

# P.I.T.C.H.

Meer dan 20 'tips & tricks' voor een  
elevator pitch waar je wèl mee scoort!



# P.I.T.C.H.!?

## Meer dan 20 tips & tricks voor 'n pitch waar je wél mee scoort!

Door Pitch- & PresentatieProf, ex-marketingman McDonald's, ondernemer en Qredits-coach Patrick van Gils.

### Herken jij dit?

Veel ondernemers vinden het knap lastig om zichzelf Kort, Krachtig & Kernachtig neer te zetten. Herken je de situatie dat iemand jou iets vertelt, maar dat het gewoon niet bij je binnenkomt? De informatie wordt je onduidelijk en onaantrekkelijk verteld. Dit soort ondernemers laten zo veel klanten en kansen lopen. Misschien heeft een ander dit zelfs bij jouw verhaal ook wel eens ervaren. Dat wil jij je toch niet meer laten gebeuren?

### Wat is jouw verhaal?

Hoe fijn is het als je vanuit meer zelfvertrouwen, met meer impact, meer kan verkopen? Met een duidelijke en aantrekkelijke pitch die jij in verschillende lengtes, altijd en overal, paraat hebt. En in staat bent om authentiek te kunnen vertellen. Zodat ieder contact of gesprek je een klant of de brug naar een klant oplevert! Zou jij dat willen? Lees en probeer dan de onderstaande elevator pitch tips."

### P.I.T.C.H.!?

Bij ieder van de 5 letters uit het woord P.I.T.C.H. krijg je enkele verschildmakende tips. Pas ze toe. Op een manier die past bij jou en ontdek hoe jij met jouw nieuwe elevator pitch meer bereikt.

# P.



- ❑ **Pak je podium!** Wees pro-actief. Als jij kiest om het initiatief te nemen, om contact met mensen te maken die je nog niet kent, gaan er verrassende contacten en resultaten ontstaan. Overal liggen kansen om contact te maken. Begin maar eens met mensen die je nog niet zo goed kent, maar wellicht wel al eens hebt gezien. Op verjaardagen, bij de sportclub, netwerkbijeenkomst etc. Hoe vind jij het als iemand contact met je maakt?
- ❑ **Positief.** Denk positief. Richt je op het contact, de verbinding en een mooie ontmoeting. Richt je niet op het resultaat van het gesprek, of er 'wel /geen' klant of opdracht uitrolt. Hoe vind jij het als iemand je positief benadert?
- ❑ **Persoonlijk.** Maak het persoonlijk. Informeer naar iemands naam. En gebruik deze vervolgens ook een keer in het gesprek. Informeer naar wat iemand doet en drijft. Dan wordt het heel snel persoonlijk. De meesten mensen vinden dit heel prettig.
- ❑ **Pijn en problemen.** Informeer waar de ander last van heeft, tegenaan loopt, moeilijk vindt. Afhankelijk van jouw business bevaag je dit over zijn sociale of professionele omgeving.
- ❑ **Passie.** Dat waar jij echt warm voor loopt mag de ander ook voelen en ervaren in jouw pitch. Dat is waar je ogen magisch twinkelen. Verstop dat niet, maar laat dat vooral stromen!



- ❑ **Interesse.** Te vaak denken ondernemers dat die ander op jouw verhaal zit te wachten. Dat is natuurlijk niet zo. Aandacht voor jouw verhaal begint bij aandacht voor de ander. Ieder mens wil aandacht. Dus ook degene aan wie jij je verhaal kwijt wilt. Begin daarom eerst met oprechte interesse tonen in de ander.
- ❑ **Identificeren.** Kom er achter wie er tegenover je staat. Hoe scherper jij hebt wie die ander is en wat hij doet des te sneller en des te scherper kun jij je informatie afstemming op zijn situatie.
- ❑ **Interactie.** Het geheim van goede communicatie is natuurlijk een continue interactie. Dus pitchen is vooral niet eenzijdig een verhaal 'afdraaien'. Maar pitchen is weten wat jij kort & krachtig wilt overbrengen in een continue interactie.
- ❑ **Ingrediënten van een goede pitch:** Jouw naam en bedrijfsnaam, te vaak worden die vergeten te noemen, zo word je nooit een A-merk, je ideale klant: voor wie bied jij je diensten aan, met diegene wil je dus in contact komen, je unieke en onderscheidende punten; waarom zou ik het juist bij jou moeten kopen?, de problemen die jij oplost en het resultaat wat het oplevert en de vervolgactie.
- ❑ **Informatie.** Zorg dat de informatie die jij vertelt duidelijk is maar ook voor de ander aantrekkelijk is. Je komt erachter door na je pitch gewoon te vragen wat voor beeld de ander heeft gekregen van jouw verhaal. Je hoort dan gelijk welke informatie aanspreekt.



- ❑ **Tijd.** Hoelang duurt een pitch? Mensen zeggen vaak 30" of 60". Er is geen vast antwoord. Het enige antwoord is: zolang als de ander tijd voor jou heeft. Dit betekent dat jij de kern van je verhaal in verschillende lengtes paraat moet hebben. Wat zeg jij in 0,6"? Wat zeg jij in 6"? Wat zeg jij in 60"? Wat vertel jij in 600" (=10 min)?
- ❑ **Toehoorder.** We overschatten vaak wat mensen horen en kunnen onthouden. Wat kun jij nog vertellen over mensen die je op je laatste netwerkbijeenkomst hebt ontmoet? Vaak zijn het maar een of twee woorden die je spontaan kunt noemen. Welke twee woorden zou jij willen dat de toehoorder in jouw verhaal hoort en onthoudt?
- ❑ **To-the-point.** Een pitch is geen praatje. Een pitch is 'praten met resultaten'. Je spreekt met iemand met een doel. Focus je op dat doel. Het doel kan zijn dat je financiering zoekt, dat je nieuwe klanten zoekt, dat je feedback wilt op je idee. Vertel je doel/ dat is to-the-point pitchen!



