



Λ ·partnership

Atreus A.cademy:

Selbstvermarktung von Interim Managern

Der Markt für Beratungs- und Interim Management Dienstleistung verändert sich

- Kunden sind in Bezug auf externe Beratungsleistung wählerischer geworden – **Kunden wollen Lösungen!**
- **(Branchen-, funktionelle) Erfahrung, Führungsfähigkeit, Projektmanagement und Transformationskompetenz** spielen eine signifikante Bedeutung bei der Vergabe von Projekten
- **Internet** lässt heute zu, auch als einzelner Spezialist/Berater Research-Leistungen einzukaufen, die bisher Großberatungen vorbehalten blieben
- **Arbeitsmodelle ändern sich:** „Life-long“-Arbeitsmodelle werden sukzessive durch „auf Zeit“-/projektbezogene Arbeit abgelöst
- **Dadurch Umschichtung im Arbeitsmarkt:** Anzahl von toposgebildeten Beratern, Spezialisten/Managern ad interim wächst

**„Was kann ich tun,
um meine persönliche Hit Rate
zu erhöhen?“**

Selbstvermarktung startet mit persönlicher Profilierung und endet mit Erfolg beim Kunden



„Was muss ich tun, damit ich angefragt werde?“



- **Eigenes Profil schärfen:**
 - Was ist mein „roter Faden“ durch meine berufliche Karriere?
 - Welche Kernkompetenzen/Schwerpunkte habe ich, wo bin ich „unique“, was sind meine Alleinstellungsmerkmale? Wofür brenne ich?
 - Wo habe ich diese Fähigkeiten unter Beweis gestellt?
 - Wie bin ich dabei vorgegangen (Vorgehensmodell)?
- **Sichtbar sein:**
 - Profil updaten, ebenso Verfügbarkeiten aktualisieren
 - Kontakt zu „Mutterschiff“ halten – kontinuierlicher Austausch über Marktgeräusche, Entwicklungen, Projekte, gemeinsame Akquisitionsansätze ...
 - Artikel schreiben (auch gemeinsam mit Atreus), Themen besetzen, Mitarbeit in Solution Groups (win-win), empfohlen werden!
- **Professionelle Papierform:**
 - Lückenlose Darstellung der beruflichen Laufbahn
 - Darstellung von Projekten mit Beschreibung der Ausgangssituation, Vorgehensweise/wesentliche Stellschrauben und der wirtschaftlichen Ergebnisse

Beispiel – Inhalte eines guten CVs (Profil liegt als Maske im online Portal vor)

Persönliche Daten

Angaben zur Person, Wohnsitz, Familienstand, Anzahl Kinder

Kernkompetenzen:

„In welchen Branchen, Funktionen, Unternehmensgrößen, Unternehmenstypen, Unternehmenssituationen bin ich wirklich zu Hause?“

Spezifisches Know-how:

Sprachen (Sprachlevel), IT-Kenntnisse, relevante Zertifizierungen, Methoden-Kenntnisse

Chronologischer Lebenslauf:

Selbstständige Tätigkeit/Interim-Tätigkeiten besonders kennzeichnen (mit Tätigkeitsbeginn, z.B. seit 10/2012), Kurzbeschreibung nach STAR-Ansatz

- Situation: Wie war die Ausgangssituation des Unternehmens?
- Task: Was war die Herausforderung/Aufgabe bei welcher Verantwortung?
- Action: Welche Aktionen wurden angestoßen?
- Results: Welche Ergebnisse/Erfolge konnten erzielt werden?

Festanstellungen mit Kurzbeschreibung des Unternehmens und STAR-Ansatz und Zeitdauer

Weitere wertvolle Hinweise für Papierform (CV)

- **Karriereziel formulieren:** Interim Management vs. Festanstellung
- **Allgemeinverbindliche (neudeutsche) Begriffe** verwenden (z.B. Marketing & Sales, Human Resources, Finance & Controlling)
- Zusätzlich: **Wesentliche Erfolge und Projekte** (Umsatzausbau, Produktneuheiten, ERP-Implementierung, Vertriebsprojekt etc.)
- Branchenbezogene Projekte aufführen (**Passgenauigkeit**)
- Prof. Bewerbungsfoto, max. zwei Jahre alt, mit Krawatte
- **Karriereentwicklung („roter Faden“)** muss erkennbar sein
- Angabe von **zeitlicher/räumlicher Verfügbarkeit**
- Tagessatz

