

# Template de **Pitch Deck**

Esse modelo é baseado nos exemplos de diversos autores, investidores e startups.



# 1.

## Para que serve?

Um Pitch Deck é uma apresentação de 10 a 20 slides que deve passar um resumo da sua startup para os investidores.

O objetivo aqui não é responder todas as perguntas. É abrir uma porta para investimentos e deixar aquele gostinho de quero mais.

No Pitch Deck você vai passar informação suficiente para despertar o interesse, o resto é com você!

# 2.

## Quando usar?

Pitch Decks podem ser usados para conseguir reuniões com investidores, podem ser enviados por e-mail ou apresentados ao público.

Cada um deles tem um formato diferente, mas a essência do conteúdo se mantém a mesma. Por exemplo, uma apresentação de Demo Day deve ter pouco texto e letras grandes para ser vista de longe. Uma apresentação enviada por e-mail tem que ser mais auto-explicativa. Mas as duas tem que conter um conjunto de informações marcante.

# 3. O que não pode faltar?

Vários autores já desenvolveram modelos de Pitch Decks e alguns elementos sempre aparecem como um “must have” para uma apresentação de sucesso.

Veja semelhanças e diferenças entre tópicos dos Pitch Decks mais usados.

	Dave McClure	Guy Kawasaki	Sequoia Capital	Next View	AirBnB	Chance Barnett
Problema	●	●	●	●	●	●
Proposta de valor	●	●	●	●	●	●
Marketing Validation			●	●	●	
Produto	●		●		●	●
Tamanho do Mercado	●		●	●	●	●
Modelo de Negócio	●	●	●	●	●	●
Underlying magic	●	●		●		
Competição	●	●	●	●	●	●
Vantagem competitiva	●				●	
Go to market	●			●	●	●
Equipe	●	●	●	●	●	●
Board/Conselho			●	●		
Tração/Validação	●	●			●	●
Depoimentos					●	●
Fundraiser	●	●	●	●	●	●
Finanças		●	●	●		●

# 4.

## O que isso significa?

Como você pôde ver não existe uma única fórmula mágica, mas alguns elementos fundamentais sempre se repetem.

**Problema**

**Proposta de valor**

**Modelo de negócio**

**Competição**

**Equipe**

**Fundraising**

Muito cuidado para não errar nesses slides. Alguns tópicos aparecem menos, mas são igualmente importantes:

**Produto**

**Tamanho do mercado**

**Go to Market**

**Tração/Validação/Milestones**

**Finanças**

# 5.

## Erros mais comuns em Pitch Decks

### **Falar que resolve muitos problemas**

Articular de maneira clara o problema que você resolve é a chave para montar todo o seu pitch. Torne o problema óbvio.

### **Falar que não existem competidores**

SEMPRE vai existir competição. Ela pode ser indireta ou direta, por isso pesquisa de mercado é fundamental. Falar que não existem competidores mostra falta de conhecimento do mercado.

### **Mostre benefícios e não só funcionalidades**

Muitos detalhes técnicos do produto não vão te levar a lugar nenhum. Os consumidores e investidores querem ver benefícios e valor agregado. Eu sei que você quer mostrar tudo sobre seu produto, mas tome cuidado.

### **Traga dados**

Tenha dados e não apenas suposições sobre o mercado e sua empresa.

# 6.

## **Não se esqueça! Você está contando uma história**

Boas histórias criam conexões, conquistam a atenção e sempre deixam as pessoas querendo saber mais

