KOMOR

# Erfolgreich an die C-Suite verkaufen

Strategien für schnelle und nachhaltige Erfolge im Verkauf an Top-Entscheider. Diese Präsentation zeigt 11 bewährte Methoden, um sich bei C-Level-Managern zu positionieren und langfristige Partnerschaften aufzubauen.

Ralf H. KOMOR

KOMOR

# Warum ist der Verkauf an die C-C-Suite anspruchsvoll?

1 Zeitdruck

Entscheider haben wenig Zeit und selektives Interesse.

2 Hohe Erwartungen

Relevante Inhalte und strategischer Fokus werden von Anfang an erwartet.

3 Planänderungen

Meetings werden oft kurzfristig verkürzt oder umgeplant.

# Direkt zum Punkt kommen

## Was tun?

Fassen Sie die wesentlichen Themen in den ersten 2 Minuten zusammen. Vermeiden Sie Small Talk.

## Praxis-Tipp

"Herr Müller, Sie erwähnten, dass Ihre Margen unter Druck stehen. Wir haben Lösungen, die Margen um bis zu 15% steigern."

KOMOR

# Für verkürzte Meetings planen

## Was tun?

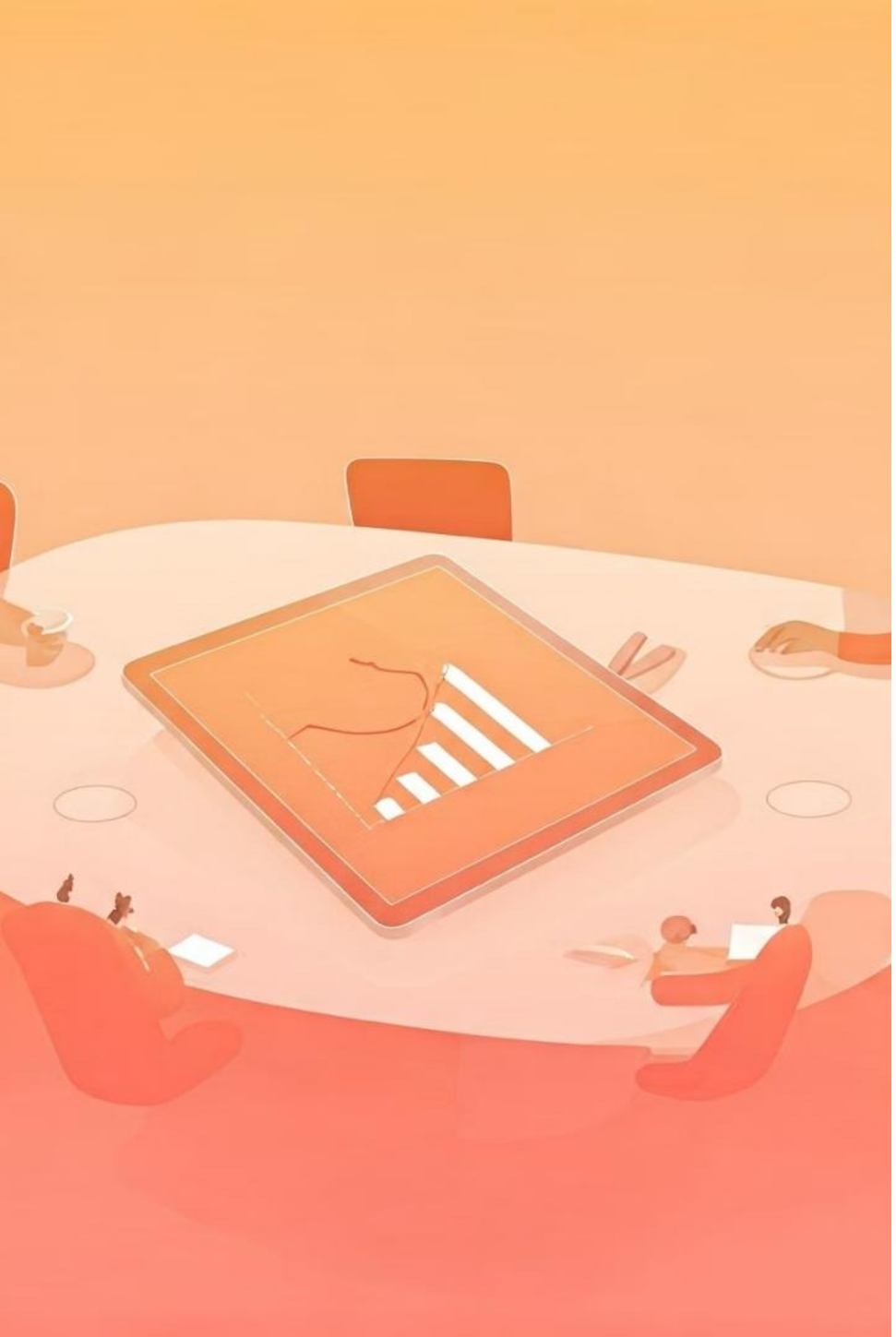
Bereiten Sie sich darauf vor, dass geplante 30 Minuten auf 10 Minuten verkürzt werden können.

