

DAVID BECKETT

SO GEWINNT MAN

JEDEN

PITCH

**DIE OPTIMALE VORBEREITUNG, UM KUNDEN, KOLLEGEN UND INVESTOREN
ZU ÜBERZEUGEN - MIT VIELEN PRAXISTOOLS UND FALLBEISPIELEN**

ÜBERSETZUNG AUS DEM ENGLISCHEN VON ALMUTH BRAUN

REDLINE | VERLAG

INHALT

Vorwort von Patrick De Zeeuw 11

Es begann mit einem Pitch 17

0.1 Einführung 17

0.1.1 Warum ist Pitching so schwierig? 20

0.1.2 Wer ist die Zielgruppe dieses Buches? Unternehmer und unternehmensinterne Innovationsteams 22

0.1.3 Auf welche Art von Pitch bereitet das Buch Sie vor? 24

0.1.4 Wie ich dieses Buch geschrieben habe: Learning by Doing 25

0.1.5 Pitch oder Präsentation? 27

0.1.6 Einige Menschen sind geborene Pitcher ... stimmt´s? 28

0.1.7 Stellen Sie einen Realitätsbezug her und lesen Sie dieses Buch, während Sie sich auf einen echten Pitch vorbereiten 28

INTERVIEW MIT Prins Constantijn van Oranje-Nassau 30



- 1.1 Bevor Sie beginnen 35**
 - 1.1.1 Stopp! Lassen Sie PowerPoint geschlossen! 35
 - 1.1.2 Kommunikation ist, was der Empfänger macht 37
 - 1.1.3 Sie wollen von Ihren Zuhörern ... was? Seien Sie sich über Ihre Ziele im Klaren 38
- 1.2 Wie Sie mit dem Pitch Canvas© Ihr Skript erstellen 42**
 - 1.2.1 Wie Sie Ihren Pitch mithilfe von Haftnotizen brainstormen 42
 - 1.2.2 Ihr Brainstorming-Tool: Der Pitch Canvas© im Detail 46
 - 1.2.3 Vor wem pitchen Sie – Investoren oder Kunden? 85
- INTERVIEW MIT Ilja Linnemeijer 87**
 - 1.2.4 Wie Sie den Pitch Canvas© in Handlung überleiten 92
 - 1.2.5 Betrachten Sie Ihre Brainstormings und wählen Sie die wichtigen Punkte aus 93
 - 1.2.6 Skript – ja oder nein? 95
- 1.3 Eröffnung, drei Highlights und Ende 98**
 - 1.3.1 Der erste Eindruck überzeugt oder langweilt. Wie Sie Ihren Pitch eröffnen 98
 - 1.3.2 Durchdenken Sie Ihren Pitch, erstellen Sie Ihr Skript, sprechen Sie es laut vor sich hin und holen Sie sich Feedback 103
 - 1.3.3 Sorgen Sie dafür, dass Ihre Botschaft einfach zu verarbeiten ist: Die Macht der Dreier-Regel 106
 - 1.3.4 Wie Sie die Kunst des Fragestellens beherrschen 109
 - 1.3.5 Hören Sie! Wie Sie etwas verkünden 111
 - 1.3.6 Wie Sie Ihren Pitch auf professionelle und einprägsame Weise abschließen 113
 - 1.3.7 Halten Sie sich an den vorgegebenen Zeitrahmen 115
 - 1.3.8 Wie Sie sich auf einen Demo Day oder andere wichtige Pitch-Events vorbereiten 117

