

TEMPLATE DI PITCH DECK



DISCLAIMER

Le seguenti indicazioni sono solo **LINEE GUIDA**, questa struttura **NON è obbligatoria**.

Sentiti libero di cambiare l'ordine e il numero delle diapositive in base alle esigenze specifiche del tuo business e della tua narrazione.

L'importante è che vengano fornite tutte le informazioni rilevanti relative alla tua idea imprenditoriale.

COVER SLIDE

Questo è il primo contatto che il pubblico ha con la tua idea, considerala come un biglietto da visita!

Dovrebbe riflettere la personalità del tuo brand: **rendila diretta e accattivante.**

Questa prima diapositiva deve contenere elementi quali:

- Nome dell'azienda
- Slogan
- Logo

PROBLEMA – OPPORTUNITA'

Qual è il **PROBLEMA** che stai cercando di risolvere / il **BISOGNO** che vuoi affrontare /
l'**OPPORTUNITÀ** che vuoi cogliere?

In poche parole, spiega perché stai facendo quello che fai e spiegaci perché il tuo prodotto/servizio è necessario sul mercato oggi.

Trova il metodo più efficace e per mostrare quanto sia rilevante il problema

- numeri / grafici
- citazioni
- aneddoti
- scenari ipotetici
- immagini

SOLUZIONE

Presenta la tua **BUSINESS IDEA** e definisci la tua **VALUE PROPOSITION**.

- Mostra il tuo prodotto/servizio/modello e spiega come risolve il problema/necessità identificato.
- Come allevia il problema (o soddisfa il "bisogno") percepito dai tuoi clienti target?
- Qual è il valore che il tuo cliente otterrà adottando la tua soluzione? Perché è innovativo?
- Perché è migliore e/o diverso dalle soluzioni esistenti?

TARGET

Identifica il tuo **CLIENTE TARGET** e definisci il **MERCATO DI RIFERIMENTO**.

- Chi è il tuo cliente target?
- Quali sono le sue caratteristiche? (Demografico - geografico - psicografico comportamentale)
- Perché hanno bisogno del tuo prodotto/servizio?
- A quale area geografica ti riferisci? Dove avvieresti prima la tua attività?
- Puoi creare un Buyer Persona per descrivere meglio il tuo cliente target.
- Quanto è grande il tuo mercato? (Puoi usare il modello TAM - SAM - SOM)
- È un mercato di massa / nicchia / segmentato? Stai prendendo di mira uno o più segmenti di detto mercato?
- Quali tendenze caratterizzano il tuo mercato?
- Definisci la dimensione del tuo mercato

BUSINESS MODEL

Definisci i tuoi **FLUSSI DI RICAVO** e il tuo **MODELLO DI PRICING**

- Come e attraverso quali canali genererai ricavi?
- Qual è il vostro modello di
- Prevedi diversi livelli di prezzo/ abbonamento / memberships ?
- E' un modello pay-as-you-go?
- Il tuo modello prevede una ?
- Dimostra la sostenibilità del tuo modello di business.

COMPETIZIONE

Identifica la tua **COMPETIZIONE**: se pensi di non avere concorrenti probabilmente non hai cercato abbastanza... O magari il tuo mercato non è così attraente!

Considera sia la competizione diretta che quella indiretta: tutti quelli che potrebbero puntare al tuo stesso target sono tuoi concorrenti.

Identifica i prodotti/servizi esistenti che:

- Sono simili al tuo e puntano allo stesso mercato di riferimento
- Sono simili al tuo ma diretti ad un altro mercato
- Rispondono allo stesso «problema» in modo diverso da te

Sottolinea cosa ti rende diverso da loro.

Puoi utilizzare matrici di competizione o mappe di posizionamento.

IMPATTO

Qual è l'**IMPATTO** che pensi di poter avere sul nostro mondo?

Il tuo business è capace di generare un impatto positivo su:

- ambiente ?
- società ?
- sviluppo economico?

Come si può misurare questo impatto?

Quanto tempo servirà affinché sia apprezzabile/tangibile?

VALIDAZIONE

Fornisci una **PROVA** che il tuo prodotto/servizio è necessario sul mercao.

In che modo? Fai ricerca!

Valida le assunzioni su cui la tua idea di business si basa, attraverso:

- Ricerche
- Osservazioni
- Interviste
- Questionari

TEAM

Parlaci del tuo **TEAM!**

Ricorda: sono le persone a fare la differenza tra una grande idea e un grande business.

- Sottolinea le esperienze passate e le competenze rilevanti dei membri del tuo team
- Definisci i ruoli e le responsabilità per ciascuno di loro
- Inserisci foto e contatti

CALL TO ACTION

E ora il finale!

Non importa che tu stia cercando soldi o altro tipo di supporto, l'obiettivo è fare in modo che la tua audience voglia mettersi in contatto con te.

Sii **AUDACE!**