



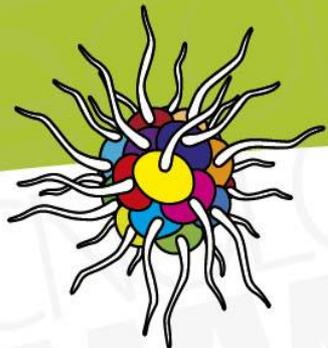
CONTAMINATION LAB COSENZA

uno spazio per l'innovazione e la tua creatività

Elevator Pitch

Forma e contenuti per presentare in 5' un'idea imprenditoriale

clab.unical.it

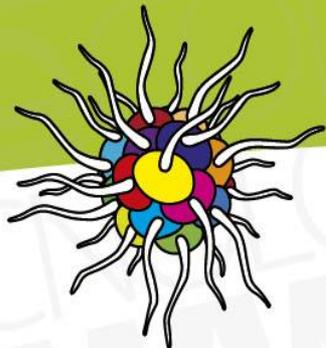


Cos'è un Elevator Pitch ?

Breve presentazione (15" – 5' – 15')

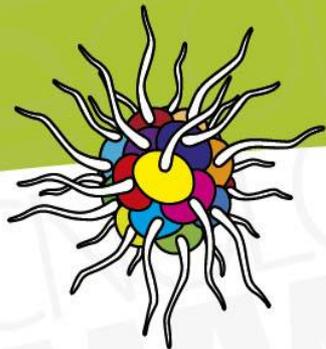
per **suscitare interesse** in un'idea/prodotto/impresa
nel tempo di "un incontro in ascensore"





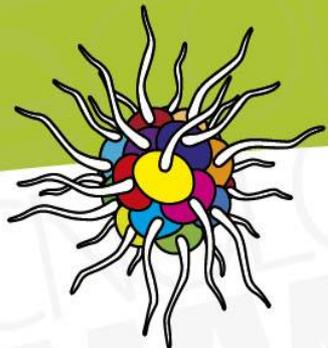
Elevator Pitch

- Presentazione rivolta ad investitori (ma anche a partner, altri operatori, ...)
 - Concludere un contratto **al volo**? **NO**
 - Ottenere un secondo **appuntamento**? **SI**
 - Fornire **tutti** i dettagli della vostra proposta? **NO**
 - Fornire gli elementi **essenziali**? **SI**
 - Potenziale di sviluppo dell'idea
 - Validità del team
 - Alla fine, prendere soldi? **SI**



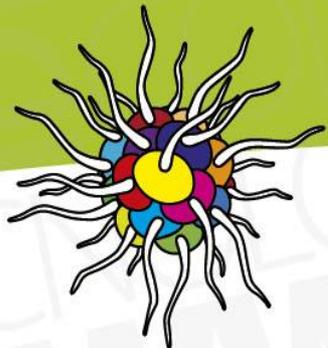
Presentazioni ... per tutte le occasioni

- **Executive summary** (1-2 pagine)
 - Primo contatto, email (personalizzata!!)
- **Pitch** (10-15 slides)
 - Primo incontro, nessuna riservatezza
- **Business Plan** (30-40 pagine)
 - Su richiesta



Perché è importante curare la presentazione?

- Un "investitore" considera solo una piccola percentuale delle proposte ricevute
 - Prodotto innovativo
 - Mercato importante
 - Team affidabile e qualificato
- e investe in una percentuale ancora più piccola
 - Vantaggi competitivi chiari e difendibili
 - Piani di sviluppo credibili



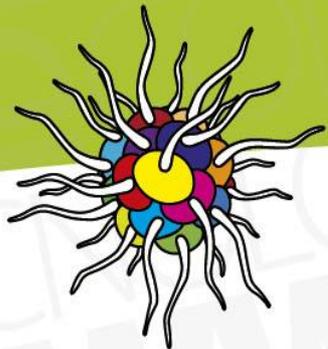
Ad esempio, alla Start Cup Calabria ...

(un percorso di accelerazione presenta qualche analogia con l'approccio di un investitore)

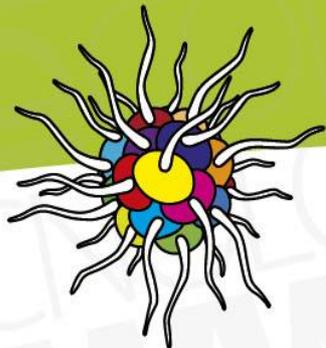
- **Feedback** individuali per tutti (100 idee)
- **Approfondimenti** per 40 idee
- **Formazione intensiva** per 20 idee
- **Opportunità** per 10 idee → 10%
- **Premi immediati** per 3 idee → 3% !!!



