



ELKE DOLA

ELEVATOR PITCH

als wichtiger Teil Deines Business

Was ein Pitch für Dich tun kann

wann er angebracht ist, wann nicht und vor allem wie
sieht ein guter Pitch aus

ALS ONLINE- BUSINESS MENTOR UND POTENTIAL PROFILER

ist es mir eine Herzensangelegenheit Dir zu mehr Freiheit in Deinem Leben zu verhelfen. Freiheit hat für mich tatsächlich etwas mit Unabhängigkeit zu tun. Und da kann ein wenig Geld nicht schaden. Ich kenne so viele Menschen, die reden von Freiheit und leben in totaler Abhängigkeit von Umständen, Partnern, Konventionen, Systemen und eigener, selbst auferlegter Verbote.

Die einen rollen mit den Augen, die anderen haben es noch nie gehört...

ELEVATOR PITCH

und
was machst Du so
beruflich?



BEST OF WINSLOUGH

WOFÜR PITCHEN?

Einen Pitch bringt man dann an, wenn er angebracht ist. Er ist kein Gesprächseröffner!! Er ist die Antwort auf die Frage, was Du denn so beruflich machst. Du brauchst ihn, wenn Du im Interview gefragt wirst, ob Du Dich mal eben selbst vorstellen willst (was ich persönlich doof finde, für mich ist das die Aufgabe des Gastgebers, aber das ist ein anderes Webinar ;-)), einen Pitch brauchst Du für Dein Bucheinband, für Pressemitteilungen aber ganz bestimmt nicht auf einer Party unter Privatmenschen.



BEST OF

EIN PITCH IST QUASI DER KÜRZESTE BUSINESSPLAN UND SO SOLLTEST DU IHN AUCH SEHEN. BEWEGST DU DICH UNTER MENSCHEN, DIE MIT DEINEM BUSINESS ZU TUN HABEN, DANN IST ES OKAY, SEINEN PITCH ANZUBRINGEN ABER AUCH NICHT ALS „ODE“. SUCHE DIR LIEBER EINE ORIGINELLE BEZEICHNUNG FÜR DEINEN JOB, WENN DIR DAS LIEGT.



SO BITTE NICHT

Häufig aber wird ein Pitch genutzt um sich selbst zu beweihträuchern, manche verstehen ihn auch als Kurzfassung ihrer Vita (langweilig!) und wieder andere bleiben so oberflächlich, dass Dein Gesprächspartner denkt, er wäre Dir mit der Frage auf die Füße getreten und fragt nicht weiter nach. Stell Dir die Situation vor; ähm, ich also, ich mach was mit Computern... jepp, da fragt besser niemand mehr weiter nach.

NICHT IMMER UND ÜBERALL

Dreh nicht jedem Deinen Pitch an, nicht überall, nicht auf jedem Event, nicht bei allen Menschen. Der Pitch fühlt sich am wohlsten in einer Pitchumgebung. Steige nicht mit ihm in eine Unterhaltung ein, die ist danach nämlich zu Ende. Ein Pitch hat sein Zuhause, so in der Mitte oder am Ende eines erfrischendes Dialogs und reagiert grundsätzlich nur auf Zuruf.

WAS EIN ELEVATOR PITCH FÜR DICH TUN KANN

Er bringt Dein Geschäftskonzept auf den Punkt
Er hebt Dich vom Wettbewerb ab
Er ist das meistbenötigte Tool Deines
Unternehmergebens
Er ist Deine geschäftliche Selbstdarstellung
Er kristallisiert Deinen USP heraus
Er erklärt die Spezifikation Deiner Zielgruppe
Er ist Dein Gesprächsöffner
Er schafft Dialoge
Er lässt Dich glänzen
Er untermauert Deine Souveränität
Er weckt Neugier
Er baut positive Spannung auf
Er sorgt dafür, dass andere sich an Dich erinnern
Er verdeutlicht den Kundennutzen
Er klärt Dein holy-why
Er beschreibt Deine Expertise ohne Schnörkel
Er ist Dreh- und Angelpunkt Deiner Homepage
Er ist Deine verbale Visitenkarte
Er ist der kürzeste Masterplan der Welt
Er klärt Deine
Werte und die Werthaltigkeit Deines
unternehmerischen Wirkens



BEST OF

DIE EINEN ROLLEN MIT DEN AUGEN, DIE ANDEREN HABEN ES NOCH NIE GEHÖRT

Was soll denn das sein?

