

## RISULTATO DI PROGETTO 2:

### Kit di strumenti di formazione a distanza per l'imprenditoria verde e sociale

#### Modulo 7

#### Pitching: Come presentare un'idea



Sviluppato da

Partner 6, **Asociatia ARESEL**, ROMANIA

**Module 7 - Pitching: how to present your ideas**

Obiettivo del modulo:	<p>Questo modulo vuole fornire ai discenti le informazioni principali relative alle tecniche di pitching, la presentazione, che potrebbero essere utilizzate per promuovere le loro idee imprenditoriali, per cercare investitori o per convincere clienti o possibili partner a sostenere l'idea commerciale del nuovo imprenditore.</p> <p>In entrambi i casi, il "pitching efficace" è un'abilità commerciale fondamentale. La capacità di catturare l'attenzione di un pubblico e di presentare un'argomentazione commerciale convincente a cui i decisori diranno "sì" è fondamentale per il successo personale e organizzativo. Questo modulo esamina gli elementi chiave della progettazione di un pitch e come esporre le proprie argomentazioni in modo chiaro e conciso.</p> <p>Non sappiamo mai quando avremo l'opportunità di fare un pitch per un investitore o quanto tempo avremo a disposizione per convincerlo. Per questo motivo, gli imprenditori dovrebbero sempre preparare diversi pitch di diversa durata: un breve pitch di 1-2 minuti, un pitch di 10 minuti e un pitch di 40 minuti. Forniremo alcune informazioni per insegnare ai discenti come presentare efficacemente, in ogni possibile situazione, la propria idea imprenditoriale attraverso i metodi di pitching. In effetti, ci sono tre tipi principali di presentazione per cui prepararsi: l'elevator pitch, lo short form pitch e il long form pitch.</p> <p>Questo modulo vuole migliorare le capacità di pitching degli studenti e fornisce un feedback costruttivo per garantire che i pitch siano presentati nel modo più efficace possibile. Alla fine, viene chiesto ai partecipanti di preparare efficacemente un pitch per promuovere la propria idea imprenditoriale a terzi.</p>
Obiettivi del Modulo	<p>Gli obiettivi didattici di questo modulo sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Identificare e adattare le tecniche di presentazione per soddisfare le esigenze e i requisiti del cliente.</li> <li>● Migliorare la consapevolezza dei punti di forza e di debolezza nello stile di pitching/presentazione.</li> <li>● Risparmiare tempo nella pianificazione e fornire proposte/presentazioni nitide, mirate ed efficaci.</li> <li>● Fare in modo che gli studenti si sentano più consapevoli di ciò che accade durante una presentazione, conoscerne i meccanismi.</li> <li>● Personalizzare il tono per tenere conto della durata e della profondità della relazione con il cliente.</li> <li>● Articolare il messaggio del nuovo imprenditore in modo specifico in base alle esigenze del cliente/partner/investigatore.</li> <li>● Comprendere il linguaggio del corpo dei partecipanti e dei clienti.</li> <li>● Gestire in modo efficace le obiezioni dei clienti, evitare vicoli ciechi e intrattenere conversazioni efficaci.</li> </ul>
Obiettivi dell'apprendimento:	<p>Alla fine di questo modulo, lo studente dovrebbe essere in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Conoscere un pitch.</li> <li>● Capire come aggiungere crediti a sé stessi.</li> <li>● Acquisire fiducia in sé stessi durante la presentazione.</li> <li>● Padroneggiare gli espedienti retorici (rendendo il messaggio indimenticabile).</li> <li>● Migliorare le presentazioni: come "aprire" la presentazione.</li> <li>● Ottenere informazioni su conclusioni efficaci: come "chiudere" la presentazione.</li> </ul>
Contenuti:	<p>Introduzione</p> <hr/> <p><b>TEMA 1 - Il pitching in sintesi: una panoramica generale</b></p> <p>1.1. Distinguere le presentazioni in base allo scopo;</p> <p>1.2. Che cos'è un Elevator Pitch e come si struttura;</p> <p>1.3. Imparare i diversi stili di presentazione che si adattano al proprio e che possono ispirarvi;</p> <p>1.4. Alcuni passi da seguire per una presentazione efficace;</p> <p>1.5. Lo schema di una presentazione efficace;</p> <p>1.6. Slide per slide, come strutturare ogni singolo passaggio in termini di grafica, contenuti ed esposizione.</p> <p>Spunti di riflessione</p> <hr/> <p><b>TEMA 2 – Preparazione del pitch</b></p> <p>2.1. Aspetti contenutistici: su quali concetti concentrarsi;</p> <p>2.2. Aspetti della presentazione: come presentare questi concetti;</p> <p>2.3. Scaricare un modello efficace;</p>



- 2.4. Ricerca sul background del pubblico/persone chiave;
- 2.5. Prepararsi alle obiezioni previste;
- 2.6. Comprendere le esigenze del pubblico e fare da specchio;
- 2.7. Pianificate il vostro pitch in 3 modi: una versione di cinque secondi, una di 30 secondi e una di cinque minuti.

Spunti di riflessione

**TEMA 3 – Durante il Pitch**

- 3.1. Panoramica su come iniziare, condurre, gestire e mantenere il controllo durante una presentazione.
- 3.2. Quali errori evitare per non perdere l'attenzione dell'investitore?
- 3.3. L'importanza del linguaggio del corpo, del tono della voce e dei segnali non verbali e come interagire durante il pitch.
- 3.4. Comprendere gli aspetti culturali / i diversi pitch per le diverse aree geografiche
- 3.5. Padroneggiare le obiezioni per ottenere una situazione "win-win".
- 3.6. Esercizio di gestione delle obiezioni / gioco di ruolo – pratica

Spunti di riflessione

Studio di casi – esempio di Elevator Pitch

- <https://tagsoft.co/4-good-elevator-pitch-examples-for-business-and-startups/>
- <https://articles.bplans.com/the-7-key-components-of-a-perfect-elevator-pitch/>
- <https://www.clearvoice.com/blog/entrepreneur-elevator-pitch-examples/>

Attività

- Prepararsi in tutti i dettagli ed esercitare il proprio pitch con conversazioni efficaci;
- Mostrare/discutere in piccoli gruppi il video del pitch preparato in precedenza;
- Gioco di ruolo - Presentazione del pitch: durante questa sessione, i partecipanti ripeteranno il loro pitch tenendo conto del feedback ricevuto dai pitch precedenti per garantire una presentazione di maggiore impatto.
- Partecipare a una comunità di startup dedicata al lancio di idee imprenditoriali.

Approfondimenti (Ulteriori materiali)

- A mini guide to pitching <https://concept.uwaterloo.ca/40727/>
- How to effectively pitch a business idea <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea>
- How to give an elevator pitch (with examples) <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples>
- How to pitch an idea in 6 steps <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch>
- The elevator pitch (video, 7 minutes) <https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20>
- How to make a pitch deck (video, 8 minutes) <https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVk>
- Start-Up elevator pitch: examples for entrepreneurs <https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/>
- Slides to include in your pitch deck <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
- How to pitch to investors in 10 minutes and get funded <https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/>
- Pitch your Tech Start-Up ideas <https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/>

Quiz (10 a scelta multipla)

Riferimenti

- <https://www.amazon.co.uk/dp/0071752854?linkCode=gs2&tag=uuid07-21>
- <https://www.amazon.in/Art-Pitch-Persuasion-Presentation-Business/dp/0230120512>
- <https://www.amazon.it/Pitching-Hacks-pitch-startups-investors/dp/0557235596>
- <https://www.amazon.co.uk/dp/9462762457?linkCode=gs2&tag=uuid07-21>
- <https://www.youtube.com/watch?v=H5XgrQ0pY5A>
- <https://www.amazon.co.uk/dp/9063695292?linkCode=gs2&tag=uuid07-21>
- <https://www.amazon.it/Startup-presentare-convincere-investitori-finanziarla/dp/885790766X> (in Italian)

