

# Leser.Fragen - Wie kann ich im Consulting Geschäft Fuß fassen?

*Sehr geehrter Dr. Christopher Schulz,*

*ich bin Mark, wohne aktuell in Bayern und bin Ende 20. Studiert habe ich Marketing Management, arbeite seit einigen Jahren auch in diesem Bereich und bin seit 2017 leitender Marketing Manager in einem kleinen Technologie-Unternehmen.*

*Ich habe vor mich als Strategie-/Marketing-/Management-Berater selbständig zu machen. Mein Plan ist es, zunächst berufsbegleitend zu beraten. In 3 bis 5 Jahren möchte ich dann voll in das Consulting Business einsteigen. Meinen Kundenmarkt sehe ich kleinen Unternehmen, „Ich-AG's“, Start-Ups und kleinen Mittelständlern, die in Sachen Kommunikation und Marketing effektiver werden wollen.*

*Können Sie mir einige Hinweise geben, wie man im Consulting Geschäft Fuß fasst?*

*Vielen Dank und mit freundlichen Grüßen, Mark*

---

**Mark: Welche Ratschläge kannst Du mir hinsichtlich Kundenakquise geben?**

*Christopher Schulz: Zunächst Danke für Deine Anfrage. Bis 2015 war Akquise im Consulting für mich kein Thema. Ich wurde auf Projekte gesetzt, mein Ziel galt diese effizient und zur Zufriedenheit es Kunden abzuarbeiten. Seitdem ich Rolle eines Managers innehabe, bin ich nun auch für die Akquise von Beratungsprojekten für mich und meine Kollegen verantwortlich.*

*Um eins vorwegzunehmen: das Feld Akquise im [Geschäftsmodell Consulting](#) ist riesig. Aus meiner Erfahrung fällt der Gewinn von Neukunden und die Bindung von Bestandskunden einfacher, wenn Du...*

- *über ein weitverzweigtes Netzwerk von bestehenden Kunden und Partnern verfügst,*

- eine starke Marke für ein am Markt nachgefragtes Beratungsthema aufgebaut hast sowie
- Du bei einer Beauftragung auch liefern kannst und den Kunden mit methodischen, sozialen und fachlichen Kompetenzen für Deine Leistung und Dich begeisterst.

Top-Beratungen wie McKinsey, BCG und Bain & Company besitzen ein engmaschiges Netzwerk in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik, besitzen eine strahlende Marke und beschäftigen exzellente Projektköpfe. Weitere Alleinstellungsmerkmale dieser Spitzen-Consultancies wie zeitliche und geographische Verfügbarkeit sowie eine ausgeprägte Fähigkeit Wissen zu managen habe ich in diesem [Artikel](#) zusammengefasst.

Zu Beginn Deiner Selbstständigkeit fehlen Dir fast immer die Kundenzugänge und die Reputation. Keiner hat auf Dich gewartet. Jetzt heißt es Ärmel hochkrempeln, sich ein Netzwerk zu knüpfen und am Ruf zu arbeiten.

---

## **Wie findest Du einen Kunden, der eine Beratung nötig hat?**

Im optimalen Fall läuft es genau umgekehrt. Kunden mit einem Problem oder einem Bedarf finden Dich ☐

Spaß beiseite.

Wie Du sicherlich weißt, befindet sich das Marketing aktuell im Umbruch. Weg vom störenden Unterbrechungs-Marketing à la TV-Werbung oder Telefonakquise, hin zu einem Problemorientierten Inbound Marketing, wie ich es unter anderem auch auf [Consulting-Life.de](#) oder für meinen aktuellen Arbeitgeber praktiziere.

Kunden im digitalen Zeitalter sind bestens informiert, suchen im Internet zunächst selbst nach einer Lösung für ihr Problem bzw. eine Antwort auf ihre Frage. Im besten Fall stoßen sie dann auf Dich, erleben Dich als sympathischen und gleichzeitig kompetenten Problemlöser, kurzum als einen Unternehmensberater, der auch ihr Problem effektiv und nachhaltig beheben kann.

