

Vollbremsung im Angebotsprozess - wann Du ein Consulting Proposal abbrechen solltest

Das Schreiben von [Beratungsangeboten](#) ist teuer und aufwendig. Kundenbedarfe müssen erhoben, Dokumente verfasst und Präsentationen gehalten werden. Da ist es besser, genau zu erkennen, wann sich ein Weitermachen lohnt oder der Angebotsprozess abgebrochen werden sollte. Doch was sind typische Ausstiegssignale in der Proposal Phase? Bei welchen Anzeichen ist ein Exit angebracht? Nach über 50 Consulting Offerten habe ich die wichtigsten Symptome in diesem Beitrag für Dich zusammengetragen.

Diese 7 Symptome sprechen für einen Abbruch im Angebotsprozess

Symptom #1: Der Zweck eines Beratungsprojektes steht in Frage

Nicht immer ist das, was der Kunde will, auch das, was er tatsächlich braucht. Gelegentlich wünscht sich ein Kunde Ergebnisse, die nicht auf seine Ziele einzahlen. Oder er steckt die falschen Ziele. Oder er legt den Schwerpunkt auf den Input, statt den Ergebnissen.

Lässt sich der Kunde dann nicht umstimmen, wird es knifflig. Keiner unterstützt gerne Projekte, dessen Zweck sich nicht erschließen. Fehlt das ‚Warum‘ in einem Vorhaben, fällt es schwer Vollgas zu geben, Überstunden zu schieben, die extra Meile zu marschieren. Dann lieber doch das Engagement, dessen Gründe glasklar auf der Hand liegen und motivierend wirken. Hier siehst Du neben dem Honorar auch einen inhaltlichen Sinn.

Symptom #2: Dein Vorschlag für eine Frage & Antwort-

Runde wird ausgeschlagen

Gütigerweise hat Dir der potentielle Neukunde die Ausschreibungsunterlagen geschickt. Da sitzt Du nun und wirst aus den Papieren nicht schlau. Viele Passagen im Dokument sind vage und mehrdeutig formuliert. Alle offenen Fragen hast fein säuberlich in einer Liste notiert und diese dem Kunden mit der Bitte um ein Frage- Antwort-Termin zugesandt.

Doch der Klient beantwortet weder Deine Fragen, noch räumt er Dir eine Sitzung ein. Er lässt Deinen Ersuch nach Präzisierung einfach links liegen. Ein klares Anzeichen, das [Beratungsangebot](#) jetzt fallen zu lassen. Wenn der Kunde bereits während der Vereinbarungsphase nichts mit Dir zu tun haben will, wie soll dann die Zusammenarbeit im PProjekt verlaufen?

Symptom #3: Du erhältst Antworten verzögert oder überhaupt nicht

Die Problemstellung und Ziele des Kunden sind Dir klar und Du bist drauf und dran im Beratungsangebot einen passenden Lösungsweg zu skizzieren. Bevor Du jedoch in die Tasten Deines Notebooks haust, möchtest Du zuvor mit dem Klienten den unkonventionellen Ansatz abstimmen. Der Mandant versteckt sich jedoch hinter dem Tagesgeschäft.

- Deine Bitte um einen Klärungstermin wird ausgeschlagen.
- Weiterführende Unterlagen zum Projektstand werden nur verspätet bereitgestellt.
- Deine Vorschläge in der Angebotspräsentation werden unkommentiert zur Kenntnis genommen.

Offenbar misst der Kunde einer Interaktion mit Dir keinen Wert zu. Noch schlimmer: Er minimiert jegliche Kommunikation mit Dir. Suche hier schleunigst das Weite und wende Dich aussichtsreicheren Klienten zu. Solchen mit denen Du am selben Strang in die gleiche Richtung ziehst.

Symptom #4: Der potentielle Kunde vermeidet selbst einfachste Aufgaben

Im Vertrieb ist Sie beliebt: die Hausaufgabe. Dazu gibt der Verkäufer dem zukünftigen Kunden eine Aufgabe auf. Das kann das in Erfahrung bringen von Geschäftsdaten, das Ausmessen von verfügbaren Kapazitäten oder die Absprache

mit Kollegen sein. Wird der Job erledigt, verpflichtet sich der Kunde einmal mehr auf das Angebot. Außerdem erfährt der Verkäufer, dass es der Klient ernst meint und erhält zusätzliche Infos zur Situation des Käufers.