Es ist ein Statement, welches Du in aller Kürze über Deine Expertise, Deine Idee, Dein Produkt oder Deine Tätigkeit abgibst.

Es soll Neugier wecken und eine Handlung bei Deinem Gegenüber auslösen.

Zum Beispiel ein weiteres Nachfragen. Oder eine Terminvereinbarung, eine Empfehlung, ein Gespräch, ein Verkauf oder eine Erinnerung.



BEST OF

***DU KENNST DAS BESTIMMT,
AUF EINER PARTY WIRST DU
GEFRAGT, WAS DU DENN SO
MACHST....***



Und bevor jetzt das Stottern losgeht, parlierst Du mit
einem klasse Pitch.

Natürlich verwendest Du hier einen etwas anderen
Pitch als bei einem Netzwerktreffen.

Hast Du einen Pitch?



BEST OF

SAGE NICHT ALLES, WAS DU WEISST, ABER WISSE ALLES, WAS DU SAGST

Die Neugier für ein Anliegen/Angebot wird geweckt, wenn ein Nutzen für Dein Gegenüber erkennbar ist.

Es wird nicht alles verraten, aber auch nicht nur oberflächlich angerissen.

Allgemeinplätze wie „ich mach was mit Computern“ sind tabu und haben rein gar nichts mit einem Pitch zu tun.

Wie weckst Du die Neugier für Dein Angebot, Anliegen, Deine Expertise?



BEST OF

GLASKLARER NUTZEN FÜR DICH UND ANDERE DURCH DEN EP

Die Neugier für das Anliegen wird
geweckt

Der Ersteller des Elevator Pitches wird
gezwungen, den Nutzen seiner Idee für
die Zielgruppe herauszuarbeiten

Es wird wenig Zeit für die Erstellung der
Botschaft verwendet

Welchen Nutzen bietest Du Deinen
Wunschkunden?

WOFÜR BRAUCHST DU EIGENTLICH EINEN ELEVATOR PITCH?

z.B. um Deinen Mitarbeitern oder Deinen
Followern Deine neue Idee/Angebot, Dein
Wirken, zu präsentieren

Bei jeder Erneuerung, die Du einführen
möchtest

Für Deine Homepage (ganz wichtig!)

Für Bankgespräche

Um Dich zu vernetzen

Ein Pitch hilft anderen, sehr genau zu
verstehen, was Du tust, wofür Du stehst und
was Du für sie tun kannst.

Kannst Du es in ein paar Sätzen für uns deutlich
machen, was Du tust? |



BEST OF NETWORKING

***DU BRAUCHST STORYTELLING-
UNTERSTÜTZUNG? ICH EMPFEHLE
DIR MARTEN STEPPAT***



<https://martensteppat.de/>

Profi-Storyteller/Storyseller/ Autor/
Websiteentwickler/Gründer des Storyrudels

<https://storyrudel.de>

<https://martens-webservice.de>

<https://tempelraum.de>

BEST OF

WAS VON DIR BLEIBT

Du benennst hier exakt für welche Zielgruppe Du Deine Leistung anbietest, das macht noch einmal deutlich, warum es so wichtig ist, seine Zielgruppe zu kennen.

So forciert Du auch Weiterempfehlungen, ist Dein Pitch gut, bleibst Du im Gedächtnis Deines Zuhörers und bei Bedarf wird er sich an Dich erinnern und erzählen:

Du, ich kenne da jemanden, der macht genau das, was Du gerade brauchst....

Wirst Du schon empfohlen?

