

Drugi projektni rezultat:

Alati za e-učenje o zelenom i društvenom poduzetništvu

Modul 7

Pitching: kako predstaviti ideje



Izradio

Partner br. 6, **Asociatia ARESEL**

Modul 7 - Pitching: kako prezentirati svoje ideje



Sufinancirano sredstvima
programa Europske unije
Erasmus+

Financirano sredstvima Europske unije. Izneseni stavovi i mišljenja su stavovi i mišljenja autora i ne moraju se podudarati sa stavovima i mišljenjima Europske unije ili Europske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Europska unija ni EACEA ne mogu se smatrati odgovornima za njih.

PROJEKTNI BROJ – 2021-1-EL02-KA220-YOU-000029015

Cilj modula:	<p>Ovaj modul ima za cilj pružiti polaznicima glavne informacije vezane uz tehnike predstavljanja koje se mogu koristiti u promicanju njihovih poslovnih ideja, u traženju investitora ili u uvjeravanju klijenata ili mogućih partnera da podrže poslovnu ideju novog poduzetnika.</p> <p>U oba slučaja 'učinkovito predstavljanje' ključna je poslovna vještina. Sposobnost privlačenja pozornosti publike i pružanje uvjerljivog poslovnog slučaja kojem će donositelji odluka reći "da" ključna je za osobni i organizacijski uspjeh. Ovaj modul razmatra ključne elemente dizajna predstavljanja i kako svoje argumente iznijeti jasno i koncizno.</p> <p>Nikada ne znamo kada ćemo imati priliku predstaviti investitora ili koliko ćemo vremena imati da ga/ju uvjerimo. Iz tog razloga, poduzetnici bi uvijek trebali imati pripremljeno nekoliko pitcheva različitog trajanja: kratki elevator pitch od 1-2 minute, 10-minutni pitch i 40-minutni pitch. Pružit ćemo neke informacije kako bismo naučili polaznike kako učinkovito predstaviti svoju poslovnu ideju, za svaku moguću situaciju, kroz metode predstavljanja. Zapravo, postoje tri glavne vrste terena za koje biste se trebali pripremiti; nagib elevatora, nagib kratke forme i nagib duge forme.</p> <p>Ovaj modul ima za cilj poboljšati vještine pitchinga učenika i pruža konstruktivne povratne informacije kako bi se osiguralo da se prezentacije izvode na najučinkovitiji mogući način. Na kraju se od sudionika traži da učinkovito pripreme pitch za promicanje svoje poslovne ideje vanjskim trećim stranama.</p>
Ciljevi učenja:	Ciljevi učenja ovog modula su: <ul style="list-style-type: none"> • Identificirajte i prilagodite tehnike pitchinga kako biste zadovoljili potrebe i zahtjeve klijenata. • Povećajte svijest o prednostima i slabostima pitching stila. • Uštedite vrijeme u planiranju i pružite jasan, fokusiran i učinkovit pitching. • Omogućiti učenicima da postanu svjesniji onoga što se događa kada jedan pitcha, mehaniku istog. • Prilagodite nastup tako da uzmete u obzir razinu odnosa s klijentom. • Artikulirajte poruku novog poduzetnika specifično prema potrebama klijenta/partnera/ulagača. • Razumjeti govor tijela sudionika i klijenata. • Učinkovito rješavajte prigovore klijenata, izbjegavajte slijepe ulice i vodite snažne razgovore.
Ishodi učenja:	Do kraja ovog modula, sudionik bi trebao moći: <ul style="list-style-type: none"> • <u>Učinkovito pratiti korak kako bi mogao preći na sljedeću fazu.</u> • Shvatite kako sebi dati zasluge • Steknite samopouzdanje prilikom izlaganja. • Ovladati retoričkim sredstvima (učiniti poruku nezaboravnom). • Poboljšajte predstavljanje – kako 'otvoriti' pitch. • Steknite uvid u učinkovite zaključke – kako 'zatvoriti' pitch.
Sadržaj:	Uvod TEMA 1 - Pitching na prvi pogled: opći pregled <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Razlikovati prezentacije prema namjeni; 1.2. Što je Elevator Pitch i kako je strukturiran; 1.3. Naučite različite stilove prezentacije koji odgovaraju vašem vlastitom i koji vas mogu nadahnuti; 1.4. Nekoliko koraka koje treba slijediti za učinkovitu prezentaciju; 1.5. Nacrt učinkovite prezentacije; 1.6. Slajd po slajd, kako strukturirati svaki pojedini korak u smislu grafike, sadržaja i izložbe. Pitanja za razmišljanje (3 pitanja) TEMA 2 - Priprema terena <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Sadržajni aspekti: na koje se pojmove usredotočiti; 2.2. Aspekti prezentacije: kako predstaviti te pojmove; 2.3. Preuzmite učinkovit predložak; 2.4. Istraživanje pozadine publike / ključnih pojedinaca; 2.5. Priprema za predviđene prigovore; 2.6. Razumijevanje zahtjeva publike i zrcaljenje; 2.7. Planirajte svoj govor u 3 varijante: verziju od pet sekundi, 30 sekundi i pet minuta.

Pitanja za razmišljanje (3 pitanja)

TEMA 3 - Tijekom Pitcha

- 2.1. Pregled kako započeti, voditi, voditi i održati kontrolu tijekom pitchinga
- 2.2. Koje pogreške treba izbjegavati kako ne bi izgubili pažnju investitora
- 2.3. Važnost govora tijela, tona glasa i neverbalnih znakova i kako komunicirati tijekom pitcha
- 2.4. Razumijevanje kulturoloških aspekata / različitih tonova za različita geografska područja
- 2.5. Svladavanje prigovora na Win-Win situaciju
- 2.6. Vježba rješavanja prigovora / igra uloga – vježba

Pitanja za razmišljanje (3 pitanja)

Studije slučaja - Elevator Pitch primjeri

- <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/>

Aktivnosti (3 aktivnosti)

- Pripremite se u svim detaljima i uvježbajte svoj govor snažnim razgovorima;
- Pokažite/raspravite svoj unaprijed pripremljeni video pitch u malim grupama;
- Igranje uloga – predstavljanje vaše prezentacije: tijekom ove sesije sudionici će ponoviti svoju prezentaciju uzimajući u obzir povratne informacije koje su dobili od prethodnih prezentacija kako bi osigurali dojmljiviju izvedbu
- Pridružite se startup zajednici posvećenoj pokretanju poslovnih ideja

Dodatno čitanje (popis dodatnog materijala)

- Mini vodič za bacanje <https://www.youtube.com/watch?v=aUOKNVb7mrE>
- Kako učinkovito predstaviti poslovnu ideju <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea>
- Kako dati elevator pitch (s primjerima) <https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples>
- Kako predstaviti ideju u 6 koraka <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch>
- Elevator pitch (video, 7 minuta) <https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eOAs%20>
- Kako napraviti pitch deck (video, 8 minuta) <https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVk>
- Start-Up elevator pitch: primjeri za poduzetnike <https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/>
- Slajdovi koje možete uključiti u svoju prezentaciju <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
- Kako se predstaviti investitorima u 10 minuta i dobiti sredstva <https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/>
- Predložite svoje ideje za Tech Start-Up <https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/>

Kviz (10 višestrukih izbora)

Reference

- <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> (na talijanskom)



Dodijeljeno vrijeme:	8 sati (jedan radni dan)
Hashtag modula	#pitching #prezentacija #vjerodostojnost #poduzetništvo #povjerenje #jeziktijela #analizatrzista #zadivljujuce #uspjeh #upravljanjevremenom

Uvod

Kako bi provjerili koji se relevantni materijali nude na nacionalnoj i/ili EU razini u vezi sa SOSUSK modulom br. 7, Udruga ARESEL započela je komparativno istraživanje po pitanju pitchinga, odabirući neke materijale za obuku koji već postoje na europskoj razini po ovom pitanju. Od početka srpnja 2022. istraživači ARESEL-a uključeni kao osoblje u projekt SOSUSK počeli su identificirati na europskoj razini neke programe obuke, tečajeve ili druge dostupne materijale (priručnike, web stranice itd.) koji bi mogli biti korisni kao reference za razvoj modul 7, s ciljem da ovaj modul pomogne i podrži NEETs da razviju poduzetničke i zelene vještine. Počeli smo tražiti i prikupljati primjere (pregled i usporedba), korisne i za oblikovanje sadržaja modula 7.

