



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO

CREO-LAB SALUTE

Come presentare un progetto imprenditoriale

RELATORI
Mario Salerno

—

A cosa pensate quando sentite la parola

PITCH?





Pitch Perfect,
2012



ELEVATOR PITCH



-
Il primo scopo di un pitch è ottenere un **SECONDO APPUNTAMENTO** stimolando la curiosità di un interlocutore.



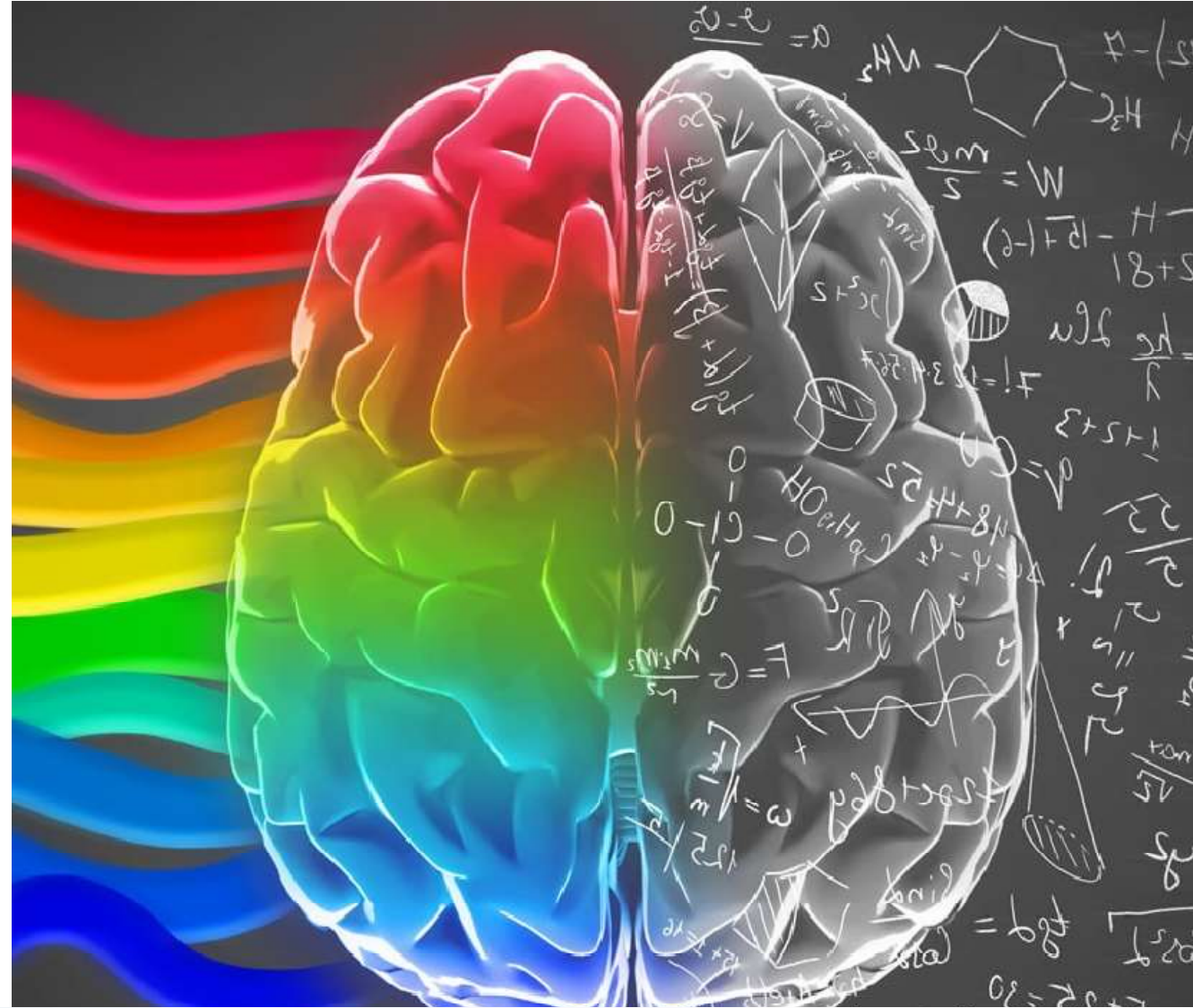
-
Nel nostro caso la comunicazione del progetto ha uno scopo primario diverso:

