

*Corso di Laurea in Informatica*

***Il Pitch e  
l'Executive Summary***

*A.A. 2023 - 2024  
Prof. Paolo Loreto*

# *La preparazione del Business Plan*

1. Creazione e comunicazione dei **gruppi di lavoro**

*(nominativi, numero di matricola e corso di laurea)* entro il **31/10/2023** all'indirizzo [startupmdb.unict@gmail.com](mailto:startupmdb.unict@gmail.com)

2. Preparazione del **PITCH** (contenuti lezione di oggi)

3. **Invio PITCH entro il 30 Novembre 2023 (termine tassativo) a [startupmdb.unict@gmail.com](mailto:startupmdb.unict@gmail.com)**

4. **Invio Business Plan + Allegati entro il 15 Gennaio 2024 all'indirizzo mail [startupmdb.unict@gmail.com](mailto:startupmdb.unict@gmail.com)**

# Executive Summary

## *Executive summary*



**L'*executive summary* fornisce una descrizione sintetica del Business Plan e dei principali obiettivi della startup, nonché una sintesi delle assunzioni e delle ipotesi sottostanti alle proiezioni economico-finanziarie.** Tale sezione si pone l'obiettivo di rappresentare sinteticamente le informazioni cruciali dell'azienda ed i dati maggiormente rilevanti che si desidera mettere in evidenza per eventuali investitori e/o *stakeholder*.

In sintesi, l'*executive summary* deve presentare l'idea imprenditoriale ed il modello di business, il posizionamento prospettico della startup nel mercato di riferimento, i principali investimenti e i risultati attesi.

## ***L'Executive Summary***

### ***Individuazione delle opportunità***

- *Chi siete, cosa produce e i mercati di riferimento;*
- *I fattori critici di successo;*
- *Le barriere all'entrata;*
- *Il vantaggio competitivo.*

### ***Identificazione dei principali rischi e del modo di affrontarli***

#### ***Descrizione degli obiettivi strategici***

- *Piani per lo sviluppo dei prodotti e per la penetrazione in nuovi mercati;*
- *Piani per lo sviluppo del management e per altri aspetti chiave della strategia.*

#### ***Breve descrizione dei risultati passati***

- *Risultati raggiunti nel passato/competenze distintive del management.*

# Executive Summary

- L'Executive Summary è la **sintesi del business plan** che si elabora alla fine della redazione del documento.
- **È con l'executive summary che si conquista l'attenzione**; scritto in modo chiaro e diretto con il focus sul progetto imprenditoriale, composto in poche pagine, al massimo cinque, presenta l'analisi e le informazioni di maggiore rilievo sulla startup.
- È il **biglietto da visita**, il principale tassello dell'iniziativa, e si colloca all'inizio della struttura del business plan.
- Normalmente l'Executive Summary si articola in **10 punti**.

# I 10 punti Executive Summary

- I **dieci punti dell'executive summary** influenzano la decisione dell'interlocutore (valutatore, finanziatore, etc.) se proseguire o meno nella valutazione delle diverse parti del documento.
- In **poche pagine** si sintetizzano dati, informazioni, strategie e piani d'azione che contano, articolati e approfonditi nelle parti costituenti il business plan:
  1. le premesse e la **storia** della nuova impresa;
  2. il **background imprenditoriale e professionale** dei fondatori e quello manageriale del team di progetto;
  3. i **bisogni**, le **motivazioni**, le modalità e le caratteristiche dei prodotti da realizzare;

# I 10 punti Executive Summary

4. i **segmenti** a cui si indirizza l'offerta;
5. i principali **obiettivi di mercato**, la quota stimata, i trend di crescita ed i vincoli finanziari, manageriali, tecnici, nel tempo;
6. lo **stadio di sviluppo dell'idea**, dei prodotti e del business model;
7. gli aspetti essenziali relativi all'organizzazione e all'esecuzione del **piano di marketing** e di **produzione**;
8. lo **scenario di riferimento**, le barriere all'entrata, il posizionamento, le caratteristiche distintive e la natura del vantaggio competitivo;

