

# DE EERSTE INDRUK & DE ELEVATOR PITCH

Jacques Bais

Netcircuit

## DE ELEVATORPITCH

Omdat iedereen die je in je dagelijkse leven ontmoet in potentie een klant van je kan zijn - of je er naar kan doorverwijzen - moet je eerst goed nadenken over deze boodschap en zorgen dat hij de interesse van de ander opwekt.

Een elevator pitch van 60 seconden? De eerste 10 seconden zijn bepalen voor jouw persoonlijke boodschap.

Wat zijn elevator pitches (10-seconden boodschappen) die werken?

De meesten antwoorden op de vraag: “En wat doe jij?”

Bijvoorbeeld zo iets als “Ik ben coach” of “ik ben organisatieadviseur”.

Of ze praten over hun proces: “Ik ben een trainer die veel werkt met psychodramatechnieken” (met wat?)

Of “Ik geef trainingen persoonlijke effectiviteit”. Prima, maar wat heeft de ander eraan?

Met deze boodschappen communiceer je niet duidelijk en je bent niet specifiek genoeg over wat je echt te bieden hebt. Je laat die vertaalslag over aan de ander.



*Mensen zijn in eerste instantie niet zo in jou of je proces geïnteresseerd. Ze willen weten hoe je hen kunt helpen, wat ze van je kunnen krijgen.*

Mensen zijn geïnteresseerd in wat jij en jouw expertise voor hen kan opleveren. Ben jij voor hen van waarde?

Daarom zal je in eerste instantie ook duidelijk moeten maken op wie jij je richt met jouw dienst. Dan weten ze meteen of je hun iets te bieden hebt of niet.

Je zal het probleem duidelijk moeten maken, waar jij jouw oplossing voor hebt. Ze zullen zich dan al of niet herkennen in dat probleem en geïnteresseerd zijn hoe jij ze van dat probleem kunt afhelpen.

De ideale boodschap ( elevatorpitch) bestaat uit vier elementen:

- ◦ wie je helpt met jouw oplossing (het soort klanten op wie jij je richt
- ◦ het probleem waar jij de oplossing voor hebt
- de oplossing die je daarvoor hebt en wat jouw oplossing oplevert

Sluit je elevator pitch af met een open vraag, geef de ander de gelegenheid zijn of haar verhaal te doen.

Luister goed en vraag eventueel door, vraag niet direct of de ander jouw dienst of product kan gebruiken. Een eerste gesprek mag geen verkoop pitch zijn.

Mensen zijn geïnteresseerd in wat jij en jouw expertise voor hen kan opleveren. Ben jij voor hen van waarde?





*In een eerste gesprek gaat het om de mens, dan het bedrijf en daarna het product.*

Mensen zijn belangrijker dan de producten of diensten.

1. Eerst iemand leren kennen.
2. Als je elkaar aardig vindt, volgt vertrouwen en gunnen.
3. Pas als je iemand vertrouwt kan je zaken doen.

Hoe raakt iemand geïnteresseerd in jou, wat maakt jou uniek?

Kiezen om gekozen te worden, wees authentiek. Je moet kiezen, anders word je niet gekozen.

Een wijze uitspraak, die 100% waar is. Zodra jij jezelf durft te onderscheiden, wordt het voor je doelgroep gemakkelijker om zaken met jou te doen. Jij hebt een eigen identiteit. Je bent duidelijk authentiek, anders dan anderen.

Natuurlijk verlies je daardoor soms ook klanten, maar dat zijn (als het goed is) toch al klanten die niet bij je passen.

Zorg dat je doelgroep iets unieks heeft om je mee te associëren en zich te identificeren.

Ieder bedrijf, ieder mens heeft unieke eigenschappen en talenten.

**Wees anders, uniek en draag dat uit.**

Wat echt aanspreekt bij een ander is jouw motivatie, jouw drijfveren en jouw enthousiasme.

Iedereen vertelt over hoe flexibel, dynamisch hij of zij is, dat hij of zij men goede kwaliteit levert is iets wat vanzelfsprekend zou moeten zijn.



Naast de elevator pitch (die een eerste indruk geeft) het wat en hoe en de voordelen komt vervolgens de klik en interesse in jou persoonlijk en jouw bedrijf, daarna pas gaan ambities en drijfveren een belangrijke rol spelen.