Za NEETovce zainteresirane za nove poduzetničke vještine, pitching bi mogao biti strateški za fazu promocije poslovne ideje i za trenutak kada novi poduzetnik traži partnere, dioničare ili investitore. Zato bi sposobnost sudionika da izvede učinkovit pitching, poboljšana kroz ovaj modul, mogla imati značajan utjecaj na njihov uspjeh. Bilo da pokušavate uvjeriti investitore da riskiraju s vama ili prodajete proizvod potencijalnom klijentu, morate biti izuzetni u predstavljanju i pitchingu. Zapravo, jedan od najvažnijih ciljeva vašeg predstavljanja je osigurati da vaše poslovanje bude lako razumljivo. Dvije stvari im stoje na putu – njihova jedinstvena perspektiva i sve ideje koje imaju u realizaciji poslovanja i razvoju za budućnost. Općenito, svijest o tehnikama predstavljanja pomoći će novim poduzetnicima, početnicima u predstavljanju VC financiranja, spremnosti za konferencije, predavačima bilo koje vrste te marketinškim i prodajnim timovima. Dobre vještine pitchinga ključne su za svakoga, osobito ako imate novo poduzeće ili organizaciju koja želi rasti i razvijati se.

Tema 1 - Pitching na prvi pogled: opći pregled

Ovo poglavlje objašnjava kako planirati, strukturirati i publici predstaviti pitch deck. Polaznici će naučiti kako odabrati stil prezentacije, na što se fokusirati tijekom govora i koje ključne elemente vizualna prezentacija mora sadržavati da bi privukla pozornost.

1.1 Razlikovanje prezentacija prema namjeni

Toni Gargan, u epizodi svog podcasta ("Prezentiranje, predstavljanje i javno govorenje"), objavljenoj 27. siječnja 2020. pod nazivom "Pitching Versus Presenting" usredotočila se na razliku između predstavljanja i pitchinga.

Prezentacija - Proces predstavljanja teme publici obično demonstracija, uvod, predavanje ili govor



Pitching je namijenjen informiranju, uvjeravanju, inspiriranju, motiviranju ili izgradnji dobre volje. Prezentacija se može koristiti za prikazivanje informacija i dijeljenje potrebnog sadržaja.

Pitching - Fokus u pitchingu je obično oko prodaje

To je vrsta razgovora koja pokušava nekoga uvjeriti planiranom prezentacijom. Osmišljen je kao uvod u proizvod ili uslugu ili proširuje opis proizvoda i osmišljen je za postizanje prodaje proizvoda ili usluge.

Glavna razlika je predstavljanje = informiranje i pitching = prodaja.

Kada održavate prezentaciju, dijelite činjenice i informacije dok prilikom pitchinga također dijelite informacije, ali postoji krajnji cilj – prodaja.

Počnite s ciljem na umu: koji je željeni ishod? Želite li da ljudi uživaju slušajući i učeći nešto? Želite li da ljudi trebaju ono o čemu ste govorili?

Kada radite poziv na akciju, on mora biti jasan, mora biti nešto što ljudi razumiju. Neka

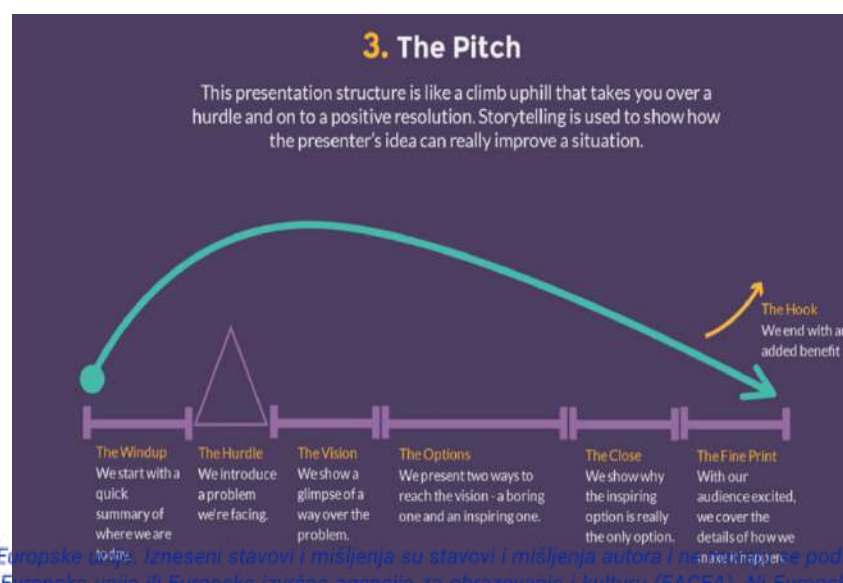
bude sažet kako bi ljudi znali jasno i na vrlo jednostavan način što trebaju učiniti da bi postigli željeni rezultat jer je tako vjerojatnije da će nešto poduzeti. Neka bude jednostavno, kratko i jasno.

U konačnici, kada pitchate vi stvarate potrebu ili želju.

Uvijek započnite tako da imate kraj pitchinga na umu, važno je elegantno spojiti svoju prezentaciju u pitch.

Vrste pitch decka

Ovisno o vrsti publike kojoj namjeravate predstaviti svoje ideje i viziju, može biti potrebna drugačija vrsta pitch decka. Investitori trebaju drugačije informacije od kupaca. Suosnivači trebaju više detalja od ostatka tima. Partneri trebaju drugačija uvjeravanja nego dionici. Kao takav, postoji nekoliko različitih načina strukturiranja pitch decka.



- Investicijski pitch deck
- Marketingški pitch deck
- Pitch deck za natjecanje (npr. kongresi)
- Opportunity i Vision pitch deck
- Timski pitch deck
- Traction pitch deck
- Bonus: Tweet i Elevator pitch (bez deck-a)
- Prijedlog vizije/vrijednosti
- Vrste pitch deckova (prema namjeni)
<https://www.aleberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations>
- Vrste pitch deckova (u smislu okruženja i tima) <https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>

1.2 Što je Elevator Pitch i kako je strukturiran

Dobar elevator pitch ne bi trebao trajati dulje od kratke vožnje u liftu od 20 do 30 sekundi, otuda i naziv. Trebao bi biti zanimljiv, nezaboravan i sažet. Također treba objasniti što vas – ili vašu organizaciju, proizvod ili ideju – čini jedinstvenim.

- Definirajte problem i povežite se s njim (publika razmišlja "zašto bi me bilo briga?")
- Opišite svoje rješenje
- Upoznajte svoje ciljno tržište
- Opišite konkurenciju (zašto je vaš proizvod jedinstven)
- Podijelite tko je u vašem timu.
- Uključite financijski sažetak
- Pokažite privlačnost pomoću prekretnica
- Izrada govora u dizalu <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>

1.3 Naučite različite stilove prezentacije koji odgovaraju vašem vlastitom i koji vas mogu nadahnuti

Kako biste odabrali svoje stilove, razmislite o temi svoje prezentacije; razmislite o svojoj publici i kako izvesti svoj poziv na akciju. Kombinirajte različite stilove za učinkovitiju prezentaciju.

Svrhe prezentacija:

- pružanje informacija
- podučavanje vještine
- izvješćivanje o napretku
- prodaje proizvoda ili usluge
- donošenje odluke
- rješavanje problema
- Kako odabrati svoj način prezentacije <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>
- Vrste stilova prezentacije, kako odabrati svoj <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>

1.4 Nekoliko koraka koje treba slijediti za učinkovitu prezentaciju

Savjeti za učinkovitu prezentaciju

- Upoznajte svoju publiku (istražite unaprijed)
- Napravite nacrt onoga što ćete predstaviti s 3 ili 4 glavne točke: snažno započnite s dobrom pričom, zatim ukratko sažmite ono o čemu ćete govoriti i zašto je to korisno ili relevantno za vašu publiku.
- Upoznajte se s mjestom i opremom prije predstavljanja: tretirajte pod kao pozornicu, opustite se.
- Koristite jednostavne rečenice: komunicirajte s publikom i ponovite glavnu poruku, uspostavite kontakt očima.
- Koristite primjere za ilustraciju svojih ideja (budite logični)
- Vježbajte svoju prezentaciju.