INTERVIEW MIT Sean Percival 121



- 2.1 Die Macht der visuell erlebbaren Story 127**
 - 2.1.1 Sollten Sie Folien verwenden? Warum eine visuell erlebbare Gestaltung Ihrer Story wichtig ist 127
 - 2.1.2 60.002 Gründe, warum Bilder mehr sagen als Texte 129
- 2.2 Warum Sie textüberfrachtete, komplexe Folien vermeiden sollten 130**
 - 2.2.1 Warum Präsentatoren textüberfrachtete Folien herstellen 130
 - 2.2.2 Warum Präsentatoren textüberladene Folien erstellen 134
 - 2.2.3 Reduzieren Sie die Komplexität 135
 - 2.2.4 Wie viele Folien sollte meine Präsentation haben? 136
- 2.3 Bilder, Symbole, Logos und Schriftgrößen 137**
 - 2.3.1 Wie Sie Ihre Story mithilfe von Bildern lebendig gestalten 138
 - 2.3.2 Was sollten Sie bei der Verwendung von Bildern vermeiden? 142
 - 2.3.3 Verwenden Sie Symbole für Konzepte 147
 - 2.3.4 Achten Sie darauf, dass die visuellen Elemente mit Ihrer Marke im Einklang stehen 150
 - 2.3.5 Wie Sie Schrifttypen einsetzen, um Ihre Botschaft zu kommunizieren 151
- 2.4 Wie Sie Zahlen, Animationen und Videos einsetzen und eine Sache unbedingt vermeiden 154**
 - 2.4.1 Verzichten Sie auf Aufzählungspunkte! Warum sie nicht funktionieren 154
 - 2.4.2 Wie Sie Zahlen am besten darstellen: Präsentieren Sie maximal drei Dateninformationen 156
 - 2.4.3 Ordnung, Übersichtlichkeit und richtige Ausrichtung 161
 - 2.4.4 Wie Sie Ihre Präsentation mit Animation noch lebendiger und eindrucksvoller gestalten ... oder kaputt machen können! 161
 - 2.4.5 Wann und wie Sie Videos verwenden sollten 163
- 2.5 Die technischen Aspekte 165**
 - 2.5.1 Präsentationssoftware 165
 - 2.5.2 Pitchy – die magische Alternative 168
 - 2.5.3 Der richtige Umgang mit den technischen Aspekten 168
 - 2.5.4 Die cleverste Methode, um Ihre Präsentation vorab zu versenden 169
 - 2.5.5 Und für ganz große Events ... beauftragen Sie einen Designer! 171

INTERVIEW MIT Patrick De Zeeuw 172



3.1 Nonverbale Kommunikation 179

- 3.1.1 Wie Sie die Aufmerksamkeit der Zuhörer wahren und immer wieder auffrischen 179
- 3.1.2 Körperbewegungen 181
- 3.1.3 Augen: Suchen Sie Blickkontakt zu möglichst allen Zuhörern 184
- 3.1.4 Hände: Erzählen Sie Ihre Story so, als würden Sie mit einem Freund Kaffee trinken 186
- 3.1.5 Gesten, die Sie vermeiden sollten 188
- 3.1.6 Gesten, die Sie einsetzen sollten 190
- 3.1.7 Demonstrieren Sie auch mit Ihrer Bein- und Fußhaltung Präsenz 193

3.2 Tipps für eine überzeugende Rhetorik 194

- 3.2.1 Eine einfache Methode zur Vermeidung von Füllwörtern 194
- 3.2.2 Sprechen Sie wie eine Führungspersönlichkeit: Die Macht der kurzen Pause 195
- 3.2.3 Vermeiden Sie Monotonie 196
- 3.2.4 Wo bleibt Ihr Elan? Wie Sie sich immer wieder neu für Ihre Story begeistern 198
- 3.2.5 Sorgen Sie dafür, dass weder Ihre Stimme noch Ihre Körpersprache vom Inhalt ablenken 200

INTERVIEW MIT Astrid Sonneveld 202



Die Nerven in den Griff kriegen 204

4.1 Alles über Nervosität 204

4.1.1 Ein universelles Problem und Methoden zu seiner Lösung 204

4.1.2 Warum wird man nervös? 205

4.2 Tipps zur Überwindung der Nervosität 206

4.2.1 Der 60-Sekunden-Nervenstärker 206

4.2.2 Nervosität überwinden mit Amy Cuddys Wissenschaft der Körpersprache 208

4.2.3 Atmen Sie einfach tief durch 209

4.2.4 Machen Sie sich mit dem Veranstaltungsort und der technischen Ausrüstung vertraut 211

4.2.5 Sechs weitere Tipps zur Nervenstärkung 212

INTERVIEW MIT Rob van den Heuvel 215

Oh ... eine Sache noch 218

Zum Schluss 219

Danke schön 220

Über den Autor 222