

## נאום המעלית - Elevator Pitch

כלי זה מדגים כיצד ניתן להתאים את<sup>1</sup> "נאום המעלית" להצגת נושא על ידי ארגון ללא מטרת רווח בפני קבוצת עניין. לאחר מכן, מוצג שילוב שיטת נאום המעלית בהצגה אפקטיבית של נושא.

### רקע

נאום המעלית הינה שיטה להציג נושא בתמציתיות מירבית במטרה למשוך את תשומת לב השומע/ת כך שירצו לשמוע יותר על הנושא. זאת מטרת השיטה, לתפוס את תשומת הלב – כך שהמקשיב יבקש לשמוע עוד. השיטה באה למנוע את טעות הנפוצה של יזמים, להציף בפרטי פרטים את השומע ו"לשעמם אותו ברכות". השיטה פותחה ע"י יזמים המבקשים את תשומת ליבם של משקיעים פוטנציאליים בעולם עמוס פניות דומות.

### שלבי הדיאלוג :

#### 1 - נאום המעלית:

- א) מי אוכלוסיית היעד, מה הצורך שלה שאתם הולכים לענות עליו?
- ב) "חזונצ'יק" מה תשיג אוכלוסיית היעד אם הפתרון שלכם תיושם בהצלחה מירבית.
- ג) מהו הפתרון המוצע על ידכם.
- ד) איך (לא למה) הפתרון שלכם טוב יותר מהפתרונות הקיימים או המוצעים ע"י אחרים – מהו הייחוד של הפתרון שלכם.

כעת עצרו, ווודאו שקהל היעד מעוניין לשמוע עוד...

#### 2 - מה הביא אתכם להציע פתרון זה?

- א) כאתגר לפתרון
- ב) כמקובל לחשוב ש... אבל...

#### 3 - נתונים (Factoid) – קשור ו- מעניין, פחות ידוע, מפתיע.

---

<sup>1</sup> מותאם מתוך – Presenting to Win, Jerry Weissman  
How to Make Your Case in 30 seconds or less, Nick Wreden.  
Yes, R. B. Cialdini, C. Heath & D. Heath Made to Stick,  
Opening Options How To Grab Your Audiences Attention, Nick Morgan

4 - ניסיון עבודה (אם יש): מה היה אז ולאן הגענו ומה השגנו עד היום – ההבדל העיקרי.  
אם אין חזרה ל"חזונצ'יק": היכן נמצאים היום ולאן נגיע [במושגים של עכשיו, כאילו כבר הגענו לשם].

5 - סיפור אישי ומרגש של המצב היום ו/או ההגעה אליו. הסיפור צריך להדגים את הערך המוסף של ההישג. סיפור "דביק" שירצו "לרוץ לספר לחברה".

6 - עיקר תוכנית העבודה.

7 - הזמנה לשמוע שאלות/הערות.

#### אם מכינים מצגת...

- כל המצגת לא תהיה ארוכה מ- 5 דקות, עם יש שקפים: 5 שקפים.
  1. אוכלוסיית היעד והצורך
  2. החזונצ'יק
  3. נתון
  4. הפתרון המוצע
  5. עיקר תוכנית העבודה
- השקפים בנויים לפי הכלל של 7X7 (שבע שורות בעלות מקסימום שבע מילים בכל שורה, עדיף פחות).

#### כיצד מתארגנים לקראת "נאום מעלית":

1. מה המטרה של הנאום?
2. מי קהל היעד – מה מעניין אותם?
3. מה הנושא?
4. ארגון לפי הצעדים שלעיל.
5. הקראה ותיקונים עם שומעים שלא היו מעורבים בהכנה/כתיבה.
6. תרגול עם סטופר מול מראה.

כלי זה נכתב על ידי דר' חיים אמסל