

# Chance:USP

---



**Doel:** De belangrijkste voordelen weten te benoemen

**Module:** Jij de Baas

**Challenge:** Reclame

**Duur:** 15:00

**Gebruik:** Als voorbereiding op of verscherpen van je pitch

Chance

---

## Pitch

Om te weten hoe je het beste reclame kan maken is het handig om kort en krachtig je plan te presenteren aan een groep, je klas. Doe dit door middel van een elevator pitch (alsof je 1 minuut met de lift gaat). Formuleer daarin heel kort en krachtig:

- Wat is je actie?
- Wat levert de actie op voor het goede doel?
- Waarom maakt juist dit groepje deze actie tot een succes?

---

## Verkooppunten

Nu krijg je vast van anderen vragen en feedback. Voel je niet aangevallen maar beschouw dit als kritische en opbouwende reacties, zodat je uiteindelijk de actie nog iets scherper kan verkopen. Laat de ander je helpen met het ontdekken van je **UNIEKE VERKOOP PUNTEN**? Op grond daarvan kun je **JULLIE** unieke reclameboodschap formuleren. Elk bedrijf gaat deze unieke verkoopvoorstellen (Unique Selling Propositions), op grond van de voorbeelden en opmerkingen uit de pitch, uitwerken. Zo'n voorstel richten ze aan sponsors of klanten. Het voorstel komt neer op de vraag of zij het idee willen ondersteunen. Dit verzoek wordt met de nodige argumenten toegelicht. Daarvoor dien je te verplaatsen in de sponsors en in de klanten. Je zouden je bijvoorbeeld kunnen afvragen: "Waarom zouden deze sponsors of klanten ons gaan steunen of ons product kopen?"

---

## Oefenen

Het is belangrijk dat je een kort maar krachtig verhaal hebt. Train dit bijvoorbeeld door telefoongesprekken te voeren met gefingeerde sponsors of klanten. Andere leerlingen/deelnemers van het bedrijf kunnen een oefenmail of brief opstellen, die aan een sponsor of klant is gericht.