



Agencia de  
Aprendizaje  
a lo largo  
de la vida

# DISEÑO UX/UI

## Clase 27

Elevator Pitch

# Les damos la bienvenida

Vamos a comenzar a grabar la clase

## Clase 26

## Segunda Preentrega

- Exposición de proyectos

## Clase 27

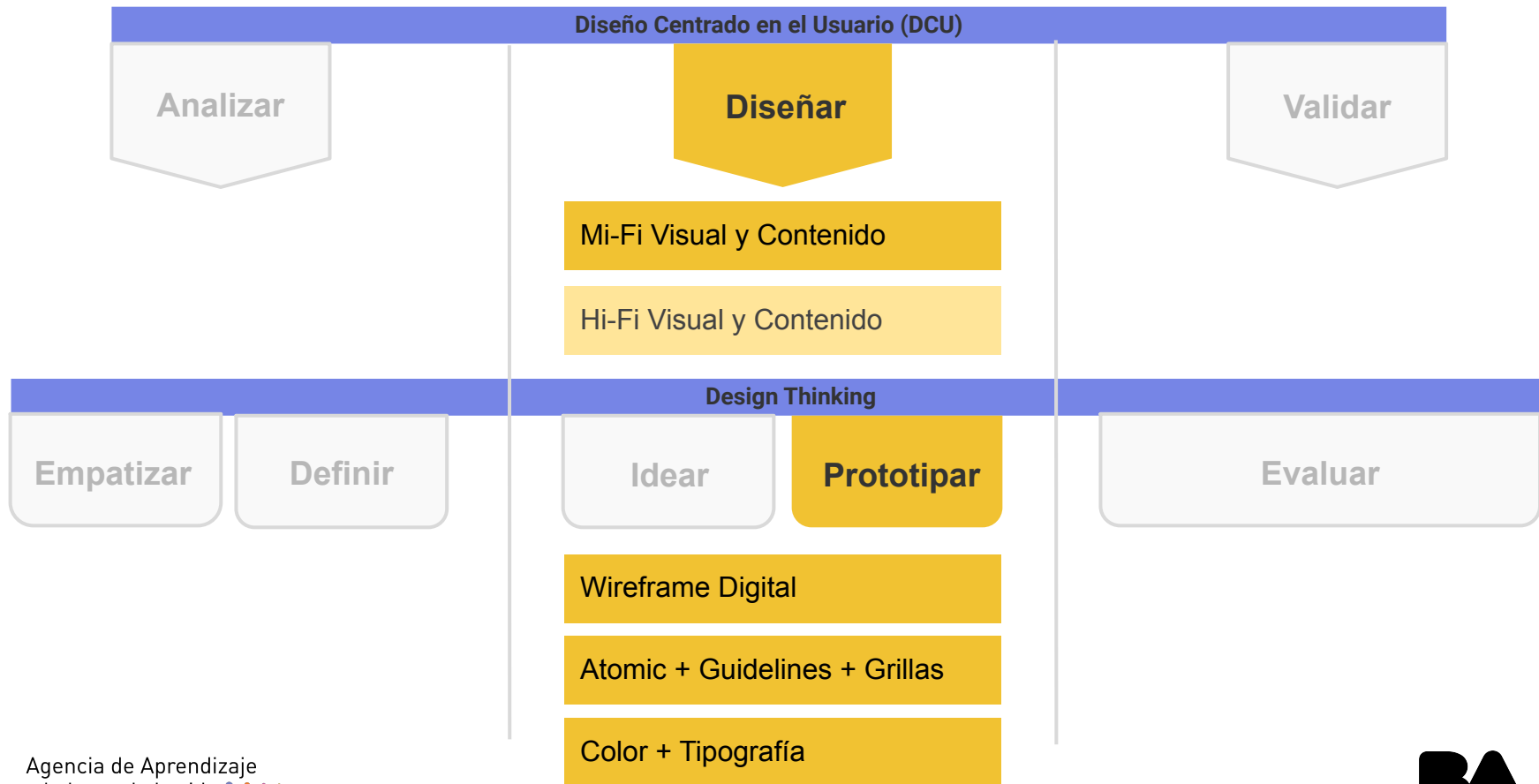
## Elevator Pitch

- ¿Qué es y para qué sirve?
- Ejemplos en clase
- Estructura del elevator pitch
- Storytelling
- **Tarea para el Proyecto Final**

## Clase 28

## Motion

- ¿Qué es el Motion?
- 12 principios de UX en Motion
- Anatomía de las transiciones
- Microinteracciones
- **Tarea para el Proyecto Final**



# ¿Qué es Elevator Pitch?

Es un discurso muy breve, claro y conciso sobre nuestro proyecto. En un **ascensor** tenemos aprox. **2m** para comentarle a alguien sobre nuestro **proyecto**.

