

10.000 Interim Manager: Und warum soll man nun grad mich beauftragen?

Positionierung – Differenzierung – Merk-würdigkeit – Sichtbarkeit – passende Anfragen – Aufträge!

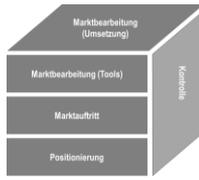
Marketing für Macher

DDIM.kongress // 2019

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.

**forma
interim**

INTRO



10.000 Interim Manager: Und warum soll man nun grad mich beauftragen?

Positionierung – Differenzierung – Merk-würdigkeit – Sichtbarkeit – passende Anfragen – Aufträge!

- Der Interim-Markt entwickelt sich positiv, die Nachfrage steigt. **Das Angebot auch.**
- Für „Suchende“, Provider und Unternehmen, wird über Plattformen, Datenbanken und Providerpools **Transparenz** auf der Angebotsseite geschaffen.
- Die **Positionierung des Interim Managers ist damit Grundvoraussetzung**, um in der **Trefferliste des Suchenden** angezeigt zu werden.
- Darüber hinaus ist sie **Basis für einen professionellen Marktauftritt** mit Logo, Visitenkarte, Managerprofil, XING, LinkedIn, Internetauftritt usw. der **Differenzierung sichtbar und „merk-würdig“ macht**, um Frequenz und Passgenauigkeit von Anfragen zu erhöhen!



**Analog? Digital? ... eigentlich egal.
Entscheidend: Klar, eindeutig, persönlich**

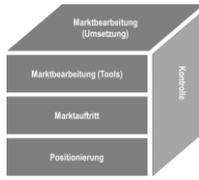
Marketing für Macher

DDIM.kongress // 2019

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.



INTRO



- Anhand eines **einfachen Modells**, angereichert **mit vielen Beispielen** aus der Praxis, erklärt Malte Borchardt die Zusammenhänge **von der Positionierung bis zum professionellen Marktauftritt** und liefert damit eine **konkrete Anleitung für das eigene Marketing**.
- Der Workshop richtet sich an Interessenten & Einsteiger aber auch an „alte Hasen“, an Profis & Experten und an Generalisten & Spezialisten. Kurz: angehende Interim Manager und Interim Manager jeden Levels!
- Im Endeffekt richtet er sich an jeden Manager, der für sich die Notwendigkeit erkannt hat, dass er mit einer klaren Positionierung seine Chancen deutlich steigert, mehr & passendere Mandatsanfragen zu erhalten.

Malte Borchardt

- Jahrgang 70, Bankkaufmann, Dipl.-Kfm.
- seit 2003 im Interim-Management-Markt aktiv, 2007 – 2017 u.a. für DDIM gearbeitet
- eigene Mandate als Interim Manager
- Mitglied im Marketing-Arbeitskreis des DDIM-Vorstandes, Organisator DDIM.lokal und DDIM.regional in Köln

forma interim

Marketing für Interim Manager

www.forma-interim.de

- Agentur mit festen Partnern für Grafik- und Webdesign, Text, Foto und Video
- ca. 50 Projekte mit Interim Managern
- Partnerschaften: DDIM, DÖIM, AIMP



DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.



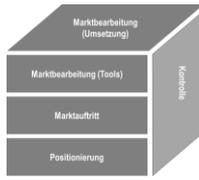
Unsere **Agenda** für heute:

Marketing für Macher

1. Warum eigentlich?
2. Wie gehe ich das Thema insgesamt an?
3. Wie starte ich konkret?

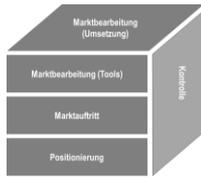
Vorab: **Wo stehen eigentlich Sie?**

1. MARKETING - WARUM EIGENTLICH?



- Zahl der Interim Manager steigt.
 - Arbeitsverhältnisse werden kürzer, mehr **Projektcharakter**. Neue Konkurrenten aus dem Bereich der Festanstellung.
 - **Marktzugang ist für nahezu jeden möglich und deutlich einfacher als früher.**
 - Wie beeinflusst die Wirtschaftsentwicklung das Interim Management?
- **Wettbewerb nimmt zu!**

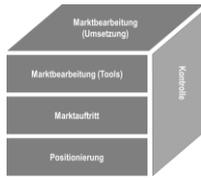
1. MARKETING - WARUM EIGENTLICH?



- XING, LinkedIn, Plattformen und Interim Manager-Portale machen den **Interim Manager teilweise zur C-Ware: Große Transparenz.**
- **Provider-Pools** sind gut gefüllt.

→ „Interim Manager“ werden transparent gemacht und sind „zu haben“!

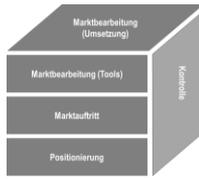
1. MARKETING - WARUM EIGENTLICH?



- Nachfrager werden jünger
- „Netzwerke“ gehen in Rente
- Internet- und SocialMedia-Nutzung ändert sich immer weiter; Video gewinnt an Bedeutung
- **Der Markt erwartet Manager, die sich so professionell zeigen, wie sie sich verkaufen!**

→ **Gewohnheiten von Generationen** im Wandel

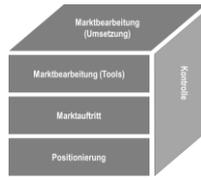
1. MARKETING - WARUM EIGENTLICH?



- **Wettbewerb nimmt zu!**
- **„Interim Manager“ werden transparent gemacht und sind „zu haben“!**
- **Gewohnheiten von Generationen im Wandel**

Die klare Positionierung und zielgerichtetes Eigenmarketing sind erforderlich, um in der Masse sichtbar und unverwechselbar zu werden!

Das Ergebnis: Man erinnert sich an Sie und Sie bekommen passendere und mehr Mandatsanfragen (nicht sofort, aber nachhaltig sicher) über unterschiedliche Wege

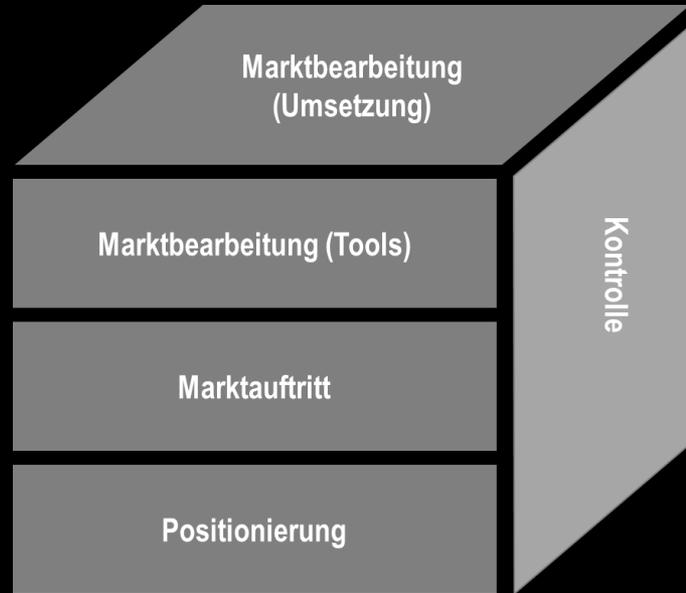


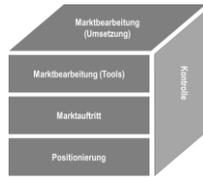
2. MARKETING - WIE GEHE ICH DAS THEMA INSGESAMT AN?

MIT STRUKTUR! Und nach PLAN.

