**Praktijkopdracht ‘Pitch’**

Bij sociale vaardigheidstraining hoort natuurlijk ook een praktijkopdracht. Het trainen van jouw sociale vaardigheden/communicatie is namelijk een kwestie van veel en vaak doen. Daarom heb ik voor jullie een praktijkopdracht die gekoppeld is aan de theorie opdracht die jullie van Emiel hebben gekregen.

Een sollicitatiebrief is nauwelijks nog iets van ‘deze’ tijd. Tegenwoordig vragen de meeste bedrijven om een digitale motivatiebrief; kort en krachtig tot de kern komen en bijzaken schrappen. Tijdens een gesprek of presentatie ben je binnen een minuut vaak al bewust of onbewust ver- of beoordeeld door jouw publiek. In het bedrijfsleven gaat het er hard aan toe, zonder dat ze jou kennen, oordelen ze al.

Een groot deel van onze communicatie is non-verbale communicatie. Daarnaast leven wij nu in een wereld waarin de verbale communicatie steeds belangrijker wordt. Zowel non- als verbale communicatie behoren tot de 21e-eeuwse vaardigheden. Ik zeg altijd: ‘Je kan tegenwoordig nog zo goed zijn in jouw vak, maar als je jezelf niet kan verkopen kom je moeilijker aan het werk.’

Het is niet voor niks dat je tegenwoordig dood wordt gegooid met coaches en trainers die je helpen met het ontwikkelen van jouw communicatieve vaardigheden. Hoe wil jij jezelf ‘verkopen’? Daarom heb ik voor jullie de volgende opdracht die je altijd en overal in kan zetten.

**De elevator pitch**

De elevator pitch is ontstaan in het westerse bedrijfsleven, waar men in hoge gebouwen werkt. Hoe hoger de etage, hoe hoger de functie en hoe hoger het loon. Wanneer jij als ‘gewone’ werknemer bij iemand die letterlijk boven jou werkt in de lift stapt dan heb jij tot zijn/haar etage de tijd om ervoor te zorgen dat deze persoon jou mee de lift uit vraagt voor een gesprek. Meestal heb je maar een paar seconden tot een minuut de tijd om dit voor elkaar te krijgen. De ander persoon luistert vaak alleen maar en kijkt of hij er wat mee doet of niet. In dit gesprek is met name jouw non-verbale communicatie iets wat een grote rol speelt. Langdradige verhalen wordt niet naar geluisterd. Je moet op één of andere manier de aandacht weten te trekken en vast zien te houden tot de desbetreffende etage.

Een pitch is dus een kort en bondig verhaal waarin je duidelijk een doel nastreeft. Bijvoorbeeld uitgenodigd worden voor een sollicitatiegesprek of netwerken.

**Opdracht elevator pitch**

**Maak een pitch van maximaal 1 minuut. De pitch moet aan de volgende voorwaarden voldoen:**

· De inhoud van de pitch gaat over jouzelf binnen dit beroepenveld.

· De hoofdvraag voor de pitch is dan ook: Waarom moet iemand jou aannemen?

· Verkoop jezelf in een kort en krachtig verhaal. Wees niet te kort want dan doe je jezelf misschien te kort. Maak het ook niet te lang want dan verzwakt de aandacht.

· Deze pitch heeft als doel dat je uitgenodigd wordt door de ander voor een gesprek.

· Denk goed aan je non-verbale communicatie.

**Bouw de pitch als volgt op:**

1. Een ijsbreker/anekdote/slogan/citaat etc, een zin die meteen de aandacht vraagt, prikkelt en nieuwsgierig maakt.

2. Vertel wie je bent en wat je doet. (vaak vergeten we onze naam duidelijk te noemen)

3. Vertel waar jij goed in bent, in uitblinkt, waarom ben jij anders/beter dan al die andere?

4. Waar ligt je passie en waarom wil je zo graag deze baan of voor dit specifieke bedrijf werken?

5. Sluit af met een conclusie. Zorg dat de ander helder heeft welk doel jij voor ogen hebt. Zorg er dus voor dat de ander snapt dat jij graag op gesprek zou willen komen.

6. Eindig je hele verhaal met een zin die blijft hangen en door de ander aan jou gelinkt blijft. Noem eventueel nog een keer je naam.

**Neem jouw pitch op en lever hem in n@tschool in bij de ‘praktijkopdracht pitch’, doe dit uiterlijk maandag 13 april 2020.**

**Ik zal jullie dan voorzien van feedback, mocht je jouw pitch niet op willen nemen en meteen je feedback willen, maak dan een digitale afspraak met mij.**

**Heel veel succes!**

**Groet Tineke Beekman.**