

De Elevator Pitch!

Een elevator pitch is een overzicht van een idee voor een product, service of project. De naam elevator pitch komt van het verhaal van een werknemer met een erg goed idee, zijn baas is echter altijd druk en heeft geen tijd om naar zijn verhaal te luisteren. Tot op een dag de werknemer met zijn baas in de lift staat en de werknemer opeens de kans heeft met hem te praten, de tijd is echter net zo lang als de rit in de lift....



Je kunt onderscheid maken tussen twee soorten pitches. De hele korte versie van 30 á 40 seconden en de langere versie van 2 minuten. De korte pitch gebruikt men meestal om te netwerken, de langere pitch wordt veelal gebruikt tegenover een investeerder om kapitaal te vragen. Investeerders keuren een idee vaak eerst aan de hand van een pitch, om zo gemakkelijk alleen de goede ideeën er tussenuit te vissen. Het kunnen houden van een goede pitch is daarom voor elke ondernemer van belang.

Kernwoorden die bij een pitch horen:

- Kort
- Krachtig
- Onderscheidend
- Origineel

Wat wil je kwijt

Voor het beschrijven van jouw markt, concept en productdifferentiator (wat maakt jou product, service of project uniek?), kun je het onderstaande model gebruiken. Dit model is ideaal om te gebruiken als korte pitch of als begin van de langere versie.

- **Voor** [vul hier de ideale klant in]
- **die** [het volgende probleem heeft]
- **biedt ons product** [vul hier de productcategorie in]
- **dat** [vul de elementaire productdifferentiator in].
- **In tegenstelling tot** [vul het concurrerende product in]
- **geeft ons product** [vul het concurrentievoordeel in]

Voorbeeld:

"For post-production film engineers

who are dissatisfied with the limitations of traditional film editors

our workstation is a digital film editor

that lets you modify film images any way you choose.

Unlike workstations from Sun, HP or IBM

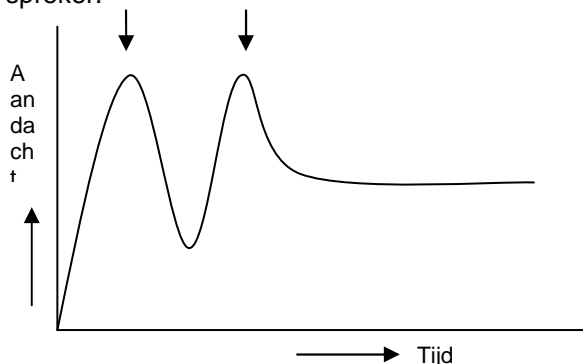
we have assembled all the interfaces needed for post-production film editing."

Controle lijstje van de punten die in je pitch moeten terugkomen:

- Mijn team
- Het product
- De markt: voor wie is mijn product? (en welke financiële cijfers horen erbij!)
- De uitdaging
- Het behaalde succes
- **Mijn vraag!**

De luistercurve

Tijdens een pitch is het belangrijk om de aandacht van de luisteraar te krijgen en vooral ook zolang mogelijk vast te houden. Er kunnen twee boodschappen in een pitch: een functionele en een creatieve. De onderstaande grafiek weerspiegelt de mate van aandacht van de luisteraar voor de spreker.



Na 20 á 30 seconde ligt deze curve op het hoogtepunt. Het is belangrijk om hier je belangrijkste boodschap te vertellen: jouw product/ idee. De aandacht zal hierna verslappen. Zorg ervoor dat je

halverwege de pitch een kunstmatige aandachtstrekker hebt (even paar passen opzij, druk handgebaar). Hierdoor zal de aandacht stijgen en is er genoeg aandacht voor een tweede boodschap.

Let goed op de indeling van de pitch. Zorg dat de belangrijkste boodschappen op de goede momenten worden verteld!

Tips

- Let op de tijd
- Je komt iets vertellen en je komt iets vragen: VRAAG WAT JE NODIG HEBT!
- KISS: Keep It Stupid Simple
- Vertel met passie!
- Zenuwen? Logisch!
 - Pak je territorium!
 - Leg de bal even goed!
 - Doe een toonladder!
 - Kijk even rond!
 - Neem / Dank voor het woord
- Geniet!