

PITCH - VENDA SEU PEIXE!

MANUAL DE ORIENTAÇÕES PARA APLICAÇÃO

== EDUCAÇÃO
EMPREENDEDORA
SEBRAE **==**

© 2021. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE.

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – 70.200-645 – Brasília / DF

Telefone: (61) 0800 570 0800

www.sebrae.com.br

E-mail: educacaoempreendedora@sebrae.com.br

Site: www.sebrae.com.br/educacaoempreendedora

Presidente do Conselho Deliberativo

José Roberto Tadros

Diretor-Presidente

Carlos Carmo Andrade Melles

Diretor-Técnico

Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Cultura Empreendedora

Gerente : Janio Macedo

Gerente-Adjunta: Flávia Azevedo

Coordenação Nacional: Luana Carulla

Equipe Técnica

Higor dos Santos Santana

Consultor Conteudista

Marcelo Cunha de Miranda Carvalho

Consultora Educacional

Maria Luiza Rodrigues Ferreira do Valle

Editoração e Diagramação

Brendo de Almeida dos Santos

Capa

Giovane Carlos

Revisão Ortográfica

Silvânia Cruz

PITCH

VENDA SEU PEIXE!

Manual de Orientações para Aplicação

Sebrae

Brasília-DF

2021

Sumário

Conteúdo.....	05
Plano de Aplicação Geral.....	06
Plano de Aplicação Detalhado.....	07
Atividade 1 - Boas-vindas.....	07
Atividade 2 – Primeiro Pitch.....	08
Atividade 3 – Puma Pitch.....	10
Atividade 4 – Segundo Pitch.....	13
Atividade 5 – Fechamento.....	14
Bibliografia e Sugestões de Suporte à Aprendizagem.....	16
Sites.....	16
Vídeos.....	16

Apresentação

Daniel Pink¹ diz que vender é da natureza humana. Mesmo quando não parece, estamos vendendo, o tempo inteiro.

Talvez a venda seja natural, porque queremos que as pessoas conheçam um pouco do nosso mundo, um pouco de como enxergamos as coisas ao nosso redor. Para que entendam isso, é preciso vender a nossa ideia de percepção do mundo e de como as coisas funcionam.

Da mesma forma, não queremos viver sozinhos, queremos que as pessoas nos entendam, queremos sentir pertencimento e o alívio de que as pessoas são capazes de nos compreender. Para isso, vendemos a elas a nossa visão de mundo, nossa história, nossa experiência, nossa dor.

Vender é o mesmo que contar histórias. As histórias têm muito poder, porque ressoam, são universais. Quando vendemos, queremos contar uma história, queremos conduzir o ouvinte por uma aventura, um sentimento, uma experiência, um momento memorável.

Os empreendedores querem o mesmo. Querem saber que não estão doidos vendo uma oportunidade ignorada por todos, querem sentir-se realizados ao perceber que as pessoas amam aquilo que ele provê, quer sentir-se útil trazendo benefícios e conforto para as pessoas, quer sentir-se pleno quando motiva seu time a ir além, quer sentir-se bem sucedido ou ver que o mundo é um lugar melhor.

Para isso eles têm de vender. Vender ideias, vender mundos invisíveis, vender possibilidades, vender esperança, vender crenças, vender o que não existe, mas que, todas as peças se encaixando, pode vir a ser.

O Pitch é a arma de vida do empreendedor. É sua escopeta que, quando ele atira, abre um mundo de possibilidades para ele, seu time, seus clientes e todas as pessoas que podem se beneficiar de novas empresas, produtos e serviços que venham a agregar valor e melhorar a vida das pessoas.

Nessa oficina aprenderemos a vender. Vender mais e melhor, utilizando alguns conceitos e muita prática, como todo bom empreendedor gosta.

Conteúdo

A **oficina Pitch – Venda seu peixe** é uma oficina que fala de alguns conceitos sobre o pitch de vendas e dá bastante oportunidade prática para os empreendedores.

