

Como fazer um bom pitch

Cleviton Monteiro
(cleviton@gmail.com)

Roteiro

1. Segredos das apresentações de Steve Jobs
2. Roteiro de pitch para investidores



O que é um pitch?

Elevator Pitch (discurso de elevador)

“Um discurso de vendas **sucinto** e
convincente”

Wikipedia

Elevator Pitch

A clock face is shown in the background, with a red hand pointing to the 10:10 position. The clock face is semi-circular and has numbers 10, 11, 12, and 2 visible. The red hand has a spherical tip. The text is overlaid on the clock face.

20 segundos

2 minutos

3 minutos

10 minutos

20 minutos

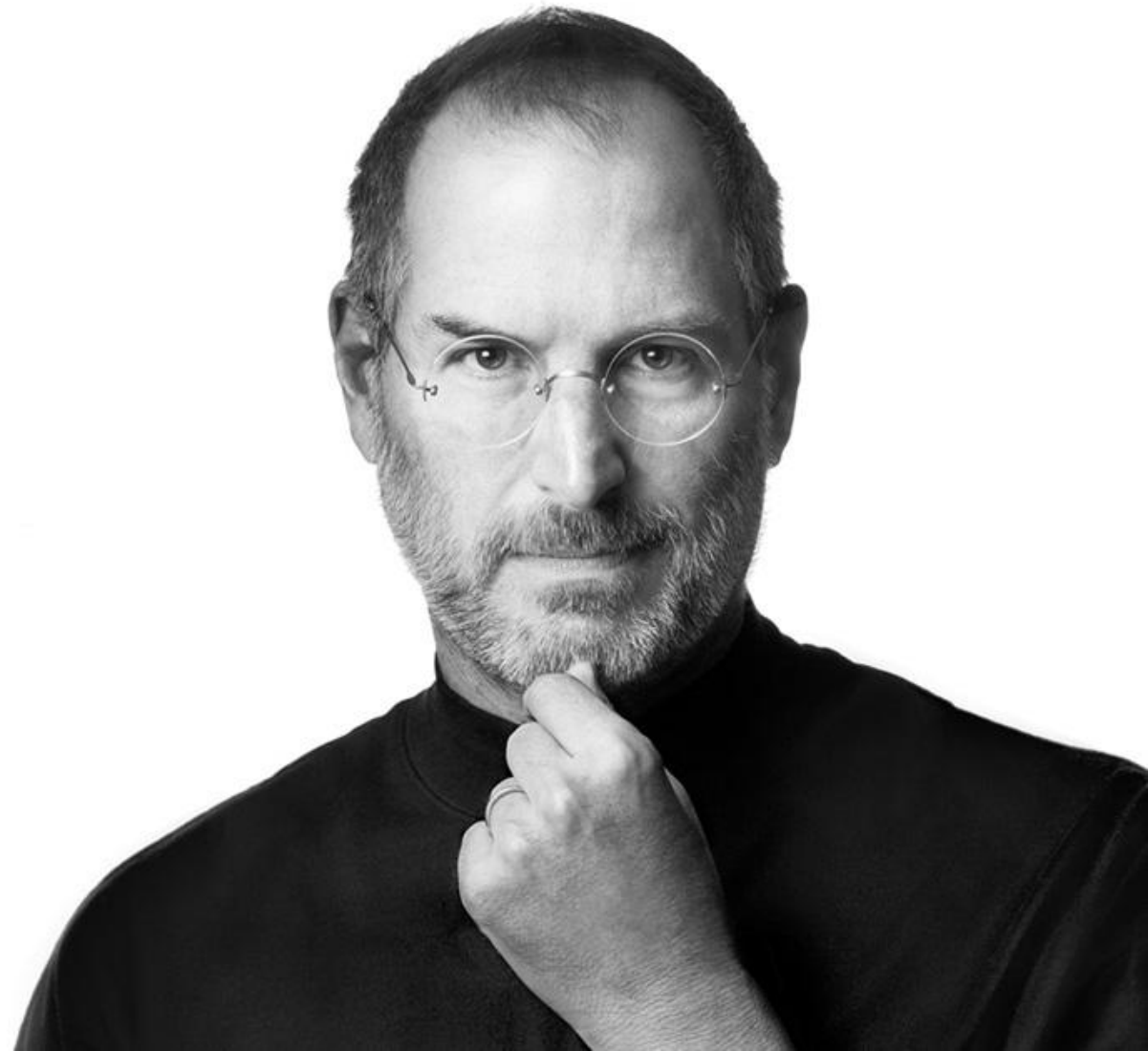
Elevator Pitch

Objetivo:

- Convencer a outra parte de que ela deve te dar mais tempo.
 - Trocar cartão e/ou conseguir uma reunião
- Não seja o chato que quer fechar negócio nesse momento
 - Se acontecer por vontade do ouvinte, ótimo!

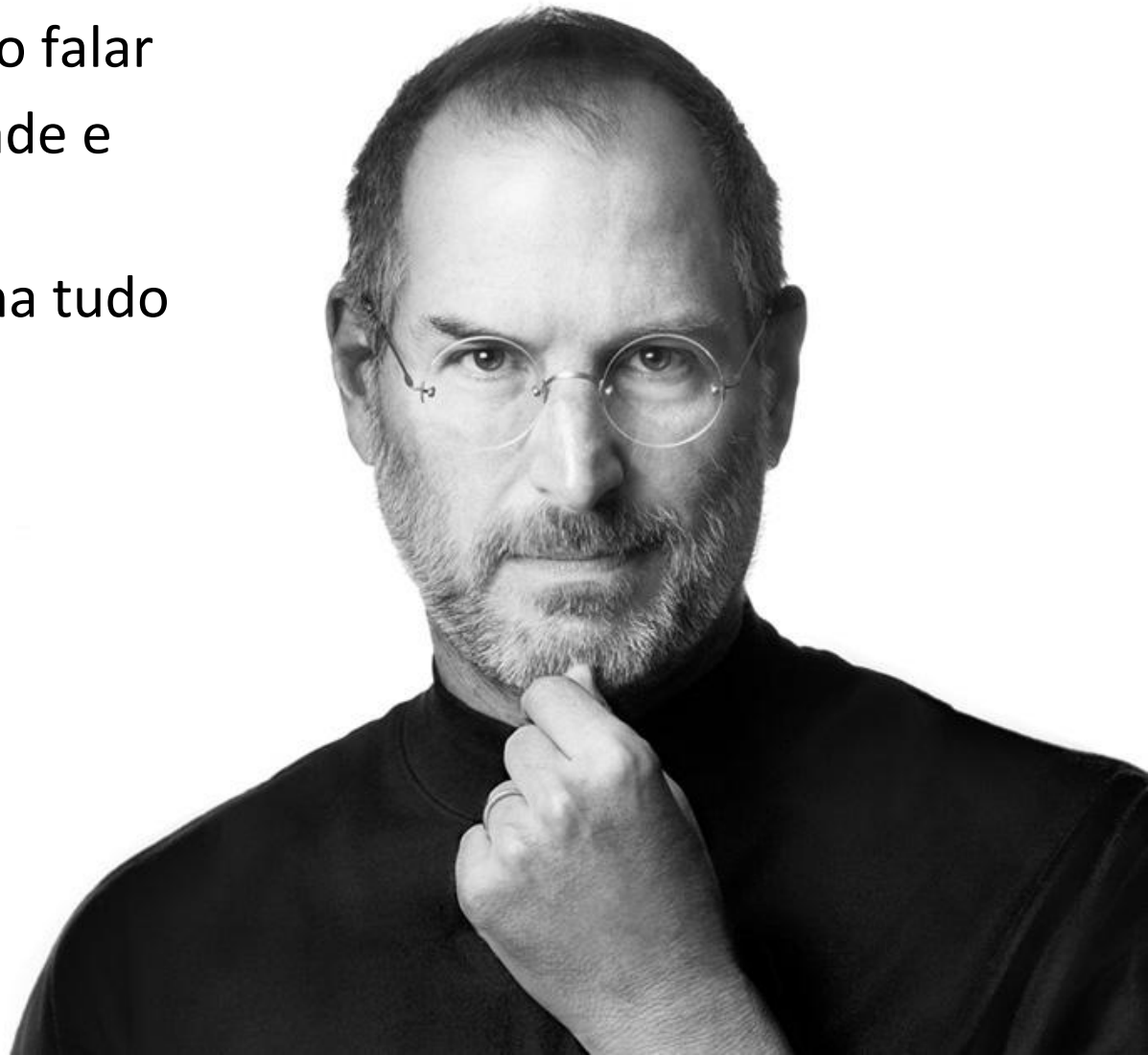
Como construir um Pitch?

