

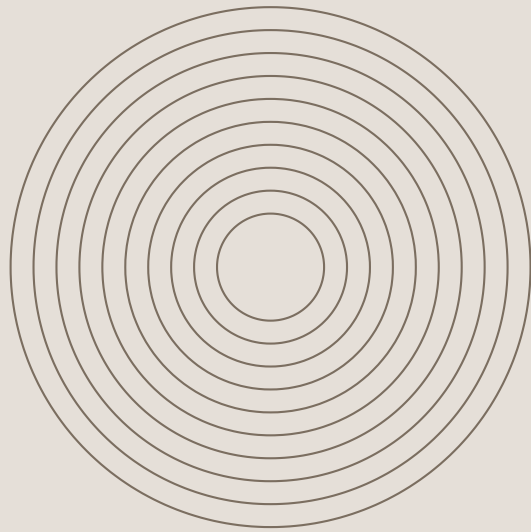


_ p i t c h d e a l t o i m p a c t o _

by: paulina marín

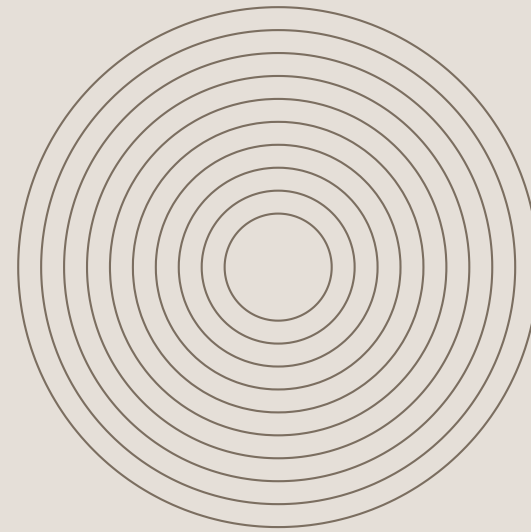
bienvenidas

_ a g e n d a _



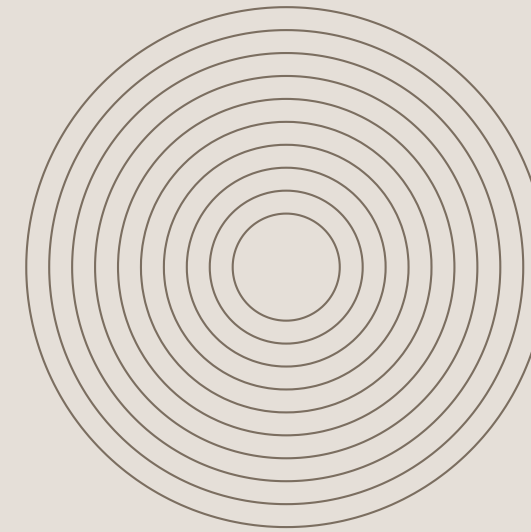
1. pitch

- 1.¿qué es?
- 2.tipos/tiempos
- 3.tweet pitch



2. pitch deck

audiencia
objetivos
estructura

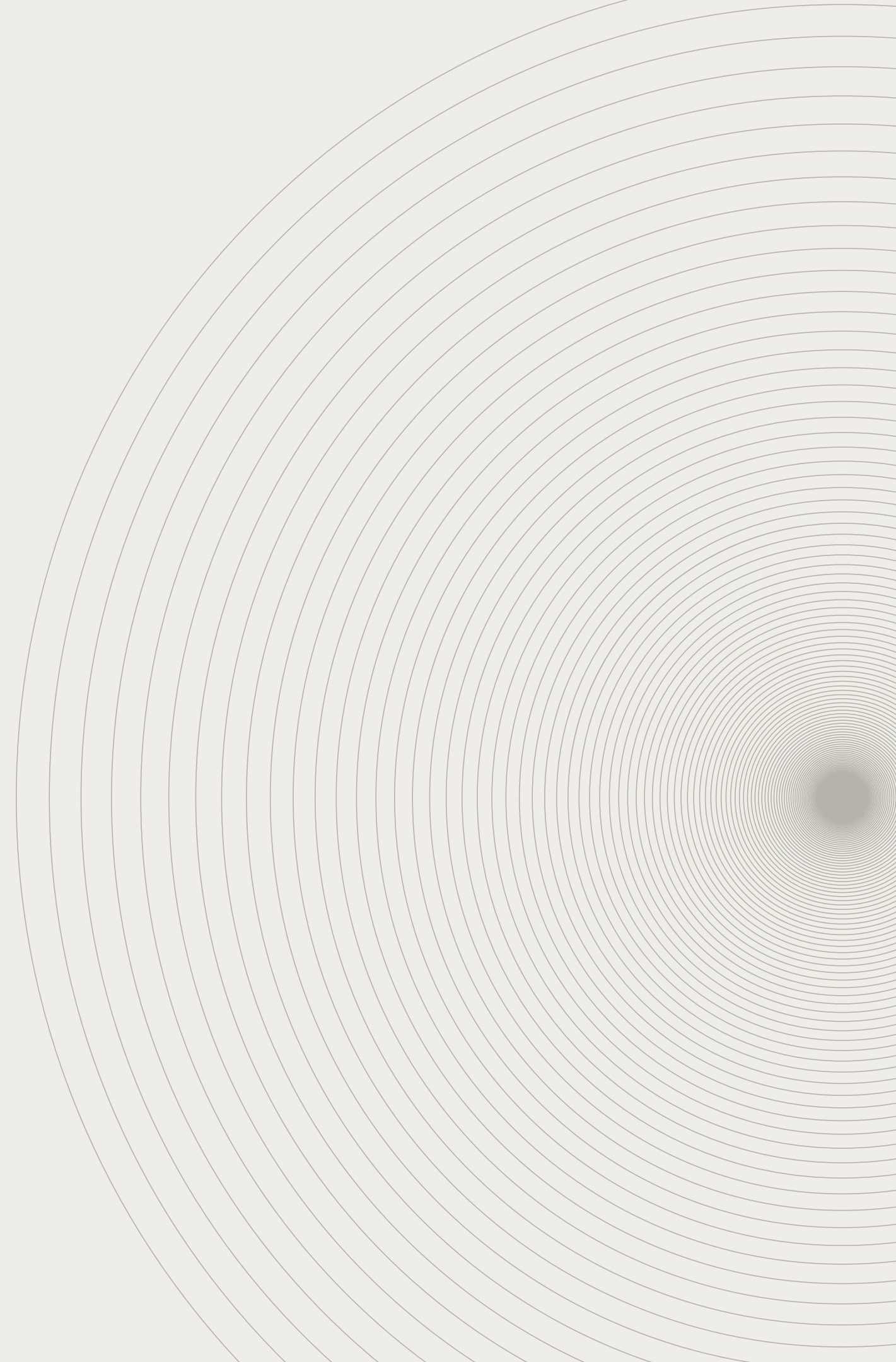


3. cierre

tips

1.

¿qué es el
pitch?

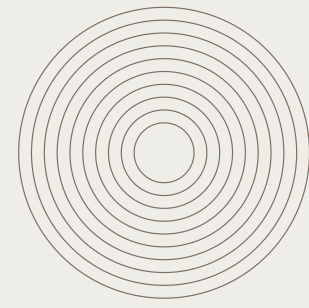


pitch

es la exposición de tus ideas de forma clara, atractiva
estructurada y simple.



