

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

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

Sponsoren finden, Jeffrey Hayzlett, CPAE

Jeffrey schreibt positiv über Firmen und deren Produkte und Dienstleistungen. Beispielsweise erzählt er davon, dass er zeitweise verrückt nach Mountain Dew (ein Softgetränk) war. Nachdem er darüber berichtet hatte, schickte ihm die Firma PepsiCo einen Lastwagen mit Mountain Dew. Auf diese Weise hat er ganz viele Sponsoren gefunden resp. sie haben ihn gefunden. Sicherlich hat ihm geholfen, dass er 600'000 Follower und eine Fernsehshow hat. Ich kenne dieses Prinzip von einem Bibelspruch: "Gebt, und es wird Euch gegeben."

Wort-Schmied, Charlie Cina

Wenn jemand fragt: "Was machst Du so?", solltest Du eine griffige Antwort bereit haben. Die Antwort "Speaker" oder "Trainer" ist in seinen Augen nicht genug. Stattdessen empfiehlt er einen 20 Sekunden Elevator-Pitch bereit zu haben. Z.B. Charlie unterstützt Trainer und Speaker mehr Geld zu machen - online und offline. In meinem Fall würde das so heissen: Thomas Skipwith zeigt Führungskräften wie sie überzeugend präsentieren, damit ihnen kein Auftrag mehr durch die Lappen geht. Charlies Website heisst www.exposeandclose.com.

Geld spielt eine Rolle – Joel Block, CPA, CSP

Entscheidend ist der Nutzen, den Du dem Kunden lieferst. Es kann sein, dass er beispielsweise dank Dir mehr verdient oder grössere Befriedigung findet. Du kannst davon einen Anteil in Rechnung stellen.

Die Wahrheit des Warums, Marilyn Sherman, CSP, CPAE

Sie jagt nicht mehr einfach nach Aufträgen in Sinne von "mehr, mehr, mehr". Stattdessen geht sie ihr Geschäft jetzt so an, dass sie als Ziel hat, möglichst vielen obdachlosen Kindern in Las Vegas zu helfen. Sie bietet u.a. 1-stündige Coachings gratis an und bittet um eine Spende für das Obdachlosenheim für Kinder in Las Vegas. Die Idee kommt so gut an, dass es auch viele gibt, die ohne Coaching etwas spenden.

Der Fokus liegt auf "geben" und nicht auf "erhalten". Im Beitrag, den wir von Jeffrey Hayzlett gehört haben, ging es ebenso um dieses Prinzip.

Genauso ist es bei der National Speakers Association und bei der German Speakers Association. Ich erinnere mich an ein Zitat von John F. Kennedy: "Frage nicht, was dein Land für dich tun kann – frage, was du für dein Land tun kannst."

Folgebetreuung, Lois Creamer

Lois empfiehlt nach einer erfolgreichen Keynote den Kunden nochmals anzurufen: "**Glaubst Du es würde Sinn machen**, dass die Teilnehmenden die Techniken und Ideen umsetzen können, die sie gehört haben? Wenn dem so ist, können wir eine Vereinbarung ausarbeiten, die mir erlaubt die Teilnehmenden entsprechend zu befähigen."

Der Kunde kann kaum Nein sagen, denn er hat eben mehrere Tausend Franken für Deine Keynote ausgegeben.

Der Grundgedanke ist, wie Du Deine Expertise weiterverwenden und verkaufen kannst.

Sie macht das oft per Zoom, mit Artikeln und mit Webinaren.

Lass Dir nach dem Auftritt von Deinem Auftraggeber ein Testimonial geben und den Kontakt zu anderen Abteilungen und Firmen, die von Deiner Botschaft profitieren könnten.

Ausserdem überlege, welche Firmen und Auftraggeber könnten von Deinem letzten Auftrag bei z.B. UBS beeindruckt sein?

Sie gibt auch einen Tipp, wie Sie ihre Bücher schon zum Voraus verkauft.

"**Glaubst Du es würde Sinn machen**, dass die Teilnehmenden mit einer Erinnerung von meiner Keynote nach Hause gehen und damit sogar noch mehr Ideen erhalten? Wenn ja, dann können wir das erreichen, wenn wir jedem Teilnehmenden ein Buch mitgeben."

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