

Matthias Meyer | Tim Schlotthauer

# Elevator Pitch

Erfolgreich akquirieren  
in 30 Sekunden

• HOCHSCHULE  
• LIECHTENSTEIN  
Bibliothek



GABLER

# Inhaltsverzeichnis

^

"" "" |

<b>Nur 30 Sekunden ... Einleitung</b> . . . . .	5
Für wen ist dieses Buch? . . . . .	5
Was Sie erwartet . . . . .	6
Danke. . . . .	8
<b>1. Auf die Plätze - Die Bestandsaufnahme</b> . . . . .	13
Wie gut sind Sie positioniert? . . . . .	13
Ist Ihre Ansprache zielgerichtet? . . . . .	14
Können Sie Ihren Nutzen effektiv vermitteln? . . . . .	15
Wissen Sie, wie und wo Sie Ihre Kontaktpersonen finden können? . . . . .	15
Kennen Sie die Bedeutung des Gesprächseinstiegs und des Gesprächsabschlusses? . . . . .	16
Ergebnisse. . . . .	17
<b>2. Wie Sie Ihre Alleinstellung finden -</b>	
<b>Die Positionierung</b> . . . . .	19
Möglichkeiten der Positionierung . . . . .	19
Die Positionierung über Zielgruppenspezialisierung . . . . .	20
Die Marktnischen-Positionierung . . . . .	24
Die David-gegen-Goliath-Positionierung . . . . .	27
Die Problemlösungsspezialisierung . . . . .	31
Die Positionierung über den Service . . . . .	34
Die Spezialisierung auf Einsparpotenziale . . . . .	37
Ihre ganzheitliche Positionierung . . . . .	40
Zusammenfassung . . . . .	42

3. Im Visier: <b>Die Adressaten</b> . . . . .	43
Grobdefinition der Adressaten . . . . .	44
Feindefinition der Adressaten . . . . .	48
Motive möglicher Ansprechpartner. . . . .	51
Zusammenfassung . . . . .	56
<b>4. Gesucht, gefunden -</b>	
<b>Kontaktmöglichkeiten zur Zielgruppe</b> . . . . .	57
Adressen für die Kontaktaufnahme. . . . .	57
Kontaktplattformen für persönliches	
Elevator Pitching . . . . .	59
Messen und Kongresse. . . . .	60
Berufs- und branchenübergreifende Verbände. . . . .	62
Weitere Netzwerke. . . . .	64
Businessplan-Wettbewerbe. . . . .	65
Zusammenfassung . . . . .	66
<b>5. Auf den Punkt gebracht - Der Elevator Pitch</b> . . . . .	67
Vier Schritte zum Elevator Pitch . . . . .	67
1. Schritt: Betrachten Sie Ihren Nutzen aus Sicht	
der Zielperson . . . . .	68
2. Schritt: Verdichten Sie Ihre Aussagen. . . . .	71
3. Schritt: Optimieren Sie den sprachlichen Ausdruck . . . . .	75
4. Schritt: Erproben Sie Ihre Botschaft . . . . .	78
Zusammenfassung. . . . . *.-*..« . . . . .	79

<b>6. Ihr Auftritt: Umsetzungstechnik und rhetorische Mittel</b> . . . . .	81
Die wichtigsten Faktoren für eine erfolgreiche Umsetzung.....v w j m                    S V ^ W W                    •	82
Körperhaltung und Auftreten . . . . .	82
Blickkontakt mit dem Gesprächspartner. . . . .	83
Stimme und Begeisterung . . . . .	84
Struktur und Taktik des Elevator Pitches. . . . .	85
Baustein 1: Der Einstieg . . . . .	86
Baustein 2: Das Problem/die Chance skizzieren und den Nutzen aufzeigen . . . . .	92
Baustein 3: Der Abschluss. . . . .	96
Zusammenfassung . . . . .	98
<b>7. So funktionierte -</b> . . . . .	j> i
<b>Beispiele für gelungenes Elevator Pitching</b> . . . . .	99
Terminvereinbarung für ein technisches System . . . . .	99
Kaltakquise in einer Zahnarztpraxis . . . . .	101
Kundenakquise mit besonderem Service. . . . .	103
Neukundengewinnung für einen Übersetzungsdienst	105
Gewinnung eines Business Angels. . . . .	106
Akquise von Seminarteilnehmern . . . . .	108
Gewinnung von Messebesuchern. . . . .	109
Neukundenansprache mit der Übrigens-Methode ..	110
Zusammenfassung . . . . *^V4*V^W J-4 j'!... . . . . .	112

<b>8. Erfolgreich auf Distanz -</b>	<b>**</b>
<b>Elevator Pitching am Telefon und in Schriftform . . .</b>	<b>113</b>
Elevator Pitching am Telefon . . . . .	113
Schriftlicher Elevator Pitch . . . . .	114
Zusammenfassung . . . . .	116
<b>9. Die Elevator-Pitching-Checkliste (EPC) und der Elevator-Pitching-Fahrplan (EPF). . . . .</b>	<b>117</b>
<b>10. Zum Schluss. . . . .</b>	<b>121</b>
	<b>"t T rt</b>
<b>Stichwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>123</b>
<b>Literaturverzeichnis . . . . .</b>	<b>125</b>
<b>Über die Autoren . . . . .</b>	<b>127</b>

\*\*\_

dt!!

Vtl •