



**Inovação e Design Thinking**

**Capítulo 7. Apresentando o Projeto de Maneira Assertiva**

**Prof. Vinícius Roman**



## **Aula 7.1. Mapa de stakeholders**

- ☐ O que significa stakeholders.
- ☐ O mapa de stakeholders.
- ☐ Classificação de stakeholders.
- ☐ Gestão de stakeholders.

“Stakeholders são **elementos essenciais** ao planejamento estratégico de negócios. O sucesso de qualquer empreendimento depende da participação de **partes interessadas** e, por isso, é necessário assegurar que suas **expectativas e necessidades** sejam **conhecidas e consideradas**.” - Robert Edward Freeman

### Internos

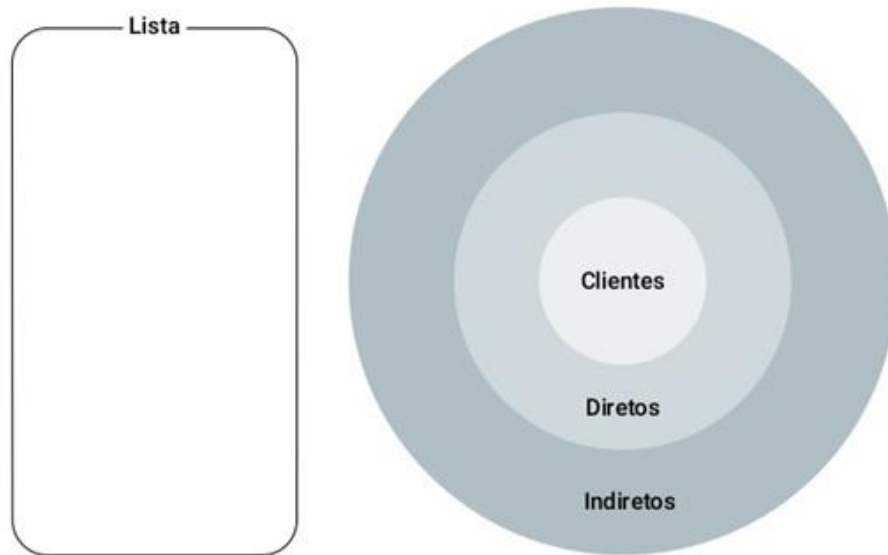


### Externos



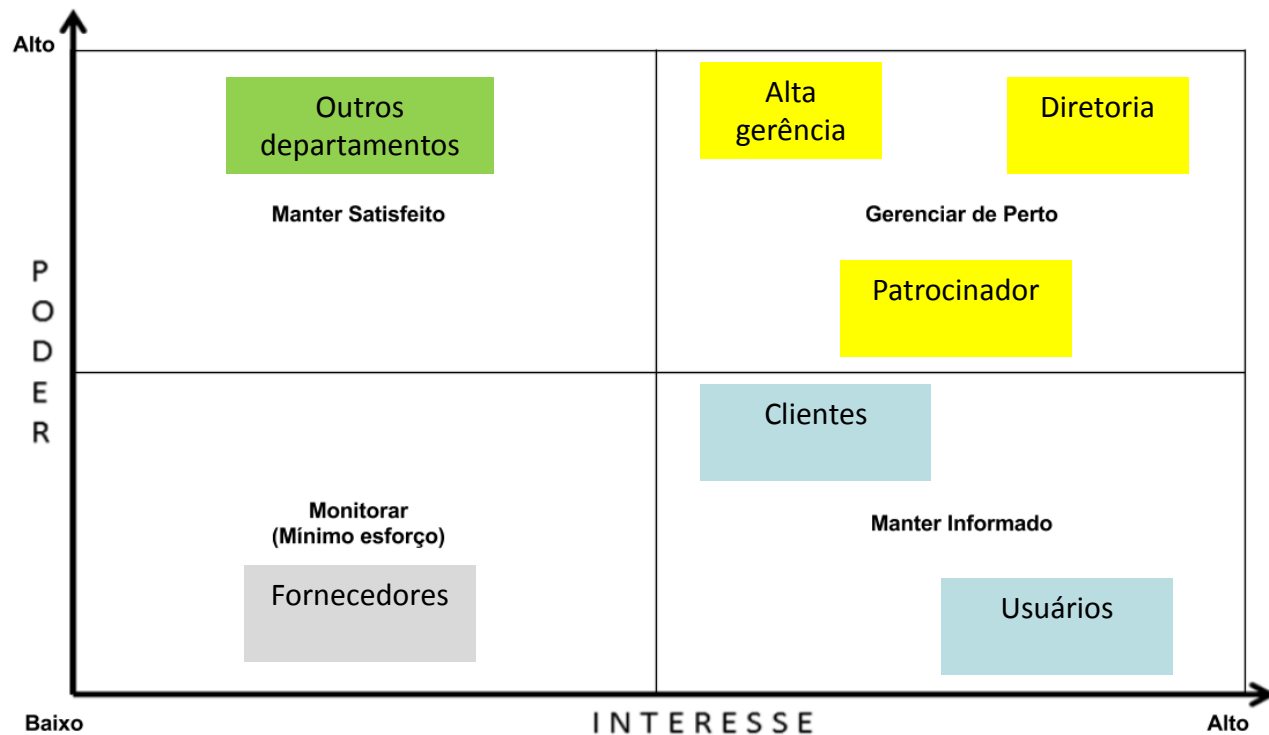
## O mapa de stakeholders

### MAPA DE STAKEHOLDERS

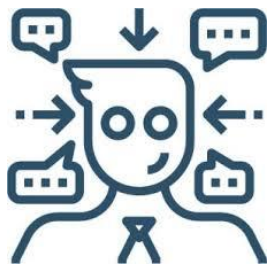


Quais são as **pessoas e instituições** que **impactam** direta ou indiretamente em nossas **atividades**?

# Classificação dos stakeholders



Fonte: adaptado de Barbi, 2010.



Alinhamento de  
expectativas



Transparência e  
confiança



Conversa  
presencial



E-mail

Construa bons **relacionamentos** e saiba **dialogar** com diferentes tipos de pessoas de maneira eficiente!

- ☑ Devemos ter em mente que o **sucesso** de qualquer **projeto** ou negócio depende da **participação** de **pessoas**, sendo fundamental zelar por um bom relacionamento entre as partes envolvidas.
- ☑ **Indivíduos e interações** mais que **processos** e **ferramentas**.
- ☑ **Relatórios não** são **suficientes!**
- ☑ Não **prometa** algo que não possa **cumprir**.
- ☑ Seja **honesto** e **transparente**.



- ❑ **Círculo dourado.**





