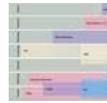




#### Bezahlen Sie richtig? ▶

Der **Gehalts- und Karrierevergleich Digitale Wirtschaft 2010** hilft bei Gehaltsgesprächen. Er listet detailliert die aktuell am Markt gezahlten Gehälter nach Region, Berufserfahrung und Branchen. [Hier bestellen](#) ▶



#### Zeitachse: Die Interaktiv-Trends bis 2012 ▶

Wie sieht die interaktive Welt im Jahr 2012 aus? Der iBusiness-Überblick zeigt im grafischen **Zeitstrahl**, was war, was kommt und wie Medienkonvergenz in den nächsten Jahren funktionieren wird. ▶

## Wie man Vorträge als PR-Tool einsetzt



**06.10.09 Geschäftsbeziehungen basieren vor allem auf zwei Grundsäulen: Einer vertrauensvollen Beziehung und der Überzeugung, beim jeweiligen Geschäftspartner in kompetenten Händen zu sein. Daher werden im Zuge der Neukundenakquisition - vor allem aber nicht ausschließlich im B2B-Bereich - viele Ressourcen darauf verwandt mit neuen Kontakten schnell eine gute Beziehung zu etablieren und zu unterstreichen, dass man der richtige Partner mit den notwendigen Skills ist. Eine Methode, dies zu erreichen, ist der Expertenvortrag.**

Weiterleiten

Artikel merken



Renate Eck berät zu Vorträgen als PR-Tool  
(Bild: Eck Marketing)

Es gibt kaum eine Situation, in der Menschen stärker das Gefühl haben, einer Referenz auf dem jeweiligen Gebiet gegenüberzusitzen, als wenn sie dem Vortrag eines Referenten beiwohnen; vorausgesetzt natürlich, dieser versteht sich auf sein Thema und überzeugt mit seiner Rede.

Sind diese Grundvoraussetzungen erfüllt und erweist sich der Redner auch noch in der abschließenden Frage- und Antwort-Session als kompetent, werden ihn die Anwesenden mit hoher Wahrscheinlichkeit als sachkundigen Experten in Erinnerung behalten und ihn in die engere Wahl nehmen, wenn seine Kompetenzen gefragt sind. Dass dies so gut funktioniert, ist durch einfache Psychologie bedingt: Zunächst müssen erst andere Personen dem Referenten fachlich vertrauen, sonst stünde er nun nicht auf dem Podium. So entsteht ein Vorschuss an Vertrauen. Wird der Vortragende diesem anschließend gerecht, ist der Eindruck perfekt: Dort oben steht ein wahrer Experte, der weiß, wovon er spricht.



Dies können sich Unternehmen natürlich zu Nutze machen, um einen Wettbewerbsvorteil zu erlangen. Doch wie können nachhaltige Erfolge durch gezielten Einsatz als Referent erzielt werden? Am Anfang steht die Wahl eines geeigneten Referenten. Zwei Voraussetzungen sollte dieser mitbringen: Ausgeprägten Sachverstand im Bereich der künftigen Referententätigkeit und souveränes, ausdrucksstarkes Auftreten auch vor der Kamera. Letzteres kann (und sollte!) durch entsprechendes Training natürlich ausgebaut werden.

Anschließend gilt es festzulegen, welche Zielgruppen mit Hilfe der Vorträge erschlossen werden sollen. Dann stellen Sie sich die Frage: Welche Veranstaltungen besuchen die Entscheider, die ich erreichen will?. Anhand dieser Kriterien können Sie entscheiden, welche Veranstaltungen relevant für Sie sind. Nehmen Sie Kontakt zum Veranstalter auf. Um dies zu erleichtern, sollte ein Profil des Referenten erstellt werden, das u.a. eine Vita, die vorhandenen Themenfelder und Vortragsvorschläge sowie einige Details zu Ihrer Person enthält. Um außerdem die persönliche Präsenz des Referenten zu erhöhen, sollten Sie Online-Profilen anlegen, beispielsweise auf [Xing](#)  oder [Facebook](#) .

