



PITCHING

prezentácia alebo predaj vašej myšlienky



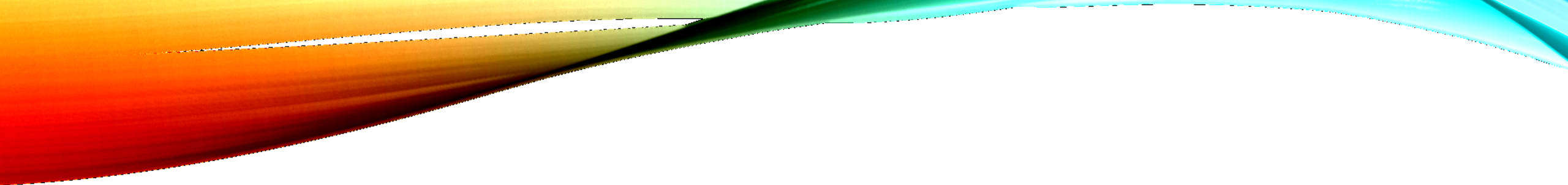
ČAS PREZENTÁCIE PROJEKTU

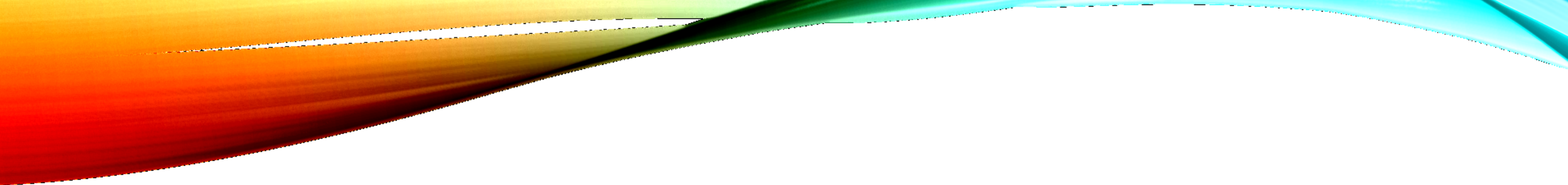
- Je to obvyčajne veľmi krátky čas od desať do dvadsať minút, za ktorý musíte potenciálneho kupujúceho vašich nápadov presvedčiť aby ich potreboval a chcel.
- Predstavujete svoj koncept, alebo nápad v ktorom spomeniete to najpodstatnejšie.
- Je to často „nervy drásajúci“ proces!

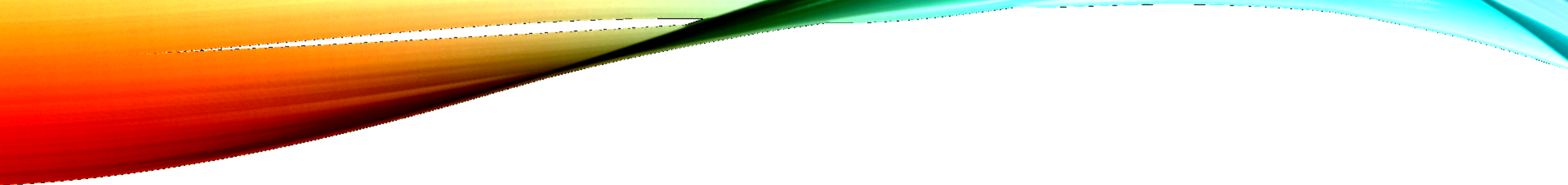


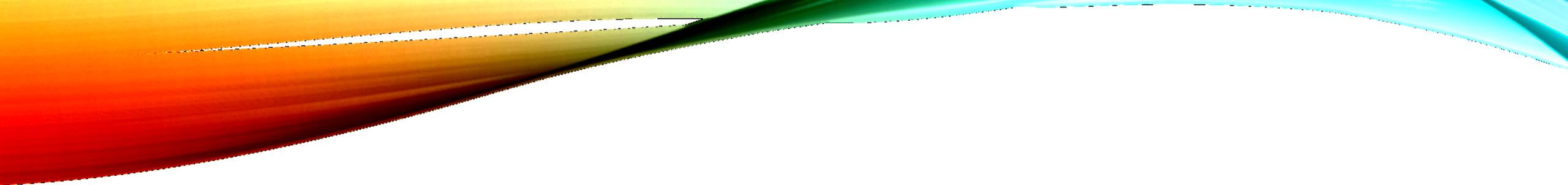
POSLECHÁČOV DVIHOLEZO STOLECKY A NECHCELI NIČ INÉ

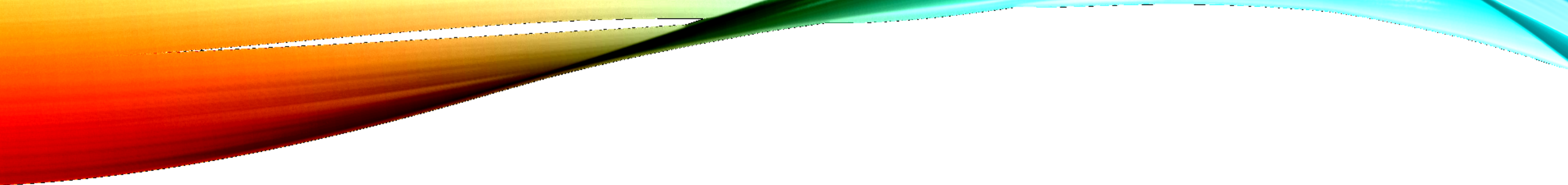
- Je veľmi ťažké, a podarí sa to málokedy
- Nechcete, aby váš nápad bol odstavený, jeho nesprávnym uvedením
- Je niekoľko základných pravidiel, ako predísť neúspechu

