



Sputnik 4

PITCH INICIAL

EL VIAJE DEL
EMPRENDIMIENTO
2019

Elaboración

Juanjo Gutiérrez
Carlos Leyan

Colaboración

Manuel Hidalgo
Marcelo Peña
Katherine Pino
Pamela Salazar
Jaire Vera

Temuco
Otoño 2019

**TEODORO
WICKEL**
DE LA UNIVERSIDAD
DE LA FRONTERA

<PatagoniaLab>

Proyecto apoyado por

CORFO

PITCH INICIAL

OBJETIVO

Aquí encontrarás los conceptos básicos referidos al Pitch Inicial, que corresponden a la Etapa 0 del Viaje del Emprendimiento de CORFO, y que necesitas conocer para entrar al mundo del emprendimiento dinámico.

CONTENIDOS

- Tipos de pitch, aplicaciones y estructura.
- Storytelling y construcción de relatos.
- Comunicación corporal.

APRENDIZAJES ESPERADOS

Emprendedores y emprendedoras entienden cómo comunicar efectivamente una idea, y las herramientas a utilizar para lograr persuadir con claridad en la exposición de sus ideas.



¿QUÉ ES UN PITCH?

Al momento de exponer tus ideas, algunas veces tienes la oportunidad de apoyarte en una presentación o en tu público. Sin embargo, no siempre es así. Por eso, es fundamental que puedas realizar un Pitch sin ningún tipo de material: tú conoces a la perfección todos los detalles de tu proyecto, por lo que no necesitas nada más que tu voz y toda la buena actitud.

Debes de estar listo o lista en todo momento para captar la atención de la audiencia.

Tipos de Pitch

Los formatos más comunes son:

1. **Tweet Pitch:** Este es el pitch en una frase. Es la forma más rápida, precisa y estructurada de contar tu idea ¡Es muy importante que no pase de los 140 caracteres!
2. **Elevator Pitch:** Dura 1 minuto aproximadamente y es muy útil para que los inversionistas discriminen de manera rápida y efectiva cuáles son las ideas que les interesan y cuáles no. Ojo, te debes de concentrar principalmente en el problema que resuelves y en la solución que propones.
Para saber más sobre este Pitch, haz click [aquí](#).
3. **Rocket Pitching o Pitch en 3 minutos:** Aunque este tipo de pitch no lo pedimos en Play Business, es importante que lo conozcas. Después de introducir tu idea y el problema que ésta resuelve, es momento de una segunda ronda de exposición. Con tu Pitch en 3 minutos o **“rocket pitching”** tienes que retomar lo que propusiste anteriormente, pero añadiendo datos sobre el tamaño del mercado al que pretendes entrar y del equipo con el que trabajas, demostrando que están a la altura de las circunstancias. El objetivo de este tipo de pitch es generar interés entre los potenciales inversionistas. Se tienen que acercar a ti en persona para escuchar y aprender más sobre el proyecto.
4. **Pitch Deck:** Estos son los pitch que llevan a una inversión a tener éxito. En ellas se abordan todos los temas anteriores con el mayor detalle posible. Además, se explican los MVP's realizados para la validación del mercado, el costo de adquisición por cliente, los canales de distribución, quién es el consumidor promedio, entre otros. (Tienen un documento de respaldo “Deck de inversión”, que es completo, pero no tanto como un Plan de Negocios)

Estructura del Elevator Pitch

En los últimos años, el elevator pitch que podría traducirse como ‘conversación de ascensor’ se ha convertido en una de las herramientas de networking más efectivas.

¡Aprovéchala tú también y descubre cómo sacarle el máximo partido!

Seguro que te estás preguntando en qué consiste esta técnica, cada vez más utilizada en el mundo de los negocios. Su origen no podía ser más simple: se basa en la idea de vender un proyecto empresarial o incluso, de venderte a ti mismo como profesional a alguien que acabas de encontrarte en un ascensor. Por eso, para que tu elevator pitch funcione, es imprescindible que responda a dos reglas de oro:

1. Que sea breve

La duración de tu discurso debe situarse entre los 30 y los 90 segundos.

