



***Der Tagessatz:
-finden
-verteidigen
-steigern***

***DDIM KONGRESS
18.11.2017***

**Annette Elias
Interim Profis GmbH
Dieselstraße 2
40721 Hilden**

+49 2103 97 88 16-0

a.elias@interim-profis.com

www.interim-profis.com



**Thomas Schulz
RAU | INTERIM GmbH
Lindenstraße 14
50674 Köln**

+49 221 924 2818-0

t.schulz@rau-interim.de

www.rau-interim.de

Inhalt

- # Vorstellung Elias / Schulz / Elevator Pitch / Erwartungen
- # Den Tagessatz finden
- # Den Tagessatz verteidigen
- # Den Tagessatz steigern
- # „Rollenspiel“

Unsere Vorstellung / Elevator Pitch:

- ✓ **Thomas Schulz / Rau Interim**
- ✓ **Annette Elias / Interim Profis**
- ✓ **Erwartungen AE / TS an Interim Manager**

Unsere Vorstellung / Elevator Pitch:

- ✓ Thomas Schulz / Rau Interim / Elevator Pitch

Fokus: Nur Interim, nur Lebensmittelindustrie

Funktionen:

- ✓ **Geschäftsführung (CEO / CRO), Technik, Produktion, QM, Finance, HR, Marketing, Vertrieb**

Kunden:

- ✓ **Entlang der Wertschöpfungskette. Vom Anlagenbauer über den Produzenten bis zur Logistik in den Handel. KMU und Konzern. Lebensmittelindustrie. Zur Zeit ausschließlich D-A-CH**

Kandidaten:

- ✓ **Faire, vertrauensvolle & werteorientierte Zusammenarbeit**
- ✓ **Prospektive Interviews, 1 h in Köln**
- ✓ **No-Nonsense und klare Transparenz**
- ✓ **Begegnungen auf Augenhöhe**

USP: Transparentes & gestaffeltes Provisionsmodell mit sich reduzierendem Tagessatz / Industrie-Erfahrung RI und RC

Konkret:

- ✓ **Interim Manager legt seinen Tagessatz fest**
- ✓ **Mit der Laufzeit abschmelzende Margenstaffelung für RI:
Tagessatz Manager plus 30 % bis 15 % Rau | Interim
Tagessatz Manager plus 250 bis 150 EUR**
- ✓ **Bei Übernahme in die Festanstellung wird bereits gezahlte Provision auf die Finders Fee angerechnet (Sockel 10 k EUR)**
- ✓ **Hohe Wertschätzung und Akzeptanz aufgrund eigener Tätigkeit als Personalchef und IM in der Foodindustrie**
- ✓ **Hohe Wertschätzung & Akzeptanz der Rau Consultants im Markt**

Unsere Vorstellung / Elevator Pitch:

- ✓ **Annette Elias / Interim Profis / Elevator Pitch**

Fokus: Nur Interim Management

Funktionen:

- ✓ Geschäftsführung (CEO / CRO), Finance, HR, technische Führungsfunktionen, Marketing, Vertrieb

Kunden:

- ✓ Mittelstand bzw. mittelständisch geprägte Unternehmenskultur
- ✓ Schwerpunkt: Produzierende Unternehmen
- ✓ Internationale Ausrichtung
- ✓ Unternehmen in Veränderungsprozessen (extern / intern motiviert)

Kandidaten:

- ✓ Faire, vertrauensvolle & wertorientierte Zusammenarbeit
- ✓ Regelmäßige kostenlose Veranstaltungen für Interim Manager

USP: Transparentes & gestaffeltes Provisionsmodell mit sich reduzierendem Tagessatz

Konkret:

- Interim Manager legt seinen Tagessatz fest
- Phase 1/ Projekttag 1-100: Aufschlag: 300€
- Phase 2/ Projekttag 101-200: Aufschlag: 150€
 - ✓ 100€ weniger für den Kunden
 - ✓ 50€ mehr für Interim Manager
- Bei Übernahme in die Festanstellung wird bereits gezahlte Provision zu 100 % auf die Finders Fee angerechnet



Was erwarten AE / TS von Interim Managern?