1.5 Nacrt učinkovite prezentacije

- Zanimljivi ledolomci: počnite zanimljivo i probijte led sa svojom publikom kroz kratku aktivnost
- Vizualno pripovijedanje
- Slike koje privlače pažnju
- Vizualizacije podataka
- Animacije
- Jednostavnost
- Glazbeni spotovi
- Smjernice i savjeti <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>
- Primjeri <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>

1.6 Slajd po slajd, kako strukturirati svaki pojedini korak u smislu grafike, sadržaja i izložbe

- Kako strukturirati svoju prezentaciju:
<https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation#:~:text=Just%20like%20other%20forms%20of,the%20significance%20of%20tvoj%20razgovor>
- Primjeri za dopadljiv grafički prikaz <https://visme.co/blog/presentation-structure/>
- Kada koristiti grafiku (primjeri) <https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>
- Upravljanje vremenom <https://www.activepresence.com/blog/presentations-and-time-management>

Pitanja za razmišljanje

- Koji su osnovni elementi Elevator Pitch-a?
- Koji grafički/vizualni elementi čine prezentaciju uspješnom?
- Kako biste trebali zaključiti svoj govor da biste ostali zapamćeni?
- Koje korake trebate slijediti da biste pripremili učinkovito bacanje?

Tema 2 - Priprema terena

Ovo poglavlje analizira svaki element prezentacije: na koje se koncepte usredotočiti i kako ih naglasiti; što trebate znati o svojoj publici, kako se ponašati da biste privukli i zadržali njihovu pozornost te kako se pripremiti i nositi s mogućim prigovorima. Na kraju, sudionici će naučiti kako strukturirati bilo koji pitch prema raspoloživom vremenu.

2.1 Sadržajni aspekti: na koje se pojmove usredotočiti

Kako biste fokusirali svoju prezentaciju, morate se držati jasnog i jedinstvenog cilja. Cijela poanta govora je promijeniti mišljenje ili ponašanje ljudi. To bi moglo značiti da želite da:

- odobriti vašu ideju
- zaposliti svoju tvrtku
- kupiti vaš proizvod ili uslugu
- pozvati vas da opširnije predstavite ideju
- biti produktivniji ili više surađivati
- vjerujem da ćete obaviti posao



- uvjeriti se da možete odraditi posao

Istražite samo nekoliko točaka dublje nego da ukratko obradite hrpu njih.

- Naglasak na tome zašto želimo ostvariti svoju ideju
https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en
- Usredotočite se na zašto i kako <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>
- Osnovni elementi pitch deka
 - <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>
 - <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>

2.2 Aspekti prezentacije: kako predstaviti ove koncepte

- Održavajte kontakt očima s publikom
- Koristite geste da naglasite točke
- Krećite se pozornicom
- Povežite izraze lica s onim što govorite
- Smanjite nervozne navike
- Polako i ravnomjerno dišite
- Koristite svoj glas prikladno
- Samopouzdanje tijekom predstavljanja <https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>

2.3 Preuzmite učinkovit predložak

- Razne namjene
 - <https://slidesgo.com/pitch-deck>
 - <https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>
- Pokretanje u ranoj fazi: <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/>
 - Predložak: https://docs.google.com/presentation/d/1-YwsaklOL8LirCqPjG-r_Y6w7Do2TluUgIMqe8P0Kbk/edit#slide=id.ge4f57e8149_2_18

2.4 Istraživanje publike: ključne individualne pozadine

Istraživanje publike osmišljeno je kako bi se utvrdila veličina, sastav i karakteristike skupine pojedinaca koji su ili bi mogli biti potencijalni kupci. Važno je napomenuti da se ovo istraživanje odnosi na ljude i pojedince koji čine vašu ciljanu publiku.

Omogućuje vam da u svom razmišljanju budete usmjereni na kupca, a ne na proizvod.

Općenito, trebala bi postojati tri ključna elementa koja definiraju ciljanu publiku: zemljopisne informacije (ciljana regija); demografske informacije (mjerljive karakteristike koje definiraju vašeg idealnog kupca); psihografske informacije.

Odredite svoju ciljnu publiku:

- analizirati bazu klijenata i obaviti razgovore s klijentima
- provesti istraživanje tržišta i identificirati trendove u industriji
- analizirati konkurente
- definirajte tko nije vaša ciljana publika
- kontinuirano revidirati
- Upoznajte svoju publiku unaprijed
<https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- Što treba znati prije ulaska na tržište <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>
- Pronađite svoj tržišni segment <https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>
- Razumijevanje vašeg tržišta
<https://www.lloydsbank.com/business/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html>
- Upoznajte svoju publiku za javni govor <https://www.asme.org/topics-resources/content/public-speaking-know-your-audience>
- Strategija sadržaja prema vašoj publici <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>

2.5 Priprema za očekivane prigovore

Metoda u četiri koraka za rješavanje prigovora je: saslušajte, potvrdite, ponovite i odgovorite. Postoji sedam specifičnih metoda rješavanja prigovora u različitim prodajnim situacijama: zamjena, bumerang, pitanje, superiorna točka, poricanje, demonstracija i treća strana.

- Budite aktivan slušatelj
- Odrazite prigovor potencijalnog klijenta



- Prepoznajte pravi prigovor
- Upotrijebite empatiju da potvrdite brige potencijalnog klijenta
- Preoblikujte prigovore na cijenu
- Koristite dokaze kako biste ublažili zabrinutost potencijalnog klijenta
- Nastavite s otvorenim pitanjima
- Kako otkloniti prigovore prije nego što ih netko iznese
<https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>
- Uobičajeni prigovori na prodaju <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>

2.6 Razumijevanje zahtjeva publike i zrcaljenje

Razumijevanje vaše publike pruža uvid u nezadovoljene potrebe, kao i temeljito poznavanje okruženja u kojem se proizvod prodaje. To omogućuje tvrtki da bolje razvije svoju ponudu proizvoda/usluga i prodajnu strategiju kako bi zadovoljila zahtjeve svoje publike.

Analiza publike uključuje prepoznavanje publike i prilagodbu govora njihovim interesima, razini razumijevanja, stavovima i uvjerenjima. Pristup usmjeren na publiku je važan jer će se učinkovitost govornika poboljšati ako je prezentacija kreirana i izvedena na odgovarajući način.

Preslikavajući verbalne i neverbalne aspekte komunikacije, idealan prodavač uspostavlja odnos povjerenja s kupcem. Kao rezultat toga, povećavaju šanse za uspješnu transakciju i zadovoljstvo kupaca.

- Počnite s aktivnim slušanjem
- Zrcali energiju, nemoj zrcaliti emocije
- Pokušajte promijeniti negativno iskustvo
- Obratite pozornost na to kako zrcaljenje utječe na vas
- Predviđanje potreba vaše ciljane publike:
<https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>
- Što je zrcaljenje i kako ga primijeniti u praksi:
<https://www.itportal.com/features/the-concept-of-mirroring-in-marketing-what-it-is-and-how-to-put-it-u-praksi/>
- Savjeti za zrcaljenje govora tijela <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>

2.7 Planirajte svoje predstavljanje u 3 varijante: jednogminutna, 5/10-minutna i 45-minutna verzija

- **Jednogminutna prezentacija** - navedite naziv svoje tvrtke, oznaku, kome služite i ključne prednosti za ciljanog kupca.
- Trominutni pitch = elevator pitch – dovoljno vremena da razvijete narativ o tome što vaša tvrtka radi, za koga radite stvari koje radite i zašto. Vježbajte tako da imate međuspremnik od 30 sekundi.
- **Pitch od 5-10 minuta** - najčešći format natjecanja za pitch ili poslovni plan. U stvarnom životu, ovo je pitch za pitch: ako ovaj pitch date potencijalnom investitoru i potaknete njihov interes, možete zaraditi 45 minuta s tim istim potencijalnim investitorom.
- **45-minutni pitch** - detaljan pitch koji ćete morati zaraditi vrhunskim izvođenjem svog 10-minutnog pitcha. Obično podijeljeno na 20-30 minuta prezentacije (manje je više) plus rasprava.
- Upravljanje različitim trajanjima: <https://www.acethepresentation.com/manage-time-during-a-presentation/>
- Uobičajena trajanja pitch-a: <https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup->
- Neuroznanost održavanja pažnje <https://www.inc.com/carmin-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>

Pitanja za razmišljanje

- Koje ključne informacije o tržištu i publici kojoj predstavljate svoj proizvod trebate istražiti?
- Uzimajući u obzir različite dužine dostupne za vaš govor, koje dodatne informacije treba dodati s vremena na vrijeme kako biste uvijek proizveli učinkovitu prezentaciju?
- Kako biste trebali predstaviti najrelevantnije karakteristike svoje poslovne ideje?
- Tijekom svog govora, što biste trebali promatrati kako biste razumjeli reakciju svoje publike, kako biste prilagodili svoju prezentaciju?

