



# PITCH DECK TEMPLATE

# INIZIAMO!

Il pitch deck per una startup è il riepilogo principale della tua azienda. L'obiettivo del deck è permettere ai fondatori di creare una presentazione visiva che possa essere utilizzata per comunicare le proprie idee a potenziali investitori, partner e clienti.

Un deck ben realizzato dovrebbe essere composto da 10/15 diapositive e includere immagini accattivanti, grafici e tabelle.

È essenziale strutturare il deck in modo da distinguersi dagli altri quando presentate il pitch agli investitori.

## **Per farlo nel modo giusto, ricordate i concetti di base:**

- Mantienilo semplice
- Rendilo memorabile
- Includi una chiara call to action

L'obiettivo finale del vostro deck dovrebbe essere quello di ottenere un'opportunità di presentazione e aumentare le vostre possibilità di ottenere un "sì". Spesso un pitch deck viene condiviso via email, LinkedIn o attraverso il sito web di un investitore prima di presentarsi di persona.

# SLIDES

Un pitch deck ben progettato e informativo è un elemento fondamentale per il successo di una startup.

Un pitch efficace attira clienti e partner definendo il valore aggiunto dell'azienda/idea, dimostrando la validità del concetto e descrivendo chiaramente come si distingue dalla concorrenza.

Esaminiamo i pilastri fondamentali per la creazione di un pitch deck accattivante che catturerà l'attenzione.

---

.01 Company Propose/Pay Off

---

.02 Problema

---

.03 Soluzione

---

.04 Perché ora

---

---

.05 Market Size

---

.06 Competitor

---

.07 Prodotto

---

.08 Business Model

---

# 01-PAYOFF

È molto importante iniziare il discorso rendendo interessante il tema che si sta per affrontare, per poter catturare fin da subito l'attenzione.

**Unique Value Proposition:** La Unique Value Proposition (in italiano **proposizione unica di valore**) è una frase che racchiude in sé la proposta di valore e i tratti unici della tua startup o azienda.

È ciò che vi contraddistingue dai numerosi competitor diretti e indiretti ed è ciò che viene in mente ai vostri clienti quando pensano al vostro brand.

È il cuore di tutta la comunicazione di marketing e viene messa in home page del vostro sito e/o in landing page di vendita di ogni vostro prodotto o servizio.

# 02 - PROBLEMA

Esponete il problema che avete validato e spiegate come mai le soluzioni attualmente presenti non sono sufficienti.

Iniziate evidenziando il problema in questione in modo chiaro e convincente. Create una narrazione chiara che risuoni con il vostro pubblico e crei un momento di illuminazione. Un'affermazione del problema deve introdurre una tensione nel mercato e che avete una soluzione rapida per risolverla.

Nel redigere la dichiarazione del problema, dovete concentrarvi sui potenziali effetti collaterali di una sua mancata soluzione. Fate in modo che la vostra affermazione sia mirata, concreta e diretta al punto. Dovete sottolineare l'urgenza del problema e **cercare di evocare l'empatia creando collegamenti personali.**

# 03 - SOLUZIONE

Prenditevi il tempo necessario per definire bene la soluzione proposta.

Più la soluzione è concisa e semplice, più sarà memorizzabile per gli investitori. Spesso i fondatori sono troppo legati al loro prodotto per concentrarsi su una proposta di valore fondamentale. In questo caso, bisogna allontanarsi dai dettagli e concentrarsi su ciò che rende i clienti più soddisfatti.

La vostra soluzione, una volta terminata, dovrebbe essere breve come una frase. La vostra proposta di valore non deve richiedere spiegazioni e deve essere abbastanza concisa da poter essere inserita in una sola diapositiva. Ricordate di collegare la soluzione direttamente al problema che avete già analizzato. Altrimenti, se offrite troppe soluzioni, potreste sembrare rapidamente non allineati e non pronti per un investimento.

# 04 - PERCHÉ ORA?

La Slide “perché ora?” è costruita per chiarire perché questa azienda/soluzione dovrebbe essere costruita e lanciata nel momento attuale

In genere include metriche quantificate e/o fatti/logiche che spiegano perché è il momento giusto.