Tempo previsto:	8 ore
Hashtag del Modulo	#pitching #presentation #credibility #entrepreneurship #confidence #bodylanguage #marketanalysis #captivating #success #timemanagement

## Introduzione

Al fine di verificare quali materiali rilevanti siano offerti a livello nazionale e/o europeo in relazione al modulo SOSUSK n. 7, l'Associazione ARESEL ha avviato una ricerca comparativa sul tema del pitching, selezionando alcuni materiali formativi già esistenti a livello europeo su questo tema. Dall'inizio di luglio 2022, i ricercatori ARESEL coinvolti come staff nel progetto SOSUSK hanno iniziato a identificare a livello europeo alcuni programmi di formazione, corsi o altro materiale disponibile (manuali, siti web ecc.) che potrebbero essere utili come riferimenti per lo sviluppo del modulo 7, con l'obiettivo che questo modulo aiuti e sostenga i NEET a sviluppare alcune competenze imprenditoriali e verdi. Abbiamo iniziato a cercare e a raccogliere alcuni esempi (revisione e confronto), utili anche per dare forma all'indice del modulo 7.

Per i NEET interessati a nuove competenze imprenditoriali, il pitching potrebbe essere strategico per la fase di promozione dell'idea imprenditoriale e per il momento in cui il nuovo imprenditore è alla ricerca di partner, azionisti o investitori. Ecco perché la capacità, potenziata attraverso questo modulo, dei discenti di realizzare un pitch efficace potrebbe avere un impatto significativo sul loro successo. Sia che stiate cercando di convincere gli investitori a darvi una possibilità, sia che stiate vendendo un prodotto a un potenziale cliente, dovete essere eccezionali nella presentazione e nel pitching. Infatti, uno degli obiettivi più importanti della vostra presentazione è garantire che la vostra attività sia facile da capire. Due sono le cose che li ostacolano: la loro prospettiva unica e tutte le idee che hanno nell'implementazione e nello sviluppo della loro attività per il futuro. In generale, conoscere le tecniche di pitching aiuterà i nuovi imprenditori, gli start-upper che si rivolgono a fondi di finanziamento, la preparazione di conferenze, i docenti di qualsiasi tipo e i team di marketing e di vendita. Una buona capacità di presentazione è fondamentale per chiunque, soprattutto se si ha un'impresa in fase di avviamento o un'organizzazione che vuole crescere e svilupparsi.

## Tema 1 – Il Pitching in breve: una panoramica generale

Questo capitolo spiega come pianificare, strutturare e presentare un pitch al pubblico. Gli studenti impareranno come scegliere lo stile di presentazione, su cosa concentrarsi durante il discorso e quali sono gli elementi chiave che una presentazione visiva deve contenere per catturare l'attenzione.

### 1.1 Distinguere le presentazioni in base al loro scopo

Toni Gargan, in un episodio del suo podcast ("Presenting, Pitching & Public Speaking"), pubblicato il 27 gennaio 2020 e intitolato "Pitching Versus Presenting", si è soffermata sulla differenza tra Presenting e Pitching.



**Presenting** - Il processo di presentazione di un argomento a un pubblico, tipicamente una dimostrazione, un'introduzione, una conferenza o un discorso.

Una presentazione ha lo scopo di informare, persuadere, ispirare, motivare o creare consenso. Una presentazione può essere utilizzata per mostrare informazioni e condividere i contenuti richiesti.

**Pitching** - L'attenzione del pitching è solitamente rivolta alla vendita.

Si tratta di un discorso che cerca di persuadere qualcuno con una presentazione pianificata. È concepita come un'introduzione a un prodotto o a un servizio oppure si sofferma sulla descrizione del prodotto ed è finalizzata alla vendita del prodotto o del servizio.

La differenza principale è che presentare = informare e proporre = vendere.

**Quando si prepara una presentazione, si condividono fatti e informazioni, quando si prepara un pitching si condividono ancora informazioni, ma con un obiettivo finale:**

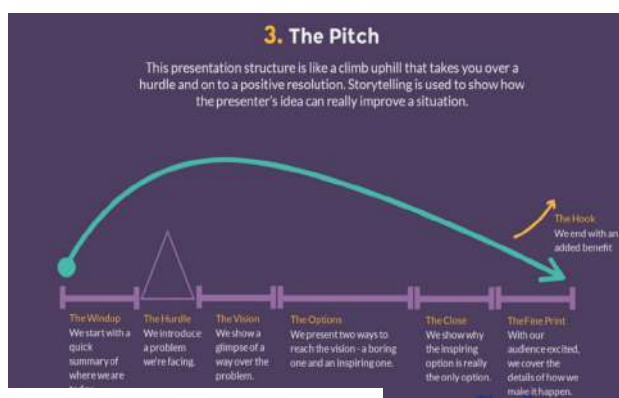
**vendere qualcosa.**

Iniziate con il fine: qual è il risultato desiderato? Volete che le persone si divertano ad ascoltare e a imparare qualcosa? Volete che le persone abbiano bisogno di ciò di cui avete parlato?

Quando create un invito all'azione, deve essere chiaro, deve essere qualcosa che le persone capiscono. Assicuratevi che sia conciso, se le persone sappiano con chiarezza e in modo davvero semplicistico cosa devono fare per ottenere il risultato desiderato, è più probabile che agiscano. Siate semplici, brevi e chiari.

In definitiva, quando fate una presentazione, state creando un bisogno o un desiderio.

Iniziate sempre con il fine e se create un'esigenza, potete trasformare elegantemente la vostra presentazione in un pitch.



### Tipologie di pitch desk

A seconda del tipo di pubblico a cui si intende proporre le proprie idee e la propria visione, può essere necessario un tipo diverso di pitch deck. Gli investitori hanno bisogno di informazioni diverse dai clienti. I responsabili hanno bisogno di dettagli più approfonditi rispetto al resto del team. I partner hanno bisogno di rassicurazioni diverse rispetto agli stakeholder. Per questo motivo, esistono diversi modi di strutturare un pitch deck.

- Pitch deck per l'investimento



- Pitch deck per il marketing
- Pitch deck per le competizioni (ad esempio, i congressi).
- Pitch deck su opportunità e visione
- Pitch deck del team Traction pitch deck
- Bonus: Tweet and Elevator pitch (no deck)
- Vision/value proposition
- Tipologia di pitch decks (in termini di finalità)  
<https://www.aleberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>
- Tipologia di pitch decks (in termini di ambiente e di gruppo)  
<https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>

## 1.2 Cos'è un Elevator Pitch e come è strutturato

Un buon elevator pitch non dovrebbe durare più di una breve corsa in ascensore di 20-30 secondi, da cui il nome. Deve essere interessante, memorabile e conciso. Inoltre, deve spiegare cosa rende unico il cliente, la sua organizzazione, il suo prodotto o la sua idea.

- Definire il problema e metterlo in relazione con esso (il pubblico sta pensando "perché dovrebbe interessarmi?").
- Descrivere la vostra soluzione
- Conoscere il mercato di riferimento
- Descrivere la concorrenza (perché il vostro prodotto è unico)
- Condividere chi fa parte del vostro team.
- Includere un riepilogo finanziario
- Dimostrare la propria forza
- Creare un discorso di presentazione <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>

## 1.3 Imparare diversi stili di presentazione che corrispondano ai vostri e che possano ispirarvi

Per scegliere i propri stili, considerate l'argomento della vostra presentazione; considerate il pubblico e come invitare all'azione. Combinare stili diversi per una presentazione più efficace.

