



# Un Buen Pitch

# Sobre la Presentación Oral



**ASIGNATURA:** Innovación Tecnológica. -**PROYECTO FINAL -GRUPOS Y TEMAS-**



## Concepto: Elevator Pitch

- La presentación deberá realizarse en formato “**Elevator Pitch**”, término que describe la capacidad que todo innovador / emprendedor debería fomentar para que, en lo que dura un trayecto de ascensor (<1min), consiga convencer a su jefe / inversor / socio / colaborador sobre la oportunidad que supone apostar por su idea / visión / proyecto / modelo de negocio
- Así pues, el Pitch debe ser **directo, claro y conciso** a la vez que **creativo y original**.
- El objetivo debe ser crear impacto, convencer, disipar dudas, maximizar la retentiva del mensaje y la llamada a la acción posterior.

(en sesiones teóricas previas se tratarán dichos elementos distintivos para que puedan ser puestos en práctica en la presentación oral)

## Normativa para la Presentación Oral del trabajo (37,5% de la nota del trabajo)

El trabajo de la asignatura deberá presentarse oralmente en las sesiones específicas planteadas para ello:

- 10 diciembre
- 17 diciembre

Todos los alumnos deberán presenciar las presentaciones de sus compañeros de otros grupos de trabajo.

De este modo, desde la asignatura de “Innovación Tecnológica” recogemos el concepto de Pitch y lo adaptamos a nuestras necesidades, siendo los siguientes puntos, aspectos que se valorarán:

- La exposición durará **7 minutos como máximo**
- Se fijará un tiempo de **15 minutos de ronda de preguntas** por parte de alumnos y profesor
- **Todos** los miembros del grupo deberán tener una **participación activa** en la presentación
- La evaluación de la presentación oral del trabajo no sólo valorará el **contenido aprendido y transmitido** por parte de los componentes del grupo sino que también se fijará en el **grado de asimilación y ejecución de los elementos distintivos de un buen Pitch**
- **Se hará entrega de la presentación en formato PDF**



# Ejemplos de Pitch



**ASIGNATURA:** Innovación Tecnológica. -**PROYECTO FINAL -GRUPOS Y TEMAS-**

## Ejemplos de Pitch

[https://www.youtube.com/watch?v=5wpMaIBHE\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=5wpMaIBHE_Y)

[https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG\\_Yjgvl](https://www.youtube.com/watch?v=2b3xG_Yjgvl)

<https://www.youtube.com/watch?v=cWsKG03rqTM> (hasta min 2:10)

Best Demo Day Pitch Ever - Twodo - Startupbootcamp 2013

<https://www.youtube.com/watch?v=XSk3xO2-3rE>

# Objetivo: Venta de un Business Plan

## Para vender es fundamental

La **IDEA** y la necesidad resuelta es importante y captará la atención

Demostrar la habilidad del **EQUIPO** para llevar a cabo su **EJECUCIÓN** será primordial para conseguir tu objetivo de financiación o aval para llevarla a cabo

La lucha se juega en el terreno de la **ATENCIÓN** y de la transmisión de **SENCILLA** de conceptos

## Decálogo de ayudas para la Venta

1. Comentar **tangibilidades** reales, hechos plausibles y realizables
2. Mostrarte **honesto** y transparente
3. Ser escuetos, exponer con **concisión y claridad** de ideas. No cabe la posibilidad de contradecirse a lo largo de la presentación.
4. Presentar un **modelo de ingresos y gastos**, en él se fijarán gran parte de las miradas: sobre él se sustenta la sostenibilidad del negocio presentado
5. Aterrizar la **ejecución** del proyecto, un plan de acción exigente que aporte **resultados al corto plazo**
6. Demostrar que no partís de cero: avances previos y reflejar **conocimientos** sectoriales específicos
7. Demostrar habilidad en **gestión y comunicación**
8. Proponer un **plan de marketing y comunicación** barato y efectivo para el lanzamiento del negocio
9. Cuidar la **atractividad** del formato del documento entregable y de la presentación oral final
10. Y, sobretodo, mostrar **seguridad** en el equipo, el negocio expuesto es idea u utopía pero solo bajo la responsabilidad de este **EQUIPO**, con su ilusión y capacidad demostrada, puede tomar forma

