



Associação das Empresas Brasileiras
de Tecnologia da Informação

Roteiros de Montagem de uma Apresentação Empresarial.





Título.



Nome da empresa, tagline, seu nome e cargo e dados de contato.



Slide de abertura com nome, logo e tagline da empresa oferecendo um visão de posicionamento da empresa + dados de contato.



Problema.

Descreva o problema que sua solução resolve. O objetivo é fazer com que o leitor rapidamente identifique potencial de mercado.


—
**Evite parecer ser uma solução procurando por um problema.
Minimize ou elimine citações de estudos de consultorias sobre o
tamanho futuro do mercado.**




Solução.



Explique como que você resolve este problema e qual a sua razão empresarial para tal. Se assegure que a sua proposta de valor tem mérito de mercado, ou seja, existe uma categoria reconhecida.



Este não é momento para fazer uma explicação demasiada. Forneça somente uma panorâmica sobre como sua solução resolve o problema.



Modelo de vendas.

Se certifique que você tem uma composição comercial que valoriza sua proposta de valor e o seu negócio.

Esta é uma hora para referenciar os nomes de empresa relevantes que já estão usando o seu produto ou serviço. Se você tem um bom histórico de sucesso, um slide adicional com os nomes dos clientes atuais é recomendável.

O pulo do gato.

Descreva a tecnologia, a mágica por traz da sua solução.

O mínimo de texto e mais diagramas, esquemáticas, fluxogramas neste slide é sempre melhor, white papers e provas de conceito objetivas ajudam neste momento.



Demo.

Se possível, grave uma demonstração da sua solução.



Uma demonstração é mais valiosa que 1000 slides.



Análise Competitiva.

Forneça uma visão completa da concorrência. A mais é sempre melhor do que a menos.

—
Descubra antecipadamente qual serviço ou solução concorrente que o cliente usa. Melhor ainda, tente descobrir quais são os problemas que o cliente está tendo. Mas nunca desconsidere a concorrência. Todos querem saber o porque você é bom e não porque a concorrência é ruim.

Equipe Gerencial.

Descreva os principais colaboradores do time, membros de conselhos e investidores.

O objetivo de fazer isto é fazer com que o parceiro sintase confortável em comprar de uma nova empresa.

Modelo de Parceria.

Caso o modelo seja de buscar uma parceria, explique como que a parceria funcionaria: quem faz o quê, qual a margem, qual o suporte oferecido.

Este slide deve dar continuidade aos pontos positivos do slide anterior- fazendo com que as sinergias fiquem mais evidentes.

Status atual.

Explique o status atual e o que espera no futuro próximo, e como você pretende dar continuidade no esforço de desenvolvimento do novo mercado.

Compartilhe os detalhes a respeito do compromisso para desenvolver novos mercados e geografias. E conclua solicitando uma tomada de ação positiva para um próximo contato.

Próximos Passos.

Termine a sua apresentação solicitando o compromisso de realizar o próximo passo, seja uma conversa, seja para testar a solução ou fazer um piloto.

Esteja pronto e flexível para encaixar um modelo de engajamento que acelere a implementação de um piloto que ajude a vender mais rapidamente.

OBRIGADO!

JUNTOS
SOMOS MAIS +



www.assespro.org.br

+ 55 (61) 3201-0932

staff@assespro.org.br

SRTVS Qd. 701, Bloco A, Salas 829-831
Edifício Centro Empresarial Brasília
CEP 70340-907 – Brasília/DF

[in](#) [f](#) [ig](#) [tw](#) [yt](#) assespronacional

Empresas interessadas enviar o
documento para o e-mail:

Robert Janssen
robert.janssen@assespro.org.br