## **Aula 7.2. Círculo dourado**



## Nesta aula

- ☐ O círculo dourado.
- ☐ Casos práticos.

- Metodologia para tornar nossas **iniciativas** mais **inspiradoras** e aumentar as **chances** de **sucesso**.
- Visa **desenvolver o valor** de uma nova ideia ou negócio, sistematizando um **novo jeito** de **pensar, agir e comunicar** de maneira mais eficaz.

“As pessoas não compram o que você faz, elas compram porque você faz isso!” – Simon Sinek



**Por quê?**

Qual é sua causa?

O que te motiva?

Por que sua empresa existe?

Por que você levanta e sai da cama todos os dias?



### Como?

Como sua empresa busca atingir o seu objetivo?

Quais estratégias serão usadas?

Quais são seus valores e crenças?

Qual será seu diferencial em relação aos concorrentes?



### O quê?

O que você efetivamente faz ou vende?

Qual seu produto/serviço final?



### Por quê?

Tudo o que nós fazemos é desafiar o que está no mercado e fazemos pensando diferente.

### Como?

Desenvolvemos produtos lindos e fáceis de usar.

### O quê?

Computadores, celulares, mp3 players, serviço de venda de apps e música.





### Por quê?

Somos apaixonados pela cosmética e pelas relações.

### Como?

A forma que expressamos nossa paixão é promovendo o bem estar das pessoas consigo e com os outros.

### O quê?

Através de fragrâncias, texturas e composição dos nossos produtos de beleza e higiene pessoal.

- ☑ O Círculo Dourado nos ajuda a tornar nossas **iniciativas** mais **inspiradoras** e aumentar as **chances** de **sucesso**;
- ☑ Marketing de **produtos/serviços x propósito**;
- ☑ Quando for vender sua ideia ou projeto, lembre-se de vender o **POR QUE** e não o **O QUE**!

