

## ELEVATORPITCHEN – Top Gun på 52 etasjer

En gammel vandrehistorie fra filmverdenen er fin å bruke som en illustrasjon på viktigheten av å koke ned et budskap og det du ønsker å fortelle. Historien handler om hvordan ideen til filmen Top Gun ble til.



En vaskehjelp ved navn Jonathan Travis jobbet hos Warner Bros på midten av 80 - tallet. Han hadde i lang tid gått og pønsket på en filmidé som han ville fortelle til noen av de med makt og penger. Men som vaskehjelp stod han nederst på rangstigen, og alle hans forsøk på å få fortalt om ideen ble latterliggjort og oversett av hans overordnede.

En kveld Travis er på jobb og skal ta heisen opp til toppetasjen for å begynne å vaske seg nedover i den høye skyskraperen, kaster en fyr i dress seg inn i heisen akkurat når heisdørene skal til å gli igjen. Idet Travis skal til å trykke på knappen for toppetasjen kommer mannen han i førkjøpet, og det er da Jonathan Travis oppdager at mannen ved siden av ham er Jeremy Connors, Warner Bros' beryktede

toppsjef.

Heisen begynner så smått å gå oppover etasjene, og Jonathan ser sin sjanse til å fortelle om ideen. Dette var antakelig eneste gang han ville ha sjefen for selskapet på tomannshånd. Tiden var knapp. De var nå i 14. etasje og skulle til 52. En tur som normalt tok 2 minutter og 13 sekunder.

"Hei, Jeg heter Jonathan Travis og jeg har en ide til en film."

Jeremy Connors sender ham en granskende blick, smiler litt og svarer:

"Greit du har tiden til toppen på deg. Fyr løs men vær kort. "

"Okay. "

"Se for deg de to kjekkeste karene i bransjen. Tom Cruise og Val Kilmer i de feteste og mest sexy flyene som er å oppdrive på jorden, Amerikanskproduserte F-16 jagerfly. I tillegg har du en fin dame og en streng sersjant. Filmen skal hete "Top Gun"."

Pling. 52 etasje.

"Hmm. Ikke dumt. Kom opp på kontoret mitt på mandag så tar vi en prat om det. "

Om dette er sannheten eller ei spiller ingen trille, men filmen "Top Gun" ble en av tidenes mest suksessrike blockbustere og sprengte i sin tid rekorden for hjemmevideosalg idet den spilte inn over 350 millioner dollar.

Dersom du har sett filmen vet du at det er dette den dreier seg om:  
To kjekke karer, en sexy dame og noen feite fly. Thats it!

En **pitch** er kort fortalt et uttrykk som stammer fra reklameverden og er en kort innsalgstale om produktet du ønsker å selge. Grunnen til at man kaller det en **elevatorpitch** er følgelig at tiden du har i heisen er tiden du har på deg til å selge inn ideen. I dagens stressede samfunn er tid en mangelvare, og heisene raskere enn noen sinne. Derfor: Fatt deg i korthet og skjær budskapet ditt inn til beinet. Det er mulig!