

Voitto

EBOO
K

Como fazer um
PITCH perfeito.



DICAS PARA A LEITURA DESSE EBOOK

Olá! Este eBook é um guia interativo que, além de texto, você vai encontrar links, botões e um índice clicável.

Os botões presentes no canto esquerdo superior das páginas servem para que você possa ficar à vontade para compartilhar o material com seus amigos se você gostar do conteúdo. 😊

Na parte inferior, temos um botão que leva você, automaticamente, de volta ao Índice. Nele, você pode clicar em cada capítulo e ir diretamente para a parte que deseja ler.

Como última dica, saiba que quando o texto estiver [assim](#), quer dizer que ele é um link para uma página externa que vai ajudar você a aprofundar o conteúdo. Sinta-se à vontade para clicá-lo!

Esperamos que essas funções te ajudem para aproveitar ao máximo este material.



Boa leitura

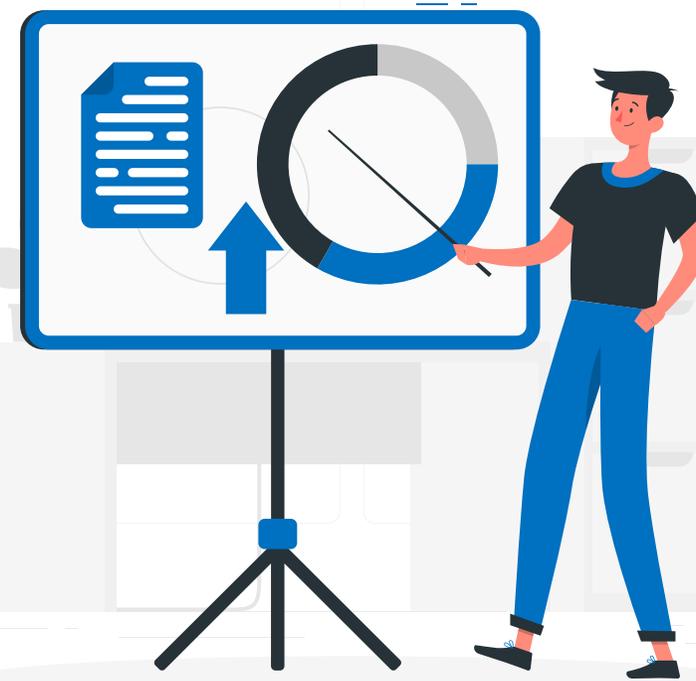




O que é pitch?	4
O que fazer e o que não fazer?	10
O que deve conter no seu pitch	14
Como se capacitar?	30



O que é um PITCH?



O que é um pitch?

Pitch é uma rápida apresentação com a finalidade de despertar o interesse de alguém (cliente ou investidor) pelo seu **negócio**, ou até mesmo por **você**.

- ✓ O pitch deve conter apenas informações **essenciais** e que sejam um **diferencial**.
- ✓ Ele poderá ser apresentado **verbalmente** ou através de uma **pequena apresentação** para ilustrar os principais pontos.



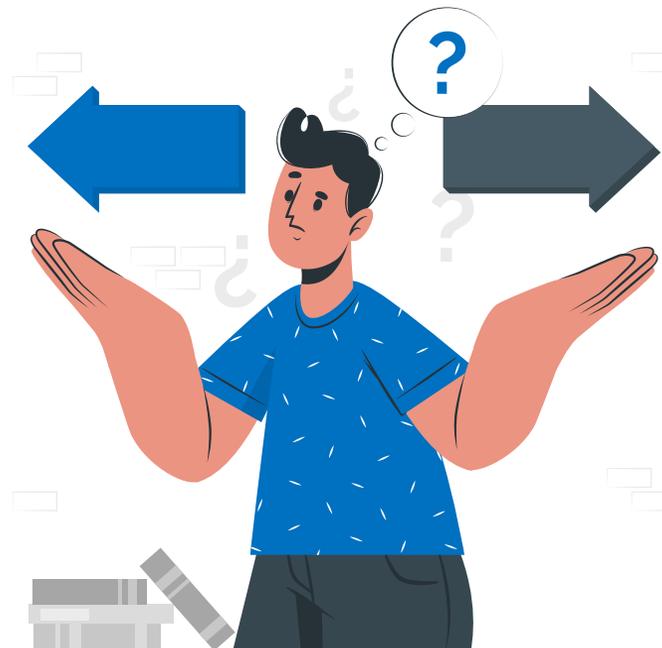
Quais são os principais tipos?