## Próxima aula

- ❑ Técnicas de pitch





## **Aula 7.3. Técnicas de pitch**

- ❑ O que é o pitch?
- ❑ Qual a importância do pitch?
- ❑ Tipos de pitch:
  - High Concept Pitch.
  - Elevator Pitch.
  - Pitch Deck.

■ O que é o pitch?

IGTi

**PITCH**



O que é o pitch?

IGTI





■ O que é o pitch?

IGTI





## Importância do pitch

- As pessoas (investidores, gerentes, etc.) não investem em negócios/projetos...



- Investem em histórias sobre os negócios/projetos!

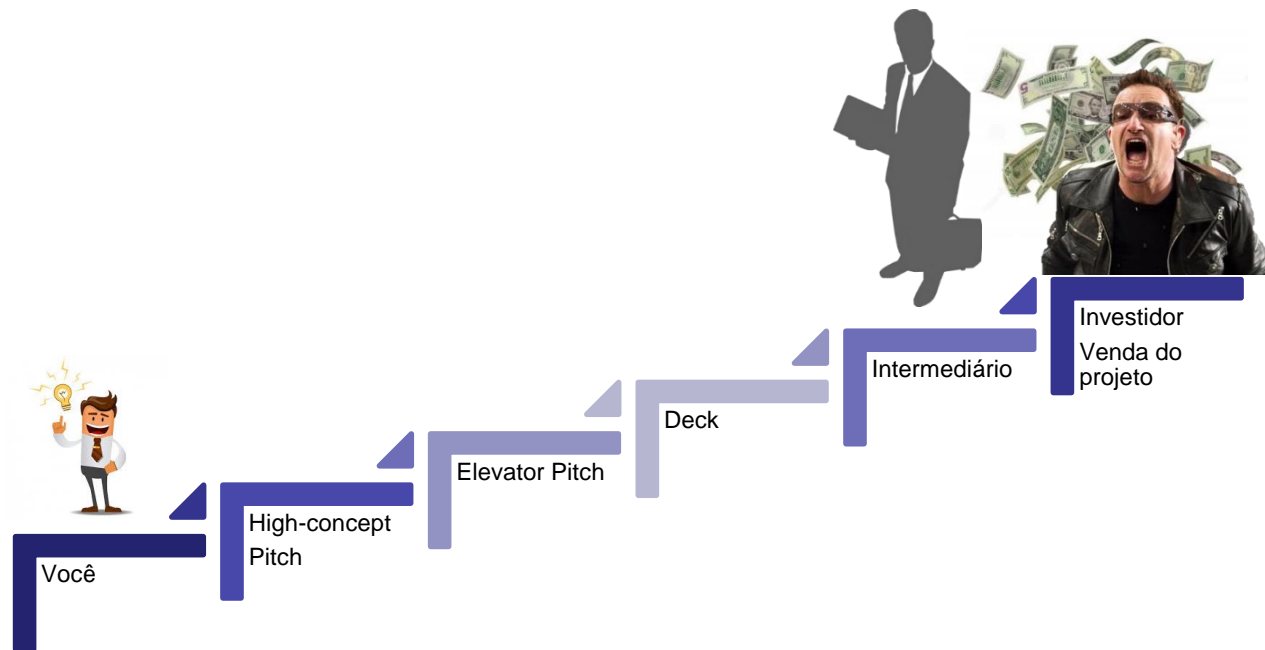


- O que é claro para você não necessariamente é para os outros!