# I 10 punti Executive Summary

9. gli **investimenti**, il fabbisogno di capitali e il mix di fonti per finanziare startup e scaleup;
  10. la sintesi dei **risultati di mercato e degli indicatori economici, finanziari e patrimoniali** (ipotesi base, eventualmente più favorevole e meno favorevole).
- Il messaggio proposto deve essere **coerente con le ipotesi di partenza**, mostrando l'ambizione, la tenacia e la prudenza che caratterizzano il processo iterativo e incrementale del business planning.
  - È indispensabile mostrare autenticamente il **cuore del business plan**, enfatizzando l'attenzione rivolta agli indicatori che contano per garantire la sostenibilità della startup.

# *L'Elevator Pitch*

- Straight Up è il suggerimento per preparare **l'Elevator Pitch (elevator speech)**, il tesar che presenta il progetto imprenditoriale in modo diretto, concreto e veloce.
- Il nome (ovviamente nato in Silicon Valley) descrive l'idea per cui ogni startupper dev'essere in grado di presentare la propria idea nel tempo di una **corsa in ascensore**.
- Il pitch è una **conversazione di circa 10 minuti** che ha l'obiettivo di sollecitare l'interesse nell'interlocutore ad ascoltare cosa ha da dire lo startupper.
- È il **primo momento**, la **prima impressione memorabile** che avvia il passaparola informale e stimola la curiosità per un approfondimento successivo.



# *Il Pitch Straight Up*

- Le conversazioni Straight Up sui progetti d'impresa intendono suscitare un coinvolgimento di tipo **affettivo** (affective commitment), **strumentale** (continuance commitment) e **normativo** (normative commitment).
- L'**impegno affettivo** implica un legame emotivo-psicologico la cui forza avvicina gli interlocutori alla nuova impresa e dipende da quanto l'individuo condivide, dà importanza o si identifica con gli **obiettivi che stanno alla base della startup** dal momento che decide e vuole partecipare alla sua azione.

# *Il Pitch Straight Up*

- L'**impegno strumentale** è il risultato di un giudizio razionale; la forza dell'attaccamento psicologico implica un certo calcolo di **convenienza economica** delle differenti alternative d'investimento.
- L'**impegno normativo** riflette implicazioni di tipo morale e dipende dalle **caratteristiche personali** degli individui chiamati a sostenere l'iniziativa, dal loro senso di "obbligo" nei confronti della startup, ma anche dall'intensità delle pressioni esterne di norme di carattere "sociale" sull'individuo.

# *Il Pitch Straight Up*

- Straight Up è l'approccio per condividere un pitch diretto e “orecchiabile”, **you hear it, you got it!**, che apre le porte al dialogo e all'ascolto sull'iniziativa.
- L'importante è **persuadere l'altro interlocutore** che la propria idea è meritevole di approfondimento.
- In generale, preparare un elevator pitch, come per tutti gli altri teaser, richiede capacità di creazione di **massimo 10 slide** di presentazione focalizzata, essenziale, impeccabile, d'immagine, chiara, adeguata al contesto e alla durata concordata.
- Allo stesso tempo, **parlare in pubblico** valorizza la capacità di **comunicazione verbale e non verbale** da acquisire, esercitare e sviluppare professionalmente.

# *Il Pitch Straight Up*

- I fattori Straight Up per presentare adeguatamente un elevator pitch sono i seguenti:
1. il core dell'idea (**hook**);
  2. l'insight per i problemi dei clienti che giàosci (**why**);
  3. le modalità operative (**how**);
  4. le soluzioni e le caratteristiche del prodotto (**what**);
  5. il mercato e la supply chain (**where**);
  6. la road map per il lancio e la distribuzione (**delivery**).

