

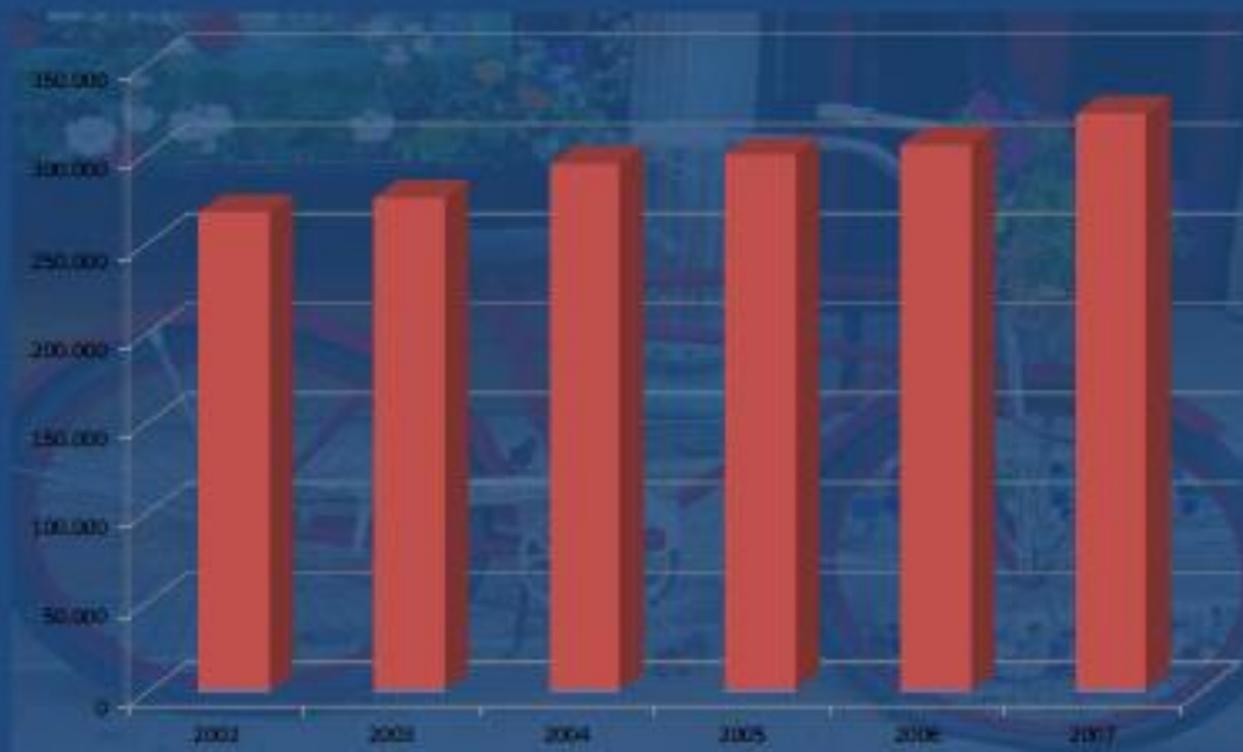


Presentación de Impacto

Joaquín Cabo

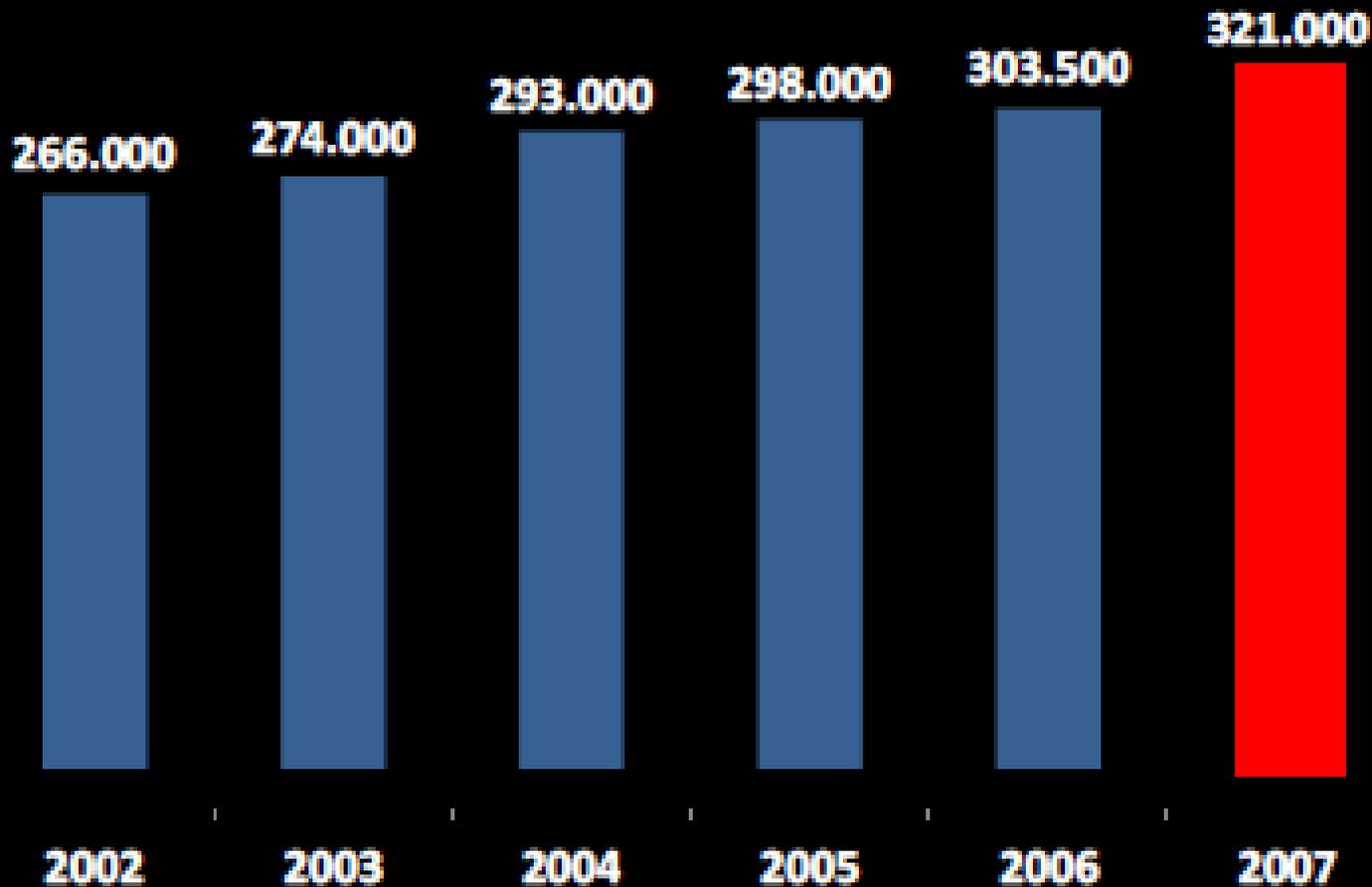


Evolución del Mercado de Bicicletas Unidades Vendidas del 2002 al 2007



Nota: ventas brutas anuales al canal distribuidor (grandes superficies, tiendas de deporte y supermercados).

Bicicletas vendidas 2000 - 2007



ESTRATEGIA TOSHIBA MERCADO CATALÁN

- Liderazgo en mercado Profesional y de AAPP
