

PITCH DECK TEMPLATE



DISCLAIMER

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

Sentiti libero di cambiare l'ordine e il numero di 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 marchio: **rendila diretta e accattivante.**

Questa prima diapositiva deve contenere elementi quali:

- nome dell'azienda
- slogan
- logo



PROBLEMA / BISOGNO / OPPORTUNITA'

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

- Bisogno esistente / consolidato / ben noto che vuoi affrontare in modo nuovo.
- Nuovo problema che sorge a seguito dei recenti sviluppi della società / tecnologia / ...

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

Adotta qualsiasi mezzo per mostrare quanto sia rilevante il tuo "problema":

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



SOLUZIONE

- 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?



CLIENTE TARGET & 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 suo 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 tua "dimensione del mercato": cioè la spesa totale del numero totale di potenziali acquirenti in un determinato mercato (stai consapevole: devi includere anche i tuoi concorrenti!)

MODELLO DI BUSINESS

Definisci le tue FONTI DI ENTRATE e il tuo MODELLO DI PREZZO.

- Come genererete entrate?
- Qual è il vostro modello di vendita? Diretto/indiretto? B2B? B2C? B2B2C?
- Quali saranno i vostri Costi delle Vendite, inclusi compensi e commissioni di vendita?
- Qual è il prezzo del vostro prodotto/servizio?
- Ci sono diversi livelli di prezzo/abbonamenti/membership?
- Il vostro modello prevede una commissione per transazione?
- Fornite prova della sostenibilità del vostro modello di business.



COMPETIZIONE

Identifica i tuoi CONCORRENTI: se pensi che non ci sia concorrenza, probabilmente non hai fatto abbastanza ricerche...o forse il tuo mercato non è così attraente!

Considera sia i concorrenti diretti che indiretti: quelli che non sono ancora nello stesso mercato ma che potrebbero attaccare i tuoi clienti target sono anche la tua concorrenza. Identifica i prodotti o i servizi esistenti che:

- sono molto simili ai tuoi e diretti allo stesso segmento di mercato
- sono molto simili ai tuoi ma indirizzati a un segmento di mercato diverso
- affrontano lo stesso bisogno / problema in modo diverso

Evidenzia ciò che ti rende diverso - o anche meglio!

Puoi usare una matrice di competizione o una mappa di posizionamento.



IMPATTO

Qual è l'IMPATTO che vuoi avere sul nostro mondo?

La tua azienda è in grado di generare effetti positivi in termini di:

- ambiente?
- società?
- sviluppo economico?

Come si può misurare questo impatto?

Quanto tempo ci vorrà prima che diventi tangibile?



VALIDAZIONE

Per essere sostenuto durante tutto il tuo percorso imprenditoriale, devi fornire una qualche PROVA che il tuo prodotto/servizio è necessario nel mercato.

Come si può fare? Fai qualche ricerca!

Verifica le ipotesi su cui si basa la tua idea imprenditoriale, attraverso:

- Ricerche
- Osservazioni
- Interviste
- Sondaggi



MEMBRI DEL TEAM

Parlaci del tuo TEAM!

Ricorda: le persone fanno la differenza tra una grande idea e un grande business.

- Evidenzia le competenze rilevanti e le esperienze passate di ciascuno dei membri del tuo team
- Definisci i ruoli e le responsabilità chiave di ciascun componente
- Aggiungi immagini



CALL TO ACTION

Concludi con un finale memorabile!

Indipendentemente dal fatto che tu stia cercando denaro o altro tipo di supporto, l'obiettivo è quello di assicurarti che il tuo pubblico voglia entrare in contatto con te.

Non dimenticare di inserire i vostri contatti!

