



14. Mai 2018



Die 10 größten Fehler beim Elevator Pitch und wie Du sie vermeidest

Für die meisten UnternehmerInnen ist er eine der ganz großen Herausforderungen – der Elevator Pitch. Falls Du den Ausdruck noch nie gehört hast: Der Elevator Pitch heißt so, weil Du mit ihm in der Dauer einer Aufzugsfahrt bei Deinem Gegenüber für Dich und das, was Du machst, Interesse wecken sollst.

In 30 – 60 Sekunden sagen, was man macht und warum der Andere mit einem Kontakt aufnehmen, einen Termin vereinbaren bzw. unser Kunde werden sollte. Gerade beim Netzwerken ist der perfekte Elevator Pitch das Non plus Ultra. Obwohl die Zeit eines Elevator Pitches so gering ist, kann man ganz schön viele Fehler machen und so beste Chancen vergeben. Einen guten Elevator Pitch zu erarbeiten, kann man aber zum Glück lernen. Wenn Du die folgenden Fehler vermeidest, bist Du bestens gerüstet für einen starken Elevator Pitch.

Ein Elevator Pitch – so wie er nicht aussehen sollte!

Neulich habe ich ihn wieder gehört: den Grusel-Elevator Pitch. Er kommt einem immer wieder in dieser und jener Form zu Ohren. Bestenfalls langweile ich mich dabei zu Tode, schlimmstenfalls denke ich mir: Himmel, warum nur redet er/sie sich hier so gnadenlos in Grund und Boden? Und ich wette, Du hast solche Elevator Pitches auch schon tausend Mal gehört:

„Hallo. Ich heiße Susi Mustermann und ich bin Heilpraktikerin für Psychotherapie. Zunächst war ich ja 15 Jahre lang Arzthelferin, aber das war mir dann zu wenig und ich habe die Ausbildung zur HP Psych angefangen, die ich vor zwei Jahren abgeschlossen habe. Zu mir können alle kommen, die Probleme in der Arbeit, in der Familie oder in ihrer Partnerschaft haben. Auch Menschen, die unter Ängsten, Depressionen oder Zwängen leiden. Und ich behandle Menschen mit Migräne, psychosomatischen Erkrankungen oder Schlafstörungen.“

Mein zweites Standbein ist die Vorbereitung von Menschen auf die MPU – also Leute, die einen Psychotest machen müssen, um ihren Führerschein wieder zu erhalten. Als Methoden wende ich neben der Gesprächstherapie nach Rogers auch Heilhypnose, Entspannungstherapien wie zum Beispiel die progressive Muskelentspannung nach Jacobsen oder autogenes Training an. Daneben nutze ich aber auch Methoden wie NLP oder Fantasiereisen oder verschiedenste mentale Techniken. Mir macht meine Arbeit sehr viel Spaß, weil ich so gerne mit Menschen arbeite. Und ich glaube auch, dass ich nicht schlecht darin bin. Ja also...das war's eigentlich schon.“

Schnarch, gähnen, ... was macht diese Susi Dingsda? Na Hauptsache, sie hält jetzt den Mund und ich muss nichts weiter mit ihr zu tun haben. So oder so ähnlich geht es mir bei so einem Elevator Pitch.



Zugegeben, das ist ein bisschen übertrieben. Er enthält wirklich so ziemlich alle Fehler, die man bei einem Elevator Pitch machen kann. Aber über die soll es hier ja auch gehen:

Fehler 1: Rede so lange es irgendwie geht

Du hast 60 Sekunden? Nutze sie gnadenlos aus und pack möglichst viele Infos in diese Zeit. Zur Not redest Du einfach besonders schnell. Dann bekommt wenigstens niemand etwas mit und es bleibt auch nichts hängen.

