



**PASCAL
BOSMANN
FILM**

Schrijf je eigen video-pitch in vier stappen.

Verras

Met de eerste zin wil je je publiek direct vangen. Je verrast, maakt ze nieuwsgierig en zet ze aan het denken. Het mag best een beetje prikkelend zijn: een stelling die ze niet verwachten, een grappige anekdote of een feit over het onderwerp waar de kijker van schrikt. Het moet pakkend zijn, misschien zelfs wel in de vorm van een slogan. Enkele voorbeelden:

1. Open met een anekdote of juist serieus feit over jouw business/ passie: "In de tijd dat jullie naar mijn pich luisteren sterven er in de wereld 200 mensen aan de gevolgen van slechte voeding" (Jamie Oliver in zijn pleidooi over gezonde voeding).
2. Open met een slogan/ pakkende zin: "Niemand is een binnen mens, maar iedereen is een buiten mens" (Bever)

Verbind

Hier ga je je kernboodschap benoemen en verbinding maken met je publiek t.a.v. deze boodschap. Welk probleem los je op? Waar ligt jullie gezamenlijkheid in deze boodschap? Maak verbinding met je publiek d.m.v. drie verschillende aspecten:

1. Zorg dat je verbindt in taal, gebruik toegankelijke woorden en spreek in de juiste hoeveelheid vakjargon. Wees daarin professioneel en toon je kunde maar ga niet te ver waardoor je publiek het niet meer begrijpt.
2. Laat zien waarom jouw bedrijf, of de visie van jouw bedrijf jou een persoonlijke drive geeft. Waarom loop jij hier warm voor, waarom raakt jou dit persoonlijk. Door het persoonlijk te maken gaan mensen je passie ervoor geloven en neem je ze vervolgens beter mee.
3. Benoem de verbindende factor tussen jouw publiek en jouw organisatie/ visie van jouw organisatie. Denk hier goed over na, er is altijd iets gezamenlijks in dit stuk. Maak van het probleem dat jouw organisatie oplost ook de oplossing voor jouw luisteraar. Hoe is jouw passie ook de passie van je luisteraar?

Vertel

Vertel jouw verhaal, het verhaal van je organisatie. Hoe ga je te werk etc. Probeer hier in je verhaal zoveel mogelijk te visualiseren. Dit helpt je luisteraars om het voor zich te zien. Enkele voorbeelden:

1. Zeg niet: het is 113 meter hoog maar het is zo hoog als de Dom van Utrecht.
2. Zeg niet: het bespaart je 4 uur tijd maar het bespaart je een halve werkdag.
3. Zeg niet: het levert je 50,- op maar voor dit geld koop je 20 broden.
4. Zeg niet: stress is niet goed voor je maar van stress krijg je per nacht 2 uur minder slaap.

Veranker

Maak de brug naar je kernboodschap, herhaal hem, laat hem opnieuw duidelijk horen. Eventueel met een herhaling van je verrassende opening om hem mooi rond te maken. Mensen onthouden het laatste wat je zegt het beste dus dit moet het belangrijkste van je boodschap bevatten.

Dus ...

Verras je publiek aan het begin met iets pakkends, verbind ze aan je verhaal door jullie gezamenlijkheid in het probleem/ de visie te benoemen, neem ze mee in jouw verhaal door hetgeen je vertelt te visualiseren en veranker je boodschap door deze te herhalen.