

Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken
**Jouw Personal Branding en
Zichtbaarheid**
WEEK 2

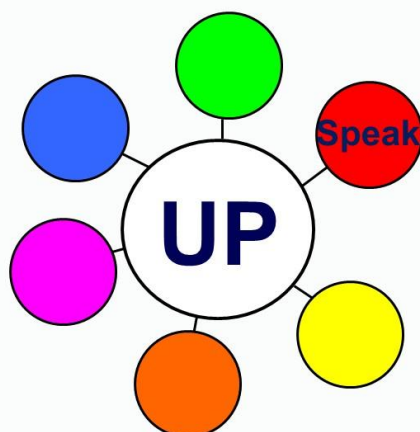


PAK JE PODIUM!

“Neem jouw ruimte in”

Patrick van Gils

2. Pitchen

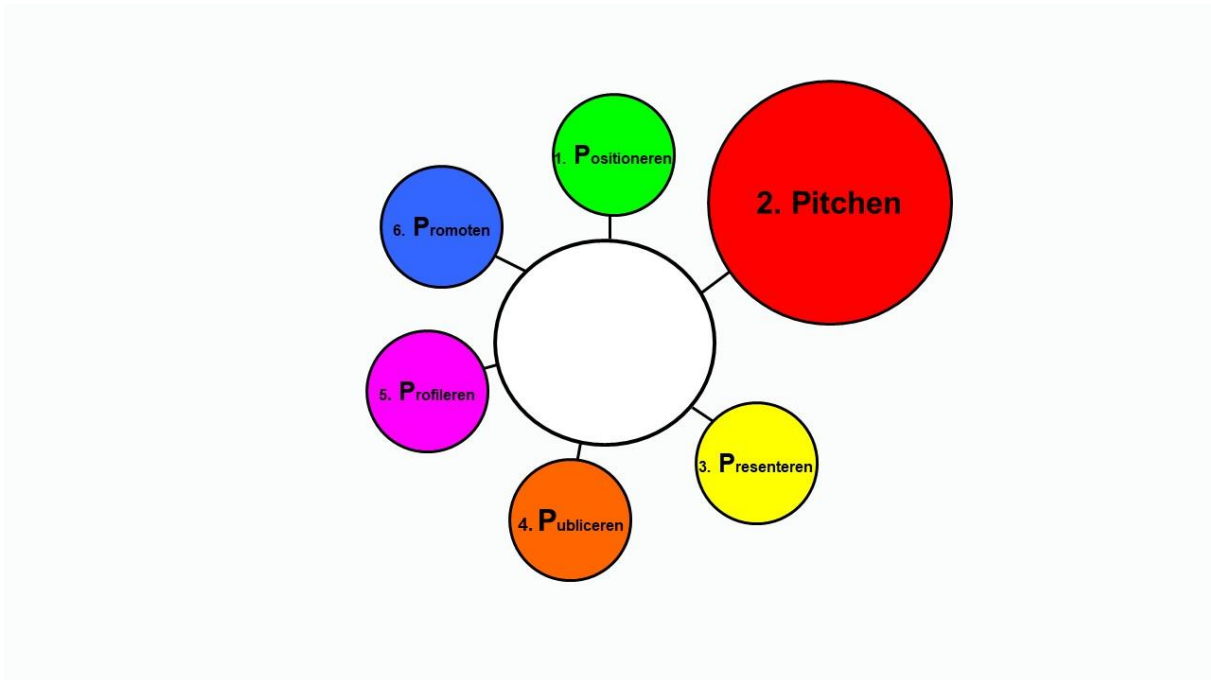


Sta steviger in je schoenen in 7 stappen in 7 weken

Kort & Krachtig Pitchen

Jouw "pet": Verkoper

Pitchen is de vaardigheid om jezelf of jouw bedrijf, je product of dienst, je project of idee kort, krachtig en overtuigend te verwoorden tegenover de ander, oftewel te 'verkopen'. Pitchen is ook een 'mindset'; overal waar jij komt, gaat en staat, kun jij de keuze maken om contact te maken met mensen om je heen en ontdekken of 'DIK' misschien wel voor je staat, De Ideale Klant. Het kan ook zijn dat degene die voor jou staat zelf nooit klant bij je zal worden, maar wel jouw 'hulpverkoper' wordt, doordat hij je in contact kan brengen met de mensen naar wie jij op zoek bent: nieuwe klanten, relaties, nieuwe connecties, ingangen. Wist jij dat de allerkortste pitch 0,06" duurt...? Dat is namelijk de eerste indruk! De indruk die de ander van jou heeft. En jij van de ander. In een fractie van een seconde vorm je een eerste beeld. Nog voordat er één woord is gewisseld. Zoals tegenover een A-merk artikel in de supermarkt dat jij, zonder er nog bij na te denken, ziet, kiest, pakt en koopt. Jijzelf bent ook een A-merk. Je bedrijf is ook een A-merk. Of je project of idee. Jouw allerkortste pitch in woorden duurt 0,6". Dat zijn de eerder - bij het positioneren - bepaalde '2 woorden'. En wat zou jij vertellen in 6"? En in 60"? In 600"? In 6000"? Afhankelijk van de plek waar je bent, de mensen die er zijn en hoeveel tijd er is, moet jij kunnen 'schalen in de lengte van je verhalen'. De ene keer superkort; dan weer een langer verhaal.



De kern van jouw boodschap moet altijd doorklinken in jouw pitch, gesprek, verhaal, persmoment, speech of presentatie. Luid en duidelijk. De ene keer tegenover één persoon, de volgende keer voor een kleine of grote groep. Die kunst wil ik je leren beheersen. Zodat je altijd, in iedere situatie, steviger in je schoenen staat! Dan ben je gewoon krachtiger en succesvoller.

Jouw pitch wordt aantrekkelijker als je niet alleen vertelt wie jij bent, wat jij doet en wie jij van dienst bent, maar vooral als je de problemen en pijnpunten, die jij voor jouw klanten oplost, in je kernboodschap, je pitch, verwerkt.

En potentiële klanten worden pas écht heel erg enthousiast als jij hen ook vertelt wat de resultaten zijn, die zij zullen ervaren na gebruik van jouw product of dienst. Daar benoem jij hun gewenste resultaat, hun verlangen. De drie ‘magische’ ingrediënten in iedere pitch: Problemen (Pijn), Jouw oplossingen (Medicijn) en het Resultaat (Fijn!).