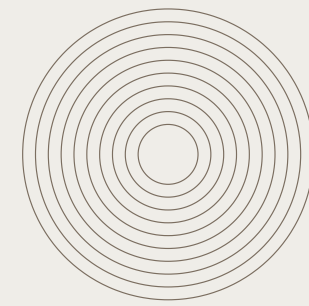
_tipos de pitch



tweet pitch
introducción al proyecto



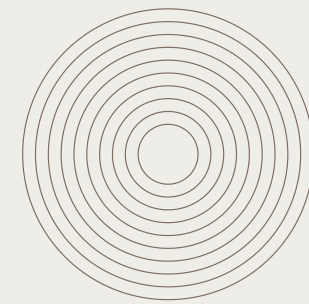
una frase



elevator pitch
problema a resolver, la
solución y propuesta



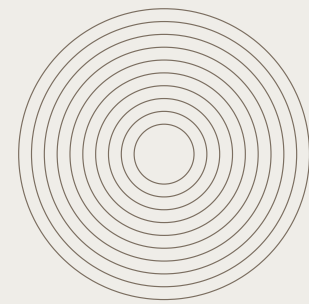
de 30 a 60
segundos



rocket pitch
mercado & equipo



3 minutos



investor pitch
MVP, validación,
distribución



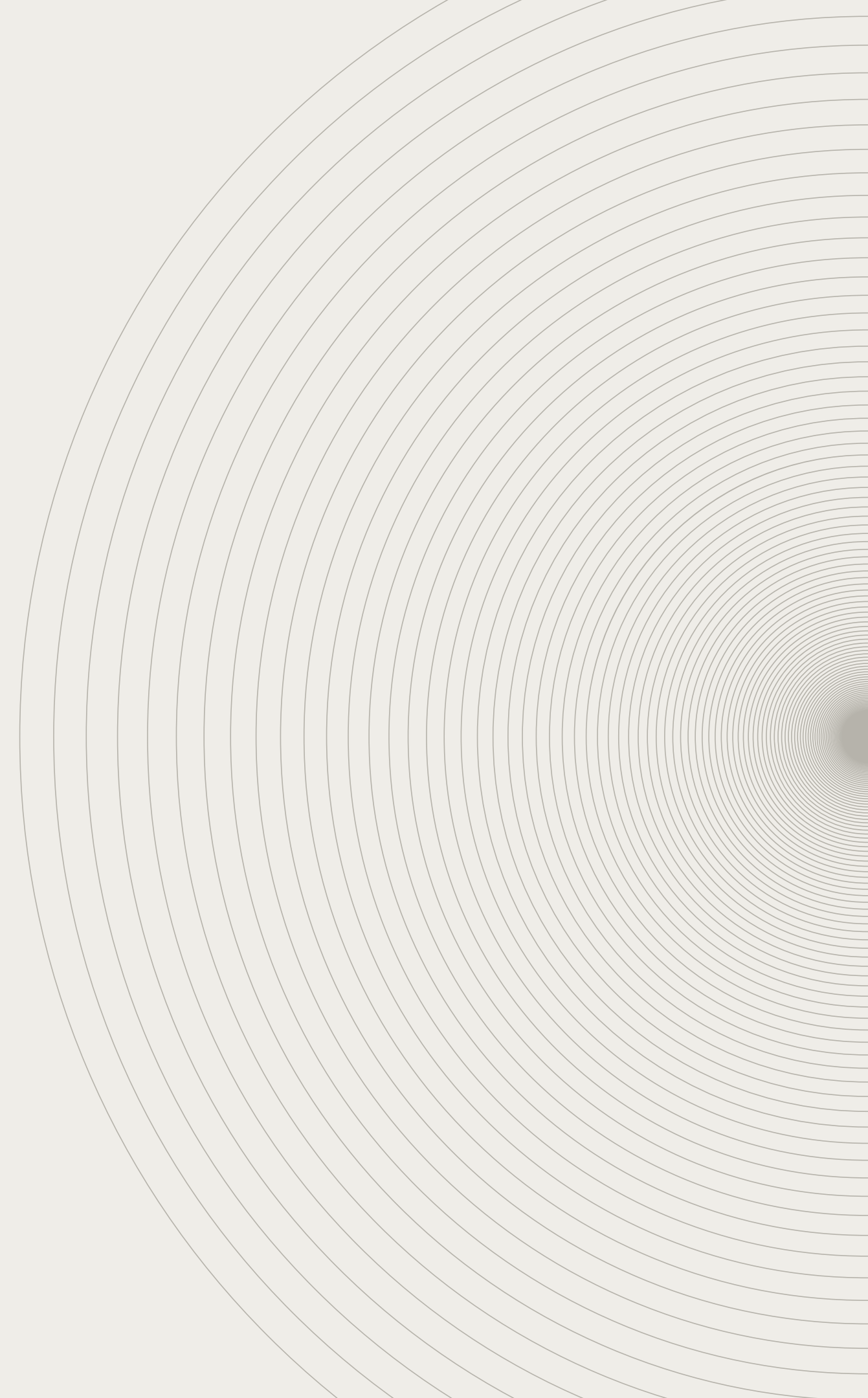
5/ 7/ 12
minutos

tweet pitch

(proyecto) está desarrollando (oferta específica)