Fehlerbehebung

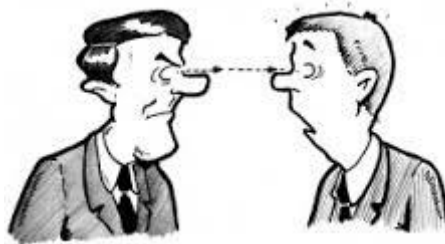
In der Kürze liegt bekanntlich die Würze. Versuche deshalb, Dich und Dein Unternehmen so knackig und knapp wie möglich vorzustellen. Nichts ist für Zuhörer schrecklicher, als einem langatmigen Monolog oder einer schnell heruntergehaspelten Ansprache zu lauschen. Je konzentrierter Dein Vortrag, desto größer die Chance, dass der Inhalt behalten wird.

Fehler 2: Vermeide unter allen Umständen Blickkontakt

Am besten siehst Du immer starr geradeaus oder vor Dir auf den Boden. Idealerweise kehrst Du mindestens der Hälfte des Publikums den Rücken zu. Wenn Du zudem noch möglichst leise sprichst, kannst Du Dich in Sicherheit wännen: Keiner wird von Dir Notiz nehmen.

Fehlerbehebung

Stelle Dich immer so auf, dass Du diejenigen, die Du ansprechen möchtest, im Blickfeld hast und Du niemandem den Rücken zuwendest. Achte immer auf Blickkontakt und versuche, möglichst alle Angesprochenen mit den Augen zu erreichen. Lass also beim Reden Deinen Blick schweifen, so dass Du eine Verbindung zwischen Dir und den Anderen herstellst.



Fehler 3: Sag Deinen Namen höchstens ein einziges Mal – nämlich am Anfang

Eigentlich geht es ja niemanden etwas an, aber wenn es sein muss, dann sag Deinen Namen – am Anfang Deines Elevator Pitches und dann auch möglichst ganz schnell, damit man ihn nicht richtig versteht.

Fehlerbehebung

Das, was zu Beginn gesagt wird, ist immer das, was am schnellsten vergessen wird. Deshalb ist es nicht so günstig, den Elevator Pitch mit der Nennung des Namens zu beginnen. Mach die Zuhörer ruhig erst ein bisschen neugierig, bevor Du ihnen sagst, mit wem sie es zu tun haben. Auf jeden Fall solltest Du Deinen Namen und Deine Firma am Ende Deines Elevator Pitches noch einmal nennen.

Fehler 4: Rede möglichst viel über Deine Person

Endlich stehst Du voll und ganz im Mittelpunkt – die beste Gelegenheit, über Dich selbst zu sprechen. Am besten beginnst Du damit, Deinen Werdegang von der Pike auf auszubreiten. Nur so kannst Du Vertrauen bei Deinen Zuhörern aufbauen.

Fehlerbehebung

Natürlich sollst Du als Person – als Ich-Marke – überzeugen. Das geschieht aber nicht, wenn Du irgendwelche Dinge über Dich erzählst, die vielleicht für Dich wichtig sind, aber sonst niemanden interessieren. Stelle stattdessen heraus, was an Dir besonders ist, was Dich bewegt, warum Du machst, was Du machst. Und das kurz!

Fehler 5: Mach ja nicht deutlich, wen Du ansprichst

Alle Menschen dieser Welt sind Deine Kunden, denn eigentlich kann jeder Deine Dienstleistung brauchen. Also sag ja nicht, dass Deine Dienstleistung nur für eine bestimmte Gruppe von Menschen gedacht ist. Das schränkt Dich nur ein.

Deine Wunschkunden wollen sich verstanden fühlen

Fehlerbehebung

Überlege Dir ganz genau, wer Deine Wunschkunden sind, für wen Dein Programm genau das richtige ist, und welche Kunden Du gerne bei Dir sehen würdest. Und genau die musst Du mit Deinem Elevator Pitch auch ansprechen. Je besser Du hier fokussierst, desto sicherer werden diese Kunden auch bei Dir anklopfen. Vermittle, für wen Deine Dienstleistung gedacht ist, wer davon profitiert und warum. Nur wer sich angesprochen fühlt, schenkt Dir auch seine Aufmerksamkeit!

