

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

Thomas Skipwith, im Interview mit Bruno Erni, berichtet wieder von der neuen Ausgabe von Voices of Experience, dem Podcast der National Speakers Association.

YouTube Video-Geheimnisse - Darren LaCroix, CSP

Dank Videos auf YouTube können Event Organisatoren und Teilnehmer bereits vor einem Anlass sehen, wie Du auf der Bühne ankommst. Event Organisatoren können so entscheiden, ob sie Dich engagieren. Teilnehmer, ob sie an Deine Keynote kommen.

Eine Idee gefällt mir besonders gut (, die ich auch schon 2 - 3 Mal umgesetzt habe):
Mache eine Videoaufnahme und kündige die Konferenz an, auf der Du sprechen wirst. Erwähne auch deren URL. Es geht um sie.

Du brauchst Dir nicht mal groß Text einfallen zu lassen, was Du sagen willst:
Besuche einfach die Seite der Konferenz und nimm dir die wichtigsten Textstellen von dort.

Rufe andere Speaker an, die an der Konferenz reden werden, und kündige sie in Deinem Video an.

Viele Event-Organisatoren werden Dich dafür lieben, dass Du für sie und ihren Anlass Werbung machst. Wenn Du Glück hast, wird Dein Video sogar direkt auf deren Webseite eingebaut. Auf diese Weise wird auch das Interesse für Deine Videos zunehmen, weil einige werden sich auch weitere Videos von Dir anschauen.

Eine gute 1. Frage an den Event-Organisator ist: "Was muss ich tun, damit ich Dein Lieblingsspeaker werde?" Mit dieser Frage erfährst Du gleich was ihm gefällt und was nicht.

Wie werde ich mit meinem Video gefunden? Lass Dir von YouTube und Google helfen. Versetze Dich in die Position eines Suchenden. In der Suchleiste kannst Du dann Stichworte oder Sätze zu Deinem Thema eingeben. Google wird Dir gleich dort Vorschläge machen, was Leute üblicherweise suchen. Wähle die Sätze aus, die für Dich und Dein Thema relevant sind.

Er empfiehlt, viele Videos zu drehen. Darren hat mehr als 1.300 Videos auf YouTube. Die Mehrzahl der Videos können und müssen kurz und nur über ein Thema sein.

Versuche mehrere Videos zum selben Thema zu drehen. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie sich gegenseitig befeuern, ist groß.

Wandelhallen, Lobbys und Bars - Eddie Turner

Lass Dir gute Gelegenheit für Zusatzgeschäft nicht entgehen. Nach einer guten Rede kannst du dem Kunden oft einen Workshop, ein Training oder Einzelcoaching anbieten.

Der Erste auf der Tanzfläche - Rob Ferre

Rob ist ein DJ. Auf einer Party ist es seine Aufgabe, Leute auf die Tanzfläche zu bringen. Er geht als Erster voran - als Vorbild. Zuerst hat er sich komisch gefühlt, doch schon bald hatte er ein paar wenige, die es ihm nachgemacht haben. Diese Gleichgesinnten waren es, die die nächsten Tänzer auf die Tanzfläche holten.

Genauso ist es für uns Speaker als Verkäufer. Wir machen etwas Neues und fühlen uns oft komisch und allein. Doch dann haben wir ein paar wenige, die sich uns anschließen resp. unseren Blog lesen, den Podcast hören etc. Mit der Zeit werden sie es weiterempfehlen. So entsteht eine Bewegung. Und schon wächst Deine Leserschaft, Zuhörerschaft und Käuferschaft.

Von einer Keynote zu einem Imperium - Donna Cutting, CSP

Sie hat erst 7 Jahre als Keynote Speakerin gearbeitet. Daraufhin hat sie ein Buch zu ihrem Thema geschrieben. Das wiederum führte zu einer Anfrage für ein Train-the-trainer. Sie hat die Herausforderung angenommen.

Erst hat sie Auftragnehmer beauftragt, ihr zu helfen. Dann hatte sie den Mut, Angestellte einzustellen.

Für den Erfolg ihrer Trainingprogramme waren Videos zentral. Außerdem hat sie Anfragen von Kunden, die nicht in ihrem Themenbereich lagen, nicht abgelehnt, sondern jeweils eine Antwort gefunden resp. ein neues Trainingprogramm entwickelt.

Wie Du das Telefon zum Klingeln bringst - David Avrin, CSP & Tiffany Lauer

Die Hälfte seiner Kunden sind solche, die vorher noch nie von ihm gehört haben.

Er schaut sich Listen von Firmen und Verbänden durch, um potenzielle Kunden zu finden. Die Listen müssen teilweise bezahlt werden (z. B. Hoovers, ehemals Dun & Bradstreet), teilweise sind sie gratis.

Du brauchst ein CRM-Programm, damit Du weißt, was mit den potentiellen Kunden los ist. Wann sind Ihre Konferenzen? Wer war der letzte Speaker an der Konferenz? Du musst Deine Recherche machen.

Im Betreff schreibst Du am besten den Namen der Veranstaltung hinein. Auf diese Weise ist die Chance am größten, dass der Empfänger die E-Mail öffnet.

Als Erstes schreibt sie eine personalisierte E-Mail. Eine Woche später schickt sie per Briefpost eine Broschüre. 3 Wochen nach der ersten E-Mail schickt sie eine zweite E-Mail. Das Ziel ist immer, dass der Kunde auf dem Link mit dem Video von David Avrin klickt.

Handgeschriebene Briefe und Karte machen einen viel stärkeren und besseren Eindruck.

Tiffany arbeitet Vollzeit für David und handelt für ihn auch das Honorar aus. Es ist einfacher für jemand anderen das Honorar auszuhandeln als für sich selbst.

Öffentlichkeitsarbeit für Speaker - Jill Lublin

Sie hat das Buch "Gorilla Publicity" geschrieben.

Sie empfiehlt alle 60 Tage eine kleine Meldung zu schreiben, sodass du in Erinnerung bleibst. Oft kann man ein Ereignis gleich zwei Mal benutzen: 1. als Vorankündigung und 2. wenn der Anlass stattgefunden hat. Beispiele: neues Buch, neue Webseite, ein Auftritt etc.

Sie schreibt die Medien, aber auch alle an, die einen Newsletter haben, besonders von den Gruppen, in denen sie Mitglied ist, z. B. auch Alumni Vereine.

Idealerweise lässt sich das Ereignis verknüpfen mit einem Ereignis, das auch sonst in den Medien herumgereicht wird.

Video-Testimonials - Skip Weisman

Nach einer Keynote gibt es meistens Zuhörer, die nach vorne kommen, um zu gratulieren oder noch eine Frage zu stellen. Skip fragt dann jeweils nach, was sie aus der Keynote mitgenommen haben.

Außerdem fragt er: "Bist Du bereit ein Testimonial für mich abzugeben?" Meistens erhält er eine Zusage.

Dann schlägt Skip vor, das Testimonial auf Video zu machen. Während dieses Vorschlags zieht er sein iPhone aus der Tasche.

Als Nächstes macht er darauf aufmerksam, dass alle es gleichmachen sollten, da sie sonst keine Zeit mehr dafür haben.

Er macht es ihnen einfacher, in dem er ihnen einen Triggersatz vorgibt: "Ich habe gerade Skip gesehen und was mir besonders gut gefallen hat ..."

Er platziert die Videos auf seinem YouTube-Kanal und auf seiner Website.

Nächsten Monat heißt es wieder „Voices of Experience“ mit Thomas Skipwith und Bruno Erni. Das Interview ist zu hören auf <https://thomas-skipwith.com/podcasts>.