

Een korte handleiding om een goede pitch voor te bereiden.

(Onder anderen gebaseerd op teksten van Marielle van Sleen, Tekstbureau t.i.m)

Wat is een pitch?

Een pitch, of, met de volledige naam “elevator pitch” is een boodschap van een minuut. Het is de bedoeling dat je binnen deze tijd je werk of idee zo duidelijk onder woorden kunt brengen dat de andere partij op zijn minst zeer geïnteresseerd is geraakt. Uiteraard ben je in de verhaal eerlijk en oprecht. De boodschap mag best commercieel zijn, maar de feiten moeten kloppen.

Het idee stamt uit Amerika. Er is berekend dat je, als je samen met iemand anders in de lift staat op weg naar de bovenste verdieping, ongeveer een minuut hebt om je verhaal te vertellen. Je moet je dus beperken tot de belangrijke punten.

Het gebeurt steeds vaker dat tijdens netwerk-bijeenkomsten de gebruikelijke voorstelronde wordt vervangen door pitches. Maar het is ook zeer goed mogelijk dat je op straat of, inderdaad, in de lift, een potentiële klant tegen komt. Het is daarom belangrijk dat je voor dit soort gelegenheden een pitch voor handen hebt.

Een goede pitch kun je alleen maken als je weet wat de doelen zijn van jou en je bedrijf. Daarom moet je al van tevoren nagaan waar je kwaliteiten liggen: waar ben je goed in, waarom doe je dat graag en wat is je ervaring. Zorg daarnaast ervoor dat je jezelf blijft, straal zelfvertrouwen uit en praat alleen over dingen waar je ook werkelijk wat vanaf weet.

De inhoud

Je kunt je voorstellen dat een pitch geen “standaard-product” is. Tegen een potentiële klant zul je waarschijnlijk een ander verhaal moeten houden dan tijdens een bijeenkomst met mede-ondernemers, maar de opbouw zal grotendeels hetzelfde zijn.

Over het algemeen kun je altijd beginnen met jezelf en je bedrijf voor te stellen:

“Mijn naam is en mijn bedrijf heet”

Noem daarna wat je bedrijf doet, wat de sterke punten zijn van jullie product of dienst en waarom dat zo is.

Hierna kunnen de verhalen uit elkaar gaan lopen. Ben je jezelf voor een netwerkgroep aan het voorstellen, dan kun je proberen in te schatten welk onderdeel van je diensten voor andere leden interessant kunnen zijn, en ga daar dan (binnen de beschikbare tijd) op door. Sta je met een mogelijke klant of opdrachtgever te praten, kijk dan of je gesprekspartner al dan niet interesse toont in je verhaal. Is dit het geval, ga dan door en probeer door middel van enkele vragen af te tasten of je iets voor de persoon kunt betekenen. Laat de ander echter merken dat jij niet bent wie hij zoekt (via woorden of lichaamstaal), stop dan ook met je verhaal en vraag bijvoorbeeld wat hij/zij doet. Probeer het gesprek wel gaande te houden.

Sluit je verhaal in ieder geval met een zeer korte samenvatting waarin je nogmaals je bedrijf en je producten noemt, zodat dat bij de mensen blijft hangen.

Geef, indien de situatie zich hiervoor leent, ook je visitekaartje af, zodat je gesprekspartner een geheugensteuntje heeft.

Tips:

- Begin met een “ijsbreker” om interesse te wekken
- Vertel niet te veel, maar zeker ook niet te weinig
- Gebruik gewone taal. Vermijd vakjargon en afkortingen: dit is zelfs voor mogelijke klanten niet altijd even begrijpelijk en kan daardoor afschrikken
- Vertel je verhaal met zekerheid: vermijd woorden als “misschien”, “eventueel” of “wellicht”
- Wees altijd beleefd.
- Maak je zinnen niet te lang, en haal op tijd adem
- Probeer (positief) op te vallen, dan blijft je verhaal langer hangen
- Bereid je pitch goed voor, maar dreun hem niet op, en lees hem niet voor vanaf een briefje. Zorg ervoor dat je enthousiast en sprankelend overkomt, alsof je je verhaal nu voor het eerst verteld
- Spits je pitch toe op de situatie. Heb je ontdekt dat je toehoorder(s) geïnteresseerd zijn in een van je specialiteiten, wijdt je dan niet teveel uit over de andere talenten die je beheerst, behalve als dat er toe doet.
- Wees eerlijk! Spiegel mensen geen dingen voor die je achteraf niet kunt bieden.
- Als het gaat om een een-op-een verhaal, sluit je pitch dan af met het vragen naar het verhaal van de ander. Zo toon je aan dat het je niet enkel gaat om jezelf te verkopen, maar dat je ook interesse hebt in je gesprekspartner.

Niet vergeten!

Denk bij het houden van je pitch aan de volgende punten:

- Wat heeft de luisteraar aan jouw pitch? *Met andere woorden, houdt rekening met je publiek.*
- Wat is je product of dienst? *Wijdt dus niet teveel uit over nevenzaken*
- Waarmee kun jij de ander helpen?/Welke doelgroep bedienen je?
- Wat levert het hem op?
- Voor wie heb je met succes gewerkt? *Alleen zinnig als je (voor je toehoorders) bekende namen kunt noemen*
- Op welke punten onderscheid je je van je concurrenten? *Waar ligt jouw meerwaarde?*

Als je wilt oefenen met het opzetten van een pitch kun je gebruik maken van het stappenplan hieronder of de website <http://www.marketingguidd.nl/pitch>. Hiermee schrijf je, aan de hand van een aantal gerichte vragen een lopend verhaal, dat achteraf nog aan te passen is.

Stappenplan voor het maken van een pitch

1. Mijn naam is..... (algemeen)
2. Mijn bedrijf heet.... (algemeen)
3. Mijn bedrijf houdt zich bezig met (bedrijf)
4. Mijn bedrijf richt zich op.... (klant)
5. Klanten bevinden zich in.... (klant)
6. Mijn bedrijf zorgt er voor dat.... (waarde)
7. Deze voordelen halen we door.... (waarde)
8. Mijn bedrijf is anders, omdat.... (onderscheid)
9. Kort gezegd is mijn bedrijf.... (samenvatting)