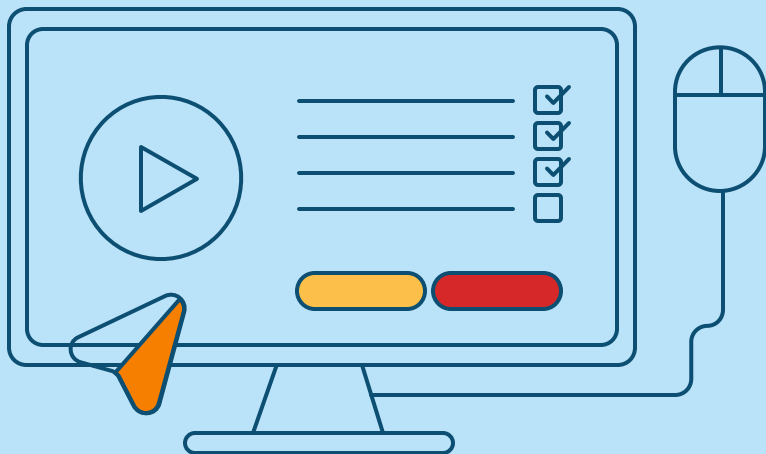


2026



07.05.2026

Fundamente de Antreprenoriat



Curs 10: Pregătirea și susținerea unui pitch

Laura CERNĂU
Enterprise Architect @ Marsh McLennan
Research Assistant @ UBB

<https://www.linkedin.com/in/laura-cernau/>



Intro



Laura Diana CERNĂU

Enterprise Architect @ Marsh McLennan

Research Assistant @ UBB

Agenda

- Idee de afaceri
- Notiunea de pitch



Ce înseamnă o idee de afaceri?

O idee \neq doar produs



O idee = problemă + soluție + valoare

O idee bună este clară și relevantă



De ce e important să știm să ne prezentăm ideea?

Pentru a obține:

- 
- finanțare
 - parteneri
 - clienți
 - joburi / oportunități
- 

Ce înseamnă o prezentare bună?

- Clară
- Simplă
- Relevantă pentru public
- Memorabilă

Structura de bază a unei idei de afaceri



Problema



Soluția



Clientul



Valoarea



Cum faci bani

Greșeli frecvente când prezinți o idee

- începi direct cu soluția
- prea tehnic
- nu e clar pentru cine e
- nu explici valoarea

Ce este un pitch?



- Pitch \neq prezentare
- Pitch = instrument de captare al interesului



Obiectivul unui pitch

Un pitch **nu** înseamnă să obții un „da” pe loc.

Scopul său real este obținerea următorului pas: o nouă întâlnire, un proiect pilot sau o sesiune mai aprofundată de discuții.



Obiectivul unui pitch

Să fii suficient de convingător încât să câștigi încă 30 de minute din timpul lor.



Scopul unui pitch

- ◆ Atrage atenția
- ◆ Explică ideea clar
- ◆ Creează interes
- ◆ Convinge



The secret to successfully pitching an idea

The TED logo is a red circle with the word "TED" in white, bold, sans-serif capital letters. It is positioned on the lower left side of the image, overlapping the purple silhouette of the speaker.

