



Guia do Pitch Perfeito

O QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR NESTE EBOOK

Preparado para
tentar um
investimento?
Acompanhe este
Guia para realizar
o pitch perfeito:

INTRODUÇÃO

03

O QUE É PITCH

Uma definição rápida e sucinta, assim como deve ser seu pitch.

05

O QUE NÃO PODE FALTAR NO SEU PITCH

Cheque a presença destes itens antes de se apresentar

07

ESTRATÉGIAS PARA O PITCH PERFEITO

Uma lista de ouro das melhores dicas

10

PITCHES QUE FUNCIONARAM

Exemplos do que funciona de verdade

15

EVENTOS QUE PODEM ABRIR ESPAÇO PARA SEU PITCH

Veja esta lista e fique de olho na agenda dos próximos eventos

19

CONCLUSÃO

21

INTRODUÇÃO

A verdade é que não existe receita para conseguir investimento. Vamos começar quebrando essa ideia de que empreender é seguir uma receita de bolo.

Entretanto, existem táticas que podem ser utilizadas para atrair a atenção de investidores. Elas não precisam ser “corretas”; na verdade, são desenvolvidas junto com seu potencial.

Dentre essas táticas, está o pitch. Ele **é uma apresentação rápida da sua startup que pretende atrair a atenção do investidor em poucos segundos**. Conforme você verá abaixo, pode ser construído com base em muitas estratégias diferentes.

O pitch pode ser apresentado em momentos informais de networking, dependendo do seu acesso a investidores, durante eventos que abrem espaço para isso e programas de aceleração.

Na hora da apresentação, é ideal que você tenha um modelo de negócio definido e se possível um protótipo. Investidores-anjo normalmente têm bastante experiência em negócios e sabem identificar ideias sólidas vindas de quem sabe vender.

Ao todo, hoje são 7.260 **investidores-anjo** no Brasil, e, em média, eles pretendem investir R\$ 234 mil cada um nos próximos dois anos, o que significa quase R\$ 1,7 bilhão.

No ano de 2014, o potencial de investimento chegava a quase R\$ 3 bilhões, ao passo que o número de investidores girava em cerca de 6.300 pessoas.

Para conseguir uma fatia desses investimentos, é preciso se preparar bem.

Neste ebook, vamos focar mais no estilo de pitch chamado de “elevator pitch”. Depois de ler, você vai ficar sabendo:

- O que é um elevator pitch
- O que não pode faltar no seu
- As melhores estratégias
- Pitches reais para inspiração
- Eventos que abrem para apresentações de startups

O QUE É ELEVATOR PITCH

Como vimos na introdução deste ebook, um elevator pitch é uma apresentação de poucos segundos da sua ideia de negócio que visa despertar o interesse de investidores. Ele não é apenas um pitch, feito para ser mais estruturado e demorado.

Ele é perfeito para quando você está em um evento ou uma feira e precisa ser rápido na hora de mostrar a sua ideia. Diante de um fórum de investidores, por exemplo, a apresentação seria bem mais detalhada, com demonstração e tudo - o que chamamos de “pitch deck”.

Saber fazer um elevator pitch é adaptar seu discurso a quem está ouvindo e conseguir

juntar as informações certas – não o maior número. O objetivo final é o mesmo de um pitch normal: sempre convencer os interlocutores das oportunidades de negócio que sua startup oferece.

Normalmente, se gostar da sua ideia, o investidor vai marcar outra reunião para acertar os detalhes.

Mesmo que não haja uma receita perfeita para seu pitch, ele deve conter alguns elementos essenciais para dar a você mais chances de conseguir investimento. Confira no próximo capítulo quais são eles.

CURIOSIDADE: COMO SURTIU O TERMO ELEVATOR PITCH

Em uma tradução literal, podemos entender elevator pitch como pitch de elevador. Isso indica um cenário hipotético, no qual você encontra um investidor por acaso em um elevador e tenta apresentar sua ideia em poucos segundos para conquistar sua confiança.

Esse é o conceito que conhecemos hoje.

O que muitos não sabem, porém, é que o nome tem outra origem. Daniel Pink, em seu livro “Vender é Humano”, explica que o elevator pitch surgiu em 1854, com o inventor de um dispositivo de segurança para elevadores que tornou a construção de arranha-céus possível: Elisha Otis.

Naquele ano, ele precisou apresentar sua ideia para uma plateia descrente de que seria possível utilizar elevadores para subir muito alto. Ele demonstrou colocando a própria vida em risco, dentro de um elevador. Bastou cortar a corda e deixar o dispositivo agir para provar sua eficiência.

