

Mandantengespräche

Worte sind längst nicht alles

Man kann nicht nicht kommunizieren – dieses viel zitierte Bonmot des Kommunikationswissenschaftlers Paul Watzlawick gilt als goldene Regel in PR und Marketing. So gesehen sind Mandantengespräche stets auch ein Element des Kanzleimarketings. Dabei spielen außer dem Inhalt und den Formulierungen vor allem auch die Körpersprache und das Setting eine große Rolle.

So trivial Kommunikation mit dem Mandanten auch erscheint, so wichtig ist es dennoch, stets die Eckpfeiler erfolgreicher Gespräche im Auge zu behalten. Steht ein Termin mit einem Mandanten an, gilt primär: Gut vorbereiten! So vermeiden Sie einerseits, dass das Gespräch in eine für Sie falsche Richtung läuft, und andererseits, dass Sie Wichtiges vergessen. Legen Sie für sich vorab Folgendes fest: Ihre Ziele für das Gespräch, Ihre Gesprächsstrategie und den eigenen Verhandlungsrahmen – welche Zugeständnisse können Sie maximal machen. Informieren Sie sich zudem vorab über den Mandanten und die betreffende Angelegenheit. Eine solche Vorbereitung ist bereits die halbe Miete. Aber dazu müssen diese Grundlagen auch während des gesamten Gesprächs berücksichtigt werden. Notizen können da nie schaden.

Die Grundeinstellung

Prüfen Sie zudem die Grundeinstellung, mit der Sie einem Gesprächspartner gegenüber treten! Diese beeinflusst unbewusst immer die Kommunikation. Nicht nur Ihre Wortwahl und Ihr Tonfall verrät Ihre Haltung, sondern gerade auch die Körpersprache. Gehen Sie deshalb mit der Überzeugung in den Termin,

dass sie gleichwertige Partner sind – und niemand über- oder unterlegen ist.

Verständnis und Vertrauen sind wichtige Faktoren für eine starke Mandantenbindung. Indem Sie aufmerksam zuhören und sich in den Gesprächspartner hineinversetzen, tragen Sie dazu bei. Auch können Sie so selbst besser und zielgenauer argumentieren. Nachfragen schließt Wissenslücken und vermittelt dem Gegenüber das Gefühl, ernst genommen und wertgeschätzt zu sein.

Da die menschliche Aufmerksamkeitsspanne kaum 30 Sekunden übersteigt, sind lange Monologe wenig sinnvoll. Ist Ihr Gesprächspartner selbst in einen unermüdlichen Redeschwall verfallen, scheuen Sie nicht davor zurück, diesen auf höfliche Weise zu stoppen. Wenn man so das Wesentliche im Auge behält, profitieren davon beide Seiten.

Drücken Sie sich klar und bildhaft aus! So versteht Ihr Gegenüber besser, was Sie sagen wollen. Abstrakte Begriffe machen es Ihrem Mandanten hingegen schwer, Ihnen zu folgen. Beziehen Sie ins Gespräch, falls möglich, auch Gegenstände als Anschauungsobjekte oder Sinnbilder mit ein – oder integrieren Sie Ihren Computer in den Dialog. Besitzen Sie beispielsweise eine eigene Kanzlei-Website, können Sie diese gut nutzen, um einzelne Leistungen oder Serviceangebote vorzustellen. Haben Sie dort zudem Online-Rechner hinterlegt, können Sie Ihre Argumente mit Rechenbeispielen untermauern. Das lockert das Gespräch auf und lässt es deutlich besser im Gedächtnis haften.

Körpersprache und Gesprächsort

Weil Körpersprache oft mehr sagt als Worte, ist es wesentlich, auf die entsprechenden eigenen Signale und jene des Gegenübers zu achten. So erkennen Sie, ob Ihr Mandant Ihre Argumente auch versteht und seine eigenen Aussagen wirklich so meint. Hüten Sie sich jedoch vor Überbewertungen! Detaillierte

Hinweise zu körpersprachlichen Signalen gibt es zur Genüge im Internet. Ein Blick darauf kann sich lohnen.

Der richtige Ort für das Mandantengespräch hängt davon ab, wie gut Sie bereits miteinander bekannt sind. Empfehlenswert ist es, das Erstgespräch in Ihrem Büro anzuberaumen. Achten Sie dabei auf Ordnung, halten Sie Anschauungsmaterial bereit und holen Sie die Kanzlei-Website auf den Schirm. Denken Sie auch daran, Getränke anzubieten und Anrufe umleiten zu lassen. Ist die Beziehung zum Mandanten bereits vertrauter, kann auch eine Essenseinladung getätigt werden. Doch stets gilt: Nicht allein in Ihren Worten, sondern in der umfassenden Kommunikation liegt der Schlüssel zum Erfolg.

» Serienplaner

Teil 70 –
SteuerConsultant 10/2012
 Mobil auf der
 Überholspur

Teil 71 –
SteuerConsultant 11/2012
 Mandantengespräche
 erfolgreich führen

Teil 72 –
SteuerConsultant 12/2012
 Beratungstermine
 pünktlich einhalten

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