

Aufwärts mit dem Elevator Pitch

Mal angenommen, Sie begegnen einem freundlichen Fremden, der Sie interessiert fragt, was Sie denn beruflich so machen. Und weiterhin angenommen, Sie hätten maximal 60 Sekunden Zeit für Ihre aussagefähige Antwort. Wüssten Sie dann ganz genau, was Sie sagen müssten, um Ihre Profession derart prickelnd packend knackig kurz zu präsentieren, dass der Neugierige Sie anschließend mit Nachdruck um Ihre Visitenkarte bittet? Dann meinen Glückwunsch zu diesem hoch effizienten Präzisionswerkzeug mit Namen "Elevator Pitch" in Ihrer elaborierten Marketing-Ausrüstung, und Ihnen weiterhin noch einen schönen Tag. Würden Sie jedoch bei der straff raffenden Frage nach der Natur Ihres Broterwerbs erst ins Stottern, anschließend ins Grübeln und dann ins Blubbern kommen, dann sollten Sie jetzt unbedingt sehr aufmerksam weiterlesen.

Sieben Etagen für Ihr Entrée

Ihre gewinnende Selbstdarstellung in maximal (!) 60 Sekunden so anziehend und gleichzeitig so souverän zu verpacken, dass Ihr Zuhörer danach begeistert nach "mehr" ruft, ist eine sehr anspruchsvolle Marketing-Aufgabe, die Sie nicht unterschätzen dürfen. Deshalb sollten Sie sich ausreichend Zeit (und eventuell auch professionelle Hilfe) dafür nehmen, und so lange an Ihrem "Elevator Pitch" feilen, bis er wirklich optimal und präzise passgenau auf Sie zugeschnitten ist. Dafür müssen Sie sich, was den Inhalt betrifft, die folgenden sieben Punkte knackscharf zurecht legen:

1) Die Eröffnung

Emotional positiv gefärbtes "Warm Up" zur unmittelbaren Erzeugung einer günstigen Grundstimmung in der mit vielen "Unbekannten" behafteten interrogativen Kommunikationssituation.

Beispiel: "Ich freue mich sehr, dass Sie mich das fragen."

2) Wer bin ich überhaupt?

Voller Name, verständliche Berufsbezeichnung, Motivation, Vision, Leidenschaften, Antrieb ...

Beispiel: Mein Name ist Nicole Klutky. Ich bin Doktor der Philosophie, Diplom-Psychologin und passionierte Männer-Beauftragte. Spezialisiert habe ich mich auf die psychologische Beratung von Männern ab Mitte Dreißig. Denn die schätzen mich ganz besonders als eine aufgeschlossene und vorurteilsfreie ZuhörerIn, mit der man per Email oder per Telefon über sämtliche Probleme ganz entspannt reden kann. Bei unseren Gesprächen sollen "meine Männer" zu ihrer ganz natürlichen eigenen Selbstkompetenz finden. Dann regieren sie nämlich in Zukunft mehr auf die eigene austrainierte Intuition statt auf fremdbestimmte Einflussnahme. Und dieses neu gewonnene Selbstvertrauen macht fit und frei und widerstandsfähig in der Birne.

3) Was macht mich so besonders?

Alleinstellungsmerkmal, Unique Selling Point (USP), persönliche Spezialisierung.

Beispiel: Da mein Vater seinerzeit lieber einen Sohn großgezogen hätte, kam ich in den Genuss einer durchweg männlichen Sozialisierung. Und dafür war und bin ich extrem dankbar. Denn dadurch bin ich in die einzigartige Lage gekommen, mit einer völlig intakten weiblichen Geschlechtsidentität gleichzeitig vollen Zugang zu männlicher Denke zu haben. So können "meine Männer" mit mir wie mit ihren Kumpels quatschen und trotzdem wertvolle Einblicke in weibliche Seelenkräuselungen bekommen. Das schafft für Männer, die gerade ihre liebe Not mit Weibsvolk haben, eine einmalige Möglichkeit zum reibungsfreien Querdenken.

