

<b>Titolo</b>	<b>Strumenti per descrivere e convalidare la tua idea di business</b>
<b>Parole chiave (meta tag)</b>	<b>Validazione idee, Conoscenza Clienti, Comunicazione efficace, Elevator Pitch, High Concept Pitch</b>
<b>Prodotto da :</b>	<b>DEMOSTENE Centro Studi</b>
<b>Lingua</b>	<b>Italiano</b>
<b>Area</b>	<b>Sezione imprenditoria</b>
<b>Obiettivi / Risultati / Risultati di apprendimento</b>	
<p><b>Comunicare efficacemente la tua idea di business (obiettivi, prodotti, servizi) a potenziali investitori, soci e clienti;</b></p> <p><b>Imparare a scrivere un High Concept Pitch per il tuo business;</b></p> <p><b>Verificare le tue idee per via sperimentale;</b></p> <p><b>Individuare i propri potenziali clienti, imparare a conoscerli e a raggiungerli;</b></p> <p><b>Acquisire nuove abilità per l'avviamento di nuove start up.</b></p>	



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

## Descrizione

In questo modulo imparerai quanto sia cruciale comunicare in modo conciso e breve la tua idea di business, la tua visione d'impresa e come puoi promuoverla facilmente.

Nella prima parte imparerai cosa si intende per "Pitch", perché è così importante per i tuoi affari, costruire ed usare un High Concept Pitch. Il Pitching (termine che in lingua inglese indica una specifica modalità di comunicazione che mira a convincere e persuadere) non è qualcosa di semplice. Deve saper esprimere l'identità del tuo business, la tua visione e, se la situazione lo rende possibile, descrivere anche il nesso tra gli obiettivi di business della tua start up, i servizi offerti, la sua struttura interna, la tua strategia. In particolare, un High Concept Pitch, un motto di una o due brevi frasi, è tanto cruciale quanto difficile da scrivere.

Nella seconda parte ti verrà presentato uno strumento, il Javelin Experiment Board, che serve a convalidare le tue idee attraverso la sperimentazione. Si tratta di uno strumento intuitivo, che imparerai velocemente, e che ha il pregio di essere divertente e coinvolgente, aiutandoti a focalizzare velocemente i fallimenti e a procedere verso il successo. Il suo scopo è l'identificazione del cliente, la definizione del problema e della sua possibile soluzione, la convalidazione dell'idea, la definizione di strategie.

Come una scheda di processo, il Javelin Board è una lavagna visiva che ti aiuta a trasformare le tue idee in esperimenti. Essendo in grado di visualizzare i tuoi step correnti e futuri, tramite essa puoi prendere decisioni per ottimizzare la produzione e il piazzamento dei tuoi servizi o dei tuoi prodotti.

Contenuti organizzati in 3 livelli



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

**Nome modulo:**

**Strumenti per descrivere e validare idee di business**

### **Introduzione al Modulo**

**In questo modulo imparerai quanto sia cruciale comunicare in modo conciso e breve la tua idea di business, la tua visione d'impresa, come puoi promuoverla facilmente e renderla vincente.**

**Nella prima parte imparerai cosa si intende per "Pitch", perché è così importante per i tuoi affari, costruire ed usare un High Concept Pitch.**

**Nella seconda unità ti verrà presentato uno strumento, il Javelin Experiment Board, per convalidare l'idea attraverso la sperimentazione.**

#### **1. Prima unità: Promuovi la tua startup**

**Promuovere la tua startup tramite un discorso persuasivo, cioè tramite un "Pitch", è estremamente importante. Chi fa impresa lo sa bene. Ma tu, lo sai? Chi ha intenzione di avviare un nuovo business dovrebbe avere sempre pronto un Pitch per presentare le proprie idee. Non puoi mai sapere quando si presenterà un'opportunità. Per essere sempre pronto, lavora alla tua presentazione in anticipo, memorizzala e preparati ad agire al momento giusto.**

**Il "Pitching" non è affatto semplice. Esso deve mostrare la tua identità aziendale, la tua visione e, se la situazione lo rende possibile, le connessioni tra gli obiettivi di business della tua start up, la sua struttura, il suo funzionamento, i servizi offerti e il modo in cui tutto ciò contribuisce a concretizzare la tua strategia d'impresa.**

##### **1.1 Come realizzare il tuo pitch?**

**Il modo in cui ti proponi a potenziali investitori, clienti o altri partner commerciali dipende, ovviamente, dalla situazione specifica. Ma che tipo di pitch devi avere sempre pronto con te?**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