Tema 3 - Tijekom Pitch-a



Ovo se poglavlje usredotočuje na učinkovito ponašanje koje trebate održavati tijekom prezentacije. Počevši od stjecanja i zadržavanja kontrole nad publikom, sudionici će naučiti kako angažirati potencijalne investitore i što izbjegavati tijekom pitch-a; kako pokazati samopouzdanje i vjerodostojnost govorom tijela; važnost prilagodbe kulturi publike i rasta na tom tržištu; kako se nositi s prigovorima i kako ih transformirati u potencijalnu situaciju u kojoj svi pobjeđuju.

3.1 Pregled kako započeti, voditi, i održati kontrolu tijekom bacanja

S robusnim sustavom upravljanja publikom možete točnije izvijestiti o korisničkom iskustvu od anketa kupaca. Čak i male pojedinosti o vašim kupcima mogu se zabilježiti i koristiti dok ih ciljate.

Recite publici unaprijed kada ćete postavljati pitanja ili eventualno predvidite pitanja unaprijed. Uspostavite kontakt očima s ispitivačem i uvijek napravite kratku pauzu prije nego počnete s odgovorom; budite sigurni da razumijete pitanje koje postavljaju ili ističu.

Kako biste zadržali smirenost tijekom pitch-a, koristite bilješke, dišite i govorite polako, slijedeći strukturu koju ste unaprijed pripremili.

- Zaštitite svoju ideju prije predstavljanja <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch>
- Upravljanje prezentacijskom tremom <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>
- Održavanje kontrole tijekom prezentacije <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>

3.2 Koje pogreške treba izbjegavati kako ne biste izgubili pozornost investitora



Uključite publiku: zainteresirajte ih, dajte im razlog da slušaju. Ispričajte priču, podijelite osobno iskustvo; Povežite se s nedavnim događajem ili se osvrnite na opasku ili temu prethodnog govornika. Istaknite nešto važno o publici ili trenutnom okruženju.

Sa stvarnim pričama i anegdotama, manje gustim i lakšim za razumijevanje, moći ćete zaokupiti znatiželju svojih slušatelja. Također, možete uključiti mnogo resursa u svoj govor kako biste ga učinili dinamičnijim: videozapisi, na primjer, koriste snagu slike i zvuka kako bi privukli sve poglede na vašu projekciju.

- Privucite pažnju publike <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>
- Kako naživcirati publiku
 - <https://virtuallanguage.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>
 - <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>
- Ljutnja ulagača <https://www.forbes.com/sites/civcnation/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=54e434f>

3.3 Važnost govora tijela, tona glasa i neverbalnih znakova i kako komunicirati tijekom Pitch-a

Koristimo neverbalne znakove da razgovaramo s drugima putem naših izraza lica, pokreta tijela, držanja, kontakta očima, gestikulacija rukama, tona i glasnoće glasa te mikroizražaja koji imaju značenje za nas kao i za našu publiku.

Ako pokušavate uvjeriti publiku da podrži vaše ideje, vaš govor tijela mora vas podržati. Sumnjičave geste poput pomicanja pogleda, vrppljenja ili smiješka pobudit će sumnju. Raširene ruke, male geste i izrazi lica koji pokazuju pozitivne emocije zaokupit će vašu publiku i učiniti vas vjerodostojnim.

Nemojte se pogrbiti – u gotovo svim situacijama prezentacije, vaše bi držanje trebalo biti uspravno i otvoreno. Tako ćete izgledati i osjećati se samopouzdanije, a vašu će publiku privući umjesto da je odgurnete.

Dobra uvjerljiva prezentacija koristi mješavinu činjenica, logike i empatije kako bi pomogla publici da vidi problem iz perspektive koju su prethodno zanemarili ili nisu razmatrali.

- Savjeti za govor tijela i neverbalnu komunikaciju tijekom predstavljanja <https://www.pqi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>
- Vodič za javni nastup <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/>

3.4 Razumijevanje kulturnih aspekata: različiti tereni za različita geografska područja

Rasno i etničko podrijetlo, kao i sav kulturni kontekst, može oblikovati očekivanja publike u vezi s govornikovom izvedbom, uključujući govor tijela; interaktivnost; metafore; figure; i vokalni ton, visinu i brzinu.

Vjerojatnost je da će svaka publika iz stvarnog svijeta na koju naiđete imati temeljnu multikulturalnu dimenziju. Kao govornik morate shvatiti da perspektivu koju imate o bilo kojoj temi ne moraju nužno dijeliti svi članovi vaše publike.

Kultura je jedina stvar koja marketinškim stručnjacima omogućuje veći angažman, relevantnost i razvoj poslovanja. Neuspjeh u priznavanju važnosti kulture za izgradnju brenda i poslovanja isto je što i odluka da se slažete s time da ste u nepovoljnijem položaju od konkurencije.

- Kulturne razlike u multikulturalnoj publici <https://courses.lumenlearning.com/wm-publicspeaking/chapter/cultural-difference-and-multicultural-audiences/>
- Profiliranje vaše publike <https://glocalities.com/whatwedo/whatweoffer>
- Važnost diversificiranog marketinga sadržaja <https://mastertcloc.unistra.fr/2018/11/26/how-cultural-differences-affect-your-content-marketing-strategy/>
- Kulturna osjetljivost vašeg brenda <https://toppandigital.com/translation-blog/cultural-sensitivity-market-brand-culture>

3.5 Svladavanje prigovora na Win-Win situaciju

Rješavanje prigovora je čin taktičnog odgovora na zabrinutost potencijalnog klijenta pokazivanjem empatije i jasnim opovrgavanjem koje nadilazi njihovo oklijevanje i nastavlja pomicati dogovor naprijed.

Pažljivo saslušajte prigovor i potvrdite svoje razumijevanje postavljanjem kvalificirajućeg pitanja. Odgovorite na prigovore odgovarajućim rješenjem i potvrdite da ono pokriva njihov prigovor.

Situacija u kojoj svi pobjeđuju rezultat je pristupa pregovaranju na temelju uzajamne dobiti u kojem strane rade zajedno kako bi zadovoljile interese i maksimizirale stvaranje vrijednosti. U pregovorima u kojima svi pobjeđuju, kada su obje strane zadovoljne svojim dogovorom, izgledi za dugotrajni uspjeh mnogo su veći.

Da bismo vam pomogli da dođete do rješenja koje će obostrano pobijediti:

- Zapamtite ciljeve publike
- Procijenite svoja očekivanja
- Stvorite obostrano korisne prilike
- Ostanite objektivni
- Budite iskreni o svim potencijalnim problemima.
- Vodič za rješavanje prigovora <https://www.socoselling.com/how-to-overcome-objections/>
- Klijenti koji pretvaraju <https://www.teamleader.eu/blog/converting-clients-101-negotiation-objection-handling>
- Prigovor protiv pregovora <https://www.salehacker.com/10-tips-negotiation-objection/>

3.6 Vježba rješavanja prigovora/igra uloga - vježbajte

- Učinkovita praksa rješavanja prigovora <https://about.gitlab.com/handbook/customer-success/solutions-architects/sa-practices/effective-objection-handling-practice/>
- Trening prodaje <https://www.5percentinstitute.com/fun-sales-training-games-5-x-activities-worth-doing/>

Pitanja za razmišljanje

- Koje pogreške biste trebali izbjegavati tijekom prezentacije kako biste zadržali pozornost publike?
- Koji jezik i govor tijela trebate usvojiti tijekom Pitch-a?



- Zašto je važno učiti o kulturi svojih potencijalnih klijenata?
- Koje su najkorisnije vještine za vježbanje tijekom govora?

Studije slučaja

Upute: navedite 2 studije slučaja/dobra primjera na temelju modula i ukratko objasnite zašto su ta znanja/vještine važne i korisne za NEET i mlade ljude.

Naslov studije slučaja 1: Twoodo pitch prezentacija Davida Arnouxa

Opis studije slučaja: https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl



Voditelj počinje objašnjavati cilj: dovesti kaos u red, reorganizirati se. Započinje pričom o poljoprivrednim alatima koji su stoljećima ostali isti dok se svi nisu integrirali u jedan stroj. Tijekom govora govori šale i sklon je preuveličati problem koji žele riješiti, kako bi još bolje prezentirao svoj proizvod: „mi nismo računala, treba nam nešto da nam pomogne“; kaže da aplikacija može osnažiti ljude i timove.

Inovacija je naredbeni okvir: jedna rečenica u aktivnom razgovoru može istovremeno aktivirati više aplikacija, bez potrebe za njihovim otvaranjem ili prebacivanjem između stranica. Aplikacija je također dostupna na više uređaja, „samo trebate tipkati i prijeći prstom“; također rade na algoritmu koji će prepoznavati različite jezike, kako bi Twoodo bio još lakši za korištenje.

