

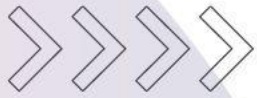
# **MÓDULO VI**

## **PRESENTACIONES COMERCIALES Y**

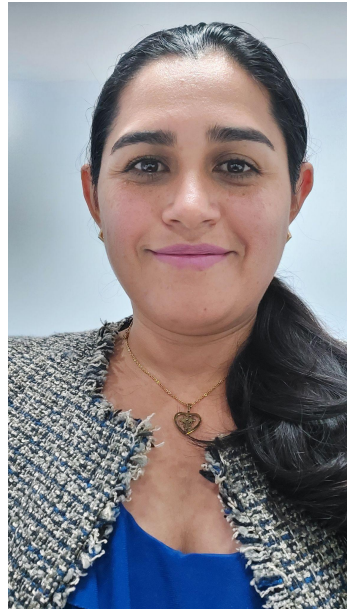
### **SEGUIMIENTO**

**Por Karla Orellana**





# Bienvenida al programa CANAC URL



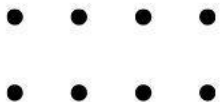
**Karla Orellana**  
**Facilitadora Programa CANAC URL**



## Agenda:

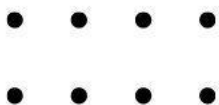
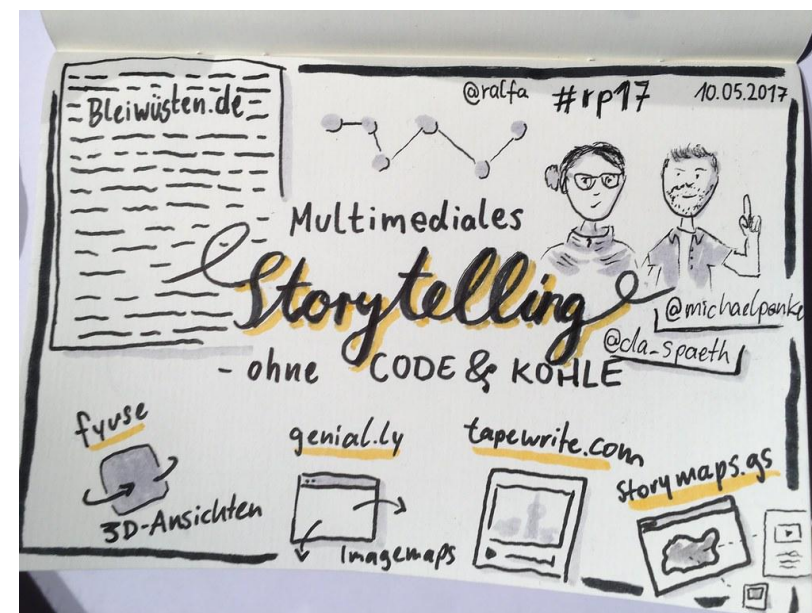
1. Bienvenida
2. Storytelling
3. Pitch de Negocios
4. Ejercicio
5. Información Presentación final
6. Tarea

AGENDA



# Storytelling

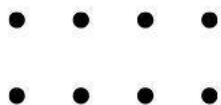
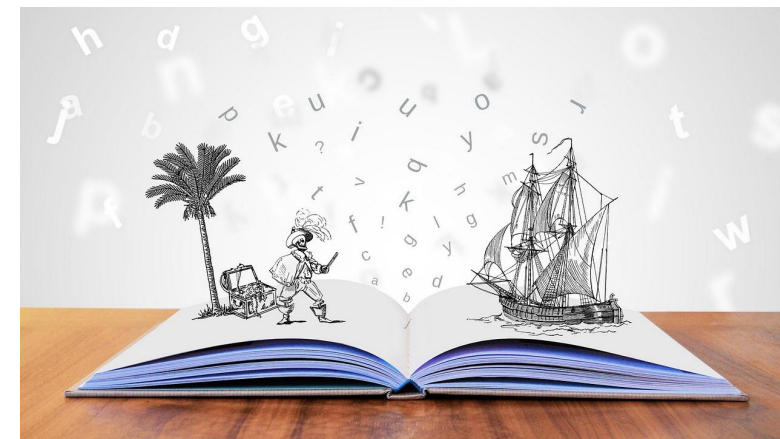
El storytelling es el arte de contar historias. Este proceso es una narrativa estructurada que se utiliza para comunicar un mensaje a través de sucesos. Estos pueden ser reales o ficcionados para atrapar a quienes los lean o escuchen. Apela al uso de emociones y valores para enmarcar dicho mensaje y crear sintonía con las personas.