- Referente en sector de Educación
- Calidad de Producto y Excelencia en el Servicio
- Proyectos a Medida del cliente
- Partner Tecnológico en grandes proyectos. Nos “Comprometemos”

Antes

Líderes en mercado profesional y AAPP

Después

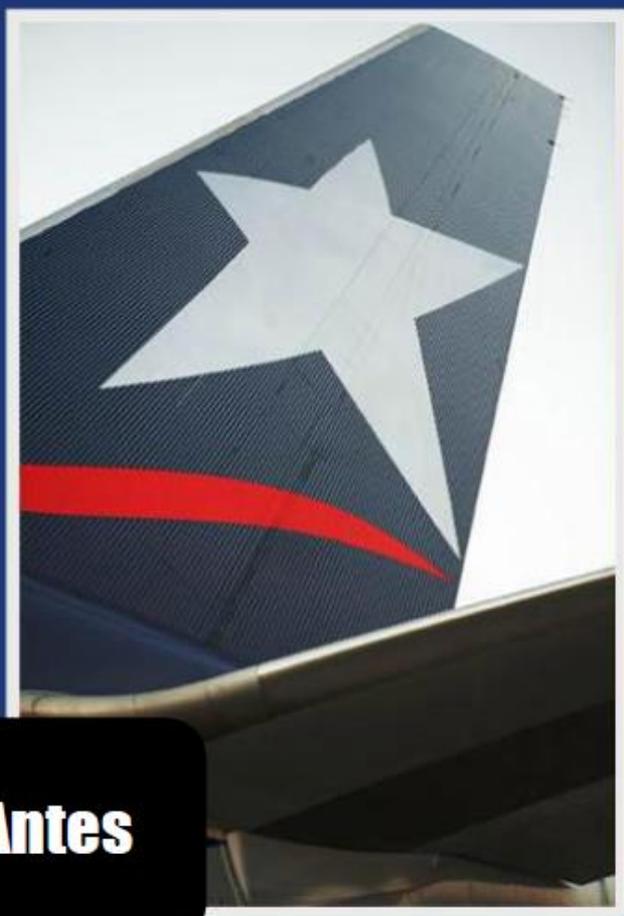
TOSHIBA
Leading Innovation >>>



Nuestro Objetivo



“Ser reconocidos como una de las 10 líneas aéreas en el mundo”



Antes

Claves del éxito:

LOS VALORES LAN

Eficiencia

Seguridad

Superación

Calidez



10 mejores

líneas aéreas del

mundo

sunsetLAN.JPG

Después

Impacte



Convenza

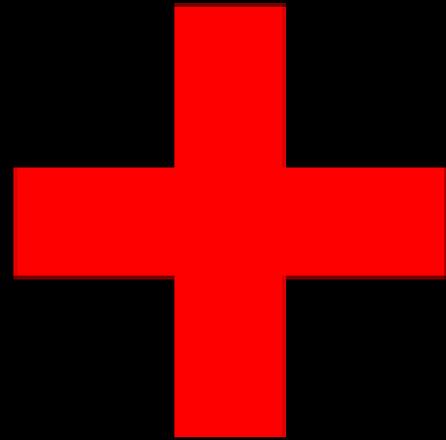


- Ser Creíbles
- Dar razones
- No vender humo
- Argumentos sólidos

y Conecte

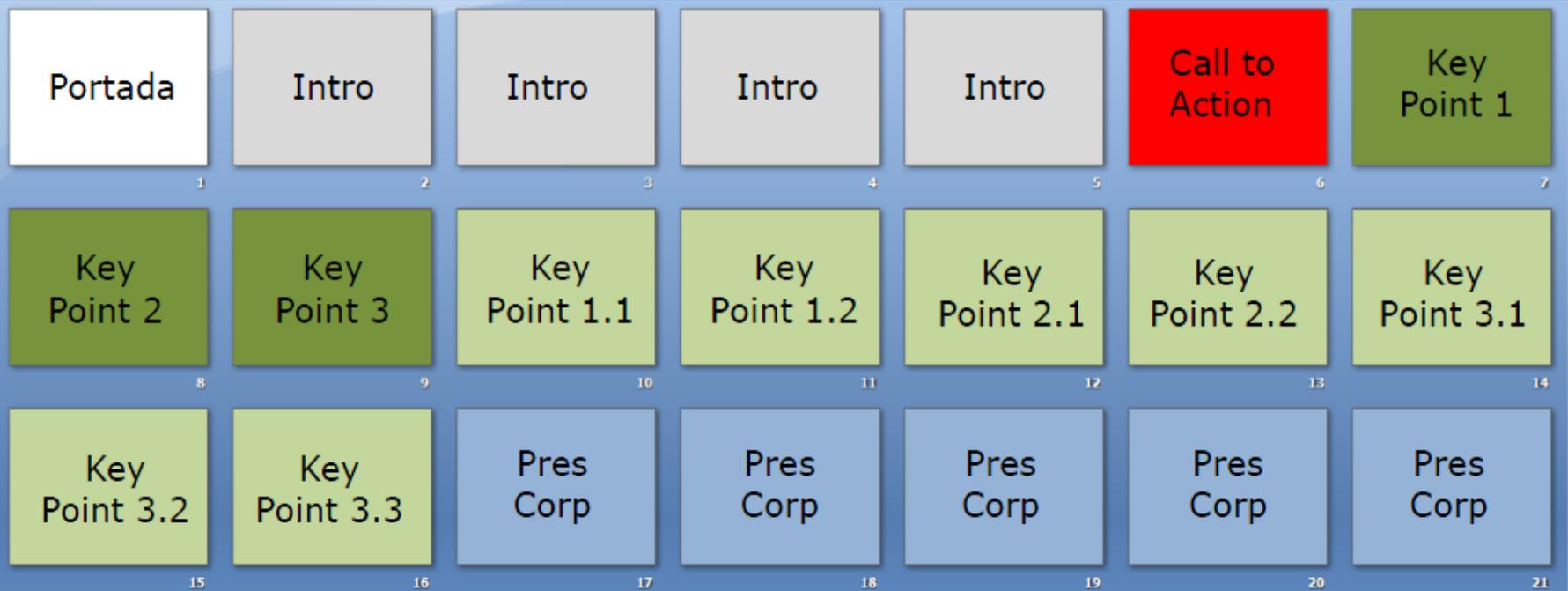


historia



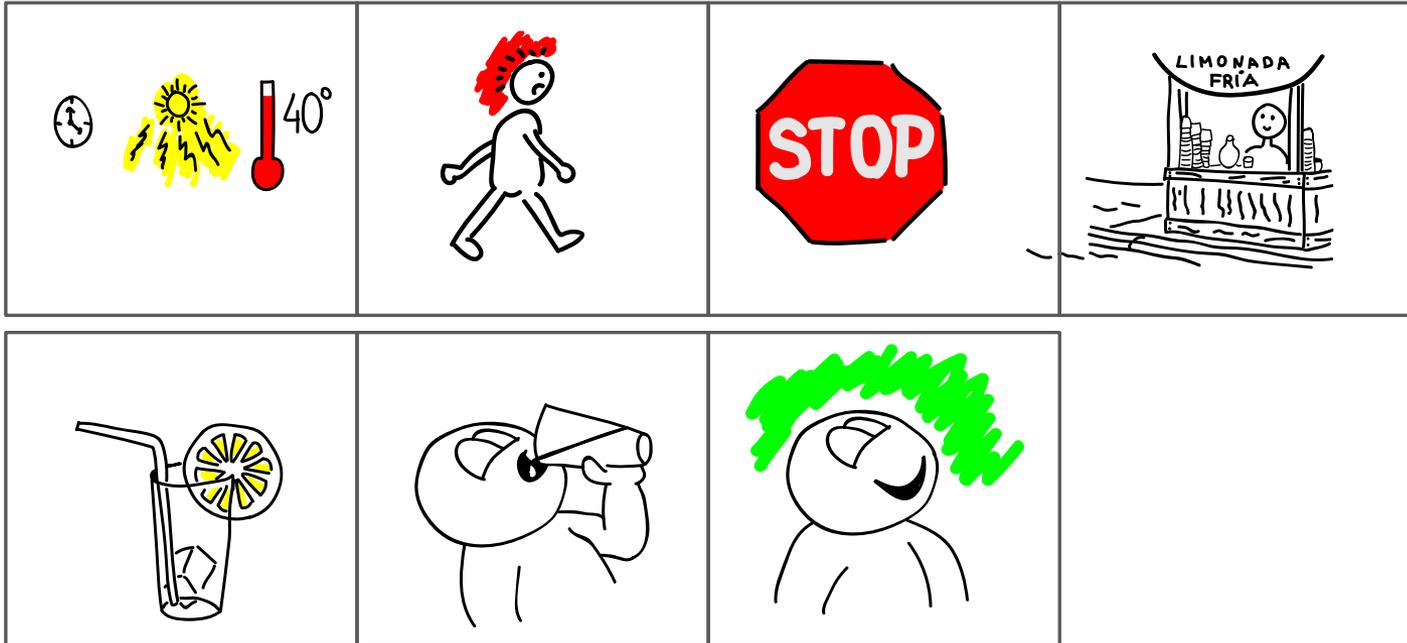
pasión

Storyboard



Hilo conductor, introducción, desarrollo y final

PITCH: EL EMPRENDEDOR COMO UN CONTADOR DE HISTORIAS

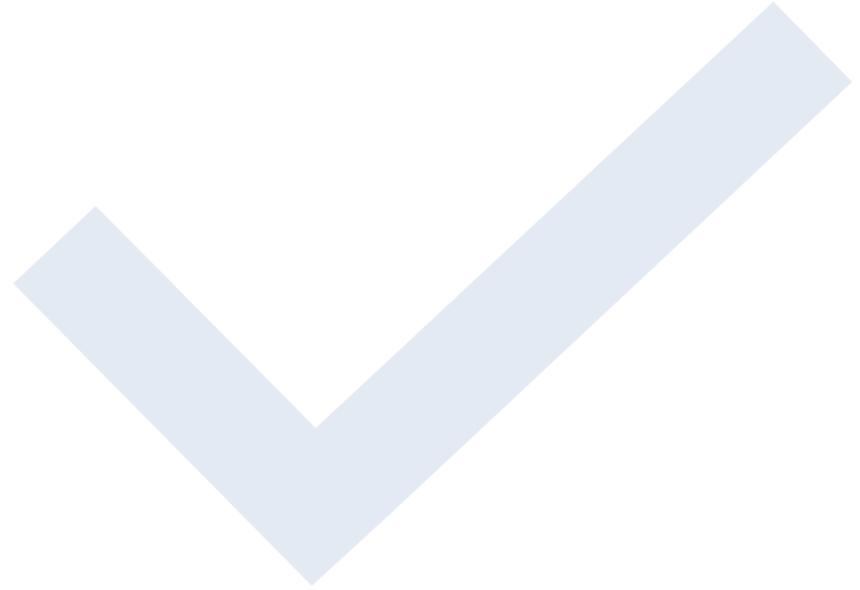


Estructura de un pitch perfecto



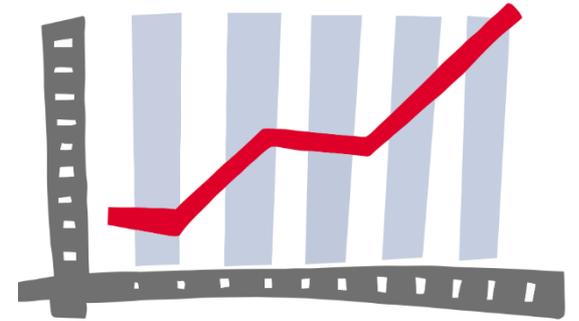


Introducción





Historias
que nos
inspiran



Captar la atención del receptor

¿Te ha dicho tu superior alguna vez “Pásame un informe antes de las 19h” como si fuera una cosa fácil y rápida? Le dices, “Claro que sí,” pero de repente te sientes agobiado. Porque sabes que hacer un informe no es “rápido”. Los fundadores de RespuestaYA se enfrentaron a esta situación constantemente en sus roles anteriores en marketing. Por eso crearon una herramienta que pone todos tus datos en un único lugar para crear informes en 30 segundos o menos.

Un baño de realidad

Cada día empleamos hora y media de nuestro tiempo en recabar información para elaborar informes. En muchas ocasiones pasan desapercibidos o se ignoran por completo. RespuestaYA almacena la información de todas las herramientas que utiliza tu negocio. Simplemente dinos qué informe necesitas y nosotros lo elaboraremos. Por ejemplo, una gráfica de cada fuente de información en el último mes, y tu informe estará listo en tan solo 30 segundos.