Primeiro... o mestre das apresentações!

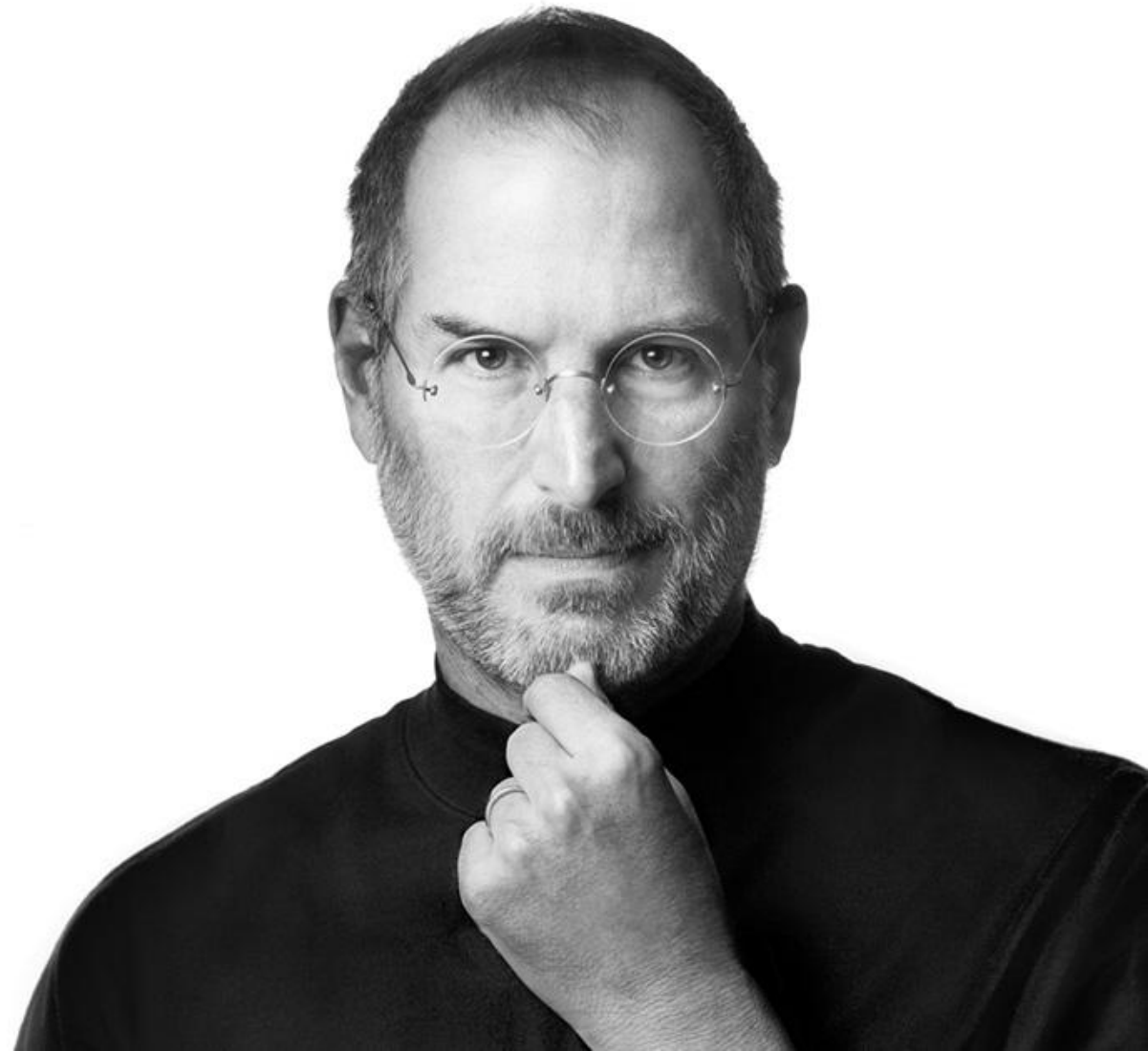


Atenção!

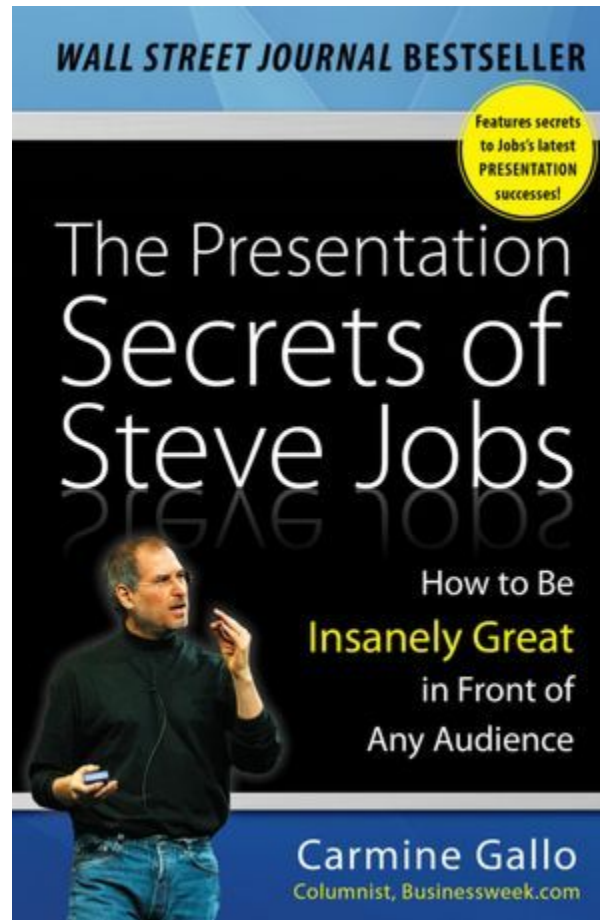
1. Observem as pausas ao falar
2. Observem a simplicidade e beleza dos slides
3. A audiência acompanha tudo e vai junto



O mestre...



Como ele faz?



10

Pontos-chave

BRIDGE STAMPEDE

VIDEO

- incident itself (mobiles)
- emergency response
- clean-up / bridge destruction
- lats

TEXT

- Background
- Theories about what happened
- Analysis: lesson learned if response

1. Planeje em analógico

LINKS

- lat'l coverage
- Victim's association?
- Building code
- Day of tragedy slide show

