

Pitchtraining

Vergroot je meerwaarde voor het MKB!



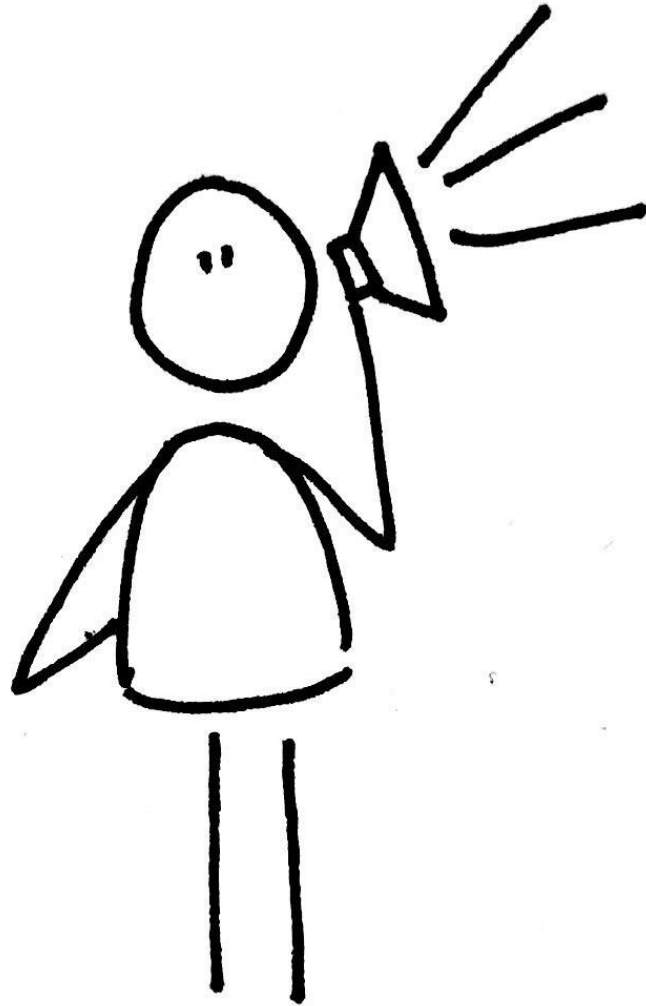
Dinsdag 11 oktober, 13.00 -15.00 uur



WW

1. Vertel wat je gaat vertellen
2. Vertel het
3. Vertel wat je hebt verteld

Presenteren

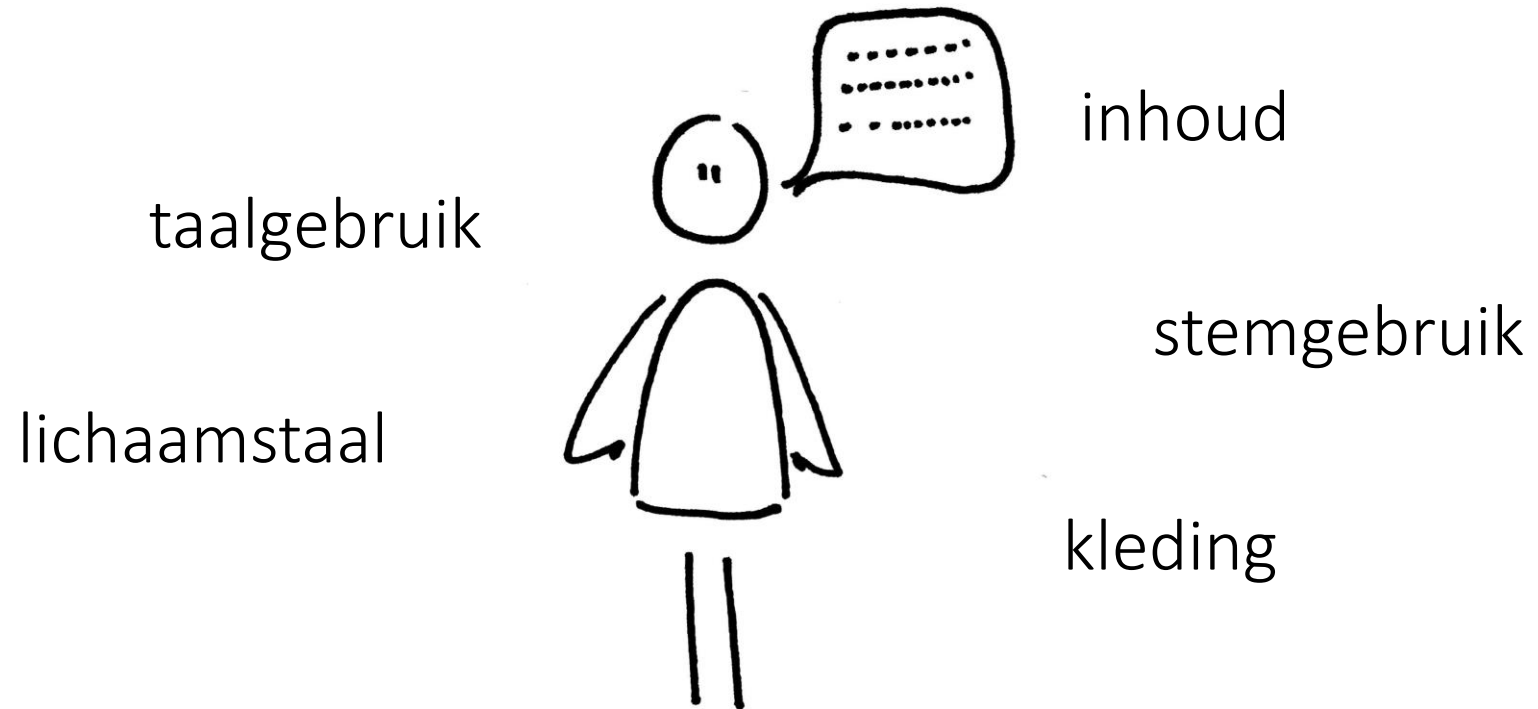


Presenteren = bewustzijn

- Hoe sta je er bij?
- Wat heb je aan?
- Gebruik je je handen?
- Hoe praat je eigenlijk?



