

Qué es un Elevator Pitch?

Ventajas del Elevator Pitch ...

- ✓ Permite comunicar tu mensaje de manera breve y directa.
- ✓ Capta la atención de tu audiencia de manera inmediata.
- ✓ Ayuda a definir y transmitir tu propuesta de valor de manera efectiva.
- ✓ Puede adaptarse fácilmente a diferentes situaciones y audiencias.
- ✓ Genera nuevas oportunidades de conexión y colaboración.

Porqué es un Elevator Pitch?

ESTRATEGIA

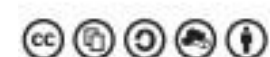
- ✓ PREPARAR
- ✓ PLANIFICAR
- ✓ EJECUTAR

The Pitch Canvas®

La herramienta de brainstorming para emprendedores que te ayuda a estructurar y visualizar tu Pitch en una página.

<p align="center">Simple Statement: ¿Cómo tú y tu producto están creando impacto en el mundo? <small>Explica de forma memorable y en una sola frase, de qué manera ayudas a mejorar la vida de tus clientes.</small></p>	
<p>Pain (+ Gain) ¿Qué problema estás ayudando a resolver a tus clientes? ¿Qué consecuencias tiene este problema para ellos? ¿Puedes hacer que el problema sea un problema humano con el que todo el mundo se identifique? ¿Cuántas personas necesitan resolver este problema (tamaño del mercado)? ¿Has comprobado que la gente esta dispuesta a pagar para resolver este problema?</p>	<p>Producto Tan simple como sea posible: ¿Cómo funciona? ¿Qué hace tu producto por los clientes? ¿Qué pueden hacer tus clientes como resultado de tu producto que antes no podían? ¿Qué oportunidades ofreces a las personas para ser más rápidas, rentables, eficientes, felices, seguras? ¿Lo has testeado con clientes? (Asegúrate siempre de que tu producto no acapare tu pitch)</p>
<p>Demo de producto ¿Tienes una demo en directo? (siempre es arriesgado, pero muy poderoso, si funciona) Una secuencia de video de una app convencerá de que es real. Mostrar productos físicos convencerá de que puedes ejecutar. Los pantallazos también están bien pero pueden parecer mock-up, las secuencias en movimiento siempre funcionan mejor. ¿Puedes mostrar a un cliente real usándolo?</p>	<p>Qué lo hace único Tecnología/Relaciones/Colaboraciones ¿Cómo ayudas a tus clientes a obtener resultados de manera diferente que tus competidores u otras alternativas de productos similares? ¿Qué hay nuevo e innovador en tu producto? Muestra que has hecho tu investigación y sabes que hay competencia allí fuera.</p>
<p>Tracción ¿Qué éxitos has tenido hasta ahora? ¿Clientes piloto? ¿Grandes marcas? ¿Crecimiento en usuarios o descargas? ¿Testimonio de clientes en video o citas? ¿Cobertura de medios? ¿Concursos ganados? Usa datos y hechos para fortalecer tu caso.</p>	<p>Modelo de negocio ¿Cómo ganas dinero? ¿Cuáles son las oportunidades de crecimiento? ¿Cómo puedes escalar más allá de tu alcance actual: nuevas industrias, territorios, aplicación de colaboraciones y tecnología?</p>
<p>Inversión ¿Has invertido de tu dinero? ¿Has obtenido dinero hasta ahora? ¿Cuánto dinero estás buscando? ¿En qué próximos pasos importantes usarás la inversión? ¿Qué hitos conseguirás con el dinero invertido? ¿Cuántos inversores y de qué tipo estás buscando? ¿Qué expectativas tienes de tus inversores, ¿Red de contactos, experiencia?</p>	<p>Equipo ¿Qué experiencia y habilidades tiene tu equipo que respalde tu historia? ¿Para cuáles marcas habéis trabajado? ¿Logros? ¿Éxitos en ventas? ¿Qué os une como personas y emprendedores para resolver este problema? ¿Qué es especial sobre el carácter de tu equipo, que os hace resaltar y ser memorables?</p>
<p align="center">Llamada a la acción y frase final Termina tu Pitch con una clara llamada a la acción para tu audiencia. ¿Qué próximo paso quieres que de tu audiencia?</p>	

<p align="center">¿Por qué tú? NOTA: El ¿Por qué tú? Puede aparecer en cualquier otra parte de tu Pitch. ¿Por qué te importa solucionar este problema para tus clientes? ¿Cómo ha afectado esta industria a tu vida? ¿Por qué debe confiar tu audiencia en que estás comprometido con lo que prometes, sin importar que?</p>
--



DISEÑADO POR: Best 3 Minutes
Desarrollado de la idea original de David Beckett



Version 2.0. Produced by David Beckett and Geert van Wijnen. <http://best3minutes.com>
 This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.
 To view a copy of this license, go to: <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or
 send a letter to Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California, 94105, USA.