GRAPHICS

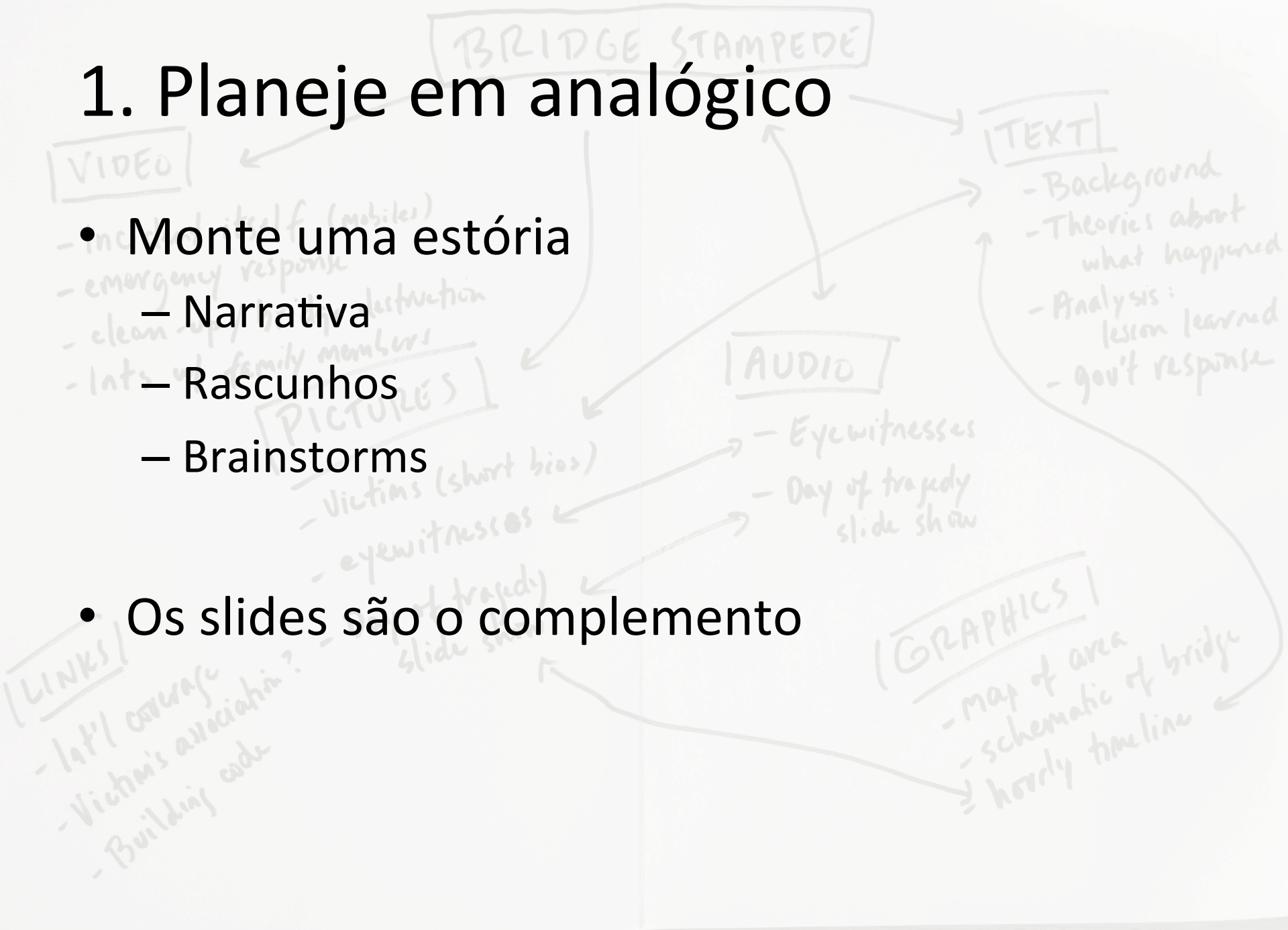
- map of area
- schematic of bridge
- hourly timeline

1. Planeje em analógico

- Monte uma estória

- Narrativa
- Rascunhos
- Brainstorms

- Os slides são o complemento



1. Planeje em analógico

- O cérebro fica entediado rapidamente
- Use recursos audiovisuais que deixem a audiência atenta
- Divida o palco com outros apresentadores
 - Bem ensaiados!

BRIDGE STAMPEDE

VIDEO

TEXT

AUDIO

GRAPHICS

- incident brief (notes)
- emergency response
- clean-up / bridge destruction
- Ints w/ family members

- Background
- Theories about what happened
- Analysis: lesson learned
- gov't response

- Victims (and bios)
- eyewitnesses

- Eyewitnesses
- Day of tragedy slide show

LINKS
- lat/long
- Victim's address
- Building code

- map of area
- schematic of bridge
- hourly timeline

2. Twitter description



“O laptop mais fino do mundo” (Macbook Air)

“Mil músicas na palma da sua mão” (iPod)

“A musica perfeita para o momento” (Spotify)

2. Twitter description

- Big picture (visão geral do seu produto)
- Posiciona o seu produto/serviço
- Fácil de lembrar
- Detalhes vêm depois



Toda boa história tem...



...que combate os vilões...



MOTOROLA



NOKIA



3. Introduza o vilão/problema

- Comercial do Macintosh 1984
 - <https://www.youtube.com/watch?v=vNy-7jv0XSc>
- Apresentação do Macintosh em 1984
 - <https://www.youtube.com/watch?v=8bepzUM1x3w>

Sua solução (produto/serviço) tem um propósito

Vencer o vilão!

(Resolver o problema)

3. Por que sua empresa/você existe?

- Lembrem-se do círculo de ouro de Simon Sinek



4

Why should I care?

4. Why should I care?

**Não venda
funcionalidade**

Venda benefício!

4. Why should I care?

Ninguém se importa com **O que** o seu produto tem!

As pessoas querem saber o que **ganham** com ele!

(Não os faça pensar demais para descobrir)

Por que comprar um iPhone 3G?

~~“Porque ele tem o novo processador XYZ
e uma memória de WGB”~~

“it’s twice as fast at half the price.”

Por que comprar um Time Capsule?

~~“Porque ele tem X GB e conexão wireless”~~

“All your **irreplaceable** photos, videos and documents are **automatically protected...**”

Por que assinar o Flowup?

~~“Ele possui controle de receitas e despesas, controle de contas, gestão do banco de horas, de RH e de tarefas”~~

**“Gestão completa e simples para você
lucrar mais”**

5. A regra dos 3



A slide from an Apple event showing the pricing for the iPhone 6, iPad, and MacBook. The iPhone 6 section on the left lists three storage options: 16GB for \$199, 64GB for \$299, and 128GB for \$399, all requiring a two-year contract. To the right, images of the iPhone 6, iPad, and MacBook are displayed.

Storage	Price
16GB	\$199
64GB	\$299
128GB	\$399

Two-year contract



Steve Jobs is on stage, presenting the 'Rule of Three' concept. Three large, glowing icons are displayed on the screen behind him: a yellow iPod icon, a green Phone icon, and a blue Internet icon. Each icon is labeled with its respective name below it.

iPod Phone Internet

Fácil memorização

Fácil de entender

Evita a monotonia



6. Venda sonhos (não produtos)



iPod 2011

“In our own small way we’re going to make the world a better place.”

Music Player -> Tool to enrich people’s lives

“As pessoas dizem que quem compra um Mac é meio louco... Bem, nessa loucura eu vejo gênios. É para eles que fazemos essas ferramentas!”

Steve Jobs, 1997

- Sentimento de missão, paixão, entusiasmos
- Puxa o cliente para o lado dele

“Meu objetivo não é ser o homem mais rico do cemitério. Eu quero dormir à noite sabendo que eu e meu time fizemos algo maravilhoso”

