

APLICANDO AS AÇÕES DE LÓGICA COM
PROGRAMAÇÃO EM PROJETOS

APRESENTANDO SUA
IDEIA DE NEGÓCIO

PARA O TÃO SONHADO PRIMEIRO MILHÃO

ANA CLÁUDIA MADALENO



11

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Falar em público.....	4
Figura 2 – Entusiasmo	5
Figura 3 – Steve Jobs	6
Figura 4 – Morte	7
Figura 5 – Medo	8
Figura 6 – Voz.....	10
Figura 7 – Dicção	12
Figura 8 – Expressão corporal	14
Figura 9 – Contato visual	14
Figura 10 – Gesticulação	16
Figura 11 – Recursos visuais	17
Figura 12 – Slide de Bill Gattes	19
Figura 13 – Pexels	20
Figura 14 – Pixabay	21
Figura 15 – Visualhunt	21
Figura 16 – Elevator Pitch	24

SUMÁRIO

1 APRESENTANDO SUA IDEIA DE NEGÓCIO PARA O TÃO SONHADO PRIMEIRO MILHÃO	3
1.1 Introdução	3
1.2 Técnicas de apresentações.....	3
1.3 O que é necessário para fazer uma boa apresentação?	5
1.4 Como superar o medo?	6
1.5 Voz	9
1.5.1 Volume da voz.....	10
1.5.2 A velocidade ideal	11
1.5.3 A boa dicção.....	11
1.5.4 Vícios de linguagem	13
1.6 Expressão corporal	13
1.6.1 Contato visual.....	14
1.6.2 Gesticulação.....	15
2 RECURSOS VISUAIS	17
2.1 Para que servem os recursos visuais?	17
2.2 O que devo evitar em minhas apresentações?	18
2.3 Como escolher as imagens?	19
2.4 Imprevistos	22
2.5 Para saber mais	22
2.6 Preparando apresentações	23
2.7 Pitch	24
2.8 Elevator Pitch: como explicar tanta coisa em tão pouco tempo?	25
2.9 Investment Pitch: como elaborar seu pitch.....	25
2.10 O problema.....	26
2.10.1 A solução.....	27
2.10.2 O mercado.....	27
2.10.3 Diferenciais e concorrência	28
2.10.4 Expectativas financeiras.....	29
2.10.5 Time	29
2.10.6 Encerramento.....	29
2.10.7 Dicas para um bom pitch.....	29
Considerações finais	31
REFERÊNCIAS	32

1 APRESENTANDO SUA IDEIA DE NEGÓCIO PARA O TÃO SONHADO PRIMEIRO MILHÃO

1.1 Introdução

Você já tem uma ideia excelente, um time fantástico e possíveis clientes para testar seu negócio. A operação inicial está indo bem, mas você ainda tem um desafio grande pela frente: levantar investimento para efetivar o seu negócio e ajudá-lo a crescer mais rápido do que qualquer concorrente.

E eis que, no hall de entrada de um evento, você pega o elevador em direção à sala de conferência e a vida lhe oferece uma oportunidade: você dá de cara com um investidor-anjo e tem apenas alguns segundos antes que o elevador pare.

Ele se interessa por seu negócio e oferece 5 minutos da programação do evento para que você fale para o público um pouco mais sobre sua ideia e como a transformou em negócio.

Você agradece o convite e aceita imediatamente, sem pensar muito. Afinal é uma oportunidade única, daquelas difíceis de se repetir, mas sai do elevador em pânico e preocupado, porque a plateia do evento é composta de aproximadamente 100 pessoas. O que você faz?

Antes de tudo, expressar-se bem é fundamental. O momento é de mostrar todas as ideias em que você e sua equipe vêm trabalhando ao longo deste ano. E nada como planejar a apresentação, incluindo algumas técnicas de como falar em público, para que você esteja apto a passar uma mensagem completa, de forma breve, que apaixone a plateia e o ajude a conseguir o tão esperado investimento.

Então chegou a hora de desenvolver algumas habilidades de apresentação, aplicadas em forma de pitch para investidores.

1.2 Técnicas de apresentações

Reinaldo Polito (2016) salienta que qualquer que seja a atividade, você estará sempre “correndo o risco” de falar em público. Falar em público é uma habilidade

essencial em qualquer organização e fundamental para partilhar o conhecimento adquirido nas áreas específicas de trabalho que cada um ocupa.

A comunicação precisa acontecer de maneira clara, objetiva e envolvente. Essas habilidades podem ser desenvolvidas com técnicas específicas e com a prática bem fundamentada.

A habilidade em técnicas de comunicação e apresentações passou a ser competência importante para profissionais de todas as atividades. Falar em público, seja para poucas pessoas ou plateias numerosas, tornou-se tarefa quase corriqueira, independentemente da posição hierárquica ocupada pelo profissional na empresa.

Apesar de ser uma atividade cada vez mais frequente, poucos estão bem preparados para realizar uma boa apresentação. Qualquer pessoa pode vencer sua dificuldade para falar em público, utilizando as técnicas, e com isso poderá se expressar com eficiência em qualquer situação.

Falar em público é uma “arte”. É preciso, além de passar uma informação, prender a atenção de seu público, diverti-lo e deixá-lo com vontade de ouvir mais. A oratória é um conjunto de regras e técnicas que podem ajudá-lo a fazer apresentações cada vez melhores.



Figura 1 – Falar em público
Fonte: Pixabay (2018)

Entretanto, para propiciar a construção do conhecimento, além de uma boa desenvoltura ao falar para o público, é necessário desenvolver técnicas de didática do

ensino. Para ensinar, não basta ser um especialista no assunto, é preciso saber ouvir, entender as necessidades do seu público, planejar, executar um plano de ensino e avaliar de forma continuada todo o processo. A maneira como executar um plano de ensino também pode ser aprendida e aprimorada com a prática.

Desenvolver essa arte é uma questão de aprendizado e técnica, portanto necessita de bastante treino! Muitas vezes pensamos que as pessoas mais extrovertidas já possuem uma habilidade natural, mas elas podem cometer erros caso não saibam controlar sua fala e utilizar corretamente as técnicas.

1.3 O que é necessário para fazer uma boa apresentação?

Pare para pensar: quais são as qualidades comuns aos palestrantes que mais chamam a sua atenção? Certamente você responderá: boa didática, conhecimento do assunto, boa dicção, entre outras. Claro que tudo isso é muito importante em uma apresentação, mas tem algo que é fundamental: entusiasmo!