Waarom jij doet wat je doet. Lees meer over Waarom, Wat en Hoe in het boek "Start with Why" van Simon Sinek.

**Waarom jij doet wat je doet.**

[Bekijk hier](#) de video van Simon Sinek uit 2009

tijdens een TedX bijeenkomst over de "Golden Circle" over het  
Waarom, Wat en Hoe.





Ga aan de slag met jouw Elevatorpitch en schrijf je Marketing Boodschap

[download het werkblad Elevatorpitch](#)

Maak één of meer elevator pitches, hou daarbij rekening met de volgende regels:

- Wees kort en krachtig, je maar even de tijd om de aandacht te trekken en vast te houden.
- Jouw boodschap moet door iedereen te begrijpen zijn, duidelijk en met zo min mogelijk vakjargon. Jouw toehoorder moet voordeel zien. (wat heb ik eraan)
- Stel een open vraag aan het einde van uw boodschap.

Zorg voor meerdere pitches, het is handig om verschillende pitches paraat te hebben die je kan gebruiken in verschillende situaties.

Ook op een verjaardag, bruiloft en privé bijeenkomsten kan iemand je vragen wat jij doet.

*There is no second chance for a first impression*



[Een korte video](#) over de Elevatorpitch van [Linda Spaanbroek](#)



Welke pitches zullen aandacht trekken en interesse wekken?

Ik ben een professionele trainer en heb mijn eigen adviespraktijk. Ik train mensen zoals u met het leggen van contacten met nieuwe klanten.. blah, blah, blah

Beter is: Ik ben een professionele ijsbreker. Ik help mensen een fantastische eerste indruk te maken, zodat degene die ze ontmoeten een onvergetelijke ervaring hebben.

Wij hebben een kopieerwinkel. Wij hebben kopieermachines, fax machines en computers waarop onze klanten bijvoorbeeld werkstukken maken.

Beter is: Ik laat mensen zien hoe ze in plaats van eindeloos te rommelen met een kopieerapparaat snel en gemakkelijk de mooiste werkstukken maken.

“Ik heb mijn hobby en mijn werk bij elkaar gebracht en kan u bij reorganisaties of voor nieuwe projectteams (probleem) nu nog beter helpen met het trainen van uw mensen (wie) door teambuilding (oplossing) te combineren met een evenement op het water, zodat de opgedane ervaringen (opbrengst) daadwerkelijk in de praktijk zullen worden toegepast.”

“Ik coach zelfstandige dienstverleners (wie) die worstelen met hun acquisitie (probleem) om meer klanten te vinden (oplossing) waardoor ze hun inkomen  
◦ kunnen vergroten (opbrengst)”

“Ik begeleid teams en afdelingen (wie) die onvoldoende presteren (probleem) om meer energie en plezier te krijgen (oplossing) waardoor ze productiever zijn in  
◦ het werk (opbrengst)”

“Voor mensen (wie) die last hebben van migraine en rugklachten (probleem) geef ik Cranio-Sacraal behandelingen (oplossing) waardoor hun klachten in korte tijd verdwijnen (opbrengst)”



Bekend met AIDA?

(Attention, Interest, Desire, Action)

Bij de elevator pitch gaat het om de aandacht te krijgen van de ander en zijn of haar interesse te wekken.

Zorg voor een elevator pitch die nieuwsgierig maakt, zelf gebruik ik (Jacques Bais) de laatste tijd ook deze:

"Ik ben nooit in militaire dienst geweest, toch ben ik nu verbindingsofficier in het bedrijfsleven"

Deze korte introductie heeft altijd geleid tot een vervolgvraag van de ander.

Oefen je elevator pitch:

eerst een paar keer voor de spiegel,

vraag vervolgens een vriend om een eerste gesprek met je te oefenen, evalueer het gesprek na afloop.

Is jouw marketing boodschap te vinden op social media en heb je al een video-pitch op jouw website en YouTube.

Bijna alles over jouw bedrijf en persoon is te vinden op internet (Google) en de social media. Jouw marketing boodschap op social media en een video-pitch op jouw website en YouTube.

Zorg voor consistentie, draag overal dezelfde boodschap uit dus uit internet.