**Nel tuo bagaglio comunicativo devi sempre avere pronti almeno tre tipi di “pitch”. Non sai mai quando ti si presenterà l’occasione giusta, nè quanto tempo avrai a disposizione per convincere il tuo interlocutore della qualità della tua idea e della forza del tuo business.**

**Considera di avere pronte almeno le seguenti tre presentazioni: l’elevator pitch, il pitch di due/tre frasi e l’high concept pitch.**

**A. L’Elevator Pitch. Il nome, letteralmente “discorso da ascensore” dice già tutto. È la breve descrizione di un’idea, di un prodotto o di una compagnia; la descrizione deve essere tale che chi ascolta possa comprenderlo in un breve periodo di tempo. Una conversazione che puoi avere con qualcuno aspettando l’ascensore poi andando con lui , diciamo, dal piano terra al nono piano!**

**Questa presentazione – non necessariamente un discorso ma anche un grafico o un breve video – in genere spiega i destinatari della vostra idea/servizio/prodotto, gli aspetti innovativi, come essa verrà realizzata. Non è detto che un elevator pitch includa tutti questi componenti, ma di solito spiega almeno qual è l’idea, l’identità dell’azienda, il suo prodotto/servizio, le sue caratteristiche innovative.**

**B. Il Pitch di due/tre frasi. Anche il nome del secondo tipo di pitch è autoesplicativo. Nel comunicarlo, esso deve sembrare un’espressione spontanea, ma è ben lontana dall’esserlo. Nella prima frase devi riuscire a spiegare il tuo business: un sommario breve e completo di quello che la tua compagnia fa o di quali servizi fornisce. Quindi, in una seconda frase, devi saper descrivere i tuoi obiettivi e cosa rende te, il tuo prodotto o il tuo servizio differente, e migliore, di quello dei tuoi concorrenti. Devi comunicare l’unicità, il valore aggiunto che il tuo prodotto o servizio apporta al mondo; il tutto in una sola frase. Per favore: non fare l’errore di essere troppo generico. Se stai usando il pitch di due frasi, vuoi che le persone si ricordino di te e (se lo fai bene) che riflettono sul bisogno che hanno di te e di ciò che fai.**

**Abbiamo parlato di due/tre frasi, e sì, sai ancora contare: abbiamo parlato di come costruire due frasi, ma manca ancora la terza. La terza, che in realtà diventerebbe la prima. Se vuoi e pensi di aver tempo, puoi iniziare con una frase d’aggancio: deve fornire al tuo pubblico informazioni che può immediatamente comprendere, includendo elementi che già conosce e con i quali può fare associazioni mentali positive.**

**È fondamentale che chi ascolta possa facilmente elaborare la tua frase di aggancio, altrimenti invece di ascoltare la seconda frase (quella più preziosa) sarà distratto, cercando ancora di capire la prima.**

**Il pitch di due/tre frasi può anche essere utilizzato come punto di partenza per costruire il tuo elevator pitch: puoi utilizzare queste frasi come premessa, e se il tuo “viaggio in ascensore” sarà più lungo del previsto, allora potrai continuare con una quarta, quinta, sesta frase...**

**C. L’High Concept Pitch. Last but not least... è l’high concept pitch, anche HCP. L’HCP è lo strumento perfetto per pubblicizzare la tua compagnia. Si tratta di una singola frase in cui è distillata la vision della tua compagnia. In altre parole, è un elevator pitch super-condensato.**

**Hollywood ha utilizzato e perfezionato l’arte dell’high concept pitch pubblicizzando i suoi film, ma altri semplici esempi di high concept pitch possono essere Dogster, che promuove se stesso come “Il miglior amico dei cani”, e Bookswim si presenta come “il Netflix dei libri”.**

## **1.2 Perché l’HCP è così essenziale al tuo business?**

**Probabilmente penserai che una singola frase non possa realmente dire nulla di interessante sulla tua attività. Ma sottostimare l’importanza dell’high concept pitch potrebbe essere molto rischioso. Se vuoi che ci si ricordi di te, il tuo HCP deve essere veramente efficace!**

**Primo, l’high concept permette agli altri (consumatori, investitori e i media) di comprendere immediatamente cosa fa la tua compagnia: gli investitori utilizzano il pitch quando raccontano di te ai soci delle loro compagnie, la stampa lo utilizza per riferirsi a te, permettendo ai lettori di individuarti facilmente, comprendendo chi sei e che cosa fai.**