Figura 2 – Entusiasmo
Fonte: Pixabay (2018)

Fale sempre com energia, entusiasmo e muita emoção, pois se não demonstramos interesse e envolvimento com o assunto de que estamos tratando, não podemos exigir que os ouvintes se interessem pela mensagem, não é mesmo?

Lembre-se de que a emoção do orador tem influência determinante no processo de conquista dos ouvintes.

Embora sua apresentação diante do público deva acontecer como uma conversa, é necessário fazê-lo com envolvimento e disposição. Isto é, deve ser uma conversa, mas uma conversa bem animada. Não se iluda: as pessoas só se envolverão com o tema de sua apresentação se você demonstrar a elas que o assunto é importante para você. Pense nisso!

Quando conseguir combinar a espontaneidade e o envolvimento, você se aproximará dos ouvintes com muito mais segurança e credibilidade.

Um bom exemplo de comunicador cativante foi Steve Jobs. Ele transformou a exibição tradicional de slides, que é tediosa e lenta, em um evento teatral completo: com telas de fundo apaixonantes, além de heróis e vilões.



Figura 3 – Steve Jobs
Fonte: Pixabay (2018)

O mais interessante é que Jobs não possuía um dom natural. Ele trabalhou muito para isso e seu estilo melhorou bastante ao longo dos anos. Jobs conseguia transformar coisas aparentemente desinteressantes em histórias emocionantes referentes a uma marca.

1.4 Como superar o medo?

Você sabia que o medo de falar em público supera até o medo que se tem de morrer? De acordo com Azevedo (2017), enfrentar uma plateia grande não é uma tarefa fácil. Para muitas pessoas é um desafio aterrorizante. Um estudo publicado pelo

jornal britânico *Sunday Times* revela que o medo de falar em público é maior do que o medo de enfrentar problemas financeiros, doenças e a morte, pois as pessoas sentem medo de serem avaliadas.



Figura 4 – Morte
Fonte: Pixabay (2018)

De acordo com Polito (2016), o medo é um mecanismo natural de defesa que foi aperfeiçoado pelo homem desde os tempos mais primitivos. Naquela época, quando os homens saíam para caçar e se deparavam com um animal muito grande, fugiam para se defender. Em situações de medo, há uma descarga de adrenalina que faz aumentar a pressão sanguínea, fortalecendo os músculos, nos preparando para uma fuga mais rápida.

Hoje, quando sentimos medo, ainda sofremos uma descarga de adrenalina para que possamos nos movimentar mais depressa enquanto ela vai sendo metabolizada. Agora imagine a situação: “Vou falar em público. Sinto medo e saio correndo”. Não dá para fazer isso, não é?

Como não libero a adrenalina por meio da corrida, ela permanece um tempo maior no organismo e provoca a confusão que todos conhecemos: as pernas tremem, as mãos suam, o coração bate mais forte, a voz enrosca na garganta e até dá o famoso “branco”.

De acordo com Polito (2016), existem três motivos para sentir medo.

- **Falta de conhecimento sobre o assunto** – se não conhecemos o assunto, ficamos com receio de esquecer algum dado importante ou até de que apareça alguém na plateia que conheça mais o assunto do que nós, entrando em funcionamento o mecanismo do medo e, como consequência, a descarga de adrenalina para nos proteger.
- **Falta de prática** – se não tivermos experiência no uso da palavra em público, teremos receio de fazer mal esse trabalho, entrando em funcionamento mais uma vez o mecanismo do medo.
- **Falta de autoconhecimento** – os registros negativos que recebemos: momentos de tristeza, de derrota, limitações formam uma autoimagem negativa, distorcida. Como consequência, ficamos com receio das críticas e julgamos que as pessoas estão censurando nossa apresentação.

Conhecendo as causas do medo de falar em público, fica um pouco mais fácil combatê-lo:



Figura 5 – Medo
Fonte: Visualhunt (2018)

- **Conheça o assunto com profundidade** – é preciso conhecer bem o assunto para ter tranquilidade e falar com confiança.
- **Pratique e adquira experiência** – aproveite todas as oportunidades para se apresentar diante das pessoas.

- **Identifique suas qualidades** – aprenda a conhecer suas qualidades: uma boa voz, presença de espírito, humor, vocabulário rico, entre outras. Conhecendo suas qualidades, você terá mais segurança para falar.

Para uma boa apresentação, é preciso estar tranquilo e para isso a respiração é fundamental. Ela ajuda a controlar a ansiedade, pois oxigena o cérebro. Então, antes de iniciar uma apresentação, faça ao menos três respirações profundas. Você ficará mais calmo e transmitirá segurança aos ouvintes.

Não se esqueça da respiração durante a apresentação. Ela deve ser pausada para evitar o atropelo das palavras.

De acordo com Polito (2016), o início da apresentação é o momento mais delicado. Segundo ele, para contornar esses difíceis instantes iniciais, a pessoa deve começar a falar um pouco mais devagar e mais baixo para não deixar que sua instabilidade seja projetada. Não tenha pressa de iniciar sua apresentação. Você precisa ganhar tempo para se acalmar e queimar o excesso de adrenalina.

Pequenas atividades como acertar a altura do microfone ou tomar um gole de água poderão dar os segundos de que precisa para ter um pouco mais de controle e não deixar transparecer o desconforto e a instabilidade emocional.

Seguindo essas dicas, você minimizará o medo, mas ele não desaparecerá. Isso é muito benéfico, pois poderá se transformar em energia positiva que o ajudará a falar com mais emoção.

1.5 Voz

Você gosta de ouvir sua própria voz em uma gravação ou filmagem? Parece que ela não é nada parecida com a voz que estamos acostumados a ouvir quando falamos, não é? Por que será que as pessoas estranham sua própria voz nessas circunstâncias? Porque ela é diferente daquela com que estamos acostumados no dia a dia. Isso mesmo! Veja a explicação!

