FÜR GRÜNDER VON SOFTWARE-FIRMEN

Fachlich gewonnen. Beim Management verloren.

Zehn Minuten, fünf Fragen, deine größten Deals. Danach weißt du, welche wirklich kommen. Plus vier Werkzeuge und ein Rechner, mit denen du sie über die Linie bringst.

DEIN GRÖSSTER OFFENER DEAL

- [ ] **Auslöser mit Datum**
- [ ] **Kosten des Wartens in Euro**
- [ ] **Entscheider mit Namen**
- [ ] **Business Case beim Entscheider**
- [ ] **Termin mit dem Entscheider**

Ergebnis: ___ von 5 belegt



Dennis Reimann
Gründer, Reventrum · 100+ Software-Firmen beraten

KENNST DU DAS?

Der Kunde war begeistert. Seit drei Monaten hörst du nur noch „Wir melden uns“.

Du verlierst gerade nicht gegen einen Wettbewerber, sondern gegen „nicht jetzt“. Das kündigt sich an:

Seit dem Test kommen immer dieselben zwei zum Termin.
Die Begeisterten. Wer unterschreibt, war noch nie dabei.

Auf den Zeitplan kommt „nach der Budgetrunde“.
Heißt: Es gibt keinen Grund, jetzt Geld auszugeben.

Er schwärmt von Funktionen. Über Geld redet er nie.
Er findet es super. Intern verkaufen kann er es nicht.

Der Termin ist zum dritten Mal verschoben.
Abgesagt wird er nie. Dafür sind alle zu höflich.

Dir ist bei einem Punkt ein Kundenname eingefallen? Dann mach den Check auf Seite 4.

WAS DAS MANAGEMENT PRÜFT

Du verkaufst Funktionen. Die Geschäftsführung kauft die Lösung ihres Problems.

Dein Ansprechpartner liebt dein Produkt. Seinem Chef ist das ziemlich egal. Der stellt sich drei Fragen, bevor er unterschreibt:

1 „Was kostet es, wenn wir nichts tun?“
Braucht eine Zahl pro Monat, in Euro, vom Kunden bestätigt.

2 „Warum jetzt und nicht nächstes Quartal?“
Braucht ein Ereignis mit Datum, etwa ein Audit oder ein auslaufender Vertrag.

3 „Was, wenn es nicht funktioniert?“
Braucht ein begrenztes Risiko, also einen Test mit Erfolgskriterien und klarem Ausstieg.

Und die meisten Software-Anbieter? Zeigen in der Demo, was das Produkt alles kann. **Die Antwort auf eine Frage, die keiner gestellt hat.**

DER CHECK · 10 MINUTEN

Ohne echte Zahlen ist dein Forecast nur eine Vermutung.

Nimm deine größten offenen Deals. Fünf Fragen pro Deal. Sei ehrlich zu dir.

1 **Auslöser mit Datum**
Was zwingt den Kunden, jetzt zu entscheiden? S. 3

2 **Kosten des Wartens in Euro**
Was kostet ihn jeder Monat ohne Lösung? S. 6

3 **Entscheider mit Namen**
Wer unterschreibt? Hast du selbst mit ihm gesprochen? S. 7

4 **Business Case beim Entscheider**
Kennt die Geschäftsführung die Zahl aus Frage 2? S. 8

5 **Termin mit dem Entscheider**
Steht ein Termin mit Datum? Nicht „zeitnah“. S. 9

5 BELEGT
Echt. Durchziehen.

3 BIS 4
Gefährdet. Lücke schließen.

0 BIS 2
Noch kein Deal. Raus aus dem Forecast.

Belegt heißt, der Kunde hat es gesagt oder geschrieben. Dein Gefühl zählt nicht. Rechts steht das passende Werkzeug.

AUS DER PRAXIS

Als die Zahl auf dem Tisch lag, hat keiner mehr über den Preis geredet.

IT-Dienstleister, 18 Jahre am Markt. Gute Leistung, gute Gespräche. Und trotzdem lief jedes Angebot auf dieselbe Frage hinaus: Geht das nicht günstiger?

WAS SICH GEÄNDERT HAT

Im Gespräch wurde zuerst geklärt, was es den Kunden kostet, wenn alles bleibt, wie es ist. Diese Zahl stand danach ganz oben im Angebot, in den Worten des Kunden. Nicht die Leistung.

3 Mio. €+
größter Auftrag der Firmengeschichte

Januar
Jahresziel schon erreicht

1,8 Mio. €
zusätzliche Pipeline

„Wo früher über den Preis verhandelt wurde, wird heute nicht mehr diskutiert.“

Geschäftsführer, IT-Dienstleister

Genau das prüfen Frage 2 und 4 im Check: Gibt es die Zahl, und kennt sie der, der unterschreibt?

WERKZEUG 1 · KOSTEN DES WARTENS

„Nicht jetzt“ kostet deinen Kunden Geld. Er hat es nur noch nie ausgerechnet.