**Secondo, l’high concept pitch offre ai potenziali investitori alcune suggerimenti sul possibile successo della tua esperienza economica. Per esempio, un investitore potrebbe pensare di Dogster: “Bene, Friendster ha riscosso abbastanza successo; per cui applicare lo stesso modello economico al mondo dei cani può avere lo stesso successo”.**

**Riassumendo: Costruire un efficace HCP è qualcosa di estremamente importante, specie per le startup!**

### 1.3 Come costruire un efficace High Concept Pitch

**“Riassumi il business della tua compagnia sul retro di un bigliettino da visita”. Secondo SEQUOIA CAPITAL questo è ciò che può definirsi un efficace HCP.**

**L’High Concept Pitch dev’essere in grado di concentrare in appena una o due brevi frasi il problema che intendi affrontare e la soluzione che proponi. Gli effetti di un motto inefficace si ripercuotono a lungo sul prodotto, ma se fai centro con un HCP efficace, incrementerai enormemente le tue chance di successo.**

**Ecco di seguito alcuni suggerimenti e trucchi per scrivere un HCP efficace:**

**a. I pitch dovranno essere brevi: una o due frasi; qualsiasi cosa più lunga rischia di perdere di interesse ed impatto.**

**b. L’HCP è un’idea che attrae le masse, originale e ingegnosa; è qualcosa che ascolti e subito esclami: “Perché non ci ho pensato prima?”; è qualcosa di cui hai bisogno per rendere la tua idea facilmente catalogabile. Un buon HCP dovrebbe essere originale e aver la capacità di rivolgersi a tutti; che tu abbia trovato una nuova idea o che tu abbia solo dato un tocco originale ad un’idea già conosciuta, ciò che conta è che essa sia unica ed ognuno possa relazionarsi ad essa.**

**c. le persone dovrebbe riuscire a comprendere qual è il problema che affronti e risolvì: per essere brevi e concisi, puoi combinare i concetti chiave utilizzando analogie, sintesi, giustapposizioni, qualunque cosa.**

**d. le persone devono comprendere che tu puoi risolvere il loro problema: puoi utilizzare analogie, riferimenti; puoi collegare la tua idea a business e formule con cui il tuo pubblico ha già una certa familiarità: l’HCP deve avere un fascino commerciale di massa.**

**e. esercitati col role-playing: mettiti nei panni del tuo cliente più esigente o di un investitore impegnato.**

**f. crowdsource: testa sul campo il tuo pitch chiedendo a parenti ed amici.**

**g. continua a fare brainstorming fino a quando qualcosa non spunta fuori facendoti dire: “Ma perchè non ci ho pensato prima?”.**

**Infine, dai un’occhiata ad alcuni dei seguenti esempi, tratti dal mondo economico e da Hollywood, e che possono aiutarti a mettere in pratica queste “regole”.**

**Dogster: “il Friendster dei cani”**

**Cisco: “Mettiamo in rete le reti”**

**Sequoia: “Gli imprenditori dietro gli imprenditori”**

**Backdraft: “Un Top Gun in una caserma di pompieri”**

**Liar Liar: “Un bugiardo costretto a dire la verità per 24 ore”**

**Hook: “E se Peter Pan crescesse?”**

## **2. Seconda Unità: Il Javeline Board**

**Il Javelin Experiment Board è un concetto sviluppato da Lean Startup. Si tratta di uno strumento utile a confermare la validità delle proprie idee attraverso la sperimentazione. È semplice da capire, puoi usarlo immediatamente, è divertente e coinvolgente; cosa da non sottovalutare: ti aiuta a focalizzare velocemente i fallimenti per procedere verso il successo.**

### **2.1 Sopo e funzionamento della Javeline Board**

**L’obiettivo della Javelin Board per una startup è:**

- identificare i possibili clienti;**
- definire la corretta soluzione da applicare al problema;**
- confermare la validità di un’idea;**
- definire la tua strategia ottimale.**

**Si tratta, quindi, di una lavagna visiva attraverso la quale metti alla prova la tua idea per via sperimentale. Attraverso la Javelin board:**

**Definirai la tua ipotesi: profilo cliente; natura dei problemi; possibili soluzioni.**

**Identificherai, le asserzioni meno sicure per il tuo business, per poi metterli alla prova attraverso degli esperimenti.**

**Stabilirai i metodi per la sperimentazione e i criteri che definiranno il successo o il fallimento del test. (ad es. Interviste, Pre-vendite di alcuni campioni, ...);**