Agora que você já sabe o que é um pitch de forma bem geral, é importante que você **conheça alguns tipos** para ter **maior diversidade** ao escolher qual o melhor modelo na situação em que você estiver:

One-sentence pitch

Elevator pitch

Pitch de vendas

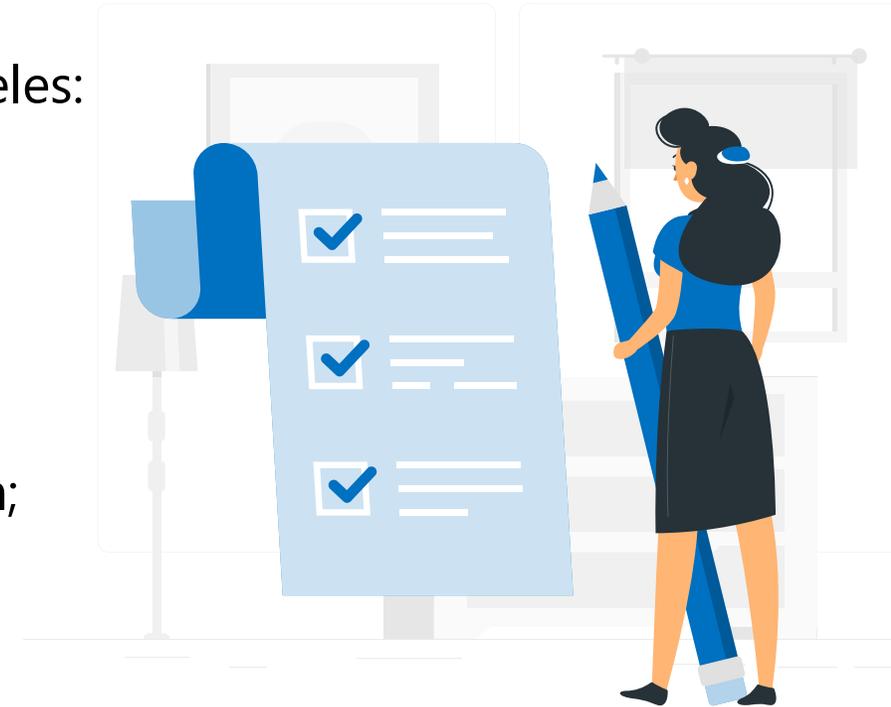


One sentence pitch

Nessa modalidade, a empresa é resumida em **apenas 1 frase** com, no máximo, 3 linhas, e deve gerar uma **ideia clara e direta da organização**.

5 pontos devem ser abordados na elaboração desse pitch, são eles:

1. Nome da **companhia**;
2. Qual o **principal produto** em desenvolvimento;
3. Qual **segmento de mercado** a empresa atua;
4. Quais são os **problemas** que os seus produtos **solucionam**;
5. Qual o **principal diferencial** da sua empresa e dos seus produtos.



Pitch de vendas

Deve abranger os **melhores aspectos** do seu negócio de forma **suscinta**, podendo ter diferentes tempos disponíveis, a depender da ocasião.

Durações de um pitch de vendas e como se comportar em cada um:

1. **3-5 minutos:** aprofunde mais os dados que no exemplo anterior, pode acrescentar uma análise de mercado e perspectivas de crescimento;
2. **7-10 minutos:** além dos pontos anteriores, explore também as projeções do mercado;
3. **Até 20 minutos:** primeiramente, foque em manter a atenção do público. Não esqueça, aqui a objetividade e persuasão são palavras de ordem.



Elevator pitch

É muito comparado com uma conversa no elevador pela **velocidade** em que ocorre e a necessidade de ser **objetivo ou objetiva**.

3 pontos para você se sair bem em um *elevator pitch*:

1. Domine o **assunto** que você queira apresentar para alguém em pouco tempo, seja sobre seu produto ou sobre você;
2. Não esqueça dos **itens básicos** como persona, segmento de mercado e o diferencial;
3. Esteja sempre **preparado ou preparada**, nunca se sabe quando você precisará usá-lo.





