Jako startupowa agencja programistyczna specjalizująca się w niestandardowych aplikacjach Laravel i React, pracowaliśmy z wieloma małymi firmami i przedsiębiorcami, którzy chcą zrobić trwałe pierwsze wrażenie. Skuteczny elevator pitch jest doskonałym narzędziem do osiągnięcia tego celu – tak przydatnym dla każdej firmy, która chce wystartować i odnieść sukces. W tym przewodniku zgłębię świat prezentacji w windzie, omawiając kluczowe koncepcje, najlepsze praktyki i dostarczając cennych spostrzeżeń, które pomogą Ci stworzyć atrakcyjną prezentację, która pozostawi trwałe wrażenie, co jest szczególnie ważne, jeśli szukasz pierwszych klientów.

Co to jest elevator pitch?

A elevator pitch to krótkie wprowadzenie, które podsumowuje pochodzenie, umiejętności i propozycję wartości w 30 sekund lub mniej – Ciebie lub Twojego produktu. Jeśli szukasz pracy – taka prezentacja może być potężnym narzędziem do wzmocnienia CV, a jeśli prowadzisz firmę – dotyczy to Twojego produktu lub usługi (w tym artykule skupię się na drugim przypadku). Nazywa się to „elevator pitch”, ponieważ powinno być tak zwięzłe, jak czas potrzebny na jazdę windą – stąd pochodzi 30 sekund. Celem elevator pitch jest wzbudzenie zainteresowania, zbudowanie wiarygodności i przekazanie unikalnej wartości. Dobrze przygotowana prezentacja w windzie może otworzyć drzwi do możliwości nawiązywania kontaktów, ofert pracy, połączeń biznesowych i nie tylko.

Co powinien zawierać dobry elevator pitch

Traktuj tę listę raczej jako wytyczne niż listę kontrolną – nie wszystko może być wymagane, a także możesz chcieć usunąć niektóre elementy, jeśli zajęłyby zbyt dużo czasu.

1. Problem: Jasno określ problem lub potrzebę, na którą odpowiada Twoja firma.
2. Rozwiązanie: Wyjaśnij, w jaki sposób Twój produkt/usługa rozwiązuje ten problem w unikalny sposób.
3. Okazja rynkowa: Podkreśl wielkość rynku, na który kierujesz swoją ofertę.
4. Unikalna propozycja wartości (UVP): Co sprawia, że twoje rozwiązanie jest lepsze od innych?
5. Model biznesowy: Krótko opisz, w jaki sposób Twoja firma generuje przychody.
6. Siła zespołu: Wymień kluczowych członków zespołu i ich doświadczenie.
7. Kamienie milowe/osiągnięcia: Uwzględnij wszelkie znaczące sukcesy lub

> postępy poczynione do tej pory.

Więc, jak wspomniałem, łatwo zauważyć, że niektóre z tych elementów są już uwzględnione w Lean Canvas – teraz to tylko kwestia przekształcenia go, aby można go było przedstawić w wybranym kanale (mówionym, pisanym itp.)!

Przedstawienie problemu i dostarczenie rozwiązania

Wydaje się naturalne, aby połączyć te dwa punkty razem i przedstawić je w prosty sposób. Pomaga to również natychmiast zweryfikować, czy rozmawiasz z właściwą osobą. Na przykład:

> – Witam, nazywam się Łukasz i specjalizuję się w tworzeniu aplikacji webowych, z którymi inne software house'y nie mogą sobie poradzić – zwłaszcza te związane z [dowolna nazwa marki tutaj].

Jak więc widać – krótko, szybko, skutecznie. Zdefiniowany problem: niedostarczony projekt. Zdefiniowane rozwiązanie: mój software house. Nie ma tu zbyt wiele wyjątkowości, bo temat jest ogólny, ale na początek powinno wystarczyć. I możesz spodziewać się podobnych odpowiedzi, takich jak :

> – Miło mi cię poznać, jestem John z [xxx] branży
> – Dobrze cię poznać, pracowałem w [xxx] branży
> – Cześć [to brzmi szorstko, ale w rzeczywistości nie jest cięciem wiadomości, ale uważaj tutaj na dalsze potencjalne negatywne reakcje]

.

Innym przykładem, jeśli jesteś właścicielem SaaS do zarządzania rotacjami, może być:

> – Cześć, nazywam się John Doe i jestem właścicielem oprogramowania online do zarządzania rotacją dla armatorów, które zastępuje przestarzałe pliki Excel i drukowane tabele.