## Elevator Pitch

Entwickeln Sie eine Kurzversion Ihrer Botschaft, die in 3-5 Minuten vermittelbar ist.

## Praxis-Tipp

Üben Sie Ihre Hauptbotschaft so, dass Sie diese in maximal 3-5 Minuten vermitteln können.



# Flexible Präsentationen einsetzen einsetzen

### Ein Diagramm

Nutzen Sie ein einziges aussagekräftiges Diagramm statt langer PowerPoint-Präsentationen.

### Anpassungsfähig

Seien Sie bereit, Ihre Präsentation je nach verfügbarer Zeit anzupassen.

### Dialog fördern

"Wenn Sie möchten, zeige ich Ihnen ein kurzes Diagramm, das die Einsparpotenziale verdeutlicht."

# Klare Roadmap mitbringen

| Schritt | Verantwortlich | Deadline |
|---|---|---|
| Bedarfsklärung | Kunde/Vertrieb | Bis nächste Woche |
| Testphase starten | Vertrieb | In 14 Tagen |
| Feedback evaluieren | Kunde | In 4 Wochen |

*Tipp: Immer ein klares Datum angeben*

# Tief aber gezielt recherchieren recherchieren

1

## LinkedIn Sales Navigator

Nutzen Sie professionelle Tools für spezifische Insights.

2

## Branchenberichte

Sammeln Sie relevante Daten zur Branche und zum Unternehmen.

3

## Persönliche Interessen

Recherchieren Sie Zitate, Reden oder Interessen der Zielperson.

KOMOR

# Souverän bei Planänderungen handeln

1

## Flexibel bleiben

Akzeptieren Sie kurzfristige Änderungen ohne Frustration zu zeigen.