Schaden pro Monat × Monate bis zur Entscheidung = Preis des Wartens

Beispiel: 9.000 € Ausschuss × 6 Monate = 54.000 €. Die Lösung kostet 48.000 € im Jahr. Warten ist teurer als Kaufen.

Die Zahl steckt meist in einer von drei Quellen:

ZEIT	„Wie viele Stunden pro Woche gehen dafür drauf, und wer macht das?“
FEHLER	„Wie oft passiert das im Monat, und was kostet ein einzelner Fall?“
UMSATZ	„Welche Aufträge verschieben sich oder gehen verloren, solange das so bleibt?“

> Rechne mit dem Kunden, nie für ihn. **Eine Zahl, die er selbst nennt, ist ein Argument. Eine, die du ausrechnest, ist eine Behauptung.**

DER RECHNER DAZU

Mit dem Deal-Check bekommst du ein Google Sheet. Deals eintragen, und es rechnet den Preis des Wartens und schreibt dir den Satz für die Geschäftsführung.

WERKZEUG 2 · DER ENTSCHEIDUNGSWEG

Dein Ansprechpartner findet dich super. Unterschreiben darf er trotzdem nicht.

Also muss er intern für dich verkaufen. Finde raus, an wen. Fünf Fragen fürs nächste Gespräch:

1. **„Wer muss am Ende Ja sagen?“**
2. **„Was muss diese Person sehen, um Ja zu sagen?“**
3. **„Wer könnte Nein sagen, und mit welchem Argument?“**
4. **„Wann wird bei euch über so ein Budget entschieden?“**
5. **„Woran ist so eine Entscheidung bei euch schon mal gescheitert?“**

WARNSIGNAL

„Das entscheide ich allein.“ Bei fünfstelligen Summen selten wahr. Frag, wer gegenzeichnet.

REGEL

Nach dem dritten Termin keine Antwort auf Frage 1? Dann ist es noch kein Deal.

WERKZEUG 3 · BUSINESS CASE AUF EINER SEITE

Gib deinem Ansprechpartner etwas, das er seinem Chef auf den Tisch legen kann.

Jede Zeile beantwortet eine der drei Fragen von Seite 3.

Ausgangslage heute
So läuft es heute, und das sind die Folgen. In Worten des Kunden.

Kosten des Status quo · Frage 1
[ ] € pro Monat, aus Zeit, Fehlern oder Umsatz (Werkzeug 1)

Ziel in 12 Monaten
Woran merkt ihr in einem Jahr, dass es sich gelohnt hat?

Investition und Amortisation
[ ] € im Jahr. Bezahlt sich nach [ ] Monaten.

Warum jetzt · Frage 2
Das Ereignis mit Datum, und was jeder Monat Warten kostet.

Risiko und Ausstieg · Frage 3
Test mit max. drei Erfolgskriterien bis [Datum], sonst Ausstieg.

Entscheidung bis
[Datum], durch [Name]

> Keine Funktionsliste, keine Folien. **Für Funktionen unterschreibt keine Geschäftsführung. Unterschrieben wird für ein Ergebnis in Euro.**

WERKZEUG 4 · DIE GESCHÄFTSFÜHRUNG DAZUHOLEN

Hol die Geschäftsführung dazu, ohne deinen Ansprechpartner zu übergehen.

Für eine Demo kommt keine Geschäftsführung. Für eine Entscheidung schon. Drei Wege, in dieser Reihenfolge:

WEG 1 · ÜBER DEINEN ANSPRECHPARTNER

„Damit dein Chef in 20 Minuten entscheiden kann, bereite ich die Zahlen auf. Du stellst sie vor."

Er bekommt die Bühne, du lieferst den Business Case von Seite 8.

WEG 2 · EBENE SPIEGELN

Dein Geschäftsführer schreibt ihrem: „Lass uns 20 Minuten über Ziel und Risiko sprechen, bevor unsere Teams planen."

Gleiche Ebene. Diesen Termin bekommt ein Vertriebler selten.

WEG 3 · WENN ER BLOCKT

„Was müsste passieren, damit du deinen Chef dazuholst?"

Keine Antwort heißt kein Fürsprecher. Dann zählt der Deal nicht.

EIN DEAL IST EIN FALL. DREI SIND EIN MUSTER.

Der Check sagt bei mehreren Deals dasselbe? Dann ist das kein Pech.

Fehlt immer dieselbe Zeile, liegt es nicht am Deal, sondern am Vertrieb dahinter. Solange das so ist, landet jeder wichtige Deal am Ende wieder bei dir. Und auch der nächste Vertriebler scheitert genau an dieser Stelle.

WENN DEIN DEAL GEFÄHRDET IST

Lass uns deinen wichtigsten Deal in 30 Minuten auseinandernehmen.

- ✓ Wo dein Deal wirklich hängt
- ✓ Welche Zahl der Geschäftsführung fehlt
- ✓ Einzelfall oder Muster in deinem Vertrieb

Kostenfrei, mit mir persönlich. Wenn ich keinen Hebel sehe, sage ich dir das.

cal.com/team/reventrum/revenue-system-analyse

Dennis Reimann
Gründer, Reventrum