De kracht van pitchen, zowel in spreektaal, in beeldtaal, in schrijftaal als ook digitaal, zit vooral in het gebruik van vraagstelling. Durf jij te vragen? Vraag om feedback. Vraag of iemand klant wil worden. Of vraag of de ander jouw ideale klant (DIK) kent voor wie jouw product of dienst relevant is.

Er is een groot verschil tussen 'dé pitch' en 'pitchen'. 'De pitch' is jouw kernachtig uitgewerkte, goed opgebouwde en uitgeschreven verhaal. Jouw kernboodschap. En dat is een kunst! Want hoe korter de boodschap, hoe lastiger. Dan moet je onderwerpen, die je ook graag wilt delen of vertellen, weglaten. Schrijven is schrappen. 'Kill your darlings!'.

'Dé pitch' is dus het uitgewerkte en uitgeschreven verhaal. De andere kunst - 'hét pitchen' - is je kernboodschap overtuigend en op een authentieke wijze aan een ander of aan een groep vertellen. Op een manier die de ander boeit, bindt en beweegt.

Met een glasheldere pitch en het overtuigend kunnen pitchen, maak jij altijd en overal de impact die je wilt maken. Ook jij kunt dat leren door vaak te oefenen. In deze training leg ik de basis uit van 'de moeder aller pitches': De Elevator Pitch. Eigenlijk jouw basispitch, die je gewoon paraat moet hebben. Je denkt nu vast: "Ik kan toch niet letterlijk, altijd en overal, exact hetzelfde verhaal vertellen?" Dat is de spijker op de kop. Daarom zijn er, afgeleid van deze basispitch, wel meer dan tien soorten pitches. Voor iedere situatie en elk publiek eigen pitch-technieken en pitch-strategieën. Je vertelt en pitcht het namelijk altijd net even anders:

- **Interne klant-pitch:** hoe vertel ik collega's de kernboodschap?
- **Jouw persoonlijke pitch:** hoe zet ik mijzelf goed neer?
- **Bedrijfspitch:** hoe zet ik mijn bedrijf krachtig neer?
- **Bestaande klanten-pitch:** hoe pitch ik tegenover klanten?
- **Nieuwe klanten-pitch:** hoe pitch ik naar toekomstige klanten?
- **Verjaardags-/Vrijtijdspitch:** hoe 'verkoop' ik in m'n vrije tijd?
- **Ambassadeurs-pitch:** hoe zorg ik dat anderen mij promoten?
- **Netwerkpitch:** hoe haal ik meer uit mijn netwerkcontacten?
- **Journalisten-/Free publicitypitch:** hoe krijg ik gratis media-aandacht?
- **Droombaanpitch:** hoe grijp ik die droombaan?
- **Social mediapitch:** hoe zet ik mij overtuigend neer in de media?
- **Influencer-pitch:** hoe kunnen beïnvloeders mijn zichtbaarheid versnellen?
- **Websitepitch:** hoe raak ik de snaar in 1 seconde via mijn website?
- E.v.a. soorten pitches en gesprekssituaties

In dit 7 stappen-programma Jouw Personal Branding & Zichtbaarheid ontdek je jouw nieuwe basispitch, de Elevator Pitch. De andere pitches leer je allemaal tijdens het Spreek je Rijk-jaarprogramma. Start januari. Met een supercompacte groep van max. 15 deelnemers.

Wist jij trouwens dat spreken in het openbaar (dus het pitchen, presenteren, praten, roepen, vertellen, spreken, zeggen) de meest impactvolle en overtuigende communicatievorm is?

Denk daar eens over na. Als jij dat goed beheerst, haal je de ene na de andere klant of opdracht binnen. Altijd. En overal. Er is niets zo krachtig en overtuigend als spreken in het openbaar. Daar kan geen website, nieuwsbrief of folder tegenop.

Wereldwijd staat spreken in het openbaar in de angsten top 3. Hoe fijn is het als jij daar korte metten mee zou maken? Weg met die plankenkoorts, met podiumvrees, onzekerheid en (soms) te lage eigenwaarde! Zodat je je in iedere situatie vrij voelt, invloed hebt en impact maakt. Als jij die vaardigheid beter beheerst dan nu, ben je in het leven aantoonbaar succesvoller. I know!

Week 2. Thuiswerk-opdrachten

De eerste week hebben we ons gericht op de Kern van de 7 stappenmethode. Jouw kern. De kern van waaruit alles ontstaat. Wat jij wilt versterken, veranderen of vernieuwen. Jouw kern-boodschap, jouw kern-energie en jouw kern-kwaliteiten. Vanuit de kern ontstaat de basis voor jouw Personal Branding.

Vanuit de Kern maakten we de stap naar Positioneren. Een logische vervolgstap om na te denken waar jij eigenlijk voor wilt gaan staan. Naar de wereld om je heen. Het startpunt voor jouw Zichtbaarheid.

Deze tweede week richten we ons op de pitch en het pitchen. Pitchen is de vaardigheid om jouw boodschap helder, duidelijk en overtuigend op een ander over te brengen. In weinig tijd. Zodat de ander je begrijpt, je onthoudt, er zelf vervolgactie op kan nemen of jou een ander kan promoten en over jou kan vertellen. Hier gaat het vaak mis; van nature zijn we als mens geneigd om vanuit onszelf te redeneren, waardoor we voor de ander volstrekt niet helder zijn. We zijn vaak te langdradig en onduidelijk en daardoor verre van boeiend. Maar hier gaan wij aan werken! Ga experimenteren met jouw kernboodschap in de mooie week die voor je ligt. Jouw unieke pitch pitchen!

Ik wil het volgende benadrukken: pitchen is óók de interne zoektocht naar dát wat jij in jezelf voelt en denkt, en vervolgens het juist verwoorden van deze gevoelens en gedachten. Woorden die je tegenover een ander op een zeker moment zelfs durft uit te spreken. Pitchen is dan ook niet eenvoudig omdat veel mensen hierbij allerlei blokkades, spanningen en beperkende overtuigingen voelen. Voor velen dus best een 'dingetje'. Maar dat hoeft niet zo te blijven. Ik ben het bewijs. En ik help jou met jouw volgende stappen op het pitch-pad. Doe je mee?

Pitch-groet!

Patrick van Gils



DAG 1. REWIND! *(reflectie, inzichten, herhaling)*

Dag 1, de dag van reflectie. 'Rewinden', kort terugspoelen; omkijken en reflecteren. Denk nog even terug aan de tweede online-training. Over Pitchen.