**Fatto questo, dovrai confrontarti col mondo reale e raccogliere i dati.**

**Analizzerai quindi i risultati e apprenderai nuove informazioni: concentrati sugli apprendimenti principali che ti condurranno a nuove asserzioni e ai successivi esperimenti.**

**Arrivato a questo punto saprai orientarti sulla decisione da prendere:**

- Abbandonare le tesi asserite, se i risultati non corrispondono ai criteri che hai stabilito per il successo dell’esperimento: dovrai quindi pensare a un differente tipo di cliente, o individuare meglio il problema, ovvero pensare**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

ad una diversa soluzione. requisiti di successo: cambiare clienti o ipotesi di problema

- Perseverare, se i risultati hanno i requisiti richiesti: puoi dedicare un supplemento di riflessione agli elementi più rischiosi e definire ulteriori esperimenti.

Come una schema procedurale, la Javelin Board è una rappresentazione virtuale del tuo testing plan. Essendo in grado di visualizzare i tuoi passaggi presenti e futuri, ti aiuta a prendere decisioni riguardanti lo sviluppo del tipo prodotto, del tuo servizio, delle tue strategie in modo veloce.

La Javelin board è divisa verticalmente in due parti. Ricordati di iniziare dal lato sinistro (Area di brainstorming). Ottenuta la tua copia della Javelin Board puoi farla stampare, o usarla in formato elettronico. Procederai quindi attraverso la compilazione, in ordine, delle tre aree di base in cui si distingue la tua board.

## 2.2 Lato sinistro: Area di Brainstorming

La parte sinistra della Javelin Board è quella del brainstorming, nella quale tutte le varie ipotesi da testare possono essere elencate, anche attraverso dei post-it.

Le ipotesi sono ripartite in tre tipi fondamentali:

**Clienti:** Inizia con l' elencare i segmenti di clientela attuale o potenziale;

**Problemi;**

**Soluzioni.**

Concentrati prima di tutto sull'identificazione del cliente a cui vuoi rivolgerti perché:

**Ogni cliente ha un problema;**

**Ogni problema ha una soluzione;**

**Non tutte le soluzioni sono riferibili ad un problema;**

**Non tutti i possibili problemi sono riferibili al tuo cliente tipo.**

Riassumendo devi definire i seguenti punti:

**Chi è il tuo cliente tipo? Sii il più preciso possibile.**

**Qual è il problema? Esprimilo dal punto di vista del cliente.**

**Definisci la soluzione solo dopo aver verificato che un problema vale la pena di essere risolto. Elenca le asserzioni che devono essere esatte affinché l'ipotesi si dica verificata.**





## **2.3 Lato destro: Area Operativa**

**Il lato destro della Javelin Board è la parte dell'esecuzione, dove verranno effettuati gli esperimenti. Gli esperimenti vengono creati combinando in vari modi le ipotesi formulate nel punto precedente.**

**In questa sezione troviamo:**

**Clienti;**

**Problemi;**

**Soluzioni;**

**Asserzioni meno sicure;**

**Metodi e criteri di superamento del test.**

**In questa parte della tavola grafica vengono effettuati tutti i test necessari per verificare le asserzioni fatte per ciascuno dei punti analizzati (cliente, problema, soluzione, asserzioni meno sicure).**

**Nell'ultima riga dello schema "metodi e criteri di successo", i KPI (Indicatori chiave di performance) devono essere definiti e monitorati. Questi indicatori sono utili per verificare se le ipotesi iniziali possono essere confermate o vadano rigettate.**

**Esempi di KPI possono essere: numero di visitatori del tuo sito web, tasso di conversione raggiunto, valore numerico medio degli ordini per i tuoi prodotti, ecc.**

## **2.4 Lato inferiore: dallo schema alla realtà**

**La parte "Fuori dallo schema" si trova in basso ed è la parte terminale della tabella. Qui vanno inseriti i dati che si ottengono dagli esperimenti effettuati.**

**Questa fase si realizza attraverso la raccolta e l'interpretazione dei dati. I due punti che compongono quest'ultima area della Javelin Board sono:**

**Risultato e decisione.** È necessario stabilire se le ipotesi possono o non possano essere confermate e approvate con riferimento ai criteri (KPI) e le modalità stabilite dagli esperimenti;

**Apprendimento.** Qui dobbiamo proporre le conclusioni dell'intero processo di ipotesi, sperimentazione e verifica. Ricorda che per avere successo è importante che le tue decisioni (la tua strategia, il tuo prodotto, i tuoi servizi) rispondano a una reale esigenza del mercato.

