



LESSON CONTENT TEMPLATE



Erasmus+

Proyecto financiado por: **Erasmus+ / Key Action 2 - Cooperation for innovation and the exchange of good practices, Knowledge Alliances.**

1. Documento de aprendizaje

Tema 1. Lección 1: Introducción al pitch

Qué es el Pitch (Discurso de proyecto)

Introducción

El éxito o fracaso de un proyecto o negocio no depende solo del equipo que lo desarrolla sino también de quién lo rodea. Para conseguir una buena inversión que permita poner en marcha un proyecto, ampliar los clientes y rodearse de socios comerciales que enriquezcan el proyecto, se debe saber explicar lo que se hace de forma clara y concreta para enganchar al interlocutor e invitarlo a querer saber más sobre lo que se está haciendo.

Una vez que se complete y apruebe esta lección, los alumnos podrán:

1. Descubrir qué es un Pitch.
2. Comprender los principales objetivos de un pitch.
3. Distinguir los elementos principales de un pitch.

A través de esta lección aprenderemos qué objetivo se quiere alcanzar con la presentación de un pitch de negocios y algunos consejos básicos para desarrollarlo.

1. El objetivo del pitch

El pitch es un medio para captar la atención de inversores, clientes o socios.

Para hacer un buen pitch se debe mostrar lo que se hace con el proyecto, qué problemas resuelve y quiénes son los implicados (demostrar la capacidad de cumplir las promesas).

Las posibilidades de cerrar un contrato o encontrar una gran oportunidad de negocio durante la conversación inicial con los inversores es prácticamente imposible. Lo que se puede conseguir en esa primera conversación es una segunda conversación, y ese es el objetivo a corto plazo del pitch: conseguir una reunión



Image from Vectorjuice

posterior donde se pueda discutir a profundidad el proyecto.

Por eso, a lo largo del pitch, se debe asegurar que los oyentes se sientan atraídos por lo que escuchan, dejar claro en qué se basa el proyecto (aportando datos reales: facturación, métricas ...) y sobre todo, tener que captar la atención del interlocutor y persuadirlo para que, al final de la conversación, quiera saber más y acepte una reunión más larga en la que puedan hablar a profundidad del proyecto.

En resumen:

1. Intentar ser recordados: aunque el discurso haya sido muy bien trabajado, si a la mañana siguiente los interlocutores no recuerdan nada, sería una falla.
2. No solo es importante ser profesional, sino parecerlo: la forma de vestir, la forma de hablar, la postura, y el diseño de la presentación son algunas de las cosas que se debe cuidar para crear una buena imagen.
3. Hay que reflexionar sobre lo que podrían preguntar para tener una buena respuesta preparada.
4. Como se ha dicho antes, el principal objetivo al presentar el discurso no será salir de allí con un acuerdo firmado, sino que llamen para tener una segunda conversación. Intentar terminar el discurso de tal manera que quieran saber más sobre el proyecto.

2. Algunos puntos básicos que debe incluir la presentación:

A lo largo de las siguientes lecciones, profundizaremos en la estructura del tono, la audiencia y el mensaje.



Los diferentes elementos que se muestran arriba son los típicos que se incluirán en un pitch. Éstos pueden presentarse en este orden o de otra forma, para adecuarse al objetivo del pitch y a las características del proyecto. En el segundo tema de este curso, presentaremos estos contenidos principales bajo una estructura diferente, para que el alumno pueda ampliar su visión y utilizar estas lecciones para crear su propio formato adaptado:

- Introducción al proyecto
- Introducción al equipo
- Problema - (soluciones incompletas existentes) –Solución
- Plan de negocio
- Solicitudes

Lo que queremos mostrar aquí son los elementos básicos a abordar. A partir de esto, cada uno debe trabajar en una estructura personalizada adaptada a las necesidades específicas de cada proyecto.

Resumiendo, aquí se encontraran algunos puntos básicos:

- Conoce la audiencia: inversores, clientes o socios comerciales.
- Dar al proyecto un nombre atractivo que sea fácil de recordar.
- Preparar una buena introducción que cree un vínculo emocional con los interlocutores.
- Asegurarse de que quede claro de qué se trata el proyecto, quién y a qué va dirigido, qué objetivos tiene y cómo se van a lograr.
- Estudiar la competencia y resaltar el por qué deben elegir este producto y no otro con características similares.
- ¿Cómo va a ganar dinero el proyecto? Recordar que si se está preparando el pitch para inversores, a ellos les interesará saber, con datos y cifras, si invertir en este proyecto será rentable o no.
- No olvidar presentarles al equipo y sus trayectorias profesionales. Llevar a cabo un proyecto o un negocio es una tarea que se realiza en equipo, y los inversores, clientes o futuros socios comerciales querrán conocerlo.
- ¿Qué preguntas hacer? En este punto, se debe aclarar cuánto costaría llevar a cabo el proyecto y cuánto tiempo llevará comenzar a obtener ganancias. Es el punto final y la parte más difícil del discurso. No dar demasiadas vueltas, los inversores ya saben que les vas a pedir algo, de lo contrario no se habría preparado todo el pitch. Ampliar la información publicada hasta ahora con datos sobre cuánto costaría llevar a cabo el proyecto y cuánto tiempo tomaría obtener beneficios.

Conclusión

Tener un buen discurso comercial requiere un trabajo preliminar importante y practicar la presentación hasta que sea perfecta. Vale la pena esta inversión de tiempo, ya que parte del éxito de un proyecto depende de cómo se comunique.

Bibliografía

The investor pitch: set the right objectives(retrieved on November 12th, 2020)