In de eerste 2 à 3 seconden bepaalt men of een video verder bekeken wordt. Denk altijd eerst goed na wat je plaatst. Teksten worden niet gelezen maar gescand, trekken de kop en eerste regels van een bericht de aandacht dan leest men verder.

**Een videopitch** op jouw website en YouTube zal aan een aantal voorwaarden moeten voldoen:

Focus op de persoon

Zorg voor een rustige achtergrond (geen afleiding)

*It takes two to tango*



◦ Helder en duidelijk geluid, rustig en duidelijk gesproken

◦ Kijk in de camera en niet wegstaren.

◦ Start met een oneliner of krachtig statement en

◦ Eindig met de kijker te bedanken

◦ Laat een "Call to Action" zien in de aftiteling, bijvoorbeeld een e-mail adres of telefoonnummer of een website.







## De Elevatorpitch in de praktijk.

### Waar en wanneer wordt de elevator pitch gebruikt?

Tijdens alle mogelijke (netwerk)bijeenkomsten. Overal kom je mensen tegen, die wat voor jou kunnen betekenen of relaties hebben die wat voor je kunnen betekenen of waar jij wat voor kan betekenen.

Tegenwoordig maakt het niet uit waar je bent, een receptie, een symposium of congres, op een verjaardag.

Overal kan je de vraag krijgen: "En wat doe jij?"

Wees erop bedacht dat je op elk moment een elevatorpitch moet kunnen geven.

De voorbereiding is een goede investering in jezelf, voor een betere eerste indruk.

Nog voordat je een hand gegeven hebt en de eerste woorden hebt uitgesproken vormt men onbewust al een mening over jou. Zelfs de meest ervaren verkopers vragen zich soms af waarom een gesprek misloopt.

Ga je op bezoek bij een relatie of naar een bijeenkomst, congres of evenement is je uiterlijk, je uitstraling en je kleding het eerste wat men ziet.

### Steek tijd in je kleding.

Een belangrijk onderdeel van je uitstraling: de kleren en accessoires die je kiest. Een zonnebril op? Een gouden horloge? Het vormen meteen sterke signalen waarmee je klant je in een hokje kan plaatsen.

Draag comfortabele kleding, kleding die bij je past en waar je je lekker in voelt, kijk na of de kleding schoon is en er bijvoorbeeld geen vlekken op zitten. Zitten je schoenen lekker en zijn ze gepoetst?

Steek meer tijd in de keuze van je outfit. Kies bewuster voor een stijl en accessoires die jou doen opvallen. Stem je kleding af op je relaties. Bedenk daarbij dat je relaties ook een verwachtingspatroon heeft, van een kunstschilder verwacht men geen driedelig kostuum of een mantelpakje.



## De persoonlijke hygiëne.

Vermijd bijvoorbeeld slechte adem, roos en transpiratie. Nagels met rouwranden vallen altijd op. Bedenk ook dat deodorant of parfum niet mag overheersen.

Het is aan te bevelen om bijvoorbeeld een reserve overhemd bij je te hebben. Het is soms heerlijk om een schoon overhemd aan te trekken, je voelt je dan ook direct weer beter.

Zelf heb ik een standaard een setje in de auto liggen met een tandenborstel, tandpasta, after shave, deodorant, schoenpoetsmiddel en een schoon overhemd.

## Check altijd de spiegel

Dit klinkt vanzelfsprekend, maar veel mensen vergeten dit. Ze gaan een gesprek in, terwijl ze daarvoor een lunch hebben gehad of een kop koffie in de auto hebben gedronken. Kijk altijd eerst even in de spiegel.

Check of er niets tussen je tanden zit en zorg dat er geen vlekken op je kleding zitten.

Zorg voor een goed conditie Als je in topconditie bent, dan straal je dat automatisch uit naar je gesprekspartner. Misschien zou je wat vaker borrels moeten overslaan en een abonnement moeten nemen op de sportschool.

Of hijs je in een trainingspak en ga een blokje om rennen, voordat je 's avonds op de bank neerploft.

Als je een fitte en energieke indruk op iemand hebt, dan is de kans groter dat men je sympathiek en betrouwbaar vindt.