para ayudar a (audiencia meta) con (problema)
al (ventaja competitiva)

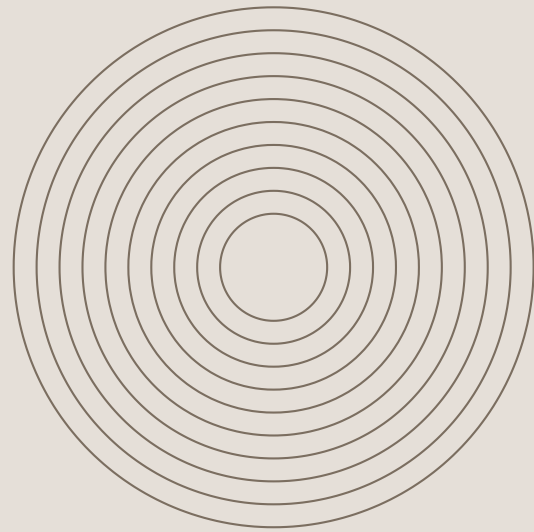
¿cuándo lo puedes usar?

1. pláticas de pasillo
2. en presentaciones
3. networking
4. en comidas de negocios
5. en descripciones de tus redes sociales

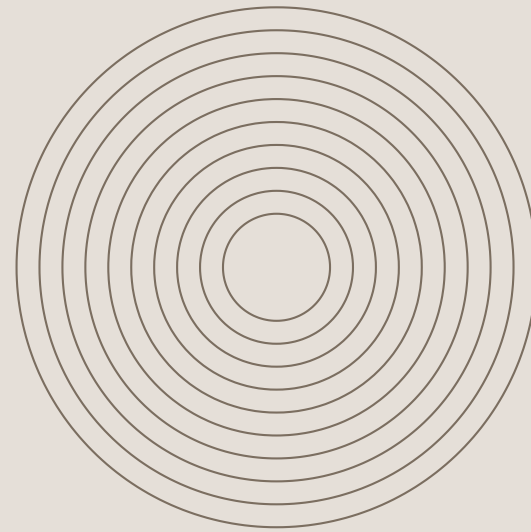


momento de practicar

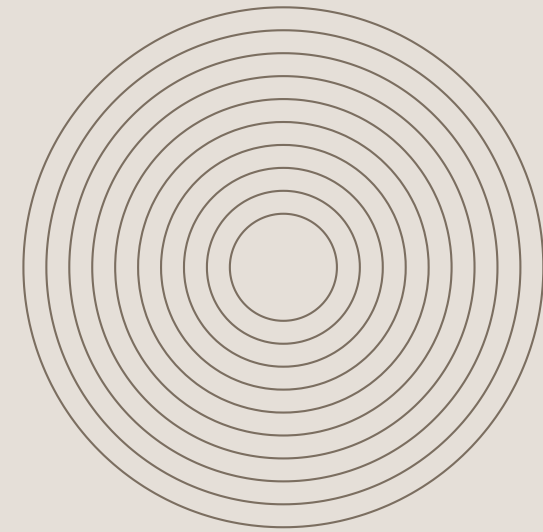
tweet pitch



usa palabras que impacten
pero que se entiendan
(busca que hables el mismo
idioma)