- 
- Autori nebývajú pripravení
 - Za krátky čas dávate informácie ľuďom, ktorí o projekte nič nevedia
 - Rozprávanie obsahu projektu
 - Koncept s ohľadom na auditórium, ktoré vás počúva
 - Rovnomerné rozloženie síl s ohľadom na vymedzený čas

- 
- Uvedomiť si kam idete a koho máte pred sebou
 - Neexistuje univerzálnosť v prezentácii
 - Prejavenie rešpektu – pokúsiť sa vcítiť do ich postavenia
 - Prezentovanie na správnom mieste a v správny čas
 - Záujem o potreby poslucháča

- 
- Autor - prezentujúci a jeho vlastné ego
 - Venovať sa základnému konceptu
 - Nehovoriť obsah od začiatku do konca
 - Čo je podstatné pre vás nemusí byť dôležité pre poslucháča
 - Potreby auditória
 - Vyvolať situáciu, aby sa poslucháči pýtali
 - Nesnažte sa ich presviedčať

- 
- Prehnaná suverenita
 - Podceňovanie partnera
 - Arogancia
 - Názory nie sú podstatné
 - Nechvastajte sa minulými projektami

- 
- Napíšte si základné body
 - Rozložte si čas
 - Predved'te pitching niekomu
 - Nad radami sa minimálne zamyslite



OSŮB

- Rešpektujte, že nie ste v ten deň jediný
- Nepozerajte sa sústavne uprene do očí
- Nerozprávajte zápletku
- Hovorte o emóciách
- Dajte druhým možnosť cítiť to, čo chcete aby cítili
- Ak prezentujete komédiu, nehovorte o tom, že je to komédia
- Ak stratíte úvod, stratíte celú prezentáciu



OSOBA TRED VAMI, JE VAS DIVAK

- Chcete dostať peniaze na projekt
- Chcete aby porozumeli vášmu pohľadu na projekt
- Popíšte im náladu, atmosféru, prípadne prvú scénu
- Popíšte hlavného hrdinu, jeho cesta príbehom
- Ako sa hrdina dostane do konfliktu
- Ak viete o nejakých nedostatkoch, spomeňte ich – pracujete na tom



AUDITÓRIUM POTREBUJE

- Je potreba vidieť to, že majú veľa projektov a vy ste jeden z mnohých
- V každom prípade hľadajú na vašom projekte , to čo potrebujú
- Nenechajte si prezentáciu od niekoho pripraviť
- Nechajte si pripraviť podklady od profesných odborníkov
- Ak ste už získali aj malú sumu, dajte o tom vedieť



NIKD NEKLAŤTE!

- Máte pred sebou odborníkov, ktorí sú obvyčajne informovaní



ALEBO V NAPÄTI

- Urobte si pohodlie, použite k tomu nejakú frázu
- Ak potrebujete stáť, postavte sa...

OBLEČTE SA FORMÁLNE

- Ak viete, že idete do formálneho prostredia, oblečte sa tiež formálne
- Nenoste výrazné šperky
- Ak ste v neformálnom prostredí, nepútajte na seba výraznými prvkami oblečenia
- Majte čo najviac informácií o auditóriu – prepojenie medzi projektom a osobami pred vami
- Neočakávajte spätné reakcie auditória

- Nikdy nehovorte celý príbeh

Sústredte sa na zhrnutie

a/ kto je

b/ každodenný život hlavného hrdinu na začiatku príbehu

c/ prečo cítime empatiu voči hlavnému hrdinovi?

d/ kde sa dostáva hlavný hrdina asi v 10% príbehu

e/ do akej novej situácie sa dostáva hlavný hrdina

f/ aký špecifický zlomový bod je v jeho ďalšej motivácii, ktorý ho vedie ku koncu príbehu

g/ v čom je tento zlomový bod hlavného hrdinu neobyčajný

h/ aké boli dva podobné úspešné projekty už v minulosti na trhu – pripomeňte ich

- Povedzte o tom ako ste prišli na nápad prísť s týmto projektom
- Nechávajte ľudí v očakávaní
- Zakončite s názvom
- Pridajte hlavnú líniu ako zhrnutie, ktoré zakončíte napríklad otázkou
- Odpovedajte na otázky výstižne

ZPRÁVY

- Vytvorte si vlastný systém prezentácie, ktorý vám vyhovuje
- Každá prezentácia je iná
- Každé auditórium je iné
- Ak vás prezentuje viac, dohodnite sa kto , čo povie
- Nepodliezajte!