2. Que resulte sorprendente o impactante

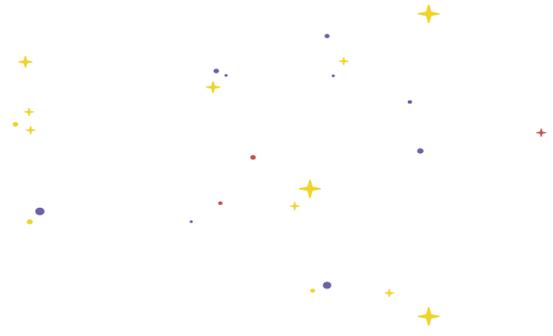
Este recurso obedece a una máxima incuestionable: nunca sabes dónde puedes encontrar a aquel inversor que te ayude a sacar adelante una idea de negocio, al socio perfecto para dar a tu empresa el empujón que necesita, al seleccionador que te ofrecerá el trabajo de tus sueños o al cliente que te hará un jugoso pedido.

Por eso, es imprescindible estar siempre preparado para saber venderte. De ahí la importancia de preparar correctamente un elevator pitch llamativo y convincente.

Para asegurarte de que elaborarás un buen pitch, no pierdas de vista los siguientes consejos:

1. Trabaja en la mejor descripción de tu producto.

Esto puede llegar a ser un arte, pero sin dudas merece todo el tiempo que puedas dedicarle. Serán tus 30 segundos de verdad. Conseguir describir bien tu negocio puede



significar que sigan escuchándote, o no. Procura seguir la regla del "qué, cómo y por qué" o utilizar analogías con productos ya reconocidos, como por ejemplo "Somos el eBay de..." o "El LinkedIn para...".

2. Describe bien el problema...

Explícalo de una manera simple y práctica. Todos deben entenderlo en cinco segundos y sentir empatía con ese dolor que tu producto viene a solucionar. Por supuesto, sin tragedias ni dramatismos, pero deja en claro que vienes a traer felicidad a ese problema que tanto molesta a miles de personas todos los días.

3. ...y enseña tu mejor solución.

Cuéntale a la audiencia por qué haces feliz a tus clientes y sobre todo, por qué lo haces mejor que cualquier otro en el mercado. Demuestra que llevas mucho tiempo buscando las mejores alternativas para remediarlo y que tienes la llave para hacerlo posible.

4. El producto, la hora de la verdad.

Si dices que tienes esa solución, debes enseñarla. Sin excepciones. No importa si es en forma de demo, una navegación simulada o simples capturas de pantalla, pero procura dejar en claro que tu producto es real y está hecho para ganar. Nadie prestará atención a algo que esté bajo el misterio de la imaginación.

5. Mantén una postura abierta a las preguntas.

Muchos emprendedores se ponen muy incómodos al recibir preguntas o ser "interrumpidos" en su pitch ante alguna observación, tanto que muchos llegan a enojarse con el entrevistador. Conserva la calma. Ten presente que quienes están escuchándote pueden invertir dinero en tu negocio. Razón suficiente.

6. Habla de tu cliente.

¿Quién es? ¿Qué volumen de dinero representa? ¿Cuáles son sus características? Esto es una parte importante de tu presentación y no puedes pasarla por alto, ya que demuestra tu conocimiento del mercado y el potencial de desarrollo de tu producto. **Si** puedes, incluye testimoniales sobre cómo usan tu servicio o reseñas y valoraciones independientes.

7. ¿Cómo haces dinero?

Detalla las tres principales fuentes de ingresos de tu producto o servicio, ya sean directos o indirectos. Priorízalos por tamaño o potencial. Si tienes pensado mostrar estimaciones (como la gran mayoría), procura conocer al detalle sus componentes. Una duda en este punto puede dejarte fuera de manera inmediata.