2

Marketing-Kubus

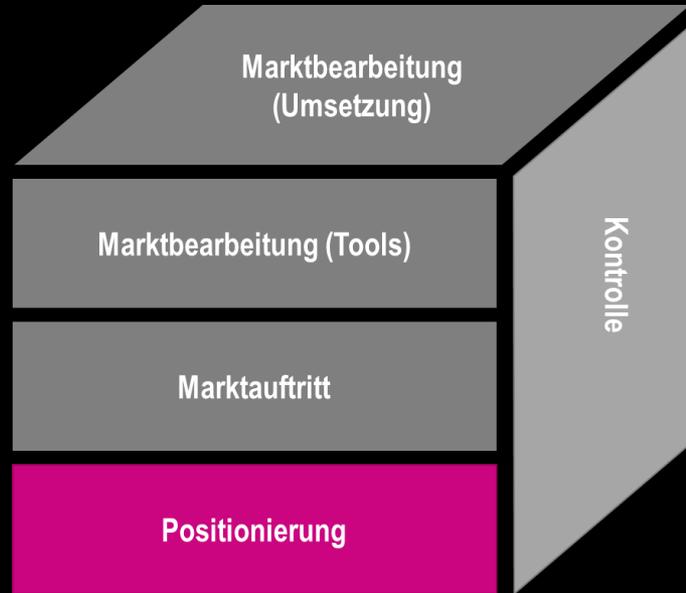




3. MARKETING - WIE STARTE ICH KONKRET?

3

Marketing-Kubus



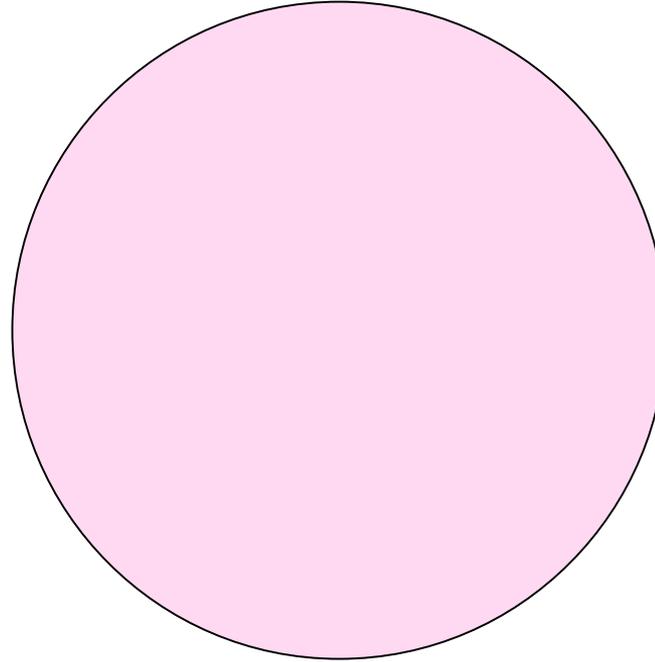
Die Basis



- Die Positionierung ist das **Fundament** für Ihren **gesamten Marktauftritt und alle Marketingaktivitäten**
- Sie ist Basis und Voraussetzung für **konsistente Inhalte und einheitliche Botschaften über alle Kommunikationskanäle und -medien**
- Nur so ist gewährleistet, dass beim Provider, Multiplikator, Kollegen oder potenziellen Kunden **ein Bild** von Ihnen entsteht – **IHR BILD**

Ohne Positionierung ...

Ich bin Interim Manager ...
.. einer von ca. 10.000



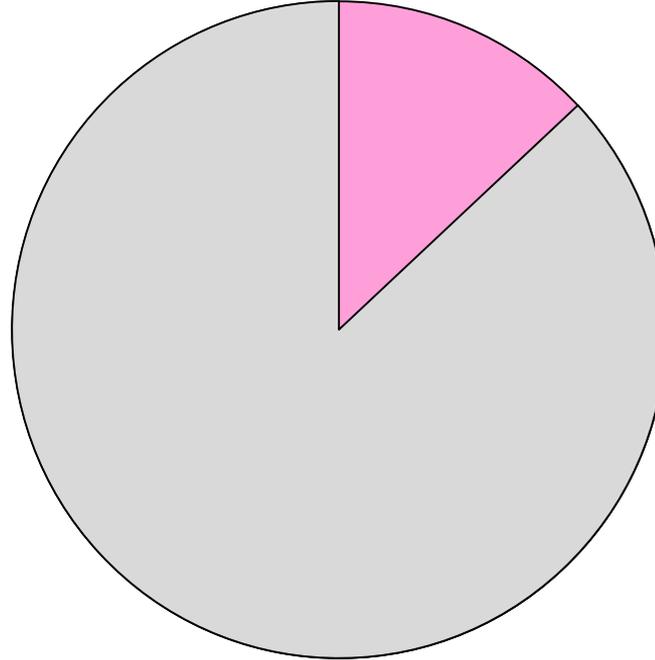
Ohne Positionierung ...

Ich bin Interim Manager ...

.. einer von ca. 10.000

... im Bereich Finance ...

.. einer von ca. 1.000



Ohne Positionierung ...

Ich bin Interim Manager ...

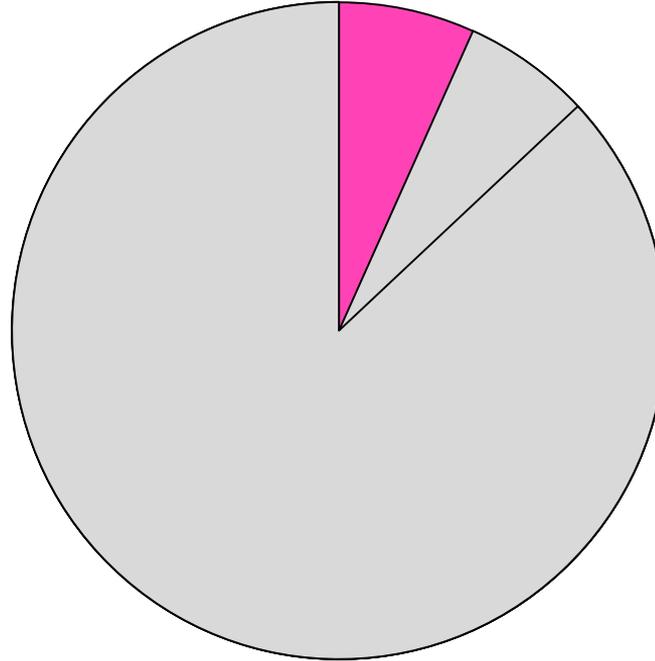
.. einer von ca. 10.000

... im Bereich Finance ...

.. einer von ca. 1.000

... auf C-Level für Familienunternehmen und Mittelstand ...

.. einer von ca. 500



Ohne Positionierung ...

Ich bin Interim Manager ...

.. einer von ca. 10.000

... im Bereich Finance ...

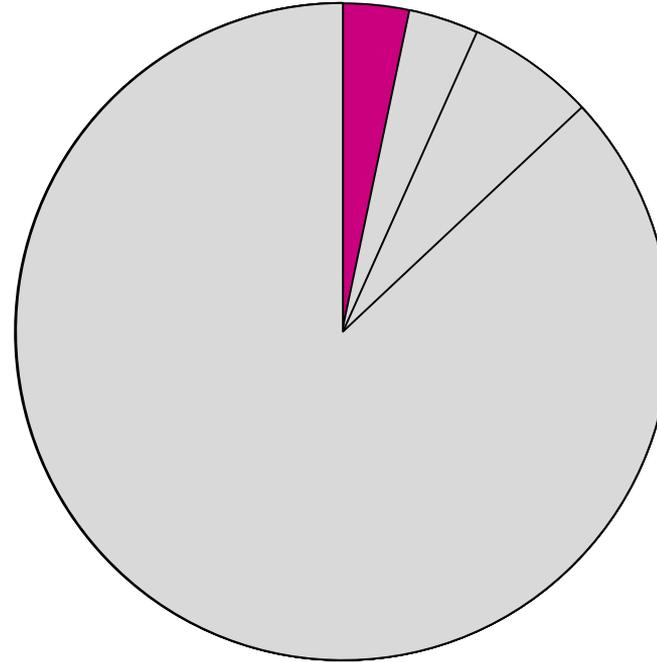
.. einer von ca. 1.000

**... auf C-Level für Familienunternehmen
und Mittelstand ...**

.. einer von ca. 500

**.. ausschließlich für international tätige
IT- und DL-Unternehmen!**

.. einer von ca. 25



Mit Positionierung ...

Ich bin Interim Manager ...

.. einer von ca. 10.000

... im Bereich Finance ...

