

Newsletter

Neuigkeiten aus der Kanzlei

Service und gute Betreuung sind für das Verhältnis zwischen Steuerberatungskanzleien und den Mandanten ausschlaggebend, aber von ebenso großer Bedeutung sind Informationen vom Steuerberater für den Mandanten. Ideal ist hier ein ausgewogener Informationsfluss, der informiert und zugleich unterhält. „Taxa-tainment“ heißt das Zauberwort.

» Serienplaner

**Teil 22 –
SteuerConsultant 08/2008**
Kanzleiinterne
Kommunikation

**Teil 23 –
SteuerConsultant 09/2008**
Newsletter

**Teil 24 –
SteuerConsultant 10/2008**
Marketing für die
Kanzlei-Homepage

Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter www.steuer-consultant.de das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.

Wenn Sie im Fachhandel nach dem passenden Werkzeug für den Hausbau suchen, sind Sie sicher nicht an Einzelheiten zum Hersteller oder gar an Marktzahlen interessiert. In diesem Moment zählen einfach die Fakten, durch die Sie über die Qualität urteilen können. Ganz anders ist es häufig beim Friseurbesuch. Nichts ist hier interessanter als der neueste Klatsch und Tratsch aus der Umgebung.

Mandanten lesen gerne Neuigkeiten aus der Kanzlei

Gelegentliche Neuigkeiten aus der Kanzlei werden immer gern gelesen. Steuerliche Fachinformationen sind in regelmäßigen Abständen von Bedarf. Dabei geht es vorrangig um den Wissensvorsprung der Mandanten. Ob in gedruckter Form oder per Online-Versand hängt von der Kanzleigröße,

der Informationsmenge und natürlich den Gewohnheiten Ihrer Klientel ab. Überfluten Sie Ihre Mandanten aber nicht.

Grundsätzlich unterscheidet man zwischen dem informativen, mandantenbindenden Newsletter und den fachlich fundierten Steuer-News. Der kanzleispezifische Newsletter, am besten im so genannten HTML-Format, berichtet über Neuigkeiten aus der Kanzlei.

Schreiben Sie darüber, dass Ihre Mitarbeiter Prüfungen bestanden oder dass Sie neue Kollegen aufgenommen haben. Auch eventuell eingegangene Kooperationen sind für Ihre Mandanten von Interesse. Ratsam ist ein Umfang von maximal drei bis fünf Themen in kürzeren Abständen.

Hier lautet die Devise: eher kleckern statt klotzen. Eine bessere Wirkung erzielen Sie noch mit einem professionell aufbereiteten HTML-Briefpapier, das Ihr Kanzleidesign auch als E-Mail transportiert.

Shortmails als sinnvollste Lösung für Fachinformationen

Die sinnvollste Lösung für fachliche Informationen im Onlineversand sind kurz und prägnant formulierte, so genannte Shortmails, die die Steuernews als eingebaute Hyperlinks enthalten sollten. Damit nutzen Sie ein intelligentes Marketinginstrument, denn Sie binden damit auch Ihre Homepage mit ein. Ihr Mandant bekommt eine E-Mail, in dem einige Themen kurz angerissen werden. Mit einem Mausklick springt er auf Ihre Kanzlei-Homepage, wo er den ganzen Artikel lesen und sogar Ihre zum Thema passenden Listen und Onlinerechner auf der Homepage nutzen kann.

Für Freunde der Onlinemethode gibt es eigene, professionelle Newsletter-Systeme, mit denen sich relativ einfach eine zielgruppenspezifische Aussendung machen lässt. Mit einer personalisierten Anrede fühlt sich Ihr Mandant gut betreut und wertgeschätzt. Bedenken Sie aber den Zeitaufwand, den Sie mit so einer Datenbank haben. Schließlich muss Ihre Kanzlei Daten einpflegen und

aktualisieren. Ebenso muss ein Mitarbeiter im Umgang mit der Datenbank geschult werden. Hinzu kommt, dass jemand die Texte schreibt.

Wollen Sie diesen Aufwand vermeiden, können Sie auch auf fertige Pakete zurückgreifen. Hier liegen die Kosten für fertige Online-Steuernews, je nach Anbieter, zwischen 35 und 60 Euro pro Monat. Dafür wird eine Seite auf Ihrer Homepage regelmäßig mit aktuellen Informationen rund ums Thema Steuern und Recht gefüllt. Zusätzlich lassen sich die Inhalte auch per Mail an Ihre Mandanten schicken.

Gedruckte Info schafft starken Bezug zum Inhalt

Gedruckte Medien erzeugen oft eine starke Beziehung zum Inhalt und zum Herausgeber. Überlegen Sie, wie Sie sich bei den Mandanten präsentieren möchten. Neben den „normalen“ Fachinformationen ohne eine Möglichkeit der Eigenwerbung gibt es auch Premiumvarianten der Steuernews: individuell, in Ihrem Kanzleidesign gestaltet und mit dem Kanzleilogo versehen.

Damit haben Sie eine ideale Ergänzung zur Kanzleibroschüre und heben sich klar von Ihren Mitbewerbern ab. Ob fachlicher oder rein informativer Natur, mit Inhalten im Kanzleidesign haben Sie ein tolles Marketinginstrument in der Hand.



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
www.atikon.com