

Cómo transmitir tu idea en 90 segundos: El Elevator Pitch

El Elevator Pitch es una forma de transmitir tu idea de negocio, producto o servicio a potenciales clientes o inversores, cuando sólo dispones de un periodo muy corto de tiempo para hacerlo. Es un recurso muy utilizado en entornos de negocio, debido a que a menudo nuestro interlocutor sólo puede escucharnos durante unos minutos.

Ya que en la grabación de tu vídeo sólo dispondrás de 90 segundos para explicar tu iniciativa, a continuación te damos algunos consejos para llevar a cabo un Elevator Pitch y transmitir tu idea de manera efectiva en poco tiempo.

Para ser efectivo, tu Elevator Pitch debe tener las siguientes características:

- 1. Breve.** Te en cuenta que tu idea compite con muchas otras y la capacidad de atención de tus oyentes es limitada. Procura ser conciso y elimina de tu discurso la información innecesaria.
- 2. Fácil de comprender.** Utiliza siempre un lenguaje claro y sencillo y frases cortas. Asegúrate de que tu idea se entiende bien la primera vez que se escucha.
- 3. Atractivo y consistente.** No permitas que la brevedad afecte a la coherencia de tu idea. Asegúrate de transmitir los puntos clave para evitar generar dudas en tus oyentes, aunque algunos detalles menos importantes queden en el aire.

Estructura del Elevator Pitch

- 1. Comienza siempre explicando quién eres y cuál es tu ámbito de negocio.** Debemos evitar caer en el error de dar por hecho que la persona que nos escucha conoce nuestro negocio tan bien como nosotros. Antes de dar a conocer tu idea ecoinnovadora, dedica unos segundos a poner en antecedentes a tus oyentes, introduciendo a tu empresa y sector y explicando brevemente cuál es tu ámbito de negocio.
- 2. Explica tu idea ecoinnovadora.** De manera clara y sencilla, explica en qué consiste tu idea ecoinnovadora. Procura centrarte en explicar cómo tu idea cubre los tres elementos de la ecoinnovación (innovación, desarrollo sostenible y valor económico).
- 3. Cierra tu Elevator Pitch enfatizando la utilidad de tu idea.** Ten en cuenta que la mayoría de tus oyentes son empresarios, cuya atención está puesta todos los días en cómo generar valor añadido para su empresa o solucionar los problemas que surgen en ella. Por tanto, tras explicar tu idea, enfatiza cómo ésta puede ayudarles en esos objetivos. De esta manera captarás su atención y harás tu idea más atractiva.