Rapport

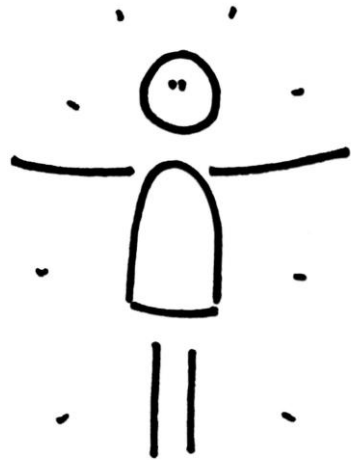


Rapport



Ethos Pathos Logos

Wie



Wat

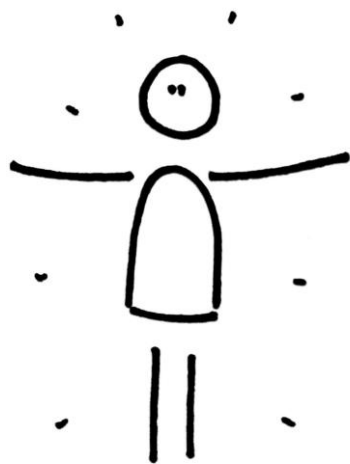


Hoe

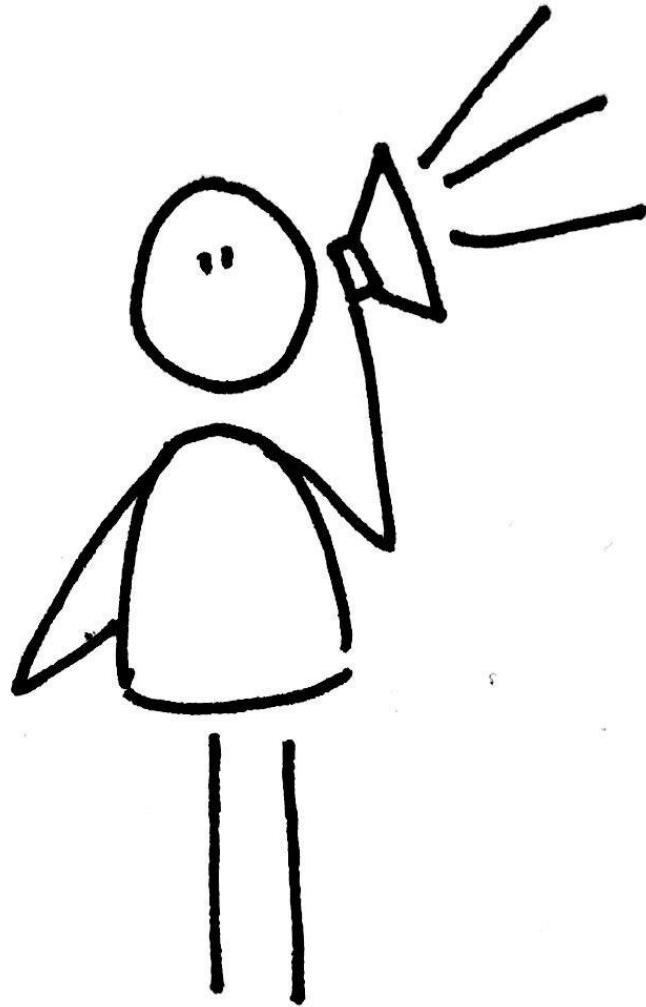


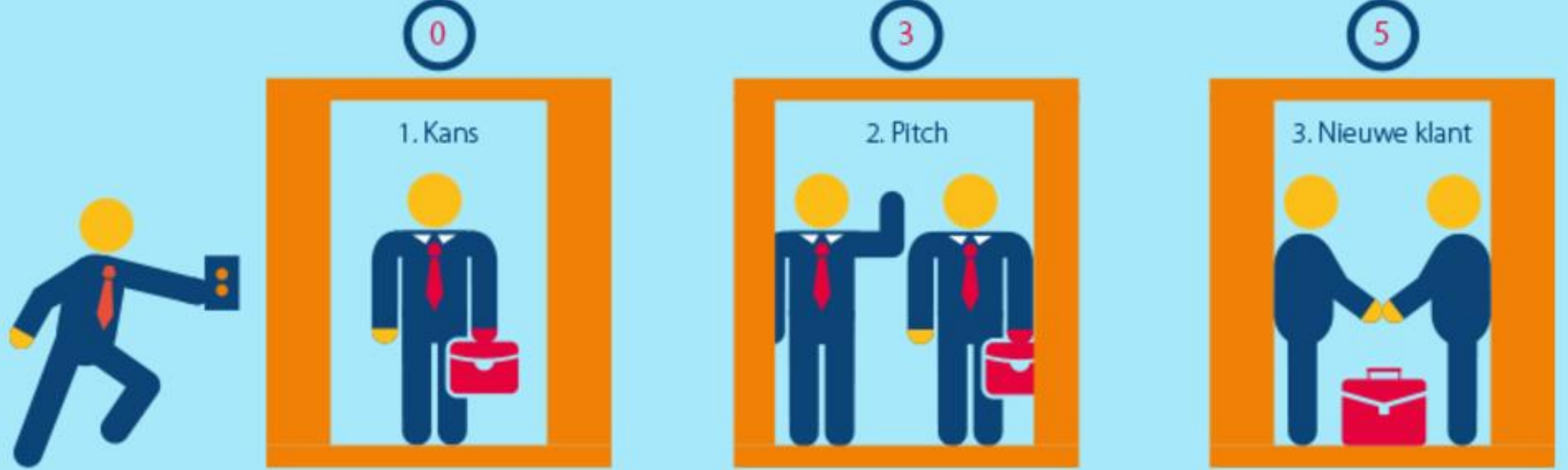
Ethos, pathos, logos

Het MKB moet meer samenwerken