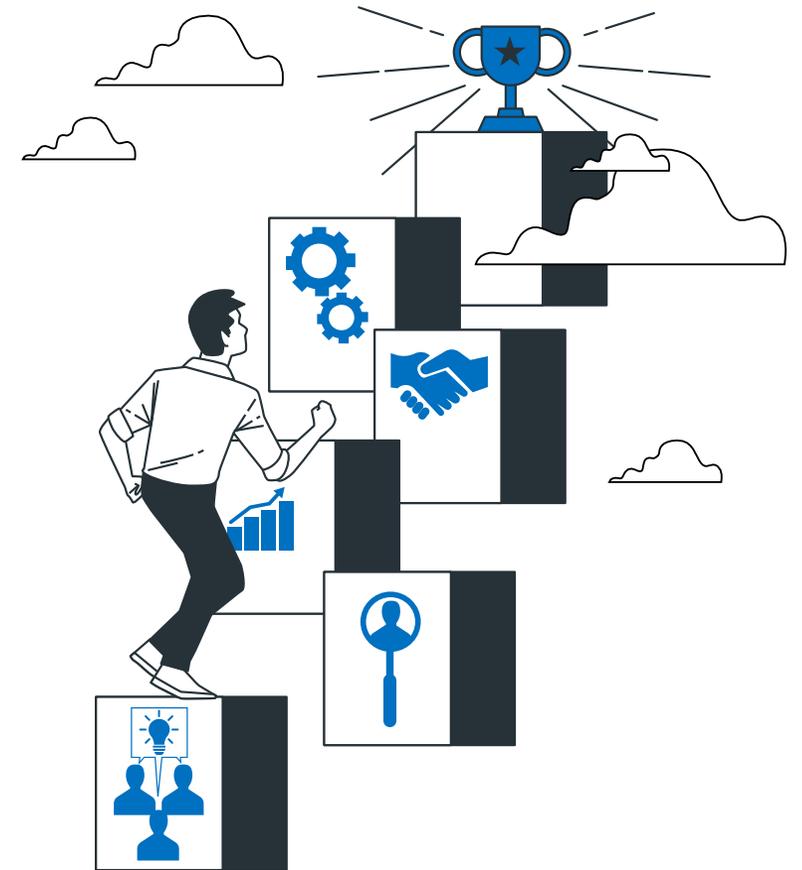
O que FAZER
e o que NÃO FAZER?



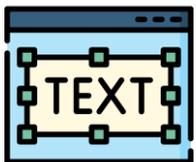
O que não fazer no seu pitch?

Você já aprendeu que objetividade e clareza na sua comunicação são essenciais para um bom pitch. Mas além disso, há alguns hacks que te colocarão à frente de outros **candidatos** ou **concorrentes** que ainda não foram falados.

Dê uma olhada na próxima página e aprenda **“10 hacks para melhorar seu pitch”**.



10 hacks para melhorar seu pitch



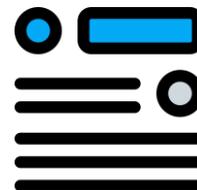
Evite muitos textos: isso pode tornar sua apresentação **cansativa** e fará com que o público perca a atenção.



Prefira imagens: além de serem mais intuitivas, é mais fácil de fixar a atenção e passar uma mensagem mais **clara**.



Use exemplos reais: contar histórias geram uma **interação** maior com o público e maior **aproximação**.



Títulos intuitivos: traduza no título exatamente **o que você quer falar** no conteúdo apresentado.



Cuidado na leitura do slide: jamais leia **palavra por palavra** do slide! Fale além do que sua apresentação diz.



Tamanho da fonte: utilizar fonte 12 só para caber mais texto não é uma boa ideia. Busque saber como será a apresentação, o local e o público e adapte-se!



10 hacks para melhorar seu pitch



Evite “...” e “!!!”: Utilizar mais exclamações não fará com que seu conteúdo seja **mais ou menos interessante ou chamativo**.



Apaixone-se pelo produto: falar de um negócio **super encantador** de forma **monótona** e **sem emoção** fará com que ele perca o brilho.



Histórias pessoais: ninguém é melhor para contar sua história que você mesmo. Utilize **seu exemplo, sua relação com seu produto**.



Divirta-se: não confunda diversão com brincadeira. Conduza o momento do seu pitch de **forma leve** para **você** e para seus **ouvintes**.





O que DEVE CONTER no seu pitch?



SHARK TANK

Em todas as situações dessa parte traremos um exemplo para facilitar o entendimento.

Utilizaremos exemplos reais do **Shark Tank**, um programa televisivo onde empreendedores e empreendedoras fazem um **pitch** com duração em torno de **1 a 3 minutos**.

