



O PITCH QUE CONVENCE

Gabriel Renaud

PRÉ - INCUBAÇÃO

Crie, Inove e Realize!
Transforme sua ideia em realidade.





“Vender é
essencialmente
uma transferência
de sentimentos”.

Zig Ziglar

Carioca de Coração Capixaba

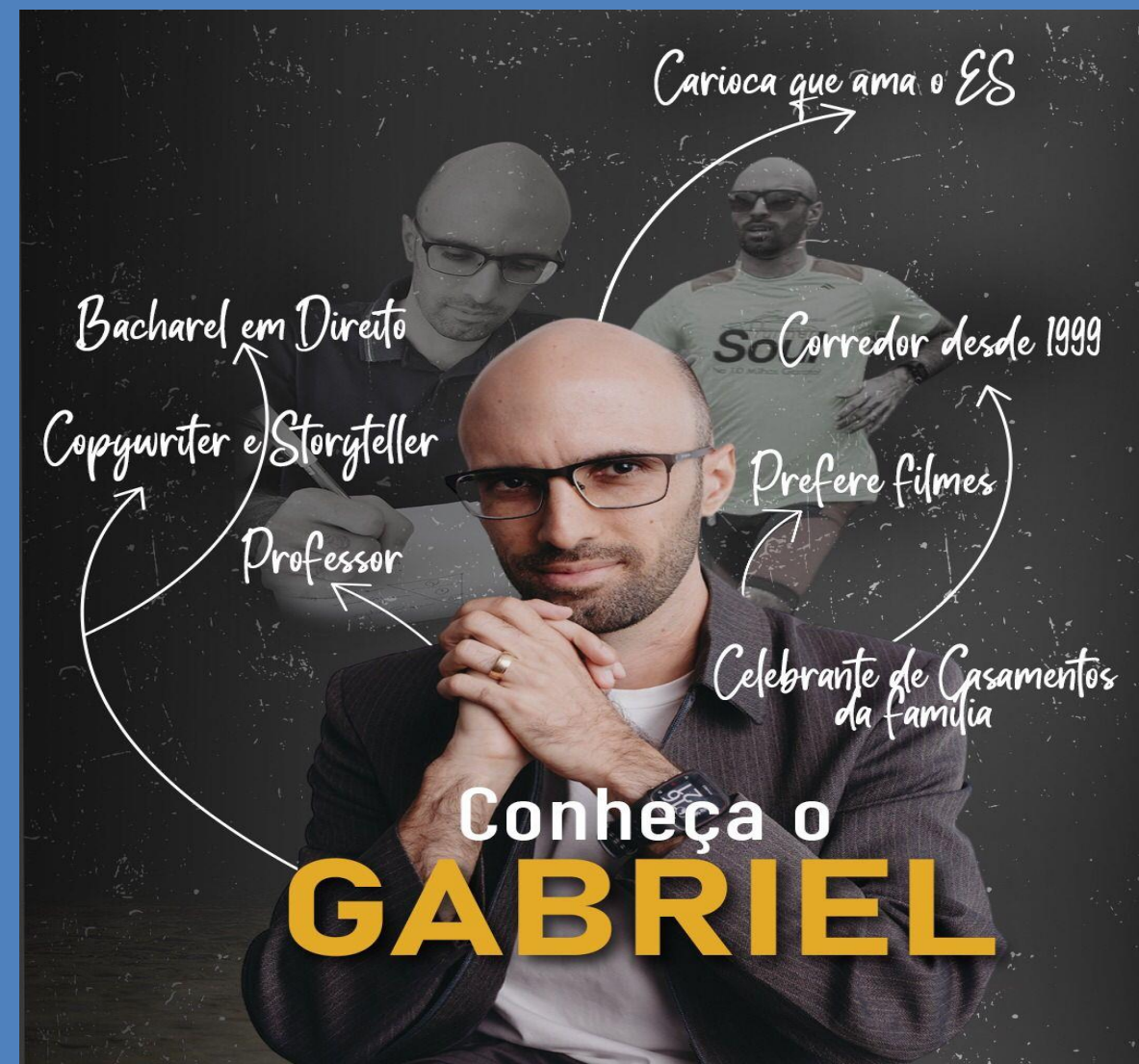
Celebrante de Casamentos

Colunista da Runners Brasil

Bacharel em Direito (2008)

Copywriter

Prefere Filmes e Livros



Resuma seu projeto em uma frase:
Simples, clara e objetiva.



BIG IDEA

| “Ideia que é instantaneamente compreendida como importante, excitante e benéfica”.



BIG IDEA

O que é Pitch?



Uma apresentação concisa e persuasiva de um projeto, para conquistar clientes ou investidores.