Quando falamos, as vibrações das cordas vocais ressoam na garganta e na boca e são transmitidas ao ouvido interno pelos ossos da cabeça. Por sua vez, o ouvido interno vai transformá-las em impulsos elétricos e enviá-las para o cérebro, como no caso de qualquer outro som. No entanto, a acústica do crânio reduzirá a frequência dessas vibrações ao longo do caminho e adicionará tons mais graves a elas, o que não

é possível de ser feito com os sons vindos do ar. O resultado é uma voz mais limpa e mais suave que a gravada (e bem menos aguda). Resumindo, quando você ouve sua voz gravada, está ouvindo a versão que contém apenas as vibrações que viajam pelo ar. Quando você fala, o som é uma combinação de vibração do ar e dos ossos. (BAIO, 2015)



Figura 6 – Voz
Fonte: Pixabay (2018)

Infelizmente a voz gravada é a que mais se parece com a voz que outras pessoas ouvem quando falamos. Por isso, é melhor se acostumar! Muito mais importante que a qualidade da voz é como você a projeta.

1.5.1 Volume da voz

É preciso fazer uma avaliação do ambiente, assim que você chegar ao local da sua apresentação. Observe a que distância estarão os últimos ouvintes e se vai poder utilizar um microfone. Em caso positivo, posicione-o na altura do queixo e afastado uns 10 centímetros da boca.

Determine o volume de voz mais apropriado para o ambiente e procure usar um volume um pouco mais alto do que seria suficiente para que as pessoas o ouvissem, desde que não se sintam muito incomodadas, pois isso demonstrará mais envolvimento e interesse pela mensagem transmitida.

1.5.2 A velocidade ideal

Não existe uma velocidade ideal para falar. O mais importante é que não mantenha uma velocidade de fala constante, pois isso vai adormecer sua plateia!

A velocidade depende da sua capacidade de respiração, da sua emoção, da maneira como pronuncia as palavras e do tipo de sentimento que pretende transmitir com a mensagem.

O segredo de uma comunicação envolvente está na alternância da velocidade e do volume da voz. Em determinados momentos, devemos falar mais alto, em outros mais baixo, até sussurrando, como se convidássemos os ouvintes a prestar atenção redobrada; em alguns instantes devemos falar mais rápido, em outros mais lentamente. Assim, com esse ritmo vamos envolvendo e motivando as pessoas a acompanhar a mensagem que transmitimos. (POLITO, 2016)

É importante fazer uma pausa ao concluir o raciocínio, pois isso permitirá que as pessoas entendam e reflitam sobre o sentido da mensagem. Durante as pausas, continue olhando para os ouvintes a fim de não quebrar a linha que prende você a eles. Ao continuar olhando para as pessoas durante a pausa é como se você estivesse repetindo em silêncio o que acabou de dizer.

Ao concluir o pensamento, pronuncie as palavras com a inflexão de voz apropriada, para demonstrar que encerrou o raciocínio. Cuidado para não usar a inflexão de voz de encerramento quando ainda está no meio da frase, ou de continuidade quando está encerrando. Esse comportamento pode atrapalhar o entendimento e desestimular a atenção.

Depois das pausas mais prolongadas, fale com mais energia, dando ênfase às primeiras palavras para demonstrar que naqueles instantes de silêncio você estava refletindo.

1.5.3 A boa dicção

A dicção é a pronúncia do som das palavras, das sílabas e das letras na fala. Ela deve ser clara e precisa e deve ser educada, corrigida, tratada e aperfeiçoada.

Quanto mais clara for a pronúncia das palavras, mais fácil será para que as pessoas entendam suas informações e mais credibilidade você terá na fala.

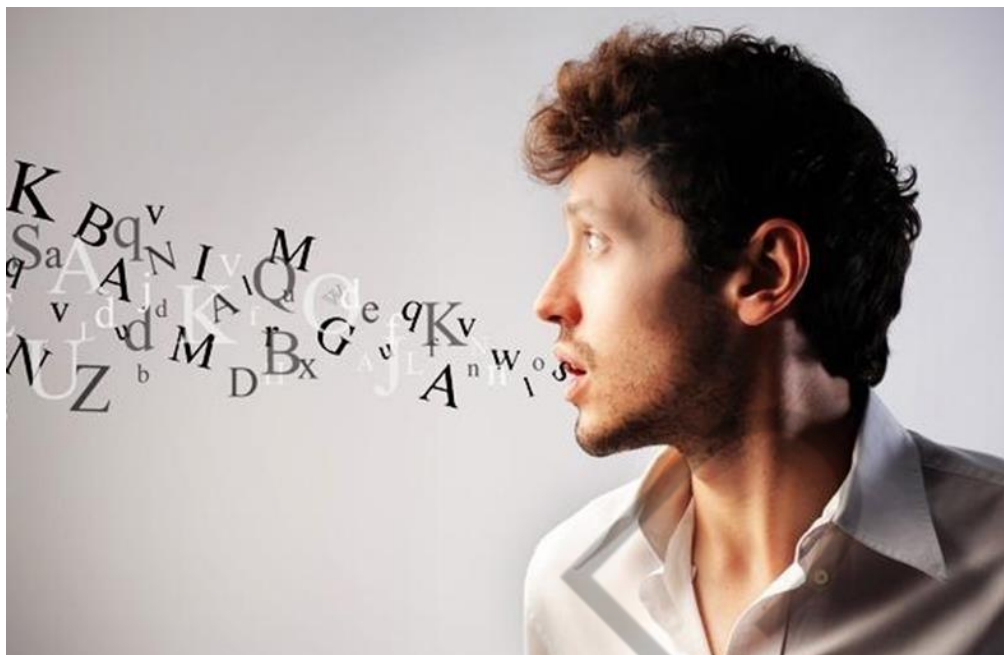


Figura 7 – Dicção
Fonte: Google (2018)

Para melhorar a dicção, faça exercícios diários de leitura em voz alta. Um bom exercício é pôr um palito de sorvete na boca preso entre os dentes e ler um texto em voz alta, procurando articular as palavras da maneira mais compreensível que puder. Tente realizar o exercício durante 3 ou 4 minutos todos os dias.

Outro exercício interessante é o trava-língua, uma espécie de jogo que consiste em dizer, com rapidez e clareza, frases com sílabas difíceis de pronunciar. O objetivo é conseguir falar todas as frases sem inverter as sílabas e nem emendar o fim de uma palavra ao começo de outra. Experimente:

“Filomena Felícia Fausta Fonseca, famosa flor, farmacêutica fez formidáveis fórmulas, fabricou formosos fortificantes e famosos fertilizantes, fazendo felizes frenéticos fregueses.”

