

KANZLEIMARKETING

Kein wirksames Kanzleimarketing ohne Kanzlei-homepage

von Mag. Johann Aglas, Geschäftsführer Atikon Marketing & Werbung GmbH, Leonding

| Mittlerweile ist die eigene Homepage aus dem Kanzleimarketing nicht mehr wegzudenken. Ihre Homepage sollte eine Plattform für Ihre Mandanten und Partner sein, die wesentliche Neuigkeiten und Fakten der Kanzlei sowie nützliche Informationen rund um Steuerthematiken bereithält. Mit praktischen Tools wie Online-Rechnern, dem Erinnerungsservice für Steuertermine oder Formularen erhält der Mandant eine gewisse Selbstständigkeit und muss nicht wegen jeder Kleinigkeit die Kanzlei anrufen. Und auch potenzielle Neumandanten werden interessiert sein. |

Keine Zeit zum Faulenzen

Lassen Sie sich folgendes Beispiel durch den Kopf gehen:

■ Beispiel

Jemand ist auf der Suche nach einem Steuerberater und bekommt eine Empfehlung eines Freundes. Auch wenn das Vertrauen zu diesem Freund groß ist, möchte man sich doch vor einer ersten Kontaktaufnahme ein Bild von diesem Steuerberater machen. Denken Sie, dass diese Person den empfohlenen Steuerberater überhaupt konsultieren wird, wenn er ihn nicht im Internet findet? Was wäre die logische Konsequenz? Die betreffende Person stößt bei ihrer Suche auf die Websites zahlreicher Konkurrenten, die durch ihren professionellen Internetauftritt punkten können.

Wenn Sie in diesem Moment Ihre Beine übereinandergeschlagen und sich zurückgelehnt haben, weil Sie bereits eine Kanzleihomepage besitzen, dann haben Sie sich wahrscheinlich zu früh gefreut. Denn ein Unternehmer, der einen Steuerberater sucht, wird auch mehrere Websites vergleichen, bevor er sich entscheidet. Hier siegt, wer mit Design, Aktualität, Professionalität sowie Service und Nutzen punkten kann. Quid pro quo: Bieten Sie eine nützliche Homepage, dann werden Sie potenzielle Neukunden schnell zu Ihren Mandanten zählen können.

Interneterfolg beginnt mit Inhalten, nicht mit Werbung

Der Erfolg einer Homepage beginnt mit Inhalten, nicht mit Werbung – was heißt das? Das bedeutet, dass Ihre Homepage in erster Linie informativ und aktuell sein sollte. Trotz allem Design und toller Optik – das, worauf es ankommt, ist immer noch der Inhalt einer Seite. Der sogenannte „Content“ muss den Besuchern einen Nutzen bringen, den sie woanders nicht bekommen. Dabei sollten Sie regelmäßig neue Beiträge veröffentlichen – nur so binden Sie Interessenten.

Das bedeutet nicht, dass das Erscheinungsbild und die Gliederung Ihrer Homepage völlig nebensächlich sind – im Gegenteil. Rund 50 % der Besucher einer Kanzleiwebsite begutachten zuallererst die Startseite, die News sowie das Kanzleiteam. Mit der Neugier auf das Kanzleiteam verhält es sich wie mit zwischenmenschlicher Kommunikation, denn auch im Web zählt der erste Eindruck. Dieser entscheidet darüber, ob sich ein Besucher näher mit der Homepage befasst oder nicht. Gesichter, Namen, Geschichten – all das schafft Vertrauen, stellt bereits im virtuellen Raum eine gewisse Beziehung her und animiert potenzielle Mandanten viel eher dazu, Ihre Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, als die eines Steuerberaters mit einer Kanzleiwebsite voller nüchterner Fakten und nichtssagenden Bildern.

Google ist ein wichtiger Partner für mehr Verkehr auf Ihrer Website

Laut einer aktuellen Statistik ist Google mit fast 95 % Marktanteil die Suchmaschine Nr. 1 in Deutschland. Die Devise lautet, sich am Markt zu positionieren und im Idealfall die Liste der Suchergebnisse anzuführen. Die besten Inhalte nützen nichts und bringen ebensowenig Besucher auf Ihre Website, wenn diese nicht optimiert ist. Das Prinzip ist ganz einfach: Sobald ein Suchender einen Suchbegriff bei Google eingibt, der sich auf Ihrer optimierten Website befindet, kann der Suchende auf Ihrer Kanzleihomepage landen. Schon hätte man den ersten Google-Besucher. Wie viele weitere Besucher bei einer guten Google-Platzierung hinzukämen, kann man sich ausmalen. Unsere Analysen haben ergeben, dass zwischen 50 und 60 % durch eine Suchmaschine auf die Kanzleiwebsites unserer Kunden gelangen, während rund 35 % direkt – entweder durch die Eingabe der URL oder mittels Lesezeichen – auf die Website kommen.

