

Nome do projeto/negócio

Ex: Descomplica

Tagline: Aprender é para todo mundo

Logotipo

Essa é a sua capa. Ela deve conter do seu projeto ou negócio, uma imagem ilustrativa e a tagline do seu pitch.

Sua tagline deve ser uma combinação simples da sua visão, produto e missão em 5 ou 7 palavras.

Sumário

- **Problema**
- **Solução**
- **Modelo de Negócios**
- **Produto**
- **Equipe**
- **Mercado**
- **Concorrência**
- **Marketing**
- **Crescimento**
- **Futuro**

O problema

- Qual é o problema que pretende solucionar?
- Quem é o público alvo afetado?
- Qual a profundidade do problema? Seus agravantes?

Iniciar o Storytelling...

O problema

Veja o exemplo do AirBnB! Em três sentenças curtas eles mostraram o problema que solucionam.

- Qual é o problema que pretende solucionar?
→ Hotéis te deixam **desconectados da cidade e da sua cultura**
- Quem é o público alvo afetado?
→ *Preço é uma preocupação importante para **quem está agendando viagens online***
- Qual a profundidade do problema? Seus agravantes?
→ Não existem maneiras fáceis de **alugar um quarto local ou se tornar um anfitrião**

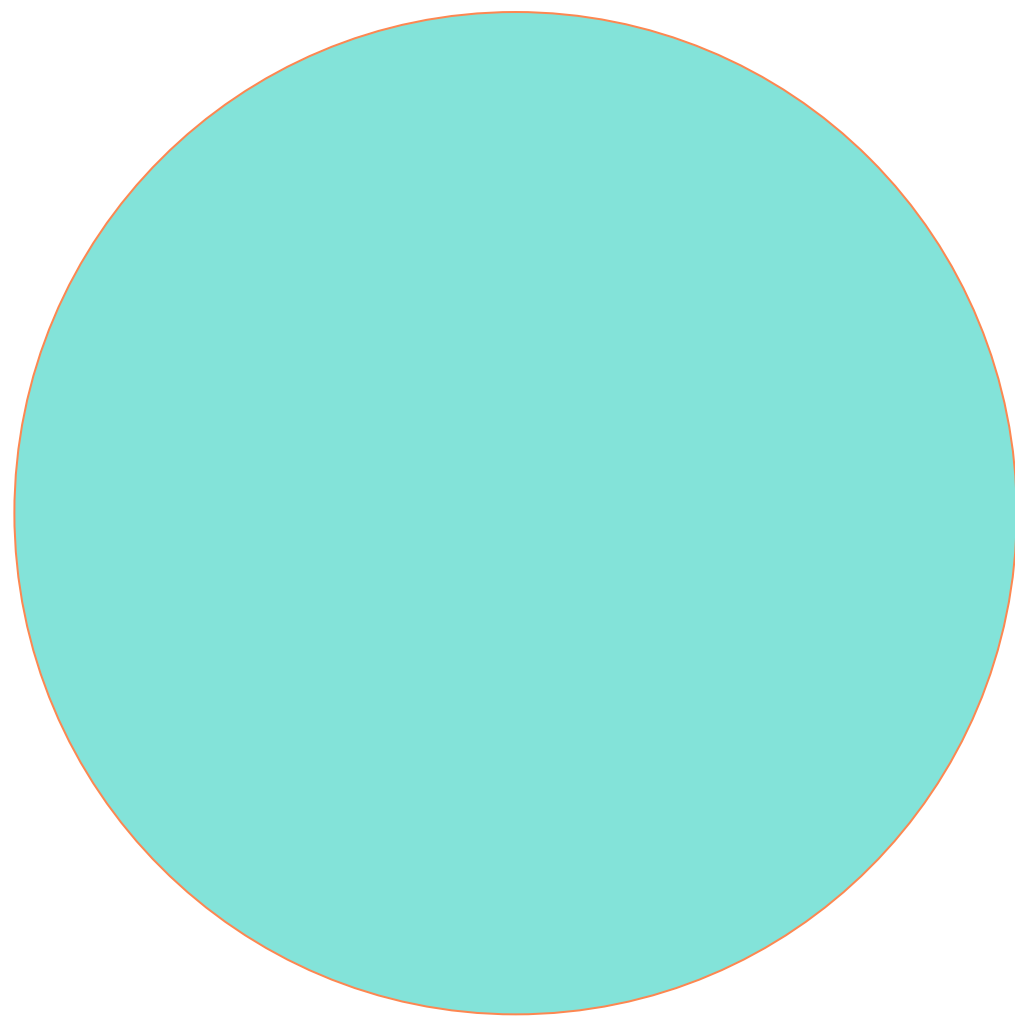
A solução

- O que é o seu produto/serviço?
- Como funciona?
- Foco da ideia

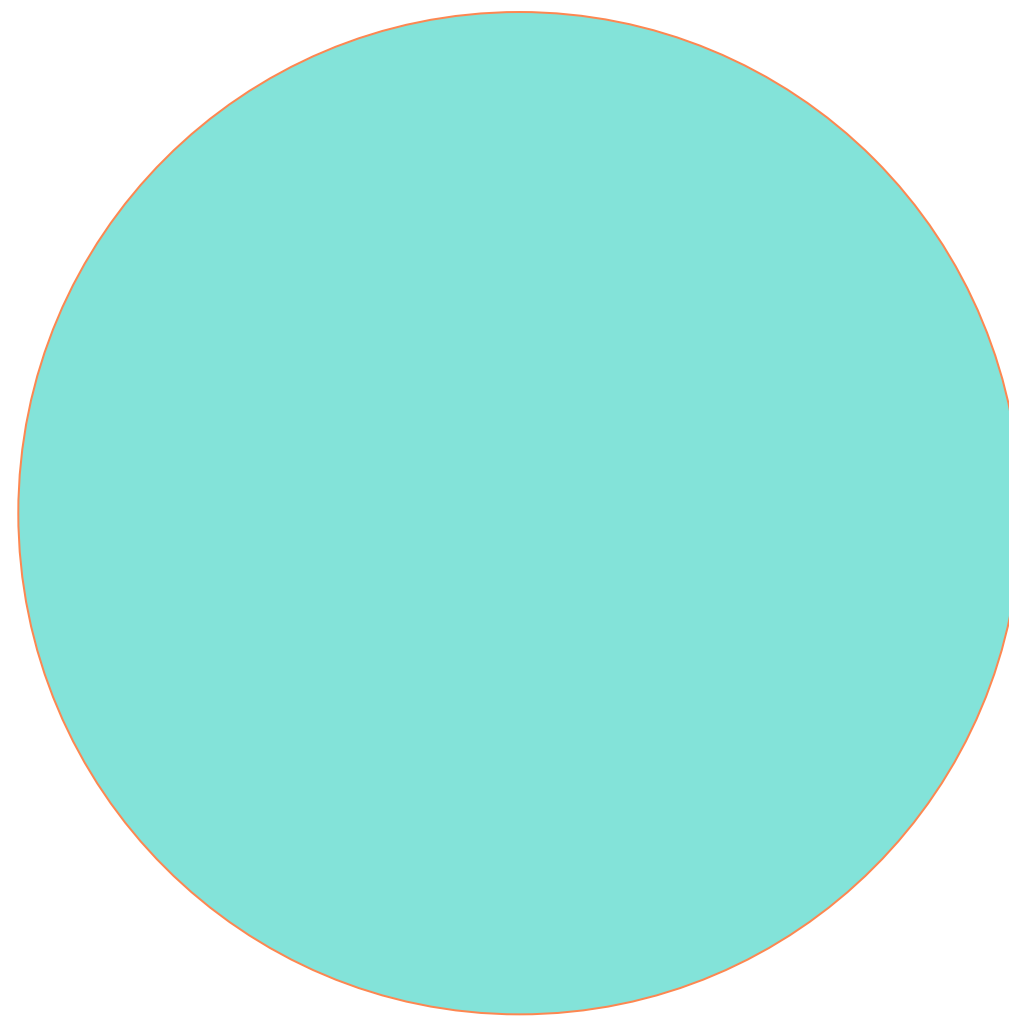
A solução

Mostre como seus as pessoas envolvidas se beneficiam do seu produto ou ideia em uma frase e a escreva aqui.