RESTITUZIONE

CONFRONTO



-
Parlare al 100% del
CERVELLO
attraverso dati che
riportano numeri ed
immagini che
trasmettono
emozioni



– Prepararsi il discorso provandolo ripetute volte, ma soprattutto **MAI IMPROVVISARE** e mai sentirsi confidenti.

Il Pitch è una **PERFORMANCE**, è come recitare (infatti si usano storyboard e script)



Voltaire:

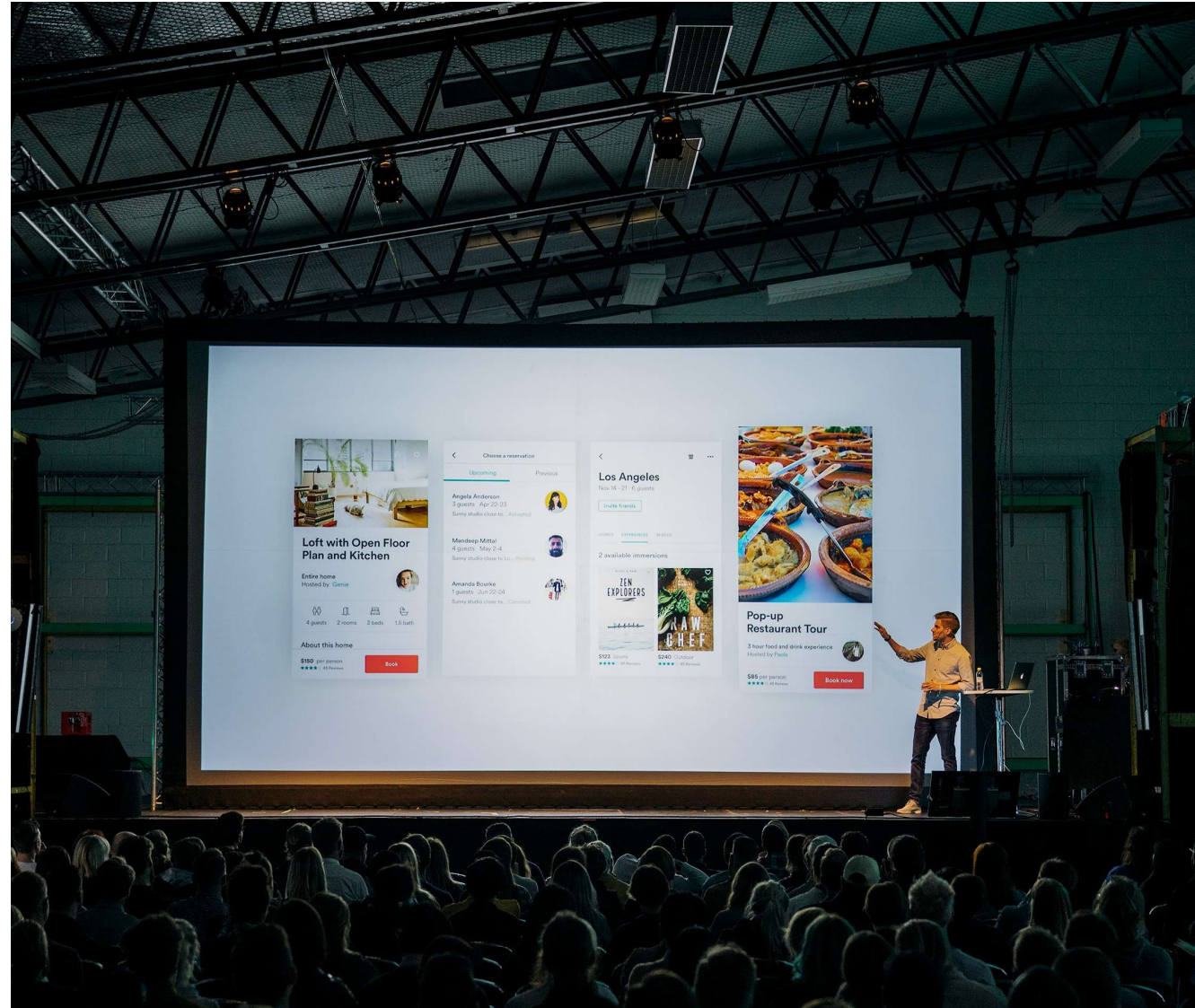
«Vi scrivo una lunga lettera perché non ho il tempo di scriverne una breve»