2

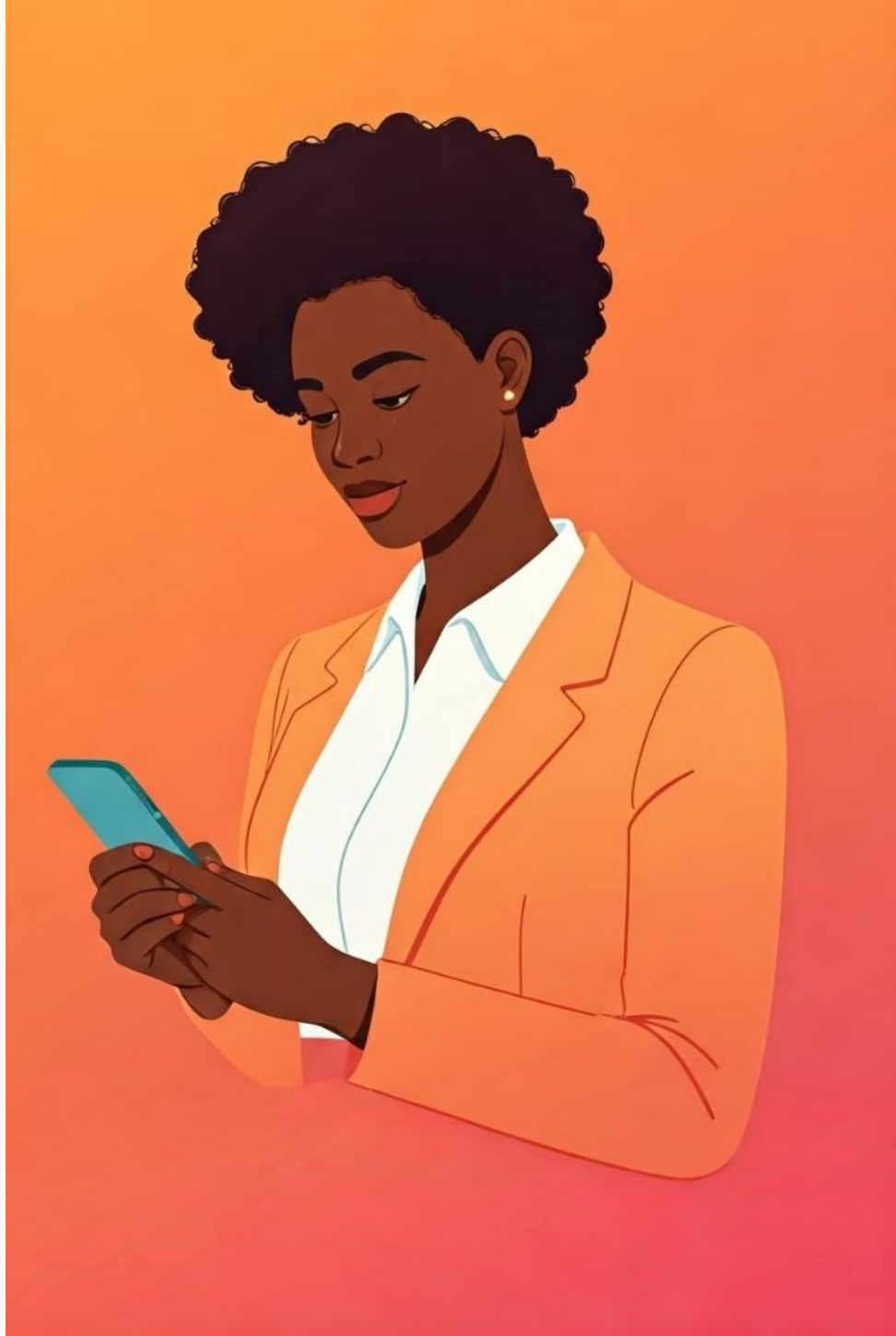
## Alternativen anbieten

Schlagen Sie andere Termine oder Formate vor.

3

## Nachfassen

"Kein Problem, ich schicke Ihnen eine kurze Zusammenfassung per E-Mail."



# Die gesamte Problemstellung behandeln

## Ambitionen

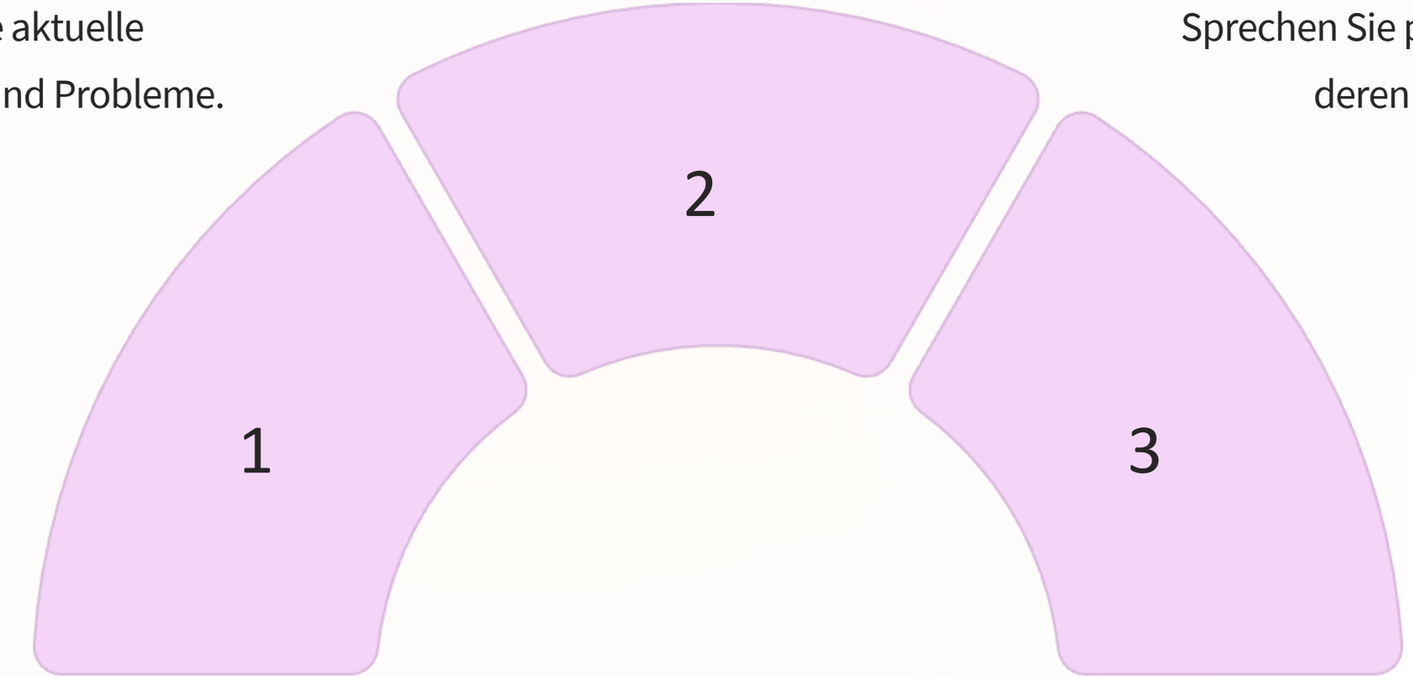
Verstehen Sie die strategischen Ziele und Wünsche.

## Schmerzpunkte

Identifizieren Sie aktuelle Herausforderungen und Probleme.

