

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Einführung	3
Wie wird man IT-Consultant?	4
Bedeutung und Einsatzgebiete	4
Besonderheiten des IT-Beratungsgeschäfts	6
Dienstleistungsmarketing	7
Warum IT-Consultants Marketing brauchen	8
Einen Schritt voraus	10
Teil I - Ihr starkes Fundament	
Geheimnisse erfolgreicher IT-Consultants	15
Exzellente Leistungen	17
Loyale Kundenbeziehungen	18
Denken und handeln wie ein Unternehmer	19
Ihre Nische. Ihr USP	21
Die Nischenstrategie	23
Einzigartig statt austauschbar	33
Ihre Leistungen: Das A und O Ihres Unternehmens.....	44
Ihr Leistungsportfolio	45
Einstiegsprojekte: Ihre Türöffner zum Kunden	46
Infoprodukte	47
Kurze Innovationszyklen in der IT-Beratung	50
Verstehen Sie die Kundenbedürfnisse	56
Machen Sie Ihre Leistung sichtbar	57

Teil II – Marketing @ Work

Ihr optimaler Marketing-Mix	63
Warum gutes Marketing für die Gewinnung neuer Kunden so essenziell ist	65
Sie sind nicht IBM, T-Systems & Co.....	66
Testen Sie verschiedene Maßnahmen	67
Fünf bis sieben Kontaktpunkte zum Kunden	68
Worauf es in Ihrer Kommunikation ankommt	70
Ihre Website: Das Zentrum Ihres Marketings	74
Kunden finden IT-Consultants im Internet	75
Ihr Marketing-Hub	76
Ziele Ihrer Website.....	77
Die Struktur und die Inhalte Ihrer Website	79
SEO – lassen Sie sich über Google finden.....	92
Publikationen: Machen Sie Ihre Kunden schlau.....	95
Ideale Inhalte. Wählen Sie sorgfältig	101
Organisieren Sie Ihren Schreibprozess	108
Vermarkten Sie Ihre Publikationen	110
Podcasting. Publizieren via Audio und Video	114
Bleiben Sie in Kontakt: Ihr Newsletter	117
Newsletter stressfrei erstellen	118
Per E-Mail oder Briefpost?	119
Immer wieder Interesse wecken.....	119
Newsletter einfach versenden	121

Vorträge, Seminare & Webinare	122
Vorträge bei Konferenzveranstaltern	122
Eigene Seminare & Workshops.....	132
Webinare	135
Messen und Jahreskongresse	140
Auf Empfehlung	141
Vorgestellt werden	142
Aktiv fragen.....	142
Werbung, die sich auszahlt.....	144
Direktmailings	145
E-Mail-Marketing.....	151
Per Telefon vermarkten	153
Anzeigen schalten.....	154
Google AdWords.....	156
Einfach werben per E-Mail-Signatur	157
Mehr als eine Rechnung	158
Social Media. Business-Netzwerke richtig nutzen	160
Wie Sie von Social Media profitieren	162
Business-Netzwerke	163
Wie Sie Ihr Netzwerk per Social Media aufbauen	165
Warum Social Media noch nicht stärker genutzt wird	167
Weniger ist mehr und besser als nichts	170
Neue Aufträge über IT-Projektportale finden	172
Ihr Kompetenzprofil	174
Strategische Partner	179

Teil III – Vertrieb @ Work

Rentable Aufträge und Kunden erkennen.....	185
Qualifizieren Sie Ihren Kunden	187
Evaluieren Sie das Auftragspotenzial	190
Was Kunden von IT-Consultants erwarten	192
Der nächste Schritt: Das Angebot	196
Angebotsrealität	196
Die Angebotsbestandteile.....	199
Rahmenverträge und Statement of Work.....	203
Der richtige Preis	207
Es ist zu teuer, billig zu sein.....	208
Dilemmata der optimalen Preisfindung	209
Das beste Preis-Leistungs-Verhältnis	211
Wie Sie den richtigen Preis finden.....	214
Preismodelle.....	220
Worauf es am Ende ankommt	229
Vertriebstaktiken für IT-Consultants	231
Gegen den „Platzhirsch“ gewinnen.....	232
Neue Konkurrenten abwehren.....	233
Projektvermittler	235
Gegen Billiganbieter konkurrieren.....	242
In Ausschreibungen verkaufen.....	244
Projekt ohne Budget.....	246
Wie große IT-Beratungsunternehmen kleine Firmen ausstechen	248
David gegen Goliath: Die Stärken der Kleinen.....	250
Ihr Kunde als Wettbewerber	251

Wenn Sie spät gerufen werden	252
In neuen Branchen verkaufen	253
Wie Sie Ihren Umsatz erhöhen	254
Nearshore/Offshore	255
Loyale Kundenbeziehungen aufbauen	260
Ihre Kunden: Ihr Betriebsvermögen und Ihr zukünftiges Einkommen	261
Kundenbeziehungen erfolgreich aufbauen	263
Teil IV – Nächste Schritte	
Gut planen und schlagkräftig umsetzen	277
Ohne Ziel ist es egal, welchen Weg Sie gehen	278
Ihr Marketingplan	280
Ihr Marketingkalender	286
Drei Roadmaps für IT-Consultants	289
Nur Mut, legen Sie los	297
Anhang	298
Weiterführende Literatur	298
Über die Autorin	300