

Elevator Pitch

Chancen nutzen durch kurze und prägnante Informationen

Geschäftskontakte werden vermehrt mit Netzwerken oder über Internetplattformen aufgebaut. Der sicherste Weg ist und bleibt aber der direkte persönliche Kontakt. Auch wenn die Kontakte nur kurz sind: Die Chancenauswertung – sprich Geschäftsanbahnung – ist schnell vertan, wenn schon die Antwort auf die Frage, was man beruflich macht, fehlt.

Theo H. Koch

Um einen Tagungsteilnehmer, den Kollegen auf der Strasse oder den Mann in Nadelstreifen, der in der Bahn oder im Flugzeug neben einem Platz genommen hat, innert einer Minute von sich oder seinen Produkten zu überzeugen, sind faszinierende Aussagen notwendig.

Ein typisches Beispiel

Ein Unternehmer plant einen Kurzurlaub an einen Ferienort, an dem er schon mehrere Wochen Ferien verbrachte. Jetzt hat er nur fünf Tage. Ist es viel schwieriger, für fünf Tage zu packen und dazu noch begrenzt auf 20 Kilogramm Fluggepäck, als für eine vierwöchige Reise mit dem PW? Der Stress beim Packen der Kurzreise war erheblich grösser als das Jahr zuvor an den gleichen Ort mit PW.

Offensichtlich fällt es uns auch im Alltag schwerer, uns auf das Wesentliche zu konzentrieren und auf das Notwendige zu beschränken.

Chance nutzen

Die Chance, schnell einen Geschäftskontakt zu knüpfen, stellt sich häufiger, als wir uns das vorstellen. Nur nutzen wir ihn auch? Ist die Zeit im Aufzug über vier Stockwerke ausreichend? Das ist eventuell die Chance, die ein Verkäufer hat, wenn er bei seinem wichtigen Kunden in den 5. Stock fährt und im 1. Stockwerk der Chef der Firma zusteigt. Gelingt es, die Aufmerksamkeit des Firmenchefs zu gewinnen und eine attraktive Aussage zur Firma oder sich selbst zu präsentieren, damit eine positive Wirkung entsteht?

«Was machen Sie?»

Nicht nur der Verkäufer hat die Chance, im Aufzug zu punkten oder einzustecken. Von Steve Jobs, Geschäftsführer von Apple Computer und eine der bekanntesten Figuren der Computerindustrie, wird erzählt, dass er im Aufzug gerne Mitarbeiter die Frage stellt: «Sorry, ich kenne Sie nicht persönlich, aber sagen Sie, was machen Sie bei uns?» So mancher Mitarbeiter musste sich nach die-

ser Begegnung mit dem Chef bei der Personalabteilung melden.

Selbst wenn die Geschichte nicht ganz den Gegebenheiten entspricht, wer hat schon eine wirksame Antwort auf die Frage: «Was machen Sie eigentlich beruflich?» Und Hand aufs Herz: Was sagt man, wenn eine höher gestellte Person fragt: «Was haben Sie heute zum Erfolg des Unternehmens beigetragen?» Jetzt ist man gefordert, mit ausreichender Attraktivität und passender Anziehung wirkungsvoll zu antworten.

Elevator Pitch

Seit Jahren üben im Verkaufsseminar gestandene Verkäufer, oft gegen erheblichen Widerstand, diese wirkungsvolle Aufzugsnummer. Neudeutsch Elevator Pitch genannt. In 30 Sekunden hervorzuragen und deutlicher wahrgenommen zu werden. Ein Elevator Pitch ist ein kurzer Überblick einer Idee für ein Produkt, eine Dienstleistung oder ein Projekt und bedeutet Aufzugspräsentation. Gerade in der heutigen Zeitknappheit ist eine optimale Chancenaus-

wertung notwendig. Die Anwendbarkeit einer 30-Sekunden-Präsentation nimmt zu. Sie reicht vom Vorstellungsgespräch über die persönliche Imagevorstellung bis hin zur gekonnten Firmenpräsentation.

