

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ 2:

Εργαλειοθήκη ηλεκτρονικής μάθησης για την πράσινη και την κοινωνική επιχειρηματικότητα

Θεματική ενότητα 7

Pitching: πώς παρουσιάζουμε ιδέες



Συντάκτης

6ος εταίρος, Asociatia ARESEL, ROYMANIA

Θεματική ενότητα 7 - Pitching: πώς παρουσιάζουμε τις ιδέες μας

<p>Στόχος της θεματικής ενότητας:</p>	<p>Στόχος της παρούσας θεματικής ενότητας είναι να δώσει στους εκπαιδευόμενους βασικές πληροφορίες σχετικά με τις τεχνικές pitching που μπορούν να χρησιμοποιήσουν για να προωθήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες, για να αναζητήσουν επενδυτές ή για να πείσουν πελάτες ή πιθανούς εταίρους να στηρίξουν την επιχειρηματική ιδέα που ανέπτυξαν ως νέοι επιχειρηματίες.</p> <p>Όποια κι αν είναι η περίπτωση, το «αποτελεσματικό pitching» αποτελεί βασική επιχειρηματική δεξιότητα. Το να μπορείς να τραβήξεις την προσοχή του κοινού και να παρουσιάσεις μια συναρπαστική περίπτωση επιχείρησης την οποία θα εγκρίνουν αυτοί που αποφασίζουν, έχει καθοριστική σημασία για την προσωπική σου επιτυχία και την επιτυχία της στρατηγικής σου. Η παρούσα θεματική ενότητα εξετάζει τα βασικά στοιχεία του σχεδιασμού ενός (pitch), καθώς και τρόπους ανάπτυξης επιχειρημάτων με σαφή και ακριβή τρόπο.</p> <p>Ποτέ δεν ξέρεις πότε θα έχεις την ευκαιρία να κάνεις pitching σε έναν επενδυτή ή πόσο χρόνο θα έχεις για να πείσεις αυτό το άτομο. Γι'αυτό το λόγο, οι επιχειρηματίες θα πρέπει πάντα να έχουν προετοιμάσει αρκετά pitch διαφορετικής διάρκειας: ένα σύντομο pitch 1-2 λεπτών (elevator pitch), ένα pitch 10 λεπτών και ένα pitch 40 λεπτών. Οι πληροφορίες που δίνονται έχουν σκοπό να διδάξουν τους εκπαιδευόμενους πώς να παρουσιάζουν, αποτελεσματικά και για κάθε πιθανή περίπτωση, την επιχειρηματική τους ιδέα, αξιοποιώντας μεθόδους pitching. Στην πράξη, υπάρχουν τρία βασικά είδη pitch για τα οποία θα πρέπει να είστε προετοιμασμένοι: το elevator pitch, το σύντομο pitch και το εκτενές pitch.</p> <p>Στόχος της παρούσας θεματικής ενότητας είναι να ενισχύσει τις δεξιότητες pitching των εκπαιδευόμενων, ενώ ταυτόχρονα παρέχει επικοινωνιακή ανατροφοδότηση για να εξασφαλίσει ότι τα pitch γίνονται με τον κατά το δυνατόν πιο αποτελεσματικό τρόπο. Στο τέλος, οι συμμετέχοντες καλούνται να προετοιμάσουν με αποτελεσματικό τρόπο ένα pitch για την προώθηση της επιχειρηματικής τους ιδέας σε εξωτερικά τρίτα μέρη.</p>
<p>Μαθησιακοί στόχοι:</p>	<p>Οι μαθησιακοί στόχοι της παρούσας θεματικής ενότητας είναι:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ο προσδιορισμός και η προσαρμογή των τεχνικών pitching για την εκπλήρωση των αναγκών και των απαιτήσεων των πελατών. • Η ενίσχυση της επίγνωσης των δυνατών και αδύνατων σημείων του στυλ pitching/παρουσίασης. • Η εξοικονόμηση χρόνου στο σχεδιασμό και την πραγματοποίηση έξυπνων, στοχευμένων και αποτελεσματικών pitch/παρουσιάσεων. • Η καλύτερη κατανόηση από μέρους των εκπαιδευόμενων του τι συμβαίνει κατά τη διάρκεια ενός pitch και του πώς αυτό λειτουργεί. • Η προσαρμογή του pitch κατά τρόπο που να λαμβάνει υπόψη τη διάρκεια και το βάθος της σχέσης με τον πελάτη. • Η διατύπωση του μηνύματος του νέου επιχειρηματία με τρόπο που να απευθύνεται ειδικά στις ανάγκες του πελάτη/εταίρου/επενδυτή. • Η κατανόηση της γλώσσας του σώματος τόσο των ίδιων των συμμετεχόντων όσο και των πελατών. • Η αποτελεσματική διαχείριση των αντιρρήσεων του πελάτη, η αποφυγή αδιεξόδων και η ανάπτυξη δυναμικών συζητήσεων.
<p>Μαθησιακά αποτελέσματα:</p>	<p>Με την ολοκλήρωση της παρούσας θεματικής ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση να:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Συνεχίσουν αποτελεσματικά την επικοινωνία μετά το pitch, έτσι ώστε να προχωρήσουν στο επόμενο βήμα.</u> • Κατανοούν πώς να προωθούν τον εαυτό τους. • Παρουσιάζουν με αυτοπεποίθηση. • Μεταχειρίζονται άριστα τεχνικές ρητορικής (να μεταδίδουν ένα μήνυμα που θα μένει αξέχαστο). • Βελτιώσουν την εισαγωγή - το πώς ξεκινούν το pitch. • Κατανοήσουν πώς καταλήγεις σε αποτελεσματικά συμπεράσματα - πώς κλείνεις το pitch.
<p>Περιεχόμενο:</p>	<p>Εισαγωγή</p>

<p>ΘΕΜΑ 1 - Το pitching με μια ματιά: μια γενική επισκόπηση</p> <ol style="list-style-type: none">1.1. Διάκριση των παρουσιάσεων ανάλογα με τον σκοπό1.2. Τι είναι το elevator pitch και ποια η δομή του1.3. Εκμάθηση διάφορων στυλ παρουσίασης που ταιριάζουν με το στυλ παρουσίασης κάθε συμμετέχοντα και που μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης1.4. Ορισμένα βήματα που προτείνονται για μια αποτελεσματική παρουσίαση1.5. Σύντομη περιγραφή μιας αποτελεσματικής παρουσίασης1.6. Τρόποι διάρθρωσης των διαφανειών, βήμα-βήμα εξέταση του γραφιστικού σχεδιασμού, του περιεχομένου και του τρόπου παρουσίασης. <p>Τροφή για σκέψη (3 ερωτήσεις)</p>
<p>ΘΕΜΑ 2 - Προετοιμασία του pitch</p> <ol style="list-style-type: none">2.1. Πτυχές του περιεχομένου: σε ποιες έννοιες επικεντρωνόμαστε2.2. Πτυχές της παρουσίασης: πώς παρουσιάζουμε αυτές τις έννοιες2.3. Λήψη αποτελεσματικού υποδείγματος2.4. Έρευνα για το κοινό / το βασικό υπόβαθρο των ατόμων2.5. Προετοιμασία για τις αναμενόμενες αντιρρήσεις2.6. Κατανόηση των απαιτήσεων του κοινού και αντανάκλαση των συμπεριφορών του2.7. Σχεδιάστε το pitch σας σε τρεις εκδοχές: μία πέντε δευτερολέπτων, μία 30 δευτερολέπτων και μία πέντε λεπτών. <p>Τροφή για σκέψη (3 ερωτήσεις)</p>
<p>ΘΕΜΑ 3 - Κατά τη διάρκεια του pitch</p> <ol style="list-style-type: none">2.1. Επισκόπηση: πώς ξεκινάμε, καθοδηγούμε, παίρνουμε και διατηρούμε τον έλεγχο του pitch2.2. Ποια λάθη αποφεύγουμε για να μην χάσουμε το ενδιαφέρον των επενδυτών2.3. Η σημασία της γλώσσας του σώματος, του τόνου της φωνής και των μη λεκτικών στοιχείων. Πώς αλληλεπιδρούμε κατά τη διάρκεια του pitch.2.4. Κατανόηση των πολιτισμικών πτυχών / διαφορετικά pitch για διαφορετικές τοποθεσίες2.5. Διαχείριση των αντιρρήσεων έτσι ώστε να κερδίζουν όλοι2.6. Άσκηση διαχείρισης αντιρρήσεων / παιχνίδια ρόλων - εξάσκηση <p>Τροφή για σκέψη (3 ερωτήσεις)</p>
<p>Μελέτες περίπτωσης - παραδείγματα elevator pitch</p> <ul style="list-style-type: none">• 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/
<p>Δραστηριότητες (3 δραστηριότητες)</p> <ul style="list-style-type: none">• Προετοιμαστείτε για όλες τις λεπτομέρειες και εξασκηθείτε σε ένα pitch που θα περιλαμβάνει δυνατές συζητήσεις• Σχηματίστε μικρές ομάδες που θα δουν και θα συζητήσουν τα βίντεο των pitch που θα έχουν ετοιμαστεί• Παιχνίδια ρόλων – Παρουσίαση του pitch: σε αυτό το στάδιο, οι συμμετέχοντες θα επαναλαμβάνουν το pitch τους με βάση την ανατροφοδότηση που έχουν λάβει για τα προηγούμενα pitch έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η μεγιστοποίηση του αντίκτυπου της παρουσίασης• Ενταχθείτε σε μια κοινότητα νεοφυών επιχειρήσεων που ασχολείται με το ξεκίνημα επιχειρηματικών ιδεών
<p>Διαβάστε περισσότερα (λίστα με επιπλέον υλικό)</p> <ul style="list-style-type: none">• A mini guide to pitching https://www.youtube.com/watch?v=aUOKNVb7mrE• 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

	<ul style="list-style-type: none"> • The elevator pitch (βίντεο, 7 λεπτά) https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20 • How to make a pitch deck (βίντεο, 8 λεπτά) 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/
	Κουίζ (10 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής)
	<p>Παραπομπές</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 (στα ιταλικά)
Απαιτούμενος χρόνος:	8 ώρες (μία εργάσιμη ημέρα)
Hashtag της θεματικής ενότητας	#pitching #presentation #credibility #entrepreneurship #confidence #bodylanguage #marketanalysis #captivating #success #timemanagement

Εισαγωγή

Προκειμένου να ελέγξει τι υλικό προσφέρεται σε εθνικό ή/και ευρωπαϊκό επίπεδο σχετικά με τη θεματική ενότητα 7 του SOSUSK, ο οργανισμός ARESEL ξεκίνησε μια συγκριτική έρευνα με αντικείμενο το pitching, επιλέγοντας υλικό κατάρτισης που ήδη υπάρχει σε ευρωπαϊκό επίπεδο σχετικά με το θέμα αυτό. Από τις αρχές Ιουλίου 2022, οι ερευνητές του ARESEL που συμμετέχουν ως προσωπικό στο έργο SOSUSK ξεκίνησαν να εντοπίζουν σε ευρωπαϊκό επίπεδο ορισμένα προγράμματα κατάρτισης, προγράμματα μαθημάτων ή άλλο διαθέσιμο υλικό (εγχειρίδια, ιστοσελίδες, κ.λπ.) που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν ως παραπομπές για την ανάπτυξη της θεματικής ενότητας 7. Στόχος αυτής της θεματικής ενότητας θα ήταν να βοηθήσει και να υποστηρίξει άτομα ΕΑΕΚ να αναπτύξουν ορισμένες επιχειρηματικές και πράσινες δεξιότητες. Ξεκινήσαμε να αναζητούμε και να συλλέγουμε ορισμένα παραδείγματα (αξιολόγηση και σύγκριση) που χρησίμευσαν επίσης στη διαμόρφωση του πίνακα περιεχομένων της θεματικής ενότητας 7.