Łatwo zauważyć tutaj unikalną wartość („online” nie jest powszechne w tej branży ze względu na ograniczony dostęp do Internetu) i problem (używanie przestarzałych plików Excel, które – domyślnie – oznaczają dużo ręcznej pracy). Jak widać, brzmi to naturalnie, nawet jeśli kolejność zostanie odwrócona.

Wprowadzenie szansy rynkowej i unikalnej wartości

Jeśli jeszcze nie przedstawiłeś Unikalnej Wartości (zgodnie z Business Model Canvas lub Lean Canvas) lub jeśli chcesz ją podkreślić, to drugie zdanie lub diaglog jest idealnym momentem na to. Wyobraź sobie, że sprzedajesz sprawdzanie przeszłości dla wynajmujących – byłoby to dość łatwe do podkreślenia:

> – Zasadniczo w najbliższej przyszłości mam zamiar skalować moją usługę do kolejnych 10 stanów USA, ponieważ sprawdzanie przeszłości uzupełnione o weryfikację przestępców i przestępców seksualnych pozwoliło nam być bestsellerem już w 5 stanach.

Ponownie, zobacz jak naturalnie to brzmi, jednocześnie przekazując potężną wiadomość. Unikalną wartością są tu oczywiście suplementy, a szansa rynkowa jest związana z najbliższymi planami (rozszerzenie na kolejne stany), ORAZ już potwierdzona przez rynek (bestseller w 5 stanach)!

Model biznesowy uzupełniony silnym zespołem i planem

Wspomnieliśmy już o sobie, naszych użytkownikach, ale brakuje nam zespołu, który jest również bardzo ważny dla każdego biznesu – ponieważ to właśnie zespół prowadzi biznes i często definiuje jego sukces. Jeśli masz coś, co można tu podkreślić, to POWINNO być tu podkreślone. Rozważ coś takiego:

> – Obecnie z moim CTO planujemy zwiększyć skalę naszego modelu SaaS, abyśmy mogli sprzedawać więcej raportów firm rolniczych, ponieważ nasz CMO widzi możliwości na rynku inwestorów.

.

Myślę, że w tym momencie jest to tak proste, że można znaleźć wszystkie 3

elementy w tym cytacie.

Wizualna reprezentacja Twojego pomysłu

Lean Canvas i Business Model Canvas to dwa potężne narzędzia, które mogą pomóc w wizualizacji pomysłu i zidentyfikowaniu potencjalnych obszarów wymagających poprawy. Lean Canvas to zwięzła, jednostronicowa reprezentacja modelu biznesowego, podczas gdy Business Model Canvas zapewnia bardziej szczegółowy przegląd propozycji wartości i strumieni przychodów. Te wizualne pomoce ułatwiają szybkie przekazywanie złożonych pomysłów, więc są idealne do prezentacji w windzie. Jeśli nie wiesz jeszcze, jak stworzyć taki plan, przeczytaj mój artykuł na temat tworzenia Lean Canvas i Business Model Canvas.

Chociaż takie płótno nie jest samo w sobie elevator pitch – jest raczej rozszerzeniem elevator pitch, lub – jeszcze lepiej – bazą dla elevator pitch. Dobrze jest jednak mieć:

- wydrukować go i przekazać, jeśli widzisz, że twoja prezentacja działa
- lub być w stanie dostarczyć go szybko za pomocą udostępnialnego linku / kodu QR lub podobnego narzędzia
- lub być w stanie wysłać go za pomocą wiadomości tekstowej

Jeśli elevator pitch był wystarczająco interesujący, to takie płótno biznesowe będzie naturalnym rozszerzeniem tego, co próbujesz sprzedać. Powinno być dość łatwo stworzyć wiele elevator pitch opartych na takiej kanwie – więc upewnij się, że spróbujesz ją stworzyć!

A teraz czas i miejsce na darmową wersję roboczą, której szukałeś. Zwróć uwagę, że ten szkic zawiera nie tylko to, co zostało wspomniane powyżej, ale bawi się również nieco kolejnością wprowadzania. Ponownie, elevator pitch to coś, nad czym musisz popracować, zobaczyć, co „czujesz” dobrze dla siebie, dostosować do aktualnej sytuacji i tak dalej. Więc nawet kompletny szkic powinien być zawsze traktowany jak szkic, a nie jak coś do wyrecytowania. Polecam wersję docx, ponieważ zawiera ona więcej wskazówek, które można usunąć podczas pracy nad nią.

