

VOORWOORD

Wat goed dat je dit boek gekocht hebt én wilt leren pitchen! De afgelopen tien jaar heb ik ontdekt dat pitchen voor iedereen een belangrijke vaardigheid is geworden. In deze tijd als zelfstandig trainer heb ik duizenden mensen getraind in het maken en geven van een overtuigende pitch. Ik heb een slimme vijfstappenmethode ontwikkeld op basis van onderzoek en praktijkervaring die ik met je deel in dit boek. Deze methode heb ik gebruikt om duizenden mensen te trainen én is dus een beproefd recept voor succes. Het begon allemaal toen ik in 2007 docent werd...

In 2007 startte ik als docent online marketing bij Fontys Hogeschool en kreeg ik al snel met ondernemersonderwijs te maken. Samen met collega's zette ik de ondernemerswedstrijd Fontys Best Business op waarin studenten hun businessplan pitchten voor ondernemers, bankiers en investeerders. Een spannende en leerzame wedstrijd die voor veel studenten een hoogtepunt van de studie is. Om de studenten te helpen bij hun pitch organiseerden we elke keer een pitchtraining. Opgezet door een geweldig inspirerende trainer, die helaas overleden is enkele jaren geleden. Toen ik na zes jaar docentschap in 2013 afscheid nam bij Fontys om als zelfstandige verder te gaan, werd ik gevraagd of ik die pitchtraining zou willen geven. Dat was een perfecte kans om een

bijdrage te blijven leveren aan het onderwijs en me vast te bijten in het maken van een perfecte pitch.

Ik ben me toen gaan verdiepen in pitchen. Wat maakt een pitch pakkend? Wat is pitchen precies wel en wat niet? Waaruit wordt een pitch opgebouwd? Welke verschillende soorten pitches zijn er? Nadat ik talloze video's, websites en boeken had bekeken, kwam ik tot vier stappen voor de opbouw van een succesvolle pitch en een aantal beproefde overtuigingstechnieken die een pitch succesvol maken. Samen met een verzameling pitchvoorbeelden op video kon toen het trainen beginnen. Ik heb duizenden mensen getraind, zowel studenten als professionals in het geven van een overtuigende pitch:

- Zorgprofessionals
- Studenten van ondernemersopleidingen (mbo, hbo en universiteiten)
- Werkzoekenden
- Ondernemers
- Advocaten
- Ambtenaren
- Accountmanagers
- Ingenieurs
- Ervaringsdeskundigen
- Docenten
- Welzijnswerkers
- Multinationals/grote corporaties
- Onderzoekers
- ICT'ers
- Projectmanagers
- Ngo's/Non-profitorganisaties

Echt iedereen pitcht, iedere dag. Tijdens de trainingen kwam ik erachter hoe belangrijk pitchen voor mensen is en hoe moeilijk veel mensen dat vinden. Heel veel mensen wordt dagelijks gevraagd om te pitchen

en het is echt een essentiële vaardigheid geworden voor professionals, maar eigenlijk voor iedereen. Ondanks het belang van pitchen, is het niet voor iedereen even gemakkelijk. Je zou bij sommigen zelfs kunnen spreken van pitchangst, de vraag om een pitch te doen jaagt mensen soms de stuipen op het lijf. Mijn missie met dit boek is dan ook om mensen beter te laten snappen wat pitchen echt is, hoe het werkt en ze te helpen met power te pitchen.

Na tien jaar zelfstandig trainerschap heb ik besloten alle ervaringen tijdens de trainingen, kennis over pitchen, te bundelen in dit boek. Een handvat voor mensen die gevraagd worden te pitchen of mensen die zelf kansen willen pakken door een krachtige pitch te hebben.

Tijdens het schrijven van dit boek heb ik de vier stappen uitgebreid naar vijf stappen. Tijdens het doen van research voor het boek en het reflecteren op alle trainingsmomenten ontdekte ik een waardevolle toevoeging. Vandaar! Dat is ook de kracht van het schrijven van een boek; alles nog eens de revue laten passeren en de puntjes op de i zetten.