Pak je aantekeningen erbij. De woorden, de zinnen, misschien wel de symbooltjes die je gevraagd of spontaan hebt opgeschreven, hebben vaak veel meer zeggingskracht dan je op het eerste gezicht zou denken. Je hebt in de mail een link ontvangen waarbij je de tweede training opnieuw kunt bekijken en beluisteren. Ervaar het eens. Je gaat er weer nieuwe inzichten en nieuwe waarde uithalen!

1. Wat 'springt jou in het oog' als je naar jouw aantekeningen van week 2 kijkt?
2. Wat herinner jij je vooral van de training over Pitchen?
3. Wat was voor jou het meest waardevol?
4. Wat zou je de komende week al in praktijk kunnen brengen met wat je deze Pitch-training hebt geleerd?



DAG 2. PLAY! *(uitschrijven, proberen, 'spelen')*

Dag 2, de dag van 'Play'. Actie, beweging, doen. In dit Play-deel kun je ook deze week onderdelen verder uitschrijven en uitwerken (en dat hoeft heus niet in een dag). Op 1 A4, in 1 alinea, in 1 zin of soms in 1 woord...! Gewoon lekker in stilte en rust. Of misschien ga jij juist wel heel lekker op high-energy-muziek. Ervaar het! Er volgt nu een aantal verdiepende schrijfoopdrachten. Ze zorgen dat jij sneller gaat realiseren wat jij wilt bereiken.



2. Pitchen



Blijkbaar heb ik het bovenstaande een keer in een interview gezegd. Toen ik het onlangs weer las, voelde ik het ook. Pitchen is geen ingestudeerd kunstje of trucje. Het heeft voor mij echt een diepere laag. En die lees je hierboven.

1. Welk stukje uit bovenstaande uitspraak spreekt jou persoonlijk aan, en waarom?
2. Wat vind jij het lastigst en het spannendst aan pitchen, aan het vertellen, uitspreken van als jij jouw verhaal, jouw pitch, tegenover anderen?

P.!T.C.H?

De 5 letters PITCH hebben de volgende essentie en betekenis:

P= Pro-actief! Als jij pro-actief bent, realiseer je sneller je dromen.

I= Interactie! Als jij interactief bent, haal je meer uit ieder gesprek.

T= Tijd! Als jij kort & krachtig vertelt, blijft er meer tijd over voor de ander.

C= Contact! Als jij echt in contact bent met de ander, krijg je hét te horen.

H= Horen! Als jij hoort wat de ander zegt en bedoelt, ga je pas verkopen.

Die drie leestekens !, ? en . staan niet voor niets in het bovengenoemde woord. Pitchen is de kunst van het helder 'uitroepen' (!), het actief stellen van 'vragen' (?) en niét doorratelen. Zet die 'punt!' (.) Hoe schat jij jezelf in op de 5 letters? Op 'n schaal van 1 – 10. (10=hoog)

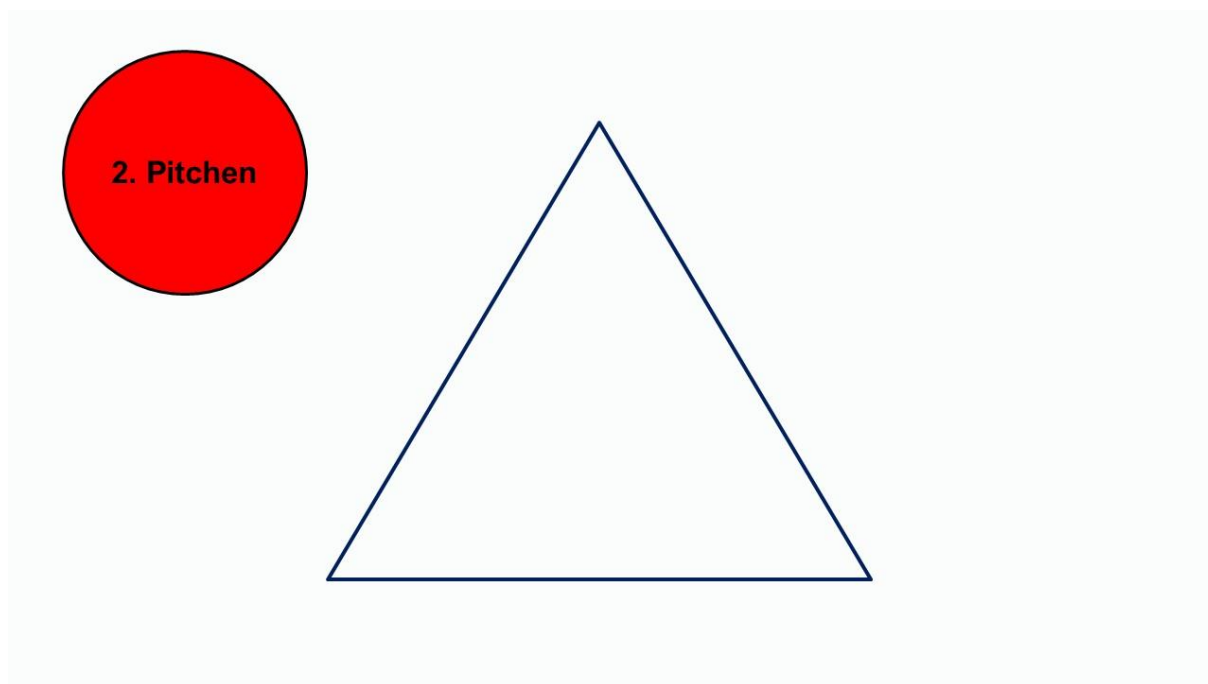
P Hoe pro-actief ben jij? _____

I Hoe interactief ben jij? _____

T Hoe kort en bondig ben jij? _____

C Hoe 'in contact' ben jij? _____

H Hoe goed hoor/luister jij? _____



Bovenstaande driehoek is 'jouw reis naar de top'. Bovenin het puntje is 'jouw top', die jij graag wilt bereiken als je een pitch - zeg maar een korte persoonlijke mini-presentatie - geeft voor iemand of voor een groep.

1. Wat zie je jezelf doen, als jij op 'jouw top' bent? Wat zie je voor je?

2. Trek nu eens een horizontale lijn, ergens in de driehoek. Er is geen hoog of laag, geen goed of fout. Trek de horizontale lijn waar jij zelf voelt of inschat qua niveau, waar jij nu staat met jouw pitch en presentatie.

3. De ruimte onder de getrokken lijn is dat wat jij al best goed kunt en wat altijd best wel goed gaat bij jouw pitch. Het is jouw *Krachtenveld*. Schrijf eens een paar punten op die altijd best wel goed gaan als jij vertelt, pitcht of jezelf presenteert.