Utilizar sentimentalismos

Como madre o padre con horario de trabajo largo y niños en casa esperándote para la cena, ¿qué es lo que más estrés te genera al llegar a casa tarde? La falta de tiempo para hacer comida sana, ¿verdad? ¿O la presión de tener que cocinar mientras ayudas a tus hijos a hacer los deberes y te cuentan su día? Nuestra app LaCenaEstáLista te lo resolverá todo, poniendo a tu disposición las empresas de catering cercanas a tu domicilio que te entregarán en tu puerta un menú variado de comida sana recién hecha. En dos clicks podrás tener la cena lista y dedicar más tiempo y de más calidad a tu familia después del trabajo.



Problema

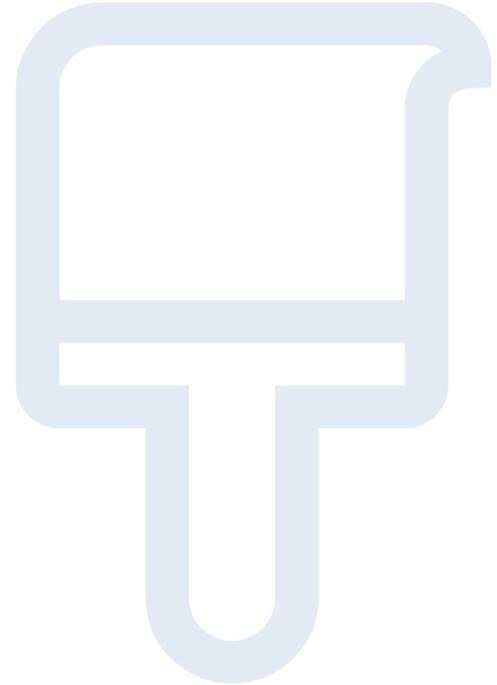




Usa ejemplos
reales para que el
receptor del
mensaje se vincule
con el problema



Solución





Tamaño de mercado

TAM

SAM

SOM



Por qué ahora

Habla de las tendencias del mercado



Diferenciación de los competidores

Benchmarking

Empresa	Calidad Restaurantes	Calidad Entrega	Variedad de Comida	Rapidez	Precio Medio	Coste de Delivery
	Alta	Alta	Muy alta	Muy alta	30\$	Gratis (con Glovo Prime) / 3\$ sin Prime
	Alta	Muy alta	Alta	Alta	40\$	3\$
	Media	Media	Media	Alta	25\$	2\$
	?	?	?	?	?	?



Modelo de negocio



Hablamos de margen, precio...



