

Pitchen: hoe spreek je het beste een potentiële speelplek aan?



Aan de hand van de MasterMind met dramaturg en programmeur Judith Blankenberg van Grand Theatre Groningen bespraken we hoe je kunt pitchen. De belangrijkste tips willen we graag met jullie delen.

Een goede voorbereiding is het halve werk

-Denk na over de lange lijnen, wat is jouw visie? Waar wil je naartoe groeien?

Welke stappen en vooral welke speelplekken/partners zijn daarvoor nodig om die groei te kunnen maken?

-Voordat je de telefoon pakt of een mail opstelt bedenk goed wat je precies wilt van de speelplek die je gaat benaderen. Wil je informeren, wil je iets verkopen of wil je kennismaken?

-Is de speelplek die je gaat benaderen de geschikte partner voor jou? Delen jullie bijvoorbeeld dezelfde waarden, bereiken jullie dezelfde doelgroep, zitten jullie in dezelfde regio of is je werk super relevant voor de speelplek die je gaat aanschrijven?

-Wees nieuwsgierig naar de ander. Hoe kunnen jullie elkaar aanvullen, wat heb jij de speelplek te bieden?

Zet in op een langdurige relatie. **Tip:** zoek uit wat de missie & visie is van de persoon/organisatie die je aanschrijft, lees bijvoorbeeld hun beleidsplan op de website. Bekijk ook de eerdere programmering van de speelplek, lijkt dat op jouw eigen werk? Bingo, dat zou zomaar eens een match kunnen zijn!

-Weet wie je voor je hebt. Altijd handig om even de programmeur van de speelplek in kwestie op te zoeken op Google of LinkedIn en uit te zoeken wat diens achtergrond is en hoe die eruitziet. Straks loop je de persoon toevallig tegen het lijf in het theater of elders, dan is het makkelijker om diegene even aan te spreken als je weet hoe die eruitziet! Wat is de naam van de programmeur die je aanschrijft? **Tip:** Diegene met u of je aanspreken maakt niet zoveel uit, zolang je maar met zorgvuldigheid en respect degene aanspreekt.

Welke informatie communiceer je?

- Geef een korte introductie van jezelf/je organisatie. Wat doe je en waar sta je voor? Maak het beknopt en compact.

Tip: voeg een link naar je website toe, zodat de speelplek niet zelf hoeft te Google-en.

-Korte introductie van het werk dat je wilt verkopen. Wederom maak het behapbaar en efficiënt. Wat is echt noodzakelijk om te vertellen? Geef ook aan in welke fase je zit; onderzoek, af, reprise?

Tip: Voeg in de bijlage het conceptplan van je werk in maximaal één A4 toe.

-Wees volledig in je praktische informatie: met wie werk je, waar heb je al gespeeld of waar ga je nog spelen, goed beeldmateriaal (max 1 of 2 foto's en een link naar videoregistratie of ander beeldmateriaal).

Tip: je kunt ook vragen: ik heb een videoregistratie, vind je het interessant om die te ontvangen? Als je reactie krijgt, weet je zeker dat jouw mail is ontvangen en gelezen.

-De technische specificaties die noodzakelijk zijn voor het uitvoeren van je werk is verstandig om direct mee te nemen in je communicatie. Heb je een minimaal speeloppervlakte nodig? Maak je een locatievoorstelling, beschik je zelf over de techniek? Geef dit duidelijk aan.

-Heb je een goede recensie? Denk goed na of dat al relevant is om te delen bij de kennismaking, denk ook na over de hoeveelheid van de recensies die je deelt. Kies per speelplek uit welke recensie je denkt dat het meeste zal aanspreken bij de speelplek.

Houd dit altijd in gedachten

-We zijn allemaal mensen met allen een eigen manier van communiceren. Soms sluit jouw manier van communiceren simpelweg niet aan op de manier van communiceren van de ander.

Voel je hierdoor niet direct uit het veld geslagen of ontmoedigd. Denk na over een andere communicatie aanpak!

-Speelplekken krijgen heel veel mailtjes binnen. Nog geen antwoord? Stuur twee weken later een opvolgmail.

Nog steeds geen antwoord? Vier weken na je tweede mail, mag je best nog een mail sturen.

Stuur maximaal drie e-mails om je aanbod onder de aandacht te brengen per speelplek.

-Koffiedrinken is altijd een goede vrijblijvende manier om laagdrempelig met elkaar kennis te maken.

Stel je daarin flexibel op, ga naar de speelplek toe om eens koffie te drinken.

Wacht niet af totdat ze ooit een keer bij jou in de buurt zijn.

- Maak je aanbod ook visueel prikkelend, naast dat de inhoud zeer belangrijk is voor je aanbod kan het visuele aspect zomaar de doorslag kunnen geven om uit alle mailtjes te springen!

- Kijk wie er binnen jouw organisatie het beste en helder jullie visie kan overbrengen. Weeg daarnaast ook zorgvuldig af wie bij welke speelplek het beste het gesprek kan aangaan.

- Wanneer er bij de speelplek twijfel wordt uitgesproken, vraag wat je kunt doen om die twijfel weg te nemen.

Neem de twijfel serieus en ga erover in gesprek.

-Heb een lange adem! Soms moet je naam of je werk 3-5 keer langskomen voordat het blijft plakken bij de speelplek.

Tot slot

-Er zijn meerdere organisaties die de gelegenheid bieden voor jonge makers om hun werk te tonen.

Op dat soort evenementen lopen er veel programmeurs rond die je dan gemakkelijker kunt aanspreken.

Maar gebruik van dat soort netwerkmomenten!

Tips: Makersdag Het Huis Utrecht, Festival Cement, Oerol, Winternachten, Explore the North, Jonge Harten Festival, Karavaan, Over het IJ festival, Welcome in my backyard en Café Theater Festival.

-Bied een vrijkaart aan om je werk ergens live te bekijken.

Voor of na de presentatie van je werk zou je dan even kort kennis kunnen maken op een toegankelijke manier.

-Organiseer een eigen try-out of open presentatiemoment waarbij speelplekken de kans krijgen om je werk live te kunnen zien. Zo kunnen ze op een laagdrempelige manier kennis maken met je werk.



www.napkstart.nl

[@napk_podiumkunsten](https://www.instagram.com/napk_podiumkunsten)

vragen en opmerkingen
moreen.beentjes@napk.nl