



## Elevator Pitch live erleben

In 60 Sekunden  
neugierig auf Ihre Idee machen

Der Elevator-Pitch ist die prägnante Präsentation einer Idee, die den Zuhörer neugierig auf mehr macht.

In der Geschäftswelt werden oft 1-Minuten-Präsentationen in Netzwerken genutzt, um sich der Gruppe vorzustellen.

Ellen Hermens \* Brucker Str. 12, 82216 Gernlinden \* 08142/6528668 \* eh@ellen-hermens.com \* www. ellen-hermens.com

### Elevator Pitch live erleben

In 60 Sekunden neugierig auf Ihre Idee machen

#### Was gehört in einen Elevator-Pitch?

Um Ihre Informationen konzentriert und auf das Wesentliche fokussiert zu präsentieren ist es sinnvoll, sein Profil klar vor Augen zu haben.

- + Name
- + Firmenname
- + Beruf / Business / Ihr Geschäft / Ihre Produkte
- + Markt / Zielgruppen - Für wen spezifisch sind Ihre Produkte / Dienstleistungen etc.?
- + USP (Unique Selling Point) - Was macht Sie besonders? Welchen "Schmerz" (pain relief) lösen Sie für Ihre Kunden auf?
- + WIIFM (What's in it for Me?) / Worin liegt der Nutzen für den Kunden? Was haben sie davon?
- + Welchen großen Mitbewerber als Beispiel können Sie anführen?
- + Persönliches - Was zeichnet Sie aus?
- + Ziel
- + Referenzen
- + Kontaktdaten (Visitenkarte)

Welche Inhalte Sie verwenden hängt etwas von der Zielgruppe und der Situation ab, in der Sie die Kurzvorstellung bringen. Beispielsweise vor Bekannten können Sie die Kontaktdaten weglassen, im Dialog überreichen Sie eine Visitenkarte, passen Sie den Elevator-Pitch entsprechend Ihres Ziels an.

#### Eigenschaften des Elevator Pitch

##### Dauer

Die Länge des Elevator-Pitchs kann variieren, von einer 60 Sekunden-Vorstellung in Netzwerken vor einer Gruppe bis zu Smalltalk-Situationen mit Einzelnen, in denen Sie im Dialog besser mit einem 10-Sekünder anfangen und dann im Dialog genauer werden.

##### So konkret wie möglich

Je spezifischer Sie sind und genauer Sie Ihre Zielgruppe eingrenzen und Ihr Geschäft beschreiben, desto schneller und leichter wird Ihr Zuhörer eine Vorstellung davon bekommen, was Sie machen.



Wir hatten das Beispiel der verschiedenen Schritte:  
Eine DVD für

- 1) einen Filmliebhaber
- 2) einen Jungen, meinen Neffen
- 3) meinen Neffen, der Helden mit roten Hosen und blauen Stiefeln liebt
- 4) meinen Neffen, den Spiderman-Fan und den ersten Teil schon kennt

Im ersten Schritt haben Sie eine Menge an unterschiedlichen Filmen empfohlen. Mit jedem Schritt wurden die Filme spezifischer und fokussierten sich schließlich auf den einzig passenden: Spiderman II.

## Geschichten & Begeisterung

Ihre persönlichen Erfolgsgeschichten haben mehrere Vorteile im Elevator-Pitch:

Sie haben eine **Referenz** einer Situation, in der Sie erfolgreich waren. Sie erzählen von Erfolg. Dabei können Sie auch Aussagen von Kunden einfließen lassen.

Es ist ein **plastisches Beispiel** wie Sie arbeiten und was Ihre Kunden davon haben. Mit Geschichten sind Sie oft auch sehr konkret, durch die Beschreibungen. Fügen Sie Details hinzu - Sie "malen" ein Bild im Kopf Ihres Zuhörers. So kann sich Ihr Gegenüber Ihre Geschichte vorstellen.

Sie fühlen Ihre **Begeisterung** in der Geschichte, wenn Sie stolz davon erzählen. Je mehr Sie sich in die Situation hinein versetzen können, je deutlicher werden Sie die Begeisterung selbst spüren. Und das springt dann wie ein Funke über.

Wenn Sie mehrere Bereiche abdecken, dann legen Sie sich eine Geschichte für jeden zurecht. Fokussieren sich im Elevator-Pitch am besten nur auf eine.

