

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

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

Deborah Gardner, CMP: Trends in der Konferenz-Industrie

Die Industrie ist durch Unsicherheit geprägt. In Wahljahren in den USA treffen Firmen nicht so gerne Entscheidungen.

Es finden viele Fusionen von Firmen statt. Das eröffnet Möglichkeiten für Speaker in den Gebieten Leadership und Change Management.

Eine Seite, die Trends teilt, ist die Facebook Gruppe "Meeting Industry News for Speakers".

Joyce Gioia, CMC, CSP: Zukunftsaussichten

Joyce ist Zukunftsforscherin. Sie untersucht mögliche, wahrscheinliche und überraschende zukünftige Entwicklungen.

Sie liest viel und abonniert viele Newsletter, u.a. den Herman Trend Alert.

Die Online-Welt ändert sich schneller als gedacht.

Interessanterweise nennt sie Erfahrung als die wichtigste Währung um die Zukunft zu bewältigen.

Neuester Trend für Speaker: Es gibt eine Firma in Kanada, die Wearables entwickelt, die erlauben zu wissen, wie sich das Publikum fühlt.

Redner werden in Zukunft durch einen Avatar ersetzt. Redner werden immerhin noch für den Inhalt gebraucht.

Jay Baer (m), CSP, CPAE: Strategische Mundpropaganda

www.dressjaybaer.com: Auf seiner Website kann der Veranstalter den Anzug, vor allem dessen Farbe, wählen, den er anziehen soll. Damit sticht er aus der Masse heraus und etabliert seinen Brand. Ein weiteres Beispiel ist Dan Thurman: Er macht bei jedem Auftritt einen Handstand auf dem Rednerpult.

Diese speziellen Sachen werden die Teilnehmenden dazu bringen, dass sie über den Auftritt und den Speaker reden - als Mundpropaganda machen - werden.

Wenn Dich jemand lobt, solltest Du antworten: "Danke. Was hat Dir am besten gefallen?" So findest Du heraus, was die Zuschauer am meisten beeindruckt hat.

Damit die Mundpropaganda zunimmt, solltest Du die folgende Frage beantworten: "Ausschliesslich ich ...".

Jason Harris: Vom Kampfpiloten zum Speaker

Er hat angefangen mit einer Gage von über USD 10'000.-. Was braucht es dafür? Überlege Dir welchen Nutzen Du dem Kunden bringen kannst.

Du musst gut aussehen, also nicht mit zerknittertem Hemd, schlecht rasiert und ungeduscht daher kommen.

Das bedeutet, dass Du auch entsprechend viel investieren musst, damit Deine Website, Dein Material professionell aussieht, inkl. Berater, die Dich vorwärts bringen.

Du musst genügend Ersparniss haben um 6 Monate zu überleben.

Randy Gage, CSP, CPAE: Effektives Thought Leadership

Als Vordenker (Thought leader) wirst du nie wegen Budgetbeschränkungen von der Liste der Redner gestrichen. Als einer von vielen (ähnlich einer Massenware), der nicht ein herausragendes Merkmal hat, hingegen schon.

Oft bist Du als Vordenker der Redner, der die Veranstaltung eröffnet oder abschliesst.

Ein Thought Leader ist nicht das gleiche wie ein Experte. Ein Experte wiederholt was es schon gibt, ein Thought Leader denkt darüber nach wie die Zukunft aussehen könnte. Er versucht seine Zuhörer dazu zu bewegen ebenfalls über die Zukunft nachzudenken.

Wie wird man Vordenker:

1. Du musst lernen kritisch zu denken.
2. Du musst die Prämisse in Frage stellen. Randy sagt: "Wenn Du die falsche Frage stellst, ist die Antwort irrelevant."
3. Du musst bessere Fragen stellen.

Wie kommen er und andere Speaker in die Medien?

1. Mache Voraussagen.
 2. Sei mutig.
 3. Benutze die sozialen Medien. Teile Deine Gedanken in deinem Blog, Podcast
- ...

Es ist nicht mehr notwendig zuerst einen Artikel in Forbes zu landen. Du kannst den umgekehrten Weg gehen. Erst bearbeitest Du die sozialen Medien. Dann kommen die Medien auf Dich zu, denn sie sind immer auf der Suche nach aktuellen Geschichten von Personen, die eine grosse Fangemeinde haben.

Gary Rifkin: 4 Schlüsselfragen für Speaker

Jeder Speaker sollte sich die folgenden 4 Schlüsselfragen vor einem Auftritt stellen:

1. Was wissen sie schon über das Thema?
2. Was müssen sie wissen?
3. Was wollen sie wissen?
4. Was will ich ihnen erzählen?

Die meisten Redner beginnen leider immer mit Frage 4!

Oft wird dem Publikum nur das gesagt, was sie wissen müssen, nicht das was sie wissen wollen. Entsprechend langweilig wird die Präsentation.

Entsprechend muss die Präsentation massgeschneidert werden. Jedes Mal.

Nützliche Formulierungen:

"Wie die meisten von ihnen vermutlich schon wissen ..."

"Was sie vielleicht noch nicht gewusst haben ..."

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