

# YLA Pitch Perfect: Aperfeiçoando o seu discurso

## Video Transcripts - Português

### Vídeo #1 - Contando a sua história de empreendedorismo

[Aperfeiçoando o seu discurso]

[Criado e apresentado por 3 Day Startup]

[Contando a sua história de empreendedorismo]

Olá. Meu nome é Nick Chagin, sou da 3 Day Startup, e nossa especialidade é fornecer programas educacionais intensivos e práticos de empreendedorismo para alunos de faculdades e universidades do mundo inteiro.

Boas-vindas à série "Aperfeiçoando o seu discurso". Durante esta série de 5 vídeos, vamos cobrir os elementos importantes de um discurso de negócios e como eles podem ajudar você a se tornar um empreendedor mais profissional, confiante e persuasivo.

Vamos começar com uma pergunta: O que pedir um aumento ao seu chefe, falar em uma campanha e atrair talentos para a sua empresa têm em comum? Eles são todos exemplos de discursos.

Em outras palavras, um discurso é uma combinação de palavras usada para demonstrar valor e alcançar algum tipo de objetivo posterior.

Se você quiser pedir um aumento ao patrão, você deve mostrar o quanto você trabalhou e merece esse aumento.

Se alguém que almeja um cargo público estiver discursando em campanha, deverá mostrar como planeja impactar positivamente a comunidade para ganhar os votos.

Se você quiser atrair os melhores talentos para a sua empresa, deverá demonstrar como o seu trabalho faz a diferença.

Como empreendedor, fazer um discurso é algo que você terá de fazer milhares de vezes. Desenvolver o seu discurso é como desenvolver o seu produto ou serviço. Você precisará compartilhar com os outros, receber feedback, fazer alguns ajustes e mudanças e, então, compartilhar novamente.

É a mesma coisa com o seu discurso. Continuar compartilhando com os outros somente ajudará a melhorá-lo. Essa habilidade de adaptar o discurso vem do mindset de empreendedor. Empreendedores precisam aproveitar as oportunidades de compartilhar suas ideias com outras pessoas. Eles precisam ser adaptáveis e receptivos a feedback quando compartilham suas ideias. E precisam de uma comunidade apoiadora para ajudá-los a crescer na jornada do empreendedorismo.

Então, vamos pular de cabeça no que é um discurso e como diferenciar um discurso formal de um discurso de elevador.



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect  
ylai.state.gov/entrepreneurship

Visite [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) para encontrar a sua voz e dar o próximo passo.

[Produzido pelo Departamento de Estado dos EUA]



## Vídeo #2 - O que é um discurso?

[Aperfeiçoando o seu discurso]

[Criado e apresentado por 3 Day Startup]

[O que é um discurso?]

Se você encontrasse um amigo num elevador e ele perguntasse com o que você está trabalhando, o que você diria a ele antes que a porta do elevador se abrisse? Você teria tempo de detalhar seu modelo de negócio, a análise competitiva ou arrecadação de verba, ou faria um resumo de 30 a 60 segundos sobre a sua ideia, também conhecido como discurso de elevador?

Acredite em mim, você deveria fazer um discurso de elevador.

Neste vídeo, vamos falar sobre a diferença entre um discurso formal e um discurso de elevador e o que é essencial em cada um deles.

Discurso de elevador é um resumo de 30 a 60 segundos da sua ideia e que serve para situações informais: um coquetel no happy hour, um evento de networking, ou até mesmo quando encontrar com alguém na rua.

O objetivo não é captar um investimento, vender seu produto ou convencer alguém a entrar na sua equipe. O objetivo de discurso de elevador é instigar interesse pela sua ideia. Interesse suficiente para gerar uma conversa posterior, em encontro presencial, ser apresentado a um investidor em potencial, ou talvez obter conselhos pelo telefone.

Porém, não há uma abordagem polivalente para o discurso de elevador, então existem algumas orientações a se ter em mente para criar o seu discurso de elevador.