4. De ruimte boven de lijn is jouw *Groeigebied*. Daar waar jij beter in wilt worden, wat je nu nog lastig vindt, wat je spannend vindt bij het pitchen en presenteren. Schrijf eens een paar punten op waarin jij sterker wilt worden.

5. Kijk nog eens naar de stand, de hoogte van de door jou getrokken lijn op de vorige pagina. Vind je dat je jezelf bij nader inzien goed hebt ingeschat? Of heb je jezelf soms kleiner gehouden dan nodig is? Of heb je, bij nader inzien, jezelf misschien wel iets hoger gewaardeerd dan dat je voelt waar je staat? Maak een keuze:
 - goed ingeschat
 - lager ingeschat
 - hoger ingeschat

6. Wat zegt de stand van de getrokken lijn? En wat zegt deze misschien wel over jouw waarde of je eigenwaarde?



Coca-Cola is een wereldwijd A-merk. Zichtbaar, verkrijgbaar, trots, het staat ergens voor en heeft lef en durf om de nek uit te steken.

1. Wat zijn 3 associaties, woorden, waar jij aan moeten denken bij het A-merk Coca-Cola? (Heb je geen idee? Kijk dan naar de woorden in de zin hierboven. Kies daar dan uit).
2. Jij bent ook een A-merk. Jij staat ook ergens voor. Welke van de onder 1. genoemde associaties weerspiegelt het meest jou als mens?
3. En waarom?



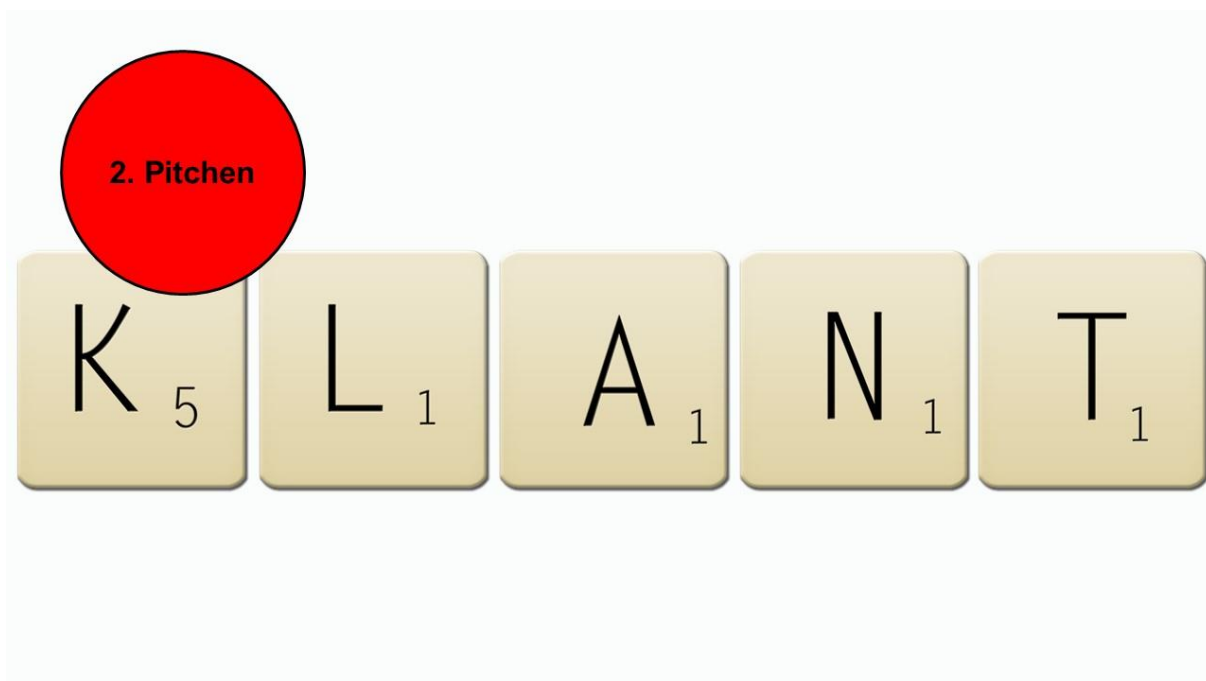
2. Pitchen



Zelfs een sterk A-merk als Coca-Cola moet keihard blijven werken aan het vertellen van z'n verhaal, wereldwijd. Dat houdt nooit op. Daar ben je nooit mee klaar. Ook jij niet. Jouw pitch is jouw altijddurende mini-presentatie, jouw kernboodschap waarmee jij de wereld in gaat. En het blijft vertellen, als een oneindige 'grammofoonplaat'.

Een verhaal heeft vele facetten. Als je naar Coca-Cola kijkt, valt er veel te vertellen over o.a. de oorsprong, het merk, het product, nieuwe producten, innovaties, samenwerkingen, klanten, medewerkers en toekomstvisie. Ook jij hebt een verhaal. Ook jij hebt veel te vertellen. Over het verleden, het heden en de toekomst. Wie jij bent, wat je doet, hoe jij het doet en waarom je doet wat je doet!

Maak eens een 'braindump'. Schrijf eens zoveel mogelijk onderwerpen en ideeën op waar jij anderen graag over wilt vertellen...



Vanaf vandaag zou je iedereen die jij ontmoet, kunnen zien als... 'klant'. Dit betekent dat jij vanaf nu ieder gesprek of contact met de ander 'klantgericht' maakt. Dit betekent in dit geval dat jij je, met jouw informatiedeling, goed inleeft in de ander. Hoe kun je dat doen? Door natuurlijk in ieder gesprek eerst helder te krijgen wie de ander is, wat hij/zij doet en hoe het gaat. Wat zijn de vragen die daarbij horen:

- Wie ben jij? _____
- Wat doe jij? _____
- Hoe gaat het? _____

De eerste vraag geeft je inzicht in de naam van de persoon en eventueel de bedrijfsnaam. Noodzakelijk om iemand in het gesprek en daarna bij z'n naam te kunnen noemen. En zelfs nog even te kunnen Googlen...

De tweede vraag geeft je inzicht in wat deze persoon voornamelijk doet, bijv. qua werkveld. Wel zo handig, voordat jij iets gaat vertellen, zodat jij met jouw verhaal op dat van de ander kunt aansluiten.