- ❑ **Cliënten.** Cliënten een mooi woord voor klanten. In een pitch is het altijd superaan-trekkelijk als je vertelt wat jij voor eerdere klanten hebt bereikt. Altijd 1 klant voorbeeld in je pitch.
- ❑ **Contact.** Pitchen begint met contact maken. En wel/niet contact maken doe je in die 'split second', die eerste 0,6" waar je kiest om contact te maken. Als je het te vaak niet doet laat je heel veel contacten en dus klant kansen onbenut.
- ❑ **Continuïteit.** Pitchen doe je voor de continuïteit van je onderneming. Geen klanten geen continuïteit. Klanten vind je door te pitchen. Dit betekent dat pitchen niet alleen een spreekvaardigheid is, maar vooral een attitude mag worden.
- ❑ **Core.** De kern. Wat zijn de twee kernwoorden van jouw bedrijf? Stel dat je jouw bedrijf in 1 woord moet verduidelijken. Wat zeg je dan? Stel dat je in 1 woord het meest unieke van jouw bedrijf moet verwoorden. Wat zeg je dan? Die twee woorden zouden de kern kunnen vormen van je nieuwe pitch.
- ❑ **Communicatie.** Als je je pitch hebt opgeschreven, kun je hem 'live' gaan uitproberen. Het leuke is dat je de teksten in je pitch niet alleen kunt gebruiken in spreektaal, maar ook in je schrijftaal, beeldtaal en digitaal.



- ❑ **Hallo!** Gewoon ‘hallo’ zeggen tegen iemand is de makkelijkste manier om ‘in contact’ te komen en een gesprekje te beginnen.
- ❑ **Hoe-vragen.** Hoe-vragen zijn buitengewoon krachtig in of op het einde van je pitch. “Hoe zou je het vinden om mijn product/dienst zelf te gaan ervaren?”
- ❑ **Herinneren.** Weet je nog vroeger op een verjaardag. Iedereen fluisterde de ander door wat je had onthouden en gehoord. Wat kwam er op het eind uit....? Zo kan dat ook met de informatie over jou en jouw bedrijf gaan. Weet je wat jij wilt dat de ander herinnert.
- ❑ **Herhalen.** De kracht van reclame is herhaling. Voor pitchen betekent dit dat je je pitch vooral veel mag herhalen. Maar ook dat je in je pitch iets wat jij echt belangrijk vindt herhaalt.

## Challenge 1

Voor elk van de 5 P.I.T.C.H.-letters staan vakjes. Kies per letter de voor jou belangrijkste tip.

## Challenge 2

Omschrijf uit iedere van de 5 belangrijkste tips, jouw persoonlijk inzicht:

P. ....

I. ....

T. ....

C. ....

H. ....

## Challenge 3

Als jij 60 seconden (60”) de tijd hebt om jouw verhaal te doen... Wat zou jij dan vertellen?  
Neem maximaal 600” (= 10 minuten) om jouw verhaal op te schrijven.

0”-10” .....

.....

10”-20” .....

.....

20”-30” .....

.....

30”-40” .....

.....

40”-50” .....

.....

50”-60” .....

.....

## Over Patrick van Gils

Patrick van Gils is zelfstandig ondernemer, Pitch- en Presentatieprof en tevens vrijwillig Qredits-coach. Zijn bedrijf TOPpresentaties leert ondernemers en medewerkers succesvol pitchen en presenteren. Via individuele coaching, motiverende teamtrainingen en inspirerende masterclasses. Hij leert jou de geheimen van inspirerend en overtuigend spreken.

Naar je klanten, gesprekspartners en je publiek. Meer zelfvertrouwen. Meer succes. Meer klanten. Veel ondernemers vinden het lastig om hun podium te pakken en zich te durven laten zien en horen. Daardoor missen zij veel klanten en kansen... Patrick van Gils helpt jou voorgoed af te rekenen met je 'podiumvrees en plankenkoorts'. Hij leert je hoe jij jezelf, je bedrijf en je producten kort, krachtig en kernachtig kunt pitchen en presenteren. Als ex-marketingcommunicatieman en woordvoerder van o.a. McDonald's, Makro en Studio 100 weet hij als geen ander hoe je de kern van je bedrijf scherp kunt positioneren.

Vanuit jouw kernenergie en met een duidelijke en aantrekkelijke kernboodschap pitchen en presenteren. Interesse? Mail [patrick@toppresentaties.nl](mailto:patrick@toppresentaties.nl). bel 06 - 2009 1787 of kijk op [www.toppresentaties.nl](http://www.toppresentaties.nl).

N.B. Als je de pitch in deze opdracht hebt uitgewerkt en je wilt persoonlijke feedback van Patrick mail hem dan de pagina met Challenge 2 & 3.



### Bekijk ook:

[Meer handige documenten voor ondernemers](#)