Ela tem uma estrutura levemente diferente de outras oficinas, porque já começa com uma atividade de apresentação. A ação pedagógica traz um aprendizado prático: os alunos fazem um pitch com o que já sabem, apresentamos alguns conceitos e teoria e depois

¹ Daniel H. Pink (nascido em julho de 1964) é um escritor norte americano de livros sobre trabalho, gestão, e ciência comportamental. Ele tem seis livros publicados, estando 4 deles na lista do New York Times bestsellers.

eles fazem um novo pitch, de posse do novo conhecimento, podendo ver na prática seu progresso.

Diferente também de outras oficinas, o número de participantes é um pouco limitado. Apenas 12 pessoas podem participar de cada turma. É a única forma de se trabalhar as atividades dando espaço para as apresentações, sem prejuízo.

Esta oficina está dividida em 5 atividades, que totalizam 3 horas. Divididas da seguinte forma:

- **Boas-vindas:** Recepção e boas-vindas aos alunos.
- **Primeiro Pitch:** Uma primeira rodada de pitch.
- **Puma Pitch:** Teoria de Dan Roam sobre como fazer um pitch matador.
- **Segundo Pitch:** Uma segunda rodada de Pitch depois de apresentada a teoria para verificar o progresso dos alunos.
- **Fechamento:** Encerramento da oficina.

Plano de Aplicação Geral

Pitch – Venda seu peixe	
Resumo	A oficina Pitch – Venda seu peixe é uma oficina prática e direto ao ponto, na qual os participantes irão praticar seu pitch e ganhar alguns insights sobre a melhor forma de vender seu peixe.
Objetivo	Nesta oficina pretende-se trabalhar as seguintes competências: Cognitiva <ul style="list-style-type: none"> ○ Conhecer o conceito de Pitch, modelo que facilita o diálogo e abre muitas possibilidades para o empreendedor em seu negócio. ○ Compreender a metodologia Puma Pitch para fazer apresentações extraordinárias e convincentes e vender uma ideia ou produto. Atitudinal <ul style="list-style-type: none"> ○ Reconhecer a importância do modelo Pitch como oportunidade de melhora nas vendas. Operacional <ul style="list-style-type: none"> ○ Praticar o Pitch para aprender a utilizá-lo como técnica de venda. ○ Executar as atividades propostas, aplicando o conteúdo trabalhado na oficina.
Estratégias de Aprendizagem	Conteúdo Expositivo, apresentação de slides, Oficina de Pitch

Atividade	Tempo	Estratégias	Recursos
Boas-vindas	10'	Exposição Dialogada e Projeção de Slides	Slide 1
Primeiro Pitch	65'	Instruções e condução do exercício (9') Preparação do Pitch (15') Apresentação (36')	1 Flip Chart com cavalete e folhas avulsas Fita crepe 1 pincel atômico ou de quadro branco Sacola Pequenos quadrados de papéis recortados de folhas A4
Puma Pitch	20'	Exposição Dialogada, Projeção de Slides	Slides 2 a 8
	10'	INTERVALO	
Segundo Pitch	50'	Instruções e condução do exercício (5') Preparação do Pitch (10') Apresentação (36')	Slide 9 1 Flip Chart e folhas avulsas 1 pincel atômico ou de quadro branco Sacola Pequenos quadrados de papéis recortados de folhas A4
Fechamento da Oficina	25'	Exposição Dialogada, exercício vivencial de fechamento	Balões vazios

Obs: Essa oficina por ser primordialmente vivencial tem um número limitado de participantes. 12 é o número máximo de participantes. Esse número pode ser menor, mas não deve ser maior, caso contrário causará prejuízo metodológico e a impossibilidade de ser executada na carga horária programada.

Plano de Aplicação Detalhado

Atividade 1 - Boas-vindas

Objetivo: Recepcionar e promover a apresentação dos participantes.