De derde vraag noem ik wel de 'barometer-vraag'. Het antwoord geeft je onmiddellijk het beeld hoe het met iemand gaat, of er iets speelt en hoe 'druk' iemand is met iets. Goed om dit te weten, voordat jij jouw 'rugzak met info' gaat legen...

Welke van bovenstaande vragen mag jij meer stellen? _____
 Zet achter de bovengenoemde 3 vragen wat jouw groei-top 3 is? 1-2-3?



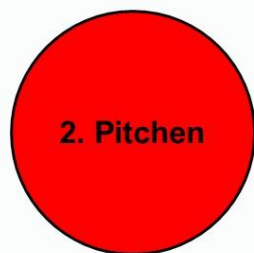
Vaak zijn we drukker met wat we willen vertellen aan een ander, dan dat we goed nadenken over dat wat de ander over ons, over jou, eigenlijk zou moeten onthouden. Denk eens na over jouw laatste gesprek of gesprekje met een ander, de afgelopen dagen. Wat kun jij je nu nog herinneren van dat gesprek? Eén ding weet ik zeker. De persoon met wie je sprak, heeft natuurlijk de meeste indruk gemaakt en vergeet je niet. En van de inhoud van het gesprek... wat kun je je daar nog herinneren? Zinnen, flarden, specifieke punten? Vaak is het een 'magische cocktail' van slechts enkele herinneringen. Zo werkt dat dus ook andersom; mensen zullen jou ook niet vergeten. En van de inhoud van wat jij vertelt, zullen slechts delen blijven hangen en 'plakken'. De eerste keuze die jij kunt maken voor je pitch, is kiezen wat jij wilt dat bij de ander over jou zou moeten blijven 'plakken'. Wat zijn de 3 - 5 elementen die bij de ander over jou, of over jouw bedrijf, je plan, droom of idee zou moeten blijven plakken? Schrijf maar eens op...:



Waarom?

Voordat je gaat nadenken over jouw Elevator Pitch, is het belangrijk om je bewust te worden van de vraag waarom jij eigenlijk met jouw verhaal, met jouw pitch, de wereld in wilt.

Waarom heb jij eigenlijk een onvergetelijke 'elevator pitch' nodig?



Wat?

Wat is het allerbelangrijkste onderwerp waar jij het in ieder gesprek, in ieder contact, in iedere 'pitch' over zou willen hebben met de ander?



Hoe?

Mijn visie: *'Life is a pitch'!*

Op iedere plek, in iedere ontmoeting ligt een kans. Een kans om de ander te leren kennen. Een kans om te ontdekken of die ander wellicht een toekomstige klant is, of dat diegene jou in contact kan brengen met toekomstige klanten. Als je door deze 'bril' naar de wereld om je heen gaat kijken, "zwermen de klanten om je heen". En om het simpeler te zeggen... Elke persoon die jij ontmoet, is een:

- Toekomstige klant (iemand die tot jouw doelgroep/DIK behoort) of
- De "brug naar een klant" (iemand die mogelijk tot jouw 'hulpverkopers' behoort)

Hoe ga jij dit concrete inzicht vertalen naar jouw eigen dagelijks leven? Schrijf daarom eens 5 concrete situaties en plekken op waar jij jezelf, jouw verhaal, kunt 'pitchen'?

Pitchen in 1 woord, 1 zin of 1 minuut

2. Pitchen



We gaan zo de verschillende stappen van een pitch verdiepen. Dat doen we aan de hand van de '1 woord, 1 zin en 1 minuut'-methode. We beginnen met de laatste, de langste. Van daaruit gaan we indikken en inkorten. Tot de kern komen. Ga je mee?



Jij bent een A-merk. Huh!? Ja, jij bent ook een A-merk! Je bent iemand. Je staat ergens voor. Je mag trots zijn op wie jij bent. Je mag jezelf laten zien. Vanuit jouw personal branding, jouw A-merk. De eerste vraag in het ontdekken van jouw pitch is: “*Wie ben jij?*” Dit lijkt een simpele vraag, maar het is een vraag die je op honderden manieren kunt beantwoorden. Er is ook niet één antwoord op deze vraag. Het is vooral het vinden van jouw eigen stijl, inhoud en vorm.

“*Wie ben jij?*” In 1 minuut. Pak je mobiel erbij. Zet de timer op 1 minuut. Schrijf op de volgende pagina eens in 1 minuut alles op wat er uit jouw pen komt, op de vraag “*Wie ben jij...?*”

- **1 minuut/alinea WIE BEN JIJ?:**

Ennnnn... Stop! De tijd gaat snel. Eén minuutje is zo voorbij. Goed gedaan. Een gewetensvraag... Staat jouw voornaam, je achternaam, je (toekomstige) bedrijfsnaam of je project- of ideenaam in het bovenstaande stuk? A-merken hebben een bekende naam. Toch? Die naam is bekend geworden omdat deze altijd en overal wordt gecommuniceerd. Jij bent ook een A-merk, dus ook jouw naam en namen doen ertoe. En ook jouw namen mogen en moeten worden opgeschreven en uitgesproken. We gaan nu naar de volgende: "*Wie ben jij?*" in 1 zin. Onderstreep daarom uit bovenstaande tekst de belangrijkste woorden (en namen!). Schrijf die eens uit in 1 zin en begin met "Ik ben..."

- **1 zin:**

Stel dat je uit deze "*Wie ben jij?*"-zin 1 (of 2 😊) woorden in een microfoon in een volle Ziggo Dome mag uitspreken. Welk woord kies jij dan? Je naam? Of het woord dat duidelijk maakt wat jij doet? Of een ander woord? Schrijf op:

- **'1 woord':**



Neem nu jouw ‘elevator’, de lift, en ga naar de tweede verdieping. De verdieping van de KERN. Tot de kern komen, vindt bijna ieder mens lastig. Liever vertellen we alles wat er in ons opkomt. Alsof we overcompleteet moeten zijn. De vraag is of de ander daarop zit te wachten. Of hij jou dan nog kan volgen, onthouden en het eventueel aan anderen kan doorvertellen. Het antwoord is zeer waarschijnlijk “nee”. Vaak vertellen we te langdradig, onduidelijk en saai. Omdat we niet kernachtig kunnen zijn. Tot de kern komen is moeilijk. Het is een kunst. Dat weet ik als woordvoerder van succesvolle A-merken maar al te goed. In die rol moet je je verhaal in allerlei tijds lengtes altijd duidelijk en overtuigend kunnen vertellen, vanuit dezelfde kern. Altijd. En overal. De vraag die hoort bij de KERN, is de in zakelijk Nederland veel gestelde vraag: “Wat doe jij?”.