<http://innovationthoughts.com/2012/06/04/graduate-programme-la-venta-de-un-business-plan/>



# Nube de Conceptos de un Buen Pitch

**PITCH = Intriguing invitation to have a conversation**

*Curiosidad*

*Ritmo*

Los episodios hacia el éxito

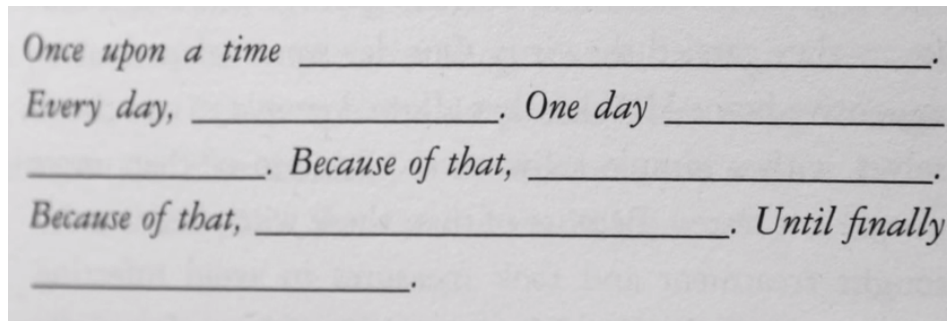
**Fluidez**

**Objetivo: generar suficiente interés como para conseguir un segundo encuentro**

**Hoy, todos somos / debemos ser vendedores**

*PITCH = Oportunidad para un segundo meeting*

**Storytelling**  
**Narrativa**  
**Hilo argumental**



**Persuadir**  
**Convencer**  
**Vender**

**¿Qué te hace único para resolver esta necesidad?**

*Guiar a la audiencia a hacerse preguntas y respondérselas*

**Economía de la Atención**

Proceso acumulativo de conocimiento

**Transmitir seguridad y confianza**

Si el pitch persuade, anticipa preguntas

**No contar lo que la audiencia ya sabe**

**Y si ya lo sabe que sea para cambiarle un preconcepción u ofrecerle un cambio inesperado**

*Reconocer debilidades pero poniéndoles remedio*

**Pitch evoluciona, es dinámico, está vivo**



1

## *Título*

***Evocador y sintetizador***

***Preséntate: Nombre y Empresa***

***Datos de contacto***



# 10 contenidos clave de un Pitch triunfador

2

## *Problema / Oportunidad*

***“Pain Point” aliviado o placer entregado***

3

## *Value Proposition*

***Transmite el VALOR y POTENCIAL del problema resuelto o del placer entregado***

4

## *Resaltar lo “mágico”*

***Describe brevemente la receta mágica que te hace ÚNICO (mejor esquemas que texto y si tienes un piloto o demo es el momento de sacarlo a la luz)***

5

## *Modelo de Negocio*

***Modelo con los flujos de conocimiento, productos, servicios, colaboradores orientado al cliente y diseñado para generar negocio de tu idea***

*“Explain who has your money temporarily in his pocket and how you’re going to get it into yours”, Guy Kawasaki*



