

Principper for den overbevisende salgspitch

Tillæg til Arbejdsbog i entreprenørskabsundervisning
- erfaringer fra **PACE**®

EKSTRA INTERVENTION

Denne øvelse kan med fordel anvendes som den sidste øvelse i den eksisterende procesmodel. Den kan også sættes i spil selvstændigt eller mellem andre trin, alt efter hvad der giver mening i forhold til det specifikke fag eller modul.

EKSTRA INTERVENTION

PRINCIPPER FOR DEN OVERBEVISENDE SALGSPITCH

ØVELSE: SKAB EN GOD FORTÆLLING

Fortællinger om succesfulde entreprenører findes i massevis. Både bøger og film fortæller inspirerende historier om, hvordan entreprenører har skabt deres forretninger. Fælles for dem er, at de kan give en bred indsigt i, hvilke udfordringer entreprenører kan støde på, og hvordan disse kan takles.

Brugen af fortællingen som kommunikationsmedium bygger på den logik, at mennesker på tværs af kulturer har delt historier siden tidernes morgen til at skabe fælles forståelser og betydninger. Fortællinger skaber nye forbindelser og er et magtfuldt værktøj til at erstatte en eksisterende ideologi med en ny tankegang. Derfor er det også en vigtig del af entreprenørskabsuddannelse at udvikle evnen til at konstruere og kommunikere fortællinger som muliggør og producerer handling, der kan gøre netop disse historier til virkelighed.

Gennem fortællinger kan de studerende skabe den verden de ønsker at agere og udfolde deres muligheder i. Pitchen er en af de mest populære former for fortælling, som bruges til at sælge en idé. Til trods for at pitchen er en af de mest anvendte fortællinger både indenfor og udenfor undervisningslokalet, findes der næsten ingen vejledning i hvordan man skaber den

rette fortælling. Denne opgave præsenterer otte letanvendelige principper til at skabe den perfekte pitch.

Som indledning til opgaven kan facilitatoren med fordel vise tre forskellige pitches – en dårlig, en rimelig, og en god – og diskutere, hvilke elementer der gør dem gode eller dårlige.

Med udgangspunkt i princippet Enkelthed, konstrueres en sætning for de følgende syv principper på en måde som er både overbevisende og oprigtig ved at:

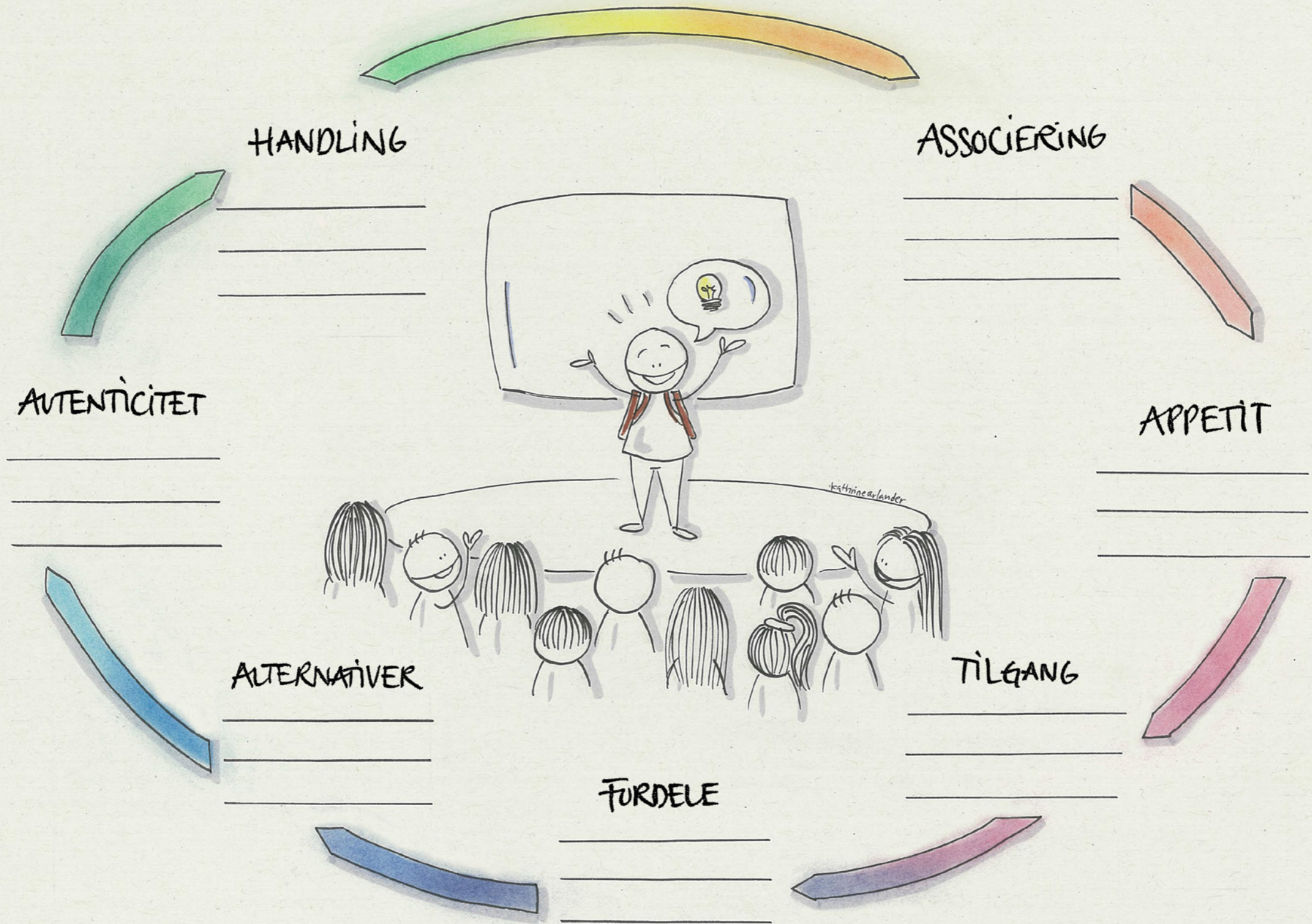
- Bruge hverdagsprog som er passende for målgruppen – enkelt, sammenhængende og troværdigt.
- Være præcis og kortfattet, undgå jargon og klicheer.
- Finde en balance mellem selvsikkerhed og overmod.
- Etablere et klart flow i din præsentation.
- Svare på hvem, hvad, hvor og hvordan uden at dit publikum bliver nødt til at spørge først.

