

## Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Ausgabe 11/15

Herzlich Willkommen zur neuen Ausgabe von NSA Voices Of Experience November 2015.

### Geschäfte machen mit der öffentlichen Hand - Marnie Green, CSP, IPMA-CP

Die öffentliche Hand vergibt viele Aufträge. Sie hat sich dafür entschieden mit Städten und Gemeinden, mit Schulen und Universitäten wie auch Versorgungsbetriebe. Statt auf der Bundesebene.

Sie hatte den Vorteil, dass sie davor für den Staat gearbeitet hat. Auf diese Weise wusste sie bereits was die öffentliche Hand braucht. Sie hatte bereits ein Netzwerk.

RFP: Offerten schreiben war oft verlorene Liebesmüh. Deshalb hat sie darauf geachtet die Beziehungen zu den Verantwortlichen pflegen. Auf diese Weise wurde sie immer wieder angefragt bei der Ausschreibung mitzuhelfen. Und so kam sie dann auch öfter zum Handkuss.

Wie hat sie die Beziehungen gepflegt? Sie schreibt über erfolgreiche Aufträge zusammen mit dem Kunden. So kommen immer wieder andere Verwaltung auf sie zu. Sie macht ausserdem Vorträge bei den Branchenorganisationen.

### Speaking of Consulting - Peter Stark, CSP

Er beginnt praktisch jede Kundenbeziehung mit einem Training oder einer Rede. Sein Ziel ist es allerdings Consulting zu verkaufen. Was macht er anders? Seine Kundenanalyse ist viel intensiver als das, was andere Trainer/Anbieter machen. Dies macht er mit Interviews: 12 - 15 inkl. CEO und CFO. Er schafft es so auszusehen, wie wenn er einer von ihnen wäre.

Seine Aufträge kamen bisher ausschliesslich durch Mundpropaganda. Nicht durch die Website! Soziale Medien: er hat eine Mitarbeiterin, die die sozialen Medien bedient. Er selbst verbringt gar keine Zeit auf den sozialen Medien, sondern produziert Inhalte.

### Workshops zum Laufen bringen - Jean DiGiovanna (f), CPCC

Eine Keynote ist anders als ein Workshop. Keynote: 70 - 80% reden, 20 - 30% Interaktion. Workshop: das Gegenteil. Mehr zuhören, beobachten, Schlussfolgerungen ziehen, coachen.

Keynote: Weshalb? Workshop: Wie? Mit Übungen.

### Die Aufmerksamkeit des Publikums holen, auf und neben der Bühne - Ed Tate, CSP, and Darren LaCroix, CSP

Beide sind vormalige Toastmaster Weltmeister (2000 und 2001).

Darren: An erster Stelle steht die Keynote. Sonst habe ich auch nichts zu verkaufen / zu bewerben.

Ed: Es gibt 3 Lerntypen: visuell, auditiv und kinästhetisch. Letzteres wird am seltensten benutzt. Alle 3 lassen eine Botschaft im Gedächtnis haften.

Man muss selbst von seiner Botschaft überzeugt sein.

Leute wollen Spass haben.

Darren: Er versucht bereits vor dem Beginn der Rede den Rapport mit dem Publikum herzustellen. Er macht 10 Interviews. Mit der Erlaubnis des Veranstalters. Er dreht Videos für die Veranstaltung. Er benutzt deren Sprache und Formulierungen.

Wie präsentiert man Zahlen / Statistiken?

Ed: eine Zahl hervorheben und eine Geschichte darüber erzählen. B: Weshalb gibt es den Trend in die eine oder andere Richtung, rauf oder runter?!

Welches ist der Unterschied zwischen Toastmasters und NSA?

Darren: Nur weil es auch schlechte TM gibt, heisst das noch lange nicht, dass alle TM schlecht ist. Man darf nicht alle in den selben Topf werfen. Auf der anderen

Seite: Wer ein professioneller Redner werden und dafür bezahlt werden will, sollte Mitglied der NSA werden. Denn ohne beide Organisationen wäre Darren nicht dort wo er heute ist.

TM ist gut um zu wachsen. Wer nicht dort ist, wo er sein will, sollte Mitglied werden.

## Die 2 Seiten der Medaille - Laurie Guest, CSP, with Jessica Pettitt, CSP, and Lynn Rose

Oft hören wir widersprechende Meinungen. Auch hier.

Die Frage heute: solltest Du für jede Dienstleistung und jedes Produkt eine separate Marke und Website haben?

Jessica: Ja, du solltest unterschiedliche Marken haben. Sonst ist der Käufer verwirrt.

Lynn: Nein. Mache eine Marke, die über allem steht. Wie "Jenseits der Logik", wie "Besser ankommen". Darunter können alle Produkte und Dienstleistungen eingereiht werden. Auch auf den sozialen Medien empfiehlt sie nur einen Kanal. Der Kunde lernt dich besser kennen, beginnt dich stärker zu mögen und dir stärker zu vertrauen (know, like and trust).

## YouTube Talk Show - Kirsty Spraggon

In den ersten 3 Monaten ihrer YouTube Show hatte sie gerade mal 3'000 Betrachter. Heute hat sie 12'000 Views pro Tag. Total mehr als 600'000 Zuschauer!

Wie? Interviewpartner erzählen die eigene (traurige, traumatische) Geschichte. Die Geschichte von anderen zu hören, hilft (a) zu wissen, dass ich nicht allein bin, (b) hilft zu heilen.

Daraufhin hat sie einen 6 Wochen-Kurs entworfen. Er hilft den Käufern durch die traumatische Geschichte zu gehen.

## President's Message - Ruby Newell-Legner, CSP

Die NSA hat einen Feiertag kreiert "The Spirit of NSA day" / den Tag des Sinnes, des Geistes der NSA. Sie empfiehlt diesen Tag zum Anlass zu nehmen einem seiner eigenen Mentoren danke zu sagen, eine anderen Redner weiterzuempfehlen und im eigenen Chapter aktiv zu werden.

## Komm ins Gefängnis mit mir - Ed Robinson, CSP

Ed hat ein Schulungsprogramm für Gefängnisinsassen entworfen. Viele von ihnen haben es geschafft nach dem Gefängnis ein eigenes Unternehmen zu gründen. Mit dem Programm haben sie einen riesen Erfolg. Die Rückfallquote von Absolventen ist nur 6%, statt wie 50% im Landesdurchschnitt. 3 von den vormaligen Insassen haben es sogar geschafft ein Geschäft zu etablieren, welches über eine Million Umsatz pro Jahr macht - legal!

Diese Erfahrung hat in weniger tolerant gemacht - gegenüber von Leuten, die nie im Gefängnis waren, und trotzdem immer wieder ausreden finden, weshalb sie das eine oder andere nicht erreichen können.