Und wie machst Du das?

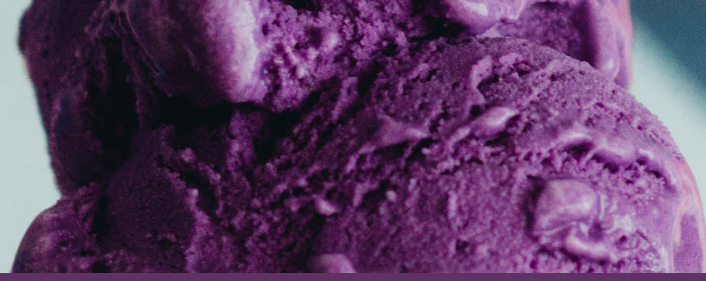
TITEL TURNEN AB

Dein Elevator Pitch ist dann gut, wenn ihn ein Kind verstehen kann. Das ist wichtig, damit Menschen, die sich nichts unter dem vorstellen können, was Du machst, ein Bild erhalten, mit dem sie etwas anfangen können.

Nicht jeder weiß was ein Knowledge Navigator, Facility Manager ist oder was ein Environment Improvement Technician macht.

Hier besteht auf jeden Fall Erklärungsbedarf, den Du wunderbar mit einem Pitch abdecken kannst. Kann Deine Omi nachvollziehen, was genau Du tust?

Wie erklärst Du es ihr?



TICKST DU RICHTIG?



Gehe tief in die Welt Deiner Kunden.

Welche Fragen beschäftigen sie?

Was ist ihr dringendes Problem?

Was raubt ihnen den Schlaf?

Beantworte elegant in Deinem Pitch diese Fragen,
bevor sie gestellt werden

Welchen Pain-Point haben Deine Kunden?

Was löst Du?

GEH IN DIE TIEFE, NICHT IN DIE BREITE

Natürlich finden Elevator Pitches nicht zwangsläufig in einem Fahrstuhl statt, obschon er hier höchstwahrscheinlich erfunden worden ist

z.B. hat der Fahrstuhlhersteller Otis seine erste Präsentation über eine Sicherheitsvorrichtung in einem Fahrstuhl spielen lassen.

Den Namen hat dieser Pitch der Eigenschaft zu verdanken, dass in kürzester Zeit eine Idee, eine Vision, eine Expertise on point gebracht wird.

Wie lange brauchst Du um Dein Business zu erklären?

Hast Du Deine Erklärung mal aufgenommen und die Zeit gestoppt?

Teile mir gerne mit, welches Deine „Zeit“ ist.

WEGLASSEN, WEGLASSEN, WEGLASSEN

Die Kunst eines Elevator Pitches liegt im Weglassen von Füllwörtern, Fachtermini, langweiliger Zahlenkonstrukte, Schaumschlägereien und ermüdender Erklärungen, die Deinem Gegenüber das Gefühl geben dümmer zu sein, als der Erklärende.

Deshalb ist eine elegante Einleitung der Erklärung sehr wichtig und nützlich. Hierfür gibt es Zauberwörter...

Welche Zauberwörter nutzt Du?



DU PITCHST BEREITS, OHNE ES ZU WISSEN

Ein Pitch wird z.B. in jedem
Vorstellungsgespräch erwartet.

Immer wenn der Personaler sagt, erzählen Sie
etwas über sich, wendest Du einen Pitch an.

Ob er gut ist, erfährst Du durch das Ergebnis
Deines Bewerbungsgesprächs J

In welchen Situationen glaubst Du, zu pitchen?
Wenn Du Deinem Freund vom letzten Kinofilm
erzählst, dann pitchst Du.

<https://quovadix.de/angebotsseite-elevator-pitch/>

KLASSIKER

Jeder Elevator Pitch besteht aus verschiedenen Elementen, vier davon sind

A - I - D - A

Attention - Aufmerksamkeit (was Du bietest)

Interest - Interesse (für wen oder was bist Du interessant und wecke Kundeninteresse)

Desire- Verlangen, Nutzen (Was hat der Kunde davon, dass es Dich gibt)

Action- Handlungsaufforderung (Was soll Dein Kunde, Zuhörer als nächstes tun)

Nutzt Du es?