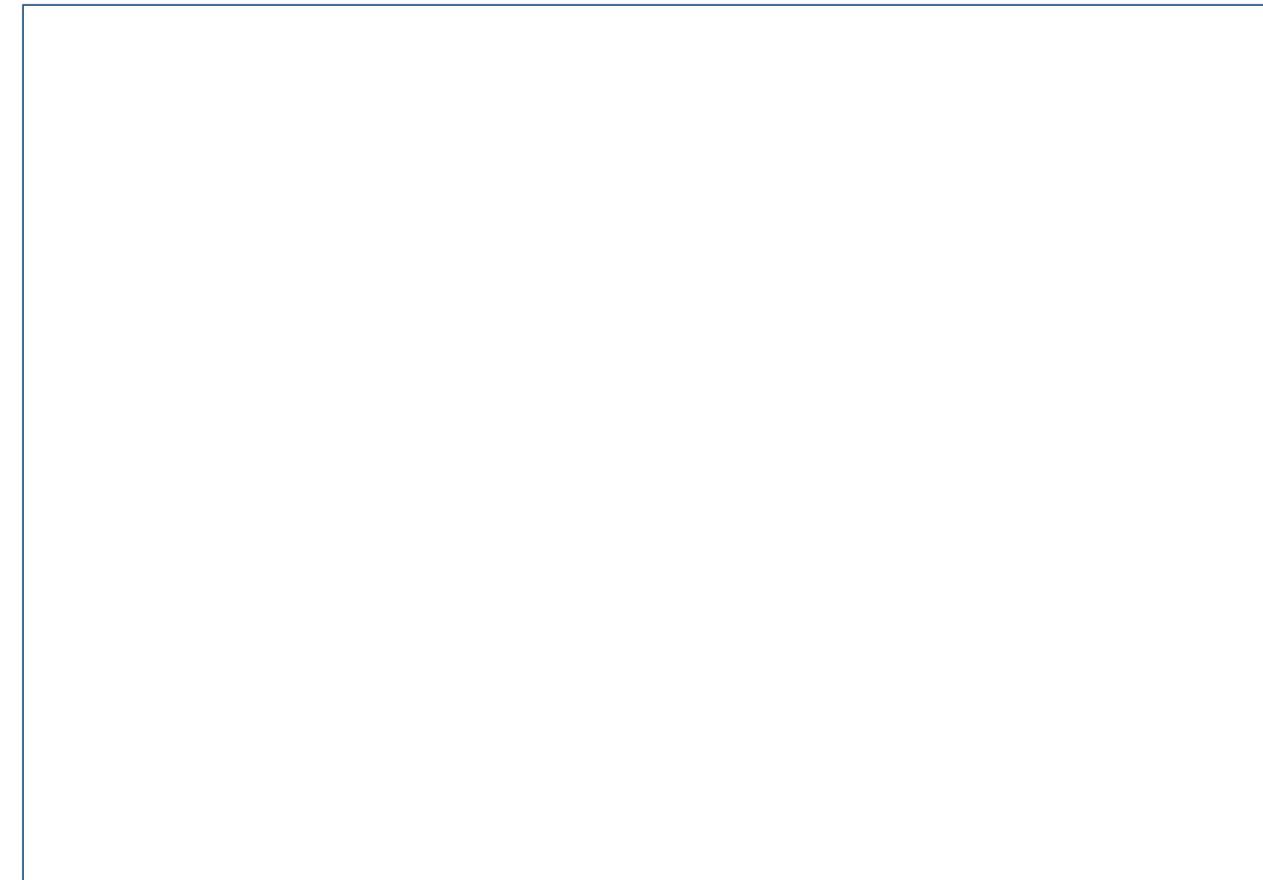
**“Pitch the problem first, connect with your audience emotionally around the problem, and then, and ONLY then, offer your solution as the remedy to that problem”**

Dave McClure, 500 startups

# Um aviso antes de começar...

Esse modelo inclui todos os tópicos dos Pitch Decks citados acima.

Cabe a você selecionar ou descartar o que não for interessante para sua startup. Isso é só um modelo, mude a ordem e personalize o máximo que puder!



# Capa

Essa é a sua capa. Ela deve conter o nome da sua empresa, uma imagem e a tagline do seu pitch.

Sua tagline deve ser uma combinação simples da sua visão, produto e missão em 5 ou 7 palavras.