## Risiken

Sprechen Sie potenzielle Gefahren und deren Minimierung an.



# Social Capital nutzen

## Empfehlungen einholen

Nutzen Sie Empfehlungen aus dem Netzwerk der Führungskraft.

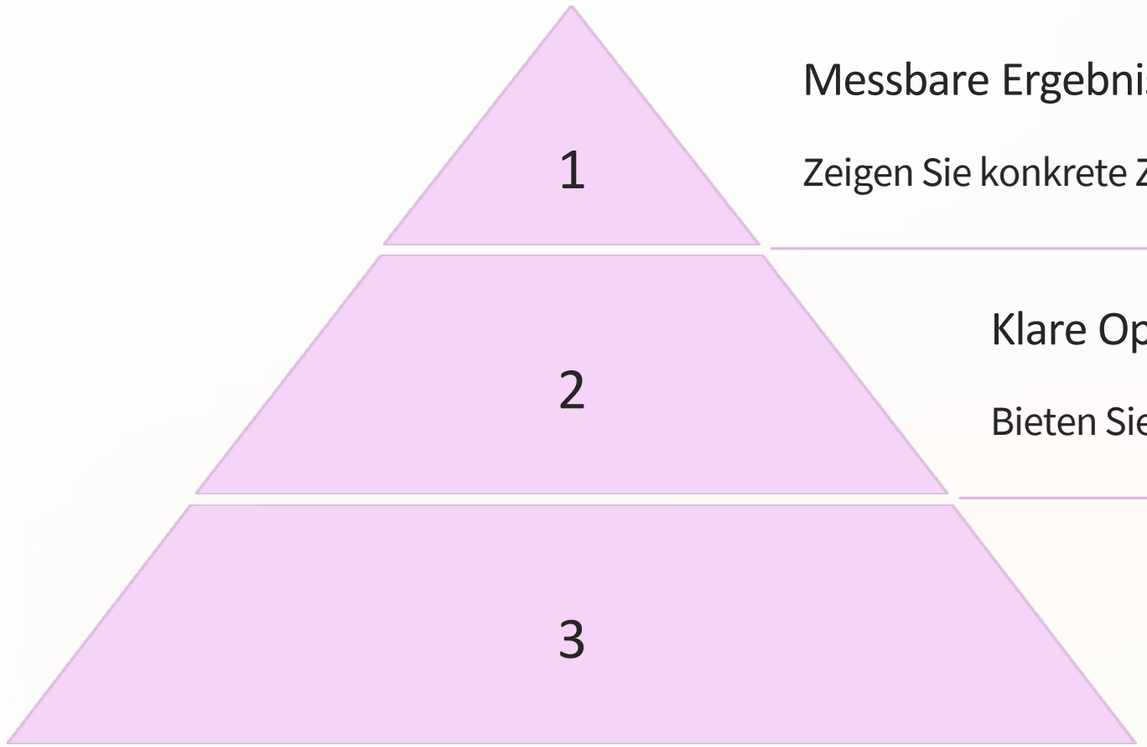
## Relevante Inhalte publizieren

Veröffentlichen Sie Fachartikel, die indirekt bei der Zielperson landen.

## Glaubwürdigkeit stärken

Ein Artikel in einem angesehenen Medium kann Ihre Expertise belegen.

# Konkret und handlungsorientiert sein




### Messbare Ergebnisse

Zeigen Sie konkrete Zahlen und Erfolge.

### Klare Optionen

Bieten Sie verschiedene Handlungsmöglichkeiten.

### Nächste Schritte

Definieren Sie präzise Maßnahmen.

# Follow-up mit Mehrwert

## Relevante Studien

Ergänzen Sie Ihr Follow-up durch passende Analysen und Berichte.

## Branchentrends

Teilen Sie aktuelle Entwicklungen, die für den Entscheider relevant sind.

## Persönliche Note

Bleiben Sie präsent, ohne aufdringlich zu wirken.

# Die "What We've Heard"-Methode

1

## Vorbereitung demonstrieren

Zeigen Sie sofort Ihr Verständnis.

