

RABBI HILLEL UND DER ELEVATOR PITCH

Newsletter von Günter W. Remmert

Lösungen in Beziehungen und Beruf



www.beege.de

Liebe Freunde und Interessenten,

herzlich begrüße ich Sie als Leserin oder Leser eines neuen Newsletters.

Menschliche Lösungen, beruflich wie privat zu ermöglichen, dazu sind folgende Anregungen gedacht:

RABBI HILLEL	2
DER ELEVATOR PITCH	2
AIDA	3
BEISPIELE	3



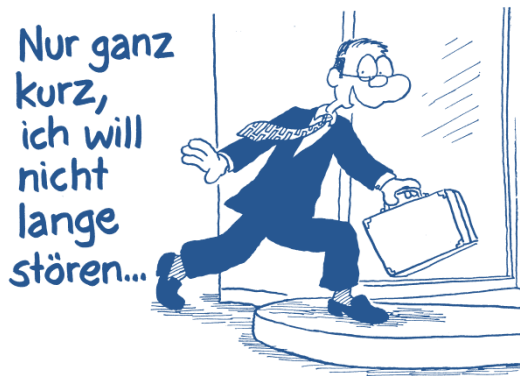
Gefallen Ihnen diese Seiten? Wären sie auch etwas für Ihre Freunde? Dann empfehlen Sie den Newsletter doch weiter! Möchten Sie Danke sagen, Kritik üben, Vorschläge machen? Dann schreiben Sie mir. Ich freue mich, von Ihnen zu hören. Freundliche Grüße aus dem Hunsrück

Günter W. Remmert

Günter W. Remmert

guenter@wachstums-impulse.de

www.facebook.com/guenter.remmert



Wie kann man prägnant und in der gebotenen Kürze eine Botschaft übermitteln?

Diese Frage beschäftigte Menschen bereits vor 2000 Jahren. Und sie stellt sich heute angesichts der ständig wachsenden Informationsflut neu.

RABBI HILLEL

Rabbi Hillel (* um 30 v. Chr.; † um 9 n. Chr.), also ein Zeitgenosse Jesu, gilt als weitherziger jüdischer Lehrer. Sein Gegenspieler war Rabbi Schammai, der das jüdische Gesetz streng auslegte.

Zu Rabbi Schammai kam einmal ein Nichtjude mit folgender Bitte:

„Wenn du mir die Lehre des Judentums, die Tora, vermitteln kannst, solange ich auf einem Bein stehe, werde ich konvertieren!“

Dieses Ansinnen lehnte Schammai als unzumutbar ab. Daraufhin ging der Abgewiesene zu Rabbi Hillel, der seine Frage nach einer Kurzfassung der jüdischen Lehre folgendermaßen beantwortete:

*„Was du nicht willst, das man dir tu, das füg auch keinem andern zu.
Das ist die ganze Tora, alles andere ist Kommentar. Jetzt geh und lerne!“*

(Babylonischer Talmud, Traktat Schabbat 31a)

Diese Goldene Regel *„Behandle andere so, wie du von ihnen behandelt werden willst!“* nahm übrigens auf Anregung von **Hans Küng** und der **Stiftung Weltethos** das Parlament der Weltreligionen 1993 in seine Erklärung zum Weltethos auf.

In der modernen Berufs- und Geschäftswelt kommt es auch häufig darauf an, prägnante und passgenaue Informationen zu übermitteln. In der Regel werden wir überschüttet von einem Zuviel an unnötiger Information. Eine inzwischen bereits legendäre Form, Wichtiges kurz und treffend auf den Punkt zu bringen, ist der sog. „elevator pitch“.

DER ELEVATOR PITCH

Diese etwas eigenwillige Bezeichnung stammt aus den 1980er Jahren. Junge karriereorientierte Angestellte in den USA nutzten die Fahrt in einem Aufzug mit ihrem Vorgesetzten, um diesen von einer neuen Geschäftsidee zu überzeugen.

„Elevator“ heißt Fahrstuhl, Lift und „pitch“ Verkaufs- oder Werbegespräch.

Um ihren Chef in 30 bis 60 Sekunden zu überzeugen, mussten sich diese jungen Leute also eine sehr kurze und prägnante Form einfallen lassen: eine Art Liftpräsentation, eine prägnante Kurzvorstellung. In kürzester Zeit galt es, auf den Punkt zu bringen, worin eine Leistung und ein Kundennutzen bestehen.