Nach ersten erfolgreichen Vorträgen, können Sie Ihre Online Wahrnehmung ausbauen und dafür sorgen, einen positiv andauernden Eindruck zu hinterlassen. Veröffentlichen Sie beispielsweise Videos der Vorträge auf Youtube und stellen Sie die Präsentationen auf Slideshare. So können Sie die Kompetenzen des Referenten öffentlichkeitswirksam unter Beweis stellen und dauerhafte Präsenz bei Ihrer Zielgruppe erreichen. Durch ein geschicktes Verknüpfen des Personal Brands des Referenten mit dem Unternehmen entstehen wertvolle Synergien: Das Unternehmen profitiert in Form eines höheren Bekanntheitsgrades, wichtigen Kontakten und letztlich gesteigerter Nachfrage.

### 10 Tipps für Unternehmen, um als Referent einen Vortrag wahrzunehmen:

- 1. Training:** Lernen Sie von anderen. Werden Sie selbst aktiv und diskutieren Sie nach dem Vortrag selbst mit. Stärken Sie Ihre vorhandene Qualität als Referent durch die Teilnahme an Diskussionen oder Vorträge.
- 2. Verbände, oft unterschätztes Kundenpotential:** In Arbeitskreisen oder Verbänden treffen sich die Brancheninsider und fachinteressiertes Publikum. Knüpfen Sie Kontakte zu Verbänden und bieten Sie Ihre Teilnahme als Fachexperte teilzunehmen an.
- 3. Nehmen Sie an Paneldiskussionen teil:** Stärkende Möglichkeiten, um mit seiner Referententätigkeit vertrauter zu werden, bieten Diskussionsrunden. Anfangs können Sie in kleinen Gruppen beginnen, um Ihre Redesicherheit zu stärken. Es sollte Ihnen Spaß machen als Referent aufzutreten und Sie sollten sich auch später auch in größeren Runden wohlfühlen.
- 4. Veranstaltungsscreening:** Genauso, wie Sie für sich als Unternehmen über geeigneten Veranstaltungen als Aussteller informieren, können Sie ein Veranstaltungsscreening als Referent erstellen. Berücksichtigen Sie dabei, an welchen Messen, Kongressen, Foren oder Workshops Sie realistischer Weise als Fachreferent aktiv teilnehmen möchten und können.
- 5. Erstellen Sie ein Referentenprofil:** Wer sind Sie? Veranstalter oder die Entscheider der Fachgremien möchten sich schnell einen Eindruck des Referenten verschaffen. Erstellen Sie ein kurzes Referentenprofil, mit Ihrem beruflichen Hintergrund und führen Sie Ihre bisherigen Tätigkeiten als Workshopsleiter oder Referent auf. Hierbei überzeugen sich durch ein aussagefähiges Profil mit einem ansprechendes Foto, der Vita, den Branchenschwerpunkten und den aufbereiteten Themenvorschlägen.
- 6. Practice Case:** Halten Sie einen lebendigen und praxisbezogenen Kurzvortrag. Vermitteln Sie Ihr fachliches Know-how als Branchenkenner, schließlich unterscheidet sich Ihr Auftritt von einem bezahlten Slot mit einer werblichen Produktvorführung. Erst im praxisbezogenen Vortrag erreichen Sie die erhöhte Aufmerksamkeit.
- 7. Co-Referent:** Holen Sie Ihren Kunden an Bord. Nichts ist spannendes als die Praxis. Stellen Sie gemeinsam mit Ihrem Referenzkunden die möglichen Stolpersteine, praktischen Erfahrungen und die erfolgreiche Umsetzung informativ und prägnant vor.
- 8. Fragen Sie Ihre Zuhörer:** Suchen Sie den Dialog zu den Teilnehmern. Locken Sie das Publikum aus der Reserve, fragen Sie die Teilnehmer nach eigenen Erfahrungen und Ihrer Einschätzung. Wie beurteilen die Teilnehmer die Entwicklung und welche Trends wird es geben, wo sind wir in den nächsten zehn Jahren, welche Bedenken oder auch kritischen Stimmen könnte es geben?
- 9. Feedback:** Verbessern Sie Ihre Qualität als Referent. Holen Sie sich Feedback vom Veranstalter und den Teilnehmern.
- 10. Mediale Präsenz:** Lassen Sie Ihre Kunden wissen, wo Sie als Referent dabei sind. Schaffen Sie mediale Aufmerksamkeit. Dies kann neben Einträgen in Portalen wie [Brainguide](#) , [Facebook](#) , [Xing](#) oder dem ReputationsTool [MyOn-ID](#)  ergänzend in Online PR-Portalen erfolgen. Binden Sie die News auf Ihrer Webseite und im Newsletter ein und laden Sie Ihre Kunden oder potentiellen Kunden zu Ihrer Veranstaltung ein. Nutzen Sie die Gelegenheit zur Terminvereinbarung mit Ihren potentiellen Kunden, bzw. halten Sie den Kontakt zu Ihrem Netzwerk und bleiben Sie in Kontakt.