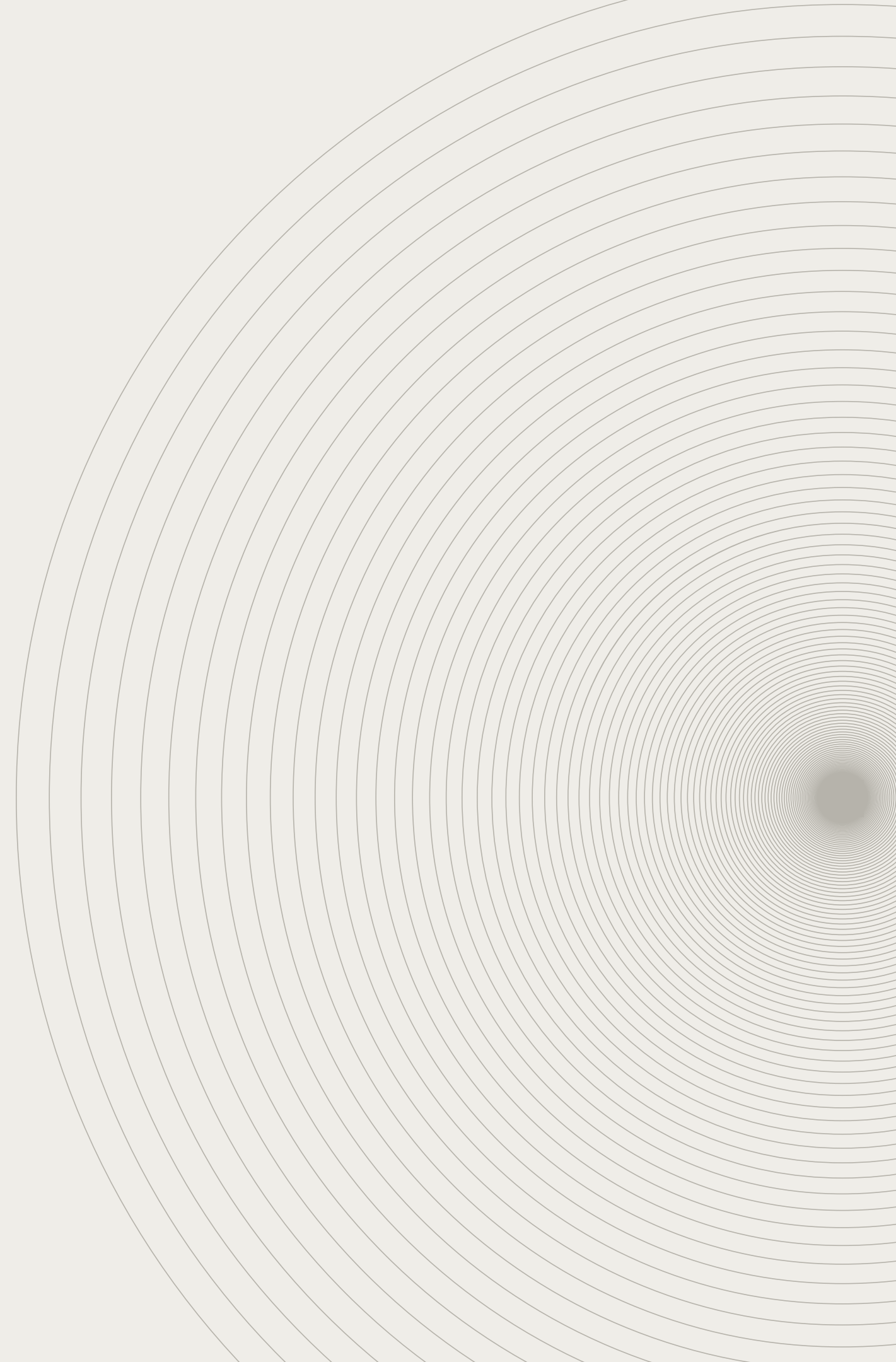
no pongas palabras de otros
en tu boca. hazlo tuyo,
siéntelo y entiéndelo
perfectamente



que sea consistente con el
tiempo. que todos sepan la
misma versión.
¡memorízalo!

2.

pitch deck





audiencias

----->

- 1.inversionistas
- 2.colaboradores
- 3.clientes alianzas

----->

- 4.representantes
- 5.líderes de opinión
- 6.equipos varios



_objetivo

es importante definir los objetivos que queremos lograr con nuestro pitch para que toda la información, la comunicación y esfuerzos vayan enfocados a alcanzarlos.

preguntas que debes resolver al crearlo

- ¿qué quiero comunicar?
- ¿cómo puedo despertar su interés?
- ¿qué idea principal quiero que se lleven?
- ¿cuál es mi intención? (darlo a conocer, vender, inversionistas, proveedores)

e s t r u c t u r a

pitch deck

1. problema
2. solución
3. mvp (producto mínimo viable)
4. status actual
5. análisis de mercado
6. tendencias & oportunidades
7. modelo de negocio
8. estrategia de entrada
9. competencia
10. el equipo
11. siguientes pasos
12. la solicitud



el problema

describir el reto/ problema/miedo/dolor/deseo/necesidad

¡usa el storytelling! cuenta el problema como si fuera una historia de alguien de tu familia, una anécdota personal; usa algo que viste en las noticias, en la televisión, redes sociales etc...