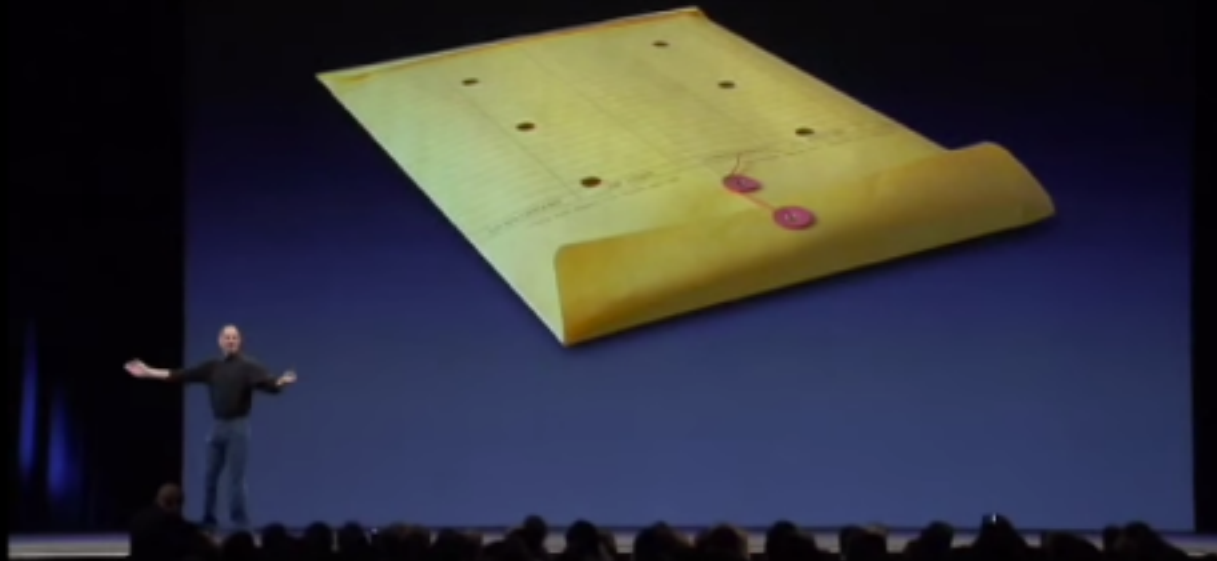
Steve Jobs

7. Slides matadores

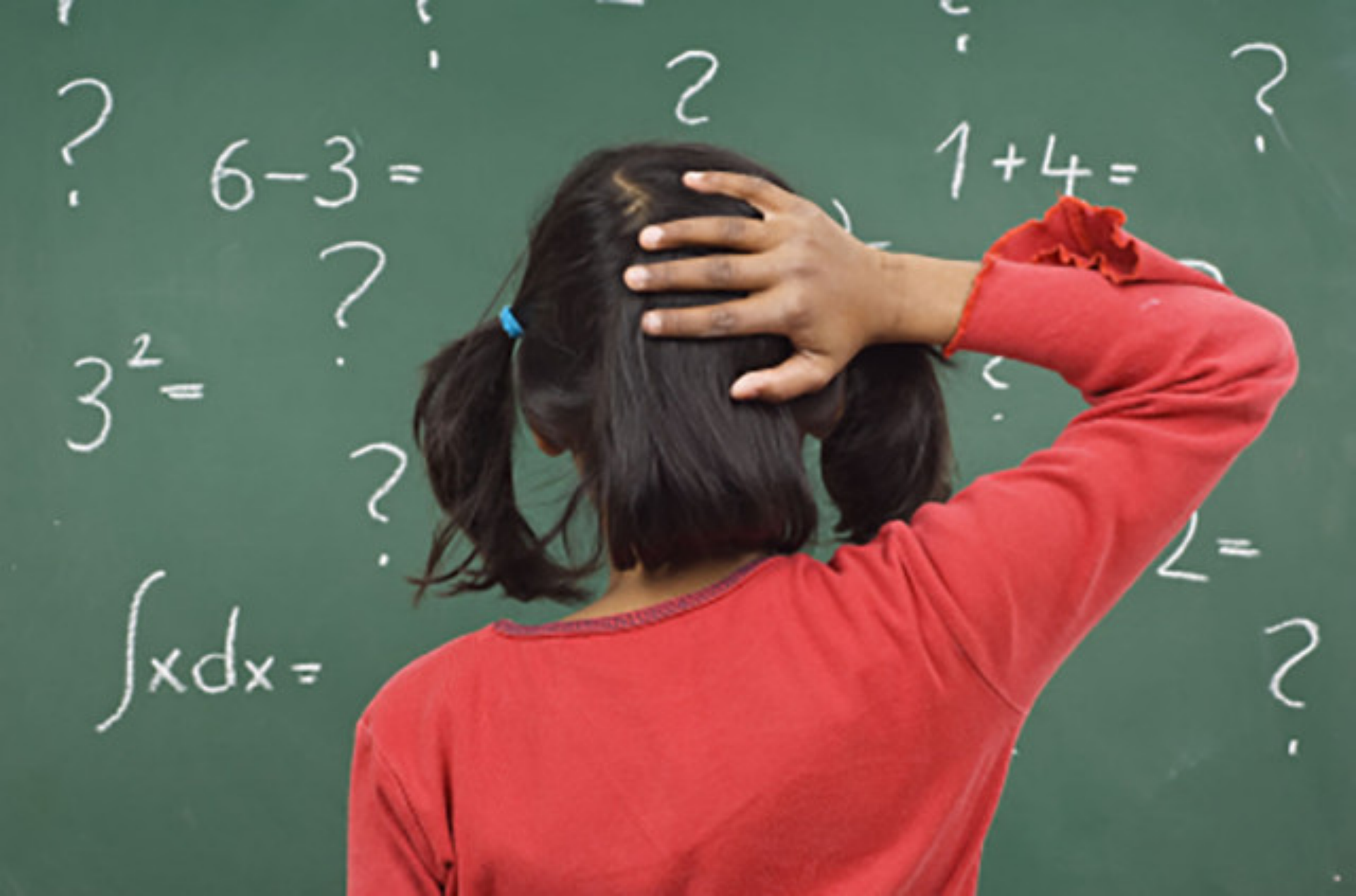


7. Slides matadores

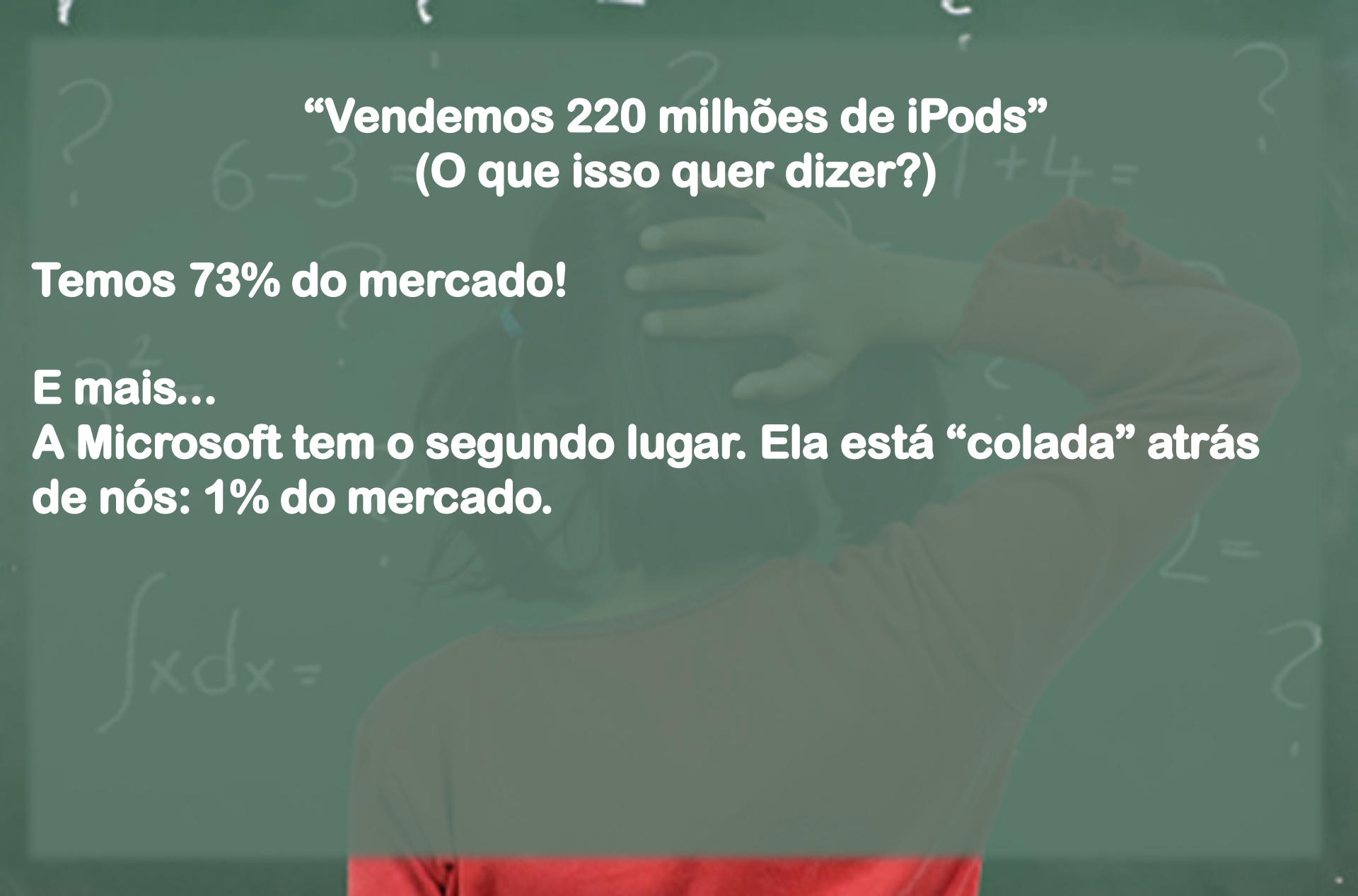
- ✘ Sem bullets



Simplicity is the ultimate sophistication



8. Dê sentido aos números

A person wearing a red shirt is pointing their right hand towards a chalkboard. The chalkboard is green and has several math problems written on it in white chalk, including $6-3=$, $1+4=$, and $\int x dx =$. There are also several question marks scattered across the board. The person's hand is in the foreground, and their arm extends from the right side of the frame towards the center.

**“Vendemos 220 milhões de iPods”
(O que isso quer dizer?)**

Temos 73% do mercado!

E mais...

A Microsoft tem o segundo lugar. Ela está “colada” atrás de nós: 1% do mercado.

8. Dê sentido aos números

“Vendemos 1 milhão e iPads em 28 dias e 3 milhões em 80 dias”

Ranking das categorias de eletrônicos mais vendidos nos EUA em 2011 (mantendo-se o ritmo):

1. Televisão
2. Smartphone
3. Notebook
4. iPad