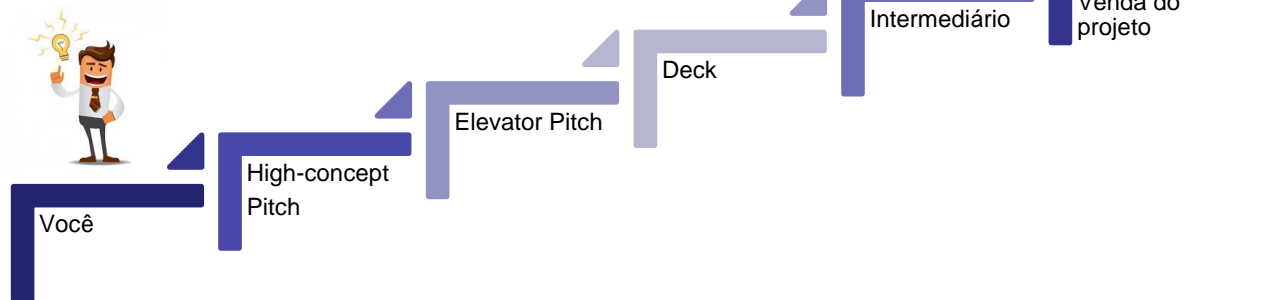
# Importância do pitch

IGTI



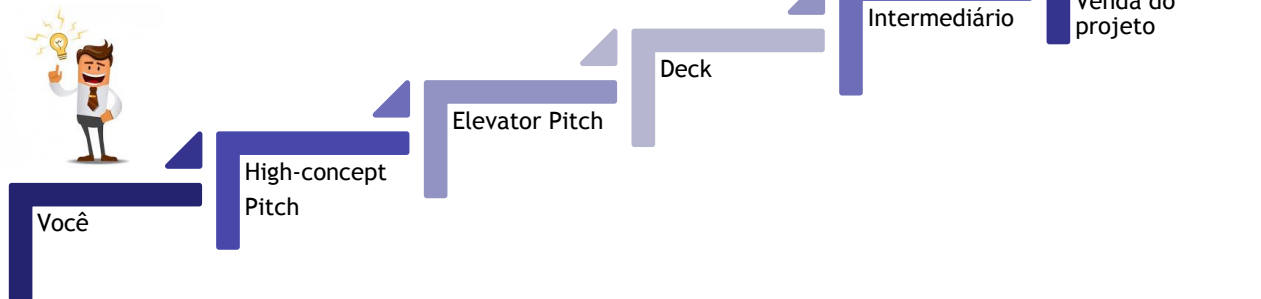
## Melhores intermediários:

- Empreendedores cujo investidor já possui experiência.
- Outros investidores que o investidor já co-investiu.
- Especialistas no produto, mercado ou tecnologia.



## Piores intermediários:

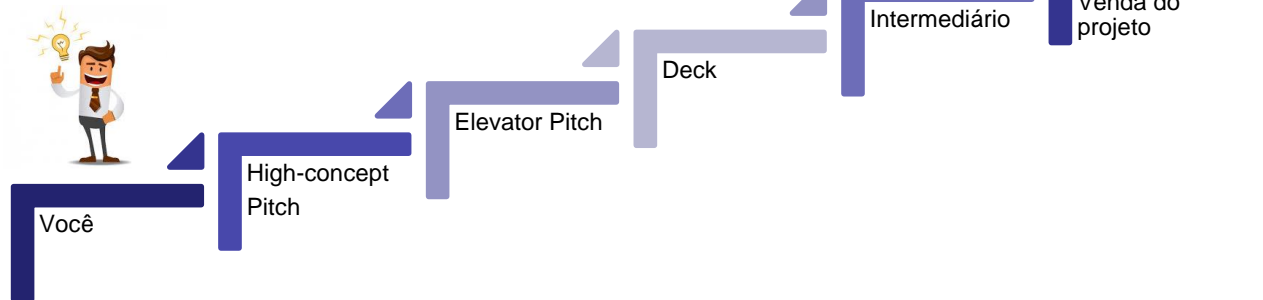
- Um investidor que declinou do seu projeto.
- Pessoas que o investidor não conhece direito.