Significado:
arremesso, no
sentido de
“arriscar uma
chance”.

Um exemplo real: Pitch de elevador





Comunicação Persuasiva ou Copywriting.



Estratégia, gatilhos mentais e storytelling.

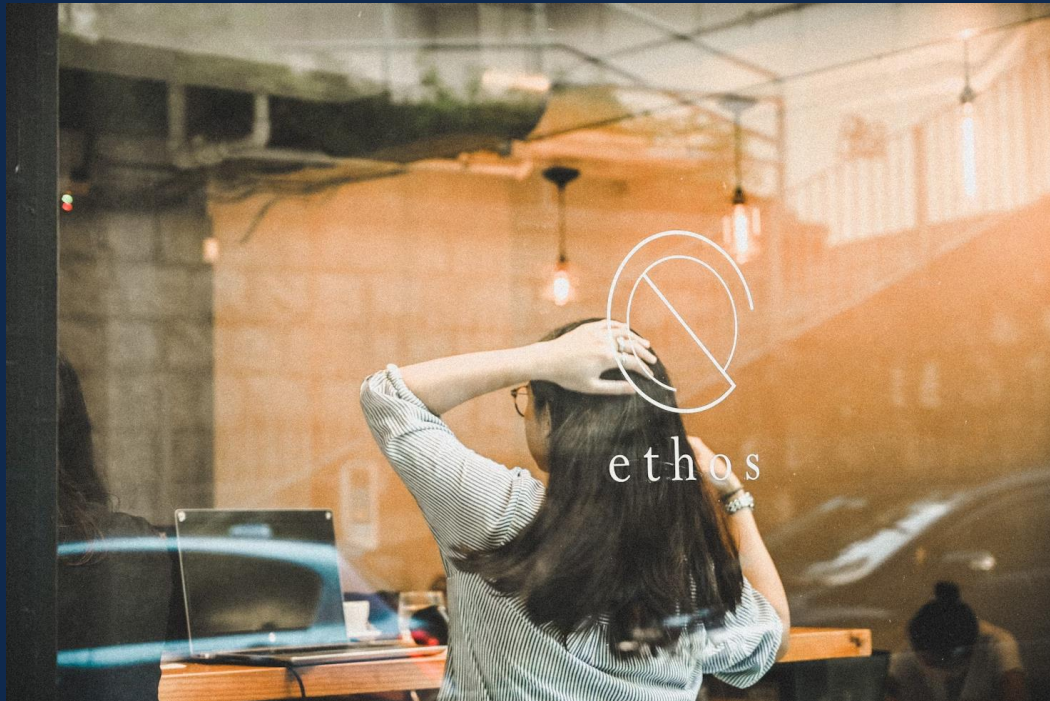
Vamos falar das bases do Pitch e dessa comunicação persuasiva.



Use **Ethos, Pathos e Logos** no seu Pitch.

Vamos entender o que é isso!