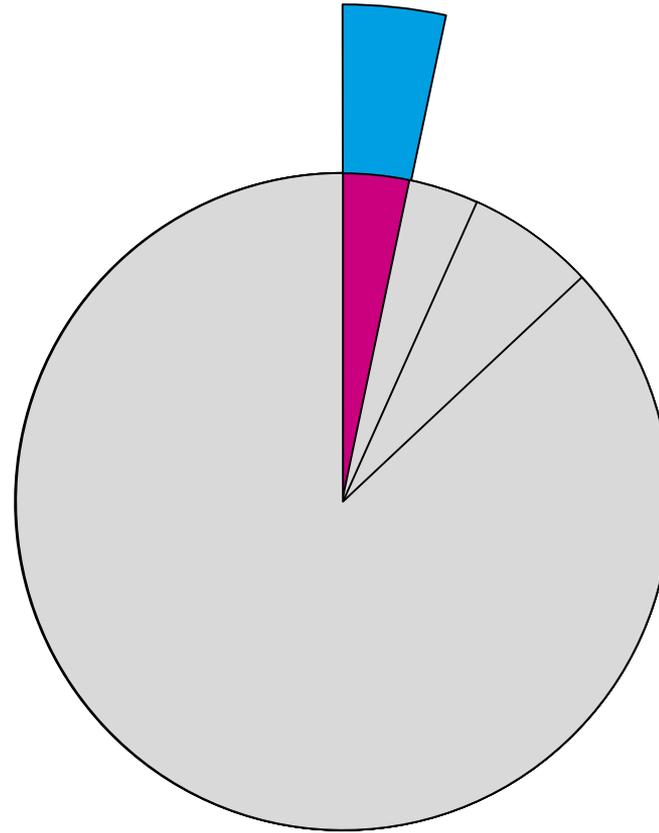
.. einer von ca. 1.000

**... auf C-Level für Familienunternehmen
und Mittelstand ...**

.. einer von ca. 500

**.. ausschließlich für international tätige
IT- und DL-Unternehmen!**

.. einer von ca. 25



Die **spitze Positionierung** macht Sie sichtbar
und **vergrößert damit den Markt!**

Inhalte der Positionierung



- **ZUR PERSON** - Wer bin ich?
- **MEIN ANGEBOT** - Was biete ich?
- **MEINE ZIELGRUPPE** - Für wen biete ich das?
- **MEINE ERFAHRUNG** / Warum kann ich das anbieten?
- **FÜHRUNGSSTIL & ARBEITSWEISE** - Wie führe /arbeite ich?
- **MEINE USPs** - Nutzen meines Angebotes? (+**Merk-würdigkeiten**)
- Sonstiges

→ **Summary / Visualisierung des Angebotes in einem Chart**

Unique Selling Propositions



- Alleinstellungsmerkmale bzw. **herausragende Leistungsmerkmale**, mit dem sich ein Angebot **deutlich/sichtbar vom Wettbewerb abhebt**
- spiegeln den **echten Kundenvorteil** wider
- sind „verteidigungsfähig“ bzw. **belastbar und zielgruppenorientiert**
- sind **wirtschaftlich** erreichbar in Preis, Zeit und Qualität
- das einzigartige Nutzenversprechen **ist mit dem Manager** (als „Produkt“) **verbunden**
- Begriff aus dem Marketing und der Verkaufspsychologie

Was macht Sie einzigartig?

Was macht Sie **merk-würdig**?



- Wo sind Sie **unverwechselbar**?
- Was bleibt beim Gegenüber von Ihnen im Kopf?
- Emotionen machen den Unterschied, professionell und mit dem Tätigkeitsspektrum verknüpft
- Mehr vermitteln als reine Fakten!
Zeigen Sie, wer Sie sind!

Die Positionierung spiegelt also die

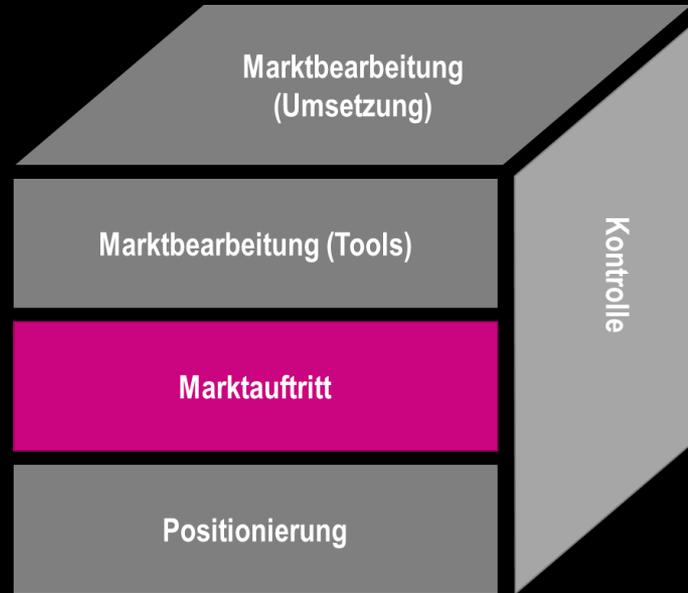
- Besonderheiten der eigenen Marke wider,
- sie ist differenzierend und
- für den Kunden relevant.



Für mehr und genauere Anfragen.

3

Marketing-Kubus



Von der Positionierung zu einem für die Zielgruppe **passenden** Marktauftritt



Wer auf andere Leute wirken will,
der muss erst einmal in ihrer
Sprache mit ihnen reden.

Kurt Tucholsky



Sie sind Unternehmer, der eine **hochwertige Leistung** verkaufen möchte, häufig auf Top-Level. Ein solches Angebot – mit dem entsprechenden Preis – **erfordert einen hochwertigen Auftritt**, auch in der digitalen Welt. Das erwarten die Kunden. Und die Erwartungen der Kunden wachsen, gerade bei der jüngeren Generation.

Präsentieren Sie sich also professionell, stringent und durchgängig! Inhaltlich und gestalterisch – aus einem Guss – wiedererkennbar an allen Stellen, wo potenzielle Kunden auf Sie treffen.

Die Basis dafür ist die Positionierung. Sie definiert die Leitplanken Ihres Auftrittes. Darauf baut alles auf.

So kann ein klares Gesamtbild im Kopf des potenziellen Kunden, Providers, Kollegen oder anderen Multiplikatoren entstehen. Und so kann es sich an Sie erinnern, wenn er eine für Sie passende Anfrage bekommt.

Was gehört zum professionellen Marktauftritt?



- Logo, Signet & „Claim“
- Geschäftsausstattung mit Visitenkarte, Briefbogen bzw. -vorlage und Grußkarte
- Bildmaterial / Fotos, Video
- Website
- PROFILE
 - Managerprofil
 - LinkedIn- und/oder XING-Profil/-Portfolio
 - Profile auf IM-spezifischen Onlineplattformen
 - DDIM-Profil im Rahmen der DDIM-Mitgliedschaft

LOGO .. brauch ich nicht!!! Oder?



- ein Logo ermöglicht, dass **Namen, Angebot und Werte** des Unternehmers **über diverse Kanäle kurz und knapp transportiert** werden
- der Manager wird **eindeutig** von anderen **unterscheidbar** gemacht – und das auf den ersten Blick!
- Wenn man das Logo zusammen mit Signet und Claim betrachtet, ist klar: **WER, WAS, WIE** und für **WEN** anbietet – und das **merk-würdig**

Logo, Signet & „Claim“



WER (ist Anbieter):

- Anar **Efendiev**

WAS (bietet er an):

- **Interim** Management
- **Valuable expertise**

Für WEN bietet er es an?

- **banking & finance** – Branche



Merk-würdiges Element zum Verankern:

- stilisierter **Granatapfel** = Anar

Logo, Signet & „Claim“

WER (ist Anbieter):

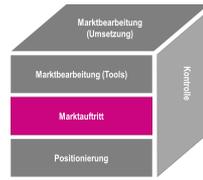
- Dirk **Hannemann**

WAS (bietet er an):

- **Interim** Management
- **Management & Beratung**

Für WEN bietet er es an?

- **Hütten- und Recyclingindustrie**



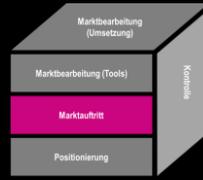
Merk-würdiges Element zum Verankern:

- **Stilisiertes Symbol** seiner Branche



JOCHEN SCHMID
SUPPLY CHAIN MANAGEMENT. **DINGE BEWEGEN.**

Thorsten Soll
Neue Perspektiven auf Ihre Finanzen



koppe interim management & beratung
GESAGT, GETAN.



KRAPP INTERIM
Finanzen & Controlling für die Industrie



STEIN INTERNATIONAL CONSULTING & MANAGEMENT
Werte entwickeln in der Bau- und Immobilienwirtschaft

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.



