

# Wow-Effekt im Consulting - 7 Prinzipien um Beratungskunden zu begeistern

Vor kurzem wurde ich von einem Juniorberater-Kollegen gefragt, wie man bei Kunden für einen Wow-Effekt sorgt. Daher: eine überaus positive Überraschung, ein meilenweites Übertreffen der gesteckten Erwartungen. Zugegeben: eine pauschale Methode mit der Du jeden Deiner Klienten wirksam beeindruckst gibt es nicht. Dazu sind die Projekte, Erwartungen und Kundenpersönlichkeiten einfach zu verschieden. Trotzdem existieren Prinzipien, mit der Deine Beratungsleistung positiv aus Consulting Einheitsbrei hervorstichst. Im Beitrag stelle ich Dir diese vor.

---

## Die Erwartungen des Kunden kennen und klassifizieren

Das Marketing spricht gerne von einem ‚Wow-Effekt‘, einer Situation in der es bei Nutzung eines Produktes oder Services zu einer sehr positiven Überraschung kam (vgl. [Duden](#)). Auch bei der Dienstleistung ‚Unternehmensberatung‘ kannst Du bei Kunden für Wow-Effekte sorgen. Dazu ist es erforderlich, dass Du

1. die **Anforderungen** Deines Kunden an Beratungsleistungen **kennst**
2. und diese anschließend **übererfüllst**.

Vielleicht liegt es an meiner Spezialisierung. In klassischen oder agilen Beratungsprojekten agiere ich regelmäßig als [Requirements Engineer](#). Daher: ich bin für das Erheben, Dokumentieren, Abstimmen und Priorisieren der Anforderungen verschiedener Stakeholder verantwortlich.

Regelmäßig nutze ich dazu das [Kano-Modell](#). Dieses wurde 1978 von Noriaki Kano, zur damaligen Zeit Universitätsprofessor, entwickelt. Das Kano-Modell unterscheidet zwischen drei Anforderungstypen:

### **Anforderungstyp #1: Basisanforderung**

Alle vom Kunden unbewusst angesehenen (und häufig nicht explizit geäußerten) Anforderungen. Bei Erfüllung passiert nichts, Nicht-Erfüllung schafft Unzufriedenheit. Im Consulting wäre das zum Beispiel Dein [Dresscode](#) oder Dein flüssiges Arbeiten mit [Excel](#) und [PowerPoint](#).

### **Anforderungstyp #2: Leistungsanforderung**

Alle vom Kunden bewusst geäußerten Anforderungen. Erfüllung sichert Zufriedenheit, Nicht-Erfüllung Unzufriedenheit. Im Beratungsprojekt sind das beispielsweise alle im [Angebot](#) aufgelisteten Leistungen und Ergebnisse.

### **Anforderungstyp #3: Begeisterungsanforderung**

Vom Kunden unerwartete Merkmale und Eigenschaften eines Produktes oder Dienstleistung. Eine Erfüllung verbreitet Begeisterung, Nicht-Erfüllung hingegen wird nicht wahrgenommen. Im Falle von Consulting ist das zum Beispiel eine Übererfüllung der Projektziele.

Worauf will ich hinaus?

Überlege Dir, welche unbewussten, bewussten und unterbewussten Anforderungen ein Kunde an Deine Beratungsleistung anlegt. Willst Du Ihn begeistern, erfüllst Du alle Basis- und Leistungsanforderungen, darüberhinaus zusätzlich die Begeisterungsanforderungen.

---

*Wenn Du als Berater Kunden begeistern willst, musst Du over-delivern. Du lieferst deutlich mehr, als das, was gefordert wurde.*

- Senior IT Berater, Big-5 Consulting Company

---

## **Quellen für offene und verdeckte Kundenerwartungen**

Wie kommst Du nun an die Anforderungen Deines Kunden? Erneut klassifiziere ich die Quellen der klaren und weniger offensichtlichen Kundenerwartungen mit

dem Kano-Modell.

Von **Basisanforderungen** an Deine Consulting-Arbeit erfährst Du aus...