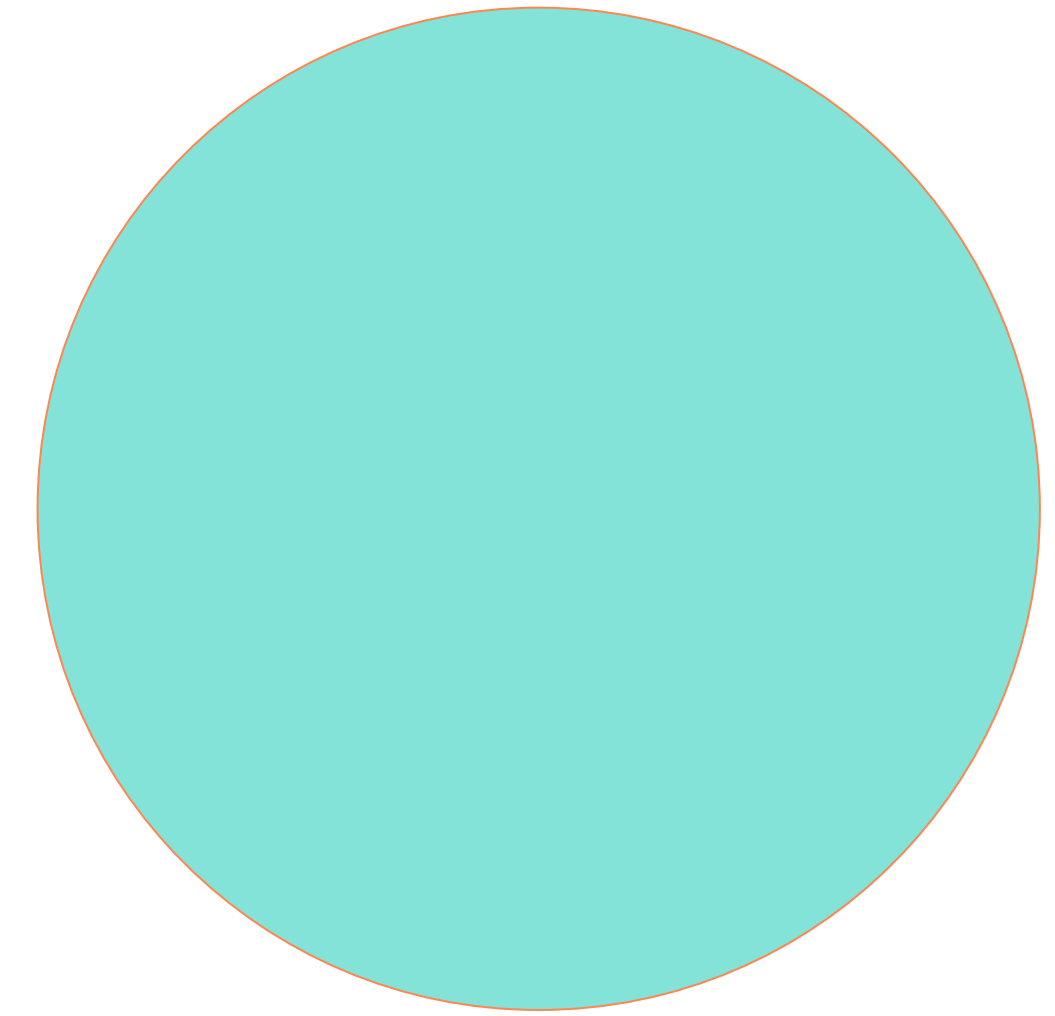
Encontre os benefícios para seu público e mostre de forma direta



Economizam?
Como?



Aprendem?
Como?



São mais felizes?
Como?

Modelo de negócio

- Você pretende ganhar receita com seu produto? Como?
(venda varejo, assinatura, aluguel, licenciamento, publicidade...)
- Quanto cobrará pelo produto ou serviço?
- Quais os incentivos você oferecerá ao consumidor/beneficiado para adotar o seu produto/serviço?

Modelo de negócio

Esse é um slide fundamental na sua apresentação. Torne-o simples e claro. O ideal é que você mostre 3 fontes de renda priorizando por potencial.

- **Modelo freemium com 2% de conversão** consistentes de Free para versões pagas
- **5% de churn equiparado com um LTV de \$240** que nos permite pagar até \$5 para adquirir novos usuários free
- Quando chegarmos a **1 milhão de usuários prevemos uma receita de \$3,6 Milhões**

Veja o exemplo do Buffer. Em apenas três frases eles mostraram como captam, convertem e a previsão de faturamento.

d Produto/Serviço

Mostre a sua tecnologia, os benefícios e a magia por trás do seu produto.