Curare forma e contenuti delle presentazioni !!!



Suggerimenti per il ... public speaking



Cattura l'interesse

Racconta una storia

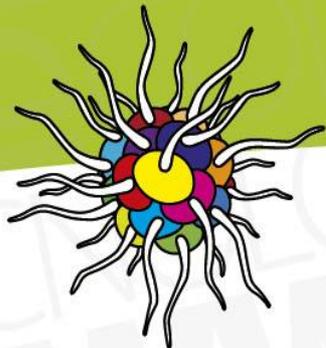
Costruire una sequenza narrativa

Preparare uno *story board*

Catturare (e richiamare) l'attenzione

Usa i titoli

Chiariscono la sequenza

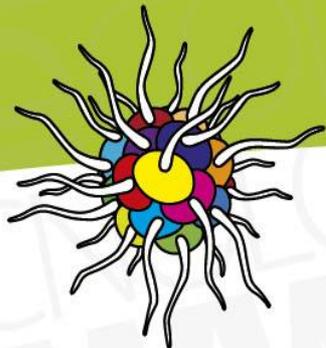


Parla come mangi

JPR è un sistema per **basi di dati deduttive**
basato sulla **programmazione logica**
disgiuntiva che offre un **front-end** a diversi
formalismi di **knowledge representation**

EVITA espressioni gergali !!!

Adatta la descrizione all'interlocutore

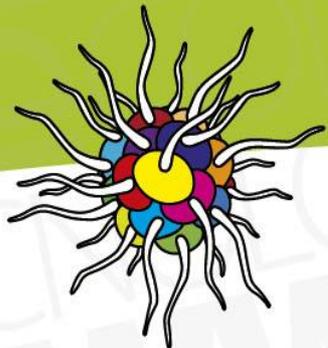


Prova a leggere tutto questo ...

Il Liaison Office d'Ateneo svolge attività di supporto alla progettualità d'Ateneo e fund raising di finanziamenti pubblici a sostegno di progetti di R&ST, con l'obiettivo di favorire un adeguato coinvolgimento delle varie strutture dipartimentali nella progettazione di interventi con valenza inter-disciplinare, che consentano di valorizzare a pieno le competenze scientifiche e tecnologiche dell'Ateneo.

In particolare, l'attività riguarda:

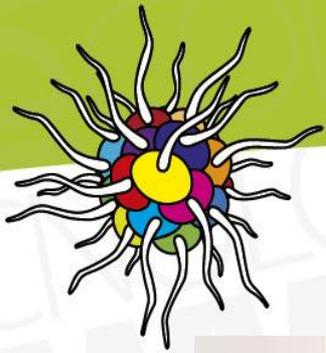
- l'Assistenza di base (Help Desk volto ad identificare la fonte di finanziamento più adeguata all'idea progettuale; Assistenza all'interpretazione del Bando e risposta a quesiti specifici);
- l'Assistenza Tecnica (Ricerca Partner; Supporto alla stesura della proposta progettuale - sezioni amministrative e tecniche; Supporto all'uso di sistemi informatici per la presentazione delle candidature; Supporto in fase di approvazione di un progetto, negoziazione e stipula del contratto con l'ente erogatore).