Ik heb genoten van de creativiteit van mensen tijdens die talloze pitches! En ik heb me verbaasd over de verborgen talenten van mensen nadat ze met de eenvoudige methode aan de slag gingen. Wat was en is het leuk om met mensen een paar uurtjes te gaan oefenen met pitchen en ze te helpen voor hun eigen school- of werksituatie een écht aansprekende pitch te laten maken.

Ik hoop dat het boek je stimuleert maar vooral ook ondersteunt om een goede pitch te maken en het vooral ook te durven. Een perfecte pitch bestaat niet. Een persoonlijke en unieke pitch wél!

Speciale dank bij het schrijven van dit boek gaat uit naar iedereen die me heeft aangemoedigd dit idee om te zetten in actie en de mensen die me praktisch en mentaal hebben ondersteund bij het schrijfproces. In het bijzonder: Pep Degens, zelf trainer en auteur van een aantal succesvolle boeken. Toen ik besloot om Pep als schrijfcoach in te schakelen, ging ik als de bliksem. De wetenschap dat Pep meekeek en me ondersteunde wanneer nodig was een enorme stimulans. Bedankt Pep!

Mijn dank gaat ook uit naar iedereen die heeft meegewerkt aan een interview. Het waren erg leuke gesprekken waar heel waardevolle tips uit de praktijk in naar voren kwamen.

Bedankt Jos Burgers, Ronald Philipsen, Ingrid Bijlmakers, Maarten Neeskens, Marije Wielenga, Quinn Hansen, Frank Cuijpers, Addy Aertse, Mario Paiano en Kustandi van Dijkhuizen. Deze interviews zijn echt een aanrader om te lezen!

En als laatste Uitgeverij Haystack. Wat fijn om samen met een team van professionals dit boek de wereld in te brengen!

LEESWIJZER

Hoe moet je dit boek lezen en gebruiken om een goede pitch te maken? Eerst is het goed om te snappen wat het verschil is tussen een pitch en een presentatie. Dat lees je in hoofdstuk 1. Daarna begin je met het voorbereiden van je pitch door een uitgekende strategie daarvoor te kiezen, dat staat in hoofdstuk 2. Vervolgens kies je pitchtechnieken die bij jou passen en ga je jouw strategie vertalen in vijf stappen van een goede pitch, dat doe je met de hoofdstukken 3 tot en met 7. Als je de eerste versie van je pitch af hebt, ga je deze verbeteren met de tips uit hoofdstuk 8. Als je een specifieke soort pitch hebt zijn er extra tips te vinden in hoofdstuk 9.

In feite is het heel simpel: Kies een slimme strategie, en pitchtechnieken die bij jou, jouw doel en je publiek passen. Bouw de pitch op uit de vijf slimme stappen. En ga dan net zolang schaven, toetsen en oefenen totdat je een pitch met power hebt!

Ik wens je heel veel lees- en pitchplezier toe!

PITCH STRATEGIE	PITCH STRUCTUUR	PITCH TECHNIEKEN
<ul style="list-style-type: none"> • Doel • Doelgroep • Podium • Kernboodschap 	Stap 1 Opening	→ Storytelling Verrassen Vermaken Enthousiasme Interactief
	Stap 2 Probleem	→ Herkenning Emoties Overdrijving
	Stap 3 Idee	→ Concreet Eenvoudig Details weglaten Visueel maken Ervaren Metaforen
	Stap 4 Bewijs	→ Demonstreren Authenticiteit Geloofwaardigheid Kort en bondig Feiten Cijfers Getuigenissen
	Stap 5 Afsluiting	→ Herhaling Call to action

HOOFDSTUK 1

WAT IS PITCHEN EN HOE MAAK JE EEN GOEDE PITCH?

1.1 PITCHEN KUN JE OVERAL EN ALTIJD!

Steeds vaker worden mensen gevraagd om te pitchen op het werk, op school en als ondernemer. Wat is pitchen eigenlijk en waar komt het oorspronkelijk vandaan? Wat is het nut van pitchen en waarom is het een belangrijke vaardigheid voor veel mensen in hun zakelijke en soms ook persoonlijke leven? En wat maakt nou dat die ene pitch waanzinnig aanslaat, terwijl je bij die andere al afhaakt na vijf seconden? Wat is hét geheim?