# ¿Qué significa storytelling?

El término storytelling se desglosa en dos palabras anglosajonas: **historia (story)** y **contar (telling)**.

El objetivo de este proceso es lograr una mayor audiencia, pero también otorgar un significado o valor a los usuarios y que el mensaje central sea de aprendizaje para ellos.



# Claves de un storytelling exitoso

Las palabras «éxito» y «fracaso» son relativas cuando se trata de dar una opinión. Pero hay muy pocos componentes no negociables que hacen que una experiencia de storytelling sea extraordinaria, tanto para el lector como para quien cuenta la historia. Para crear buenas historias, deben tener estas cualidades:

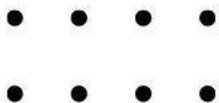
**Son entretenidas.** Las buenas historias mantienen a la audiencia comprometida e interesada en lo que vendrá después.

**Son educativas.** Las buenas historias llenan de curiosidad y agregan conocimiento al bagaje de quien lee o escucha.

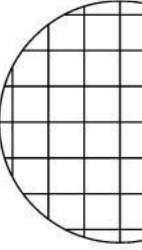
**Son universales.** Las buenas historias son narraciones con las que todos se pueden relacionar de manera sencilla. Provocan emociones y llevan a recordar experiencias propias y por las que la mayoría de la gente ha pasado.

**Son organizadas.** Una historia bien contada tiene una estructura que ayuda a transmitir el mensaje y facilita que se entienda.

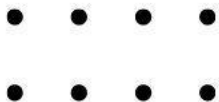
**Son memorables.** Ya sea que lo logren mediante el escándalo, el humor o la inspiración, las buenas historias perduran en la memoria.



# ¿Cómo hacer un storytelling?



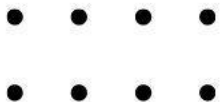
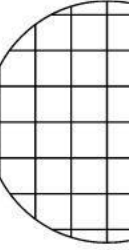
- Conoce tu audiencia.
- Define tu mensaje principal.
- Decide qué tipo de historia estás contando.
- Establece cuál será tu llamada a la acción.
- Elige el medio que usarás para tu historia.
- ¡Escribe!
- Comparte tu historia.





# Ejemplo Storytelling

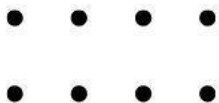
[https://www.youtube.com/watch?v=VE\\_aCKrbgB4](https://www.youtube.com/watch?v=VE_aCKrbgB4)





# ¿Qué es el pitching en los negocios?

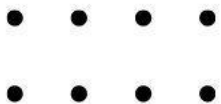
Lanzar en los negocios se refiere a presentar ideas de negocios a otra parte. Por ejemplo, puede presentar su negocio de inicio a inversores potenciales o sus productos a clientes potenciales. Una presentación comercial debe brindarle a su audiencia una comprensión clara de su plan u objetivos para obtener la aceptación. Para hacer esto, debe recopilar y compartir investigaciones relevantes o proporcionar una visión convincente. Cuando lanza de manera efectiva, puede motivar y persuadir a su audiencia para que siga su idea y la haga realidad.

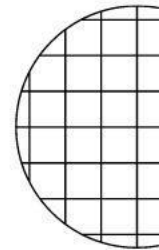


# Tipos de pitching empresarial

## Lanzamiento a inversores o clientes

Los profesionales suelen utilizar la promoción comercial para ganar inversores en un negocio nuevo o en crecimiento o para vender los productos o servicios de un negocio a los clientes.





## Tipos diferentes de lanzamientos utilizados en estas situaciones:

### Tono de venta

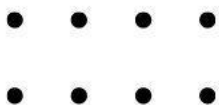
Un argumento de venta es un mensaje breve que atrae la atención de su audiencia y describe su plan de negocios o los productos y servicios que ofrece. El objetivo es hacer que la audiencia invierta en tu negocio o compre tus productos o servicios. "Discurso de ascensor" es otro término para el argumento de venta porque debe durar tanto como un viaje en ascensor.

### Pitch deck

Un pitch deck es una presentación de diapositivas que describe su plan de negocios para posibles inversores. Esta presentación debe incluir investigaciones relacionadas con su producto, competencia, planes de marketing y finanzas de la empresa. Debe proporcionar una visión completa de su empresa tal como existe actualmente y el valor potencial que tiene para que los inversores persuadan su decisión.