2

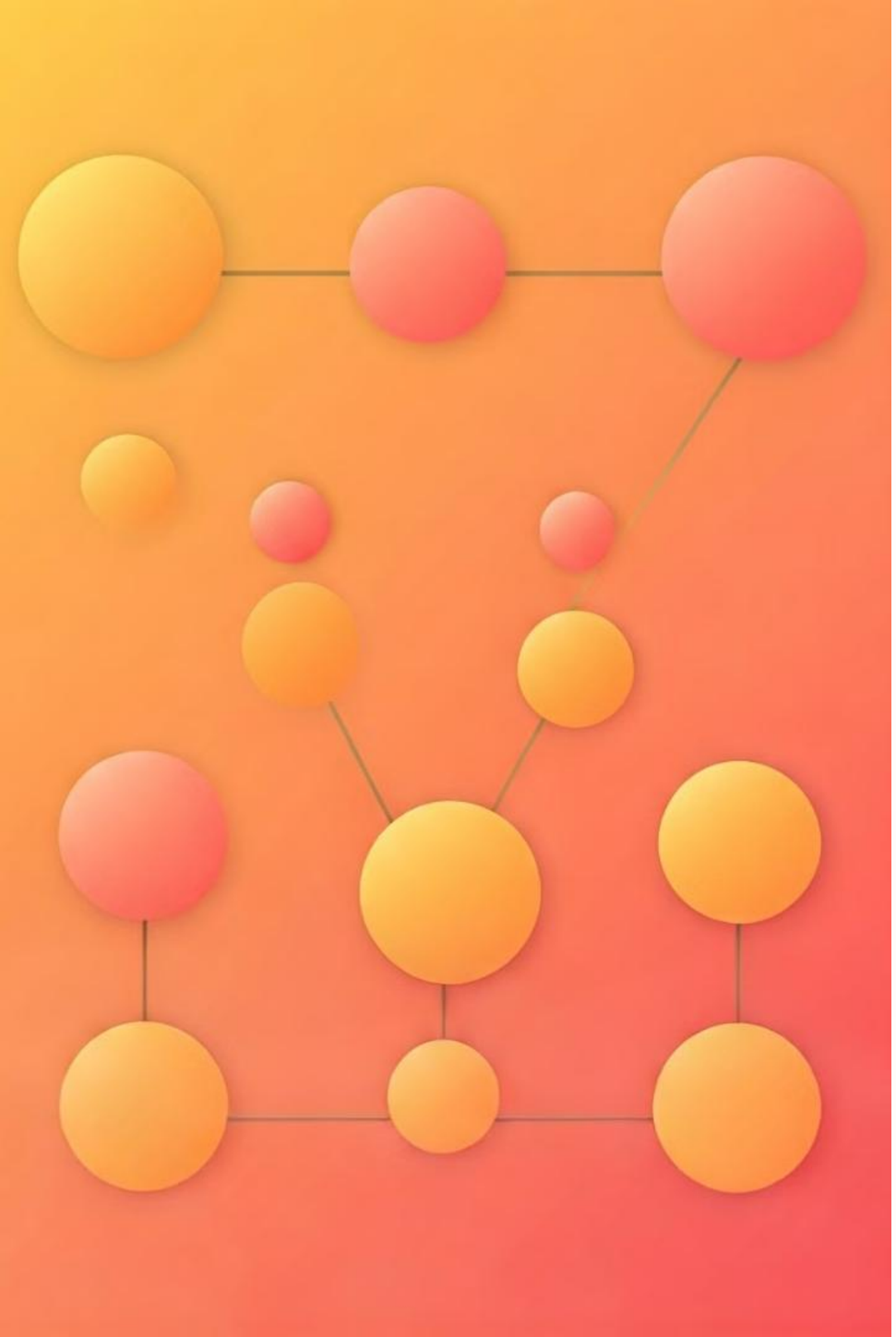
## Erkenntnisse zusammenfassen

Präsentieren Sie strukturiert.

3

## Gespräche mit Team nutzen

Sammeln Sie vorab Informationen.



# Den richtigen Zugangsweg wählen

1

## Schlüsselpersonen

Identifizieren Sie einflussreiche Personen im Umfeld des Entscheiders.

