

Het klinkt lekker Amerikaans: de elevator pitch. Het is het verhaal dat je in de lift kunt afsteken tussen de eerste en zevende verdieping. Toch wordt een goede elevator pitch steeds belangrijker, en echt niet alleen voor hypercommerciële entrepreneurs.

De elevator pitch

Wat is eigenlijk een elevator pitch?

Een elevator pitch vertelt jouw complete verhaal, in termen van voordelen voor de luisteraar, in een heel korte tijd. Jouw elevator pitch zorgt ervoor dat jouw verhaal een vaste plaats krijgt in het denkraam van de toehoorder. Bovendien zorgt een goede elevator pitch ervoor dat er voldoende aanknopingspunten zijn voor een vervolgesprek. Je hebt dus een elevator pitch om jezelf snel en onuitwisbaar te positioneren bij jouw toehoorders.

Je zorgt ervoor dat ze in een enkel ogenblik inzien waarom juist jouw project, product of dienst het beste idee na gesneden witbrood is. Een elevator pitch mag ook best pakkend zijn en moet daarom uitgedrukt worden in gewone-mensen-taal, geen ingewikkeld jargon.

Waarom is een elevator pitch voor mij belangrijk?

Beslissingen over producten, projecten en diensten worden steeds sneller genomen. Omdat het achterliggende verhaal steeds complexer wordt (gaan we outsourcen of juist niet), is de materie steeds lastiger te overzien. Dus nemen managers al snel een besluit op basis van hun gevoel. En juist daarom is het noodzakelijk dat je razendsnel een helder beeld weet te schetsen.

Dat geldt niet alleen voor snelle dotcommers die op zoek zijn naar risicokapitaal. Ik denk dat voor elk product, maar ook voor elk project en zelfs voor elke afdeling en werknemer een elevator pitch op zijn plaats is. En dan niet zo'n wazig missie-statement dat in bijzonder verheven woorden een aantal prachtige algemeenheden verpakt. Het zal allemaal wel met de maatschappelijk en persoonlijk relevante bijdragen die een afdeling gaat leveren op een niet nader te noemen termijn. Wie, wat, waar, waarom en hoeveel; dat zijn de kernvragen.

Wie gebruiken een elevator pitch?

De elevator pitch is niet alleen voor de projectleider van belang. Juist de gewone projectmedewerkers, die dag in dag uit

Juist in de ICT is het beschikken over een ondubbelzinnig stuk tekst een grote hulp voor projectmedewerkers



COLUMN DOOR THEO KOSTER

Theo Koster is directeur van Conclusion Communication, een adviesbureau voor ICT-marketing. Zijn e-mailadres tkoster@conclusion.nl staat open voor reacties.

de doelstellingen waarmaken, moeten snel het verhaal tegen anderen kunnen vertellen. Juist in de ICT, waar communicatieve vaardigheden toch al niet bovenaan het lijstje van standaardvaardigheden staan, is het beschikken over een helder, onduidelijk stuk tekst een grote hulp voor projectmedewerkers. Zo kunnen projectmedewerkers eindelijk eens het totale verhaal schetsen, en niet alleen alle *fakten und daten* van hun deelproject tot op het laatste cijfer achter de postcode opdreunen. Juist die mensen die het totaalbeeld kunnen schetsen, kunnen hun bijdrage duidelijk plaatsen. Laten dat nu net de medewerkers zijn die veelal als onmisbaar worden beschouwd!

Hoe maak je een elevator pitch?

Op zich klinken elevator pitches altijd heel eenvoudig. Je kunt je haast niet voorstellen dat iemand er langer dan tien minuten mee bezig is. Toch is dat het lastigste wat er is; in korte zinnen het complete verhaal schetsen, in termen van voordelen voor de toehoorder, en dit actief en betrokken overbrengen.

Er zijn op Internet diverse handleidingen te vinden over hoe je een elevator pitch moet schrijven. De essentie is echter dat je voldoende afstand neemt. Kijk naar jouw project of jouw bijdrage en schets jezelf een beeld hoe een manager, drie hiërarchische lagen en vijf leasecategorieën hoger, naar jou kijkt? Welke bijdrage levert jouw project? Met welke doelstellingen worstelt hij? Wat is het dat hij tegen zijn collega moet zeggen? Neem afstand van alle operationele feiten, dat is immers jouw zorg! Beperk je tot de bijdrage.

Zo gauw je voor jezelf een antwoord kunt schetsen op deze vragen, ben je goed onderweg. Het komt dan alleen nog neer op het redigeren van de tekst (actieve zinnen in plaats van passieve zinnen, korte zinnen, vermijden van jargon, uitwiden van algemeenheden). Bedenk daarna wat je wilt dat de toehoorder met deze informatie doet. Onthouden alleen is niet genoeg: welke actie moet iemand ondernemen?

Puntjes op de i

Er zijn nog veel tips om elevator pitches in de praktijk af te ronden. Denk bijvoorbeeld eens aan een slogan die je aan jouw project verbindt. Breng er voldoende emotie in om ook op persoonlijk vlak overtuigend te zijn. Kies voor een enkel eenvoudig voorbeeld dat als kers op de slagroomtaart dienst doet. Maar streef vooral niet naar perfectie: begin er gewoon aan. Als

Jouw elevator pitch zorgt ervoor dat jouw verhaal een vaste plaats krijgt in het denkraam van de toehoorder

je huiverig bent, omdat mensen het wellicht 'te Amerikaans' vinden, dan kun je twee dingen doen. Ten eerste kun je jezelf realiseren dat het slechts jouw verbeelding is die je parten speelt. Omdat je verwacht dat iemand het te glad vindt, doe je het maar niet? (Ik heb deze column bewust wat meer in spreektaal geschreven: dat leest een stuk vlotter, terwijl ik ondertussen toch mijn punt maak...). Bovendien kun je besluiten het gewoon geen elevator pitch te noemen. Maak het een verhaal dat je onderaan jouw e-mails of bovenaan het vergaderverslag zet. Zet het als een stukje in een nieuwsbrief of op het Intranet. Kijk hoe mensen eenvoudige taal aangrijpen om het zelf te hergebruiken.

Voorbeelden van elevator pitches

Ik weet niet of je het gemerkt hebt, maar elke eerste alinea onder elk kopje in deze column is een elevator pitch in zichzelf. Het zijn telkens korte actieve zinnen, die in termen van voordelen uitleggen wat een elevator pitch is, waarom je er eentje hebt enzovoort. Daarmee heb je een voorbeeld van wat elevator pitches zijn en hoe je ze kunt gebruiken. Elke goede elevator pitch eindigt overigens met een call-to-action. Ik hoop dat ik je zo overtuigend gepitched heb, dat je zelf nu de aandrang voelt om aan de elevator pitch van jouw project, product, dienst of jezelf te beginnen. Voor degenen die er serieus mee bezig willen zijn, heb ik nog wel wat handige praktijktips die ik graag per e-mail stuur. Veel succes!