“Joana, a joaninha, enjoada de jantar jiló, jaca e berinjela, resolveu dar um jeito, foi falar com Juca e pediu sua sugestão. Juca, muito jeitoso, sugeriu ligeirinho: que tal jambo e jabá?”

“Gaivotas graciosas gabavam galhardia dos gancheiros, gatiando as garças, o gado e os gaviões.”

(REDAÇÃO WIDOOX, 2018)

1.5.4 Vícios de linguagem

Você é um daqueles que dizem “né” ao final de cada frase pronunciada? Esse recurso costuma ser utilizado quando o emissor quer destacar algo ou quando está inseguro e quer aprovação dos ouvintes.

Cuidado, pois em excesso esse vício acaba comprometendo sua apresentação. Na verdade, além do famoso “né”, existem vários outros vícios que também prejudicam, e muito, a comunicação: “tá?”, “OK?”, “entendeu?”, e tantos outros.

Esses vícios vão se infiltrando devagarinho e você passa a usá-los sem perceber. Dessa forma, o primeiro passo para afastá-los é ter consciência da sua existência.

Como posso fazer isso? Gravando uma apresentação. Ao ouvi-la, você perceberá muito desconforto toda vez que surgir um vício e, em futuras apresentações, tentará evitá-los.

É claro que isso não ocorrerá imediatamente, pois como é algo inconsciente, é difícil eliminá-los de uma vez. No entanto, com o tempo, você terá mais controle e conseguirá reduzir a ocorrência até eliminar todos os vícios.

Existe outro vício que ocorre enquanto estamos pensando na palavra que vamos utilizar. É o famoso “ããã”. Ele surge porque nosso pensamento é muito mais rápido que as palavras. Para eliminá-lo, é necessário ter paciência e esperar em silêncio que as palavras apareçam. Com o tempo, você vai perceber que o ruído começa a desaparecer.

1.6 Expressão corporal

De acordo com Polito (2016), para que possa usar bem a expressão corporal, evite falar o tempo todo com as mãos nos bolsos, com os braços cruzados ou presos nas costas. Deve evitar também ficar de lado ou de costas para ler slides ou conferir anotações, pois pode soar como falta de respeito ou despreparo. Crie o costume de olhar para o público enquanto se apresenta, pois você está no palco para dar atenção às pessoas.



Figura 8 – Expressão corporal
Fonte: Pexels (2018)

Observe também se não tem o hábito de esfregar nervosamente as mãos, coçar o nariz ou a cabeça, ou qualquer outra atitude que possa desviar a atenção dos ouvintes.

1.6.1 Contato visual

Não construa seu pensamento olhando para o teto! Olhar demais para o chão, para a parede ou para o horizonte enquanto falamos também é um grave erro de oratória.



Figura 9 – Contato visual
Fonte: Google (2018)

Faça com que as pessoas se sintam incluídas em sua apresentação, olhando na direção delas. Você não precisa olhar no olho de cada pessoa presente. Escolha alguns pontos da plateia e mova seu olhar de forma aleatória por esses pontos. O contato visual é muito importante, pois prende a atenção do espectador.

Aprenda a construir o pensamento para falar olhando na direção dos ouvintes, segure o olhar durante pelo menos 2 segundos em cada região da sala, de forma que todos, ao final de sua fala, se sintam observados várias vezes.

Evite fixar o olhar em apenas uma pessoa enquanto estiver falando: isso incomoda quem está sendo olhado, é um desrespeito para com os demais ouvintes e, se estamos emitindo um julgamento de índole negativa, quem está sendo observado se sente acusado daquilo que estamos dizendo.

Existe apenas uma situação em que fixamos mais o olhar em uma pessoa quando falamos: quando alguém faz uma pergunta. Nesse caso, inicie a resposta olhando essa pessoa, depois distribua o olhar um pouco e finalize a resposta em quem perguntou, como quem diz: respondido?!

De acordo com Polito (2016), ao falar é importante olhar para todos os ouvintes, com o intuito de atingir três objetivos:

- Analisar como a plateia se comporta.
- Integrar as pessoas ao ambiente.
- Quebrar a rigidez da postura.

1.6.2 Gesticulação

De acordo com Polito (2016), há dois erros comuns que precisam ser evitados na gesticulação. O primeiro deles é a ausência de gestos, pois os movimentos do corpo são importantes no processo de comunicação da mensagem. O outro, geralmente mais grave do que o primeiro, é o exagero de gestos. Provavelmente o resultado da sua apresentação será muito mais positivo se você for comedido nos gestos do que se você exagerar na gesticulação.



Figura 10 – Gesticulação
Fonte: Pexels (2018)

Quando for gesticular, faça movimentos suaves, de preferência acima da linha da cintura e procure alternar a posição dos braços, deixando-os ao longo do corpo em alguns momentos, em outros gesticulando apenas com um deles, e às vezes com os dois. Assim, terá uma postura mais natural.

Evite demonstrar insegurança, cruzando os braços, colocando as mãos nos bolsos ou segurando-as atrás do corpo, esfregando ou apertando as mãos. Outro hábito que também atrapalha a apresentação é ficar coçando o nariz ou a cabeça e segurando a ponta da camisa.

2 RECURSOS VISUAIS

A tecnologia tem contribuído para melhorar a qualidade das apresentações. Mas é preciso cuidado: o exagero de recursos pode desviar a atenção da plateia.

A cada dia novos produtos revolucionam o mundo das apresentações, tornando-as mais bonitas, interessantes e eficientes. Por isso você precisa dominar e estar sempre atualizado em relação aos equipamentos e recursos que a todo momento são lançados no mercado.



Figura 11 – Recursos visuais
Fonte: Pixabay (2018)

É importante saber que o recurso audiovisual não deve atrapalhar – nem anular – a presença do comunicador. Daí a necessidade de aprender a utilizar tal recurso como auxiliar, e não como protagonista de nossas apresentações.

Evite exagerar no uso de sons, cores, movimentos e imagens, pois isso pode tirar o foco do assunto tratado e dispersar a atenção. Por isso, atualize-se, acompanhe as novidades, mas não exagere.

2.1 Para que servem os recursos visuais?

Devemos usar recursos visuais em todas as apresentações? A resposta é não. O uso dos recursos não é algo obrigatório. O emissor deve considerar o contexto e o conteúdo do assunto para decidir. Quando a decisão for pelo uso, lembre-se de que

os slides devem contribuir para o desenvolvimento das ideias e nunca para confundir a plateia.

