



# Seminar: Wie Sie den beauty contest gewinnen

Von Johanna Busmann, Hamburg

## Das Wichtigste zuerst:

Mandanten kaufen Rechtsrat, wo die Chemie stimmt, anwaltliche Kompetenzen "fühlbar" sind, der Preis zur erwarteten Leistung passt, die Anbieter die Sprache der Anfrager sprechen und die Mandatsabwicklung den Mandantenbedarf widerspiegelt.

## Pitch: Definition

Der „Beauty Contest“ (das Wort „pitch“ wird synonym verwandt) ist der Wettbewerb mehrerer Kanzleien um ein meist zeitlich und finanziell umfängliches oder auch sehr spezialisiertes, in jedem Fall imageträchtiges Mandat.

Kanzleien investieren viel Geld, Energie und Zeit in die Vorbereitung und Gestaltung ihrer Präsentation.

## Seminarthemen im Briefing gewichten:

Gewichten Sie im telefonischen Briefing präzise den Lernbedarf Ihres Präsentationsteams:

1. Reputation
2. Anforderung an die Präsentatoren
3. Vorbereitung
4. Vorsicht Visualisierungen!
5. Präsentationsteam
6. Die Moderatorenrolle des Seniors
7. Vorsicht! Auftragskiller!
8. Auftragskiller Kommunikation
9. Kaufkriterien
10. Service
11. Transparenz
12. Rhetorik
13. Fragen der potenziellen Mandanten

Weitere Bereiche:

---

---

---

### Atmosphäre ist machbar.

Atmosphärische „Grundsteinlegung“ und empathischer Kontakt zu dem potentiellen Mandanten gehören ebenso in den "beauty contest" wie die Gesprächsstruktur, das Ermitteln des Mandantenziels und das offensive Reden über das Honorar.

### Kritische Kunden

In schärfer werdenden Wettbewerbssituationen werden Kunden kritischer.

Viele Pitches finden zumindest teilweise vor Einkaufsabteilungen statt. Einbindung von Legal Tech Elementen sind gefordert.

Anwälte lernen deshalb, sich auf gestiegene Anforderungen einzustellen und trainieren die kundenzentrierte Präsentation ihres Wissens, ihrer Kooperationen und ihrer Flexibilität beim Honorar.

### Wichtiges braucht wenig Worte

Gerade dieses Publikum ist über Klarheit, Prägnanz und knappe Dialoge dankbar. Das Seminar wird einen Übungsanteil von 80 % haben und vor allem die sprachliche Präzision in dialogischen Vorgehensweisen einüben sowie die Basis dafür: das Verstehen und Bedienen des genauen Mandantenbedarfs.

### Branchenkenntnis

Noch vor 10 Jahren eher unwichtig (z.B.: Abläufe im Gesellschaftsrecht immer gleich), haben sich Branchenkenntnisse inzwischen als Vorteil herausgestellt. Hängt sicher auch mit der engen Branchensegmentierung einiger Kanzleien zusammen. Wer eine Reputation bei Autozulieferern hat, wird in deren Konferenzen weiter empfohlen.

## Seminarziele:

In diesem Seminar lernen / verbessern Sie

- Ihren Auftritt allein und als Team während der Präsentation
- Fragetechniken zur Bedarfsermittlung und "Führung" des potentiellen Mandanten
- Standards und Spezialitäten der Überzeugungspräsentation
- Kanzleirelevante Antworten auf die häufigsten / schwierigsten beauty-contest-Fragen
- Umgang mit kritischen oder als kritisch empfundenen Fragen / Bemerkungen

# Pitch-Training: Programm (bitte verändern!)

## Vorbereitung eines Verkaufsgesprächs:

- Wollen wir dieses Mandat? (Strategie)
- Wie tritt man vor einen Mandanten oder potentiellen Mandanten?
- Was tun, wenn er die Kanzlei schriftlich um eine Präsentation bittet?
- Wieviel und welche Personen sollten (sich) präsentieren?
- Welche Leistungen der Kanzlei sollen hervorgehoben werden?
- Nach welchen Kriterien?
- Was bedeutet "Weniger ist mehr" in Bezug auf Kanzlei-Präsentation?

## Rhetorik:

- Wie kriegt man die Kaufkriterien (Wertehierarchie) eines Interessenten heraus?
- Welche immer gleichen rhetorischen Wendungen führen zu Interesse / Desinteresse?
- Wie kommt man zu einer lebhaften Dialogform (fast) ohne Vortrag?
- Wie baut man eine Argumentationskette auf? (Merkmal-Vorteil-Nutzen)
- Was ist ein Alleinstellungsmerkmal und wie verkauft man es?
- Was bedeutet " gehirngerechte Präsentation" visuell und auditiv?

## Typische Schwierigkeiten in Präsentationsgesprächen:

- Welche Fragen werden typischerweise gestellt? Antworten einüben!
- Wie spricht man über das Honorar?