# O problema

Preço é uma preocupação importante para quem está agendando viagens online

Hotéis te deixam desconectados da cidade e da sua cultura

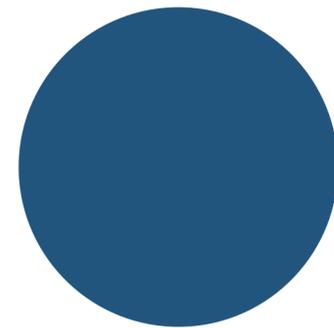
Não existem maneiras fáceis de alugar um quarto local ou se tornar um anfitrião

Veja o exemplo do AirBnB!  
Em três sentenças curtas eles mostraram o problema que solucionam.

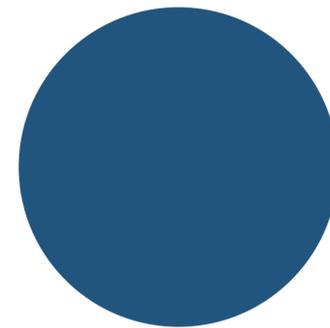
# A solução

Mostre como seus consumidores se beneficiam do seu produto em uma frase e a escreva aqui.

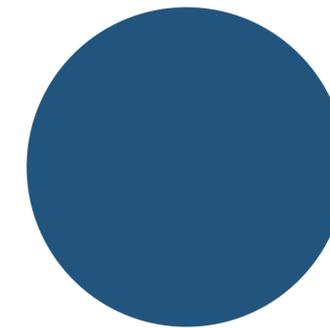
Encontre os benefícios para seu público e mostre de forma direta



Economizam?  
Como?



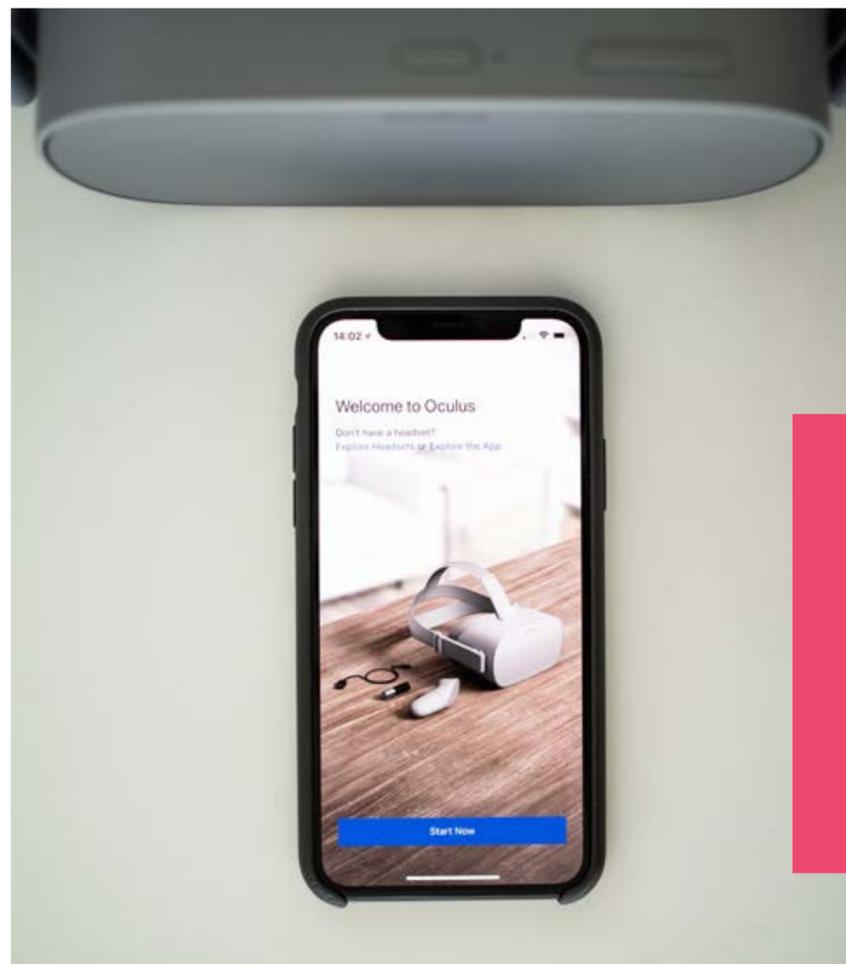
Aprendem?  
Como?