Métricas. Facturación

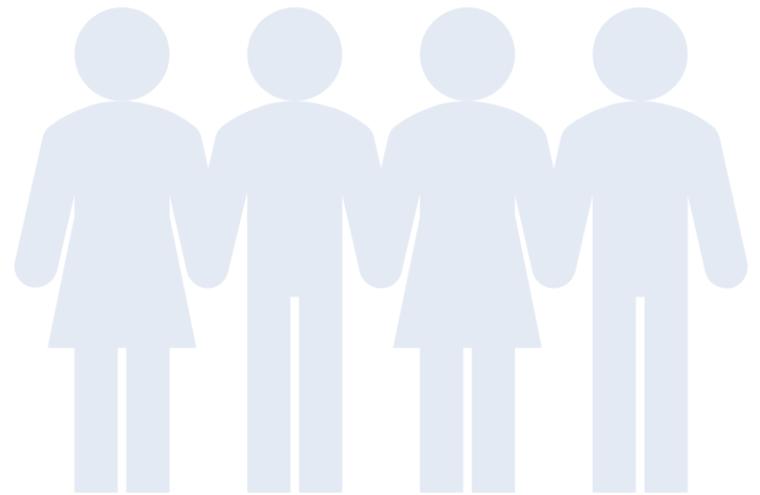




- Facturación
- CAC (Coste de Adquisición de Clientes)
- LTV (Life Time Value)
- Crecimiento
- Usuarios activos



Equipo





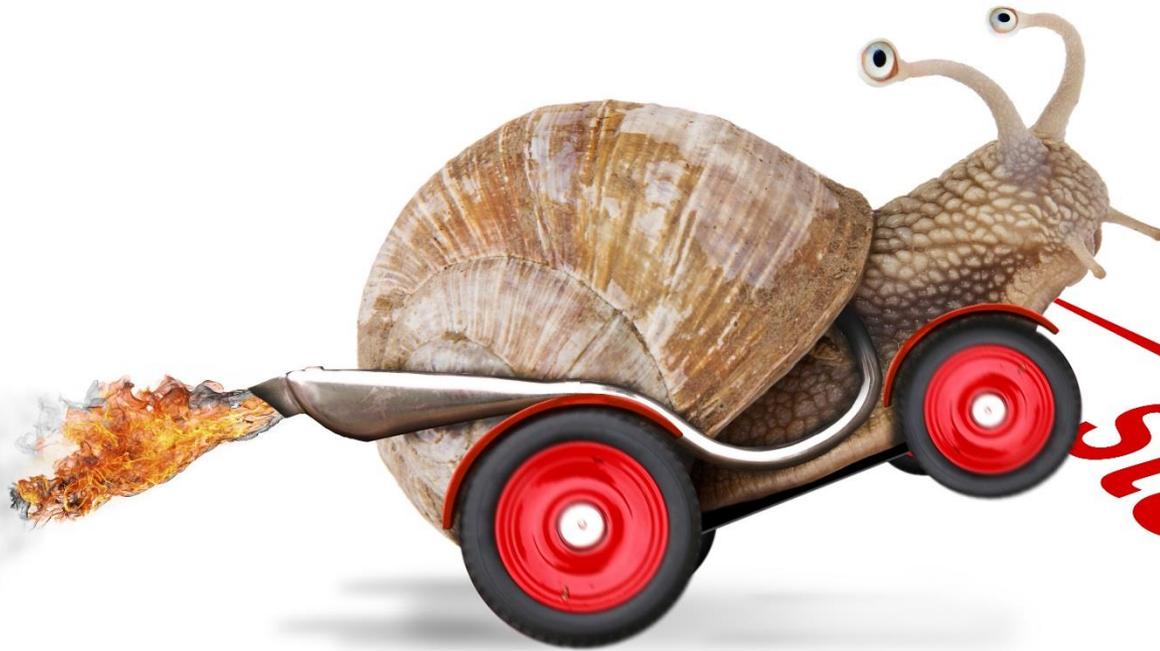
Road map y datos financieros





**HAZLO
SIMPLE
(MENOS ES MAS)**

Si buscas resultados distintos,



Star

no hagas siempre lo mismo



LAS PRESENTACIONES.

Aspectos Clave de una Presentación.

Principios básicos de las 5 personalidades.



Puntos que hay que tener en cuenta en una presentación.



Las 4 “pes” de la presentación.



Las preguntas más frecuentes.

1. Principios Básicos de las 5 Personalidades.



El que habla.



El/los que escucha (n).



El Mensaje.



El lugar.



Las Circunstancias.

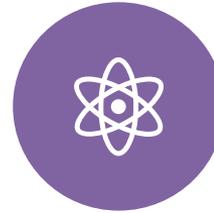
2. Puntos que hay que tener en cuenta.



PREPARACIÓN.



ENSAYO.



ESTADO FÍSICO.



**ACTITUD MENTAL
POSITIVA.**



**CONOCIMIENTO
PREVIO.**



**ACOGIDA INICIAL
FAVORABLE.**



**UN FINAL
MEMORABLE.**

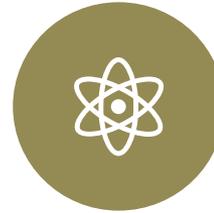
2. Puntos que hay que tener en cuenta.



PREPARACIÓN.



ENSAYO.



ESTADO FÍSICO.



**ACTITUD MENTAL
POSITIVA.**



**CONOCIMIENTO
PREVIO.**



**ACOGIDA INICIAL
FAVORABLE.**



**UN FINAL
MEMORABLE.**

(1) Argumentario

.....

.....

.....

.....

.....

(2) Preguntas difíciles

.....

.....

.....

.....

.....

(3) Respuestas

.....

.....

.....

.....

.....

(3) Respuestas

.....

.....

.....

.....

.....