Για τα άτομα ΕΑΕΚ που ενδιαφέρονται για τις νέες επιχειρηματικές δεξιότητες, το pitching θα μπορούσε να έχει στρατηγική σημασία για τη φάση προώθησης της επιχειρηματικής ιδέας και για τη στιγμή αναζήτησης, από πλευράς του νέου επιχειρηματία, εταίρων, μετόχων ή επενδυτών. Κατά συνέπεια, η συγκεκριμένη ικανότητα των εκπαιδευόμενων να πραγματοποιήσουν ένα αποτελεσματικό pitch, ικανότητα που θα ενισχυθεί μέσα από αυτή τη θεματική ενότητα, μπορεί να έχει σημαντική επίδραση στην επιτυχία τους. Είτε προσπαθείτε να πείσετε επενδυτές να δοκιμάσουν την τύχη τους μαζί σας ή να πουλήσετε ένα προϊόν σε έναν πιθανό πελάτη, πρέπει να μπορείτε να κάνετε εξαιρετικές παρουσιάσεις και εξαιρετικό pitching. Στην πράξη, ένας από τους πιο ουσιαστικούς στόχους του pitch σας είναι να βεβαιωθείτε ότι η επιχείρησή σας είναι εύκολα κατανοητή από το κοινό. Δύο εμπόδια έχετε να αντιμετωπίσετε: τη μοναδική οπτική σας και όλες τις ιδέες που έχετε για την εκτέλεση της επιχείρησής σας και την ανάπτυξή της στο μέλλον. Γενικά, η γνώση των τεχνικών pitching θα βοηθήσει τους νέους και τις νέες επιχειρηματίες και startupper να κάνουν pitching σε εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου, σε συνέδρια και κάθε είδους διαλέξεις, καθώς και σε ομάδες μάρκετινγκ και πωλήσεων. Οι καλές δεξιότητες pitching έχουν καθοριστική αξία για όλους, ιδιαίτερα αν έχετε μια νεοφυή επιχείρηση ή έναν οργανισμό που έχει στόχο να επεκταθεί και να αναπτυχθεί.

Θέμα 1 - Το pitching με μια ματιά: μια γενική επισκόπηση

Το παρόν κεφάλαιο εξηγεί πώς σχεδιάζουμε, δομούμε και παρουσιάζουμε ένα pitch deck σε κοινό. Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν πώς να επιλέγουν το στυλ παρουσίασής τους, σε τι να επικεντρωθούν κατά τη διάρκεια της ομιλίας τους και ποια βασικά στοιχεία πρέπει να περιέχει μια οπτική παρουσίαση για να τραβήξει την προσοχή.

1.1 Διάκριση των παρουσιάσεων ανάλογα με τον σκοπό

Η Toni Gargan, σε ένα επεισόδιο του podcast της (Presenting, Pitching & Public Speaking-Παρουσίαση, Pitching και Δημόσια Ομιλία), που δημοσιεύτηκε στις 27 Ιανουαρίου 2020 με τίτλο Pitching Versus Presenting (Pitching vs Παρουσίαση), επικεντρώθηκε στη διαφορά ανάμεσα στα δύο είδη παρουσίασης.

Παρουσίαση - Η διαδικασία παρουσίασης ενός θέματος σε κοινό, συνήθως για επεξήγηση, εισαγωγή, διάλεξη ή ομιλία



Το pitching έχει σκοπό να ενημερώσει, να πείσει, να εμπνεύσει, να κινητοποιήσει ή να αναπτύξει καλή πίστη. Μια παρουσίαση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να δείξει κάποιες πληροφορίες και έτσι μπορείτε να μοιραστείτε το απαιτούμενο περιεχόμενο.

Pitching - Εδώ επικεντρωνόμαστε συνήθως στις πωλήσεις ή την πώληση

Είναι μια ομιλία που έχει ως στόχο να πείσει κάποιον μέσω μιας προσχεδιασμένης παρουσίασης. Θα χρησιμοποιηθεί είτε για να συστήσει ένα προϊόν ή μια υπηρεσία ή θα έχει μεγαλύτερη έκταση για να περιγράψει το προϊόν ή την υπηρεσία, με στόχο να επιτύχει την πώληση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

Η κύρια διαφορά είναι επομένως: παρουσίαση = ενημέρωση και pitching = πώληση.

Όταν κάνετε μια παρουσίαση, μοιράζετε γεγονότα και πληροφορίες, ενώ όταν κάνετε pitching, μοιράζετε μεν πληροφορίες, αλλά έχετε έναν τελικό στόχο, να πουλήσετε κάτι.

Ξεκινήστε έχοντας κατά νου το τέλος: ποιο είναι το επιθυμητό αποτέλεσμα; Θέλετε οι άνθρωποι να απολαύσουν αυτό που ακούνε και να μάθουν κάτι; Θέλετε οι άνθρωποι να χρειάζονται αυτό για το οποίο μιλάτε;

Όταν δημιουργείτε ένα call to action (προτροπή για ενέργεια), πρέπει να είναι σαφές, κάτι που να καταλαβαίνει ο κόσμος. Φροντίστε να είναι σύντομο, γιατί αν ο κόσμος γνωρίζει σαφώς και απλά τι πρέπει να κάνει για να επιτύχει το επιθυμητό αποτέλεσμα, είναι πιθανότερο να το κάνει. Βεβαιωθείτε ότι είναι απλό, σύντομο και σαφές.

Τελικά, με τη διαδικασία του pitching, αυτό που κάνετε είναι να δημιουργείτε μια ανάγκη ή μια επιθυμία.

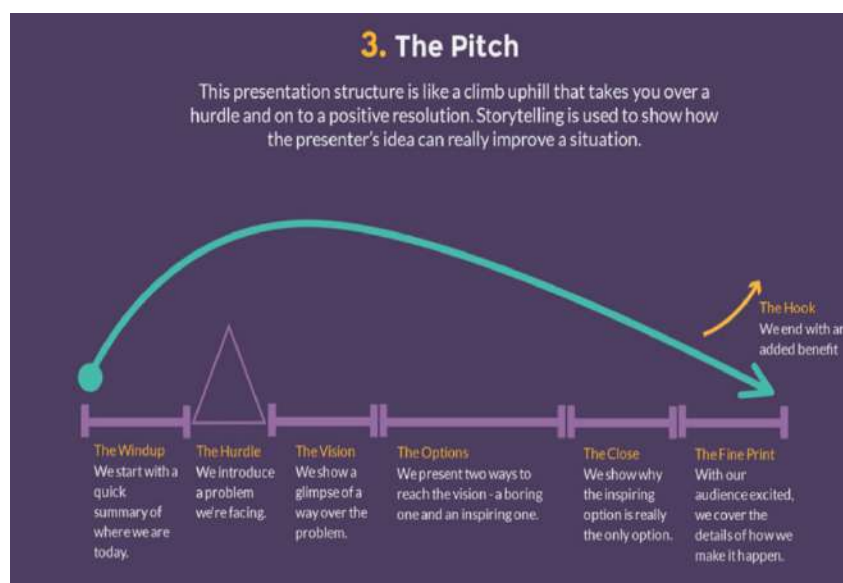
Ξεκινήστε πάντα έχοντας στο μυαλό σας το τέλος και, αν δημιουργήσετε μια ανάγκη, μπορείτε να ελιχθείτε και να δώσετε στην παρουσίασή σας χαρακτήρα pitch.

Είδη pitch deck

Ανάλογα με το είδος του κοινού στο οποίο θέλει να κάνει κανείς pitching τις ιδέες και το όραμά του, μπορεί να χρειάζεται διαφορετικό είδος pitch deck κάθε φορά. Οι επενδυτές χρειάζονται διαφορετικές πληροφορίες από τους πελάτες. Οι συνιδρυτές χρειάζονται περισσότερες λεπτομέρειες σε βάθος από ό,τι η υπόλοιπη ομάδα. Οι εταίροι χρειάζονται περισσότερες διαβεβαιώσεις από τους μετόχους. Συνεπώς, η δομή του pitch deck μπορεί να διαμορφωθεί με διάφορους τρόπους.

- Pitch deck για επενδύσεις
- Pitch deck για μάρκετινγκ
- Pitch deck για διαγωνισμό (π.χ. συνέδρια)
- Pitch deck για τις ευκαιρίες και το όραμα
- Pitch deck για την ομάδα
- Pitch deck για την παρουσίαση της προόδου
- Μπόνους: Tweet pitch και Elevator pitch (όχι deck)
- Όραμα/πρόταση αξίας

- Είδη pitch deck (ανάλογα με το σκοπό) <https://www.aleberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>
- Είδη pitch deck (ανάλογα με το περιβάλλον και την ομάδα) <https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>



1.2 Τι είναι το elevator pitch και ποια η δομή του

Ένα καλό elevator pitch δεν θα πρέπει να κρατήσει περισσότερο από μια σύντομη διαδρομή του ανελκυστήρα, όπως υποδηλώνει και η ονομασία του (elevator/ανελκυστήρας), δηλαδή 20 με 30 δευτερόλεπτα. Θα πρέπει να είναι σαφές, ενδιαφέρον και ξεχωριστό. Θα πρέπει επίσης να εξηγεί τι είναι αυτό που κάνει εσάς -ή την επιχείρησή σας, το προϊόν σας ή την ιδέα σας- μοναδικούς.

