

# FOCUS ELEVATOR PITCH

Come anticipato nella Guida, un *Elevator Pitch* è un'esposizione, supportata spesso da *slides*, con cui i promotori di un'iniziativa imprenditoriale presentano in un tempo contenuto (1-5 minuti) gli aspetti peculiari del progetto ad una platea di soggetti (finanziatori o investitori) potenzialmente interessati.

L'obiettivo è quello di **attirare l'attenzione** dell'interlocutore per prendere accordi con l'imprenditore per un successivo approfondimento delle informazioni sul *business*.

Un *Elevator Pitch* può essere fatto in presenza, *online*, o attraverso un video messaggio da inviare tramite *email* o da caricare su piattaforme *web* (es. *social network*).

## **La presentazione deve avere una sequenza logica.**

Prima di realizzare le *slide* è utile preparare un «brogliaccio» elencando tutti i contenuti basilari da presentare. È frequente che quando si partecipa ad una competizione o ad un evento di presentazione spesso gli organizzatori propongono un **template** con i contenuti minimi da presentare. Tuttavia, alcuni elementi possono non essere attinenti al vostro *business*, in tal caso non dovranno essere obbligatoriamente trattati. Viceversa, qualora si ritenga opportuno, possono essere inserite ulteriori informazioni non richieste nel *template* ma che comunque siano fondamentali per chiarire alcuni aspetti peculiari del vostro *business*.

## **Seguite l'ordine proposto dal template e valutate, se possibile, eventuali riorganizzazioni, aggiunte, eliminazioni in fase di definizione.**

Si conclude questa sezione fornendo alcuni suggerimenti sull'**editing**:

- ✓ **Attenzione alla dimensione e al formato delle slide.** Potrebbe capitare che durante la modalità presentazione (es. con l'uso di un proiettore o limiti previsti da piattaforme *web*) le diapositive vengano «tagliate» o modificate. Prevedere dunque sempre un margine all'interno della *slide* e utilizzare un formato *.pdf*.
- ✓ **Inserire in ogni slide il logo (anche provvisorio) della start-up o del progetto.** Ad eccezione della prima slide di copertina, dove il logo è posizionato solitamente in grande e al centro, è consigliabile inserire in logo nella parte destra della slide (in alto o in basso è indifferente).
- ✓ **Le slide devono avere un titolo.** Il titolo è una sorta di guida che rende chiaro all'interlocutore di cosa stiamo parlando. Il titolo deve essere breve, conciso e deve avere una dimensione più grande rispetto al contenuto.
- ✓ **Inserire la slide con i riferimenti per i contatti alla fine della presentazione** (*email*, *social network*, numero di telefono, sito *web*, ecc.)
- ✓ **Mantenere una coerenza grafica nelle slide.** Sviluppate una vostra forma grafica (*layout*, immagini, ecc.) e adattate titoli e contenuto a seconda delle vostre esigenze.

- ✓ Il **font**. Deve essere unico in ogni slide (Helvetica, Arial, ecc.) e la dimensione, sia per i titoli che per il corpo del testo, deve essere uniforme in ogni *slide*.
- ✓ L'**allineamento** può essere a sinistra, destra, centrato o giustificato.
- ✓ I **punti elenco**. Non usare i *bullet point* perché rendono "sgraziata" la vostra presentazione. Usarli solo se strettamente necessario (es. se c'è davvero un elenco che deve essere composto almeno da 3 punti).
- ✓ **Numerare le slide** per fornire i riferimenti agli interlocutori qualora richiedano maggior approfondimenti su alcuni punti trattati.
- ✓ **Numero di slide**. Non esiste un numero di *slide standard* per ogni presentazione che può variare a seconda del tempo che si ha disposizione per l'*elevator pitch*. La *golden rule* richiede che ad ogni minuto di presentazione deve essere dedicata una slide.
- ✓ **Non caricare le slide di parole**. È il relatore l'oggetto di attenzione da parte dell'interlocutore.
- ✓ **I contenuti devono essere chiari per chiunque**. Evitate dunque tecnicismi di difficile comprensione a chi non ha conoscenze sul tema. Laddove sia necessario il loro utilizzo, chiarire in maniera semplice e veloce il loro significato.
- ✓ **Inserire informazioni quantitative**. Le informazioni quantitative sono fondamentale per gli investitori che vogliono avere subito chiaro la dimensione del mercato e le stime economico-finanziarie.

Un *Elevator Pitch* è generalmente composto dalle seguenti sezioni:

## LA COVER PAGE

Introduce l'oggetto del «pitch» e contiene quindi:

- ✓ **Logo** dell'azienda o del progetto (solitamente posizionato in posizione centrale e grande).
- ✓ Il **nome** dell'azienda o del Prodotto.
- ✓ Eventuale sottotitolo o **slogan**.
- ✓ **Nome, ruolo e riferimenti** di chi presenta.