Das Ziel solch einer Präsentation ist, den Angesprochenen neugierig zu machen, sodass er anschließend zu einem persönlichen Gespräch einlädt oder Visitenkarten ausgetauscht werden.

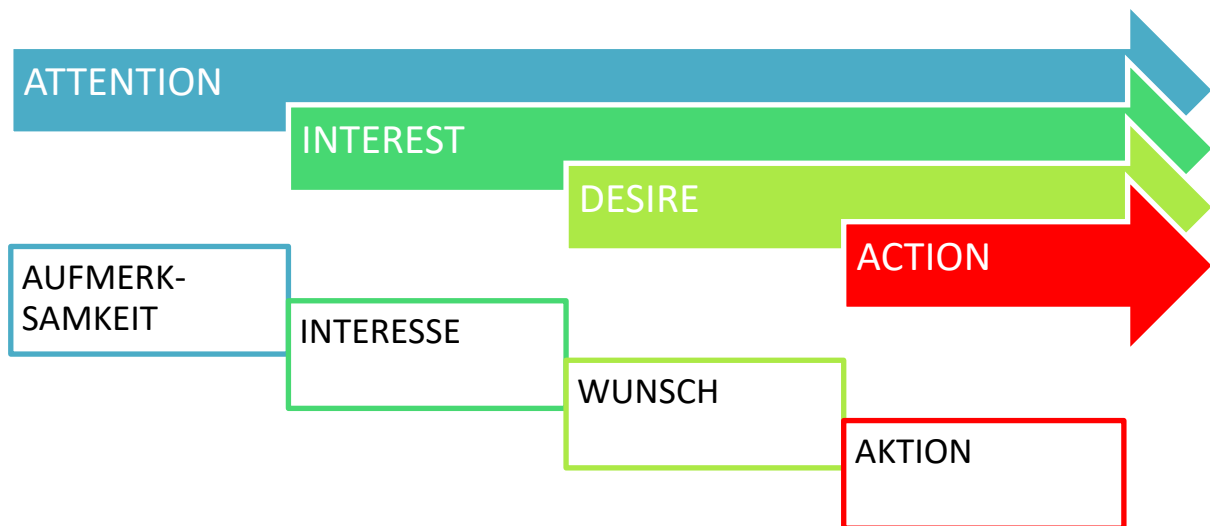
Bildlich gesprochen ist das erwachte Interesse des Gesprächspartners wie eine offene Tür, durch die man nur noch eintreten muss. Deshalb sollte ein Elevator Pitch so klar und einfach formuliert sein, dass selbst ein Fachfremder ihn verstehen kann.

Dieses Werkzeug lässt sich durch regelmäßigen Gebrauch schärfen und verbessern. Es ist wie ein gut eingeübter Witz oder eine immer wieder zum Besten gegebene Anekdote. Hierzu benötigt es allerdings anschauliche Bilder und leicht verständliche Vergleiche oder Beispiele. Außerdem eine kurze und prägnante Struktur, die alle wesentlichen Elemente beinhaltet.

AIDA

In der **AIDA**-Reihenfolge lassen sich die Elemente für den Elevator Pitch zusammenstellen.

- Als Erstes benötigen Sie die **wohlwollende Aufmerksamkeit** Ihres Gegenübers. Ein guter Einstieg könnte eine Frage sein, die auf einen Wunsch, ein Bedürfnis oder ein Problem des Kunden Bezug nimmt.
- Als nächstes versucht man das **Interesse** mit einer Lösungsmöglichkeit zu wecken und beschreibt in kurzen Worten den angebotenen Service und seine Vorteile.
- Der beim Zuhörer geweckte **Wunsch** entsteht dann, wenn der Kunde sich verstanden fühlt und im vorgestellten Konzept eine Lösung für seine Probleme sieht.
- Der **Abschluss-Appell** besteht darin, eine Folgehandlung zu bewirken. Ein Elevator Pitch ist dann ein Erfolg, wenn der Gesprächspartner z.B. ein ausführlicheres Gespräch zur Sache wünscht.