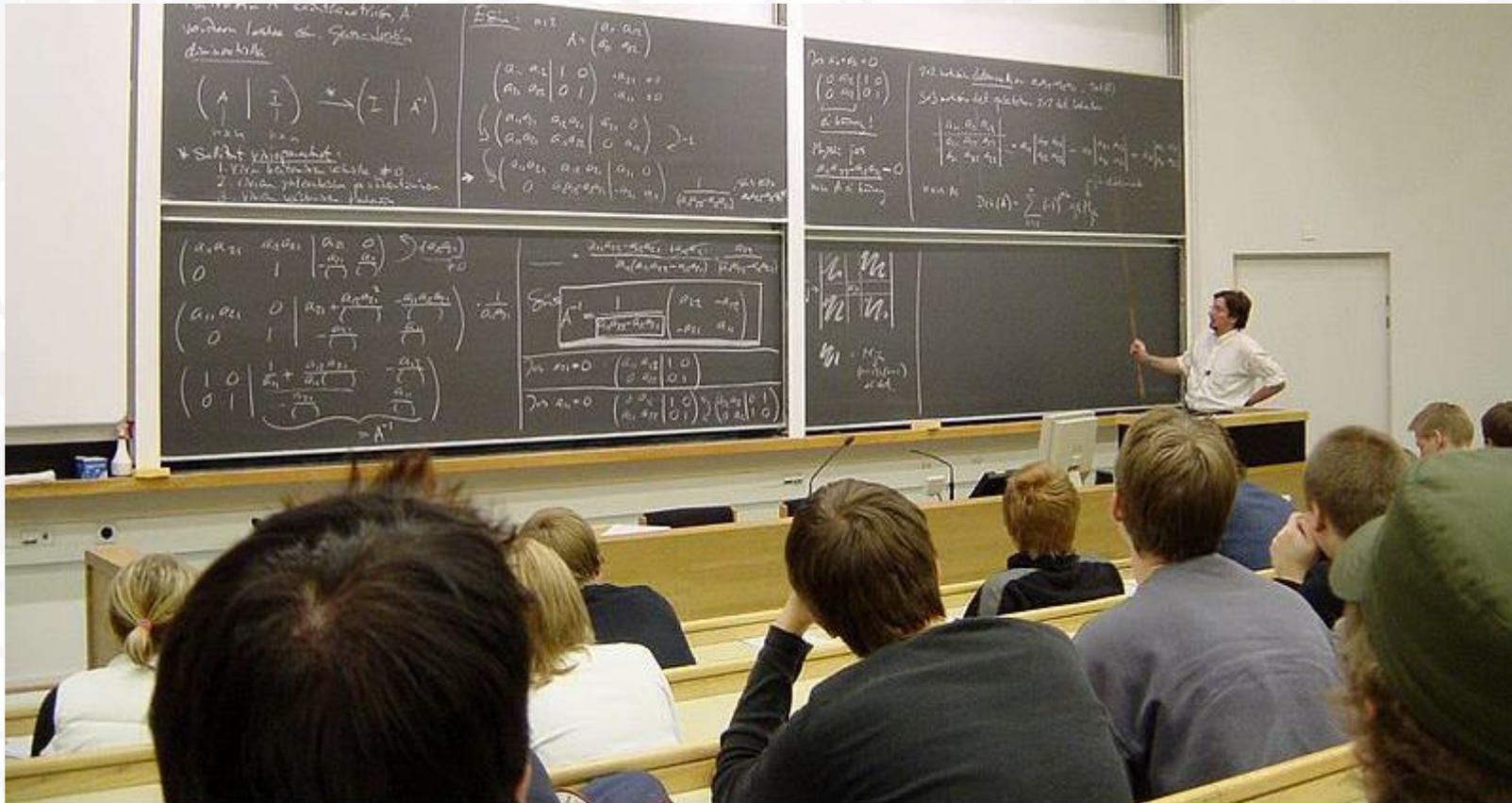
Less is more

Liaison Office di Ateneo

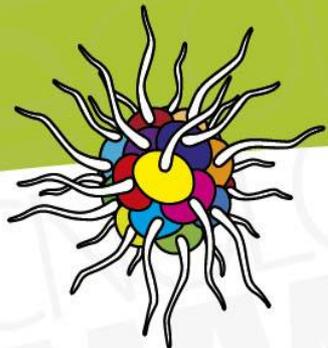
Accesso ai fondi per la ricerca e sviluppo



Parla al pubblico



- Contatto visivo
- Modulazione della voce
- Posizione e postura
- Gestualità



Immagini

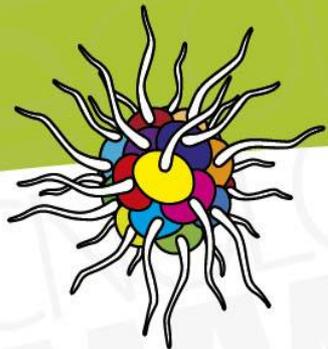
- Espressive, non banali
- Considera i diritti d'uso
 - Licenze commerciali
 -  creative commons
- Fotolia, Stock.XCHNG, Flickr