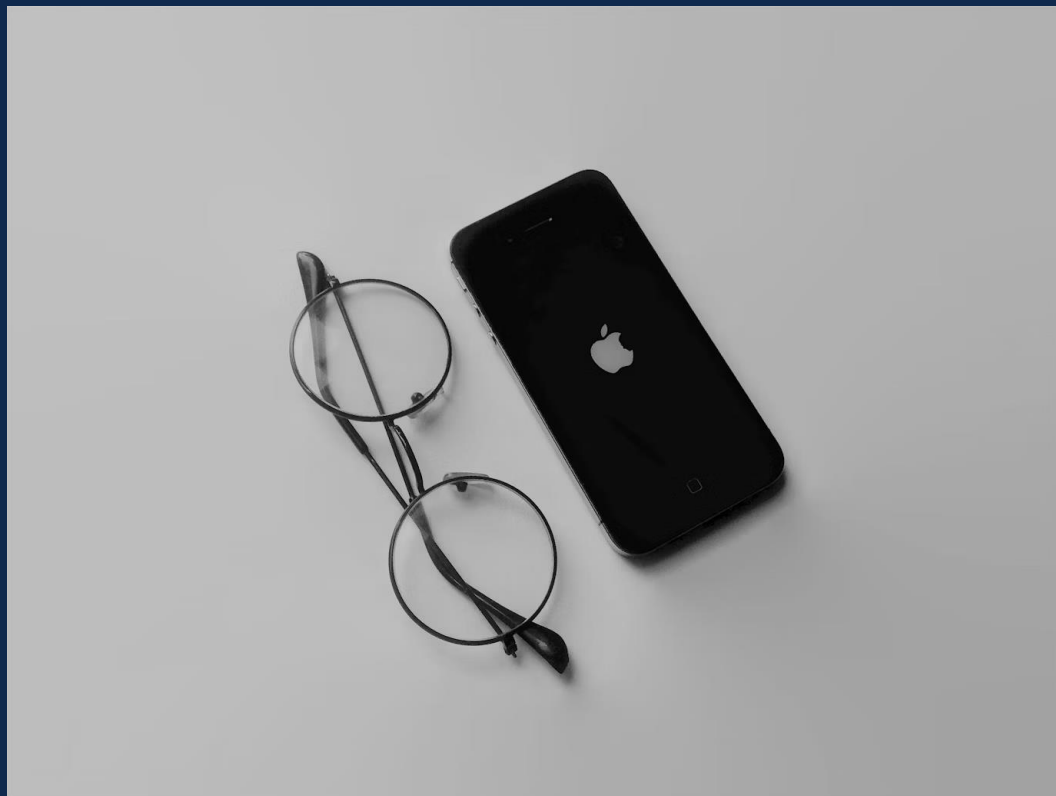
ETHOS



Um dos mais importante dos pilares:

Reputação, histórico, credibilidade.

STEVE JOBS E APPLE



“O que alegria seu coração?”.

Conte sua história, seu projeto,
reforçando sua credibilidade,
sua reputação.

FALE DA SUA TRAJETÓRIA E O QUE TE TROUXE ATÉ AQUI



Você precisa gerar confiança na sua proposta.

Escolha elementos concretos da sua história para isso.

PATHOS



Evoque as emoções!

Empatia, Vulnerabilidade, o que faz chorar, respirar fundo.

Gera identificação.

WAKANDA E PITCH DE BUSU



ETHOS E PHATOS

Priscila Gama.

Malalai - Segurança



PATHOS: TOM DE VOZ E LINGUAGEM CORPORAL NO PITCH

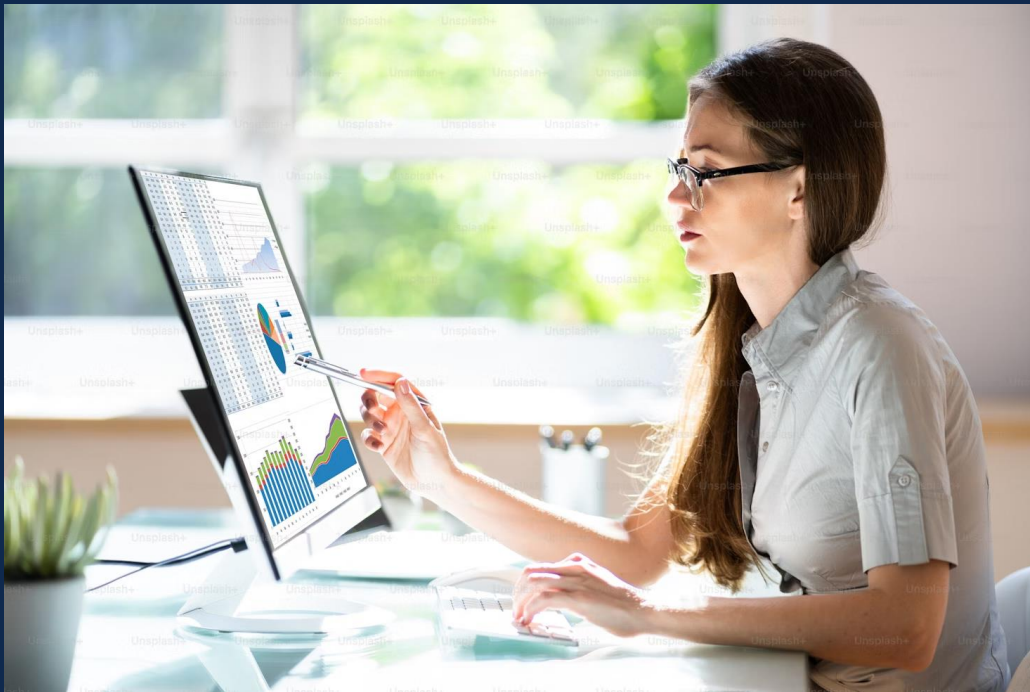


Albert Mehrabian.

38% Tom de voz.

55% Linguagem Corporal.

LOGOS



Prova lógica do que está sendo dito, gerando credibilidade.

Pesquisa, fontes, dados, números.

EXEMPLO DO LOBO



LOGOS

Diogo Lana.

Wodengage

Mercado Fitness.



4 MAIORES PROBLEMAS EM UM PITCH





1) Falta de Preparação



Falta de Preparação

Não conhecer bem o projeto ou produto é um grande erro.

Não conhecer o investidor ou cliente é um erro pior.

Invista em pesquisa



Pergunte aos parceiros, ao cliente e analise o mercado.