Aprendem?  
Como?

# O produto

Mostre a sua tecnologia, os benefícios e a mágica por trás do seu produto.



**Benefício 1**

**Benefício 1**

**Benefício 1**

Uma imagem vale mais que mil palavras. Coloque menos texto e abuse de vídeos, imagens, screenshots ou demos.

Mostre onde está o dinheiro.

# Mercado

Existem diferentes formas de mostrar o seu mercado, nós vamos mostrar o modelo de Dave McClure.

Mostre o tamanho potencial do seu mercado e apresente fontes externas!  
ex: \$512 bilhões são gastos em restaurantes por ano. Fonte: Brazilian Restaurant Association (www.....)

100 milhões de pessoas comem fora todos os dias  
Hoje ~4% das refeições são pedidas on-line  
Em 5 anos 20% dos pedidos serão on-line  
Uma refeição custa em média \$12

Total do mercado disponível  
Hoje: ~\$50 milhões diariamente  
Em 5 anos: ~\$250 milhões diariamente



■ Procura uma nova solução

Use gráficos para ilustrar o que você está dizendo

# Modelo de negócios

Esse é um slide fundamental na sua apresentação. Torne-o simples e claro. O ideal é que você mostre 3 fontes de renda priorizando por potencial.

Modelo freemium com 2% de conversão consistentes de Free para versões pagas

5% de churn equiparado com um LTV de \$240 que nos permite pagar até \$5 para adquirir novos usuários free

Quando chegarmos a 1 milhão de usuários prevemos uma receita de \$3,6 Milhões

Veja o exemplo do Buffer. Em apenas três frases eles mostraram como captam, convertem e a previsão de faturamento.

# Tração

Mostre suas métricas e quanto você já conquistou. Parcerias e manchetes de jornais podem entrar aqui.

800 usuários pagantes

\$150,000 de taxa de renda anual

97% de margem

55,000 usuários, crescendo 40% ao mês

1,5 milhões de updates Buffered

Veja o exemplo do Buffer, com suas principais conquistas até agora.

# Tecnologia / Diferenciais

Fale sobre características únicas, sua tecnologia ou sua experiência. Mostre algo que a competição não tem, mas você sim!

Conexões com o mercado

Time experiente

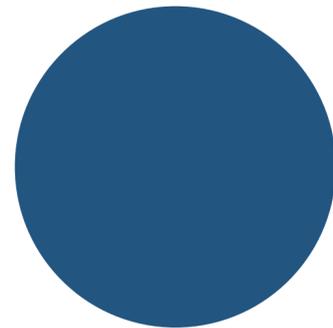
Tecnologia superior

Etc..

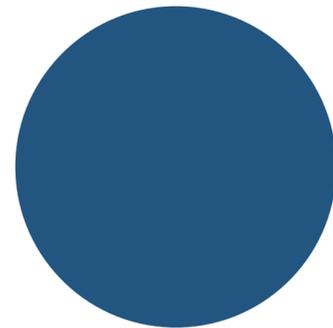
# Competidores

O mercado é enorme, mostre onde você se encaixa e por que esse é um bom lugar para estar.

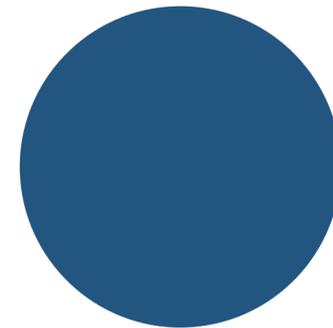
Lembre-se: a competição sempre existe. Então liste aqui seus competidores, quem eles são, o que eles fazem bem e onde eles erram. Seja breve e mostre os dados.



Competidor A



Competidor B



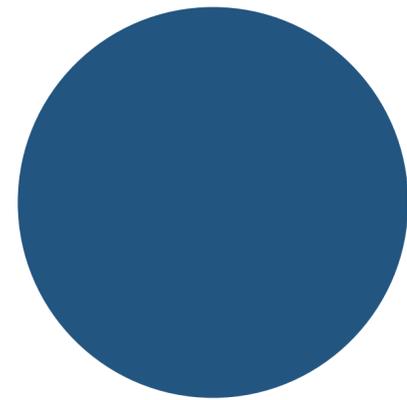
Competidor C

Mostre que você é melhor ou ao menos diferente. Se você não é nenhum dos dois então mostre o valor do seu segmento.

