



Machen Sie das Rennen bei Neumandanten mit einer guten Platzierung in Suchmaschinen und einer nutzungsgerechten Homepage.

Die Leistungspotenziale der Homepage in der Mandantengewinnung

Für die Informationsbeschaffung wird heute das Internet verwendet und die „Mundpropaganda“ läuft übers Netz. Bis es zwischen Steuerberater und neuem Mandanten zu einem persönlichen Gespräch kommt, haben Kanzleihomepage und soziale Medien entscheidende Dienste geleistet.

Von Markus Grund

Unternehmer, die einen neuen Steuerberater suchen, fragen sehr oft Freunde, ihren Bankbetreuer oder Rechtsanwalt nach Erfahrungen und lassen sich eine Kanzlei empfehlen. Dabei darf man nicht vergessen, dass Unternehmer nicht nur eine, sondern mehrere Empfehlungen bekommen und in dieser Phase noch nicht sofort persönlichen Kontakt mit der Kanzlei aufnehmen.

„Steuerberater mit nutzungsgerechter Homepage setzen sich durch.“

80 % der potentiellen Neumandanten besuchen die Kanzleihomepage bevor sie mit dem Steuerberater sprechen. Das bedeutet, dass der Unternehmer ihm empfohlene Kanzleien zuerst in Suchmaschinen eingibt und sich ein Bild von den möglichen Steuerberatern

macht. Und in dieser Phase entscheiden zuerst die Reihung der Kanzlei in den Suchergebnissen und in Folge die Modernität der Homepage über Erfolg oder Misserfolg in der Akquisition.

Wie ein Steuerberater im Internet gesucht wird

Das Rennen in dieser sehr wichtigen Phase machen Kanzleien, die gut gefunden werden und mit aktueller und nutzerorientierter Website überzeugen bzw. zur Kontaktaufnahme anregen.

In der Regel sucht der Unternehmer den Steuerberater über Suchmaschinen, z. B. mittels Google-Suche und Eingabe des Begriffs „Steuerberater“ und Ort. Ganz oben in den Ergebnislisten werden jene Kanzleien angezeigt, die in eine richtig programmierte Homepage und auch in Suchmaschinenoptimierung investiert haben. Der

nächste Klick des Neumandanten geht bereits auf die Kanzleihomepage. Und ab diesem Zeitpunkt gilt es, den potentiellen Neukunden zu überzeugen. Das gelingt mit einer positiven Startseite, leicht verständlicher Informationsstruktur, aktuellen Steuerthemen und praktischen Onlinerechnern.

Als trendig und modern wirkt man als Steuerberater, wenn man auf der Homepage Direktlinks zu sozialen



Netzwerken anbietet. Mit einer Kanzleiseite auf Facebook oder Twitter stärkt ein Steuerberater vor allem sein Image und die Mandantenbindung. Die Wirkung eines Social-Media-Profiles ist jedoch noch weitreichender und oft stehen Effekte in keinem direkten Zusammenhang, führen aber über mehrere Ecken zum Ziel. Ein Beispiel: Eine Kanzlei-Präsenz auf Facebook nimmt Einfluss auf die Ergebnisreihung in Suchmaschinen.

Dadurch erhöhen sich die Chancen auf einen besseren Platz in den Suchergebnissen. Das wiederum steigert die Klickrate auf die Kanzleihomepage und trägt so zur Neukundengewinnung bei.

„Facebook-Präsenz wirkt sich auf die Suchmaschinenreihung aus.“

Es sind zwar bereits Kanzleien in sozialen Medien unterwegs, man kann sich aber als Facebook-Neueinsteiger noch relativ einfach einen Namen machen und als Trendsetter präsentieren.

Welche Themen postet ein Steuerberater auf sozialen Medien?

Bei der Themenwahl sollte man immer im Auge behalten, dass das Posting Aufmerksamkeit erregen und idealerweise Mandanten und Freunde zur Interaktion anregen sollte. Wer ein Auge auf diese zwei Dinge wirft, kann sich sicher sein, dass seine Kanzlei-Postings sehr gut ankommen. Persönliche Neuheiten mit Foto aus der Kanzlei, wie z. B. Geburtstagskuchen für die Kanzleimitarbeiter, bringen viele Likes, genauso wie aktuelle Steuerneuheiten und soziale Aktivitäten der Kanzlei immer positive Feedbacks der Fans auslösen. Videos können sehr gezielt eingesetzt werden und die Mandanten über wichtige Gesetzesänderungen oder neue Formulare informieren. Grundsätzlich sind zwei Postings pro Woche ausreichend. Wer regelmäßig und knackig informiert, erhält zahlreiche „Gefällt mir“ und wird auch „geteilt“. Auf diese Weise werden die Kanzlei und die Kanzleimärke

Gesprächsthema und das ist wiederum wichtig, um sich in der Mandantengewinnung dauerhaft erfolgreich durchzusetzen. <<

Mehr zum Thema

- Kanzleien, die im Netz gefunden werden wollen, investieren in eine neue Homepage und zusätzlich in Suchmaschinenoptimierung.
- Eine Kanzlei-Präsenz in Facebook, Twitter & Co wirkt sich positiv auf die Reihung in Suchmaschinenergebnissen und damit auf die Mandantengewinnung aus.
- 80 % der potentiellen Neumandanten besuchen die Kanzleihomepage bevor sie mit dem Steuerberater bzw. Wirtschaftsprüfer sprechen.
- Steuerberater, die eine aktuelle, nutzungsgerechte Homepage bieten und auch bei sozialen Netzwerken mitmachen, werden sich erfolgreich in dieser Phase durchsetzen.

Mehr dazu:

www.atikon.com/kanzleimarketing