

Startpakke for samskaping

Selg inn idéen din:

Pitch



Selg inn idéen din:

Pitch

En pitch er en kort, spisset presentasjon av ideen som gjør det lettere å forklare for andre hva du vil, og gir andre mulighet til å komme med tilbakemeldinger på din idé. En god pitch er visuell, konkret og fengende.

DU TRENGER

- En idé
- Tid for deg selv
- En kollega å prøve ut pitchen på

METODE

Du har en idé til et tiltak, et prosjekt eller en ny tjeneste.

Konkretiser ideen. Her er to modeller som hjelper deg å tenke gjennom hvilke behov ideen din svarer på, hva løsningen innebærer, hvilket utbytte/nytteverdi den vil gi og hvilke «konkurrenter» du har. Du kan velge en av dem, eller bruke begge to.

Modell 1: Fisken

- 1. Krok:** En åpning som får lytteren interessert, f.eks. et spørsmål eller en påstand som fanger oppmerksomheten. Visste du at ...? Har du lagt merke til ...?
- 2. Hode:** Hva handler ideen din om? Hvem er målgruppen og hvilke behov svarer den på?
- 3. Kropp:** Du forteller hvilken forskjell din løsning vil gjøre, hva slags nytteverdi den har og hvordan den skiller seg fra andre løsninger på samme utfordring.
- 4. Hale:** Avslutningen signaliserer hva du vil oppnå med pitchen. Vil du at lytteren skal svare på et spørsmål? Invitere deg på et møte? Forplikte seg til et samarbeid?

Lag deg en "heistale"



Har du en utfordring eller en problemstilling som du ikke vet hvordan du skal løse? En kort pitch kan være det du trenger for å få andre med på laget. Å ha en pitch klar når noen spør hvordan det går med prosjektet eller hva dette prosjektet egentlig handler om, er gull verdt. Da er du forberedt, og slipper fremstå som nølende og usikker.



Modell 2: Behov, kløsning, utbytte og konkurranse

Denne modellen går også under navnet NABC (Need, Approach, Benefits, Competition). Den hjelper oss å formidle hvilken verdi ideen har for sluttbrukeren/innbyggeren.

1. Behov

- Hvilke behov er ideen din et svar på?
- Hvem er brukerne eller målgruppen?
- Hva er deres største behov/utfordringer?
- Vet de at de har dette behovet?

2. Løsning

- Hva er ditt forslag for å løse utfordringen?
- Hva er nytt med din idé?
- Hvordan imøtekommer ideen målgruppens behov?
- Hva skal til for å sette ideen ut i livet? Hvem skal gjøre hva, hva vil det koste?

3. Utbytte

- Hvilken nytteverdi vil brukerne/målgruppen ha av idéen.
- Hva er effekten av idéen?
- Kan effekten beskrives kvantitativt (økt besøk, flere medlemmer) eller kvalitativt (økt trivsel, sterkere sosiale relasjoner)?

4. Konkurranse

- Hvilke alternativer finnes til din løsning?
- Hvem gjør allerede noe lignende?
- Hvordan er din løsning bedre enn alternativene?
- Hva er ideens styrker og svakheter?

ØV DEG

Hvem er mottakeren? Bruk nettverkskart for å finne ut hvem det er aktuelt å presentere ideen for.

En målrettet pitch når bedre fram. Ulike mottakere kan ha behov for ulike «kroker» og ulike «haler». Er du ute etter innspill, partnerskap, finansiering eller noe helt annet? Kanskje må du pitche samme idé på flere ulike måter. Prøv pitchen ut på en kollega.

NESTE SKRITT

Et naturlig neste skritt når du har utarbeidet en pitch, er å legge den fram for noen. Det kan skje i mange ulike kontekster, for eksempel ved at du inviterer til en kaffeprat eller et møte.

Hva vil du oppnå?



Vektlegg utbytte mer enn løsning: Hvilken nytteverdi/effekt forventer du at ideen vil ha? Tenk gjennom om du kan visualisere presentasjonen (et bilde, en modell, en tegning).

Våg å ta plass!



Du har noe viktig å komme med! Føler du deg usikker når du framfører pitchen? Konsentrer deg om ideen du vil selge, og hva du kan få igjen dersom du når fram med budskapet ditt.

Ikke gi opp!



En pitch er ikke et mål i seg selv, men et middel for å få gjennomført ideen din. Får du ikke napp første gang? Prøv på nytt! Bruk tilbakemeldinger du får underveis til å forbedre ideen.

Refleksjon

Er behovet/problemet du skal løse gjenkjennelig og relevant for tilhørerne? Hvis ikke, tilbake til start!

Hvis du opplever at folk ikke helt forstår hvordan ideen din kan gjennomføres eller hva den vil bidra med, så er den kanskje ikke godt nok gjenomarbeidet. Gå ut og snakk med flere folk!

Folk anerkjenner problemet og liker løsningen, men ingen vil forplikte seg som samarbeidspartnere. Er du tydelig nok på hva som skal til for å sette ideen ut i livet, og hva de andre kan bidra med?