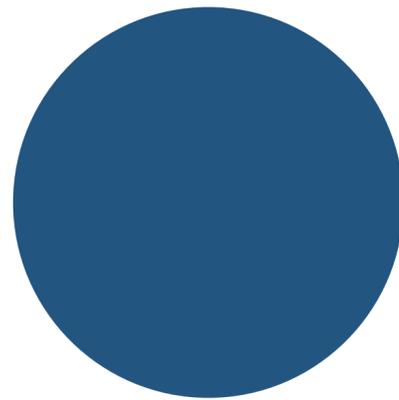
# Por que \_\_\_ é melhor?

Qual é o seu segredo? O que o torna diferente de todos os outros?

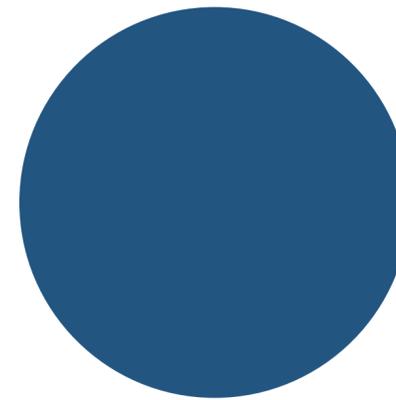
Use o que for necessário para  
mostrar que você não é só  
mais um



Design?



Experiência  
do cliente?



Preço?

# Go to Market

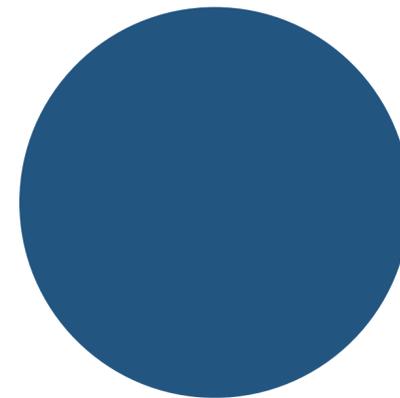
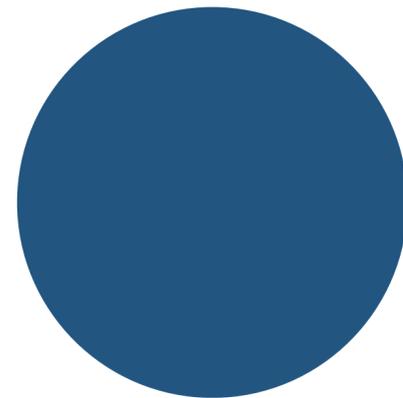
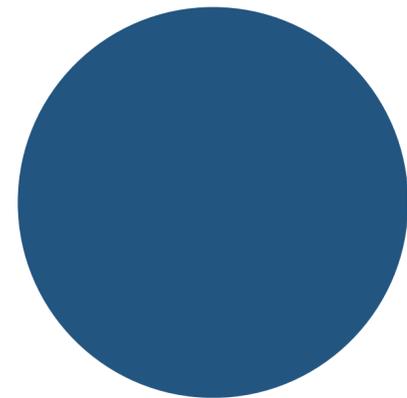
Onde os consumidores estão buscando ajuda?

Como você vai estar lá?

Qual é o plano para atingir suas metas de crescimento?

