

Chcete si získat druhé? Použijte "elevator speech"

Ať už jste vedoucím malého týmu, generálním ředitelem velké společnosti nebo dokonce jen svým vlastním šéfem, takzvaný elevator speech (výtahový projev) se může stát jedním z vašich nejsilnějších komunikačních nástrojů.

Před lety, kdy se v Silicon Valley všechno odvíjelo "rychlostí internetu", došlo v byznysu k obrovské změně. Už nezbyval čas na zdvořilosti jako "Dobrý den" nebo "Na shledanou" na závěr telefonního hovoru, který se nově odbyval v poklusu na letadlo nebo - a tohle jsem měl obzvlášť rád - ve snaze popadnout dech se slovy: "Čekají na mě další tři lidi. Co že to chcete?" Tohle přitom ještě mnozí považovali za laskavé jednání se svými dětmi, nemocnou matkou, partnerkou či přítelem.

Tou dobou jsem pracoval jako partner největší firmy na vyhledávání top manažerů, takže jsem byl přímo v centru dění. Na planetě Internet se slušelo být zvláštní - tedy pokud jste udělali velký obchod nebo se o vás říkalo, že máte podíl v něčem, o čem si lidé se zdviženým obočím šuškali, že to bude "příští VELKÁ věc". Oblečení se nosovalo nedbalé, lidé byli neustále zaneprázdnění, drsní a při konverzaci dávali druhé straně najevo, co zrovna přezývají v ústech. Snem každého mladého člověka bylo nosit černé tričko se zbytky drobků od jídla, seprané džíny, opírat se o černý kabriolet Porsche, v ruce kelímek ze Starbucksu a za usrkávání kávy hulákat do mobilu.

V těch hektických letech jsme se toho spoustu naučili - většinou hlavně to, jak se věci nemají dělat, ale na vrcholu všeho toho šílenství se zrodila přece jen jedna perla - elevator speech, výtahový projev. Rizikovní investoři byli zaplavováni žádostmi a pronásledováni vynálezci a pološílenými podnikateli, kteří žadonili o příspěvek na financování své příští VELKÉ věci.

Pro čtenáře tohoto sloupku jsem napsal takovou krátkou jednoaktovku, která ukazuje, jak to probíhalo. Zrození elevator speech, scéna první: Znamý rizikový investor (pan Allen) vstupuje do výtahu, na nose má sluneční brýle, na hlavě klobouk; dívá se do země, aby ho nikdo nepoznal. Dveře výtahu se začnou zavírat, a když už zbývá jen úzká štěrbina, do mezery se vsune ruka držící síťovku a napůl snědenou tyčinku Snickers. (Udýchaný Podnikatel, kterému od úst létají kousky čokolády, zatlačí pana Allena ke zdi výtahu.) "Zdravím, pane Allene! Jaká náhoda! Ani jsem netušil, že bych vás mohl dneska potkat. Nevím, jestli jste dostal můj vzkaz (za poslední tři dny jich bylo 56), ale mám jeden úžasný nápad, který se vám bude moc líbit! Máte minutku?" Pan Allen, otráveně: "Máte minutu, než dojedeme na mé patro. Mluvte."

Během jediné minuty pak musel podnikatel upoutat pozornost investora a pokusit se sjednat si delší schůzku. Díky elevator speech se však lidé soustředili na to podstatné, odhodili zbytečné průpovídky a během krátké doby dokázali odvyprávět poutavý příběh - a říct jen tolik, aby posluchač chtěl slyšet víc. To není jednoduché a chce to trénink.

V diskusích s výkonnými manažery už řadu let mluvím o tom, proč je důležité, aby měli připravenou celou řadu takových projevů do výtahu. Důvod je jednoduchý: nikdo nemá čas s vámi jen tak o něčem tlachat, lidé mají hrozný strach z toho, že je váš příběh bude k smrti nudit a že kvůli vám zmeškají masáž nebo solárium. A dobře propracovaný elevator speech upoutá jejich pozornost. Ať už je tedy vaším cílem cokoli a vy jste při tom nuceni získat si druhé, musíte mít připravenou svou elevator speech - o sobě, o své společnosti, o novém produktu nebo o tom, proč by druzí měli dělat to, co od nich žádáte.

Udělejte proto dnes něco pro sebe i svou kariéru. Zadejte si do googlu "elevator speech" a naučte se, jak své komunikační schopnosti dostat na novou úroveň.

Pepper de Callier
předseda Bubenik partners