Churchill:

«Un discorso improvvisato è stato riscritto tre volte»



–
Presentare un set di slide chiare, pulite, sintetiche, leggibili e che siano un **SUPPORTO AL PARLATO**, non una sua trascrizione.



Cosa presenterete?

Il lavoro fatto,
attraverso un
discorso di 5
MINUTI con il
supporto di **alcune**
slide.

Regola di Kawasaki

10-20-30



Agenda della presentazione (proposta)

0. Cover Slide: Nome del progetto (+ Team) caratteristiche della soluzione
1. Azienda - Challenge
2. Bisogno individuato
3. Numeri/Statistiche a supporto/Mercato
4. Validazione/Strada per validare
5. Soluzione proposta e
6. Problem-solution fit
7. Competitor/confronto della caratteristiche
8. Modello di Business
9. Road Map – Prossimi step
10. Slide di chiusura

INIZIO

Nome progetto

Logo Progetto

«Il progetto in un tweet»

Referente di progetto e/o
nome di chi sta presentando

FINE

Nome progetto

Logo Progetto

(Citazione o aforisma inerente)

Contatti

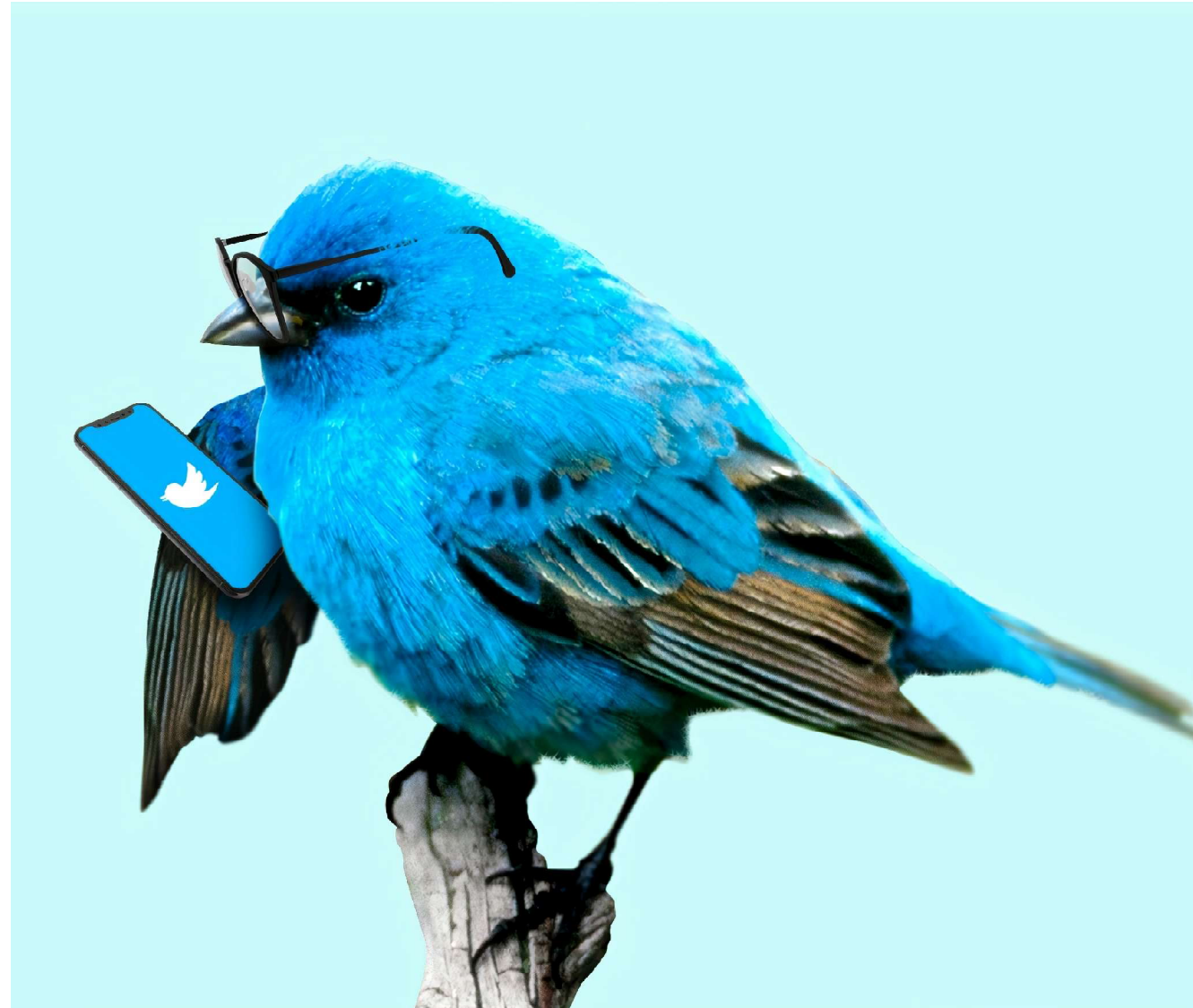
Call to action

SLIDE FONDAMENTALI



OLD TWITTER LIKE

Pensare e parlare in **140 caratteri**, riportare solo i concetti più importanti per presentarsi.





Nell'ambito di... **[contesto]** si evidenzia la necessità di... **[bisogno]** per le persone che... **[target]**.



ASSIGNMENT

- 10 minuti per**
- dare un nome al progetto**