Tempo: 10 minutos.

Recursos: Projeção do Slide 1.

- Deixe em Projeção o **Slide 1**.
- Dê as boas-vindas a todos os alunos, de forma amigável e acolhedora.
- Diga que está satisfeito por participar desta turma e que nessas próximas três horas tratarão de um, senão o mais temido tema de todo empreendedor: VENDER.
- Peça que cada aluno fale rapidamente sobre si:

- ◊ seu nome;
 - ◊ o que faz (se for estudante escola que estuda, qual curso faz, em que nível está, etc);
 - ◊ o que o trouxe até aqui hoje.
- Garanta que cada aluno tenha seu espaço e administre o tempo para que cada apresentação não ultrapasse 30 segundos.
 - Depois dos alunos, faça também a sua apresentação, dizendo seu nome, o que faz e, principalmente, o que o leva a ministrar essa oficina específica.
 - Conclua, dizendo que, pode não parecer, mas estamos vendendo o tempo inteiro. Nesse exato momento, você está vendendo um benefício, um curso que vai ajudar empreendedores a vender melhor o seu peixe.
 - Há um processo de venda sempre que alguém influencia outra pessoa a determinada forma de pensar ou agir. É verdade que algumas vendas são nocivas e se valem de técnicas para nos fazer consumir sem vontade ou necessidade, mas aqui claramente não faremos isso.
 - Vamos ajudar vocês, empreendedores atuais ou potenciais, a vender o seu peixe e, através da sua empresa e produto, ajudar as pessoas a terem uma vida melhor.

Atividade 2 - Primeiro Pitch

Objetivo: Primeira rodada de pitch.

Tempo: 65 minutos.

Recursos: Flip Chart, folhas avulsas, 1 pincel atômico ou de quadro branco, 1 sacola e pequenos papéis quadrados cortados a partir de uma folha A4 (votação).

- Diga que essa oficina é diferente das outras; que queremos preparar vocês para enfrentar o mundo lá fora, conhecer pessoas interessantes, vender seu peixe, seu produto, faturar, conseguir investimentos e ter sucesso.
- Para fazer isso, é preciso mais do que acreditar e validar seu produto: você precisa vender. Vender mesmo, vender de verdade, enfrentar o bicho, pegar o boi pelo chifre. Chega de escritório, teoria e conversinha. É hora de cair matando!
- Precisa vender a ideia, vender o processo, vender o seu time, vender o impossível, vender e fazer os clientes acreditarem que seu produto vai mudar a vida deles (ainda que seja apenas uma parte da vida deles), que seus investidores estão fazendo o melhor negócio da vida deles (mesmo sendo apenas mais um negócio) e que você está 110% dentro da sua empresa e produto (o que é verdadeiro).
- A forma mais comum de se fazer as vendas é uma apresentação persuasiva, curta e com todos os elementos necessários para o público para quem você está apresentando. Ela é direcionada e precisa ser diferente. Afinal, cada público vai se interessar mais por um detalhe da sua narrativa.
- Mas, como dissemos, essa oficina será diferente das outras. Nós vamos começar direto com os pitches, sem conversa, sem demora, sem papo, direto ao ponto.
- Para isso é preciso que vocês tenham uma ideia ou produto circulando ou em

desenvolvimento. Caso não tenham nada disso, vão precisar pescar algum tipo de negócio ou produto na internet e trabalhar o pitch como se fosse seu negócio.