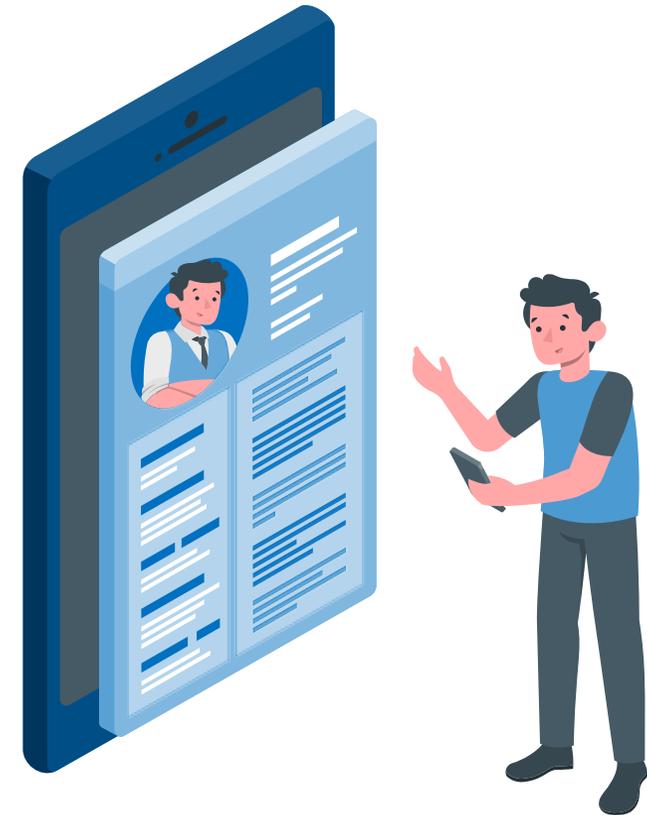
The graphic part of the Shark Tank logo, featuring the words 'SHARK' and 'TANK' in a large, bold, blue, sans-serif font. The letters are stacked vertically. The background is a dark blue underwater scene with bubbles and a shark's head visible on the right side. The letter 'K' in 'TANK' has a jagged, saw-tooth edge on its right side, mimicking a shark's fin.

SHARK
TANK

Slide de abertura

Aqui não tem muito mistério!

Além de **informações básicas** como: **seu nome, nome da empresa, o e-mail** e até mesmo o **site**, coloque uma frase - atenção, **apenas uma frase** - para identificar sua empresa. De preferência, com apenas uma linha.



Slide de abertura

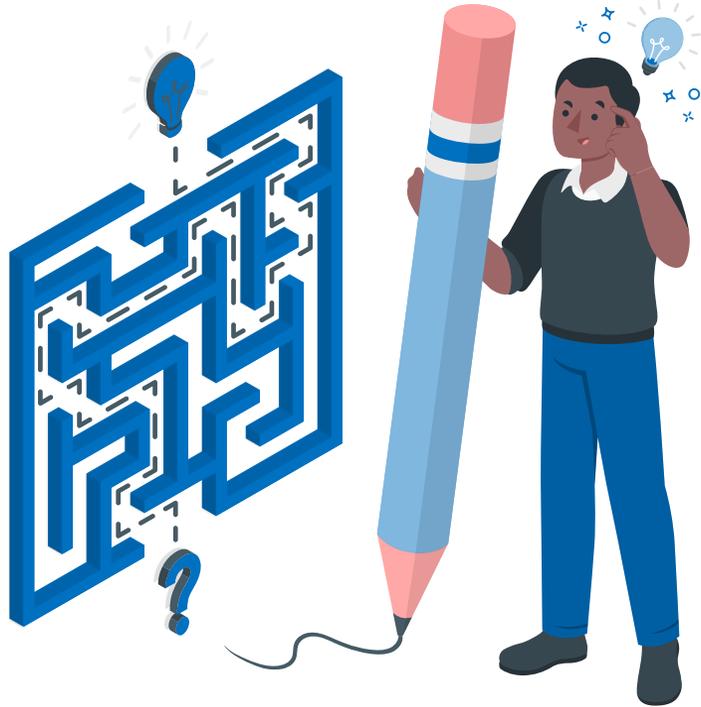
No caso do slide de abertura, nesse programa não há um material de apoio. Entretanto, podemos identificar em alguns programas a **frase que resume o empreendimento**.

Clique no ícone do YouTube para acessar o vídeo. O tempo em que o exemplo se dá é entre 1:13 até 1:16. O empreendedor da Bionicook, **em apenas 3 segundos**, resume do que se trata seu negócio:

“Primeiro fast food 100% operado por um robô”



O problema



“Qual problema seu produto vai solucionar?”

