



Erfolgreiches Marketing für Berater

# Kreativ gegen die Baisse

*Ob Informatik-, Personal- oder Marketing-Berater, alle haben das gleiche Problem: Der Marketing-Aufwand steigt bei stagnierendem oder rückläufigem Umsatzvolumen. Aus der Baisse findet nur heraus, wer Mut zu neuen Ideen hat.*

## ■ Von Stefan Schmidlin

Das Ziel eines Beratungsunternehmens sollte es sein, ein System zur Automatisierung der Kundenakquisition aufzubauen, so dass sich der Aufwand für die Kundenakquisition in Grenzen hält. Dies bedeutet, drei bis vier effiziente Massnahmen zu lancieren, die automatisch für über 50 Prozent der Kundenakquisition sorgen.

### Strategie «renovieren»

Bevor man aber an konkrete Massnahmen denkt, sollte die Marketing-Strategie überdacht werden. Dabei können unter anderem folgende Strategieansätze in Erwägung gezogen werden:

- Spezialisierung bzw. Konzentration auf zwei bis drei Marktbereiche.
- Erarbeitung von klaren Differenzierungsmerkmalen gegenüber den Mitbewerbern (Positionierung).
- Auf- und Ausbau von strategischen Kooperationen.
- Das Beratungswissen in verschiedenen Formen anbieten, beispielsweise in Büchern, Wissensdatenbanken, Seminaren, Workshops usw.
- Intensiverer Einsatz von Marketing-Instrumenten wie Empfehlungsmarketing, Internet-Marketing oder Kundenbeziehungsmanagement (CRM).

Gerade im Bereich «Positionierung», also der Differenzierung gegenüber den Mitbewerbern, ist bei vielen Beratungsunternehmen noch grosses Potenzial vorhanden. Denn viele Berater sind aus Kundensicht austauschbar, was den Akquisitionsaufwand enorm erhöht.

■ Geeignete Differenzierungsmerkmale sind eine beweisbar bessere Beratungsqualität, eigene Lösungsmethoden, ein professioneller Unternehmensauftritt oder gut dokumentierte Referenzprojekte.

### Denkhaltung «entstauben»

Erst wenn die Marketing-Strategie stimmt, sollten konkrete Marketing-Massnahmen ins Auge gefasst werden. Dabei gilt der Grundsatz: «Wir wollen in erster Linie den Erfolg suchen, statt primär den Misserfolg zu vermeiden.» Die Misserfolg-vermeiden-Mentalität ist das Schlimmste, was man dem eigenen Marketing antun kann.

■ Dies bedeutet, den Mut für neue, teilweise auch unkonventionelle Massnahmen aufzubringen, diese zu testen und auch einen Misserfolg zu akzeptieren, ohne alles wieder in Frage zu stellen.

### Mut für neue Marketing-Ideen

Neben den klassischen Marketing-Massnahmen, wie Direct Mails, Fachbeiträgen oder Inseraten in zielgruppenkonformen Medien, sollten auch neuere Marketing-Ideen getestet

werden. Die klassischen Marketing-Massnahmen funktionieren vor allem bei Neuheiten, Aktionen, Events oder bei Themen, die stark nachgefragt werden.

**1** Zu den neueren Marketing-Ideen gehört zum Beispiel das Thema «Suchmaschinen-Marketing».

■ Das «Suchmaschinen-Marketing» teilt sich in zwei Bereiche auf: Augenmerk ist zu legen einerseits auf die Suchmaschinen-Positionen im Suchergebnis, andererseits auf stichwortgestützte Anzeigen, wie die Google AdWords-Anzeigen. Gerade Beratungsdienstleistungen werden intensiv im Internet nachgefragt. Deshalb ist das Internet für Beratungsunternehmen ein wichtiges Instrument für die Neukundenakquisition.