- ◇ Nesse caso é melhor um produto um pouco mais desconhecido, para que você não penalize seu aprendizado ao apresentar algo para as pessoas que elas já sabem ou já conhecem.
- Para esquentar um pouco mais as coisas, vamos jogar um jogo. Imagino que todos já viram o programa Shark Tank² (nacional ou estrangeiro) ou já participaram de eventos ligados a inovação em algum lugar do país.
- É comum que nesses eventos os empreendedores apresentem suas ideias para mentores ou possíveis investidores, no intuito de vender seu peixe e conseguir apoio e/ou aprendizado com os feedbacks dos mentores.
- Faremos a mesma coisa aqui, mas com a seguinte diferença: todos serão apresentadores e juízes ao mesmo tempo.
 - ◇ Vocês formarão duplas e terão 15 minutos para preparar seu pitch. Vocês podem montar uma apresentação, ensaiar um discurso, fazer pontos principais, levantar informações, façam o que quiserem, mas se preparem para apresentar seu pitch.
 - ◇ Cada dupla deve apresentar seu pitch em 6 minutos. Parece pouco tempo, mas esse é o ponto. Se você não conseguir atrair a atenção do seu público nesse tempo, quer dizer que não deu certo.
 - ◇ Para a apresentação, vocês podem eleger um para apresentar, podem falar os dois juntos, podem fazer da forma que bem entenderem. O que importa é que o pitch seja apresentado e seja eficiente.
 - ◇ No final das apresentações, cada pessoa deve votar na apresentação que mais gostou. Cada um vota em uma dupla, dizendo seu voto, que será anotado em uma tabela pelo educador ou educadora no quadro. No final faça a soma dos pontos e veja a classificação das apresentações.
 - ◇ No momento que estiverem selecionando o melhor pitch, lembrem-se que vocês não devem avaliar qual é o melhor produto, mas se aquela apresentação os motivou para saber mais sobre o produto, se ela apresentou bem as questões, se foi interessante, se os argumentos trazidos fazem sentido. Nesse momento, não julgue a qualidade do produto ou serviço, apenas a capacidade de venda da dupla.
 - ◇ Esses pontos serão somados para saber quais foram os pitches que mais agradaram.
- Pergunte se entenderam e dê o comando para começar.
- Enquanto estiverem construindo seus pitches, não influencie os grupos. Procure não dar dicas, não entrar demais. Escute as perguntas, responda de forma mais aberta, tentando não direcionar absolutamente nada com nenhum grupo.
- Findo o tempo, inicie as apresentações.
- Oriente os alunos a assistir cada pitch com muita atenção e, ao final de cada apresentação, aplaudam a dupla, sem fazer comentários diretos.

² Shark Tank é um programa internacional com uma versão brasileira onde empreendedores mostram seus negócios para empresários experientes tentando vender um percentual deles por um investimento financeiro. Os negócios são apresentados e, no final, devem oferecer determinado percentual da empresa por um valor financeiro definido.

- Informe que, ao término dessa etapa, cada dupla deve escolher duas outras duplas que consideram ter apresentado os melhores pitches. Eu pergunto a cada um de vocês, individualmente, e anoto a pontuação no quadro. Obviamente, não se pode votar nem em si nem no outro integrante da sua dupla.
- Conduza as apresentações e a votação, atento ao tempo máximo de cada pitch. Informe que, findo o tempo estipulado para cada dupla, você interromperá a apresentação dessa dupla e convidará outra para fazer a apresentação.
- No final da etapa das apresentações, parabeneze todos e passe para a votação das duplas.
- Escreva no quadro ou em um flip chart o nome de cada dupla e peça para que cada aluno diga qual é seu voto, respeitando as regras. Registre a pontuação das duplas na folha.
- Parabeneze todas as duplas, em especial, os 3 melhores colocados.
- Diga que é ótimo empenhar-se em realizar algo, mas que você acredita que o pitch, de forma geral, está razoável para um ensaio.
- Conte que existem técnicas, ferramentas e algumas dicas que podem ajudar a construir um pitch mais sólido, que prenda mais a atenção, sendo capaz de mobilizar a audiência a conhecer seu produto.
- Diga que estamos todos aqui para melhorar, e é isso que vamos fazer agora. Por ser uma oficina mais prática, passaremos apenas uma técnica de pitch chamada Puma Pitch.