Deixando para trás video-games e celulares

8. Dê sentido aos números

9. Use palavras diretas e simples



10. Momento da cortina de fumaça

“Today, we are introducing three revolutionary products. The first one is a widescreen iPod with touch controls. The second is a revolutionary mobile phone. And the third is a breakthrough Internet communications device...

an iPod, a phone, an Internet communicator... an iPod, a phone, are you getting it? These are not three devices. This is one device!”

(Steve Jobs, Lançamento do iPhone)

**Vimos dicas de boas
apresentações! Agora...**

**...o que apresentar para
investidores?**

Seu produto/serviço gera valor?
Como ele traz dinheiro?
Como eu ganho com isso?



Roteiro para investidores

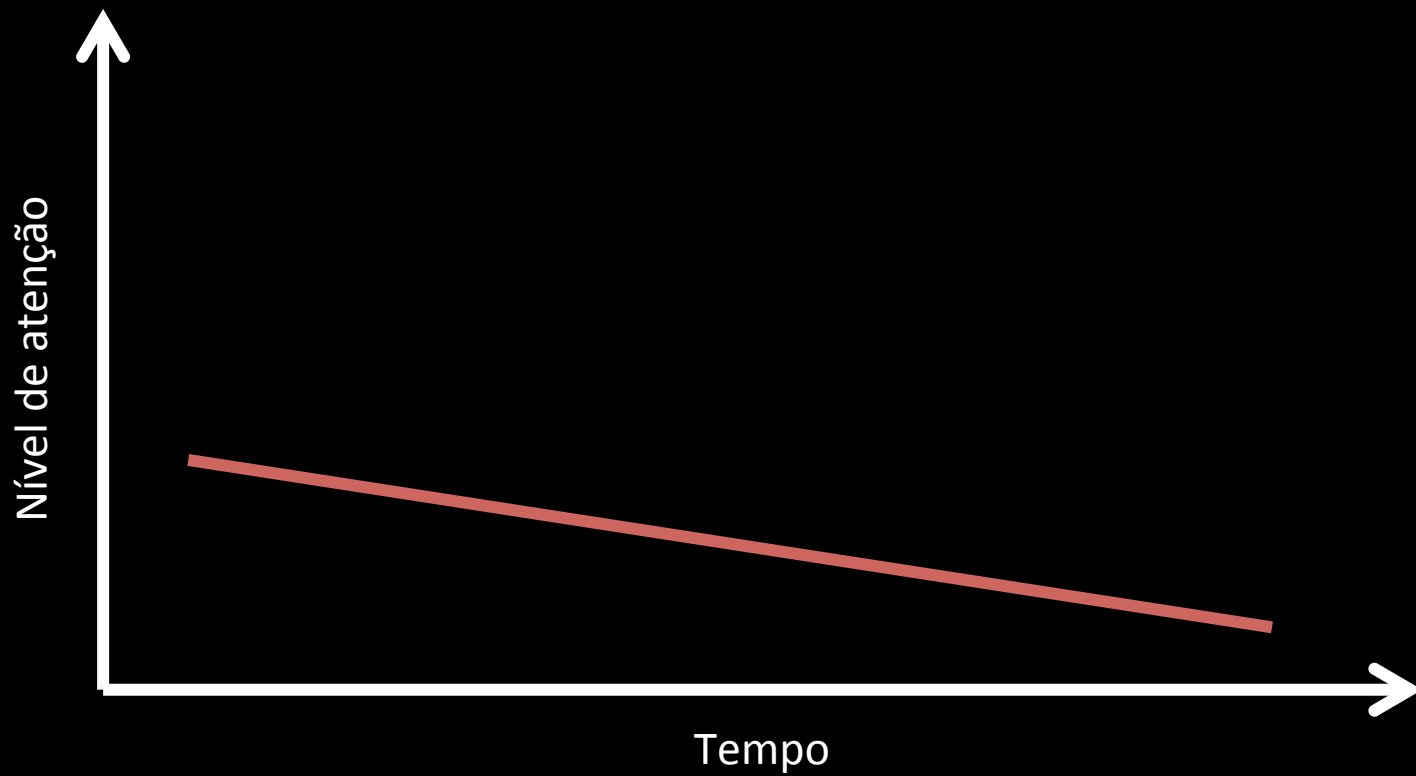
1. Apresente o problema que você resolve
2. Qual o tamanho do mercado?
 - Quantas pessoas têm esse problema?
3. Apresente a solução em uma frase
4. Explique brevemente sua solução e por que ela resolve o problema
5. DEMO (nem sempre dá)
6. Modelo de negócios
 - Como ganhar dinheiro?