Visitenkarten



MARC GIESE

International Management Solutions

Marc Giese
Senior Executive

Löhleinstraße 43
D-14195 Berlin
W: marc-giese.com

P: +49 (0)30 86 200 360
M: +49 (0)151 25 275 067
E: mg@marc-giese.com

STRATEGISCHES WACHSTUM.
CHANGE MANAGEMENT.
INTERNATIONALISIERUNG.

Simplicity is the ultimate sophistication.



KRAPP INTERIM
Finanzen & Controlling für die Industrie

Michael Krapp
Diplom Kaufmann

Goethestraße 8, 64625 Bensheim
Tel.: +49 (0)6251 / 789214
Mobil: +49 (0)172 / 6243334
Mail: mk@krapp-interim.de

www.krapp-interim.de

- 🔗 Finanzexpertise im technischen Umfeld
- 🔗 Einsatz in Sondersituationen und Integrationsprozessen
- 🔗 Mittelständische Unternehmen mit internationaler Anbindung, häufig aus dem angelsächsischen Raum
- 🔗 Projekt- und Bereichsleiter, kaufmännischer Geschäftsführer
- 🔗 Pragmatisch, flexibel und lösungsorientiert

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.

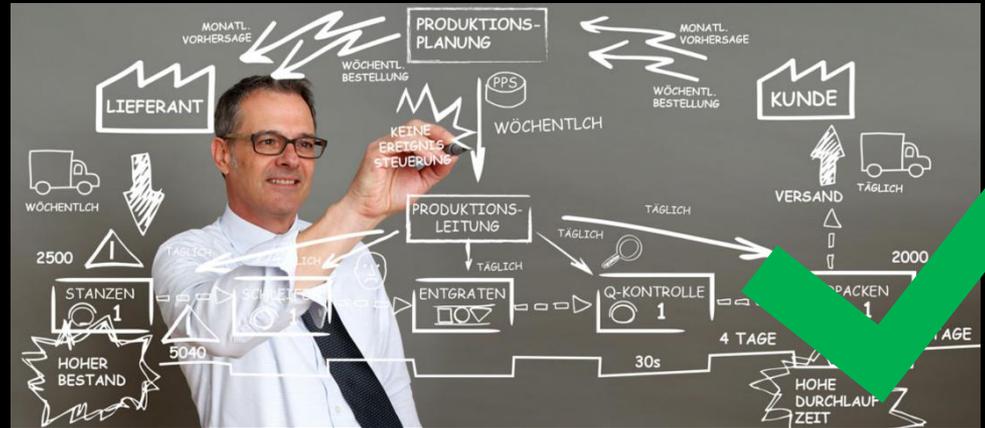
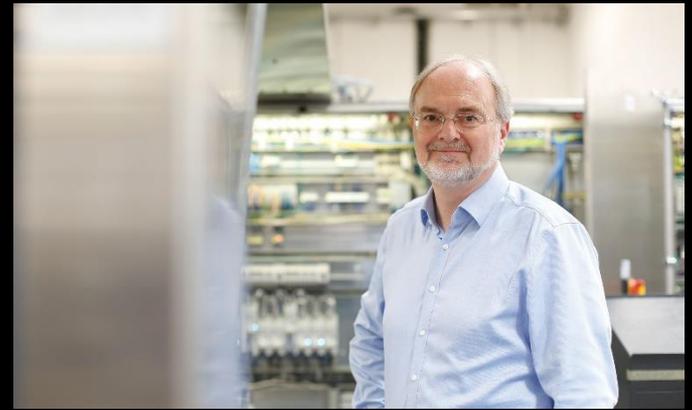


Design / Logo & Claim / Geschäftsausstattung



- Stringent und durchgängig über alle Gewerke:
Geben Sie Ihrem Business **EIN Gesicht**, denn einheitliches Auftreten schafft einen hohen Wiedererkennungswert
- Professionalität unterstreichen, der Zielgruppe entsprechend wertig: Im Endeffekt muss die Geschäftsausstattung das transportieren, was man selbst verkörpern möchten.
- Ihre Visitenkarte ist Ihre „**Visitenkarte**“!





Ein Bild sagt mehr als tausend Worte!



- Es gibt mehr als das klassische Businessportrait
- Wie wollen Sie wirken? In welchem Zusammenhang wollen Sie gesehen werden?
- Bildbotschaft verankern sich viel schneller als Text!
- Optimal ist die Verknüpfung mit dem Tätigkeitsspektrum
z.B.: Maschinenbau oder Finance in FFM

Selbiges gilt auch für das **Thema Video**.

- Noch mehr Eindrücke möglich: Neben dem Bild auch Stimme und Gestik
- Auch hier gilt: Unterstreichen Sie Ihren professionellen Auftritt mit einem **professionellen** Video
- Und der Eindruck über Foto/Video muss dann im Gespräch bestätigt werden

Ein Managerprofil ist ...



- Ihr individueller **Verkaufsprospekt** .. (Inhalt ist nirgends definiert)
- zeigt klar Ihre Position, Ihre USPs, zeigt Projekte und die relevanten Stationen Ihres Werdegangs, die Ihrem Kunden zeigen, dass Sie der richtige sind
- in Ihrem CD gestaltet, trägt Logo und Bild
- Ist so gut gemacht, ... „könnte gedruckt werden“
- Ist konkret und bringt Informationen auf den Punkt, aber mehr als nur ein Appetizer

→ **Machen Sie sich damit interessant!**



Profil
Hans-Joachim Egermann

Auf Basis von 30 Jahren nationaler und internationaler Erfahrung auf oberster Führungsebene in Konzern-, Mittelstands- und Familienunternehmen überlasse ich meine Auftraggeber als Interim-Senior-Experte und Executive, Berater, Coach, Mentor und als aktiver Betrat.

Als erfahrener Businesslösese in den Bereichen General Management, Sales, Excellence und Business Development übernehme ich nationale und internationale Einätze. Mein Führungstil ist situativ und individuell angepasst an Situation und Aufgabenstellung. Ich bin Gestalter und Unternehmensführer, entsprechend denkt und handelt.

General Management – national und international **Sales Excellence** **Senior-Experte und Executive, Mentor, Coach**

- CEO, Führungskraft, Geschäftsführer – mit insgesamt über 30 Jahren Expertise
- Internationale Erfahrung auf oberster Führungsebene in marktführenden Konzern-, Mittelstands- und Familienunternehmen – mehrere Jahre auch als Geschäftsführer
- Leitung von Auslandsniederlassungen in Frankreich und USA sowie Leitung von Auslands-Gesellschaften und weltweitem Kompetenz-Zentrum
- Vertriebs- und Marketingverantwortung in unterschiedlichen Vertriebs-systemen – Retail, Direktvertrieb, Franchising, Einstandsgebietsvertrieb, «Commerce»
- Konzern-, Gebiets- und Familienunternehmens-Steuerung und -optimierung, B2B und B2C
- Steuerung und Optimierung der Vertriebsprofessionalität
- Vertriebsstrategie und -konzepte
- Vertriebsmanagement und -steuerung
- Informationsmanagement und Vertriebscontrolling
- Kundenbeziehungsmanagement
- Tanden-Erfahrung – Mentor

Profil



Dr. Ing. Eberhard Müller
Heinrich-Heine-Str. 194
45292 Düsseldorf, Germany
Tel.: +49 (0)178 430 1814
e-mail: e.mueller@interim.de
www.d-mueller-interim.de

**CHANGING COMPANIES
VENTURING CHANGES**

HILGENSTOCK
Struktur für die digitale Geschäft

International background
large corporations and mid-sized global players
marketing, supply chain management, logistics
design engineering, electronics, renewables (wind and gas) in project business



Edward Hilgenstock
Mörsenweg 27
D-22329 Antwerp
Telefon: +49 4102 490 999-0
Mobil: +49 176 103 209 28
hah@hilgenstock-hamburg.de
www.hilgenstock-hamburg.de

AIMP Interim Manager Association 2022

AGIL DIGITAL SALES.

