

Christian Schober – 20 Jahre Logistikberatung Teil 5: Akquisition und der Blick für die Kunden

Glaubwürdigkeit und Authentizität waren und sind Erfolgsfaktoren; so endete Teil 4 unseres Jubiläumsblogs und so begründet sich auch der langfristige Erfolg des Unternehmens.

Ganz früh erzählte mir schon ein Marktbegleiter seine Sicht auf die Dinge: „**Fachwissen wird überschätzt**“. Diese Aussage sprach Bände und mir wurde klar, dass es Berufskollegen gibt (auch heute noch), die gutes Geld für Halbwissen und Einschätzungen verlangen – und auch bekommen. Wie ich erlebt habe, kann man auch damit „erfolgreich sein“ – je nachdem was man unter Erfolg versteht. Aber das ist eine andere Geschichte.

Während der Jahre hat sich natürlich NICHT bestätigt, dass man ohne Fachwissen gut beraten kann. Aber es hat sich herausgestellt, dass **Fachwissen alleine nicht reicht!** Sehr gute Fachkenntnisse werden förmlich vorausgesetzt. Was hat das mit Akquisition – unserem heutigen Thema – zu tun? Es hat etwas damit zu tun, was man verkauft:

Wir verkaufen Werte! Werte wie Vertrauen, Kundennähe, Fleiß, Verständnis, Anpassungsfähigkeit, Transparenz, Nachhaltigkeit; und die so oft zitierte soziale Kompetenz. Mit Softfacts, die mit dem fachlichen noch gar nichts zu tun haben, gewinnen wir den Kunden: also den Unternehmer, den Geschäftsführer und den Vorstand. Referenzen helfen natürlich, im Vordergrund steht aber Glaubwürdigkeit und Authentizität. Vor Allem im ersten Gespräch. Sie wissen ja, **für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance!**

Kunden brauchen niemand, der schlau vom Rathaus kommend alles über den Haufen wirft! Kunden brauchen einen Sparringspartner auf Augenhöhe mit gegenseitiger Wertschätzung.

Trotzdem war es natürlich nicht immer leicht Aufträge zu gewinnen, die o. g. Erkenntnisse hatten wir ja erst im Laufe der Zeit gewonnen. Und der Preis spielt auch eine Rolle. Auszuloten, was der Markt braucht und bereit ist zu bezahlen ist unabdingbar, hat aber auch zur Folge, dass man schmerzliche Niederlagen erleidet.

Wir haben uns deshalb darauf eingestellt, uns **auf jeden Kunden immer wieder völlig neu und individuell einzulassen.** So gibt es bei SCHOBBER kein einziges Angebot zweimal – versprochen! Obwohl es Leute gibt die behaupten, Logistik sei „immer das Gleiche“ sind die Herausforderungen bei den Kundenprojekten zwar denselben Logistikzielen unterworfen, die Lösungen und die Herangehensweise unterscheiden sich aber permanent.

In dem wir gerade **KEINEN Methoden- und Lösungsbaukasten** mitbringen, konnten und können wir viele Kunden davon überzeugen, dass wir die Richtigen sind für ein Konzept, das ein Problem löst, das eben auch nicht von der Stange kommt.

Insofern sind wir froh über jeden Marktbegleiter, der möglichst groß ist und Berater mit Standardmethoden, Standardtools und Standardvorgehensweise auf Kunden loslässt, bei denen dann eine

Standardlösung implementiert wird. Aber davon **mehr in Teil 6**, der in einigen Wochen hier zu finden sein wird.

Herzliche Grüße!

Beste Grüße, Christian Schober