Observe que não adiantaria só falar. A demonstração seria a única possibilidade de provar que a nova tecnologia poderia tornar seguro o transporte de passageiros por elevador.

O QUE NÃO PODE FALTAR NO SEU ELEVATOR PITCH

O pitch pode ser alterado sempre. Não é necessário fazer apenas um e engessá-lo. Mas, se você estiver com medo da "folha em branco" nesse momento, um esquema básico pode ajudá-lo a começar:

Meu nome é **NOME**, sou CEO da **EMPRESA**.
Nossa companhia faz **PRODUTO** para
PÚBLICO-ALVO. Ele permite que as pessoas
PROPOSTA DE VALOR.

Diferentemente da **COMPETIÇÃO**, nós **VANTAGENS**
COMPETITIVAS. **CTA**.

DICA: O CTA é uma expressão com verbo no imperativo que indica um próximo passo, como um pedido de reunião ou o oferecimento de um cartão de visitas para manter contato.

Você pode adicionar vários outros elementos ao discurso, variando para mais ou menos palavras. Além dos itens acima, você pode citar outras informações relevantes, como:

- Problema que é resolvido
- Como é resolvido
- Alternativas ao produto, enfatizando que o seu é melhor
- Informações sobre o mercado
- O custo da solução
- O preço que você pode cobrar pelo produto
- Quanto investimento você precisa para continuar
- Potenciais ganhos para o investidor

Agora que você já sabe os itens que não podem faltar no seu pitch, vamos seguir listando as melhores estratégias para ele.



No seu livro, Daniel Pink também listou tipos de pitch interessantes que se aplicam a situações inusitadas, mas que podem ser empregados. Confira:

PITCH DE UMA PALAVRA SÓ

Você conseguiria resumir a sua ideia de negócio em uma palavra? Pode parecer irreal, mas esse exercício é interessante. Algumas grandes empresas se apropriaram da palavra única, como o Google, que é diretamente relacionada a “buscas” ou o “inbound” que pertence à Hubspot.

PITCH DE PERGUNTA

Algumas perguntas são tão certas que não saem da cabeça de quem ouviu. Ela pode vir com um argumento forte e torna a persuasão mais interna e passiva. Em 1980, o então candidato à presidência dos Estados Unidos, Ronald Reagan, disse em um debate: “Você está melhor do que há 4 anos?”. Ele queria dizer que o mandato até então não havia feito muito pela população. E venceu a eleição.

PITCH DE ASSUNTO DE E-MAIL

O assunto de um e-mail tem o trabalho de causar impacto suficiente para que a pessoa o abra. É interessante que ele indique uma utilidade, desperte curiosidade e seja específico. O de uma farmácia, por exemplo, seria: “Sua receita vai vencer”. O de uma companhia de cartão de crédito pode ser algo como “você não está aproveitando pontos de fidelidade”.

PITCH DE TWITTER

Este é outro ótimo exercício. Você consegue explicar a sua ideia de negócio em menos de 140 caracteres? O próprio Twitter oferece dois bons exemplos: “Twitter. O único lugar em que você fica feliz quando um estranho te segue” e “Twitter. Receba notícias antes mesmo de elas acontecerem”.

ESTRATÉGIAS PARA O PITCH PERFEITO

Existem muitas formas de conseguir a atenção de investidores com seu pitch. Vamos listar algumas estratégias que podem interessar você. Contudo, isso não quer dizer que você precisa utilizar todas.

Conheça o seu interlocutor

Muitos investidores procuram apostar em negócios da mesma linha ou que estejam na mesma fase. Faça o máximo de pesquisa que conseguir. Você pode utilizar algum elemento da vida da pessoa para criar empatia, por exemplo.

Se sua solução é relacionada a um problema comum, como a incidência de sol dentro do carro, comece falando algo como: você já sofreu ao entrar em um carro quente por precisar ter ficado no sol? Assim, tem mais chances de o seu pitch não ser esquecido.

Pratique

O nervosismo pode acabar com a sua apresentação. Por isso, pratique muito. Não fique só na frente do espelho; peça a avaliação de amigos e familiares também. Assim como qualquer fala, quanto mais você ensaiar, melhor.

Além disso, o tempo é muito importante.

Praticando bem, você fica cronometrado e não ultrapassa o tempo nem gasta menos tempo do que é permitido conforme a situação – que pode variar, sendo de 30 a 60 segundos. Lembre-se também de colocar muita energia no pitch.