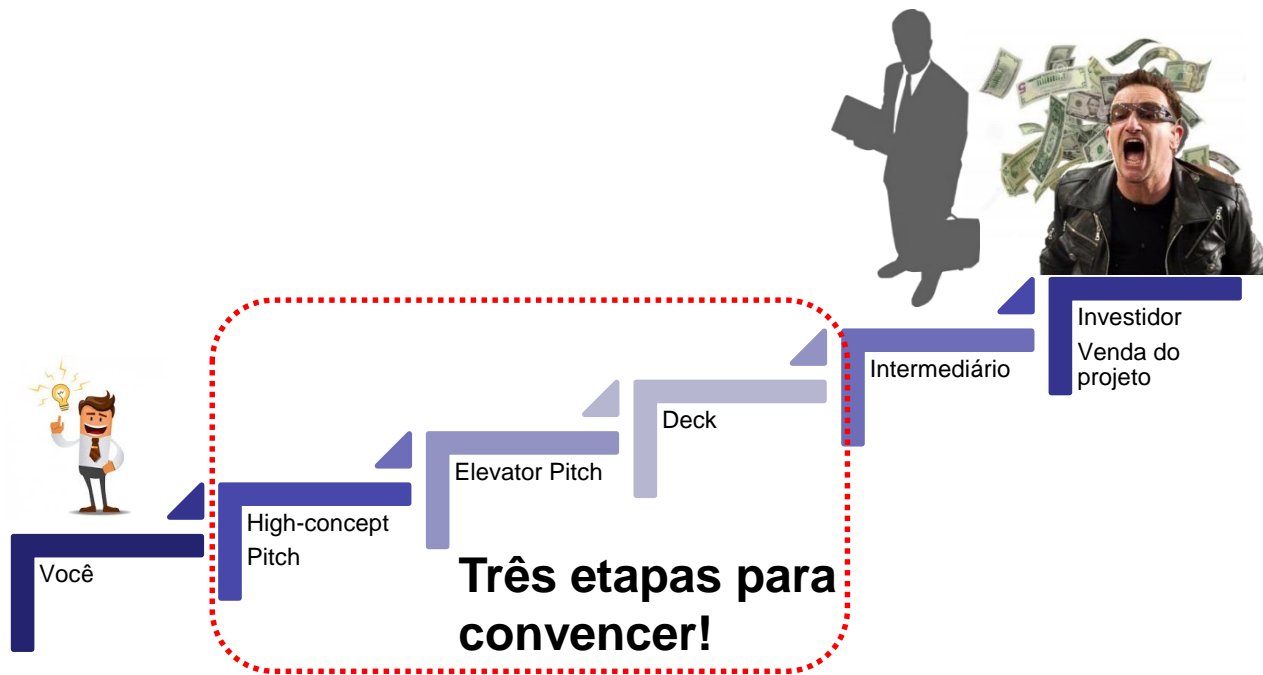




### Faça perguntas como:

- Como você conheceu o investidor?
- Quais empresas você indicou a ele?
- O que fez meu projeto interessante para você?







- Uma sentença única que traduza a visão de seu negócio ou projeto.



Uma bomba em  
um ônibus



Informação a um  
click

- Um bom elevator pitch deve ter segundos, nunca minutos.
- O principal objetivo é conseguir uma reunião.
- Recomenda-se construir o discurso baseado nos seguintes itens:

High-concept pitch

Oportunidade

Tração

Produto

Time

Prova social



- Foque na tração e na prova social, ou seja, tudo aqui que demonstre que seu negócio (projeto) é real e caminha em direção ao mercado!

Protótipo

Escalonamento

Clientes Beta

Investimento

Prêmios

Reportagens



- Também é possível escrever um e-mail com um discurso de elevator!

Bom dia Sr. Fulano de Tal,

A Gamers é a Netflix dos games. **[High Concept Pitch]**

Nós possibilitamos que as pessoas tenham acesso a vários games de renome com baixo custo. **[Oportunidade]**

Por meio uma tecnologia de ponta, você tem acesso aos principais jogos do mercado em uma só plataforma. Basta acessar nosso site, pagar uma pequena taxa mensal e iniciar sua diversão. Disponibilizamos ainda um teste gratuito em nossa plataforma. **[link para o produto – tração]**

Já captamos o investimento de R\$1 milhão no mercado e temos parceria com as principais produtoras de games globais, com mais de 50 jogos já disponíveis. **[Tração]**

Antes da Gamers, nosso time já teve experiência na criação de um jogo que virou um negócio e foi vendido para uma empresa americana por R\$10 milhões de reais. **[Equipe]**

Considerando que vocês já investem no mercado de games e possuem amplo Know How no setor, acreditamos na sinergia com nosso negócio. **[interesse no potencial parceiro]**

Gostaríamos de agendar uma reunião presencial para apresentarmos em detalhes o que temos feito na Gamers e alinharmos possibilidades de parceria. **[chamada para reunião]**

Atenciosamente, Vinícius Roman

- Consiste em uma apresentação com cerca de 10 slides.
- Deve-se contar uma história convincente com informações mais detalhadas incluindo, além dos itens presentes no elevador, informações sobre a solução, vendas, marketing, projeções financeiras entre outras.