- ✓ absolute persönliche Integrität
- ✓ absolute Klarheit und Transparenz der eigenen Haltung
- ✓ echte Verbindlichkeit im Dreiklang „Denken/Sagen/Handeln“
- ✓ tiefe und breite Branchenkenntnis
- ✓ hohe Umsetzungskompetenz
- ✓ schnelle Lösungsorientierung
- ✓ klare Führungsstärke
- ✓ starke Kommunikationsfähigkeit
- ✓ konkrete Analysefähigkeit

Abfrage Flipchart – Handzeichen - Zuruf

- ✓ Wer ist Newcomer ?
- ✓ Wer ist “alter Hase“ ?
- ✓ Durchschnitts-Tagessatz ?
- ✓ Durchschnitts-Auslastung pro Jahr?

Den Tagessatz finden

- 1.** Der Ingenieur / MINT-Denker / interne Betrachtung
- 2.** Der BWLer / Markt-Denker / externe Betrachtung
- 3.** Die Faktoren des Tagessatzes
 - a) Produkt
 - b) Markt
 - c) Kunde
- 4.** Der tatsächliche Preis / Synthese
- 5.** Differenz Verkaufspreis und Einkaufspreis
- 6.** Das Angebot
- 7.** Das Sonderangebot

Den Tagessatz finden

1. Die interne Betrachtung

a) Welches zu versteuernde Einkommen soll erzielt werden ?

b) Was sind die Lebenshaltungskosten ?

- Familiensituation / Unterhalt

- Wohnung / Miete

c) Was sind die Berufskosten?

- Büro/Telefon

- Auto/Versicherungen (RV)/Verbrauchsgüter/Mitarbeiter

- Vertriebskosten/Marketingkosten

Ergebnis: Einkommen von 5.000 EUR soll erzielt werden

Umsatz von 10.000 EUR muss erreicht werden

Den Tagessatz finden

1. Die interne Betrachtung

a) Der Umsatz soll 10.000 EUR / Monat sein

b) Wie hoch ist der Tagessatz?

18 Arbeitstage = Monatsschnitt

-6 Tage für Akquise und Administration

= 12 Tage / Monat oder 144 Tage / Jahr

=MINDESTENS

833 EUR Tagessatz

Den Tagessatz finden

2. Die externe Betrachtung

- a) Wie ist der Match zwischen Markt und meinem Angebot?
- b) Habe ich spitzen USP oder bin ich „Generalist“?
- c) Bieten viele Interimer meine Leistung?
- c) Habe ich etwas Besonderes im Angebot?
- d) sucht der Markt genau mein Angebot oder können andere das noch billiger anbieten?

Je nach Antworten: 833 EUR nach oben oder nach unten !!

Den Tagessatz finden

3. Die bestimmenden Faktoren des Tagessatzes / Produkt

- a) Wie sind meine Erfahrungen (neu oder etabliert?)
- b) Was sind meine Kompetenzen?
- c) Was ist mein echter Mehrwert für den Kunden?
- c) Habe ich besondere Auszeichnungen / Mitgliedschaften (DDIM) oder etwas Besonderes im Angebot?
- d) Will der Kunde genau mich für die Aufgabe?
- c) Warum?

Den Tagessatz finden

3. Die bestimmenden Faktoren des Tagessatzes / Markt

- a) Wie ist die allgemeine wirtschaftliche Situation?
- b) CRO oder BDM gesucht?
- c) Sind wir in Bayern oder Meckl. Vorpommern?
- c) Wie ist die politische Situation (Scheinselbständigkeit?)
- d) Wie ist der Wettbewerb durch festangestellte Kandidaten oder andere Interimer?

Den Tagessatz finden

3. Die bestimmenden Faktoren des Tagessatzes / Kunde

- a) Warum will der Kunde eine IM Lösung?
- b) Feigenblattlösung oder echte Lösung?
- c) Konzern oder KMU oder Inhaber?
- c) Aufbau oder Insolvenznähe?
- c) Krise oder Tagesgeschäft (Vakanzüberbrückung)?
- d) Rahmenverträge / Einkaufsprofi / Projektlaufzeit?
- e) Ist Interim beim Kunden schon bekannt?
- f) Will der Kunde Provider / Agentur oder lieber selbst kontrahieren?
- g) Hat der Kunde ein Budget gestellt (gesamt/Monat)?