La diapositiva “Perché ora?” può essere collocata dopo la slide della soluzione o appena prima della slide della soluzione.

# 05 - OPPORTUNITÀ DI MERCATO

Raccogliete dati a sostegno della vostra idea/startup che potranno comunicare il mercato di riferimento, indicando le dimensioni/valore e la prospettiva di crescita. (Utilizzare grafici)

Dimostrate inoltre di aver studiato il mercato in cui volete operare, consideratene le dimensioni e le sue potenzialità con i seguenti obiettivi:

- Indicare il mercato di riferimento e i paesi target
- Valore del mercato e del proprio segmento target (TAM, SAM, SOM) per paese
- Tasso di crescita del mercato per paese

Eseguendo una serie di ricerche di mercato potrete validare da una parte le proiezioni finanziarie della vostra startup e dall'altra pianificare meglio la vostra crescita.



# 06 - COMPETITOR

Quando si parla di concorrenza, è importante dimostrare che non c'è nessuno come voi. Un modo efficace per farlo è tornare all'esposizione del problema per ricordare al pubblico che avete la soluzione migliore.

Questa parte della presentazione è una delle più essenziali.

La comprensione della concorrenza è importante quanto la comprensione del prodotto e del cliente. È fondamentale presentare un'analisi approfondita della concorrenza per dimostrare che conoscete il mercato e avete il potenziale per superare gli altri.

Il Magic Quadrant di Gartner è lo standard di riferimento per le startup tecnologiche che vogliono convincere gli investitori. Utilizza un formato a griglia per classificare gli operatori tra leader, visionari, sfidanti e di nicchia.

Indipendentemente dalla posizione nel quadrante, è importante utilizzare numeri e fatti per dimostrare che conoscete il vostro mercato e siete i leader del vostro gruppo.

# 07 - PRODOTTO

La slide del prodotto è importante perché offre una vetrina per presentare il tuo prodotto in modo chiaro, convincente e accattivante, aiutando a trasmettere il suo valore e il suo potenziale agli investitori e ad altri interessati.

1. **Presentazione Chiara del Prodotto:** La slide del prodotto permette di spiegare chiaramente cosa offre il prodotto o servizio, facilitando la comprensione da parte degli investitori.
2. **Illustrazione delle Caratteristiche Chiave:** Evidenzia le caratteristiche distintive del prodotto, mostrando il suo valore e perché è unico rispetto ai concorrenti.
3. **Dimostrazione del Valore per l'Utente:** Mostra i benefici che il prodotto offre agli utenti, spiegando come risolve problemi specifici o migliora la vita delle persone.
4. **Opportunità di Differenziazione:** Consente di differenziare il prodotto rispetto alla concorrenza, evidenziando i suoi vantaggi unici per attrarre investitori.
5. **Coinvolgimento Visivo:** Una buona presentazione visiva cattura l'attenzione e mantiene l'interesse degli investitori, grazie a immagini e design accattivanti.

# 08 - BUSINESS MODEL

In che modo i soldi dei vostri clienti finiranno dalle loro tasche a quelle della vostra startup? Descrivete il vostro modello di business.

Questa fase è quella in cui conquistate gli investitori che cercano un ritorno economico nel medio-lungo termine nel vostro progetto. Il founder deve illustrare vari punti:

- Modello di Business (B2B, B2C, B2B2C ecc)
- Target di riferimento
- Modelli di prezzo
- Margini di profitto

Una volta definiti questi elementi, dovrete essere pronti a definire come siete arrivati alle vostre stime e come queste si mantengono.

Se la vostra azienda è in una fase di pre-revenue o di idea, includere proiezioni convincenti e modelli di concorrenza chiari che sottolineano come la vostra offerta sia propensa a crescere sul mercato. Ricordate che gli angel investor e i venture capitalist vogliono investire in un'azienda di sicuro successo.



**FOOL  
FARM**

A NEW MODEL  
TO BUILD STARTUPS

---

Thank you

---

FOOLFARM

email: [info@foolfarm.com](mailto:info@foolfarm.com)

[www.foolfarm.com](http://www.foolfarm.com)

---