



3 VEJE TIL FEMCIFREDE SPEAKING OPGAVER I ERHVERV

Velkommen til e-guiden: Speak i erhverv

Er du klar til at dykke ned i tre mulige veje til femcifrede speaking-opgaver i erhvervslivet? Der findes selvfølgelig flere veje, men det her er en hurtig inspirationsguide til dig, der står med en drøm om at komme ud med din viden, metode, ekspertise, træning og spiritualitet til virksomhedernes ledere og medarbejdere.

Måske tænker du også i det offentlige?

Selvom vi her i guiden udelukkende fokuserer på speaking i erhvervsregi, kan det være værd lige at nævne her, at det offentlige selvfølgelig også køber kurser og

forløb. Så hvis du har kontakter i den retning, og du har en ydelse, som passer ind der, så er det bare med at gå efter det.

Det offentlige kan for eksempel være institutioner, kommuner og humanitære organisationer som f.eks. Læger uden grænser og mange flere.

Erhvervslivet tæller både business-netværk, kommercielle bureauer, store corporate virksomheder, arrangementer, events, konferencer arrangeret i det private samt små og mellemstore virksomheder etc.

Opgaver der starter og slutter samme dag

Når vi taler speaking i e-guiden her, så er det typisk opgaver, der starter og slutter samme dag.

Et speak kan være helt kort på måske 20 til 45 minutter, hvilket for eksempel kan ske, hvis du er én blandt flere speakere. Speaking-opgaver kan også vare en time, to timer og måske op til 2,5 time.

Når et speak bliver længere end et par timer, bevæger vi os efterhånden mere og mere over i termer som en halv eller en hel kursus- eller workshopdag.

Der findes forskellige begreber for det at være en speaker:

Oplægsholder, taler, underviser, foredragsholder, keynote speaker etc.

Og det afhænger lidt af konteksten, hvad man kalder det.

Nogle virksomheder søger en foredragsholder til et medarbejderarrangement, andre kan måske kalde det en underviser, fordi de vil have mere end blot et speak.

Keynote speaker hedder det, hvis du for eksempel er hovednavnet blandt en række andre speakere til en conference eller lignende.

Din drøm om at speake i erhverv og blive betalt femcifrede beløb for det

Før vi går ned i de 3 mulige vej til speaking i erhverv, så er det en god idé at afklare "hvem du er", når det handler om at speake i erhvervslivet.

Før du henvender dig til en virksomhed, så gør svarene på de næste fire spørgsmål klare for dig selv.

Hvilke virksomheder vil du gerne speake i?

Husk at tune ind på det rette match for dig. Nogen virksomheder er meget visionære og kreative, andre er internationale, nogen virksomheder er produktionsvirksomheder, nogen er ret hierarkisk opbygget, nogen er kendte virksomheder, og atter andre har måske værdier, der matcher dine. osv. osv.

At du og virksomheden matcher er et godt udgangspunkt for at lande en opgave. Æn måde, du kan vælge på, er ved at tænke på brands, du elsker og allerede køber fra eller har aktier i eller kender fra en ven eller lignende.

Skriv 5 til 10 højt prioriterede virksomheder og vid, at allerede dette ene fokus gør det muligt at lande et speak hurtigere.

Skriv i boksen her

Hvad vil du lyse op af at speake om, som du ved, virksomheder har brug for?
Skriv det enten som en brainstorm på emner, eller skriv dine forskellige ideer til
speaks i fængende titler.

Skriv i boksen her:

Hvad er prisen for dit speak?

Alt efter hvor god du er til at positionere dig, hvad din baggrund er, og hvilken type
du er, så vil du nok have det bedst med enten at:

- 1) Sætte en høj pris fra starten – For eksempel netop et femcifret beløb med det
samme.

eller:

- 2) At vokse ind i priserne efterhånden, som du føler din egen ekspertise,
erfaring og mavefornemmelse smelter sammen til højere og højere priser.
Hvis du kan lide tanken om at vokse gradvist til fem cifret betaling, så er det
en lige så god vej at gå.

Mange godt betalte speakere modtager 10.000kr for en time eller to. Og for
eksempel 15.000 for et par timer til tre. Og måske 20.000kr, 24.000kr eller op til
30.000kr for en dag. Disse priser kan på en måde betragtes som normale highend
priser.

Alt efter, hvor velbevandret du er i erhvervslivet, vil du vide, at det her er takster, som du kan blive betalt igen og igen for det speak, du leverer. Har du først arbejdet et speak igennem, som du kan gøre længere og kortere alt efter behovet, så har du en meget lukrativ måde at skabe høj omsætning på, hvis din karriere skal omfatte at speake for erhverv.

De ekstraordinært højt betalte er nogen, der er mere kendte, eller som leverer en værdi, der totalt rydder bordet.

Det kan for eksempel være 50.000 til 100.000 for et speak.

I virkeligheden bestemmer hver speaker selv et stykke hen ad vejen, hvad de vil have, når først de ved, at det, de leverer, har høj værdi.

Samtidig er det vigtigt, at når du vælger en pris, så kan du stå i den, at du kan bære den, at den føles rigtigt, at den giver dig energi, og at du mærker, at den matcher dig, og at du ikke er bange for at miste opgaven, hvis den er for høj for virksomheden.

Prøv at lege lidt med nogle priser her i boksen. Skriv alle de priser, som du godt kan li'. Og lad den, du bliver mest tiltrukket af, være den, du går med.

Skriv i boksen her:

Nu har du svaret på, hvem du gerne vil speake for, hvad du vil speake om (hjælpe med), og hvad du kan hyres for, så er tiden inde til at se på nogle veje, du kan vælge for at lande en speaking-opgave.

