

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

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

Tipps eines Top-Speakers und Trainers – Lou Hecker, CSP, CPAE

1. Du brauchst ein zentrales Thema.
2. Du musst es auf den zentralen Aspekt eindampfen. Also Stunden von Material reduzieren auf wenige Minuten.
3. Finde ein Thema, das Dir am Herzen liegt. Etwas an das Du glaubst. Teile Deine spezielle Sicht auf das Thema.
4. Würde er nochmals anfangen, würde er von Anfang an mehr Geld in die Finger nehmen um qualitativ hochstehende Materialien in den Trainings abzugeben.

Kontextuelle Modelle – Neen James, MBA, CsP (w)

Neen ist besonders gut darin aus einem Thema ein Modell zu formen. Genauso wie es beispielsweise die Nahrungsmittelindustrie mit der Ernährungspyramide und Stephen R. Covey mit seinen 7 Wegen zur Effektivität gemacht haben. Ein Modell hilft den Inhalt eines Themas einfacher zu verstehen und seinen Kunden zu verkaufen. Reto Rügger und ich haben in unserem Buch das Power-Präsentations-Prinzip visuell in eine griechische Bühne verpackt.

Sie empfiehlt folgendes Vorgehen um ein kontextuelles Modell zu entwerfen:

1. Entscheide Dich für eine Form: Quadrat, Dreieck, Pyramide, Kreis ...
2. Bestimme, wie man von einem Punkt des Modells zum nächsten kommt - oft mit Pfeilen.
3. Wähle gute Worte. Idealerweise eine Alliteration.
4. Ergänze das Modell um externe Einflussfaktoren.

Magnetisches Marketing; heute: Spike Jones (m)

Er gibt Tipps wie man Leser dazu bringt, dass sie Inhalte auf den sozialen Medien teilen.

Es gibt 3 verschiedene Inhaltsbereiche, die häufig geteilt werden:

1. Ego: Was isst Du? Was ziehst Du an? Wo warst Du?
2. Info: Nützliche Inhalte - meistens aus dem eigenen Themengebiet (Content Marketing)
3. Emotionen: Überraschung und Freude

Inhalte werden geteilt, wenn sie den Leser persönlich abholen. Für Speaker sind beispielsweise Bilder der Vorbereitung und von hinter der Bühne interessant. Die Bilder auf der Bühne sehen sie einerseits schon genügend, andererseits werden diese Bilder eh meistens schon von anderen geteilt.

Was für einen selber alltäglich aussieht, muss nicht auch für andere alltäglich sein.

Es spielt eine Rolle – Russ Riddle, JD

Russ ist Rechtsanwalt in den USA. Heute geht es um die Rechte für Foto, Video und Musik.

Lange Rede, kurzer Sinn: Als Speaker muss man sich um die Rechte kümmern, wenn man Foto, Video und Musik benutzen will. Es gibt hierfür sogenannte Verwertungsgesellschaften, welche den Künstlern ein Entgelt ausrichten für ihre Werke.

In der Schweiz muss man die Rechte bei der SUISA erwerben, in Deutschland bei der GEMA und in Österreich bei AKM, egal ob man ein Lied selber spielt oder aus der Konserve abspielt.

Für Mitglieder der GSA gibt es Sonderkonditionen für bestimmte Musik und Videos. Es gibt aber auch die Möglichkeit lizenzfreie Fotos, Video und Musik zu benutzen. Entscheidend ist, dass man sich informiert.

Verletzlichkeit – Kevin McCarthy, CSP

Seine Speaker-Karriere hat erst so richtig abgehoben als sich Kevin auch mit seinen verletzlichen Seiten präsentiert hat. Er hat sich z.B. entschieden von seiner Zeit im Gefängnis zu erzählen. Er war 33 Monate im Gefängnis.

Dadurch vertraut ihm das Publikum viel mehr.

What's Appening; heute: Adam Toporek

Adam empfiehlt Teamwork.com um mit seinen vier virtuellen Assistenten zu arbeiten. Die Software hilft Projekte aufzusetzen und zu handhaben. Die Aufgaben können den Assistenten beliebig zugeordnet werden. Auf diese Weise landet nicht alles im Posteingang, sondern ist den einzelnen Aufgaben zugeordnet. Die Software ist ähnlich wie Slack.com.

Ausserdem benutzt er Nord VPN. Ein virtuelles privates Netzwerk. Ein VPN erlaubt seine eigenen Daten zu schützen, insbesondere wenn man auf Achse ist, wie z.B. in einem Starbucks oder einem Hotel. Auf diese Weise kann man auch sein Banking machen und seine Kreditkarte einsetzen.

Nord VPN kostet ca. CHF 100.- für 3 Jahre. Ich habe es selbst auch installiert.

Ethik – Margarita Gurri, PhD, CSP

Alle denken sie handelten immer ethisch einwandfrei oder mit anderen Worten: Moralisch vertretbar.

Margarita gibt ein paar Beispiele, die darauf hinweisen, dass das möglicherweise nicht immer so ist.

1. Jemandem einen Gefallen erweisen (wollen).

Beispiel: Ich lobe jemanden über den grünen Klee. In Wirklichkeit fand ich es nicht so gut. Aber ich will den anderen ja motivieren.

Beispiel: Auf Facebook habe ich auch schon "Likes" vergeben, nur weil ich die Person sympathisch finde, aber nicht das was sie gepostet hat.

Oder ich gebe jemandem meine Zugangsdaten für z.B. Netflix.
Schliesslich will ich was Gutes tun (meinem Freund gegenüber).
Beide Beispiele zeigen wie schnell man unethisch handelt, nur weil man jemandem helfen wollte.

2. Geiz und Geschwindigkeit: Ich will nichts ausgeben oder es würde zu lange dauern um beispielsweise eine Erlaubnis für die Benutzung eines Bildes zu erhalten. Ganz zu schweigen davon, dass es etwas kosten könnte.

3. Faulheit und Vergesslichkeit: Du lässt mit der Zeit Quellenangaben fallen. Die Geschichte ist mit der Zeit nicht mehr von Kollege XY, sondern von Dir.

4. Sauer sein: In der Hitze des Gefechts überlegst Du nicht mehr, ob Du vielleicht jemanden beleidigen könntest mit dem was Du sagst.

Die GSA hat eine Ethik-Kommission. Ethik ist auch wichtig für Speaker.

Soziale Medien (Teil 2) – Randy Gage, CPAE

Wenn Du negative Glaubenssätze hast, solltest Du sie ablegen. Negative Glaubenssätze sind so Dinge wie: Geld ist schlecht. Reiche Leute sind böse ...
Randy empfiehlt:

Sei Dein eigener bester Marketing-Mitarbeiter. Es geht nicht darum zu bluffen oder arrogant zu sein, sondern seinen eigenen Wert zu kennen.

Du brauchst eine eigene E-Mail-Adress-Liste von Interessenten. Wenn Du Dich auf Facebook, YouTube oder sonst wen verlässt, wirst Du arbeitslos, sobald diese ihre Regeln ändern.

Soziale Medien und Follower zeigen wie viele Personen Dich gut finden. Verlage, Zeitungen und Magazine schauen sich diese Zahlen an um zu entscheiden, ob sie ein Buch oder einen Artikel mit Dir veröffentlichen.

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