Ook hier gaan we weer van lang naar kort en dikken we steeds meer in. Naar de kern. Van 1 minuut/alinea, naar 1 zin, naar 1 woord. Zet je timer op 1 minuut en schrijf alles op de volgende pagina op, wat eruit je pen rolt, op de vraag “*Wat doe jij?*”...

- **1 minuut/alinea WAT DOE JIJ?:**

De kracht van goede communicatie is het gebruik van duidelijke woorden samen met het gebruik van aantrekkelijke woorden. Weet je het nog? ‘ADHD’? Aantrekkelijk & Duidelijk. Zodat een ander het zich kan Herinneren & kan Doorvertellen. Onderstreep uit je bovenstaande tekst de belangrijkste woorden. Kies enkele woorden die duidelijk zijn en woorden die aantrekkelijk zijn. Verwerk die woorden eens in 1 zin. En start die zin met de woorden “Wat ik doe (of wil gaan doen)...

- **1 zin:**

Stel dat je uit de “*Wat doe jij?*”-zin 1 woord moet kiezen dat duidelijk maakt wat jij doet en 1 dat het aantrekkelijker maakt. Welke kies jij dan?

- **‘1 woord’:**

P.S. Hoeveel lijn is er met je 2-woorden uit het onderdeel Positioneren?



3e verdieping

1. **A-MERK**
2. **KERN**
3. **DIK** 😊

Wie ben jij?
 Wat doe jij?
 Wie help jij?

Na het scherper maken van de antwoorden op de vragen “*Wie ben jij?*” en “*Wat doe jij?*” gaan we nu naar het verhelderen van de vraag “*Wie help jij?*” Iedere pitch geeft ruimte aan wie jij bent. Jij bent immers een A-merk, een personal brand dat zichtbaarder en bekender wil worden. Iedere pitch geeft ruimte aan wat jij doet. Voor de ander is dit namelijk belangrijk. Een ander wil jou kunnen plaatsen en begrijpen. Kern-achtig.

En iedere pitch maakt helder voor wie jij oplossingen hebt in de vorm van bijv. producten of diensten. Daarom noemen we deze verdieping DIK 😊. Alsof het een persoon is met de naam Dik. Weet je nog waar Dik voor stond? De Ideale Klant. Het is belangrijk dat jij aan de ander in een pitch of (mini-)presentatie vertelt wie jij van dienst bent, wie jij helpt. Je gesprekspartner kan zich dan gelijk wel of niet herkennen in jouw pitch. En in dat laatste geval kan hij jou in contact brengen met jouw toekomstige klant, want die heeft hij in zijn netwerk. Ik weet het zeker! En zo is dus iedereen vanaf vandaag jouw ‘hulpverkoper’. Zonder dat je deze mensen hoeft te betalen, ‘werken’ ze wel voor je. Als Ambassadeur. Als Klantenbrenger. Als Fan van jou.

Ook nu gaan we jouw Klant, jouw Ideale Klant verdiepen. Op de volgende pagina. Van lang naar kort. Van 1 minuut/alinea, naar 1 zin naar 1 woord. Zet de timer op 1 minuut en schrijf het antwoord op de vraag “*Wie help jij (het allerliefst)?*” op de volgende pagina maar op.

- **1 minuut/alinea WIE HELP JIJ?:**

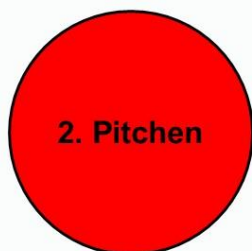
Waarschijnlijk staan hierboven doelgroepen, misschien bepaalde functies of beroepsgroepen. Of misschien heb je wel staan “mensen die... Mensen die iets zoeken of opgelost willen hebben. De Ideale Klant heet niet voor niets DIK. Dik is een persoon 😊. En met jouw oplossingen maak jij DIK TEVREDEN. Toch? Kijk eens of je woorden persoonlijk zijn. Staat er bijv. “ondernemingen”; zeg dan liever “ondernemers”. Hoor je het verschil? De laatste is menselijker en persoonlijker. Onderstreep uit bovenstaande tekst 1 en maximaal 3 van je belangrijkste klanten of klantgroepen. Kies de woorden die voor anderen duidelijk zijn en ook aanspreken. Verwerk die woorden eens in 1 zin. En start die zin met de woorden “Ik help... Of: “Ik richt mij op... (of: op wie ik mij wil gaan richten...)

- **1 zin:**

Stel dat je uit deze “*Wie help jij?*”-zin 1, 2 of 3 woorden moet halen die verduidelijken wie jij helpt of kunt helpen. Ikzelf zeg vaak “ik help ondernemers, nieuwe ondernemers en professionals”. Welke 1 tot 3 woorden kies jij?

- **‘1 woord’:**

P.S. Hoeveel lijn is er met jouw DIK - ‘De Ideale Klant’ - uit het deel Positioneren?



4e verdieping

1. **A-MERK**
2. **KERN**
3. **DIK** 😊
4. **VRAAG**

Wie ben jij?
 Wat doe jij?
 Wie help jij?
 Wat vraag jij?

Denk even terug aan de drie verschillende leestekens in het woord P.I.T.C.H - een uitroepteken, punten en een vraagteken. Het is niet alleen belangrijk om iets te vertellen of uit te roepen! Het is ook belangrijk om af en toe een punt te zetten. Zo houd je het kort en krachtig en ontstaat er rust en ruimte. Het is nog belangrijker om de interactie in een pitch op gang te brengen. Hoe doe je dat? Door het stellen van vragen. Een vraag creëert reactie, verbinding, gesprek, informatie en geeft verkoopsignalen. Durf te vragen! Durf jij te vragen?

Er zijn twee soorten vragen. Open vragen en gesloten vragen. Gesloten vragen beginnen met een werkwoord. De ander kan deze vragen alleen met ja of nee beantwoorden. Degene die de vragen stelt (jij!), moet dan het hardst werken. Voorbeelden: 'Heb jij het naar je zin'? 'Gaat het goed'? De antwoorden geven je als vragensteller amper informatie. Gesloten vragen zijn zeker niet fout. Soms kunnen ze ook effectief zijn. "Vind jij dit (of het onderwerp wat jij biedt) interessant?" geeft met een ja of nee, een goede vervolgrichting in je gesprek.

