

Elevator pitch *(verkooppraatje in de lift)*

Het idee van de elevator pitch stamt uit Amerika. Er is berekend, dat je als je samen met iemand anders in de lift staat op weg naar de bovenste verdieping, je ongeveer een minuut hebt om je verhaal te vertellen. Omdat jij maar een minuut hebt om jouw verhaal te vertellen, moet je je dus beperken tot jouw belangrijkste punten.

Hoe houd je de aandacht vast? Hoe overtuig jij jouw gehoor dat jij de beste elevator pitch hebt, en dat jij niet bent als die dertig anderen waarvan ze vandaag ook het verhaal horen. Of: ...die dertig anderen wier verhaal ze vandaag ook horen.

Een goede pitch heeft maar één doel: zorgen dat je verhaal blijft hangen. Maar, hoe zorg je daarvoor?

#1. Denk narratief

Een pitch is een klein verhaal. Bouw het daarom op met een begin, een middenstuk en een eind. Open jouw verhaal met een teaser, een onverwachte en liefst zo persoonlijk mogelijke beginzin, waardoor je meteen de aandacht trekt. Zoek een goede opening waar de ander zich in kan herkennen. Bijvoorbeeld 'Herken je dat? Je stapt in de trein. Die zit stampvol mensen met natte regenjassen. Jij staat ingeklemd tussen al die klamme jassen, en dan....' Een innerlijke strijd maakt het verhaal persoonlijk en roept spanning en emotie op. Er moet ook een innerlijke strijd in jouw verhaal zitten, iets wat tegenzat. Je liep bijvoorbeeld ergens tegenaan, je wilde dit oplossen en je hebt daarom dit product ontwikkeld. Het doet een beroep op het gevoelsmatige. Via onze onderbuik nemen we de meeste beslissingen. Ook al denken we soms dat we dit met onze ratio doen.

#2. Gebruik taal als trigger

Praat of schrijf beeldend, zodat de ander zich een voorstelling kan maken van wat jij zegt. Gebruik heldere zinnen. Zorg er bij een pitch voor dat er melodie in je stem zit en vermijd een monotoon verhaal. Als je een positief effect wilt bereiken, gebruik dan positief taalgebruik, wees stellig en vermijd twijfelend taalgebruik zoals: " 'Eh nou ja, denken jullie er nog maar even over na. Misschien zijn er ook wel alternatieven.' " En vol overtuiging jouw verhaal vertellen. De luisteraar zou wel gek zijn als hij of zij jouw product niet zou willen, dát moet je uitstralen.

#3. Beperk jezelf

Bespaar jouw gehoor details die irrelevant zijn en vooral moeten aantonen hoeveel jij wilt. Je mag blij zijn als de ander jouw pitch onthoudt. Spits jouw verhaal dus daarop toe: welke twee zaken wil je dat de ander in elk geval onthoudt? Benadruk die, in het begin en aan het eind. Zorg ervoor dat de pitch kort genoeg is om de aandacht vast te houden en lang genoeg om je verhaal te vertellen en prikkelend genoeg om de luisteraar nieuwsgierig achter te laten. Dit zal tussen de één en op zijn hoogst vijf minuten in beslag nemen. Bedenk hoe jij je anderen herinnert die je slechts één keer gezien hebt. Dat is meestal ook maar in één zin ("Hij, van die...", "Zij, met haar..."). Probeer voor jezelf te bepalen hoe jij wilt dat anderen zich *jou* herinneren en richt daar je aandacht op/ focus daar op.

#5. Gun jezelf succes

Bij het horen van de woorden 'pitch' of presentatie', kruipen sommige mensen snel in hun schulp, alsof het een examen is dat je moet afleggen. Maar als jij jezelf ziet als een expert die vertelt over een onderwerp waarvan je veel weet, geeft dat direct een ander gevoel.

De opdracht

Je gaat een elevator pitch geven over waarom jij wel of niet naar het HBO gaat. Wat is de reden van jouw keuze. Je neemt een object/voorwerp mee. Om kracht bij je elevator pitch te zetten. Hierover ga je een pitch geven van circa 2 min.

Aandachtspunten voor jou tijdens de elevator pitch

- ◇ Enthousiasme
- ◇ Houding
- ◇ Kennis
- ◇ Taalgebruik
- ◇ Teaser
- ◇ Creativiteit
- ◇ Tijdsduur

Ben je geschikt of ongeschikt voor het HBO

☐

Geschikt

☐

Ongeschikt