Roteiro para investidores

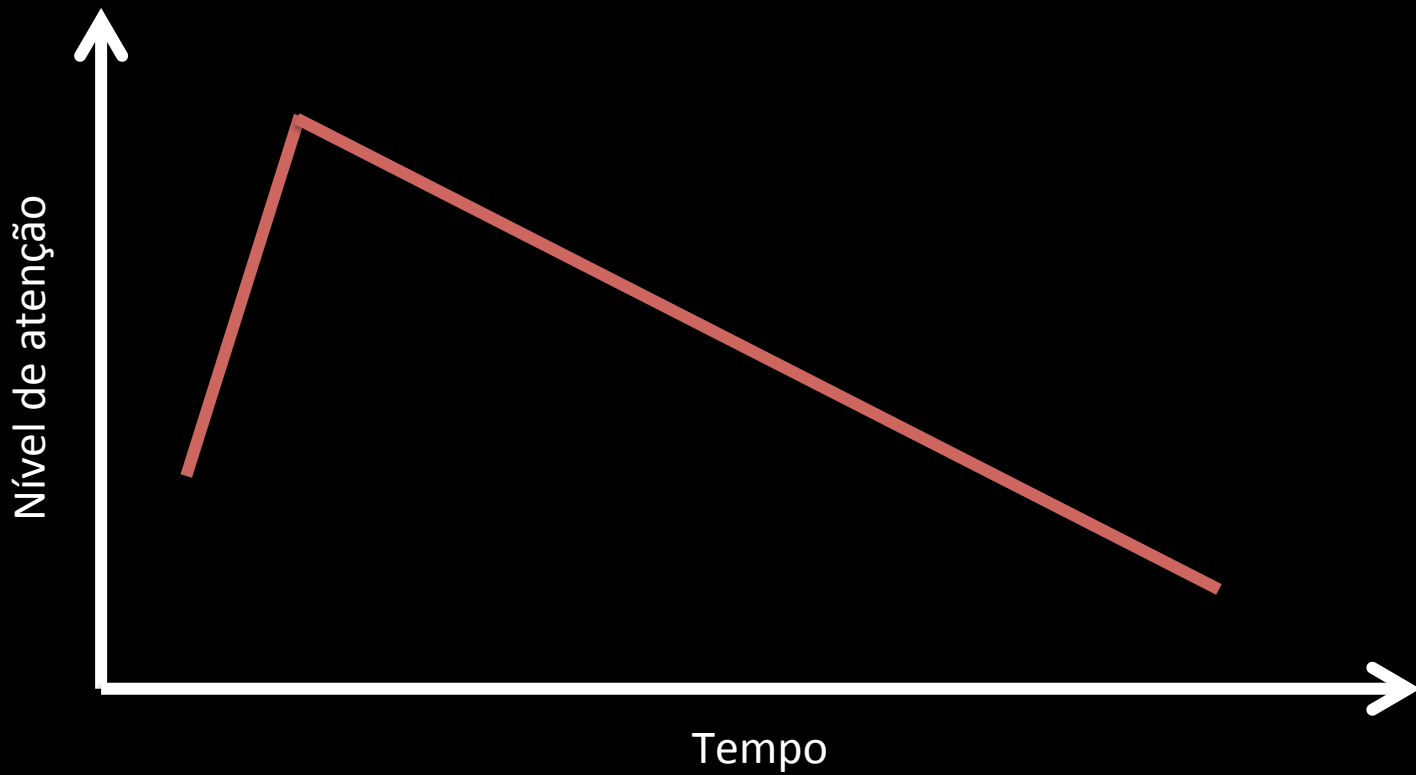
7. Concorrência e barreiras de entrada
 - Qual o seu diferencial?
8. Tração (já vendeu? Qual a velocidade?)
9. Marketing e aquisição de clientes
 - Como você planeja obter (mais) clientes?
10. Projeções financeiras (ou metas)
11. Financiamento
 - Quanto dinheiro você precisa para atingir essas metas
12. Equipe



1. Apresente o problema que você resolve



Apresentação monótona/robótica



Pico de atenção

1. Conte uma história
2. Explique porque você se importa com o problema
3. Seja impactante
4. Conheça sua audiência
Saiba o que importa para ela!

Cause um pico de atenção

Prepare sua cortina de fumaça!
Seja enigmático

Não fale seu nome, nem sua empresa, etc.

Algumas frases de exemplo para começar...

“Vocês já notaram que...”

“Vocês não acham que o <problema tal>...”

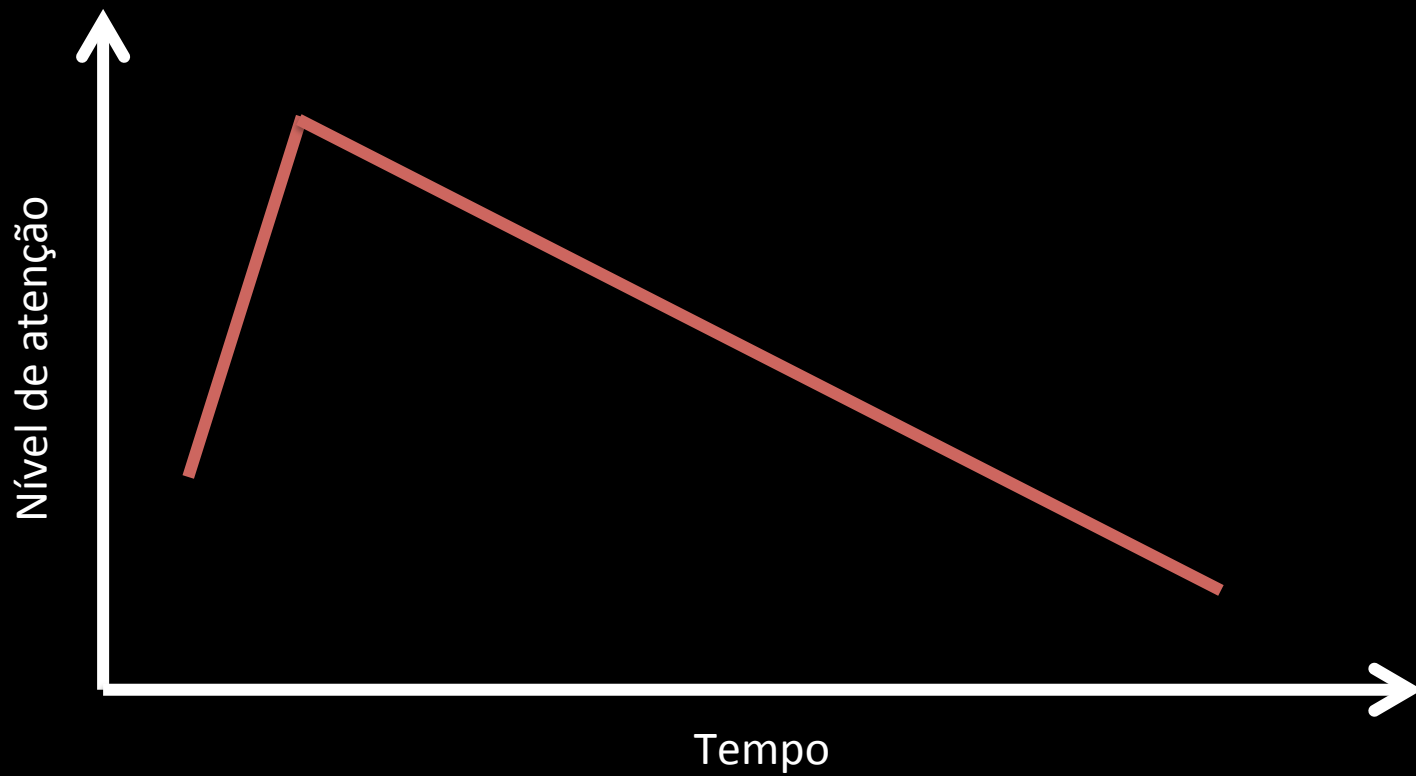
“Não seria maravilhoso se...”

“Hoje, existem X mil <cachorros abandonados> e isso causa...”