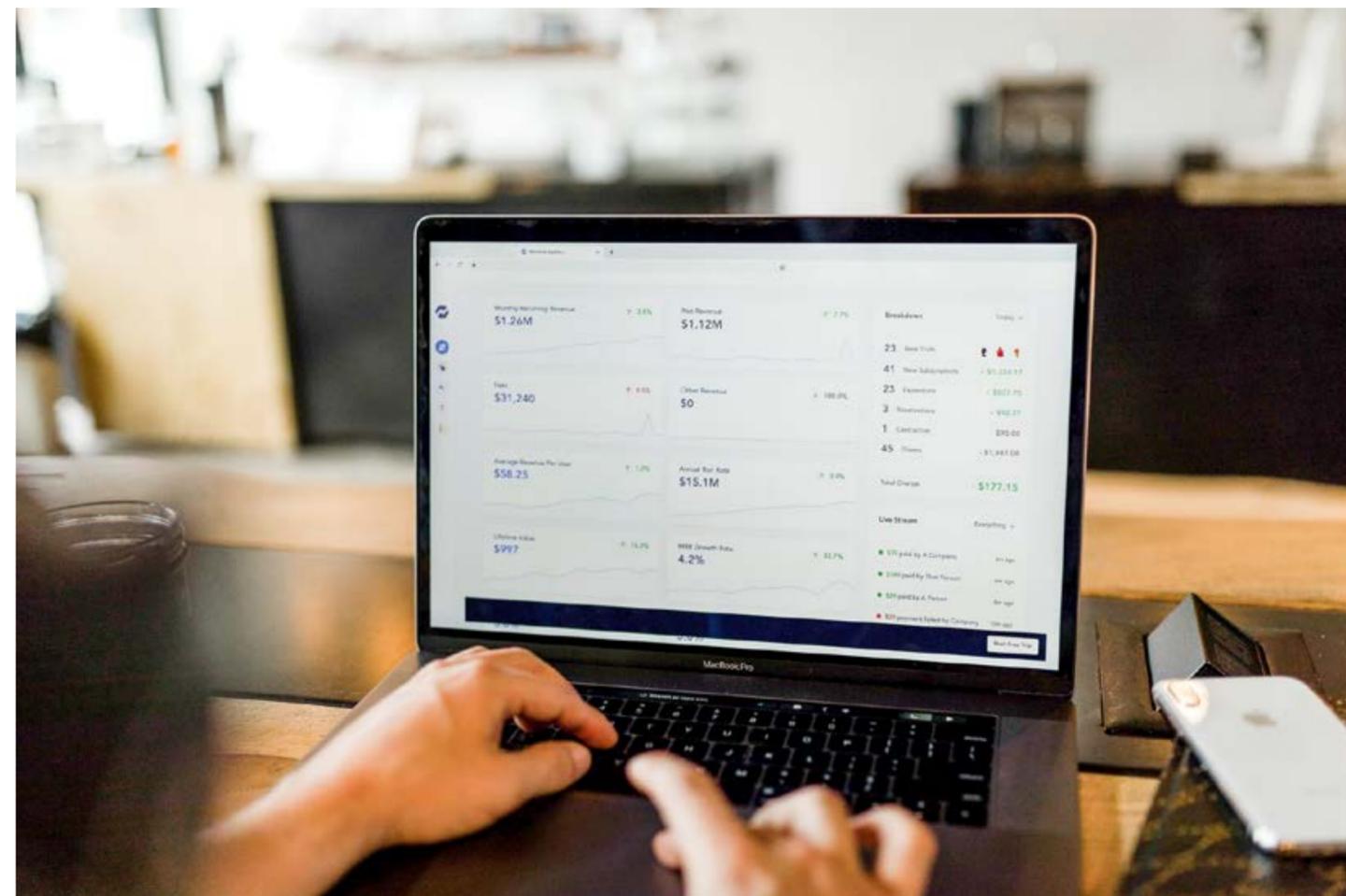
Quais serão os canais e métodos para adquirir clientes?