Atividade 3 - Puma Pitch

Objetivo: Apresentar conceitos e estrutura de um pitch, conforme a teoria do Puma Pitch, de Dan Roam.

Tempo: 20 minutos.

Recursos: Projeção de Slides 2 a 8.

- Pitch é uma técnica de apresentação rápida, que varia de 30s a 20 minutos com o objetivo de mostrar um modelo de negócio que atraia a atenção para o seu projeto ou produto. É a hora de “vender” sua ideia.
- Muitos pensam que pitch vem da palavra “discurso” [em inglês speech]. Mas na verdade vem do baseball. Pitch é o lançamento da bola ao rebatedor. Um pitcher deve ser preciso e vencer o oponente antes de atirar a bola, definindo qual a melhor estratégia.
- Um pitch deve ajustar-se a cada situação, conforme o público — um cliente, um parceiro, um investidor. A descrição deve ser simples, para que até um leigo entenda. Se o seu pitch for convincente, sua audiência provavelmente comprará a ideia.
- Como empreendedores, nosso objetivo é ajudar outras pessoas a enxergar o que só nós estamos enxergando. Projete o **Slide 2** e continue: para fazer isso um bom pitch deve ter:

- ◇ **O começo:** o início da apresentação deve ser impactante. Pense em frases de efeito para cativar os ouvintes. Fale dos problemas do cliente e conte como sua solução pode melhorar a vida dele.
 - ◇ **O Produto:** descreva o produto ou serviço: suas funcionalidades, benefícios, como é feito.
 - ◇ **Modelo de Negócio:** uma boa ideia pode não significar nada se você não souber como ganhar dinheiro com isso.
 - ◇ **Mercado:** mostre o potencial de mercado, quem são seus clientes e concorrentes.
 - ◇ **Vantagem Competitiva:** há outros produtos como o seu no mercado. O que você oferece de melhor? Uma tecnologia inovadora? Equipe experiente? Canais de venda exclusivos? Alianças estratégicas?
 - ◇ **Empreendedor:** uma empresa promissora desaba sem uma boa gestão. Mostre suas qualidades e fale das habilidades da sua equipe.
 - ◇ **Pedido:** o que você pretende com a apresentação? Capital? Indicações de clientes? Mais tempo para explicar o projeto?
- E isso tudo sendo apresentado na forma de storytelling³ conciso, fluente e que não soe nem como venda nem como ostentação.
 - Fácil, né???
 - Talvez não, mas existem algumas dicas para você manter em mente quando estiver construindo a sua narrativa. Projete o **Slide 3**:
 - ◇ Seja breve, claro e mostre a motivação da ideia.
 - ◇ Fale do **valor que você quer gerar**, e não apenas do produto.
 - ◇ Lembre-se: o objetivo é **despertar interesse**, não necessariamente fechar negócios.
 - ◇ Mantenha a leveza, em especial no começo – bom humor é sempre bem-vindo.
 - ◇ Demonstre paixão, faça a apresentação com entusiasmo e de modo seguro, principalmente na abertura e no fechamento.
 - ◇ Conte uma história, construa uma narrativa. É um formato ótimo para chamar a atenção.

³ Storytelling é uma palavra em inglês, que está relacionada com uma narrativa e significa a capacidade de contar histórias relevantes. Em inglês a expressão “tell a story” significa “contar uma história” e storyteller é um contador de histórias. Consiste em um método que utiliza palavras ou recursos audiovisuais para transmitir uma história. Esta história pode ser contada de improviso ou pode ser uma história polida e trabalhada.

