

Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Das Beste von Voices of Experience Dezember 2018

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

Fortune 500 Firmen - Joon Han (m)

In den USA gibt es zwei potentielle Auftraggeber, die oft vergessen werden:

- (1) Praktisch alle Fortune 500 Firmen haben eine Stiftung. Viele Stiftungen veranstalten Konferenzen. Diese Konferenzen brauchen Speaker.
- (2) Es gibt eine Gesetzgebung, die verlangt, dass 20% der Aufwände mit benachteiligten, vielfältigen und kleinen Unternehmen gemacht werden müssen. Joon nennt ein Firma als Beispiel, die von einer Einmann-Show auf 20 Millionen Umsatz im Jahr gewachsen ist.

Beides sind Töpfe, die selten angezapft werden. Es gibt auch im DACH-Raum viele Stiftungen. Ob es in der Schweiz eine Gesetzgebung gibt, die kleine Unternehmen bevorteilt, wüsste ich nicht. Es wäre natürlich interessant von unseren Hörern zu erfahren, ob es das gibt - insbesondere in Deutschland und in Österreich.

Probleme lösen - Karen Jacobsen

Es gilt nach (neuen) Lösungen zu suchen. Auch im Marketing. Selbstvertrauen ist der Schlüssel zum Erfolg.

1. Karen empfiehlt Kaltakquise zu betreiben. Trainer für Kaltaquise im deutschsprachigen Raum sind beispielsweise Tim Taxis und Umberto Saxer.
2. Die meisten Verbände (Associations) haben mindestens einmal im Jahr eine Konferenz. Wenn es dieses Jahr nicht reicht, dann geht es ziemlich sicher das darauffolgende Jahr. Genauso ist es auch, wenn man einen Terminkonflikt hat.

Sensitivität - Lenora Billings-Harris, CSP, CPAE

In einer Zeit von Diversität und Inklusion empfiehlt sie in der eigenen Key Note möglichst offen für alle zu sein. So verliert man niemanden aus dem Publikum. Ein Check umfasst beispielsweise die Grafiken. Sie sollen Leute verschiedenster Herkunft enthalten. Auch beispielsweise Zitate sollten nicht alle aus der gleichen Quelle oder von der gleichen Art von Leuten stammen. Auch Untertitel bei Videos kann ein Thema sein. Man sollte sie haben.

Gut ist es natürlich auch Feedback von jemandem einzuholen, der anders ist, als Du. Das bringt mehr als jemand, der den genau gleichen Hintergrund und deshalb eine ähnliche Sichtweise hat.

Entscheidend sind das Publikum und derjenige, der Dich für eine Rede beauftragen.

Magnetisches Marketing; heute: Tamsen Webster (w)

Entscheidend ist der Nutzen für den Kunden und im Nachgang der Nutzen für das Publikum.

In Tamsens Augen soll man allerdings auch nicht nur darauf schauen was die potentiellen Kunden hören wollen resp. nur nach deren Pfeife tanzen, sondern auch darauf achten, was man selber auf jeden Fall der Welt mitteilen will. So entsteht eine starke Botschaft.

Erfolgreich als Speaker - Kelly Swanson

Man muss Geschichten erzählen. Nur mit Geschichten wird das Publikum emotional berührt und bewegt. Erzähle nicht einfach die Geschichte, sondern teile dabei auch wie Du Dich gefühlt hast.

Internationale Auftritte - Jim Cathcart, CSP, CPAE

Er hat seine internationalen Auftritte dank guter Arbeit in den USA erhalten. Jemand hat ihn dort gesehen und weiterempfohlen.

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