

Yritysesittely ja myyntipuhe

Teema 8



Tämä teos, jonka tekijä on Nuori Yrittäjyys ry, on lisensoitu [Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen -lisensillä](#).

Mikä on myyntipuhe?

- Myyntipuhe, hissipuhe, pitch... monta eri nimeä, mutta sama tarkoitus.
- Myyntipuheita (tai pitchejä) on eri mittaisia: 30 sekuntia, 60 sekuntia, 3 minuuttia ja 5 minuuttia. Nämä ovat perinteisimmät yrityspitchien pituudet.
- Myyntipuheen tarkoitus on vakuuttaa kuulija yrityksestä/tuotteesta/ihmisistä sen takana.
- Lyhyt myyntipuhe pitäisi jättää kuulijaan tunteen *”tästä minä haluan kuulla lisää.”*
- Pidempi myyntipuhe (yritysesittely) kertoo olennaisimmat asiat yrityksestä selkeällä tavalla.

”Parhaat myyntipuheet saavat minut tuntemaan, että juna on juuri lähdössä asemalta eikä odota minua, jos en itse hyppää kyytiin”

Jon Callaghan, True Ventures

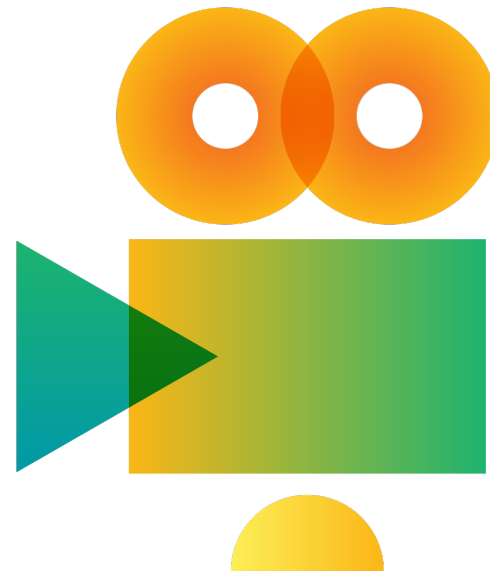
Tämä teos, jonka tekijä on Nuori Yrittäjyys ry, on lisensoitu [Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen -lisensillä](#).

Lyhyt myyntipuhe (30-60 sek)

- Kertoo napakasti olennaisimmat asiat ideasta.
- Herättää kiinnostuksen kuulijassa.
- Tähtää keskusteluun myös puheen jälkeen.
- Lopussa on selkeä *call to action* eli miten tästä jatketaan.

Minuutin myyntipuhe

- Käy katsomassa Youtubessa Entrepreneur -lehden nettisarja *'The Elevator Pitch'* ja kuuntele muutamia myyntipuheita.
- Mitkä mielestäsi ovat parhaita? Mikä niitä yhdistää?
- Videoon pääset tästä: https://youtu.be/8_3hNqN-4yw.



Täytä tyhjät kohdat 1

Moi, minä tulen [yrityksen nimi]!

Ongelma, jonka me haluamme ratkaista on [ongelma].

Meidän ratkaisumme on [ratkaisu].

Meidän tärkeimmät asiakkaat ovat [kohderyhmä].

Meidän yrityksemme on uniikki, koska [arvolupaus].

Puhutaan lisää!

Täytä tyhjät kohdat 2

Henkilöt, jotka [asiakkaan kuvaus]
ja joilla on tämä [tarve / ongelma] ovat
asiakkaitamme.

Meidän [tuote/palvelu] tarjoaa ratkaisun
ongelmaan ja sen hyödyt ovat [tärkeimmät hyödyt].
Toisin kuin meidän kilpailijat [mainitse yksi kilpailija],
meidän ratkaisu on [epäreilu kilpailuetu].