Den Tagessatz finden

4. Der tatsächliche Preis = Synthese

a) Intern = 833 EUR

b) Extern = 500 bis 2.500 EUR

c) Ergebnis:

+/- 1.200 EUR für ein „normales Produkt“

Den Tagessatz finden

5. Differenz Verkaufspreis und Einkaufspreis

a) Verkaufspreis = 1.200 EUR = der Preis, der am Markt erzielt werden kann

b) Einkaufspreis = 1.200 EUR Minus

-Provider

-Portalgebühren

= +/- 900,00 EUR

Den Tagessatz finden

6. Das Angebot

+/- 900,00 EUR

Den Tagessatz finden

7. Das Sonderangebot

- a) Warum überhaupt?
- b) Referenzkunde?
- c) Länger ohne Projekt?
- c) Lange Laufzeit?
- d) Individuelle Entscheidung !!

Marktpreis damit für immer zerstört?

N E I N !

Den Tagessatz verteidigen

- 1.** Hausaufgaben (50 %)
- 2.** Das eigene „Ego“, die eigene „Marke“ und die eigene „Haltung“ (25 %)
- 3.** Der Vertrieb (25%)

Den Tagessatz verteidigen

1. Hausaufgaben (50 %)

a) wie habe ich meinen Tagessatz gefunden und warum ist er intern und extern richtig?

s. oben !!!

b) warum bin ich den „Preis wert“ und deshalb bin ich nicht „preiswerter“ !

führt zu:

Den Tagessatz verteidigen

2. Das eigene „Ego“, die eigene „Marke“ und Haltung(25 %)

a) EGO

hat man / kann man entwickeln

b) Marke

muss man entwickeln

c) Haltung

hat man und muss man entwickeln

Den Tagessatz verteidigen

3. Der Vertrieb (25 %)

- a) **Unterlagen und Basis müssen stimmen**
(s. unser Seminar vom letzten Jahr !!)
- b) **auch über Provider (am Anfang oder immer?)**
- c) **Netzwerk aufbauen**
- c) **üben**
- d) **kollegialer Austausch mit anderen Interimern /
Providern / DDIM**

Den Tagessatz steigern

- 1.** Z E I T faktor
- 2.** Ego / Marke / Haltung
- 3.** Markt- und Produktfaktor
- 4.** Netzwerkfaktor
- 5.** Verhandlungsfaktor

Den Tagessatz steigern

1. ZEIT

- a) je länger am Markt, umso klarer
- b) je älter der Wein, umso besser?
- c) der Zeitfaktor steht über allem.....

Den Tagessatz steigern

2. Ego / Marke / Haltung

- a) je länger am Markt, umso klarer
- b) je erfolgreicher, umso klarer

Den Tagessatz steigern

3. Markt- und Produktfaktor

- a) externe Rahmenbedingungen
- b) Marktnachfrage nach dem eigenen Produkt

Den Tagessatz steigern

4. Netzwerkfaktor

- a) je länger am Markt, umso besser
- b) Verhältnis Projektgenerierung selbst / über Provider?
- c) ohne Provider Marktdurchdringung?

Wenn ja, vielleicht

Einkaufspreis = Verkaufspreis?

Den Tagessatz steigern

5. Verhandlungsfaktor

- a) je länger am Markt, umso besser
- b) je mehr Erfahrung, umso besser
- c) Folgeworkshop ?

Rollenspiel mit allen Teilnehmern

Einwandvorwegnahme üben

Was sind die klassischen Einwände?

Rufen Sie uns zu.....z.B.

Warum ist Ihr Tagessatz so hoch, das ist zu teuer!