TED

Tipuri de pitch

Elevator Pitch

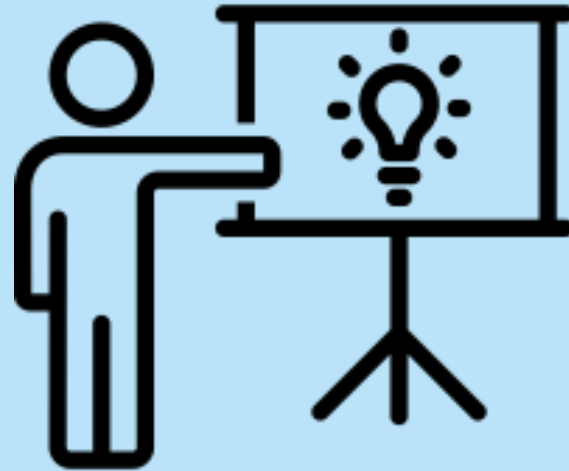
- 30–60 sec
- Scop: atragi atenția

2. Idea Pitch

- 2–3 min
- Scop: explici ideea clar

3. Pitch Deck

- 5–10 min
- Scop: convingi și detaliezi



Elevator Pitch



Elevator Pitch



Idea Pitch

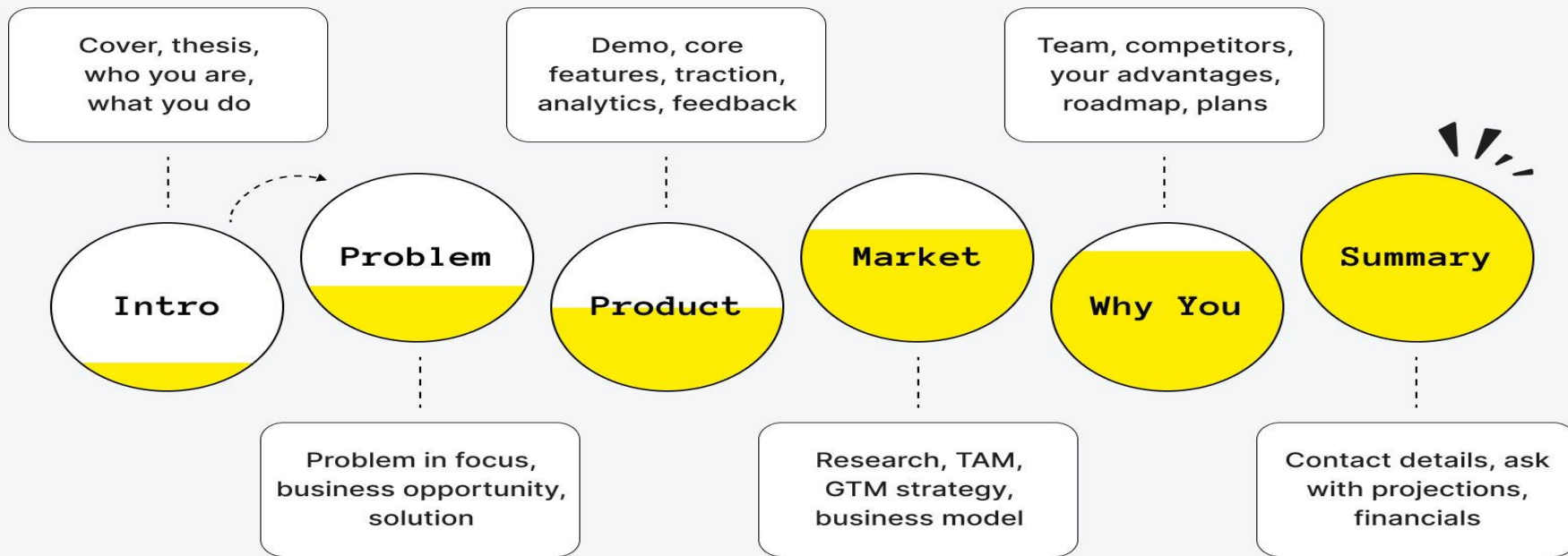


Idea Pitch



Pitch Deck

Pitch Deck Structure: 6 Main Sections






Pitch Deck

Regula de aur: publicul pe primul loc

Pitch-ul nu este despre tine.
Este despre cel care te ascultă.

Adaptează în funcție de public:



-  Investitori → creștere și profit
-  Parteneri → colaborare și sinergii
-  Clienți → valoare și beneficii

Pitch Deck



Regula de aur: publicul pe primul loc

Recomandare practică: Înainte de redactarea pitch-ului, este esențial să se analizeze tipologia publicului căruia i se adresează și obiectivele acestuia.



Dinamica problemă–soluție



Prezentarea trebuie să înceapă cu problema.

Dimensiunea și gravitatea problemei determină dimensiunea oportunității.

