

Elevator Pitch

Knapp 30 Sekunden, die über den Erfolg entscheiden können. Der Name Elevator Pitch leitet sich zwar von der Dauer einer Liftfahrt ab, die aber in unseren Breitengraden mangels Wolkenkratzern selten tatsächlich so lange dauert. Trotzdem sind diese 30 Sekunden ein Richtwert, an den man sich bei den folgenden Überlegungen halten kann.

Es bieten sich immer wieder Gelegenheiten, wo man sich selber, seine Funktion, seine Firma, eine Idee, ein Produkt oder auch eine Dienstleistung genau der entscheidenden Person präsentieren könnte. Der Konjunktiv „*könnte*“ ist hier bewusst gewählt. Zu schnell ist die Chance vertan, die entscheidende Person schon wieder weg und anderweitig beschäftigt.



Bereiten Sie Ihren persönlichen Elevator Pitch vor und verpassen Sie ab sofort keine Chancen mehr, die sich bei einer zufälligen Begegnung, einem gesellschaftlichen Anlass, bei einer Vorstellungsrunde oder bei welcher Gelegenheit auch immer ergeben.

Wecken Sie die Neugierde und erreichen Sie, dass die Möglichkeit bekommen, Ihr Anliegen bei nächster Gelegenheit den relevanten Entscheidungsträgern vorzubringen.

Vorbereitung ist alles

Einmal mehr hat dies seine Gültigkeit. Bis heute habe ich noch niemanden erlebt, der einen spontanen Elevator Pitch aus dem Hut zaubern konnte, der auch tatsächlich die gewünschte Wirkung gezeigt hat. Meist war es eine „Ich-Botschaft“ mit der Aufzählung von Eigenschaften, welche bei der Zielperson eher ein Unbehagen als Interesse ausgelöst hat.

Das soll Ihnen natürlich nicht passieren und deshalb bereiten wir an unserem Workshop ein Beispiel vor, das Sie gerne und mit Erfolg in der Praxis einsetzen werden.

Achten Sie darauf, dass nicht einfach ein „Werbetext“ entsteht. Es geht viel mehr darum, dass Sie sofort die persönlichen Interessen Ihrer Gesprächspartner ansprechen. Zeigen verbal auf, wie Sie gedenken ein Problem Ihrer Zielperson anzupacken und was Sie zu dessen Lösung beitragen werden. So wird es Ihnen gelingen, sich bei nächster Gelegenheit anlässlich eines persönlichen Termins ausführlicher zu präsentieren. Der Anfang einer erfolgreichen Geschichte ist damit geschrieben.



Struktur

1. Entscheidungsträger



Wen wollen Sie für Ihre Anliegen gewinnen, wer kann in Ihrer Angelegenheit abschliessend entscheiden oder Ihnen helfen, bei den Entscheidungsträgern vorzusprechen? Wer ist allenfalls in der Lage, Ihre Anliegen bei den richtigen Stellen wirksam zu vertreten?

Was werden Sie bei dieser Person mit Ihrem Elevator Pitch auslösen? Worauf gilt es besonders zu achten?

2. Das Problem



Es gilt sich zu überlegen, wie sich die Problemstellung aus der Optik der Zielperson darstellt und wie sich dieses Problem auf den Punkt bringen lässt.

3. Gesprächseinstieg



Ihr professioneller Gesprächseinstieg wird darüber entscheiden, ob Sie Interesse wecken oder auf Ablehnung stossen.

Tipp:

Ein wirksamer Elevator Pitch beginnt meistens mit einer Frage, einem Bild, einer Metapher oder auch einer Geschichte gespickt mit einer erstaunlichen Information.

4. Vorstellung



Stellen Sie sich Ihrem Gesprächspartner so vor, dass Sie ihm im Gedächtnis haften bleiben und er sich wieder an Sie erinnert. Dabei gelten die gleichen Regeln, wie sie auch bei „üblichen“ Business Gesprächen zum Tragen kommen.

Positionieren Sie sich selber, Ihr Unternehmen und Ihre Leistungen oder Produkte.

5. Begeisterung



Begeisterung ist ansteckender als jede Grippe. Zeigen Sie, wie sehr Sie hinter dem stehen, was Sie jetzt sagen. Vermeiden Sie dabei möglichst Abkürzungen und Fachbegriffe, welche Ihr Gesprächspartner nicht verstehen kann, weil es sich um Internas handelt.

6. Problemlösung



Sprechen Sie jetzt nicht von sich, Ihrem Geschäft, sondern zeigen Sie auf, wie Sie Ihrem Gesprächspartner helfen können. Er und seine Anliegen stehen im Mittelpunkt Ihres Vorschlages.

7. Abgrenzung



Zeigen Sie, was Sie von andern unterscheidet und warum es deshalb Sinn macht, auf Ihre Vorschläge einzugehen.

8. Abschluss



Schaffen Sie Verbindlichkeiten, gehen Sie in den Gesprächsabschluss und vereinbaren Sie einen Termin oder die Zusage, dass Sie einen Termin bekommen werden.