Spazio alle immagini

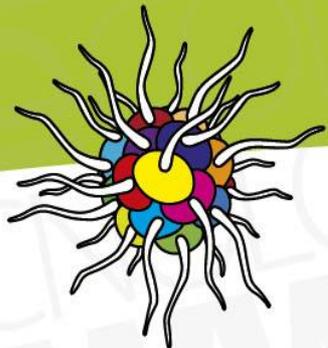


**COMUNICAZIONE
NON VERBALE**



Numeri

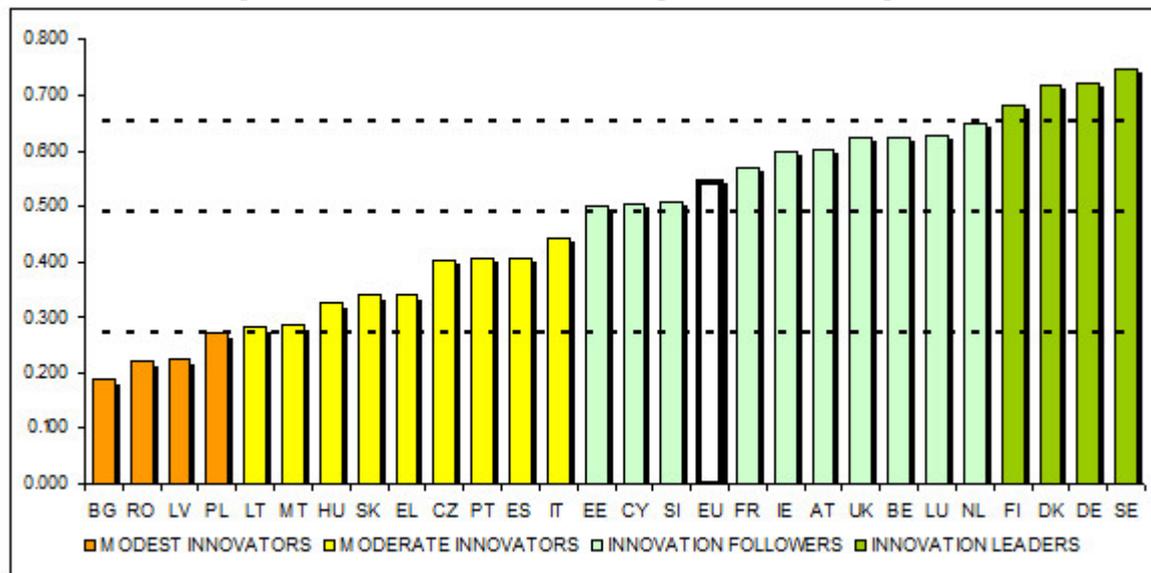
- Pertinenti per il problema / tema
- Rilevanti per l'interlocutore



Grafici, torte, diagrammi

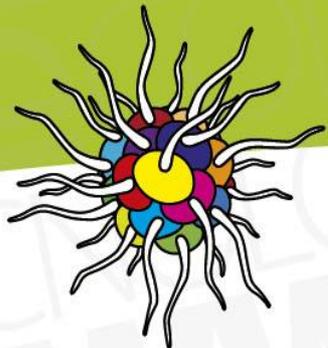
- Molto utili ma solo se:
 - Immediatamente comprensibili
 - Per concetti non esprimibili con poche parole

- Esempio
 - al posto di:



?!?

- meglio: Italia – paese innovatore moderato
(Fonte: Innovation union scoreboard 2013)\



... ultimi consigli

Regola 10/20/30 (Guy Kawasaki) (adattata al CLab)

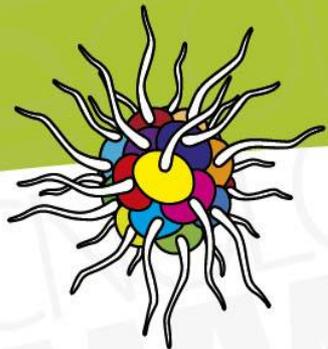
non più di 10 slide → focalizzazione

non più di 20 minuti (5' x CLab) → livello attenzione

font 30 punti (font grande) → semplici, concisi e diretti

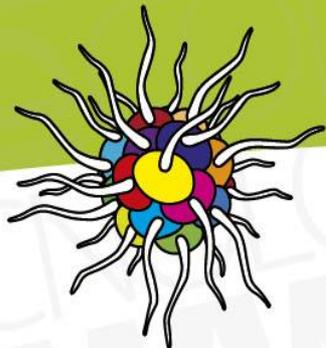
Esercizio, esercizio, esercizio!!

NON improvvisate - è molto importante provare e riprovare tempi e contenuti della presentazione



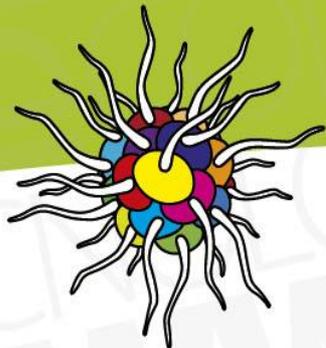
Elevator Pitch in una frase

Costruire una presentazione efficace
in una frase / SMS / Twit



Case study

- *RaccontamiCalabria*
 - Presenta storie e leggende, con cenni storici, non da enciclopedia ma da intrattenimento, come i “racconti del nonno”
 - Raccoglie storie di luoghi storici, monumentali, beni culturali e artistici ma anche di angoli di vita quotidiana
 - Costruisce itinerari. Mostra in ordine di distanza i luoghi per i quali è disponibile una storia.
 - E' costituito da un portale web con app per iOS e Android con testi, audio, mappe, blog
 - Modalità elaborazione collettiva di testi e votazione



Elevator pitch “in una frase”

Elevator Pitch sentence structure:

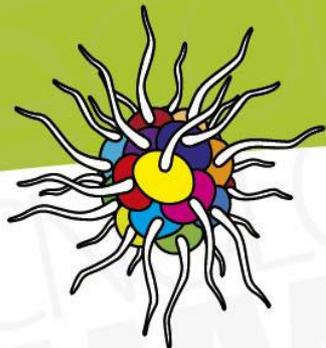
FOR (target customer), WHO HAS

(customer need), (product name) IS A

(market category) THAT (one key benefit).