- Ορίστε το πρόβλημα και δείξτε τη σημασία του (το κοινό σκέφτεται «Γιατί να με ενδιαφέρει;»)
- Περιγράψτε τη λύση σας
- Δείξτε ότι γνωρίζετε την αγορά-στόχο
- Περιγράψτε τον ανταγωνισμό (γιατί το προϊόν σας είναι μοναδικό)
- Μιλήστε για την ομάδα σας
- Δώστε συνοπτικά οικονομικά στοιχεία
- Δείξτε τι έχετε πετύχει μέχρι τώρα

- Crafting an elevator speech <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>

1.3 Εκμάθηση διάφορων στυλ παρουσίασης που ταιριάζουν με το στυλ παρουσίασης κάθε συμμετέχοντα και που μπορούν να αποτελέσουν πηγή έμπνευσης

Για να επιλέξετε το στυλ σας, λάβετε υπόψη το θέμα της παρουσιάσής σας, επίσης το κοινό σας και πώς θα φτάσετε στο call to action. Συνδυάστε διαφορετικά στυλ για μια πιο αποτελεσματική παρουσίαση.

Διάφοροι σκοποί παρουσιάσεων:

- Παροχή πληροφοριών
 - Διδασκαλία μιας δεξιότητας
 - Αναφορά προόδου
 - Πώληση ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας
 - Λήψη μιας απόφασης
 - Επίλυση ενός προβλήματος
- Πώς να αποφασίσετε τη μέθοδο παρουσίασης που θα χρησιμοποιήσετε <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>
 - Είδη στυλ παρουσίασης, πώς να επιλέξετε το δικό σας <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>

1.4 Ορισμένα βήματα που προτείνονται για μια αποτελεσματική παρουσίαση

Συμβουλές για αποτελεσματική παρουσίαση

- Να γνωρίζετε το κοινό σας (πρότερη έρευνα)
- Φτιάξτε ένα σχέδιο του τι θα παρουσιάσετε με 3 ή 4 κύρια σημεία: ξεκινήστε δυνατά με μια καλή ιστορία, έπειτα παρουσιάστε σύντομα το θέμα σας και εξηγήστε γιατί είναι χρήσιμο ή ενδιαφέρον για το κοινό σας.
- Εξοικειωθείτε με το χώρο και τον εξοπλισμό πριν την παρουσίαση: δείτε το σαν «παράσταση» και χαλαρώστε.
- Χρησιμοποιήστε απλές προτάσεις: αναπτύξτε επαφή με το κοινό και επαναλάβετε το κύριο μήνυμα, διατηρήστε οπτική επαφή.
- Χρησιμοποιήστε παραδείγματα για να εξηγήσετε τις ιδέες σας (λογική σκέψη)
- Κάντε εξάσκηση στην παρουσίασή σας.

1.5 Σύντομη περιγραφή μιας αποτελεσματικής παρουσίασης

- Σπάστε τον πάγο και ενεργοποιήστε το κοινό: ξεκινήστε εμπλεκοντας το κοινό και σπάστε τον πάγο με μια σύντομη δραστηριότητα
- Αφήγηση ιστορίας με οπτικό υλικό
- Εικόνες που τραβούν την προσοχή
- Οπτικοποίηση δεδομένων
- Κινούμενα σχέδια
- Απλότητα
- Μουσική και βίντεο
- Οδηγίες και συμβουλές <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>
- Παραδείγματα <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>

1.6 Τρόποι διάρθρωσης των διαφανειών, βήμα-βήμα εξέταση του γραφιστικού σχεδιασμού, του περιεχομένου και του τρόπου παρουσίασης

- Πώς να δομήσετε την παρουσίασή σας: <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation#:~:text=Just%20like%20other%20forms%20of,the%20significance%20of%20your%20talk.>
- Παραδείγματα παρουσιάσεων με ελκυστικό γραφιστικό σχεδιασμό <https://visme.co/blog/presentation-structure/>
- Πότε να χρησιμοποιείτε γραφιστικά σχέδια (παραδείγματα) <https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>
- Διαχείριση χρόνου <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>

Τροφή για σκέψη

- Ποια είναι τα βασικά στοιχεία ενός elevator pitch;
- Ποια στοιχεία γραφιστικού σχεδιασμού/οπτικά στοιχεία κάνουν μια παρουσίαση επιτυχημένη;
- Πώς θα πρέπει να κλείσετε την ομιλία σας ώστε να την θυμούνται όλοι;
- Ποια βήματα θα πρέπει να κάνετε για να ετοιμάσετε μια αποτελεσματική παρουσίαση;

Θέμα 2 - Προετοιμασία του pitch

Το παρόν κεφάλαιο αναλύει όλα τα στοιχεία μιας παρουσίασης: σε ποιες έννοιες να επικεντρωθούμε και πώς να τις τονίσουμε, τι να γνωρίζουμε για το κοινό μας, πώς να συμπεριφερθούμε για να τραβήξουμε και να διατηρήσουμε την προσοχή τους, και πώς να προετοιμαστούμε και να διαχειριστούμε πιθανές αντιρρήσεις. Τέλος, οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν πώς να δομούν οποιοδήποτε pitch ανάλογα με το διαθέσιμο χρόνο.

2.1 Πτυχές του περιεχομένου: σε ποιες έννοιες επικεντρωνόμαστε

Για να κάνετε μια στοχευμένη παρουσίαση, πρέπει να συγκεντρωθείτε σε ένα και μόνο, σαφή στόχο. Το όλο νόημα της ομιλίας είναι να αλλάξει τον τρόπο σκέψης ή τη συμπεριφορά των ανθρώπων. Αυτό που θέλετε εσείς δηλαδή μπορεί να είναι:

- Να εγκρίνουν την ιδέα σας
- Να χρησιμοποιήσουν την επιχειρηματική σας δραστηριότητα



- Να αγοράσουν το προϊόν ή την υπηρεσία σας
- Να σας ξανακαλέσουν για να μάθουν περισσότερα
- Να είναι πιο παραγωγικοί ή πιο συνεργάσιμοι
- Να σας εμπιστευτούν για την εκτέλεση της εργασίας
- Να συνενώσετε τις δυνάμεις σας

Εξετάστε λίγα μόνο σημεία, αλλά σε βάθος, παρά πολλά και από λίγο.

- Δώστε έμφαση στο γιατί θέλετε να πετύχετε την ιδέα σας
https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en
- Επικεντρωθείτε στο πώς και στο γιατί <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>
- Βασικά στοιχεία ενός pitch deck
 - ο <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
 - ο <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>

2.2 Πτυχές της παρουσίασης: πώς παρουσιάζουμε αυτές τις έννοιες

- Διατηρήστε οπτική επαφή με το κοινό
- Δώστε έμφαση σε συγκεκριμένα σημεία με κινήσεις των χεριών
- Κινηθείτε πάνω στη σκηνή
- Όταν λέτε κάτι, να παίρνετε και την αντίστοιχη έκφραση στο πρόσωπο
- Μειώστε τη νευρικότητά σας
- Αναπνέετε αργά και σταθερά
- Χρησιμοποιήστε τη φωνή σας κατάλληλα
- Δείξτε αυτοπεποίθηση κατά την παρουσίαση
<https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>

2.3 Λήψη αποτελεσματικού υποδείγματος

- Διάφοροι σκοποί
 - ο <https://slidesgo.com/pitch-deck>
 - ο <https://www.magdalenareith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>
- Νεοφυής επιχείρηση σε αρχικό στάδιο: <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>
 - ο Υπόδειγμα:
https://docs.google.com/presentation/d/1-YwsaklOL8LirCqPjG-r_Y6w7Do2TluUglMqe8P0Kbk/edit#slide=id.ge4f57e8149_2_18

2.4 Έρευνα για το κοινό: το βασικό υπόβαθρο των ατόμων

Η έρευνα για το κοινό πραγματοποιείται με σκοπό να προσδιοριστεί το μέγεθος, η σύνθεση και τα χαρακτηριστικά μιας ομάδας ατόμων που είναι, ή θα μπορούσαν να είναι, πιθανοί πελάτες. Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι αυτή η έρευνα αφορά τους ανθρώπους και τα άτομα που αποτελούν το κοινό στο οποίο στοχεύετε.

Σας δίνει τη δυνατότητα να καθοδηγείτε τη σκέψη σας με βάση τον πελάτη, παρά με βάση το προϊόν.

Γενικά, για τον ορισμό του κοινού-στόχου χρειαζόμαστε τρία βασικά στοιχεία: γεωγραφικές πληροφορίες (περιοχή-στόχος), δημογραφικές πληροφορίες (ποσοτικοποιήσιμα χαρακτηριστικά που ορίζουν τον ιδανικό σας πελάτη), ψυχογραφικές πληροφορίες.

Καθορίστε το κοινό στο οποίο στοχεύετε:

- Αναλύστε τη βάση πελατών σας και πάρτε συνεντεύξεις από αυτούς
- Πραγματοποιήστε έρευνα αγοράς και εντοπίστε τις τάσεις στον κλάδο σας
- Αναλύστε τους ανταγωνιστές σας
- Προσδιορίστε ποιοι δεν ανήκουν στο κοινό στο οποίο στοχεύετε
- Επικαιροποιείτε διαρκώς όλα αυτά τα στοιχεία
- Γνωρίζετε από πριν το κοινό σας
<https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- Τι να γνωρίζετε πριν εισέλθετε σε μια αγορά <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>
- Βρείτε τον τομέα της αγοράς στον οποίο θα δραστηριοποιηθείτε
<https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>
- Κατανοήστε την αγορά σας
<https://www.lloydsbank.com/business/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html>
- Γνωρίστε το κοινό σας σε περίπτωση δημόσιας ομιλίας
<https://www.asme.org/topics-resources/content/public-speaking-know-your-audience>
- Στρατηγική περιεχομένου ανάλογα με το κοινό σας <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>

2.5 Προετοιμασία για τις αναμενόμενες αντιρρήσεις

Η μέθοδος τεσσάρων βημάτων για τη διαχείριση αντιρρήσεων είναι: ακούω, αναγνωρίζω, αναδιατυπώνω και απαντώ. Υπάρχουν επτά συγκεκριμένες μέθοδοι διαχείρισης αντιρρήσεων σε διάφορες περιστάσεις πώλησης: υποκατάσταση, ανταπάντηση (μπούμερανγκ), ερωτήσεις, προβολή καλύτερων σημείων, απόδειξη εσφαλμένης αντίρρησης, επίδειξη και χρησιμοποίηση τρίτου μέρους.