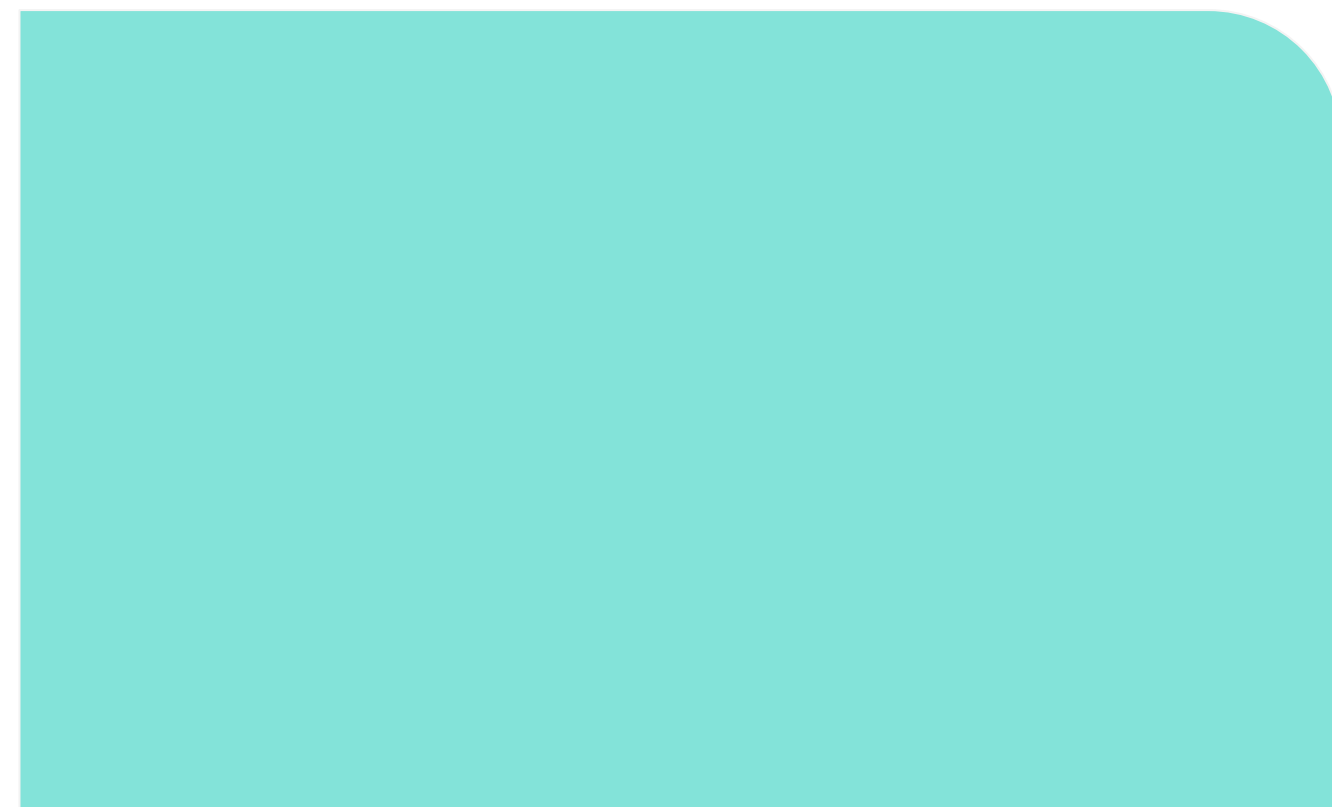


Uma imagem vale mais que mil palavras. Coloque menos texto e abuse de vídeos, imagens, screenshots ou demos.

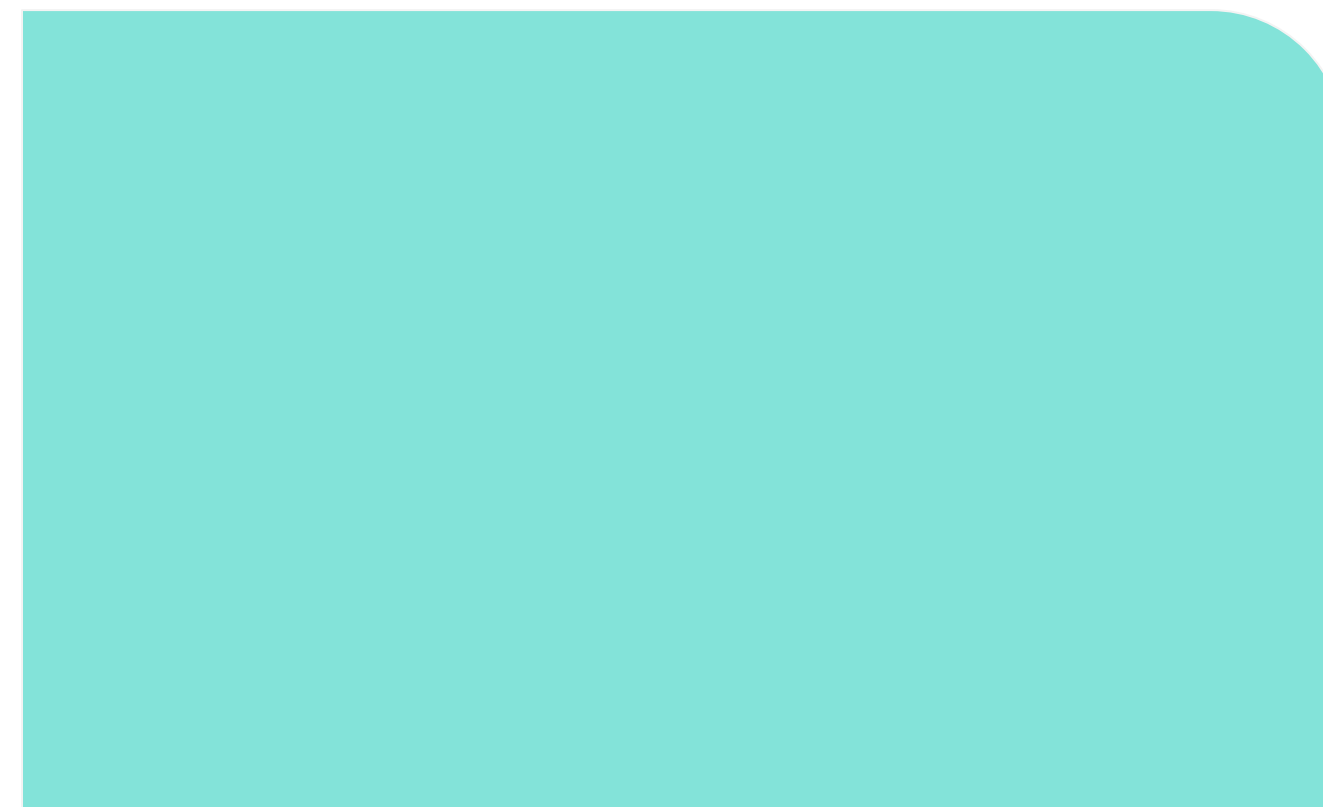
Mostre onde está o dinheiro.

Produto/Serviço

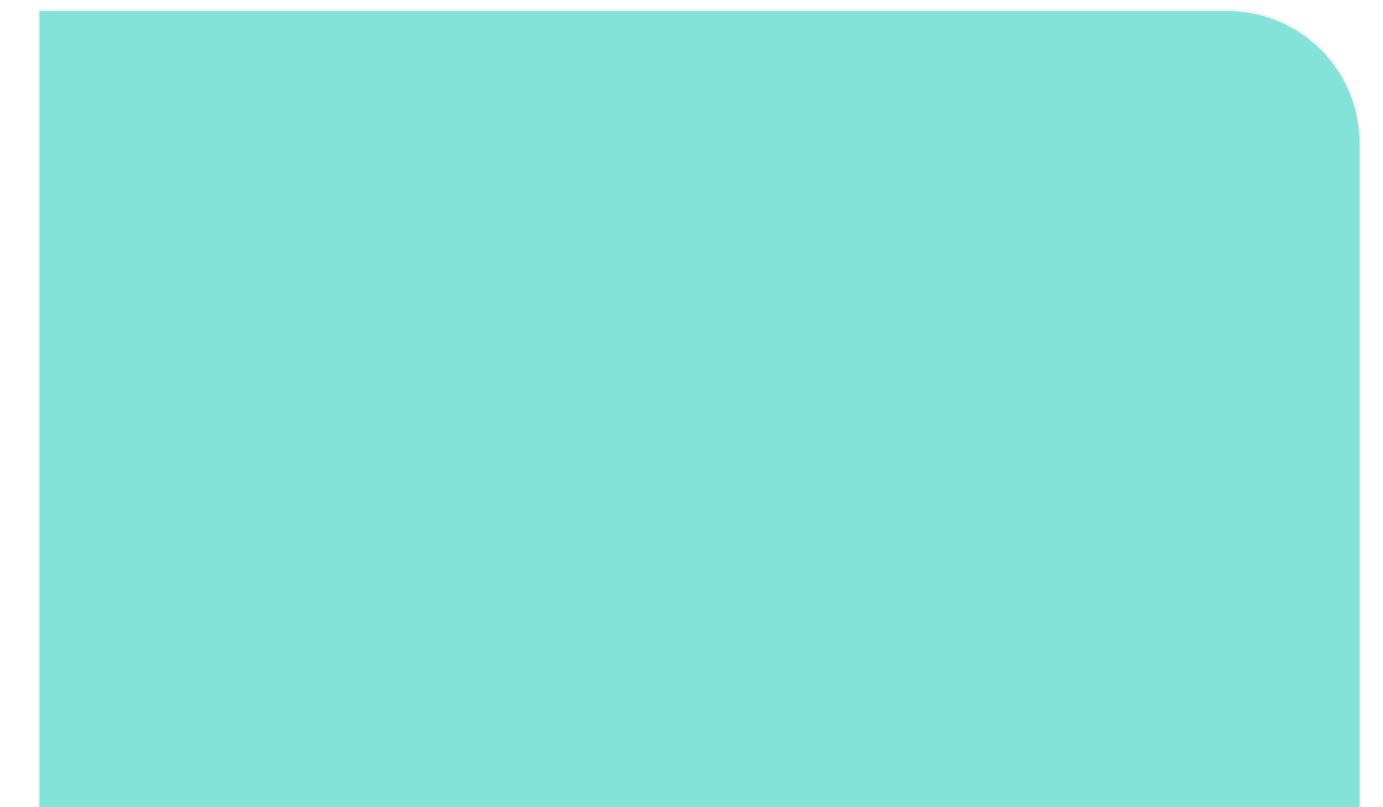
Use o que for necessário para
mostrar que você não é só
mais um