 - preparare un tweet del progetto**



Si parte sempre da un **BISOGNO** descrivendo il **PROBLEMA** tramite immagini ed esempi.



Caso particolare: le challenge

- Far capire sinteticamente **di cosa si occupa l'azienda**
- **Descrivere la challenge proposta** in relazione all'attività che l'azienda svolge

Descrizione del problema

- **MICROSCALA**

- Raccontare la storia di una persona, vera o immaginaria che sia, e far cogliere la dimensione personale del problema che si risolve

- **MACROSCALA**

- Individuare la dimensione del problema, quante persone ne vengono colpite in Italia, Europa, Mondo e quanti casi nuovi ogni anno



Se il problema è
diffuso,
INGAGGIARE la
platea sul
PROBLEMA,
coglierne gli aspetti
emozionali



IL BISOGNO

- Descrizione del problema e del bisogno
- Utilizzare storie, dati e fotografie
- Entrare in contatto con l'audience
- **Attenzione a iniziare le presentazioni con una domanda al pubblico, a volte è un boomerang**



IL MERCATO

- Descrizione del **mercato**, numero totale di clienti potenziali ed effettivi/raggiungibili
- Utilizzare **dati e statistiche** tramite la ricerca di mercato e riportare le fonti
- Individuare i **trends**



LA CONCORRENZA

- Elenco dei principali competitors
- Descrizione sintetica (grafica)
- Vantaggio competitivo
- **Non pronunciare MAI la frase «non esistono concorrenti»**