Seja assertivo

Nada de usar verbos como “tentar” ou “achar”. Você “vai fazer” e “sabe”. Se você mesmo ainda não acredita completamente no seu negócio, melhor não fazer o pitch. Você é a primeira pessoa que precisa estar convencida do potencial da ideia.

Assim, fica bem mais fácil estar e parecer seguro sobre a viabilidade de seu pitch.

Seja criativo

Você não precisa inventar uma poesia para falar na hora de apresentar o pitch. Apenas tente ser criativo a ponto de não ser esquecido. Isso depende bastante do seu estilo de negócio, mas, mais à frente, vamos observar pitches que deram certo e como foram criativos a seu modo.

Utilize dados

Uma boa maneira de chamar a atenção do investidor é com dados. Eles não precisam ser da sua empresa, já que ela mal existe ainda, mas relacionadas ao mercado no ano em questão. As pessoas gostam de ouvir fatos

reais, especialmente quando há dinheiro envolvido.

Se você está vendendo um dispositivo de segurança para carros, por exemplo, mostre dados sobre roubos de veículos e, então, explique como esse problema pode ser resolvido pela sua startup.

Fortaleça o “porquê”

A parte mais importante do seu pitch é o porquê de a ideia existir. É aqui que você deve concentrar mais tempo e energia, além de se embasar muito bem. Procure articular os motivos com calma, mas com absoluta certeza do que está falando.

Não se preocupe em parecer “vendedor” demais

Se você achar que combina com seu estilo e com o da companhia ter um discurso clássico de vendas, faça isso. Não há problema em utilizar palavras como “original”, “pioneiro”, “certificado” ou “dominante”.

Esses termos podem fortalecer a sua ideia, se soarem verdadeiros vindos de você. Entretanto, evite termos utilizados só dentro da equipe. Isso pode dissipar a atenção do investidor.

Tenha um call-to-action claro

O pitch é só o começo. O que você quer é sair dali com um nº de telefone inserido na agenda ou mesmo uma reunião marcada. Por isso, jamais se esqueça de adicionar um CTA no final da sua fala. Pode ser algo como “se você quiser saber mais sobre como pode participar do nosso negócio, estou aberto ao contato!”. Não há problema em ser ainda mais direto, falando: “Estou disponível no fim da semana se quiser marcar uma reunião”.



O primeiro passo para entregar um bom pitch é mantê-lo humano. Muitas apresentações e discursos podem se tornar artificiais e engessados rapidamente. Deixe a sua paixão transparecer, seja você mesmo e mostre seus argumentos naturalmente. Utilize humor para se conectar com a sua audiência e demonstre sua criatividade.

Richard Branson,
criador da Virgin

Agora que você já viu algumas estratégias, continue lendo para conhecer pitches que deram certo na vida real.



PITCHES QUE FUNCIONARAM

Você não precisa copiar nenhum deles, nem recomendamos que faça isso. Mas algumas ideias precisam ser compartilhadas, já que inspiram muitas pessoas. Veja estes pitches que funcionaram de verdade, ganhando competições e investimento:

JustPark

JustPark é um aplicativo para achar vagas de estacionamento. Ganhou o concurso **Pitch to Rich**:

“Vamos admitir. Estacionar pode ser um pesadelo. Pode ser muito irritante encontrar uma vaga, extremamente caro e, quando você finalmente encontra o lugar, já perdeu tempo, combustível e causou congestionamento no tráfego e poluição desnecessários. Existe uma solução, como a parkatmyhouse.com. Nós somos uma ótima pequena empresa, apoiada por uma grande empresa chamada **BMW**. Veja só: você pode reservar um lugar para

estacionar em uma propriedade privada e economizar **70%**. Precisa de um lugar perto de algum evento esportivo? Resolvido. Acesse parkatmyhouse.com e simplesmente digite um local e uma data. É fácil assim”.



Tesla

A Tesla já é famosa por ser pioneira no mercado de automóveis elétricos, criada por Elon Musk. Este é o pitch:

“Por que a Tesla existe? Nós temos um recorde de níveis de CO2 na atmosfera resultando em uma alta consistente de temperatura. E está crescendo mais. Carros por combustão emitem gases também, matando 53 mil pessoas por ano. O que podemos fazer para mudar? O que estamos desenvolvendo com a Tesla é

acelerar a transição mundial para o transporte sustentável. Na Tesla, produzimos carros elétricos excelentes. Isso é muito importante para o futuro do nosso planeta”.



