

3 SCHRITTE

ZU IHREM ELEVATORPITCH



Michael Geerds

Angewandte Kommunikation

Look, if you had one shot or one opportunity
to seize everything you ever wanted in one moment,
would you capture it or just let it slip?

lose yourself – EMINEM aka Marshall Bruce Mathers III

Inhalt

Mein erster Pitch	3
Wie die Präsentation in den Fahrstuhl kam	4
In 3 einfachen Schritten zu Ihrem Elevatorpitch	5
Schritt 1: Die 5 Fragen zur Vorbereitung	5
Schritt 2: Struktur – der rote Faden	6
<i>Der erste Satz</i>	7
<i>Die Blaupause für ihren Elevatorpitch</i>	8
Variante 1 – wie wäre es, wenn....	8
Variante 2 – ABC oder der Tweet	9
Variante 3 – Kundenstory	10
Schritt 3: Der Sprung ins kalte Wasser	11
Bonus: Der wahrscheinlich erste Elevatorpitch der Welt.....	12

Mein erster Pitch

Lübeck 2003, das Telefon klingelt. Mein damaliger Geschäftspartner ist dran. *Michael, Du musst morgen nach Hamburg kommen und Dir dieses Business-Frühstück einmal ansehen. Das ist wie für uns geschaffen!* Also fahre ich am nächsten Morgen nach Hamburg.

Um 07.30 sitze ich mit 19 anderen Unternehmern bei Croissant und Kaffee um einen Konferenztisch und der Moderator stellt die Agenda dieses Meetings vor. *Und jetzt hat jeder von Ihnen 60 Sekunden Zeit, sich den anderen vorzustellen. Herr Geerds, was machen SIE beruflich?*

...ja, also mein Name ist ähm .. Ich wollte antworten und konnte nicht. Zu der Zeit hatte ich kein Konzept, meine Ideen und mich spannend in kurzer Zeit zu präsentieren. 14 Jahre spreche ich auf Netzwerkveranstaltungen und Meetings. Ich coache Unternehmer für ihrem Auftritt bei Fernsehsendungen wie *Die Höhle der Löwen* und *2 Minuten 2 Millionen*. Und ich liebe es....

Sie werden täglich dazu aufgefordert zu erklären, welche Ideen Sie anbieten: Sie pitchen. Dabei kann Ihnen eine Kurzpräsentation, der *Elevatorpitch* helfen. Der Begriff *Pitch* kommt aus dem Baseball und bezeichnet den Werfer. Der Pitcher startet das Spiel. Sie starten also mit Ihrer Kurzpräsentation das Spiel aus Angebot und Nachfrage mit Ihrem potentiellen Kunden.

Es gibt unendlich viele Theorien darüber, wie ein wirksamer Elevatorpitch aufgebaut ist. Und es ist genau das: graue Theorie. In dem Moment, in dem Sie den Sprung von der Theorie in die Praxis wagen, finden Sie heraus, was für SIE funktioniert.

Dieses pdf. enthält ein paar Ideen und Informationen für Sie, mit denen Sie Ihren Pitch entwickeln oder verfeinern können. Was zählt ist, was Sie für sich erarbeiten und hinterher anwenden werden. Vergleichen Sie die Inhalte mit bereits vorhandenem Wissen und füllen Sie für sich die Lücken.

Herzlichst



Wie die Präsentation in den Fahrstuhl kam

Lassen Sie uns einen Elevatorpitch - eine Fahrstuhlpräsentation - als kurze, knackige Präsentation Ihrer Ideen definieren. Dabei ist es Ihr Ziel den anderen neugierig zu machen und nicht, das gesamte Portfolio vorzustellen oder vor Ort zu verkaufen. Obwohl das natürlich passieren kann, wenn eine gute Idee mit einem spannenden Pitch präsentiert wird. Ihr Ziel ist es, *den nächsten Schritt zu tun*. Also Interesse zu wecken, um dann die Kontaktdaten auszutauschen oder einen Gesprächstermin zu vereinbaren. Das gelingt Ihnen, wenn Sie

- ihrem Gesprächspartner die Vorteile komprimiert und
- möglichst bildhaft und emotional präsentieren.

Die Idee dazu ist angeblich in den USA entstanden. Anfang der 80er Jahre wollten ehrgeizige Verkäufer mit ihren Vorgesetzten über neue Projekte sprechen und bekamen keinen Termin. Bedenken Sie, damals gab es weder Email, Smartphones oder Social Media! Also bereiteten sie die Kernaussagen in einer kurzen Präsentation vor und passten ihre Vorgesetzten am Fahrstuhl ab.

Sie können diese Art der Präsentation nutzen, um im Kundengespräch, auf Netzwerkveranstaltungen oder am Telefon schneller zu punkten.