# 10 contenidos clave de un Pitch triunfador

6

## *Go-To-Market*

***Resuelve cómo vas a llegar a tus clientes / consumidores / usuarios***

7

## *Análisis competitivo*

***Visión completa del panorama competitivo del sector en el que te adentras. Deja claro tu lugar en él.***

8

## *Equipo*

***Jugadores del partido, entrenadores, asesores, directivos y sponsors hasta la fecha***

9

## *Finanzas y KPIs*

***Proyección realista (bottom-up) económica-financiera a 3 años. Incorpora KPIs (ratios de conversión)***





# 10 contenidos clave de un Pitch triunfador

10

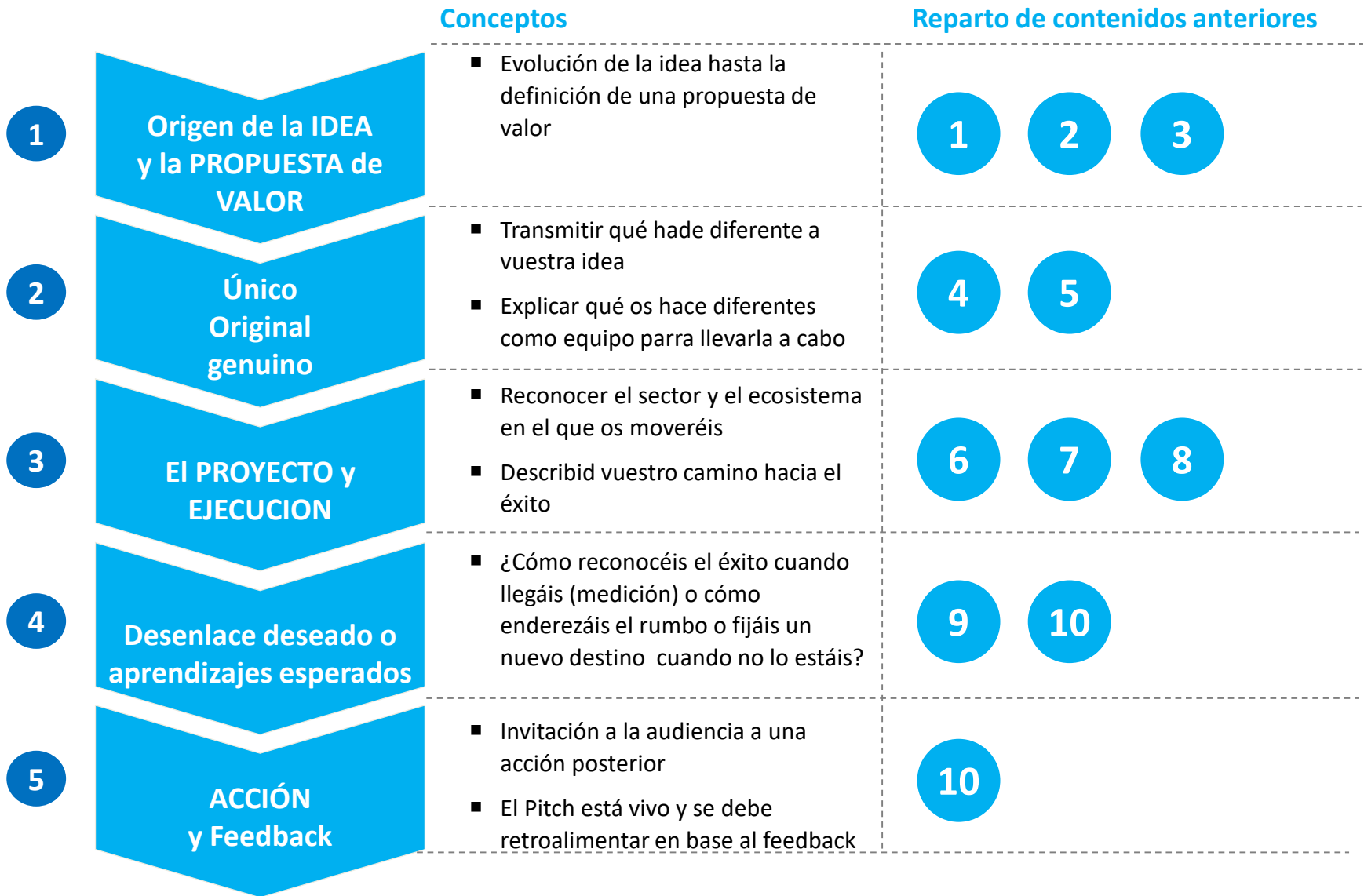
*Situación actual*

*Logros y fracasos hasta la  
fecha*

*Dónde llegaremos todos juntos*

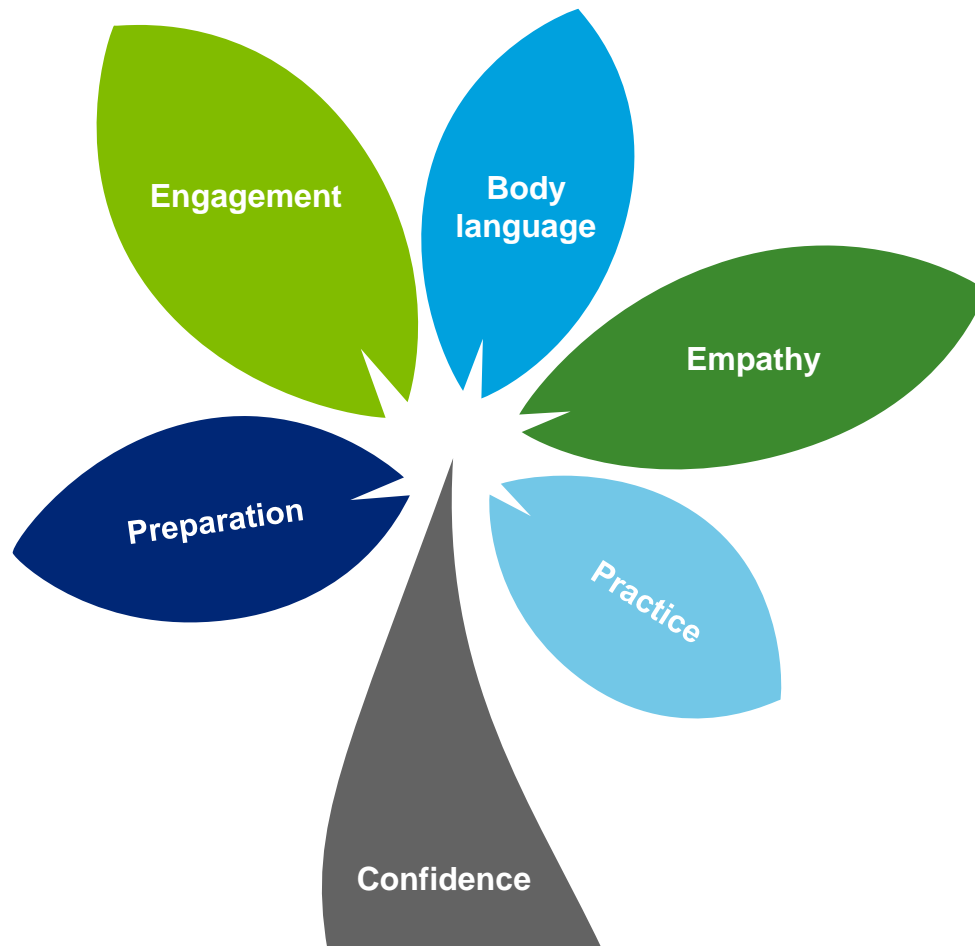
***En base a lo recorrido, expón tu  
promesa, tu oferta y cómo utilizarás  
los fondos para cumplirla***