### Domande Socratiche (n.3):

1. **Quali sono le differenze tra elevator pitch, pitch di due/tre frasi, high concept pitch?**
2. **Perché è così importante non sottostimare il valore di un efficace high concept pitch?**
3. **Quante e quali sezioni puoi trovare in una Javelin Board?**
4. **Quali sono i principali obiettivi della Javelin Board?**

### 5 glossario



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

1. **BRAINSTORMING.** È un'attività o un metodo aziendale in cui un gruppo di persone si incontra per suggerire molte nuove idee per il possibile sviluppo o la soluzione di un problema dato. Le persone, insieme, generano nuove idee e soluzioni attorno a uno specifico dominio di interesse rimuovendo le inibizioni, spesso con l'aiuto di uno o due facilitatori. In questo modo, sono in grado di pensare più liberamente e suggeriscono idee e soluzioni quanto più nuove e spontanee possibili. Tutte le idee vengono annotate senza criticismo e solo dopo la sessione di brainstorming vengono valutate e selezionate. Il termine è stato reso popolare da Alex Faickney Osborn negli anni Sessanta.
2. **PITCH.** Pitch è una parola inglese con significati molto diversi in contesti diversi. In economia, si fa riferimento a un discorso o ad un'attività che tenta di persuadere della validità di un'idea o della qualità di un prodotto al fine di rendere qualcuno propenso a investire in un'attività, collaborare con l'azienda o acquistare un prodotto (o servizio). Un Pitch deve chiarire di cosa tratta la tua attività, qual è la tua visione e il tuo obiettivo aziendale. Se l'obiettivo primario è la ricerca di investimenti nella tua startup, è possibile utilizzare un Pitch per presentare la tua proposta aziendale ai potenziali investitori. Oltre a questo, altri pitch possono essere indirizzati ai tuoi potenziali clienti, per convincerli ad acquistare prodotti e servizi. Infine, una presentazione persuasiva può essere utile quando sei in cerca di una partnership o cerchi nuovi soci per la tua compagnia.
3. **VISIONE AZIENDALE.** In Economia, la Vision è una vivida e sintetica immagine di ciò che vuoi che la tua attività diventi nel futuro, ma realisticamente basata sui tuoi obiettivi e aspirazioni, nonché sulle tue risorse, capacità, potenziale di crescita ed effettive opportunità. Una chiara visione aziendale è ciò che permette alla tua startup di restare concentrata e mantenersi nella giusta direzione. Deve essere formalizzata e messa per iscritto. Farà parte della presentazione ufficiale del tuo business e ispirerà il tuo HCP.
4. **LEAN STARTUP.** La metodologia Lean Startup ha come premessa che ogni startup è un grande esperimento che tenta di rispondere a una domanda. Utilizzando l'approccio Lean Startup, le aziende possono creare ordine e non caos, avendo strumenti per testare continuamente la loro visione



**aziendale. Si tratta di strutturare un procedimento, una metodologia attorno allo sviluppo di un prodotto o una strategia.**

- 5. KPI (Key Performance Indicators). Un Key Performance Indicator è un valore misurabile che dimostra l'efficacia con cui un'azienda sta raggiungendo i principali obiettivi economici.**



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

## Bibliografia ed ulteriori riferimenti

Massimiliano Bellavista, The Naked Pitcher Blog,  
<https://massimilianobellavista.wordpress.com/the-naked-pitcher/>

Willemijn van den Broek, The High Concept Pitch – Bring your elevator pitch to the next level, <https://hatrabbits.com/en/high-concept-pitch/>

Dave Lavinsky, What's Your High Concept Pitch?,  
<https://www.growthink.com/content/whats-your-high-concept-pitch>

Maurizio La Cava, Come creare un Pitch di successo per la tua attività. Una guida,  
<https://blog.startupitalia.eu/81196-20151223-guida-pitch-deck>

Jill Williamson, What is a High Concept Pitch and How Do You Write One?,  
<https://goteenwriters.com/2014/08/20/what-is-a-high-concept-pitch-and-how-do-you-write-one/>

Julia Valdez, Complete the Javelin Board and Speak with Your First Customers,  
<http://connorgillivan.com/complete-the-javelin-board-and-speak-with-your-first-customers/>

Javelin, Tutorial Video, <https://www.javelin.com/beta>

Javelin, Platform for Training, <http://www.javelin.com/academy>

<b>Materiale correlato</b>	
<b>PPT di riferimento</b>	
<b>Link di riferimento</b>	



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.