

(Kanzlei-) Marketing

Die richtige Strategie zahlt sich aus

Wer seine Steuerkanzlei erfolgreich vermarkten will, sollte auf eine durchgängige Linie achten und seine Zielgruppe fest im Auge behalten. Dann ergänzen sich die verschiedenen Marketinginstrumente auf wirkungsvolle Weise.

Sie können auf gute Mandanten verzichten? Falls ja, dann legen Sie nun eine wohlverdiente Pause ein. Falls dem aber nicht so ist, ist Marketing für Ihre Kanzlei von zentraler Bedeutung. Wenn Sie hervorragende Arbeit leisten, dann informieren Sie Ihre Zielgruppe darüber. Wer herausragende Leistungen bietet, hat den Schlüssel zum Erfolg schon in der Tasche. Man muss ihn aber noch ins Schloss stecken und umdrehen. Dafür sorgt insbesondere ein stimmiges Marketingkonzept.

Das Kanzleilogo als Ausgangspunkt Mundpropaganda, Fachkompetenz, ein freundliches Kanzleiteam, gute Erreichbarkeit, ein glänzender Ruf, eine starke Website – viele Faktoren bringen Ihnen neue Mandanten. Und genau hier setzt eine professionelle Marketingstrategie an: Sie sorgt für ein

durchgängiges, einheitliches Erscheinungsbild. Ein stimmiges Kanzleilogo schafft dabei einen positiven ersten Eindruck. Ihr Logo soll professionell und unverwechselbar sein. Es findet sich auf Briefpapier, Stempel, Kanzleischild, Visitenkarten und Homepage wieder. So vertrauen die Mandanten bald: Wo Ihr Logo draufsteht, ist Ihre Kompetenz drin.

Zur Basisausstattung einer Kanzlei zählt heute zudem eine eigene Homepage. Schließlich suchen potenzielle neue Kunden vor allem im Internet nach passenden Steuerberatern. Die endgültige Entscheidung für eine bestimmte Kanzlei wird erfahrungsgemäß erst nach dem Besuch ihrer Internet-Präsenz getroffen. Marketingexperten halten eine Website daher für das Werbemittel mit dem günstigsten Kosten-Nutzen-Verhältnis. Die wichtigsten Punkte dabei sind: Ein ansprechendes Design, sympathische Kanzleimitarbeiter auf den Fotos, ein gutes Google-Ranking (Suchmaschinenoptimierung veranlassen!) sowie eine kompetente Gesamterscheinung durch viele Infos und Steuer-News.

Daneben erzielen oft vermeintliche Kleinigkeiten große Wirkung: Senden Sie Ihren Mandanten Geburtstags- oder Weihnachtsgrüße, erinnern Sie sie an wichtige Steuertermine oder bieten Sie ihnen die Möglichkeit eines SMS-Erinnerungsservice kurz vor dem nächsten Beratungstermin.

Auch Klassiker haben ihren Platz

Ein klassisches Werbemittel, das bei Mandanten immer gut ankommt, ist ein kompakter Leistungsfolder. Viele Kanzleien legen neben den Mandanteninformationen einen derartigen Folder zum kostenfreien Mitnehmen aus. Neue Mandanten können so im Wartebereich das Leistungsspektrum der Kanzlei kennenlernen. Für größere Kanzleien empfiehlt sich zusätzlich eine Imagebroschüre – je nach Ausrichtung der Kanzlei auch in mehreren Sprachen. Bei dieser Broschüre

sollte nicht gespart werden. Sie sollte hochwertig in Gestaltung und Material sein. Damit sprechen Sie vor allem größere Firmenkunden und Kooperationspartner an.

Mandantenbindung nicht vergessen

Langfristige Mandantenbeziehungen bringen einer Kanzlei große Vorteile, etwa Erfahrungswissen und Planbarkeit. Die Bindung bestehender Mandanten ist daher mindestens ebenso wichtig wie die Gewinnung neuer – auch für die Marketingstrategie. Ein wichtiges Instrument sind da regelmäßige Mandanteninfos. Steuerberater arbeiten dabei oft mit Agenturen zusammen, die die Inhalte liefern. Alternativ können Sie Mandanten auch einen Steuerratgeber fürs ganze Jahr zum Nachschlagen anbieten. Immer präsent: Ihr Logo und der Verweis auf Ihre Website.

Zu guter Letzt: Achten Sie bei allen Maßnahmen auf eine durchgängige Strategie. Das kann Flops vermeiden, etwas das Versenden einer Werbeanzeige, weil die Botschaft nicht „passt“. Generell gilt bei jeder Investition ins Marketing: Wer eine durchgängige Linie hat, seine Zielgruppen kennt und strategisch vorgeht, für den zahlt sie sich aus.

» Serienplaner

Teil 53 –
SteuerConsultant 04/2011
Homepage-Vermarktung

Teil 54 –
SteuerConsultant 05/2011
(Kanzlei-)Marketing

Teil 55 –
SteuerConsultant 06/2011
Qualitätsmanagement

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