Der weiße Hai im Weltraum.
Pitch für den Film Aliens, 1979

In 3 einfachen Schritten zu Ihrem Elevatorpitch

Jetzt geht es los – Sie meistern Ihren Elevatorpitch in 3 einfachen Schritten! Sie können die 3 Schritte getrennt voneinander betrachten. Jeder einzelne wird Ihnen dabei helfen, Ihre Botschaft wirksamer und überzeugender rüberzubringen. Den größten Nutzen haben Sie natürlich, wenn Sie alle 3 Schritte zusammen umsetzen.

Schritt 1: Die 5 Fragen zur Vorbereitung

- **Wer ist Ihr Wunschkunde? Wie sieht sein Steckbrief aus?**
Je klarer Sie Ihr Gegenüber definieren, desto gezielter können Sie darauf eingehen. Ist der Pitch für eine bestimmte Person oder möchten Sie sich auf Veranstaltungen professioneller präsentieren?
- **Was genau ist Ihr Produkt, Ihre Dienstleistung oder Ihre Idee?**
Wofür stehen Sie, was haben Sie zu bieten, was tun Sie für Ihre Kunden? Widerstehen Sie dem Wunsch ALLES zu erzählen und wählen Sie einen Aspekt Ihrer Arbeit aus.
- **Was hat der Kunde davon? Was sind die Vorteile und der Nutzen?**
Niemand kauft Dinge, Produkte oder Dienstleistungen an sich. Überlegen Sie, welche Vorteil Sie Ihrem Kunden bieten. Was gewinnt oder vermeidet er durch Sie? Formulieren Sie Ihr Angebot aus Sicht des Kunden.
- **Was machen Sie anders, was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?**
Produkte und Dienstleistungen sind häufig identisch und damit leicht auszutauschen. Weshalb sollte Ihr Gesprächspartner ausgerechnet mit Ihnen zusammenarbeiten? Was unterscheidet Sie vom Wettbewerb? Was macht SIE einzigartig?
- **Was soll Ihr Zuhörer nach Ihrem Elevatorpitch tun?**
Was ist das Ziel Ihres Pitches? Fordern Sie Ihren Gesprächspartner am Ende Ihrer Präsentation unbedingt zum Handeln auf! Geben Sie einen Folgeimpuls

Ein Gedanke zum Nutzen:

Der Kunde will keinen Bohrer. Er will ein Loch in der Wand!

Obi-Gründer Manfred Maus

Schritt 2: Struktur – der rote Faden

Neben Inhalt und Inszenierung ist die Struktur entscheidend. Sie hilft Ihnen dabei, Gedanken in eine logische Reihenfolge zu bringen, auf den Punkt zu kommen und ganz einfach Ihre *Story* zu erzählen. Dabei können Sie sich an die A.I.D.A-Formel halten.

- **Attention**

Starten Sie emotional mit einer guten Story, einer kraftvollen Frage oder einer bildhaften Analogie, um Ihren Gesprächspartner auf Sie aufmerksam zu machen. Seien Sie *Anders Als Alle Anderen*.

- **Interest**

Wecken Sie Interesse. Zeigen Sie auf, weshalb das Thema wichtig für Ihr Gegenüber ist. Welches Problem können Sie lösen? Ohne Bedarf keine Aktion.

- **Desire - Satisfaction**

Bieten Sie eine Lösung für das Problem und wecken Sie so den Wunsch, am Nutzen teilzuhaben und ein Stück vom Kuchen abhaben zu wollen.

- **Action**

Schliessen Sie mit einem Folgeimpuls ab. *Was soll jetzt passieren?* Vielleicht tauschen Sie die Visitenkarten aus oder vereinbaren schon einen neuen Termin.

People don't buy what you do. They buy why you do it.

Simon Sinek, TED-Talk

Der erste Satz

Ein Pitch ist auch ein Werben um Aufmerksamkeit. Schaffen Sie es, ihren Zuhörer neugierig auf Sie zu machen? Das ist wie beim ersten Date. Wenn Sie den ersten Eindruck vergeigen, gibt es kein zweites Treffen. Wirksam starten können Sie mit

- einer persönlichen Geschichte
- einer kraftvollen Frage oder einem Statement
- einer bildhaften Analogie

1.) **einer Geschichte**

Starten Sie einfach mit einer Geschichte über einen Ihrer Kunden oder über sich. Vielleicht passt auch eine kurze, ungewöhnliche oder amüsante Erzählung über eine Begebenheit oder eine Person. Wenn Sie richtig wählen, haben Sie schon einen lebendigen Einstieg.

2.) **kraftvolle Fragen oder ein Statement**

„Was ist Ihrer Meinung nach der Hauptgrund, weshalb viele Kurzpräsentationen so langweilig und nichtssagend sind? Wenn Sie sich das jetzt auch fragen... sind Fragen schon mal ein guter Start.

