

Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Das Beste von Voices of Experience VoE April 2019

Thomas Skipwith, im Interview mit Bruno Erni, berichtet wieder von «Voices of Experience» VoE, dem Podcast der National Speakers Association NSA.

Der Preis ist heiss – Brian Walter, CSP, CPAE

In der Vergangenheit hat Brian in seinen Angeboten das Honorar dick und fett hervorgehoben, z.B. **USD 5'000.-**. Es gibt offenbar eine Studie, die belegt, dass es besser ist, den Ziffern nicht eine so grosse Bedeutung zu geben. Ähnlich wie in einem hochpreisigen Restaurant: Dort stehen weder eine Währung noch Dezimalstellen auf dem Menü. Seit 6 Jahren schreibt Brian nur noch den Tausender ergänzt um den Buchstaben "k" in seine Angebote. Der Buchstabe "k" steht im Englischen für Tausend. Er ist der Meinung, dass die Preissensitivität der Kunden dadurch gesunken ist.

Ausserdem gibt er immer einen Preisrahmen an - nicht nur eine einzige Zahl. So kann er mit den Kunden besser verhandeln. Daraufhin lässt sich nämlich diskutieren, welche Dienstleistungen dabei sein sollen. Das Minimum, das er für den Auftrag will, erreicht er so immer.

Wenn der Kunde versucht den Preis zu drücken, musst Du die Gegenfrage stellen: "Welche der Dienstleistungen möchten Sie denn weglassen?"

Brian gibt diese Dienstleistung oft als Zugabe dann aber doch gratis dazu. Der Kunde ist immer hoch erfreut und sieht den zusätzlichen Nutzen.

Auf der Rechnung führt Brian auch die gratis Dienstleistung auf mit der Beschreibung: "Dienstleistung ..., verhandelt mit Hans Muster, 0.-" Auf diese Weise lässt er den Manager, mit dem er verhandelt hat, nochmals gut aussehen.

Humor – Kay Frances, MBA, CSP

Kay ist der Meinung, dass man die Zuschauer nicht dazu bringen muss, vor Lachen vom Stuhl zu fallen. Unterhaltend muss es aber allemal sein.

Halte Deine Augen offen für unterhaltende und lustige Situationen. Sie begegnen Dir täglich. Insbesondere während Präsentationen kommen immer wieder Bemerkungen aus dem Publikum, die Du in der Zukunft immer wieder benutzen kannst.

Sie setzt auch PowerPoint ein um Bilder zu zeigen, die lustige Situationen darstellen. Letzthin habe ich beispielsweise eine Werbung gesehen: "Heute schon Schweiz gehabt? Metzgerei Sandler".

Ein Tipp: Kümmere Dich nicht übertrieben viel darum, was andere Leute denken.

Geld spielt eine Rolle – Joel Block, CPA, CSP

Wenn Du ein Problem des Kunden löst, wird er Dich engagieren. Dort liegen sein Nutzen und Deine Aufträge.

Beherrschen einer Nische – Alan Berg

Er hat fünf Einkommensströme:

1. Speaker
2. Verkaufstraining
3. Gruppenverkaufstraining (Strategic Round Table, Master Mind)
4. Produkte
5. Anstellung bei einem Arbeitgeber

Als Produkte hat er 4 Bücher. Sie sind auf Englisch und Spanisch. Er hat die Bücher auch als Audio-Bücher aufgenommen und gute Erfahrungen mit Audible gemacht. Audible dient ihm nicht um viel Geld zu verdienen, aber um seine Reichweite zu erhöhen. Pro Buch verdient er nämlich bloss USD 1.50. Viel mehr verdient er, wenn er jemanden als Abonnenten von Audible vermitteln kann, nämlich USD 50.-.

Wie geht er daran neue Aufträge zu akquirieren?