Recursos visuais bem-feitos ajudam muito na compreensão das ideias, mas não salvam apresentações ruins. Se sua apresentação não estiver adequada às necessidades do público e você não estiver bem preparado, não atingirá seus objetivos.

2.2 O que devo evitar em minhas apresentações?

Quando se coloca **muito texto** em um slide, a plateia acaba se perdendo, pois não sabe se vai prestar atenção ao texto ou à fala, uma vez que ninguém consegue ler e ouvir ao mesmo tempo. Isso é grave pois, além de sobrecarregar sua apresentação e torná-la mais desinteressante, um slide com excesso de texto pode transmitir a sensação de que você está inseguro e que não domina o assunto apresentado.

Os **templates e modelos de slides prontos** se tornaram muito populares e são úteis apenas quando precisamos criar uma apresentação em pouco tempo. Porém, seu uso pode passar a sensação de que você está fazendo uma apresentação genérica e sem vida.

Além disso, usando um template pronto, você perde a oportunidade de utilizar o design como um elemento importante da sua apresentação, que ajuda a destacar os pontos importantes da sua mensagem.

Outro erro muito comum é o uso de cores que não são compatíveis e atrapalham a transmissão da sua mensagem. Uma escolha equivocada de cores pode transmitir a sensação de que sua apresentação é amadora e prejudicar a credibilidade da sua mensagem.

Algumas pessoas exageram, colocando muitas imagens, textos e animações para chamar a atenção, mas dessa forma acabam não destacando nada. Além disso, acabam distraindo o público e atrapalhando a dinâmica da apresentação. Com a preocupação de reunir o maior número de informações sobre o tema da apresentação, esquecem-se da importância de um visual clean e acabam criando um slide “transgênico”.

Até mesmo Bill Gates já cometeu esse erro:



Figura 12 – Slide de Bill Gates
Fonte: Google (2018)

Dica: Além de ser um respiro para o público, o espaço em branco no slide tem uma função importante, de acordo com Joyce Baena, sócia e diretora da La Gracia, escola que oferece cursos sobre o tema: “Ajuda a direcionar o olhar do público para aquilo que merece destaque e isso faz toda a diferença”, explica. Uma apresentação com um design mais “limpo” e leve é muito mais elegante.

2.3 Como escolher as imagens?

É difícil se concentrar em slides com excesso de textos, afinal, a informação mais consistente deve ser repassada de forma verbal, dinâmica e explicativa, quando a abordagem não é presencial. Além disso, esse formato, quando sem o uso de imagens, não tem o mesmo impacto nas emoções de sua audiência.

Uma apresentação bem elaborada é de extrema importância e, para isso, o uso de imagens é fundamental. Isso porque muitas pessoas são visuais na concepção da informação, por esse motivo tal artifício auxilia na retenção da atenção de seu público, além de favorecer o palestrante durante a exposição da informação. Sendo assim, o uso de imagens e ilustrações deixa a audiência mais curiosa e atenta ao assunto apresentado.

O uso correto de imagens permite uma maior compreensão do público em relação ao tema retratado durante a apresentação. Além disso, contribui para dar credibilidade aos assuntos abordados, pois nada como “ver para crer”.

Sendo assim, é necessário incluir em suas apresentações imagens associadas ao conteúdo trabalhado, compondo uma percepção visual dos assuntos abordados. Além disso, elas precisam ter alta resolução, para que não deixem um aspecto de informalidade ou aparentem um trabalho amador.

Atente-se também ao equilíbrio necessário entre as imagens e os demais elementos da apresentação, evitando que haja poluição visual e, assim, a sua apresentação surta um efeito contrário.

Cuidado com as questões relacionadas ao direito de uso de imagens. Não adianta também sair coletando qualquer imagem na internet. O ideal é utilizar um banco de imagens ou pedir a autorização do dono delas. Nesse caso, sempre cedendo o crédito a quem é de direito.

Veja algumas dicas de bancos de imagens grátis da Internet!

Pexels

Nele você encontra uma enorme variedade de fotos de altíssima qualidade e muitas vezes não é exigido nem ao menos o crédito. Uma coisa legal também é a busca por cor predominante (que aparece logo no canto inferior direito da home).



Figura 13 – Pexels
Fonte: Pexels (2020)

Pixabay

É um site com imagens incríveis e de ótima resolução, assim como diversos vetores, com um banco de milhares de arquivos.

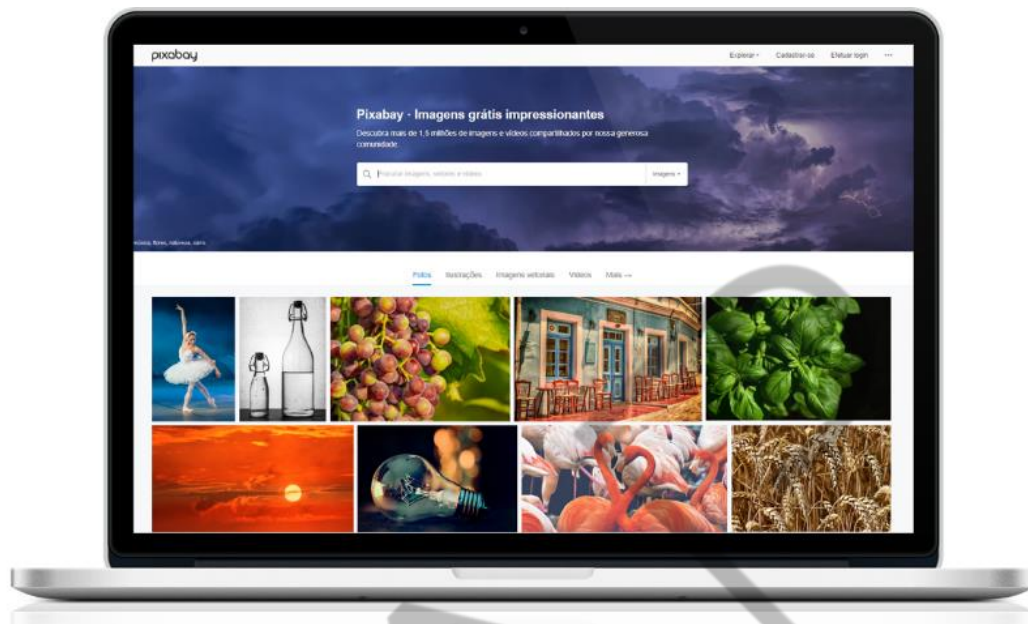


Figura 14 – Pixabay
Fonte: Pixabay (2020)

Visualhunt

Este banco de imagens também tem uma grande quantidade de fotos de ótima qualidade e com um sistema de busca eficiente, incluindo busca por cor e licença de uso.