Nakon opisa proizvoda, nastavlja spominjati CEO-a poznate tvrtke, govoreći publici da ga koristi i voli; nakon preciznog opisa podataka o potencijalnim korisnicima, tržištu i konkurentima, čak kaže da je njihov glavni konkurent pohvalio njihov proizvod zbog njegovih funkcionalnosti.

Završni dio govora gradi predviđajući pitanja, kako bi istaknuo važne činjenice koje se ne bi uklopile u opis proizvoda. Predstavlja svoj tim i njihove dosadašnje poslove: ne samo da su pouzdani jer poznaju sektor u kojem žele sudjelovati, oni su i prijatelji već 8 godina, oni su samo normalni ljudi koji žele olakšati sebi i drugima život. Nakon definiranja točne svote novca koja im je potrebna za pokretanje aplikacije, rezimira cijelu prezentaciju i potiče publiku da se pridruži njihovoj akciji.

Ključni zaključci: zadržati pozornost publike, istaknuti najbolje karakteristike vašeg proizvoda i kako oni rješavaju problem, predstaviti precizne podatke o tržištu i konkurentima, držati govor kratkim i učinkovitim.

Naslov studije slučaja 2: iPhone Pitch prezentacija Stevea Jobsa

Opis studije slučaja: <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4>

S vremena na vrijeme pojavi se neki revolucionarni proizvod. Jobs počinje rezimirati koji su revolucionarni proizvod donijeli na tržište.

Zatim predstavlja ključne karakteristike njihovog sljedećeg proizvoda: iPod širokog zaslona s kontrolama na dodir, revolucionarni mobilni telefon i revolucionarni internetski komunikator; ponavlja ih mnogo puta, s pauzama i zaokupljanjem publike, kako bi naglasio važnost trenutaka. Svi će biti u istom uređaju, iPhoneu. Pozornost publike održava se zahvaljujući brojnim šalama, te trenutnim i smiješnim vizualima.

Prije nego što opiše proizvod, govori o njihovim konkurentima i problemima njihovog proizvoda: s lako razumljivim vizualima objašnjava zašto su na vrhu svoje kategorije.

Problem drugih telefona je što imaju plastične, široke i fiksne kontrole koje se ne mogu prilagoditi svim sučeljima: što se događa ako nakon 6 mjeseci imate nevjerojatnu ideju? Morate li promijeniti cijeli proizvod da biste to realizirali? Apple je već riješio problem sa širokim zaslonom računala i alatom za pokazivanje, mišem, tako da će napraviti telefon s velikim ekranom i najpreciznijim alatom za pokazivanje, našim prstima. Šali se: svatko je rođen s patentom da ga koristi.

Nastavlja s opisom telefona, njegovog sučelja i međusobnog djelovanja hardvera i softvera koji su izumili.

Odjeven je jednostavno, s prozirnim naočalama da gleda u publiku i olovkom da izgleda profesionalno. Stalno se pametno šali, govor dijeli na kratke dijelove: izlaganje glavne teme, opis, ponavljanje glavne poruke koju želi da razumijemo. Podržavaju ga smiješne i jasne slike.



Ključni zaključci: zadržavanje pažnje publike, isticanje najboljih karakteristika vašeg proizvoda i načina na koji oni rješavaju probleme, kako se suočiti s konkurencijom, učinkoviti vizualni elementi.

Aktivnosti

(Dodajte novu tablicu za svaku aktivnost, ukupno 3 i imajte na umu da bismo trebali ugraditi PR1 alate, barem jednu od 3 aktivnosti. Provjerite prijedloge na zadnjoj stranici [ovdje](#))



Naziv aktivnosti: PRODAJTE MI PROIZVOD KOJI VAM SE NE SVIĐA	
Format: (licem u lice, online, hibrid)	Licem u lice, online, hibridno
Ciljevi učenja	Istaknite najvažnije karakteristike proizvoda, prepoznajte njegove objektivne prednosti, kontrolirajte svoj govor tijela i stav u svakoj prilici
Potreban materijal/oprema	Tehnička oprema za prikazivanje prezentacije (nije potrebna)
Opis aktivnosti	Svaki student mora pripremiti prezentaciju koja će ga uvjeriti da investira/kupi proizvod koji mu se ne sviđa. Na taj će način student morati istražiti proizvod, istražiti njegovo tržište i kupca; također, učenik će morati kontrolirati svoj govor tijela, koji ne smije otkriti da im se proizvod ne sviđa. Ova će aktivnost pripremiti učenike za sve buduće zahtjeve kojima bi mogli udovoljiti: moraju biti profesionalni i proizvesti uvjerljivu prezentaciju čak i ako njihov stav prema proizvodu ne bi bio prirodno pozitivan.
Pitanja za debriefing	Kakvo rješenje nudi ovaj proizvod za koji problem? Koji su to potencijalni kupci? Koje bi karakteristike mogle uvjeriti ljude da ulažu u njega? Koji govor tijela trebam koristiti tijekom govora kako bih pokazao povjerenje u ono što prodajem?
Dodijeljeno vrijeme	Neodređeno trajanje govora
Kako se ova aktivnost može prilagoditi u drugom formatu?	Ako je primjenjivo
Bilješke za trenera/facilitatora	Dodijelite proizvodu čije karakteristike/kreator/tržište nisu u suprotnosti s osobnim etičkim uvjerenjima učenika.

Naziv aktivnosti: SAVLADAVANJE PRIMJEDBAMA	
Format: (licem u lice, online, hibrid)	Licem u lice, online, hibridno
Ciljevi učenja	Na svaku primjedbu na vaš govor reagirajte profesionalno, budite samouvjereni i predstavite svoj proizvod kao najučinkovitije rješenje problema zahvaljujući svojim karakteristikama.
Potreban materijal/oprema	Tehnička oprema za prikazivanje prezentacije (nije potrebna)
Opis aktivnosti	Tri učenika će biti prigovarači u simulaciji. Morat će prekinuti govor kako bi pitali nešto o karakteristikama koje prezenter ističe: potonji mora zadržati kontrolu nad situacijom i odgovoriti profesionalno i samouvjereni o svom proizvodu.
Pitanja za debriefing	Kakvo rješenje nudi ovaj proizvod za koji problem? Koji govor tijela trebam koristiti tijekom govora kako bih pokazao povjerenje u ono što prodajem? Koja su vjerojatnija pitanja koja bi se mogla postaviti u vezi s mojim proizvodom?
Dodijeljeno vrijeme	Neodređeno trajanje govora
Kako se ova aktivnost može prilagoditi u drugom formatu?	Ako je primjenjivo
Bilješke za trenera/facilitatora	Ako je voditelj posebno osjetljiv i pokazuje pretjeranu nelagodu, nemojte inzistirati na aktivnosti i promijenite uključene osobe.

Naziv aktivnosti: NEMA VREMENA ZA MUCANJE


Format: (licem u lice, online, hibrid)	Licem u lice, online, hibridno
Ciljevi učenja	Predstavite proizvod uz govore različitog trajanja, budite uvjerljivi i razmislite o najneobičnijim karakteristikama koje vaš proizvod i vašu prezentaciju čine jedinstvenima.
Potreban materijal/oprema	Tehnička oprema za prikazivanje prezentacije (nije potrebna)
Opis aktivnosti	Tri učenika dobivaju isti proizvod za predstavljanje. Cilj je pripremiti govore koji će se što više razlikovati od vaših natjecatelja, kako bi pridobili pozornost publike. Morat će zamisliti kako bi potencijalni konkurenti prodavali isti proizvod i koje karakteristike bi potencijalni kupci radije upoznali.
Pitanja za debriefing	Kakvo rješenje nudi ovaj proizvod za koji problem? Koji su to potencijalni kupci? Koje bi karakteristike mogle uvjeriti ljude da ulažu u njega? Koji govor tijela trebam koristiti tijekom govora kako bih pokazao povjerenje u ono što prodajem? Kako bih ja kao prodavač mogao biti drugačiji od svojih konkurenata?
Dodijeljeno vrijeme	Izlaganja od jedne minute, 5 i 15 minuta
Kako se ova aktivnost može prilagoditi u drugom formatu?	Ako je primjenjivo
Bilješke za trenera/facilitatora	Odaberite tri učenika koji imaju isti stil prezentacije, ne stavljajte sramežljivog učenika protiv vidljivo samopouzdanog učenika kako bi izazov bio pošten.

