

O QUE É

PITCHING?



PITCHING

O Pitch é uma ferramenta usada para atrair os stakeholders a fim de capitalizá-los. Ele é uma apresentação sobre seu negócio ou ideia, feita de forma breve e com finalidade de aguçar os expectadores em prol de investir na empreitada, criar vendas ou bem como apresentação institucional.

Suas formas de apresentações são variadas e devem ser adaptadas ao público que irá assistir, buscando desenvolver cada vez melhor a experiência do que é passado. As apresentações podem ser feitas em formato de Power Point ou não. Além disso, a ferramenta é conclusiva, apesar de poder criar brechas para possíveis perguntas e questionamentos, é de suma importância que todos os fatos sejam transmitidos sobre o negócio.

Ele se resume a algumas fases, são elas:

- Introdução;
- Identificação do problema;
- Personificação com a oportunidade;
- Solução;
- Mercado;
- Diferenciais;
- Proposta;
- Finalização.

Introdução: é na introdução que o comunicador se apresenta, diz seu nome, idade e o que está representando.

Identificação do problema: é nesse momento que os primeiros indícios dos problemas são revelados, bem como suas causas, explicando como podem ser potencialmente ruins. Dados referentes a essas dificuldades devem ser apresentados para credibilizar a etapa.

Personificação do problema: a oportunidade ideal de criar laços com os expectadores, mostrando que esse mesmo problema também pode estar ou vir a afetá-los. A chance de criar identificação com os mesmos, potencializar suas oportunidades de convencimento de valor.

Solução: após demonstrar que a situação é realmente problemática, caótica, que ela pode realmente impactar negativamente todos que estão ouvindo sobre, é dada a hora de mostrar a luz no fim do túnel, a solução, e como ela pode ser a ideal para o dissolvimento desses problemas.

Mercado: como tudo precisa vender e dar resultado, é a oportunidade de mostrar como essa solução apresentada pode ser financeiramente viável e rentável. Dados financeiros são de extrema importância para credibilizar essa etapa.

Diferenciais: uma etapa aplicada a mostrar seus diferenciais de solução caso já existam outras formas de resolver a dificuldade proposta. Momento de ser entregue toda proposta de valor da marca que estará por trás da resposta ao questionado.

Proposta: após toda problematização, demonstração de solução, potencial de mercado, é dado momento de fazer uma proposta irrecusável ao expectador, de forma que o Pitch possa realmente ser convertido em vendas.

Finalização: é a chance de serem mantidos os laços entre a marca e os ouvintes, mesmo que não possuam vontade comercial no momento que foi proposto, pode ser que no futuro o interesse venha a ser despertado.

De nada vale um excelente Pitch se a apresentação como um todo não estiver impecável, as palavras certas escolhidas e, além disso, a oferta imperdível sendo feita.

Compras e investimentos mexem demasiadamente com os sonhos e desejos dos leads e prospects. Quanto mais a oferta for recebida como imperdível, como uma chance única e mais ela tiver apego emocional e pessoal com os ouvintes, mais suas chances de eficácia se elevam.

O Pitch é um dos carros chefes da Salto Consultoria, aqui desenvolveremos juntos o seu, bem como seu discurso e o desenvolvimento completo de sua estratégia de atuação.