ON POINT, SPIEL, SATZ, SIEG

Ein Elevator Pitch ist üblicherweise zwischen 30 und 120 sec. lang. Je nach Ausgangslage, kann er länger sein, z.B. wenn ein Graphiker seinen Logoentwurf in seiner Firma vorstellt oder eben in einem Vorstellungsgespräch, immer aber sollte er auf die kürzest mögliche Zeit herunter gebrochen werden. So ist gesichert, dass Du immer auf den Punkt kommst.

Wie viel Sätze hat Dein Pitch, wenn Du gefragt wirst, „was machst Du denn so beruflich?“

Nie mehr diese Verlegenheit, wenn Du Dich und Deine Expertise erklären sollst



BEST OF

WANN ER NUTZLOS IST

Nicht nur **WAS** Du sagst ist ausschlaggebend, es gibt einen viel wichtigeren Aspekt.

Und das ist Dein **WIE**. Wie sagst Du etwas? Sprühst Du vor Begeisterung, ist sie Dir anzusehen und kann man sie hören?

Sprichst Du Emotionen an und zeigst auch welche? Zeigst Du auch die angesprochene Emotion, während Du sprichst?

Wenn nicht, nutzt der weltbeste Pitchinhalt nichts. Weißt Du, wie Du wirkst, während Du sprichst, kennst Du Deine Körpersprache und Ausstrahlung?

Ich bin übrigens u.a. Trainer für Körpersprache und käuflich ;-)

BEGEISTERUNG MUSS MAN SPÜREN, NICHT SAGEN

Es ist wichtig, seine Pitches auswendig zu kennen, ohne sie wie auswendig gelernt, klingen zu lassen.

Warum?

Weil es möglich sein muss, dass Dein Gegenüber Zwischenfragen stellt und diese Zeit solltest Du unbedingt einräumen, erstens zeugt es von Interesse, zweitens bekommst Du die Möglichkeit Dich hier zu beweisen. Es wirkt nicht professionell, wenn Dich eine Zwischenfrage aus dem Konzept bringt.

Gibst Du Zeit und Raum für Zwischenfragen? Oder bist Du froh, wenn der Pitch endlich vorbei ist?

Ein guter Pitch vermittelt Souveränität, Stärke und bringt Deine Expertise auf den Punkt

OLD SCHOOL, DAS ENTSCHEIDENDE STÜCK PAPIER

Du hast Deinen Pitch stilecht und gut platzieren können?

Super, dann vergiss den all to action nicht, habe Visitenkarten dabei.

Bitte niemals vergessen, Visitenkarten.

Sie sind nicht out. Du brauchst sie überall, beim Netzwerken, wenn Du zum Essen verabredet bist, auf Messen, für Seminare.

Übergib diese niemals achtlos und nimm auch niemals achtlos eine entgegen. Das ist respektlos. Schreibe Deinem Zuhörer einen kleinen Gruß hinten drauf, z.B. Datum und Ort eures Gesprächs. Ich habe dafür extra eine Zeile aufdrucken lassen und darunter einen Gruß platziert. Notiere Du ebenfalls wann Du wo zu wem gesprochen hast auf der Karte, die Du erhalten hast.

Das bietet Dir die Chance, Dich später darauf zu beziehen, um evtl. Proben zu senden, Material zukommen zu lassen, nochmal anzurufen...
Hast Du Visitenkarten? Wie sehen sie aus?

LONG MISSION, SHORT VERSION

Du stellst NICHT Dich dar, sondern immer den Nutzen den Dein Gegenüber oder die Interessensgruppe von Dir, bzw. Deiner Dienstleistung hat. Vergiss bitte nicht, ein Pitch ist keine Selbstbeweihräucherung sondern das Telegramm Deiner Mission.

