Opdracht: Maak je elevator Pitch - Esenzz

(2 varianten, de lange en de korte versie)

De elevator pitch is ooit bedoeld om jezelf mondeling te presenteren, maar wordt ook als basis voor je profiel in je CV en op Linkedin gebruikt.

**Wat is een elevator pitch?**

Pitchen is het vermogen om jezelf, je ideeën en/of je bedrijf kort en krachtig te presenteren. De boodschap waarmee je dit doet, is de Elevator Pitch (afgekort: pitch). Vaak wordt een pitch omschreven als ‘een plat verkooppraatje in de lift’. Dit klopt niet! Want, zeg nou zelf, als je voelt dat iemand je iets binnen 1 minuut wil verkopen, dan wil je toch juist wegrennen *“Een pitch is geen monoloog, maar de start van een dialoog.”*

Het doel van een pitch is om de ander binnen een korte tijd te enthousiasmeren en nieuwsgierig te maken. Kopen doe je namelijk niet binnen één minuut, maar je weet wel of je interesse is gewekt. Een investeerder zal bijvoorbeeld niet binnen één minuut beslissen of hij daadwerkelijk in je bedrijf gaat investeren. Echter, hij weet wel of hij enthousiast is over jou als ondernemer en je bedrijf, én hij weet of hij verder met je in gesprek wil. Wanneer iemand geïnteresseerd is, dan gaat diegene uit zichzelf vragen gaan stellen. Het resultaat? Jij hebt niet het gevoel dat je nog moet ‘verkopen’ omdat de ander oprecht geïnteresseerd is in je verhaal.

**Elevator pitch maken**

Tachtig procent van de vrouwen vindt pitchen lastig. Vragen als: “Hoe kom ik tot de kern? Hoe kan ik een goede elevator pitch maken die authentiek is en écht bij mij past? Hoe zorg ik dat ik onthouden word?”. Want een goede pitch maken is best lastig. Hiervoor gebruik ik onderstaande werkwijze; The road to succes! Kortom, de weg naar de perfecte pitch.

Maak twee versies een uitgebreidere en een korte versie, ook wel de Elevator Yell.



**Profiel – wie is je doelgroep?**

Staat de persoon die een pitch geeft centraal of het publiek? Het goede antwoord is “het publiek”. Mensen luisteren past echt naar je als je iets vertelt dat hen interesseert en antwoord geeft op de vraag: “What’s in it for me?”. Verdiep je goed in je doelgroep. Wie zijn zij? Waarom zouden zij naar jou willen luisteren? Waarmee zou je hen kunnen triggeren? Wanneer jij de behoeften van het publiek centraal stelt, dan zullen zij alle aandacht hebben voor jou.

**Impact – krachtige opening**

Een eerste indruk kun je maar één keer maken. Plus, je hebt aan het begin van je pitch natuurlijkerwijs de meeste aandacht. Een krachtige opening van je pitch is dus van ongekend belang. De kunst is om de aandacht van je luisteraars direct goed te pakken én deze gedurende langere tijd vast te houden. Uiteraard kun je starten met je naam maar koppel de rest van je opening vervolgens aan de “What’s in it for me?” van uw doelgroep. Enkele manieren waarop je dit kunt doen zijn:

Gebruik een indrukwekkend feit of cijfer

Stel een vraag

Deel een inspirerende visie

Schets beeldend het resultaat wat je voor die ander kan bereiken

Zet storytelling in

**Toetsen – welk probleem ga je oplossen?**

Pitch eerst het probleem of de behoefte die je vervult, en dan pas je oplossing. Mensen luisteren pas echt naar je oplossing als ze zich herkennen in het probleem dat je omschrijft, óf wanneer ze erkennen dat het probleem of de behoefte er zou kunnen zijn bij anderen. Stel, je hebt een nieuw type hoofdkussen ontwikkeld. Voordat je verzandt in het uitleggen van alle technische vernieuwingen, leg je eerst uit welk probleem je hoofdkussen nu echt oplost (slecht slapen, een pijnlijke rug en stijve nek, je man die onophoudelijk snurkt etc.).

Wat is je oplossing en wat maakt deze speciaal?
Geef vervolgens aan hoe je een oplossing biedt voor het geschetste probleem. Vergeet ook niet te vertellen waarom het uniek is. Met andere woorden: “Wat ga je doen en hoe? Wat doet je anders dan anderen? Wat gaat er in positieve zin veranderen?”. Hierdoor word je sneller onthouden.

**Call to action – wat wil je van je publiek?**

Sluit af met waar je naar op zoek bent, op Linkedin en zeker als je op een podium pitcht. Wat moet je publiek letterlijk doen na afloop? Naar je toe komen? Investeren? In een netwerkgesprek of sollicitatiegesprek is de afsluiting minder van belang. Immers, een pitch is geen monoloog, maar de start van een dialoog. De pitch is het startpunt om je uiteindelijke doel te kunnen bereiken.

**Handelen – oefen je pitch en blijf authentiek!**

Het doel van je pitch is om een connectie te maken met de ander. Het is daarom belangrijk om ook de persoon achter de professional naar voren te laten komen. Laat jezelf en je persoonlijkheid zien in uw pitch! De kunst is om een presentatiestijl te kiezen die past bij jou en deze vervolgens kracht bij te zetten met je stem en houding.

**Maak een pitch voor je samenvatting op Linkedin:**

**Maak een elevator yell, met maar 1 zin, voor op je CV of aan de telefoon).**

Hiervoor kun je XYZ formule gebruiken;

Ik help (krachtig werkwoord) (mijn doelgroep of klant X) om (het probleem/doel Y) op te lossen/realiseren zodat zij (winst/resultaat/uitkomst Z).

**Ik ………………………………(***vul in: werkwoord dat de kern van jouw werk aangeeft; zoals begeleiden, helpen, ontzorgen, ondersteunen, ontwikkelen, implementeren enz.. Geef ook aan wat jouw onderscheidend vermogen hierin is*) **……….……………** (*vul hier in: met wie of voor wie werk je? Specificeer de doelgroep zoals soort organisatie, afdeling, team of klant en specificeer deze doelgroep ook nader met een bepaald probleem/pijn/uitdaging òf met een doel/verlangen*) **om/met ………………...,** (*vul hier in je toegevoegde waarde: wat bied je of doe je of leer je ze anders/beter te doen?*) **om/zodat/waardoor ……….……**(*resultaat voor je doelgroep*).

**Voorbeelden:**

1)Ik help talentvolle vrouwen met een persoonlijke en toekomstgerichte loopbaan aanpak om in verbinding te komen met hun passie en essentie om van daaruit te koersen op een duurzame loopbaan, zodat ze nog jaren met veel plezier, voldoening en succes kunnen werken.

2)Als ervaren projectleider begeleid en coördineer ik grootschalige projecten, waarbij ik als regisseur betrokkenheid stimuleer bij de gemeenschap en duurzame oplossingen implementeer, die een blijvende positieve impact hebben op de leefomgeving en levenskwaliteit van de bewoners.

**Elevator yell;**