

Beratungserfolg durch Schreiben - 8 gute Gründe für die eigenen Publikationen

Tue Gutes und sprich darüber. Eine bewährte Form für Consultants nachhaltig und zielgruppenwirksam über Gutes zu sprechen ist mit Hilfe von Publikationen. Ob nun durch eine Studie, einem White Paper, einer Success Story oder einem Magazinartikel: als Berater solltest Du regelmäßig lesenswerte, relevante und nützliche Inhalte schreiben und veröffentlichen. Im ersten Beitrag meiner Mini-Serie „Write4Success“ zeige ich Dir, welchen konkreten Nutzen Du als Consultant aus Publikationen ziehst. Soviel vorweg: Marketing ist ein wichtiger, bei weitem aber nicht Dein einziger Benefit.

Publikationen - das Brot & Buttergeschäft von Consultants

Sie kosten Zeit, Geisteskraft und können keinem Kunden in Rechnung gestellt werden: Publikationen. Warum also veröffentlichen renommierte Consulting-Unternehmen wie The Boston Consulting Group oder McKinsey regelmäßig Studien und stellen diese dann frei zur Verfügung? Oder anders gefragt: worin liegt der Mehrwert von Fachartikeln für Dich als Consultant? Gleich acht Gründe sprechen dafür.

Wer schreibt, der bleibt - der Mehrwert von Publikationen im Consulting

Mehrwert 1 - Neukunden akquirieren

Als Consultants bist Du Wissensarbeiter! Regelmäßig spreche ich diese Tatsache hier auf Consulting-Life.de an. Deine Kunden kaufen Dein (angewendetes) Wissen als komplexe Beratungsdienstleistung. Das Problem: kennt Dich der mögliche Neukunde noch nicht, kann er schwer bis überhaupt nicht einschätzen zu welchem Grad Dein Wissen und Fähigkeiten seine Herausforderungen lösen. Das erschwert eine Akquise. Nur wenige Unternehmen kaufen gerne die Katze (bzw. besser den Berater) im Sack.

Die Lösung: Publikationen. Mit diesen positionierst Du Dich als Experte für ein Themengebiet, demonstrierst Deinen Sachverstand und Dein Detailwissen (siehe [Interview mit Christian Deutsch](#)). Zudem helfen Artikel, dem potentiellen Klienten eine erste Arbeitsprobe von Dir und Deiner Leistung zu liefern. Das charmante daran: einmal verfasst, ist diese Arbeitsprobe skalierbar. Egal ob 1 oder 100 Interessenten anklopfen. Der Aufwand für Dich bleibt identisch.

Mehrwert 2 - Bestandskunden überraschen

Drogeriemärkte verteilen Kostenlosproben, Hotels überraschen mit Gratisnächten und Telefongesellschaften verschenken Freiminuten. Nicht an Neu- sondern an Bestandskunden. Auch das Beratungsgeschäft fußt auf guten Beziehungen zu bekannten Klienten. Eine gutes Instrument bestehende Kunde-Dienstleister-Verhältnisse zu intensivieren sind aus meiner Erfahrung Publikationen. Natürlich nur, falls dem Bestands-Account die vom Berater verfassten Schriften einen Mehrwert bieten.

Kundenbindung durch Publikationen praktiziere ich regelmäßig. Nach Veröffentlichung eines Beitrags gehe ich alle meine Klienten im Kopf durch und überlege, beim wem das Papier auf Interesse stoßen könnte. Für besondere Anlässe sende ich einen hochwertigen Ausdruck mit einem individuellen Begleitschreiben. Als Dank für die gute Zusammenarbeit.

Mehrwert 3 - Kontaktnetzwerk vergrößern

Für die Datenerhebung, Entwicklung und dem Marketing einer Studie arbeitest Du regelmäßig mit verschiedenen Personen zusammen. Auch wenn diese Helfer meist nicht zu Deinem Consulting-Kundenkreis gehören, erweiterst Du durch die gemeinsame Arbeit an einem Thema Dein Beraternetzwerk. Und wer weiß, vielleicht werden aus den externen Partnern irgendwann Kunden. Dann zahlt sich die Artikelkooperation doppelt aus.

Auch veredeln Kontakte oft Dein Ergebnis, sowohl bzgl. des Inhalts als auch der Außenwirkung. Oder kennst Du Beratungsunternehmen, die der Aufdruck „in Zusammenarbeit mit Universität XY entstanden“ auf dem Deckblatt ihrer Studien stören würde? Im Rahmen meiner Publikationsaktivitäten lade ich ab und zu Kollegen und Kunden zu einer Co-Autorenschaft ein. Das schmiedet zusammen und trägt Früchte bis weit nach offiziellen Projektende.

Mehrwert 4 - (Neue) Erkenntnisse gewinnen

Für Universitäten und Forschungseinrichtungen gehört es zur Pflichtaufgabe, für Dich als Berater ist es ein positiver Nebeneffekt: der Wissenszuwachs der mit der Redaktion eines Artikels entsteht. Durch der intensiven Beschäftigung mit dem Publikationsthema tankst Du unweigerlich Wissen. Ganz gleich ob dieses aus Deinem Kopf, den Köpfen Deiner Gesprächspartner oder Literaturquellen entstammt. An der Arbeit am Thema lernst Du und wirst zu Experten.