# Componentes de un Buen Pitch



# Triunfar en presentaciones públicas

**Confidence** is the key element to conveying a persuasive message.



**Preparation**  
 You must know what the material that you will be presenting well.

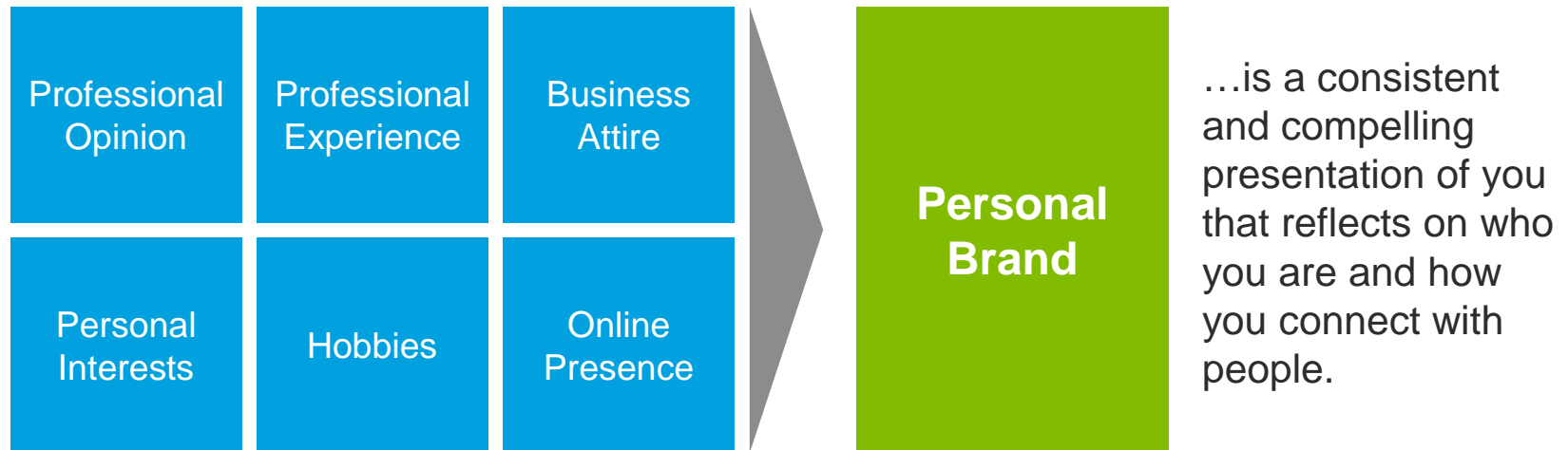
**Engagement**  
 Keep consistent eye contact with your audience, speak with enthusiasm, and add a personal touch to the conversation.

**Body Language**  
 Other than the spoken words, be mindful of your posture and gestures that can convey an equally important message to your audience.

**Empathy**  
 Appeal to the empathy and sensitivity of the audience. Be mindful of your words and how it can be perceived by the listener.

**Practice**  
 Effective public speaking takes practice and experience from speaking in front of others.

# Más allá del Pitch: Personal Branding



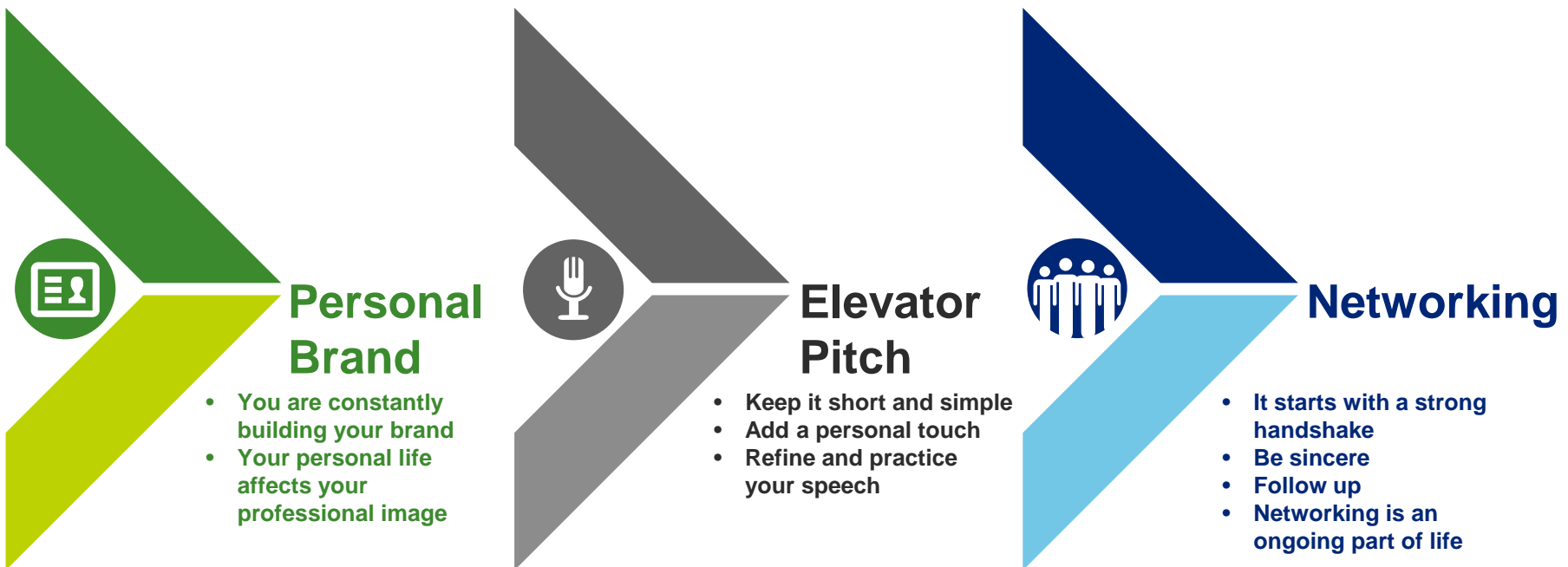
“You are what you share.”