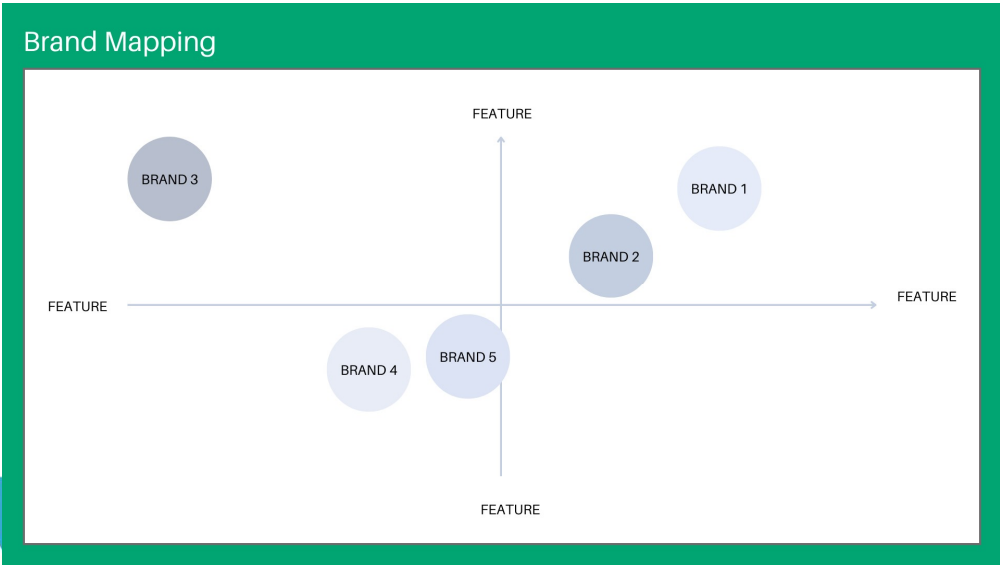


LA CONCORRENZA

COMPETITIVE ANALYSIS CHART

Features Comparison of Our Products with Competitors

Features	Own Business	Apple	Samsung	Nokia	OnePlus
5 inch screen	●	—	●	—	●
6 GB RAM	—	●	●	●	●
128 GB ROM	●	●	—	●	—



IL TEAM (da pesare sulla situazione)

- **Membri del team** con la caratteristica distintiva delle **competenze** di ciascuno
- Sottolineare il **contributo** che apportano al progetto/azienda grazie alle loro esperienze
- Se ci sono inserire gli **Advisor** (ma solo se sono esplicitamente e consapevolmente coinvolti)



**COSE DA
NON FARE**

How to make a Good First Impression



Making a first good impression can be vital when looking for a new job. Whether we like it or not, people do judge a book by their cover. The first few seconds with someone can be critical to your career.

- Be on time. The person you are just meeting is probably not interested in your excuses, even if it is the first time you are late in your whole life. All they are going to know is that you are not keeping up with a previous agreement. The image you are leaving behind is of someone that is not reliable. Make an extra effort and make sure to arrive on time. Too early is always better than too late.
- Be prepared. Before going to your interview you should have done your research about the company, the position you're applying for, and so on. Think about what kind of questions you could be asked, and how you would answer them. In one word, practice!
- Take care of your clothes and your overall grooming. It has been said that 55% can be determined by the person's appearance. So be careful when choosing how to present yourself in an interview. Dress to impress, maintaining in mind the job you are applying to, and when in doubt, choose the most conservative choice.
- Take into consideration non-verbal communication. You might be feeling nervous, but studies have shown that people who present themselves in a more friendly, confident manner usually have better results. Something as simple as a smile can make a difference.

