

Integrative Literature Review

Elevator Pitch Assessment Model: A Systematization of Dimensions in Technology Entrepreneurship Presentations

—ALESSANDRO MARGHERITA (0000-0002-7091-1024) AND DAVID VERRILL (0000-0002-0567-1650)

Abstract—Introduction: *The creation of a technology venture brings the entrepreneur to interact with different stakeholders and persuade them of the quality of the business idea. In such endeavors, entrepreneurial storytelling and business pitches are crucial to attract stakeholder interest and potential commitment. We focus on longer and structured elevator pitches used by entrepreneurs seeking funds and partners for their startup, and we present an integrative framework of evaluation dimensions, specific items, and key evidence to assess a pitch. **Research Methodology:** We conducted a systematic review of specialized literature on business venturing, entrepreneurship, and business communication, and we selected 40 research articles from which we have extracted concepts related to the quality and effectiveness of an elevator pitch. We analyze and aggregate concepts to derive a taxonomy of evaluation dimensions. **Results and Discussion:** We identify four dimensions of evaluation of an elevator pitch: background and contextual knowledge showed in the presentation, project content and venture information, storytelling approach and style, and entrepreneurial flow or “algorithm” of the pitch. We detail the dimensions by defining 19 evaluation items and associated key evidence to support assessment. We undertake a preliminary application of the framework with three groups, business investors, potential entrepreneurs, and entrepreneurship students. **Conclusions and Further Research:** We advance the discussion on venture storytelling and provide practitioners with a useful tool to support the evaluation of an entrepreneurial idea presented through an elevator pitch.*

Index Terms—*Business presentation, elevator pitch, entrepreneurial communication, evaluation, framework, technology entrepreneurship, venture creation.*

整合性文献综述

电梯间推介评估模型：技术创业展示材料维度的系统化

—ALESSANDRO MARGHERITA AND DAVID VERRILL

提要

引言：企业家要创建一家技术型公司，就要与不同的利益相关方来往，说服各方面相信，自己的商业理念品质很高。在创建努力过程中至关重要是，把自己的创业故事讲好，把商业宣传做到位。这样才能吸引利益相关方的兴趣，使其成为潜在合伙人。我们的焦点，是企业家用来寻求启动资金和合作伙伴的较长结构化电梯间推介。我们提出了一个整合性的评价框架，能对维度、具体项目内容、评估推介所用的关键证据进行评价。**研究方法：**我们对有关经营风险、创业以及商业沟通方面的专业文献进行了系统评审，从中挑选了 40 篇研究性文章，并从这些文章中提取了一些与电梯间推介质量和有效性有关的概念。通过分析和整合这些概念，我们得出了维度评价的类型。**结果与讨论：**我们确定出了评估电梯间推介材料的四个维度：展示材料中的背景和语境文知识；项目内容和风险信息；故事讲述的路向和风格；以及创业的流程或“算法”。为了支持评估，我们对 19 个评价项目及其关联的关键证据做了定义，从而使维度详尽入微。我们在三个群体身上初步应用该框架，包括商业投资者，潜在企业家，以及创业的学生。**结论与进一步研究：**我们推进了关于风险故事讲述的讨论，并为从业人提供了一个有用工具，支持对电梯间推介中展示出的创业想法进行评估。

索引词：创业宣传；电梯间推介；公司创建；技术创业；框架；评价；业务展示

—Translated by Zhongen Xi

Revisión Integrativa de la Literatura

Modelo de evaluación del discurso de ventas: Sistematización de dimensiones en presentaciones del empresariado de tecnología.

—ALESSANDRO MARGHERITA Y DAVID VERRILL

Resumen—Introducción: *La creación de una empresa de tecnología le permite al emprendedor interactuar con los diferentes accionistas y persuadirlos sobre la calidad de la idea del negocio. En dichas tareas, son importantes la narrativa empresarial y los planteamientos de negocios para atraer el interés de los accionistas y un posible compromiso. Nos enfocamos en los discursos más largos y estructurados de ventas utilizados por los emprendedores en busca de fondos y de socios para su empresa emergente y les presentamos un marco integrador de los aspectos de evaluaciones, puntos específicos y evidencia clave para evaluar un planteamiento.*

Metodología de la Investigación: *Realizamos una revisión sistemática de literatura especializada en el emprendimiento comercial, empresariado y comunicación de negocios y elegimos 40 artículos de investigación, de los cuales hemos seleccionado conceptos que se relacionan con la calidad y efectividad de un discurso de ventas. Analizamos y añadimos conceptos para obtener una taxonomía de los aspectos de la evaluación.*

Resultados y Discusión: *Identificamos cuatro aspectos de la evaluación de un discurso de ventas: el conocimiento contextual y de trasfondo que se muestra en la presentación, el contenido del proyecto y la información de la empresa, el enfoque narrativo y el estilo y flujo o “algoritmo” empresarial del planteamiento. Enumeramos los aspectos definiendo 19 puntos de la evaluación y la evidencia clave relacionada para respaldar la evaluación. Realizamos una aplicación preliminar del marco con tres grupos, inversionistas de negocios, posibles emprendedores y estudiantes de empresariado.*

Metodología de la Investigación: *Realizamos una revisión sistemática de literatura especializada en el emprendimiento comercial, empresariado y comunicación de negocios y elegimos 40 artículos de investigación, de los cuales hemos seleccionado conceptos que se relacionan con la calidad y efectividad de un discurso de ventas. Analizamos y añadimos conceptos para obtener una taxonomía de los aspectos de la evaluación.*

Resultados y Discusión: *Identificamos cuatro aspectos de la evaluación de un discurso de ventas: el conocimiento contextual y de trasfondo que se muestra en la presentación, el contenido del proyecto y la información de la empresa, el enfoque narrativo y el estilo y flujo o “algoritmo” empresarial del planteamiento. Enumeramos los aspectos definiendo 19 puntos de la evaluación y la evidencia clave relacionada para respaldar la evaluación. Realizamos una aplicación preliminar del marco con tres grupos, inversionistas de negocios, posibles emprendedores y estudiantes de empresariado.*

Conclusiones e Investigación Adicional: *Avanzamos en la discusión sobre la narrativa de negocios y brindamos a los profesionales una herramienta útil para apoyar la evaluación de una idea empresarial presentada a través del discurso de ventas.*

Términos índices—*Presentación de negocios, discurso de ventas, comunicación empresarial, evaluación, marco, emprendimiento tecnológico, creación de negocios.*

—Translated by Victoria Garcia, University of Texas—El Paso