Um plano em Power Point aumenta consideravelmente suas chances de obter um termo de compromisso, ou ao menos um rápido e digno “não”.

- David Cowan

Bessemer, Investidor da Staples

- Um Pitch Deck bem estruturado deve conter os seguintes itens:

CAPA

SOLUÇÃO

COMPETIÇÃO

SUMÁRIO

TECNOLOGIA

MARCOS

TIME

MARKETING

FINANÇAS

PROBLEMA

VENDAS

CONCLUSÃO

- Para a apresentação do PA, devemos considerar:

APRESENTAÇÃO

DIFERENCIAL

PROBLEMA

IMPACTO

SOLUÇÃO

PRÓXIMOS  
PASSOS



- ☑ O pitch faz parte do seu dia a dia, sendo essencial transmitir suas ideias de maneira **clara e objetiva**.
- ☑ O pitch deve ser **customizado** para cada **público**.
- ☑ Cuide sempre de sua **oratória, postura e movimentação** durante o pitch.
- ☑ Um bom pitch requer muito **treino e prática!**

- ❑ Consideração finais sobre a disciplina e o Projeto Aplicado.



## **Aula 7.4. Considerações finais**



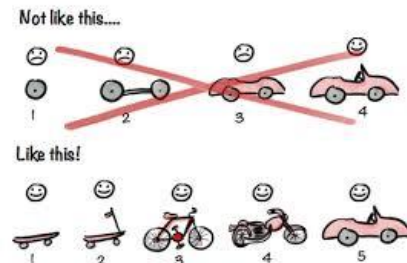
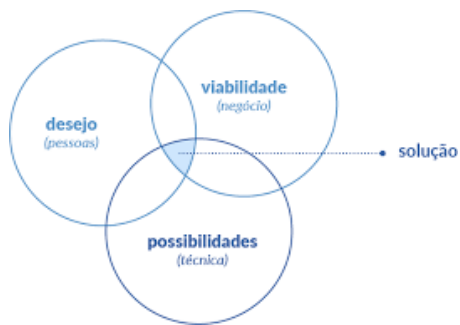
## Nesta aula

- ☐ A importância da disciplina.
- ☐ Principais temas abordados.



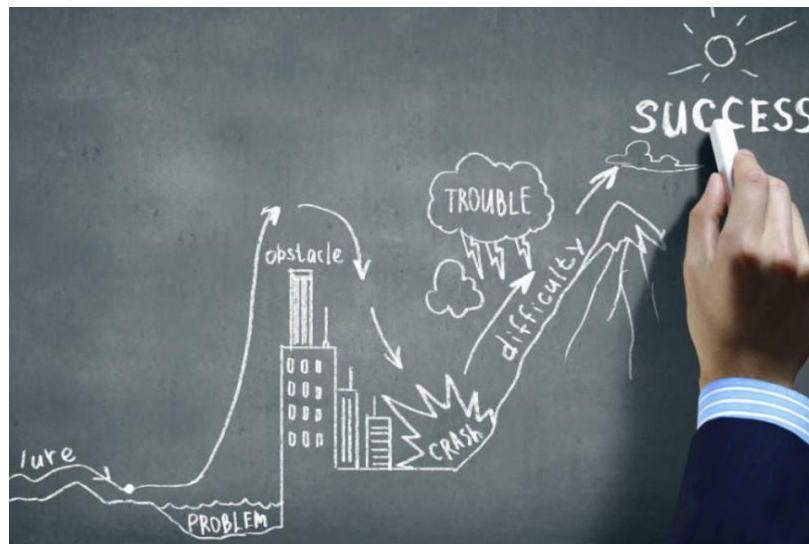
A capacidade de resolução de problemas  
de maneira criativa e eficiente!

# Principais temas abordados



Muito obrigado

IGTI



“Ideias são commodities, mas a execução delas não!” – Michael Dell