

# Pitch

Chegamos à nossa última oficina. É hora de nos prepararmos para as apresentações do projeto em uma comunicação de alto impacto!

## MATERIAIS NECESSÁRIOS

Papel  
Caneta  
Computador



## O que é pitch?

⌚ CERCA DE 10 MINUTOS

Pitch é uma apresentação de alto impacto que objetiva vender a ideia de um projeto ou negócio. Ele deve ser curto e objetivo para chamar a atenção de um(a) possível investidor(a), de um(a) parceiro(a) ou mesmo de um(a) cliente do projeto ou do negócio.

Durante o pitch, temos que contar uma história que sensibilize o público. Para isso, sugerimos:

→ **Destacar no início qual foi o desafio que motivou o projeto:**

É o momento de sensibilizar o público com dados impactantes sobre a problemática.

→ **Apresentar o público-alvo:**

Qual o perfil de quem atraiu a sua atenção, teve suas dores e desejos mapeados e será atendido pela sua ideia de solução?

→ **O que já existe no mercado?**

Existem soluções que resolvem parte do desafio?

Existem soluções com serviços ou produtos similares?

Esse mapeamento ajuda a diferenciar o que já existe no mercado da solução inovadora que será apresentada no próximo item.

→ **Apresentar a solução inovadora:**

Que valor estão entregando?

Retomem o Canvas de Proposta de Valor e a frase que criaram, destacando a proposta de valor.

→ **Mostrar como a solução funciona e será usada:**

Jornada do(a) usuário(a) (podem usar o storyboard da solução que vocês fizeram como base).

Podem mostrar o produto funcionando por meio de um vídeo.

Se for um produto digital, podem mostrar as telas em simulação de navegação para facilitar a compreensão dos itens incluídos e do funcionamento.

→ **Apresentar a validação:**

Os principais resultados da validação feita pelo MVP para destacar que o público percebeu valor na ideia.

→ **Mostrar o plano para viabilizar o projeto ou negócio:**

Dados do canvas de modelo de negócios.

Informações sobre recursos e parcerias necessárias.

→ **Destacar a equipe:**

Quem está por trás dessa solução?

Quais são as funções e as competências de cada um(a)?

Tudo isso deve ser apresentado com uma narração entusiasmada, de quem acredita na ideia, e com o tempo controlado. Na OPInE, usaremos o limite de 6 minutos. **Dica:** o tempo para o pitch não deve ser usado apenas como limite máximo. Ele é uma referência ou um “alvo” a ser atingido. Pitches que usam menos tempo do que o permitido transmitem a ideia de desperdício de um recurso valioso, o tempo de atenção dos(as) avaliadores(as)! Por outro lado, passar do limite de tempo estipulado demonstra desorganização e falta de preparo para um momento tão importante!

Só mais uma coisa, para encerrar o pitch devemos fazer uma chamada para ação (*call for action*). Para isso, criem uma frase para o último slide que convide o público a acreditar, apoiar, participar da solução junto com a equipe. Exemplos:

- Vem com a gente transformar o acesso à cultura no nosso bairro!?
- Os idosos merecem ter voz! Vamos juntos(as) mudar essa realidade?
- Planejar o futuro muda vidas! Seja mais um(a) nessa rede de sonhos!

Perceberam que se trata de uma apresentação que deve ser planejada com muito cuidado e usando estratégias que farão toda a diferença?

## Realizar o planejamento do pitch

🕒 2 HORAS

1. Vocês devem preparar um pitch de 6 minutos.
2. Para realizar um pitch vocês deverão produzir:
  - Um roteiro textual da apresentação;
  - Uma apresentação de slides com tópicos e imagens que ilustrem cada etapa.
3. Escolher apenas um(a) apresentador(a) que deverá treinar anteriormente para que a narração seja o mais objetiva e impactante possível.
4. Apresentar as informações em uma ordem que facilite o entendimento do desafio mapeado até a solução inovadora proposta:
  - Contexto do desafio (esse é o momento de sensibilizar o público com dados impactantes sobre a problemática);
  - Quem é o(a) beneficiário(a) (apresentar a Persona e o público-alvo)?
  - Qual é o desafio do(a) beneficiário(a) (qual a tarefa que ele(a) faz que pode ser melhorada)?
  - Quais são os(as) concorrentes?
  - Qual é a sua solução para o(a) beneficiário(a), ou seja, qual é a sua proposta de valor para ele(a)?
  - Como vocês testaram a sua solução até o presente momento?
  - Qual é o Modelo de Negócio que planejam usar?
  - Quais são os Recursos-Chave que precisam para viabilizar sua solução?
  - Quais os recursos financeiros para viabilizar sua solução?
  - Qual é o retorno financeiro esperado, se houver?
  - Equipe;
  - Chamada para ação.