Difíciles
O
incómodas



- Disculparse
- Argumentar error
- Ponerte en valor

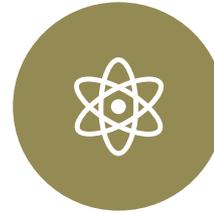
2. Puntos que hay que tener en cuenta.



PREPARACIÓN.



ENSAYO.



ESTADO FÍSICO.



**ACTITUD MENTAL
POSITIVA.**



**CONOCIMIENTO
PREVIO.**



**ACOGIDA INICIAL
FAVORABLE.**



**UN FINAL
MEMORABLE.**

Las inseguridades son nuestro gran enemigo

Glosofobia: que proviene del griego, glosa que significa “lengua” y “fobos” que es miedo. La fobia es la exageración de una emoción normal y corriente que es el miedo.



Miedos:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Plan B:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Miedos:

- Cualquier miedo que tengamos de hacer algo, o que nos pase algo.
- Ejemplo: miedo a que no me hagan preguntas
- Que llegue y no me funcione el power point
- Quedarme en blanco

Plan B:

- Cómo contrarrestar esos miedos. Acciones
- Ejemplo: preparo preguntas abiertas y extra info
- Tener el power en varios formatos y en pen
- Hacer un esquema del guion

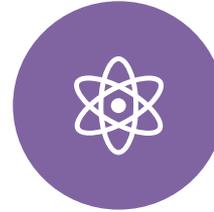
2. Puntos que hay que tener en cuenta.



PREPARACIÓN.



ENSAYO.



ESTADO FÍSICO.



**ACTITUD MENTAL
POSITIVA.**



**CONOCIMIENTO
PREVIO.**



**ACOGIDA INICIAL
FAVORABLE.**



**UN FINAL
MEMORABLE.**



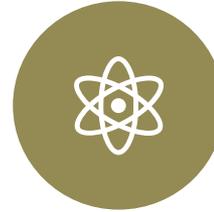
2. Puntos que hay que tener en cuenta.



PREPARACIÓN.



ENSAYO.



ESTADO FÍSICO.



**ACTITUD MENTAL
POSITIVA.**



**CONOCIMIENTO
PREVIO.**

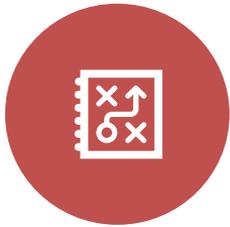


**ACOGIDA INICIAL
FAVORABLE.**



**UN FINAL
MEMORABLE.**

3. Las 4 “Pes” de la Presentación.



PLANIFICAR.



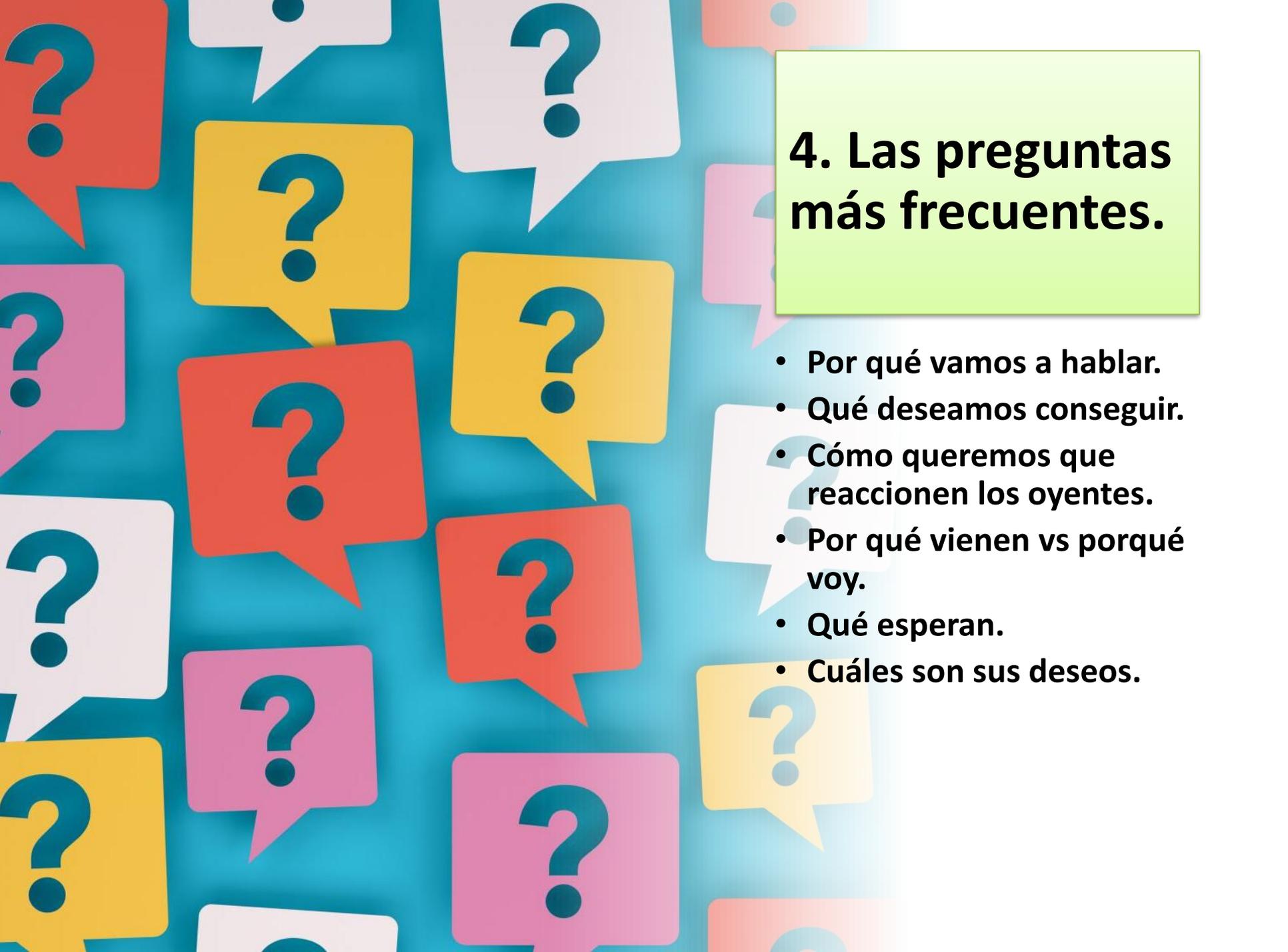
PREPARAR.