- ◇ Fique atento à sua linguagem corporal.
- ◇ Pratique, pratique e pratique.
- Dan Roam escreveu um livro chamado “Show & Tell: How Everybody Can Make Extraordinary Presentations” (em tradução livre “Mostre & Conte: Como Todo Mundo Pode Fazer Apresentações Extraordinárias”), ele introduz um conjunto de ferramentas para fazer apresentações incríveis.
- Usando metáforas visuais é possível elaborar qualquer tipo de apresentação. Para isso, ele introduz um mnemônico⁴ na forma de um PUMA como base para contar uma história e fazer um pitch eficiente.
- Projete o **Slide 4** e fale que a estrutura de um pitch puma é a seguinte:
 - ◇ **Abertura:** faça um breve resumo da solução.
 - ◇ **Problema:** introduza o problema para os clientes.
 - ◇ **Visão:** descreva o impacto gerado pelo problema.
 - ◇ **Opções de soluções atuais do mercado:** mostre pelo menos 2 opções de solução: uma ou mais chatas e ruins já existentes e a sua inspiradora
 - ◇ **Fechamento:** aponte por que a sua opção é a melhor que as atuais do mercado.
 - ◇ **Chave de Ouro:** com seu público atento, explique como implantará a solução.
 - ◇ **Isca:** feche de fato com um benefício diferenciado para seu cliente.
- Projete o **Slide 5** com a estrutura visual do pitch de elevador. Mencione que esse termo “Pitch de elevador” veio de Wall Street, onde pessoas muito ocupadas acabavam escutando empreendedores e suas ideias malucas no pequeno intervalo de tempo que o elevador levava para chegar do térreo no andar do escritório do investidor. O empreendedor tinha poucos minutos para vender seu peixe, já que nunca conseguia uma reunião oficial com os investidores. Essa prática ficou tão famosa que ganhou sua própria versão oficial.
- Agora, pare um minuto para olhar ao redor. Você por acaso reconhece esse padrão de narrativa em alguma lugar? Viu algum recentemente?
- Deixe que os alunos falem um pouco da sua experiência.
- Caso alguém comente ou não fale nada, diga que os vídeos de anúncios do youtube são exatamente a definição de pitch, mas muito mais difíceis. Eles têm no máximo 5 segundos para evitar que você clique em “pular anúncio”, então precisam fisgar minimamente sua atenção ali, depois entram nessa estrutura e, no

⁴ Mnemônico: consiste em usar esquemas, gráficos, símbolos, palavras ou frases relacionadas como suporte ao processo de memorização de um assunto qualquer.

final do anúncio, o chamam à ação, geralmente com um código, curso grátis ou benefício “exclusivo”.

- O pitch não é idêntico aos anúncios, porque os primeiros 5 segundos não são assim tão críticos, mas os primeiros 3 minutos são. As pessoas não vão sair da sala, mas podem dispersar sua atenção e desinteressar-se pelo que tem a dizer.
- Bem, voltando ao Pitch Puma, projete os **Slide 6 a 8** e vá complementando as definições.
 - ◇ Esta é uma outra estrutura do Puma. Visualmente falando, ele representa muito bem a construção da narrativa.
 - ◇ Começa na cabeça, com a ideia principal ou o problema principal que os usuários enfrentam e não têm conseguido lidar com ele.
 - ◇ A espinha é a estruturação da sua ideia, como ela auxilia, como chegou a essa conclusão e como ela é ótima para os usuários.
 - ◇ As pernas são fatos, estudos, números e argumentos “matadores”, que dão suporte ao uso do seu produto e o valor que ele agrega aos clientes.
 - ◇ Por fim, o rabo é aquela última fígada, lembrando o movimento circular do rabo de um gato e a puxada final de uma vara de pescar quando se está fígando um peixe. Aqui você oferece alguma coisa, mostra os resultados fantásticos que teve ou que alguém recebeu pelo uso do produto e como o mundo é ou se tornará melhor pelo uso do seu produto ou serviço.
- Enfim, com toda essa injeção de novas informações, eu acredito piamente que os pitches de vocês vão melhorar bastante. O que vocês acham?
- Escute a opinião dos alunos e complemente que, melhor do que imaginar é ver na prática. Diga que vamos fazer uma segunda rodada de pitch, o pitch 2.0, com vocês bem mais ‘equipados’. Vamos lá!