Daljnje čitanje

IZVORI 1	
Link: https://concept.uwaterloo.ca/40727/	
Naslov izvora	“Pitch Perfect: Mini Vodič za Pitching”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 2	
Link: https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea	
Naslov izvora	“KAKO UČINKOVITO PREDSTAVITI POSLOVNU IDEJU”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 3	
Link: https://www.indeed.com/career-advice/interviewing/how-to-give-an-elevator-pitch-examples	
Naslov izvora	“Kako dati elevator Pitch (s primjerima)”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 4	
Link: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/idea-pitch	
Naslov izvora	“Kako predstaviti ideju u 6 koraka”
Vrsta izvora	Web članak



IZVORI 5	
Link: https://www.coursera.org/lecture/wharton-entrepreneurship-opportunity/4-1-the-elevator-pitch-eQAis%20	
Naslov izvora	“The Elevator Pitch”
Vrsta izvora	Video, 7 minuta
IZVORI 6	
Link: https://www.youtube.com/watch?v=WHDqvBugpVk	
Naslov izvora	“Kako napraviti Pitch Deck (+ Pitch Deck predložak koji su izradili investicijski stručnjaci)”
Vrsta izvora	Video, 8 minuta
IZVORI 7	
Link: https://york.ie/blog/startup-elevator-pitch-examples-for-entrepreneurs/	
Naslov izvora	“Primjeri predavljanja startup lifta za poduzetnike (+predložak)”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 8	
Veza: https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/	
Naslov izvora	“11 slajdova koje morate imati u svom Pitch Decku za 2022.”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 9	
Veza: https://articles.bplans.com/how-to-pitch-to-investors-in-10-minutes-and-get-funded/	
Naslov izvora	“Kako uspješno predstaviti svoju poslovnu ideju investitorima”
Vrsta izvora	Web članak
IZVORI 10	
Link: https://www.neoito.com/blog/pitch-your-tech-startup-ideas/	
Naslov izvora	“17 profesionalnih savjeta za učinkovito predavljanje ideja za pokretanje tehnologije”
Vrsta izvora	Web članak

Reference

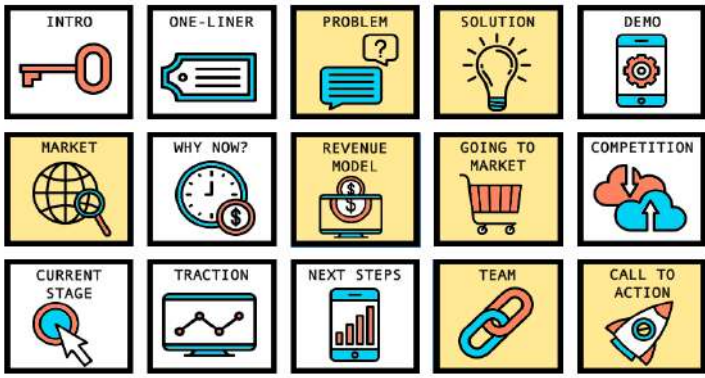
IZVORI 1	
Veze: https://orenklaff.com/books/ ili https://www.audible.com/pd/Pitch-Anything-Audiobook/1639294759	
Naslov izvora	“Predloži bilo što: inovativna metoda za predavljanje, uvjeravanje i dobivanje posla”



Vrsta izvora	Knjiga treninga
Nacionalna/europska razina	Međunarodni
Kratak opis sadržaja (posebna pozornost na obrađene teme i praktične aktivnosti)	Kada je riječ o pružanju prezentacije, Oren Klaff ima neusporedive vjerodajnice i on opisuje svoju formulu koja vam pomaže da pružite pobjedničku prezentaciju u bilo kojoj poslovnoj situaciji. Bilo da prodajete ideje investitorima, predstavljate klijenta za novi posao ili čak pregovarate za višu plaću, "Pitch Anything" će promijeniti način na koji pozicionirate svoje ideje. Prema Klaffu, stvaranje i predavljanje sjajne reklame nije umjetnost - to je jednostavna znanost. Primjenjujući najnovija otkrića u području neuro ekonomije, dok dijeli poučne priče o svojoj metodi na djelu, Klaff opisuje kako mozak donosi odluke i reagira na prijedloge. Uz ove informacije, imat ćete potpunu kontrolu nad svakom fazom procesa predavljanja. Primijenite taktike i strategije navedene u "Pitch Anything" kako biste angažirali i uvjerali svoju publiku - i imat ćete više sredstava i podrške nego što ste ikada mislili da je moguće.
Kako se to odnosi na ovaj modul SOSUSK PR2?	Ova je knjiga praktična, brza i nudi novu metodu koja će razlikovati prezentacije novih poduzetnika od ostalih. Ova knjiga može biti vrlo korisna za NEET-ove zainteresirane za zeleno ili društveno poduzetništvo da postanu svjesni i nauče kako predstaviti proizvod, prikupiti novac ili sklopiti posao. Svi principi opisani su u knjizi kako bi se objasnilo kako ostvariti bolje prezentacije i poslovne interakcije.
Bilješke	"Pitch Anything" predavlja ekskluzivnu STRONG metodu prezentiranja, koju možete odmah primijeniti: Postavljanje okvira; Pripovijedanje priče; Otkrivanje zagonetnosti; Ponuda nagrade; Učvršćivanje kritične točke; Donošenje odluke. Klaff je najbolji u poslu jer je njegova metoda znatno bolja od metoda bilo koga drugog.

IZVORI 2	
Link: https://stripe.com/atlas/guides/pitching	
Naslov izvora	"Predavljanje vašeg pokretanja u ranoj fazi"
Vrsta izvora	Kratki online vodič
Nacionalna/europska razina	Međunarodni
Kratak opis sadržaja (posebna pozornost na obrađene teme i praktične aktivnosti)	<ul style="list-style-type: none"> • Upoznajte svoju publiku za predavljanje na pravilan način • Prodajte sebe i svoj tim • Komunicirajte konkretne detalje • Ciljajte na privlačno tržište • Podijelite jedinstveni uvid • Usredotočite se na novonastalu veličinu • Istaknite dokaze uspjeha • Pošaljite uvjerljiv prototip • Zabavite se, ali dobro kalibrirajte • Dobijte uvod ako bi bilo sjajno • Nastavite bez obzira
Kako se to odnosi na ovaj modul SOSUSK PR2?	Mnogi ishodi važni za startupove ostvaruju se putem predavljanja: sposobnost da brzo nekome ispričate o svojoj tvrtki i učinite ih dovoljno zaintrigiranima da poželes naučiti više. NEET-ovi s poduzetničkim stavom mogu svoju buduću tvrtku predstaviti svima - potencijalnim zaposlenicima, investitorima i potencijalnim klijentima. Ove informacije bi mogle biti vrlo korisne novim poduzetnicima nakon što se njihov startup stvori i budu u potrazi za novim partnerima, poslovnim investitorima ili suradnicima za svoj zeleni ili društveni poslovni model.
Bilješke	Ovi podaci nisu u prodaji, ali su besplatni na internetu.

IZVORI 3	
Veza: https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252	
Naslov izvora	"Najbolji vodič za bacanje"
Vrsta izvora	Kratki online vodič

Nacionalna/europska razina	Međunarodni
Kratak opis sadržaja (posebna pozornost na obrađene teme i praktične aktivnosti)	<p>Ovaj članak sažima smjernice koje će korisnika provesti kroz sve elemente koje prezentacija može uključivati, a prema iskustvu autora, ističu se svi ključni elementi izvrsne prezentacije.</p> 
Kako se to odnosi na ovaj modul SOSUSK PR2?	<p>Kada pokrećete novi posao, javne prezentacije mogle bi biti vrlo prisutne na vašem dnevnom redu. I da budem iskren, svaki novi poduzetnik treba dobro otvoriti oči kako bi svoju ideju predstavio što većem broju ljudi kako bi dobio vrijednu povratnu informaciju i dalje razvijao pojedinačnu ideju i posao. Zato bi NEET-ovima zainteresiranima za zeleno i društveno poduzetništvo ove kratke i praktične informacije, sve temeljene na poslovnom iskustvu, mogle biti korisne za budućnost.</p>
Bilješke	<p>Članak se temelji na iskustvu Sinem Gunel, koja je – radi lakšeg razumijevanja argumentacije – u vodiču upotrijebila jedan od svojih projekata (MyFutureAcademy, osnovan 2018.), kao primjer za osnaživanje mladih da žive u skladu sa svojim puni potencijal.</p>

