



# Erfolgreich an die C-Suite verkaufen

Strategien für schnelle und nachhaltige Erfolge im Verkauf an Top-Entscheider. Klare, prägnante und strategische Ansätze sind entscheidend, um Mehrwert in minimaler Zeit zu liefern.

**Ralf H. KOMOR**  
**Januar 2025**

# Herausforderungen im C-Suite Verkauf



## **Zeitdruck**

Entscheider haben wenig Zeit und selektives Interesse.



## **Planänderungen**

Meetings werden oft kurzfristig verkürzt oder umgeplant.



## **Hohe Erwartungen**

Relevante Inhalte und strategischer Fokus von Anfang an erwartet.



## **Nachhaltige Partnerschaften**

Ziel ist es, über das erste Meeting hinaus Beziehungen aufzubauen.

# Direkt zum Punkt kommen



## Kernthemen zusammenfassen

Wesentliche Punkte in den ersten 2 Minuten präsentieren.



## Small Talk vermeiden

Mit einer prägnanten, interesseweckenden Frage starten.



## Lösungsorientiert sein

Konkrete Vorteile und Ergebnisse direkt ansprechen.

# Flexibilität in der Präsentation - Oft kommt es anders, als geplant

## Kurzversionen vorbereiten

Entwickeln Sie einen Elevator Pitch für verkürzte Meetings.

Üben Sie, Ihre Hauptbotschaft in 3-5 Minuten zu vermitteln.

## Visuelle Unterstützung

Vermeiden Sie lange PowerPoint-Präsentationen.

Nutzen Sie ein aussagekräftiges Diagramm oder eine Grafik.



# Klare Roadmap präsentieren

1

## Nächste Schritte definieren

Klare Verantwortlichkeiten und Deadlines (Datum) festlegen.

2

## Kundenaufgaben integrieren

Auch Aufgaben für den Kunden in die Planung einbeziehen.

3

## Übersichtlich darstellen

Eine einfache, visuelle Übersicht der Roadmap präsentieren.

# Gezielte Recherche

## **Digitale Tools nutzen**

LinkedIn Sales Navigator und Branchenberichte für spezifische Insights verwenden.

## **Persönliche Interessen**

Zitate, Reden oder Hobbys der Zielperson recherchieren.

## **Strategische Ziele**

Unternehmensziele und aktuelle Herausforderungen identifizieren.

# Ganzheitliche Problembehandlung



# Social Capital nutzen

1

## Netzwerk aktivieren

Empfehlungen aus dem Umfeld der Führungskraft einholen.

2

## Relevante Inhalte publizieren

Artikel in angesehenen Medien und auf LinkedIn platzieren.

3

## Indirekte Kontakte nutzen

Inhalte über gemeinsame Kontakte streuen.

# Value Selling: Konkret und handlungsorientiert sein

## 1 Messbare Ergebnisse zeigen

Konkrete Beispiele und Zahlen aus vergleichbaren Projekten präsentieren.

## 2 Klare Optionen anbieten

Verschiedene Handlungsmöglichkeiten mit ihren Vor- und Nachteilen aufzeigen.

## 3 Nächste Schritte definieren

Einen klaren Aktionsplan mit Zeitrahmen vorschlagen.

## 4 Follow-up mit Mehrwert

Relevante Studien oder Analysen nach dem Gespräch nachreichen.

# Exklusive und innovative Ansätze

1

## **Innovativ positionieren**

Lösung als zukunftsweisend und einzigartig präsentieren.

---

2

## **FOMO nutzen**

Aufzeigen, was Wettbewerber bereits erfolgreich umsetzen.

---

3

## **Schnellen Anschluss ermöglichen**

Konkrete Wege zur raschen Implementierung aufzeigen.