Pitchen is een korte presentatie waarin je iets uitlegt of verkoopt in een beperkte tijd. Je gebruikt een minimaal aantal zinnen en je houdt het zo kort en bondig mogelijk. Het is een soort miniverkoopgesprek of een korte presentatie. De term 'pitch' komt van het Engelse woord 'pitching' wat gooien betekent. Tijdens een pitch moet je snel en krachtig je boodschap overbrengen, net als bij het gooien van een bal. De

pitcher beschikt over technieken om de bal keihard recht op het doel af te gooien. Hij bedenkt van tevoren of hij de bal hoog of laag zal gooien, hard of zacht. Met een boogje of toch in één rechte lijn. En de catcher? Dat is je publiek! Een 'catchy' pitch wordt gevangen, ontvangen, bereikt zijn doel.

Als jij de kans krijgt om te pitchen, heb je de uitdagende taak je voor te bereiden op die ene spannende minuut, om vervolgens met focus, energie en concentratie jouw pitch doelgericht uit te voeren. Dit boek gaat je helpen om jouw voorbereiding doelgericht en krachtig te doen. En een onuitwisbare indruk achter te laten op jouw publiek! Volg de methodiek uit dit boek en je bent verzekerd van een overtuigend publiek.

In trainingen gebruik ik de volgende definitie van pitchen:

'Een kernachtige, overtuigende presentatie van jouw bedrijf, plan, idee of jezelf.'

Belangrijke kenmerken van een pitch zijn:

- Kernachtig: kort, een minuut of maximaal een paar minuten.
- Overtuigend: een pitch heeft een duidelijk doel en je wilt het hart van je publiek veroveren. Zodat je ze de juiste richting op kunt bewegen.

Met een pitch maak je van je boodschap een overtuigende boodschap die je publiek in beweging brengt richting jouw doel. Een pitch maakt energie en enthousiasme los bij jouw toehoorders en geeft je de mogelijkheid veranderingen teweeg te brengen. Mensen anders laten denken over jouw onderwerp en ze te sturen in de door jou gewenste richting. Een krachtige pitch verandert de mindset van jouw doelgroep én dus ook hun gedrag.

Wat kan een goede pitch allemaal teweegbrengen? Als ondernemer sleep je een grote financiering binnen met je overtuigende onder-

nemerspitch, waardoor je onderneming kan groeien en bloeien tot een succesvol bedrijf. Of je pitcht je talenten zó overtuigend dat je je droombaan krijgt, die ervoor zorgt dat jij en je gezin in balans zijn en een gelukkig leven hebben. Of je overtuigt je baas om te investeren in jouw plan met een knallende pitch. Je mag jouw te gekke plan gaan uitvoeren wat jou en je collega's veel plezier en succes oplevert. Je introduceert jezelf verfrissend tijdens een netwerkborrel waar je je toekomstige zakenpartner ontmoet. Jullie bouwen samen een mooi bedrijf op en werken vele jaren met plezier samen. Je videopitch tijdens de verkiezing voor Hotello of the Year inspireert het publiek én de jury om massaal op jou te stemmen. Je wint de award en geniet een jaar lang van alle aandacht, opdrachten, netwerkkansen.

Kortom: Pitchen brengt enorm veel teweeg in je leven als je het goed doet!

1.2 WAAR IS DE TERM PITCHEN ONTSTAAN?

De oorsprong van pitchen als communicatiemiddel ligt in de Verenigde Staten. Het idee is dat je in de lift van een groot gebouw iemand tegenkomt die je herkent als belangrijk voor het project of de onderneming waar je mee bezig bent. Bijvoorbeeld een invloedrijke manager, ondernemer of investeerder die je nodig hebt om je project te laten slagen. Je weet dat diegene ergens de lift zal verlaten dus je hebt maar weinig tijd om diegene te overtuigen tijd of geld aan jouw project te besteden. Een pitch wordt van oorsprong dan ook een 'elevatorpitch' genoemd, een term die in de Verenigde Staten nog steeds vaak wordt gebruikt.

De term is inmiddels overgewaaid naar Europa en we gebruiken het ook voor andere soorten korte presentaties. Het pitchen is dus oorspronkelijk ontstaan in de Verenigde Staten als een soort miniverkoopgesprek dat je in de lift voert.