## Simplify - Vereinfachen Sie

Vereinfachen Sie Ihren Elevator-Pitch und vermeiden Sie abstrakte oder allgemeine Begriffe wie "Soft-Skills", mit denen der andere erst einmal nicht viel anfangen kann. Diese Begriffe haben für Sie eine besondere Bedeutung, teilen Sie die mit.

Tip: Erklären Sie es wie einem 10-Jährigen oder Ihrer Großmutter.

## Twist - die unvermutete Wendung

Führen Sie zu Beginn der Kurzpräsentation Ihr Publikum auf die falsche Fährte. Lösen Sie zum Ende hin die Geschichte auf. Das erzeugt Spannung, ist oft witzig - und wird erinnert.

Beispiel: Geburtshelfer für Ideen = Marketing-Experte

## Gedächtnisanker

Helfen Ihren Zuhörern sich an Sie zu erinnern. Exzellentes Beispiel ist Ingo Fromms Moritz. Das Seminar-krokodil sieht man einmal und erinnert es. Finden Sie einen Gegenstand, der Ihren Vorteil verdeutlicht oder der für Sie einzigartig ist.

Beispiel: Die Kneifzange als 100%-Firewall

## Glühbirne - wann soll man Sie erinnern?

Die Glühbirne ist ein Symbol für eine Erinnerung, die irgendwann stattfindet, wenn Ihr Gegenüber in die passende Situation kommt. Diese Form kann ich besonders empfehlen, wenn Sie wiederholte Male mit Zuhörern zu tun haben, z.B. mit Kunden oder BNI.

Beispiel: der Chiropraktiker, der sich umdreht und dann erklärt: "Wenn jemand vor Ihnen den Kopf so dehnt, dann empfehlen Sie mich." Nun stellen Sie sich vor, dass Sie in diese Situation kommen und dann daran denken, ob Sie wollen oder nicht.

## Authentisch - was denn sonst?

Bleiben Sie bei sich selbst und schöpfen Sie aus Ihrem persönlichen Erfahrungsschatz.

Welche ist Ihre Lieblingserfolgsgeschichte? Filtern Sie für sich die Situation heraus, die Ihnen bisher am meisten Spaß gemacht hat. Versetzen Sie sich in die Geschichte hinein, so als würden Sie sie wieder erleben.

Die strahlenden Augen kommen dann wie von selbst und Ihre Begeisterung steckt an.

Und - geben Sie sich keine Mühe. Wenn Sie angestrengt sind, dann merken das die anderen.

Wenn Sie authentisch begeistert von Ihren erfolgreichen Projekten und Produkten erzählen, dann springt der Funke über und Sie gewinnen nachhaltig. - Und Spaß macht es auch noch.

## Über die Referentin

Ellen Hermens ist Kommunikationstrainerin mit der Passion für Feedback und authentische Rhetorik.

Als NLP-Trainerin und Coach fokussiert sie sich auf die Stärken ihrer Klienten, damit sie, schwierige Inhalte verständlich, unterhaltsam und authentisch präsentieren.



Ellen Hermens hat mehrere Jahre als Direktorin bei BNI (Business Network International) Unternehmer ge-coacht und trainiert. Der Elevator-Pitch / die 60-Sekunden-Präsentation ist bei BNI eines der Schlüssel-elemente der Treffen.

Ellen Hermens engagiert sich seit Jahren im Europa-Vorstand der Toastmasters und hat als geschäftsführende Direktorin (District Governor) ihr 54-Kopf starkes internationales Team auf Platz 6 weltweit geführt. Toastmasters ist eine Non-Profit-Organisation für jedermann, seine Kommunikations- und Führungsfähigkeiten zu verbessern. Mit über 262.000 Mitgliedern in mehr als 12.500 Clubs in 113 Ländern.

Derzeit schreibt sie das Hörbuch "Authentische Rhetorik" für den audio media Verlag, das in Kürze erscheint und die Reihe Unternehmeredition einleitet.

## Sie möchten Unterstützung bei Ihrem Elevator-Pitch? Mit Video?

...weil Sie  
Sie selbst  
sein dürfen.

Ellen Hermens  
Brucker Str. 12  
82216 Gernlinden  
08142/6528668  
eh@ellen-hermens.com  
www.ellen-hermens.com