

E-Mail-Kommunikation

Alle Möglichkeiten ausschöpfen

Im Vergleich zur Anzahl der Telefonanrufe, die die Steuerkanzlei täglich erreichen, sind E-Mail-Anfragen von potenziellen oder Bestandsmandanten weitaus seltener. Schade eigentlich, denn die elektronische Post birgt zahlreiche Vorteile für Sie und Ihre Mandanten.

» Serienplaner

**Teil 73 –
SteuerConsultant 1/2013**
Mit Telefonanfragen richtig umgehen

**Teil 74 –
SteuerConsultant 2/2013**
Mandatspflege mittels Kanzleiveranstaltungen

**Teil 75 –
SteuerConsultant 3/2013**
Tipps für gekonntes E-Mail-Management

Abonnenten-Service

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

Um die Zahl elektronischer Anfragen zu erhöhen und auf einem gewissen Niveau zu halten, sollten Sie sich am besten an folgenden Regeln orientieren:

- Reihenfolge: Beantworten Sie Ihre E-Mails nach ihrer Priorität. Um nicht den Überblick zu verlieren, können Sie die Anfragen auch in verschiedenen Ordnern sortieren.
- Beantwortungsgarantie: Das wichtigste im geschäftlichen E-Mail-Verkehr ist die zuverlässige Beantwortung innerhalb von maximal 24 Stunden. Falls dies unmöglich ist, übermitteln Sie dem Absender einen – verbindlichen – Termin. Legen Sie die Dauer und die Beantwortungsgarantie im Menü „Kontakt“ auf der Homepage und kanzeleintern fest.

- Planung: E-Mails können Sie von Ihren Tätigkeiten ablenken. Daher planen Sie täglich am besten vormittags ein Zeitfenster ein, um sich um Ihr Postfach zu kümmern. Sie müssen nicht den ganzen Tag erreichbar sein. Zudem stören ständige Mails – ob intern oder extern – den Arbeitsprozess. Hier empfehlen sich Online-Kurznachrichten wie etwa ICQ, ein Programm zum Sofortversand von Textnachrichten, wenn etwas nicht auf Ihre „E-Mail-Zeit“ warten kann.
- Bestätigung: Um sicherzugehen, dass der Empfänger die Nachricht erhalten und auch gelesen hat, fordern Sie eine Lesebeziehungsweise Übermittlungsbestätigung an. Diese kann man mit einem Klick als automatische Sendung einstellen.

Telefonate können Arbeitsfluss stören

E-Mails haben Vorteile, ein Beispiel: Sie arbeiten gerade an einem Fall eines wichtigen Mandanten und plötzlich läutet das Telefon. Ein anderer Mandant bittet Sie um eine Erläuterung. Sie widmen sich ganz dem Telefonat und werden dadurch aber längere Zeit aus Ihrer Tätigkeit gerissen. Zudem erweist es sich als schwierig, dem Mandanten den Sachverhalt am Telefon näherzubringen. Das alles kostet Zeit.

Einfacher und effizienter ist es, mit Ihrem Mandanten einen Termin zu vereinbaren, bis zu dem er eine E-Mail mit der vollständigen Antwort von Ihnen erhält. Sie wählen selbst den passenden Zeitpunkt für die Beantwortung und, falls notwendig, senden ihm per E-Mail Unterlagen und relevante Links auf Ihrer Homepage.

Damit schlagen Sie mehrere Fliegen mit einer Klappe: Der administrative Aufwand sinkt, der Mandant wird zufrieden sein und Sie können sich die Zeit besser einteilen. Gleichzeitig verweisen Sie auf Serviceangebote auf Ihrer

Homepage und erhöhen damit die Besucherzahl. Im nächsten Schritt kann Ihr Mandant beispielsweise mit Online-Rechnern selbstständig Aufgaben erledigen. Daneben hat die E-Mail den Vorteil, dass sie ausgedruckt und bei Bedarf immer wieder zur Hand genommen werden kann.

Digitale Briefe gelten als Aushängeschild, die nicht nur das Kanzlei-Image prägt, sondern auch die Bindung an die Mandanten sowie den Kundenzuwachs beeinflusst. Deshalb sollten Sie besonders auf das einheitliche Erscheinungsbild, Firmenwortlaut, Rechtschreibung, Korrektheit der Information sowie der rechtlichen Bestandteile am Ende der Nachricht Wert legen. Über die Verwendung von Newslettern können E-Mails gezielt zu Werbezwecken eingesetzt werden. Achten Sie auch auf Verlinkungen auf Serviceleistungen auf Ihrer Homepage sowie die persönliche Anrede. Massenaussendungen interessieren nicht.

E-Mails sind also Werbung – Grund genug, den E-Mail-Verkehr anzukurbeln. Weisen Sie Ihre Mandanten auf diese Kontaktmöglichkeit besonders hin und machen Sie es ihnen einfach: Vorgefertigte Kontaktformulare auf Ihrer Website kommen besonders gut an. ■



Markus Danninger

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

spezialisiert. **E-Mail:** markus.danninger@atikon.com, www.atikon.com