

Oliver Steeger

Kommunikationsberater

steeger@oliver-steeger.de

Tel. 02222 9795734

www.oliver-steeger.de

case study

Nicht erklären – zeigen!



*"Unsere Case Study bringt
exakt auf den Punkt, was uns
von anderen Beratern
unterscheidet."*

Kent Sjödal
Geschäftsführer
Mindset Consulting UG

Den Ansatz erklären – bevor er erklärt werden muss

Viele IT-Beratungen haben ein gutes Angebot. Trotzdem fällt es ihnen schwer, einen ersten Gesprächstermin bei potenziellen Kunden zu bekommen.

Kent Sjödal kennt diese Herausforderung. Er ist Geschäftsführer von Mindset Consulting UG, einem unter anderem auf Logistikunternehmen spezialisierten IT-Beratungsunternehmen. „Viele Logistik-Unternehmen haben Vorbehalte gegen klassische IT-Beratungen“, sagt er. Ihre typische Sorge: bei einem Anbieter zu landen, der Standardlösungen verkauft – statt die Besonderheiten ihres Geschäfts zu verstehen.

Mindset Consulting arbeitet bewusst anders. Die Berater kommen selbst aus der Logistik. Sie kennen die Abläufe, den Zeitdruck und die Realität in den Betrieben. Sie wissen, wo der Schuh drückt – und wie man mit Software die Abläufe verbessert, Fehler vermeidet und Stress im Unternehmen reduziert. „Wir optimieren Geschäftssoftware und Prozesse“, sagt Kent Sjödal, „damit werden Abläufe effizienter, Fehler reduziert, Zeit gespart und neue Angebote möglich.“ Manche Kunden sagen nach den Projekten: „Ihr seid mehr als nur IT-Berater.“

Case Stories zeigen nicht nur ein Projekt. Sie zeigen, warum sich der Kunde für dieses Unternehmen entschieden hat. Und was die Zusammenarbeit für ihn verändert.

Dieser Ansatz kommt gut an. „Sind wir einmal im Gespräch, haben wir gute Chancen, ein Projekt zu bekommen“, sagt Kent Sjödal. Aber wie lässt sich dieser Ansatz erklären, bevor es überhaupt zu einem Gespräch kommt? Und zwar so, dass bei Entscheidern ein „Aha“-Moment entsteht: *Mit diesem Ansatz kommen wir wirklich voran.*

Herkömmliche IT-Beratungen arbeiten im Vertrieb oft mit Informationen zu Kundenreferenzen. Dabei listen sie Features auf, ihre erbrachten Leistungen und quantifizierten Ergebnisse. Solche Fachdaten sind wichtig – reichen aber Entscheidern nicht aus. Sie

In Kürze:

Weshalb *Mindset Consulting* auf Case Studies setzt

- 1. Den eigenen Ansatz erklären, bevor er erklärt werden muss** – Potenzielle Kunden sollen noch vor dem ersten Gespräch verstehen, wie Mindset Consulting arbeitet – und einen „Aha“-Moment erleben.
- 2. Vertrauen durch Kundenstimmen aufbauen** – Kunden vertrauen den Erfahrungen anderer Kunden mehr als der Eigendarstellung eines Anbieters. Es wirkt stärker, wenn Kunden sprechen – nicht das Unternehmen selbst.
- 3. Die ganze "Story" erzählen** – Entscheider wollen mehr als Fakten und Features: Sie wollen nachvollziehen, warum andere Kunden sich für Mindset Consulting entschieden haben, wie das Projekt verlaufen ist und welchen Nutzen es gebracht hat.
- 4. Branchenkompetenz belegen** – Die Logistikbranche ist vielfältig. Potenzielle Kunden wollen wissen, ob Mindset Consulting bereits in ihrem spezifischen Bereich gearbeitet hat – das lässt sich mit einer Case Story zeigen und beweisen, nicht nur behaupten.

wollen zudem nachvollziehen, warum sich andere Kunden für das Angebot entschieden haben. Verstehen, wie sie dann das reale Projekt erlebt haben. Wissen, welchen Nutzen sie aus diesem Projekt gezogen haben. Sie wollen die ganze Geschichte hören. – Darin lag die Lösung.

“Case Stories machen unseren Ansatz verständlich, bevor wir ihn erklären müssen”

Eine Case Study über ein reales Projekt – erzählt aus der Perspektive eines Logistikunternehmens. Eine „Case Story“, wie Kent Sjödal sagt. Und: „Stories bleiben besser im Gedächtnis als Zahlen und Detailfakten.“

Eines seiner Projekte fand bei einem mittelständischen Logistikunternehmen aus Rheinland-Pfalz statt. Die

Einführung einer Geschäftssoftware war ein gutes Beispiel, wie der Ansatz von Mindset Consulting in der Praxis funktioniert.

Für diese Case Story arbeitete Kent Sjödal mit mir zusammen: als Kommunikationsberater unterstütze ich mittelständische Unternehmen dabei, ihre Projektpreferenzen so aufzubereiten, dass Entscheider Vorgehensweise und Nutzen verstehen. Kent Sjödal sagt: "Oliver Steeger hat unseren Ansatz gut herausgearbeitet. Er hat mit unserem Kunden eine authentische, sehr gut nachvollziehbare Story entwickelt, ganz in der Sprache unseres Kunden."