Publicul trebuie să înțeleagă clar frustrarea și constrângerile clientului.



IS YOUR INNOVATION IDEA A **VITAMIN OR PAINKILLER?**

VITAMIN or PAINKILLER?



Something your target
consumer **should** buy



Something your target
consumer **will** buy

Dinamica problemă–soluție

Hard to sell

VS

Easy to sell

Vitamin

Not feeling an immediate need

Need more education

Delayed positive impact

Nice to have

Painkiller

Incentive for quick adoption

Easy to understand

Immediate relief of a problem

Urgent need





Dinamica problemă–soluție



Status quo: Este important să fie descris modul în care problema este abordată în prezent.

Utilizarea unor termeni precum „ineficient”, „costisitor” sau „fragmentat” ajută la evidențierea limitărilor soluțiilor existente și creează un contrast clar cu soluția propusă.



Dinamica problemă–soluție





Relevanța temporală („De ce acum?”)

De ce este această problemă relevantă în acest moment?

Există schimbări recente în tehnologie, reglementări sau comportamentul consumatorilor care îi amplifică urgența?

Abordarea timpurie a acestei întrebări consolidează credibilitatea și actualitatea propunerii.




Modelul de business



Soluția și „elementul magic”

Concept: Începeți prin a descrie soluția voastră în termeni simpli, non-tehnici („Este ca Uber, dar pentru plimbatul câinilor”). Abia apoi introduceți „elementul magic” — proprietatea intelectuală, algoritmul propriu sau procesul unic — pentru a demonstra caracterul inedit al soluției.



Modelul de business

Soluția și „elementul magic”

Evitați supraîncărcarea cu funcționalități: Nu enumerați 20 de funcții. Concentrați-vă pe cele 3 beneficii esențiale care rezolvă problema principală definită anterior.

Defensabilitate: Explicați clar ce împiedică un competitor să vă copieze soluția într-o săptămână (de exemplu: brevete, efecte de rețea, avantaj competitiv bazat pe date, loialitatea față de brand).

Modelul de business

Dimensiunea pieței și competiția

TAM (Total Addressable Market – Piața total adresabilă):

Dimensiunea teoretică maximă a pieței (ex.: toți consumatorii de cafea din lume).



SAM (Serviceable Available Market – Piața accesibilă): Segmentul de piață pe care îl puteți viza realist (ex.: consumatori de cafea din București dispuși să cumpere cafea premium).

Modelul de business



Dimensiunea pieței și competiția

SOM (Serviceable Obtainable Market – Piața realizabilă): Cota realistă pe care o puteți obține în anul 3 sau 5 (ex.: veniturile estimate din cafea premium în București).



Modelul de business



Dimensiunea pieței și competiția

Vizualizarea competiției: Introduceți matricea competitivă.

Demonstrați că ocupați un „Blue Ocean” sau un „sweet spot” neglijat de competitori.

Exemplu:

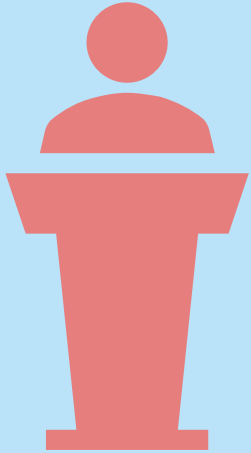
Axa X = Preț (scăzut → ridicat)

Axa Y = Nivel de personalizare (scăzut → ridicat)

Poziționați-vă compania și competitorii pe grafic.



Modul de a prezenta



- ◆ Ton, contact vizual, gesturi.

Structura clasică: „Problemă – erou – soluție – rezultat.”



Imagine: o poveste ilustrată vizual (harta eroului).

Storytelling



Greșeli frecvente în pitch-uri

- ◆ Prea multe detalii tehnice.
- ◆ Lipsa clarității.
- ◆ Lipsa emoției.
- ◆ Nu ai un final convingător.





Chestionar de evaluare →
(activ în intervalul 19:30 – 20:00)!

Curs 10: Pregătirea și susținerea unui pitch