1. Er nimmt einen gepolsterten, orangen Umschlag - passend zu seinem Branding - mit einem Werbegeschenk, z.B. einem USB-Stick mit seinem Logo, und verschickt es an ausgewählte, potentielle Kunden seiner Liste. Er legt ausserdem eine Postkarte dazu auf der 5 - ihn lobende - Testimonials stehen. "Wenn Sie auch solche Resultate wollen, rufen Sie Alan an." Pro Umschlag gibt er ca. USD 12.- aus.
2. Am nächsten Tag schreibt er die Kunden per E-Mail an: "Halte die Augen offen nach einem orangen Umschlag. Er ist mit der Post unterwegs. Viel Vergnügen."
3. E-Mail: Hast Du den grossen orangen Briefumschlag erhalten? Der erste Schritt zu mehr Verkäufen ist, dass man dich wahrnimmt. Deshalb habe ich Dir einen grossen orangen Briefumschlag geschickt. Jetzt, da ich Deine Aufmerksamkeit habe: Würde es Sinn machen, wenn ich Deine Verkäufer trainieren würde?
4. Falls keine Antwort kam: Schicke 2 Tage später ein weiteres E-Mail. Erinnerst Du Dich, dass Du einen grossen orangen Briefumschlag erhalten hast? Ergänze das Ganze mit einem weiteren positiven Testimonial.
5. Falls immer noch keine Antwort gekommen ist: "Wie hartnäckig sind Ihre Verkäufer?" Wir haben "Mystery Shopping" mit Unternehmen gemacht, die ähnlich sind wie Ihres und herausgefunden, dass die meisten Unternehmen schon nach einem oder zwei Versuchen aufgeben. Ergänze das Ganze mit einem weiteren Testimonial.

Der Unterschied macht meines Erachtens die Kombination von herkömmlichem Brief und einer E-Mail-Serie.

Gewinn mit LinkedIn – Phil Gerbyshak

Phil zeigt uns wie man LinkedIn professionell einsetzt. Ein gutes Profil wird einen grossen Unterschied machen. Es hilft beispielsweise ein aktuelles Foto hinaufzuladen und Testimonials hinzuzufügen.

Es gibt unterschiedliche Zahlmodelle auf LinkedIn. Das übliche nennt sich Premium. Das nächst höhere Abonnement heisst Sales Navigator.

Mit Sales Navigator kann ich jedem Kontakt aus anderen Netzwerken ein InMail schicken. Es kostet USD 80.-/Monat. Ich kann statt nach 8 mit 40 Kategorien

sortieren und suchen. Auf diese Weise kann ich meine potentiellen Kunden viel besser auswählen.

Er empfiehlt die folgende Herangehensweise:

1. Was hast Du für Gemeinsamkeiten?
2. Liefere wertvolle Inhalte.
3. Sei interessant und interessiert.

Damit kannst Du die Beziehung pflegen. Dann kommt es auch eher zu einem Verkauf.

Recycling von Inhalten – Ford Saeks, CSP (“Seïks“)

Hast Du Dich auch schon selber gegoogelt? Mach mal ein "mystery shopping" über Dich und Dein Thema. Wer und was taucht dabei auf? Artikel, Websites, Agenturen...

Hieraus folgen vielfältige Ideen, wie Du Dich aufstellen musst.

Wenn Du organisch gefunden werden willst, sollst du während 6 Monaten jeden Tag einen Blogbeitrag zu Deinem Thema veröffentlichen. Chuck Gallagher hat das gemacht und war danach die Nummer eins auf seinem Thema.

Ford nimmt einen Beitrag (4 - 5 Min. Video) und platziert ihn am Donnerstag auf YouTube, am Freitag auf Facebook, am Samstag transkribiert er ihn und macht einen Blogbeitrag daraus, dann nimmt er das Audio und macht einen Podcast daraus und am Montag platziert er den Beitrag auf LinkedIn.

Die gesprochene Version des gesamten Interviews findest Du auf <https://thomas-skipwith.com/podcasts/>.