Als Interim EXECUTIVE (EBE) mit ausgewiesener Digitalkompetenz, als internationaler erfahrener

Interim- und Referenzprojekte	
2017	Unternehmensverkauf / Nachfolgersuche 3-Phasenmodell Sport/Freizeit Steigerung der Vertriebseffizienz: • Vertriebsorganisation / Vertriebsstrategie • Marketingaktivitäten und Vermarktung • Vertriebssteuerung • Internationalisierung • Personalentwicklung und Vertriebsaufbau
2018	Unternehmensverkauf / Nachfolgersuche 3-Phasenmodell Maschinenbau Steigerung der Vertriebseffizienz: • Prozess- und Projektmanagement • Vertriebssteuerung/-Controlling • Internationalisierung
2015	Unternehmensverkauf / Nachfolgersuche 3-Phasenmodell Maschinenbau Unternehmenswertsteigerung - Unternehmensrestrukturierung - Unternehmensverteilung Steigerung der Vertriebseffizienz: • Vertriebsorganisation • Vertriebssteuerung/-Steuerung • KAM und Neukundengewinnung
2014	Beratung und Umsetzung von Reorganisations- und Marketing Beratung von Vorstand - Planung von Reorganisationsmaßnahmen - Implementierung von Marketingmaßnahmen

EXCELLIANCE
INDUSTRY TASKFORCE



RÜDIGER TIBBE
Senior Partner & Managing Director
Lead Region Europe
E-Mail: ruediger.tibbe@excellence.de
Mobil: +49 160 4794480

Als westfälischer Bayer fühle ich mich wie die maximale Ausbaustufe von Durchsetzungsvermögen und Widerstandskraft. Veränderung zieht mich an, Stillstand treibt mich fort. Ich reagiere innerhalb von 24 Stunden. Das erwarbe ich auch von meinen Geschäftspartnern. Durch mein offenes Visier sage ich stets meine ehrliche Meinung. Ich mag den Begriff des „ehrbaren Kaufmanns“ und bin deshalb ganz bewusst nicht in die Politik gegangen.

Bessermachen statt Besserwissen.

- ✓ Übernimmt unternehmerische Verantwortung für strategische Aufgabenstellungen, auch in Organisationsaufstellungen
- ✓ Entlastet komplexe Sachverhalte mit Tempo im Kopf, beteiligtes Mitarbeiter und setzt LO
- ✓ Internationales Erfahrung aus 60 mittelständischen Familienbetrieben
- ✓ Fachwissen Festanfertigung Division

ULRICH SPÄING
Management & Business Consulting



Ulrich Späing
Bültzstraße 14
48429 Rheine
+49 (0) 172 53 03 174
u.spaeing@spaeing.biz
* am 27. Januar 1956 in Nordhorn

Mandate als
• Interim-Geschäftsführer,
• Bereichs- und Projektleiter
• Operations Manager

Interim Manager: Wertschöpfung, Absatz und Ertrag

Als Geschäftsführer, Bereichs- und Projektleiter sowie Operations Manager agiere ich interimsweise in den Bereichen Finanzen und Absatzmarkt (Marketing, Vertrieb, PR/IR) mit rund 30 Jahren Erfahrung. Aufgrund beider Disziplinen – Finanzen und Absatz – verfüge ich über Verständnis für Wertschöpfung und vielfältige Marktkenntnis.

Ich kann Zahlen, die im Vertriebsbereich generiert werden, auf der Finanztafel einordnen und bewerten. Umgekehrt weiß ich, welche Marktzahlen relevant für den Unternehmenserfolg haben. Gerade an der Schnittstelle von Vertrieb und Finanzen setze ich mein Wissen optimal ein – immer mit dem Fokus auf einen nachhaltigen Unternehmenserfolg.

Hilflichter meiner beruflichen Tätigkeit

- Projekte im Vertriebsbereich:
- Entwickeln von Vertriebs- und Wachstumsstrategien
- Entwickeln von Strategien zur Preis- und Nutzerzufriedenheit
- Marktbeobachtung und -analysen
- Unternehmenskommunikation und Investor Relations



Qualifikationen

- Staatl. gepr. Betriebswirt
- Certified Investor Relations Officer
- ESUG-Berater

Branchen-Diversity (in Jahren)



Einblick in Schwerpunkte:

- Leistungswirtschaftliche Restrukturierung
- Finanzwirtschaft
- M&A, PMI

Vertriebsbereiche:

- Geschäftsführer
- Generalbevollmächtigter z. B. Produkt
- Verantwortliche internationaler Vertriebsstellen

Marketing & Sales:

- Strategische E-Procurement
- Innovation & Digital Marketing
- Produktionssysteme
- Wirtschaftsprüfung

HUBERT STROKOSCH
DELIVER SUSTAINABLE CHANGE

Hubert Strokosch
MBA / Diplom-Kaufmann
Tirolostraße 24
D-83735 Bayrischzell
+49 151 59 43 82 11
hubert@strokosch.biz
strokosch.biz



Processes. Systems. Results.

Ich denke und handele als Führungspersönlichkeit. Manager, -Eigenschaften. Kompetenzen in Business Transformation, Change und

agische und operative Neuausrichtung sowie Effizienzsteigerung mit Schwerpunkten in Marketing, Vertrieb, Customer Care sowie international wie international, im Konzern und im Mittelstand.

- | | |
|--|--|
| Optimierung im Umfeld komplexer technischer Produkte | Geschäftsentwicklung & Wertsteigerung |
| • Customer Excellence | • Geschäftsentwicklung zur Steigerung von Profitabilität und Wachstum unter Berücksichtigung und Anwendung neuer Technologies/ Digitalisierung |
| • Prozesse | • Performance Management und Wertsteigerung im PE-Umfeld |
| • Methoden | |
| • Geschäftsmodelle | |
| • Produkt-/Serviceportfolio | |

- | | |
|------------------------|-----------------------------------|
| Funktionen | Branchen |
| • Marketing/Vertrieb | • Dienstleistungssektor |
| • Business Development | • Business Development |
| • General Management | • Matusgesellschaft (Polaris R&D) |
| • Program Management | |

- | | |
|---------------------------------|----------------------------|
| Sprachkenntnisse | Auslandsaufenthalte |
| • Deutsch (Muttersprache) | • Europa |
| • Englisch (verhandlungssicher) | • Asien (Japan / APAC) |
| • Niederländisch (gut) | • Nordamerika (USA) |
| • Spanisch (gut) | • Südamerika (Brasilien) |

Hubert Strokosch
2.11 | hubert@strokosch.biz | strokosch.biz

PROFIL



ANAR EFTENDIEV
Senior Manager
Karl-Neuberg-Str. 9
04011 Frankfurt am Main
Deutschland
Mobil: +49 171 64 60 117
anar@eftendiev-interim.com
www.eftendiev-interim.com

Anar Eftendiev ist Interim Experte im Bereich Banking, Finance & Regulierung mit ausgewiesenen Track Record und breiter Kenntnis des Bankenmarktes.

LEISTUNGSSPEKTRUM

Banking, Finance & Treasury	Balance Sheet Management	Financial Regulation	Business Development	Project Management
-----------------------------	--------------------------	----------------------	----------------------	--------------------

ERFAHRUNG

- 18 Jahre Berufserfahrung
- Commercial & Investment Banking
- Buchhaltung
- Controlling & Risikomanagement
- Bilanzstrukturremanagement
- Finanzregulatorik & Aufsichtsprüfung
- Hoher Verantwortungsbereich, Führung, Projektierung
- Active Portfolio, Interim-Übertragung
- Interkulturelle Kompetenz
- Bilanzierung (IFRS, IFRS, US-GAAP)
- Jahres- & Konzernabschluss-Berichterstattung
- Bankenaufsicht (BaFin, BaFin, BaFin, BaFin)
- Regulatorik & Aufsichtsprüfung (FSMA, IFRS & Dodd-Frank, EMIR, Basel, MiFID, Solvency, CRR, CRR II, MiFID 2, MiFIR, EBA-Steueramt, Lemmy Regs, LCR, NSFR, BRR, Solvency Rule, Thresholds)
- Structured Finance (CDO, ABS)
- Netting & Clearing (OTC Delivery & Repos)

Das einzelne Projekt im Managerprofil



Intro:

- Die Aufgabe, formuliert als kurze Headline
- Die Rolle
- Zeitraum / Einsatzort

Zum Unternehmen:

- Name (oder „Mittelständisches Unternehmen aus Branche XY“, wenn Unternehmen nicht benannt werden darf)
- Branche / Teilmarkt (Teilmarkt sofern dieser relevant ist)
- Unternehmensgröße (Umsatz, MA-Zahl)

Zum Verantwortungsbereich:

- Budgetverantwortung
- (MA-Zahl in Ihrer Verantwortung)

Zum Mandat:

- Situation im Unternehmen
- Aufgabe
- Maßnahmen
- Ergebnisse

UND: **Besonderheiten, die die eigene Positionierung belegen**

XING ...