_la
solución

¿cómo tu producto/servicio soluciona lo anterior?

estamos haciendo x (resolviendo un problema) para y (para una audiencia específica) por z (proyecto), y nuestro secreto es que lo estamos haciendo de a forma.

Muestra tu versión beta, tu piloto, enseña algo tangible de lo que haces ahorita.



MVP:
minimum
viable
product

Objetivo: Materializa tu proyecto
Desarrolla un vídeo (sin sonido) corto y visualmente atractivo con imágenes o el recorrido que seguirán tus clientes.

(Puedes regalar muestras)

_estatus actual



¿Dónde estás hoy en día?

Cuenta el camino que has recorrido, lo que has probado y aprendido.

Demuestra tu trayectoria, con lo bueno y los cambios que has hecho para llegar a dónde estas ahorita.

17

_análisis de mercado

mostrar el potencial y el tamaño del
mercado a atender

puedes buscar estadísticas y datos de cuánto se está
invirtiendo, cuánto está creciendo, en cuánto está
valuado, las oportunidades y pronósticos a tu favor

tam (total addressable market)

sam (segmented addressable market)



_tendencias & oportunidades

-----> modas

-----> lo nuevo

-----> lo que está a punto de despegar

-----> lo que está en boca de todos

responde: ¿por qué nosotros y por qué ahora?

_modelo de negocio

¿cómo haces/harás dinero? ¿cómo
serás/eres rentable?

30%

¿cuáles son tus
fuentes de ingresos?

20%

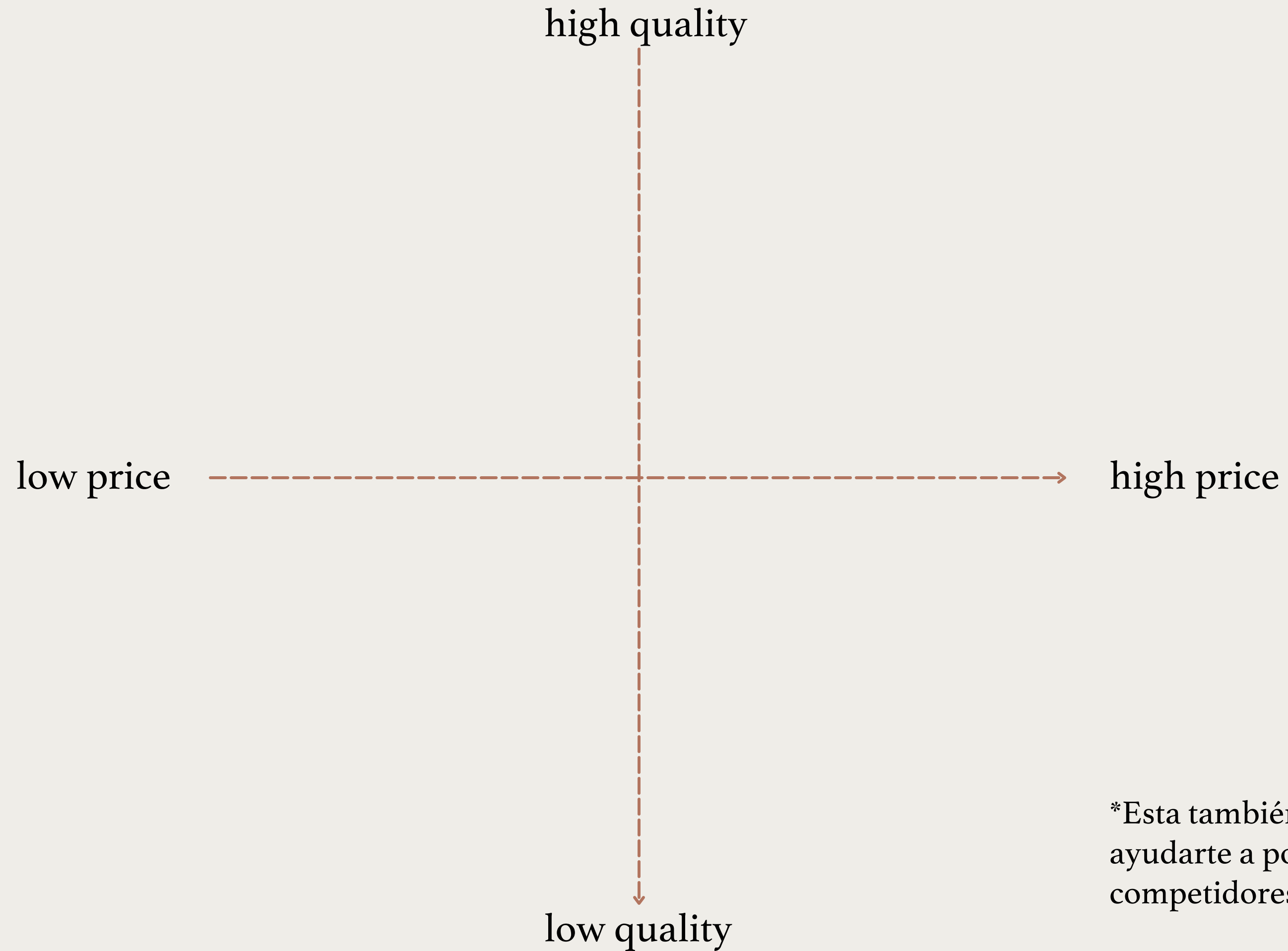
¿cuál es tu estrategia para
mantenerse “financieramente
saludable” a mediano y largo
plazo?

