



Noviembre
DE EMPRENDEDORES
qué puedo dar, qué necesito



**CUBA
EMPRENDE**

GUÍA PRÁCTICA

**CÓMO PRESENTAR SU
EMPRESA EN DOS MINUTOS**

CON EL DISCURSO ELEVADOR

¿QUÉ ES UN ELEVATOR PITCH Y POR QUÉ LO NECESITAMOS?

Una herramienta de venta

Una habilidad comunicacional

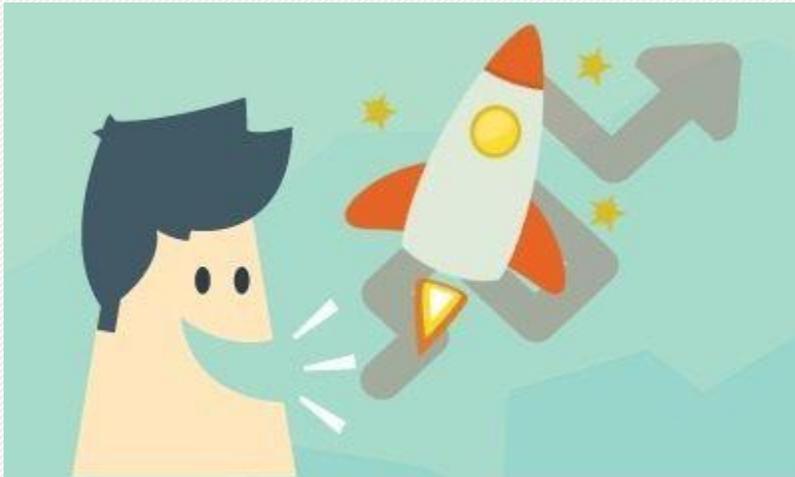
Un gancho para captar interés

Un generador de oportunidades

Un resumen de nuestra
persona o negocio

El discurso elevador es un mensaje bien definido y que incluye elementos claves (de una persona o negocio) descritos de manera clara y concisa, y que es comunicado con facilidad a otros.

¿QUÉ ES UN ELEVATOR PITCH Y POR QUÉ LO NECESITAMOS?



FUTUROS INVERSIONISTAS

CLIENTES POTENCIALES

ENTREVISTA DE TRABAJO

CONOCER A UNA PERSONA

Es la forma en que describe su negocio en el corto tiempo que toma un viaje en ascensor. Es una herramienta tan poderosa que podrá ser utilizada en diferentes escenarios de su vida.

¿QUÉ NECESITAS PARA UN ELEVATOR PITCH EFECTIVO?

1. **Presentación:** una breve presentación de ti mismo y/o de tu empresa.
2. **Problema:** cuál es el problema o la necesidad que has detectado y quiénes serán los beneficiarios de este problema.
3. **Solución y valor diferencial:** cómo en la práctica vas a resolver este problema y satisfacer al cliente o mercado, qué valor vas a aportar y por qué eres diferente.
4. **Vías, recursos y necesidades:** cómo vas a implementar tu idea, con qué cuentas para ello y qué necesitas para llevar a término tu proyecto.
5. **Modelo de Negocio:** cómo obtendrás ingresos.
6. **Llamado a la acción:** entregarle la tarjeta de presentación, entregar una muestra del producto o sugerir que comparta la información con su entorno.

¿CÓMO REDACTAR UN BUEN ELEVATOR PITCH?

Un buen elevator pitch debe redactarse teniendo en cuenta los siguientes elementos:

Conciso

Expresa un concepto de forma breve. No debe contener más de dos párrafos.

Claro

Fácil de entender por aquellos que no se encuentren involucrados en el negocio.

Concreto

Un discurso del elevator efectivo se reduce a lo esencial de la idea o el negocio.

Competente

Está hecho a la medida de su audiencia.

Conceptual

Mantiene un alto nivel de información pero no llega a un nivel amplio de detalle o técnico.

Creíble

Explica que usted está calificado en la situación que plantea y con capacidad para construir la solución.

La forma como entregue su mensaje generará el interés de sus receptores y tendrá una gran influencia sobre ellos.