Complimenti non hai bisogno dell'oculista

Fermiamo questo abominio/1

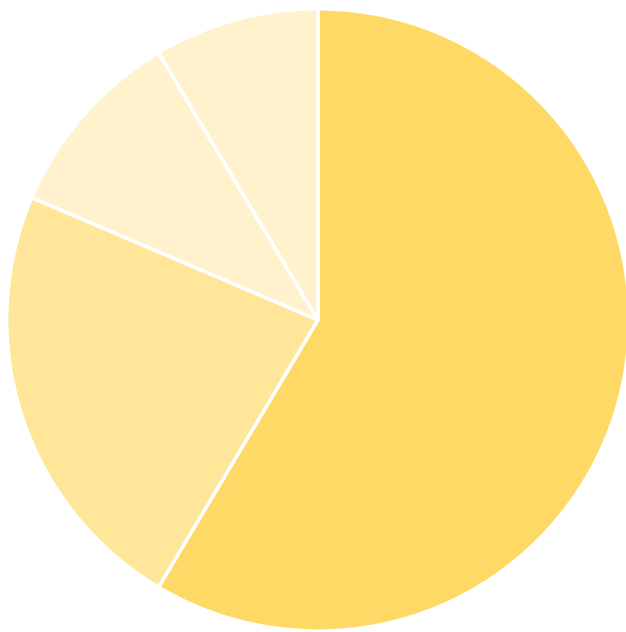


Non usate colori e combinazioni
improponibili

Attenzione al numero di clic che dovete fare

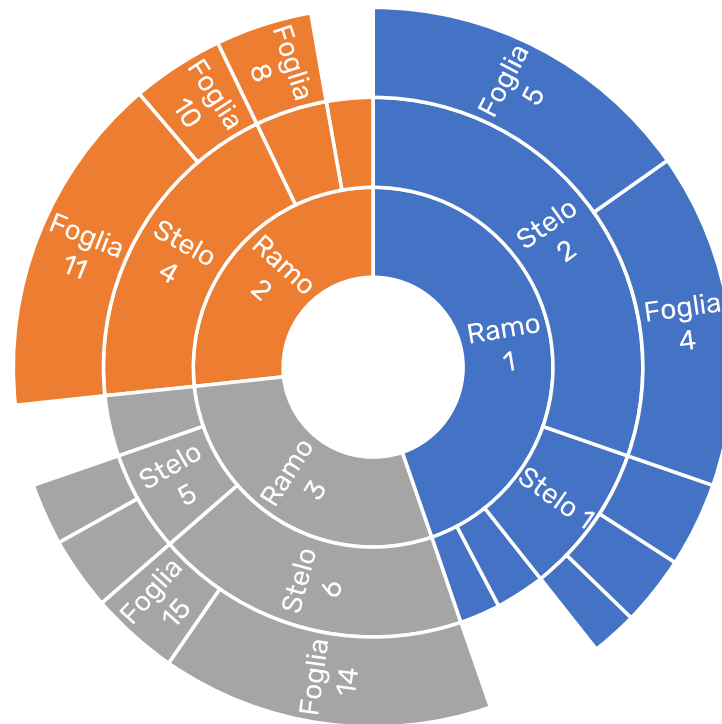
Certe animazioni sono ampiamente fuori moda...

Grafico 1



■ Serie 1 ■ Serie 2 ■ Serie 3 ■ Serie 4

Grafico 2



Grazie!



Data, Luogo

DOMANDE?

Comunicazione verbale e memorizzazione

- Asciugare la comunicazione, pochi aggettivi, frasi brevi, dati
- Preparatevi per poter andare a braccio restando nei tempi che la situazione vi concede (NON LEGGETE!)
- Provate tecniche mnemoniche come i loci di Cicerone (scelta di un percorso noto, associazione concetto chiave – luoghi lungo il percorso, discorso come camminata attraverso i luoghi)

Cose da NON fare mentre si presenta

- Abbassare la voce (attenzione al tono, soprattutto i finali delle frasi)
- Parlare velocissimo
- Inserire intercalari, mmmmm, tic del parlato («diciamo», «cioè», «praticamente»...)
- Girarsi verso lo schermo
- Gesticolare eccessivamente, grattarsi la testa, tic gestuali... (ma l'uso delle mani è in generale un aiuto)

ASSIGNMENT

**Lavoriamo alla presentazione
(dividendoci i ruoli)**





UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI BERGAMO

CREO-LAB SALUTE

Come presentare un progetto imprenditoriale

RELATORI
Mario Salerno