



TUN!

ZTN Vertriebsmail - Ausgabe XII / Feb. 2009



ZTN Training & Consulting GmbH • Österreich - Deutschland - Schweiz • www.ztn.biz • info@ztn.biz

„Elevator Pitch“

Heute geht es um ein richtiges „Verkaufsthema“.

Stellen Sie sich vor, Sie sind auf einer Messe, bei einem Empfang, einem Arbeitskreis oder auf einer der immer häufiger werdenden Networking - Veranstaltungen. Ein Unbekannter kommt auf Sie zu und fragt, was Sie beruflich machen oder was das Besondere an Ihrer Firma ist. Jetzt haben Sie, meiner Schätzung nach, maximal 15 bis 20 Sekunden Zeit, um das Interesse Ihres Gesprächspartners zu wecken - oder ihn zu langweilen.

Sie wissen: Der erste Eindruck entscheidet! Also müssen diese 20 Sekunden passen und begeistern, statt nur durchschnittlich zu sein.

Der Begriff „Elevator Pitch“ ist in den 80iger Jahren in Amerika entstanden, als ein junger Vertriebsmitarbeiter einer Versicherung seinen Vorstand mit einer tollen Idee begeistern wollte. Leider bekam er keinen Termin, um ihm diese vorstellen zu können. Also nutzte er eine morgendliche, gemeinsame Aufzugfahrt mit seinem Chef, um diesen durch eine gezielte, gut vorbereitete Ansprache neugierig zu machen. Diese Ansprache durfte aber eben nur so viel Zeit in Anspruch nehmen, wie die Aufzugfahrt dauerte, musste zudem super interessant sein, für den Vorstand ein wichtiges Thema sein

und Spannung aufbauen. Und genau das sind schon die Kriterien für einen guten „Elevator Pitch“, nämlich:

- **kurze knappe Information**, was Sie überhaupt tun
- **Spannung erzeugen**, z.B. durch eine Geschichte, Metapher, Frage mit lustiger und interessanter Antwort
- **Spannungsauflösung** Auch durch ein Beispiel oder eben durch die Auflösung der Metapher

Wichtig ist: *Dieser „Pitch“ muss optimal sitzen!*

Empfehlenswert ist daher, dies vorzubereiten, denn so spontan ist kaum jemand! Der „Pitch“ ist kein Dialog, sondern ein Monolog (übrigens der einzige im Verkaufsgespräch)! Er sollte nach 20 Sekunden zu Ende sein und dazu führen, dass Ihr Gesprächspartner sich genauer für Sie interessiert. Nicht mehr - aber auch nicht weniger!

Also machen wir uns Gedanken - zunächst einmal über das „brennendste Problem“ unserer Zielgruppe. Angenommen, wir verkaufen Standheizungen für Autos. Brennendstes Problem: Kaltes Auto, Eiskratzen, kalte Finger. Ein guter „Interessenwecker“ oder „Pitch“ könnte hier sein: „Stellen Sie sich vor, es hat geschneit und ist bitter kalt. Ihr Auto steht in der Laternengarage und Sie müssen zu einem dringenden Termin. Sie kehren

den Schnee herunter, kratzen (mit einer CD-Hülle und ohne Handschuhe, weil der Kratzer und die Handschuhe im zugefrorenen Auto sind!) die Scheiben frei und stellen nach 10 Minuten fest, dass Sie gerade das Auto Ihres Nachbarn enteist haben.... Dann wünschen Sie sich, mich früher kennen gelernt zu haben! Ich verkaufe Standheizungen für Autos!“
Inhalte: Kurze Information, Spannungsaufbau durch Metapher, Spannungsauflösung - das Ganze in 20 Sekunden!
Alternativ (ohne „Pitch“): Ich verkaufe Standheizungen. Da haben Sie immer ein warmes Auto, das schon den Motor...

Was gefällt Ihnen besser, mit wem würden Sie gerne weiterreden?

Noch ein „Pitch“ gefällig? Jemand wird zur Führungskraft befördert. Warum soll er dann ein ZTN Seminar besuchen? Das ist doch unnötig, notfalls kann er auch ein Buch lesen. „Elevator Pitch“:
„Stellen Sie sich vor, Sie wollen in einer Mannschaft Fußball spielen. Dazu wollen Sie erst die Regeln kennen lernen, sonst kann es peinlich werden. Was ist spannender für Sie: In einem vollbesetzten Fußballstadion mit toller Stimmung von einem Fachmann die Regeln kennenzulernen und die Umsetzung zu beobachten, ganz ohne Regeln loszukicken oder das DFB - Regelwerk durchzulesen? Und genauso ist es, wenn Sie Führung lernen wol-

len, um nicht auf die Nase zu fallen: Mit spannenden Seminaren, kompetenten Fachleuten und sogar Ausprobieren - oder eben doch nur mit Lesen von Büchern!“

Ich kann mir vorstellen, dass es jetzt schon bei vielen Lesern im Kopf zu rattern beginnt: Wie könnte der „Super - Pitch“ für mich aussehen? Keine Angst: Mit etwas Kreativität und Spaß schafft das jeder!

Versuchen Sie's doch gleich und schicken Sie Ihren eigenen „Pitch“ per Mail an: kai.hess@ztn.biz

Einsendeschluss ist der 31.03.09! Die 3 besten „Pitches“ veröffentlichen wir, Ihr Einverständnis vorausgesetzt, auf unserer Homepage www.ztn.biz und in einem der nächsten Vertriebsmails.

Selbst wenn Sie nicht gewinnen, gehören Sie zu den Siegern - spätestens wenn Sie der nächste Gesprächspartner fragt: „Was machen Sie eigentlich beruflich?“





Kai Heß
Geschäftsführer
ZTN Training & Consulting

ZTN

Training & Consulting
GmbH

Österreich

Bundesstrasse 36
6923 Lauterach
Tel: +43 5574 78021-0
Fax: +43 5574 78021-7

Deutschland

Finkenweg 9
95119 Naila
Tel: +49 9282 97840-8
Fax: +49 9282 97840-7

Schweiz

Alte Landstrasse 106
9445 Rebstein
Tel: +41 71 7700867
mobil: +43 664 8536182