Fehler 6: Verkaufe Werkzeuge statt Lösungen

Du hast eine Menge gelernt und Dir stehen eine Menge Methoden zur Verfügung. Das solltest Du in epischer Breite darlegen, damit Deine zukünftigen Kunden wissen, mit welchem Werkzeugkoffer Du bei ihnen anreist. Und verschleierte damit ganz geschickt den Nutzen Deines Angebots.

Fehlerbehebung

Deine Kunden kaufen bei Dir die Lösung für Ihre Probleme oder Anliegen. Dabei ist es ihnen ziemlich egal, wie diese Lösung erreicht wird. (Überlege mal: Wenn Du möchtest, dass Deine Heizung wieder funktioniert, ist es für Dich doch nur sehr wenig von Belang, wie der Heizungsfachmann dies bewerkstelligt). Einzige Ausnahme ist, wenn Dein Herausstellungsmerkmal Deine einzigartige Methode ist. Aber trotz allem steht auch hier die Lösung immer im Mittelpunkt. Kläre also zunächst, mit welchen Problemen sich Deine Wunschkunden herumschlagen und überzeuge sie davon, dass Du sie lösen kannst.

Ich bin anders als vermutet,
selten wie erwartet
und erst recht
nicht,
wie andere es
gern hätten

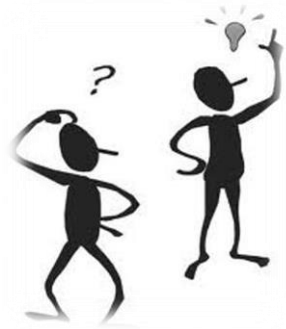


Fehler 7: Lass knallharte Fakten statt Emotionen wirken

Nur was uns unsere Ratio übermittelt, überzeugt uns. Deshalb zähle alle Fakten auf, die Dir zu Deinem Angebot einfallen und halte Dich nicht mit Gefühlen auf. Berichte nüchtern und sachlich – am besten benutzt Du Deinen Fachjargon, denn schließlich bist Du ja Fachmann/frau.

Fehlerbehebung

(Kauf-)Entscheidungen fallen zu mindestens 80 Prozent auf emotionaler, unbewusster Ebene. Umso wichtiger ist es, diese Gefühle direkt oder indirekt anzusprechen. Beispiel: Kein Mensch kauft einen Ferrari nur um sich von A nach B bewegen zu können. Vielmehr stehen dabei folgende (unbewusste) Intentionen dahinter: Mit dem Ferrari ist man ein toller „Hecht“, kann den Frauen und den Nachbarn imponieren, seinen Reichtum demonstrieren, sein Selbstbewusstsein aufpolieren und der Lust auf Geschwindigkeit frönen. Begib Dich auf die emotionale Ebene, um Deine Zuhörer zu „packen“. Lass vor dem Auge Deiner Zuhörer ein Bild entstehen, z. B. mit sprachlichen Wendungen oder Metaphern. Vermeide Fachwörter oder Abkürzungen, die Deine Zuhörer nicht verstehen.



Fehler 8: Halte Dich beim Vortrag an gepflegte Langeweile

Störe mit Deinem Elevator Pitch nicht den Sekundenschlaf Deiner Zuhörer. Das kannst Du am besten, wenn Du langweilige Phrasen und Allgemeinplätze herunterbetest. Und das so monoton wie möglich.

Fehlerbehebung



Versuche von Anfang an, Deine Zuhörer in Deinen Bann zu ziehen, zum Beispiel mit direkter Ansprache, mit einer provokanten Frage oder vielleicht sogar mit einem Witz, der zu Deinem Thema passt. Wecke Erwartungen und mache die Zuhörer neugierig auf Dich. Sei alles andere, nur nicht trocken! Sei bei Deinem Elevator Pitch so individuell, wie Du es bist und kopiere keine x-beliebigen Phrasen. Sprich deutlich, mit Höhen und Tiefen in Deiner Stimme und unterstreiche Deinen Vortrag mit Mimik und Gestik.