Primeira: seja breve e simples. É apenas um resumo de 30 a 60 segundos da sua ideia. Não entre muito em detalhes sobre todos os recursos do seu produto.

O que nos leva à segunda orientação. Concentre-se no essencial, fale do problema que está resolvendo, a sua solução e o público-alvo que você atende.

A terceira e última orientação: fique atento ao feedback. Para melhorar o seu discurso de elevador, implemente esse feedback na próxima vez que o fizer.

Agora que você sabe mais sobre o discurso informal ou de elevador, vamos falar sobre o que compõe um discurso formal. Quando você está discursando em um contexto formal, por exemplo, diante de um investidor, durante um dia de demonstração de aceleradores de negócios ou para um mentor, você vai discutir alguns pontos mais complexos do seu negócio. Podem incluir seu modelo de renda e projeções financeiras, sua estratégia de mercado e plano de longo prazo para expansão, sua análise competitiva e proposta de valor exclusiva. Além disso, qualquer propriedade intelectual, talvez até seu plano de saída e, é claro, o "pedido". O "pedido" pode ser um certo investimento, pedir para ser apresentado a investidores, ou perguntar a um mentor se vocês podem manter contato.

A seguir, vamos ver como criar e apresentar um discurso persuasivo.



FIND YOUR VOICE

YLA Network

#YLAIPitchPerfect  
ylai.state.gov/entrepreneurship

Visite [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) para encontrar a sua voz e dar o próximo passo.

[Produzido pelo Departamento de Estado dos EUA]



## Vídeo #3 - A importância da linguagem persuasiva

[Aperfeiçoando o seu discurso]

[Criado e apresentado por 3 Day Startup]

[A importância da linguagem persuasiva]

Na Starbucks, você não pede um café grande. Você pede um "venti". No McDonald's, você não pede um hambúrguer grande. Você pede um Big Mac. E, num restaurante fino, você não pede lula, pede calamares.

Neste vídeo, vamos falar sobre por que a linguagem, a escolha das palavras e a confiança são tão imperativas para fazer um discurso persuasivo.

Ao praticar o seu discurso, pense em como as palavras que você disser refletirão na marca da sua empresa.

A escolha das palavras é muito importante porque dão significado à qualidade, ao valor e ao benefício do seu produto. Também pode ser uma maneira de diferenciar o produto da concorrência. Isso se aplica especialmente a produtos de alta tecnologia. Você deve ser capaz de falar sobre a sua empresa de modo que uma criança de dez anos possa compreender.

Seja um discurso de elevador ou um discurso formal, você precisa falar com conhecimento de causa e confiança. Comece com uma postura ereta e use o diafragma ao falar, de modo que cada palavra ressoe. Uma maneira de praticar isso é colocar sua mão perto do umbigo e respirar com o abdômen. Se sentir a mão encostando no abdômen, saberá que está usando o diafragma. Isso também ajudará a falar num ritmo mais lento e a projetar o som.

A seguir, como visualizar o seu discurso.

Visite [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) para encontrar a sua voz e dar o próximo passo.

[Produzido pelo Departamento de Estado dos EUA]

## Vídeo #4 - Como contar a sua história visualmente

[Aperfeiçoando o seu discurso]

[Criado e apresentado por 3 Day Startup]

[Como contar a sua história visualmente]

Até agora, falamos sobre a definição de discurso, as diferenças entre discurso formal e de elevador e sobre falar de maneira confiante ao apresentar o seu discurso.

Agora vamos falar sobre slides e recursos visuais, e por que eles podem ajudar você a criar um discurso mais profissional e a transmitir a identidade de marca que você deseja estabelecer. Aqui estão algumas dicas básicas para criar seu conjunto de slides.

Use fontes grandes e cores fortes que sejam fáceis de ler e que não cansem os olhos da plateia. Evite usar mais de dez slides. Um típico discurso para investidores dura de 2 a 4 minutos, portanto, você não precisa de um conjunto longo.

A seguir, vamos falar dos recursos visuais. Você não deve apresentar um slide com aparência de planilha, com linhas e mais linhas de texto e colunas. Não há narrativa nem empatia para que a plateia entenda a história olhando para isso.