Rational und emotional

Entscheidend für den Erfolg ist die emotionale Ansprache. Genauso wie ein Eisberg zu 1/7 aus dem Wasser ragt und zu 6/7 unter der Wasseroberfläche verborgen ist, verhält sich das Verhältnis rationaler zu emotionaler Entscheidung: 1/7 zu 6/7. Das gute Gefühl wird beim Gesprächspartner erreicht durch:

- Bildhafte Sprache
- Positive Assoziationen
- Authentische Körpersprache
- Die Stimme

Die AIDA-Formel

Die Werbung benutzt oft die AIDA-Formel. Dabei gilt es die Aufmerksamkeit der Zielpersonen zu gewinnen (Attention). Danach das Interesse zu wecken oder den Leidensdruck zu erhöhen (Interest) und schliesslich das Ganze in einen Kaufwunsch münden zu lassen (Desire), der dann letztlich zum Kaufakt führt (Action).

Zwei Voraussetzungen

Mit welcher praktikablen Methode erzeugt ein Mensch Aufmerksamkeit? Wie stellt er sich attraktiv dar, damit die erhoffte Wirkung entsteht? Nachstehend zwei der wichtigsten Voraussetzungen für einen erfolgreichen Elevator Pitch oder eine erfolgreiche Kurzpräsentation.

Beispiel 1: Antwort in sich

Eine Frage kann es sein, die unsere volle Aufmerksamkeit erfordert. Wenn diese dann

gleich attraktiv selbst beantwortet wird, ist die gezielte Wirkung sichergestellt:

«Was ist es, das unterschiedliche Kulturen oft unversöhnlich trennt? Es ist die Sprachbarriere. Wir von Übersetzungsbüro AG (Name geändert) bauen diese Sprachbarriere kompetent und unmissverständlich ab.» So stellt sich nach einem kreativen Impulstag das Übersetzungsbüro heute vor. Die langweilige Kurzpräsentation über Umsatz- und Mitarbeiterzahlen wird nur noch auf Nachfrage geboten.

Beispiel 2: Metapher

Die Wirkung einer Metapher ist stark emotional. Sie erzeugt, angemessen vermittelt, ebenfalls Aufmerksamkeit und erwirkt bis ins Unterbewusste ungeteilte Aufmerksamkeit. Der Beginn mit einer Metapher und dann die schlüssige Erklärung ist ein weiteres Patentrezept für einen gelungenen Elevator Pitch:

«Ich ziehe erfolgreiche Männer an! Bei mir kaufen Anspruchsvolle den richtigen Anzug, das passende Masshemd und selbstverständlich auch die dazugehörige Krawatte. Hauptgründe sind zum einen die Stoffe, die es exklusiv nur in ausgewählten Massschneidereien gibt. Zum anderen mein perfekter Service, der für mich als Besitzerin eines exklusiven Ateliers für Herrenmasskonfektion an erster Stelle steht! Meine Kunden sind für jede Gelegenheit einzigartig und komfortabel gekleidet.»

Mit dieser Aussage trifft Ria K. aus München den Gesprächspartner mitten zwi-



schen die Augen und punktet! Mit dieser Aussage ist auch klar, dass mit hervorragendem Service, tollen Materialien und einem Unikat das Budget für den neuen Anzug einen entsprechenden Rahmen verdient.

Kreative Bildsprache

Treffend einfach und umso wirkungsvoller lautet eine Schaufensteraufschrift: «Möbel mit Erfahrung!» Eine kreative Bildsprache, die erfolgreich ihre Spuren hinterlässt. Oder wer geht schon gerne in ein Geschäft, das «Gebrauchte Möbel» oder gar «Second-Hand-Möbel» verkauft?

Eine Portion Kreativität, verbunden mit der Technik der Fragenstellung und Metapherbildung lassen es zu, kurz und bündig einen Elevator Pitch oder Kurzpräsentation zu kreieren, die den Leidensdruck oder Kundenwunsch ansprechen. Das generiert Aufmerksamkeit.

Fazit

Die Besonderheiten des Produktes oder der Person geschickt verknüpft, zielt auf eine unwiderstehliche Attraktivität hin. Die unausweichliche Wirkung ist dann das Ergebnis. In 30 Sekunden ist die Frage geklärt, welchen Nutzen der Gesprächspartner vermittelt und wie interessant er ist. Dann beginnt der Austausch der Kontaktadressen und das kann in einer fantastischen Geschäfts- oder auch sonstigen Beziehung enden. ■



Fragen

Theo H. Koch
Business Coach
B&T Transfer GmbH
Ackerstrasse 5, 8267 Berilingen
Tel. 052 761 35 12
theo.koch@powerchance.ch
www.theokoch.net