PRACTICAR.



PRESENTAR.



4. Las preguntas más frecuentes.

- Por qué vamos a hablar.
- Qué deseamos conseguir.
- Cómo queremos que reaccionen los oyentes.
- Por qué vienen vs porqué voy.
- Qué esperan.
- Cuáles son sus deseos.

4. Las preguntas más frecuentes (II).

Cuánto saben mis oyentes sobre el tema, cuánto creen que saben y cuánto desean saber.

Quiénes son.

Dónde tendrá lugar el acto.

Cuándo.

Qué temas hemos de abordar.

Cómo es el lugar.

Cuánto dura y si interviene alguien más.



ceeivalencia.emprenemjunts.es

[961 99 42 00](tel:961994200)



[in/joaquín-cabo-andrés-
/](https://www.linkedin.com/in/joaquín-cabo-andrés-/)



Joaquin.cabo@ceei.net



Joaquín Cabo Andrés

Desarrollo de Negocio e Innovación



Centro Europeo de
Empresas e Innovación
de Valencia



[Criterios de valoración]

- **Presentación:** Estructura expositiva, Oratoria y Creatividad.
- **Idea de Negocio:** Claridad y Coherencia de la Idea, Innovación y Diversificación que aporta.
- **Viabilidad del Negocio:** Mercado, Modelo de Negocio y Recursos necesarios (económicos, tecnológicos, empleo, etc.).
- **Impacto Socio-Económico y Medioambiental:** Innovación y desarrollo social, medioambiental y cambio climático.
- **Posibilidades de Puesta en Marcha:** Factibilidad de la actividad, Estado Desarrollo de la Idea.

[Posible esquema de la presentación]

- Diapositiva introductoria.
- Quien soy. Equipo.
- Problema que hemos detectado/solucionamos.
- A qué nos dedicamos.
- Mercado al que nos dirigimos.
- Innovación que aportamos/propuesta de valor.
- Modelo de negocio/recursos que necesitamos/cómo lo hacemos.
- Impacto ambiental, social, económico.
- Estado de desarrollo del proyecto/idea/puesta en marcha/facturación.
- Despedida.

ESTRUCTURA DE UNA PRESENTACIÓN DE IMPACTO

PRESENTACIÓN

GOLPE DE EFECTO: "Di lo que nadie se espera"

PRESENTACIÓN INDIRECTA: "Por cierto, soy..." "Es un placer..."

INTRODUCCIÓN

MENSAJE O TUIT: "Cuál es tu regalo. Cómo o en qué va a cambiar su vida o mejorar su vida si te escuchan"

DESARROLLO

1ª IDEA ↔ EVIDENCIA

2ª IDEA ↔ EVIDENCIA

3ª IDEA ↔ EVIDENCIA

CONCLUSIÓN

RECUERDA TU MENSAJE O TUIT: "Di lo que tengas que decir, dilo y termina diciéndolo"

CIERRE

FRASE EMOCIONAL + SILENCIO DRAMATIZADO + GRACIAS

BIK STARTUP

BIK STARTUP

PITCH: COMENZANDO UNA CONVERSACIÓN

El Pitch de una palabra:

En un mundo de cortos períodos de atención puede ser una buena idea pero reducir nuestro pitch a una sola palabra exige disciplina, fuerza, claridad y consistencia en el tiempo.

El Pitch por analogía:

Con la siguiente estructura: “Somos el (nombre de un referente en otro mercado)” de (nuestro mercado). Potente pero hay que usarlo con mesura.

El Pitch con rima:

Los pitch con rima aumentan la fluidez del procesamiento y mejoran la capacidad de recuerdo

El Pitch con pregunta:

Activar a nuestro interlocutor mediante una pregunta es una gran estrategia para que se acuerden de nosotros. Además, técnicamente si los hechos avalan nuestro mensaje lanzar preguntas es más efectivo que lanzar declaraciones

El tuit Pitch:

Cuando nuestro pitch cabe en un tuit (de los originales de 140 caracteres). Es una invitación a continuar con la presentación. Steve Jobs los usaba en el lanzamiento de nuevos productos

PITCH: UNA SECUENCIA LÓGICA

FORWARD (Adelante)

En la segunda campaña electoral de Barack Obama (2012)

Somos el Spotify de los libros

24Symbols

Te mereces un Mercedes

Campaña: Algo está pasando en Mercedes (Contrapunto BBDO 2011)

¿Te gusta conducir?

