

PERSONAL BRANDING

Tekst: Jocelyn Rebbens



De Elevator Pitch

De laatste maanden heb ik veel lezingen en trainingen Personal Branding gegeven. Aan zelfstandige ondernemers, maar ook aan fiscalisten, ambtenaren, controllers, managers etc. Zij zijn benieuwd naar de inhoud en betekenis van een persoonlijk merk en waarom het nodig is. Daarnaast vinden zij het zeker zo spannend te leren hoe ze hun Personal Brand krachtig en bondig aan hun zakelijke omgeving kunnen presenteren en communiceren. En dat is niet eenvoudig. Vandaar dat ik ditmaal uitgebreid stilsta bij de Elevator Pitch. Waarom? Omdat je niet zonder kunt! Een goed, kort verhaal over jou en wat je doet, helpt je in je persoonlijke communicatie, je website & folders en de inzet van Social Media.

In Amerika is de Elevator Pitch al jaren bekend. Het betekent dat jij in staat bent om jezelf of je massagepraktijk te 'verkopen' aan iemand die jij daarvoor op je netvlies hebt, binnen de tijd die een lift nodig heeft om vanaf de begane grond naar de bovenste verdieping te komen. Dat kan bijvoorbeeld aan iemand zijn die beslist over een baan bij een Wellness-organisatie waar jij altijd al hebt willen werken, maar ook aan een therapeut van wie je graag zou leren. Of aan een potentiële cliënt! Binnen 30-60 seconden zorg je ervoor dat jij je Personal Brand communiceert en dat je eindigt met je beoogde verzoek of uitnodiging! Het moet dus wel een interessant verhaaltje zijn, waarin je duidelijk maakt waarom die persoon niet om jou heen kan. Met andere woorden je moet krachtig openen en de ander prikkelen. In heel korte tijd dien je vervolgens je toegevoegde waarde helder te maken. Laat dus met passie en enthousiasme de voordelen van jou voor de ander zien. What's in it for him??

Het is, zoals TED-spreker Simon Sinek verklaart (2010), veel interessanter te vertellen waar jij in gelooft als het gaat om massage en wellness, dan welk massageproduct je gebruikt of welke soorten massages je concreet biedt. Zoals ook Apple doet. Werk bij je elevator pitch aan het einde naar een verzoek of vervolgmoment toe, laat geen open eindjes. Anders is je inzet voor niets geweest. Een elevator pitch heb je dan ook niet in een half uurtje compleet. Dat kost tijd en oefenwerk. Stel je zelf vooraf kort het doel van je elevator pitch en een paar vragen (wie, wat, waarom een uitnodiging/verzoek?), zoals in bovenstaande toelichting naar voren komen. Maak zeker in de voorbereiding gebruik van de collage of mood board van je Personal Brand.

TIPS:

- Vraag iemand in je omgeving die je vertrouwt, om te oefenen. Iemand die jou en je praktijk kent en je oprechte feedback durft te geven.
- Schrijf vooraf voor jezelf 5-10 kernwoorden die volgens jou je persoonlijk merk weerspiegelen en laat vijf mensen uit je omgeving dat ook voor je doen. Kijk naar de overeenkomsten en benut ook de positieve verschillen die jouw Personal Brand in de elevator pitch onderscheidend maken.
- Bekijk de video's van Simon Sinek (2010) op Youtube.