Figura 15 – Visualhunt
Fonte: Visualhunt (2020)

Direito autoral é coisa séria e pode trazer muita dor de cabeça se não for tratado com a devida atenção!

Talvez você ainda esteja pensando que nada disso é necessário. Que basta procurar algumas imagens, utilizar templates (temas) prontos disponíveis em alguns programas básicos, inserir conteúdo e você terá a apresentação ideal. Mas esse caminho pode levar ao erro, preste atenção nas necessidades e veja a importância do uso de imagens. A competição exige que você inove e use recursos originais, que possibilitem cada vez mais a interação entre o que está sendo dito e o que está sendo exibido.

2.4 Imprevistos

Por mais que você se prepare para realizar uma apresentação, é natural que ocorram alguns imprevistos, como a internet ficar fora do ar ou até mesmo um computador que não abre o arquivo da sua apresentação.

Para evitar que situações assim influenciem na qualidade da sua palestra, é muito importante que você esteja preparado para lidar com cada um desses imprevistos.

Por isso, além de salvar a sua apresentação na nuvem, seja utilizando o Google Drive ou outro serviço, é muito importante que você leve os slides salvos em seu pen drive em formato .pdf, .ppt, ou outros formatos de apresentação.

Assim você evita que os imprevistos prejudiquem o sucesso de sua palestra e mostra a sua versatilidade para superar problemas.

2.5 Para saber mais

TED (*Technology, Entertainment, Design*; em português: Tecnologia, Entretenimento, Planejamento) é uma série de conferências realizadas pela fundação Sapling, dos Estados Unidos, sem fins lucrativos, destinadas à disseminação de ideias. São falas curtas, de 18 minutos, que mudaram a forma de nos comunicarmos durante uma apresentação em público.

Gallo (2014) revela, ao longo do seu livro, as técnicas utilizadas por grandes oradores para conquistar plateias e vencer o medo de falar em público. Para entender

como são feitas as melhores apresentações, ele analisou centenas de vídeos de palestrantes prestigiados, além de entrevistar importantes pesquisadores das áreas de comunicação, neurociência e psicologia.

2.6 Preparando apresentações

1. Antes de preparar uma apresentação, é necessário verificar os seguintes pontos:

Quem é o público-alvo? Para quem você vai falar, qual é o seu tipo de público?

2. Quais são as necessidades do público-alvo?

É interessante levantar as necessidades do seu público antes do evento, o que eles mais desejam aprender/saber sobre determinado assunto?

3. Estudo detalhado do assunto a ser trabalhado

Prepare cuidadosamente o assunto, pois grande parte do sucesso da sua apresentação depende da qualidade e da profundidade com as quais o assunto será abordado.

4. Preparação prévia da apresentação

A apresentação em PowerPoint, retroprojetor ou até com cartazes deve ser preparada com pelo menos dois dias de antecedência. É sempre interessante revisar a apresentação para que não haja erros ortográficos ou complementar alguma informação que passou despercebida.

5. Preparação do ambiente: auditório, sala de aula

O local onde será realizada a apresentação precisa ser organizado para que os participantes encontrem um ambiente propício ao aprendizado.

6. Preparação dos equipamentos: data show, laser pointer

São equipamentos que costumam prejudicar a apresentação quando não são testados com antecedência. Procure resolver qualquer falha técnica antes da apresentação.

2.7 Pitch

De acordo com Madaleno (2015), pitch é um termo em inglês utilizado para designar uma apresentação rápida, normalmente feita para “vender” uma ideia a um investidor ou para participar das competições de empreendedorismo. Um bom pitch passa informação e entusiasmo suficientes para que a audiência se interesse por sua ideia e queira saber mais.

As apresentações de até um minuto também são chamadas de **Elevator Pitch** ou Discurso do Elevador, porque têm a duração de uma “viagem” de elevador. Seria como se você encontrasse o investidor no elevador e tivesse apenas o tempo da subida para se apresentar e “vender” a sua ideia de forma clara e concisa.



Figura 16 – Elevator Pitch
Fonte: Google Imagens (2018)

Elaborar uma apresentação curta é um grande desafio. Por isso a importância de focar apenas os aspectos realmente essenciais para prender a atenção do investidor de forma que ele se interesse pelo seu negócio.

O importante é que o empreendedor seja capaz de mostrar sua proposta e fazer-se entender. Pode acontecer em diferentes contextos, e o discurso deve se ajustar a cada situação. As informações a serem expostas variam conforme o interlocutor, portanto é recomendável ensaiar várias versões.

O pitch pode acontecer em elevadores, salas individuais ou até em grandes auditórios. Quando, além da atenção, se quer conseguir investimento para o negócio,

o **Investment Pitch** é o recomendado, pois é um pitch um pouco mais extenso, que em geral dura de 5 a 20 minutos.

Nesse cenário, especialmente quando o interlocutor for de uma firma de *venture capital*, a expectativa é que o empreendedor não só apresente o negócio em profundidade, passando por aspectos financeiros e estratégicos, como também convença que é uma oportunidade de investimento superior às outras que existem no mercado.

Você pode ter uma ideia extraordinária com grandes chances de dar certo, mas se não souber apresentá-la de forma clara e objetiva, as chances de um investidor acreditar no seu produto e apostar em sua startup diminuem muito.

Dessa forma, é muito importante elaborar uma apresentação de impacto para divulgar o seu projeto, pois grandes ideias podem passar despercebidas em uma apresentação mal preparada. Este é um momento decisivo que deve estar focado nos diferenciais e benefícios que seu negócio pode levar à audiência (MADALENO, 2015).

2.8 Elevator Pitch: como explicar tanta coisa em tão pouco tempo?

O pitch não tem como objetivo explicar tudo. O importante é gerar interesse no interlocutor, possibilitando que desse primeiro contato surja a oportunidade de uma reunião posterior na qual você terá a sua atenção por mais tempo e poderá explicar os detalhes do projeto.