Als je in de lift staat en het komt erop aan pakkend te zijn, kun je maar beter voorbereid zijn. Ben jij voorbereid? Als je met mij in de

lift zou stappen en je hebt tien verdiepingen de tijd... wat zou jij dan antwoorden als ik je zou vragen wat je voor werk doet? De tijd (en de lift) loopt!

Ik kan je vertellen wat de meeste mensen doen: vertellen wát ze doen op activiteitsniveau. 'Ik zit in de ICT.' 'Ik verkoop bloemen.' Ze verwarren een pakkende pitch met een opsomming van hun activiteiten. Maar dat is niet wat mij, de toehoorder, boeit. Ik wil weten wat er voor mij inzit: 'What's in it for me?' Waarom moet ik hiernaar luisteren? Wat kan ik ermee? Als je dat beseft, praat je al meteen anders: 'Ik laat vastgelopen pc's weer draaien als een zonnetje.' Of: 'Ik houd hackers buiten de deur.' 'Of: ik breng kleur en geur in de woonkamers van mensen.' Dan denk ik meteen: mijn pc liep laatst nog vast... en ben ik wel goed beveiligd? En wanneer heb ik voor het laatst een bloemetje meegenomen voor mijn partner?

Dat is wat een pitch doet: het zet de ander in beweging, emotioneel, mentaal, fysiek... jouw kant op natuurlijk!

Een voorbeeld van een echte elevatorpitch is bijvoorbeeld:

'Baal jij ook zo van hoge IT-kosten in jouw bedrijf? Onze slimme software helpt bedrijven geld te besparen op hun IT-uitgaven. In feite kunnen onze klanten hun IT-budget met dertig procent verlagen door onze software te gebruiken doordat we gebruikmaken van artificial intelligence. Schrijf je nu in voor een demonstratie van onze slimme software.'

Als mensen denken aan pitchten, denken ze vaak aan heel Amerikaanse pitches zoals bij Dragon's Den en Shark Tank. Er zijn talloze voorbeelden op YouTube te vinden. De strakke ingestudeerde pitches die overlopen van enthousiasme en creativiteit spreken tot de verbeelding van pitchers en toehoorders. Tegelijk worden deze pitches vaak als overdreven, nep en niet spontaan beoordeeld door Europese pitchers en toehoorders. De uitdaging is dan ook om de pitch aantrekkelijk, maar niet overdreven te maken. Creatief maar niet over the top. Goed voorbereid, maar tegelijk spontaan.

Een pitch moet vooral uniek en authentiek zijn: Gebruik je creativiteit om een onderscheidende pitch te maken die bij jou past! Er is maar één iemand op de wereld zoals jij, dus zorg dat je jouw unieke persoonlijkheid gebruikt om je pitch bijzonder en aansprekend te maken. Dat is het doel van dit boek; dat je een unieke en overtuigende pitch kunt maken.

1.3 WAAROM IS PITCHEN BELANGRIJK?

Mensen wordt op het werk steeds vaker gevraagd om iets te pitchen. Stel dat je een nieuw project of een nieuw idee aan je baas wilt voorstellen. Dan moet je in beperkte tijd en op aansprekende wijze je idee uitleggen. Ook als ondernemer is het belangrijk om te kunnen pitchen. Je moet steeds opnieuw je bedrijf en je product aan potentiële klanten of investeerders kunnen verkopen. En ook op school wordt er vaak gevraagd om een pitch te houden. Bijvoorbeeld tijdens een project of een examen. Het is dan belangrijk dat je snel en krachtig je boodschap over kunt brengen.

Waarom houden toehoorders zo van een pitch?

- Pitches zijn goed voorbereid waardoor ze interessant zijn om naar te luisteren.
- Pitches focussen op één kernboodschap waardoor het snel duidelijk is wat de pitcher van je wil.
- Pitches zijn kort waardoor je snel kunt beslissen of je met het idee of plan verder wilt.
- Pitches kunnen makkelijk gedeeld worden doordat ze sterke oneliners of denkbeelden bevatten.
- Pitches helpen om snel feedback te kunnen verzamelen.
- Pitches maken snel duidelijk wat je van iemand vraagt, die duidelijkheid is prettig en zorgt voor dynamiek.

