

Trends im Steuerberatermarketing

NETZ. App, Mobile und Print im Kanzleimarketing. Die Mischung macht's!

TEIL
2

Auf der einen Seite ist die Kommunikation mobil geworden, Apps erleben einen Boom. Andererseits erfreuen sich Marketingklassiker wie Printnews großer Beliebtheit. Wie und womit eine Steuerberatungskanzlei ihre Klienten am sinnvollsten versorgt, dazu Markus Grund im Gespräch mit ÖGWThema.

ÖGWThema: Braucht eine Steuerberatungskanzlei eine eigene App?

Markus Grund: Hätten Sie mir diese Frage vor drei Jahren gestellt, hätte ich gefragt „Wozu?“. Heute ist meine Antwort „Ja!“. Eine eigene App ist trendig und am Puls der Zeit. Es geht dabei primär nicht darum, welche Inhalte die App hat. Hauptsache ist, eine App zu haben. Wenn man als Steuerberater seinen Klienten eine eigene App bietet, stellt das langfristig gesehen ein spannendes Marketinginstrument dar. Die Klienten sind automatisch immer auf dem Laufenden. Wenn es Neuerungen im Steuerrecht gibt, bekommen sie diese per Sofortnachricht auf ihr Handy.

Wie stellt man sicher, dass die Kanzlei-App von den Klienten genutzt wird?

Am besten ist es, wenn Steuerberater die App live und persönlich vorzeigen. Einfach bei der nächsten Besprechung die eigene App nehmen und die Fragen des Klienten gleich am Handy mit dem Brutto/Netto-Rechner ausrechnen oder mit Bewerbern Gehaltswünsche über die App berechnen – die werden Augen machen.

Wozu braucht man eine mobile Version seiner Homepage bzw. was ist Responsive Design?

Aktuelle Zahlen besagen, dass in Österreich die Mehrzahl ein Smartphone besitzt, und ca. 30 Prozent der Klienten tätigen mittlerweile ihre Anfragen via Handy. Daher ist es wichtig,

Markus Grund
ist Geschäftsführer von
Atikon EDV
& Marketing
GmbH



eine mobile Version der Kanzleihomepage zu haben. Dann ist sichergestellt, dass die Klienten die Kanzlei auch mobil erreichen und Homepageseiten auf den Smartphones richtig dargestellt werden. Responsive Webdesign ist zwar ein spannendes Thema, ich würde aber noch abwarten. Mit Responsive Webdesign gelingt zwar, dass sich Homepageseiten automatisch an jede Art von Handy oder Tablet anpassen und die Bedienung fingerfreundlicher wird, aber es kostet noch viel, wächst langsam und das Thema ist meiner Meinung nach noch nicht reif. Wie immer gibt es auch hier Ausnahmen und Kanzleien, die bereits darauf setzen, um vorne mit dabei zu sein.

Sind Printnews in der heutigen Zeit noch aktuell?

Ja, und sie lassen sich auch von den Onlinemedien nicht verdrängen. Printnews sind kein reines Informationsmittel, sie erzeugen beim Klienten vielmehr das Gefühl, dass er gut betreut wird und sein Steuerberater am letzten Wissensstand ist. So etwas beruhigt Klienten und stärkt ihre Bindung zum Steuerberater. Leider schaut die Realität aber so aus, dass Klienten von ihrem Steuerberater schon laufend Post bekommen – aber nur Rechnungen. Das reicht nicht aus, damit sich Klienten gut aufgehoben fühlen. Ein guter Weg das zu verbessern, sind gedruckte Steuernews. Sie sind gut lesbar, leicht verständlich und bereichern einfach den Kontakt zum Klienten. Es geht dabei nicht darum, dass die News zu 100 Prozent gelesen werden. Der Klient soll einfach merkbar spüren, dass er eine wichtige Rolle spielt.

Wie wichtig ist es, Klienten mit Informationen zu versorgen?

Sehr, Hauptsache aktuell und regelmäßig. Man spricht ja immer vom sogenannten guten Draht zu jemandem. Den fördert ein Steuerberater am besten durch einen vernünftigen Mix aus gedruckten News und neuen, trendigen Angeboten wie Apps oder YouTube-Videos.

Fakten zum Thema

- ▶ **70% der Klienten** wechseln ihren Steuerberater, weil sie sich gleichgültig behandelt fühlen.
- ▶ **82% der Österreicher** besitzen ein Smartphone, der Großteil surft damit auch im Internet und verwendet Apps. Quelle: Mobile Marketing Association.