- Να κάνετε ενεργητική ακρόαση
- Ανταποκριθείτε στην αντίρρηση του πιθανού πελάτη
- Εντοπίστε την πραγματική αντίρρηση
- Ανταποκριθείτε στις ανησυχίες του πιθανού πελάτη δείχνοντας ενσυναίσθηση
- Τοποθετήστε τις αντιρρήσεις σχετικά με την τιμή σε άλλο πλαίσιο
- Ανταποκριθείτε στις ανησυχίες του πιθανού πελάτη παραθέτοντας αποδεικτικά στοιχεία
- Συνεχίστε με ερωτήσεις ανοιχτού τύπου
- Πώς να απαντήσετε σε αντιρρήσεις πριν ακόμα προβληθούν
<https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>
- Κοινές αντιρρήσεις σε πωλήσεις <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>

2.6 Κατανόηση των απαιτήσεων του κοινού και αντανάκλαση των συμπεριφορών του

Όταν κατανοείτε το κοινό σας, μαθαίνετε περισσότερα για τις ανάγκες που δεν έχουν καλυφθεί, ενώ γνωρίζετε καλύτερα και το περιβάλλον στο οποίο πωλείται το προϊόν. Έτσι, η επιχείρησή σας μπορεί να αναπτύξει καλύτερα τη στρατηγική προσφοράς και πώλησης του προϊόντος/της υπηρεσίας της ώστε να καλύψει τις απαιτήσεις του κοινού της.

Η ανάλυση του κοινού περιλαμβάνει τον προσδιορισμό του κοινού και την προσαρμογή της ομιλίας στα ενδιαφέροντά του, το επίπεδο κατανόησης, τις συμπεριφορές και τις πεποιθήσεις του. Είναι σημαντικό να έχετε μια προσέγγιση που θα εστιάζει στο κοινό, διότι η αποτελεσματικότητα του ομιλητή θα βελτιωθεί αν η παρουσίαση δημιουργηθεί και πραγματοποιηθεί με τον κατάλληλο τρόπο.

Αντανακλώντας τα λεκτικά και μη λεκτικά στοιχεία της επικοινωνίας, ο ιδανικός πωλητής αναπτύσσει μια σχέση εμπιστοσύνης με τον αγοραστή. Κατά συνέπεια, αυξάνονται οι πιθανότητες και για μια επιτυχημένη συναλλαγή και για την ικανοποίηση του πελάτη.

- Ξεκινήστε με ενεργητική ακρόαση
- Κάντε αντανάκλαση της ενέργειας, όχι του συναισθήματος
- Προσπαθήστε να μετασχηματίσετε μια αρνητική εμπειρία
- Προσέξτε πώς σας επηρεάζει η αντανάκλαση συμπεριφορών
- Προβλέψτε τις ανάγκες του κοινού στο οποίο στοχεύετε: <https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>
- Τι είναι η αντανάκλαση συμπεριφορών και πώς να την εφαρμόζετε στην πράξη: <https://www.itproportal.com/features/the-concept-of-mirroring-in-marketing-what-it-is-and-how-to-put-it-into-practice/>
- Συμβουλές αντανάκλασης της γλώσσας του σώματος <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>

2.7 Σχεδιάστε την παρουσίασή σας σε τρεις εκδόσεις: 1', 5-10' και 45'

- **Pitch 1'** - πείτε την επωνυμία της εταιρείας σας, το μότο σας, πού απευθύνεστε και τα βασικά οφέλη για τον πελάτη-στόχο.
- **Pitch 3'** = elevator pitch - αρκετός χρόνος για να αφηγηθείτε τι κάνει η εταιρεία σας, για ποιους τα κάνει και γιατί. Κάντε εξάσκηση ώστε να έχετε και περίσσευμα 30 δευτερολέπτων.
- **Pitch 5-10'** - η συνηθέστερη μορφή pitch ή επιχειρηματικού σχεδίου σε διαγωνισμό. Στην πραγματικότητα, είναι το pitch για το pitch: αν κάνεις αυτό το pitch σε έναν πιθανό επενδυτή και προκαλέσεις το ενδιαφέρον του, μπορεί να κερδίσεις 45' με αυτόν τον επενδυτή.
- **Pitch 45'** - pitch που μπαίνει σε βάθος και μπορείς να κερδίσεις αν πραγματοποιήσεις εξαιρετικά το pitch των 10'. Συνήθως επιμερίζεται σε παρουσίαση 20-30' (όσο λιγότερο τόσο το καλύτερο) συν συζήτηση.
- Διαχείριση χρόνου στις διαφορετικές διάρκειες: <https://www.acethepresentation.com/manage-time-during-a-presentation/>
- Συνήθεις διάρκειες pitch: <https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->
- Η νευροεπιστήμη διατήρησης του ενδιαφέροντος <https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>

Τροφή για σκέψη

- Ποιες βασικές πληροφορίες για την αγορά και το κοινό στο οποίο παρουσιάζετε το προϊόν σας πρέπει να ερευνησετε;
- Λαμβάνοντας υπόψη τις διάφορες δυνατές διάρκειες ομιλίας, ποιες πρόσθετες πληροφορίες μπορείτε να δώσετε κατά καιρούς ώστε να κάνετε πάντα αποτελεσματικό pitching;
- Πώς πρέπει να παρουσιάσετε το πιο σημαντικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικής σας ιδέας;
- Κατά τη διάρκεια της ομιλίας σας, τι πρέπει να παρατηρείτε για να κατανοήσετε την αντίδραση του κοινού σας, έτσι ώστε να προσαρμόσετε την παρουσίασή σας;

Θέμα 3 - Κατά τη διάρκεια του pitch



Το παρόν κεφάλαιο επικεντρώνεται στην αποτελεσματική συμπεριφορά που πρέπει να έχει κανείς κατά τη διάρκεια της παρουσίασης. Στην αρχή θα πρέπει να κερδίσετε και να διατηρήσετε τον έλεγχο του κοινού σας. Οι εκπαιδευόμενοι θα μάθουν έτσι πώς να κινητοποιήσουν πιθανούς επενδυτές και τι να αποφεύγουν κατά τη διάρκεια του pitch, πώς να δείχνουν αυτοπεποίθηση και αξιοπιστία με τη γλώσσα του σώματος, τη σημασία της προσαρμογής στην κουλτούρα του κοινού και πώς να επιτύχουν μεγέθυνση σε αυτή την αγορά, πώς να διαχειρίζονται τις αντιρρήσεις και πώς να τις μετατρέπουν σε μια κατάσταση στην οποία θα κερδίζουν όλοι.

3.1 Επισκόπηση: πώς ξεκινάμε, καθοδηγούμε, παίρνουμε και διατηρούμε τον έλεγχο του pitch

Αν έχετε ένα ισχυρό σύστημα διαχείρισης κοινού, μπορείτε να καταγράψετε την εμπειρία του πελάτη με μεγαλύτερη ακρίβεια από ό,τι οι έρευνες πελατών. Μπορούν να καταγραφούν ακόμα και μικρές λεπτομέρειες για τους πελάτες σας, οι οποίες θα

χρησιμοποιηθούν όταν στοχεύσετε σε αυτούς.

Πείτε στο κοινό εκ των προτέρων πότε θα δεχτείτε ερωτήσεις ή προλάβετε ενδεχομένως ερωτήσεις εκ των προτέρων. Κοιτάτε στα μάτια το άτομο που κάνει την ερώτηση και κάντε πάντα μια μικρή παύση πριν δώσετε την απάντηση. Βεβαιωθείτε ότι κατανοείτε την ερώτηση που σας κάνουν ή τι θέλουν να πουν.

Για να παραμείνετε ήρεμοι κατά τη διάρκεια του pitch σας, κάντε εξάσκηση από πριν, χρησιμοποιήστε σημειώσεις, να αναπνέετε και να μιλάτε αργά, να ακολουθείτε τη δομή που έχετε προετοιμάσει.

- Προστατεύστε την ιδέα σας πριν το pitch <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>
- Διαχείριση της νευρικής κατά την παρουσίαση <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>
- Διατηρήστε τον έλεγχο κατά την παρουσίαση <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>

3.2 Ποια λάθη αποφεύγουμε για να μην χάσουμε το ενδιαφέρον των επενδυτών

Κάντε το κοινό να συμμετέχει: κερδίστε το ενδιαφέρον τους, δώστε τους ένα λόγο για να ακούσουν. Πείτε μια ιστορία, μοιραστείτε μια προσωπική εμπειρία. Αναφερθείτε σε ένα πρόσφατο γεγονός ή αξιοποιήστε την παρατήρηση ή το θέμα ενός προηγούμενου ομιλητή. Υπογραμμίστε κάτι σημαντικό σχετικά με το κοινό ή την τρέχουσα κατάσταση.

Με πραγματικές και αστείες ιστορίες, πιο αραιά και εύληπτα, θα μπορέσετε να προσελκύσετε την περιέργεια των ακροατών σας. Επίσης, μπορείτε να εντάξετε πολλούς πόρους στην ομιλία σας ώστε να της δώσετε έναν πιο δυναμικό χαρακτήρα: βίντεο, για παράδειγμα, για να αξιοποιήσετε τη δύναμη της εικόνας και του ήχου ώστε να τραβήξετε όλα τα βλέμματα στην προβολή σας.

- Προσελκύστε το ενδιαφέρον του κοινού σας <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>
- Τι μπορεί να ενοχλήσει το κοινό σας
 - <https://virtualseech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>
 - <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>
- Τι ενοχλεί τους επενδυτές <https://www.forbes.com/sites/civcnation/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=54e434f>

3.3 Η σημασία της γλώσσας του σώματος, του τόνου της φωνής και των μη λεκτικών στοιχείων. Πώς αλληλεπιδρούμε κατά τη διάρκεια του pitch.

Χρησιμοποιούμε μη λεκτικά στοιχεία για να μιλήσουμε σε άλλους μέσα από τις εκφράσεις του προσώπου μας, τις κινήσεις του σώματός μας, τη στάση μας, την οπτική επαφή, τις κινήσεις των χεριών μας, τον τόνο και την ένταση της φωνής, και μέσα από μικροεκφράσεις που έχουν κάποια σημασία για μας, όπως και για το κοινό μας.

Αν προσπαθείτε να πείσετε ένα κοινό να στηρίξει τις ιδέες σας, η γλώσσα του σώματός σας θα πρέπει να στηρίζει εσάς. Περιέργες κινήσεις όπως περιέργα βλέμματα, νευρικές κινήσεις ή επιτηδευμένα χαμόγελα θα κινήσουν υποψίες. Τα ανοιχτά χέρια, οι μικρές κινήσεις και οι εκφράσεις του προσώπου που δείχνουν θετικά συναισθήματα θα κινητοποιήσουν το κοινό σας και θα δείξουν αξιοπιστία.

