

Elevatortale

Elevatortalen er et værktøj, der giver dig 30 sekunder til at præsentere dig selv, din virksomhed eller dit produkt på en klar og præcis måde, så du sikrer, at dit budskab brænder igennem.

Når du bliver spurgt om, hvad en virksomhedsrådgiver kan, er det ofte svært på kort tid at fortælle, hvad det er, man rent faktisk kan. Det er ærgerligt, for måske var spørgeren en potentiel kunde, som ikke blev klar over, hvad f.eks. virksomhedsrådgivning går ud på. Derfor er elevatortalen afgørende.

Elevatortalen skal leveres på 30 sekunder – mens du kører fra én sal til en anden i elevatoren. Budskabet skal være så klart og tydeligt, at når elevatordøren åbner med et "bing", har den potentielle kunde et klart billede af, hvad du kan.

Indhold i elevatortalen:

- Hvem er du, og hvem kan du hjælpe?
- Hvem er dine nuværende kunder?
- Hvad er dit produkt?
- Hvilke resultater har dine kunder opnået igennem jeres samarbejde?
- Hvilken værdi skaber du for kunden?

Skriv elevatortalen i talesprog, så det virker naturligt, når du afleverer den. Afprøv elevatortalen på så mange som muligt, så du kan den udenad. Talen er situationsbestemt, så du vil normalt have flere afhængig af din modtager.

Tidsforbrug

Det tager ½-1 time at udarbejde en elevatortale. Test gerne resultatet af på en kollega.

Anvendelse

Elevatortalen anvendes i den daglige kontakt med kunder og samarbejdspartnere. Princippet i elevatortalen anvendes også i forberedelsen til telefonsalg.

EFU-modellen kan anvendes som grundlag for at udarbejde en elevatortale.



Se 'European Agricultural Fund for Rural Development' (EAFRD)

Eksempel på elevatortale

1. **Fortæl det vigtigste først:** Din tilhører skal vide, hvad du laver uden at blive forvirret.
2. **Vær præcis:** Følg KISS-princippet "Keep it short and simple". Ingen lange forklaringer eller undskyldninger.
3. **Vær karakteristisk:** Giv gerne talen en vinkel eller metafor, så den skiller sig ud.
4. **Vær relevant:** Andre skal kunne relatere sig til det, du siger, og forstå det. Brug helt almindelige ord. Find gerne en vinkel, der er brugbar og interessant for den person, du taler med. Det kan f.eks. være noget om den situation, hvor I har mødt hinanden.

"Hej, jeg hedder Per Pedersen. Jeg driver netværksorganisationen Danske Iværksætteres Netværk, hvor organisationer kan få praktisk hjælp til at styrke deres netværkskultur. Jeg underviser bl.a. i netværkskompetencer, og hvordan man driver netværksgrupper. Jeg er derfor altid nysgerrig efter at høre, hvordan andre tænker om og bruger netværk".

"Hej, jeg hedder Jens Jensen. Jeg arbejder for rådgivningsvirksomheden XX, og jeg er personlig assistent for vores økonomirådgivere. Jeg laver beregninger og analyser, som de skal bruge, når de er ude hos kunderne. Jeg gør meget ud af at følge op og se, at tingene bliver brugt og giver værdi".

"Mit navn er Thomas og jeg (nævn dit jobindhold ikke din jobtitel) leder en afdeling på XX medarbejdere. Pt. arbejder jeg for firmaet LLAP, og vi hjælper folk med XX ved at tilbyde dem XX og samarbejder med XX. Så det, jeg bruger mest tid på, er at XX. Jeg er glad for at kunne gøre XX i mit job. Pause. Hvad er din erfaring med LLAP?"

Hjemmeside og links

Hent inspiration i værktøjerne EFU-modellen og telefonsalg.

Tips og tricks

"You never get a second chance – to make a good first impression".

Support

Virksomhedskonsulent
Jørgen Kroer
jko@vfl.dk / 8740 5108

DEC 13