Finalità delle presentazioni:

- fornire informazioni
- insegnare un'abilità
- segnalare lo stato di avanzamento
- vendere un prodotto o un servizio
- prendere una decisione
- risolvere un problema
  - Come decidere il metodo di presentazione <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>
  - Come scegliere gli stili di presentazione <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>

## 1.4 Pochi passi da seguire per una presentazione efficace

Suggerimenti per una presentazione efficace

- Conosce il proprio pubblico (in anticipo)
- Fare uno schema di ciò che si presenta con 3 o 4 punti principali: iniziare con forza con una bella storia, poi riassumere brevemente di cosa parlare e perché sia utile o rilevante per il proprio pubblico.
- Acquisire familiarità con il luogo e l'attrezzatura prima della presentazione: trattate il luogo come un palcoscenico, rilassatevi.
- Usare frasi semplici: interagire con il pubblico e ribadire il messaggio principale, stabilire un contatto visivo.
- Usare esempi per illustrare le proprie idee (siate logici)
- Esercitarsi con la propria presentazione.

## 1.5 Lo schema di una presentazione efficace

- Rompighiaccio coinvolgente: iniziare a rompere il ghiaccio con il pubblico attraverso una breve attività
- Narrazione visiva
- Immagini accattivanti
- Visualizzazioni dei dati
- Animazioni
- Semplicità
- Musica e video
- Linee guida e suggerimenti <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>
- Examples <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>

**Slide dopo slide, come strutturare ogni singolo passaggio dal punto di vista grafico, contenutistico ed espositivo:**

- <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation#:~:text=Just%20like%20other%20forms%20of%20the%20significance%20of%20your%20talk>.
- Esempi per una presentazione grafica accattivante <https://visme.co/blog/presentation-structure/>
- Come usare la grafica (esempi) <https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>



- Gestione del tempo <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>

### Spunti di riflessione

- Quali sono gli elementi principali di un Elevator Pitch?
- Quali elementi grafici/visivi rendono una presentazione di successo?
- Come concludere il proprio discorso di lancio per essere ricordati?
- Quali passaggi seguire per preparare un pitching efficace?



- vi invitino a tornare per saperne di più
- siano più produttivi o collaborativi
- si fidino di voi per portare a termine il lavoro
- si schierino al vostro fianco

## Tema 2 – Preparazione del pitch

Questo capitolo analizza ogni elemento di una presentazione: su quali concetti concentrarsi e come enfatizzarli; cosa sapere sul pubblico, come comportarsi per catturare e mantenere la loro attenzione e come preparare e gestire eventuali obiezioni. Infine, gli studenti impareranno a strutturare qualsiasi pitch in base al tempo a disposizione

### 2.1 Contenuto: su quali concetti concentrarsi

Per mettere a fuoco la presentazione, è necessario attenersi ad un unico e chiaro obiettivo. Lo scopo di un discorso è cambiare la mente o il comportamento delle persone. Questo significa che volete che:

- approvino la vostra idea
- assumano la vostra azienda
- acquistino il vostro prodotto o servizio

È meglio approfondire solo alcuni punti piuttosto che coprirne brevemente molti.

- Enfatizzare il motivo per cui si vuole raggiungere la propria idea [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action?language=en](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en)
- Concentrarsi sul perché e il come <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>
- Elementi di base di un Pitch deck
  - <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
  - <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>

### 2.2 Aspetti di presentazione: come presentare questi concetti

- Mantenere il contatto visivo con il pubblico
- Usare i gesti per enfatizzare i punti
- Muoversi sul palco
- Abbinare la mimica facciale a ciò che si dice
- Ridurre le abitudini nervose
- Respirare lentamente e con costanza
- Usare la voce in modo appropriato
- Mostrare sicurezza durante la presentazione <https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>

### 2.3 Scaricare un modello efficace

- Varie finalità
  - <https://slidesgo.com/pitch-deck>
  - <https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>
- Avvio della fase iniziale: <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>
  - Template: [https://docs.google.com/presentation/d/1-YwsaklOL8LirCqPjG-r\\_Y6w7Do2TluUqIMqe8P0Kbk/edit#slide=id.g4f57e8149\\_2\\_18](https://docs.google.com/presentation/d/1-YwsaklOL8LirCqPjG-r_Y6w7Do2TluUqIMqe8P0Kbk/edit#slide=id.g4f57e8149_2_18)

### 2.4 Ricerca sul pubblico: i principali background individuali

La ricerca sul pubblico è progettata per stabilire la dimensione, la composizione e le caratteristiche di un gruppo di individui che sono, o potrebbero essere, potenziali clienti. Questa ricerca riguarda le persone e gli individui che costituiscono il vostro target e consente di incentrarsi sul cliente, piuttosto che essere guidati dal prodotto.

In generale, dovrebbero esserci tre elementi chiave che definiscono un pubblico target: informazioni geografiche (regione target); informazioni demografiche (caratteristiche quantificabili che definiscono il proprio cliente ideale); informazioni psicografiche.

Determinare il pubblico di destinazione:





- analizzare i clienti e condurre interviste ai clienti
- condurre ricerche di mercato e identificare le tendenze del settore
- analizzare i concorrenti
- definire chi non è il proprio pubblico di riferimento
- rivedere continuamente le informazioni
- conoscere in anticipo il pubblico  
<https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- cosa conoscere prima di entrare nel mercato <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>
- individuare il proprio segmento di mercato <https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>
- comprendere il mercato di riferimento  
<https://www.lloydsbank.com/business/RISORSA-centre/business-guides/understanding-your-market.html>
- conoscere il proprio pubblico in occasione di una presentazione pubblica  
<https://www.asme.org/topics-RISORSAs/content/public-speaking-know-your-audience>
- strategia dei contenuti in base al pubblico <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>

## 2.5 Prepararsi alle obiezioni previste

Il metodo in quattro fasi per gestire le obiezioni è: ascoltare, riconoscere, ribadire e rispondere. Esistono sette metodi specifici per gestire le obiezioni in diverse situazioni di vendita: sostituzione, boomerang, domanda, punto superiore, negazione, dimostrazione e terzo.

- Essere un ascoltatore attivo
- Rispecchiare l'obiezione del potenziale cliente
- Identificare la vera obiezione
- Usare l'empatia per convalidare le preoccupazioni del potenziale cliente
- Reformulare le obiezioni sui prezzi
- Utilizzare i dati per alleviare le preoccupazioni del potenziale cliente
- Follow-up con domande a risposta aperta
- Come disinnescare le obiezioni prima che qualcuno le sollevi  
<https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>
- Obiezioni di vendita comuni <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>

## 2.6 Comprendere le esigenze del pubblico e il mirroring, l'“effetto specchio”

Comprendere il proprio pubblico fornisce informazioni sui bisogni insoddisfatti, nonché una conoscenza approfondita dell'ambiente in cui viene venduto un prodotto. Ciò consente a un'azienda di sviluppare meglio la propria offerta di prodotti / servizi e la strategia di vendita per soddisfare le esigenze del proprio pubblico.

L'analisi del pubblico significa riuscire a identificarlo per adattare il discorso ai suoi interessi, livello di comprensione, atteggiamenti e credenze. Adottare un approccio incentrato sul pubblico è importante perché l'efficacia di un relatore sarà migliore se la presentazione viene creata e consegnata in modo appropriato e personalizzato.