## IL PROBLEMA/ BISOGNO

È importante partire dal Problema e/o il bisogno che si vuole soddisfare, presentandolo in modo **diretto e chiaro**.

Le informazioni indicate nella slide devono essere **dimostrabili** e possibilmente **quantificabili** (dati sulla dimensione o evidenze qualitative sulla rilevanza e sul potenziale di crescita).

Infine occorre indicare chiaramente il **target di Clienti/utenti coinvolti**.

## LA BUSINESS IDEA

In questa sezione occorre spiegare in maniera chiara e concisa l'idea di *business*, il prodotto/servizio che ne deriva e **come risponde al problema e/o soddisfa il bisogno**.

Occorre presentare gli elementi principali che possono **motivare** il successo dell'idea. Indicare dunque la **value proposition** per il cliente tale da stimolare un comportamento di acquisto.

In particolare, occorre richiamare brevemente un eventuale vantaggio **tecnologico (o di altro tipo)** che sta dietro al prodotto

**Usare dati e immagini a supporto!!**

## LA SOLUZIONE

All'interno di questa sezione occorre indicare se si tratta di un **Prodotto** o un **Servizio**, come funziona e la **user experience** per il potenziale cliente.

È importante anche indicare lo **stato dell'arte** del Prodotto/ Servizio e il relativo **time to market**.

## INNOVAZIONE

Indicare gli **elementi innovativi e tecnologici** della vostra proposta e se vi è la presenza di una **tutela della proprietà intellettuale** (es. Brevetto, Copyright, ecc.).

Enfatizzare i principali elementi di vantaggio rispetto alla concorrenza evidenziando **cosa vi rende unici**.

## IL MERCATO

In questa sezione occorre evidenziare il **mercato di riferimento** nel quale la **start-up** andrà ad operare, la **sua dimensione**, la stima sui **trend futuri** di evoluzione e le barriere in ingresso<sup>1</sup>.

In questa sezione occorre anche indicare la **clientela target** alla quale ci si rivolge.

## LA CONCORRENZA

In questa sezione occorre fornire gli **elementi qualitativi/ quantitativi sulla concorrenza**<sup>2</sup>.

A supporto è utile usare **tabelle, diagrammi e immagini** che possano rendere più immediata la differenziazione della propria soluzione dalla concorrenza già presente sul mercato con soluzioni che vadano a soddisfare lo stesso bisogno (es. **tabelle di comparazione, mappe di posizionamento**, ecc.).

---

<sup>1</sup> Per approfondimenti si veda § 3.3 (pagg. 66-68)

<sup>2</sup> Si ricorda che la concorrenza si divide in **diretta** e **indiretta**. Per approfondimenti si veda § 3.3 La fattibilità di mercato (pp. 68-75).

## IL MODELLO DI BUSINESS<sup>3</sup>

In questa sezione occorre indicare in linea generale il modello di *Business* (o **revenue model**) in modo da descrivere come saranno generati i **guadagni** o se il progetto ha o può avere una certa **scalabilità**.

**È importante indicare il prezzo al quale si intende offrire la propria soluzione e se è in linea con il prezzo sostenibile dal mercato!!**

## MILESTONES E SVILUPPO

In questa sezione occorre indicare i **risultati raggiunti** (es. prototipi, indagini, contatti, *partnerships*, ecc.) per il Prodotto/Servizio offerto e i **risultati che si vogliono raggiungere nel breve- medio periodo** (es. numero utenti, oggetti prodotti, efficienza, validazione, ecc.).

Operando in un mercato competitivo è importante anche evidenziare agli interlocutori come si pensa di mantenere nel tempo il **vantaggio competitivo** rispetto alla concorrenza (es. nuove migliorie, nuovi Prodotti/Servizi, ecc.).

Indicare infine quali potranno essere i futuri **step di sviluppo** (R&S, Marketing, Vendite, Fornitori, Produzione, ecc.)

## FINANCIALS

In questa sezione occorre richiamare:

- ✓ **Costi, Ricavi e margini di utile** stimati per il vostro *business* nell'arco di analisi (3-5 anni).
- ✓ **Il fabbisogno finanziario complessivo**, quanto è il **contributo dei soci**, quanto è **richiesto ai finanziatori**, e come sarà ripartito finanziamento all'interno dell'attività di *business*.
- ✓ **Il Break Even Point**
- ✓ Eventuali strategie di **exit** per gli investitori, qualora presenti.

