

Die „Kunst“ der erfolglosen Akquisition

Ironische Betrachtungen eines Personalentwicklers

Wenn Sie als freiberuflicher Berater oder Trainer gerade auf der Suche nach neuen Kunden sind, lesen Sie diesen Artikel *nicht*. Dieser Artikel wendet sich ausschließlich an diejenigen Vertreter des genannten Berufsstandes, die bereits so überlastet sind, dass jeder neue Auftrag höchst unwillkommen wäre. Für diese wurden die nachfolgenden Tipps zusammengestellt, die garantiert jeden potenziellen Auftraggeber vor einer Zusammenarbeit mit ihnen zurückschrecken lassen.

Von Dr. Werner Walisch

Meine Arbeit als Personalentwickler in einem großen Unternehmen der Gesundheitsbranche bringt es mit sich, dass ich immer wieder Erstgespräche mit Trainern und Beratern führe, die meinem Unternehmen ihre Dienste anbieten. Ich möchte betonen, dass wir bisher mit den für uns tätigen Trainern und Beratern insgesamt sehr gute Erfahrungen gemacht haben. Fast alle erwiesen sich als wertvolle Partner für uns. Auch bei den meisten Erstgesprächen mit Trainern bzw. Beratern verhielten sich diese konstruktiv und professionell.

Dennoch gab es einige Ausnahmefälle von grenzbizarrem Verhalten von „Lieferanten“ in der Auftragsanbahnungsphase, die Stirnrunzeln und Kopfschütteln bei mir auslösten. Diese Perlen der Kunst der erfolglosen Akquisition möchte ich Ihnen, werte Leserinnen und Leser, nicht vorenthalten. Und deshalb habe ich sie hier zu 5 Tipps verdichtet. Wenn Sie sich an diese fünf Punkte halten, werden Sie mit großer Wahrscheinlichkeit in Zukunft nicht durch allzu viele neue Aufträge belästigt werden. Sollten Sie glauben, einen Trainerkollegen oder gar sich selbst in einem der folgenden Beispiele wieder entdeckt zu haben: alle Ähnlichkeiten mit realen Personen wären wirklich rein zufällig. Aber wie Watzlawick schon meinte: Wie wirklich ist die Wirklichkeit?

Tipp 1: Zeigen Sie dem potentiellen Auftraggeber möglichst deutlich, dass Sie glauben, weit mehr zu wissen als er.

Eines Tages sprach ich mit dem Anbieter eines computerbasierten Personalauswahl-Programmes, um mit ihm einige Details bzgl. seines Produktes zu klären.

Im Zuge dieses Gespräches fragte er nach der bisher in unserem Unternehmen übliche Form der Personalauswahl. Als ich ihm diese schilderte, erklärte er mir kopfschüttelnd und mit einem mitleidigen Lächeln, dass unsere Vorgangsweise total veraltet sei. Ich könne ihm mit seiner umfangreichen Erfahrung ruhig glauben. Er habe im übrigen durchaus Verständnis dafür, dass wir noch nicht auf dem neuesten Stand seien. Aber mit seinem Produkt werde sich dann ja alles zum Besseren wenden.

Kommentar des Autors:

Dieser Mann schaffte es nach 10 Minuten, mich „punktgenau“ auf die Schwachstellen unseres Unternehmens und auf meine fachlichen Defizite hinzuweisen. Und das aus freien Stücken, ohne dass ich ihn dazu auffordern hätte müssen. Und ohne dass er mich oder unser Unternehmen näher gekannt hätte.

Tipp 2: Wecken Sie die Fantasie des potentiellen Auftraggebers, indem Sie sich geheimnisvoll geben und seine Fragen nicht beantworten.

Ein Trainer, der daran Interesse hatte, mit uns zusammenzuarbeiten, rief mich an. Er verwende eine völlig neuartige Trainingsmethode, die er besonders erfolgreich in Kommunikationsseminaren einsetze. Um welche Methode es sich handle, fragte ich ihn. Das könne er mir am Telefon nicht erklären, meinte er mit beinahe flüsternder Stimme. „Na gut. Was ist denn nun das Neuartige an Ihrer Methode?“, wollte ich weiter wissen. Er antwortete: „Auch das kann ich Ihnen telefonisch nicht sagen. Dazu müssten Sie mich einmal live erleben“.

