



Regole di presentazione Pitch a D-One

REV.0.1/2015

Cosè un Pitch e perchè D-One lo richiede

Il pitch è una presentazione (normalmente un PPT) della propria idea o progetto da proporre a D-One per il suo sviluppo. Fa parte del set di documenti fondamentali per iniziare un rapporto lavorativo con D-One.

Serve a descrivere se occorre creare una nuova società con D-One, l'idea di business, se il team D-One è sufficiente o bisognerà investire sul personale e i piani che si intende perseguire con l'investimento richiesto a D-One. Oltre al pitch è importante aver preparato una base di *business plan* (normalmente un DOC) e il foglio con le metriche e i "numeri" (conto economico e *flow cash* mensilizzati almeno a 5 anni, in formato XLS). Business plan e metriche dovranno essere preparati considerando la creazione di una nuova azienda, senza tener conto della struttura esistente di D-One. In caso la D-One ritenga opportuno continuare il progetto metriche e business plan verranno aggiornati considerando D-One come parte della struttura necessaria per la produzione di tale progetto.

Il pitch comunque rimane il documento più importante, in quanto definisce e struttura tutto il ragionamento con cui si andranno a leggere numeri e business plan. Consente di guardare il progetto solo a grandi linee ma nel suo insieme, toccando così tutti gli aspetti fondamentali per D-One. **Il pitch non deve spiegare, ma deve convincere D-One ha investire capitali e risorse all'interno del progetto.** E' essenzialmente un documento di vendita, che il proponente utilizza per spiegare rapidamente a D-One chi è e cosa intende fare, convincendolo ad approfondire il progetto attraverso un secondo contatto.

Ci sono decine di regole non scritte sull'argomento e centinaia di libri, post e siti internet che spiegano come fare un pitch. Ma per iniziare un primo approccio, consigliamo un paio di riferimenti. Guy Kawasaki nel suo "The art of the start", disponibile anche in Italiano, fornisce indicazioni che sono diventate abbastanza degli standard nel mondo del VC americano. Con la sua regola del **10/20/30** - ovvero 10 slide per venti minuti di presentazione con font minimo di 30 (un font grande che costringe alla sintesi) - le spiegazioni di Kawasaki sono semplici, utili ed essenziali.

Un secondo strumento dal quale consigliamo di partire è quello del "business model canvas". Anche in questo caso, essendo uno strumento molto utilizzato, esistono una gran quantità di risorse disponibili sul web in materia. È uno schema mentale che consente di analizzare, scomporre e ricomporre un business model, fino ad identificarne tutti gli aspetti essenziali.

Riprendendo però lo schema di Kawasaki, il pitch deve contenere almeno questi dieci temi fondamentali:

Problem

Quale problema sta indirizzando il proponente del progetto, quanto è grande e quanto è sentito?

Your solution

In cosa consiste la soluzione che il proponente intende o sta già mettendo sul mercato?

Business model

Che non corrisponde solo o necessariamente a "come si fanno i ricavi".

Underlying magic/technology

Quali sono gli ingredienti segreti che faranno vincere il progetto sulla concorrenza?

Marketing and sales

Come viene generata la "traction" sul progetto?

Competition

Chi sono e come sono fatti i competitor? Si possono mappare?

Team

Chi è il proponente, che esperienze ha e cosa si aspetta dal team D-One.

Projections and milestones

Come il proponente intende muoversi una volta partiti? Quali sono i punti di svolta in cui il proponente avrà dimostrato aspetti essenziali del vostro modello di business?

Status and timeline

A che punto si è e qual è il piano operativo per i prossimi 18 mesi?

Summary and call to action

.In genere qui si inserisce cosa si sta cercando (quanto serve e per farci cosa).

Detto questo, ogni proponente deve fare il pitch come meglio crede , purché questi argomenti, che sono essenziali per valutare un potenziale business, siano tutti indirizzati ed esposti. In modo chiaro, diretto e convincente.

Prima di presentare a D-One consigliamo anche di provarlo molte volte e, se possibile, di iscriversi ad una business plan competition per provare a convincere, raccogliere feedback, discuterlo ed argomentarlo con altre startup.

Il pitch può essere inviato via mail a info@d-one.info o presentato via streaming a D-One. D-One valuterà il progetto e la documentazione e in caso di dubbi e domande ricontatterà il proponente per un incontro.