met kennisinstellingen



Pitchen





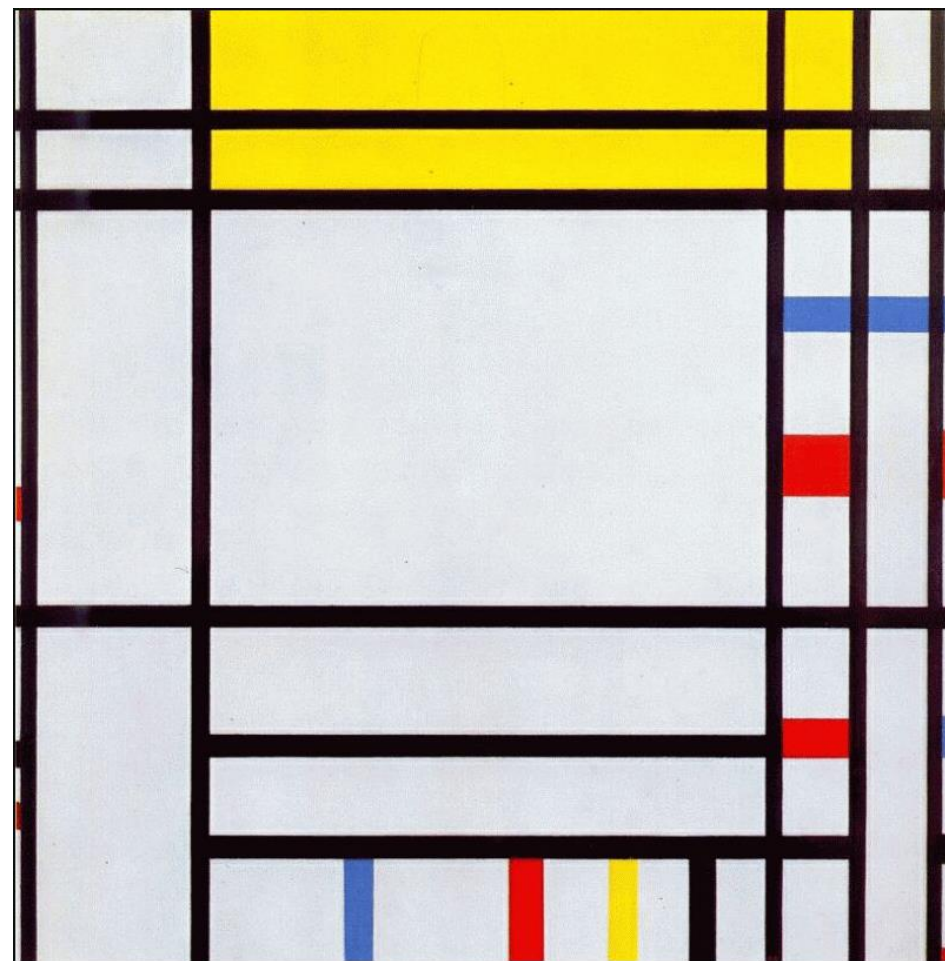
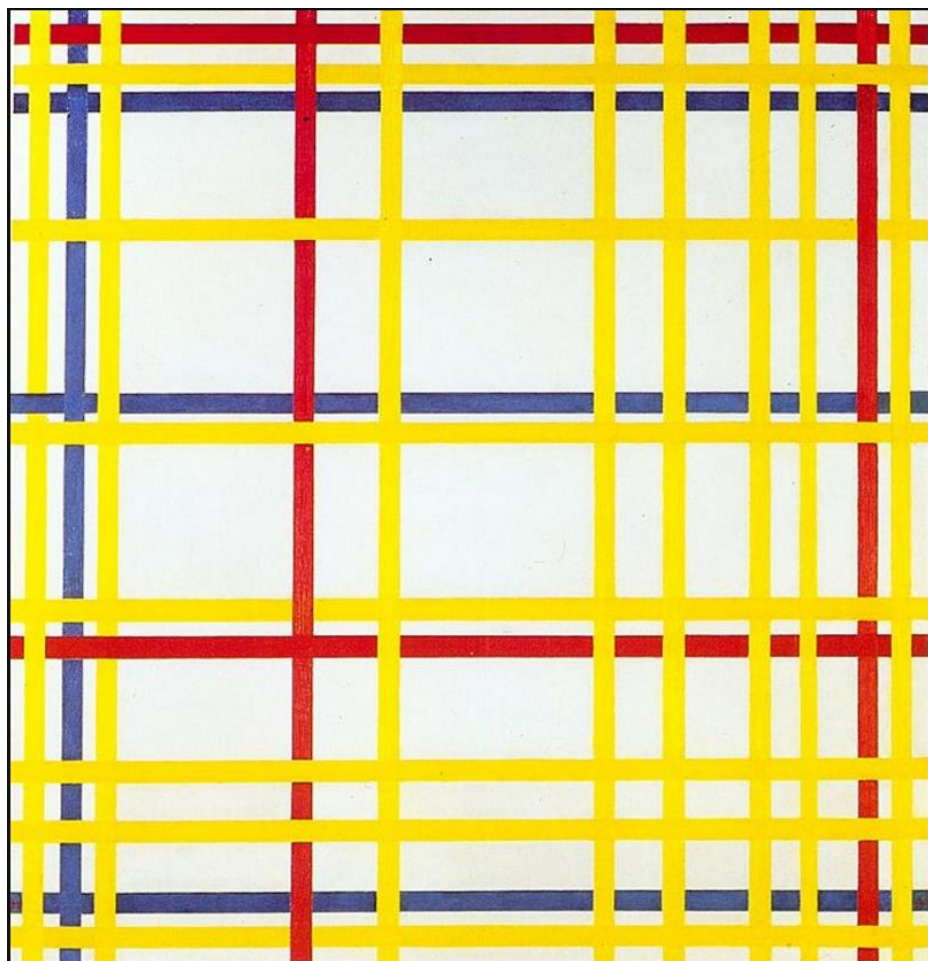
(Elevator) pitch