„Wie bereite ich mich auf die Kundenpräsentation vor?“



- **Sorgfältige Vorbereitung:**
 - Intensive Auseinandersetzung mit dem Unternehmen und Markt
 - Hinterfragen der Projektspezifikation – gemeinsam mit Atreus Partner/Director
 - Wer sind die handelnden Personen?
 - Entwicklung von Hypothesen zur Herleitung von Lösungsideen
- **Konzentrierte Präsentation:**
 - Antennen schärfen zur Wahrnehmung der Situation/Umgebung/kulturellen Usancen – Körperspannung zeigen!
 - Dialog suchen, Fragen vorbereiten, nachhaken, Interesse zeigen
 - Kein trockenes Wiedergeben des CVs, Bezug nehmen auf die aktuelle Aufgabenstellung, z.B. wie würde ich vorgehen, wie habe ich vergleichbare Situationen in anderen Projekten gemeistert?
- **Ernsthafte Nachbearbeitung:**
 - Feedback aktiv fordern: was war gut, was kann verbessert werden?
 - Wie sehen die nächsten Schritte aus, wie lässt sich Onboarding gestalten, wie sieht zukünftige Zusammenarbeit aus?
 - Bei Absage: Lesson learnt – was kann ich künftig besser machen?

„Wie kann ich den Erfolg des Projektes sichern?“ (1)



- **Onboarding**
 - 30-Tage-Plan entwerfen – mit wem rede ich in den ersten fünf Tagen?
 - Stakeholder Management – die ersten Tage im Unternehmen nutzen, um mit den wesentlichen Stakeholdern zu sprechen, um ein umfassendes Bild zu erhalten
 - Ggf. vor Antritt bereits Termine vereinbaren
 - Zügig an „deliverables“ arbeiten und innerhalb der ersten zwei bis drei Wochen mit Auftraggeber abstimmen
- **Erwartungsmanagement:**
 - Was ist im Scope, was ist außerhalb des Scopes?
 - Was erwartet das Management/Stakeholder, stimmt das überein mit der definierten (ursprünglichen) Aufgabenstellung?
 - Kontinuierliche Kommunikation zum Auftraggeber, keine Überraschungen?
- **„Unpolitisches“, ziel- und ergebnisorientiertes Handeln:**
 - Fokussierung auf das Projekt
 - Keine Involvierung in politisches Gerangel
 - Ziel-/Ergebniserreichung hat Priorität

„Wie kann ich den Erfolg des Projektes sichern?“ (2)



- **Enge Abstimmung mit Client Manager**
 - Kontinuierlicher Austausch mit Client Manager („Ballhöhe“)
 - Unterstützung bei „verirrten“ Erwartungen
 - Ggf. auch Signale für weitere Unterstützung
- **Ableiten von Case Studies/Referenzprojekte:**
 - Success Stories aufbereiten und verbreiten (Case Studies, Artikel ...)
 - Referenzgeber im Unternehmen identifizieren und pflegen
 -

 **Ein erfolgreiches Projekt ist die beste Form der Selbstvermarktung und erhöht die Wahrscheinlichkeit eines weiteren Einsatzes**

Zusammenfassung – was hilft mir bei meiner persönlichen Hit Rate?

- Persönliche Visitenkarte (Was kann ich, wer bin ich, was will ich?)
- Gute schriftliche Präsentation (CV, Case Studies)
- Spielregeln einhalten („fair play“)
- Belastbare, gute Referenzen
- Gute Gesprächsvorbereitung bei Atreus (Interview) und bei anschließender Kundenpräsentation, keine Besserwisserei
- Zuhören ...
- ... und Fragen stellen (ggf. zwei bis drei Fragen vorbereiten)!
- Top-Referenzprojekte aufweisen!

Wir gestalten Zusammenarbeit



Atreus GmbH
www.atreus.de

Landshuter Allee 8
80637 München
Tel.: +49 (0) 89 45 22 49-0
Fax: +49 (0) 89 45 22 49-599

kontakt@atreus.de

Bedeutung der Marke

► Beispiele:

- Erde Compo
- Wasser S. Pellegrino
- Papiertaschentücher Tempo
- Interim Management Atreus

► Der einzelne IM sollte aus seinem Namen eine Marke machen:

- Qualitätsversprechen
- Scharfes Profil, welches Leistungsprofil deckt der Manager ab
- Profilierung: CV, Website, Atreus Updates schicken, Publikationen
- Erfolgreiche Projekte

Pipeline Management

Jährlicher Aufwand für ein bis zwei Mandate (beispielhaft)



15 bis 20 Marktkontakte

6 bis 8 Anfragen von Providern oder Kunden

3 bis 4 Präsentationen beim Klienten

1 bis 2 Mandate