Je mehr Inhalte mit passenden Suchbegriffen, desto besser die Platzierung im Ranking. Je besser das Ranking, desto mehr Besucher stoßen bei der Suche nach einem kompetenten Steuerberater auf Ihre Website. Durch das regelmäßige Monitoring der von uns betreuten Websites wissen wir, dass die äußerst gut besuchten Seiten unserer Kunden im Durchschnitt bis zu 140 Besucher pro Tag erreichen. Ohne einen entsprechend hohen Marketingaufwand wird man solche Spitzenwerte allerdings nur schwer erreichen können. Betrachtet man das Nutzungsverhalten der Besucher nach Häufigkeiten, fällt auf, dass die Nutzung der Websites an Werktagen zwischen 8 und 16 Uhr sehr hoch ist – mit Spitzen zwischen 11 und 12 Uhr. An den Wochenenden haben es die User lieber ruhiger: Hier nimmt die Nutzung stark ab.

Mobilität ist ein Muss

Eine normale Website ist auf mobilen Geräten sehr schwer zu bedienen und nicht schön anzusehen. Mit einer eigenständigen Version der Kanzleiwebsite werden sämtliche Leistungen und Services optimal dargestellt. Nutzen im Jahr 2011 rund 28 % der Deutschen das Internet via Smartphone, waren es 2012 bereits 50 % und 2013 sogar rund 70 %.

MERKE | Gehen Sie mit der Zeit: Mit einem Image als moderne, serviceorientierte Kanzlei können Sie auf eine hohe Weiterempfehlungsrate und zufriedene Mandanten vertrauen!

Weitersagen und Vernetzen

73 % der deutschen Unternehmer, die Social Media nutzen, geben an, dass für sie die Steigerung der Bekanntheit und die Kundenbindung die wichtigsten Faktoren darstellen. Wer Wert auf einen optimal abgerundeten Internetauftritt legt, sollte sich also nicht vor sozialen Netzwerken drücken. Facebook, Twitter, XING & Co. bieten zahlreiche Möglichkeiten, Verlinkungen zu Ihrer Website herzustellen, enorme Reichweiten zu generieren und Ihre Kanzlei zu „vermenschlichen“.

Sie fahren zu einer Tagung? Scheuen Sie sich nicht davor, ein entsprechendes Foto mit ein paar Zeilen auf Facebook hochzuladen! So personalisieren Sie Ihre Kanzlei und vermitteln allen, die mit Ihrem Kanzleiprofil in Verbindung stehen, dass Sie sich jederzeit auf dem aktuellsten Wissensstand befinden.

Wichtig | Machen Sie sich Gedanken, wann Ihr Posting veröffentlicht werden soll. Smartphone und Tablet sind rasend schnell zu den beliebtesten Endgeräten für die Internetnutzung geworden. Um eine größtmögliche Reichweite zu erzielen, sollte die Veröffentlichung Ihres Postings zu einer Tageszeit stattfinden, zu der am häufigsten gesurft wird.

Alles in allem macht ein durchdachter Social-Media-Auftritt Sie und Ihre Kanzlei glaubwürdiger, lebensnaher und authentischer. Und durch regelmäßige Verlinkungen mit Neuerungen auf Ihrer Website wird auch diese von Ihrem Facebook-Account profitieren. Laut Statistischem Bundesamt nutzte im Vorjahr bereits mehr als jedes dritte Unternehmen (37 %) Social Media – Tendenz steigend.

Auf die richtige Platzierung kommt es an

Wenn Sie einen effizienten Internetauftritt planen, dann auch richtig – und mit einem erfahrenen Anbieter, der eine Zugriffsstatistik erstellt. Daraus gewinnen Sie wichtige Informationen darüber, wann am häufigsten auf Ihre Website zugegriffen wird (Monats-, Tages- und Stundenstatistik), welche Suchbegriffe die User dorthin geführt haben und vieles mehr. Diese Informationen können Sie nutzen, um beispielsweise Ihre Werbebotschaften auf den passenden Seiten zu platzieren, oder um durch eine entsprechende Suchmaschinenoptimierung dazu beizutragen, dass Ihre Homepage bei Suchmaschinen gefunden wird. Durch eine solche Statistik wird deutlich, wie Sie Ihre Homepage noch gezielter als kostengünstiges Werbemedium einsetzen können.

FAZIT | Hinken Sie nicht hinterher, sondern gehen Sie mit der Zeit und investieren Sie in den professionellen Internetauftritt Ihrer Kanzlei. So säen Sie die beste Grundlage, um neue Mandanten und Erfolg zu ernten.