Essa pergunta deve ser respondida nessa etapa. Apresente uma **problemática atual** - ou até mesmo **futura** - que você quer resolver com o seu negócio. Não se esqueça: **clareza** e **objetividade** são palavras de ordem aqui.

Resuma em 30 segundos o problema.



O problema

É importante que o problema seja um **problema real**, que seja um incômodo para a sociedade. Nessa etapa, utilizar um discurso com viés **emocional** é permitido.

O tempo em que o exemplo se dá é entre 0:32 até 0:43. Os empreendedores do “PLT 4way” resumiram o problema em **11 segundos**. Perceba com é um problema real:

“Hoje, no Brasil, somente 3% da população tem fluência no idioma inglês.

Em contrapartida, mais de 50% das empresas buscam por profissionais que tenham proficiência no inglês.”



A solução

Quem será beneficiado? Por que isso é bom para seus clientes? Como será sua solução?

Você pode utilizar algumas imagens ou até desenhar um fluxograma ilustrando como será o processo e a maneira que seu produto irá trabalhar.

Uma forma de fazer isso é utilizar 4 imagens na seguinte sequência: **você faz isso – depois, vai para este ponto – como consequência, teremos isso – por fim, esse é o resultado.**



A solução

A solução deve ser algo, de forma que: se não for pelo seu produto, o problema não será tão bem solucionado. **Gere valor!**

O tempo em que o exemplo se dá é entre 0:44 até 1:05. Os empreendedores do "PLT 4way", **logo depois de terem mostrado o problema**, apresentaram qual a solução deles para impactar no desafio abordado. Repare como eles utilizam um **exemplo pessoal**:

"Aí que nasce a "PLT 4way", com uma metodologia inovadora, em aulas situacionais que conversam com as pessoas de quebrada, de periferia, que é de onde nós viemos, e é através das aulas situacionais nós desenvolvemos a "PLT 4way" para ajudar com que as pessoas possam aprender inglês de forma mais fácil e com uma comunicação que desse certo com as pessoas que vêm de periferia."



O mercado potencial

Quão grande é o seu mercado?

Essa é uma etapa bem direta. Embase o potencial de mercado que seu produto tem com **base em dados**. Cuidado, **traga poucos números**, mas que consigam ilustrar realmente o mercado potencial.



O mercado potencial

Se possível, ilustre com gráficos o comportamento da população em relação ao seu produto ou serviço. Por exemplo: **automação residencial** – qual o aumento do número de casas que possui alguma assistente de voz?

O tempo em que o exemplo se dá é entre 1:11 até 1:45. Os empreendedores da "Vent7" ilustram uma situação no qual a pessoa precisaria do produto da empresa, explicam como o produto pode ajudá-la em determinada situação e ainda **apresentam alguns números**, como:

"Há 65 milhões de casas no Brasil, apenas 300 mil possuem o tipo de solução que eles estão oferecendo. O motivo é o preço, que é justamente o diferencial da empresa"



O modelo de negócios

Quais as principais fontes de receita?

Você precisa levar 2 informações cruciais:

- Suas melhores **fontes de receita** (até 3);
- Como funciona o seu **modelo de preços, custos e lucro**.



O modelo de negócios

Além disso, é importante que você mostre **qual o potencial de seus ganhos**, explique um pouco da projeção e a forma que você pretende atingir esse faturamento.

