

Pitch it! Kdo pitchuje, ten jede...

Zveřejněno 20. 2. 2014 11:01 | Napsal [Markéta Hájková](#)

V úvodu recenze knihy [Pitch it!](#) se nevyhneme troše školometského poučení ohledně pojmosloví. V našich končinách vyvolává pojem pitch spíše přizemně obscénní konotace, což pramení z toho, že se jedná o heslo nové a nepříliš zažitě, které zakořenilo v americké mediální a reklamní sféře a my se jej tu již jen snažíme „řízkovat“. Na přebalu knížky Sibylle Kurzové stojí, že pitch je termín pro účinnou prezentaci projektu či myšlenky, jejímž cílem je představit nápad či námět publiku tak, aby okamžitě zaujal a zároveň získal prostředky pro realizaci.

Díky pražskému nakladatelství AMU má nyní český čtenář možnost rozšířit si obzory ve vodách pitchingu a čerpat podněty z praktické příručky sepsané německou lektorkou pitchingu a expertkou v oblasti komunikačních věd. V aktualizovaném druhém vydání (2013) se autorka opírá o řadu příkladů z filmové branže a špikuje svůj text místy odstrašujícími, místy vtípnými „historkami z natáčení“/pitchování. Kniha je tak především směřována do rukou filmových tvůrců a producentů. Avšak průvodce se ve své komplexnosti snaží pomoci zvládat techniky pitchingu každému kreativci (ať už laikovi či profesionálovi), který chce prodat svůj nápad. Tomuto záměru odpovídá jazyk, názorná cvičení a přehledné členění publikace.

Obecně bývají komunikační dovednosti jednou z nejvíce opomíjených složek procesu prodeje. Kuchařka s recepty jak úspěšně prezentovat vlastní projekt je mimo jiné výjimečná svým monopolním postavením, především co do zevrubnosti, na českém trhu. Sto šedesát stran praktických rad, úvah a návodů nezahluje cílovou skupinu zbytečnostmi a jde přímo k věci přesně v duchu správného pitche. Kurzová popírá, že existuje zlaté pravidlo, které by zázrakem udělalo dámu z každé Lízy Doolittleové.



Důraz klade na pečlivou přípravu včetně rešerše a na trénink. Základem dobré prezentace je dle Kurzové vnitřní motivace (kladení si podnětných otázek), sebepoznání (SWOT analýza slabých a silných stránek), předvídavost, správné načasování a důkladná znalost protějšku pro nosnost argumentace při komunikaci. Dále své následovníky nabádá k četbě odborných periodik. Sběr dat o cílové skupině projektu, které vede v případě filmu k odhadu sledovanosti, může předejít zdoluhavému maratonu odmítnutí. Tím, že se tvůrce zaměří na positionig (návrh představy, jež by měl daný produkt zaujmout v mysli spotřebitele/decision makera) posílí svůj projekt a bude moci snáze nalézt tzv. unique selling point – jedinečnost své ideje. Zde může docházet k rozporu mezi seberealizací (vlastními potřebami) a podbízením se rozmarům trhu. Autorka v souvislosti s tím hovoří o rozdílech mezi nezávislou filmovou produkcí a komerční linií tvorby. Proto je podle ní důležité ke každému projektu přistupovat individuálně a jako takový jej soliterně prezentovat. Jelikož je filmový a televizní trh poměrně jasně definovaný, může si autor pomoci zmíněných návodu naplánovat konkrétní kroky při lovu produkčních, které povedou k cíli.

Autorka čtenáře neubíjí množstvím informací s klišovitými instrukcemi, ale neustále mu své teze živě osvětluje prostřednictvím svých zkušeností z prostředí pitching fór a různorodých kurzů. Nejedná se tedy o titul, který překypuje planými motivačními řečmi, ale studijní materiál, který nabízí reálné postupy k prosazení svého záměru v marketingem prorostlé společnosti (a to i té kulturní). Sibylle Kurzová tak nevědomky svou knihou nastavuje zrcadlo čecháčkovskému systému s heslem Ruka ruku myje a nahrazuje jej mnohem vzletnější frází Vždy připraven. Tento inspirativní počín mohu s čistým svědomím doporučit všem, kteří se chtějí „umět prodat“. Na závěr uvedu drobnou parafrázi jedné rady, že kdo následně neunes konstruktivní kritiku, tak ať nepitchuje. Zpětná vazba totiž vede k pozdějšímu zdokonalení každého pitche.

KURZOVÁ, Sibylle: *Pitch it!*, přeložila M. Dohnalová, Praha: Akademie múzických umění, 2013, 170 stran. ISBN 978-80-7331-284-8.

Zdroj: <http://www.musicologica.cz/kritika/256-pitch-it-kdo-pitchuje-ten-jede>