Μην καμπουριάζετε - Σχεδόν σε όλες τις καταστάσεις παρουσίασης, η στάση του σώματός σας θα πρέπει να είναι όρθια και ανοιχτή. Αυτό θα σας δώσει αέρα και αίσθηση μεγαλύτερης αυτοπεποίθησης, και θα προσελκύσει το κοινό σας αντί να το αποδιώξει.

Μια καλή και πειστική παρουσίαση χρησιμοποιεί ένα μείγμα γεγονότων, λογικής και ενσυναίσθησης για να βοηθήσει το κοινό να δει ένα ζήτημα από μια οπτική που προηγουμένως περιφρονούσε ή δεν είχε εξετάσει.

- Συμβουλές για τη γλώσσα του σώματος και τη μη λεκτική επικοινωνία κατά τη διάρκεια του pitch <https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>
- Οδηγός για δημόσιες ομιλίες <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>

3.4 Κατανόηση των πολιτισμικών πτυχών: διαφορετικά pitch για διαφορετικές τοποθεσίες

Το φυλετικό και εθνοτικό υπόβαθρο, όπως και όλο το πολιτισμικό πλαίσιο, μπορούν να διαμορφώσουν τις προσδοκίες του κοινού σχετικά με την επίδοση ενός ομιλητή, συμπεριλαμβανομένης της γλώσσας του σώματος, της διαδραστικότητας, των μεταφορών, των σχημάτων λόγου, του τόνου, του ύψους και του ρυθμού της φωνής.

Είναι πιθανό οποιοδήποτε κοινό συναντήσετε στον πραγματικό κόσμο να έχει κάποια πολιτισμικά χαρακτηριστικά. Από τη στιγμή που θα κάνετε μια ομιλία, θα πρέπει να αναγνωρίζετε ότι η οπτική που έχετε για οποιοδήποτε θέμα, δεν είναι αναγκαίο να ταυτίζεται με την οπτική όλων των ατόμων που είναι στο κοινό.

Η κουλτούρα είναι ένα βασικό στοιχείο που χρησιμοποιούν οι ασχολούμενοι με το μάρκετινγκ για να κινητοποιήσουν περισσότερο, να αυξήσουν το ενδιαφέρον και να μεγεθύνουν τις επιχειρήσεις τους. Αν κάποιος δεν αναγνωρίζει τη σημασία της κουλτούρας στην ανάπτυξη της μάρκας και της επιχείρησης είναι σαν να αποφασίζει ότι δεν πειράζει να βρίσκεται σε ανταγωνιστικό μειονέκτημα.

- Πολιτισμικές διαφορές σε ένα πολυπολιτισμικό κοινό <https://courses.lumenlearning.com/wm-publicspeaking/chapter/cultural-difference-and-multicultural-audiences/>
- Προσδιορισμός του προφίλ του κοινού σας <https://glocalities.com/whatwedo/whatwedooffer>
- Σημασία του διαφοροποιημένου μάρκετινγκ περιεχομένου <https://mastertcloc.unistra.fr/2018/11/26/how-cultural-differences-affect-your-content-marketing-strategy/>
- Πολιτισμική ευαισθησία της μάρκας σας <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-culture>

3.5 Διαχείριση των αντιρρήσεων έτσι ώστε να κερδίζουν όλοι

Η διαχείριση των αντιρρήσεων είναι η ενέργεια της προσεκτικής απάντησης στην ανησυχία ενός πιθανού πελάτη με ενσυναίσθηση και σοβαρή αντιμετώπιση των δισταγμών του ώστε να συνεχίσει περαιτέρω η συνδιαλλαγή.

Ακούστε προσεκτικά την αντίρρηση και επιβεβαιώστε ότι την έχετε κατανοήσει σωστά, κάνοντας μια διευκρινιστική ερώτηση. Απαντήστε στις αντιρρήσεις δίνοντας την κατάλληλη λύση και επιβεβαιώστε ότι έχει καλυφθεί η αντίρρηση.

Κερδίζουν όλοι όταν υιοθετείται μια προσέγγιση αμοιβαίων οφελών στη διαπραγμάτευση. Σε αυτή την περίπτωση, τα μέρη συνεργάζονται ώστε να ικανοποιηθούν όλα τα συμφέροντα και να μεγιστοποιηθεί η δημιουργία αξίας. Σε μια τέτοια διαπραγμάτευση, όταν και οι δύο πλευρές είναι ικανοποιημένες με τη συμφωνία, αυξάνονται κατά πολύ οι πιθανότητες μιας μακροπρόθεσμης επιτυχίας.

Πώς θα πετύχετε μια λύση για να κερδίσουν όλοι:

- Να θυμάστε τους στόχους του κοινού
- Αξιολογήστε τις προσδοκίες σας
- Δημιουργήστε αμοιβαία επωφελείς ευκαιρίες
- Διατηρήστε την αντικειμενικότητά σας
- Αντιμετωπίστε με ειλικρίνεια πιθανά προβλήματα.
- Οδηγός διαχείρισης αντιρρήσεων <https://www.socoselling.com/how-to-overcome-objections/>
- Αλλάζοντας τη γνώμη των πελατών <https://www.teamleader.eu/blog/converting-clients-101-negotiation-objection-handling>
- Αντίρρηση vs Διαπραγμάτευση <https://www.saleshacker.com/10-tips-negotiation-objection/>

3.6 Άσκηση διαχείρισης αντιρρήσεων / παιχνίδια ρόλων - εξάσκηση

- Εξάσκηση στην αποτελεσματική διαχείριση αντιρρήσεων <https://about.gitlab.com/handbook/customer-success/solutions-architects/sa-practices/effective-objection-handling-practice/>
- Εκπαίδευση στις πωλήσεις <https://www.5percentinstitute.com/fun-sales-training-games-5-x-activities-worth-doing/>

Τροφή για σκέψη

- Τι λάθη πρέπει να αποφεύγετε κατά την παρουσίασή σας για να διατηρήσετε την προσοχή του κοινού σας;
- Ποια γλώσσα ομιλίας και ποια γλώσσα του σώματος πρέπει να υιοθετήσετε κατά το pitching;
- Γιατί είναι σημαντικό να μάθετε για την κουλτούρα των πιθανών πελατών σας;
- Ποιες είναι οι πιο χρήσιμες επικοινωνιακές δεξιότητες (soft skills) που θα χρησιμοποιήσετε κατά τη διάρκεια της ομιλίας σας;

Μελέτες περίπτωσης

Τίτλος της πρώτης μελέτης περίπτωσης Pitching του Twoodo από τον David Arnoux

Περιγραφή της μελέτης περίπτωσης: https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl



Ο παρουσιαστής ξεκινά εξηγώντας τον στόχο του Twoodo: να βάλει το χάος σε τάξη, να βοηθήσει να οργανωθούμε εκ νέου. Οι εφαρμογές θα επανεφεύρουν τη διαδικτυακή συνεργασία. Ξεκινά με μια ιστορία για τα αγροτικά εργαλεία τα οποία παρέμειναν τα ίδια επί αιώνες μέχρι που ενσωματώθηκαν όλα σε ένα και μόνο μηχάνημα. Κατά τη διάρκεια της ομιλίας, λέει αστεία και τείνει να παρουσιάζει με υπερβολικό τρόπο το πρόβλημα προς επίλυση, ώστε να αναδείξει το προϊόν ακόμα καλύτερα: «Δεν είμαστε υπολογιστές, χρειαζόμαστε βοήθεια από κάπου», δηλώνει, και η εφαρμογή μπορεί να ενδυναμώσει τα άτομα και τις ομάδες.

Η καινοτομία έγκειται στο πλαίσιο εντολών: μία μόνο πρόταση σε μια συζήτηση που οδηγεί σε κάποιες ενέργειες μπορεί να ενεργοποιήσει ταυτόχρονα πολλές εφαρμογές, χωρίς να χρειάζεται να τις ανοίξει κανείς ή να κάνει εναλλαγή μεταξύ

των σελίδων. Η εφαρμογή είναι επίσης διαθέσιμη σε πολλές συσκευές, «το μόνο που έχετε να κάνετε είναι να πληκτρολογείτε και να σαρώνετε». Αναζητούν επίσης έναν αλγόριθμο που θα αναγνωρίζει διαφορετικές γλώσσες, ώστε να κάνουν το Twoodo ακόμα πιο εύχρηστο.

Μετά την περιγραφή του προϊόντος, συνεχίζει αναφέροντας το Γενικό Διευθυντή μιας διάσημης εταιρείας, ενημερώνοντας το κοινό ότι αυτός το χρησιμοποιεί και του αρέσει. Μετά από μια συγκεκριμένη περιγραφή στοιχείων σχετικά με πιθανούς χρήστες, την αγορά και ανταγωνιστές, αναφέρει μέχρι και ότι ο βασικός ανταγωνιστής τους επιδοκίμασε το προϊόν τους για τις λειτουργίες του.

Αναπτύσσει το τελευταίο μέρος της ομιλίας προλαμβάνοντας ερωτήσεις για να τονίσει σημαντικά στοιχεία που δεν θα ταίριαζαν στην περιγραφή του προϊόντος. Παρουσιάζει την ομάδα του και τις προηγούμενες δουλειές τους: είναι αξιόπιστοι όχι μόνο επειδή γνωρίζουν τον τομέα στον οποίο θέλουν να εισέλθουν, αλλά είναι και φίλοι εδώ και 8 χρόνια, και στο τέλος είναι απλά συνηθισμένοι άνθρωποι που θέλουν να κάνουν τη ζωή τους και τη ζωή των άλλων ευκολότερη. Αφού προσδιορίσει το ακριβές χρηματικό ποσό που χρειάζονται για να διαθέσουν την εφαρμογή στην αγορά, συνοψίζει όλη την παρουσίαση και ενθαρρύνει το κοινό να συνεισφέρει στο σκοπό τους.

Βασικά διδάγματα: διατήρηση του ενδιαφέροντος του κοινού, τονισμός των καλύτερων χαρακτηριστικών του προϊόντος σου, πώς επιλύεις το πρόβλημα, παρουσίαση συγκεκριμένων στοιχείων σχετικά με την αγορά και τους ανταγωνιστές, φροντίδα για μια σύντομη και αποτελεσματική ομιλία.