- Een boodschap op een korte en bondige manier overbrengen
 - Jezelf presenteren
 - Een idee overbrengen
 - Iets verkopen
- Doel: de aandacht en interesse van gesprekspartner, publiek, toehoorder of kijker opwekken

Call to action



Meer met minder woorden



Hoe doe je nou een goede pitch?

- Meer vertellen ≠ sneller praten
 - Less is more - wat wil je **echt** vertellen?
 - **Structuur** – Begin Midden Eind
- Hoe gaan we die structuur aanbrengen?

Structuur

Begin

- Krijg de aandacht van je publiek met een prikkelende opening
- De eerste 10 seconden tellen

Midden

- Breng de inhoud van je pitch over
- Wat is belangrijk voor je publiek?

Eind

- Roept op tot actie!
- Wat moeten mensen **doen** nadat ze je pitch hebben gehoord?



Opening Pitch – Krijg de aandacht

- Vraag (Heb je wel eens nagedacht over....?)
 - (Persoonlijke) anecdoten (“Als kind werd ik al gedreven door...”)
 - Statement (“Nooit meer krapte op de arbeidsmarkt”)
 - Citaat (“Never waste a good crisis”)
 - Verhaal (“Er was eens....”)
-
- **Humor**
 - **Verrassend**
 - **Compact**



Middenstuk – wat ga je vertellen?

- Wat wil je vertellen?
- Wat is interessant voor jouw publiek?
- Hoe breng je dit alles het best over?

