE ; Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica PUC-Rio, 2016.

PAGLIARINI, Robert, "How to Write an Elevator Speech", Business Know-How, Attard Communications, Inc.