8. Habla de las barreras a tu competencia.

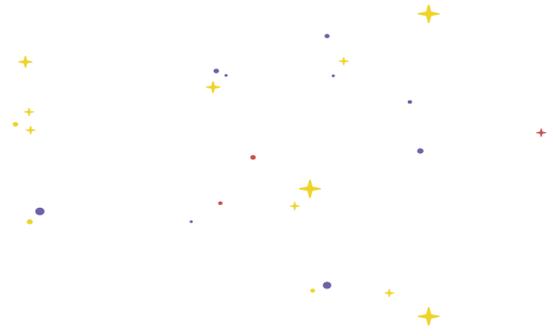
¿Cómo impedirás que otros tomen tu lugar en el mercado? Aquí es donde tienes que mostrar tu salsa secreta para el éxito del producto. Puede ser por una tecnología propietaria, patentes, un acuerdo o simplemente un equipo de expertos. Deja claro por qué tu empresa es diferente.

9. Déjalos con ganas de saber más.

Muestra todas tus cartas, pero guárdate lo mejor para las charlas personales. Si sabes manejar las expectativas, vendrán a ti para que puedas contarles más detalles sobre aquello que les llamó la atención. En ese momento, tienes una oportunidad de oro en tus manos. Aprovéchala de la mejor manera.

10. Sonríe y relájate.

Debes saber que se nota, y mucho. El mejor pitch se logra tras cientos de intentos y mejoras. Prepárate para practicar y pedir feedback a todos aquellos que puedas y tengas cerca. Conoce al dedillo cada paso y diapositiva de tu presentación. Ganarás confianza y tranquilidad a la hora de compartirla.



Referencias:

<http://www.librosdecabecera.com/la-primera-venta-del-emprendedor>

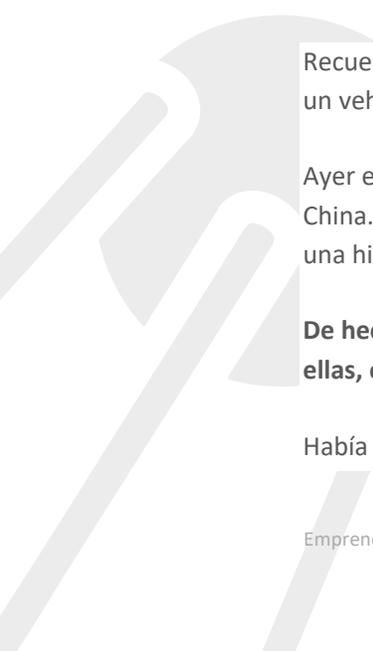
Desarrollo de un "Elevator Pitch" para una nueva empresa. Lynda M. Applegate. Harvard Business School

Hector Sepulveda <https://www.youtube.com/watch?v=qRJrPWmXBtg>

a) STORYTELLING PARA PITCH INICIAL

En el **storytelling**, o lo que es lo mismo, contar historias relacionadas contigo, tu idea de negocio, tu producto, servicio..., para conectar con el receptor emocionalmente y conseguir centrar su atención, tienes que tener en cuenta estos tres puntos:

- Quién quieres que sea el protagonista de tu historia: tú o tu empresa.
- El tema sobre el que quieres hablar: cómo surgió el proyecto, cómo diste con la idea original, qué significa el nombre...
- Validar que tu historia cause interés y pueda quedar grabada en la cabeza de quien te vaya a escuchar.



Recuerda que la realidad se modifica en función de cómo se cuente y que las historias son un vehículo acelerador de la comunicación porque van cargadas de significado.

Ayer escuché una excelente charla de Tan Siok Siok, un cineasta y empresario con sede en China. Ella compartió que contar la historia de tu startup no es muy diferente de contar una historia en una película.

De hecho, dice Siok, si analizas las películas de Pixar, se puede contar a cada una de ellas, en su totalidad, en solo seis frases:

Había una vez...

Todos los días...

Un día...

Por eso...

Por eso...

Final feliz...