Puedes compartir The Pitch Canvas®, cuantas veces quieras. Por favor, asegúrate solo de hacer referencia a best3minutes.com cada vez que lo utilices.

https://best3minutes.com/wp-content/uploads/2020/06/The-Pitch-Canvas%C2%A9_V7_91_ES.pdf

ESTRUCTURA PITCH

- ▶ PROBLEMA / OPORTUNIDAD
- ▶ SOLUCIÓN/PROPUESTA DE VALOR
- ▶ TAMAÑO DE MERCADO
- ▶ BUSINESS MODEL
- ▶ GO-TO-MARKET
- ▶ VENTAJA COMPETITIVA/ COMPETIDORES
- ▶ ROADMAP
- ▶ PLAN FINANCIERO
- ▶ NECESIDADES DE CAPITAL
- ▶ DESTINO DE FONDOS
- ▶ EQUIPO

Buenas prácticas para un elevator pitch

- ✓ 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**. Seguramente sabes cuáles son las preguntas más frecuentes que realizan los clientes o usuarios con respecto a tu sector o industria. Tómalas en cuenta y prepara respuestas convincentes.
- ✓ **Prepárate para preguntas** sorprendidas. Quizá la persona que esté escuchándote muestre un interés genuino y te haga 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 para demostrar profesionalismo.
- ✓ Adapta tu discurso para todo tipo de público. Tal vez tu discurso sea demasiado técnico, pues la industria donde te desenvuelves lo amerita. Aun así, 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 % sin coste adicional», y siempre ofrece una tarjeta de presentación o envía una solicitud para que conectes con tu prospecto en LinkedIn.
- ✓ Sé amigable, **SONRÍE** y engancha la atención de tu interlocutor; además, practica tu discurso para que sea **limpio, conciso y con buen ritmo**.

Lo que deberías evitar en un elevator pitch

- Usar palabras muy complicadas y técnicas
- Saturar a la persona que te escucha con demasiados datos duros o fechas.
- Usar discursos de venta tradicionales o frases genéricas.
- Hablar con desconfianza (esto podría hacer que uses muchas muletillas).
- Recitar tu mensaje de forma poco natural.
- Leer
- Ser muy repetitivo.

PROBLEM/OPPORTUNITY

PAIN “DOLOR”

Tienes que dejar muy claro cuál es el dolor, la necesidad y la oportunidad que estás resolviendo.

OBJETIVO: ENFATIZA

Si el inversor no tiene este problema, necesita empatizar con las personas que sí lo tienen.

CONCISO Y CLARO

No te detengas en esta parte, ve directo al grano.

STORYTELLING

Una buena manera de conseguir que el público se ponga en la piel de quien sufre el problema.

Para el Vídeo...

- ✓ **BUENA LUZ**
- ✓ **BUENA CALIDAD DE SONIDO Y GRABACIÓN**
- ✓ **CUIDAR LA IMAGEN**
- ✓ **CUIDAR EL ATREZZO**
- ✓ **BUENA DICCIÓN**
- ✓ **HABLAR LENTO Y CAMBIAR RITMO Y ENTONACIÓN**
- ✓ **CONCISO-CONCRETO – CLARO**
- ✓ **SONREIR**
- ✓ **LOGO – MARCA**

**SER PROFESIONALES... TE PERCIBEN TAL Y COMO
TRANSMITES**

Recursos:

- <https://www.youtube.com/watch?v=uv357YzY7-k>
- How to give the perfect pitch <https://www.youtube.com/watch?v=Njh3rKoGKBo>
- <https://www.youtube.com/watch?v=oTQxN4Z4A7Y> El mejor Pitch SHARK TANK Méjico