Τίτλος της δεύτερης μελέτης περίπτωσης: Pitching για το iPhone από τον Steve Jobs

Περιγραφή της μελέτης περίπτωσης: <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>

Κάθε τόσο, εμφανίζεται ένα προϊόν που φέρνει επανάσταση. Ο Jobs ξεκινά συνοψίζοντας τα προϊόντα που έφερε στην αγορά και αποτέλεσαν τεχνολογική επανάσταση.

Έπειτα, παρουσιάζει τα βασικά χαρακτηριστικά του επόμενου προϊόντος του: ένα iPod με ευρεία οθόνη και στοιχεία ελέγχου αφής, ένα κινητό τηλέφωνο που φέρνει επανάσταση και μια συσκευή διαδικτυακής επικοινωνίας επίσης καινοτόμα. Επαναλαμβάνει αυτά τα στοιχεία πολλές φορές, με παύσεις και βάζει το κοινό στο παιχνίδι για να δώσει έμφαση στη σημασία της στιγμής. Όλα αυτά τα στοιχεία τα συγκεντρώνει η ίδια συσκευή, το iPhone. Το κοινό είναι διαρκώς προσηλωμένο χάρη στα πολλά αστεία, και το άμεσο και αστείο οπτικό υλικό.

Πριν περιγράψει το προϊόν, μιλά για τους ανταγωνιστές του και τα προβλήματα του προϊόντος τους: με εύληπτο οπτικό υλικό, εξηγεί γιατί βρίσκεται στην κορυφή της κατηγορίας του.



Τα προβλήματα των άλλων τηλεφώνων είναι ότι διαθέτουν πλαστικά, μεγάλα και σταθερά στοιχεία ελέγχου που δεν μπορούν να προσαρμοστούν σε όλα τα περιβάλλοντα εργασίας: τι συμβαίνει αν έχεις μια φοβερή ιδέα μετά από 6 μήνες; Πρέπει να αλλάξεις ολόκληρο το προϊόν για να την υλοποιήσεις; Η Apple έλυσε ήδη το πρόβλημα με έναν υπολογιστή με ευρεία οθόνη και ένα εργαλείο κατάδειξης, το ποντίκι, και τώρα θα δημιουργήσει ένα τηλέφωνο με μεγάλη οθόνη και το πιο ακριβές εργαλείο κατάδειξης, τα δάχτυλά μας. Εδώ αστειεύεται: όλοι γεννιούνται με το επίσημο δικαίωμα και την άδεια να τα χρησιμοποιούν.

Συνεχίζει περιγράφοντας το τηλέφωνο, το περιβάλλον εργασίας του και την αλληλεπίδραση υλικού και λογισμικού που εφηύρε η εταιρεία του.

Φορά απλά ρούχα με καθαρά γυαλιά για να κοιτάζει το κοινό και έχει και ένα τηλεχειριστήριο για να φαίνεται επαγγελματίας. Συνεχίζει να κάνει έξυπνα αστεία και χωρίζει την ομιλία του σε μικρές ενότητες: παρουσίαση του κύριου θέματος, περιγραφή, επανάληψη του κύριου μηνύματος που θέλει να κατανοήσουμε. Χρησιμοποιεί υποστηρικτικά αστείο και σαφές οπτικό υλικό.

Βασικά διδάγματα: διατήρηση του ενδιαφέροντος του κοινού, τονισμός των καλύτερων χαρακτηριστικών του προϊόντος του, πώς επιλύουν το πρόβλημα, πώς αντιμετωπίζουν τους ανταγωνιστές, αποτελεσματικό οπτικό υλικό.

Δραστηριότητες

Τίτλος δραστηριότητας: ΠΟΥΛΗΣΕ ΜΟΥ ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ ΠΟΥ ΔΕΝ ΣΟΥ ΑΡΕΣΕΙ	
Τρόπος υλοποίησης: (ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά)	Ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά
Μαθησιακοί στόχοι	Τονίστε τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά του προϊόντος, αναγνωρίστε τα αντικειμενικά του πλεονεκτήματα, ελέγξτε τη γλώσσα του σώματός σας και τη συμπεριφορά σας σε κάθε περίπτωση
Απαιτούμενο υλικό/εξοπλισμός	Τεχνικός εξοπλισμός προβολής παρουσίασης (δεν χρειάζεται)
Περιγραφή της δραστηριότητας	Κάθε εκπαιδευόμενος/η πρέπει να ετοιμάσει μια παρουσίαση pitch για να πείσει για την επένδυση σε ένα προϊόν ή την αγορά ενός προϊόντος που δεν του/της αρέσει. Ο/Η εκπαιδευόμενος/η θα πρέπει επομένως να κάνει έρευνα για το προϊόν, για την αγορά και τον αγοραστή. Επίσης, θα πρέπει να ελέγξει τη γλώσσα του σώματός του/της, ώστε να μην αποκαλύψει το γεγονός ότι δεν του/της αρέσει το προϊόν. Αυτή η δραστηριότητα θα προετοιμάσει τους εκπαιδευόμενους για οποιοδήποτε μελλοντικό αίτημα μπορεί να χρειαστεί να εκπληρώσουν: πρέπει να δείξουν επαγγελματισμό και να ετοιμάσουν μια πειστική παρουσίαση ακόμα και αν δεν έχουν φυσικά θετική στάση απέναντι στο προϊόν.
Ερωτήσεις απολογισμού	Τι λύση προσφέρει αυτό το προϊόν και σε ποιο πρόβλημα; Ποιοι είναι οι πιθανοί αγοραστές του; Ποια χαρακτηριστικά μπορούν να πείσουν τον κόσμο να επενδύσει σε αυτό; Τι γλώσσα του σώματος πρέπει να χρησιμοποιήσω κατά τη διάρκεια της ομιλίας μου για να δείξω αυτοπεποίθηση για αυτό που πουλάω;
Απαιτούμενος χρόνος	Απροσδιόριστη διάρκεια της ομιλίας
Με ποιον άλλον τρόπο μπορεί να υλοποιηθεί αυτή η δραστηριότητα;	Αν ισχύει
Σημειώσεις για τον εκπαιδευτή/συντονιστή	Αναθέστε ένα προϊόν του οποίου τα χαρακτηριστικά/ο δημιουργός/η αγορά δεν έρχονται σε αντίθεση με τις προσωπικές πεποιθήσεις και αξίες των εκπαιδευόμενων.

Τίτλος δραστηριότητας: ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΝΤΙΡΡΗΣΕΩΝ

Τρόπος υλοποίησης: (ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά)	Ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά
Μαθησιακοί στόχοι	Αντιδράστε σε οποιαδήποτε αντίρρηση στην ομιλία σας με επαγγελματισμό, να έχετε αυτοπεποίθηση και να παρουσιάσετε το προϊόν σας σαν την πιο αποδοτική λύση στο πρόβλημα χάρη στα χαρακτηριστικά του.
Απαιτούμενο υλικό/εξοπλισμός	Τεχνικός εξοπλισμός προβολής παρουσίασης (δεν χρειάζεται)
Περιγραφή της δραστηριότητας	Τρεις εκπαιδευόμενοι θα προβάλουν αντιρρήσεις στην προσομοίωση. Θα πρέπει να διακόψουν την ομιλία για να ρωτήσουν κάτι σχετικά με τα χαρακτηριστικά που τονίζει ο παρουσιαστής: ο παρουσιαστής θα πρέπει να διατηρήσει τον έλεγχο της κατάστασης και να απαντήσει με επαγγελματισμό και αυτοπεποίθηση για το προϊόν του.
Ερωτήσεις απολογισμού	Τι λύση προσφέρει αυτό το προϊόν και σε ποιο πρόβλημα; Τι γλώσσα του σώματος πρέπει να χρησιμοποιήσω κατά τη διάρκεια της ομιλίας μου για να δείξω αυτοπεποίθηση γι' αυτό που πουλάω; Ποιες είναι οι πιο πιθανές ερωτήσεις που μπορεί να μου κάνουν σχετικά με το προϊόν μου;
Απαιτούμενος χρόνος	Απροσδιόριστη διάρκεια της ομιλίας
Με ποιον άλλον τρόπο μπορεί να υλοποιηθεί αυτή η δραστηριότητα;	Αν ισχύει
Σημειώσεις για τον εκπαιδευτή/συντονιστή	Αν ο παρουσιαστής είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος και δείξει υπερβολική ενόχληση, μην επιμένετε στη δραστηριότητα και αλλάξτε τα άτομα που συμμετέχουν.

Τίτλος δραστηριότητας: ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΓΙΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΚΦΡΑΣΗΣ

Τρόπος υλοποίησης: (ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά)	Ζωντανά, διαδικτυακά, υβριδικά
Μαθησιακοί στόχοι	Παρουσιάστε ένα προϊόν με ομιλίες διαφορετικής διάρκειας, χρησιμοποιήστε την πειθώ και σκεφτείτε ποια είναι τα πιο ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που κάνουν το προϊόν σας και την παρουσίασή σας μοναδικά.
Απαιτούμενο υλικό/εξοπλισμός	Τεχνικός εξοπλισμός προβολής παρουσίασης (δεν χρειάζεται)
Περιγραφή της δραστηριότητας	Τρεις εκπαιδευόμενοι αναλαμβάνουν να παρουσιάσουν το ίδιο προϊόν. Στόχος είναι να ετοιμάσουν ομιλίες που θα είναι κατά το δυνατόν διαφορετικές μεταξύ τους, ώστε να κερδίσουν την προσοχή του κοινού. Θα πρέπει να σκεφτούν πώς θα πουλούσαν το ίδιο προϊόν πιθανοί ανταγωνιστές και για ποια χαρακτηριστικά θα προτιμούσαν να ενημερωθούν πιθανοί αγοραστές.
Ερωτήσεις απολογισμού	Τι λύση προσφέρει αυτό το προϊόν και σε ποιο πρόβλημα; Ποιοι είναι οι πιθανοί αγοραστές του; Ποια χαρακτηριστικά μπορούν να πείσουν τον κόσμο να επενδύσει σε αυτό; Τι γλώσσα του σώματος πρέπει να χρησιμοποιήσω κατά τη διάρκεια της ομιλίας μου για να δείξω αυτοπεποίθηση γι' αυτό που πουλάω; Πώς θα μπορούσα ως πωλητής/τρια να διαφοροποιηθώ από τους ανταγωνιστές μου;
Απαιτούμενος χρόνος	Παρουσιάσεις ενός λεπτού, 5 λεπτών 15 λεπτών
Με ποιον άλλον τρόπο μπορεί να υλοποιηθεί αυτή η δραστηριότητα;	Αν ισχύει

Σημειώσεις για τον
εκπαιδευτή/συντονιστή

Επιλέξτε τρεις εκπαιδευόμενους που έχουν ίδιο στυλ παρουσίασης, μην βάλετε έναν ντροπαλό εκπαιδευόμενο να ανταγωνιστεί έναν εμφανώς σίγουρο εκπαιδευόμενο, ώστε η πρόκληση να είναι δίκαια.