Rispecchiando gli aspetti verbali e non verbali della comunicazione, il venditore ideale stabilisce un rapporto di fiducia con l'acquirente. Di conseguenza, aumentano le possibilità di successo e di soddisfazione del cliente

- Iniziare con l'ascolto attivo
- Rispecchiare l'energia, non rispecchiare le emozioni
- Cercare di cambiare un'esperienza negativa
- Fare attenzione a come il mirroring ti sta influenzando
- Prevedere le esigenze del pubblico di destinazione :  
<https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>
- Cos'è il mirroring e come metterlo in pratica:  
<https://www.itproportal.com/features/the-concept-of-mirroring-in-marketing-what-it-is-and-how-to-put-it-into-practice/>
- Rispecchiare i consigli sul linguaggio del corpo <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>

## 2.7 Pianificare il vostro pitch in 3 versioni: da cinque secondi, da 30 secondi e da 30 minuti.

- Presentazione di un minuto: indicare il nome della propria azienda, lo slogan, a chi si rivolge e i principali vantaggi per il target.
- Presentazione di tre minuti = presentazione dell'ascensore: tempo sufficiente per sviluppare una narrazione su ciò che fa la vostra azienda, a chi si rivolge e perché. Esercitatevi in modo da avere un tempo di 30 secondi.
- Presentazione di 5-10 minuti: la presentazione più comune per un formato di competizione di business plan. Nella vita reale, questa è la presentazione ottimale: se presentata ad un potenziale investitore e si suscita il suo interesse, potreste guadagnare 45 minuti con lo stesso potenziale investitore.
- Presentazione di 45 minuti: presentazione approfondita. Solitamente suddivisa in 20-30 minuti di presentazione più la discussione.
- Gestire diverse durate: <https://www.acethepresentation.com/manage-time-during-a-presentation/>
- Durate tipiche delle presentazioni:  
<https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->
- Neuroscienze per mantenere l'attenzione  
<https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>





### Spunti per approfondimenti

- Quali informazioni chiave dovreste cercare sul mercato e sul pubblico a cui state presentando il vostro prodotto?
- Considerando le varie lunghezze disponibili per il vostro discorso, quali ulteriori informazioni dovrebbero essere aggiunte di volta in volta per produrre sempre un pitching efficace?
- Come dovreste presentare la caratteristica più rilevante della vostra idea imprenditoriale?
- Durante il vostro discorso, cosa dovreste osservare per capire la reazione del pubblico, al fine di adattare la vostra presentazione?

### Tema 3 – Durante un pitch



Questo capitolo si concentra sul comportamento efficace da mantenere durante la presentazione. Partendo dall'ottenere e mantenere il controllo sul pubblico, gli studenti impareranno come coinvolgere potenziali investitori e cosa evitare durante il pitch; come mostrare sicurezza e credibilità attraverso il linguaggio del corpo; l'importanza di adattarsi alla cultura del pubblico e crescere in quel mercato; come affrontare le obiezioni e come trasformarle in potenziali situazioni vantaggiose per tutti.

#### 3.1 Panoramica su come iniziare, condurre, gestire e mantenere il controllo durante un lancio

Con un solido sistema di gestione del pubblico, potete analizzare l'esperienza del cliente in modo più accurato rispetto ai sondaggi sui clienti. Anche i piccoli dettagli sui clienti possono essere registrati e utilizzati durante il targeting.

Comunicare in anticipo al pubblico quando riceverete le domande o eventualmente anticipate le domande. Stabilite un contatto visivo con il pubblico e fate sempre una

breve pausa prima di lanciarsi nelle risposte; assicurarsi di aver compreso la domanda che stanno ponendo.

Per mantenere la calma durante l'attività, usate gli appunti, respirate e parlate lentamente, seguendo la struttura che preparata in anticipo.

- Proteggere la vostra idea prima del pitch <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>
- Gestire la tensione durante la presentazione <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>
- Mantenere il controllo durante la presentazione <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>

#### 3.2 Quali errori evitare per non perdere l'attenzione dell'investitore

Coinvolgere il pubblico: interessarlo, dargli un motivo per ascoltare. Raccontare una storia, condividere un'esperienza personale; fare riferimento a un evento recente o riprendere un'osservazione o un tema di un oratore precedente. Sottolineare qualcosa di importante sul pubblico o sul contesto attuale.

Con storie e aneddoti reali, meno densi e più facili da capire, riuscirete a catturare la curiosità dei vostri ascoltatori. Inoltre, potete includere molte risorse nel vostro discorso per renderlo più dinamico: i video, ad esempio, sfruttano il potere dell'immagine e del suono per attirare il pubblico sulla vostra proiezione.

- Catturare l'attenzione del pubblico <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>
- Come provocare il pubblico
  - <https://virtuallanguage.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>
  - <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>
- I problemi degli investitori <https://www.forbes.com/sites/civcnation/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=54e434f>

#### 3.3 L'importanza del linguaggio del corpo, del tono della voce e dei segni non verbali e come interagire durante il pitch

Usiamo segnali non verbali per parlare agli altri attraverso le nostre espressioni del volto, i movimenti del corpo, la postura, il contatto visivo, i gesti delle mani, il tono e il volume della voce e le microespressioni che hanno un significato per noi e per il nostro pubblico.

Se cercate di convincere un pubblico a sostenere le vostre idee, il linguaggio del corpo deve supportarvi. Gesti ambigui come spostare gli occhi, agitarsi o sogghignare desteranno sospetti. Braccia aperte, piccoli gesti ed espressioni facciali che mostrano emozioni positive coinvolgeranno invece il vostro pubblico e vi renderanno credibile.

In quasi tutte le situazioni di presentazione, la vostra postura dovrebbe essere eretta e aperta, non china, curva o con le braccia conserte. Questo vi farà sembrare e sentirvi più sicuri e inviterà il pubblico a partecipare piuttosto che respingerlo.

Una buona presentazione persuasiva utilizza una combinazione di fatti, logica ed empatia per aiutare il pubblico a vedere un problema da una prospettiva che in precedenza non aveva considerato.

- Suggerimenti per il linguaggio del corpo e la comunicazione non verbale durante un'intervista <https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>
- Guida per parlare in pubblico <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>

#### 3.4 Capire gli aspetti culturali: diversi pitch per diverse geografie

Il background razziale ed etnico, come tutti i contesti culturali, può plasmare le aspettative del pubblico nei confronti della performance di un oratore, compresi il linguaggio del corpo, l'interattività, le metafore, le figure del discorso e il tono, l'intonazione e la velocità della voce.

È probabile che qualsiasi pubblico del mondo reale che incontrerete avrà una dimensione multiculturale di fondo. Come oratori, dovete riconoscere che la vostra prospettiva su un determinato argomento potrebbe non essere necessariamente condivisa da tutti i membri del vostro pubblico.







La cultura è l'elemento che consente ai professionisti del marketing di creare maggiore coinvolgimento e rilevanza e di far crescere il loro business. Non riconoscere l'importanza della cultura per la creazione di un marchio e di un business equivale a decidere che vi va bene essere in svantaggio competitivo.

- Differenze culturali in un pubblico multiculturale <https://courses.lumenlearning.com/wm-publicspeaking/chapter/cultural-difference-and-multicultural-audiences/>
- Profilazione del pubblico <https://glocalities.com/whatwedo/whatweoffer>
- Importanza del differenziare i contenuti <https://mastertcloc.unistra.fr/2018/11/26/how-cultural-differences-affect-your-content-marketing-strategy/>
- Sensibilità culturale del vostro marchio <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-culture>

### 3.5 Padroneggiare le obiezioni per ottenere una situazione "win-win", vantaggiosa per tutti.

La gestione delle obiezioni consiste nel rispondere con tatto alle preoccupazioni mostrando empatia e formulando una valida confutazione che superi le esitazioni e faccia progredire la trattativa.

Ascoltate attentamente l'obiezione e confermate la vostra comprensione ponendo una domanda qualificante. Rispondete alle obiezioni con la soluzione appropriata e confermate l'interesse per l'obiezione.

Una situazione win-win è il risultato di un approccio alla negoziazione basato sul mutuo guadagno, in cui le parti collaborano per soddisfare gli interessi e massimizzare la creazione di valore. In una negoziazione win-win, quando entrambe le parti sono soddisfatte del loro accordo, le probabilità di un successo duraturo sono molto più alte.