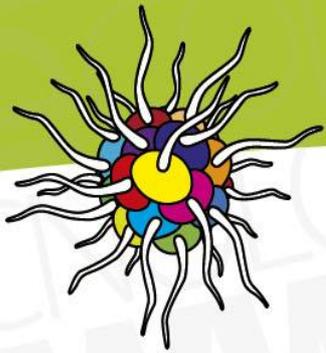
UNLIKE (competition), THE

PRODUCT (unique differentiator).



RaccontamiCalabria ... in poche parole

PER turisti e viaggiatori CHE SONO curiosi della
vita di luoghi e itinerari, RaccontamiCalabria È
UNA audioguida per web e smartphone CHE
offre centinaia di storie appassionanti INVECE
DEI dati enciclopedici DELLE altre guide
turistiche web e tradizionali



15" Elevator Pitch

Mappa visuale in 3 step
per presentare un'idea/prodotto
centrata sul cliente

Elemento chiave da
trasmettere al cliente
(Twitter friendly)

3 benefici chiave

contenuta
in una pagina

favorisce
interazione

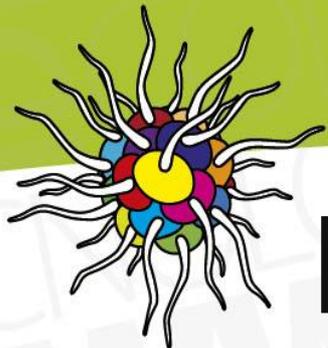
chiara
struttura

elementi
di supporto

Su carta, lavagna, ipad
Facilmente distribuibile

Per singoli / gruppi
In presenza/distanza

Semplice
Iterativa



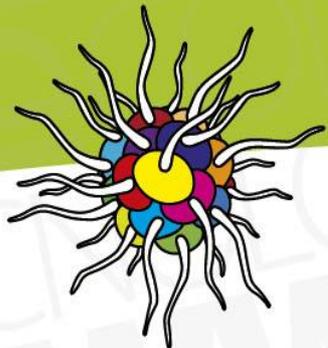
RaccontamiCalabria in 15" (1)

- Esempio
 - Frase chiave
 - Con RaccontamiCalabria scopri la storia appassionante dei tuoi itinerari
 - 3 caratteristiche
 - Centinaia di luoghi della storia e del presente
 - Accesso gratuito
 - Fruibile su podcast, web e smartphone



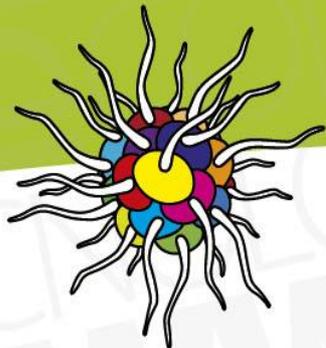
RaccontamiCalabria in 15" (2)

- Esempio
 - Frase chiave:
 - RaccontamiCalabria è l'audioguida (gratuita) per turisti curiosi di centinaia di luoghi della storia e del presente in Calabria
 - 3 caratteristiche
 - Racconta una storia appassionante
 - Costruisce itinerari personalizzati
 - Fruibile su podcast, web e smartphone



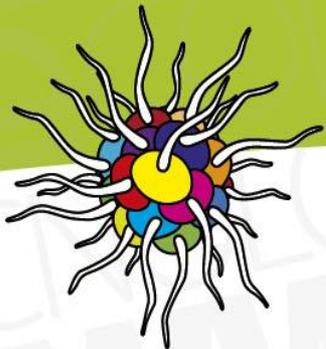
Contamination Lab in 15"

- Esempio
 - Frase chiave
 - Il Contamination Lab Cosenza è un ambiente stimolante per progetti di innovazione imprenditoriale e sociale
 - 3 caratteristiche
 - Aperto a studenti e neo-laureati dinamici, competenti e motivati
 - Organizzato in gruppi di lavoro multidisciplinari
 - Sviluppato per cicli semestrali