‘EEN GOEDE PITCH IS EEN CADEAU VOOR JE PUBLIEK’

– RALF FLEUREN

Kortom, pitchen is een wezenlijke vaardigheid voor eigenlijk iedereen. Het is handig om te kunnen pitchen op het werk, maar ook als ondernemer of student kan het erg nuttig zijn. Als je goed kunt pitchen, kom je zelfverzekerder over en bereik je meer op je werk of privé.

EEN VOORBEELD UIT DE PRAKTIJK: INNOVATIES PITCHEN

Onlangs trainde ik de innovatieafdeling van Vanderlande, internationaal marktleider op het gebied van bagageafhandelings-systemen voor onder andere luchthavens. De medewerkers van de afdeling hadden de taak om het management te overtuigen om te investeren in kansrijke innovaties. Daarom volgden ze een pitchtraining waarin ze beter wilden leren pitchen. Bij deze training hebben we vooral gefocust op het kiezen van één heldere kernboodschap over het probleem wat ze oplossen door hun innovatie. Daarnaast hebben we geoefend met het uitkiezen en beheersen van overtuigende vaardigheden. Bijvoorbeeld storytelling, humor of verbeelding. De uitdaging van de medewerkers was vooral om het voordeel voor het management van de innovatie duidelijk en aansprekend over te brengen. En om het management met bewijs te overtuigen in de innovatie te

investeren. Veel technisch opgeleide professionals trappen in de valkuil om te veel feitelijke informatie zoals technische details op te nemen in de pitch of te abstract te blijven bij de uitleg van het idee. Tijdens de training hebben we juist geoefend om veel details weg te laten en een idee zo beeldend en duidelijk mogelijk over te brengen en daarbij dus te focussen op nut en voordeel voor de toehoorder: want daar is je verhaal voor bedoeld!

1.4 WAARDOOR IS PITCHEN STEEDS POPULAIRDER AAN HET WORDEN?

De belangrijkste reden voor de populariteit is dat we steeds minder tijd hebben om naar elkaar te luisteren. Agenda's worden voller en er is steeds minder aandacht voor elkaars ideeën en plannen. We krijgen steeds meer informatie via (sociale) media en het wordt steeds moeilijker om op te vallen. We moeten vechten om elkaars aandacht. De pitch is een geliefde presentatievorm die mensen helpt om sneller ideeën over te brengen en reactie te krijgen. De pitch vormt een aangename eerste kennismaking met een idee waarna snel gekozen kan worden of er een vervolgactie moet plaatsvinden. Door bijvoorbeeld langer over het idee door te spreken of na een update de pitch opnieuw te bespreken.

De populariteit van tv-programma's zoals 'Shark Tank' en 'Dragons' Den' hebben ervoor gezorgd dat mensen op grote schaal bekend zijn geworden met het concept van pitchen. Dit heeft geleid tot een grotere acceptatie van de pitch om (bedrijfs)plannen en ideeën te presenteren aan een groep mensen.

DE VOORDELEN VAN PITCHEN VOOR PITCHERS

Een pitch heeft voor jou als pitcher voordelen. Het is niet alleen de toehoorder die er zijn voordeel mee doet. Denk maar eens aan het volgende:

- Je verkoopt sneller en makkelijker je idee, product of jezelf omdat je overtuigings- en beïnvloedingstechnieken gebruikt.

Het is belangrijker dan ooit dat je mensen snel overtuigt.

Een minuut, meer tijd heb je niet.

We worden elke dag gebombardeerd met boodschappen. Als je nog wilt opvallen, dan heb je een geniale pitch nodig. Hoe je die ontwikkelt, lees je in dit boek van meesterpitcher Ralf Fleuren. Hij leerde duizenden sprekers pitchen en ontwikkelde zo een waterdichte methode voor het schrijven van een pitch waarmee je iedereen kunt overtuigen. In *Pitchen met power* leer je wat werkt:

- Wat triggert mensen om naar je te luisteren?
- Met welke psychologische technieken kun je iedereen beïnvloeden?
- Hoe kun je een verhaal terugbrengen tot de essentie?

Een pitch kan je leven veranderen: laat je presentatie daarom niet over aan het toeval en wees altijd voorbereid.



Of je nou spreekt met klanten, investeerders, studenten of je toekomstige partner, met deze aanpak ontwikkel je een pitch waarmee je iedereen voor je kunt winnen.