Per aiutarvi a raggiungere una risoluzione win-win:

- Ricordare gli obiettivi del pubblico
- Valutare le aspettative
- Creare opportunità reciprocamente vantaggiose
- Rimanere obiettivi
- Essere onesti su ogni potenziale problema
- Guida alla gestione delle obiezioni <https://www.socoselling.com/how-to-overcome-objections/>
- Convincere i clienti <https://www.teamleader.eu/blog/converting-clients-101-negotiation-objection-handling>
- Obiezioni e Negoziazione <https://www.saleshacker.com/10-tips-negotiation-objection/>

### 3.6 Esercizio di gestione delle obiezioni / gioco di ruolo – pratica

- Pratica efficace di gestione delle obiezioni <https://about.gitlab.com/handbook/customer-success/solutions-architects/sa-practices/effective-objection-handling-practice/>
- Formazione alle vendite <https://www.5percentinstitute.com/fun-sales-training-games-5-x-activities-worth-doing/>

### Spunti di riflessione

- Quali sono gli errori da evitare durante la presentazione per mantenere l'attenzione del pubblico?
- Quali sono il linguaggio vocale e il linguaggio del corpo da adottare durante la presentazione?
- Perché è importante conoscere la cultura dei vostri potenziali clienti?
- Quali sono le soft skills più utili da esercitare durante il discorso?

### Studio dei casi

#### Caso Studio 1: Presentazione del pitch Twoodo pitch di David Arnoux

Descrizione del caso studio : [https://www.youtube.com/watch?v=7a\\_lu7ilpnl](https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl)

Il presentatore inizia a spiegare l'obiettivo: mettere ordine nel caos, riorganizzarsi. Le applicazioni reinventeranno la collaborazione online. Inizia con una storia, sugli attrezzi agricoli che sono rimasti gli stessi per secoli fino a quando non sono stati tutti integrati in un'unica macchina. Durante il discorso fa battute e tende ad esagerare il problema che vogliono risolvere, per presentare ancora meglio il prodotto: "non siamo computer, abbiamo bisogno di qualcosa che ci aiuti"; afferma che l'applicazione può potenziare persone e team.

L'innovazione è la finestra di comando: una singola frase in una conversazione può attivare contemporaneamente più app, senza la necessità di aprirle o passare da una pagina all'altra.



L'app è disponibile anche su più dispositivi, "devi solo digitare e scorrere); stanno anche lavorando su un algoritmo che riconoscerà lingue diverse, in modo che Twoodo sia ancora più facile da usare.

Dopo la descrizione del prodotto, continua a parlare dell'amministratore delegato di una famosa azienda, raccontando al pubblico che lo usa e ne è soddisfatto; dopo una precisa descrizione dei dati relativi a potenziali utenti, mercato e concorrenti, racconta addirittura che il loro principale concorrente ha elogiato il loro prodotto per le funzionalità.

Costruisce la parte finale del discorso anticipando le domande, per evidenziare fatti importanti che non sarebbero rientrati nella descrizione del prodotto. Presenta la sua squadra e i loro lavori precedenti: non solo sono affidabili perché conoscono il settore





in cui vogliono partecipare, ma sono anche amici da 8 anni, persone normali che vogliono che la loro vita e quella degli altri sia più semplice. Dopo aver definito l'esatta somma di denaro di cui hanno bisogno per lanciare l'applicazione, riassume l'intera presentazione e incoraggia il pubblico a unirsi alla loro causa.

**Punti chiave:** mantenere l'attenzione del pubblico, evidenziare le migliori caratteristiche del tuo prodotto e come risolvono il problema, presentare dati precisi sul mercato e sui concorrenti, mantenere il discorso breve ed efficiente.

### Caso studio 2: presentazione dell' iPhone pitch di Steve Jobs

**Descrizione del caso studio:** <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>

Ogni tanto arriva un prodotto rivoluzionario. Jobs inizia a riassumere quale prodotto rivoluzionario ha introdotto con la Apple nel 2007 sul mercato.

Presenta le caratteristiche chiave del prodotto: un iPod widescreen a grande schermo con comandi touch, un telefono cellulare rivoluzionario con integrato Internet; le ripete molte volte, con pause e coinvolgendo il pubblico, per sottolineare l'importanza dei momenti. Saranno tutti nello stesso dispositivo, l'iPhone. L'attenzione del pubblico viene mantenuta grazie a tante battute, e con immagini immediate e divertenti.

Prima di descrivere il prodotto, parla dei loro concorrenti e dei problemi del loro prodotto: con immagini facilmente comprensibili, spiega perché sono al top della loro categoria. Il problema di altri telefoni è che hanno controlli plastici, ampi e fissi che non si adattano a tutte le interfacce: cosa succede se dopo 6 mesi ti viene un'idea incredibile? Devi cambiare tutto il prodotto per realizzarlo? Apple ha già risolto il problema con un PC widescreen e uno strumento di puntamento, il mouse, quindi creerà un telefono con un grande schermo e lo strumento di puntamento più preciso, le nostre dita. Scherza: tutti nascono con il brevetto per usarlo.

Continua descrivendo il telefono, la sua interfaccia e l'interazione tra hardware e software che hanno inventato.

È vestito in modo semplice, con occhiali trasparenti per guardare il pubblico e una penna per sembrare professionale. Continua a fare battute intelligenti, divide il discorso in brevi sezioni: presentazione dell'argomento principale, descrizione, ripetizione del messaggio principale che vuole farci capire. È supportato da immagini divertenti e chiare.



**Punti chiave:** mantenere l'attenzione del pubblico, evidenziare le migliori caratteristiche del prodotto e come risolvere i problemi, come affrontare i concorrenti, immagini efficaci.

## Attività

VENDIMI UN PRODOTTO CHE NON MI PIACE	
Format: (in presenza, online, ibrido)	In presenza, online, ibrido
Obiettivi dell'apprendimento	Evidenziare le caratteristiche più importanti di un prodotto, riconoscere i suoi benefici oggettivi, controllare il linguaggio del proprio corpo e dell'atteggiamento in ogni occasione
Materiale/strumentazione richiesta	Strumentazione tecnica per la presentazione (non necessaria)
Descrizione dell'attività	Ogni studente deve preparare una presentazione che convinca a investire/acquistare un prodotto che non piace allo studente. In questo modo lo studente dovrà fare ricerche sul prodotto, indagarne il mercato e l'acquirente; inoltre, lo studente dovrà controllare il proprio linguaggio del corpo, che non deve far trasparire il disprezzo del prodotto. Questa attività preparerà gli studenti per qualsiasi richiesta futura che potrebbero dover soddisfare: devono essere professionali e produrre una presentazione convincente anche se il loro atteggiamento non sarebbe naturalmente positivo nei confronti del prodotto.
Domande riassuntive	Quale soluzione offre questo prodotto a quale problema? Quali sono i potenziali acquirenti di esso? Quali caratteristiche potrebbero convincere le persone per investire in esso? Quale linguaggio del corpo dovrei usare durante il mio discorso per mostrare fiducia in ciò che sto vendendo?
Tempo previsto	Non specificato
Come si può adattare questa attività in un formato diverso?	If applicable





Appunti per il formatore/ facilitatore	Assegnare un prodotto le cui caratteristiche non sono contrarie alle convinzioni etiche personali degli studenti.
---	---

<b>PADRONEGGIARE LE OBIEZIONI</b>	
Formato: (in presenza, online, ibrido)	In presenza, online, ibrido
Obiettivi d'apprendimento	Reagisci a qualsiasi obiezione al tuo discorso in modo professionale, abbi fiducia e presenta il tuo prodotto come la soluzione più efficiente al problema grazie alle sue caratteristiche.
Materiale/strumenti necessari	Strumentazione tecnica per la presentazione (non necessaria)
Descrizione dell'attività	Tre studenti saranno gli obiettori nella simulazione. Dovranno interrompere il discorso per chiedere qualcosa in merito alle caratteristiche che sta evidenziando il presentatore: quest'ultimo deve mantenere il controllo della situazione e rispondere in modo professionale e sicuro del proprio prodotto.
Domande di sintesi	Quale soluzione offre questo prodotto a quale problema? Quale linguaggio del corpo dovrei usare durante il mio discorso per mostrare fiducia in ciò che sto vendendo? Quali sono le domande più probabili che potrebbero essere poste in merito al mio prodotto?
Tempo previsto	Durata non specificata
Come si può adattare questa attività in un formato diverso?	If applicable
Appunti per il formatore/ facilitatore	Se il presentatore è particolarmente sensibile e mostra eccessivo disagio, non insistere sull'attività e cambiare le persone coinvolte.

