

Kludia Spickermann

Elevator Pitch

„Der Elevator Pitch ist eine Form der Präsentation, der in den Achtziger Jahren von Vertriebsleuten entwickelt wurde. Mit dieser Methode versuchten sie, ihre Ideen auf direktem Wege an die Entscheider heranzutragen. Sie passten diese am Fahrstuhl ab, umgingen somit ein langwieriges und sogar erfolgloses Vorsprechen beim Vorzimmerpersonal. Der kurze Moment der Aufzugsfahrt ermöglichte eine Kontaktaufnahme, das jeweilige Anliegen auf ansprechende, neugierig machende Weise vorzutragen.“ Die Autorin beschreibt drei Vorbereitungsschritte, um in „maximal drei Minuten“ Ihrem Gegenüber Ihr Anliegen zu beschreiben und zwar in der Weise, dass er sich auch später an Sie erinnern wird. Können Sie sich das vorstellen? Wenn die Antwort NEIN ist, dann arbeiten Sie diesen Beitrag mit seinen Übungsteilen durch!

Zur Autorin:

Kludia Spickermann, 64 Jahre alt, arbeitet als selbständige Zahnärztin und Coach. Sie studierte Betriebswirtschaft an der FHW Berlin und Zahnmedizin an der Freien Universität Berlin. Später folgten Ausbildungen zur Psychologischen Beraterin (HSF), NLP-Practitioner und NLP Coach. Seit 1993 engagiert sich Kludia Spickermann ehrenamtlich in der Psychologischen Beratungsstelle für Krebskranke und Angehörige, davon drei Jahre im Vorstand. Seit dem Jahr 2002 ist sie neben AdM auch bei der Frauenselbsthilfe nach Krebs e.V., davon seit zwei Jahren als Referentin für die Schulungen der Gruppenleiterinnen tätig. Seit einiger Zeit Coachings für Kollegen. Und schließlich ist sie liebevolle Großmutter eines inzwischen achtjährigen Enkels.

Auszug

Kludia Spickermann: Elevator Pitch

Der kurze Moment der Aufzugsfahrt ermöglichte eine Kontaktaufnahme, das jeweilige Anliegen auf ansprechende, neugierig machende Weise vorzutragen.

Bei Selbständigen kann es ein Produkt oder eine Dienstleistung sein, in Ihrem Falle eine Chance auf einen Arbeitsplatz. Als Grundlage für einen guten Elevator Pitch dient die sogenannte AIDA-Formel:

A = Attention = Sie versuchen Aufmerksamkeit zu erzeugen

I = Interest = Sie präsentieren das Wesentliche durch eine bildhafte Darstellung

D = Desire = Beim Gegenüber entsteht der Wunsch, mehr Infos über Sie zu erhalten

A = Action = Im nächsten Schritt erhalten Sie eine Visitenkarte oder einen Termin

Ihr Ziel ist es ja, einen Termin für ein Vorstellungsgespräch zu vereinbaren und darüber hinaus, einen Anstellungsvertrag zu erhalten. Darum ist eine präzise Vorbereitung für diesen kurzen Auftritt von absoluter Notwendigkeit. Nach dem Motto: Wie kann ich spontan professionell wirken?

Die Antwort ist: Üben, üben, üben!

Am besten mit einem Ihnen wohlgesonnenen Menschen, dem Sie vertrauen und dessen Anregungen oder Korrekturen Sie gut umsetzen können. Ihre Präsentation sollte Ihnen so in Fleisch und Blut übergehen, wenn Sie nachts um 1:30 Uhr aus dem Schlaf geweckt würden, Sie Ihren Text genau kennen und können müssen. Sie werden nicht eingestellt, weil Sie so gut sind, das sind andere auch, sondern weil Sie überzeugend wirken. Überzeugung gelingt durch Begeisterung; strahlen Sie Begeisterung aus, Interesse an Ihrer Tätigkeit, erwecken Sie in Ihrem Gegenüber ebenfalls Interesse - und zwar an Ihnen. Diese Ausstrahlung erreichen Sie dann, wenn Sie mit Ihrer Botschaft identisch, d.h. kongruent sind.