

Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Voices of Experience September 2017

Thomas Skipwith, im Interview mit Bruno Erni, berichtet wieder von der neuen Ausgabe von Voices of Experience, dem Podcast der National Speakers Association.

Neuer Moderator des Originals für 2017/2018: David Newman, CSP

Consulting Dienstleistungen als Paket - Barry Banther, CSP

Wie kann jemand sein Know-how auch als Consulting anbieten, wenn er bisher "nur" Key Note Reden, Trainings oder Coachings gemacht hat? Barry Banther sagt: Entscheidend ist nicht die Form, in welcher die Inhalte vermittelt werden, sondern es sind die Inhalte. Also beispielsweise Verkauf, Marketing, Kommunikation, Rhetorik. Wir sind seines Erachtens nicht (nur) Vortragsspezialisten oder Trainerspezialisten, sondern Experten in unserem Thema. Sobald wir beim Kunden einen Bedarf für unser Thema erkennen, können wir das Thema auch in Form von Consulting anbieten.

David Newman bringt es so auf den Punkt: Wir sind nicht professionelle Redner, sondern professionelle Problemlöser.

Wenn ich nicht zu 100 % auf den Bedarf des Kunden passe, dann kann ich mit jemandem, beispielsweise aus der GSA, eine Partnerschaft eingehen. Gerade kürzlich habe ich selbst mit einem Kollegen zusammen bei einem Kunden ein Training durchgeführt. Er hat das Thema Projekt- und Sitzungsleitung geschult und ich habe ihn dabei als Moderator und mit Graphical Recording unterstützt. Das Training kam fantastisch an.

David Newman fasst diesen Punkt zusammen mit: "Statt nein zu sagen, sage ich: Ich mache es nicht allein, sondern zusammen mit jemandem anderen."

Wie viel Honorar soll ich für Consulting verlangen? Barry empfiehlt einen Teil des Mehrwerts, den wir mit unserer Dienstleistung dem Kunden bringen, zu berechnen. Das Honorar soll also nicht aufgrund der Zeit, sondern z.B. anhand der Reduktion der Fluktuationsrate berechnet werden. Es geht also um einen Anteil des ROI.

Wie komme ich an den ROI? Ich frage den Kunden, was es ihn kosten würde, wenn er etwas nicht macht. Also beispielsweise was es ihn kostet, wenn seine Fluktuationsrate weiterhin bei 25 % liegt.

Verkaufen mit den sozialen Medien - Corey Perlman

Corey spricht in diesem Beitrag insbesondere von LinkedIn. Entscheidend für den eigenen Erfolg ist es zu überlegen, wo die potenziellen Kunden sind. Wer seine potenziellen Kunden in der Altersgruppe zwischen 13 - 25 hat, der ist gut beraten bei SnapChat mitzumachen.

Für viele Redner ist LinkedIn, und im deutschsprachigen Raum XING, besonders ergiebig. Corey empfiehlt folgendes Vorgehen:

1. Wen würdest Du gerne kennenlernen.
2. Welchen gemeinsamen Bekannten hast Du (auf LinkedIn)?
3. Lass Dich von dem gemeinsamen Bekannten empfehlen. Es ist viel einfacher andere zu loben als sich selbst.
4. Erwidere den Gefallen auf Anfrage.

5 Wege Medienpräsenz zu Business zu machen - Jess Todtfeld, CSP

1. Biete im Interview etwas gratis an, z. B. eine Top-Ten-Liste oder eine Checkliste. Es muss einfach zu verdauen sein, nicht ein Wälzer von 300 Seiten. Es muss ein Snack, nicht eine ganze Mahlzeit sein.
2. Die Zuhörer müssen sich mit Name und E-Mail registrieren (Opt-in).
3. Halte den Kontakt, indem Du weiterhin gute Inhalte lieferst und dabei auch etwas zum Kauf anbietest. Hier setzt man am besten E-Mail-Marketing-Software ein. Übrigens: Das Wort Newsletter kommt nicht (mehr) besonders gut an. Stattdessen könnte man es beispielsweise "Kaffee mit David" nenne. Ein Kollege von mir nennt seinen Newsletter «Salespresso». Finde ich witzig.
4. Setze Samen im Interview. Beispiel: "In meinem Buch habe ich ein ganzes Kapitel zu diesem Thema geschrieben."
5. Fordere das Publikum auf etwas zu tun: "Stell Dir die Frage: Würde es Dir etwas bringen, ein Interview mit der ARD auf der Homepage zu haben?" Oder: "Liebe Zuhörer, probiert das gleich jetzt aus."