- **XING-Statusanzeige:**
Malte Borchardt ... beim DDIM-Kongress
Max Interim ... **ist verfügbar!**

„Alles wird vergleichbar und transparent. Beziehen Sie Position. Und zeigen Sie das!“

forma interim

PREMIUM

Malte Borchardt
beim DDIM-Kongress

[Visitenkarte bearbeiten](#) ⋮

Inhaber, **Marketing für Interim Manager - und das richtig!**, forma interim:
Positionierung, Logo, Texte, Website u.v.m.

Inhaber, **Geschäftsführender Gesellschafter**, MoveProject - Support on Demand GmbH

Köln, Deutschland

Die Webseite ...

- Meine Kunden kommen nicht über das Internet ...
- Man kennt mich in der Branche. Ich bekomme meine Anfragen auch so ...
- Dafür habe ich keine Zeit ...

Ich brauch das nicht.



Brauche ich eine **Webseite**?



Das ist die falsche Frage. Die Frage ist **nicht ob** Sie eine Website benötigen, **sondern was sie für Sie leisten soll!**

- Jedes professionelle Unternehmen verfügt über eine Website. Sind Sie **professioneller Unternehmer**?
- Sie zeigen damit auf einfache Art & Weise, was Sie dem Kunden bieten
- Sie hilft dem Betrachter, sich einen ersten Eindruck von Ihnen, bestätigen zu lassen
- Hier haben Sie es in der Hand, was & wie über Sie geschrieben wird!
- **Sie ist Ihre „Homebase“ der digitalen Positionierung**

Webseite: weniger ist manchmal mehr!

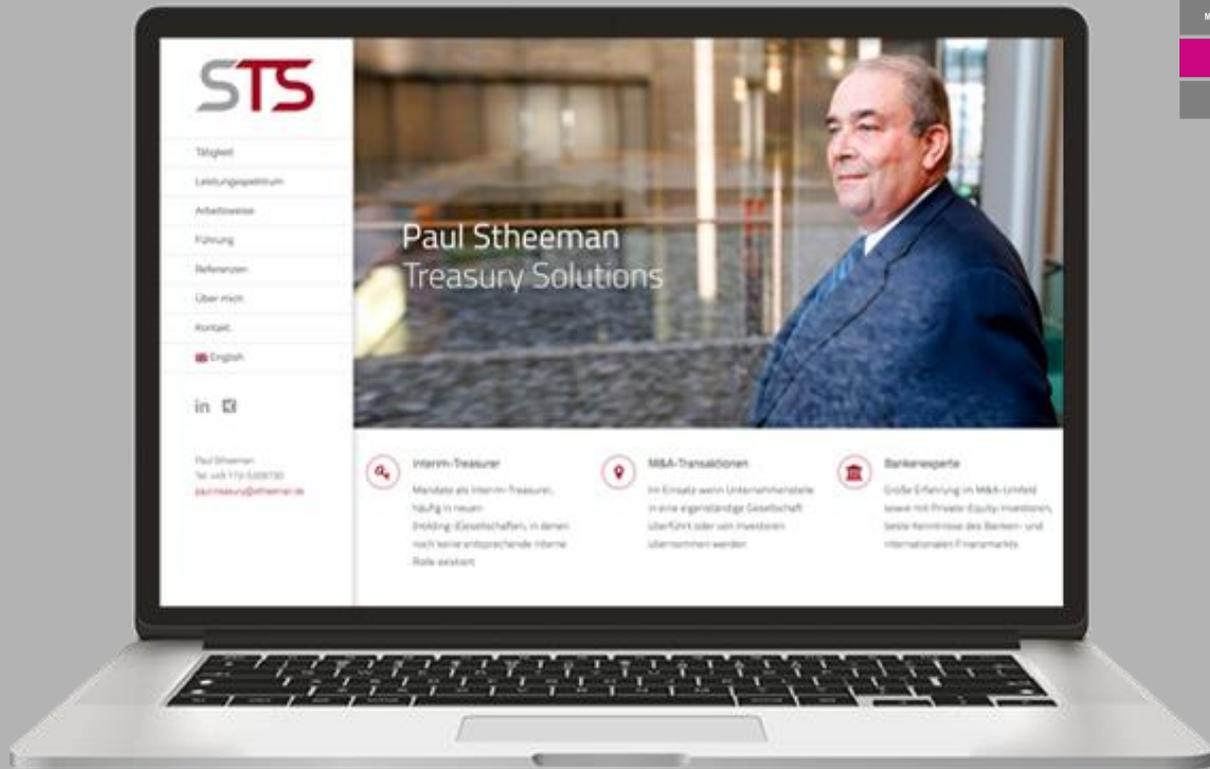


- **Startseite muss auf den ersten Blick klar machen, was Sie bieten**
- **Sie sind das Produkt.** Also gehört ein Bild von Ihnen ins Schaufenster.
- Einfach halten = Sie möchten sofort richtig eingeordnet werden;
→ Kunde/Provider muss Sie direkt verstehen
- Reduce to the max = so ausführlich wie nötig, so kurz wie möglich!
- **Kaskadierender Informationsaufbau** (vom Schnellleser zu den **Details**)
- **Wenn „Aktuelles“ oder Blog, dann auch regelmäßig und nach Plan!**
- Responsives Design und SEO sind Pflicht

Webseite: was nicht geht ..



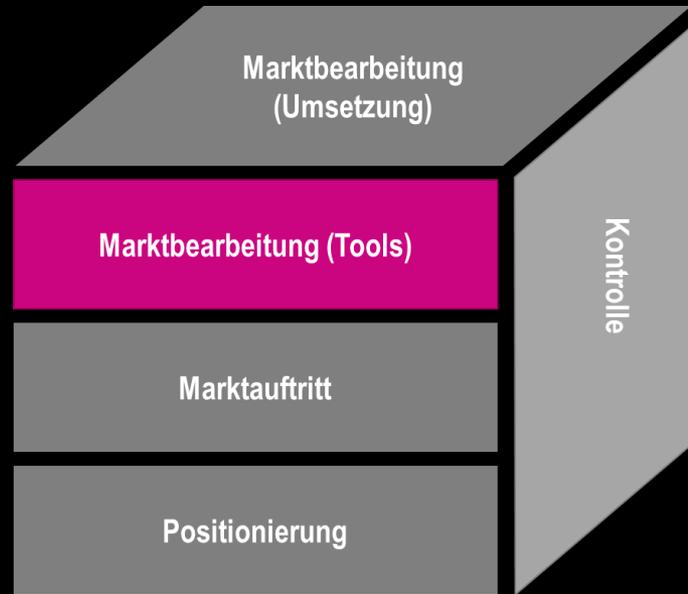
- veraltete oder schlechte Inhalte (Texte und Bilder)
- technische Unzulänglichkeiten z.B. zum Thema Sicherheit (kein SSL, ...)
- schlechte Gestaltung, Gestaltungsfehler
- kein responsives Design
- Defizite bei Ladezeiten
- mangelhafte Suchmaschinenoptimierung / SEO
- keine DSGVO-Konformität





3

Marketing-Kubus



Tools der Marktbearbeitung



Welche Tools gibt es?

Case-Studie / Projektbericht, Referenzschreiben, Fachbeiträge, Flyer, Kurzumfrage, **Weihnachtskarte**, Buch, Advertorial, Google-Adwords, Referenten-Sedcard, Imagebroschüre, Pressemitteilung, Blog, Newsletter, SocialMedia **u.v.m.**

Was nutzen Sie? Was fällt Ihnen zusätzlich ein?

Was würden Sie nutzen?

Marketing in der Praxis



1. Zielgruppe & Zielsetzung
2. CONTENT: Welche Informationen sind interessant und relevant für meine Zielgruppe? **Zahlen diese dann auch auf meine Marke ein?**
Entsprechen sie der Positionierung?
3. AUFBEREITUNG: Was erwartet meine Zielgruppe?
Was nimmt sie (wie) wahr? Drucken, nur online, Frequenz ..
4. DISTRIBUTION: Auf welchem Weg bringe ich die Information ans Ziel?
Welche Kanäle nutzt meine Zielgruppe? Z.B.: Papier, Online- und SocialMedia-Kanäle, Blog ...