Cause um pico de atenção

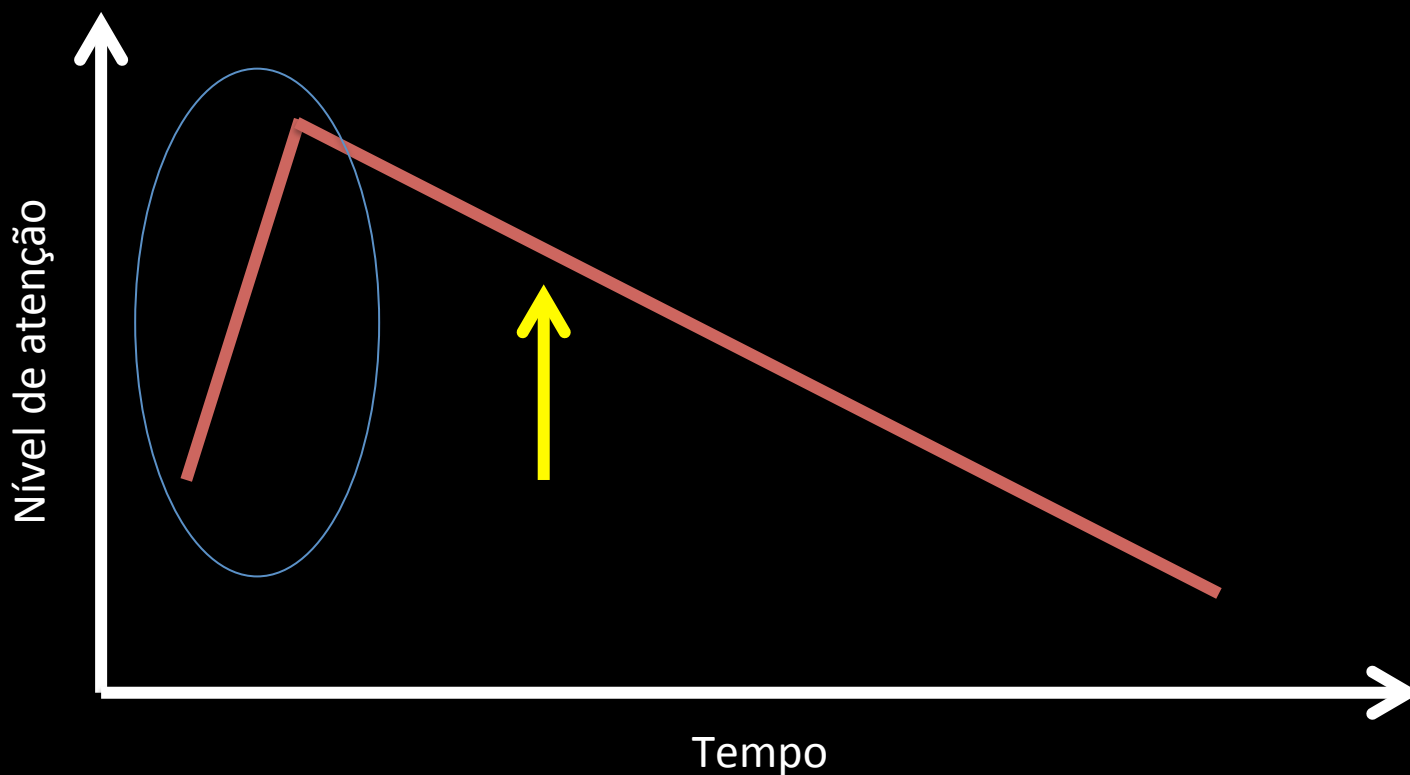
2. Qual o tamanho do mercado?

- Quem é o seu público-alvo?
- Quantas pessoas sofrem com o problema?
- Para quantas delas é possível entregar a sua solução?
- Diga isso em 1 ou 2 frases
- 1 Slide
- Não seja prolixo nem muito detalhista
- Lembre-se: dê sentido aos números



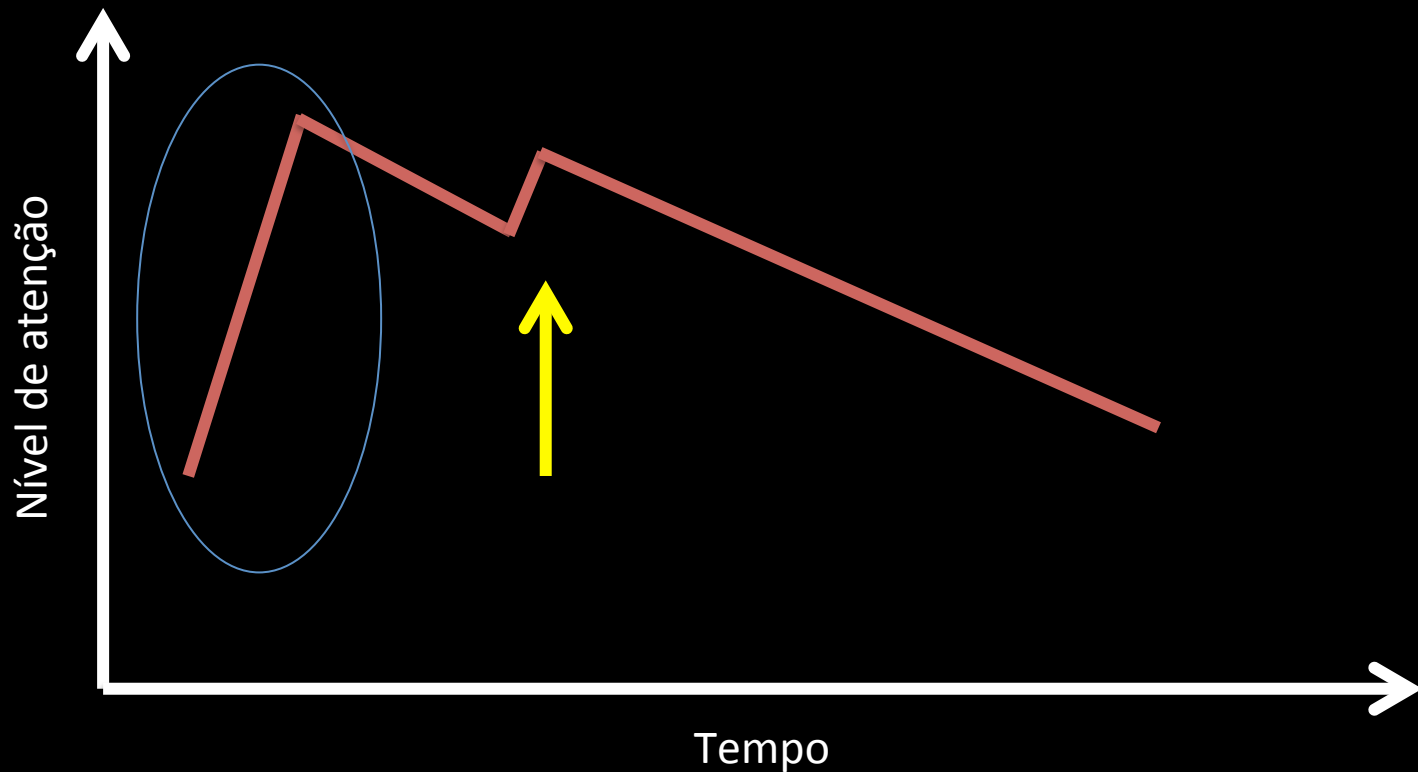
Não deixe a audiência perder a atenção!

Resolva a dor que você causou para chamar a atenção



Não demore para apresentar a sua solução.

Resolva a dor que você causou para chamar a atenção



Não demore para apresentar a sua solução.

3

Apresente a solução em uma frase
(twitter description)

4. Explique brevemente sua solução

- Explique por que ela resolve o problema
 - Se não for óbvio
- O que seu produto tem de espetacular?
- Evite detalhar funcionalidades
- Fale em benefícios
 - Não muitos, lembre-se da regra dos 3

Benefícios que sejam **importantes**
para seus **clientes**.



5. DEMO

- Nem sempre é possível
- Se for:
 - Mostre em vídeo
 - Se for ao vivo:
 - Defina um roteiro
 - Siga-o à risca
 - TREINE BASTANTE!
- Se não for:
 - Mostre telas, diagramas, etc.
 - Torne a solução “palpável”

6. Modelo de negócios

- Canvas!
- Mas... não detalhe ele inteiro.
- Deixe claro como você ganha dinheiro
 - Tem mais de uma fonte?
- Quais outros aspectos do Canvas merecem atenção?
 - Se você promete algo incrível, explique como ele é sustentado pelo modelo de negócios.
 - Ex: “nosso preço é o menor do mercado”.
 - Como isso será sustentável e lucrativo?

6. Modelo de negócios

Exemplos de modelo de receitas

- Compra da licença
 - Ex: Microsoft Word
 - Pode ser conjugado com um contrato de manutenção (Licença + contrato de manutenção)
- Assinatura (mensal, anual, etc.)
 - Ex: Netflix

6. Modelo de negócios

Exemplos de modelo de receitas

- Propagandas
 - Exibição, clique, destaque
 - Ex: Google Ads em Apps, OLX, banners
- Treinamentos, customização, consultoria
 - Ex: sistemas open source

7. Concorrência e barreiras de entrada

- Os concorrentes já estão no mercado?
 - Como estão?
 - Se eles estão bem é sinal de que o mercado é bom
 - Se estão mal, por quê? Como você pretende se dar bem?
 - Estão recebendo investimentos? Estão sendo comprados?
- Qual o seu diferencial?
 - Barreiras à concorrência

8. Tração

- Você já tem clientes/usuários?
 - Se sim,
 - Mostre a evolução dos números
 - Se não,
 - Conhece/fez alguma ação que mostre a latência da necessidade?

