



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 4. Lección 3: mensaje VS audiencia

Capta la atención con artefactos y materiales de apoyo audiovisuales

Introducción

Estuvimos hablando de cómo hacer un buen pitch durante todo este curso y qué información debes incluir en el discurso, pero ¿cómo lo vas a mostrar? Hay algunos artefactos diferentes y materiales de apoyo audiovisuales que puedes utilizar en el discurso.

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

1. Reconocer los diferentes softwares que se pueden utilizar para realizar presentaciones.
2. Conocer las principales características de cada uno.
3. Seleccionar el que mejor se adapte a sus necesidades.

En esta lección, aprenderemos algunos ejemplos de software y otras herramientas útiles que nos ayudarán en la preparación de un pitch.

1. De la teoría a la práctica

A lo largo de las lecciones anteriores, hemos revisado la estructura y los diferentes contenidos que se incluirán en un pitch. También revisamos nuestra audiencia y cómo abordarlos. Esos elementos son fundamentales para preparar el discurso que realizarás. Pero una vez que sabes lo que quieres mostrar, también debes pensar en el formato, y cómo lo mostrarás ya que no es lo mismo hacer una presentación presencial como stand, que contar con soporte audiovisual.

Cuando pronuncies un discurso frente a una audiencia utilizando artefactos y materiales de apoyo audiovisuales, debes adaptar el discurso a esas herramientas y prepararse para hacer un uso inteligente de ellas. Por ejemplo:

- Anticípate a las herramientas técnicas que tendrás para evitar problemas de formato, incompatibilidades, etc. que puedan hacerte perder un tiempo precioso
- Los artefactos están ahí para apoyar tu discurso, para ilustrar los argumentos, pero no al revés. Debes seguir siendo el principal foco de atención de la audiencia.
- Conocer bien las diapositivas y cambiarlas cuando sea necesario, no te pierdas en la presentación.
- Mantener el tiempo para permitir que la audiencia visualice los materiales que muestras y proporcionar comentarios en cada diapositivas.
- Siempre privilegia los materiales visuales al texto, si pones demasiado texto en la presentación, la audiencia lo leerá, se distraerá y dejará de escucharte.

2. Materiales de apoyo audiovisuales

Teniendo en cuenta los consejos que te dimos en la Lección 2-Tema 1 sobre el contenido de tu pitch y cómo presentarlo, aquí tienes algunas herramientas para preparar presentaciones de pitch:



Power point: un clásico, fácil de usar, pero con pocas opciones para hacer un buen diseño.



Canva: muy fácil de usar y con buena calidad gráfica; con una gran cantidad de diseños predeterminados que puedes personalizar y te permite crear presentaciones atractivas incluso sin tener nociones de diseño.



Genialmente: es una herramienta que nos permite generar contenido interactivo sin necesidad de programación y sin tener conocimientos de diseño



Powtoon: es un programa de animación de video. Aunque a primera vista pueda parecer difícil de usar, este programa es similar a PowerPoint, con la particularidad de que permite agregar diapositivas animadas.



Knovio: es un programa gratuito que te permite agregar audios y videos a tus presentaciones. Además, ofrece la posibilidad de compartirlos a través de redes sociales o correo.



Prezi: La aplicación se distingue por su interfaz gráfica con zoom, que permite a los usuarios tener una vista más cercana o más lejana del área de presentación, en un espacio 2.5D.

3. Herramientas útiles para preparar la presentación

Queremos presentarte algunas otras aplicaciones creadas solo para ayudarte a preparar la presentación comercial:



Pitch Clock: Esta aplicación disponible para iOS es ideal para que trabajes con los tiempos de tus pitch. Lo mejor de esta aplicación es lo simple que es. Simplemente debes introducir el texto del discurso que has preparado en tu editor y Pitch Clock estimará el intervalo que puede realizar de forma automática.

The Pitch Canvas®

Simple Statement of what change you and your product are making in the world

Pain (+ Gain) What problem are you solving? Why is it important? How do you solve it? How do you know you're solving it? How do you know you're solving it?	Product What is your product? How does it work? How is it different from other products? How is it better than other products? How is it better than other products?
Product Demo How do you demonstrate your product? How do you demonstrate your product? How do you demonstrate your product?	What's Unique What makes your product unique? What makes your product unique? What makes your product unique?
Customer Traction How many customers do you have? How many customers do you have? How many customers do you have?	Business Model How do you make money? How do you make money? How do you make money?
Investment How much money do you need? How much money do you need? How much money do you need?	Team Who are you? Who are you? Who are you?
End statement with call to action	
Why You?	

© 2014 OCITY. All rights reserved. OCITY is a registered trademark of OCITY. All other trademarks are the property of their respective owners. OCITY is not affiliated with any other organization. OCITY is not responsible for any damage or loss of data. OCITY is not responsible for any damage or loss of data. OCITY is not responsible for any damage or loss of data.

Pitch Canvas: es una herramienta de lluvia de ideas empresarial que le ayuda a estructurar y visualizar la propuesta en una página. Fue creado por David Beckett con un enfoque de diseño centrado en el inversor utilizando los elementos de ganancia de inversión de un Startup Pitch.



Pitch Professional: A través de videos, Pitch Professional ayuda a comprender los diferentes aspectos que se incluyen en The Pitch Canvas: el problema y la solución, el producto, la demostración del producto, lo que lo hace único, la tracción del consumidor, el modelo de negocio, la inversión y equipo. También se discute la metodología: Open-3-Close.



Natwest Pitch: Con NatWest Pitch puedes grabar múltiples pitch de ascensor en vídeo, con la particularidad de que debes estructurarlos en distintas secciones. Tienes que articular los aspectos clave de tu negocio y aclararlos en un tiempo récord.

Hay otros sitios web que generan el pitch para ti cuando incluyes la información que la página te está solicitando. Aunque consideramos que como dueño de tu negocio, y pitcher principal, debes crear el pitch tú mismo, aquí tienes algunos enlaces de interés que pueden ayudarte:

[Generador de tono de ascensor](#)

[Eggadrients del generador de tono del elevador](#)

Y no olvides esto: Siguiendo la lección anterior sobre cómo adaptar tu pitch a la audiencia, tienes que pensar qué material de apoyo es mejor usar dependiendo de quién te esté escuchando. No utilizaráa la misma información para presentar el negocio a un inversor que a un socio comercial, consumidor o jurado de algunos premios. Adapta todos tus pitch a la audiencia que vas a tener.

Conclusión

Si el formato de pitch de ascensor lo permite, debes aprovechar los materiales que tienes a tu disposición para respaldar tu presentación con contenidos visuales y atractivos.