

Din mingel pitch eller som det även heter elevator pitch ska vara kort, effektiv och bestående. Den ska sitta kvar hos den person som du presenterat den för och skapa förväntningar på dig och ditt erbjudande.

Du har inte lång tid på dig så tänk igenom din pitch noga,

- Vad är syftet med din pitch?
- Vilket mål har du med din pitch?
- Vad vill du att personen ska känna efter din pitch?
- Vad vill du att personen ska göra efter din pitch?
- Vad ska vara bestående hos personen dagen efter din pitch?

Själva idén med din pitch är att du, normalt, ska förmedla den till en okänd person under väldigt kort tid, ca 10-30 sek. Det är den korta tiden som tvingar dig att vara strukturerad, avskalad och relevant. Eftersom nätverk har blivit ett måste är det även ett måste för dig att ha ett antal kreativa pitchar till hands. Din pitch ska vara,

- Kortfattad
- Enkel och tydlig
- Visualiserande
- Lockande
- Kundanpassad

### Kortfattad

Din pitch ska vara både kort och slagkraftig. Du har ca **10-30 sek** på dig att skapa attention hos din lyssnare. Du ska inte berätta allt utan enbart en "teaser" som gör att du upplevs som en intressant person som kan skapa mervärde åt din lyssnare.

### Enkel och tydlig

Du ska använda ett **rakt, ärligt** och **enkelt** språk som alla kan förstå. Impo-nera inte med utländska ord eller branschspecifika ord som kanske inte för-stås eller lätt kan misstolkas.

### Visualisera

Visualisera innebörden av ditt erbjudande, d v s **måla** upp **bilder** av din verk-samhet. Använd begrepp som skapar bilder hos lyssnaren.

Talesättet - en bild säger mer än 1 000 ord" kommer väl till pass.

### Lockande

Beskriv bara så pass mycket att lyssnaren kan **skönja** en positiv effekt i sin verksamhet när ni börjar samarbeta. Locka lyssnaren till att inse att ert fram-tida samarbete är värt många pengar. Låt något som lyssnaren verkligen vill veta vara osagt. Lyssnaren ska vilja veta mer om dig och din produkt.

Få lyssnaren att bli så pass intresserad att han/hon börjar ställa frågor.

### "Kund"anpassad

Du ska inte ha en enda pitch utan du ska ha flera **olika pitchar** för olika ändamål beroende på vem du pratar med. Din pitch ser olika ut om den handlar om produkt, företag, finanser eller om den handlar om att komma in i ett nätverk.

### Ge ett exempel

Som alltid när du säljer in något ska dess egenskaper, fördelar eller dess innebörd **bevisas**. Visa vilken effekt ditt erbjudande genererar genom att ge ett smakprov från tidigare kund eller liknande. Ditt exempel kan även kopplas samman med ett påstående eller en fråga.

### Rak och ärlig

När du uppfattas som **rak, tydlig** och **ärlig** kommer många vilja lyssna på dig. Det är då du lyckas med att sälja in din idé och liknande.

### Öva, öva och öva igen ..

Skriv samman din pitch som en liten text. Skriv om den igen fast gör texten mindre. Gör om och gör om igen. Sedan tar du ut stolpar som du använder för att berätta din pitch med. Korta ner din text så mycket som möjligt och gör den än mer tydlig. Öva, öva och **öva igen**.

### "Alla lever av att sälja någonting"

- Robert Louis Stevenson, 1850-1894, författare till bl a Dr. Jekyll och Mr. Hyde  
och Skattkamarön