<b>NON C'E TEMPO PER BALBETTARE</b>	
Formato: (in presenza, online, ibrido)	in presenza, online, ibrido
Obiettivi dell'apprendimento	Present a product with speeches of different duration, be convincing and think about the most peculiar characteristics that make your product and your presentation unique.
Materiale/attrezzatura richiesta	Attrezzatura tecnica per la presentazione (non necessaria)
Descrizione dell'attività	A tre studenti viene assegnato lo stesso prodotto da presentare. L'obiettivo è preparare discorsi che siano il più possibile diversi da quelli dei concorrenti, per conquistare l'attenzione del pubblico. Dovranno immaginare come i potenziali concorrenti venderebbero lo stesso prodotto e quali caratteristiche i potenziali acquirenti preferirebbero conoscere.
Domande di sintesi	Quale soluzione offre questo prodotto a quale problema? Quali sono i potenziali acquirenti? Quali caratteristiche potrebbero convincere le persone a investire in questo prodotto? Quale linguaggio del corpo dovrei usare durante il mio discorso per mostrare fiducia in ciò che sto vendendo? Come potrei, come venditore, essere diverso dai miei concorrenti?
Tempo previsto	Un minuto, 5 e 15 minuti a presentazione
Come si può adattare questa attività in un formato diverso?	If applicable
Appunti per il formatore/ facilitatore	Scegliete tre studenti che abbiano lo stesso stile di presentazione, non mettete uno studente timido contro uno visibilmente sicuro di sé affinché la sfida sia equa.

## Approfondimenti

<b>RISORSA 1</b>	
Link: <a href="https://concept.uwaterloo.ca/40727/">https://concept.uwaterloo.ca/40727/</a>	
Titolo della RISORSA	"Pitch Perfect: A Mini Guide to Pitching"





Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 2</b>	
Link: <a href="https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea">https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea</a>	
Titolo della RISORSA	“HOW TO EFFECTIVELY PITCH A BUSINESS IDEA”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 3</b>	
Link: <a href="https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples">https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples</a>	
Titolo della RISORSA	“How To Give an Elevator Pitch (With Examples)”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 4</b>	
Link: <a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch</a>	
Titolo della RISORSA	“How To Pitch an Idea in 6 Steps”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 5</b>	
Link: <a href="https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20">https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20</a>	
Titolo della RISORSA	“The Elevator Pitch”
Tipologia della RISORSA	Video, 7 minutes
<b>RISORSA 6</b>	
Link: <a href="https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVk">https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVk</a>	
Titolo della RISORSA	“How to Make a Pitch Deck (+ Pitch Deck Template Created by Investment Experts)”
Tipologia della RISORSA	Video, 8 minutes
<b>RISORSA 7</b>	
Link: <a href="https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/">https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/</a>	
Titolo della RISORSA	“Startup Elevator Pitch Examples for Entrepreneurs (+Template)”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 8</b>	
Link: <a href="https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/">https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/</a>	
Titolo della RISORSA	“The 11 Slides You Need to Have in Your Pitch Deck for 2022”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 9</b>	
Link: <a href="https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/">https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/</a>	
Titolo della RISORSA	“How to Successfully Pitch Your Business Idea to Investors”
Tipologia della RISORSA	Web article
<b>RISORSA 10</b>	
Link: <a href="https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/">https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/</a>	
Titolo della RISORSA	“17 Pro Tips to Pitch Your Tech Startup Ideas Effectively”
Tipologia della RISORSA	Web article

## Riferimenti






<b>RISORSA 1</b> Links: <a href="https://orenklaff.com/books/">https://orenklaff.com/books/</a> or <a href="https://www.audible.com/pd/Pitch-Anything-Audiobook/1639294759">https://www.audible.com/pd/Pitch-Anything-Audiobook/1639294759</a>	
Titolo della RISORSA	“Pitch Anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal”
Tipologia della RISORSA	Training book
National/European level	International
Breve descrizione dei contenuti (particolare attenzione agli argomenti trattati e alle attività pratiche)	Quando si tratta di fare un discorso, Oren Klaff ha credenziali impareggiabili e descrive la sua formula per aiutarvi a fare un discorso vincente in qualsiasi situazione commerciale. Che si tratti di vendere idee agli investitori, di proporre un nuovo business a un cliente o di negoziare per ottenere uno stipendio più alto, "Pitch Anything" trasformerà il modo in cui posizionate le vostre idee. Secondo Klaff, creare e presentare un'ottima presentazione non è un'arte, ma una semplice scienza. Applicando le ultime scoperte nel campo della neuroeconomia e condividendo storie illuminanti del suo metodo in azione, Klaff descrive come il cervello prende decisioni e risponde alle proposte. Grazie a queste informazioni, avrete il controllo completo di ogni fase del processo di presentazione. Applicate le tattiche e le strategie descritte in "Pitch Anything" per coinvolgere e persuadere il vostro pubblico e otterrete più finanziamenti e sostegno di quanto abbiate mai pensato.
Come si collega questo modulo con il PR2 di SOSUSK ?	Questo libro è pratico, veloce e offre un nuovo metodo che differenzierà le presentazioni dei nuovi imprenditori dal resto del gruppo. Questo libro può essere molto utile per i NEET interessati all'imprenditoria verde o sociale per prendere coscienza e imparare come presentare un prodotto, raccogliere fondi o concludere un affare. Tutti i principi sono descritti nel libro per spiegare come migliorare le presentazioni e le interazioni commerciali.
Note	Pitch Anything introduce l'esclusivo metodo <b>STRONG (Setting the Frame; Telling the Story; Revealing the Intrigue; Offering the Prize; Nailing the Hookpoint; Getting a Decision)</b> che può essere utilizzato immediatamente: Definire la cornice; Raccontare la storia; Rivelare l'intrigo; Offrire il premio; Inchiodare il punto di aggancio; Ottenere una decisione. Klaff è il migliore nel settore perché il suo metodo è molto migliore di quello di chiunque altro.

<b>RISORSA 2</b> Link: <a href="https://stripe.com/atlas/guides/pitching">https://stripe.com/atlas/guides/pitching</a>	
Titolo della RISORSA	“Pitching your early stage startup”
Tipologia della RISORSA	Breve guida online
Livello Nazionale/Europeo	Internazionale
Breve descrizione dei contenuti (particolare attenzione agli argomenti trattati e alle attività pratiche)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conoscere il proprio pubblico per fare un pitching corretto</li> <li>- Come vendere voi stessi e il vostro team</li> <li>- Comunicare dettagli concreti</li> <li>- Rivolgersi a un mercato attraente</li> <li>- Condividere un'intuizione unica</li> <li>- Concentrarsi sulle novità</li> <li>- Evidenziare le prove di successo</li> <li>- Spedire un prototipo convincente</li> <li>- Divertirsi, ma calibrare bene</li> <li>- Ottenere un'introduzione</li> <li>- Continuare ad andare avanti a prescindere</li> </ul>
In che modo si collega con il modulo PR2 di SOSUSK ?	Molti risultati importanti per le startup sono controllati dal pitching: la capacità di parlare rapidamente a qualcuno della tua azienda e renderli abbastanza incuriositi da voler saperne di più. I NEET con un atteggiamento imprenditoriale possono presentare la loro futura azienda a tutti: potenziali dipendenti, investitori e potenziali clienti. Queste informazioni potrebbero essere molto utili per i nuovi





	imprenditori una volta creata la loro startup e alla ricerca di nuovi partner, investitori aziendali o associati per il loro modello di business verde o sociale.
Note	Queste informazioni sono gratuite online.