**2** Eine weitere Möglichkeit, um effizient Kontakte zu potenziellen Kunden zu generieren, ist die Schulungstätigkeit.

■ Ein Teilzeitpensum an Schulen mit Lehrgängen, die sich an die entsprechende Zielgruppe richten, sorgt nicht nur für neue Kontakte. Die Schulungstätigkeit bringt einen interessanten Zusatzumsatz und ist aus Kundensicht ein Kompetenzbeweis.

**3** Empfehlungsmarketing ist ein weiteres Thema, das in allen Beratungsmärkten von entscheidender Bedeutung ist.



**Heute beginnen:  
Kreative Massnahmen  
anstossen – and go.**

■ Während man früher eher passiv darauf gehofft hatte, dass man weiterempfohlen wird, so wird dieses Thema heute viel systematischer und aktiver umgesetzt: Kontakte zu potenziellen Empfehlern werden wie Kundentermine eingeplant, oder es werden Business-Clubs mit Unternehmen aus parallelen, sich ergänzenden Bereichen gegründet, um die Empfehlungen zu fördern.

**4** Ein genialer Türöffner für die Neukundenakquisition ist das Ratgeber-Prinzip.

■ Es geht dabei darum, die Beratungskompetenz in Form eines Ratgebers, der in Papierform oder elektronisch, zum Beispiel im PDF-Format, bezogen werden kann, zu unterstreichen. Ratgeber weisen verschiedene Vorteile auf. Sie sind aus Kundensicht ein Kompetenzbeweis, werden auch dann angefordert, wenn beim Kunden erst latentes Interesse vorhanden ist und werden von Kunden aktiv weiterempfohlen.

## Sich kreativer vermarkten

- Strategische Kooperationen.
- Internet-Marketing, Suchmaschinen-Marketing.
- Schulungs- und Referententätigkeit.
- Fachartikel schreiben.
- Direct Mails mit Aufmerksamkeit erregendem Aufhänger.
- Inserate in zielgruppengerechten Medien.
- Ratgeber erstellen und als Kompetenzbeweis distribuieren.
- Systematisches Empfehlungsmarketing.
- Einträge in Verzeichnissen, Telefonbüchern usw.
- Zielkundenmarketing.
- Referenzprojekte durchführen, auch wenn sie nicht zu 100 Prozent bezahlt sind.
- Messebeteiligung mit professionellem Auftritt und entsprechenden Aktivitäten.

**5** Für Beratungsunternehmen, die in konventionellen oder elektronischen Telefonbüchern gesucht werden, sind Zusatzeinträge ein interessantes Instrument.

■ Es geht dabei darum, ähnlich wie bei Suchmaschinen nach verschiedenen Stichworten im Suchergebnis in den ersten Positionen gefunden zu werden. Zusatzeinträge können aber nicht nur nach Stichworten, sondern auch nach Ortschaften erfolgen. Wer also in der Nähe einer grösseren Stadt wohnt, in welcher potenzielle Kunden Beratungsunternehmen suchen, kann auch dort mit einem Zusatzeintrag gefunden werden.

### Heute beginnen

Diese Massnahmen sind nur einige Beispiele aus Dutzenden von Ideen, um die Neukundenakquisition zu fördern. Wichtig dabei ist, die Ideen auf die eigene Situation abzustimmen

und vor allem heute und nicht morgen damit zu beginnen, denn die Wirkung dieser Massnahmen zeigt sich in der Regel erst nach einigen Monaten.

### AUTOR

Stefan Schmidlin ist eidg. dipl. Marketingleiter, eidg. dipl. Betriebsausbilder und Inhaber der Marketingagentur STS Marketing GmbH, 8344 Bäretswil, welche verschiedene Marketing- und Verkaufstrainings anbietet. Er unterrichtet als Referent auch am Unternehmen ESW Start-up AG, Wetzikon.

Tel. 01 939 39 39  
Fax 01 939 39 40  
info@stsmarketing.ch

ONLINE  
[www.stsmarketing.ch](http://www.stsmarketing.ch)