I dati dovranno essere supportati da grafici per rendere chiaro e immediato la comprensione (es. diagrammi a torta, istogrammi).

## IL TEAM

In questa sezione occorre presentare il *team* direttamente coinvolto nel *business*.

Generalmente questa slide presenta la **foto** dei membri con indicazione del **nome, cognome, titolo qualificante**, il **ruolo** che svolgono nell'ambito del progetto o della *Start-up* e l'**impegno** (*fully committed*, tempo parziale, ecc).

È importante che durante il pitch vengano valorizzare le singole competenze (*hard* e *soft skills*) specifiche per la buon riuscita dell'idea di *business*.

---

<sup>3</sup>In questa sezione va riassunto ciò che è descritto all'interno del Focus- Il modello di *Business*.

Possono essere indicate anche eventuali collaborazioni esterne (*staff esterno*) o competenze attualmente carenti ma che saranno acquisite in futuro.

***Si ricorda che il Team deve essere un gruppo multidisciplinare e determinato!!***

A supporto viene fornito un *template* che può essere seguito per preparare l'elevator pitch

LOGO

Nome azienda/prodotto/progetto

Sottotitolo e/o *slogan*

Nome, ruolo e riferimenti di chi presenta

## IL PROBLEMA/ BISOGNO

Descrivere a quali bisogni risponde la soluzione proposta fornendo i dati di mercato.

# LA BUSINESS IDEA, LA SOLUZIONE, L'INNOVAZIONE

Spiegare l'idea di *business* e il prodotto/servizio che ne deriva e come questo soddisfa il bisogno.

Descrivere il funzionamento del prodotto/servizio e la *value proposition* e la *user experience* per il cliente.

Citare gli elementi innovativi e tecnologici della soluzione.

## IL MERCATO

Descrivere il mercato di riferimento, la sua grandezza, il livello di maturità, i *trend* futuri e le barriere all'ingresso.

Descrivere il *target* di clientela.

# LA CONCORRENZA

Fornire dati ed elementi qualitativi/ quantitativi sulla concorrenza.

## MODELLO DI BUSINESS, MILESTONES E SVILUPPO

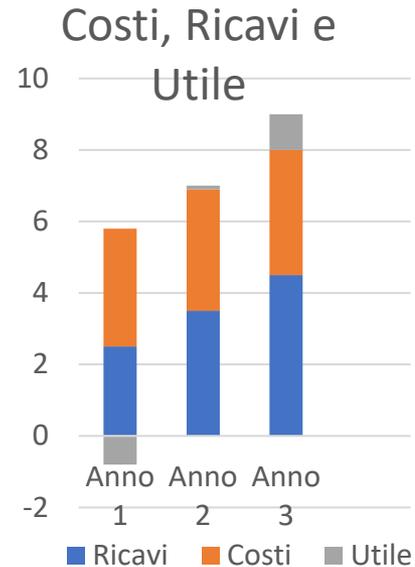
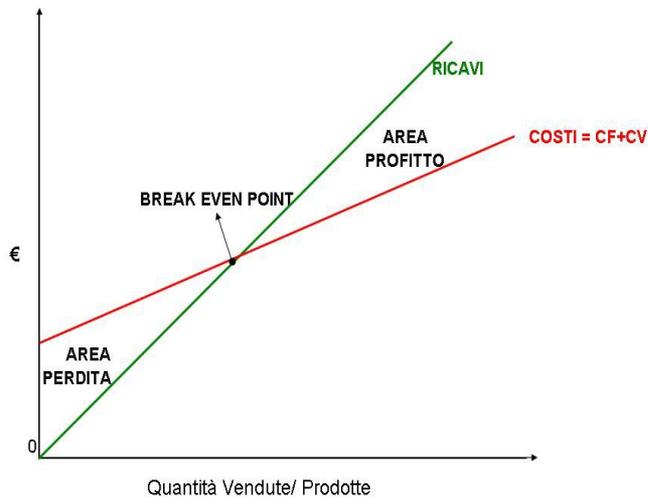
Descrivere il modello di business e la sua scalabilità.

Descrivere i risultati raggiunti e che si vogliono raggiungere nel breve-medio periodo.

# DATI ECONOMICO- FINANZIARI

Descrivere quali sono i principali costi e ricavi, i margini di utile e il *Break Even Point*.

Descrivere il fabbisogno finanziario, la sua ripartizione e quanto è richiesto a titolo di finanziamento.



## IL TEAM

Rappresentazione dei membri del *team* (con esposizione delle competenze possedute, mancanti o carenti, e del livello di impegno nel *business*).

## RINGRAZIAMENTI E CONTATTI