IZVORI 4	
Link: https://fi.co/pitch_deck	
Naslov izvora	“Od predložaka za predstavljanje do izvrsnih prezentacija (vježbi)”
Vrsta izvora	Online alat za vježbe
Nacionalna/europska razina	Međunarodni
Kratak opis sadržaja (posebna pozornost na obrađene teme i praktične aktivnosti)	<p>Kako biste jasno komunicirali zašto bi određena publika trebala mariti za vaš posao, jedan od najmoćnijih alata za postizanje tog cilja je prezentacijski paket (pitch deck). Osnivači u ranim fazama razvoja mogu koristiti predloške (temeljene na dostupnom vremenu za prezentaciju) kako bi stvorili vizualne prezentacije koje pružaju kratak pregled vrijednosti poslovanja, tržišnih prilika i metrika. Sadržajni okvir sažima sljedeće teme, objašnjavajući teoriju i praktični predložak koji se treba koristiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elevator Pitch predložak • Jednominutni predložak • Jednostavan predložak Pitch Deck-a (za uređivanje i korištenje, kliknite "Datoteka", a zatim "Napravi kopiju") • Long predložak • Angel/VC predložak
Kako se to odnosi na ovaj modul SOSUSK PR2?	<p>Ovi predlošci mogu biti korisni kao vježbe za NEET-ove zainteresirane za pokretanje novih poslovnih ideja kao poduzetnici za suočavanje s budućim situacijama predstavljanja pred potencijalnim partnerima ili investitorima. Oni objašnjavaju kako predstaviti svoj startup, počevši od ispunjavanja nekih vrlo jednostavnih predložaka.</p>

IZVORI 5	
Link: https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch	
Naslov izvora	Kako stvoriti savršenu promociju dizala

Vrsta izvora	Video upute
Nacionalna/europska razina	Međunarodni
Kratak opis sadržaja (posebna pozornost na obrađene teme i praktične aktivnosti)	<p>Video tutorial profesionalnog Indeed trenera o koracima za izradu savršenog "elevators pitch-a" (kratke prezentacije za dizalo):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Što je savršen "elevators pitch"? • Što uključiti u savršen "elevators pitch"? • Kako stvoriti savršen "elevators pitch"? • Savjeti za pisanje "elevators pitch-a" • Primjeri prezentacija koji traju manje od 2 minute <p>Napomena: "Elevators pitch" je kratka prezentacija kojom brzo možete predstaviti svoju ideju, poslovanje ili sebe nekome, obično traje toliko koliko bi trajala vožnja dizalom.</p>
Kako se to odnosi na ovaj modul SOSUSK PR2?	<p>Predstavljanje važnosti pitchinga obogatilo bi znanje NEET zainteresiranih za zelene i održive nove poduzetničke aktivnosti. Usredotočenost na predstavljanje pružit će praktičan okvir za razvoj specifičnih i ciljanih vještina o tome kako predstaviti poslovnu ideju ulagačima, potencijalnim partnerima, poslovnim anđelima ili financijerima. Ove opće informacije mogu uvesti NEET u neke temeljne koncepte poduzetništva, uključujući jasniju definiciju poslovne ideje i razvoj nekih vještina povezanih s javnim govorom.</p>

Kviz

P1. Koja je glavna karakteristika elevators pitch-a?

- A. Ponavljajuće
- B. Kratak
- C. Detaljan
- D. Improvizirano

Q2. Koji je ispravan stav pokazati tijekom govora?

- A. Skromnost
- B. nemirnost
- C. Bahatost
- D. Samouvjerenost

Q3. Što biste trebali istaknuti tijekom predstavljanja proizvoda?

- A. Neriješena problematika
- B. Osnovne funkcionalnosti
- C. Jedinstvenost i potencijal
- D. Neizvjesnosti u pogledu njegovog tržišnog plasmana

Q4. Kakav jezik treba koristiti tijekom predstavljanja?

- A. Opušten i elokventan
- B. Tehnički i jako artikuliran
- C. Svečan i auličan
- D. Povučan i nejasan

P5. Koje elemente svog poslovanja trebate točno prezentirati?

- A. Natjecateljstvo
- B. Članove tima
- C. Analiza planiranih troškova
- D. Vaše obrazovanje

P6. Koji govor tijela treba izbjegavati tijekom bacanja?

- A. Ljubazan izgled
- B. Prekrižene ruke



- C. Karizmatičan osmijeh
D. Opušteni pokreti
- P7.** Kako se pripremiti prije umrežavanja?
A. Priušтите si cijeli dan opuštanja, nemojte pripremati nikakav govor kako bi bio što iskreniji
B. Smanjite iznos novca koji ćete proglasiti potrebnim za svoj projekt kako bi više investitora sudjelovalo u njemu
C. Istražite konkurenciju i karakteristike koje vašu tvrtku čine drugačijom, pripremite sukladnu prezentaciju za publiku i njezinu kulturu
D. Istražite karakteristike konkurenata koje ima i vaš proizvod, kako biste istaknuli svoje sličnosti
- P8.** Što znači "zrcaljenje" i kada ga treba učiniti?
A. Prilagoditi govor tijela koji će privući pozornost vaše publike i osjećati se ugodno
B. Ponavljati pitanja kako bi svi u publici razumjeli što je rečeno
C. Čvrsto promatrati svoju publiku kako biste razumjeli njihovu reakciju na vašu prezentaciju
D. Natjerati nekoga na pozornicu s tobom kako bi publika fizički sudjelovala u tvom izlaganju
- P9.** Koji vizualni elementi moraju biti prisutni u uspješnoj prezentaciji?
A. Smiješne animacije i neobičan font
B. Jasan format i značajni grafikoni
C. Detaljni tekstovi i obične slike
D. Prijelazi i slike šaljivih slajdova
- P10.** Kako biste trebali započeti pitch da biste privukli pozornost publike?
A. Predstavljanje vaše vjerodajnice i obrazovne pozadine
B. Stvaranje očekivanja u pogledu jedinstvenosti vašeg poslovanja
C. Opravdavanje činjenice da ste zabrinuti jer ste vrlo uzbuđeni što ste tamo
D. Pričanje osobne zarazne anegdote

Reference

Bibliografija

- Beckett, D. (2018). *Pitch to Win: alati koji pomažu startupima i timovima za korporativne inovacije u skriptiranju, dizajnu i isporuci pobjedničkih prezentacija*. Vakmedianet.
- Coughter, P. (2016). *Umjetnost predstavljanja: vještine uvjeravanja i prezentacije koje donose posao*. Springer.
- Klaff, O. (2011). *Predložite bilo što: inovativna metoda za predstavljanje, uvjeravanje i postizanje posla*. Obrazovanje McGraw-Hill.
- La Cava, M. (2019). *Startup Pitch: Come presentare un'idea e convincere gli investitori a finanziarla*. Dario Flaccovio Editore.
- Nivi, B., Staff, VH i Ravikant, N. (2009). *Pitching Hacks: Kako predstaviti startupe investitorima*. Lulu. com.
- Van Geel, J. (2019). *Predstavljanje ideja: Neka se ljudi zaljube u vaše ideje*. HRAST & MORROW.

Sitografija

- BARNARD, Dom. 2018. *Kako izbjeći nerviranje publike tijekom javnog nastupa*. Virtualni govor. <https://virtualespeech.com/blog/avoid-annoying-audience-public-speaking>.
- CATTANI, Gino; FALCHETTI, Denise; FERRIARI, Simone; 2012. *Kada predstavljate ideju, trebate li se usredotočiti na "Zašto" ili "Kako"?*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2021/10/when-pitching-an-idea-should-you-focus-on-why-or-how>.
- CAYA. 2020. *Predložak okvira prezentacije i primjer*. Slidebean. <https://slidebean.com/blog/presentation-outline-template-example>.
- CHEN, Elaine. 2019. *Koja su tipična trajanja predstavljanja za startup?*. Orbita. <https://orbit-kb.mit.edu/hc/en-us/articles/205147056-What-are-typical-pitch-durations-for-a-startup>.
- COOPER, Zach. 2020. *Vodič za korištenje SaaS-a za izgradnju učinkovitog MarTech skupa*. ITPro. <https://www.itpro.com/marketing-comms/34299/how-to-build-an-effective-marketing-strategy-with-the-cloud/>.
- DURNEZ, Koruška. 2017. *Predstavljanje s povjerenjem – kako predstaviti*. LSE. <https://blogs.lse.ac.uk/careers/2017/05/23/presenting-with-confidence-how-to-pitch/>.
- GALLO, Carmine. 2022. *Neuroznanost dokazuje da biste trebali slijediti TED-ovo pravilo od 18 minuta da biste osvojili svoju ponudu*. Inc. <https://www.inc.com/carmine-gallo/why-your-next-pitch-should-follow-teds-18-minute-rule.html>.
- GARZON, Giovanni. 2022. *Zahvaljujući mojoj Queerness, Ja sam*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/civication/2022/06/29/thanks-to-my-queerness-i-am/?sh=390274e431af>.
- GEOFFREY, James. 2013. *Kako koristiti grafiku u svojoj prezentaciji*. Inc.. <https://www.inc.com/geoffrey-james/how-to-use-graphics-in-your-presentation.html>.