Design?



Experiência do
cliente?



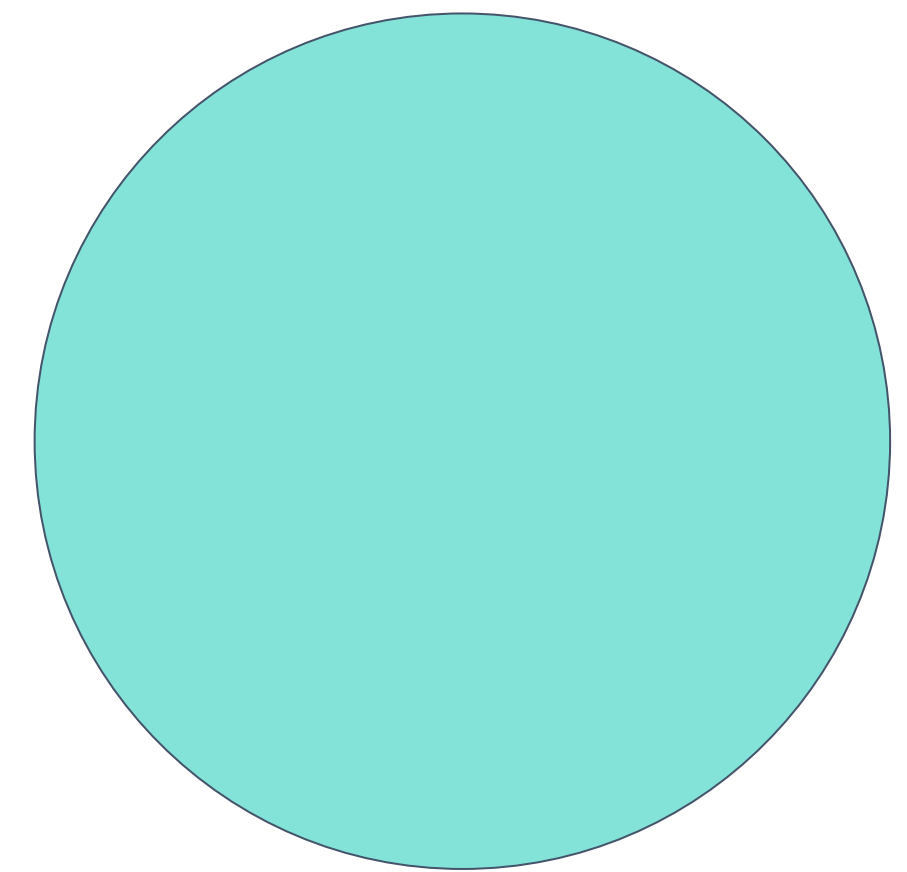
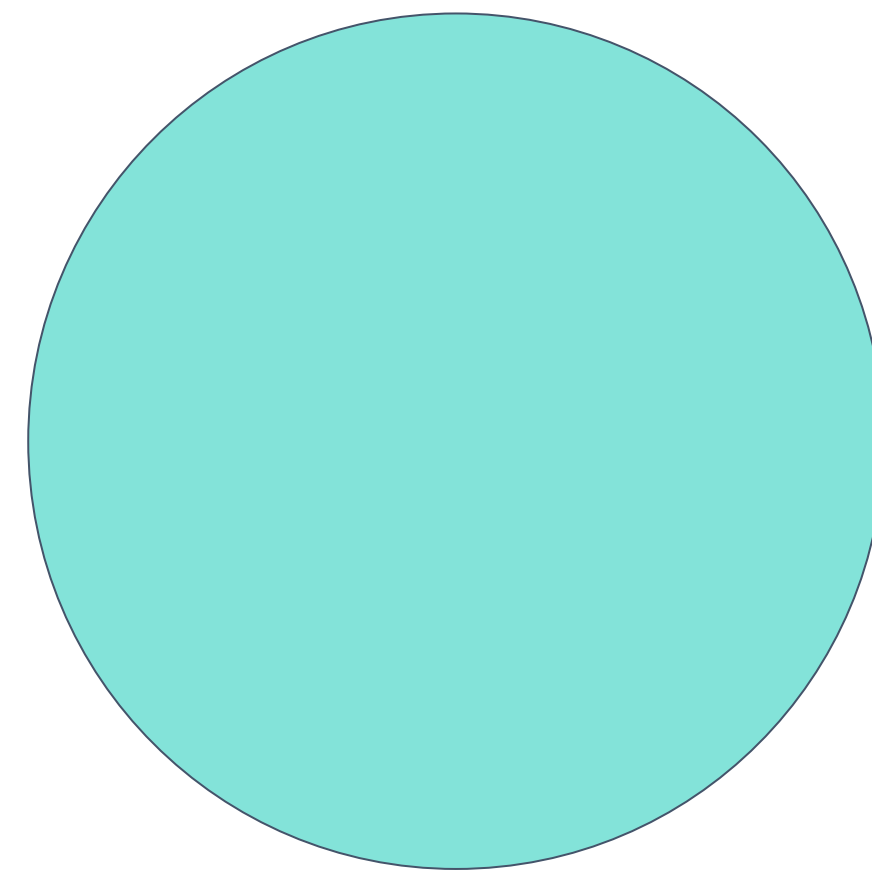
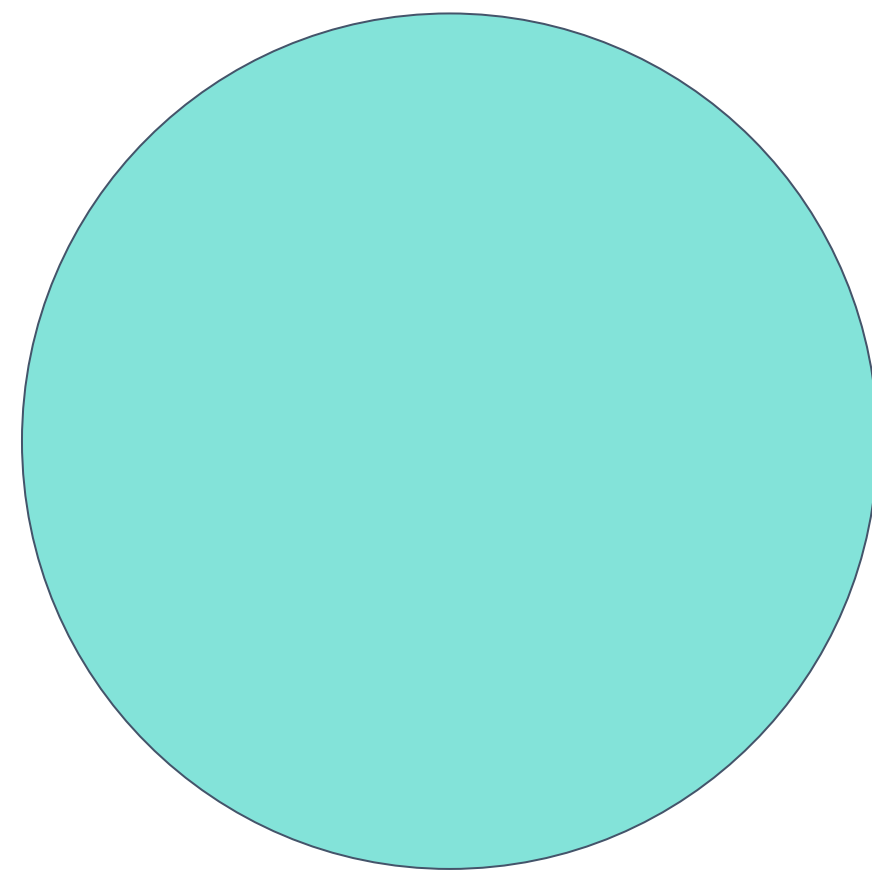
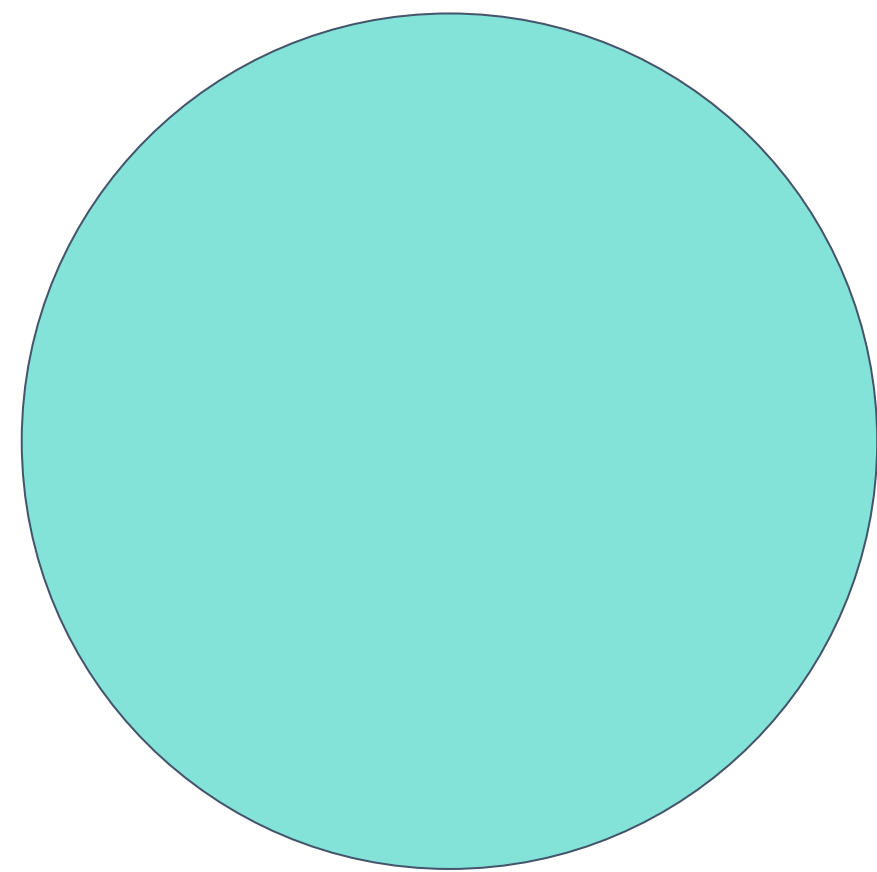
Preço?

