

Goede pitch is sleutel naar meer rendement

‘Iedere professional worstelt met zijn of haar kernboodschap’

ZAANDAM - De eindejaargesprekken zijn in volle gang en net als bij iedere andere conversatie met klanten draait het om jezelf én het bedrijf op de meest ideale manier te presenteren en te pitchen. “Iedereen worstelt met zijn of haar kernboodschap.” In dit artikel krijg je zes tips en verdiepingen voor een overtuigende pitch.

Interview | door Lisa van der Linden



Patrick van Gils helpt met overtuigend presenteren en krachtig pitchen.

FOTO: JACQUES KOK

Dat vertelt Patrick van Gils van TOPpresentaties. Sinds jaar en dag houdt hij zich bezig met communicatie en ziet hij met eigen ogen hoe lastig het is om kort en krachtig een boodschap te vertellen om de ander te informeren. “Iedere professional heeft dagelijks te maken met vijf domeinen: pitchen, presenteren, verkopen, acquireren, netwerken. Spreken in het openbaar is een specialisme, want je wilt op de meest overtuigende manier je boodschap overbrengen”, vertelt Van Gils die naast spreker ook pitchtrainer en presentatiecoach is. “De basis in mijn trainingen is dat iedereen in 1 minuut kan vertellen wie ze zijn, wat ze doen en wat ze kunnen betekenen. Je hebt diverse soorten pitches, zowel persoonlijk als zakelijk. Dat vraagt om een andere aanpak, maar in basis heb ik zes stappen die belangrijk zijn om jezelf en het bedrijf goed te presenteren.” Van Gils vertaalt de zes stappen in zijn trainingen naar verdiepingen, gerelateerd aan de elevatorpitch. In een interview met *Out.of.Home Shops* legt hij deze zes verdiepingen uit en geeft hij bij iedere verdieping zijn eigen voorbeeld.

Verdieping 1: Jij bent een A-merk

“Je bent druk met het bedrijf en de ambities, maar daardoor cijfer je jezelf als professional als eerste weg. A-merkfabrikanten steken hun kop boven het maaiveld uit en daarom is het belangrijk om als professional niet alleen vóór een bedrijf te werken, maar er ook echt deel van uit te maken en er in je verhaal ook echt zelf voor te staan. Jij bent immers de brenger van de boodschap en ambassadeur van het bedrijf, met jouw gezicht, stem, oog en oor. In een pitch vertel je daarom ook vooral wie je bent. Eerst ruimte maken voor jezelf. Daarna kun je vertellen bij welk bedrijf je werkzaam bent en wat jou drijft om daar te werken. Hiermee pak je je podium en neem je jouw ruimte in. Bedrijven zijn trots op wie ze zijn en wat ze doen, maar dat moet iedereen zijn. A-merken hebben het lef en trots om zichtbaar te zijn, als persoon kan dat ook. Jij bent ook een A-merk. Mijn voorbeeld is: Ik ben

Patrick van Gils, een gedreven pitch- en presentatietrainer. Mijn bedrijf heet TOPpresentaties.”

Verdieping 2: Kom tot de kern

“Met wie je bent en wat je doet heb je de basis van je pitch, maar een kernachtige inhoudelijke start is net zo belangrijk. Geen informatiebrij, maar juist met een korte en krachtige pitch kun je sturen op wat de ander onthoudt en hoe je het overbrengt. In de praktijk help ik mensen met de ‘twee kernwoorden’-oefening: beschrijf in één woord waar je als mens goed in bent, wat je uniek of onderscheidend maakt. Daarachter zet je wat je doet in één woord. Mijn voorbeeld is: Ik geef verkoopverhogende pitch- en presentatietrainingen. Dat is kort en krachtig. Dit noem ik op een simpele manier uniciteit en helderheid toekennen.”