- GÜNEL, Sinem. 2018. *Ultimate Pitching Guide*. Priručnik za poduzetnike. <https://entrepreneurshandbook.co/https-medium-com-sinemgnel-the-ultimate-guide-for-pitching-sinem-guenel-56ba0dc5252>.
- HEASLIP, Emily. 2022. *Što je tržišni segment i kako pronaći svoj?*. CO. <https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/finding-your-market-segment>.
- HENSELER, Hans. 2015. *Kako otkloniti prigovore na prodaju prije nego što ih potencijalni klijent čak i iznese*. Povezana prodaja. <https://linkedselling.com/how-to-defuse-sales-objections-before-your-prospect-even-brings-them-up/>.
- HERRITY, Jennifer. 2022. *Kako u 6 koraka stvoriti savršeno mjesto za dizalo*. Doista. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/perfect-elevator-pitch>.
- LOCK, Richard. 2016. *12 načina na koje možete uništiti pozornost publike kao govornik*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/12-ways-you-destroy-audience-attention-speaker-richard-lock>.
- MCKENZIE, Patrik. 2022. *Predstavljanje vašeg startupa u ranoj fazi*. Pruga. <https://stripe.com/it-ro/guides/atlas/pitching>.
- MILLS, Robert. 2021. *godine. Kako donositi informirane odluke o sadržaju razumijevanjem svoje publike*. GatherContent. <https://gathercontent.com/blog/understand-audience-inform-content-strategy>.
- MIZE, Chelsea. 2016. *7 savjeta o govoru tijela za prezentacije kako bi se zajamčila angažirana publika*. Pomaganje ljudima da se povežu. <https://www.pgi.com/blog/2016/06/7-body-language-presentation-tips-engage-audience/>.
- PARKER, Dave. 2020. *Kako predstaviti svoj start-up*. Osnivač Instituta. https://fi.co/pitch_deck#examples.
- PARKINSON, Mike. 2014. *Zapaliti vatru: 5 savjeta kako privući i zadržati pozornost publike*. Presentationxpert. <https://www.presentationxpert.com/spark-a-fire-5-tips-to-grab-and-hold-audience-attention>.
- PARSONS, Noah. 2019. *7 ključnih komponenti savršenog govora za dizalo*. Bplanovi. <https://articles.bplans.com/the-7-key-components-of-a-perfect-elevator-pitch/>.
- PARSONS, Noah. 2019. *11 slajdova koje morate imati u svom Pitch Decku za 2022*. Bplanovi. <https://articles.bplans.com/what-to-include-in-your-pitch-deck/>.
- PEREZ, Adrian. 2020. *Koje su vrste pitch dekova?*. Slidequest. <https://theslidequest.com/blogs/news/what-are-the-types-of-pitch-decks>.
- PRATER, Meg. 2020. *8 vrsta stilova prezentacije: U koju kategoriju spadate?*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/sales/types-of-presentation-styles>.
- REITH, Magdalena. 2012. *Pitch Deck: Struktura, sadržaj i primjeri*. MReith. <https://www.magdalena-reith.de/post/the-pitch-deck-outline-content-and-examples>.
- RICCI, Tom. 2012. *Javni nastup: upoznaj svoju publiku*. KAO JA. <https://www.asme.org/topics-resources/content/public-speaking-know-your-audience>.
- TATOM, Buzz. 2022. *6 stvari koje treba razmotriti prije ulaska na tržište*. Bplanovi. <https://articles.bplans.com/6-things-to-consider-before-entering-a-market/>.
- TIBURCA, Heleana. 2022. *Kako napraviti učinkovitu prezentaciju (Vodič, savjeti i primjeri)*. Visme. <https://visme.co/blog/how-to-make-a-presentation/>.
- TIGAR, Lindsay. 2020. *5 inspirativnih Elevator Pitch primjera za poduzetnike*. Pametan glas. <https://www.clearvoice.com/blog/entrepreneur-elevator-pitch-examples/>.
- VAN EDWARDS, Vanessa. 2022. *Zrcaljenje govora tijela: 4 koraka za uspješno zrcaljenje drugih*. Znanost ljudima. <https://www.scienceofpeople.com/mirroring/>.
- VELARDE, Orana. 2018. *7 načina da strukturirate svoju prezentaciju kako bi vaša publika željela više*. Visme. <https://visme.co/blog/presentation-structure/>.
- Da, Leslie. 2022. *Rješavanje prigovora: 44 uobičajena prigovora na prodaju i kako odgovoriti*. HubSpot. <https://blog.hubspot.com/sales/handling-common-sales-objections>.
- "Izrada Elevator Pitch-a za brzo i uvjerljivo predstavljanje vaše tvrtke". MindTools. 2018. <https://www.mindtools.com/pages/article/elevator-pitch.htm>.
- "Odlučivanje o metodi prezentacije. Vještine koje trebate". 2022. <https://www.skillsyouneed.com/present/presentation-method.html>.
- "Vodič za Pitch Deck: 10 elemenata koje treba uključiti u Pitch Deck". MasterClass. 2021. <https://www.masterclass.com/articles/pitch-deck-guide>.
- "Kako učinkovito predvidjeti što vaša ciljana publika treba". UXPlanet. 2018. <https://uxplanet.org/how-to-effectively-predict-what-your-target-audience-needs-e667bd5b6968>.
- "Upoznajte svoju publiku prije nego što se predstavite". Sveučilište Whitewater. 2022. <https://whitewateruniversityinnovationcenter.org/startup-success-blog/know-your-audience-before-you-pitch>
- "Upravljanje prezentacijskim živcima". MindTools. 2022. <https://www.mindtools.com/pages/article/PresentationNerves.htm>.
- "Održavanje kontrole nad prezentacijom". Sintaksa. 2022. <https://www.syntaxis.com/maintaining-control-of-a-presentation>.
- "Prezentacije i upravljanje vremenom". Aktivna prisutnost. 2016.

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

- “Javni govor: Potpuni vodič kroz ton glasa, govor tijela i njihovu primjenu”. Akutar za štrebera. 2021. <https://geekactuary.com/en/public-speaking-the-complete-guide-to-tone-of-voice-body-language-and-their-implementation/> .
- “Strukturiranje vaše prezentacije”. Australo nacionalno sveučilište. 2020. <https://www.anu.edu.au/students/academic-skills/writing-assessment/presentations/structuring-your-presentation> .
- “Pitch Deck s 5 slajdova u ranoj fazi pokretanja”. Pi kampus. 2021. <https://picampus.it/the-5-slides-early-stage-startup-pitch-deck/> .
- “Razumijevanje vašeg tržišta”. Lloyds banka. 2018. <https://www.lloydsbank.com/business/resource-centre/business-guides/understanding-your-market.html> .
- “Koje su različite vrste špila ili poslovnih prezentacija?”. Alberry. 2020. <https://www.alberry.com/blog/what-are-the-different-types-of-decks-or-business-presentations> .
- “4 dobra primjera elevator pitch-a za tvrtke i startupe”. TAG- Pružatelj razvoja softvera. 2012. <https://tagsoft.co/4-good-elevator-pitch-examples-for-business-and-startups/> .
- “5 načina da zaštitite svoju ideju tijekom poslovnog predavljanja”. NIBUSSINESSINFO.CO.UK. 2022. <https://www.nibusinessinfo.co.uk/content/5-ways-protect-your-idea-during-business-pitch> .

Videoografija

- Jeff Bax. *Najbolji STARTUP PITCH ikad* . Silicijska dolina. 2016. YouTube. https://www.youtube.com/watch?v=7a_lu7ilpnl . Zadnji pristup: 11.09.2022.
- Prodavač.com. *Kako ponuditi bilo što (uložio je preko 1 MILIJARDU USD) s Orenom Klaffom* . 2018. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=H5XgrQ0pY5A> . Zadnji pristup: 11.09.2022.
- Simon Sinek. *Kako veliki vođe potiču akciju* . 2011. TED. https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action?language=en . Zadnji pristup: 11.09.2022.
- Superjabuka4e. Steve Jobs predavlja iPhone na MacWorldu 2007. 2011. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=x7qPAY9JqE4> . Zadnji pristup: 11.09.2022.