Podcasting als Marketing - John Garrett

Du musst nicht in den Top Ten sein, um einen erfolgreichen Podcast zu haben. Ein Podcast hat mehrere Vorteile:

1. Du kommst viel einfacher mit Leuten in Kontakt, denn ganz viele finden es toll, wenn sie interviewt werden.
2. Die Interviewpartner werden auf Dich aufmerksam und werden Dich sogar ab und zu buchen.
3. Dein Bekanntheitsgrad nimmt zu.
4. Wenn Du sowieso gerne sprichst, hält sich der Aufwand im Rahmen.

Frage die Interviewpartner nach Personen, die auch interviewt werden könnten/sollten.

Bleibe mit dem Interviewpartner in Kontakt, z.B. eine Woche bevor der Beitrag live geht, verlange ein Foto, mache sie darauf aufmerksam, dass sie demnächst berühmt werden, mache sie darauf aufmerksam, dass sie den Beitrag gerne teilen dürfen.

John schickt dem Interviewpartner zwei Wochen später einen USD 20-Geschenkgutschein von Amazon als Dankeschön für das Interview. Damit könnten sie gleich John's Buch kaufen :-).

Danach bleibt er alle 2 - 6 Wochen im Kontakt.

Auf mehr Käufer abzielen - Laurie Guest, CSP

3 Tipps:

1. Grundlegend: Erstelle eine Liste von 100 Personen, die Du bereits kennst und die Dir potenziell helfen können, inkl. E-Mail, Telefon, Adresse. Sende Ihnen etwas über Dich, das neu ist, z. B. eine neue Rede, ein neues Buch. Beende den Brief mit einer Frage, nicht mit einer Aufforderung.
2. Geh eine verwandte Branche an, z. B. erst Augenspezialisten, dann Kontaktlinsenspezialisten. Erst Bauingenieure, dann Elektroingenieure.
3. Klein anfangen mit jemandem aus der 100er-Liste. Von dort aufbauen.
Beispielsweise: Eine gratis Rede halten bei einem Verein, Verband oder Club. Bei der Rede ist es dann allerdings entscheidend, dass Du weisst, wie man ohne zu irritieren von der Bühne verkauft.

Der Türsteher sein - Joel Block, CPA, CSP

Joel organisiert seine eigenen öffentlichen Seminare (im Bereich Immobilien), wie Bruno Erni für Jenseits der Logik und ich für Rhetorikkurse.

Joel achtet darauf, wen er ins Seminar lässt. Er versucht diejenigen zu kriegen, die danach zusätzliche Dienstleistungen kaufen können und wollen. Deshalb müssen die Teilnehmer bestimmte Voraussetzungen erfüllen, damit sie teilnehmen dürfen. Z. B. müssen sie eine bestimmte Qualifikation mitbringen, wie diplomierter Immobilienexperte. Dadurch ist der Raum voll von interessanten Leuten fürs Netzwerken. Aus diesem Grund wollen Teilnehmer auch beim folgenden Mal wieder dabei sein.

Das Wort des Präsidenten - Brian Walter, CSP, CPAE

Das Thema des Jahres: "Willst Du was, zapfe den Verband an." Was so viel bedeutet wie: Tipps, Sparring-Partner, Netzwerk, Freunde etc.

V.O.D - David Newman, CSP

Der diesjährige Moderator hat eine eigene Rubrik ins Leben gerufen: Voice of David. In dieser Rubrik teilt er jeden Monat eine eigene Weisheit.

Heute: Wir sind nicht professionelle Redner, sondern Experten auf unserem Gebiet. Professionell reden ist eine Fähigkeit, nicht ein Inhalt, den man vermarkten kann.
Besser: Wir sind Problemlöser. Die Art und Weise wie wir unsere Inhalte

weitergeben, beschränkt sich dann nicht mehr nur aufs Reden, sondern kann auch in Form von Online-Kursen, Büchern, Trainings, Coachings, Moderationen etc. sein. Damit schliesst er den Kreis zum ersten Beitrag dieses Podcasts von Barry Banther.