Διαβάστε περισσότερα

ΠΟΡΟΣ 1	
Σύνδεσμος: https://concept.uwaterloo.ca/40727/	
Τίτλος πόρου	«Pitch Perfect: A Mini Guide to Pitching»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 2	
Σύνδεσμος: https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea	
Τίτλος πόρου	«HOW TO EFFECTIVELY PITCH A BUSINESS IDEA»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 3	
Σύνδεσμος: https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples	
Τίτλος πόρου	«How To Give an Elevator Pitch (With Examples)»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 4	
Σύνδεσμος: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch	
Τίτλος πόρου	«How To Pitch an Idea in 6 Steps»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 5	
Σύνδεσμος: https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20	
Τίτλος πόρου	«The Elevator Pitch»
Είδος πόρου	Βίντεο, 7 λεπτά
ΠΟΡΟΣ 6	
Σύνδεσμος: https://www.youtube.com/watch?v=WHDqyBugpVk	
Τίτλος πόρου	«How to Make a Pitch Deck (+ Pitch Deck Template Created by Investment Experts)»
Είδος πόρου	Βίντεο, 8 λεπτά
ΠΟΡΟΣ 7	
Σύνδεσμος: https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/	
Τίτλος πόρου	«Startup Elevator Pitch Examples for Entrepreneurs (+Template)»



Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 8 Σύνδεσμος: https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/	
Τίτλος πόρου	«The 11 Slides You Need to Have in Your Pitch Deck for 2022»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 9 Σύνδεσμος: https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/	
Τίτλος πόρου	«How to Successfully Pitch Your Business Idea to Investors»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό
ΠΟΡΟΣ 10 Σύνδεσμος: https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/	
Τίτλος πόρου	«17 Pro Tips to Pitch Your Tech Startup Ideas Effectively»
Είδος πόρου	Άρθρο στον ιστό


Παραπομπές

ΠΟΡΟΣ 1 Σύνδεσμοι: https://orenklaff.com/books/ ή https://www.audible.com/pd/Pitch-Anything-Audiobook/1639294759	
Τίτλος πόρου	«Pitch anything: An Innovative Method for Presenting, Persuading, and Winning the Deal»
Είδος πόρου	Εκπαιδευτικό βιβλίο
Εθνικό/Ευρωπαϊκό επίπεδο	Διεθνές
Σύντομη περιγραφή του περιεχομένου (ιδιαίτερη προσοχή στα θέματα που καλύπτονται και στις πρακτικές δραστηριότητες)	Αν κάποιος θέλει να κάνει pitching, ο Oren Klaff έχει ασύγκριτα διαπιστευτήρια και περιγράφει τη συνταγή του για να σας βοηθήσει να κάνετε ένα επιτυχημένο pitching σε κάθε επιχειρηματική περίπτωση. Είτε πουλάτε ιδέες σε επενδυτές, είτε κάνετε pitching σε έναν πελάτη για μια νέα επιχείρηση ή ακόμα κι αν διαπραγματεύεστε έναν καλύτερο μισθό, το βιβλίο με τίτλο «Pitch Anything» θα αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο τοποθετείτε τις ιδέες σας. Σύμφωνα με τον Klaff, η δημιουργία και η εκτέλεση ενός φοβερού pitch δεν είναι τέχνη, είναι απλή επιστήμη. Εφαρμόζοντας τα πιο πρόσφατα ευρήματα στον τομέα των νευροοικονομικών και αναφέροντας ιστορίες για το πώς λειτουργεί στην πράξη η μέθοδός του, ο Klaff μας ανοίγει τα μάτια και περιγράφει πώς λαμβάνει αποφάσεις ο εγκέφαλος και πώς ανταποκρίνεται στο pitching. Γνωρίζοντας αυτές τις πληροφορίες, θα διατηρήσετε τον απόλυτο έλεγχο όλων των σταδίων της διαδικασίας του pitching. Εφαρμόστε τις τακτικές και τις στρατηγικές που περιγράφονται στο βιβλίο «Pitch Anything» για να κινητοποιήσετε και να πείσετε το κοινό σας. Το αποτέλεσμα θα είναι να λάβετε περισσότερη χρηματοδότηση και στήριξη από όσο θα σας φαινόταν ποτέ δυνατόν.

Πώς σχετίζεται αυτό με την παρούσα θεματική ενότητα του 2ου αποτελέσματος του έργου;	Αυτό το βιβλίο είναι πρακτικό, γρήγορο και προσφέρει μια νέα μέθοδο η οποία θα διαφοροποιήσει τις παρουσιάσεις των νέων επιχειρηματιών από τις υπόλοιπες της σειράς. Αυτό το βιβλίο μπορεί να είναι πολύ χρήσιμο για άτομα ΕΑΕΚ που ενδιαφέρονται για την πράσινη ή την κοινωνική επιχειρηματικότητα, γιατί θα τα βοηθήσει να γνωρίσουν και να μάθουν πώς να κάνουν pitching για ένα προϊόν, να αντλήσουν χρήματα ή να κλείσουν μια συμφωνία. Όλες οι αρχές περιγράφονται στο βιβλίο για να εξηγήσουν πώς μπορούμε να κάνουμε καλύτερες παρουσιάσεις και επιχειρηματικές αλληλεπιδράσεις.
Σημειώσεις	Το βιβλίο Pitch Anything εισάγει την αποκλειστική μέθοδο pitching «STRONG» η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί αμέσως: Setting the Frame (περιγραφή πλαισίου), Telling the Story (αφήγηση ιστορίας), Revealing the Intrigue (αποκάλυψη της καινοτομίας), Offering the Prize (κατάδειξη του οφέλους), Nailing the Hookpoint (ενίσχυση της προσέλευσης του πελάτη), Getting a Decision (λήψη θετικής απόφασης). Ο Klaff είναι ο καλύτερος του κλάδου, επειδή η μέθοδός του είναι πολύ καλύτερη από οποιουδήποτε άλλου.

ΠΟΡΟΣ 2 Σύνδεσμος: https://stripe.com/atlas/guides/pitching	
Τίτλος πόρου	«Pitching your earlystage startup»
Είδος πόρου	Σύντομος διαδικτυακός οδηγός
Εθνικό/Ευρωπαϊκό επίπεδο	Διεθνές
Σύντομη περιγραφή του περιεχομένου (ιδιαίτερη προσοχή στα θέματα που καλύπτονται και στις πρακτικές δραστηριότητες)	<ul style="list-style-type: none"> • Γνωρίστε το κοινό σας για να κάνετε κατάλληλο pitching • Πουλήστε τον εαυτό σας και την ομάδα σας • Δώστε συγκεκριμένες λεπτομέρειες • Στοχεύστε σε μια ελκυστική αγορά • Μοιραστείτε μοναδικές πληροφορίες/γνώσεις • Επικεντρωθείτε στα σπουδαία πράγματα που δημιουργούνται • Τονίστε τα στοιχεία που αποδεικνύουν την επιτυχία • Στείλτε ένα ασυναγώνιστο πρωτότυπο • Διασκεδάστε το, αλλά κάντε και τους υπολογισμούς σας • Ζητήστε συστάσεις αν αυτό βοηθήσει πολύ • Συνεχίστε σε κάθε περίπτωση
Πώς σχετίζεται αυτό με την παρούσα θεματική ενότητα του 2ου αποτελέσματος του έργου;	Οι νεοφυείς επιχειρήσεις αποκτούν πολλά σημαντικά αποτελέσματα μέσω του pitching: την ικανότητα του να μιλήσεις σε κάποιον γρήγορα για την εταιρεία σου και να προκαλέσεις τέτοιο ενδιαφέρον που να θέλει να μάθει περισσότερα. Τα άτομα ΕΑΕΚ με επιχειρηματικό πνεύμα μπορούν να κάνουν pitching για τη μελλοντική τους εταιρεία σε όλους: πιθανούς υπαλλήλους, επενδυτές και πιθανούς πελάτες. Αυτές οι πληροφορίες μπορεί να είναι πολύ χρήσιμες για νέους επιχειρηματίες όταν ιδρύσουν τη νεοφυή τους επιχείρηση και αναζητούν νέους εταίρους, επενδυτές επιχειρήσεων ή συνεργάτες για το πράσινο ή κοινωνικό επιχειρηματικό τους μοντέλο.
Σημειώσεις	Αυτές οι πληροφορίες δεν πωλούνται, διατίθενται δωρεάν στο διαδίκτυο.

ΠΟΡΟΣ 3 Σύνδεσμος: https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252	
Τίτλος πόρου	«The Ultimate Pitching Guide»
Είδος πόρου	Σύντομος διαδικτυακός οδηγός
Εθνικό/Ευρωπαϊκό επίπεδο	Διεθνές

<p>Σύντομη περιγραφή του περιεχομένου (ιδιαίτερη προσοχή στα θέματα που καλύπτονται και στις πρακτικές δραστηριότητες)</p>	<p>Το συγκεκριμένο άρθρο παρουσιάζει συνοπτικά κάποιες οδηγίες που καθοδηγούν τον χρήστη στο σύνολο των στοιχείων του pitching και, σύμφωνα με την εμπειρία του συντάκτη, τονίζονται όλα όσα πρέπει να περιλαμβάνει ένα επιτυχημένο pitch.</p> 
<p>Πώς σχετίζεται αυτό με την παρούσα θεματική ενότητα του 2ου αποτελέσματος του έργου;</p>	<p>Όταν ξεκινάτε μια νέα επιχείρηση, η ατζέντα σας θα πρέπει να περιλαμβάνει οπωσδήποτε δημόσια pitch. Μάλιστα, στην πραγματικότητα, κάθε νέος/α επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει τα μάτια του/της ανοιχτά για να παρουσιάσει την ιδέα του/της σε όσα το δυνατόν περισσότερα άτομα ώστε να λάβει πολύτιμα σχόλια και να αναπτύξει περαιτέρω την ιδέα και επιχείρησή του/της. Γι'αυτό τα άτομα ΕΑΕΚ που ενδιαφέρονται για την πράσινη και κοινωνική επιχειρηματικότητα θα βρουν πολύ χρήσιμες στο μέλλον αυτές τις σύντομες και πρακτικές πληροφορίες, που βασίζονται στο σύνολό τους στην επιχειρηματική εμπειρία.</p>
<p>Σημειώσεις</p>	<p>Το άρθρο βασίζεται στην εμπειρία της Sinem Gunel, η οποία, για να διευκολύνει την κατανόηση του επιχειρήματος, χρησιμοποίησε στον οδηγό ένα από τα έργα της (το MyFutureAcademy, που ιδρύθηκε το 2018) ως παράδειγμα ενδυνάμωσης των νέων ανθρώπων ώστε να αξιοποιήσουν στο μέγιστο τις δυνατότητές τους.</p>