Por ejemplo, una de mis películas favoritas de Pixar, Toy Story, podría decirse así:

Érase una vez, había un niño llamado Andy a quien le encantaba jugar con sus juguetes. Todos los días, cuando Andy no estaba cerca, los juguetes cobraban vida.

Un día, Andy recibió un juguete nuevo, Buzz Lightyear, que se convirtió en el favorito de él y de todos los demás juguetes.

Debido a eso, Woody se puso celoso y trató de deshacerse de Buzz Lightyear.

Debido a eso, Buzz terminó en la casa de Sid y casi fue destruido.

Pero entonces, Woody y los otros juguetes rescataron a Buzz, y todos se hicieron amigos.

Hay un excelente paralelo a esta estructura de seis oraciones para contar la historia de su inicio:

Érase una vez ... Por qué existe tu startup

Todos los días... El punto de dolor.

Un día... tu solución de producto

Por eso ... Valor para los grupos de interés.

Por eso ... Valor para los grupos de interés.



Final feliz ... Creación de valor (problema resuelto!)

Toma cualquier compañía y puedes contar su historia en seis oraciones. Por ejemplo, echemos un vistazo a Tesla:

Érase una vez, a la gente le encantaban sus automóviles con motor de combustión por la libertad y la comodidad que brindan. Pero todos los días, estos autos vierten gases tóxicos en el aire que dañan la salud de las personas y contribuyen al calentamiento global. Un día, se crearon automóviles eléctricos que eran más sostenibles, pero igual de convenientes y asequibles. Debido a eso, los coches eléctricos se volvieron igual de asombrosos de manejar. Debido a eso, la gente podría renunciar a sus motores de combustión. Ahora, el mundo puede hacer la transición más rápida al transporte sostenible.

El uso de este formato para contar la historia de su startup en seis oraciones crea una narración clara y comunica su propuesta de valor de manera concisa.

Fluye de forma lógica, y permite a los inversores, socios o clientes comprender de qué se trata su inicio: incluso podría ser la base para tu pitch de 30 segundos. Por supuesto, debes ser creativo y hacerlo tuyo, pero la lógica es la misma.

Prueba esto con tu propia startup ¿Puedes contar tu historia en solo seis oraciones?

b) LENGUAJE CORPORAL EN TU ELEVATOR PITCH:

1. **Haz contacto visual:** muchas personas, en su esfuerzo por decir perfecto el contenido de su Elevator Pitch, desvían la mirada e incluso la mantienen baja en algunos momentos, sobre todo cuando muestran un documento o un folleto, dejándola ahí demasiado tiempo. Asegúrate de mantener contacto visual con tu interlocutor la mayor parte del tiempo.
2. **Sonríe:** el miedo y la tensión con frecuencia hacen que la gente se olvide de expresar una sonrisa abierta y franca. Trata de mantener una sonrisa de manera natural durante tu Elevator Pitch. ¡Son sólo unos segundos! La sonrisa ayuda a conectar y a levantar barreras mentales: le estás diciendo al otro que no eres un enemigo.

3. **Usa tus manos:** si es posible y procede, dale al otro un apretón de manos firme, seco y vertical, manteniendo los dos puntos anteriores (contacto visual y sonrisa). Eso genera una mayor conexión. Además, procura que tus manos estén visibles en todo momento (¡nada de meterlas en los bolsillos!) y, si es posible, úsalas mostrando las palmas de tus manos hacia arriba. Evita señalar.
4. **Dirige tu cuerpo** hacia la otra persona. Aunque el Elevator Pitch se haga en un ascensor (de ahí el nombre por si no lo sabías), trata de dirigir tu cuerpo hacia la persona a la que hablas, apuntando tus pies y tu torso hacia ella. Las personas vistas de frente son percibidas como más confiables y seguras.

Practica estas cuatro claves en tu Elevator Pitch y tu **lenguaje corporal** te ayudará a generar un impacto mayor y a diferenciarte del resto, siendo más memorable en la mente de tu cliente.