Qual é o seu segredo? O que o torna diferente de todos os outros?

Equipe

O time é o coração de um projeto. Destaque os membros da equipe e seus cargos anteriores, suas conquistas e expertises.

Mostre que sua equipe sabe o que está fazendo!



Mercado

- Qual/quais os mercados potenciais?
- Qual a grande oportunidade?
- Qual o tamanho do mercado local?
- Qual o perfil do consumidor/cliente?

d Mercado

Existem diferentes formas de mostrar o seu mercado, veja o modelo de Dave McClure.

Mostre o tamanho potencial do seu mercado e apresente fontes externas!

ex: \$512 bilhões são gastos em restaurantes por ano. Fonte: Brazilian Restaurant Association (www.....)

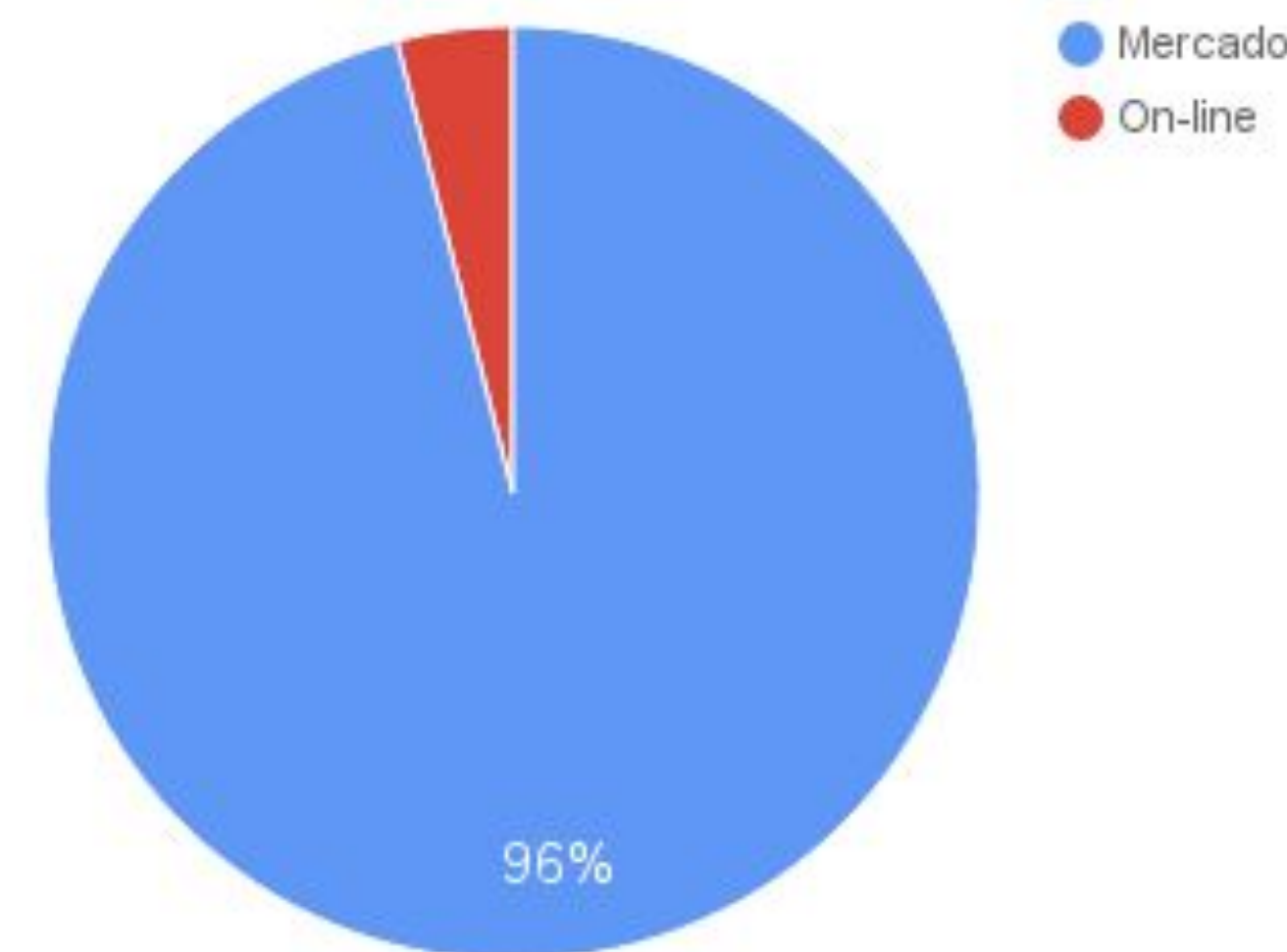
- 100 milhões de pessoas comem fora todos os dias
- Hoje ~4% das refeições são pedidas on-line
- Em 5 anos 20% dos pedidos serão on-line
- Uma refeição custa em média \$12