Atividade 4 - Segundo Pitch

Objetivo: Organizar segunda rodada de pitch, seguindo a mesma estrutura.

Tempo: 50 minutos.

Recursos: Flip Chart, folhas avulsas, 1 pincel atômico ou de quadro branco, 1 sacola e pequenos papéis quadrados cortados a partir de uma folha A4 (votação).

- Relate que você está muito feliz por ter passado esse conteúdo para a turma e agora é hora de voltar pro batente.
- Utilizando tudo o que você aprendeu agora, cada dupla terá 10 minutos para incrementar seu pitch e tornar melhor sua versão definitiva.
- Oriente que não será preciso **adaptar** seu pitch à metodologia Puma. Você deve aproveitar os conceitos que viu, outros pitches que acompanhou e refazer o

seu, para que fique da melhor forma possível. Não existe fórmula, existem ferramentas e, no final do dia, o que importa é se você mobilizou ou não sua audiência, não importando a técnica ou forma.

- Vocês seguirão o mesmo padrão do primeiro pitch, só que com menos tempo e mais conteúdo. Cada dupla terá 6 minutos de apresentação e, no final, todos devem votar da mesma forma que fizeram no primeiro pitch. Tudo certo? Podemos começar?
- Esclareça possíveis dúvidas e dê o comando para iniciarem. Assim como da primeira vez, não influencie os grupos na elaboração dos seus pitches. Nesse momento, você pode falar da técnica puma e orientá-los pela **metodologia**, sem juízo de valor. Não diga se está bom ou ruim, se está bonito ou feio, apenas os oriente sobre a sequência do raciocínio e esclareça dúvidas em relação a isso, nada mais.
- Conduza os pitches da mesma forma que na atividade 2:
 - ◇ Mantenham as mesmas duplas e preparem o pitch em 15 minutos.
 - ◇ Cada dupla deve apresentar seu pitch em 6 minutos.
 - ◇ Para a apresentação, vocês podem eleger um para apresentar, podem falar os dois juntos, podem fazer da forma que bem entenderem. O que importa é que o pitch seja apresentado e seja eficiente.
 - ◇ No final das apresentações, cada pessoa deve votar na apresentação que mais gostou. Cada um vota em uma dupla, dizendo seu voto, que será anotado em uma tabela pelo educador ou educadora no quadro. Ao final, faça a soma dos pontos e veja a classificação das apresentações.
 - ◇ Esses pontos serão somados para saber quais foram os pitches que mais agradaram.
- Da mesma forma, parabeneze as duplas que foram classificadas na segunda etapa. Cada etapa deve ter seus campeões. Aplauda todos e destaque o esforço despendido.

Atividade 5 - Fechamento

Objetivo: Encerramento da Oficina.

Tempo: 25 minutos.

Recursos: balões vazios.

- Agradeça a todos pela presença e o empenho nas atividades e apresentações.
- Entregue um balão vazio para cada participante. Peça-lhes que encham o balão, mais cheio ou mais vazio, de forma que represente como estão se sentindo com tudo o que aconteceu até o momento.
- Após os balões cheios, peça que sejam sintéticos e usem, no máximo, 1 minuto para relatar seus sentimentos, fazendo uso do símbolo do balão.
- Escute todos, sem emitir nenhuma opinião. Tanto para os alunos que estejam de bola cheia, vitoriosos, quanto para os que estiverem de bola vazia, sentindo-se perdedores.