Verdieping 3: Ken de ideale klant

“In een gesprek of pitch wil je informatie duidelijk maken en aangeven wie jouw ideale klant is. Dat geeft bij nieuwe klanten herkenning en een goed gevoel. Zo kun je in de pitch aangeven dat je mensen helpt die op zoek zijn naar bepaalde producten of mensen met een gezamenlijk probleem. Dan geef je ze direct aandacht en dat spreekt aan in de pitch. De grootste vraag hierbij is: wie help jij? Mijn voorbeeld: Ik help professionals en ondernemers die een wollig, saai en weinig overtuigend verhaal hebben.”

Verdieping 4: Hoe vragend ben jij?

“Op de vierde verdieping draait alles om het stellen van goede, open vragen. Een pitch is namelijk geen monoloog, maar de start van een dialoog. Als jij kort en krachtig bent, blijft er meer tijd over voor de ander en dat is dé sleutel naar verkoop. Met vragen stellen kun je meer duidelijkheid creëren en de ander midden in het hart en hoofd raken. Door te vragen wat iemand ergens van vindt, kun je bewust peilen wat de ander heeft onthouden. In een gesprek kun je dit toepassen door te

vragen wat de partij aan de andere kant van de tafel belangrijk of interessant vindt. Wat is voor de ander de hoofdzaak, daar kun je op inspelen en dat is de sleutel naar meer rendement. Er zijn honderden vragen. Een paar voorbeelden zijn: wat is voor u het belangrijkste? Wat spreekt u het meest aan uit mijn voorstel of aanbod?”

Verdieping 5: Trigger de pijn

“Een stukje van het resultaat weggeven in een pitch of gesprek triggert de ander om te blijven luisteren. Dit noem ik altijd ‘pijn medicijn fijn’. Iedere professional en zijn product is een medicijn, want ze zijn laaiend enthousiast over hun product en hebben een oplossing voor een probleem. Door de pijn in je pitch aan te spreken, kun je jouw medicijn goed presenteren. Deze pijn is soms al bekend, maar kun je aanwakkeren door te vragen waar iemand wakker van ligt of wat lastig is in de

markt. Pas als je dat weet, kun je nagaan of je product (medicijn) waardevol is en het resultaat vertellen. Ik zeg vaak: ik zie dat veel mensen zich onzeker voelen bij het pitchen of presenteren, of dat er door verkoopmedewerkers geen eenduidig helder verhaal wordt verteld. Daarom help ik mensen om met meer zelfvertrouwen en gemak sneller klanten te kunnen overtuigen en de resultaten te verbeteren.”

Verdieping 6: Zeep de ander in

“Op de laatste verdieping komt alles samen, want in communicatie draait het niet alleen om wat je vertelt, maar vooral hoe jij het vertelt. De energie waarmee je de boodschap overbrengt is net zo belangrijk. De zesde verdieping noem ik dan ook zeep, want je wil de ander inzepen met je pitch. Door te vertellen met zin, enthousiasme en passie bereik je dit.”

Wil jij een gratis Pitch e-book?

Van Gils is #1 pitch- & presentatie-expert van Nederland. Hij was jarenlang de marketing-communicatietopman en woordvoerder van A-merkbedrijven als McDonald's, Studio 100 en Makro. Ruim 5 jaar geleden besloot hij, na een reorganisatie, zijn passie en droom te gaan volgen. Hij richtte TOPpresentaties op en is inspirerend spreker, pitchtrainer en presentatiecoach. Hij heeft inmiddels tienduizenden mensen geholpen met zijn praktisch toepasbare zesstaps-pitchformule. Een methode waarmee hij zorgt dat je steviger in de schoenen staat, helder overkomt, meer impact maakt op anderen en de ene na de andere klant aantrekt. Van Gils kan jou, jouw team of jouw bedrijf helpen met Pitchtraining (in-company), Presentatie- & Pitchcoaching en het Spreek je Rijk-jaarprogramma (open inschrijving, start januari) waar de BIG 5 van spreken in het openbaar worden aangeleverd: Pitchen, Presenteren, Acquireren, Netwerken en Verkopen. Daarnaast heeft Van Gils een e-boek geschreven 'Jouw magic PITCH'. Met 27 tips en mindsets voor een korte, krachtige pitch. Dit e-boek kun je gratis downloaden op zijn website: www.toppresentaties.nl.