3 veje til at blive betalt 5-cifrede beløb for at dele din viden, ekspertise og spiritualitet

- 1) Eksemplet her tager udgangspunkt i, at du *ikke* allerede har et netværk fuld af *corporate people*, altså medarbejdere og ledere fra store og mellemstore virksomheder. Helt små virksomheder hyrer ikke så ofte speakere.

Det her eksempel er altså for dig, der faktisk skal til at lære, hvordan du kommer ind i den verden og bliver godt betalt for din speaking, fordi du bare ved, at du har afgørende viden og indsigter, som kan gøre en kæmpe forskel på arbejdspladserne.

En måde, at gå vejen på, er, at du laver 1 til 1 udviklings- og/eller træningsforløb, som du sælger til kvinder og/eller mænd, som arbejder i erhverv.

Det forudsætter selvfølgelig, at du også har en passion for at lave highend forløb, hvor du arbejder med én kunde ad gangen.

Det kan være ledere eller medarbejdere, som du hjælper med udfordringer inden for kommunikation, konflikthåndtering, ledelse, stress, samarbejde og lignende.

Når du sælger dine forløb, vil en procentdel af disse kunder få det betalt via den virksomhed, de arbejder i, og du har åbnet en mulig dør til at lande en speaking-opgave.

Har du allerede haft 1 til 1 kunder fra erhvervs målgruppen, men ikke tænkt på, at de samtidig kunne være døren til speaking-opgaver?

Hvis du har haft tilfredse kunder fra erhverv, så er det ikke for sent at kontakte dem igen for at spørge til speaking-muligheder i den virksomhed, de arbejder i.

Uanset hvad:

Om dine en-til-en-erhvervskunder selv betaler det, eller de får det betalt af deres arbejdsplads, vil du nemt kunne lægge en billet ind på et speak i den organisation, som din kunde arbejder i. For de har allerede erfaret, hvor kompetent du er.

- 2) En anden vej tager udgangspunkt i, at du *har* de folk i dit netværk, som du søger, men bare ikke har brugt det til at få speaking-opgaver endnu.

Det kan være personer i dit LinkedIn netværk, som har egen virksomhed, og hvor de løser opgaver i den type virksomheder, du også gerne vil ind i.

Der er flere måder at kontakte på:

Du kan ganske enkelt skrive en direkte og personlig besked til dem, du vil have en snak med.

Du kan også slå et post op, hvor du søger kontakt.

Der er også denne mulighed:

Når du søger på personer, du gerne vil have kontakt med, så tænk på, hvad du kan bidrage med. Se hvad de laver og hvad det er, de løser for virksomheder.

Du opdager måske, at de har skrevet en bog, at de holder en konference, eller at de har et onlinekursus og at noget af det, de laver, også er for den målgruppe, du søger.

Det, du her kan gøre, er, at du til din egen nyhedsbrevsliste og/eller på SOME deler den bog, den konference eller det onlinekursus, fordi du ved, at dine følgere eller subscribers vil synes, det er spændende.

Du kontakter så personen og fortæller, at du har delt det og hvorfor.
Og om der er mere, som vedkommende har planer om at skabe, som kunne være interessant for dine læsere.

Du åbner altså op for en samtale, et møde, en relation, et samarbejde, en tillid, og du gør det både fordi, du seriøst har lyst til at være i en autentisk kontakt med personen, og fordi du undersøger, om der kunne være en mulighed for, at du kan være en speaker for vedkommendes virksomhedskontakter.

Tjek dine netværk, LinkedIn, Facebook eller andre og skriv 5 til 10 personer, du vil kontakte fra dit netværk.



Hvordan og hvornår vil du kontakte de personer, du har nævnt i boksen ovenfor?

3) Den tredje vej til speaking:

I virksomheder, bureauer og netværk etc. vil man typisk ikke tænke, at du skal pitche dit produkt, hvis du er blevet betalt for at komme. Det giver god nok mening.

Noget andet er, at det kan være ekstraordinært lukrativt at tilbyde at speake gratis for erhvervsnetværk, virksomheder og konferencer, hvor du *må* pitche dit produkt.

Og du kan ved samme lejlighed blive hyret til betalte speaking opgaver af de erhvervsfolk, som sidder i rummet.

Liselotte har haft gode erfaringer med denne model. For eksempel at tale i 20 minutter til 1 time og sælge for 6 cifrede beløb.

Det kan være at speake gratis i eksklusive erhvervsnetværk, hvor der jo sidder virksomhedsejere, HR folk eller medarbejdere der ansat i jobs med stort ansvar.

Hvis denne mulighed taler til dig, så giv den gas, for den er sjov og kan samtidig være hurtig.

Hvilke virksomheder eller erhvervsnetværk kunne du tænke dig at tilbyde et gratis speak med henblik på, at du også må få lov at fortælle mere om, hvad du hjælper med.

Skriv 3 til 5 netværk hvor du vil tilbyde dit speak:

Hvordan og hvornår vil du kontakte?

Før du ser dig om, kan du have landet din første speaking opgave.

Hvis du tænker: Det kan jeg ikke, eller jeg har ikke et godt nok speak, så tilføj ordet "endnu".

Videnskabelige undersøgelser viser, at det ene lille ord skaber helt anderledes resultater. Ganske enkelt fordi din hjerne og dit mindset bliver ved med at stå åbent for at skabe din virkelighed, når du siger ”endnu”.

Det andet er som at lukke døren og slukke lyset.

Lad os åbne døren, tænde lyset og gøre mulighederne til virkelighed.

Smukt arbejdet - Du er endnu et skridt nærmere din speakingdrøm