

Werbemittel

So macht Ihre Marke die Runde

Werbeartikel im eigenen Kanzleidesign spielen eine tragende Rolle im Marketing. Wer sich einfallsreiche Werbebotschafter zunutze macht, stärkt seine Marke und sorgt dafür, dass seine Kanzlei bei Mandanten immer präsent ist. Gleichzeitig wird die Beziehung auf spielerische Weise gestärkt.

Als Steuerberater bauen Sie mit Ihren Mandanten oft über Jahre hinweg eine Beziehung auf. Man sieht sich zwar selten, aber doch regelmäßig. Die Beziehung will jedoch auch zwischen den persönlichen Kontakten gepflegt werden. Daher sind Aufmerksamkeiten für bestehende als auch Neumandanten wichtig für einen nachhaltigen Erfolg. Wer seine Mandanten überraschen möchte, muss immer ein offenes Ohr haben und persönliche Informationen speichern. So können Sie schon bei nächster Gelegenheit Ihre Glückwunschkarte im Kanzleidesign an Ihre Mandanten senden und ihnen zum Geburtstag, Familienzuwachs oder zur beruflichen Veränderung gratulieren. Auch kleine Aufmerksamkeiten kommen gut an.

Werbeartikel mit Witz und Charme sind oft kostengünstig und im Handumdrehen produziert. Wichtig bei der Auswahl von Präsenten ist es, auf Überraschung, Langlebigkeit, praktischen Nutzen und Ästhetik zu achten.

Wer seine Mandanten beschenken möchte, nützt den Überraschungseffekt. Am besten geschieht das, in dem man die Menschen in ihrer gewohnten Umgebung mit etwas ange-

nehm Unerwartetem konfrontiert. Beispielsweise rufen Sie sich bei Ihren Mandanten mit einem Mailing in Erinnerung und machen mit einer praktischen Kleinigkeit auf Ihre Kanzlei aufmerksam.

Klassiker wie Haftnotizblöcke in Ihrem Kanzleidesign und ein praktischer Kugelschreiber mit Ihrem Logo, machen bereits ein nettes Mailing aus und erinnern an Ihre Marke. Oder Sie überraschen Ihre Mandanten mit leckeren Keksen, denn Süßes kommt immer gut an. Ihr Logo wird ganz einfach als Marzipanmasse oder Zuckerguss auf Ihrem Markengebäck angebracht.

Geschenke sollen gutes Gefühl hinterlassen

Wichtig für Ihren Erfolg mit Geschenken im Kanzleidesign ist es auch, sich für solche zu entscheiden, die ein gutes Gefühl hinterlassen. Man achtet daher bei der Auswahl nicht nur auf Ästhetik beziehungsweise Optik, sondern lässt auch die Haptik in seine Entscheidung einfließen. Denn nur Werbeartikel, die man auch gerne in Händen hält, werden öfter benützt. Beispielsweise eignen sich Regenschirme im Kanzleidesign nur dann, wenn sie dezent und geschmackvoll mit Ihrer Marke bedruckt sind, eine praktische Größe haben und auch haptisch gut ankommen.

Ein weiterer Garant für Langlebigkeit Ihres Werbegeschenks ist der Nutzen. Je mehr Nutzen Ihr Werbebotschafter stiftet, umso länger macht es Ihren Mandanten Spaß, darauf zurückzugreifen. So erfreuen sich beispielsweise einprägsam gestaltete Brillenputztücher großer Beliebtheit und sind ein praktischer Dauerbrenner. Die Brillenträger unter Ihren Kunden werden den kleinen, feinen Putzlappen mehrmals täglich und viele Monate lang für eine „klare Sicht“ verwenden und dabei immer wieder an Ihre Kanz-

lei erinnert. Ein anderes Beispiel sind kleine Dosen mit Pfefferminzbonbons. Die will man immer gerne geschenkt bekommen und hat sie meist so lange in der Tasche, bis der Vorrat zur Neige geht. Auch dieses Werbemittel ist ein Dauerbrenner und kommt nach wie vor gut an. Der große Vorteil dieses Präsentes ist es, dass Ihre Bonbondose meist noch an andere weitergereicht wird und so Ihre Marke erfolgreich die Runde macht. Wer sich noch eine hübsche Verpackung mit Logo und Internetadresse oder einem einprägsamen Slogan dafür überlegt, hat seine Mandanten auf erfrischende Weise für seine Markenbonbons gewonnen.

Egal aber, welche Werbeartikel Sie weitergeben, witzig und praktisch müssen sie sein und überraschen können. Auf diese Weise nehmen Ihre Mandanten Ihre Werbegeschenke oft und gerne in die Hand und werden sich dabei immer wieder an Ihre Kanzlei erinnern. Und das stärkt die Beziehung und die Bindung. Verteilen Sie Ihre Werbemittel aktiv und mit Überzeugung, brauchen Sie Ihren Vorrat rasch auf und gehen Sie so auch einem eventuellen Verfallsdatum aus dem Weg. Nutzen Sie die Kraft von Werbegeschenken für Ihre Kanzlei und lassen Sie Ihre Marke auf innovative und spielerische Weise die Runde machen.

» Serienplaner

Teil 88 –
SteuerConsultant 5/2014
Mitarbeiter-
kommunikation

Teil 89 –
SteuerConsultant 6/2014
Nutzen von
Werbemitteln

Teil 90 –
SteuerConsultant 7-8/2014
Nikea für Ihre Kanzlei -
einfach und wirksam

Abonnenten-Service

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



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH im oberösterreichischen Leonding. Atikon hat sich auf das Marketing und die Homepage-Gestaltung für Steuerberater spezialisiert.

E-Mail: johann.aglas@atikon.com
www.atikon.com