### PREPARAÇÃO PARA A APRESENTAÇÃO DO PITCH

É fundamental para o sucesso do pitch que os slides sejam bem elaborados e organizados e que o roteiro textual seja objetivo e permita o entendimento da proposta inovadora. Além disso, conta muito o controle do tempo. É preciso treinar. Isso mesmo! É muito importante treinar a apresentação e cronometrar o tempo. Dessa forma, vocês poderão ajustar o roteiro e os slides com antecedência para que, no demoday, vocês façam o pitch em 6 minutos e com muita segurança!

Ensaíem! E ajustem quantas vezes forem necessárias até alcançarem o tempo adequado em uma narração com ritmo normal, sem correria.

**Glossário:** *Demoday* - dia de demonstração. É a entrega final da jornada de inovação e empreendedorismo, a oportunidade que a equipe tem de demonstrar seus resultados e sua proposta de solução inovadora. Muitas vezes, o demoday conta com investidores(as) e possíveis parceiros(as) na plateia.



## Atividade Avaliativa: Pitch do Demoday (equipe)

### PITCH DO DEMODAY

A avaliação da apresentação do pitch será realizada seguindo os seguintes critérios:

#### Cumprimento do tempo de apresentação

( ) Sim      ( ) Não  
0,5 ponto

#### Qualidade da apresentação: conseguiu prender a atenção do público?

Início impactante (com storytelling, por exemplo, frases de efeito, construindo um gancho para a oportunidade)?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Parcial  
2 pontos

#### Contextualização do problema: apresentou o problema com fundamentação em diferentes tipos de pesquisa?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Parcial  
1 ponto

#### Apresentação da ideia, produto ou serviço: o produto, serviço ou processo foi bem descrito? Apresentou a sua utilidade? Apresentou suas vantagens?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Parcial  
1 ponto

#### Análise de mercado (clientes, concorrentes, fornecedores): apresentou o potencial do mercado? Validou a dor do mercado? Apresentou resultados das entrevistas de validação da dor de mercado?

( ) Sim      ( ) Não      ( ) Parcial  
1 ponto

**Persona e Mapa da empatia:** apresentou a(s) persona(s) que representa(m) o público segmentado? O mapa de empatia mostrou com clareza as dores e desejos do segmento de público?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcial

1 ponto

**Proposta de valor:** a proposta de valor é bem clara? Desperta a desejabilidade? Apresentou uma vantagem, um diferencial em relação à concorrência? É uma iniciativa inovadora?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcial

1 ponto

**MVP:** o protótipo ou o MVP é tecnicamente viável? Foi testado? Apresentou resultados a partir dos testes?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcial

1 ponto

**Modelo de Negócios:** tem um modelo de receita bem definido? A iniciativa é economicamente viável?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcial

1 ponto

**Equipe:** expôs bem aspectos de força da equipe, suas habilidades complementares, seu histórico?

( ) Sim ( ) Não ( ) Parcial

0,5 ponto



## Referências

BORGES, Renata S.G.; VALADARES, Eduardo C. **Metodologias ativas para inovar e empreender**. Belo Horizonte: Ramalhete, 2021.

## Créditos

### COORDENAÇÃO DO PROJETO

Miriam de Magdala Pinto

### ROTEIRO

Letícia Pedruzzi Fonseca

Miriam de Magdala Pinto

### REVISÃO DE LINGUAGEM

Thássila Deorce da Rocha

### SUPERVISÃO E REVISÃO DE CONTEÚDO

Miriam de Magdala Pinto

Letícia Pedruzzi Fonseca

### EQUIPE DE PRODUÇÃO

*Coordenação de Design:* Letícia Pedruzzi Fonseca

*Design Instrucional:* Luíza Avelar

*Design Gráfico:* Thaís André Imbroisi



É permitido o download e compartilhamento desde que atribuído os devidos créditos ao projeto, sem que possa alterar o material de nenhuma forma ou utilizá-los para fins comerciais. Este material está licenciado sob a CC BY-NC-ND.