- Depois de todos falarem, faça o fechamento, dizendo que vencer não quer dizer apenas estar no podium. Na verdade, sempre que há crescimento existe vitória.
- Verifique o progresso das duplas em relação à primeira etapa. Pode ter acontecido de algumas duplas terem aumentado sua pontuação, outras podem ter diminuído e outras permanecido da mesma forma. Parabenize as duplas que obtiveram crescimento da primeira para a segunda apresentação. Isso quer dizer que eles conseguiram aprender, crescer e melhorar com o que aprenderam, quer seja com os colegas, quer seja com o conteúdo da oficina.
- Verifique se alguma dupla conseguiu algum voto na segunda etapa sem ter conseguido qualquer voto na primeira. Diga que é um exemplo clássico de empreendedor que não se deixou abater, partiu pra cima e conseguiu seu resultado a partir da segunda tentativa. As segundas, terceiras, quartas, quintas e todas as próximas tentativas são imprescindíveis para quem deseja empreender. Quase ninguém acerta de primeira, são as próximas as que contam de verdade.
- Mencione também que aqueles que não receberam menções em nenhuma das duas oficinas que não fiquem abatidos. Algumas vezes na vida nós fazemos tudo o que dá, damos tudo o que temos e, mesmo assim, batemos de cara na parede. Este é um exercício de uma das centenas de cursos e oficinas que vocês ainda vão participar. Que consigam levar esse aprendizado com humildade e perseverança, sem permitir que o que estão sentindo agora corrompa a sua verdadeira paixão em empreender. Que o acontecido possa servir de combustível para o crescimento e que possam melhorar cada dia ainda mais, mesmo que não estejam se sentindo particularmente felizes ou empolgados nesse exato momento.
- Agradeça a todos e encerre a oficina, com aplausos para todos os corajosos empreendedores que tiveram a coragem de se expor e aprender uns com os outros. Obrigado!

Bibliografia e Sugestões de Suporte à Aprendizagem

SEBRAE, Disciplina de Empreendedorismo – Manual do Professor: Brasília, 2016.

SEBRAE, Disciplina de Empreendedorismo e Inovação– Guia do Professor: Brasília, 2017.

PINK, Daniel. Saber vender é da natureza humana: surpreenda-se com o seu poder de convencer os outros. Rio de Janeiro: Leya, 2013. 248 p.

WEINBERG, G.; Mares, JUSTIN. TRACTION: How Any Startup Can Achieve Explosive Customer Growth. New York: Penguin, 2015. 263p.

DRUCKER, P. F. (2002) Inovação e espírito empreendedor. São Paulo: Pioneira Thomson.

Barney, Jay B. e Hesterly, William S. Administração Estratégica e Vantagem Competitiva; tradução Monica Rosemberg; revisão técnica Pedro Zanni. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

Dan Roam, Show and Tell: How Everybody can make Extraordinary Presentations, Penguin, London, 2014. 260p. 432p.

Rosa, Cláudio Afrânio, Guia essencial para novos empreendedores: implantação / Cláudio Afrânio Rosa; Gustavo Marques Couto; Marcelo Gomes Lage. - Belo Horizonte: SEBRAE/MG, 2015.

Sites

Pitch de vendas: O que é e como fazer em <https://neilpatel.com/br/blog/pitch-de-vendas/> (Acesso em janeiro de 2021)

Conheça um modelo de Pitch de vendas em <https://inovacaosebraeminas.com.br/pitch-de-vendas/> (Acesso em janeiro de 2021)

4 Ingredientes para mostrar seu pitch de vendas em <https://endeavor.org.br/vendas/pitch-vendas/> (Acesso em janeiro de 2021)

Vídeos

How to give the perfect pitch - with TedX speech coach David Beckett - Young Creators Summit 2016 (em inglês) em <https://www.youtube.com/watch?v=Njh3rKoGKBo> (Acesso em janeiro de 2021)

Elevator Pitch: Exemplos Práticos em <https://www.youtube.com/watch?v=cM2BTr5-w-l> (Acesso em janeiro de 2021)

== *EDUCAÇÃO*
EMPREENDEDORA
SEBRAE **==**