Pressed

O Pressed é um software de gerenciamento de tempo. Veja o pitch que ganhou cobertura da Harvard Business Review:

"Pressed é um assistente pessoal desenhado para manter as pessoas focadas nos objetivos delas, como fazer atividades físicas, comer de forma saudável ou mesmo beber mais água. Deseja correr 5 quilômetros? O Pressed vai aprender que não é bom lembrá-lo disso enquanto você estiver no trabalho. Entretanto, ele pode notar que você está há muito tempo em casa e talvez seja hora de suar um pouco".



EVENTOS QUE PODEM ABRIR ESPAÇO PARA SEU PITCH

Aqui mesmo no Brasil, já existem vários eventos que abrem espaço para você fazer um pitch ou até mesmo ensinam como você pode construir o seu. Confira esta lista com alguns para ficar de olho nas próximas edições:

Path

O festival de inovação já abriu para startups fazerem seu pitch em parceria com a aceleradora Startup Farm. [Saiba mais aqui](#). O [Circuito Startup](#) também pode dar a chance para a sua startup.

Programas de aceleração

Por falar em aceleradoras, elas também são um canal para você entrar em contato com investidores e fazer seu pitch. Além da Startup Farm, mencionada acima, também existem a **WOW** e o programa governamental **Startup Brasil**.

Grandes empresas

Corporações que desejam ter contato com inovação também podem abrir programas de aceleração ou investir em empresas inovadoras. Foi o caso do **Track, lançado pela Visa**. Fique sempre de olho em editais nesse sentido.

Eventos setORIZADOS

Algumas empresas preferem lançar eventos divididos por setor. É o caso **deste com fintechs** (startups que têm produtos financeiros).

Meetups

Ficar atento aos meetups próximos de você também pode ser uma forma de encontrar uma chance de fazer seu pitch. **Acesse aqui**.

Elevator Pitch Sebrae

O Sebrae Minas também lança eventos que abrem espaço para pitches. Um deles foi o Ocupa Sebrae, **confira aqui como foi**.

CONCLUSÃO

Neste ebook, você acompanhou um guia para fazer um elevator pitch. Discutimos sua definição e os elementos que não podem faltar. Também listamos algumas estratégias que você pode adotar (ou não) de acordo com seus objetivos e estilo.

Por fim, você viu alguns exemplos de pitch que deram certo na vida real e pode aproveitar para apresentar o seu pitch a investidores no Brasil. Lembre-se sempre de que o pitch perfeito vem com o tempo. Adote a estratégia que mais combina com você no momento. Ter o modelo de negócio estruturado é importante; mais que isso: o brilho nos olhos e a paixão pelo negócio.

E boa apresentação!

SOBRE O INOVAÇÃO SEBRAE MINAS

COMO AUMENTAR A COMPETITIVIDADE DE EMPRESAS E REGIÕES?

A plataforma **Inovação Sebrae Minas** foi criada para ajudar empreendedores e gestores públicos a encontrar as diversas respostas que existam para essa pergunta.

Não acreditamos na ideia de inovação apenas como algo grandioso, complexo e com base tecnológica. Pensando dessa forma, inovar parece fazer parte de uma realidade distante da maioria das pessoas, empresas e regiões.

A inovação pode estar em uma mudança simples de atitude, na definição de um novo processo, no aperfeiçoamento de um produto e em tudo aquilo que de alguma forma possa ser melhorado.

Existem empresas e regiões no Brasil e no mundo que passam por desafios muito parecidos com o seu. Aqui você verá como elas estão utilizando a inovação para vencer esse jogo.

Acesse a plataforma Inovação Sebrae Minas e tenha a chance de conhecer ferramentas, cases, boas práticas, estudos, tendências, entrevistas e muito mais.

Queremos ser uma fonte de inspiração capaz de ajudar você a tornar a sua empresa ou a região mais competitiva por meio da inovação. Inovar é para você, pode acreditar! Quer saber mais? Entre em contato!



SOBRE O SEBRAE MINAS

O Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Minas Gerais é uma entidade associativa de direito privado, sem fins lucrativos.

Integra o Sistema Sebrae, criado pela Lei nº 8.029/90 e pelo Decreto nº 99.570/90, hoje formado por uma unidade central – Sebrae Nacional – e por unidades operacionais localizadas em cada Estado da Federação e no Distrito Federal.

Sediado na capital Belo Horizonte, o Sebrae em Minas Gerais abrange os 853 municípios mineiros com atendimento em nove sedes regionais.

O Sebrae Minas oferece orientação a quem deseja abrir, diversificar ou ampliar um empreendimento, além de desenvolver projetos e articular-se com vistas à disseminação e à criação de políticas públicas que favoreçam o crescimento dos pequenos negócios.