Open vragen beginnen met de 5W's of H: wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe...! Voorbeelden: "Hoe gaat het?" "Wat vind je ervan?" Degene die nu antwoordt, moet het hardst werken. Die mag zich immers 'openen'. Ook nu gaan we een minuutje vragen stellen...! Zet de timer

op 1 minuut en schrijf nu alleen maar GESLOTEN vragen op (die dus beginnen met een werkwoord). Op de volgende pagina. Succes!

- **1 minuut WAT VRAAG JIJ?** (gesloten vragen):

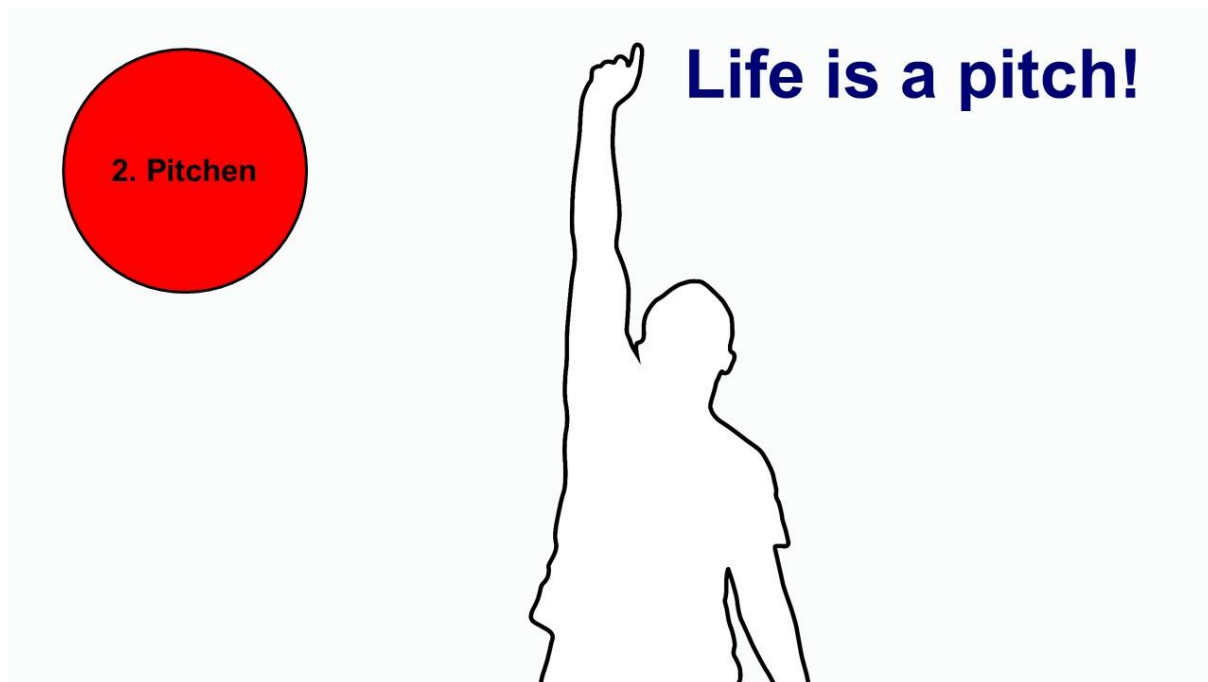
Stel de bovenstaande vragen nu eens hardop aan jezelf. En geef gelijk antwoord... Hoor je het? Voel je een beetje dat dit tussen twee mensen geen lekker gesprek op gang brengt? Pitchen is geen monoloog maar de start van een dialoog. En dat doe je door het stellen van open vragen. Schrijf nu eens 1 minuut lang alle open vragen op die in jou opkomen:

- **1 minuut WAT VRAAG JIJ? (Open vragen):**

Spreek eens enkele van bovenstaande vragen hardop uit. En beantwoord ze ook zelf... Wat ervaar je? Voel je het verschil met de gesloten vragen? Er zijn 3 type vragen die je altijd kunt stellen in ieder gesprekje: 1) FEEDBACK-VRAAG ('Wat vind je ervan?') 2) KLANTVRAAG ('Hoe kan dit jou helpen?') 3) BRUG-NAAR-DE-KLANT-VRAAG ('Wie uit jouw netwerk zou dit nodig kunnen hebben?'). Bedenk nu 3 vragen die jou de komende tijd gaan helpen in het bereiken van jouw plannen.

- **Jouw VRAAG TOP3:**

- 1.
- 2.
- 3.



We hebben nu vier superbelangrijke verdiepingen uit de basispitch, de Elevator Pitch, behandeld. Het A-MERK, de KERN, DIK & VRAAG. Het is belangrijk om deze goed uit te werken (pitch) en te oefenen (pitchen). Zodat jij jezelf in iedere situatie goed kunt neerzetten, voorstellen en ook het gesprek op gang kunt brengen.

Wie ben jij? Wat doe jij? Wie help jij? Wat vraag jij?

Later in dit 7 stappenprogramma behandelen we een lastiger pitch-onderdeel. Het is belangrijk om eerst dit stuk in je vingers, en in je mond, te krijgen. Bij de voorgaande vier onderdelen eindigden we steeds met de 1 zin-oefening. Schijf van de vier verdiepingen die ene zin nog eens over; en neem de ruimte om die zin alweer een beetje aan te passen en te verbeteren, als je dat wilt. Doe het op de volgende pagina.



1 ZIN: A-MERK + KERN + DIK + VRAAG

Neem de '1 zin' over uit deze vier pitch-verdiepingen op de vorige pagina's:

1. Wie ben jij?

"Ik ben..."

2. Wat doe jij?

"Wat ik doe..."

3. Wie help jij?

"Ik help... / "Ik richt mij op..."

4. Wat vraag jij?

"Ik vraag..."



DAG 3. SOUND! *(hardop uitspreken, spiegel, je mobiel)*

In deze training heb je de vier verdiepingen van een korte en krachtige Elevator Pitch uitgewerkt. Spreek deze verdieping voor verdieping uit.

1. A-merk. *Wie ben jij?*

- a. Spreek hardop uit wat je hebt opgeschreven bij 1 minuut/alinea. Lees het niet voor. Maar vertel het. Alsof je het aan een ander vertelt. Alsof het een echt gesprek is.
- b. Nu de 1 zin. Ga staan. En spreek het uit. “Ik ben....”

2. KERN. *Wat doe jij?*

- a. Spreek hardop uit wat je hebt opgeschreven bij 1 minuut/alinea. Lees het niet voor. Maar vertel het. Alsof je het aan een ander vertelt. In een echt gesprek.
- b. Nu de 1 zin. Ga staan. En spreek het uit. “Wat ik doe...”

