

## Marketingplan

# Vieles ist planbar

*Erstens kommt es anders und zweitens als man denkt. Ein Sprichwort, das auch in der Steuerberatungskanzlei zum Problem werden kann. Zwar geben Pläne keine Garantie, aber sie erleichtern es Steuerberatern, die Weichen für die Zukunft zu stellen.*

## » Serienplaner

**Teil 13 –  
SteuerConsultant 11/2007  
Mandantengeschenke**  
**Teil 14 –  
SteuerConsultant 12/2007  
Marketingplan**  
**Teil 15 –  
SteuerConsultant 01/2008  
Öffentlichkeitsarbeit/PR**

### Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter [www.steuer-consultant.de](http://www.steuer-consultant.de) das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.

Zu den Dingen im Leben, die alle Menschen gleichermaßen anstreben, zählt die Lebensplanung. Viele planen ihre Ausbildung, ihre Karriere, ihren Urlaub oder auch ihren Familienzuwachs. Um den planbaren Rest kümmern sich die Steuerberater.

So sehr sich diese aber auch um ihre Mandanten bemühen, so wenig Aufmerksamkeit schenken sie oftmals dem Marketing. Es braucht nicht nur Pläne für Finanzen, Erfolge oder Risiken. Ein Steuerberater, der aktiv um seine Mandanten bemüht ist, wird auch an seinem Marketingplan feilen.

### Fixer Marketingplan und Budget für die Steuerberatungskanzlei

Der optimale Fall für eine Steuerberatungskanzlei tritt dann ein, wenn sie über einen fixen Marketingplan und Budget verfügt. So werden ausgewählte Aktivitäten geplant und – dank eines kalkulierten Finanzpolders – unangenehme Überraschungen vermieden. Steuerberater sollten sich immer als

Unternehmer sehen, für den es gilt, wettbewerbsfähig zu bleiben. Mit einem Plan zur Vermarktung ihrer Dienstleistungen sparen Steuerberater nicht nur Geld, sondern auch Zeit, die sie in ihre Mandanten investieren können.

Mancher Mandant hat bereits häufig eine tolle Geschäftsidee durch einen ausgeklügelten Marketingplan erfolgreich umgesetzt. Hier hat sich mancher Steuerberater sicher auch gedacht, dass etwas Ähnliches seine Kanzlei voranbringen könnte.

Um auch künftig neue Kontakte und damit auch Mandate zu gewinnen und zu binden, lassen sich die richtigen Ziele einfach festlegen. Für eine Marketingplanung sollten sich daher Steuerberater einen Tag Zeit nehmen. Es empfiehlt sich hier auch, Mitarbeiter bei der Erstellung eines Marketingkonzepts mit einzubinden. Dabei sollte der Steuerberater folgende Fragen klären:

1. „Wofür steht unsere Kanzlei?“
2. „Was ist an unserer Kanzlei einzigartig?“
3. „Welche Kernaussagen wollen wir kommunizieren?“

Antworten auf diese Fragen beschreiben das Kanzleileitbild und eröffnen eine entsprechende Strategie.

Je nach Zielvorstellungen können Kanzleien Inserate in überregionalen und lokalen Fachzeitschriften des Mandanten schalten. Einerseits präsentiert sich der Steuerberater

gegenüber seinen Altmandanten als kompetent und innovativ, andererseits spricht er neue Mandanten an und empfiehlt sich dadurch als Spezialist. Marketingmaßnahmen gibt es viele – Steuerberater sollten die auswählen mit der sie ihre Zielgruppe am besten erreichen.

### Viele Klienten lesen gerne gedruckte Informationen

Viele Klienten lesen gerne gedruckte Informationen und freuen sich über Steuernews. Verständliche und unterhaltsame Neuigkeiten aus der Steuerwelt im Kanzleidesign sind ein Aushängeschild, wecken den Beratungsbedarf und bewerben die Kanzlei. Eine beliebte Alternative für Mandanten und Freunde des papierlosen Büros sind E-Mail-Newsletter. Steuerberater sollten sich hier bei der Gestaltung entsprechender Informationen an den Wünschen der Mandanten orientieren. Abonnieren Klienten einen Newsletter, dann lesen sie ihn auch, wie die Erfahrung zeigt – Streuverluste sind somit nahezu ausgeschlossen.

Ein wichtiges Marketinginstrument, von dem Steuerberater profitieren, ist eine professionell gestaltete Homepage. Spricht etwa ein Mandant mit einem Arbeitskollegen über das Thema Gehalt und verweist dabei auf den Brutto-/Nettorechner auf der Steuerberaterhomepage, profitiert die Kanzlei. Damit können sich Steuerberater von ihren Konkurrenten abheben.

Neben der Gestaltung der Homepage sollte sich die Kanzlei aber auch um eine Suchmaschinenoptimierung kümmern, damit potenzielle Mandanten die Kanzlei unter den ersten Einträgen in den gängigen Suchmaschinen finden.

Für die Intensivierung der Kontakte zwischen Kanzlei und Mandanten sorgt übrigens, ganz unspektakulär, ein kleines Kanzleifest. In ungezwungener Atmosphäre kann hier der Steuerberater bei einem Gespräch mit Mandanten die aktuelle Ausgabe der gedruckten Steuernews unverbindlich verteilen und – ganz nebenbei – auch neue Kontakte knüpfen.



### Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH in Linz. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Marketing und Internet/Homepage-Gestaltung für Steuerberater.

**E-Mail: [johann.aglas@atikon.com](mailto:johann.aglas@atikon.com)  
[www.atikon.com](http://www.atikon.com)**