Lembre-se é importante avaliar três coisas na hora de escolher o que inserir aqui: volume, custo e conversão



# Validação do mercado

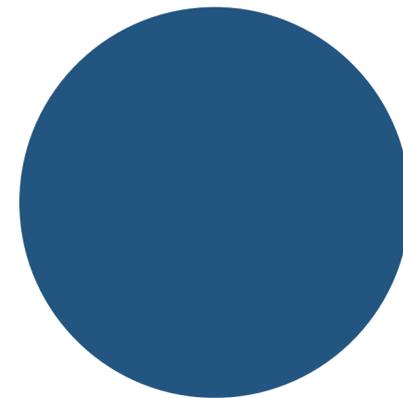
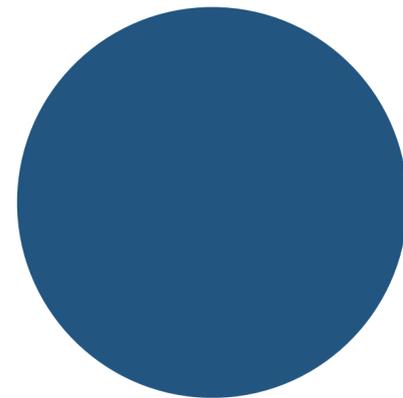
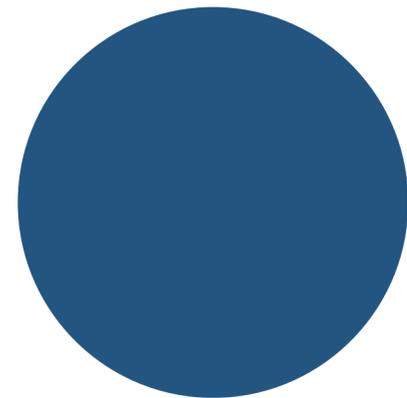
Quais são suas métricas mais importantes?  
Traga dados, depoimentos e mostre suas maiores conquistas até agora.



# Time fundador

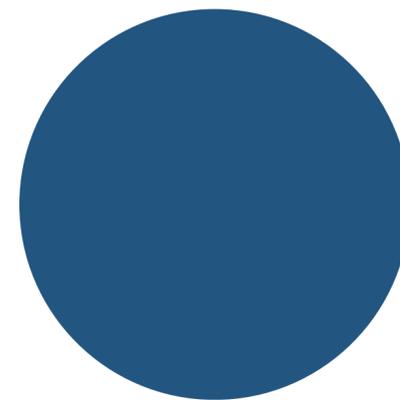
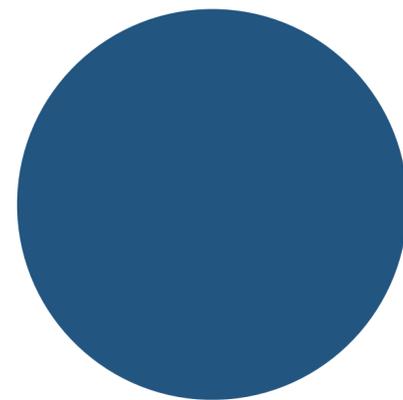
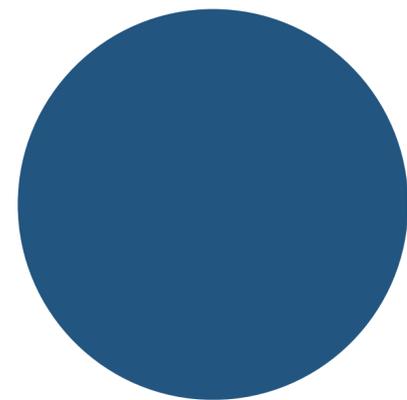
O time é o coração da sua startup. Destaque os membros-chave da equipe e seus cargos anteriores, suas conquistas e expertises.

Mostre que sua equipe sabe o que está fazendo!



# Conselho

Se sua startup tem um conselho consultivo mostre-o aqui!



# Financeiro

É hora de abrir os livros.

Insira de 3 a 5 anos de projeção financeira.

Mencione hipóteses importantes para o seu modelo, taxa de conversão, mercado, etc.

Dê destaque a esses números dos seus últimos três anos:

Total de consumidores

Total de receita

Total de despesas

EBITDA

# Raising

Quanto capital você está levantando e, em termos gerais, de que tipo: equity, debt, convertible note  
Quem já investiu em você?

Qual é o uso da verba em %:

Salário dos fundadores  
Vendas e Marketing  
Novas contratações  
Tecnologia/ desenvolvimento de produto ou serviço  
Equipamento