Optie 1: Standaardgeschilpuntenmodel



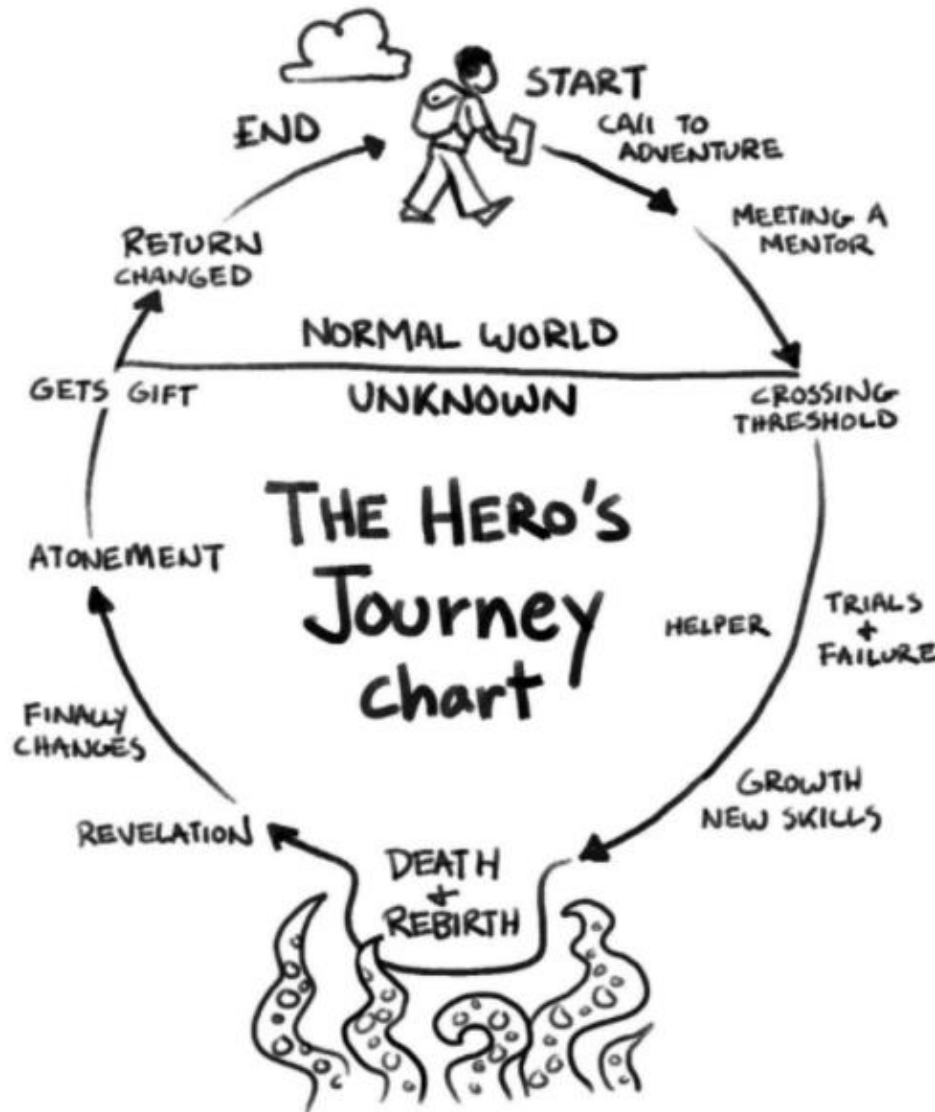
1. Wat is het **probleem**? (Is er wel een probleem?)
2. Is dit probleem **ernstig**? (Ervaart iedereen dit als een groot probleem?)
3. Is dit probleem **structureel**? (Is dit volgend jaar nog steeds een probleem?)
4. Wat is de **oplossing**? (Zijn er nog alternatieven?)
5. Is deze oplossing **uitvoerbaar**? (Mag en kan het wel? Is er geld en draagvlak voor?)
6. Is deze oplossing **doeltreffend**? (Lost deze oplossing dit probleem wel echt op?)
7. Zijn de **voordelen** groter dan de nadelen? (Komt er geen nieuw probleem?)

Standaardgeschildpuntenmodel

Om de aansluiting onderwijs-arbeidsmarkt te verbeteren, is het noodzakelijk dat het beroepsonderwijs en het bedrijfsleven meer samenwerken

1. Wat is het **probleem**? (Is er wel een probleem?)
2. Is dit probleem **ernstig**? (Ervaat iedereen dit als een groot probleem?)
3. Is dit probleem **structureel**? (Is dit volgend jaar nog steeds een probleem?)
4. Wat is de **oplossing**? (Zijn er nog alternatieven?)
5. Is deze oplossing **uitvoerbaar**? (Mag en kan het wel? Is er geld en draagvlak voor?)
6. Is deze oplossing **doeltreffend**? (Lost deze oplossing dit probleem wel echt op?)
7. Zijn de **voordelen** groter dan de nadelen? (Komt er geen nieuw probleem?)