Wie oft beinhaltet Dein Pitch das Wort „ich“, wie oft „Du“?

Streiche alle Ich's und stelle Deine Sätze um

EMOTION ENDLICH ERWÜNSCHT

Ein Pitch sollte immer die emotionale Ebene ansprechen. Aspekte, die Menschen interessieren sind, Sicherheit, Image, Bequemlichkeit, Ersparnis, Gewinn... Es darf Dir gelingen, Dein Gegenüber dazu zu bringen, an Deinen Lippen zu kleben. Bildhafte Sprache und Methaphern können hier ein prima Türöffner sein
Welchen Aspekt spricht Dein Produkt an?



DIE WOHL KÜRZESTE GESCHICHTE DER...MENSCHHEIT

Der Elevator Pitch gehört in die Kategorie Storytelling und gehört vermutlich mit zu den kürzesten Stories.

Gerade das macht ihn schwierig, verplempere hier nicht Deine wertvolle Zeit und die Deines Gegenübers mit Geschwafel und ausgelutschten Begriffen, wie

Innovativ

Nachhaltig

Wegweisend

Sprich so, dass Dein Gegenüber zustimmend nickt, während Du erzählst.

Nimm ihn mit auf Deinen Weg, wie kommt er von hier nach da, durch das, was Du bietest?

<https://martensteppat.de/>

VERKAUFE, WAS DER KUNDE NICHT WILL

Jeder Pitch sollte den Weg des Wandels beschreiben, so emotional wie möglich, so kurz wie nötig.

Hier wieder die Bedürfnisse der Menschen einbeziehen.

Was hat der Kunde NICHT mehr, weil es Dich gibt. Welchen Pain-Point nimmst Du ihm?

Dabei spielt es keine Rolle ob Dein Zuhörer Deiner Zielgruppe angehört, es geht darum, dass Du in Erinnerung bleibst, selbst wenn Dein Name vergessen wird, das , was Du tust, bleibt haften.
Ist das bei Dir der Fall?

DER KUNDE MÖCHTE WISSEN, WAS DU FÜR IHN TUST,
NICHT WIE DU ES MACHST



SEI KEINE BLAUPAUSE

Dein Pitch sollte immer zu Deiner Alltagssprache passen, versuche nicht, jemand oder etwas darzustellen. Ein guter Pitch macht dies unnötig. Genau Deine Persönlichkeit ist es ja, die überzeugt, Produkte bekommen wir überall. Wir kaufen nach Sympathie ob wir wollen oder nicht J Schäle Deine Persönlichkeit heraus durch Deinen Erzählstil.

Hast Du Deine Persönlichkeit erkannt?

Bist Du Du?

DU BIST ZWAR TOLL, ABER...

Ein Pitch ist natürlich immer auch eine Selbstpräsentation, selbst wenn es NICHT darum geht, Dich zu beweihräuchern. Kleine Brücke: wenn Du jemanden kennenlernst und wirst gefragt, wer oder was Du bist, antwortest Du dann mit: ich bin eigentlich ganz nett?!

Nein, das darfst Du auf Deinen Pitch anwenden. Nicht allgemein drumrum reden, sondern klar und spitz, warum Du gerade genau die oder der Richtige bist.

„Ich bin Grafikerin“ ist noch lange kein Pitch. Das hat keine Aussage, keinen Inhalt, keine Präzision und neugierig macht es auch nicht. Das führt eher nur zu einem klitzekleinen Dialog.

Es geht nicht um das, was DU bist, sondern darum, was Du für den anderen lösen kannst. Hast Du das in Deine Erklärung eingebaut?

KURZ DAUERT AM LÄNGSTEN

Auch wenn Dein Pitch nur 30 Sekunden lang ist, wird er viel Vorbereitungszeit benötigen.

Die Kunst des Weglassens heißt nicht umsonst Kunst.

Dein Pitch darf veränderbar sein, auch kann ein Pitch nicht alle Zielgruppen abdecken.