## Die gelungene Kanzlei-Präsentation - Vorbereitung

### nach außen:

- Käuferstrategien ermitteln - wie macht man das?
- Was braucht der Interessent, um "ja" zu sagen?
- Welches Argument wird ihn zur Zusammenarbeit bewegen?
- Welche Fragen werden ihn interessieren - und wie antworten wir?

### nach innen:

- Das Zusammenstellen des Präsentationsteams:
- Wer von uns spielt welche Rolle? Wer ist Entscheider, wer ist Macher?
- Wer wird präsentieren? Wer wird moderieren?

## Kontakt zum Gesprächspartner herstellen

- Das Erkennen und Nutzen der Kunden-Werteskala: Tempo, Qualität, Wirtschaftlichkeit, Sicherheit, Internationalität, Zuverlässigkeit, Effektivität
- Die schwierigsten Fragen im "beauty contest" und ihre kanzleirelevanten Antworten

## Rhetorische Strategien für das Verkaufsgespräch

- "Wenn du was von jemandem willst, dann laß ihn reden".
- Fragetechniken für die Präsentation
- Rollenspiele mit Video: Gespräche mit Vertretern eines Unternehmens.
- Die Anwaltssprache ist nicht von vornherein für Nicht-Juristen verständlich
- Das Prinzip KPP: kurz, prägnant, präzise
- Die "Merkmal-Vorteil - Nutzen - Argumentation"

## Beschwerdemanagement und Einwandbehandlung - der Ernstfall ...

- Einwände und Kritik in Pluspunkte verwandeln
- verbale Reaktionen auf Attacken und Unterstellungen

Über das Honorar informieren

- Locker bleiben
- Verbindliche Rhetorik – Verlässlicher Inhalt
- Zahlen sagen
- Flexibilität bieten: Pauschalen, Auslagerung zu Legal Tech = Vergünstigung etc.

"cross-selling " und "after-sales-services"

- Endet die Mandantenbeziehung mit der Rechnung?
- Client relationship management - der Kontakt nach dem Kontakt
- "one-stop-shop" setzt Team-Fähigkeit voraus!

## Pitch-Training: Organisation + Kosten

### Kosten

2400 Euro + MWSt. + Reise + Übernachtung

### Fragebogen zur Ermittlung des Lernbedarfs

Jeder Teilnehmer kreuzt seinen Lernbedarf in einem Fragebogen an. Aus den Ergebnissen erstelle ich das maßgeschneiderte Programm.

Der allgemeine Fragebogen enthält alle derzeit durch mich als Kanzleischulung angebotenen Seminare für Anwälte und kann auch zur Ermittlung des generellen Lernbedarfs verwendet werden.

Die Kanzlei wertet die Fragebögen aus und sendet das Ergebnis spätestens eine Woche vor Seminar.

Der Fragebogen verhindert bisweilen auch, dass TN sich „gezwungen“ fühlen, an dem Seminar teilzunehmen.

### Einladung zum Seminar

Bitte rechtzeitig. Jeder erhält dieses Standardprogramm zum Verbessern. Jeder erhält das Schlussprogramm etwa eine Woche vor Seminar.

Beachten Sie: Wer sich zur Teilnahme verpflichtet fühlt, blockiert andere und sich selbst beim Lernen.

### Organisation / Technik

Der Konferenzraum (incl. Umgebung) ist leise, hell und groß genug für Übungen außerhalb des Tisches.

Flipchart + funktionierende Filzstifte. Tisch mit 4 Stühlen vorn. Kein Referententisch. Keine Technik.

TN-Tische in U-Form bei mehr als 6 Personen, Namensschilder auf Tische.

Mittagessen ins Haus holen, gewünschte Pausenzeiten mir schriftlich mitteilen.

TN verlassen das Seminar nicht außerhalb der Pausenzeiten, um etwas zu arbeiten.

### Teilnehmerzusammensetzung

Faustregel für Mischung der Hierarchien: Alle TN müssen im Seminarthema - derzeit oder künftig - dieselben Anforderungen von außen erfüllen. Beispiel: „Umgang mit schwierigen Mandanten“ vereint im Training Seniorpartner mit Telefonservice; beide lernen dasselbe.

### Teilnehmerzahl

Präsentationsteam VOLLZÄHLIG im Intensivtraining.

Unbegrenzte Teilnehmerzahl bei Einführung in das Thema.

## Ich freue mich auf Sie!

Dies ist ein Standardprogramm. Bitte verändern, bis es für Sie passt.  
Zum Briefing einfach anrufen:

**ACHTEN SIE BITTE IMMER MEIN © COPYRIGHT!  
DANKE FÜR IHR INTERESSE!**

**Johanna Busmann**

busmann training@, hamburg  
tel: 0171 1244321

mail: [info@busmann training.de](mailto:info@busmanntraining.de)

[www.anwalts-akquise.de](http://www.anwalts-akquise.de)  
[www.anwalts-coach.de](http://www.anwalts-coach.de)