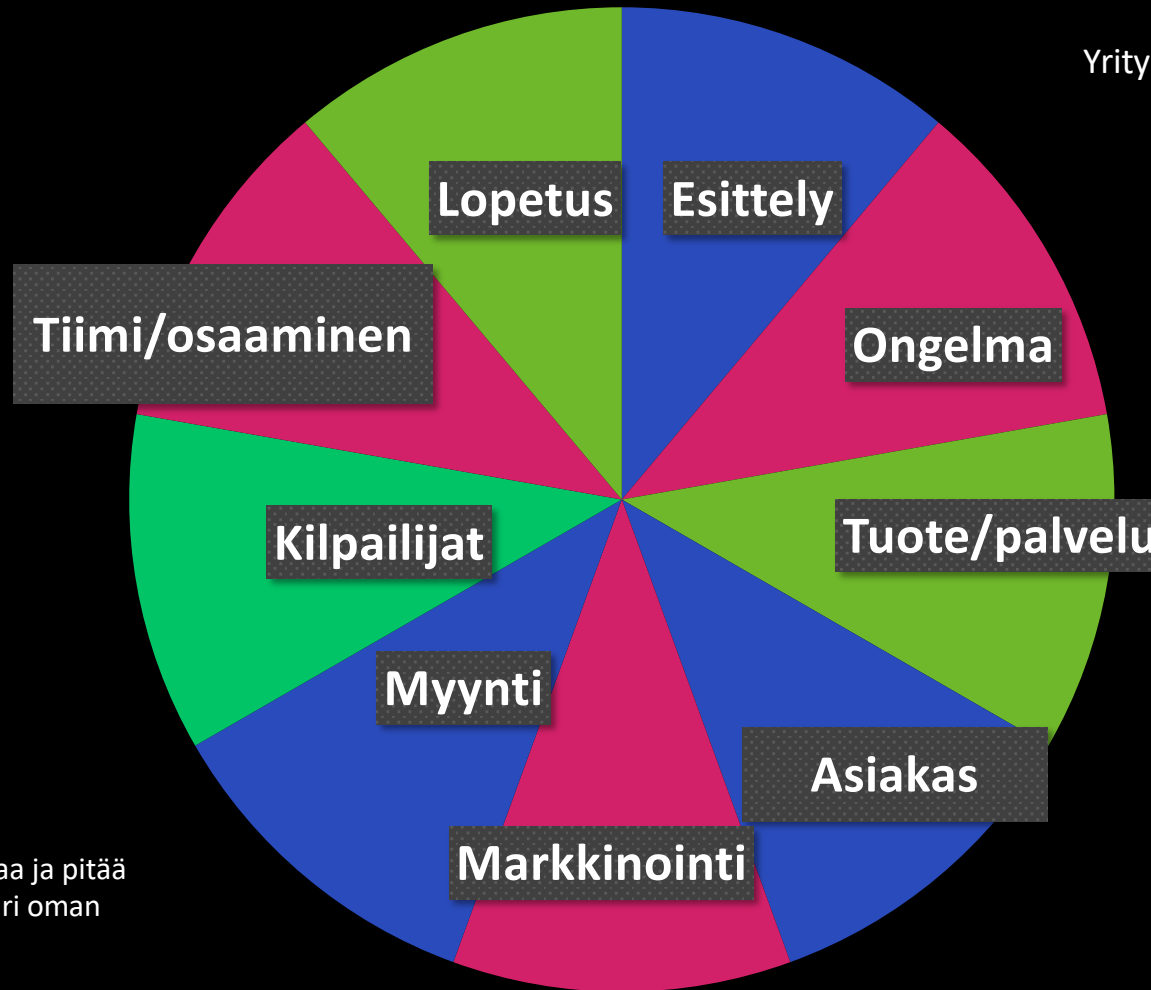
Nyt yrityksellä on noin 40 sekunnin myyntipuhe.

Seuraavaksi tehdään 3-5 minuutin yritysesittely.

Tämä teos, jonka tekijä on Nuori Yrittäjyys ry, on lisensoitu [Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen -lisensillä](#).

Yritysesittely

- Verkosta löytyy satoja esimerkkejä, miten rakentaa yritysesittely tai *business pitch*.
 - Katso Youtubesta Slushin **Slush 100** -kilpailun pitchejä.
- Yritysesittely kertoo kuulijalleen kattavasti, mutta napakasti olennaisimmat tiedot yrityksestä ja sen toiminnasta.
- Esittelyä pitää miettiä sen kohderyhmän mukaan
 - Usein 4-5 minuutin esitykset pidetään rahoittajille tai erilaisten kilpailuiden tuomareille – keskiössä ovat siis toiminnan kannattavuus, käytännön tekeminen ja tulevaisuuden näkymät.
- Seuraavilla dioilla on esiteltynä kaksi erilaista rakennetta yritysesittelyn tekoon.

