

Die sogenannte Fahrstuhlrede (Elevator-Speech)

Stellen Sie sich vor, sie stehen mit Ihrem Kunden/Ihrer Zielgruppe im Fahrstuhl. Er ist Ihnen „ausgeliefert“, und Sie haben zweieinhalb Minuten (vom ersten bis zum 20. Stock), ihn von Ihrem Vorhaben zu überzeugen.

Mit der Fahrstuhlrede transportieren Sie die von Ihnen erarbeiteten Kernbotschaften zu Ihrer Zielgruppe.

- **Eine Fahrstuhlrede ist das Kernstück Ihrer Kommunikation.**
- **Sie basiert auf den von Ihnen definierten Kernbotschaften.**
- **Sie bringt in minimaler Zeit die maximale Information.**
- **Sie beinhaltet das „wer, was, wann, warum, wie“:**
 - **Ausgangslage**
 - Wie ist die Situation
 - **Problem**
 - Was ist das Problem des Kunden?
 - **Lösung**
 - Ihre Lösung für den Kunden.
 - Vorteile
 - Nutzen
 - Alleinstellungsmerkmal
- **Eine Fahrstuhlrede überzeugt.**

Checkliste – entwerfen Sie Ihre eigene Fahrstuhlrede

	Checkliste	Ihre Fahrstuhlrede
Ausgangslage	▪ Wie ist die Situation	▪
Problem	▪ Was ist das Problem / die Aufgabenstellung?	▪
Lösung	▪ Wie ist Ihre Lösung für den Kunden / die Zielgruppe?	▪
	▪ Welchen Nutzen gibt es für die Zielgruppen / den „Gesprächspartner“?	▪
	▪ Welches Alleinstellungsmerkmal gibt es?	▪
	▪ Welche Vorteile hat Ihre Lösung?	▪
	▪	▪

Tipp: Sollte es sich bei der Fahrstuhlrede, um ein echtes Gespräch handeln, gilt hier die Grundregel „Kein Gespräch ohne Verbleib“.

D.h. wenn Sie am Ende Ihres Gespräches sind, stellen Sie Fragen wie „Wie verbleiben wir jetzt konkret?“, „Wann darf ich mich wieder bei Ihnen melden?“, etc.