

[Print](#)

BRABANTS DAGBLAD

11-11-2006

Overtuigen in 30 seconden

Zaterdag 11 november 2006 - Elevator pitch - Stel, je staat in de lift, de deur gaat open en de investeerder die je al tijden zoekt, stapt bij je in de lift. „Zeg, wat doe jij tegenwoordig?“, vraagt hij. Niet echt het moment om met een mond vol tanden te staan.

Voor zulke situaties hebben marketingdeskundigen de elevator pitch bedacht. Een korte, pakkende presentatie van een bedrijf, idee of investeringsvoorstel om de toehoorder te overtuigen. Om zo geld los te krijgen, een klant te winnen of een nieuwe baan te bemachtigen.

Afgelopen maandag konden studenten van de Universiteit van Tilburg zelf oefenen in hun 'verkooppraatje-in-de-lift' onder toezienend oog van trainers en de bekendste Nederlandse pitcher van dit moment, Igor Kluin.

Ruim dertig studenten en jonge ondernemers waren naar de universiteit gekomen. Arnout Drenthel van de organiserende Academic Business Club: „De pitch is oorspronkelijk bedoeld voor investeerders, maar we moeten in veel meer situaties mensen overtuigen. Juist met een pitch kun je boodschap tot de kern terugbrengen.“

Kluin steekt zijn pitch af voor de groep. Hij won er in oktober 250.000 euro mee tijdens de Holland Innovation-beurs. Na 30 seconden volgt de slotzin 'Ik daag u uit om bij mij te investeren'. Even is het stil in de vergaderruimte, waarop Kluin zijn aanpak toelicht. Woorden als 'spannend' en 'technologie' gebruikt hij om te prikkelen. En hij oefende kortere en langere pitches om te variëren. „Zo heb ik een vergelijking met wijnen paraat. Die kan ik mooi gebruiken bij een wijnliefhebber.“

Trainer Jop Jurriaans legt uit dat je goed moet weten wat je onderscheidt van anderen. Een beetje brutaliteit mag best, vindt de groep, maar overdrijven of liegen is uit den boze.

Onder de tegenwerping dat 'de gebouwen in Amerika veel hoger zijn', oefenen de studenten daarna zelf hun pitch in de lift van het Koopmansgebouw.

De één is te vroeg klaar de ander is nog niet halverwege zijn verhaal als de lift stopt. En een derde wrijft te druk in zijn handen. Maar, zegt oud-student en jonge ondernemer Thomas Bouwels, het is een goede oefening. „Ik bel de hele dag met klanten. Maar dit direct contact is wel wat anders. De tijdsdruk is pittig. Thuis aan de telefoon zit ik vaak nog in mijn badjas. Dat is toch een stuk relaxter.“

Na afloop van de enigszins benauwde liftraining is Jurriaans redelijk tevreden. „Iedereen is enthousiast, dat is het belangrijkste. En toch kan het meestal nóg krachtiger.“

<http://www.brabantsdagblad.nl/ondernemer/article821474.ece>