

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

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

Das Original wird dieses Jahr von Chuck Gallagher, CSP und Meredith Oliver, CSP gemacht.

### Outbound Marketing: David Avrin, CSP

David teilt seine Erfolgsrezepte wie man Outbound Marketing macht um Speakeraufträge zu akquirieren.

Er sucht aktiv nach Kunden. Er schaut für wen er in der Vergangenheit gearbeitet hat. Dann schreibt er potentielle Kunden aus der gleichen Branche an. Außerdem schickt er einen Link auf seine Videos.

Er hat den größten Erfolg mit Verbänden. Sie machen mehr Werbung auf ihrer Website als Firmen. Auf Firmenwebsites kommst Du nicht vor.

Du musst ein Problem des Kunden lösen, dann verkaufst Du.

Er hat Prozesse etabliert, mit denen er konsequent potentielle Kunden angeht.

### Magnetisches Marketing; heute: Jay McKenzie

Stell Dir vor wer Deine Kunden sein könnten - sogenannte Personas. Dann schneidere Dein Marketing darauf zu. Beispiel: Jemand, der zum ersten Mal eine Wohnung kauft. Er mag beispielsweise zwischen 30 und 40 Jahre alt sein, verheiratet, 2 Kinder, 2 Autos.

Schreibe außerdem Branchenmagazine an und schlage Themen / Artikel vor.

Insbesondere wenn Du Zahlen gut verpackt anbietest, ist die Chance sehr gut, dass ein Redaktor Deine Idee aufnimmt und anruft.

Ich verschicke mehr oder weniger regelmäßig Medienmitteilungen für den Debattierclub Aargau. So ist es zu einem Portrait in einer Lokalzeitung gekommen.

### Leadership-Phasen: Liz Weber, CMC, CSP

Liz unterrichtet 5 Leadership-Phasen. Besonders interessant ist, dass sie das nicht mehr ausschließlich live macht, sondern immer öfter per Live Streaming. Sie verlangt für die Live Stream Version nur 50% ihres üblichen Honorars, weil sie viel Zeit sparen kann, wenn sie nicht ins Flugzeug steigen und zum Kunden fliegen muss. Sie benutzt Zoom (zoom.us). Die Basisversion kostet nichts. Die Proversion kostet USD 15.-/Monat.

### Gute Ideen aufgeschnappt an der NSA-Konferenz 2017: David Rich

Manchmal sind es die kleinen Sachen, die einen großen Unterschied machen.

Beispielsweise kann man wieder mal mit jemanden einen Kaffee trinken gehen. Oder man schreibt einem Kunden wieder mal eine maßgeschneiderte Informationsmappe.

## Geld spielt eine Rolle: Joel Block, CPA, CSP

Auf einer Kreuzfahrt erhältst Du das Zimmer häufig ziemlich günstig. Dann aber versuchen sie Dir weitere Dienstleistungen zu verkaufen: Baby Sitting, Massagen, Kurse ... Wie sieht es in Deinem Geschäft aus?

## What's Appening; heute: Sima Dahl, CSP

Sie empfiehlt:

honey.com: Die App spart Geld. Sie gibt Vergünstigungen weiter. Die App scannt den Einkaufswagen für Discounts. In diesem Beispiel werden Schuhe und Gepäckstücke erwähnt.

eBates.com: Von "rebates". Bei eBates erhält man am Ende eines Monats abhängig vom Umsatz Geld zurück. (Cash back)

askTrim.com: Die App gibt Tipps wie man auf Abos Geld sparen kann.

Retailmenot.com: Du stehst in der Schlange an der Kasse und kannst noch einen Gutschein abrufen.

Couponcabin.com: Gleich wie retailmenot.com

Wordsworth.com: Du erhältst jeden Tag ein Wort des Tages.

Facebook Messenger Apps: Ich habe sie nicht gefunden.

Wer kennt entsprechende Apps für die Schweiz, Deutschland oder Österreich? Bitte auf der Facebook-Seite der GSA teilen. [www.german-speakers.org](http://www.german-speakers.org).

Ich kenne in der Schweiz die Preisvergleiche von [codecheck.info](http://codecheck.info), [toppreise.ch](http://toppreise.ch) und [comparis.ch](http://comparis.ch). In Deutschland gibt es beispielsweise [geizhals.de](http://geizhals.de).

## Persönliches Branding: Kaplan Mobray

Persönliches Branding bedeutet: Du musst in Erinnerung bleiben. Sowohl im Aussehen wie auch in den Aussagen. Bleibe konstant.

Kaplan hat grün als Farbe. Grün als Farbe des Wachstums.

Beispiel aus der Schweiz: Daniel Enz hat rote Schuhe und eine rote Krawatte.

Die sozialen Medien erlauben immer wieder die Aufmerksamkeit der potentiellen Kunden zu wecken.

Während der Präsentation hilft es Beispiele von den Leuten im Publikum zu bringen.

Benutze auch deren Sprache.

Schreibe ein Buch. Es dient primär Deine Glaubwürdigkeit als Experte zu unterstreichen.

Drehe viele Videos, damit Dich die potentiellen Kunden sehen können.

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