

Neukundengewinnung leichtgemacht - so umschiffst Du die 7 Consulting Akquise-Klippen

Es ist die Königsdisziplin im Consulting, das Pardestück: die **Neukundengewinnung**. Wieso? Stehen nicht andere Branchen ebenfalls vor der Herausforderung neue Klienten einzuwerben? Der Einzelhandel. Die Automobilindustrie. Die Bankenbranche. Alles hart umkämpfte Märkte! Das ist richtig. Doch haben diese Spieler nicht mit den Herausforderungen zu kämpfen, die sich der Zunft der Unternehmensberater stellen: die Sieben Consulting Akquise-Klippen. Im Beitrag stelle ich Dir die Klippen vor und erkläre auf welche Weise Du diese gekonnt umschiffen kannst.

Die 7 Klippen der Neukundengewinnung im Consulting

Akquisition im Consulting ist schwierig. Warum? Tatsächlich stehst Du als Unternehmensberater vor sieben Herausforderungen, die den Gewinn von Neukunden und die Bindung von Bestandskunden erschweren. Ich nenne sie die **7 Akquise-Klippen**.

Die Idee dahinter: Stelle Dir vor Du bist mit Deinem Frachtschiff auf stürmischer See unterwegs. Du hast ein wertvolles Gut geladen welches Du im Hafen Deines Kunden verkaufen möchtest. Beide - sowohl Kunde und Du - profitieren von dem bevorstehende Handel.

Das Problem: zwischen Deiner aktuellen Position und dem Kundenhafen liegen sieben schroffe Steilklippen. Bei unachtsamer Navigation Deines Bootes würden diese sich unmittelbar durch die Schiffshaut bohren und Deinen Akquiseversuch zum kentern bringen. Obacht lautet das Gebot der Stunde. Nachfolgend meine Lotsenhinweise. Nutze diese als Kompass, Seekarte und Sextant in einem und schippere dadurch sicher zum Hafen Deines Neukundens.

Akquise-Klippe 1: Beratung ist nicht lager- & konservierbar

Deine Beratungsleistung am Kunden ist nicht konservier- bzw. lagerbar. Im Klartext: Produktion durch Dich als Consultant und Konsum durch Deinen Kunden fallen zusammen. Die Wirtschaft spricht hier vom [uno-actu-Prinzip](#).

> Tatsächlich kannst Du Deine Consulting **Leistungen vorbereiten** bzw. **Wissen konservieren** (in Form von [Lessons Learned](#), [Checklisten](#), Anleitungen, etc.).

Sowohl in der [Summer School 2017](#) als auch im [Interview mit Gavino Wismach](#) findest Du zahlreiche Tipps zum Management von Beratungswissen.

Akquise-Klippe 2: Beratung ist erklärungsbedürftig

Die im [Geschäftsmodell Unternehmensberatung](#) verkauften Wertangebote sind immateriell und abstrakt. Anders als beispielsweise ein physisch existentes Auto, kauft ein Kunde Ideen, Analysen, Empfehlungen, Entscheidungsvorlagen, etc..

> Abhilfe schaffst Du durch das **Quantifizieren der Auswirkungen**. Daher: um welchen Wert können die Kosten minimal gesenkt werden? Wie hoch fallen die geschätzten zusätzlichen Umsätze aus? Auf welche Größe können die Risiken gesenkt werden? Tools wie der [Issue Tree](#) oder das [Ishikawa-Diagramm](#) aus meinem [Consulting Methodenkoffer](#) helfen Dir die Ursachen aufzuspüren und den Return on Investment zu bewerten.

Akquise-Klippe 3: Beratung ist nur nachträglich nutzenstiftend

Der Mehrwert einer Beratungsleistung wird dem Kunden erst nach deren Erbringung sichtbar. Im Klartext: mit der Beauftragung einer Consulting Firma geht der Klient zunächst ein nicht unerhebliches Risiko ein.

> Für diese Herausforderung helfen **Case Studies**, **Kundenreferenzen** und **Blogbeiträge**. Bereits zu Projektbeginn machen diese dem zögernden Klienten die Resultate greifbar. In meinem Buch [Consulting Akquise Toolbox](#)* findest Du alle drei Akquise-Tools detailliert erklärt. Nutze dieses Wissen für Deinen Akquiseerfolg.