Imagine que você esteja participando de uma competição de startups, como sua apresentação pode se diferenciar no meio de tantas outras? Gerando empatia com a plateia. Uma das formas de conseguir isso é utilizando o Storytelling, ou seja, conte uma história que ilustre uma situação, um contexto.

2.9 Investment Pitch: como elaborar seu pitch

Planejar um bom pitch e se preparar muito são etapas fundamentais para as startups que procuram por investimentos e parcerias. De acordo com Carlos Carneiro, Head do Ace Start, “o público precisa entender o seu pitch. Essa é a base de tudo. Se não entender, não vai prestar atenção e não vai gostar. Se não gostar, não vai comprar. Como a meta do pitch não é simplesmente apresentar uma ideia, mas

convencer a sua audiência sobre ela, é essencial atrair o interesse da plateia e criar empatia desde o início do discurso”.

De acordo com ele, podemos alcançar esse interesse com um slide inicial provocador, pois a imagem já estará aberta antes mesmo de você iniciar sua apresentação e isso pode instigar o público. Lembre-se de que mostrar seu logotipo no primeiro momento não será algo que despertará o interesse, pois, muito provavelmente, ninguém o conhecerá ainda.

Sua apresentação deverá ter por volta de 7 slides, que precisam conter pelo menos as seguintes informações, podendo variar em função da particularidade de cada Startup: na home

1. O problema.
2. A solução.
3. O mercado.
4. Diferenciais e a concorrência.
5. Expectativas financeiras.
6. Time.
7. Encerramento.

Esses tópicos são apenas sugestões, pois, de acordo com Spina (2012), cada negócio tem suas peculiaridades, assim o que importa realmente é conseguir demonstrá-los de maneira sucinta na sua apresentação. Lembre-se de que o investidor estará analisando não só o seu negócio, mas principalmente você, o empreendedor, assim, tão importante quanto apresentar claramente sua empresa é conseguir demonstrar seu conhecimento e sua capacidade de execução.

Lembre-se também de que não existe um único modelo, pois cada público tem um interesse distinto, assim, você terá de elaborar várias versões do seu pitch para apresentar conforme o perfil da plateia.

2.10 O problema

Você deve iniciar sua apresentação de forma impactante. Seu pitch deve começar indicando claramente qual a dor (problema) que você resolve para seus

clientes, qual a oportunidade que sua empresa atenderá, isto é, qual o mercado e as necessidades que ele tem e não são bem atendidas com as soluções atuais. Deve mostrar também que o problema tende a aumentar no futuro.

Seu objetivo nesse momento é deixar claro que a dor é suficientemente “forte” para fazer esse público pagar por uma solução.

A intenção é deixar a plateia incomodada com o problema e querendo comprar sua ideia ou produto.

Tente explicar em uma frase qual é o problema que sua empresa resolve. Descreva como as pessoas sofrem por ele existir, mostrando números e dados, explicando como as coisas são feitas atualmente, pois posteriormente será muito mais fácil de entender a sua solução.

Mesmo que seu ramo não seja muito comum, explique como as coisas são atualmente, resalte os problemas que podem ser melhorados e deixe o ouvinte curioso em descobrir como isso será resolvido.

Uma dica que pode ajudá-lo a explicar o problema é contar uma história. Crie um personagem e mostre por quais situações ele está passando. Se a história for bem contada, gerará empatia e a plateia se identificará com a dor do personagem.

2.10.1 A solução

Apresente rapidamente a solução e explique de que forma ela resolverá o problema dos clientes, já destacando a sua inovação ou diferenciação. A proposta de valor que você entrega deve ficar muito clara ao investidor.

Relate de forma objetiva como será a monetização do seu negócio e de que maneira pretende fazer isso.

2.10.2 O mercado

Um problema que ocorre com frequência é quando os empreendedores são tão apaixonados por suas ideias que acabam não estudando o mercado. Se o investidor se interessar por uma startup, sua primeira dúvida é saber se haverá mercado interessado no produto e se ele realmente atende a uma necessidade do consumidor.

É preciso mostrar seu potencial, quem são os consumidores e concorrentes. Agora, se você resolver afirmar que em seu negócio não existem concorrentes, você praticamente será excluído.

Apresente o mercado em que pretende atuar. Demonstre que o estudou e que sabe a diferença entre ser inovador e não ter concorrência. Caracterize os seus consumidores e aponte os seus principais concorrentes. Dê um exemplo de um cliente conhecido. Use referências quantificáveis, com fontes seguras, para aumentar a sua credibilidade. Estabeleça comparações (PROTÁSIO, 2014).

Dicas importantes para projetos que envolvem uma solução mais técnica são evitar o uso dos jargões e tomar cuidado para não se estender nas explicações. Lembre-se de que as pessoas não estão interessadas em saber quão genial você foi ao criar a solução, querem apenas facilitar suas vidas.

2.10.3 Diferenciais e concorrência

Devem existir ideias parecidas com a sua, não é? Isso não importa. O importante é que você consiga explicar por que a sua ideia é melhor do que as outras, em que ela se diferencia. Mostre a vantagem competitiva do negócio, destacando aspectos únicos de seu projeto que possam agregar valor à sua proposta, como, por exemplo, tecnologia inovadora, parcerias estratégicas, entre outros. Ou seja, o que faz você ser melhor que os demais?

De acordo com Barbosa (2016), é importante dar ênfase à validação do produto, mostrando ao investidor que você já testou pelo menos algumas hipóteses que são necessárias para que o negócio tenha sucesso e que recolheram o feedback que tiveram dos clientes (e dos clientes em potencial) e usaram esse feedback para melhorar o design da oferta. De acordo com ela, também é importante mostrar que a concorrência, que sempre existe, não vai tornar o projeto inviável.

É importante ter um modelo de receita definido, pois o primeiro interesse do investidor é ganhar dinheiro. Andrea Barrica, Venture Partner da 500 Startups, empreendedora e startup coach, aconselha: “Ganhe carteiras primeiro, depois os corações”.

2.10.4 Expectativas financeiras

Apresente seu modelo de negócio, demonstrando os resultados financeiros esperados para os próximos cinco anos, preferencialmente em três cenários diferentes: otimista, realista e pessimista.

2.10.5 Time

Apresente sua equipe, destacando as competências de cada integrante. Fale da forma como os diversos elementos se complementam e abrangem todos os setores do negócio.

