

Tipps für den Elevator Pitch

Ein Elevator Pitch ist eine unkonventionelle Art einer Kurzpräsentation. Die Methode entstand durch findige amerikanische Vertriebsleute und bedeutet ‚Aufzugspräsentation‘ (Elevator-Aufzug, Pitch-Verkaufsgespräch). Das Ziel ist hierbei, auch kleinste Gelegenheiten für eine gewinnende Selbst-, Produkt- oder Dienstleistungspräsentation zu nutzen. Da die Aufzugsfahrt meist nicht länger als ca. 30 Sekunden dauert, definiert dies auch die Länge der Präsentation!

Ein gewinnender Elevator Pitch öffnet Ohren und Herzen! Somit ist damit auch keinesfalls eine langweilige Aufzählung Ihrer Kompetenzen gemeint, sondern die Einbindung Ihrer Botschaft in eine kleine ‚Story‘. Wichtigstes Kennzeichen eines Elevator Pitch ist die emotionale und bildhafte Sprache.

Hier nun die Tipps für Ihren persönlichen Elevator Pitch

1. Überlegen Sie sich, WAS Sie präsentieren wollen
2. Notieren Sie auch, wer SIE sind
3. Welche ‚Lösungen‘ bieten Sie an? (Stellen Sie nicht Produkt und Lösung, sondern den Nutzen vor)
4. Wer ist Ihre Zielgruppe?
5. Was machen Sie anders als die ‚Anderen‘?
6. Suchen Sie sich eine Metapher, einen humorvollen ‚Aufhänger‘, ein Bild mit der Sie Ihr ‚Produkt‘ darstellen können (Phantasiegeschichten, Filme, Zitate – erlaubt ist was gefällt und zum Ziel führt!)
7. Testen Sie Ihren Elevator Pitch im vertrauten Umfeld. Welches Feedback bekommen Sie?
8. Sprechen und schauen Sie Ihren Gesprächspartner offen an und erreichen Sie ihn emotional!
9. Stellen Sie ruhig auch Kontakt-Fragen
10. Wenn das Interesse geweckt ist, ermuntern Sie zu einer weiteren ‚Aktion‘ nach dem Motto: ‚Darf ich sie anrufen?‘

Da Sie in unterschiedlichen Situationen auf unterschiedlichste Menschen treffen, lohnt sich auch die Entwicklung mehrerer Versionen – zielgruppenspezifisch eben. Der Elevator Pitch kann wechselnden Situationen immer wieder angepasst werden und es lohnt sich, ihn immer weiter zu verbessern.

Beispiel 1 - aus einem Elevator-Pitch-Wettbewerb (Quelle: xing)

Frank Herold, teleorga (Platz1)

‚Der Fahrstuhl nach oben ist besetzt‘. Mit diesem Schlager von Hazy Osterwald können sich fortan Mitbewerber oder Konkurrenten Ihres Unternehmens trösten. Denn von nun an dürfen Sie sich in diesem Aufzug ganz ungeniert und exklusiv ‚breit‘ machen.

Mein Name ist Frank Herold, teleorga B2B Telemarketing.

Telefonisch transportiere ich Ihren USP, Ihren Sales Pitch,... Sie!

Kurzum: ich bringe Ihr Geschäft ins Geschäft

Die Jury des Wettbewerbs? Das sind Sie!

Der Gewinner? Ganz klar Sie!

Beispiel 2 - Die Powerfee

Sicher ist es Ihnen auch schon passiert. Sie sitzen spätabends noch an Ihrem Schreibtisch und müssen für den nächsten Tag eine überzeugende Präsentation erstellen. Leider haben Sie fast keine Zeit und noch weniger Ideen. Doch plötzlich erscheint eine gute Fee und erfüllt Ihnen einen Wunsch. Eine tolle Präsentation für den nächsten Tag. Ja, diese Fee bin ich, Antonia Peter. Mein Unternehmen heißt Powerfee und ich helfe Ihnen dabei, Ihre Präsentationen in die richtige Power-Point-Form zu bringen Na, werden da nicht viele Probleme gelöst.... ?

(Quelle: ‚30 Minuten für den überzeugenden Elevator Pitch - Joachim Skambraks)