

Elevatorpitch und AIDA

Fokus dieses Werkzeuges ist, dass Sie innerhalb von circa 30 Sekunden die Kernaussage ihres Mehrwertes/ihres Angebotes formuliert und spannend auf den Punkt bringen. Dies soll die Möglichkeit schaffen, in einem späteren Gespräch das Angebot zu präsentieren.

Der Aufbau:

- Wer bin ich
- Wo bin ich
- Was biete ich
- Welchem Mehrwert bringe ich beim Kunden

1. Angebot - Was bieten Sie Ihrem Gegenüber? Was können Sie für ihn tun und auf welchen Erfahrungsschatz können Sie dabei zurückgreifen?

2. Interesse - Womit gelingt Ihnen, Ihr Angebot für den Kunden oder Chef in spe interessant zu machen? Dafür müssen Sie seine Bedürfnisse und Vorlieben kennen.

3. Nutzen - Welche Vorteile bieten Sie? Was ist speziell an Ihrem Angebot? Was also gewinnt Ihr Kunde oder Ihr künftiger Arbeitgeber, wenn er Ihr Angebot annimmt und nicht das eines Mitbewerbers?

4. Motivation - Was bringt Sie dazu, ausgerechnet ihm dieses Angebot zu machen? Was ist der Reiz für Sie, wenn Sie für ihn arbeiten können?

5. Appell - Was wünschen Sie von Ihrem Gesprächspartner? Sagen Sie ihm klipp und klar, was er aus Ihrer Sicht tun soll.



Was gibt's weiteres zu beachten in der Ausführung

- **Sprachstil: Klar und verständlich**
Achten Sie darauf, dass Sie eine klare und einfach verständliche Grundaussage treffen. Vermeiden Sie komplizierte Wörter. Kurze Sätze und ein leicht verständlicher Sprachstil sind das A&O für den überzeugenden Elevator Pitch. Nutzen Sie wenn möglich einsilbige Wörter und setzen Sie Verben aktiv ein. Vermeiden Sie hingegen den Konjunktiv, denn könnte, würde etc. wirken nicht überzeugend.
- **Geschäftsmodell: Keep it simple**
Ihr Elevator Pitch sollte so aufgebaut sein, dass auch ein Jugendlicher Ihren Ausführungen ohne Probleme folgen kann. Denken Sie daran, dass Ihr Publikum Ihre Branche unter Umständen nicht im Detail kennt; umso wichtiger ist es, dass Sie Ihr Geschäftsmodell einfach erklären können.
- **Publikum ansprechen: Emotionen wecken**
Entscheidend für einen gelungenen Elevator Pitch ist vor allem auch die emotionale Ansprache. Ein positives Gefühl beim Geschäftspartner erzeugen Sie durch eine bildhafte Sprache, die positive Assoziationen weckt. Ihre Körpersprache sollte dabei natürlich wirken und Ihre Stimme klar und nicht zu leise sein. Sie sind von Ihrer Geschäftsidee überzeugt, das muss Ihr Publikum zu 100% spüren!
- **Präsentation: Auf das Wesentliche beschränken**

Meine Wahrnehmung

Welches Wahrnehmungsorgan braucht ich primär



Was muss ich beachten



grab, inspire, amuse

engage, be creative

tell, challenge, educat

trigger, mobilise, act

