



É BOM SABER

Discurso que convence

**Conheça os segredos do *pitch*,
usado para vender determinado
produto ou ideia com mensagens
curtas, objetivas e rápidas**

Para muitos empreendedores, falar e apresentar o seu projeto em público é uma tarefa difícil. O nervosismo, a timidez e a complexidade do conteúdo a ser explicitado podem, muitas vezes, impactar a apresentação e acarretar perdas de clientes, parceiros ou investidores para o negócio. Um recurso muito em voga no momento é o *pitch*, uma palavra que vem do inglês e remete ao discurso de vendedor, isto é, uma apresentação rápida, que instiga a comunicação entre quem tem algo a vender e quem quer comprar ou mesmo investir.

O discurso pré-elaborado e ensaiado deve ser usado sempre que o empreendedor precisar mostrar sua ideia para alguém e tiver pouco tempo disponível. Pode ser em elevadores, pequenas salas ou até em grandes espaços: o importante é que a informação seja repassada de forma clara e concisa, despertando a atenção da parte interessada. “O *pitch* é a solução



Clayton Pedrosa

mais viável para a conquista desse objetivo. Trata-se de uma técnica de marketing para vender determinado produto, com mensagens curtas, claras, objetivas e rápidas. Em eventos de *startups*, incluindo concursos e *demo days* (troca de experiência entre profissionais ligados ao empreendedorismo digital), esta prática é 100% aplicada”, afirma Geraldo Santos, consultor e especialista na técnica de *pitch*.

Há vários modelos a serem praticados, de acordo com a ocasião e o ouvinte. O que os diferencia dos discursos tradicionais é o tempo de apresentação, que pode ser entre 3 e 5 minutos ou, no máximo, 15 minutos. O *pitch* não garante o fechamento de um negócio, ou a conquista de um investidor, mas é o primeiro passo para o alcance dessa meta. “A partir dele é que começam as negociações, por isso, se o empreendedor não causar impacto nos primeiros minutos, dificilmente terá outra chance de continuar a conversa. Afinal, há centenas de empreendedores e *startups* com ideias geniais e produtos inovadores, buscando investidores por todo o Brasil”, observa o especialista.

OS SEGREDOS DE UM BOM PITCH

Para auxiliar na construção de um *pitch* eficiente e que atenda às necessidades do empreendedor, Geraldo Santos dá algumas dicas bastante produtivas. “Para testar a eficiência de seu discurso, também aconselho a treiná-lo em casa, com os familiares e amigos. Se eles entenderem qual a mensagem que deseja transmitir, você está no caminho certo”, orienta.

AUTOCONFIANÇA

Acredite no que diz e mostre isso para os outros. Não é possível convencer alguém se você não passar emoção, vibração, energia e brilho nos olhos.

CATIVE OS OUVINTES

Para chamar a atenção do público, faça uma apresentação inicial impactante. O uso de frases de efeito que sintetizem o negócio é um ótimo recurso. Seja breve, claro, objetivo, firme e honesto.

FOCO NAS VANTAGENS

Comece falando da motivação que o levou a criar o produto e os problemas de mercado que pretende solucionar tanto no âmbito pessoal quanto profissional. Apresente suas utilidades, vantagens, como é feito e como pode ser aprimorado. Explore os benefícios do produto, e não as características técnicas.

MERCADO

Apresente o potencial de mercado do produto e quem são seus consumidores e concorrentes.

CONCORRÊNCIA

Se já existem similares no mercado, explore, principalmente, os diferenciais do seu produto, o que ele tem de inovador e por que alguém deveria comprar ou investir na sua criação.

RETORNO FINANCEIRO

Nunca se esqueça de enfatizar um dos itens principais de um *pitch*, respondendo às perguntas: Como você pretende ganhar dinheiro? Qual o modelo de negócio e de receita? Ter um modelo de receita definido dá segurança ao investidor.

EQUIPE

Por fim, deixe claro quem é você e qual a equipe envolvida no projeto. Normalmente, o peso que os investidores dão à capacidade de execução dos empreendedores é muito maior que o valor do próprio produto.