

Thomas Skipwith im Interview mit Bruno Erni: Das Beste von Voices of Experience Februar 2020

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

Das englische Original wird von Crystal Washington moderiert.

Claude Silver: Sprich direkt ins Herz

Sei (1) ehrlich zu Deinen Mitarbeitern, (2) vermittele ihnen das Gefühl, dass sie dazugehören und (3) lasse sie etwas SINNVolles machen. Das wird die Mitarbeiterfluktuation reduzieren und damit die Kosten senken.

Um diese Verhaltensänderung bei Dir und anderen zu erzielen, musst Du Empathie einsetzen.

Für die Bühne bedeutet das: Mache Blickkontakt und interagiere mit dem Publikum.

Andrew Davis: Nutze Neugierde, um die Aufmerksamkeit zu steigern

Wenn Du die Aufmerksamkeit Deines Publikums willst, musst Du deren Neugierde anzapfen.

3 Elemente sind dazu nötig:

1. Spannung
2. Je grösser die Spannung, desto besser.
3. Es muss sich für den Zuhörer gelohnt haben, auf die Folter gespannt worden zu sein. Wenn etwas Langweiliges kommt, führt das zu Enttäuschung und manchmal sogar Wut.

Tipps:

1. Verzögere die Auflösung des Rätsels solange wie möglich. Erzähle nichts, das dem Publikum schon frühzeitig erlaubt die Lösung zu kennen. Am amerikanischen Fernsehen wird die ganze Zeit mit dieser Vorgehensweise gespielt: "Gleich werden wir ihnen von den dramatischen Ereignissen berichten, die eben passiert sind. Mehr dazu nach dieser kurzen Werbeunterbrechung."
2. Je wichtiger es für den Protagonisten ist sein Ziel zu erreichen umso höher die Spannung für den Zuschauer.

Lou Diamond: Podcasts

Sein Podcast hat über 180'000 Hörer pro Monat.

Was empfiehlt er jemandem, der einen Podcast starten will? Er soll sich die folgenden Fragen stellen:

1. Weshalb willst du überhaupt einen Podcast haben? Bringt er Nutzen und/oder Kunden?

2. Welches Format soll er haben? Kurz und knapp oder länger? Soll es ein Interview mit interessanten Personen sein?
3. Was will und wer ist das Zielpublikum? Sind es beispielsweise potentielle Kunden?

Lou gibt 3 (technische) Tipps.

1. Acuityscheduling.com koordiniert seinen Kalender, seine Gäste und seine Aktivitäten.
2. Er empfiehlt ein qualitativ hochstehendes Yeti-Mikrofon.
3. Er nimmt die Podcasts auf mit Zoom oder Zencastr.

Nicht alle haben gute Erfahrungen mit Zencastr gemacht. Christoph Stelzhammer von TopJobs im Wandel (berufspodcast.com) beispielsweise empfiehlt Hindenburg Journalist Pro und Eyeson von Appsumo <https://appsumo.com/eyeson/>.

Wie kann man ohne einen Podcast trotzdem mit einem Podcast Geld verdienen?

1. Sei selbst ein fantastischer Podcast-Gast. Bereite Dich auf den Podcast-Auftritt vor!
2. Höre Podcasts. Vermutlich wurde Dein potentieller Kunde schon einmal auf einem Podcast interviewt. Den Inhalt kannst Du nutzen um den potentiellen Kunden zu kontaktieren. Er wird positiv beeindruckt sein.

Shawn Rhodes und Max Warren: Leads managen

Sie empfehlen ein CRM um das Geschäft zu managen. Im CRM lässt sich beispielsweise festhalten, wann eine Firma mit der Planung der jährlichen Konferenz beginnen wird, wann jemand Geburtstag hat etc.

Ausserdem sind die Kommunikationskanäle heutzutage so vielfältig, dass es nur mit einem CRM möglich ist den Überblick über die sozialen Medien, die Post, Zoom, E-Mail, LinkedIn, Messenger, Telefon ... zu behalten. Sind so viele Kanäle notwendig? Ja, denn ein einzelnes E-Mail allein wird kaum jemanden überzeugen. Dank den Notizen im CRM werde ich auch erkennen, welchen Kanal der Kunde bevorzugt. Gute Fragen, die man dem Kunden stellen sollte: Wann werden Sie sich für einen Speaker für Ihre Veranstaltung entscheiden und wie war das Budget in der Vergangenheit? Aus der Erfahrung weiss Max Warren wie viele Aufträge er an Land zieht. In seinem Fall 33%. Auf diese Weise kann er schon im Voraus schätzen wie viele Einkünfte er haben wird.

Auf <https://speakersalesystems.com/free/> gibt es eine Checkliste, wie man potentielle Kunden qualifiziert, damit man nur diejenigen anruft, die auch potentielle Kunden werden könnten.

Lois Cramer: Nachfassen nach einem Auftritt

Nach einer Rede ruft Lois den Kunden an, der die finanzielle Entscheidung getroffen hat, und fragt: "Vielen Dank... Glauben Sie es würde Sinn machen, dass ich mit Ihren Mitarbeitern [den Zuschauern] weiterarbeite, so dass die Inhalte, die sie während meiner Keynote gehört haben auch tatsächlich umsetzen? Wenn das für Sie Sinn macht, sollten wir besprechen wie wir das machen."

Lois macht eine Video-Konferenz über Zoom, Webinare, ist per E-Mail verfügbar ... Sie macht heutzutage mehr Geld mit den Aufträge NACH den Keynotes als mit den Keynotes selbst.

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