

Método Pitch

26. Pitch

Ahora que tenemos no sólo la solución creada, sino también un modelo de negocios y un proyecto sólido... ¿qué debo hacer?

La respuesta es simple: ¡Darlo a conocer! Sin embargo, hacerlo no es tan sencillo. Es en parte ciencia y en parte arte. Se dice que es ciencia porque existe un método para hacerlo, pero existe una libertad creativa donde cada persona le impronta su sello propio, que es lo que se cataloga como arte.

La forma de dar a conocer a conocer el proyecto es el Pitch. Este es un discurso que busca persuadir a alguien para que realice una acción. Puede ser para que un inversionista aporte capital al proyecto o para que un cliente compre el producto que se ofrece.

Un Pitch es eminentemente oral, debe funcionar sin ningún elemento de apoyo, y deben ser estrictos en eso si buscan elaborar el mejor Pitch posible. No obstante, se puede complementar con una presentación o muestra de productos, sin embargo, debe hacerse a continuación de haberlo preparado oralmente.

El método que mencionamos para elaborar un pitch consta de cinco partes:

- 1. Dolor:** Está relacionado al problema que queremos solucionar, pero se dramatiza para poder llamar la atención de manera rápida. Este dolor o problema el interlocutor lo sufre o reconoce. La labor de quien hace una oferta es mostrarles en su cara esos dolores, para que no pueden mirar hacia otro lado; como un doctor que te da un diagnóstico con una radiografía en la mano.
- 2. Analgésico:** Cuando hablamos de analgésico, hablamos de un “remedio”, pero que en estricto rigor sirve para quitar síntomas y no la enfermedad que los genera. En lo referente a un Pitch también le daremos una connotación parecida, como un efecto placebo que aparentemente nos quita un dolor, pero que en realidad mantiene el fondo. Al ver los dolores se hace evidente su gravedad, pero al ver los analgésicos se hace evidente que hay que ejecutar una buena solución, ¡ya!
- 3. Solución:** Esto corresponde a la Propuesta de Valor de nuestro Modelo de Negocios y NO a las características de mi solución. Muchas veces los emprendedores abusan de la enumeración de atributos, que no necesariamente declaran el Valor entregado, y parece más un manual de instrucciones. Esto debe ser la promesa de cómo nuestra solución le cambiará la vida a nuestra audiencia.
- 4. Hitos/Logros:** La confianza es fundamental para generar negocios. Dentro de un pitch, debes validarte de alguna manera, ya que probablemente no te conozcan. Para ello, muestra el camino que han recorrido, qué han logrado, los números de tu proyecto. Si están en una etapa muy temprana, con poco desarrollado, muestra tu plan de trabajo y cómo lo van a alcanzar.

- 5. Equipo:** También, para entregar confianza, indicar quiénes están detrás del proyecto, cuáles son sus competencias que les permitirá desarrollar el proyecto de manera exitosa, cuáles son las motivaciones personales y laborales que tienen para seguir perseverando, aunque el panorama no sea muy auspiciador. Recuerda que las personas hacen tratos con otras personas, no con proyectos nada más.

Al igual que en el capítulo anterior, te invitamos a revisar la presentación de la clase 6 donde se explica en detalle cómo elaborar un pitch, considerando esta estructura y otros elementos complementarios que pueden ayudarte a realizar un mejor trabajo artístico en la creación del pitch y un mejor desempeño al momento de exponerlo, desde figuras literarias hasta elementos paraverbales de la comunicación.