## Weet wie er komen

Vaak is er een deelnemerslijst die je van te voren kan opvragen. Je kan dan een selectie maken van wie je eventueel kan spreken. Een blik op internet om eventueel een profiel te bekijken en een foto is snel gedaan. Komt er al een bekende van je, dan is het handig om met hem of haar af te spreken en kan je je eventueel laten introduceren bij anderen.



### **Verdiep je in de verwachting van de ander.**

Misschien ben een creatieveling die altijd op gympen loopt of zich juist als een dandy kleedt? Wees je ervan bewust dat iedere branche haar eigen normen heeft als het gaat om kleding.

In sommige bedrijfstakken is men veel conservatiever dan de andere. Blijf wel bij jezelf ook een bankdirecteur heeft een bepaalde verwachting als het gaat om uiterlijk en kleding van een creatieveling. Ook hier geldt zorg dat je kleding schoon is.

### **Weet waar je voor komt**

Mensen hebben een soort zesde zintuig voor het oppikken van twijfel.

Ook al heb je gewoon een kennismakingsgesprek 'om te kijken of je iets voor elkaar kan betekenen' zorg ervoor dat jij weet waar je voor komt. Laat de ander weten wat het doel van het gesprek is en weet ook wat het doel van de ander is.

### **Geef een stevige hand**

Dit moet je natuurlijk niet overdrijven, maar zorg ervoor dat je op een overtuigende manier iemands hands schudt. Niets is zo dodelijk als iemand een 'slap handje geven'.

Glimlach en kijk bij het geven van een hand de ander in de ogen.

### **Oefen je binnenkomst**

Iemand die weet wat hij doet en daarbij natuurlijk overkomt, heeft de sleutel tot een goede eerste indruk in handen. Wat misschien het allerbelangrijkste is daarbij: oefen je entree.



Check even snel in de spiegel of je niets tussen de tanden hebt, je haren goed zitten, schone nagels etc.

Steek nooit de handen in uw zakken.

Het belangrijk dat je niet alleen aandacht heeft voor wat je zegt, maar ook voor hoe je het zegt. Je uiterlijk speelt een rol en ook je stemgebruik en lichaamstaal.

De eerste indruk bij een eerste ontmoeting wordt voor

-55 procent wordt bepaald door lichaamstaal

-38 procent door intonatie en stembuiging

-7 procent door wat je werkelijk zegt.

Belangrijk is dat je natuurlijk en betrouwbaar overkomt op anderen.

Zorg dat je een open houding aanneemt: maak handgebaren, glimlach vriendelijk, let op een rechte houding, draai je hele lichaam naar jouw gesprekspartner en maak oogcontact terwijl je spreekt.

Haal vooraf een keer diep adem en sta rechtop. Drink voor je begint aan de bijeenkomst of een gesprek een glas water. Maak de gezichtspieren vooraf even los. Sta stil en beweeg je hoofd niet te veel.

Spreek rustig en laat voldoende pauzes tussen de zinnen.

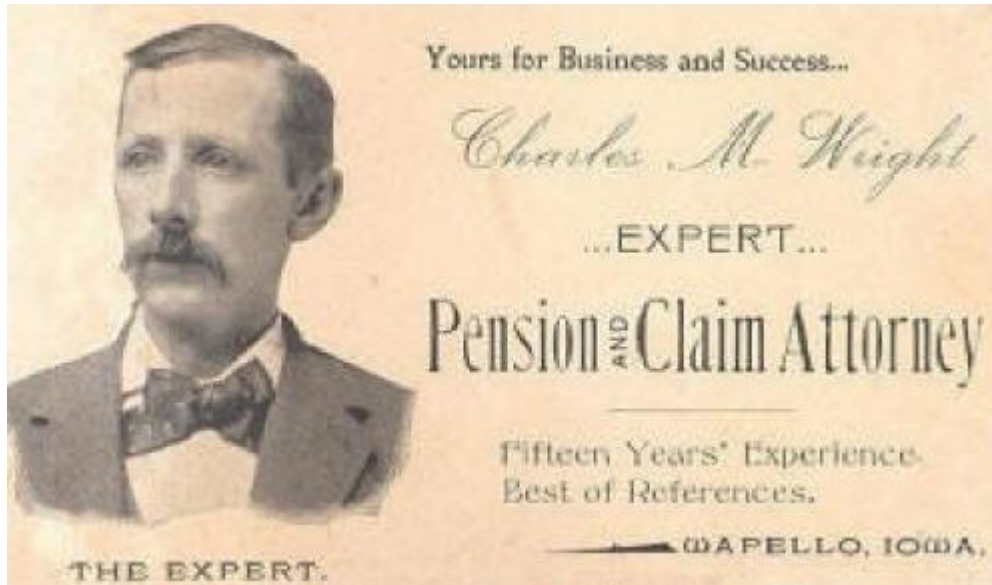
Hoe vaker je die handdruk en openingszin voor jezelf hebt opgezegd hoe meer het een automatisme wordt en dus natuurlijk overkomt.