9. Marketing e aquisição de clientes

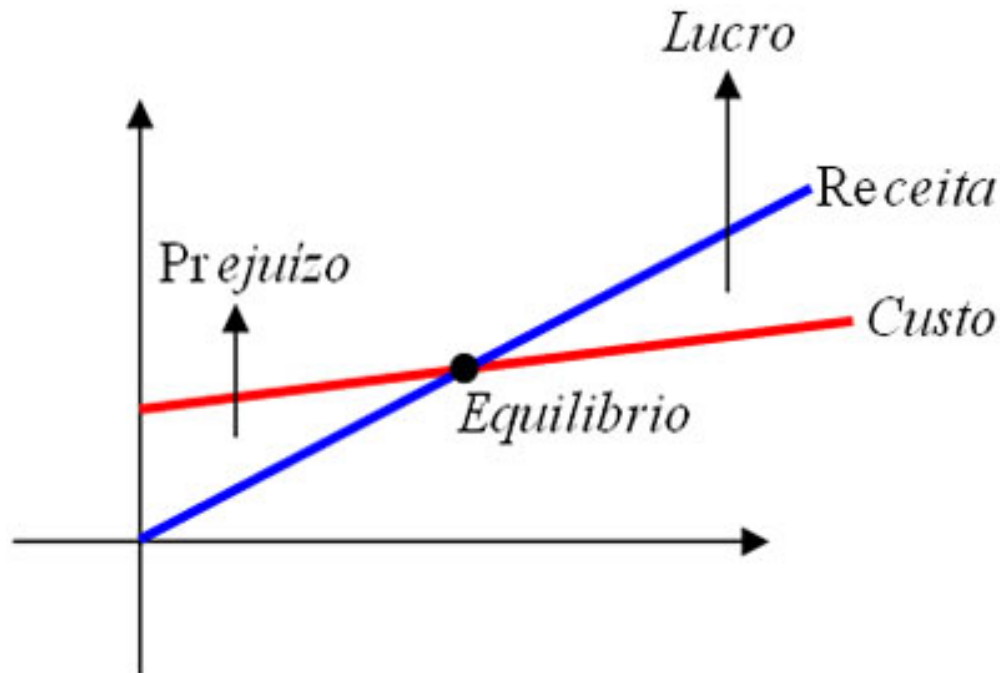
- Como você planeja obter (mais) clientes/ usuários?
 - Se estiver no início, foque em como vai atingir os primeiros adotantes (early adopters)

10. Projeções financeiras (ou metas)

- Como a base de clientes/usuários vai crescer?
- Mostre o histórico e as projeções financeiras

10. Projeções financeiras (ou metas)

- Qual a previsão para atingir o ponto de equilíbrio (break-even)?



Tá brincando, não tenho nada ainda... como vou fazer projeções?



Defina metas e trace projeções
com base nelas!

10. Definindo metas

1. Com quantos clientes atinjo o ponto de equilíbrio?
 - Ou seja, com quantos clientes as contas fecham no zero no final do mês?
2. Qual o tempo razoável para chegar lá?
3. Quantos clientes tenho que adquirir mês a mês para atingir o ponto de equilíbrio?
4. E depois, como continuo crescendo?

Exemplo

Sistema de gestão

- Custo fixo: 20 mil
- Custo variável: 2 mil a cada 100 clientes
- Preço por cliente: R\$ 200

Ponto de Equil. ~ 101 clientes

Exemplo

Tempo para atingir o ponto de equilíbrio

101 clientes

- 10 meses?
 - Conquistar aprox. 10 clientes por mês
- 20 meses?
 - Conquistar aprox. 5 clientes por mês

10. Definindo metas

Com isso, você:

- Define as metas de vendas
- Define o orçamento do mês (ou período)

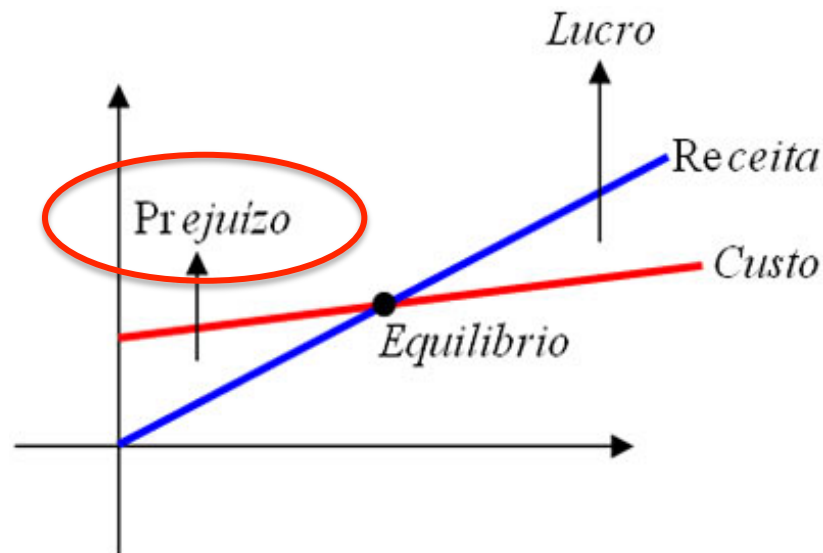
11. Financiamento

- De quanto capital você precisa?
 - O que vai fazer com o dinheiro?
- Já recebeu algum investimento?
 - De quanto e o que fez com o dinheiro?
 - Se não recebeu, o que tem feito para financiar o negócio até agora?
 - Se colocou dinheiro do próprio bolso ou está fazendo por conta própria, não deixe de falar! Isso é visto com bons olhos.

11. Financiamento

- De quanto capital você precisa?

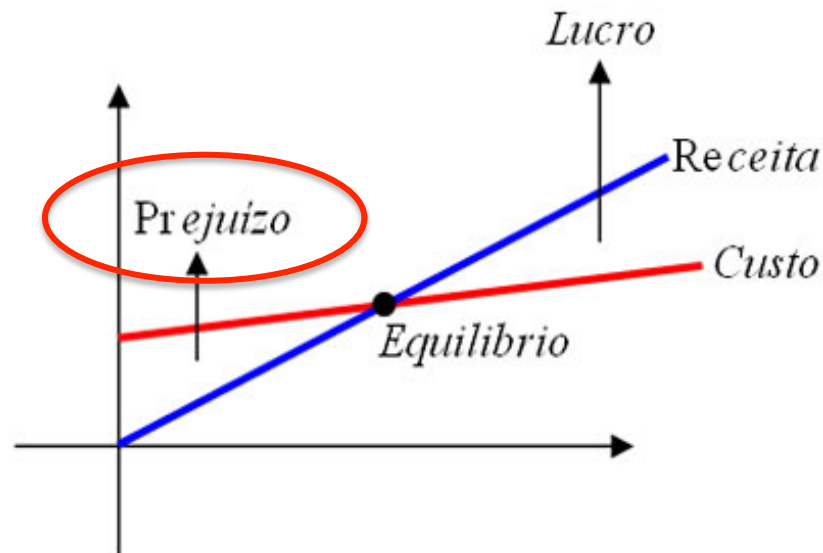
Enquanto não atingir o PE, o caixa vai estar no **negativo!**



11. Financiamento

- De quanto capital você precisa?

Sua necessidade de investimento é a soma de todo o fluxo negativo até alcançar o PE.



12. Equipe

- Apresente sua equipe
 - O que eles fizeram de importante na vida?
 - Qual a formação e expertise de cada um?
 - Já trabalharam juntos no passado?
- Investidores sabem que as pessoas são essenciais!
- Tem algum mentor?
- Algum membro já empreendeu e quebrou a cara? Conte!

Bibliografia

- Carmine Gallo (2010) The Presentation Secrets of Steve Jobs: How to Be Insanely Great in Front of Any Audience, McGraw-Hill, ISBN 978-0-07-163608-7