The lines between your personal and professional profiles are blurred. You never stop building your brand whether or not you are consciously trying to make an impression.

# Más allá del Pitch: Personal Branding

## Key Takeaways

Mastery of any skill requires practice and the encourage to overcome development needs.





# Más allá del Pitch: tu propio Elevator Pitch

Elevator Pitch: 30 seconds summary about you, your goals, and your request to share with someone influential.

## DO's

- Sound conversational, natural, and sincere
- Keep it under 1 minute
- Write and refine your speech to eliminate unnecessary words
- Practice your speech, but don't sound rehearsed
- Develop different versions for different audiences
- Use examples and stories to help support your points
- Focus on how you can benefit – answer “what’s in it for me?”
- End with an actionable request

## DON'Ts

- Ramble
- Use jargon
- Forget to update your speech as your situation changes

“Be clear, concise, and confident.”





## Criterios de Evaluación de la Presentación

- ✓ The mark will be individual for each member of the group
  - ✓ But some aspects will be evaluated equally for all the group

Concept	%	Not adequate (0-4)	Basic (5-6)	Adequate (7-8)	Excellent (9-10)
Contents and timing	20	None of the following	The presentation is based on the content of the written paper	Principal ideas are empathized	Right timing is followed
Introduction, topic and methodology presentation	10	None of the following	These elements are presented according to the context of the project	There is a logic connection between these elements	Audience is engaged by introducing elements that contribute to generate interest
Body presentation	10	None of the following	Cases used for the project are described	Only relevant data is presented. Cases are well summarized	The body presentation is clearly connected to the introduction



# Evaluation Criteria

Concept	%	Not adequate (0-4)	Basic (5-6)	Adequate (7-8)	Excellent (9-10)
Conclusions presentation	10	None of the following	Conclusions are presented according to the content of the written paper	Conclusions are relevant, offer personal and relevant points of views and demonstrate critical reasoning	Key conclusions are transmitted to the audience in a memorable way
Presentation quality	15	None of the following	The structure of the presentation is logic	Contents on slides are relevant and visible for the audience	The design is appealing
Language utilization	15	None of the following	Basic concepts are used properly	Style is adequate to the context (a master lesson)	Deep and complete technical vocabulary usage
Communication abilities	20	None of the following	Basic communication elements are respected (looking at the audience, not the slides, right voice tone, etc.)	Advance communication elements are used (use of voice modulation to capture attention, gestures usage)	Attention of the audience is effectively kept





## La Audiencia también tiene deberes...

- ✓ You will be given a feedback form
- ✓ With it you will also evaluate all the presentations of your colleagues
- ✓ After your presentations you will receive the feedback forms from the rest of the class
- ✓ Feedback forms will be anonymous
- ✓ These feedback forms will have no impact on the presentation mark