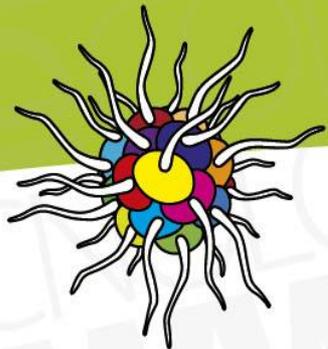
TweetPitch

- Presenta la tua idea con 140 caratteri
 - Includi il nome del prodotto / servizio
 - Adotta il punto di vista dell'utente
 - Evidenzia almeno un vantaggio innovativo
 - Identifica *headline* del tuo prodotto/servizio



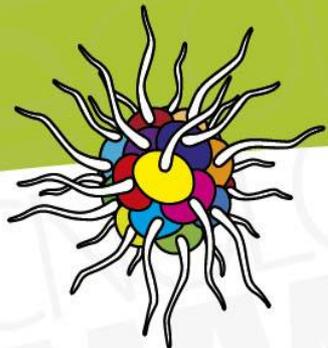
Elevator Pitch

10 slides in 5'



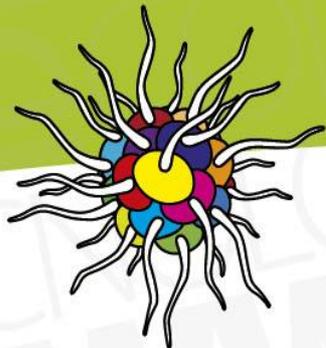
Logo, nome prodotto

- Titolo
 - richiama il nome del prodotto/servizio
 - riassume funzione / utilità dell'innovazione
- Nome, ruolo e contatti di chi presenta



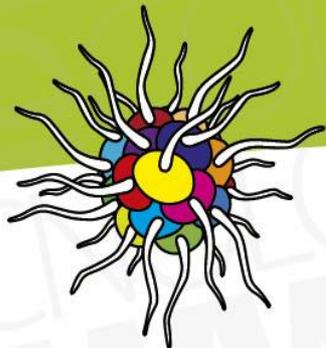
Bisogno / problema

- Qual è il bisogno / problema che si vuole affrontare?
 - Presentare il problema in modo **semplice e chiaro** anche per non addetti ai lavori
 - Bisogno/problema **dimostrabile**, ove possibile documentarne la rilevanza, con dati da ricerche od evidenze qualitative sul **mercato** e sul potenziale di crescita
 - Clienti/utenti, identificare gruppi di clienti che operano in modo diverso



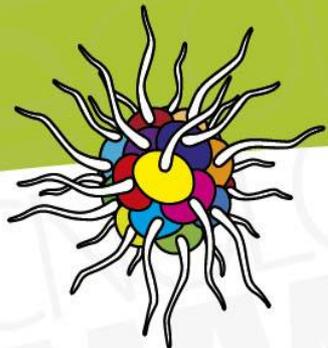
Idea (diretta, chiara e motivata)

- Presentare la “propria” soluzione al problema
 - Spiegare in sintesi estrema l’idea di business, il prodotto/servizio che ne deriva e **come risponde al problema**
 - Presentare gli elementi principali che possono **motivare** il successo dell'idea
 - La **tecnologia** che sta dietro al prodotto (da dove deriva, come difenderla, alternative, ulteriori sviluppi, ...)
 - Dati e immagini possono aiutare



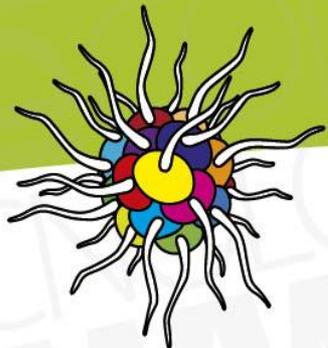
Funzionamento (la ricetta magica !)

- Spiegare il funzionamento ed il valore del prodotto/servizio proposto
 - Dal punto di vista del vostro utente di riferimento
 - Enfatizzando, ove opportuno, il confronto con la concorrenza
 - Metrica: cosa fate (“più/meno” e) “meglio” dei concorrenti?



Concorrenza

- Fornire dati ed elementi qualitativi / quantitativi su:
 - Posizionamento nel proprio mercato
 - Concorrenza in campo
 - Forze in gioco e loro intensità relativa
- Considerate che
 - Esistono sicuramente altri concorrenti
 - Il “non uso” può essere un ostacolo rilevante
 - Cosa succede se (Google / CocaCola / ...) lo fa



Concorrenza

- I dati sulla concorrenza potrebbero essere presentati sinteticamente con un grafico o una tabella