Pobierz darmowy plik PDF Draft for Perfect Elevator Pitch

Pobierz Free Draft for Perfect Elevator Pitch plik DOCX

Rozszerzanie i ulepszanie Elevator Pitch

Jeśli w tym momencie uważasz, że masz solidne podstawy, dobrze jest iść naprzód. Rozważ następujące elementy, aby ulepszyć swój elevator pitch lub rozszerzyć go po wykazaniu początkowego zainteresowania.

Tryb prezentacji czy tryb wprowadzenia?

Dobrze jest zastanowić się, do czego będzie używana prezentacja. Czy jest to pierwszy slajd prezentacji? A może jest to coś, co chcesz poruszyć na spotkaniu biznesowym? A może będzie to coś, co znajdzie się na drugiej/trzeciej stronie folderu marketingowego?

Odpowiedź na to pytanie nie powinna wpłynąć na wartość, którą próbujesz przedstawić, ani na jakość prezentacji, ewentualnie może wpłynąć na elementy prezentacji – ale przede wszystkim wpłynie na wybrane sformułowanie. Nie zapomnij jednak podkreślić odpowiednich elementów w skuteczny sposób – jeśli jest to prezentacja, to za pomocą głosu; jeśli jest to folder marketingowy, to za pomocą odpowiedniej czcionki lub graficznego podkreślenia; i tak dalej.

Utrzymaj zainteresowanie ludzi!

Niezależnie od formy prezentacji, nawet jeśli zmieścisz wszystkie 7 (a może więcej?) elementów w 2-3 zdaniach, Twój rozmówca może być znudzony lub odepchnięty, jeśli zabrzmi to trochę za bardzo jak reklama. W zależności od formy, powinieneś rozważyć poprawę zaangażowania.

- jeśli dyskutujesz, zapytaj o opinię i posłuchaj, co sprzedają lub czym zajmują się zawodowo. Może to być przypadek, w którym będziecie wzajemnie zaspokajać swoje potrzeby

  .

- jeśli jest to część broszury, zainteresuj ludzi, podając więcej szczegółów później. Na przykład „zarobiliśmy 1B USD w ostatnim kwartale – zobacz jak” lub „mamy 90% retencji – dowiedz się, co pomaga nam utrzymać użytkowników na platformie”.
- jeśli jest to rozmowa jeden na jeden, czasami dobrym pomysłem jest po prostu zapytać, czy są zainteresowani taką usługą lub byciem częścią takiej usługi,

lub zapytać ich o opinię. Możesz uzyskać cenny wkład!

Dane i wskaźniki KPI: Mierzenie sukcesu

Jako agencja rozwoju oprogramowania dla startupów, pracowaliśmy z wieloma małymi firmami i przedsiębiorcami, którzy muszą mierzyć swój sukces – odpowiednio zebrane dane destylowane na liczby i porównywane do KPI (kluczowych wskaźników wydajności) są niezbędnymi narzędziami dla każdej firmy, która chce śledzić postępy i identyfikować obszary wymagające poprawy. Monitorując kluczowe wskaźniki, firmy mogą podejmować świadome decyzje i optymalizować swoje działania. I oczywiście przydają się podczas prezentacji lub weryfikacji postępów (lub ścieżki) w stosunku do modelu canvas. Pokazując rozmówcy, że wiesz, jak korzystać ze wskaźników KPI, będziesz mówić tym samym językiem, co on, a dodatkowo zapewnisz go, że jesteś profesjonalistą.

Wybór nazwy firmy i domeny

Przy rozpoczynaniu nowej działalności gospodarczej wybór nazwy i domeny jest kluczową decyzją, która będzie miała wpływ na przyszłość. Nazwa firmy i domena są często pierwszym wrażeniem, jakie potencjalni klienci mają o Twojej marce, więc ważne jest, aby wybrać mądrze. Przeprowadzając dokładne badania i wybierając unikalną i zapadającą w pamięć nazwę, możesz stworzyć solidne podstawy dla swojej firmy. Dobrze dobrana nazwa nadaje ton całej strategii brandingowej.

User Story Mapping: Wizualna reprezentacja wymagań

Mapowanie historii użytkownika jest niezbędne dla każdej firmy, która chce stworzyć atrakcyjną prezentację. Wizualizując swoje wymagania i identyfikując potencjalne obszary wymagające poprawy, możesz stworzyć prezentację, która będzie rezonować z docelowymi odbiorcami. Mapowanie historii użytkownika pomaga również przedsiębiorcom zidentyfikować potencjalne punkty bólu i obszary, w których ich rozwiązanie wnosi wartość dodaną. Ten wgląd zapewnia, że prezentacja odpowiada na rzeczywiste potrzeby.