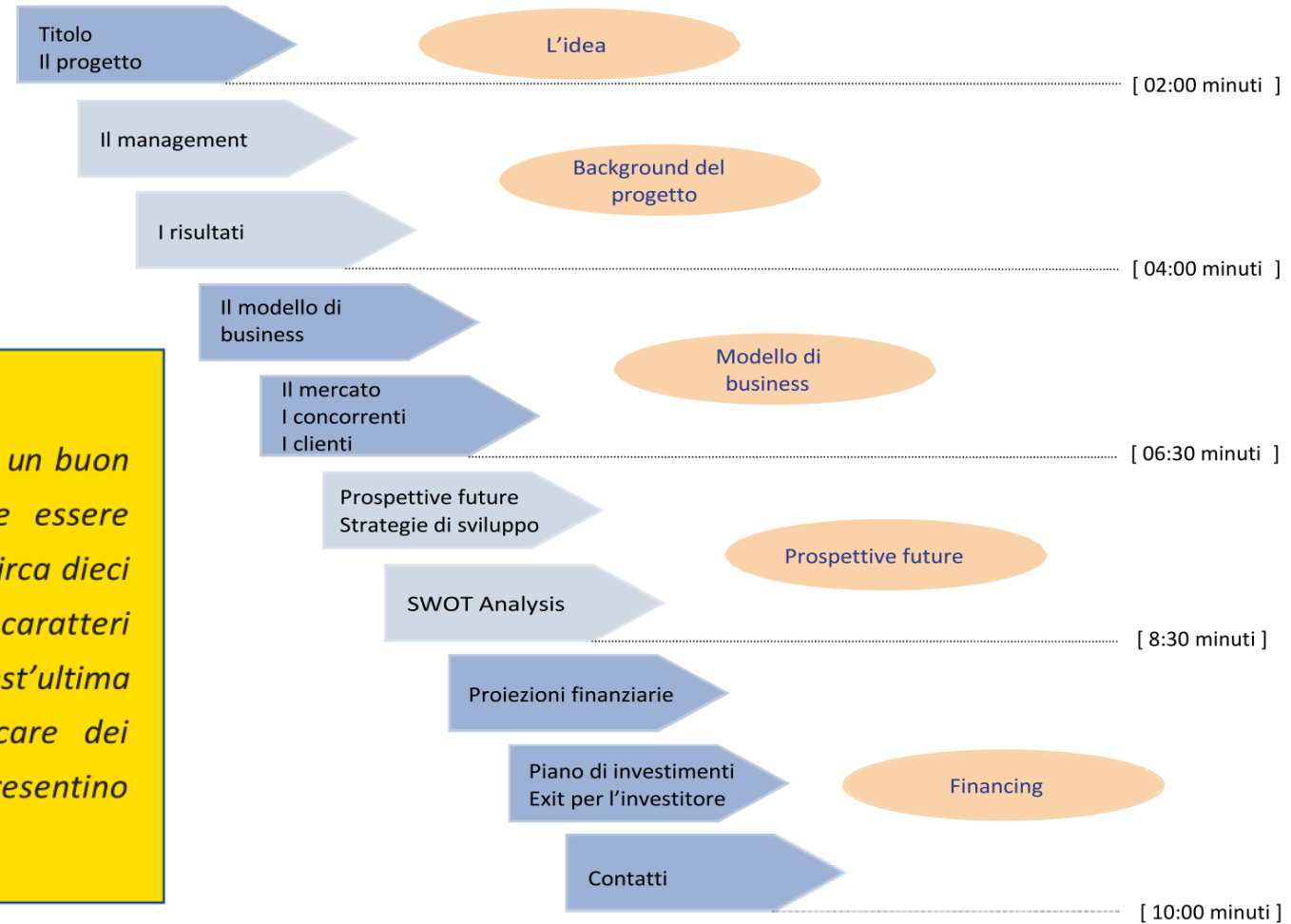
# Le regole base del Pitch

- Per il pitch, seguire la **regola del 10/20/30** (oppure in alternativa **10/10/30**)
- Una presentazione dovrebbe avere **10 diapositive** della durata massima di **20 minuti** (oppure **10** minuti) con un font da **30 punti** (pt).
- Presentazioni con 45 diapositive sul solo prodotto, per un incontro che durerà al massimo mezz'ora **non hanno senso**.