Auch im Angebotsprozess verteilst Du Hausaufgaben an den Kunden. Ein Dokument, welches bereitgestellt werden sollte. Ein Systemzugang, der angelegt werden muss. Eine Klarstellung, die zu seinem besseren Beratungsangebot führt. Weicht der Kunde selbst den kleinsten Aufgaben aus, solltest Du den Angebotsprozess bei der nächst möglichen Ausfahrt verlassen. Hier gibt es nichts zu gewinnen.

Symptom #5: Die Ausschreibungsparameter ändern sich immer wieder

Zu Beginn waren es noch die Trainings im neuen Produktionswerk in Mexiko. Dann stand plötzlich das Trainingskonzept im Fokus. Und nun verlangt der Kunde, dass der Berater Online Trainingsvideos in englischer Sprache anfertigen soll. Das Projektbudget? Ist immer zusammengeschrumpft!

Sicher, im Angebotsprozess hilfst Du dem Kunden seine wahren Bedarfe offenzulegen. Das heißt jedoch nicht, dass sich Ziele und Ergebnisse im Tagesrhythmus komplett drehen können. Jede Änderung in der Angebotsgrundlage verursacht für Dich Mehraufwand. Zusätzliche offene Punkte müssen geklärt, die neue interne Arbeitsverteilung abgestimmt und das Angebotsdokument aktualisiert werden. Ändert der Kunde zum dritten Mal die Ziele und Ergebnisse eines Beratungsprojektes, dann solltest Du hellhörig werden. Verlasse das Angebotsschiff - rasch und mit einem ‚Lassen-Sie-uns-in-Kontakt-bleiben‘-Vorschlag.

Die extra Meile ist im Consulting...

- ...DAS Unterscheidungskriterium zum Wettbewerb.
- ...ein fester Bestandteil des Jobs.

- ...insbesondere bei Neukunden anzuwenden.
- ...ganz klar überbewertet.
- ...eine vielzitierte Floskel ohne Substanz.

Abstimmen

[Ergebnisse](#)

⊗ Loading ...

Symptom #6: Der Wettbewerber wird bevorzugt

Oft wird ein Beratungsbedarf an mehrere Consulting Firmen ausgeschrieben. Die vorrangige Absicht des Kunden ist es, die beste Beratungsleistung für den optimalen Preis zu erhalten. Jetzt kann es jedoch vorkommen, dass der Kunde seine Wahl bereits getroffen hat und die Wettbewerber nur pro Forma um ein Angebot bittet. Deine Consulting Offerte dient nur als Füllwerk, soll die internen Beschaffungsprozesse befrieden.

Augenscheinlich wird das durch kleine Vorteile die Dein Marktbegleiter erhält. Der potentielle Kunde schenkt dem Konkurrenten mehr Zeit, stellt ihm zusätzliche Unterlagen zur Verfügung, kalibriert die Ausschreibung auf seine Konzepte. Kristallisiert sich heraus, dass Dein Mitbewerber in jedem Fall das Rennen macht, sprichst Du das beim Kunden an. Gelegentlich benötigt dieser einen zweiten Vorschlag für die internen Abläufe und ist allzu gern bereit Dir im Gegenzug beim nächsten Mal den Zuschlag zu erteilen.

Symptom #7: Die Chemie zwischen Dir und dem Kunden stimmt nicht

Bereits im Angebotsprozess arbeiten der mögliche Kunde und Du Schulter an Schulter. Gemeinsam erkundet ihr das Problem und definiert einen passenden Lösungsweg. Bei dieser Zusammenarbeit lernst Du den Klienten kennen, seine Wesenszüge, Präferenzen und Abneigungen.

Das Angebot ist ein Vorgeschmack für das anstehende Beratungsprojekt. Kommst Du mit der Kundenperson nicht zurecht und kannst auf das Honorar verzichten, empfehle ich Dir eine Absage. Auch Beratungszeit ist Lebenszeit. Ein charakterlich schwieriger Kunde belastet und strahlt auf das Privatleben ab. Lieber früh die Reisleine ziehen, als gefrustet monatelang ein Projekt voranzuschleppen.

Fazit

Nicht jedes [Beratungsangebot](#) ist ein Erfolg. Manchmal weiß der Kunde selbst nicht was er will, hat sich bereits entschieden oder ist nicht bereit Kraft in die gemeinsame Planungsphase zu investieren.

Am besten Du entwickelst Antennen für diese Ablehnungsindikatoren und brichst den Angebotsprozess ab. Je früher Du von einem toten Consulting Pferd absteigst, desto besser. Du begrenzt nicht nur Deinen Einsatz für einen Fehlschlag, sondern kannst Dich früh den lukrativen Engagements widmen.