Conheça os concorrentes, aprofunde sua ideia ou negócio.

Domine os dados e informações!

2) Ausência de Conexão



Ausência de Conexão

Venda é um processo humano.

Ela é resultado de relacionamento.

Conexão significa gerar valor e ajudar.



Saia do superficial



Observe: comportamento, necessidades e a solução.

Interesse: Faça boas perguntas.

Rapport: Sincronização, identificação.

3) Deixar de Ouvir



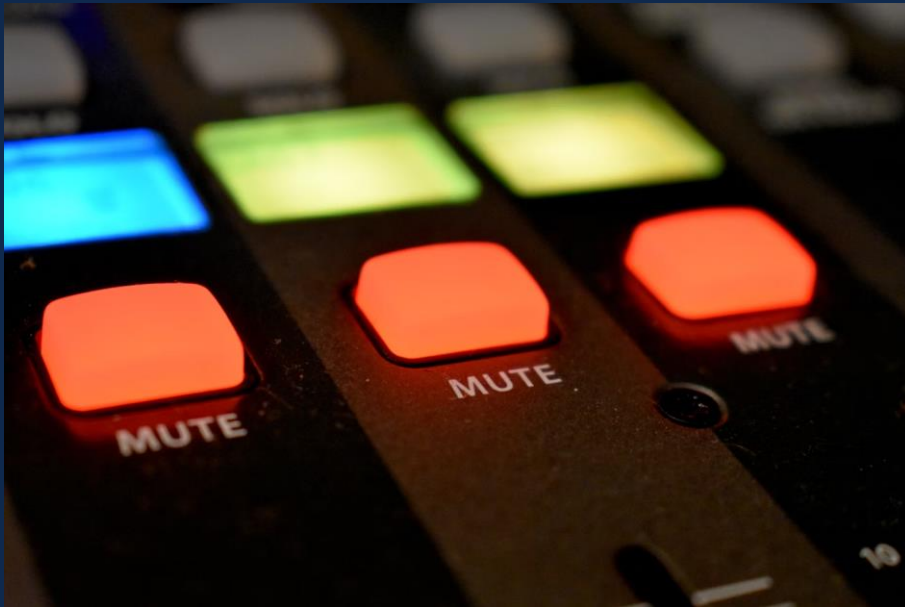
Deixar de Ouvir

Falar demais.

Demonstrar ausência de interesse.

Oferta ruim.

Ansiedade dominar.



Seja Intencional



Fale menos.

Escute mais.

Seja certeiro como um sniper.

Não tenha medo de ser você.



4) Focar só no produto



X Focar só no produto

Pessoas não compram o produto.

Compram o benefício.

A transformação.

A experiência, mesmo sem ter clareza disso.

Use a Empatia e Alteridade para vender



Imagine-se no lugar do investidor.

Pergunte: "E daí? Como isso beneficia meu cliente?"

Use também o pathos e não só o logos.

VAMOS PARA PARTE PRÁTICA!



FAÇA UM PITCH USANDO 4 PILARES



4



4



4



4

CAPTURE A ATENÇÃO

1 – Tiro de Alerta ou Para Cima

Chame a atenção do investidor.

Traga o contexto, prepare o terreno para falar do problema.

SEJA CLARO E OBJETIVO

2 – Qual o Problema você resolve?

“Pense no estilo Polishop”.

Transporte o investidor para a realidade, o momento de transformação.

TRAGA CREDIBILIDADE

3 – Fale da sua história e use prova social.

O quanto as pessoas gostam daquilo, foram impactadas.

Se você ainda não tiver resultados, traga testes, protótipo, outras formas de reforçar que a sua ideia é viável.

TRAGA A SOLUÇÃO

4 Para quem é o produto?

Transporte as pessoas do problema para solução.

E faça a oferta.



Eu sou o Caio da
manutenção, vim
fazer o conserto.



Eu vim consertar...

O seu dia!!



O seu dia!!





AGORA É A SUA VEZ

DE FAZER.

1 CHAME A ATENÇÃO DO INVESTIDOR

2 QUAL PROBLEMA VOCÊ RESOLVE?

3 MOSTRE O RESULTADO (SOCIAL E DADOS)

4 . TRAGA A SOLUÇÃO E FAÇA A OFERTA



ENTREGA PARCIAL: GRAVAÇÃO DE VÍDEO


ELEVATOR PITCH (ATÉ 3 MINUTOS).


PITCH MAIS LONGO (ATÉ 5 MINUTOS).



MUITO OBRIGADO!

Gabriel Renaud

 Instagram: @gabrielrenaudgv

 LinkedIn: gabrielrenaudgv

 gabrielrenaudgv@gmail.com