2

## Vorbereitende Gespräche

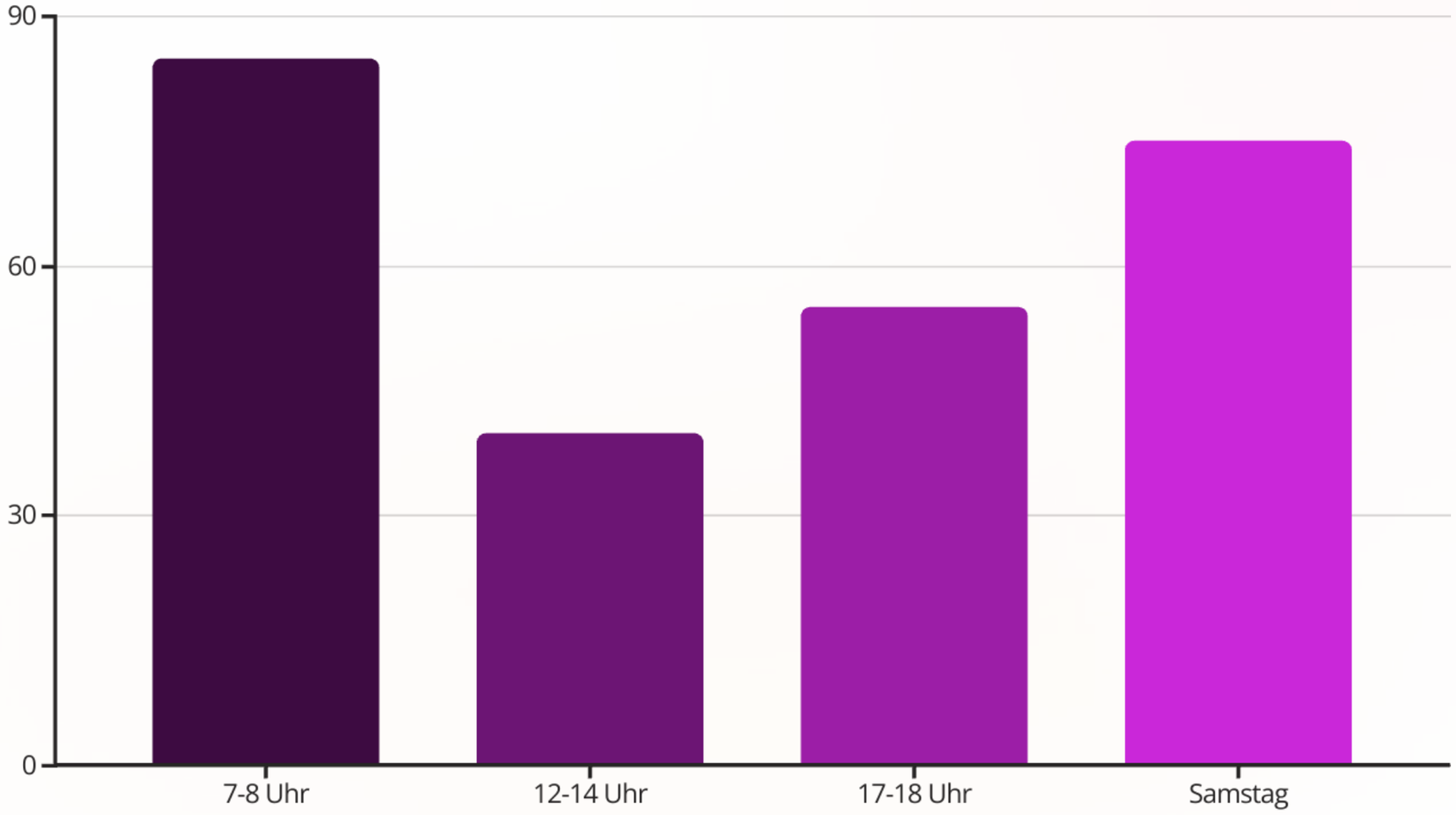
Führen Sie Gespräche, um die Unternehmenssprache zu verstehen.

3

## Mehrwert liefern

Gestalten Sie jedes Gespräch zielgerichtet und wertschöpfend.

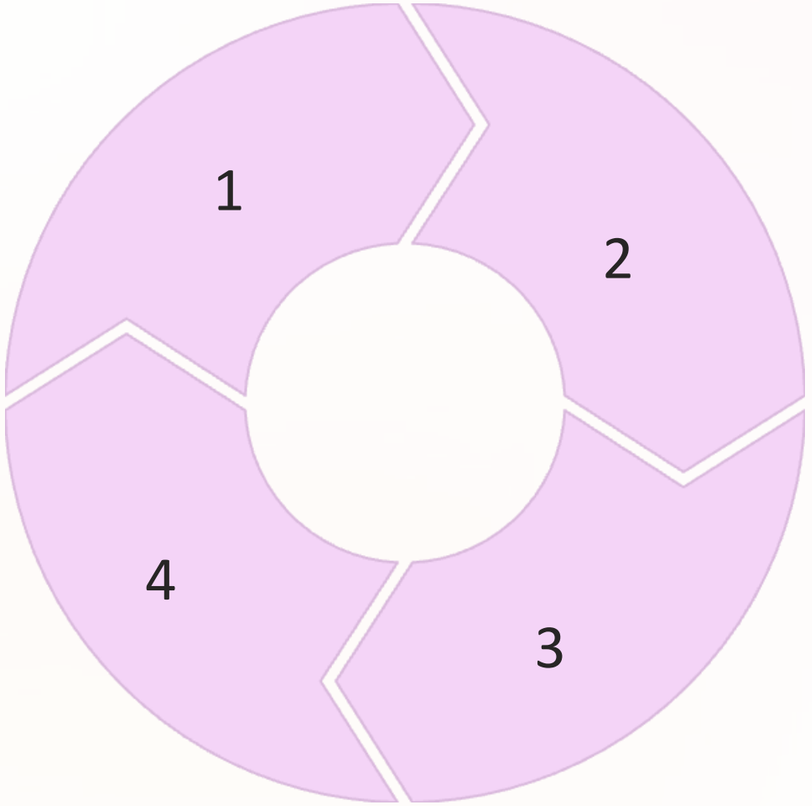
# Kommunikation strategisch timen



# Mit Risikoperspektive argumentieren

### Geschäftsrisiken

Identifizieren Sie strategische Gefahren.