Campaña: Te gusta conducir BMW (SCPF 1999)

The world's thinnest notebook

MacBook Air Apple (2008)

BIK STARTUP

EL PITCH DE NEMO: PIXAR

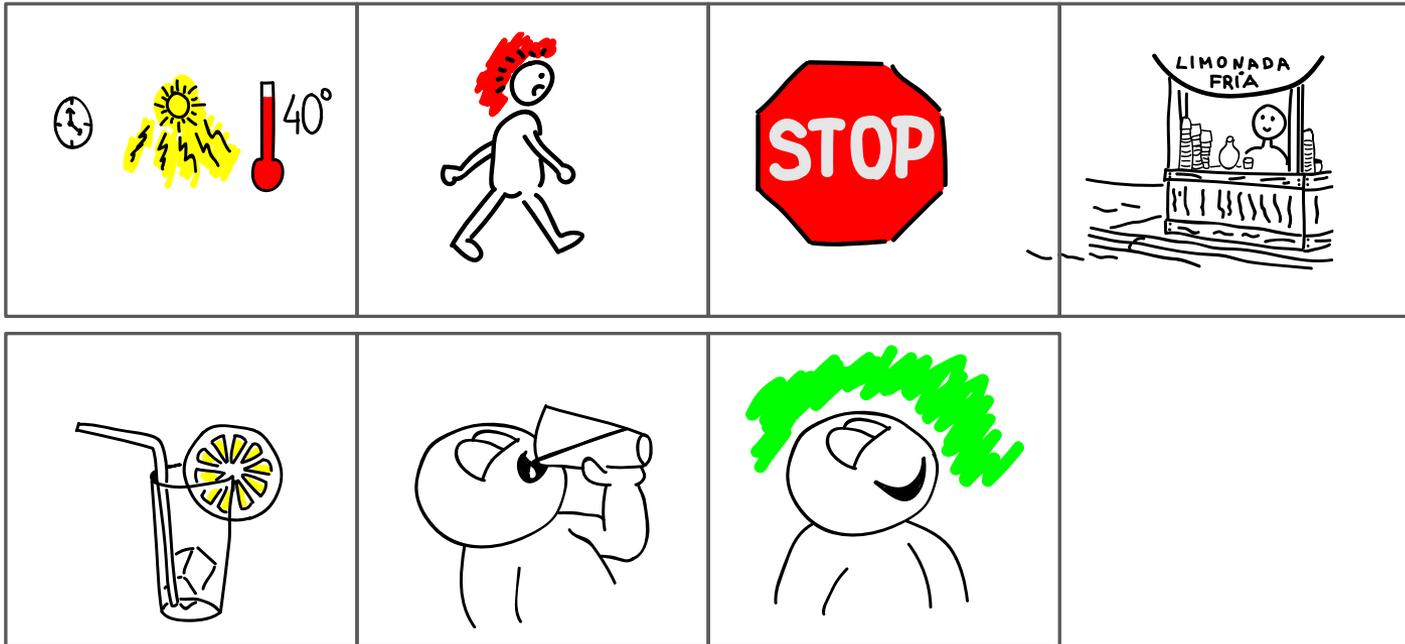
Había una vez _____.
Todos los días _____. Un día _____.
Por eso, _____.
Por eso, _____.
Hasta que finalmente _____.



Érase una vez un pez viuda llamado Marlin que era extremadamente protector con su único hijo, Nemo. **Todos los días**, Marlin advirtió a Nemo sobre los peligros del océano e imploró que no nadara lejos. **Un día**, en un acto de desafío, Nemo ignora las advertencias de su padre y nada en aguas abiertas. **Debido a eso**, es capturado por un buzo y termina siendo una mascota en la pecera de un dentista. **Debido a eso**, Marlin se embarca en un viaje para recuperar a Nemo ... **Hasta que finalmente** Marlin y Nemo se encuentran, se reúnen y aprenden que el amor depende de la confianza.

BIK STARTUP

PITCH: EL EMPRENDEDOR COMO UN CONTADOR DE HISTORIAS



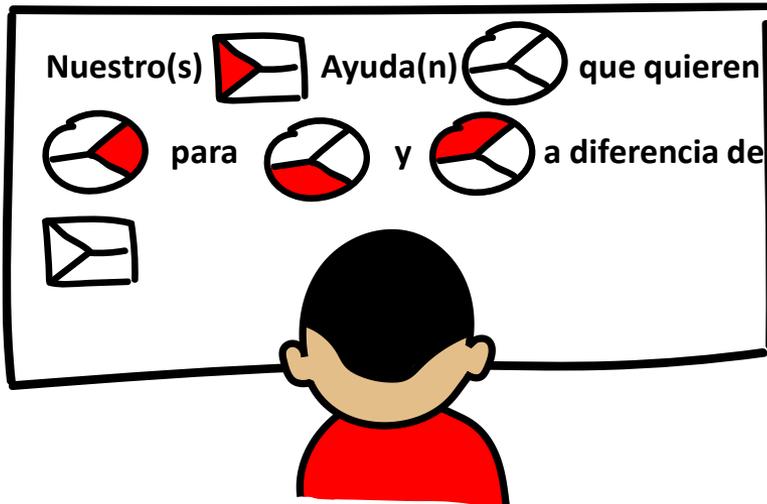
BIK STARTUP

Material de ventas/Pitch Propuesta de Valor



No te olvides de recoger el feedback de las personas a las que cuentes o vean tu Pitch de Propuesta de Valor. Será importante en otras fases del proceso.

PITCH PROPUESTA DE VALOR (instrucciones)



PLANTILLA PITCH PROPUESTA DE VALOR

Nuestro (producto o servicio) _____ **ayudan a** (segmentos de mercado) _____ **que quieren** (qué es lo que están intentando hacer) _____ **para** (por qué lo quieren hacer) _____ **a diferencia de** (lo que ofrece la competencia), _____

Completa la plantilla con el mensaje de tu Pitch de Propuesta de Valor.
Ten en cuenta que estamos saliendo por primera vez a mostrar a los que pensamos que son nuestros clientes qué y cómo lo vamos a hacer.
Durante el proceso verás que este mensaje será actualizado gracias al feedback recogido.

Este esquema de Pitch asociado al Lienzo de Propuesta de Valor fue diseñado por:

 Strategyzer