- [Beraterliteratur](#) wie beispielsweise meinem Buch [High Performance Consulting](#).
- Weiterbildungen in den Disziplinen Soft- & People-Skills, beispielsweise [Neuro-Linguistische Programmieren](#).
- dem Beobachten Deiner Kollegen beim Interagieren mit den Kunden.

Die **Leistungsanforderungen** sind explizit, zu finden beispielsweise...

- als definierte Ergebnisse im [Beratungsangebot](#).
- in Form des expliziten [Nutzenversprechens](#) Deiner Beratung.
- [Trainings](#) zu fachlichen und methodischen Beratungsfähigkeiten.
- in Gesprächen wie [Projektsitzungen](#), Bedarfsanalysen oder Arbeitssitzungen.

An die **Begeisterungsanforderungen** zu gelangen ist schwieriger. Solide Quellen sind...

- Deine Erfahrungen mit den Aufgaben, der [Branche](#), den Projektrollen, dem Menschenschlag, etc..
- die Erfahrungen Deiner Kollegen mit dem Kunden.
- bestehende Ergebnisse beim Kunden und insbesondere deren Qualität als impliziter Gradmesser für Deine Leistungen.

---

### **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 ...

---

## 7 Prinzipien die bei Beratungskunden für einen Wow-Effekt zu sorgen

Auch in über 10 Jahren Consulting habe ich noch keine Methode identifiziert, die stets für einen Wow-Effekt bei meinen Klienten sorgt. Anbei eine Auswahl von erfolgsversprechenden Prinzipien.

### **Prinzip #1: Perspektive wechseln**

Du versetzt Dich die Rolle Deines Kunden? Welchen Zwängen unterliegt er? Woran wird er gemessen? Was bringt ihn weiter?

### **Prinzip #2: Wünsche erkennen**

Durch [Aktives Zuhören](#) samt Lesen der Körpersprache, deckst Du die persönlichen Bedarfe und Befürchtungen des Kunden auf.

### **Prinzip #3: Früh liefern**

Statt wie vereinbart am Freitag, reichst Du den vereinbarten Analysebericht bereits am Mittwoch ein.

### **Prinzip #4: Schick verpacken**

Deine Ergebnisdokumente haben ein attraktives Layout, eine klare Struktur und ein ansprechendes Design.

### **Prinzip #5: Netzwerke knüpfen**

Du bietest den Kunden an, einen nützlichen Kontakt innerhalb oder außerhalb des Unternehmens herzustellen.

### **Prinzip #6: Meta-Position einnehmen**

Verlasse die Detailebene Deiner Arbeit und bewerte die Situation auf einer

höheren Ebene. Was ist mittel- bis langfristig der beste Weg?

### **Prinzip #7: Kunde fragen**

Bitte den Kunden offen Dir seine Ziele, Agenda und persönlichen Anforderungen zu nennen. Was ist ihm wirklich wichtig? Was liegt ihm persönlich am Herzen?

### **Bonusprinzip: Zeit sparen**

In Zeiten von [E-Mailflut](#) und [Meeting-Wahnsinn](#) schätzen viele Kunden, wenn Du ihnen durch klare und punktierte Kommunikation Zeit ersparst.

101 weitere Anregungen für exzellente Beratungsarbeit findest Du in meinem Buch [High Performance Consulting](#). Dir fehlt zum Lesen die Zeit? High Performance Consulting erhältst Du auch als rund [4,5-stündiges Audio Book](#).

---

## **Fazit**

Als Unternehmensberater sind begeisterte Kunden Deine besten Kunden. Denn diese werden früher oder später erneut Deine Beratungsleistung in Anspruch nehmen und damit zu [Stammkunden](#) werden.

Möchtest Du Deinen aktuellen Kunden mit einem Wow-Effekt positiv überraschen, solltest Du zunächst seine Basis-, Leistungs- und Begeisterungsanforderungen in Erfahrung bringen. Anschließend erfüllst Du diese Erwartungen zu über 100 Prozent. Nicht auf Biegen & Brechen, sondern smart, zielorientiert und mit nutzenfokussierten.

---

- mosaiic Impulse: [Kundenanforderungen mit dem Kano Modell bestimmen](#)  
- meine detaillierte Beschreibung des Kano Modells