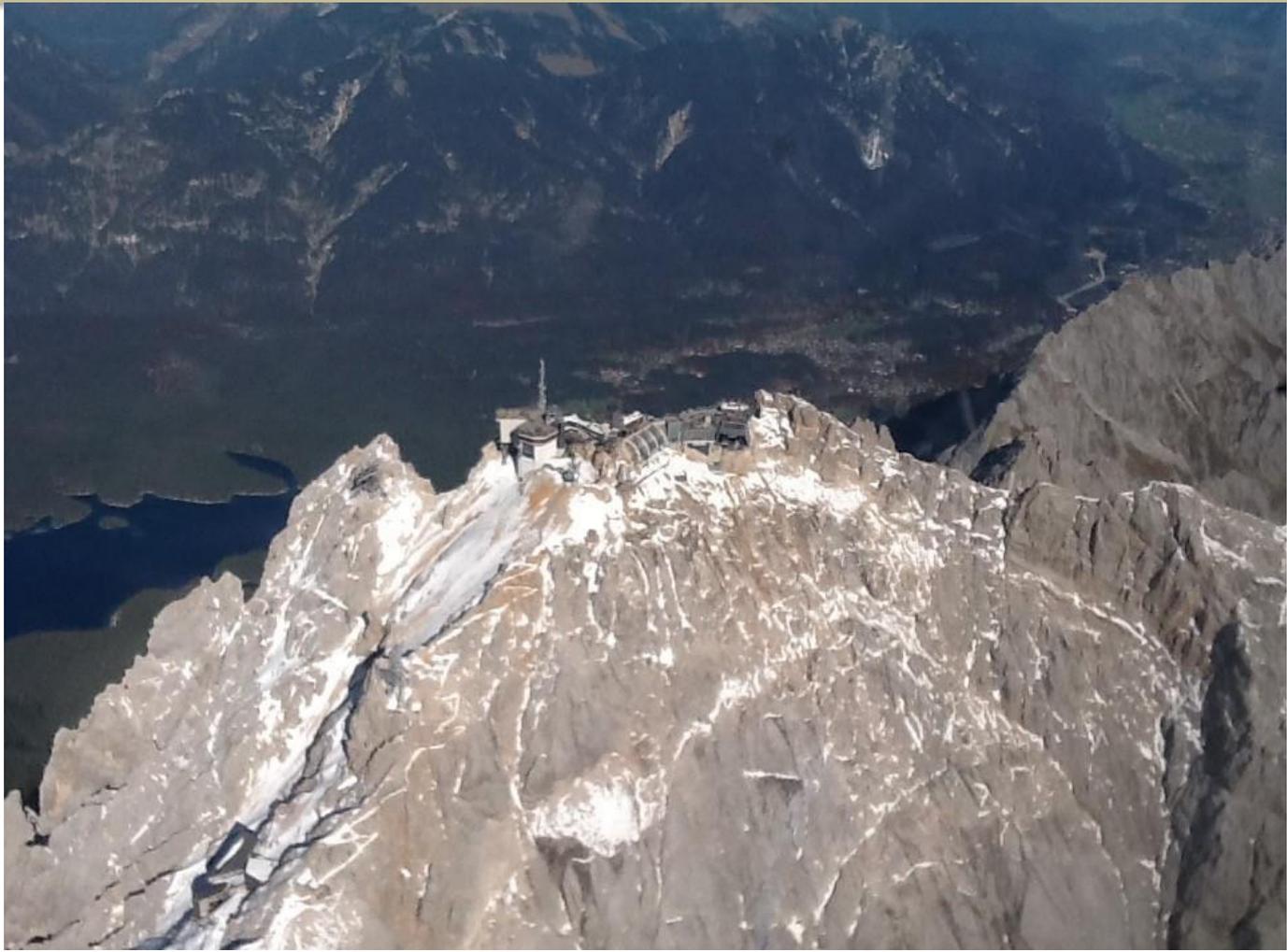
AE / TS = Manager

Auditorium = Kunde

DER ERFOLGREICHE INTERIM MANAGER KANN
ÜBERBLICK



DER ERFOLGREICHE INTERIM MANAGER KANN
DETAIL



*„Der erfolgreiche Interim Manager kostet immer
weniger, als er einbringt.
Sonst wäre er ja ein Unternehmensberater!“*



VIELEN DANK

***DDIM KONGRESS
18.11.2017***

**Annette Elias
Interim Profis GmbH
Dieselstraße 2
40721 Hilden**

+49 2103 97 88 16-0

a.elias@interim-profis.com

www.interim-profis.com



**Thomas Schulz
RAU | INTERIM GmbH
Lindenstraße 14
50674 Köln**

+49 221 924 2818-0

t.schulz@rau-interim.de

www.rau-interim.de