EJEMPLOS DE UN ELEVATOR PITCH

El discurso “todo propósito”

Si tienes un discurso genérico, este formato te proporcionará una manera clara e intuitiva de cubrir todos los temas de conversación, lo que te permite ampliar fácilmente la información de tu producto y podrás contar con las piezas en función de tu público objetivo.

Estructura del template:

Mi nombre es [TU NOMBRE], fundador de [TU COMPAÑÍA]. Ofrecemos [PRODUCTO/SERVICIO] para [PÚBLICO OBJETIVO] para [PROPUESTA DE VALOR].

A diferencia de [NOMBRE DE TU COMPETENCIA], nosotros ofrecemos [DIFERENCIA CLAVE]. Y recientemente [LO QUE OFRECES].

[LLAMADO A LA ACCION]

EJEMPLOS DE UN ELEVATOR PITCH

El discurso de “ventas”

Abrir con una pregunta hipotética te permite establecer qué tan calificado estás para el cliente, creando en él una perspectiva que potencialmente hará que te escuchen de manera más activa. Puedes personalizar tu enfoque de acuerdo a la forma en la que te identificas con el problema al que buscas darle solución.

Estructura del template:

¿En algún momento ha [SITUACIÓN CON LA QUE LA AUDIENCIA SE SIENTA IDENTIFICADO]?

[ESPERA UNA RESPUESTA]

[NOMBRE DE LA COMPAÑÍA] ofrece [PRODUCTO] para [PÚBLICO OBJETIVO] que busquen [BENEFICIO].

Aunque existe [ALTERNATIVA/NOMBRE DE TU COMPETENCIA], [TU PRODUCTO] es [DIFERENCIADOR CLAVE].

[LLAMADO A LA ACCIÓN]

UN ELEVATOR PITCH EFECTIVO



UN ELEVATOR PITCH EN LA PRÁCTICA

ALGUNOS ERRORES FRECUENTES

1. No tener un discurso:

Tener un discurso, permite mostrar conocimiento de su producto, seguridad a la hora de presentarlo y generar más respuestas que preguntas en su interlocutor.

2. Perderse en el cómo:

Tiene que ver con irse por las ramas sin llegar a lo que el interlocutor necesita escuchar para interesarse por el producto, servicio o proyecto que se está presentando.

3. No tener credibilidad:

Nadie escucha y menos apuesta sobre una idea, servicio, producto o proyecto que es presentado de manera poco clara y crea dudas en el interlocutor.

4. No responder el Qué:

Muchos discursos nunca explican el producto o servicio que se ofrece. Es el QUÉ, el que da sentido al discurso y enmarca la necesidad que se está cubriendo.

5. No hacer el mensaje a la medida de su audiencia:

Muchos discursos se hacen a la medida de quién lo está presentando, así que es importante construirlo a partir de las dudas del otro y no de las propias.

6. Prometer más de lo que puede dar:

Es muy importante sonar convincente y entusiasta durante el discurso, pero es importante no confundir este entusiasmo con promesas que no puede cumplir.

CONSEJOS PARA QUE UN ELEVATOR PITCH ENGANCHE

Pasión: El tono de la voz, las palabras que empleas, el lenguaje corporal.

Naturalidad: Sé de manera coloquial, cálida. Sin lucir forzado o como un robot.

Confianza: Demuestra que sabes de lo que hablas, que dominas el tema y el entorno.

Creatividad: Prepárate para improvisar si es necesario y llevar el tema a la línea que ya tienes en mente.

Retroalimentación: Antes de presentarlo al objetivo final, ensaya con familiares, amigos, colegas. Ellos pueden ser de gran ayuda.

Previsor: Piensa en posibles preguntas que te puedan hacer y ten dominio de las respuestas adecuadas a dar.

Idea Clara + Acción + Comunicación Efectiva = + Posibilidades de Éxito



Noviembre
DE EMPRENDEDORES
qué puedo dar, qué necesito



**CUBA
EMPRENDE**

GUÍA PRÁCTICA

**CÓMO PRESENTAR SU
EMPRESA EN DOS MINUTOS**

CON EL DISCURSO ELEVADOR