

PITCH



Novembro 2019

PITCH

VIDA OU MORTE

Ninguém lembra de Pitch

**Você não tem uma
segunda chance de
causar a primeira
impressão**

Vida ou morte

Ninguém lembra de pitch

A 1a impressão é a que fica



<https://www.nytimes.com/2015/10/15/insider/1960-a-unique-and-promising-experiment.html>

BOTS, SOCIAL NETWORKS AND POLITICS IN BRAZIL

**A study on illegitimate interferences with the public debate
on the web, risks to the democracy and the 2018 elections**

August 20, 2017

<https://observa2018.com.br/wp-content/uploads/2018/07/robôs-ingles-1.pdf>



MAMONAS

O JORNAL DO TRABALHADOR
NOTÍCIAS populares

Queda de avião mata banda mais famosa do Brasil

De luta

"No campo acredita-se que eles morreram"

Casas de terror não sobrem por tempo limitado

A última entrevista foi pro NP
 Ganha glória de Mamonas

COBERTURA COMPLETA DA MORTE DOS MAMONAS NAS PÁGS. 3, 4, 5, 6 e 7

Ladrão atira no traseiro de tataro

Timão foi atropelado
 Seleção goleia

Massacre na Detenção

Veja como a polícia matou

O JORNAL DO TRABALHADOR
NOTÍCIAS populares

1.500

19.000 por unidade

São Paulo, quarta-feira, 24 de março de 1981 - Nº 18.000

Metralhadora Estrçalha 20 de uma vez só
Espingarda Tiro racha um cara em dois
Revólver Facão
Tresoição pega bem no coração
Corte serrilhado rasga e mutila

SOBRAM MORTOS NO IML!
 ULA DE CADA VECES ATINGE NÍVEL FORA DO CONTROLE

BAIXE
 MUDAM OS BANCOS DA APOSENTADERIA

CONFUSO
 SUITE DO FERNANDO PARECIA ATÉ MOTEL

Violência mortal: o atropelamento de um jornalista





PITCH[®] QUÂNTICO



Agosto 2019

O que?

Discurso

Apresentação

Como?

Narrativa

Storytelling

Fluxo-clareza-coerência-importância

CALL TO ACTION

Pitch - template

1. “Primeira impressão”
2. Qual é a oferta, para qual público, jobs, ganhos e dores
3. Diferenciais, barreira de entrada
4. Estimativa de mercado (se possível)
5. Estratégia de marketing
6. Estimativa de investimentos, modelo de investimentos
7. Equipe
8. Call to action
9. Dados de contato

PITCH

LEMBRETES:

1. Chegar chegando. “A 1a. Impressão é a que fica”.
2. Conte uma historia, não recite slides
3. Legitimidade, autenticidade, comprometimento
4. Você será o lider. Demonstre liderança (visão, inspiração, vontade)
5. Atenção para a linguagem corporal

Pitch – 1o slide

1. Saudação
2. Nome
3. Aviso, Noticia, Alerta ---→ IMPACTO

Pitch – 1o slide

1. Saudação
2. Nome
3. Aviso, Noticia, Alerta ---→ IMPACTO



Oferta



1. Qual é a oferta
2. Qual é o público, quem são os clientes
3. Jobs, pains, gains

Vantagens

1. Diferenciais
2. Unique Selling Proposition
3. Barreira de entrada – propriedade intelectual, ativo, especialização

Estimativa de mercado



TAM:

- Total Available Market
- > Focus on: **Total market / size**
- > Example: **Total LED Market**

SAM:

- Serviceable Available Market
- > Focus on: **Your own technology/ services**
- > Example: **The total living colours LED market** (Segment of total LED market)

SOM:

- Serviceable Obtainable Market
- > Focus on: **Which realistic market share** can be obtained by myself, considering competition, countries, trends, expected demand/forecast, my sales/distribution channels and other market influences?

Estratégia de marketing

1. Redes sociais/Email marketing/Cold call
2. Metas de seguidores/audiencia/engajamento/clicks
3. Metas de geração de leads (interessados identificados)

Investimentos

1. Estimativa total
2. Destinação dos investimentos
3. Tipo de investidor
4. Modelo de investimentos
5. % de participação disponibilizado
6. Valuation ??

Equipe

1. Foto
2. Nome
3. Cargo
4. Opcional: Frase ou resumo

CALL TO ACTION

FINAL

Agradecimento

Dados de Contato

PITCH[®] QUÂNTICO



Agosto 2019