Buscaremos mediante este relato, **impresionar, explicarle, incluso venderle nuestra idea a otra persona**.

Es una práctica muy común cuando **se busca inversionistas** para que se interesen en desarrollar el diseño que hemos realizado.

El objetivo final sería **concretar nuestra idea, y desarrollar nuestra app**.



**Elevator pitch,**

**breve, claro y conciso**

# Cada palabra cuenta:

Para elaborar un **“Elevator Pitch”** tenemos que pensar cuáles son los datos más importantes relacionados a nuestro proyecto:

- **Problema** - Qué problemática estaríamos resolviendo
- **Solución** -Cuál es la solución que diseñamos
- **Usuario** - Contar quiénes serían nuestros usuarios

# Presentación:

Lo más importante es el proyecto pero sin dejar de mencionar:

- **¿Quién sos?**
- **¿Qué haces?**

Recordá que estás hablando con un total desconocido y no podemos irnos sin dejar en claro quién fué la persona que le estuvo hablando del proyecto.



# Para presentarte:

Algunos complementos que puedes incluir son:

- Una historia de éxito que te haga sentir orgulloso
- Un consejo con el que hayas logrado ayudar a un cliente
- Una frase o lema que te inspire
- La historia de cómo llegaste a apasionarte por lo que haces
- Opiniones o testimonios que te hayan dado tus clientes, colegas o líderes de trabajo.



## Dejar bien en claro y resaltar:

- ¿Qué nos diferencia de lo que ya existe?

Evitando que sea demasiado **técnico**, con lenguaje **específico** que solo usen nuestros usuarios (abreviaturas o nombres de moda), o con un lenguaje **demasiado formal** y acartonado, que dificulte su comprensión y generar empatía.



## El comienzo:

- La primera frase que digas es la más importante.

Es el puntapié inicial que **determinará si a tu receptor le va a interesar el resto de la información que le des** o simplemente va a estar esperando que se abran las puertas del ascensor lo más rápido posible.

# Podrías comenzar con:

- Una afirmación llamativa
- Una cifra sorprendente
- Una historia o anécdota personal
- Una cita de un famoso que se relacione con el tema
- Una metáfora o analogía para explicar un proyecto complejo.

No estamos hablando de datos inventados, sino de **datos basados en la realidad** que resulten de una investigación.

## Consejos:

No se trata de mentir, ni de decir cualquier cosa con tal de impresionar, sino de **investigar sobre nuestra temática y encontrar datos lo suficientemente llamativos como para que nos escuchen y que se relacionan perfectamente con nuestro proyecto y todo lo que fuimos desarrollando hasta el momento.**

Debemos **practicarlo** hasta que no queden dudas que **cualquier persona puede comprenderlo**, que quede clara la **ventaja** que estás proponiendo, que quede claro qué problema resuelves y a quien. En 2 min. como máximo.

# ¿Por qué es importante?

Es un recurso muy efectivo porque apela a la forma en la que funciona la mente humana.

Los datos que nos impresionan van a ser más fáciles de **recordar**, vamos a poder procesarlo de una forma mucho más profunda de lo que procesamos otro tipo de información más larga y tediosa.

Toda la información que demos en el pitch debe ser importante o será recortada del mismo.

Recordemos que las **emociones** juegan un papel muy importante también. Una historia que cala hondo o toca un punto sensible puede desencadenar **reacciones muy fuertes o memorias profundas**.



## Ventajas de crear y diseñar nuestro elevator pitch:

Al vivir en un mundo cada vez más competitivo, **resulta vital tener en mente un mensaje de pocos minutos** con el que transmitas tu forma de trabajar e inspires confianza.

También puede ser una buena estrategia en actividades de networking, conferencias, llamadas de seguimiento e incluso en entrevistas de trabajo o ferias de empleo.

**Te ayuda a presentarte** ante posibles clientes y empleadores **como un profesional confiable y capaz.**

# Ejercicio Clase 27

[https://youtu.be/2b3xG\\_Yjgvl](https://youtu.be/2b3xG_Yjgvl)

Práctica de tu elevator pitch  
(máx. 2 min.)