Häufig ist dieses Fach- und Methodenwissen nicht neu, liegt vielleicht sogar schon seit etlichen Jahren in Standardwerken vor. Jedoch stößt Du ab und zu auf Erkenntnisse, die in dieser Form, aus diesem Blickwinkel oder in dieser Detailtiefe noch nie publiziert wurden. Warum solltest Du diesen Wissensvorsprung interessierten Kunden vorenthalten wollen?

Mehrwert 5 - Verkaufserlöse erzielen

Marktforschungsinstitute wie [Gartner Inc.](#) oder die [Gallup Organization](#) exerzieren es vor: mit Publikationen lassen sich stattliche Erträge erwirtschaften. Der am (Leser-)Markt erzielbare Erlös für ein Papier hängt dabei davon ab, mit wie viel Aufwand sich die zu Grunde liegenden Daten beschaffen lassen. Interviews mit Fachexperten auf Basis eines umfangreichen Leitfadens sind kostenintensiver als eine halbtägige Webrecherche.

Auch ist entscheidend, welchen Ruf Du bzw. Dein Consulting-Unternehmen für ein ausgewähltes Thema haben. Als No-Name auf einem Gebiet wirst Du es schwer haben, einen Bericht für 2.500 Euro loszuschlagen. Publizierst Du jedoch bereits seit Jahren regelmäßig eine Studie und hast Dir in Branchenkreisen damit einen Namen gemacht, so sind Unternehmenskunden gerne bereit für die neuesten Erkenntnisse zu bezahlen.

Mehrwert 6 - Projekterfolg reflektieren

Aus eigener Erfahrung bestätige ich: Publikationen sind ein tolles Instrument ein Beratungsprojekt noch einmal Revue passieren zu lassen. Was ist im Projekt gut gelaufen, was weniger? Welche Ergebnisse haben den größten Mehrwert für den Kunden generiert? Auf welche Schritte sollte in einem ähnlichen Projekt besonders Wert gelegt werden?

Beim Verfassen eines Beitrages hinterfragst Du Vorgehen, Resultate sowie Rolle von Dir und Deinen Projektmitstreitern noch einmal kritisch und bringst die Essenz in wenigen Seiten auf den Punkt. Zu Papier gebrachte Abschnitte wie

„[Lessons Learned](#)“, „Erfolgsfaktoren & Fallstricke“ oder „Dos & Dont's helfen Dir bei zukünftigen Vorhaben, gereifter und gelassener an die Arbeit zu gehen.

Mehrwert 7 - Wissen transferieren

Wissen ist das Kapital von Unternehmensberatungen. Der Vorteil: intern geteilt, vermehrt sich dieses Kapital zu sehr geringen Kosten, nützt den Kollegen, dem Kunden und damit schließlich der gesamten Beratung. Publikationen ermöglichen eine preiswerte Weitergabe der in Beratungsprojekten erlernten Fähigkeiten und Fachwissen. Dabei spielt es keine Rolle, wann, wo und wie viele Kollegen dieses Wissen in Anspruch nehmen wollen. Einmal notiert, können beliebig viele Kollegen von den Erkenntnissen profitieren. Auch Jahre später noch.

Mehrwert 8 - Karriereleiter emporklettern

Zum Abschluss ein weiterer Benefit von Publikationen, obwohl ich den Punkt eher als Anforderung für die [berufliche Weiterentwicklung](#) sehe. Insbesondere bei mittleren bis großen Beratungshäusern ist das Emporklimmen auf der Karriereleiter mit dem Verfassen von mindestens einem Artikel verknüpft. Format und Inhalt variieren von Beratung zu Beratung. Alternativ vereinbaren Vorgesetzte mit ihren Mitarbeitern Jahresziele die ebenfalls das Publizieren umfassen.

Schreiben der Karriere wegen? In meiner Consulting-Zeit hatte ich nie einen „Artikel für den Arbeitgeber“ verfassen müssen. Was sicherlich daran lag, dass ich regelmäßig Papiere unabhängig von der Anforderung abliefern konnte. Auch Partner und Geschäftsführer werden gerne positiv überrascht.

Fazit

Richtig ist: Publikationen begünstigen [Marketing & Vertrieb](#) von Beratungsleistungen. Nebenbei stiften sie eine Menge weiterer Benefits, angefangen bei Bestandskundenpflege bis Wissensmanagement. Beginnst Du mit einem Artikel, solltest Du die angestrebten Ziele vorher notieren, am besten in einer messbaren Form. Liegt die Arbeit dann vor, kannst Du den Erfolg nachprüfen und für die nächste Publikation lernen.

> Publiziert Du regelmäßig? Falls ja aus welchem Grund? Ich freue mich über Dein Kommentar.