Kommentar des Autors:

Ein Kommunikationstrainer, der nicht in der Lage war, seine Methode am Telefon zu erklären. Oder dieser Hitchcock der Trainerzunft wollte sich nicht den mühsam aufgebauten Spannungsbogen durch nervige Fragen zerstören lassen.

Tipp 3: Zeigen Sie Ihre Flexibilität, indem Sie bereits getroffene Vereinbarungen bald in Frage stellen.

Bei einer bestimmten Weiterbildungsmaßnahme wollten wir „Nachwuchstrainern“ eine Chance geben. Für ein Honorar, das etwas niedriger war als das für unsere erfahrenen Spitzentrainer. Eine Trainerin, die ganz am Anfang ihrer Karriere stand, wurde uns von dritter Seite sehr empfohlen. Da wir anfangs einen guten Eindruck von ihr hatten, schlossen wir mit ihr – wie bei uns üblich - eine schriftliche Vereinbarung, in der auch die Höhe ihres Honorars enthalten war, ab. Diese Vereinbarung sollte für ein Jahr gültig sein. Nach dem sie einen Monat später ihr erstes Seminar - mit nur mäßigem Teilnehmerfeedback - für uns geleitet hatte, kam sie in mein Büro. Das Seminar sei ausgezeichnet gelaufen, meinte sie sichtlich stolz. Außerdem habe sie nachgedacht und wolle ab sofort 30 % mehr Honorar.

Kommentar des Autors:

Eine junge Trainerin, die dazu bereit ist, mit getroffenen Vereinbarungen flexibel umzugehen. Und mit einem optimistischen Bild über den eigenen Marktwert.

Tipp 4: Machen Sie deutlich, dass nur Ihre Methode funktioniert und das für jede Art von Fragestellung.

Ein anderer Berater bat mich um einen Termin, an dem er ein neue Methode zur Persönlichkeitsanalyse vorstellen wollte. Ich nenne sie hier DUNG (Die Ultimative Neue Generalmethode). Anfangs schienen mir seine Ausführungen durchaus plausibel. Etwas stutzig wurde ich jedoch, als der Berater mir erklärte, dass DUNG immer und überall erfolgreich einsetzbar sei. Konflikte seien nur mit DUNG lösbar. Auch der Erfolg von Management-Trainings könne nur durch DUNG entscheidend verbessert werden. Personalauswahl ohne DUNG sei ohnehin zum Scheitern verurteilt etc., etc., etc.

Kommentar des Autors:

Wie war das noch mit dem Mann, für den jedes Problem ein Nagel war, weil er nur ein Werkzeug - nämlich einen Hammer – zur Verfügung hatte?



Tipp 5: Beantworten Sie unverschämte Fragen des potenziellen Auftraggebers prinzipiell nicht.

Ein Trainer kam zu einem unverbindlichen Erstgespräch zu uns. Für uns als Personalentwickler ist es sehr wichtig, dass die Berater und Trainer, mit denen wir zusammenarbeiten, von ihrer Arbeitsphilosophie her zu uns passen. Das bedeutet im wesentlichen, dass sie mit der systemischen Denkweise vertraut sind und ihr Training ressourcenorientiert und interaktiv gestalten. Also fragten wir auch diesen Trainer nach seiner Trainingsphilosophie. Er, sichtlich verduzt und leicht genervt wirkend: „Was wollen Sie wissen? Welche Trainingsphilosophie ich habe? Das ist aber eine merkwürdige Frage. Die hat mir noch keiner gestellt“.

Kommentar des Autors:

Schön, dass es noch Männer der Praxis gibt. Wozu sollte man auch Zeit damit verschwenden, sich mit solch abstrakten Dingen wie der eigenen Trainingsphilosophie auseinanderzusetzen?

Soweit meine Tipps für Sie aus der Praxis der erfolglosen Akquisition. Wenn Sie sie befolgen, wünsche ich Ihnen viel Spaß mit der zusätzlichen Freizeit, die Ihnen wahrscheinlich bald zur Verfügung stehen wird.