Mastering Elevator Pitch – najlepsze praktyki

Jeśli przeszedłeś przez wszystkie powyższe elementy, teraz nadszedł czas, aby jeszcze bardziej ulepszyć swoją grę. Najbardziej powszechnym sposobem jest

śledzenie sukcesu prezentacji. Wybierz więc odpowiedni KPI, mierz, dostosowuj – po prostu zastosuj tutaj Evidence Based Management i rozważ następujące kwestie:

Improvement 1: Znaczenie pewności siebie
Pewność siebie powinna być widoczna w tonie, mowie ciała i słowach podczas wygłaszania elevator pitch. Ćwiczenie do momentu, aż poczujesz się pewnie, zapewni naturalną prezentację, która pozostawi pozytywne wrażenie.

Udoskonalenie 2: Potęga opowiadania historii
Opowiadanie historii jest potężne w tworzeniu angażujących prezentacji; używaj anegdot, metafor lub analogii, aby zilustrować punkty w sposób niezapomniany, jednocześnie skutecznie przyciągając uwagę. Pomaga również ludziom wizualizować temat, który prezentujesz.

Improvement 3: Znaczenie autentyczności
Autentyczność ma znaczenie podczas wygłaszania skutecznego elevator pitch. Bądź szczery o sobie i swojej firmie bez używania żargonu lub udawania kogoś innego. Twoi odbiorcy przejrzą to; a dla tych, którzy tego nie zrobią – prawdopodobnie nie chciałbyś ich jako partnerów.

Udoskonalenie 4: Rola pomocy wizualnych
Pomoce wizualne, takie jak slajdy, rekwizyty lub filmy wideo, zwiększają zaangażowanie podczas prezentacji, ilustrując punkty w żywy sposób, jednocześnie podkreślając unikalne propozycje wartości.

Improvement 5: Znaczenie praktyki
Praktyka ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia skutecznego elevator pitch. Próby pomagają zidentyfikować obszary wymagające poprawy i udoskonalić ogólną prezentację, aż stanie się naturalna.

Improvement 6: Elevator pitch to sprzedaż
Pamiętaj, że elevator pitch to zasadniczo sprzedaż – albo siebie, albo pomysłu, albo biznesu. A ludzie zazwyczaj nie lubią być agresywnie sprzedawani – więc kiedy to robisz, nie przesadzaj.

Udoskonalenie 7: Używaj prostego języka
Używanie prostego języka w prezentacji w windzie pozwala uniknąć nieporozumień spowodowanych żargonem lub terminami technicznymi nieznanymi słuchaczom. Powinieneś używać terminów specyficznych dla branży, jeśli masz pewność, że Twoi

odbiorcy je rozumieją – poprawi to Twoje relacje.

Udoskonalenie 8: Skoncentruj się na swojej unikalnej propozycji wartości
Podkreślenie tego, co odróżnia Cię od konkurencji, skupia uwagę słuchacza na tym, dlaczego powinien wybrać Twoją firmę zamiast innych.

Udoskonalenie 9: Użyj mocnego wstępu
Mocny wstęp wzbudza natychmiastowe zainteresowanie; użyj sprytnych anegdot, zaskakujących statystyk lub prowokujących do myślenia pytań, aby od razu przyciągnąć słuchaczy.

Udoskonalenie 10: Ćwicz swoją przemowę przed lustrem
Ćwiczenie przed lustrem pozwala obserwować mowę ciała i zmiany tonu potrzebne do pewnego wystąpienia.

Najważniejsze pytania dotyczące elevator pitch – odpowiedzi

Q1: Czym jest elevator pitch i dlaczego jest ważny?
A1: elevator pitch to krótkie wprowadzenie. W kontekście CV: twoje doświadczenie, umiejętności i propozycja wartości w 30 sekund lub mniej; w kontekście biznesu: Jest to niezbędne dla każdej firmy, która chce się rozwijać i odnieść sukces, ponieważ pozwala zrobić szybkie wrażenie.

Pytanie 2: Jak stworzyć atrakcyjną prezentację w windzie?
Pytanie 2: Udana prezentacja w windzie zazwyczaj zawiera kluczowe elementy: wprowadzenie, opis problemu, przegląd rozwiązania i propozycję wartości. Przećwicz swoją prezentację, aż stanie się naturalna i zwięzła, tak aby płynnie płynęła podczas jej wygłaszania.