PROCESSEN:

Skriv én sætning for hver af de følgende principper. Til sidst knyttes sætningerne sammen til en sammenhængende pitch.

- 1. Associering.** For at sikre at publikum kan relatere sig til anomalien er det vigtigt at fortællingen skaber genkendelighed og familiaritet; gerne ved at engagere publikums følelser. Hvis publikum ikke kan relatere til det problem som du løser, vil de heller ikke være interesserede i din løsning. Associeringsnudges inkluderer fx spørgsmål som:
 - Kan du huske en situation hvor...?
 - Har du nogensinde oplevet, at...?
- 2. Appetit.** Forklar præcis hvilket behov du opfylder og for hvem (din målgruppe). Tydeliggør målgruppens problematik ved at spørge:
 - Holder dette problem dem vågen om natten?
 - Hvilken indflydelse har problemet på deres hverdagsliv?
 - Hvordan stemmer din innovative løsning overens med deres behov?
- 3. Tilgang.** Illustrer hvorfor din innovative løsning er original, innovativ, usædvanlig, nytænkende eller banebrydende, ved at beskrive:
 - Hvad er præcist indholdet af din løsning?
 - Hvad gør den imponerende?
- 4. Fordele.** Dokumenter værdien af din innovative løsning for målgruppen ved at beskrive:
 - Hvilke fordele får de?
 - Hvad opnår de?
 - Beskriv 'kundeoplevelsen'
 - Giv kvantificerbart bevis (statistik) som relaterer sig til målgruppen
- 5. Alternativer.** Identificer potentielle erstatninger og definer hvordan din innovative løsning er anderledes fra andre (eksisterende) løsninger ved at svare på følgende spørgsmål:
 - Hvad tilbyder eksisterende konkurrenter og hvorfor er din løsning bedre?
 - Hvordan adskiller dit produkt sig?
- 6. Autenticitet.** Forklar hvordan dine kompetencer og kvaliteter hænger sammen med den mulighed du har identificeret og øg projektets troværdighed ved at:
 - Introducere teamet bag.
 - Forklare hvorfor det netop er dig (og dit team) og ikke en hvilken som helst anden der skal forfølge løsningen
- 7. Handling.** Identificer de næste skridt. Hvilken specifik handling ønsker du fra publikum i form af:
 - Penge, forbindelser (netværk), kommunikation, engagement, rådgivning mm.

**EKSTRA INTERVENTION:
PRINCIPPER FOR DEN OVERBEVISENDE SALGSPITCH**



ØVELSE:
Skab en god fortælling