"Es wirkt stärker, wenn Kunden über uns sprechen – als wenn wir selbst erklären, wie gut wir sind."

Im ersten Schritt haben wir gemeinsam herausgearbeitet, was genau Mindset Consulting von klassischen IT-Beratungen unterscheidet. Für Kent Sjödal war es wichtig, aus Marketingsicht die Stärken seines Unternehmens im Wettbewerb zu kennen. Damit legten wir die Basis. Danach konnte ich sein Projekt in eine Referenz übersetzen, in ein Vertriebsargument.

Die Entwicklung einer Case Study folgt einem strukturierten Prozess: Vorbereitung, Interview, Textentwürfe, Abstimmung und Freigaben. Für die Case Story habe ich ein etwa halbstündiges Video-

Interview mit dem Geschäftsführer des Logistikunternehmens geführt. Fragebögen kamen dafür nicht in Frage. Kent Sjödal wollte die Einstiegshürde senken. „Die meisten Menschen schreiben nicht gerne, sind aber für ein Gespräch offen“, sagt er.

Anschließend entwickelte ich den Entwurf für die Case Story. Der Spannungsbogen war schnell gefunden: Mehrmals hatte das Unternehmen versucht, seine neue Geschäftssoftware einzuführen. Mit dem Ansatz von Mindset Consulting funktionierte es dann. „Wir haben gezeigt, weshalb dieses Projekt erfolgreich verlaufen ist“, sagt Kent Sjödal, „und auch, weshalb es auf der menschlichen Ebene erfolgreich war.“

Keine "Jubelarie" – sondern eine ehrliche Darstellung des Projekts

Die Textentwürfe stimmte ich zunächst mit Kent Sjödal ab, dann mit seinem Kunden. Entscheidend für Kent Sjödal ist die „ehrliche Darstellung“ des Projekts: Keine Jubelarie, kein überzogenes Lob für sein Unternehmen – sondern eine realistische Beschreibung aus Sicht des Kunden.

Worauf es ankommt: Sorgfalt und Fingerspitzengefühl. Werden beispielsweise Kundenaussagen im Text verfälscht, kann das Vertrauen leiden. „Der Kunde würde den Text vielleicht nicht ablehnen. Diese Schwelle ist recht hoch“, sagt

MINDSET CONSULTING UG

Geschäftssoftware einführen und nutzen – dabei geht es auch um Menschen, Abläufe und Vertrauen. Mindset Consulting bringt dies mit: teils jahrzehntelange Erfahrung in der Logistik, tiefes Verständnis für Software wie CarLo und der Blick fürs Machbare. Die Berater kennen die täglichen Abläufe und Herausforderungen ihrer Kunden. Das schafft Verbindung auf Augenhöhe. Besonders in kritischen Phasen wie dem Go-Live sind die Fachleute vor Ort.

OLIVER STEEGER

Ich unterstütze mittelständische Unternehmen und spezialisierte Dienstleister dabei, ihre Projekterfolge zum Beispiel als Case Studies aufzubereiten – so dass Entscheider Vorgehensweise und Nutzen besser erkennen. Dafür bringe ich zwanzig Jahre Erfahrung in strategischer PR und Marketingkommunikation mit, kombiniert mit dem Können eines Wirtschaftsjournalisten. Mit diesem Hintergrund erarbeite ich Referenzen, die meine Kunden direkt auf der Website und im Vertrieb einsetzen.

Kent Sjödal, „aber er würde kein zweites Mal mitarbeiten.“

Er würde auch akzeptieren, wenn der eine oder andere Kritikpunkt geäußert würde. „Dies ist authentisch und kann letztlich die Glaubwürdigkeit erhöhen.“

Professionelle Sorgfalt ist für ihn ein „Muss“. „Eine gute Case Story kann sogar die Kundenbeziehung festigen, wenn sich der Kunde dabei professionell aufgehoben fühlt“, sagt er.

Kent Sjödal plant, weitere Case Stories mit mir zu entwickeln. Die Logistik-Branche, auf die er sich konzentriert, ist erstaunlich vielfältig – von Lebensmitteltransport über Gefahrstoffe, Halbfertigwaren bis hin zu „Just-in-time“-Lieferungen für die Automobilindustrie. „Potenzielle Kunden wollen wissen, ob wir bereits in ihrem Bereich gearbeitet haben“, sagt er, „wir können das dann nicht nur behaupten – sondern mit einer Case Story auch zeigen und beweisen.“

Für Kent Sjödal ist klar: Eine gute Case Story ersetzt keine Akquise. „Doch Kunden vertrauen eher den Erfahrungen anderer Kunden als der Eigendarstellung eines Anbieters“, sagt er. Damit kann sie den Dialog erleichtern – und Türen öffnen zu Erstgesprächen.



KENT SJÖDAL

Geschäftsführer Mindset Consulting UG



„Die Case Story bringt exakt auf den Punkt, was uns von anderen Beratern unterscheidet. Oliver Steeger hat unseren besonderen Ansatz exzellent herausgearbeitet – und daraus gemeinsam mit unserem Kunden eine sehr gut nachvollziehbare Story entwickelt. Für uns ist sie ein Werkzeug bei der Kundengewinnung. Potenzielle Kunden erkennen schnell, wie wir arbeiten.“

Weitere Informationen: steeger@oliver-steeger.de