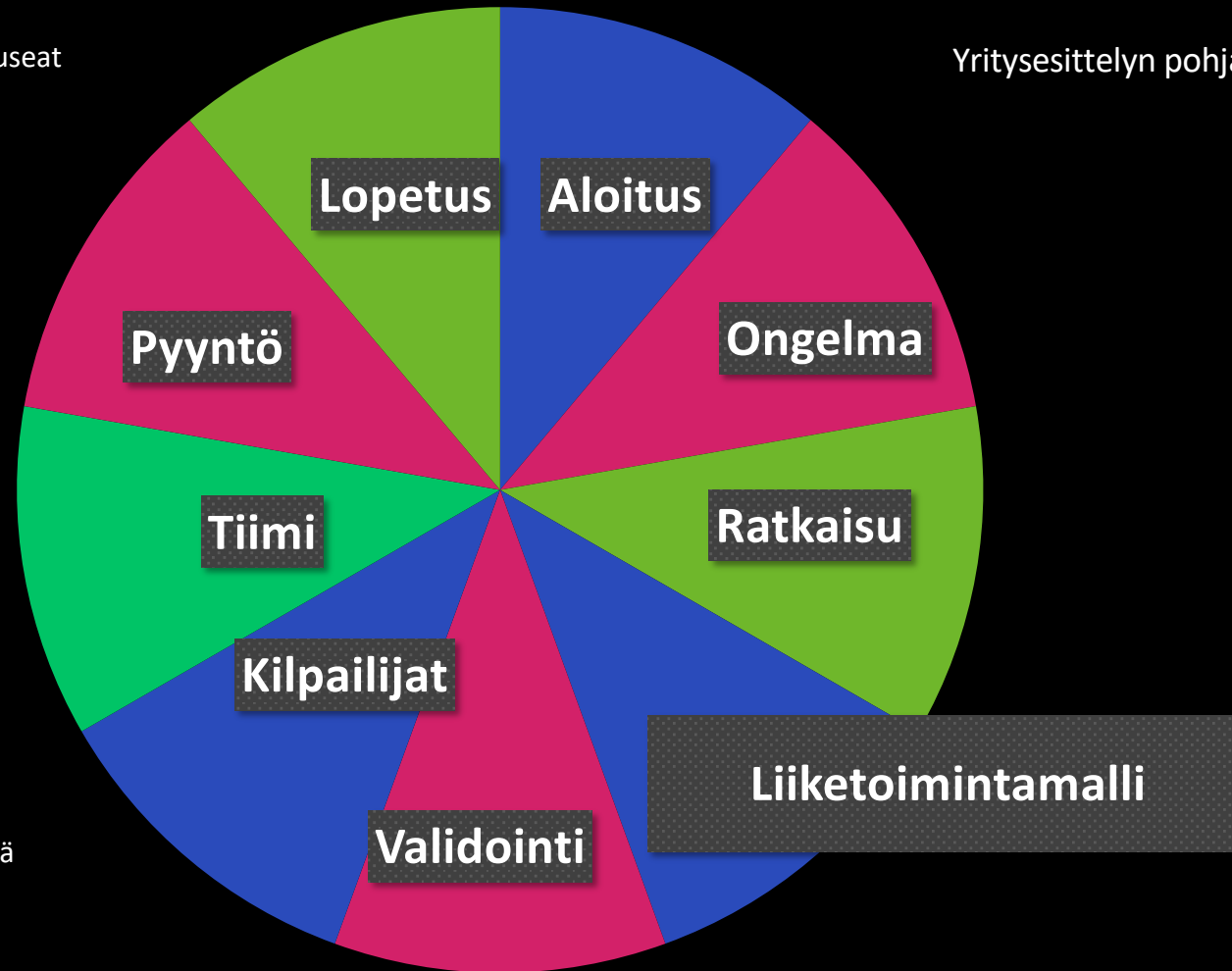


Kohtien järjestetystä saa ja pitää muuttaa, että sopii juuri oman yrityksen tarpeisiin.



Tämä on perinteinen malli, jota useat startup-yritykset käyttävät.

Yritysesittelyn pohjaesimerkki 2

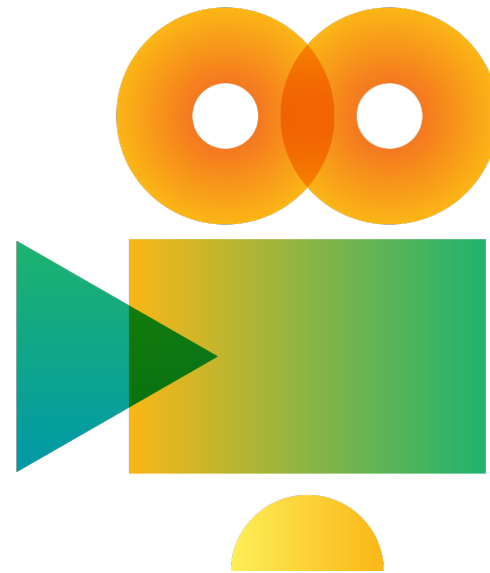


Kohtien järjestetystä saa ja pitää muuttaa, että sopii juuri oman yrityksen tarpeisiin.



Yritysesittely

- Käy katsomassa Youtubessa Slush - tapahtuman pitchauskilpailun esityksiä.
- Alla oleva video on Altum Technologiesin pitchaus vuodelta 2017. Yritys voitti kilpailun.
- Videoon pääset tästä: <https://youtu.be/wSf4qdCvZm8>.



