

8 Tipps, um den Zuschlag fürs Mandat zu bekommen

Wie Sie mit praxiserprobten Tipps und bewährten Vorgehen schneller ins nächste Mandat kommen. Wie positioniere ich mich als Interim Manager, wie fülle ich meine Sales Funnel für neue Interim Projekte, wie erfolgt eine professionelle Auftragsklärung und wie führen ich erfolgreich ein Interview mit dem Kunden, um das Projekt auch zu erhalten? Der Artikel zeigt Tipps und Tricks für den Vertrieb und Akquisewege als Interim Manager und um auch zu mehr Mandaten zu kommen.



Tipp 1: Sales Funnel ... entlang dem roten Faden

Um sich nicht zu verzetteln, müssen man sich klar über seine Zielgruppe und deren Bedürfnisse werden. Die Frage muss beantwortet werden, WER IST MEIN KUNDE!

Das klingt einfach, aber wenn man darüber nachdenkt und seine eigene Strategie überprüft, ist es ein nicht einfacher Weg. Häufig wird hier nicht systematisch vorgegangen, sondern die Aufträge kommen eher zufällig. Um nachhaltig eine Sales Funnel auszubauen, müssen die Kunden und Vertriebswege priorisiert und strukturiert werden.

In unserer digitalen Welt ist es auch sehr wichtig, sozusagen beide Welten – die klassischen Vertriebswege und die digitalen/online Akquise-Wege zu kombinieren. Anmerkung aus der Praxis: Interim Management ist eine erklärungsbedürftige und qualitativ hochwertige Dienstleistung. Hier ist eine Inbound Strategie zwar auch anwendbar und legitim, aber die aktive Akquise und der aktive Zugang zu Zielkunden ist sicher der wichtigste Vertriebsweg. Echte Beziehungen und Partnerschaften mit dem Kunden sind der Erfolgsgarant für neue Anfragen und Projekte.

Tipp 2: Elevator Pitch ... Deine Sales Message

Als Interim Manager müssen Sie sich klar Positionieren. Die Eier-legende-Woll-Milch-Sau glaubt einem niemand mehr bzw. wird heute von den Kunden nicht gesucht. Der Kunde braucht spezielle Erfahrung genau passend zu seinem Problem. D.h. Sie müssen erarbeiten, und zwar kurz und knackig,

wofür Sie stehen, und auch wofür Sie nicht stehen. Diese Sales Message muss auch durchgängig sein, d.h. vom Marketing über die Positionierung über alle Sales Aktivitäten durchgängig und vor allem klar. Wir erleben oft, dass es viele Floskeln und schöne Statements gibt. In den Gesprächen und Interviews der Kunde aber oft nicht klar versteht, was macht der Manager jetzt eigentlich. Diese Unklarheit führt dann dazu, dass der Kunde nicht einschätzen kann, ob der Manager der richtige Kandidat ist, um sein Problem zu lösen.

Also eine kurze und klare Sales Message ist der Door Opener zu neuen Projekten. Tipp aus der Praxis, diese kann natürlich auf die jeweilige Herausforderung adaptiert werden. Aber bitte nur in Nuancen und im Rahmen der Positionierung!

Tipp 3: Tempo zählt ... oder die Würfel sind gefallen

Interim Management ist ein Projekt Geschäft, ja! Aber es gilt nicht mehr die alte Regel: Ist man in einem Mandat, dann ist man abgetaucht und man macht keinerlei Vertriebs- und Netzwerkaktivität. Ist das Projekt zu Ende, dann startet man wieder – neu – die Akquise.



Um einen besseren Deal Flow zu haben, muss man immer ein Ohr am Markt haben! Seien es Stunden oder einzelne Tage, wo Sie Netzwerken oder Kunden und Geschäftspartner kontaktieren. Halten Sie die Beziehungen aufrecht, netzwerken Sie kontinuierlich! Nur so kommt wieder – mit Sicherheit – das nächste Projekt. Übrigens – in eigener Sache – auch mit uns als Provider. Der rege Austausch ist und wichtig.

Auch reagieren Sie auf Anschreiben und Anfragen zeitnah. Wir erleben immer wieder, dass Anfragen von uns erst nach 10 Tagen beantwortet werden ... habe jetzt Mail gesehen, hätte Interesse. Sorry aber Interim Management ist sehr schnell, der Kunde erwartet sehr kurzfristige Reaktion. Wenn es über Provider geht, dann ist die Antwortzeit 1 Tag! Die meisten haben ein 24 Stunden Versprechen, also 1 Tag Ansprache, 1 Tag Interview und dann Angebot an Kunden. Also Tempo ist großgeschrieben!

Tipp 4: Unterlagen insb. CV ... immer aktuell und individuell

Keine Opportunität verpassen, das ist wichtig, um zu neuen Aufträgen zu kommen. Frei nach dem Motto „first come, first serve“. Ein bisschen ist es schon so. D.h. halten Sie ihren CV immer aktuell, in Deutsch und Englisch.