3.) **bildhafte Analogien**

...das ist so ähnlich wie... Wenn Ihr Thema sehr komplex und abstrakt ist, suchen Sie nach einer passenden Analogie. *Der weiße Hai im Weltraum* als Pitch für den Film *Aliens* zum Beispiel. Damit malen Sie Bilder im Kopf Ihrer Zuhörer und ziehen sie förmlich in Ihre Kurzpräsentation.

*Sadly in the next 18 Minutes when i do our chat, four americans,
that are still alive will be dead from the food they eat. My Name is Jamie Oliver.*

I am 34 years old.

Jamie Olivers Einstieg bei seinem TED-Talk

Die Blaupause für ihren Elevatorpitch

Es folgen 3 verschiedene Beispiele, wie Sie Ihren Pitch konstruieren können. Bitte beachten Sie, es gibt noch viel mehr Möglichkeiten. Wie kann das jetzt konkret aussehen?

Variante 1 – wie wäre es, wenn....

Je nach Branche, Ansprechpartner und eigenem Auftreten bietet sich folgendes Schema an:

- Frage
- Problem aufzeigen und Emotionen wecken
- Problem lösen
- Folgeimpuls

Ein Beispiel:

- Frage
Haben Sie schon einmal jemanden erlebt, der eine langweilige Präsentation gehalten hat?
- Problem aufzeigen und Emotionen wecken
Vielleicht haben Sie selbst schon einmal langweilig präsentiert.
- Problem lösen
Haben Sie schon eine Präsentation erlebt, bei der Sie begeistert an den Lippen des Redners hingen? Wie wäre es, wenn Sie das auch können? Sie bekommen von mir Werkzeuge an die Hand, mit denen Sie lebendiger präsentieren. Sie lernen, wie Sie andere Menschen leichter für sich gewinnen und positiv in Erinnerung behalten.
- Folgeimpuls
Klicken Sie auf meine Homepage und laden Sie sich die 10+1 Tipps für Ihren Elevatorpitch runter.

Variante 2 – ABC oder der Tweet

Zuerst folgt eine kurze Beschreibung, wem Sie wie wobei helfen. Die Idee dabei ist es, ihre Kernaussage wie einen Tweet - Kurzmitteilung auf Twitter - zu verfassen.

- ABC (twitterfreundlich) ich helfe a dabei b zu tun, damit sie c
- Problem lösen
- Alleinstellungsmerkmal
- Folgeimpuls

Ein Beispiel:

- Dienstleistung oder Produkt (Twitterfreundlich!)
Guten Tag, Michael Geerds von Angewandte Kommunikation. Ich helfe ihnen, ihre Idee überzeugender und wirkungsvoller zu präsentieren.
- Problem lösen
Viele Menschen fühlen sich unwohl, wenn Sie vor einer Gruppe sprechen. Sie werden rot, versprechen sich oder haben Angst, den Text zu vergessen. Wie wäre es, wenn Sie durch ein paar einfache Übungen ruhig und souverän präsentieren? Sie kommen klar auf den Punkt und sprechen freier und lebendiger.
- Alleinstellungsmerkmal
Damit Sie ganz sicher entscheiden können, bekommen Sie 100% Zufriedenheitsgarantie. Wenn Sie nicht zufrieden sind, bekommen Sie Ihr Geld zurück.
- Folgeimpuls
Was würde das für Ihre nächste Präsentation bedeuten?

Snakes on a Plane

Trashiger Actionfilm mit Samuel L. Jackson

Variante 3 – Kundenstory

Wenn Sie Ihre Informationen in Form einer Geschichte darstellen, kommen Sie noch emotionaler und verständlicher rüber. Sorgen Sie dafür, dass Ihr Kunde der Star Ihrer Story ist. Apple und Harley-Davidson nutzen diese Art des Pitches in vielen ihrer Werbespots.

- Kunde (wer, was, wann, wo)
- Konflikt
- Lösung (evt. Komplikation)
- Folgeimpuls

Ein Beispiel:

- *Im März 2014 habe ich mit Florian gearbeitet. Er ist Gründer eines Unternehmens, das Ihrem sehr ähnlich ist. Florian wollte bei der TV-Show „Die Höhle der Löwen“ Investoren für seine Idee gewinnen.*
- *Er war neugierig, ob ich ihm dabei helfen könnte. Florian wußte, dass er die Investoren ohne packenden Pitch nicht für sich gewinnen konnte und sich somit sein Geschäft nicht weiter entwickelt*
- *Wir erarbeiteten eine emotionale Story, um die Idee persönlicher und emotionaler zu vermitteln. Er war am Anfang besorgt, dass das unseriös auf die Investoren wirken könnte. Stattdessen erhöhten zwei der Investoren die Summe von 150.000 auf 300.000 €.*

Wie interessant klingt das für Sie?