Vergeet vooral niet om plezier uit te stralen.

It takes two to tango



En zeker niet vergeten: Neem voldoende visitekaartjes mee.



Intuitief voel je aan of je een klik met iemand hebt en er een vervolg aan het gesprek gegeven kan worden. (vraag er gewoon om, meestal lukt het wel om een afspraak te maken.)

Probeer na afloop van een gesprek ook te analyseren hoe je binnenkomst was en of je het een volgende keer anders zou moeten doen

**Hoe kom je in contact, hoe leg je contact op netwerkbijeenkomsten.**

Kom bij voorkeur iets te vroeg, de kans dat je dan aangesproken wordt is dan groter. Heb je de deelnemerslijst bekeken en op internet de profielen dan herken je jouw eventuele gesprekspartner al snel.

Zie je een bekende relatie, ga daarmee in gesprek en vraag om bij anderen geïntroduceerd te worden.

Neem zelf een rustige houding aan, sta rechtop, zelfverzekerd, met een open uitstraling en een glimlach. Kijk rustig rond naar de deelnemers, vaak staan er mensen in groepjes te praten, soms staan mensen alleen.

**Probeer oogcontact te maken.**



Wordt onmiddellijk weggekeken(dus geen oogcontact), wil men geen contact.  
Houdt het contact een moment aan, loop dan naar de persoon toe, hou daarbij oogcontact en steek je hand uit, stel jezelf voor en stel een inleidende vraag of plaats een opmerking.

De rest gaat dan bijna vanzelf.

- Toon oprecht belangstelling.
- Toon oprechte interesse (Glim)lach
- Onthoud iemands naam goed
- Luister goed, stel open vragen
- Moedig de ander aan en spreek over interesses van de ander
- Geef de ander oprecht het gevoel dat hij/zij belangrijk is.
- Sluit je pitch af met een open vraag.
- Geef de ander de gelegenheid zijn of haar verhaal te doen,
- Luister goed en vraag eventueel door

### Het gesprek voeren

- Een goed gesprek kenmerkt zich door:
- Een open en enthousiaste houding
- Actief luisteren (veel en goed)
- Spreek met passie en enthousiasme
- Open vragen stellen en soms doorvragen (verdiepen)
- Feedback geven en resumeren.



o

Het gesprek positief afsluiten, eventueel visitekaartjes uit wisselen en een vervolgactie afspreken.

Een vervolgactie hoeft per definitie geen afspraak te zijn.

Als er geen aanleiding is om verder kennis te maken kan je volstaan met bijvoorbeeld "fijn om je gesproken te hebben, wellicht zien we elkaar weer op een volgende bijeenkomst". Visitekaartjes uit wisselen is dan niet vanzelfsprekend, er moet voor beide partijen aanleiding zijn.

### **Visitekaartjes uit wisselen?**

Ideaal is het wanneer je gesprekspartner vraagt om jouw visitekaartje.

Je kan de ander altijd vragen om zijn of haar visitekaartje en dan ook jouw kaartje aanbieden.

Dit geeft je de gelegenheid om de volgende dag per e-mail te reageren, waarin je hem of haar bedankt voor het gesprek, het gesprek kort resumeert en een vervolgactie voorstelt.

Het geeft je vervolgens ook de gelegenheid hem of haar daarna (een paar dagen later) te bellen om hem uit te nodigen of om een afspraak te maken. Hierdoor wordt het contact warm gemaakt.