Uns das auf hoher Qualität und professionell. Der CV ist die wichtigste Verkaufsunterlage – langweilen Sie nicht – Sie müssen damit Ihren Auftritt und Ihre Positionierung bekräftigen. Sehr praktisch hat sich erwiesen, sich als Vorbild professionelle Unternehmen zu nehmen. Schauen Sie sich ruhig von VW, Mercedes oder Red Bull Unternehmenspräsentationen an. Nicht alles ist anwendbar, aber einiges kann man übertragen. Z.B. Bilder sind sehr wichtig. Lebensläufe werden nicht mehr mit der Schreibmaschine geschrieben. Trauen Sie sich mit Bildern zu arbeiten. Das spricht an und stärkt auch den eigenen USP und die Positionierung.

Was gibt es noch an Unterlagen. Also eigentlich keine! Der CV ist und bleibt die Kernunterlage. Der Kunde sucht einen Manager, daher ist er gewohnt die klassischen Informationen aus einem CV zu bekommen. Aber gerne kann man noch Cases, Auszeichnungen, passende Artikel oder Videos

verwenden. Oft macht es Sinn, den CV als Öffner für ein direktes Gespräch zu nutzen. Die weiteren Unterlagen kann man auf Nachfrage oder in einem 2.Schritt oft gezielt einsetzen.

Ich muss gestehen, wir hatten Interim CFO für eine internationale Unternehmensgruppe gesucht. Ein Kandidat hat sich „nur“ mit einem Video beworben. Das war superspannend, das war das erste Mal. Wir waren überrascht und verblüfft, der Kandidat bekam sofort ein persönliches Interview. Also überraschen Sie ruhig!

Tipp 5: Gemeinsame Auftragsklärung ... soweit das möglich ist

Direkt oder auch über einen Provider ist die Auftragsklärung sehr wichtig. Das ist nur professionell. Damit kommt man zielgerichteter an die passenden Projekte und vermeidet Leerkilometer und Zeit. Zu klären sind vor allem Informationen zu Unternehmen (Größe, Branche, Besonderheiten, Mitarbeiter, Historie, ...), die aktuelle Situation, Ziel des Projektes, Rolle des Interim Managers und org. Eingliederung und die spezifischen Kompetenzen, Aufgaben und Verantwortlichkeiten (KAV).

Stellen Sie viele Fragen, um selbst sicher zu sein, zu verstehen was gesucht / benötigt wird. Das ist oft unterschiedlich, der Kunde sagt A und meint B. Unter uns, das ist sicher auch ein wichtiger Part des Interim Providers. Er ist als erster mit dem Kunden in der Abstimmung. Mit seiner Erfahrung und Kenntnis muss er den Kunden hier auch beraten und die Auftragsklärung mit dem Kunden klären. Wir hatten schon Anfragen seitens des Kunden, er braucht einen Vertriebsleiter, der Umsatz ist etwas eingebrochen. Nach einigen Gesprächen stellte sich heraus, das Unternehmen ist in Schieflage und braucht dringend einen erfahrenen CRO.

Auch eines ist aus unserer Erfahrung wichtig: Von Beginn an sind die Konditionen und der Tagessatz klar und offen zu kommunizieren. Diese Transparenz wird vom Kunden erwartet und hilft hier einen klaren Ausgangspunkt zu setzen.

Noch ein Tipp, halten Sie sich in dieser Phase nicht mit Unwichtigen auf. Start, Dauer, Örtlichkeiten usw. halten hier auf. Diese Themen können zu einem späteren Zeitpunkt geklärt werden. Hier ist alles zu klären, was für weitere Akquise und die Entscheidungen wichtig ist.

Tipp 6: Gesprächsvorbereitung ... Schaun wir mal was da kommt

Zeit, Zeit, Zeit! Sich auf ein Gespräch mit dem Kunden vorzubereiten ist aufwendig, Recherchen zu machen, im Bundesanzeiger nachzusehen usw. kostet alles viel Zeit. Und man hat eventuell gleich 2-3 Anfragen, öfter hat man sich viel Zeit genommen, hat aber dann eine Absage bekommen. Daher „sparen“ sich einige, sich vorzubereiten. Aber das ist sehr wichtig und wird vom Kunden gut aufgenommen. Je besser man vorbereitet ist, das erkennt der Kunde (Ah der versteht unsere Themen, der ist vom Fach) und desto besser kann man auf Augenhöhe mit dem Kunden reden.

Wenn ein Interim Manager nicht vorbereitet ist, gibt uns der Kunde häufig das Feedback, dass er nicht das Gefühl hat, der Kandidat ist interessiert bzw. er sich nicht abgeholt fühlt.

Hier können wir auch eine Abstimmung mit dem Provider empfehlen – das klappt gut, vor allem da der Provider viel Wissen und Kenntnisse seitens des Kunden hat! Wenn Interim Manager mit dem Provider als Partner auftreten, sich gegenseitig Bälle zuspielen, dann kann das sehr zielgerichtet eingesetzt werden.

Tipp 7: Das Interview ... überraschen!

