



Opinião

Aí está a Web Summit! Preparados?

Paulo Bandeira
6 Novembro 2017

Para as startups, a Web Summit é uma oportunidade única de se darem a conhecer ao mundo, de mostrarem o seu produto, o seu conceito e a sua visão do futuro.

Este é o momento porque muitas startups esperam durante o ano. A Web Summit começa hoje e amanhã será um frenesim extraordinário no Altice Arena e nos pavilhões da FIL.

Para as startups presentes é uma oportunidade única de se darem a conhecer ao mundo, de mostrarem o seu produto, o seu conceito e a sua visão do futuro.

É por isso que é fundamental que o *sales speech* esteja muitíssimo bem delineado e na ponta da língua.

A experiência do ano passado diz-nos que as startups com representação institucional (com stand próprio, portanto) repetiram o mesmo discurso durante o dia ou os dias em que estiveram presentes durante dezenas de vezes, perante curiosos, outras startups e, mais importante, perante investidores.

Encarem por isso esta presença como um *pitch* que devem estruturar adequadamente.

A conversa com quem aborda as startups presentes deve, assim, ser estruturada como uma apresentação e responder a três questões fundamentais:

1) O quê e porquê?

A descrição do produto que a startup está a comercializar ou a desenvolver deve ser concisa, clara e focada nas suas características principais. De forma imediata deve também ser explicado que problema o produto pretende resolver.

Muitos investidores, mesmo que experientes, não percebem o suficiente de tecnologia que lhes permita compreender cabalmente numa conversa de dez minutos como funciona exatamente o produto e a tecnologia que lhe estão a ser apresentados. O que os investidores percebem mesmo é de estratégia e gestão, pelo que deverão ser convencidos da existência da necessidade e da bondade da solução para a resolver.

2) Quem?

Apresentado o produto, os investidores querem conhecer a equipa. A equipa deve ser apresentada com explicação da sua capacidade e complementaridade.

Todos sabemos que um bom produto com a equipa errada provavelmente nunca terá sucesso e também que por vezes um produto menos bom com a equipa certa por vezes tem um sucesso que ninguém esperava.

Nenhum investidor investe numa startup mesmo que acredite no produto se não acreditar na equipa. É, por isso, importante explicarem quem são, que qualificações e capacidades têm e de que forma se complementam como equipa. É preciso explicar o que faz de vocês “a equipa”.

3) Como?

Por último, é preciso explicar qual é a visão. É preciso demonstrar conhecimento do mercado, saber identificar os concorrentes, ter noção do valor potencial do mercado e, sobretudo, saber transmitir de forma muito clara qual o caminho definido para ser percorrido.

A visão de futuro não precisa estar certa (na maior parte dos casos, não está), mas é preciso demonstrar que se tem uma e que se conhece bem o mercado que se quer trilhar.

O futuro encarrega-se muitas vezes de corrigir as visões que as startups têm sobre o mesmo e os investidores dão aí também uma ajuda, mas uma startup que não consiga transmitir uma visão do seu futuro muito dificilmente conseguirá um investidor que nela acredite.

O grande conselho é: preparem-se adequada e estruturadamente para vender!

E desfrutem muito, pois vamos certamente ver coisas extraordinárias.

Artigo com
o apoio de:



Paulo Bandeira