



Pitching

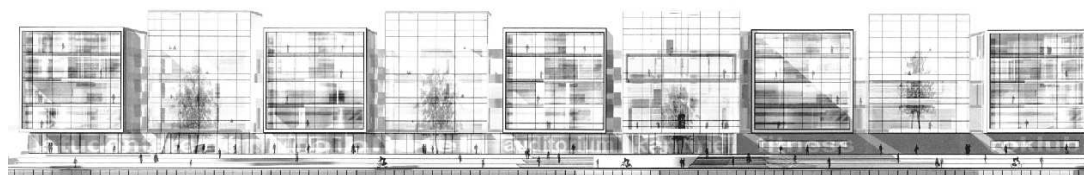


UNIVERSITY OF SOUTHERN DENMARK.DK



Pitch

Et pitch er et kort og præcist oplæg der har til formål at overbevise modtageren om at netop din idé er den rigtige.





Elevator pitch

Et elevator pitch er et oplæg der skal have til formål at fange modtagerens interesse for dit budskab, på den tid det tager en elevator at køre fra 1. til 4. sal.



Hvordan opbygger man sit pitch?

Man kan opbygge sit pitch omkring **NABC- modellen**. Denne model bruges til at formidle et budskab så det når ud til publikum.



NABC-modellen

NABC-modellen er en model til udvikling, vurdering og præsentation af idéer. Den tager udgangspunkt i modtagerens behov og er ideel til at pitche idéer med.



NABC-modellen

<i>(N)eed</i>	<i>(A)pproach</i>
<i>(B)enefit</i>	<i>(C)ompetition</i>



NABC-modellen

Denne publikumsorienterede model giver værdi til jer fordi

- I skal 'sælge' jeres idé.
- Publikummet har et behov, i skal matche.
- I skal overbevise publikum



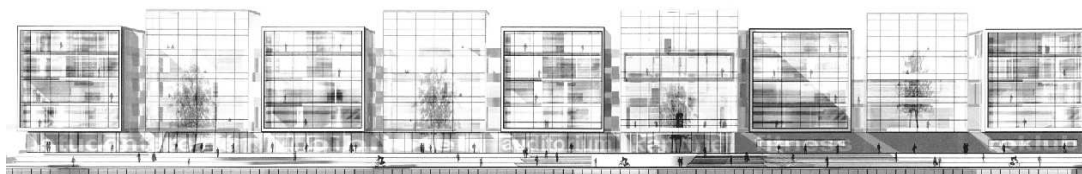
NABC-modellen

(N)eed

Hvilket behov skal opfyldes hos publikum?

Hvem er målgruppen?

Hvor vigtig er behovet for publikum?



NABC-modellen

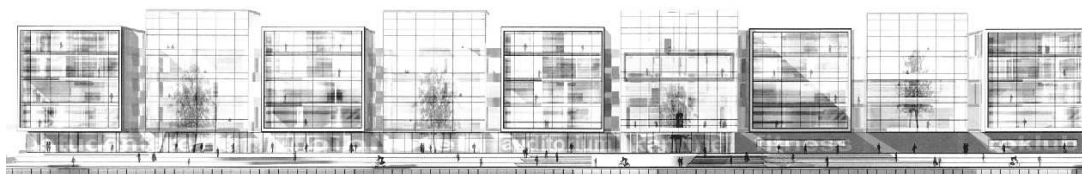
(A)pproach

Hvad er mit kernebudskab?

Hvordan understøtter mit budskab publikums behov?

Hvad er det unikke?

Hvad skal der til for at realisere jeres budskab?



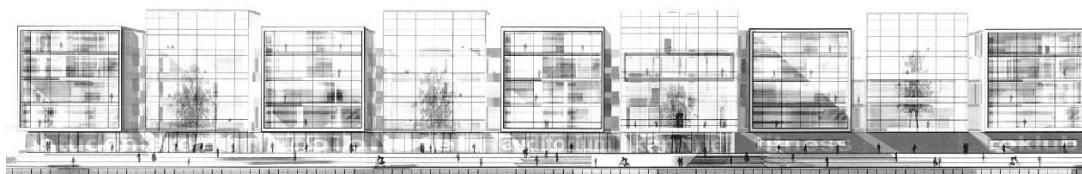
NABC-modellen

(B)enefit

Hvad får publikum ud af budskabet?

Hvad effekten af budskabet?

Hvad er der af omkostninger?



NABC-modellen

(C)ompetition

Hvem tilbyder det samme?