4) Was biete ich an?

Konkrete Benennung von Dienstleistung und/oder Produkt.

Beispiel: Dieser Punkt wurde hier bereits auf Position 1 abgehakt.

Merke: Man muss bei den sieben Stockwerken des “Elevator Pitch” nicht unbedingt die hier beschriebene Reihenfolge einhalten, wenn sich der Spannungsbogen anders besser ausgestalten lässt. Man darf auf dem Weg nach oben nur keinen der in diesem Text aufgeführten 7 Punkte auslassen. Sobald alles drin ist, ist auch alles dran. Egal wo.

5) Kundennutzen

Die spezifische Wertschöpfungs-Möglichkeit, der attraktive Profit für den Kunden.

Beispiel: Ich biete “meinen Männern” sowohl Telefon als auch E-Mail an. So können auch die Männer ungehemmt mit mir in Kontakt kommen, die nicht gerne reden, oder die nicht gerne schreiben mögen. Außerdem können Telefon-Termine und E-Mail-Termine zeitlich entspannt und örtlich ungebunden ausgemacht werden. Da wir uns weder beim Telefonieren noch beim Mailen gegenseitig sehen, findet das Gespräch trotz aller Offenheit immer in einem geschützten Privat-Raum statt. Und wer im Dialog mit mir völlig anonym bleiben will, der muss mir noch nicht mal seinen Namen verraten. So viel Diskretion bei so intensivem persönlichem Austausch – das finden sogar die Männer gut, die sonst ein ziemliches Problem mit Nähe und mit Weibern haben.

6) Zielgruppe

Wunschkunden, ideale Kunden, perfekte Passung mit dem Angebot/dem Produkt.

Beispiel: Dieser Punkt wurde bereits erledigt. Wissen Sie noch, wo das war? Gut!

7) Der Abschluss

Handlungsanweisungen im Sinne eines “Direct Response Marketing” aktiv forcieren.

Beispiel: Hätten Sie Lust, da mal ausführlicher mit mir drüber zu reden? Hier ist meine Visitenkarte! Rufen Sie mich an oder schicken Sie mir eine Mail oder besuchen Sie mich auf meiner Homepage und benutzen Sie mein Kontaktformular.

Je eher, desto lieber! Und wenn Sie einen Mann kennen, dem ein offenes Gespräch mal ganz gut täte, dann empfehlen Sie mich doch einfach gleich weiter. Dafür wird Ihnen der Mann bestimmt auf ewig dankbar sein.

Nachgedanken

Es nützt Ihnen leider auch der profilierteste "Elevator Pitch" nichts, wenn Sie ihn nicht locker, überzeugend, ungekünstelt und flüssig innerhalb des Zeitlimits vortragen können. Darum müssen Sie dieses Marketing-Mini üben, üben und nochmals üben. Und zwar vor geneigtem Publikum. So lange, bis Sie die Nummer lampenfieberfrei im Schlaf beherrschen. Vergessen Sie dabei nicht die unvermeidliche Ausdrucks-Wirkung Ihrer Körpersprache und Ihrer Stimme. Sie müssen das, was Sie sagen, und die Art, wie Sie es sagen, selbstverständlich immer auch mit angewandter Menschenkenntnis an Ihr jeweiliges Gegenüber anpassen. Und Sie müssen natürlich stets ausreichend Visitenkarten dabei haben.

Ganz nebenbei bemerkt: Ein perfekter "Elevator Pitch" ist immer auch eine empfehlenswerte Content-Idee für die Startseite Ihrer Homepage im Sinne eines besucherfreundlichen Online Marketings.



Dr. Nicole Klutky ist Botschafterin für Neugier und Spieltrieb im Dienste eines erfolgreichen Berufs- und Privatlebens, Marketingberaterin für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen sowie Coach für alle, die mal was anderes ausprobieren wollen. Auf www.klutky.de finden Sie weitere Informationen.