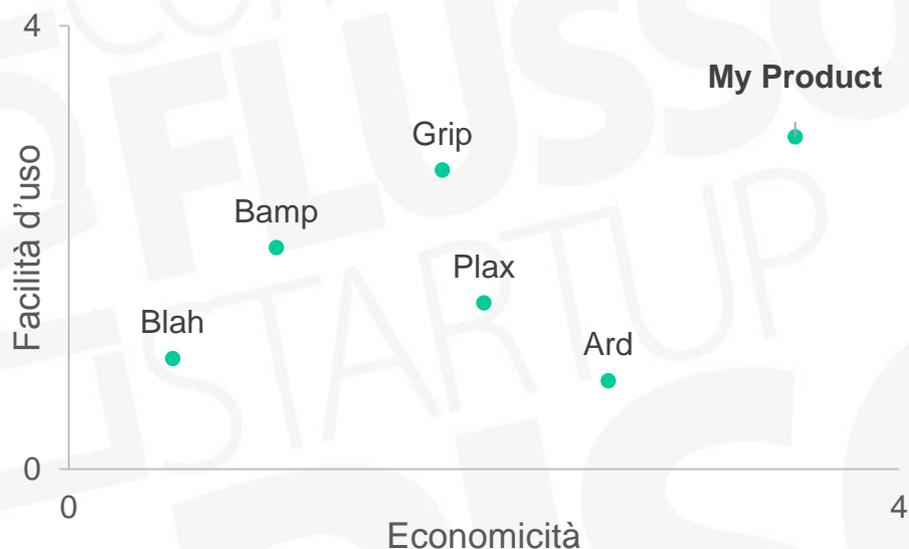
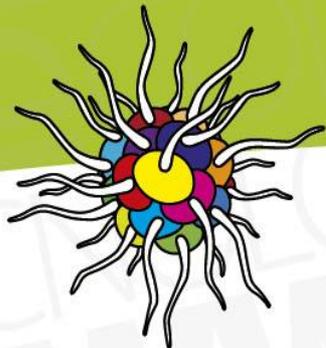


Grafico da usare quando è possibile individuare due caratteristiche importanti sulle quali fare il confronto (ovviamente in modo favorevole 😊)

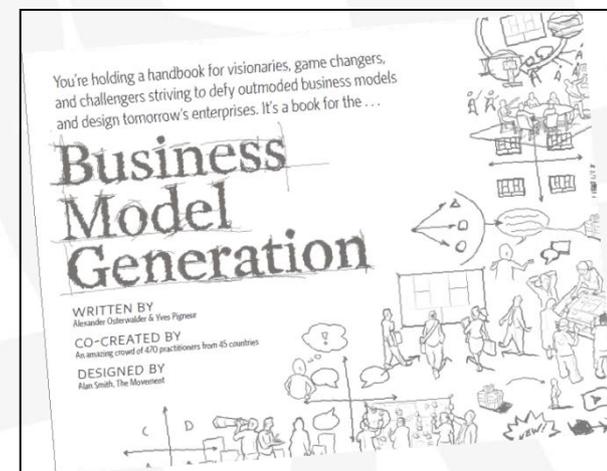
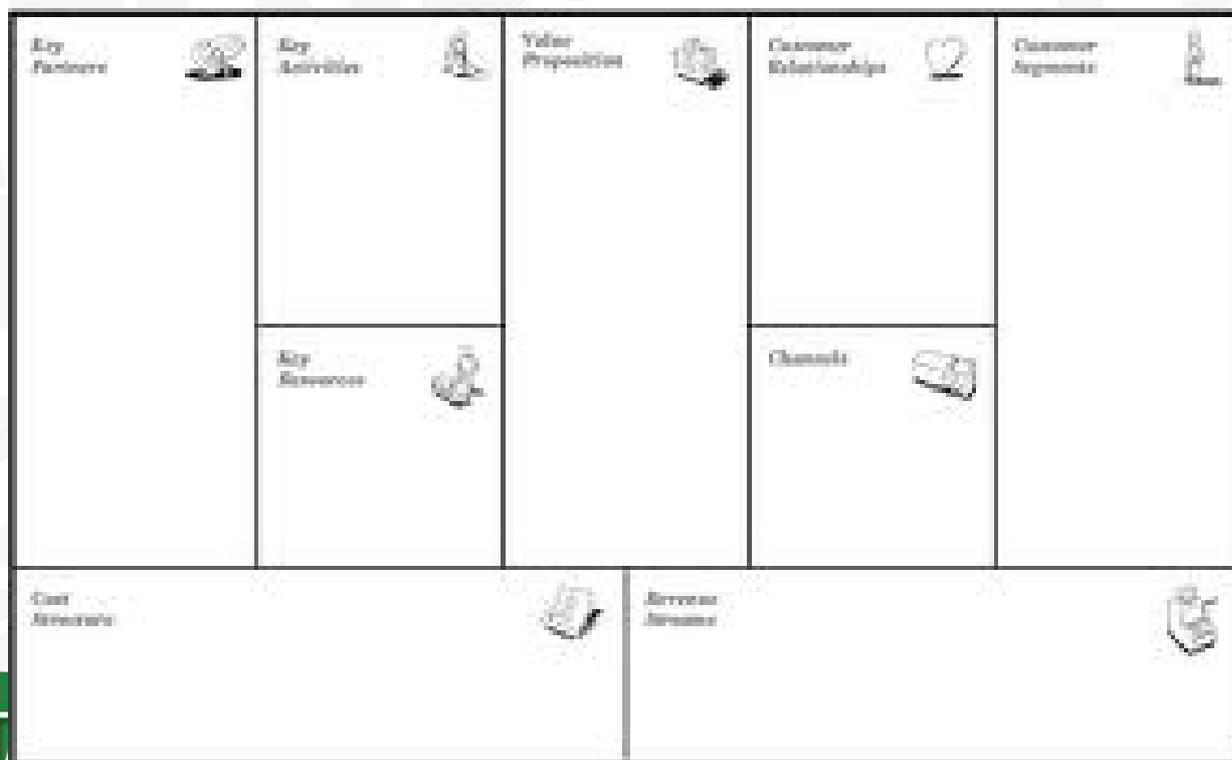
Prodotti	My Prod	Grip	Plax	Bam	Ard
Funzionalità 1	•	•	•	•	•
Funzionalità 2	•	•	•		
Funzionalità 3	•	• parziale			
....	•	•			
Funzionalità n	•				