15%

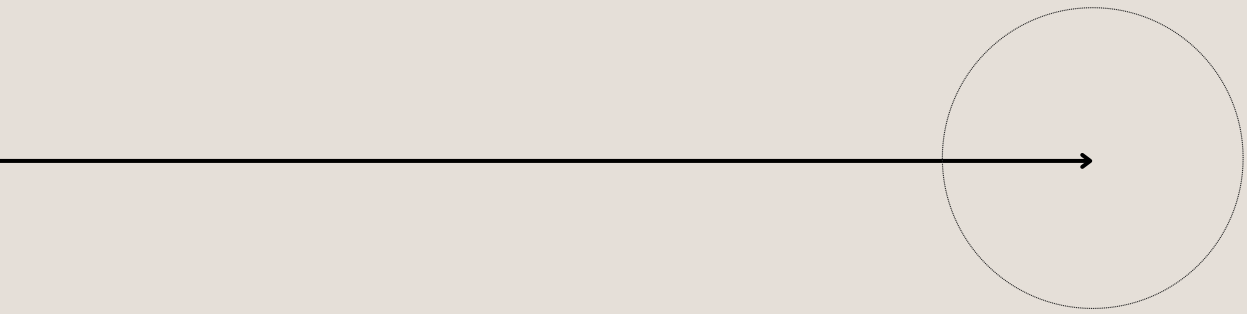
¿cuál es tu principal
diferenciador?

35%

¿cómo eres competitivo?
¿compites por precio o por
calidad?

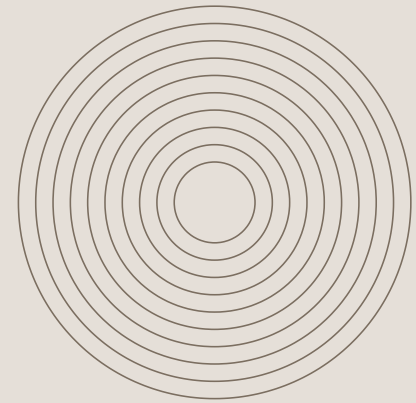


*Esta también puede
ayudarte a posicionar a tus
competidores y mapearlos

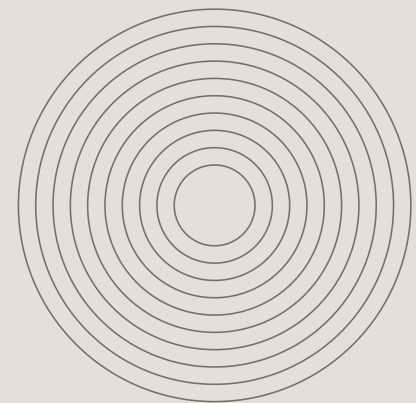


estrategias de entrada

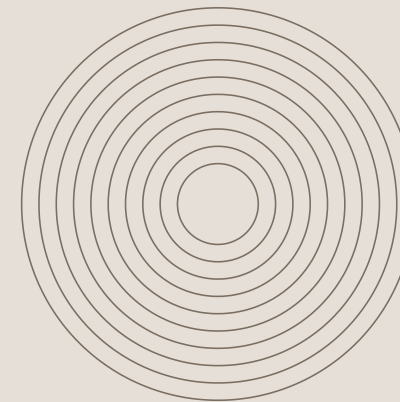
¿cómo vamos a entrar al mercado? ¿cómo nos vamos a dar a conocer?



estrategias para penetrar el mercado y ganar nuevos usuarios/clientes.



define las fases por pasos, tiempos e indicadores.



muestra tus alianzas estratégicas, canales de distribución, canales de comunicación y equipos involucrados.

competidores

¿contra quién vamos?

clasifica a tus competidores, evalualos, analiza lo que tiene cada uno y lo que no tiene

piensa cuáles son los directos, indirectos y sustitutos

equipo

¿quién te acompaña en esta aventura?

quiénes te respaldan y garantizan el éxito del proyecto

humaniza tu pitch, dí quiénes son, su background, lo que aportan al proyecto y sus responsabilidades

