

# N A B C

Se nedan disposition som riktlinjer för vara du kan lägga din tid/energi relaterat till övriga moment i din pitch.

## **Inledning** med attention [5%]

En start som fångar lyssnaren - han/hon ska vilja lyssna på dig; en hook.

## **N**eed [20%]

Var finns marknadens och kunderna behov/problem? Beskriv vad din produkt innebär för kunden när han/hon nyttjar den. Vilka fördelar finns hos din produkt gentemot konkurrenternas? Var konkret och specifik. Det är verkliga människor med verkliga problem som du ska skapa värde åt.

- › Vad är problemet/behovet?
- › Vem har problem/behov?
- › Varför?
- › Hur stort är problemet/behovet hos målgruppen?
- › Vilka problem ska lösas?
- › Vilka behov ska tillgodoses?

## **A**pproach [50%]

Vilket tillvägagångssätt har du för att tillgodose behoven eller lösa problemet? Berätta övergripande om vad ditt företag går ut på. På vilket sätt tillgodoser din affärsidé kundernas behov? Beskriv hur unik och nytänkande idén är. Få lyssnarna att tända till på din idé och dig som entreprenör.

- › Hur löses detta problem specifikt?
- › På vilket sätt ska du lösa det?
- › Hur ska idén utvecklas?
- › Hur ska den säljas?

## **B**enefit [10%]

På vilket sätt gagnar ditt tillvägagångssätt dig? Vilka fördelar genererar din approach?

- › På vilket sätt får användaren nytta av din idé?
- › Vilka andra har nytta av din lösning?

## **C**ompetition [10%]

På vilket sätt är dina fördelar för kunden så mycket bättre än vad dina konkurrenter presenterar?

- › Vilka svagheter och risker finns med din idé?
- › Vilka alternativ finns?
- › Hur kommer dina konkurrenter att agera?

### **Avslutning** med attention [5%]

Ett avslut som fångar lyssnaren - han/hon ska vilja komma ihåg dig.

Beroende av syftet med din pitch kan det vara ett avslut som,

- .. skickar lyssnaren vidare i tankarna.
- .. kopplas samman med din inledning.
- .. får lyssnaren att agera.
  - order.
  - finansiering.
  - möte.
  - förhandling.
- .. väcker känslor.

### Var tydlig

Låt inte lyssnaren försöka räkna ut vad ber du om.  
Berätta enkelt, tydligt och strukturerat.

"innovation is new value creation that  
leads to competitive advantages"

- Just Saying