Je mag om een visitekaartje vragen, ook als je gesprekspartner er niet om vraagt en ook geen initiatief toont om een visitekaartje te geven. Vertel er in die situatie bij waarom je zijn of haar visitekaartje graag wil ontvangen.

### **Na afloop van een ontmoeting of bijeenkomst.**

Altijd bedanken voor het gesprek. Na een goed kennismakingsgesprek is het verstandig om je gesprekspartner een korte (persoonlijke) e-mail te sturen waarin je hem of haar bedankt voor het gesprek eventueel met een kort resumé en daarin ook de afgesproken vervolgactie vermeld. En dan ook die afspraken altijd nakomen.

Noteer je afspraak op het visitekaartje of bij je contactpersoon, neem de afspraak op in je agenda of op je takenlijst en kom de afspraak na op de afgesproken datum. Je komt daardoor betrouwbaar over.



Linken via Social Media. Heb je een account op bijvoorbeeld LinkedIn, Facebook, Twitter, zoek de naam van de persoon op en vraag of je ook via dat social media kanaal een contact wil blijven houden.

Maak een dergelijk “vriendschapsverzoek” persoonlijk, bijvoorbeeld door vermelding van het gesprek dat je hebt gehad.

Berg je ontvangen visitekaartjes op. Een goed systeem, om je visitekaartjes op te bergen, is essentieel. Bewaar je visitekaartjes zodanig dat je deze eenvoudig terug kan vinden.

Een eenvoudige kaartenbak kan al voldoende zijn.

Bewaar de kaartjes ook op in een CRM-systeem. Soms is het bijhouden in bijvoorbeeld Excel al voldoende om de persoon terug te kunnen vinden. Hou de gegevens ook goed bij. Vermeld daarbij jouw gespreksnotities en voeg herinneringen toe, bijvoorbeeld een datum waarop je weer contact wil hebben.

### Drie praktische adviezen voor net werkgesprekken

**Advies 1** Stel tijdens een netwerkbijeenkomst eens persoonlijke vragen zoals:

- Waarom hij/zij met ondernemen is begonnen?
- Hoe hij/zij te werk gaat?
- Hoe komt hij/zij aan klanten?
- Wat zijn succes is?
- Waar zijn passie ligt?
- Welk advies hij voor je heeft?

**Advies 2** Als je gevraagd wordt: “En wat doe jij voor de kost” onderdruk de neiging je “elevator pitch” te gebruiken.

Maak gebruik van een statement of Oneliner die vragen oproept zoals:

- “Ik ga bedrijfstrainingen naar een hoger niveau brengen.”





- “In workshops zet ik graag mensen op het ‘verkeerde’ been.”

Deze voorbeelden roepen vragen op, waardoor er veelal een goed gesprek volgt.

### **Advies 3** Doe eens iets anders!

Verlaat die platgetreden paden en vraag eerst eens naar iemands hobby's of interesses. Je gesprekspartner zal blij verrast zijn dat op een netwerkbijeenkomst iemand juist daar naar vraagt.

### **Valkuilen tijdens een gesprek.**

Jij bent voortdurend aan het woord waardoor je gesprekspartner zijn verhaal niet (goed) kan doen. De kans bestaat dat hij of zij zich genegeerd voelt.

Je blijft vragen stellen, omdat je vergeet samen te vatten en feedback te geven. Je rondt een gesprek daardoor niet goed af. Je spreekt te uitvoerig over je eigen kunnen en successen. Dit zorgt voor irritatie en wantrouwen bij je gesprekspartner.





## Je bent wat een ander zegt die je bent.

Je wordt gezien (jouw profiel) door jouw persoonlijke kenmerken

Zorg dat jouw profiel ten minste voldoet aan de volgende kenmerken

- Herkenbaarheid
- Betrouwbaar
- Specifiek
- Duidelijk
- Mensgericht
- Marktgericht
- Klantgericht
- Consistent en consequent

Besef bij je online (op internet bij social media en netwerkplatforms) profiel (jouw reputatie) dat deze openbaar is.

- Weet wat je daar zegt
- Weet wat anderen over je zeggen
- Weet wat men ziet aan foto's en video's

Dit e-boek is samengesteld door:

Jacques Bais



Zijn er vragen of opmerkingen, [stuur me een e-mail](#)

[Netcircuit Marketing](#)

[Walk in Video's](#)