

Henriks checklista FÖR Elevator pitch

Av Henrik Ahlén
Version 1.5

1. Vad är en elevator pitch?

Uttrycket kommer ifrån att man ska hinna presentera sig och få kontakt med en intressant person som man stöter på i en hiss. Men den bör användas i alla sammanhang där man får frågan ”Vad gör du?”.

En bra elevator pitch ska presentera fördelarna i det du erbjuder, och öppna för fortsatt konversation och kontakt. Det är allt!

2. Vad bör en elevator pitch innehålla?

En fungerande elevator pitch bör besvara dessa tre frågor:

1. Vad gör du? Fokusera inte på de produkter/tjänster som du säljer, utan på hur dina kunder använder det som du gör. Var så konkret som möjligt.

2. Vem gör du det för? Vilka typer av kunder riktar du dig till?

3. Vilken nytta ger det dina kunder? Hur hjälper dina produkter/tjänster kunden att tjäna pengar, spara tid, minska stressen, öka produktiviteten etc?

3. Vad en elevator pitch inte är:

Den ska inte vara ett mekaniskt säljsnack, utan ett tidseffektivt sätt för dig att få till en konversation med den andre personen som kan leda till något värdefullt för er båda.

Du ska INTE presentera allt du kan eller gör!

Du ska INTE få den andre att köpa något av dig!

Du ska INTE fråga om de använder sådana produkter som du säljer!

Du ska INTE fråga vem de köper av!

En elevator pitch ska inte handla om dig i första hand, utan om hur du adderar värde till den andres verksamhet.

4. Vad är målet med en elevator pitch?

Att hindra den andre från att direkt säga ”Vi behöver inget sånt”, eller ”Vi har redan leverantörer/folk som gör det”, eller ”Vi sysslar inte med sånt”.

Istället vill du att den andre ska säga: ”Jaha, hur gör du det?”, eller ”Det låter intressant”.

Då har du ett guldiläge att få den andre att berätta mera om sig själv och lyssna på din beskrivning av hur du kan hjälpa honom/henne.

----- © Henrik Ahlén 2005 www.alfabravo.com -----

Jag hjälper företag att vidareutveckla sina tjänster och förbättra sin kundkommunikation, så att de får större intäkter och nöjdare kunder.

5. Hur lång bör en elevator pitch vara?

Ju kortare, desto bättre!

Många tror att den ska vara mellan 30 sekunder och upp till en minut. Det fungerar inte, det låter mekaniskt och får den andre att tröttna direkt.

En elevator pitch ska vara under 10 sekunder! Anledningen är att du vill att den andre ska tala så mycket som möjligt, så att du får fram dennes intressen och behov. Grundtips: Om du talar mest om dig själv kommer den andre att snabbt bli uttråkad, men om du uppmuntrar den andre att tala om sig själv kommer du att uppfattas som en intressant och trevlig konversatör. Gäller alla människor i alla sammanhang.

6. När bör man använda sin elevator pitch?

En elevator pitch är högst användbar på flera ställen än man tror. Den stärker din image och gör det lättare för folk att skapa sig en klar bild av din verksamhet.

1. I alla sammanhang där du presenterar dig för folk.
2. På ditt visitkort. Förvånansvärt många visitkort har ingen information alls om vilket värde personen kan tillföra sina kunder, eller ens om vilken bransch man riktar sig till!
3. På din webbsida.
4. När du introducerar dig på telefon till folk som du vill få kontakt med.
5. När du lämnar ett meddelande på en potentiell kontakts telefonsvarare.
6. På dina brevpapper och trycksaker.
7. I din email-signatur.

7. Vad säger man sen?

När du har lyckats få en persons uppmärksamhet med hjälp av din korta elevator pitch vill du få mera information om den andres intressen och behov. Då kan ni tillsammans upptäcka vad du kan erbjuda som den andre behöver. Berätta om hur du skapar värde för dina kunder och referera gärna till en nöjd kund inom en bransch som liknar den andres.

Beroende på sammanhanget kan du sedan antingen fortsätta konversationen direkt, eller boka tid för ett nytt möte eller en lunch. Om tiden är knapp, t ex i en hiss, så fråga bara ”Det skulle vara intressant att träffa dig på en lunch och få veta mera om din verksamhet. Kan jag få ditt visitkort så att jag kan ringa dig för att bestämma en tid som passar?”.

Ditt mål är att byta visitkort och få tillåtelse att ringa upp.

OBS! Anteckna sedan direkt på visitkortet vad som var intressant, samt var och när du träffade personen. En snabbvariant om du inte kan anteckna direkt på kortet är att vika övre vänstra hörnet = ”Het kontakt”, övre högra hörnet = ”Indirekt kontakt”, nedre högra hörnet = ”Ej kontakt”.

(Se även min checklista för affärsmingel)

----- © Henrik Ahlén 2005 www.alfabravo.com -----

Jag hjälper företag att vidareutveckla sina tjänster och förbättra sin kundkommunikation, så att de får större intäkter och nöjdare kunder.