Du darfst gerne mehrere davon entwickeln, passe Dich und Deinen Pitch immer dem jeweiligen Zielpublikum an.

Entwickle doch mal zunächst einen, als müsstest Du einem 10 jährigen Dein Business erklären – schwierig, aber machbar.

Wie viele Pitches hast Du?



SELBSTCHECK

Im Übrigen dient Dir Dein Pitch als Eigenantrieb. Hast Du mal einen Tiefpunkt oder fragst Dich, ob Du noch auf der richtigen Spur bist, dann lies Deine Pitches durch. Spürst Du noch die anfängliche Begeisterung dafür?

Wenn nicht, ändere den Pitch, ändere Deine Produkte, ändere Deine Dienstleistung, positioniere Dich neu, wenn nötig.

Änderungen, Veränderungen auf dem Markt, in der Welt, beim Kunden sind immer ein Grund, sich selbst auch neu aufzustellen. Lass Deinen Pitch mit Dir wachsen.

Welche Änderung möchtest Du tief im Innern direkt jetzt vornehmen?

ÄHM, NAJA, VIELLEICHT KÖNNTEST DU –WENN ES DIR NICHTS AUSMACHT- MAL BEI GELEGENHEIT WAS BEI MIR KAUFEN

Dein Pitch sollte glasklar sein, Weichmacher haben hier kein Zuhause.

Was sind Weichmacher? Alles, was Deine Aussage selbst in Zweifel zieht, sie abschwächt oder verniedlicht, kleiner macht als sie ist.

Dazu gehören Aussagen wie,

-vielleicht, -

quasi, .

sozusagen, .

meistens, .

ungefähr,

manche, -

ich sag immer

vermeide diese Ausdrücke wenn Du Dich beschreibst, Du bist nicht quasi ein Trainer, Du bist es oder nicht!

Vermeide auch sämtliche Konjunktive.

Du hast nicht das vielleicht beste Produkt, sondern Du bist überzeugt von Deiner Dienstleistung und Deinem Wirken.

Du hast nicht ungefähr 1000 Kunden, sondern 998 oder 1257, schließlich sind Dir Deine Kunden wichtig und deshalb bist Du genau im Bilde darüber, wie viele es sind.

Streiche Konjunktive aus Deinem Sprachgebrauch, welches ist Dein Lieblingskonjunktiv?

PITCH? BRAUCH ICH NICHT! WIEDER SO EIN SCHEISS AUS AMERIKA.

Derjenige, der glaubt, er brauche keinen Pitch, ist immer der, der ihn am nötigsten hat

Leider unterziehen sich die wenigsten dieser Mühe, einen zu kreieren.

Das ist wirklich schade, denn ein guter Elevator Pitch wirkt und wirkt und wirkt vor allem noch, wenn Du selbst nur noch von hinten zu sehen bist, fast wie ein gutes Parfum, kündigt er Dich an und verlängert Deinen „Abgang“.

Möchtest Du Dir die Mühe machen, einen Pitch zu kreieren?

Brauchst Du Unterstützung dabei?



DAS WORT HÄNGT DIR ZUM HALS RAUS?

Andere Bezeichnungen für den Pitch sind

Sales talk,
selling point

spot

speech

jingle

launch

Elevator Speech

Gerne können wir gemeinsam ein neues Wort dafür
kreieren.

BENEFIT FUTURE (nutze die Zukunft) wäre mein
Vorschlag.

Was ist Deiner?

Frag Marten, wenn Du die richtigen Worte für Deine
Homepage, Deine Story oder Deinen Pitch wünschst

AM ANFANG WAR DAS WORT



Der Anfang ist wie immer auch hier das
Schwerste.

Wie Du einen guten Pitch eröffnest zeige ich Dir
heute.

Stelle eine provokante These auf
Stelle eine schockierende These auf (in 10
Jahren werden 300.000
Menschen gestorben sein, weil sie nichts von
meiner xy ...wissen)
Stelle eine Frage (Warst Du schon mal in
folgender Situation...)
Was machst Du wenn...
Du kennst doch bestimmt jemanden, der mal...