Bereichsleitung Internationaler Vertrieb Strategie- und Organisationsberatung

Mein Auftraggeber, seine Situation

Der Bereichsleiter (Berichtslinie an die GF) ist zum Jahresende 2017 entlassen worden. Vor einer Nachbesetzung soll die Situation analysiert werden und eine Strategie für den Vertrieb entwickelt werden. Eine Restrukturierung ist nicht ausgeschlossen.

Die DMG steht vor großen Herausforderungen: Der Wandel vom „Material- und Zubehör-Anbieter für den Zahnarzt“ hin zu einem „Lösungs-Anbieter für digitale, dentale Workflows“ und zu einem „Solution Provider inklusive 3D-Druck und Software“ ist zu meistern. Kooperationen mit Wettbewerbern und Geräteherstellern sind erforderlich.

Die Anforderungen an die Vertriebsmitarbeiter ändern sich - und das mit einem sehr heterogenen Vertriebsteam, das schlecht kommuniziert, insbesondere an den Schnittstellen, das verunsichert ist wegen der vielen Change-Themen, „Low-Performer“ im Team mit unzuverlässiger Arbeitsweise ohne Einhaltung von Zusagen erschweren ein strukturiertes Arbeiten.

www.dmg-dental.com



DMG Chemisch-Pharmazeutische

Fabrik GmbH

Dentalmaterialien für
Zahnärzte und Zahntechniker

Umsatz: 75 Mio. €

Mitarbeiterzahl: ca. 450

Zeitraum des Mandates: 2018-2019

Meine Aufgabe

- Ad hoc: Defizite abstellen und Vertriebsbereich stabilisieren
- Situation analysieren und Strategie erarbeiten
- Coaching der Abteilungsleiter
- Grundsätzlich: „Aufräumen“ im Vertrieb & Verbesserung der „Mitarbeiter-Performance“
- Erarbeiten des Profils des zukünftigen Bereichsleiter Vertrieb



MARITA KLAFKE INTERIM MANAGEMENT

Wallstr. 27 • 23560 Lübeck • Mobil: +49 171 490 1960 • info@klafke-healthcare.com • www.klafke-healthcare.com



Maßnahmen, die ich ergriffen habe

- Situationsanalyse
- Mittelfristplanung konzipiert, Strategie-Template erarbeitet, implementiert und trainiert
- Preisstrategie in Projekt erarbeitet, Vertriebs-KPIs und Rentabilitätsbetrachtung eingeführt
- Vertriebscontrolling aufgebaut (Junior-Controller)
- Potenzialanalyse der Abteilungsleiter und davon abgeleitet neue Aufteilung von Vertriebsgebieten
- Vertriebsgebiete neu strukturiert, Kundendienst eingeführt und Zusammenarbeit der Vertriebs-Abteilungsleiter unterstützt
- Coachen der Abteilungsleiter, Mitarbeiterentwicklung und Role Model für Führungskräfte
- Auswahl neuer Mitarbeiter, „Selbstklärung“ für einen Mitarbeiter herbeigeführt
- Schwierige Themen zwischen Abteilungsleitern und GF moderiert



Meine Ergebnisse

- Performance des internationalen Vertriebs erheblich verbessert
- Vertrieb stabilisiert mit verbündetem Reporting
- Mittelfriststrategie „Vertrieb“ verabschiedet
- Kommunikation verbessert
- Zusammenarbeit in interdisziplinären Teams und Kooperation mit Schnittstellen verbessert
- Funktionierendes „Office-Management“
- Neue Bereichsleitung Vertrieb ist gefunden und startet im Mai

Übergeordnete, unternehmensweite Themen

- Beratung der Unternehmensführung, geschätzter Sparringpartner
- Eigene richtungsweisende Beiträge und Vorschläge zur Unternehmensentwicklung
- Moderation von Lessons Learned Workshops der Unternehmensführung
- Strategie-Workshop für Tochter-Unternehmen konzipiert und geleitet
- Coaching der Bereichsleitung Marketing
- Beratung in Innovationsprojekten



Susanne Steigen
Geschäftsführerin der DMG Chemisch-Pharmazeutische Fabrik GmbH
„Guten Abend Frau Klafke, vielen Dank für das Strategie-Template! Ich finde das Ganze ausgezeichnet und habe keine Ergänzungen.“

Wenn die Vertriebsleiter damit gut arbeiten, dann haben wir die Vertriebsstrategie bei DMG auf ein ganz neues und deutlich höheres Niveau.“

MARITA KLAFKE INTERIM MANAGEMENT

Wallstr. 27 • 23560 Lübeck • Mobil: +49 171 490 1960 • info@klafke-healthcare.com • www.klafke-healthcare.com





Thorsten Soll

Neue Perspektiven auf Ihre Finanzen



Thorsten Soll, Durlacher Straße 96, 76229 Karlsruhe, Mail: consulting@thorsten-soll.de
 Mobil: +49-173-2926820, Tele fon: +49-726-6293979, Fax: +49-3212-1019912

www.thorsten-soll.de



01 | **Mein Lebenslauf** // Ein wichtiger Teil eines Lebenslaufes, insbesondere in der Unternehmensberatung, ist die Darstellung der eigenen Projekte der letzten Jahre. 2012 gab es einen kleinen Einblick in den Markt.

02 | **Setting und Führung** // Mitarbeiter auf dem Markt suchen nach einem Unternehmen, das sie in der Lage ist, sie zu unterstützen. Der Einsatz von selbstständigen Mitarbeitern ist per se ungewöhnlich.

03 | **Wichtige Erkenntnisse** // Der Schritt in die Finanzwelt ist ein großer Schritt. Hier muss, abgesehen von der Ausbildung, ein professionelles Netzwerk aufgebaut werden. Ein Netzwerk ist ein wichtiger Bestandteil für den Erfolg in der Unternehmensberatung.

04 | **Mein Wissen** // Wirtschaft, Unternehmensrecht, M&A, IPO, Bilanzierung und Steuerlehre sind die Grundlagen der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

05 | **Abrechnung bei der** // Jedes Geschäft hat andere Regeln als die üblichen Geschäftsregeln. Die Abrechnung ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

06 | **Arbeitsverhältnisse** // Die Arbeitsverhältnisse sind ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

07 | **Netzwerke** // Ein Netzwerk ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

08 | **Rechtliche Aspekte** // Die rechtlichen Aspekte sind ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

09 | **Marktauftritt** // Der Marktauftritt ist ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensberatung. Ein gutes Verständnis dieser Bereiche ist ein Muss für jeden Interim-Manager.

10 | **Mein Lebenslauf** // Ein wichtiger Teil eines Lebenslaufes, insbesondere in der Unternehmensberatung, ist die Darstellung der eigenen Projekte der letzten Jahre. 2012 gab es einen kleinen Einblick in den Markt.

10 JAHRE

2017 ist **Pfeiljahr** // 10 Jahre Interim Manager – 10 Jahre neue Perspektiven auf Finanzen. Ich bedanke mich bei allen, die mich in den vergangenen Jahren begleitet haben – in Projekt und Miteinander, als Gesprächspartner oder guter Freund.

DDIM.
 Dachgesellschaft Deutsches
 Interim Management e.V.



Mailings und Newsletter



- Initial
- Regelmäßige Information – in Erinnerung rufen
- Kompetenz über Content unterstreichen – auf aktuelle Themen aufspringen

Veranstaltungen und besondere Events



- Werden Sie selbst zum Veranstalter
- Themenspezifische Veranstaltung – erst klein, später größer
- Sie entscheiden über relevante Teilnehmer!

Pressearbeit



- Was sind relevante Themen für die Presse?
- Pressekontakte müssen mittelfristig aufgebaut werden (z. B. über Veranstaltungen)
- Schwierig und Aufwand ist nicht zu unterschätzen!

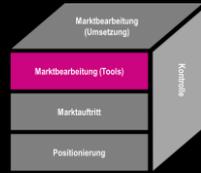
Netzwerken



- Gehen Sie dort hin, wo Sie Ihre Zielgruppe treffen
- Mitgliedschaften in branchen- und branchenfremden Zusammenschlüssen
- Auch außerberufliche Netzwerke helfen (Vereine)



Seien Sie mutig, seien Sie modern, wenn es Ihrer Positionierung entspricht und das der richtige Kanal zur Erreichung Ihrer Zielgruppen ist.