Total do mercado disponível

Hoje: ~\$50 milhões diariamente

Em 5 anos: ~\$250 milhões diariamente

Use gráficos para ilustrar o que você está dizendo



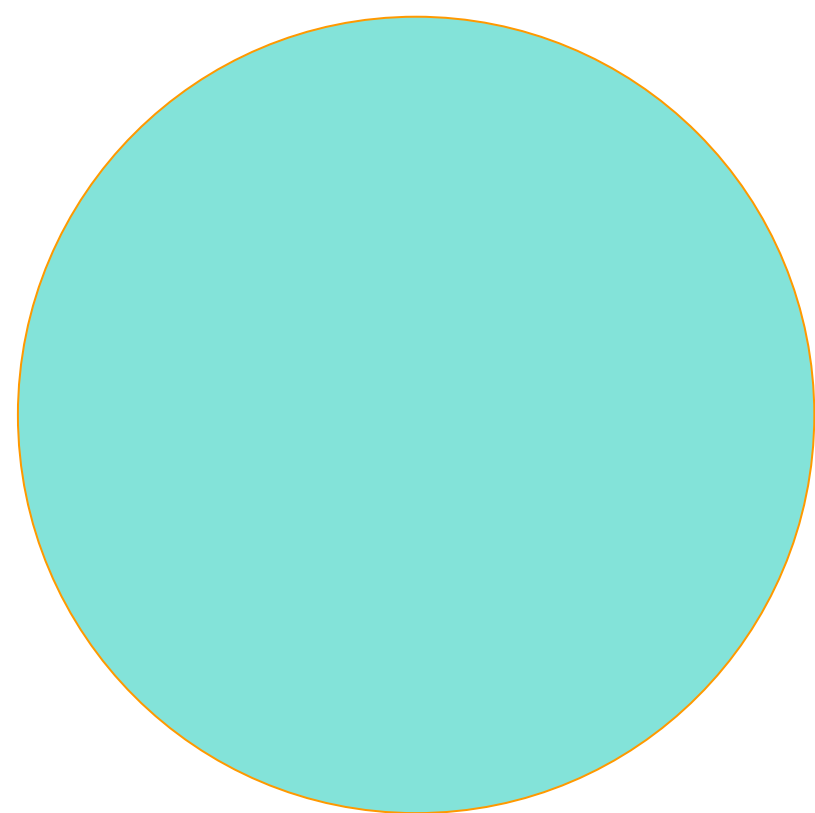
Concorrência

- Quem são os concorrentes?
 - Diretos e Indiretos
 - Crie uma matriz comparativa com os 3 a 5 principais concorrentes e seus benefícios
- Quais são os pontos fortes a serem melhorados e fragilidades do seu projeto?
- Seus diferenciais competitivos

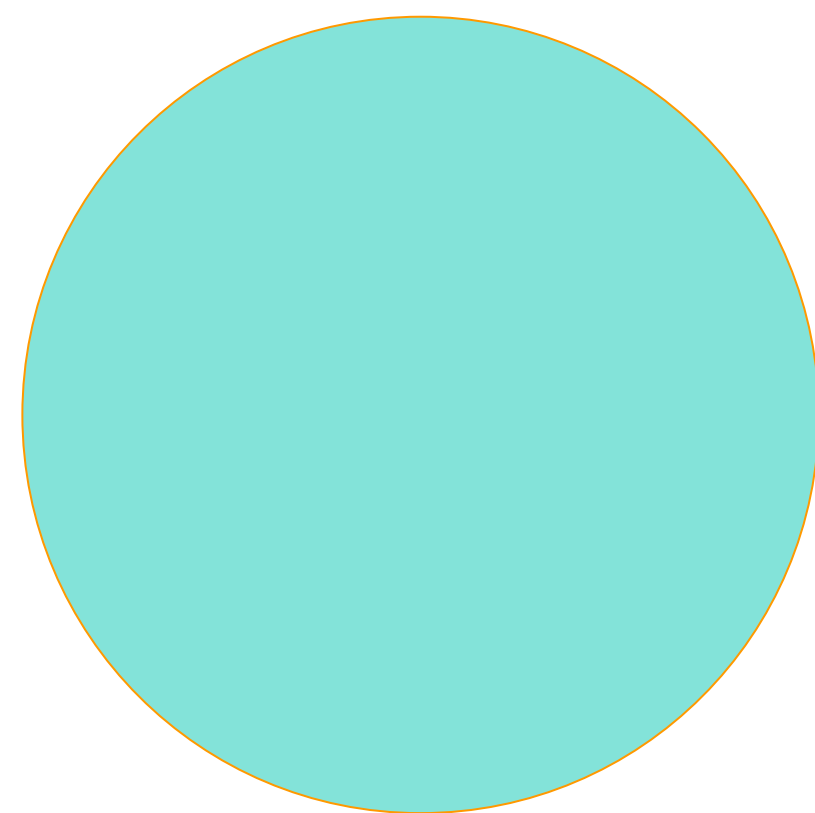
d Concorrência

O mercado é enorme, mostre onde você se encaixa e por que esse é um bom lugar para estar.