BEISPIELE

- Pendeln Sie auch zwischen Baustellen und Büro hin und her, das Handy immer in Nähe. Wann finden Sie Ruhe für die Büroarbeit? Stapelt sie sich schon? - Bevor sich Fehler in Ihre Pläne einschleichen, geben Sie diese Arbeit doch einfach ab! Sie organisieren und stehen vorn im Rampenlicht, und ich erledige die Aufgaben im Hintergrund. Sie gehen ganz entspannt in Ihre Besprechungen, da Ihre Präsentation rechtzeitig fertig ist. Ohne Kompromisse und professionell! - Ich bin XYZ, Ingenieur des Bauwesens. Ich verfüge über mehrjährige Berufserfahrung. Gerne unterstütze ich Sie. Hier meine Visitenkarte...

- Stellen Sie sich vor, Sie erlauben sich, einfach nur so zu sein, wie Sie sind. Eine Stunde lang, frei vom Alltag, frei von Stress, frei von Ansprüchen anderer. Sie schließen die Augen, drücken sich aus – mit Ihren Händen auf Papier. Sie sind jetzt die Hauptperson – mit allem, was Sie bewegt. Sie erleben gerade eine Stunde Intuitives Zeichnen. Was das ist? Eine heilsame Methode, sich selbst auszudrücken ohne künstlerischen Anspruch. Sie kommen in Kontakt mit Ihrer Kreativität. Ich biete Ihnen gerne eine Schnupperstunde an. Kommen Sie vorbei! Ich freue mich auf Sie.



- Wie ist es bei Ihnen? Ist das Erscheinungsbild Ihrer Firma so, dass Ihre Kunden Schlange stehen? - Ich als Designer ver helfe Ihrer Firma zu einem optimalen Erscheinungsbild. Ich schaue mit Ihnen, wie Ihre Firma sich darstellen will - und dann passen wir Ihr Bild genau diesen Voraussetzungen an. Logo, Geschäftsausstattung und Firmenkommunikation in einem Zug. Damit Ihre Kunden auf den ersten Blick sehen, mit wem sie es zu tun haben. Und Sie von sich aus kontaktieren...
- Haben Sie schon einmal versucht, neue Kunden zu gewinnen, ohne ein Wort zu sagen? Das geht wohl nicht. Marc Twain meint lapidar: „Die größte Macht hat das richtige Wort zur richtigen Zeit.“ Sprache verbindet, Worte überzeugen. Nutzen Sie diese Macht für Ihr Unternehmen! Überzeugen Sie Ihre Kunden! Von mir bekommen Sie dazu das nötige Handwerkszeug: die richtigen Worte zur richtigen Zeit. Mein Job ist es, andere von Ihrem Unternehmen zu begeistern: in Prospekten, auf Ihrer Homepage, in Ihrem Katalog, in Presstexten und wo sonst Sie es möchten. Klare Worte, die gewinnen. Gerne besuche ich sie einmal unverbindlich...
- Haben Sie ein Problem mit Stress, mit Perfektionismus, mit Nicht-Nein-Sagen-Können? Oder mit Menschen aus Ihrem beruflichen oder privaten Umfeld, mit Ihrem Chef, mit Mitarbeitern oder Kunden? Vielleicht haben Sie schon ein Buch gelesen, eine Fortbildung besucht oder einen Freund gefragt. Aber mit Tipps und Ratschlägen haben Sie Ihr Problem vielleicht gar nicht lösen können. Denn die Ursache ist kein Mangel an Methoden. Ihnen fehlt eine bestimmte Information. Die finden Sie aber nicht in Büchern und auch nicht bei anderen. Diese Information liegt in Ihnen selbst. Sie zu finden ist nicht leicht. Sie brauchen dazu mehrere Tage Zeit. Und meine Unterstützung. Wie das gehen kann? Hier finden Sie mehr Informationen...
- Sie kennen ja sicher Navigationssysteme. Da geben Sie Ihre Adresse ein und werden dann direkt zu Ihrem Ziel gelotst. Ich bin ein solches Navigationssystem, nämlich eines für Ihre Karriere. Als Karrierecoach bringe ich Sie auf dem optimalen Weg zum gewünschten Ziel. Dabei erkenne ich auftretende Baustellen und Staus und zeige Ihnen die besten Umleitungen um Hindernisse. Bei Bedarf gebe ich Ihnen gerne meine Visitenkarte. Oder haben Sie schon Interesse an einem Termin?

Wie sagte doch einer meiner Kollegen:
*Eine gute Botschaft sollte sein wie ein Minirock:
 kurz,
 sich auf das Wesentliche beschränkend
 und zum Weiterdenken anregend...*