Fehler 9: Verstecke geschickt Deine eigene Begeisterung

Zeige bloß nicht, dass Dir das, was Du beruflich machst, Spaß macht. Arbeit ist schließlich immer etwas Verdrießliches und keiner soll denken, dass Du nicht hart für Dein Geld schuftest.

Fehlerbehebung

Nur wenn Du selbst für etwas brennst, kannst Du andere entzünden. Lass es Dir anmerken, für was Du Dich begeisterst. Das reißt die anderen mit und lässt sie auf keinen Fall kalt. Wer sich für etwas begeistert, ist in der Regel auch ganz besonders gut darin. Das vermittelst Du, wenn Du andere an Deiner Begeisterung teilhaben lässt. Lass keinen Zweifel daran, dass Du von Deiner Arbeit überzeugt bist – wie sollen andere denn sonst von Dir überzeugt sein?

Fehler 10: Fordere Deine Zuhörer bloß nicht zum Handeln auf

Am besten, Du machst den Anderen von vorneherein klar, dass sie Dich gefälligst in Ruhe lassen sollen. Alles Andere bereitet nur Stress und Verkaufen ist bäh!

Fehlerbehebung

Sag Deinen Zuhörern, was Du von Ihnen möchtest: „Nehmen Sie Kontakt mit mir auf!“, „Vereinbaren Sie einen Termin für ein Schnuppercoaching bei mir!“ etc. Schließlich hast Du Deinen Elevator Pitch ja nicht zu Deinem reinen Vergnügen und zum Zeitvertreib Deiner Zuhörer gehalten.

Ein Elevator Pitch – so wie er aussehen könnte ...

Schauen wir doch noch mal auf den Elevator Pitch von Susi Mustermann. Wie könnte er aussehen, wenn sie alle Fehler behoben hätte?

„Kennen Sie das, wenn einen die eigenen trüben Gedanken um den Schlaf bringen und sie immer um die gleichen Probleme kreisen? Wenn sie Ihnen vielleicht sogar schon auf den Magen geschlagen und Sie das Gefühl haben, dass es mehr als an der Zeit ist, aus dem Hamsterrad auszusteigen, um endlich wieder unbeschwert durchschnaufen zu können? Weil das ohne Hilfe manchmal nicht so leicht möglich ist, unterstütze ich Sie gerne. Mein Name ist Susi Mustermann, und ich bin seit vielen Jahren mit Leib und Seele Heilpraktikerin für Psychotherapie. Ich zeige Ihnen mit unterschiedlichen Methoden, wie Sie mit Ihren Gefühlen und Gedanken besser umgehen und neue Wege und Lösungen entdecken können. Damit Sie sich wieder frei und voller Elan fühlen und Ihr Leben so gestalten können, wie Sie es wirklich möchten. Gerne können Sie zu einem unverbindlichen Vorgespräch vorbeikommen, um mich und meine Arbeit genauer kennen zu lernen. Susi Mustermann, Heilpraktikerin für Psychotherapie.“

Was meinst Du, welcher Elevator Pitch kommt besser an?

Gibt es die Zauberformel für den Elevator Pitch?

Eine Zauberformel für den perfekten Elevator Pitch gibt es leider nicht – genauso wenig wie es DEN Elevator Pitch gibt. Aber wenn Du die oben genannten Fehler vermeidest, kannst Du nicht viel falsch machen. Wichtig ist, dass Du Dir immer überlegst: Passt der Elevator Pitch zu meinen Zuhörern? Ist er relevant für die Probleme der Zuhörer? Und natürlich: Passt der Elevator Pitch auch zu mir?

Am besten, Du hast eine kleine Sammlung an Elevator Pitches in petto, abgestimmt auf Situation und Publikum. Das heißt nicht, dass sich alle Versionen komplett unterscheiden müssen; manchmal sind es nur Nuancen, die verändert werden müssen.

Dann gilt es nur noch: üben, üben, üben. Denn so ein Elevator Pitch muss sitzen. Nicht nur im Aufzug.