*People don't buy what you do. They buy why you do it.
Simon Sinek, TED-Talk*

Schritt 3: Der Sprung ins kalte Wasser

- **Wie stehen Sie?**

Stehen Sie möglichst gleichmäßig auf beiden Beinen. Ein ruhiger Stand wirkt souverän und verleiht Ihren Worten Gewicht.

- **Was machen Ihre Hände?**

Ihre Hände sind wichtige Kommunikationsmittel. Viele Menschen stecken die Hände in die Tasche, spielen mit etwas oder zeigen mit dem Finger auf ihren Zuhörer. Damit *Sie* einen positiven Eindruck hinterlassen, halten Sie Ihre Hände einfach sichtbar.

- **Wie sprechen Sie?**

Sprechen Sie langsamer als sonst. Modulieren Sie Ihre Stimme: langsam – schnell, laut – leise, Betonung nach oben – Betonung nach unten. Die Variation bringt mehr Leben in Ihre Präsentation. Denken Sie auch an die.. Pause.

- **Halten Sie Blickkontakt**

Damit wirken Sie souveräner und können besser wahrnehmen, wie Sie auf Ihren Gesprächspartner wirken.

- **Üben, üben, üben**

Richtiges üben macht den Meister. Inszenieren und proben Sie Ihren Elevatorpitch wie einen Hollywood – Blockbuster. Bauen Sie einen Spannungsbogen auf:

- ✓ wirksamer Einstieg, der Neugier weckt
- ✓ welches Problem hat Ihre Zielgruppe, welchen Nutzen bieten Sie?
- ✓ welche Lösung bieten Sie oder was unterscheidet Sie von anderen?
- ✓ was soll jetzt passieren oder was soll Ihr Zuhörer jetzt tun?

Üben Sie im Freundeskreis oder mit Kollegen und lassen Sie sich Feedback geben.

Bonus: Der wahrscheinlich erste Elevatorpitch der Welt

In seinem Buch „To Sell Is Human“ erzählt Daniel Pink die Geschichte von Elisha Otis und seiner Erfindung. Vielleicht ist das ja der erste Elevatorpitch der Welt?

New York im Herbst 1853. Elisha Otis hat die Lösung für eines der größten technischen Probleme gefunden. Jetzt sucht er nach einer geeigneten Möglichkeit, seine Erfindung vorzustellen. Viele Gebäude verfügen zu dieser Zeit schon über Fahrstühle. Allerdings ist die Mechanik sehr einfach und völlig ohne Sicherung. Falls das Seil reißen sollte, würde die Kabine samt Insassen in die Tiefe stürzen. Otis allerdings hat eine Sicherung erfunden, welche den Absturz verhindert. Ein großer Fortschritt, trotzdem sind die Menschen sehr skeptisch und ängstlich.

Otis mietet sich den größten Raum im damaligen New Yorker Kongresszentrum. Er baut einen offenen Fahrstuhl schacht, in dem die Kabine auf und abfahren kann. Dann lädt er die Besucher des Kongresszentrums zu einer Demonstration ein. Er klettert auf die Kabine und sein Assistent fährt ihn 3 Stockwerke hoch. Und jetzt kommt es.

Oben angekommen blickt er kurz in die Menge, nimmt eine Axt und zerschlägt das Seil, welches die Kabine hält. Das Publikum hält den Atem an. Die Plattform stürzt nach unten – und wird Sekunden später durch die Notbremse gehalten. Elisha Otis blickt in die erschrockene Menge und sagt nur 5 Worte: *All safe, gentlemen. All safe.*

All safe, gentlemen. All safe.

Elisha Otis beim Präsentieren der ersten Sicherheitsbremse für Fahrstühle, 1853

Michael Geerds | Angewandte Kommunikation
Motzstraße 52
10777 Berlin
0176 – 725 20 253
mail@michaelgeerds.com
www.michaelgeerds.com

Quellennachweis:

Burchard, Brendon: Worlds Greatest Speaker Training 2013

Breen, Michael: Sharpen your pitch 2010

Duarte, Nancy: resonate, Wiley-VCH Verlag, ISBN 3527506209

Faust, Bill: Pitch yourself, Pearson Financial Times, ISBN 978-0273707301

Meyer & Schlotthauer: Elevator Pitching, Gabler, ISBN 9783834911148

O'Connor, Joseph: Gelungene Kommunikation, Vak Verlag, ISBN 386731070X

Ted.com

Valentine, Craig: World Class Speaking, M.James Publishing, ASIN: B0023ZS4HQ