Aqui está um slide mais organizado e com menos texto. Apesar de melhor, ainda não está claro o que você quer dizer. Podem ser dados úteis sobre sua equipe de telemarketing, por exemplo. Mas, enquanto você explica detalhes importantes, a plateia está ignorando você pois está tentando interpretar e analisar o que esses dados sugerem.

Slides que se fiam demais em texto não têm apelo visual e desperdiçam tempo valioso da plateia na tentativa de entender o que você quer dizer.

Já que o conjunto de slides é um complemento secundário à fala do apresentador, ilustrar o tema é a melhor alternativa. Pouco texto, estatística grande e clara, e uma imagem simples. Este slide facilita muito a compreensão da narrativa do apresentador e o objetivo do discurso.

Considere essas dicas ao montar seu conjunto de slides. Em geral, é muito importante sempre pensar na sua pegada digital e em como a sua marca está representada no seu site, nas plataformas de mídia social e nas propagandas. Certifique-se de que isso esteja evidente no seu discurso. Está tudo com aspecto impecável, simples e profissional? A gramática e a ortografia estão totalmente corretas? Tudo o que você fizer representa você, portanto, fique muito atento a como sua marca é percebida.

A seguir, falaremos sobre o preparo do seu discurso conforme a plateia.

Visite [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) para encontrar a sua voz e dar o próximo passo.

[Produzido pelo Departamento de Estado dos EUA]



## Vídeo #5 - Entenda a sua plateia

[Aperfeiçoando o seu discurso]

[Criado e apresentado por 3 Day Startup]

[Entenda a sua plateia]

Há vários tipos de público para os quais um empreendedor poderá discursar ao longo de sua jornada empreendedora. Queira você estar discursando para um investidor, um cliente, seus funcionários ou candidatos a contratação, é essencial criar um discurso adequado à plateia.

Neste vídeo, falaremos sobre como criar seu discurso para a plateia certa.

Um investidor está sempre pensando no lucro, portanto, ao discursar para um investidor, saiba que ele espera ouvir como ele receberá um grande retorno no futuro por investir na sua empresa. Portanto, você deve colocar grande ênfase na oportunidade de mercado, nas suas projeções financeiras e na sua vantagem competitiva.

Além disso, a maioria dos investidores apoiam um empreendedor porque acreditam nele verdadeiramente como pessoa, então, você deve transmitir todo o seu entusiasmo pela solução desse problema por meio desse produto ou serviço.

Também é importante demonstrar sua garra e visão para escalonar esse negócio para algo massivamente lucrativo que permitirá ao investidor uma saída vantajosa.

Quando você discursa para um cliente, é diferente de um investidor. Clientes estão interessados na sua eficácia para resolver um problema que eles estão enfrentando no momento. Eles estão menos interessados nos benefícios de longo prazo, como faria um investidor. Eles querem saber: como posso obter o benefício agora? Portanto, demonstre ao cliente que você fornece uma solução confiável e honesta para o problema dele, e que ele pode confiar em você.

Por fim, discursar para funcionários ou uma contratação em potencial, é como se fosse um híbrido entre discursar para investidores e clientes. Na era moderna, cada vez mais os funcionários buscam sentir que o trabalho deles é impactante desde o início de sua contratação pela empresa. Eles querem saber qual é a visão de longo prazo da empresa e como o trabalho deles ajudará os demais. Funcionários e contratações potenciais costumam ter menos interesse em projeções financeiras, análises de mercado ou margens competitivas, e mais interesse em saber como podem se encaixar na empresa e sobre o alinhamento de seus valores e objetivos com os da empresa. Quanto melhor o seu discurso, maiores serão as suas chances de atrair os melhores talentos.

Então, seja para um investidor, um cliente ou um funcionário, saiba quem é a sua plateia antes de fazer o seu discurso.

Visite [ylai.state.gov](http://ylai.state.gov) para encontrar a sua voz e dar o próximo passo.

[Produzido pelo Departamento de Estado dos EUA]