An welcher Consulting Akquise-Klippe erleidest Du regelmäßig Schiffbruch?

- Der Kunde versteht den Nutzen der Beratungsleistung nicht.
- Der Kunde hat kein Budget.
- Der Kunde hat andere Prioritäten.
- Der Kunde zieht andere Beratungen für die Aufgabe vor.
- Keine von den oben genannten.

Abstimmen

[Ergebnisse](#)

 Loading ...

Akquise-Klippe 4: Beratung ist schwer mess- & vergleichbar

Beratungsleistungen sind schwer quantifizier- und vergleichbar. Der Erfolg hängt von den Consultants, dem Kunden und der individuellen Problemstellung ab.

> Auch hier helfen Dir **Case Studies** sowie **Referenzen** weiter mit denen Du dem Kunden zumindest qualitativ nachweist, wie eine ähnliche Aufgabe mit

Bravour gemeistert werden kann. In der [Consulting Akquise Toolbox](#)* findest Du die wichtigsten Infos zu beiden Akquise-Tools.

Akquise-Klippe 5: Beratung ist hochgradig abhängig von den Mitarbeitern

Eine Unternehmensberatung steht und fällt mit ihren Mitarbeitern. Mit Marketing & Vertrieb, Projektabwicklung (samt [Dienstreisen](#)) und [Fortbildung](#) sind diese einer hohen Arbeitsbelastung ausgesetzt.

> Ein exzellentes **Personalmanagement** und gute **Führung** helfen Dir, die besten Köpfe zu gewinnen und dauerhaft zu halten. Lesetipp zum Warm werden: [Die besten Mitarbeiter finden und halten](#)* von Jörg Knoblauch und Jürgen Kurz.

Akquise-Klippe 6: Beratung erfordert die Mitwirkung des Kunden

Ein Beratungsprojekt ist nur dann erfolgreich, wenn der Kunde dieses auch selbst aktiv vorantreibt und ausgestaltet. Das erfordert natürlich seinen Zeit- und Energieeinsatz - zusätzlich zu den ohnehin schon anfallenden Aufgaben im Tagesgeschäft. Der Kunde ist Teil des Consulting Prozesses, wirkt am Ergebnis und der Zielerreichung mit.

> Eine profunde **Auftragsklärung** im Vorfeld sowie ein [Beratungsangebot](#) mit klaren Mitwirkungsleistung des Kunden helfen Dir, bereits zu Beginn die Aufgaben und Verantwortlichkeiten festzuzurren und das anstehende Projekt in der Prioritätenliste ganz nach oben zu schieben. In meinem Buch [Das perfekte Beratungsangebot](#)* erhältst Du eine praxisgestählte Schritt-für-Schritt Anleitung.

Akquise-Klippe 7: Beratung ist kostspielig und folgenreich

Beratung ist sehr personalintensiv und individuell. Die Folge: die meisten Beratungsprojekte sind für den Kunden sehr kostspielig, erfordern neben der Einbindung interner Ressourcen in der Regel auch eine Investitionsentscheidung. Anders als im Endkundenbereich sind diese Entscheidungen kompliziert, langwierig und von mehreren Akteuren beeinflusst. Es geht um hohe Summen und einschneidende Konsequenzen für das Kundenunternehmen.

> Diese Klippe umschiffst Du, indem Du die **Kundenmitarbeiter qualifizierst** und die **Entscheidungs- und Beauftragungsprozesse nachvollziehst**.

Systematisch ermittelst Du, an welchen organisatorischen und sozialen Stellschrauben Du für Deine Beauftragung drehen musst. Auch für diese Fragen springt Dir [Das perfekte Beratungsangebot*](#) zur Seite.

Fazit

„It takes a village to win a new customer.“ – der Gewinn von Beratungsneukunden ist eine Herkulesaufgabe. Zwischen Dir und der Neuakquise stehen 7 brandgefährliche Klippen. Eine unaufmerksame Sekunde, eine falsche Entscheidung im Akquiseprozess – und Dein Marketing- & Vertriebs-schnellboot erleidet Schiffbruch.

Aber keine Angst: die [Consulting Akquise Toolbox*](#), [Das perfekte Beratungsangebot*](#) sowie die hier vorgestellten Bücher und Artikel helfen Dir, diese sieben Akquise-Klippen gekonnt zu umsegeln! In diesem Sinne: Neukunde ahoi!