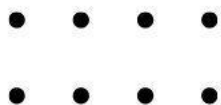
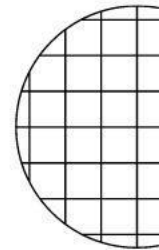
### Tono interrogativo

Cuando hable con los clientes, puede comenzar su presentación con una serie de preguntas. Sus preguntas se centran en los problemas que enfrentan y cómo pueden resolverlos. Por ejemplo, puede pedirles que nombren sus desafíos más importantes. Estas preguntas tienen como objetivo atraer su curiosidad y hacer que quieran aprender más sobre sus ofertas.



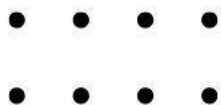
## Lanzamiento en el lugar de trabajo

El pitching en el lugar de trabajo toma prestados algunos de los tipos de pitch utilizados con inversores y clientes. Si tiene una idea para un nuevo proyecto o iniciativa en el trabajo, puede usar una plataforma de presentación para delinear su plan y demostrar sus beneficios potenciales. Para avanzar en su carrera, puede utilizar un discurso de ascensor personal para resumir su valor como empleado al proponer una promoción o un aumento.



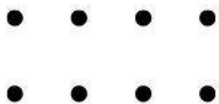
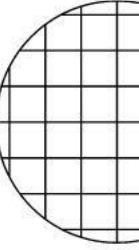
## Lanzamiento al hacer networking

Al establecer contactos, también puede usar un discurso de ascensor para venderse a un posible empleador o conexión. En 30 a 60 segundos, este discurso brinda una descripción general de las calificaciones, habilidades o logros únicos que lo hacen valioso. Desea causar una impresión memorable que pueda generar nuevas oportunidades. Después de su presentación, intente ofrecer una tarjeta de presentación para proporcionar un recordatorio tangible de quién es usted.



# Claves para hacer un pitch exitoso

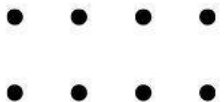
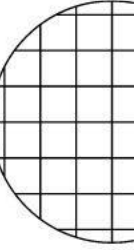
1. Haz una pregunta o afirmación sorprendente
2. Presentación / ¿Quién eres? / ¿Qué haces aquí?
3. ¿Cuáles son los problemas o necesidades que atacas?
4. ¿Qué soluciones aportas?
5. ¿Qué beneficios obtiene el cliente?
6. ¿Por qué yo soy la persona adecuada?
7. Call to action (llamada a la acción)





# Video explicativo

<https://www.youtube.com/watch?v=uv357YzY7-k>



# Ejercicio de clase

01

Escribe el Pitch que vas a presentar, sin dejar fuera esta información:

- Problema (¿Porque inició su negocio?)
- Solución basada en la Propuesta de valor (Innovación)
- Grupo objetivo
- Formas de generar ingresos
- Recursos con los que cuenta

02

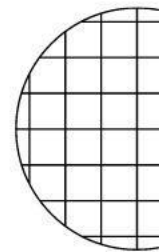
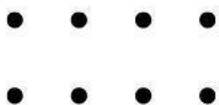
Toma en cuenta los 7 pasos para un buen Pitch

- Haz una pregunta o afirmación sorprendente
- Presentación / ¿Quién eres? / ¿Qué haces aquí?
- ¿Cuáles son los problemas o necesidades que atacas?
- ¿Qué soluciones aportas?
- ¿Qué beneficios obtiene el cliente?
- ¿Por qué yo soy la persona adecuada?
- Call to action (llamada a la acción)

03

Debes presentar en 3 minutos a toda la clase

- Respira profundo
- Habla despacio
- Confía en ti misma





# Presentación Final

**Fecha: Martes 9 de Agosto 2022**

**Lugar: Universidad Rafael Landívar Salón Javier**

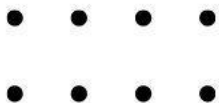
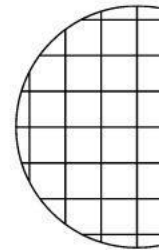
**Horario: 1:30 Pm en punto (horario por confirmar)**

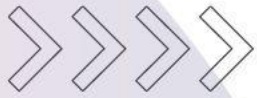
**Forma de presentar: 1 diapositiva por emprendedora (3 minutos para presentar)**

**Productos/prototipos : Pueden llevar una muestra si tienen**

**Terna de jueces: 3 jueces (1 Landívar, 1 MINECO, 1 Taiwan)**

**Horario de participación: Asignado por la universidad y se enviará por correo.**



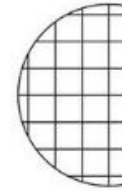


**Nombre Emprendimiento**

**Propuesta de Valor:**



**Logotipo**



**Foto producto**



**Foto punto de venta o  
redes sociales**