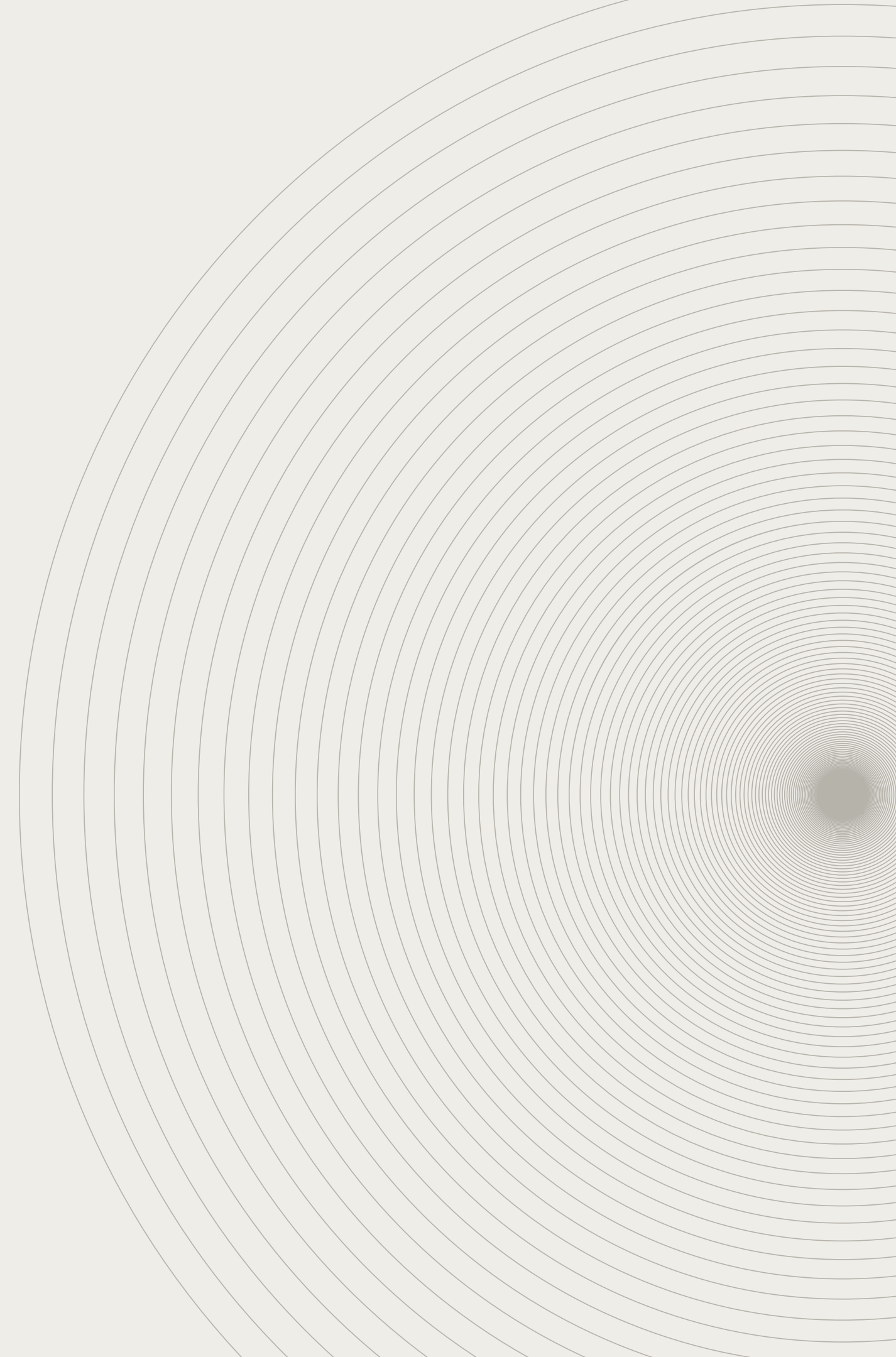
A person wearing a white ribbed sweater is sitting at a desk. A laptop is open in front of them, and a white cup is visible on the desk. The background is a plain, light-colored wall.

la solicitud _____

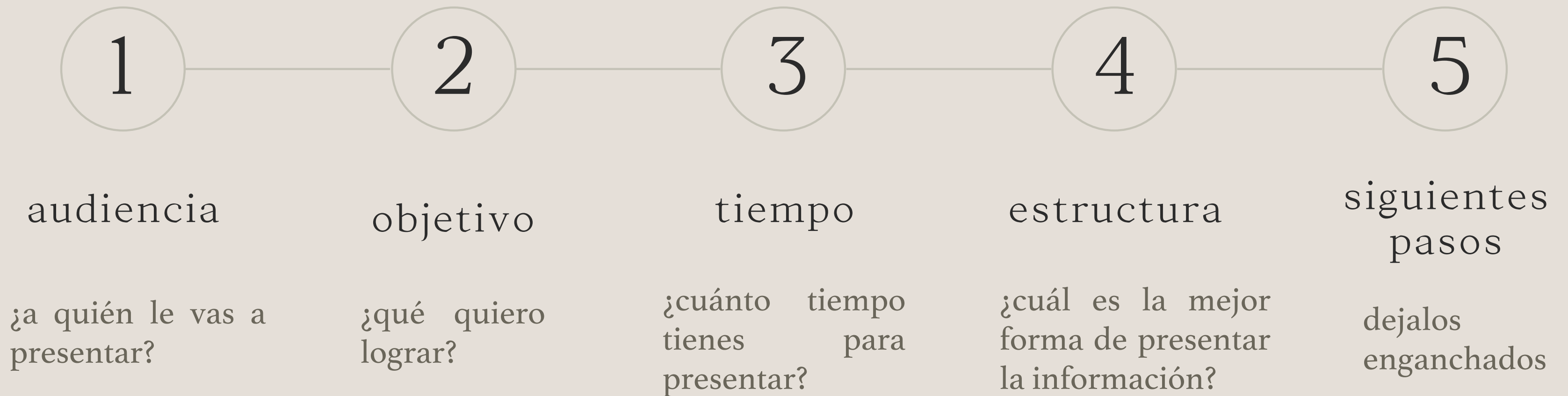
claro y concreto

- _ ¿qué buscamos?
 - _ ¿para qué lo queremos?
 - _ ¿qué ofrecemos?
-
- ofrecer tarjeta de contacto, celular o algo para dar seguimiento.
 - buscar seguir la conversación en otro momento

