

Non è un modello di slide: è l'ordine in cui vanno dette le cose. Scrivi qui il contenuto, poi mettilo in grafica. Una slide per passaggio, un dato per slide, non più di dieci parole scritte: oltre quella soglia chi ascolta smette di ascoltare e comincia a leggere. Se un passaggio non riesci a scriverlo in poche righe non è la slide a essere sbagliata: è che non hai ancora deciso cosa dire.

01 COPERTINA

Un titolo che accenda l'immaginazione senza perdere il focus, e un sottotitolo che descriva il progetto in cinque parole. Sotto, chi presenta. Come sfondo, un'immagine che legghi subito al tema.

TITOLO DEL PROGETTO

Sottotitolo: il progetto in cinque parole

Nome e cognome, ruolo nel progetto, indirizzo email

02 PROBLEMA 1

Il primo problema, con un dato. Se usi un grafico, che sia coerente con il messaggio e leggibile dall'ultima fila.

03 PROBLEMA 2

Il secondo problema. Dati e immagini di quello di cui stai parlando, non immagini generiche.

04 PROBLEMA 3

Il terzo problema, se c'è. Qui può funzionare anche un'immagine simbolica. Se un terzo problema non c'è, toglila slide e usa il tempo per rendere complete le due precedenti.

05 PROPOSTA DI VALORE UNICA

Una formula sola, riempita con le tue parole. Deve dire come la tua soluzione risponde ai problemi appena mostrati.

Per _____ (il tuo target)
che _____ (il problema),
il nostro _____ (nome del prodotto o servizio)
è _____ (categoria di prodotto)
che _____ (il beneficio per il cliente).

06 MODELLO DI BUSINESS

Come la soluzione arriva da te al cliente e chi paga. Non il percorso della ricerca: il percorso del valore. Una piccola infografica basta.

07 SOLUZIONE

Il processo nel dettaglio, con l'accento sui benefici. Le slide della soluzione possono essere più di una, ma ognuna deve rispondere a un problema preciso fra quelli di sopra.

08 PERCHÉ ADESSO

Un dato di contesto che spieghi perché il momento è questo: cosa è cambiato nel mercato, nella tecnologia o nelle regole.

09 CONCORRENZA

Chi altro risolve lo stesso problema, inclusi i metodi che oggi si usano e funzionano male. Una matrice basta.

Colonne: il tuo progetto, concorrente 1, concorrente 2
Righe: caratteristica 1, caratteristica 2, caratteristica 3
In ogni casella: chi ce l'ha e chi no.

10 EFFICACIA

I dati e i risultati che hai già in mano. Un grafico, oppure tre punti scritti bene: l'importante è che il numero si legga in due secondi.

11 MERCATO

I tre cerchi del mercato, con la fonte scritta sotto. Un numero senza fonte non vale niente.

TAM mercato totale € _____
SAM mercato raggiungibile € _____
SOM mercato ottenibile € _____
Fonte: _____

12 RIEPILOGO

I punti chiave in tre righe e la proposta di valore ripetuta. Chi ascolta deve uscire con quella in testa.

13 RICHIESTE

Quanto chiedi, per fare cosa, e la tabella di marcia. Trimestri, avanzamento in percentuale, cifra.

Chiediamo € _____ per _____
Trim. _____ %
Trim. _____ %
Trim. _____ %

14 TEAM

Nome, ruolo e competenze di ciascuno, con una foto in un contesto di lavoro. E il perché di ognuno: cosa c'entra con questo problema.

Nome Cognome ruolo competenze
Nome Cognome ruolo competenze
Nome Cognome ruolo competenze

15 CHIUSURA

L'invito all'azione: cosa deve fare adesso chi ti ha ascoltato. Poi di nuovo nome, ruolo e contatto. Il materiale in più non va nel pitch, si tiene pronto a parte.