Sie alle kennen vielfältig Interviews und Interviewsituationen. Das Zauberwort ist überraschen! Falles Sie auf, überraschen Sie. Der Kunde muss Sie wahrnehmen, Ihre Erfahrung erkennen und auch ein Vertrauen aufbauen. Das alles in einem Gespräch, meistens. Wie können Sie überraschen? Bereiten Sie eine Präsentation vor, erstellen Sie einen ersten Blueprint für die Aufgabe, bereiten Sie viele Information vor und stellen Sie passende und erfolgreiche Cases vor. Beispielsweise war ein Manager für ein Interim Sales Manager Mandat vor dem Interview in 2 Geschäften und stellte seine Analyse daraus vor. Der Kunde war positiv überrascht und der Manager konnte sich gleich im Detail mit dem Kunden über seine Situation unterhalten. Ich kenne Ihre Situation und habe auch eine Idee!

Es gilt: Nicht CV vorbeten sondern auf Themen eingehen, Fachexpertise und Erfahrung untermauern – auf Augenhöhe mit Kunden sprechen. Den CV kennt er, Sie wollen auf das Thema eingehen und gleich sich hier mit Ihrer Erfahrung austauschen, sozusagen Fachsimpeln.

Noch ein Tipp: bereiten Sie Fragen vor, das zeigt Interesse und bestätigt, dass Sie wissen „wo Sie hingreifen müssen bzw. was die wichtigen Themen sind“. Gezielte Fragen sind oft Entscheidung (Zitat Kunde: „Der weiß genau wohin schauen, was wichtig ist“).

Ein Satz zum Tagessatz. Oft ist das ein heikler Part, man hört öfter zu teuer. Hier müssen Sie vorbereitet sein. Hier muss der Nutzen und der Mehrwert aufgezeigt werden. Weg von Preisdiskussionen hin zu den Lösungen und Ihren Teil der Lösung des Problems des Kunden. Hier spricht man vom ROIM, Return of Interim Management. Und wichtig, neben der monetären Betrachtung sind im Interim Management die Sicherheit und Geschwindigkeit wichtig. Sie können Sicherheit geben, das Ziel zu erreichen, und das mit einer großen Umsetzungsgeschwindigkeit. Diese Themen sind essentiell für den Kunden und Sie lenken die Argumente etwas weg von den reinen Konditionen.

Tipp 8: Das Interview ... was sonst noch zählt

Der letzte Tipp beschäftigt sich mit den sogenannten Soft Facts. Diese sind gerade in unserer Branche von großer Bedeutung, wahrscheinlich noch mehr als im „normalen“ Management. Gerade in der Interview Situation müssen Sie schnell das Vertrauen aufbauen und empathisch auf den Kunden wirken. Hier sollten Sie einige soft Themen berücksichtigen und einsetzen.

Zuhören! Hören was der Kunde zu sagen hat, Ihn abholen, nicht alles sofort loswerden wollen, sondern durch gezieltes Fragen auch den Kunden im Gespräch führen. Nicht zu pushy sein, kein Besserwisser sein. Wenn der Manager mit einem Monolog über seine Erfahrungen und Fähigkeiten den Kunden überrennt, auf alle Themen des Kunden sofort die Lösung weiß und den Kunden eventuell sogar ins Wort fällt, weil er in korrigieren will. Nein das kommt nicht gut an, wird aber immer wieder gemacht. Tipp aus über 1.000 Gesprächen, ja Sie sind als jahrelanger Manager mit großem Know-how super erfahren. Professionalität zeigt man aber besser mit etwas Zurückhaltung, Souveränität durch klare Seniorität.

Auch nicht verzetteln und ausschweifen. Gehen Sie präzise auf die Fragen des Kunden ein, Fokussieren Sie dabei die zentralen Themen. Der Kunde braucht nicht jedes Detail und alle Stationen, er sucht die Erfahrungen, die relevant für seine Herausforderung sind. Also diese zu erkennen und dann zielgerichtet darauf eingehen wirkt besser, als alles und zu viel erzählen zu wollen.

Eins noch: stoßen Sie den Kunden nicht vor den Kopf. Leider kommt es immer wieder vor. Was, dem Unternehmen geht es schlecht, Sie kommen erst jetzt zu mir? Oder das hätten Sie schon viel früher erkennen müssen. Der Kunde entscheidet, ob Sie der richtige sind. Zum einen ob Sie die Erfahrung haben, zum anderen ob Sie zusammen können. Zweiteres wird mit obigem Verhalten sicher schwierig sein. Also Kunde ist König, Respekt ist oberstes Gebot!

Der Artikel ist ein Exzerpt aus dem Vortrag gemeinsam mit Malter Borchardt, forma interim und Dr. Martin Ludwig Mayr, GOiNTERIM. Im Vortrag wird auf die einzelnen Themen noch wesentlich tiefer und detaillierter eingegangen, mit vielen Cases und Beispielen aus der Praxis aus über 15 Jahren Vermittlung von Interim Projekten.

In 2022 werden wir die Vortragsreihe weiter durchführen, wir informieren gerne bei Interesse, bitte E-Mail an info@gointerim.com.