3. DIK 😊. *Wie help jij?*

- a. Spreek hardop uit wat je hebt opgeschreven bij 1 minuut/alinea. Lees het niet voor. Maar vertel het. Alsof je het aan een ander vertelt. In een echt gesprek.
- b. Nu de 1 zin. Ga staan. En spreek het uit. “Ik help...”

4. VRAAG 😊. *Wat vraag jij?*

- a. Spreek eens hardop enkele open vragen uit
- b. Spreek eens hardop enkele gesloten vragen uit
- c. Spreek jouw VRAAG TOP 3 uit
- d. Doe het nu nog een keer. En neem het geluid op je mobiel op (met videocamera aan, alleen voor geluid). Hoe klinkt je? Vragend? Echt vragend?

5. PITCH. *En nu de allermoeilijkste...* Je bent op een netwerkbijeenkomst en je mag jezelf voorstellen. Spreek de vier verdiepingen van de vorige pagina in één keer uit. Zittend. En nu nog een keer. Nu staand. Voel je het verschil? Yes, you can!



DAG 4. PAUZE! *(adempauze, beweeg, drink water)*

Het woord P.I.T.C.H. bevatte het uitroepteken, het vraagteken ennnn... (je ziet 'm hierboven al vijf keer staan...) DE PUNT. Vijf keer een punt als symbool voor kort. Symbool voor rust. Symbool voor ruimte. Symbool voor pauze. Symbool voor ademruimte.

Pitchen = spreken = uitademen. Je kunt niet inademen en spreken tegelijk. Probeer maar eens. Pauze, rust, inademen is superbelangrijk. Niet alleen voor jou als verteller, als pitcher, maar ook voor de ander, de luisteraar. De ander kan het beter ontvangen, verwerken, verteren en begrijpen. Veel mensen praten veel te snel en te veel. Zonder punten. Ze zeggen daarmee weinig. De ander ontvangt het niet. En jij? Less is more. Hoe minder woorden, hoe meer punten, hoe meer ruimte voor de ander en meer ademruimte voor jezelf. Prettig toch?

Vandaag is de dag van de Pauze. Ademruimte. Voor jezelf. Voel eens of jij voldoende ademruimte neemt als je spreekt, en merk het ook als je vandaag met anderen spreekt. Let eens bewust op de ander en luister bewust naar hem of haar. Mooie dag vandaag!

En beloon jezelf met muziek. Zie de tweede alinea. De link 🎵:

https://www.youtube.com/watch?v=CRTYTmnCVz4&list=RDCRTYTmnCVz4&start_radio=1



Wees niet zo streng voor jezelf
 Het leven is voorbij voordat je 't weet
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Je bloed is niet lauw maar 't is heet
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Je sluit alles af, doet alles dicht
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Jeorst alleen je eigen gewicht

Doe alles vandaag wat je van jezelf niet mag
 Drink tot je 't uitzingt op een feest
 Droom totdat je vind 't is nog niet genoeg geweest
 Eet alle verboden heerlijkheden
 En slaap met iemand om wie je hebt gebeden

Wees niet zo streng voor jezelf
 Je kropt alles op, laat niet meer los
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Je denkt jezelf te pletter, wat overblijft is chaos
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Je bent geen vriend, alleen je eigen rechter
 Wees niet zo streng voor jezelf
 Zonder liefde ben je alleen een vechter





DAG 5. FAST FORWARD! *(feedback van ander)*

Vandaag Fast Forward. Je groeit sneller en je wordt sneller sterker als jij je inzichten uit dit programma deelt met anderen. Best spannend, wel versnellend.

Drie mogelijke oefeningen:

- **GESPREK**

Ga in gesprek met iemand. Met maar drie vragen:

- Wie ben jij?
- Wat doe jij?
- Wie help jij?

Je laat de ander deze vragen beantwoorden en jij vertelt ze natuurlijk zelf ook. Vraag om feedback op wat jij vertelt. Is het duidelijk? Is het aantrekkelijk? Hoe kom ik over? Feedback is a gift, de ander mag alles zeggen!

- **DE STEL JE VOOR-oefening**

Vertel in één keer de vier pitch-verdiepingen achter elkaar, dus aansluitend. Vraag om feedback.

- **INTERVIEW/VRAAG-OEFENING**

Jij mag de ander alleen maar vragen stellen. De eerste minuut alleen gesloten vragen. De tweede minuut alleen open vragen. Ervaar het verschil bij jezelf, vraag hoe de ander het beleeft, ervaar de verschillen in gespreksdynamiek 😊



6. STOP! (stoppen met dingen, handelingen, denken)

Pitchen is simpel gezegd 'kort en krachtig uitspreken, vertellen, verkopen, laten horen wie jij bent en waar jij voor staat'. Het liefst houden we het veilig voor onszelf en in onszelf. Delen met anderen ervaren we vaak als ons kwetsbaar opstellen. Dat anderen er dan wat van vinden en van mogen vinden. De STOP-knop staat deze week in het teken van 'de beperkende overtuigingen'. Word je eens bewust welke gedachten jou enorm beperken of remmen bij dát wat je liefst wilt en bijvoorbeeld lastig vindt om uit te spreken. En wat je misschien al langer voor je uitschuift maar waarvan je voelt... Nu is het moment! Nu of misschien wel nooit!

Achteraf heb ikzelf te lang gedacht: "Het komt later wel". Maar later is nu. Dus waar stop jij nu mee? Mooie vraag voor vandaag om bij stil te staan. En met beperkende overtuigingen te stoppen.

En beloon jezelf met muziek. Bijvoorbeeld deze. Later is nu. De Dijk! De link 🎵: <https://www.youtube.com/watch?v=8gT1m6pzSQ4>



Waar wil je op wachten?
Tot je wat zeker weet?
Alsof dat bestaat en
Zekerheid geeft
Is niet elke seconde
Een mogelijk uur U?
Waarom nog wachten?
Waarom niet nu?

Wat houdt je tegen?
Wat maakt je bang?
Dat wikken en wegen
Je blijft aan de gang
Je aarzelt nog even en
Wat heb je dan?
Dan is alles weer anders
En het komt er niet van

Later bestaat niet
Je weet hoe dat gaat
Later, dat gaat niet
Later is te laat

Dus doe hoe je zelf wilt
En neem je besluit



CHECKLIST WEEK 2:



Gereflecteerd?



Geschreven?



Gesproken (hardop)?



Gepauzeerd?



Gesproken (met ander)?



Gestopt (met iets?)