Pitchin sisältökysymykset 1/5

Aloitus

- Ensivaikutelman voi tehdä vain kerran. Aloita napakasti.
- Kuka olet, mistä yrityksestä tulet?
- Mikä on yrityksen *tagline / slogan*? Käytännössä yhteen lauseeseen kiteytettynä, mitä arvoa yritys tuottaa.
- Muista, että kilpailet ihmisten huomiosta esimerkiksi puhelimen, somen ja kaiken muun turhan kanssa.
 - Älä käytä tähän turhaa aikaa.

Ongelma

- Mikä on se asiakkaan ongelma, jonka yritys ratkaisee?
 - Jos ei ole ongelmaa, ei ole liiketoimintaa.
- Kuvaa 1-2 lauseella, mikä on ongelman ydin ja miksi se pitää ja kannattaa ratkaista.

Pitchin sisältökysymykset 2/5

Ratkaisu

- Miten yritys ratkaisee aiemmin mainitun ongelman?
- Mikä on tarjottava tuote / palvelu?
- Mitä hyötyä siitä on asiakkaalle?
- Kerro lyhyesti, miten ratkaisu on toteutettu ja mikä tekee siitä uniikin?
 - Älä tee sitä virhettä, että alat kertoa yksityiskohtaisesti tuotteesta
- Käytä kuvia mieluummin kuin sanoja.

Liiketoimintamalli

- Miten yritys tekee rahaa?
- Kuka on asiakas?
 - Huom. Asiakas on se, joka maksaa tuotteesta / palvelusta
 - Käyttäjä on eri asia
- Miten asiakkaat tavoitetaan?
- Miten tuote hinnoitellaan?
- Minkä kokoinen on markkina, jossa toimitaan?

Pitchin sisältökysymykset 3/5

Validointi

- Miten ongelmaa on tutkittu?
- Onko selvitetty markkinoiden kokoa, asiakkaiden tarpeita ja ongelmia?
- Tärkeää on kertoa, miten on validoitu:
 - Haastattelut
 - Kyselyt
 - Tutkimukset
 - Analyysit

Kilpailijat

- Mitkä ovat yrityksen tärkeimmät suorat kilpailijat?
- Miten yritys eroaa näistä kilpailijoista?
- Ole rehellinen äläkä vähättele kilpailijoita.

Pitchin sisältökysymykset 4/5

Tiimi / Osaaminen

- Millaista osaamista tiimissä on?
- Mitkä ovat tiimin erikoistaitoja, jotka voivat luoda esimerkiksi epäreilua kilpailuetua?
- Millaista (työ)kokemusta tiimillä on kyseiseltä alalta, johon yritys on menossa?
- Millaista osaamista tiimi tarvitsee vielä (voi olla osa pyyntöä myös)?

Pyyntö

- Pyyntö jättää kuulijalle tunteen, miten tästä jatketaan.
- Pyyntö voi olla esimerkiksi:
 - Investointi (raha)
 - Verkostoja
 - Apua markkinoille pääsyyn
 - Uusia tiimiläisiä (osaamista)

Pitchin sisältökysymykset 5/5

Lopetus

- Lopetus on yhtä tärkeä kuin aloitus.
- Mieti, mitä haluat kuulijan ajattelevan esityksen päätyttyä.
- Jos yrityksellä on slogan / tag line, kannattaa se mainita myös lopussa.
- Lopeta esitys *kiitokseen*, jotta kuulija tietää, että esitys on päättynyt.

Erinomainen myyntipuhe ja yritysesittely sisältää kolme + yksi elementtiä.

Tiedä faktat.

Tiedä yleisösi.

Tiedä tarinasi.

+ Luota itseesi. Sinä tiedät kaikista parhaiten omasta ideastasi.

Tämä teos, jonka tekijä on Nuori Yrittäjyys ry, on lisensoitu [Creative Commons Nimeä 4.0 Kansainvälinen -lisensillä](#).

Yritysesittelyn Do's & Don'ts

KYLLÄ

- Herätä huomio – ensivaikutelman voi tehdä vain kerran
- Yksi asia per yksi dia
- Harjoitus tekee mestarin
- Kerro tarina
- Käytä kuvia
 - Kuva kertoo enemmän kuin 1000 sanaa, prototyyppi enemmän kuin 10 000 sanaa
- Käytä yksittäisiä sanoja

EI

- Ranskalaisia viivoja
- Fonttia, joka on pienempi kuin 30
- Arvauksia
- Kieltä, jota kohderyhmä ei ymmärrä
- Tekstiä – kuulija alkaa lukea tekstiä eikä kuuntele esittäjää