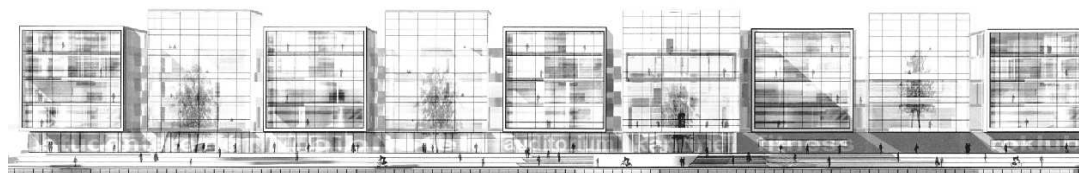
Er der risici forbundet med ydelsen?

Er der alternativer til ydelsen?



NABC-modellen

<p>(N)eed</p> <p><i>Hvilket behov skal opfyldes hos publikum?</i></p> <p><i>Hvem er målgruppen?</i></p> <p><i>Hvor vigtig er behovet for publikum?</i></p>	<p>(A)pproach</p> <p><i>Hvad er mit kernebudskab?</i></p> <p><i>Hvordan understøtter mit budskab publikums behov?</i></p> <p><i>Hvad er det unikke?</i></p> <p><i>Hvad skal der til for at realisere jeres budskab?</i></p>
<p>(B)enefit</p> <p><i>Hvad får publikum ud af budskabet?</i></p> <p><i>Hvad effekten af budskabet?</i></p> <p><i>Hvad er der af omkostninger?</i></p>	<p>(C)ompetition</p> <p><i>Hvem tilbyder det samme?</i></p> <p><i>Er der risici forbundet med ydelsen?</i></p> <p><i>Er der alternativer til ydelsen?</i></p>



Pitch - disposition

- Intro
- N(eed)
- A(pproach)
- B(enefit)
- C(ompetition)
- Afrunding



Pitch jeres idé

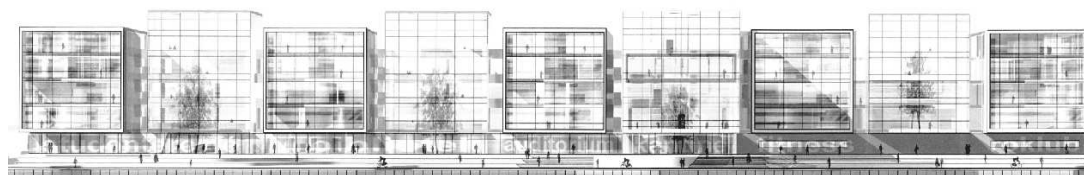
- Forbered et pitch ud fra NABC-modellen
- Lav en fængende intro
- Adressér publikummets behov
- Beskriv det særlige ved netop jeres idé
- Beskriv både fordele og ulemper
- Opsaml de vigtige pointer og lav en god exit





Scenarie

I skal pitche jeres idé til en gruppe investorer således at de bliver interesseret i at hører mere om netop jeres idé.





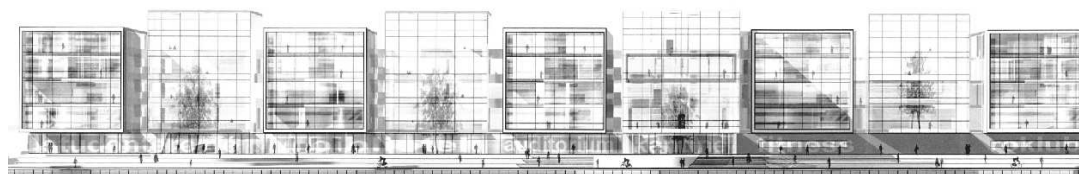
Forbered et pitch

I skal hver i sær forberede et **2 minutters pitch** der har til formål at fange investorernes interesse for netop jeres idé.

I har nu **20 minutter** til at forberede jeres pitch.



<p>(N)eed</p> <p><i>Hvilket behov skal opfyldes hos publikum?</i></p> <p><i>Hvem er målgruppen?</i></p> <p><i>Hvor vigtig er behovet for publikum?</i></p>	<p>(A)pproach</p> <p><i>Hvad er mit kernebudskab?</i></p> <p><i>Hvordan understøtter mit budskab publikums behov?</i></p> <p><i>Hvad er det unikke?</i></p> <p><i>Hvad skal der til for at realisere jeres budskab?</i></p>
<p>(B)enefit</p> <p><i>Hvad får publikum ud af budskabet?</i></p> <p><i>Hvad effekten af budskabet?</i></p> <p><i>Hvad er der af omkostninger?</i></p>	<p>(C)ompetition</p> <p><i>Hvem tilbyder det samme?</i></p> <p><i>Er der risici forbundet med ydelsen?</i></p> <p><i>Er der alternativer til ydelsen?</i></p>





Pitch jeres idé



UNIVERSITY OF SOUTHERN DENMARK.DK