



Van Gils bij Máxima.

Patrick van Gils helpt ondernemers kort en bondig presenteren

‘Als foodbedrijf moet je ook het podium pakken’

ZAANDAM - Kort en bondig presenteren en pitchen. Iedereen wil het kunnen, maar het lukt maar weinig mensen. Patrick van Gils, die een achtergrond heeft als marketingcommunicatieman en woordvoerder bij McDonald's, Studio 100 en Makro, doet niets liever. Hij brengt zijn passie 'op het podium staan' dagelijks in de praktijk. Veel foodbedrijven kunnen namelijk nog wel wat hulp gebruiken bij het positioneren van hun merk.

Presenteren | door Kim van Dijk

De drive om je te laten zien en horen en op een podium te staan begon voor Van Gils op jonge leeftijd. Al op zijn twaalfde startte hij samen met vrienden een lokaal radiostation. Zijn passie: het 'pitchen' van iedere plaat: binnen de tijd van het intro de boodschap kort, krachtig en aanstekelijk overbrengen. "We hadden amper geld voor platen. Dus stapten we af op de ondernemers in de regio. Voor 25 gulden in de week konden ze geen nee zeggen tegen een door ons ingesproken commercial. We schreven een pakkende tekst en spraken een reclameboodschap in op onze zender", vertelt Van Gils. Na de illegale radio volgde de legale radio. "Dj worden, dat was echt mijn droom, maar dat beroep bestond toen nog niet echt, het was enkel plaatjes draaien in een tijd met weinig zenders. Het naar buiten treden ben ik echter blijven doen, zeker ook in mijn werk bij McDonald's Nederland, waar ik het marketing en communicatiemanagement dertien jaar op me nam." Ook bij zijn werk voor Makro en Studio 100 bouwde hij sterke merken met korte en krachtige communicatie.

A-merk

Die boodschap geeft hij tegenwoordig ook mee vanuit zijn eigen bedrijf, TOPpresentaties. Na een reorganisatie bij Makro vier jaar geleden, koos Van Gils ervoor zijn passie en droom te volgen en is hij voor zichzelf begonnen. Middels workshops, masterclasses en coaching leert Van

Gils professionals om te presenteren en te pitchen zonder stress. Er is een aantal 'fouten' waar bijna iedere professional tegenaan loopt. "Het is opmerkelijk om te zien dat mensen heel vaak hun eigen naam en de naam van het bedrijf vergeten te vertellen als zij zich mogen voorstellen. Jij bent toch ook een A-merk? En je bedrijfsnaam ook! Een A-merk staat als begrip ook voor kwaliteit en bekendheid. Dan moet je het ook zelf niet achterwege laten. Het gaat al heel gauw over wat bedrijven doen. Een overtuigende bedrijfspresentatie hoeft echt niet ingewikkeld te zijn. De kunst is juist om het kort, krachtig en aanstekelijk te houden", legt van Gils uit. Het gaat erom wat jou uniek en onderscheidend maakt, zegt de presentator. "Hoe pitch je jouw bedrijf in twee woorden? Alsof het je voornaam en achternaam is. Het eerste woord drukt uit wat je uniek maakt. Het tweede woord maakt duidelijk wat je doet. De twee woorden van McDonald's waren ooit hamburger restaurant. Dat weet inmiddels de hele wereld."

Gevaar zit volgens Van Gils ook in het overbrengen van de boodschap. Deze moet voor iedereen hetzelfde zijn. Iedere medewerker moet zijn bedrijf, op zijn eigen wijze, en toch vanuit dezelfde kern, op dezelfde manier presenteren. De boodschap moet dus consistent en consequent zijn.

Persoonlijk

Tot slot benadrukt Van Gils nog dat het essentieel is om een presentatie of pitch persoonlijk te houden. "Houd het dicht bij jezelf, dat komt het meest authentiek en geloofwaardig over. Ik mocht bijvoorbeeld vorig jaar een presentatietraining geven voor honderd ondernemers en professionals uit het bedrijfsleven. Die dag kwam koningin Máxima ook langs en ze woonde uitgerekend mijn presentatie een uur lang bij. Een presentatie die ging over het vergroten van je naamsbekendheid en zichtbaarheid in de 7 stappen (zie kader links, red.). Mijn dochter vroeg vooraf aan mij: "Pap, wat ga je de koningin daar nu over leren?" Dat vond ik een heel goede vraag. Deze anekdote heb ik daarom ook gebruikt bij de opening van mijn presentatie. Het brak het ijs en ik had de aandacht van de hele zaal en vooral ook van de koningin, die in lachen uitbarste."



Op de Zeepkist

In *Out.of.Home Shops* keert Patrick van Gils regelmatig terug met de rubriek *Op de Zeepkist*. In deze rubriek krijgt een persoon de kans om zijn bedrijf te presenteren in zestig seconden. Van Gils voorziet de pitch vervolgens van tops en tips om de presentatie van het bedrijf perfect te krijgen. En dat is belangrijk, benadrukt de presentator. "Niet alleen de ondernemer, manager of directeur van een bedrijf dient een korte en krachtige pitch van zijn bedrijf paraat te hebben; iedere medewerker zou dit moeten beheersen. Elk personeelslid is ambassadeur van het bedrijf. En kan met een goede pitch bijdragen aan meer 'brood op de plank'. Met een goede pitch zet iedere professional zichzelf en zijn bedrijf, binnen en buiten werktijd, overtuigend en vol zelfvertrouwen op de kaart. Dat leidt tot meer zichtbaarheid, meer impact en meer verkopen." Ook een keertje in deze rubriek, wilt u uw team overtuigend leren pitchen en presenteren of wilt u iedere medewerker een echte ambassadeur van uw bedrijf maken? Neem contact op met Patrick van Gils via patrick@toppresentaties.nl.

7 actieve P's

In de marketing heb je de bekende p's van product, prijs, plaats, promotie en ga zo maar door. Patrick van Gils bedacht zijn eigen P's voor zijn bedrijf TOPpresentaties. 7 werkwoorden die in 7 stappen moeten zorgen voor de beste en succesvolste bedrijfspresentatie. Van Gils heeft bewust gekozen voor 7 werkwoorden, want alleen als je ergens aan gaat werken, dan gaat het bewegen en lukken. De 7e stap is kern van het model en zijn aanpak: de letter U van het laten doorklinken van je Uniekheid als bedrijf. En de P van Pak je Podium! Die twee letters U & P vormen samen 1 woord: UP! Zet deze 7 stappen en *the only way is UP!*