<p>ΠΟΡΟΣ 4 Σύνδεσμος: https://fi.co/pitch_deck</p>	
<p>Τίτλος πόρου</p>	<p>«From pitch deck templates to delivering great presentations (exercises)»</p>
<p>Είδος πόρου</p>	<p>Διαδικτυακή δέσμη εργαλείων με ασκήσεις</p>
<p>Εθνικό/Ευρωπαϊκό επίπεδο</p>	<p>Διεθνές</p>
<p>Σύντομη περιγραφή του περιεχομένου (ιδιαίτερη προσοχή στα θέματα που καλύπτονται και στις πρακτικές δραστηριότητες)</p>	<p>Όταν θέλετε να εξηγήσετε με σαφήνεια γιατί ένα συγκεκριμένο κοινό θα έπρεπε να ενδιαφερθεί για την επιχείρησή σας, ένα από τα πιο ισχυρά εργαλεία για να επιτύχετε αυτό τον στόχο είναι το pitch deck. Οι ιδρυτές που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο μπορούν να χρησιμοποιήσουν (ανάλογα με τον χρόνο που έχουν στη διάθεσή τους για μια παρουσίαση) υποδείγματα για να δημιουργήσουν οπτικές παρουσιάσεις που περιέχουν μια σύντομη επισκόπηση των προτάσεων αξίας της επιχείρησης, των ευκαιριών της αγοράς και διάφορων μετρήσεων. Η περιγραφή του περιεχομένου συνοψίζει τα ακόλουθα θέματα, εξηγώντας τη θεωρία και το πρακτικό υπόδειγμα που μπορεί να χρησιμοποιηθεί:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Υπόδειγμα elevator pitch • Υπόδειγμα pitch ενός λεπτού • Απλό υπόδειγμα pitch deck [Για να το επεξεργαστείτε και να το χρησιμοποιήσετε, κάντε κλικ στο «File» (Αρχείο) και μετά στο «Make a Copy» (Δημιουργία αντίγραφου)] • Εκτενές υπόδειγμα • Υπόδειγμα για επενδυτικούς αγγέλους/εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων
<p>Πώς σχετίζεται αυτό με την παρούσα θεματική ενότητα του 2ου αποτελέσματος του έργου;</p>	<p>Τα υποδείγματα αυτά μπορούν να χρησιμεύσουν ως ασκήσεις για άτομα ΕΑΕΚ που ενδιαφέρονται να ξεκινήσουν νέες επιχειρηματικές ιδέες ως επιχειρηματίες ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν σε μελλοντικές</p>

	καταστάσεις pitching απέναντι σε πιθανούς εταίρους ή επενδυτές. Εξηγούν πώς να κάνεις pitching για τη νεοφυή σου επιχείρηση, ξεκινώντας από τη συμπλήρωση ορισμένων πολύ απλών υποδειγμάτων.
--	--

ΠΟΡΟΣ 5 Σύνδεσμος: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch	
Τίτλος πόρου	How To Create the Perfect Elevator Pitch
Είδος πόρου	Εκπαιδευτικό βίντεο
Εθνικό/Ευρωπαϊκό επίπεδο	Διεθνές
Σύντομη περιγραφή του περιεχομένου (ιδιαίτερη προσοχή στα θέματα που καλύπτονται και στις πρακτικές δραστηριότητες)	Βίντεο μιας επαγγελματία coach του Indeed σχετικά με τα βήματα που πρέπει να κάνει κανείς για να δημιουργήσει το τέλειο elevator pitch. <ul style="list-style-type: none"> • Τι θα πει τέλειο elevator pitch; • Τι περιλαμβάνει το τέλειο elevator pitch • Πώς δημιουργείται το τέλειο elevator pitch • Συμβουλές για τη σύνταξη ενός elevator pitch • Παραδείγματα του πώς κινούμαστε σε παρουσιάσεις κάτω των 2 λεπτών
Πώς σχετίζεται αυτό με την παρούσα θεματική ενότητα του 2ου αποτελέσματος του έργου;	Η παρουσίαση της σημασίας του pitching θα εμπλουτίσει τις γνώσεις των ατόμων ΕΑΕΚ που ενδιαφέρονται για νέες δραστηριότητες πράσινης και βιώσιμης επιχειρηματικότητας. Εστιάζοντας στο pitching, οι εκπαιδευόμενοι αποκτούν ένα πρακτικό πλαίσιο ανάπτυξης ειδικών και στοχευμένων δεξιοτήτων για το πώς να παρουσιάζουν την επιχειρηματική τους ιδέα σε επενδυτές, πιθανούς εταίρους, επιχειρηματικούς αγγέλους ή σε άτομα που συμμετέχουν σε crowd funding. Με αυτές τις γενικές πληροφορίες, τα άτομα ΕΑΕΚ θα γνωρίσουν ορισμένες θεμελιώδεις έννοιες επιχειρηματικότητας, όπως έναν σαφέστερο ορισμό της επιχειρηματικής ιδέας, και θα αναπτύξουν ορισμένες δεξιότητες σχετικά με τη δημόσια ομιλία.

Κουίζ

Ερ. 1. Ποιο είναι το κύριο χαρακτηριστικό του elevator pitch;

- A. Επαναληψιμότητα
- B. Συντομία
- Γ. Ανάλυση
- Δ. Αυτοσχεδιασμός

Ερ. 2. Ποιο χαρακτηριστικό είναι σωστό να δείχνετε κατά τη διάρκεια μιας ομιλίας pitching;

- A. Ταπεινοφροσύνη
- B. Απαιτητικότητα
- Γ. Αλαζονεία
- Δ. Αυτοπεποίθηση

Ερ. 3. Ποια πράγματα πρέπει να τονίσετε κατά τη διάρκεια της παρουσίασης του προϊόντος σας;

- A. Ανεπίλυτα προβλήματα
- B. Βασικές λειτουργίες
- Γ. Τη μοναδικότητα και τις δυνατότητες
- Δ. Αβεβαιότητα σχετικά με τη θέση του στην αγορά

Ερ. 4. Τι είδους γλώσσα πρέπει να χρησιμοποιηθεί στο pitching;

- A. Χαλαρή και πειστική
- B. Τεχνική και βαριά
- Γ. Επίσημη και τελετουργική
- Δ. Ψυχρή και ασαφής

Ερ. 5. Ποια στοιχεία της επιχείρησής σας πρέπει να παρουσιάσετε με ακρίβεια;

- A. Τους ανταγωνιστές
- B. Τα μέλη της ομάδας
- Γ. Την ανάλυση κόστους που έχετε σχεδιάσει
- Δ. Το εκπαιδευτικό σας υπόβαθρο

Ερ. 6. Ποια γλώσσα του σώματος πρέπει να αποφεύγετε στο pitching;



A. Τη φιλική στάση

B. Τα σταυρωμένα χέρια

Γ. Το χαρισματικό χαμόγελο

Δ. Τις χαλαρές κινήσεις

Ερ. 7. Πώς πρέπει να ετοιμαστείτε πριν από μια εκδήλωση δικτύωσης;

A. Χαλαρώστε για μια ολόκληρη μέρα, μην ετοιμάσετε καμία ομιλία ώστε να λειτουργήσετε πιο αυθεντικά

B. Μειώστε το χρηματικό ποσό που θα δηλώσετε ότι χρειάζεστε για το έργο σας ώστε να συμμετάσχουν σε αυτό περισσότεροι επενδυτές

Γ. Κάντε έρευνα για τους ανταγωνιστές και τα χαρακτηριστικά που διαφοροποιούν την επιχείρησή σου, ετοιμάστε μια παρουσίαση σύμφωνα με το κοινό και την κουλτούρα του

Δ. Κάντε έρευνα για τα χαρακτηριστικά των ανταγωνιστών που έχει και το προϊόν σας, ώστε να τονίσετε τις ομοιότητές σας

Ερ. 8. Τι σημαίνει αντανάκλαση συμπεριφοράς και πότε πρέπει να εφαρμόζεται;

A. Σημαίνει προσαρμόζω τη γλώσσα του σώματος ώστε να τραβήξω την προσοχή του κοινού και να το κάνω να νιώσει άνετα

B. Σημαίνει επαναλαμβάνω ερωτήσεις ώστε να καταλάβουν όλοι στο κοινό τι έχει ειπωθεί

Γ. Σημαίνει παρατηρώ καλά το κοινό μου για να καταλάβω πώς αντιδρά στην παρουσίασή μου

Δ. Σημαίνει ανεβάζω κάποιον στη σκηνή μαζί μου για να συμμετάσχει το κοινό ενεργά στην παρουσίασή μου

Ερ. 9. Ποια οπτικά στοιχεία πρέπει να περιέχει μια επιτυχημένη παρουσίαση;

A. Αστεία κινούμενα σχέδια και ιδιαίτερη γραμματοσειρά

B. Σαφή μορφή και σημαντικά γραφήματα

Γ. Αναλυτικά κείμενα και απλές εικόνες

Δ. Χιουμοριστικές αλλαγές διαφανειών και εικόνες

Ερ. 10. Πώς πρέπει να ξεκινήσετε το pitch για να τραβήξετε την προσοχή του κοινού;

A. Παρουσιάζοντας τα διαπιστευτήριά σας και το εκπαιδευτικό σας υπόβαθρο

B. Δημιουργώντας προσδοκίες σχετικά με τη μοναδικότητα της επιχείρησής σας

Γ. Δικαιολογώντας το γεγονός ότι έχετε άγχος από τον πολύ ενθουσιασμό

Δ. Λέγοντας μια προσωπική «πιασάρικη» ιστορία

Παραπομπές

Βιβλιογραφία

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.

Ιστογραφία

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/civcnation/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.

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-resources/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 Acutary. 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/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html>.

“What are the different types of decks or business presentations?”. Alberry. 2020.

<https://www.aleberry.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>.



Βιντεογραφία

Jeff Bax. *Best STARTUP PITCH ever*. Silicon Valley. 2016. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnI. Ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης: 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>. Ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης: 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. Ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης: 09/11/2022.

Superapple4e. *Steve Jobs Introducing The iPhone At MacWorld 2007*. 2011. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>. Ημερομηνία τελευταίας πρόσβασης: 09/11/2022.