# Il Pitch della Guida IBAN

L'elevator pitch in dieci slide, da presentare in dieci minuti



## La regola "10/10/30"

*Questa serie di numeri racchiude l'essenza di un buon elevator pitch: la presentazione dovrebbe essere formata da dieci slide, da descrivere in circa dieci minuti, utilizzando una dimensione dei caratteri almeno uguale a trenta punti. Quest'ultima condizione obbliga l'imprenditore a ricercare dei concetti brevi, essenziali, che rappresentino rapidamente il business.*

# 1. *L'Idea*

- La prima parte dell'elevator pitch deve servire per **presentarsi brevemente** e per **descrivere l'idea**, in modo da catalizzare immediatamente l'interesse degli interlocutori, evitando di fornire dettagli troppo tecnici sul prodotto.
- L'investitore è interessato all'applicazione pratica del progetto, alle opportunità di business ed ai bisogni soddisfatti per la clientela, nonché alle caratteristiche del proponente.

## 2. *Background del progetto*

- La seconda sezione deve riportare tutte quelle informazioni che siano in grado di esprimere adeguatamente la **reputazione del management team proponente** ed i risultati finora ottenuti con il progetto.
- L'imprenditore deve **indicare eventuali esperienze lavorative precedenti coerenti con il business proposto**, oltre alle conoscenze multidisciplinari (scientifiche, economiche, legali) sue e dei suoi collaboratori.
- Tra i risultati ottenuti con il proprio progetto, è importante soffermarsi su tematiche relative ad **eventuali premi ricevuti**, riconoscimenti, assegni di ricerca, collaborazioni con istituzioni accademiche, interesse dimostrato da parte di altri investitori e l'eventuale ottenimento di fondi pubblici.
- Altra informazione da comunicare è la **quota di capitale** messa a disposizione dal team imprenditoriale nel progetto.



### 3. *Modello di business*

- La terza sezione dell'elevator pitch si focalizza sul **vantaggio competitivo del proprio business model**, specificando quali sono gli **elementi che lo differenziano rispetto ai concorrenti**, indicando quanto il prodotto offerto sia **difendibile e non riproducibile** e se esistono delle **barriere all'entrata** nei confronti di potenziali competitors (es. brevetti, trademarks registrati, diritti di copyright, altri strumenti che assegnano un vantaggio alle imprese già operanti in un settore rispetto a dei potenziali rivali).
- Una slide servirà per descrivere lo **stato attuale del mercato di riferimento**, la sua dimensione, il livello di concentrazione, le opportunità future ed i tassi di crescita attesi; il formato ideale dovrebbe considerare l'utilizzo di **grafici affiancati da brevi note di analisi**, all'interno di un layout schematico ed organizzato, ricorrendo a fonti informative di professionisti esterni che diano credibilità ai dati riportati.

## 4. Prospettive future

- La quarta sezione deve definire **la strategia di crescita della società**, indicando le linee guida di evoluzione del progetto e giustificando i tassi di crescita del business in funzione all'arena competitiva di riferimento.
- L'investitore sarà interessato alle **leve strategiche ed operative** applicabili, alle strategie di risk management per i principali fattori di rischio aziendali, al potenziale posizionamento internazionale della società.
- La **rappresentazione grafica del processo di sviluppo del progetto**, dallo stato attuale alle prospettive future, può aiutare l'investitore a comprendere rapidamente l'evoluzione del business, magari utilizzando anche un'analisi per scenari.

## 5. *Financing*

- I **dati finanziari** sono riportati nella quinta parte del documento
- L'idea principale è quella di definire un “**sentiero di profittabilità**”, attraverso delle proiezioni economico- finanziarie che coprano un orizzonte temporale compreso tra i tre e i cinque anni. Le voci più importanti da riportare sono costituite da quelle ricomprese nel conto economico (ricavi attesi, costi della produzione, margine operativo lordo, ammortamenti, margine operativo netto, proventi e oneri finanziari e straordinari, imposte e utile netto), nello stato patrimoniale (immobilizzazioni, crediti, debiti, magazzino, debiti finanziari, capitale sociale) e nei flussi di cassa.
- Un ulteriore aspetto da evidenziare nell'ultima parte dell'elevator pitch riguarda **l'indicazione della somma richiesta all'investitore**, specificando il timing e la ripartizione dei fondi che devono essere in linea con le esigenze dell'investimento ed eventualmente vincolati al raggiungimento di determinati milestones.