<b>RISORSA 3</b> Link: <a href="https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252">https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252</a>	
Titolo della RISORSA	“The Ultimate Pitching Guide”
Tipologia della RISORSA	“The Ultimate Pitching Guide”
Livello Nazionale/Europeo	Internazionale
Breve descrizione dello schema dei contenuti (particolare attenzione agli argomenti trattati e alle attività pratiche)	<p>Questo articolo riassume una linea guida che guiderà l'utente attraverso tutti gli elementi che una presentazione potrebbe includere e, in base all'esperienza dell'autore, vengono evidenziati i principali punti di una presentazione di successo.</p> 
Come si collega questo modulo con il PR2 di SOSUSK ?	Quando si avvia una nuova attività, le presentazioni pubbliche potrebbero essere molto frequenti nella tua agenda. Ogni nuovo imprenditore dovrebbe tenere gli occhi aperti per presentare la propria idea a quante più persone possibile per ottenere un feedback prezioso e sviluppare ulteriormente la singola idea e il business. Ecco perché per i NEET interessati all'imprenditoria verde e sociale, queste brevi e pratiche informazioni, tutte basate sull'esperienza aziendale, potrebbero essere utili per il loro futuro.
Note	L'articolo si basa sull'esperienza di Sinem Gunel, che - per facilitare la comprensione dell'argomento - ha utilizzato nella guida uno dei suoi progetti (la MyFutureAcademy, fondata nel 2018), come esempio per responsabilizzare i giovani a essere all'altezza delle loro pieno potenziale.

<b>RISORSA 4</b> Link: <a href="https://fi.co/pitch_deck">https://fi.co/pitch_deck</a>	
Titolo della RISORSA	“From pitch deck templates to delivering great presentations (exercises)”
Tipologia della RISORSA	Online toolkit of exercises
Livello Nazionale/Europeo	Internazionale
Breve descrizione dello schema dei contenuti (particolare attenzione agli argomenti trattati e alle attività pratiche)	<p>Per comunicare chiaramente perché un determinato pubblico dovrebbe interessarsi alla tua attività, uno dei tuoi strumenti più potenti per raggiungere questo obiettivo è il pitch deck. I fondatori in fase iniziale possono utilizzare (sulla base del tempo che hanno a disposizione per una presentazione) modelli per creare presentazioni visive che forniscono brevi panoramiche di proposte di valore aziendale, opportunità di mercato e metriche. Lo schema dei contenuti riprende i seguenti argomenti, spiegando la teoria e il modello pratico da utilizzare:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modello Elevator Pitch</li> <li>• Modello di presentazione di un minuto</li> <li>• Modello di Pitch Deck semplice (per modificarlo e utilizzarlo, fare clic su "File" e quindi su "Crea una copia")</li> <li>• Modello lungo</li> </ul>





	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modello Angel/VC</li> </ul>
Come si collega al modulo PR2 di SOSUSK ?	Questi modelli potrebbero essere utili come esercizi per i NEET interessati a lanciare nuove idee imprenditoriali come imprenditori per affrontare future situazioni di presentazione di fronte a potenziali partner o investitori. Spiegano come lanciare la tua startup, partendo dal completamento di alcuni modelli molto semplici.

<b>RISORSA 5</b>	
Link: <a href="https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch">https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch</a>	
Titolo della RISORSA	Come creare un Perfetto Elevator Pitch
Tipologia della RISORSA	Video tutorial
Livello Nazionale/Europeo	Internazionale
Breve descrizione dello schema dei contenuti (particolare attenzione agli argomenti trattati e alle attività pratiche)	<p>Video realizzato da un coach professionista di Indeed sulle fasi per realizzare il perfetto elevator pitch.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cos'è un perfetto elevator pitch?</li> <li>• Cosa includere in un perfetto elevator pitch</li> <li>• Come creare il perfetto elevator pitch</li> <li>• Suggestimenti per scrivere un elevator pitch</li> <li>• Esempi su dove stai andando sotto 2 minuti di presentazioni</li> </ul>
Come si collega con il modulo PR2 di SOSUSK ?	Presentare l'importanza del pitching arricchirebbe la conoscenza dei NEETS appassionati di nuove attività imprenditoriali verdi e sostenibili. Un focus sul pitching fornirà un quadro pratico per lo sviluppo di competenze specifiche e mirate su come presentare l'idea imprenditoriale a investitori, potenziali partner, business angel o crowdfunder. Queste informazioni generali possono introdurre i NEET ad alcuni concetti fondamentali dell'imprenditorialità, tra cui la definizione più chiara dell'idea imprenditoriale e lo sviluppo di alcune abilità relative al parlare in pubblico.

## Quiz

**Q1.** Qual è la caratteristica principale di un elevator pitch?

- R. Ripetitivo
- B. Breve
- C. Dettagliato
- D. Improvvisato

**Q2.** Qual è l'atteggiamento giusto da mostrare durante un pitching speech?

- R. Modestia
- B. Esigente
- C. Arroganza
- D. Sicurezza

**Q3.** Quali sono le cose che dovresti evidenziare durante la presentazione del tuo prodotto?

- A. Problematiche irrisolte
- B. Funzionalità di base
- C. Unicità e potenzialità
- D. Incertezze circa il suo collocamento sul mercato

**Q4.** Che tipo di linguaggio dovrebbe essere usato durante il pitching?

- A. Semplice ed eloquente
- B. Tecnico e fortemente articolato
- C. Solenne e aulico
- D. Distaccato e vago

**Q5.** Quali sono gli elementi dell'attività da presentare con precisione?

- A. Concorrenti
- B. Membri del team





- C. Analisi dei costi pianificati  
D. Il tuo background educativo
- Q6.** Quale linguaggio del corpo dovrebbe essere evitato durante il pitching?  
A. Sguardo affabile  
B. Braccia incrociate  
C. Sorriso carismatico  
D. Movimenti sciolti
- Q7.** Come bisogna prepararsi prima di un evento di networking?  
A. Concedersi una giornata intera di relax, non preparare nessun discorso perché sia più genuino  
B. Ridurre la quantità di denaro da dichiarare necessaria per il progetto in modo che più investitori possano parteciparvi  
C. Ricerca sui concorrenti e quali caratteristiche rendono diversa la propria attività, preparare una presentazione adatta al pubblico e alla sua cultura  
D. Ricerca sulle caratteristiche dei concorrenti presenti anche nel proprio prodotto, al fine di evidenziare le somiglianze
- Q8.** Cosa significa "mirroring" e quando dovrebbe essere fatto?  
A. Adattare un linguaggio del corpo che attiri l'attenzione del pubblico e lo metta a proprio agio  
B. Ripetere le domande in modo che tutti i presenti capiscano cosa è stato detto  
C. Osservare con fermezza il tuo pubblico per capire la loro reazione alla tua presentazione  
D. Far salire qualcuno sul palco con te in modo che il pubblico possa partecipare fisicamente alla tua presentazione
- Q9.** Quali elementi visivi devono essere presenti in una presentazione di successo?  
A. Animazioni divertenti e caratteri stravaganti  
B. Formato chiaro e grafici significativi  
C. Testi dettagliati e immagini semplici  
D. Immagine di diapositive umoristiche
- Q10.** Come dovrete iniziare la presentazione per attirare l'attenzione del pubblico?  
A. Presentando le proprie credenziali e background educativo  
B. Creare aspettative riguardo all'unicità della tua attività  
C. Giustificare il fatto di essere ansioso perché entusiasta di essere lì  
D. Raccontare un aneddoto accattivante personale

## Riferimenti

### Bibliografia

- Beckett, D. (2018). *Pitch to Win: The Tools That Help Startups and Corporate Innovation Teams Script, Design and Deliver Winning Pitches*. Vakmedianet.
- Coughter, P. (2016). *The art of the pitch: Persuasion and presentation skills that win business*. Springer.
- Klaff, O. (2011). *Pitch anything: An innovative method for presenting, persuading, and winning the deal*. McGraw-Hill Education.
- La Cava, M. (2019). *Startup Pitch: Come presentare un'idea e convincere gli investitori a finanziarla*. Dario Flaccovio Editore.
- Nivi, B., Staff, V. H., & Ravikant, N. (2009). *Pitching Hacks: How to Pitch Startups to Investors*. Lulu. com.
- Van Geel, J. (2019). *Pitching Ideas: Make People Fall in Love with Your Ideas*. OAK & MORROW.