cierra con alguna
frase, chiste o call
to action



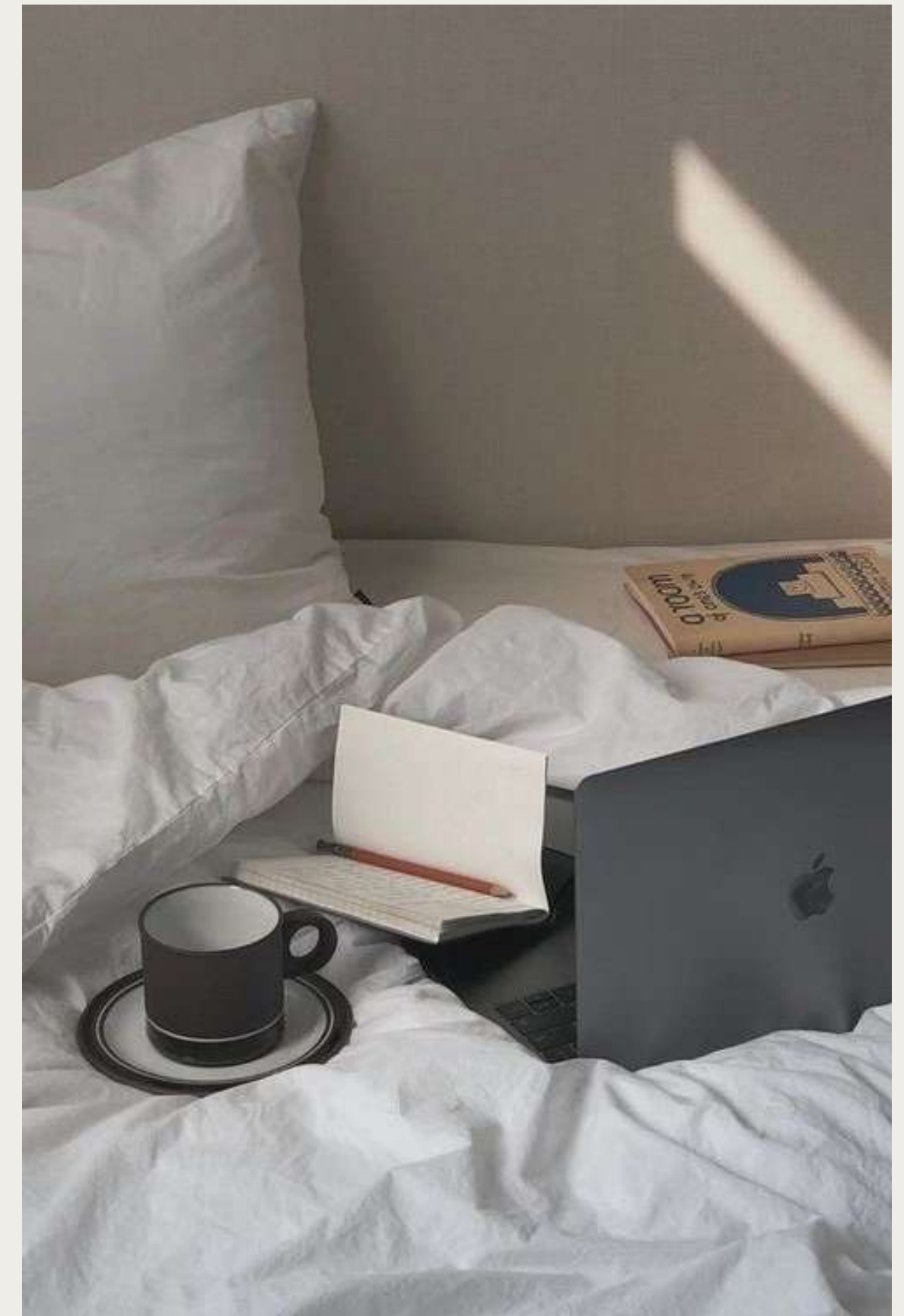
_preparate



25

_friendly reminder:

- existen muchos tipos de pitch y de estructuras.
- puedes basarte en esta y poco a poco construir una que se adecue a ti y a tu negocio
- recuerda siempre practicar antes y medir tus tiempos
- revisa muy bien que se entienda la cronología
- si usas una presentación cuida los detalles, sin atascar
- la información. que se vea limpia y sencilla. (AGUAS con los errores ortográficos)





es normal estar
nervioso, trabarte y que sea difícil
al principio...

sigue practicando y cada vez te
saldrá más natural hablar de tu
proyecto.

27

“comienza
donde estás.
usa lo que
tienes. haz
lo que
puedas.”

• arthur ashe.