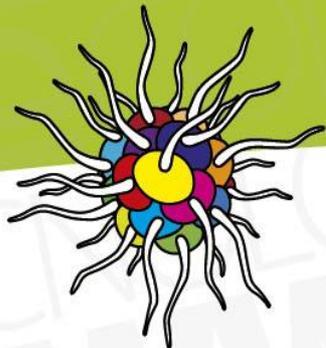
Tabella da usare per evidenziare il confronto (favorevole) su un insieme di funzionalità / caratteristiche



Modello di Business

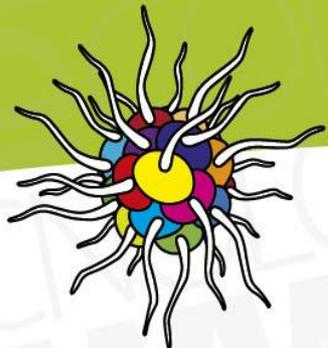
- Un modello di business descrive la logica con cui un'organizzazione crea, offre e cattura valore
 - Spiegare in poche righe quali sono le **linee di ricavo** e come fate a generarle. Che tipo di modello ?





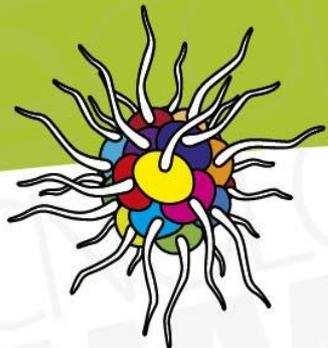
“Piani” di sviluppo

- Presentare le linee di sviluppo sia del prodotto che di accesso al mercato, acquisizione utenti, ...
- Chiarire come il vantaggio competitivo viene mantenuto/rigenerato nel tempo
 - Avete considerato tutti gli aspetti coinvolti?
 - R&S, Marketing, Vendite, Fornitori, Produzione, ...



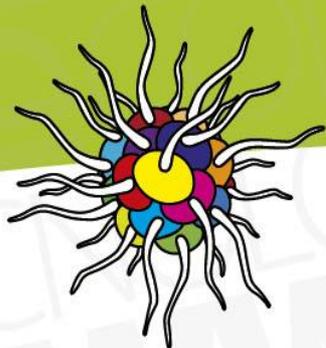
Descrizione del Team

- Breve descrizione del team
 - Nome, (Foto), Ruolo e Competenze
 - Altre figure ricercate (eventuali, non chiave)
- Con l'obiettivo di evidenziare
 - Competenze disponibili (diversificate)
 - Ruoli e carico di lavoro (almeno all'inizio)
 - Impegno del team (al 100%)
- Tenendo presente possibili criticità
 - Che succede se finiscono i soldi, i soci trovano lavoro,



Milestones Investimento richiesto

- Risultati raggiunti finora
 - Prototipi
 - *Pre-totype it*
 - Indagini, contatti
- Obiettivi che si vogliono raggiungere
 - Metriche (n. utenti, efficienza, validazione, ...)
 - Tempi
- Quantificare il finanziamento necessario



... e questo è tutto

grazie dell'attenzione!

Presentazione disponibile

sul sito: clab.unical.it

su facebook: fb/groups/CLabCosenza