# *Il Pitch di WCAP*

## PITCH DECK EFFICACE

---

Il pitch non deve contenere tutte le informazioni, ma quelle necessarie per descrivere il tuo progetto in maniera esaustiva:



Copertina



Problema



Soluzione



Mercato



Concorrenti



Business Model



Team



Roadmap



Financials/ Economics



# Il Pitch di WCAP *slide 1-2*

LOGO

**NOME DEL PROGETTO DI IMPRESA**  
ONE-SENTENCE PITCH

---

Proponente, titolo  
Data, luogo

**TIM #WCAP**  
ACCELERATOR

INNOVATION IS OPEN

#1 copertina

## Problema

Problemi e le opportunità derivano da osservazioni di mercato o da esperienze precedenti che hanno portato a formulare il proprio progetto. È opportuno identificare:



In cosa consiste il problema



Chi avverte il problema



Le conseguenze del problema

**TIM #WCAP**  
ACCELERATOR

#2 Problema

# Il Pitch di WCAP *slide 3-4*

## Soluzione

Una volta individuato chiaramente il problema, la soluzione fluisce logicamente. Possono essere utilizzati diagrammi, screenshot, mockup o qualunque tipo di grafica aggiuntiva che risulti utile alla comprensione, purché non si perda di vista il core del proprio prodotto.



Cosa offriamo?



Come risolviamo il problema?



Perché la nostra soluzione è la migliore?

## Mercato

Chi sono i clienti del progetto? Chi sono gli utenti? Quanto è grande il mercato, in termini di unità o di soldi? Occorre individuare chiaramente e **quantitativamente** il mercato (in termini di numeri, geografia, demografia) per spiegare in modo più convincente la propria strategia di vendita e di go-to-market.

**40 Mio**

mercato totale utenti  
fonte.com

**600 Mio€**

valore mercato  
fonte.com

# Il Pitch di WCAP slide 5-6

## Competizione

Chi sono i competitor principali? Diretti o indiretti? Quali caratteristiche hanno? Ma, soprattutto, in cosa si distingue la soluzione che proponete? Qual è il vostro vantaggio competitivo? Potete rappresentarlo attraverso un grafico cartesiano o una tabella a doppia entrata.



## Business Model

Su quale modello di business si basa il progetto? In altre parole, come viene generata, catturata e monetizzata la value proposition del progetto? Componente importante del modello di business è ovviamente il revenue model, cioè come vengono generati ricavi. Esempi di modelli di business possono includere:



Freemium



E-commerce



Transaction free

# Il Pitch di WCAP *slide 7-8*

## Team

Quella sul team è una delle slide più importanti del proprio pitch: occorre mostrare che le persone coinvolte nel progetto hanno in effetti il giusto mix di esperienza, capacità e volontà per portare avanti il progetto. In questa slide, occorre indicare il team di fondatori, eventuali advisor ed altre figure rilevanti coinvolte nel progetto.



**Nome**  
Ruolo  
Expertise



**Nome**  
Ruolo  
Expertise



**Nome**  
Ruolo  
Expertise

## Roadmap

La roadmap deve indicare e spiegare brevemente quali sono gli obiettivi di breve e medio termine (i.e. entro 12 – 18 mesi). Indicare, dove possibile, le metriche chiave che si desidera testare o raggiungere (e.g. lancio, beta privata/pubblica, numero di utenti registrati atteso, avvio di campagne di marketing, etc...). Una timeline o una Gantt basati sul tempo; l'importante è mostrare di avere preparato un chiaro percorso di esecuzione e di sviluppo del progetto.