### Operative Risiken

Zeigen Sie Prozessrisiken auf.

### Compliance-Risiken

Weisen Sie auf regulatorische Aspekte hin.

### Reputationsrisiken

Betonen Sie Imagefaktoren.

# Eine neue Perspektive einbringen

Führungskräfte schätzen Partner, die ihnen neue, datengestützte Blickwinkel eröffnen und möglicherweise der gängigen Meinung widersprechen.

# Führungskräfte gezielt einbinden

1 **Respekt für Zeit**

Nicht jeder Schritt erfordert die Beteiligung des Top-Managements.

2 **Interne Champions**

Arbeiten Sie mit Fürsprechern, die Ihre Ideen unterstützen.

3 **Präzise Einbindung**

Definieren Sie genau, wann und warum die Führungskraft beteiligt werden sollte.

KOMOR

# Schlüssel zum Erfolg

1

## Flexibilität

Passen Sie sich an veränderte Situationen an.

2

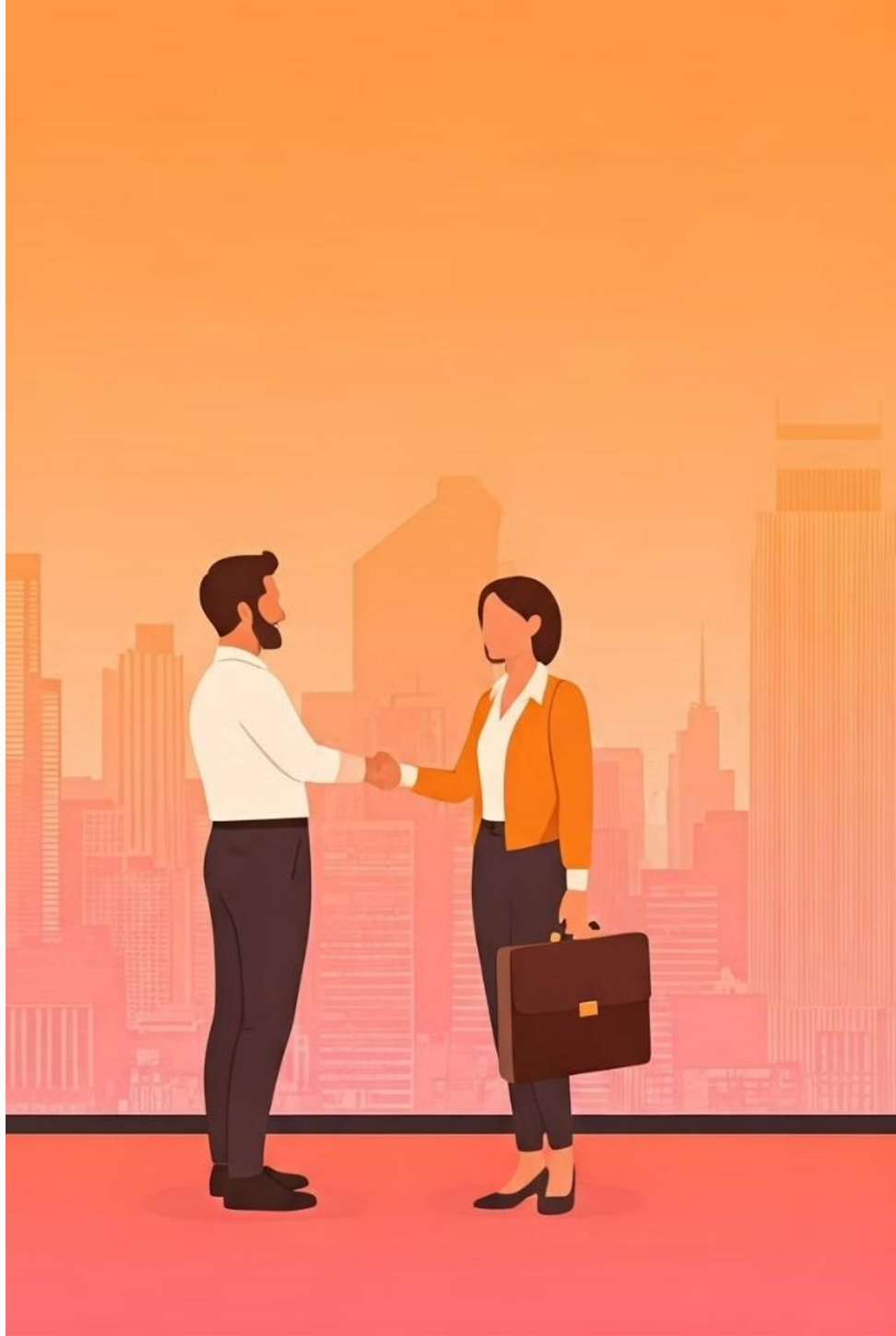
## Prägnante Kommunikation

Vermitteln Sie Ihre Botschaft klar und knapp.