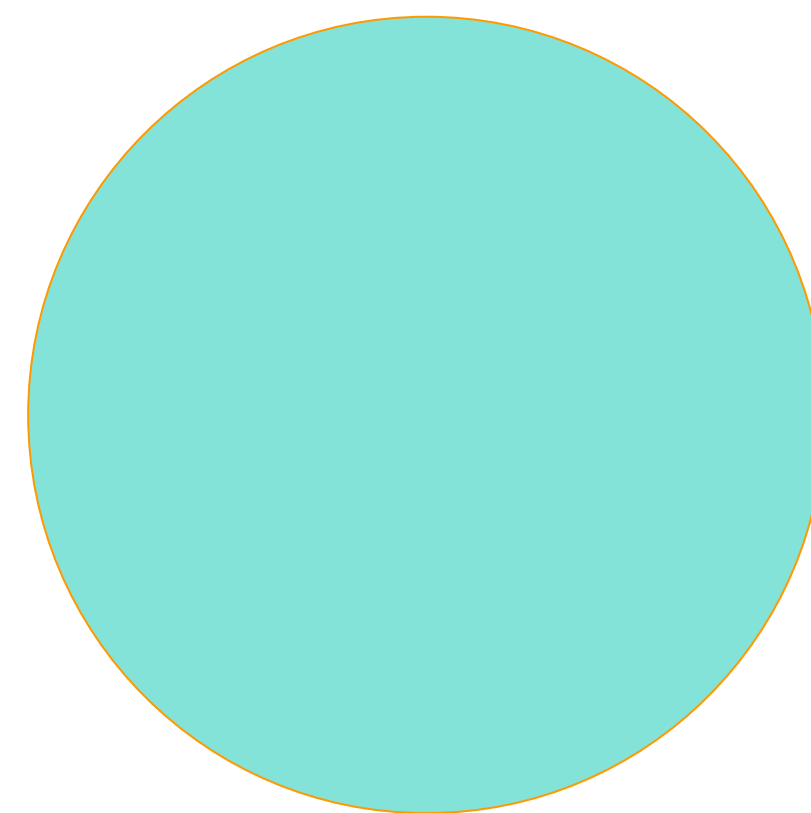
Lembre-se: a competição sempre existe. Então liste aqui seus competidores, quem eles são, o que eles fazem bem e onde eles erram. Seja breve e mostre os dados.



Competidor A



Competidor B

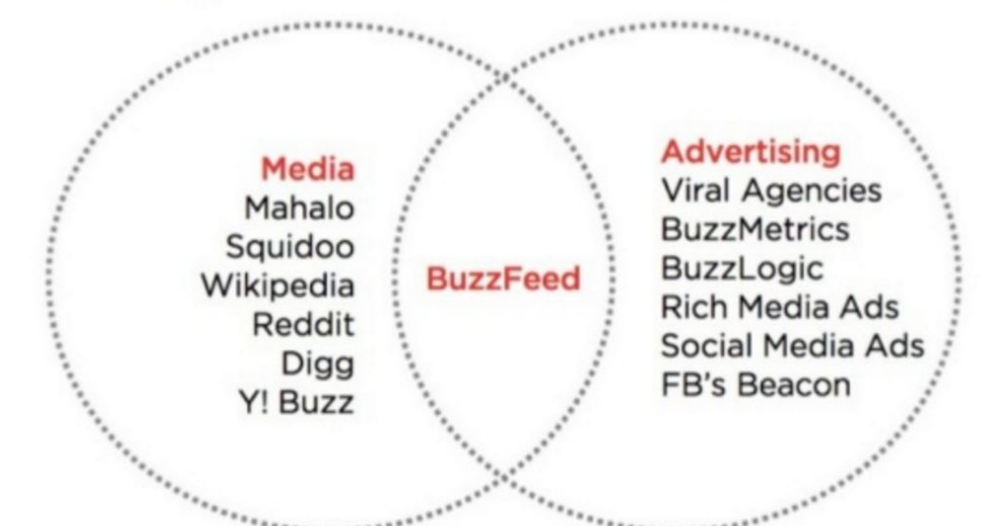


Competidor C

Mostre que você é melhor ou ao menos diferente.



Competitors: Media / Ads



BuzzFeed is a tech company that takes the best from media and advertising. Competition will come from firms moving to the center.

Veja o exemplo de Pitch Deck do Buzzfeed

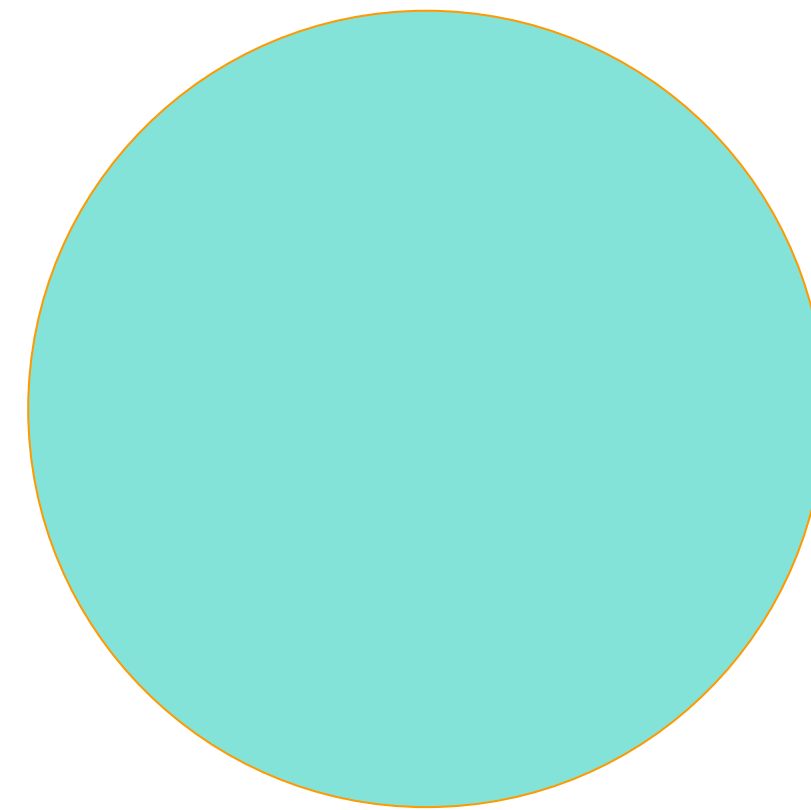
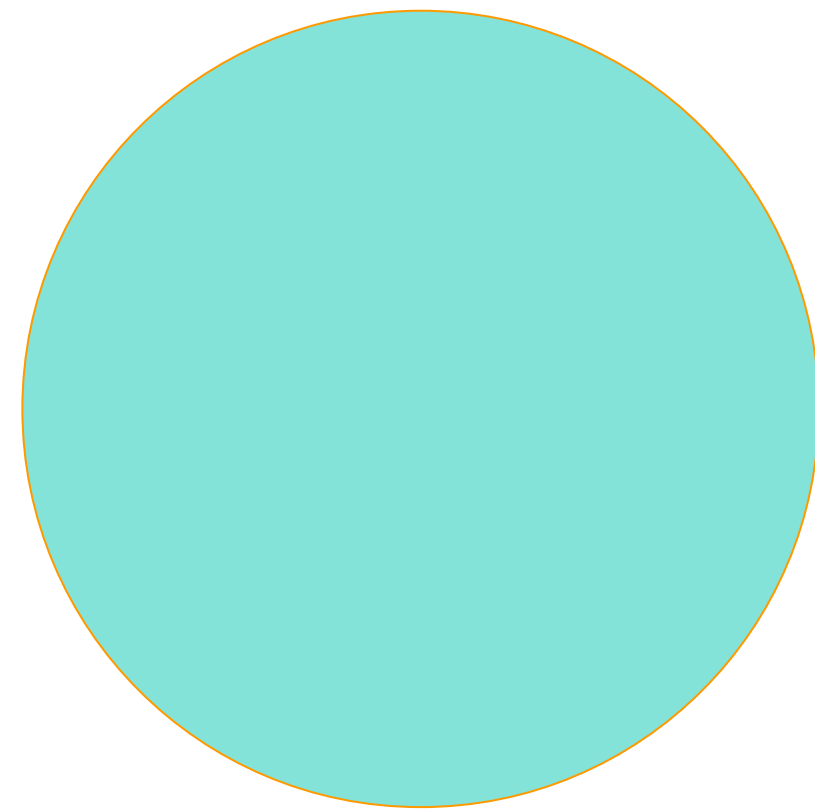
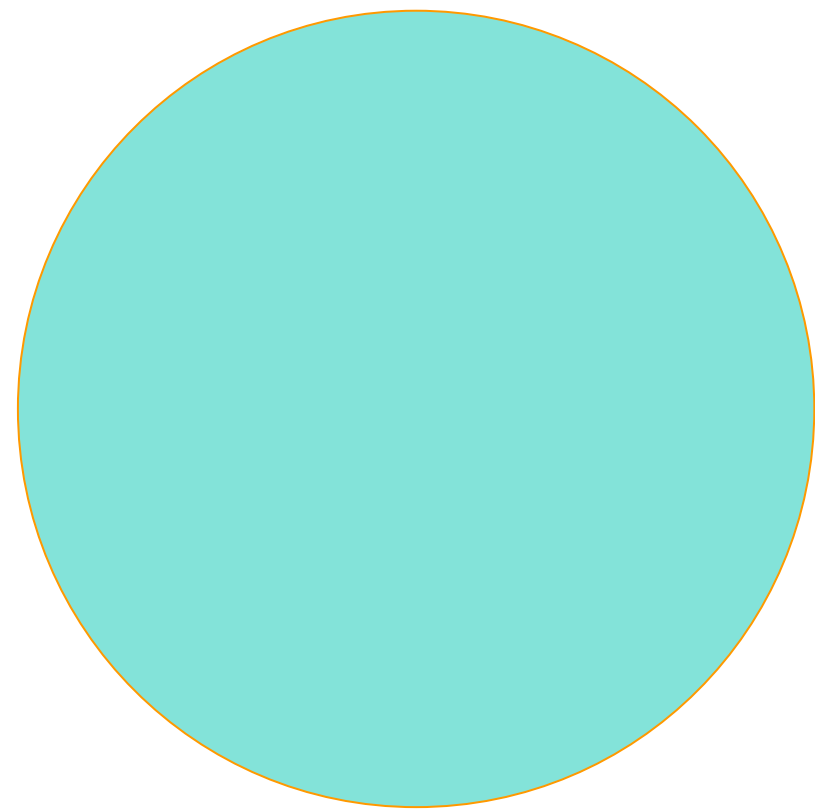
Estratégias de Marketing