**Settembre 2016**

Inizio programma

**Aprile 2017**

xx

**Ottobre 2017**

xx

**Dicembre 2016**

Fine programma di accelerazione

**Giugno 2017**

xx



# Il Pitch di WCAP *slide 9-10*

## Financing/Economics

Per concludere la presentazione, è comune indicare alcuni numeri chiave estratti dal piano economico-finanziario (ricavi attesi, EBITDA, costi). Nel caso in cui il progetto sia ancora troppo precoce per poter costruire una previsione di flussi finanziari, è in ogni caso opportuno indicare i costi e gli investimenti stimati, possibilmente associandoli ai risultati attesi.



## KEEP IN TOUCH

NOME DEL PROGETTO DI IMPRESA

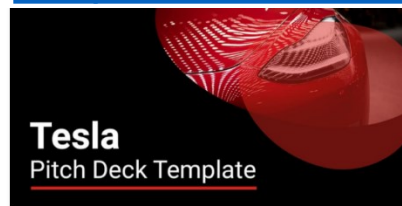
Proponente, titolo



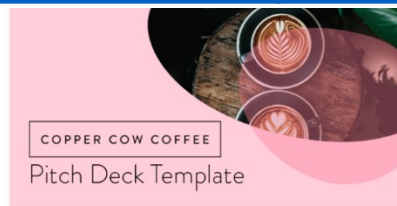
LOGO

# La preparazione del Pitch

<https://slidebean.com/template-category/startups>



Tesla Pitch Deck Template



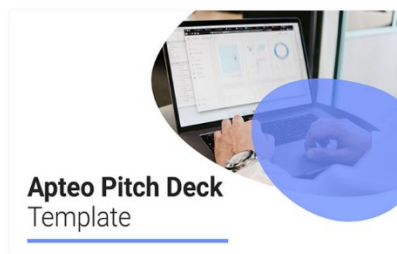
Copper Cow Coffee Pitch Deck Template



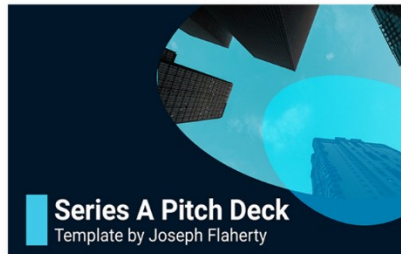
Alyce Pitch Deck Template



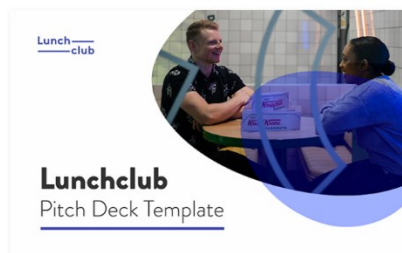
Monthly Pitch Deck Template



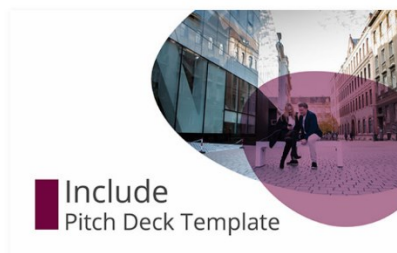
Apteo Pitch Deck Template



Series A Pitch Deck Template by Joseph Flaherty



Lunchclub Pitch Deck Template



Include Pitch Deck Template



K-ZEN PITCH DECK TEMPLATE

Ricordate?????

# *9 consigli flash per un elevator pitch che funziona*

- 1. Sii breve e sintetico.** Il tempo che hai a disposizione è pochissimo e le cose da dire molte. Sviluppa la tua capacità di sintesi, evita di utilizzare termini troppo complicati o di scendere troppo nel dettaglio fai in modo che le persone si ricordino di te (a prescindere dall'esito del tuo pitch). Se i tuoi interlocutori sono degli investitori capiscono al volo se la tua idea può avere un margine di successo o no.
- 2. I primi 10 secondi sono importantissimi.** Come in tutte le situazioni della vita "la prima impressione è quella che conta". Sia se fai un video, sia se scrivi una mail, sia se il tuo elevator pitch è dal vivo dai inizio al tuo show con un incipit ad effetto, esprimi tutta la passione per ciò che fai e per gli obiettivi che vuoi raggiungere, rendi virale il tuo pitch - come dice Mirko Pallera, "La viralità è la condivisione sociale delle emozioni".