Optie 2: Storytelling



1st Act (The Known)

1. The Ordinary World
2. Call to Adventure
3. Refusal of The Call
4. Meeting The Mentor
5. Crossing The Threshold

2nd Act (The Adventure)

6. Tests, Allies, Enemies
7. Approaching The Inner Cave
8. The Ordeal
9. Seize The Reward

3rd Act (Chance to Make It Right)

10. The Road Back Home
11. Resurrection, Atonement
12. Return with The Elixir

Storytelling

Er is altijd één held in het verhaal

Er zit altijd een gat tussen wat de held nu kan/wil en zijn einddoel

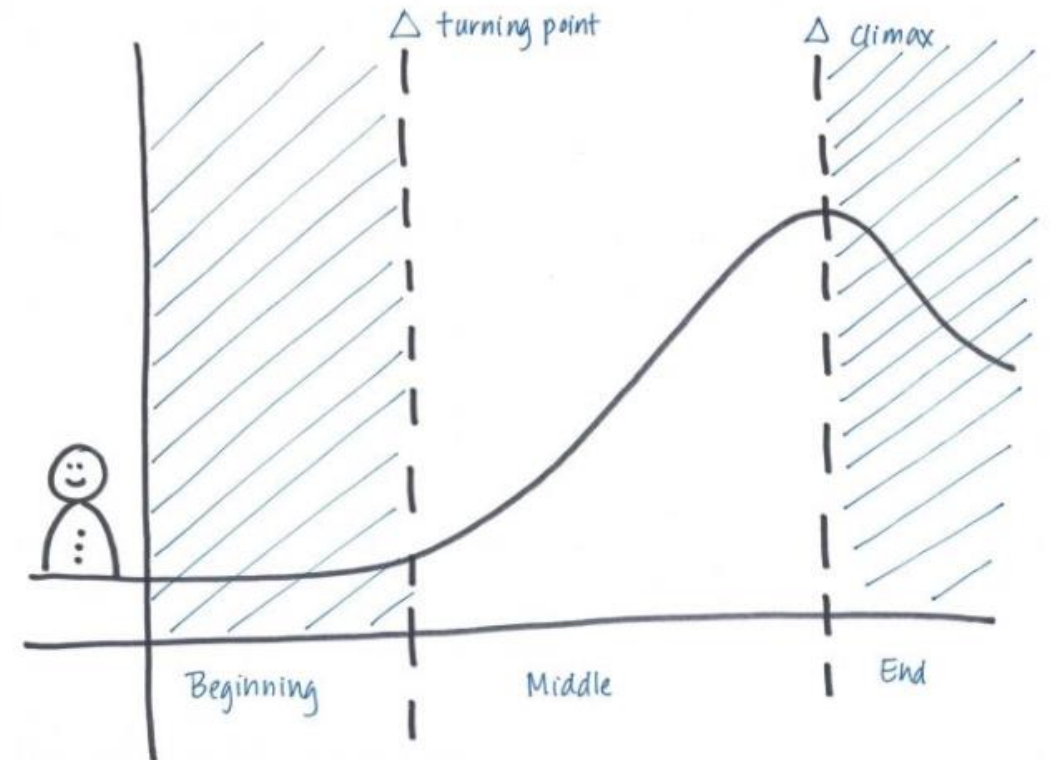
De held maakt dus een transformatie door

Jij vertelt niet alleen het doel, maar juist het proces:
de reis van de held!