Os investidores americanos têm um ditado: aposte no jóquei, não no cavalo. Uma empresa promissora pode desabar se não tiver uma boa gestão. É importante que o empreendedor saiba mostrar suas qualidades sem soar presunçoso e falar do grupo como um todo, com suas conquistas e histórico juntos (CID, 2014).

2.10.6 Encerramento

No final, é bacana encerrar de uma forma impactante, convidando o investidor a fazer parte do negócio. Pode ser uma frase de impacto, uma imagem, ou os dois, mas algo que conclua a apresentação com estilo!

Encerre a apresentação com os dados para contato.

De acordo com Smartalk (2014), é sempre interessante terminar de apresentar o pitch com um “*call to action*” (chamada para a ação). No caso de potenciais investidores, pergunte se eles têm a intenção de investir na sua empresa. Para clientes, a pergunta pode ser se eles realmente acreditam que seu produto ou serviço resolveria o problema, tendenciando para o positivo. Você pode perguntar, ainda, se pode ligar ou marcar um café, por exemplo, no futuro.

2.10.7 Dicas para um bom pitch

Algumas dicas podem ajudá-lo a criar o pitch da sua startup. Para cada item há recomendações que fazem a diferença no momento da apresentação e ajudam na compreensão do negócio pelo investidor. Veja algumas:

- PROBLEMA

Use fotos e imagens.

Conte uma história (storytelling).

- SOLUÇÃO

Como você vai resolver o problema? Foco em produto x benefícios.

- MERCADO

Qual o tamanho do seu mercado?

Apresente números que impactam. Pessoas x preço.

- DIFERENCIAIS E CONCORRÊNCIA

Secret Sauce: o molho secreto, sua abordagem única para resolver o problema.

Você x concorrência.

- EXPECTATIVAS FINANCEIRAS

Use gráficos.

Não use muitos 000000 (zeros), prefira palavras: mil, milhões etc.

- TIME

Qual a expertise do seu time? É composto por quem?

- ENCERRAMENTO

Brilho nos olhos.

Deixe os investidores/plateia querendo saber mais.

Use slogan, logo, contato (site).

Considerações finais

Como sua startup muito provavelmente estará em um estágio inicial, não existem muitos dados e números para que o investidor possa avaliar. Dessa forma, eles avaliam o time, verificando se ele é a melhor solução para executar o projeto apresentado.

Para fazer uma boa apresentação, você e sua equipe devem acreditar na ideia e também em cada palavra que está sendo dita. Se vocês mesmos não acreditarem, ninguém mais acreditará.

Em todo o Brasil, nas grandes cidades, existem várias competições, em que empreendedores se apresentam para investidores ou para uma banca de avaliação. Alguns desses eventos são abertos ao público. É muito importante participar deles, para ganhar experiência e ouvir os feedbacks, percebendo seus erros e acertos e ir melhorando seu pitch para futuras apresentações.

A estrutura apresentada aqui é apenas uma sugestão. O mais importante em seu pitch é conseguir mostrar o que é sua startup, por que é um negócio confiável e seguro, e, principalmente, por que sua equipe é a mais qualificada para transformar esse projeto em uma empresa rentável.

O Sebrae de Minas Gerais tem um programa chamado Elevator Pitch; em sua edição de 2017, na etapa final, houve a escolha de uma startup por um investidor-anjo, João Kepler, para entrar no programa de Mentoria do Sebrae. Os episódios 2 e 3, “Disputa de 3” e “A escolha do João”, ilustram o que é um Elevator Pitch, bem como apresentam o que um investidor-anjo considera para decidir em que startup investir. Vale a pena assistir a esses vídeos.

REFERÊNCIAS

10 DICAS de design para slides: monte apresentações incríveis! **RockContent**, 9 mar. 2017. Disponível em: <<https://marketingdeconteudo.com/design-para-slides/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

AZEVEDO, E. **Medo de falar em público é maior que o de morrer**. 2017. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/saude-e-ciencia/medo-de-falar-em-publico-maior-que-de-morrer-aprenda-como-se-apresentar-bem-21862762.html>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

BAIO, C. **Por que é tão estranho ouvir nossa voz quando gravada?** 2015. Disponível em: <<https://noticias.uol.com.br/ciencia/ultimas-noticias/redacao/2015/12/16/clique-ciencia-por-que-e-tao-estranho-ouvir-nossa-voz-quando-gravada.htm>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

BARBOSA, M. **Como fazer um pitch matador com o que o investidor quer ouvir?** 2016. Disponível em: <<https://startupi.com.br/2016/05/saiba-o-que-o-investidor-quer-ouvir-no-seu-pitch-e-como-conseguir-apresentar/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

CID, T. **Qual o segredo de um bom pitch?** 2014. Disponível em: <<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,ERT246753-17157,00.html>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

DICAS DE Design para slides: crie sliders incríveis! **Scriptcerto**, 8 dez. 2017. Disponível em: <<https://scriptcerto.com.br/blogwordpress/dicas-de-design-para-slides-crie-sliders-incriveis/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

GALLO, C. **Ted – Falar, Convencer, Emocionar: como se apresentar para grandes plateias**. São Paulo: Saraiva, 2014.

MADALENO, A. C. M. Pitch: como apresentar Startups para o mercado. In: CARVAJAL, Claudio et al. (org.). **Empreendedorismo, Tecnologia e Inovação**. São Paulo: Livrus, 2015. p. 155-170.

POLITO, R. **Como falar corretamente e sem inibições**. São Paulo: Saraiva, 2016.

POLITO, R. **Como falar de improviso e outras técnicas de apresentação**. São Paulo: Saraiva, 2015.

POLITO, R. **Conquistar e influenciar para se dar bem com as pessoas**. São Paulo: Saraiva, 2013.

REDAÇÃO WIDDOX. **Exercícios de oratória que você pode aplicar no dia a dia**. 2016. Disponível em: <<https://widoox.com.br/oratoria/exercicios-de-oratoria-diarios/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SMARTALK. **9 dicas para apresentar o pitch de sua startup**. 2014. Disponível em: <<http://www.smartalk.com.br/9-dicas-para-apresentar-o-pitch-da-sua-startup/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

SPINA, C. **Como elaborar um pitch (quase) perfeito**. 2012. Disponível em: <<https://endeavor.org.br/como-elaborar-um-pitch-quase-perfeito/>>. Acesso em: 20 jan. 2021.

ENDAVOR