### Sitografia

- BARNARD, Dom. 2018. *How to Avoid Annoying your Audience when Public Speaking*. Virtualspeech. <https://virtualspeech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>.
- CATTANI, Gino; FALCHETTI, Denise; FERRIARI, Simone; 2012. *When Pitching an Idea, Should You Focus on "Why" or "How"?*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>.
- CAYA. 2020. *Presentation Outline Template and Example*. Slidebean. <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>.
- CHEN, Elaine. 2019. *What are typical pitch durations for a startup?*. Orbit. <https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->.
- COOPER, Zach. 2020. *A guide to using SaaS to build an effective MarTech stack*. ITPro. <https://www.itpro.com/marketing-comms/34299/how-to-build-an-effective-marketing-strategy-with-the-cloud/>.
- DURNEZ, Karinthi. 2017. *Presenting with confidence – how to pitch*. LSE. <https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>.
- GALLO, Carmine. 2022. *Neuroscience Proves You Should Follow TED's 18-Minute Rule to Win Your Pitch*. Inc. <https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>.







- GARZON, Giovanni. 2022. Thanks To My Queerness, I Am. Forbes.  
<https://www.forbes.com/sites/civictionation/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=390274e431af>.
- GEOFFREY, James. 2013. *How to Use Graphics in Your Presentation*. Inc..  
<https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>.
- GÜNEL, Sinem. 2018. *The Ultimate Pitching Guide*. Entrepreneur's Handbook.  
<https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252>.
- HEASLIP, Emily. 2022. *What Is a Market Segment and How Do You Find Yours?*. CO.  
<https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>.
- HENSELER, Hans. 2015. *How To Defuse Sales Objections Before Your Prospect Even Brings Them Up*. Linked Selling.  
<https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>.
- HERRITY, Jennifer. 2022. *How To Create the Perfect Elevator Pitch in 6 Steps*. Indeed.  
<https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch>.
- LOCK, Richard. 2016. 12 Ways You Destroy Audience Attention as a Speaker. LinkedIn.  
<https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>.
- MCKENZIE, Patrick. 2022. *Pitching your early-stage startup*. Stripe. <https://stripe.com/it-ro/guides/atlas/pitching>.
- MILLS, Robert. 2021. *How to make informed content decisions by understanding your audience*. GatherContent.  
<https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>.
- MIZE, Chelsea. 2016. *7 Body Language Tips for Presentations to Guarantee an Engaged Audience*. Helping People Connect.  
<https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>.
- PARKER, Dave. 2020. *How to Pitch Your Start-up*. Founder Institute. [https://fi.co/pitch\\_deck#examples](https://fi.co/pitch_deck#examples).
- PARKINSON, Mike. 2014. *Spark a Fire: 5 Tips to Grab and Hold Audience Attention*. Presentationxpert.  
<https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>.
- PARSONS, Noah. 2019. *The 7 Key Components of a Perfect Elevator Pitch*. Bplans.  
<https://articles.bplans.com/the-7-key-components-of-a-perfect-elevator-pitch/>.
- PARSONS, Noah. 2019. *The 11 Slides You Need to Have in Your Pitch Deck for 2022*. Bplans.  
<https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>.
- PEREZ, Adrian. 2020. *What Are the Types of Pitch Decks?*. Slidequest.  
<https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>.
- PRATER, Meg. 2020. *The 8 Types of Presentation Styles: Which Category Do You Fall Into?*. HubSpot.  
<https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>.
- REITH, Magdalena. 2012. *The Pitch Deck: Structure, content, and examples*. MReith.  
<https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>.
- RICCI, Tom. 2012. *Public Speaking: Know Your Audience*. ASME.  
<https://www.asme.org/topics-RISORSAs/content/public-speaking-know-your-audience>.
- TATOM, Buzz. 2022. *6 Things to Consider Before Entering a Market*. Bplans.  
<https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>.
- TIBURCA, Heleana. 2022. *How to Make an Effective Presentation (Guide, Tips & Examples)*. Visme.  
<https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>.
- TIGAR, Lindsay. 2020. *5 Inspiring Elevator Pitch Examples for Entrepreneurs*. Clever Voice.  
<https://www.clearvoice.com/blog/entrepreneur-elevator-pitch-examples/>.
- VAN EDWARDS, Vanessa. 2022. *Mirroring Body Language: 4 Steps to Successfully Mirror Others*. Science to People.  
<https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>.
- VELARDE, Orana. 2018. *7 Ways to Structure Your Presentation to Keep Your Audience Wanting More*. Visme.  
<https://visme.co/blog/presentation-structure/>.
- YE, Leslie. 2022. *Objection Handling: 44 Common Sales Objections & How to Respond*. HubSpot.  
<https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>.
- "Crafting an Elevator Pitch Introducing Your Company Quickly and Compellingly". MindTools. 2018.  
<https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>.
- "Deciding the Presentation Method. SkillsYouNeed. 2022. <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>.
- "Guide to Pitch Decks: 10 Elements to Include in a Pitch Deck". MasterClass. 2021. <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>.
- "How to Effectively Predict What Your Target Audience Needs". UXPlanet. 2018.  
<https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>.
- "Know Your Audience Before You Pitch". Whitewater University. 2022.  
<https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- "Managing Presentation Nerves". MindTools. 2022. <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>.





- “Maintaining Control of a Presentation”. Syntaxis. 2022. <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>.
- “Presentations and Time Management”. Active Presence. 2016. <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>.
- “Public Speaking: The Complete Guide To Tone Of Voice, Body Language And Their Implementation”. Geek Actuary. 2021. <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>.
- “Structuring your presentation”. Australian National University. 2020. <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation>.
- “The 5 Slide Early-Stage Startup Pitch Deck”. Pi Campus. 2021. <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>.
- “Understanding your market”. Lloyds Bank. 2018. <https://www.lloydsbank.com/business/RISORSA-centre/business-guides/understanding-your-market.html>.
- “What are the different types of decks or business presentations?”. Alberry. 2020. <https://www.alberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>.
- “4 Good elevator pitch examples for business and startups”. TAG- Software Development Provider. 2012. <https://tagsoft.co/4-good-elevator-pitch-examples-for-business-and-startups/>.
- “5 ways to protect your idea during a business pitch”. NIBUSSINESSINFO.CO.UK. 2022. <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>.

## Videografia

- Jeff Bax. *Best STARTUP PITCH ever*. Silicon Valley. 2016. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=7a\\_lu7ilpnI](https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnI). Last access: 09/11/2022.
- Salesman.com. *How To Pitch Anything (He's Pitched Over \$1 BILLION) With Oren Klaff*. 2018. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=H5XgrQ0pY5A>. Last access: 09/11/2022.
- Simon Sinek. *How great leaders inspire action*. 2011. TED. [https://www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action?language=en](https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en). Last access: 09/11/2022.
- Superapple4e. *Steve Jobs Introducing The iPhone At MacWorld 2007*. 2011. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>. Last access: 09/11/2022.