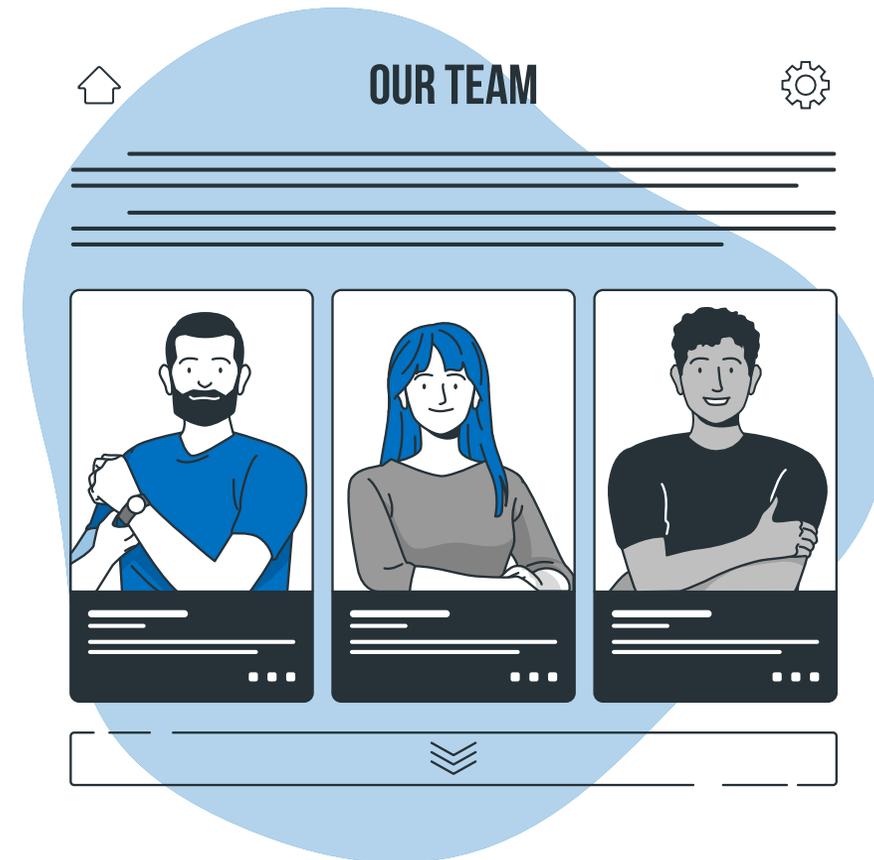
O tempo em que o exemplo se dá é entre 4:46 até 5:03. A CEO da "[Cycor Cibernética](#)" apresenta seus **produtos**, fala quais já estão **faturando**, quais serão suas **fontes de receita** e **expectativas**. Algumas informações vão sendo passadas ao longo do Pitch, e não apenas nesse trecho. Mas esse é um pitch que vale a penas ver por completo!



O time

Por que vocês? Quais são os pontos fortes de cada um que agrega no negócio?

Apresentem-se com **orgulho** do que faz! **Gere valor** para **cada pessoa** presente na equipe, mostrando exatamente o **motivo** de ser ela ou você, e não outra pessoa.



O time

Você precisa mostrar para os investidores ou investidoras o **porquê de acreditarem em você**. Não só de **boas ideias** se faz um negócio, as **pessoas são fundamentais!**

O tempo em que o exemplo se dá é entre 3:40 até 4:20. Os empreendedores da “**E-Motors**”, foram **questionados** pelo João Apolinário sobre **o que faziam antes**, para **contar um pouco mais sobre eles**. Perceba que, embora eles não tenham citado esse ponto no pitch inicial, houve um questionamento e **interesse em saber melhor quem são eles**. Conforme dito, as pessoas são fundamentais em um negócio.



Último slide

Por que eu deveria me importar com seu pitch?

Nesse momento seu pitch já foi apresentado, todos os números e informações. Chame os investidores para a ação, ***call to action***. Retorne àquela *tagline* citada no primeiro slide, **a frase que resume seu negócio**, porém, com uma abordagem diferente.



Último slide

Em praticamente todos os finais de pitch no Shark Tank, os empreendedores e empreendedoras fazem um convite aos sharks de **forma criativa**, mas sem perder a essência do negócio.

O tempo em que o exemplo se dá é entre 1:57 até 2:02. A empreendedora da "Jobecam", após ter feito seu pitch e falado sobre seus produtos, convida os sharks a investirem no seu negócio de forma criativa, mas **sem perder o objetivo da empresa**:

"E aí, tubarões! Vamos apertar o play para encher diversas vagas com o Jobecam?!"





Como fazer um pitch perfeito

Como se CAPACITAR?



Materiais Complementares

Agora que você já conheceu um pouco sobre **Pitch**, que tal **concretizar ainda mais seus aprendizados lendo outros materiais sobre o assunto?**

Separamos alguns materiais que vão te auxiliar no conhecimento: **artigos, planilhas e muito mais!**



Acesse esses e muitos outros materiais em nosso site!

- ✓ [O que é pitch?](#)
- ✓ [Os 4 estilos de comunicação e como desenvolver uma comunicação assertiva](#)
- ✓ [Comunicação assertiva: 8 dicas para se expressar melhor!](#)
- ✓ [Quais são os 7 pecados da comunicação e como evitá-los?](#)

Dica de Mestre!



Nossa **Formação Empreendedora** traz os fundamentos essenciais para você iniciar sua trajetória empreendedora, **construindo** e **consolidando** a sua ideia e alcançando resultados extraordinários.

[Clique aqui para acessar a formação](#)





A escola de negócios mais completa do mercado.

Aprenda uma nova habilidade hoje mesmo:

www.voitto.com.br