SOUNDCLOUD Charts Suche nach Künstlern, Bands, Tracks, Podcasts Anmelden Konto erstellen Hochladen

On the Way to New Work

Michael Trautmann & Christoph Magnussen
Hamburg, Germany

PODSTARS OMT

Alle Tracks Alben Playlists Reposts

Sender Folgen Teilen

Follower 1.721 Folge ich 5 Tracks 89

Wir sind zwei Unternehmer aus Hamburg, die von den Möglichkeiten neuer Tools und Methoden, um Arbeit zu verändern, begeistert sind. Bei allen Tools, Cloud, künstlicher Intelligenz und Co. sind wir zudem der Meinung, dass die Frage nach dem

Mehr anzeigen

- Facebook Page
- Unsere Website
- Unsere Videos
- Den Podcast
- Christoph's Website

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches Interim Management e.V.

forma interim

Podcast #88 mit Bastian Bauer von Mindspace vor 1 Tag #Bildung 49:14 7 2 Teilen Mehr 5.252

Podcast #87 mit Mintra Mattison und Jacob Tilly von HYROX vor 8 Tagen #Bildung 44:22

Fazit

- Gehen Sie mit der Zeit und seien Sie mutig, denn (positiv) Auffallen ist Trumpf
- Der Markt wächst, die Zahl der Manager auch – also innovative Wege gehen
- Nutzung des Mediums als solches ist Botschaft
- Interim Manager sollten der Zeit eher voraus sein – zeigen sie es!
- Achten Sie aber darauf, dass die Instrumente und Tools zu Ihnen und Ihrem Angebot passen, insbesondere aber für Ihren potentiellen Auftraggeber die richtigen sind!
- Inhalt muss qualitativ hochwertig sein





Althoff.

Der Mitveränderer.

Home.

Angebot.

Projekte.

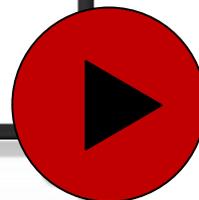
Veröffentlichungen.

Erfahrung.

Über mich.

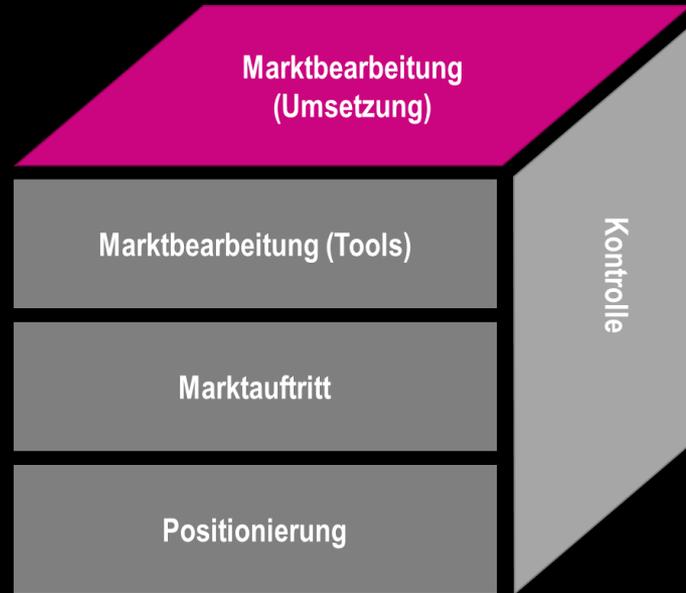


»Als Ingenieur verstehe ich die Technik, als Manager die Menschen. Und damit führe ich uns ans Ziel.«



3

Marketing-Kubus



Marketing und Umsetzung



- Handeln Sie mit Ziel und Plan:
WEG VOM kurzfristigen und rein verkaufsorientierten Vorgehen, hin zum langfristig **beziehungsorientierten Vorgehen, um Vertrauen** aufzubauen
- Informieren Sie regelmäßig. Wirkung entfaltet sich!
- Maßnahmen und Aussagen aufeinander abstimmen
- Auch im Mandat muss Zeit für Marketing sein! Steter Tropfen .. aktiv bleiben!
- **Was nützt der tollste Erfolg, wenn keiner davon weiß?**
- ... „TUN“ ;-)

Engagement führt zum Erfolg

- Es gibt nicht den einen „klassischen Königsweg“, der hohe Projektauslastung garantiert.
- Ein guter Mix an professionell genutzten Marketing- und Vertriebswegen zahlt sich aus.
- Trichter-Prinzip: Mehr Output in Form von Akquisechancen unten bedarf auch mehr Input oben.
- Erfolg am Markt ist das Ergebnis permanenter Kommunikation mit der Zielgruppe über unterschiedliche Kanäle.



Aktion: Ihr Plan für 2020!



Zielgruppe

Maßnahmen

Zielsetzung

- Idee beschreiben

Inhalt

- Umsetzung planen

Aufbereitung / Kanal

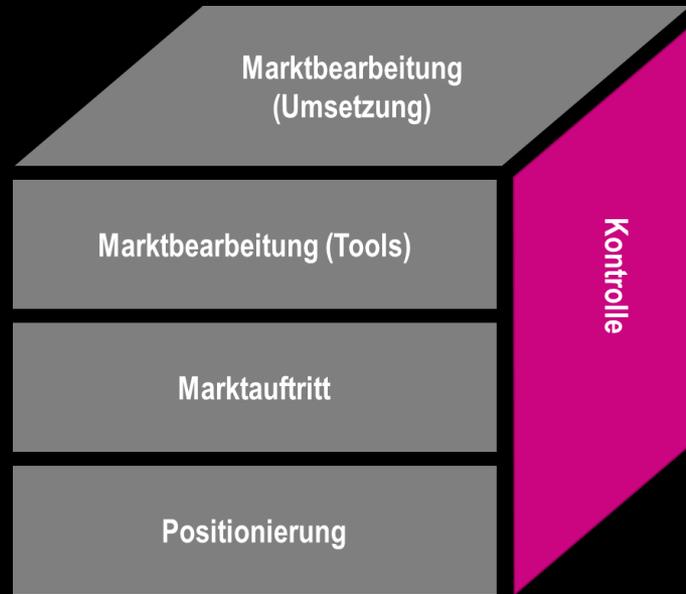
- Kapazitäten beachten

Distribution

- ...

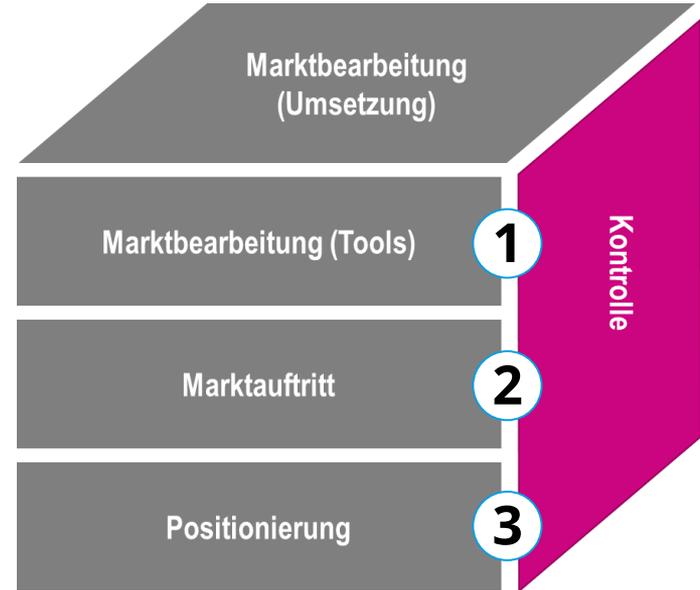
3

Marketing-Kubus



Blick in den Rückspiegel

1. Jährlich: Überprüfen der gewählten Tools, der einzelnen Aktionen, des Plans, dessen Umsetzung sowie der Wirkung
2. Alle 2 Jahre: Überprüfen der aufgesetzten Elemente des Marktauftrittes
3. Alle 3 Jahre: Positionierung bzw. Fundament prüfen



4

Erfolgsformel

Einfach

Strukturiert, nach Plan

Machen

Wenn Sie Fragen haben, dann melden Sie sich gerne.

forma interim - Marketing für Macher

Malte Borchardt

Antwerpener Str. 14
50672 Köln

COWORKING SALZBURG
Techno-Z (Techno 2)
Jakob-Haringer-Straße 3
5020 Salzburg

+49 173 / 72 22 771

borchardt@forma-interim.de

www.forma-interim.de

DDIM.
Dachgesellschaft Deutsches
Interim Management e.V.

**forma
interim**



Vielen Dank für Ihr Interesse!

Marketing für Macher
DDIM.kongress // 2019