Dus

1. Wie is jouw held? (MBO-student, werkgever)
2. Wat is zijn einddoel?
3. Sluit het perspectief van jouw held aan?

Meer weten over
storytelling? Kijk op
StoryCraft.nl of klik [hier](#)



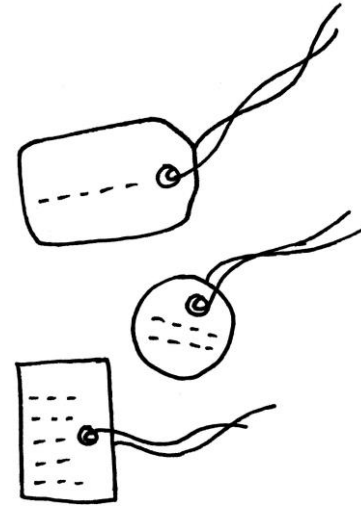
Middenstuk – hoe ga je het vertellen?

Structureren van je boodschap

- VVV
- Labels
- SExI

Structuren met labels

- ten eerste, ten tweede, ten derde...
- financieel, ethisch, milieu...
- horen, zien, proeven...

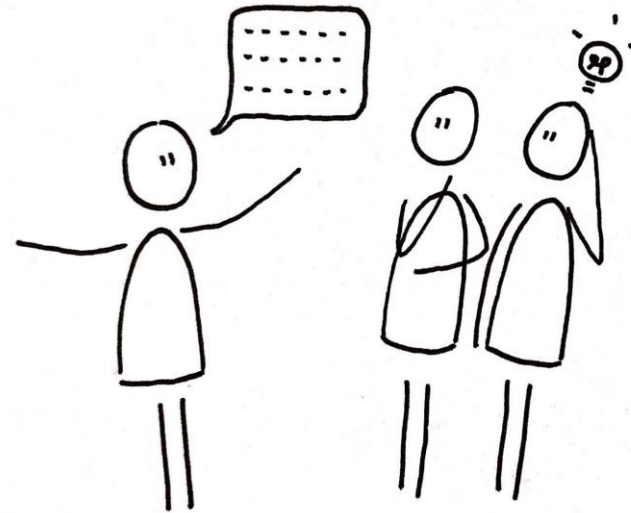


En;

- al het goede komt in drieën
- goud, brons, zilver

Structureren met SExI

- State
- Explain
- Illustrate





SEXI

State: Social media hebben een slechte invloed op de schoolresultaten van onze studenten

Explain: Social media leiden enorm af. Ze verleiden studenten ertoe om de hele dag op hun mobiel te zitten in plaats van te studeren.

Illustrate: Waar zou een student na een hele dag onderwijs meer zin in hebben? Studeren of TikTok met zijn vrienden?

SExI

Hoeft niet altijd in deze volgorde!

Nadat Barack Obama zich had bekwaamd in het presenteren werd hij vooral door zijn geweldige sprekerskwaliteiten gekozen tot president van de Verenigde Staten. *Je kunt door te presenteren je ideeën en meningen overbrengen en daarmee veel invloed uitoefenen.* **Goed kunnen presenteren helpt je carrière vooruit.**



We gaan zelf aan de slag!

Bereid een pitch voor
Over een onderwerp naar keuze

Pitch 2 minuten per persoon

Probeer zoveel mogelijk van wat je
vandaag hebt geleerd mee te nemen

Dus: hoe doe jij de perfecte pitch?

Stap 1. Hoe grijp je de aandacht van je publiek?

- ✓ Ken je publiek en maak rapport
- ✓ Ethos, pathos, logos
- ✓ Bedenk de ideale opening

Stap 2. Als je de aandacht hebt, wat ga je ze dan vertellen?

- ✓ Standaardgeschilpuntenmodel
- ✓ Storytelling

Stap 3. Hoe zorg je dat ze het morgen ook nog weten?

- ✓ VVV
- ✓ Labels
- ✓ SEI

Tot slot

- Wat neem je mee?
- Zijn er nog vragen?

Uitsmijter: lifehack voor de pitch



[Your body language may shape who you are | Amy Cuddy - YouTube](#)

Meer weten?



Hilke Grootelaar
hilke@houfestijn.com
06 – 44 9 1 82 47
www.hilkegrootelaar.com