Onde os consumidores estão buscando ajuda?

Como você vai estar lá?

Qual é o plano para atingir suas metas de crescimento?

Quais serão os canais e métodos para adquirir clientes?



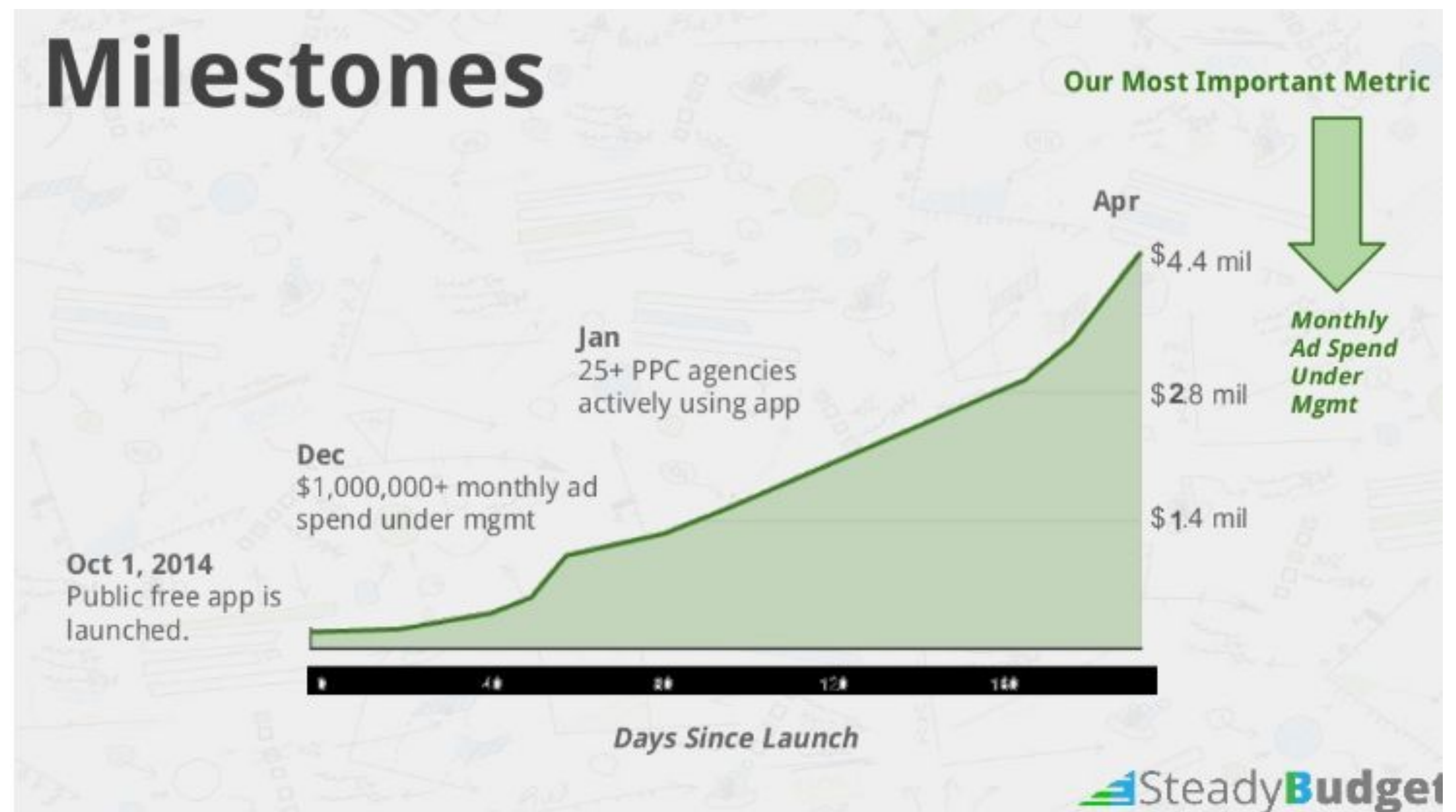
Lembre-se é importante avaliar três coisas na hora de escolher o que inserir aqui: volume, custo e conversão

d Estratégias de Marketing

Quais são suas métricas mais importantes?

Traga dados, depoimentos e mostre suas maiores conquistas até agora.

Veja o exemplo do
Steady Budget



Crescimento

- Estratégias de crescimento

→ Como pretende crescer?

- Volume de vendas/usuários esperados.

→ Estimativa mínima de 3 anos

- Outros resultados financeiros que achar relevante

→ Margem de lucro, geração de caixa...

Crescimento

É hora de abrir os livros. Insira de 3 a 5 anos de projeção financeira. Mencione hipóteses importantes para o seu modelo, taxa de conversão, mercado, etc.

Dê destaque a esses números dos seus últimos três anos:

Total de consumidores

Total de receita

Total de despesas

EBITDA

Planos futuros

- Evoluções do meu produto/serviço
 - Novos produtos ou features
 - Melhorias
- Novos modelos de receita
- Para onde e como expandir
 - Onde quero chegar?
 - Qual o plano?

