

Hoe u zich krachtig voorstelt in drie smaken

Als u een mogelijke prospect ontmoet, is het handig als u zich kort en krachtig kunt voorstellen. Maar niet in elke situatie krijgt u daarvoor evenveel tijd. Waar hangt dat vanaf en wanneer stelt u zich het beste hoe voor?

In de verkoopboeken wordt een kort en krachtige manier van voorstellen ook wel een 'elevator-speech' genoemd. Zo'n speech kan handig zijn tijdens netwerkbijeenkomsten, recepties, zakenlunches, e.d. Omdat u echter meer of minder tijd beschikbaar heeft, is het handig als u meerdere variaties voorbereid heeft. Een 'speech' van 10, 30 én 60 seconden kan dan helpen.

De minispeech van 10 seconden

De minispeech duurt maximaal 10 seconden en is de absolute essentie van uw productenpakket of dienstverlening. U gebruikt hem als u iemand voor het eerst ontmoet en deze volgt vaak na de vraag "En wat doet u?" De minispeech moet nieuwsgierigheid opwekken, uitnodigen tot doorvragen en voor de ander meteen een beeld neerzetten wat de kern van uw business is. Om deze speech te maken moet u nadenken over de volgende vragen:

- Wat is uw belangrijkste product of dienst (waarmee maakt u de meeste omzet)?
- Waarmee voegt u de meeste waarde toe bij uw klanten?
- Wat is uw belangrijkste onderscheidend vermogen?

Bijvoorbeeld. *"Wij leveren een uniek verpakkingsconcept aan ondernemers, zodat die makkelijk, veilig en goedkoop hun producten kunnen beschermen."*

De klassieke speech van 30 seconden

De klassieke elevatorspeech duurt circa een halve minuut, of 100 - 150 woorden. Deze gebruikt u bijv. tijdens een 'voorstelrondje'. De vragen die u zich moet stellen zijn hetzelfde als bij de minispeech,



Soms heeft u minder of meer tijd om u en uw product kernachtig voor te stellen. Bereid daarom drie kort en krachtige zogenaamde elevatorspeeches van 10, 30 en 60 seconden voor. Gebruik daarvoor de tips uit dit artikel.

alleen kunt u nu de antwoorden meer aankleden.
Opening. Begin met een pakkende en aandachtstrekken opening.

- **Niet:** *"Wij zijn een leverancier van verpakkingsmaterialen voor de groot- en detailhandel, bijvoorbeeld plastic luchtkussentjes voor in kartonnen dozen."*
- **Maar:** *"Wij verkopen lucht. Lucht als verpakkingsmateriaal, waardoor onze klanten hun producten schadevrij bij hun klanten kunnen afleveren."*

En einde. Gebruik een sterke uitsmijter of prikkelende vraag, waardoor u een reactie oproept bij de ander.

- **Niet:** *"En dan zou ik graag eens van u willen weten of u nog verpakkingsmaterialen kunt gebruiken."*
- **Maar:** *"Maar ons echte geheim van de smid vertel ik u graag als ik bij u binnenkort een kop koffie kom drinken ..."*

De uitgebreide speech van één minuut

Soms krijgt u de gelegenheid om op de 'zeepkist' te staan en uzelf te presenteren, bijv. tijdens netwerkvondens. Gebruik dan de speech van één minuut. Dit is de 30 secondenspeech aangevuld met een kort succesvol praktijkvoorbeeld.

Tip. Kies een bedrijf dat bij uw toevoegden tot de verbeelding spreekt. En beschrijf wat er is gebeurd of wat er tot stand is gekomen bij deze klant, nadat uw producten of diensten zijn geleverd.

- **Niet:** *"Wij hebben bij deze klant al hun verpakkingsmateriaal geleverd."*
- **Maar:** *"Met ons verpakkingsconcept heeft deze klant het aantal gevallen van transportschade met 90% teruggebracht. En dat tegen de helft van de kosten."*