Ihr Vortrag ist zeit- und kostenintensiv. Nutzen Sie daher die folgenden Möglichkeiten, um auch nach der Veranstaltung als Referent und Branchenexperte mit Ihrem speziellen Thema besser im Internet besser wahrgenommen zu werden. Sie werden dadurch nicht nur von Veranstaltern, sondern auch von Kunden und Interessenten nachhaltig und lange

nach der Veranstaltung besser im Internet gefunden:

- Abseits von Powerpoint - Präsentationen Online:  
[280 Slides](#)
- [Acrobat.com Presentations](#)
- [Empressr](#)
- [Prezi](#)
- [Slideshare](#)

Die Autorin Renate Eck **XING** gründete 2004 die auf Referenten Marketing spezialisierte Agentur [eck marketing](#) , die Unternehmen und Referenten zusammenführt und den Ausbau des Personal Brandings stärkt. Zu Ihren Kunden gehören internationale Unternehmen wie u.a. das Marktforschungsinstitut GIM, AT Internet, Wunderman (Young & Rubicam Group), CBS Interactive oder Siemens. ( [cr](#) )

**Tags:** [PR](#) [Vortrag](#) [Experte](#) [Akquisition](#) [Kunde](#)

[Tag vorschlagen](#)

**Trackbacks / Kommentare / Bookmarks**

**Trackback-URL** **Permalink**

**Bookmarks:**

#### Ihr Kommentar:

Schreiben Sie Ihre Meinung, Erfahrungen, Anregungen mit oder zu diesem Thema. Ihr Beitrag erscheint an dieser Stelle.

#### Artikel Weiterempfehlen

Empfehlen Sie diesen Artikel an Kollegen oder Freunde weiter.

#### Weitere Meldungen vom 06.10.09:

<b>Marken im Web: Boommarkt Online-Outlet</b>	(06.10.09)
<b>Markenartiklers Strategiealternative: Eins, zwei oder drei?</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Internetportal</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Internetauftritt, Imagekampagne</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Reporting-Tool</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Telekommunikationsdienste</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: IT-Unterstützungsdienste</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Betrieb Web-Server</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Softwarewartung</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Storagelösung</b>	(06.10.09)
<b>Ausschreibung: Publikationsverzeichnis</b>	(06.10.09)
<b>Empfehlungsmarketingportal expandiert nach England</b>	(06.10.09)
<b>65 Prozent der Internetnutzer spielen Computergames</b>	(06.10.09)
<b>Umfrage: Onlinewahl hätte für mehr Wahlbeteiligung gesorgt</b>	(06.10.09)
<b>Adobe stellt Flash-Version fürs Handy vor</b>	(06.10.09)
<b>US-Verlage planen Online-Kiosk</b>	(06.10.09)
<b>China will eigenes Medienimperium</b>	(06.10.09)
<b>Wer-kennt-wen wird mobil</b>	(06.10.09)
<b>Jetzt für International Digital Emmy Awards einreichen</b>	(06.10.09)
<b>Microsoft startet Marktplatz für Windows Mobile</b>	(06.10.09)