

## 30 bis 60 Sekunden für einen bleibenden Eindruck



Potentielle Kunden und Geschäftspartner treffen Sie jederzeit und überall: bei Business Veranstaltungen, auf einer Party, am Flughafen - oder auch im Fahrstuhl. Der Name Elevator Pitch, zu deutsch „Verkaufspräsentation im Fahrstuhl“, steht daher für eine Kurzpräsentation von 30 bis 60 Sekunden, also für die Zeitspanne, bis die Fahrstuhltür wieder aufgeht. In dieser Zeit müssen Sie Ihr Gegenüber für Ihre Person und Ihr Konzept

gewonnen haben, ansonsten haben Sie vielleicht eine gute Gelegenheit verpasst. Ziel des Elevator Pitch ist es daher, den anderen neugierig zu machen, einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen und so die Chance zu einem ausführlicheren Gespräch zu erhalten. Am Ende sollte daher mindestens der Austausch der Visitenkarten, im Idealfall sogar eine Terminvereinbarung stehen.

Wie sieht der gute Elevator Pitch daher aus? **Spannend, viel versprechend, auf den Punkt gebracht.** Das ist gar nicht so einfach. Am Anfang steht daher eine Analyse des eigenen Angebots. Was hebt Sie und Ihr Unternehmen vom Wettbewerb ab? In wenigen Sätzen muss gesagt sein:

- Wer sind Sie?
- Was bieten Sie an?
- Welche Zielgruppe sprechen Sie an?
- Welchen Nutzen können Sie vermitteln und welche Probleme lösen?

### 7 Tipps für einen guten ‚Elevator Pitch‘

1. Gute **Vorbereitung** und Analyse - schreiben Sie auf, was relevant ist.
2. Überlegen Sie sich einprägsame und passende **Bilder** und **Vergleiche**.
3. **Üben, üben, üben!**
4. **Reaktionen** beobachten und **flexibel** reagieren.
5. **Offen** auftreten - offene Körperhaltung, Blickkontakt halten, lächeln.
6. **Langsam und deutlich** sprechen, ruhig atmen.
7. **Authentisch** auftreten, Emotionen und Begeisterung zeigen.

Dem Einstieg in Ihre Kurzpräsentation sollten Sie besonders viel Aufmerksamkeit widmen. Bewährt hat sich ein Bild, eine Metapher, eine Frage eine erstaunliche Information. Eine bildhafte Sprache hat den Vorteil, dass Ihre Präsentation im Gedächtnis des Gegenübers dadurch besser haften bleiben.

Es ist empfehlenswert, den Elevator Pitch in einer Gruppe zu entwickeln und zu üben. Durch die Rückmeldung der anderen Gruppenmitglieder entwickelt jeder Teilnehmer neue Ideen und kann sofort feststellen, wie das Gesagte ankommt.

Testen Sie Ihre Kurzpräsentation an so vielen Menschen wie nur möglich, an Ihrer Familie, Freunden, Urlaubsbekanntschäften und beobachten Sie die Reaktionen. Versteht Ihr Gesprächspartner, was Sie tun? Fragt er nach und zeigt Interesse? Im Laufe der Zeit werden Sie - je nach Gesprächspartner - verschiedene Varianten auf Lager haben: für potentielle Kunden, Dienstleister, Mitarbeiter oder Investoren.

Genauso wichtig wie der Inhalt ist die Art der Präsentation. Sie müssen kein ausgebildeter Redner sein, um einen guten Elevator Pitch zu halten. Wichtiger ist, dass Sie authentisch und sympathisch „überkommen“. Die häufigsten Killer von Aufmerksamkeit sind: zu leise, zu schnell, emotionslos, Fachchinesisch, humorlos.

Auch **BEITRAINING**<sup>®</sup> bietet Workshops für Kurzpräsentationen an.

### Zitat des Monats:

"Der Schlüssel zu einer guten Rede lautet: Man braucht einen genialen Anfang, einen genialen Schluss und möglichst wenig dazwischen."

Sir Peter Ustinov

### **BEITRAINING**<sup>®</sup>-Netzwerk traf sich zum Internationalen Management Meeting



Am letzten September-Wochenende fand im **BEITRAINING**<sup>®</sup> Headquarter in Nürnberg das dritte Internationale Management Meeting in 2007 statt. Franchisenehmer aus sechs Nationen kamen zum Erfahrungs- und Ideenaustausch zusammen. Eingeladen waren auch alle Marketer/Trainer, also die Mitglieder des **BEITRAINING**<sup>®</sup>-Netzwerks, die in den regionalen Trainingscentern die Trainingsteilnehmer betreuen.

Die dreimal jährlich veranstalteten Management Meetings dienen auch der kontinuierlichen Weiterbildung aller Mitglieder des Netzwerks. So boten verschiedene Workshops Gelegenheit zur Vertiefung des eigenen Wissens und zur Kommunikation mit anderen Netzwerkpartnern.