



door Jan-Willem Seip

Nieuwe klanten en nieuwe opdrachten zijn vrijwel altijd welkom. Daarom leest u in elk nummer van *Sales Management* een inhoudelijk en praktisch toepasbaar artikel over de meest succesvolle en bewezen manier om aan nieuwe opdrachten te komen: netwerken!

## Elevator pitch

In het vorige artikel was de hoofdpersoon André die tijdens het netwerkontbijt een veel te lange elevator pitch vertelde, waardoor anderen afhaakten. Stel dat iemand u op een verjaardag vraagt: “Je hebt pas een nieuwe baan, is het niet? Wat doe je?” En u antwoordt met: “Verkoper”, dan is dit een gemiste kans. Dit kan beter. Hoe?

Als u een elevator pitch gebruikt waar deze voor bedoeld is, dan bent u zelf maar kort aan het woord. Het begrip komt uit Amerika overgewaaid waar ondernemers een jaar of twaalf geleden in de lift (elevator) van de begane grond tot de twintigste verdieping een (onbekende) geldschietter wilden verleiden om geld te steken in hun bedrijf. Ik heb de bruikbare elementen hier uit gehaald en dit vertaald naar onze nuchtere Nederlandse samenleving. U hoeft geen geldbehoefte ondernemer te zijn, nee ook als verkoper kunt u hem goed inzetten. De elevator pitch is een minipresentatie. Een geoefende beschrijving van uw bedrijf en een aanpak, op zo'n manier verteld dat een 14-jarige het nog snapt. U vertelt dit vanuit het voordeel voor de ander: uw opdrachtgever.

### De structuur

De structuur van een elevator pitch is kinderlijk eenvoudig (volgorde is niet heilig):

- Wie u bent (naam/bedrijfsnaam)
- Wat u doet
- Wie uw 'doelgroep' is
- Hoe u dat doet
- Wat het de ander oplevert (tijdswinst, besparing, focus, etc.)

### Veel oefenen

En dit alles in vijftien tot vijftientwintig seconden! Tip: schrijf uw pitch eerst uit en oefen deze voor de spiegel of spreek het in en luister na. Uit onderzoek blijkt dat

indien u een specifieke taak goed onder de knie wilt krijgen, u hiervoor 10.000 uur moet oefenen. Pitchen betekent dus: heel veel oefenen! En bijstellen. Weer oefenen en aanpassen. Er bestaat niet één gouden elevator pitch. U past hem aan voor elke situatie en elke persoon die u tegenover u vindt, waarbij de basis vrijwel altijd hetzelfde blijft. Laat als het kan eerst de ander praten, dan kunt u daar uw pitch op afstemmen. Dit laatste is ongelooflijk belangrijk.

### Oogcontact

Als u met de ander praat, zorg er dan voor dat u de ander écht aankijkt. Kijk wat er non-verbaal gebeurt bij de ander als u praat. Ziet u interesse bij de ander (hoofd een beetje voorover gebogen naar u) of geknik of hoort u 'gehum', dan is de kans groot dat het bericht positief verwerkt wordt bij de ander. Ziet u de ander om zich heen kijken, een holle blik hebben of afdwalen, dan is het zaak dat u overgaat tot het stellen van een vraag om de ander er bij te krijgen.

Zend uw elevator pitch in

### Zend uw elevator pitch in

In dit artikel is geen voorbeeld opgenomen van de beste elevator pitch. Bewust niet. In een volgend artikel kom ik nogmaals op dit thema terug, inclusief voorbeelden. Dit kan uw elevator pitch zijn. Typ uw elevator pitch eens in een e-mail en stuur die vóór 12 januari 2012 naar mij (contact@vendicum.nl). De meest aansprekende neem ik op, inclusief tips en tops, zodat de afzender en lezer hiervan leren. Ga uit van deze situatie: u gaat voor een kennismakingsbezoek naar een potentiële klant. Zij zijn met z'n tweeën. Er volgt een kort voorstelrondeje. Wat zegt u in die vijftien tot vijftientwintig seconden?

Jan-Willem Seip is Oefenmeester in klantcontact. Hij schrijft en spreekt hier ook veel over. In de weekenden laat hij de mensen dansen als DJseipie.  
**LinkedIn:**  
<http://nl.linkedin.com/in/janwillemseip>  
**Twitter:**  
[www.twitter.com/janwillemseip](http://www.twitter.com/janwillemseip)