# Ejemplo:

La fórmula que puedes aplicar es:

**Quién soy + verbo + destinatario + problema + resultado + objetivo**

De forma aplicada:

**«Soy Graciela, ayudo a mujeres emprendedoras que no saben cómo abrir su propio ecommerce para expandir en un 20 % sus oportunidades de venta».**

**Cierre:** Incentiva a la inversión o acción de forma atractiva y convincente.

# Consejos indispensables:

**Lee tu discurso en voz alta y asegúrate de que suene natural.** Si el tono es demasiado formal, podrías causar una impresión de tirantez. En cambio, haz que sea conversacional. Esto mantendrá a tu audiencia cautivada y más propensa a continuar la conversación.

**Sé honesto con los datos que brindes.** Es importante que no prometas cosas que no podrás cumplir; sé realista y objetivo. De lo contrario, lo único que lograrás es manchar tu imagen o reputación.

**Conoce las dudas más frecuentes.** Tómalas en cuenta y prepara respuestas convincentes.

**Prepárate para preguntas sorprendidas.** Si la persona que está escuchándote muestra un interés genuino y te hace preguntas de las cuales no tengas respuestas preparadas o desconozcas los datos, descuida, no tienes por qué saberlo todo. Sé honesto y admite que en ese momento no tienes la información solicitada, pero que realizarás una investigación posterior y te comprometes a compartir el dato más adelante. Solo recuerda dar seguimiento.

# Consejos indispensables:

**Adapta tu discurso para todo tipo de público.** Debes tener un mensaje más sencillo en caso de hablar con un posible cliente o usuario que no conozca ese vocabulario. No descartes a nadie. El objetivo de tu mensaje es que cualquiera que lo escuche pueda comprenderlo.

**Mantén tu discurso orientado a objetivos,** es decir, «Ayudo a compañías como la suya a aumentar la producción hasta en un 30%».

**Siempre ofrece una tarjeta de presentación** o envía una solicitud para que te conectes con tu prospecto en **LinkedIn**.

**Sé amigable y engancha la atención de tu interlocutor;** además, practica tu discurso para que sea limpio, conciso y con buen ritmo.

# Tarea para el Proyecto:

Para ir finalizando con el **Proyecto Final** que estuvimos desarrollando durante todo este curso:

Vamos a redactar un **Elevator Pitch** aplicando las técnicas vistas en clase.

En resumen debería consistir en:

- **Presentación.**
- **Dato llamativo.**
- **Usuario - Problema - Solución**
- **Elemento que te diferencia de tu competencia.**
- **Cierre.**

Condiciones:

- **Que sea breve, claro y conciso.**
- **Que cuente con tres partes: Comienzo - Desarrollo de la idea/proyecto - Cierre.**
- **Que dure 2m en grabación.**

# Ejemplo de entrega

## ¿Sabías que 18 millones de personas en Argentina han tenido sentimientos de depresión, soledad o miedo durante la última semana?

Es difícil tomar decisiones cuando estamos a punto de llegar a un estado de *angustia*. Pero la mayoría de nosotros tenemos un sentido que nos avisa cuando las cosas están comenzando a *girar fuera de control*. En ese momento buscar ayuda se complica aún más cuando *no sabemos dónde comenzar a buscar*, lo peor que podría suceder es *tardar años* en encontrar al profesional más adecuado para nosotros. La percepción que tenemos del terapeuta, su edad, sexo, que hable mucho o poco, *nos importa* más de lo que imaginamos, tanto como para *determinar cuál elegiremos* para tratarnos y también si continuaremos con la terapia durante el tiempo que sea necesario para sentir una mejoría. Lo más importante en una terapia es *confiar y sentirse a gusto*.

Por eso creamos “**Buscador de Psicólogos**” una app donde el usuario encontrará al psicólogo que tenga las características que *necesite y prefiera*, en unos pocos clics llegará a reservar una primera sesión de la manera y con el profesional que elija de la lista de perfiles que cumplen con los resultados de su búsqueda personal. *Simple, rápido y muy efectivo*. Ya estará listo para hablar y comenzar a *desenredar todas sus problemáticas*.

Me llamo Irina y soy *diseñadora de experiencias e interfaces de usuario* y me gustaría mostrarte cómo funciona nuestra App.



# No te olvides de dar el presente

## **Recordá:**

- **Revisar la Cartelera de Novedades.**
- **Hacer tus consultas en el Foro.**

**Todo en el Aula Virtual.**

**Muchas gracias por tu atención.  
Nos vemos pronto**