# *9 consigli flash per un elevator pitch che funziona*

- 3. Gestisci bene il tempo a disposizione.** Non c'è molto da dire a riguardo, calcola bene il tuo tempo. Crea pitch di diversa durata (30 secondi, 60 secondi, 120 secondi, 300 secondi, etc.) di modo che sarai sempre pronto ad affrontare ogni situazione.
- 4. Presenta te stesso, ma senza esagerare.** Le persone quando presenti la tua idea devono fidarsi di te e devono capire che sei all'altezza di portare avanti un'idea imprenditoriale, ma avrai molto tempo in futuro per raccontare chi sei, cosa fai e quali sono i tuoi eventuali successi del passato. Quindi dai il giusto peso alle varie parti che compongono il tuo pitch.
- 5. Il pitch cambia e evolve insieme alla tua startup.** Molto probabilmente continuerai a fare pitch per diversi anni. Si spera che la tua startup cambi ed evolva nel tempo. In alcuni casi ti troverai a presentare la tua idea alle stesse persone a distanza di mesi o anni. Assicurati che anche il tuo pitch evolva nel tempo, non puoi proprio parlare della tua idea nello stesso modo in cui l'hai fatto la prima volta.

# *9 consigli flash per un elevator pitch che funziona*

- 6. Se ti fanno delle domande assicurati di rispondere ad ognuna di esse.** Dal vivo in alcuni casi più capitare di non riuscire a presentare il tuo pitch senza essere interrotto. Sii preparato ed attento a rispondere alla molte domande che ti faranno, probabilmente quelle sono le cose che vogliono sentirsi dire. Se per caso entri nel panico e non hai una risposta pronta, segnati subito la domanda, di modo da non farti trovare impreparato le volte successive.
- 7. Esercitati con i tuoi amici.** Per prepararti al tuo pitch scrivilo su un foglio di carta, ripetilo ad alta voce e registralo. In molti casi può servire ripetere il tuo pitch alle persone che ti circondano (probabilmente ti odieranno dopo un po' :), ma è l'unico modo per capire se le persone capiranno o no il tuo messaggio.

# *9 consigli flash per un elevator pitch che funziona*

8. **Adatta il tuo pitch alla persona con cui stai parlando.** A seconda del tuo interlocutore ovviamente cambieranno i punti su cui ti dovrai soffermare e il linguaggio che dovrai utilizzare.. Come esercizio prova a crearne uno per ognuna delle categorie di persone a cui potresti raccontare la tua idea (clienti, investitori, partner, utenti). Il punto è sempre lo stesso, non farti mai trovare impreparato!
9. **Struttura ideale per un pitch ad un'investitore:** in primis parla del problema che vai risolvere con la tua idea e come lo farai. Prosegui con il motivo per cui ti distingui da altri eventuali competitor. Fai un breve accenno alle tue esperienze precedenti e quelle del tuo team e chiudi con ciò di cui hai bisogno per far decollare la tua startup.

# ***Gli errori da evitare nel Pitch***

- **Parlare come Wikipedia:** con gergo astratto e settoriale.
- **Cadere nella monotonia:** ripetendo sempre e soltanto lo stesso pitch.
- **Parlare della soluzione** trascurando di parlare del problema.
- **Dimenticarti di far leva sulle emozioni:** sia con l'uso della voce e delle pause, sia raccontando storie.
- **Elencare stile “lista della spesa”** le aree del tuo business: dimenticandoti che la specificità vince sempre nei pitch.
- Non citare un **valido motivo che ti distingue dalla concorrenza.**
- **Non trasmettere la passione** per quello che fai.



*Ahh..... Dimenticavo*

*Consegna del vostro pitch: 30 Novembre*