Definiere zunächst Deine Zielgruppe. Bezogen auf Deine Angaben: In welcher Branche sind die kleinen Unternehmen ansässig? Welches

[Geschäftsmodell](#) besitzen die „Ich-AG’s“? Welchen Trends ist die Industrie der Start-Ups ausgesetzt? Hilfreich ist hier die Konzept der Buyer Persona und das [PESTEL Framework](#).

Anschließend leitest Du die Probleme, Bedarfe oder Aufgaben ab. Wieder bezogen auf Dich: An welcher Stelle klemmt es bei diesen kleinen Mittelständlern und Start-Ups? Was kostet sie unnötig Zeit und Energie? Welche sind die Haupt-Defizite? Wo müssen sie sich aufgrund neuer rechtlicher Rahmenbedingungen bewegen?

Definiere dann, wo, wie und womit Du genau helfen kannst. [Giso Weyand](#) hat übrigens mehrere Bücher geschrieben, wie Du als Unternehmensberater zur Marke werden kannst. In diesem [Beitrag](#) habe ich Weyand interviewt, diese [Rezension](#) fasst wichtige Erkenntnisse aus seinem aktuellen Buch zusammen. Auch [Matthias Kolbusa](#) und [Alan Weiss](#) kann ich Dir zum Thema Akquise weiterempfehlen.

---

### Was hältst Du vom Leser.fragen-Format?

- Super klasse, bitte mehr davon.
- Ab und zu, das passt.
- Hmm, das kommt auf die Fragen an.
- Bitte weniger, die Inhalte bringen mich nicht weiter.
- Keine Ahnung, ist mir egal.

Abstimmen

[Ergebnisse](#)

 Loading ...

---

## **Wie bist Du konkret vorgegangen? Rundmails, Kaltakquise per Telefon oder persönliche Besuch?**

*Eins nach dem anderen. Vor dem persönlichen Gespräch muss zunächst ein Interesse und noch einmal davor ein Bewusstsein für Deine Beratungsleistung existieren. Auch für Beratungsfirmen gibt es die [Customer Journey](#), also eine Reise des Neukunden entlang der verschiedenen Kontaktpunkte eines Dienstleistungsunternehmens.*

*Beispielsweise erfährt ein Kundenentscheider zunächst nach der Lektüre auf Deinem Webblog, dass es Dich gibt. Über Publikationen, Fachvorträge, Messeauftritte, etc. entwickelt er Vertrauen zu Dir. Schließlich möchte er Dich für ein potentielles Mandat kennenlernen und lädt Dich zu einer [Unternehmenspräsentation](#) und Bedarfsanalyse ein. Es folgen das [Beratungsangebot](#)\* und die Projektarbeit. Ist der Kunde zufrieden, wird er Dich weiterbeauftragen oder zumindest an seine Kollegen, Partner und Kunden weiterempfehlen. Bei vielen Unternehmensberatungen machen Bestandskunden 80 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Deswegen spielen Referenzen und Empfehlungen im Consulting eine sehr wichtige Rolle.*

*Für konkrete Praxistipps in Sachen Marketing & Vertrieb in Unternehmensberatungen komme ich natürlich nicht an meiner [Consulting Akquise Toolbox](#)\* vorbei. Das Buch enthält 33 praxistaugliche Werkzeuge für die B2B Akquise. Alle Tools habe ich selbst erprobt und in den vergangenen 3 Jahren verfeinert.*

*Ich hoffe meine Hinweise haben Dich etwas weitergebracht.*

*Beste Grüße + viel Erfolg im Aufbau Deines eigenen Consulting Unternehmens*

*Christopher*

---

**> Du hast eine Frage zum Consulting?**

**Gerne beantworte ich [Deine Anfrage](#) mit einem ausführlichen Blogbeitrag.**

**Dann haben nicht nur Du, sondern auch die [Consulting-Life.de](#)**

**Community etwas von meiner Antwort.**