Wie fängt Dein Pitch an, wenn Du noch keinen
hast, mit welchem Satz eröffnest Du Deine
Antwort auf die Frage, was Du denn so machst?

KNACKIG, KNUSPRIG, KURZ

Aber alles drin, klar, das will geübt sein.
Insbesondere, wenn Du wirklich Deinen eigenen EP
kreieren möchtest.

Es macht keinen Sinn, jemandes Pitch durch eine andere
Tätigkeitsbeschreibung zu ergänzen oder zu verändern.
Das bist nicht Du.

Wenn etwas bei einem Pitch wirkt, dann Deine Echtheit.

Wir finden gemeinsam die richtige Beschreibung für
das, was Du mit und für Deinen Kunden oder Patienten,
Klienten oder Teilnehmer tust. Damit meine ich nicht
die Bezeichnung Deiner Tätigkeit, sondern den Spirit
darin. Verbinde diesen Spirit mit Deiner einzigartigen
Persönlichkeit, emotionalisiere Deine Marke oder die,
die Du zu werden gedenkst und schon freust Du Dich
darauf von jemandem gefragt zu werden: hey, was
machst denn Du so?

Nie wieder rumeiern, stotter, keine Ähms und Öhhhs,
hm, das ist nicht einfach zu erklären!

Denn, wenn es nicht einfach zu erklären ist, dann hast
Du keinen Pitch.

Hol Dir am besten schnell mein Lernwebinar dazu um
Deinen Elevator Pitch zu kreieren, damit Du es gleich
richtig machst.

Hier kommst Du zum Ziel



Als Selbstlernkurs <https://quovadix.de/angebotsseite-elevator-pitch/>

39,-



BEST OF FREEBIE

DU MÖCHTEST NICHT ALLEIN RUMWURSCHELN?

Als Freebie und Newsletterleser erhältst Du ein VIP
Angebot

**1 Std. Zoom mit PotentialProfilier Elke und
ProfiStoryteller Marten**

für sage und schreibe

199,-

DURCH MEINE GABE,
MENSCHEN LESEN ZU
KÖNNEN, FINDE ICH
BLITZSCHNELL HERAUS, WIE
DU DEINE MISSION IN EINEM
ONLINEBUSINESS SICHTBAR
UND WIRKSAM MACHEN
KANNST. SO KANNST DU GELD
VERDIENEN, MIT DEM, WAS DIR
LEICHT FÄLLT, WAS DU GERNE
MACHST.
ICH BRINGE DEIN WARUM IN
EINEM NEBENBERUFLICHEN
ONLINEBUSINESS KRAFTVOLL
UND WIRKSAM IN DIE WELT

Elke Dola Potential-Profilier
Onlinebusiness-Mentorin und
Mindset-Ninja



Als Wort-Wert-Zauberer
und Storyteller mache ich
Dein Warum zu Deinem
Markenzeichen. Wenn die
Welt Deine Geschichte
kennt, wenn sie weiß,
warum Du der oder die
richtige Unterstützer/in
bist, dann wollen sie sich
von Dir helfen lassen. Ein
Pitch mit Storytelling ist die
Königsklasse

Marten Steppat, Storyteller,
Storyseller, Autor, Hypnotiseur
und Wort-Wertentwickler





VIP Kennung

DEIN ZAUBERWORT

SAGE UND SCHREIBE

Du erhältst einen Zoomcall mit Marten und mir für
Deine Pitch-Story wenn Du eine Mail an
[e.dola\(at\)gmx.de](mailto:e.dola(at)gmx.de) oder an Marten
[marten.steppat\(at\)gmail.com](mailto:marten.steppat(at)gmail.com) mit dem Zauberwort im
Betreff schreibst

Nenne uns einfach Deinen Namen und Deine
Anschrift für den energetischen Ausgleich und
schon sparst Du sage und schreibe über 200,-Euro