3

## Klare Roadmap

Definieren Sie Aufgaben und Verantwortlichkeiten für beide Seiten.



KOMOR

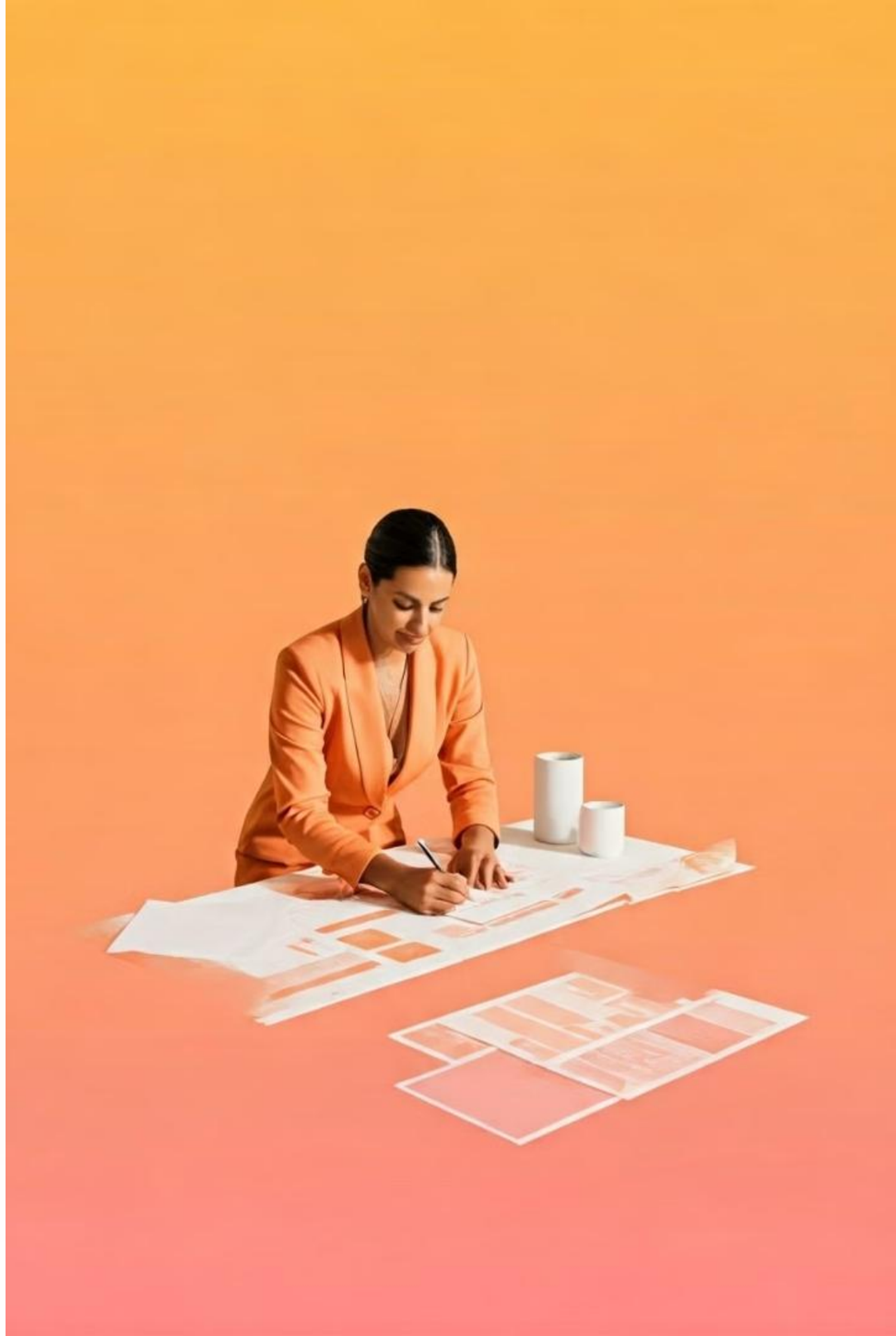
# Nächste Schritte

## Strategie anpassen

Wenden Sie die vorgestellten Methoden auf Ihre spezifische Situation an.

## Vorbereitung optimieren

Entwickeln Sie flexible Präsentationen und klare Roadmaps.

## Mehrwert liefern

Positionieren Sie sich als vertrauenswürdiger Partner mit strategischem Fokus.