Q3: Jakich typowych błędów należy unikać podczas tworzenia prezentacji w windzie?
A3: Typowe błędy obejmują rozwlekłość, używanie zbyt dużej ilości żargonu i niedostosowanie prezentacji do grupy docelowej. Praktyka pomaga zidentyfikować obszary wymagające poprawy i udoskonalić prezentację.

Pytanie 4: Jak mogę uczynić moją prezentację bardziej angażującą?
Pytanie 4: Aby uczynić swoją prezentację bardziej angażującą, skup się na

opowiadaniu historii i podkreślaniu swojej unikalnej propozycji wartości. Użyj pomocy wizualnych, takich jak slajdy lub rekwizyty, aby skutecznie zilustrować swoje punkty. Rozważ użycie modelu biznesowego canvas lub lean canvas.

Q5: Jakie znaczenie ma ćwiczenie prezentacji w windzie?
A5: Ćwiczenie prezentacji w windzie jest niezbędne dla każdej firmy, która chce stworzyć przekonujące wprowadzenie, ponieważ pomaga poczuć się pewnie w dostarczaniu jej w sposób naturalny, bez potykania się o słowa. Najlepszą praktyką jest jednak praktyka na żywo – musisz spotykać się z ludźmi i rozmawiać z nimi, notując ich reakcje w głowie w celu dalszej oceny.

Pytanie 6: Jak mogę dostosować swoją prezentację do grupy docelowej?
Pytanie 6: Dostosowanie prezentacji do grupy docelowej ma kluczowe znaczenie dla wywarcia trwałego wrażenia. Zbadanie ich potrzeb, zainteresowań i języka pozwala na stworzenie wiadomości, która rezonuje z nimi konkretnie.

Q7: Jakie są najczęstsze pytania zadawane podczas rozmowy kwalifikacyjnej lub spotkania networkingowego?
A7: Najczęstsze pytania to: „Opowiedz mi o sobie”, „Jakie masz wykształcenie?” i „Co sprawia, że jesteś wyjątkowy?”. Bycie przygotowanym na te pytania pomaga zapewnić płynną rozmowę. Z czasem odpowiadanie na takie pytania stanie się łatwiejsze i bardziej naturalne.

Q8: W jaki sposób mogę wykorzystać moją prezentację w windzie do promowania mojej firmy?
A8: Twoja prezentacja w windzie jest cennym narzędziem do promowania Twojej firmy poprzez przedstawienie się, podkreślenie tego, co odróżnia Cię od konkurencji i budowanie wiarygodności wśród potencjalnych klientów lub inwestorów. Jest to okazja, aby zainteresować ich dowiedzeniem się więcej o Twojej firmie.

Q9: Jak mogę zmierzyć sukces mojej prezentacji w windzie?
A9: Mierzenie skuteczności prezentacji w windzie jest niezbędne do ciągłego doskonalenia. Śledź wskaźniki zaangażowania, współczynniki konwersji z zainteresowania okazanego po wysłuchaniu i poziomy zadowolenia klientów, aby ocenić jego wpływ na potencjalnych klientów lub inwestorów.

Wnioski z prezentacji

Tworzenie skutecznego elevator pitch ma kluczowe znaczenie dla rozwoju biznesu. Postępowanie zgodnie z przedstawionymi tutaj wskazówkami pomaga stworzyć taki, który pozostawi trwałe wrażenie na potencjalnych klientach lub inwestorach. Regularna praktyka zapewnia pewność siebie, autentyczność i niezapomniane otwarcia, jednocześnie stale udoskonalając swój przekaz w oparciu o otrzymane informacje zwrotne.

W Sailing Byte specjalizujemy się w tworzeniu niestandardowych aplikacji Laravel i React dostosowanych do potrzeb małych firm, a także oferujemy usługi tworzenia aplikacji internetowych i rozwiązania w zakresie oprogramowania logistycznego. Jeśli będziesz z nami współpracować, możemy pomóc Ci w stworzeniu kanwy biznesowej i elevator pitch. Nasz zespół ekspertów ma na celu pomóc firmom odnieść sukces dzięki innowacyjnym wdrożeniom technologii, ale zawsze we współpracy z naszymi klientami.

W przypadku jakichkolwiek pytań lub chęci dowiedzenia się więcej o naszej ofercie Sailing Byte, prosimy o kontakt w dowolnym momencie; jesteśmy gotowi pomóc Ci we wszystkich Twoich wymaganiach technologicznych!