

## Angebotserstellung

# Pakete schnüren

*Wurden die Leistungen des Steuerberaters früher noch einfach nach Honorar-Richtlinien abgerechnet, ist heute mehr Innovation gefragt: Leistungspakete müssen geschnürt und Angebote verständlich aufbereitet werden.*

Würden Sie gerne in einem Restaurant essen, das schmutzilig und unhygienisch wirkt? Wohl kaum. Da kann das Essen noch so gut sein, wenn es schlecht präsentiert wird, werden Sie wohl woanders hingehen. Nicht anders ist es bei Ihren Leistungen. Kompetente Beratungsangebote müssen auch nach außen hin verständlich und kompakt präsentiert werden. Je attraktiver, desto eher werden Ihre Mandanten darauf einsteigen.

Das Wirtschaftsleben wird heute von Sets, Paketen und kombinierten Angeboten dominiert. Der Kunde braucht nicht mehr selbst zu recherchieren, was er alles nötig hat, um beispielsweise eine DVD im Heimkinosystem abzuspielen. Er freut sich, dass ihm der Berater im Fachmarkt das Komplettpaket anbietet: DVD-Player, Receiver, Fernseher, Lautsprecher-System, passende Boxen sowie gleich ein komplettes Filmpaket mit den neuesten DVDs.

## Unterschiedliche Beratungspakete für die Mandanten schmieden

Selbstverständlich kann er aus unterschiedlichen Angeboten wählen: Vom Standard bis hin zum Premiumpaket. Ein Gesamtpreis garantiert den optimalen finanziellen Überblick. Ähnlich ist es auch in der Dienstleistungsbranche. Immer mehr Steuerberater bieten Pakete für unterschiedliche Kundenbedürfnisse. Vom Standard, Economy über das Business bis hin zum First-Class-Paket – je nach Bedarf.



### Johann Aglas

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

E-Mail: [johann.aglas@atikon.com](mailto:johann.aglas@atikon.com)  
[www.atikon.com](http://www.atikon.com)

Letzteres beinhaltet umfangreiche Prüfungshandlungen, mehrere Gespräche mit der Bank oder auch Bilanzberichte. Übersichtlich gestaltet präsentieren Sie diese Leistungen in Ihren Kanzleibroschüren oder auf Ihrer Homepage. In Ruhe kann der Mandant wählen, welche Beratungsleistungen auf seine individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Telefonische Auskünfte lassen sich als Extraleistung anbieten. Erfahrungsgemäß werden sie selten genutzt, der Mandant fühlt sich alleine durch die Möglichkeit besser betreut.

Sicherheit gibt ihm der Einheitspreis, das hebt Sie wesentlich von Ihrer Konkurrenz ab, die diesen Service nicht bietet. Von vornherein wird für Klarheit in der Geschäftsbeziehung gesorgt, Ärger über hohe Rechnungen gibt es dabei nicht. Das sorgt für langfristige Treue Ihrer Mandanten.

Nicht mehr wegzudenken bei der Erstellung von Angeboten sind spezielle Software-Tools. Damit können Sie Textbausteine zu Paketen zusammenstellen und auch gleich automatisch verschiedene Preisvarianten kalkulieren. Bei der grafischen Gestaltung in Form von Plakaten, Foldern oder als Unterseiten auf Ihrer Website muss ebenfalls professionelle Hilfe zurate gezogen werden. Werbeagenturen sind spezialisiert auf die Präsentation Ihrer Vorteile und der ansprechenden Darstellung Ihrer Angebote.

Wenn bislang noch keine professionelle Angebotserstellung durchgeführt wurde, lautet die Devise „strukturiert vorgehen“. Listen Sie Ihre ganzen Dienstleistungen auf und sortieren Sie sie: Dabei sollten Sie verschiedene Pakete schnüren, vom Standard- bis hin zum exklusiven Beratungsangebot.

Wichtig ist es, bei jedem Paket den konkreten Nutzen für den Mandanten herauszuarbeiten, der verwendete Text soll dem Kunden die Entscheidung leicht machen: So ist die Bezeichnung „Investition“ wesentlich positiver behaftet als die abschreckenden „Kosten“. Bei der Preisgestaltung heißt es: Finden Sie einen optimalen Paketpreis, der für Sie wirtschaftlich sinnvoll ist, den Mandanten aber immer noch anspricht. Im Hinblick auf die grafische

Gestaltung sollten Sie konsequent darauf achten, dass erst der Preis beziehungsweise „Ihre Investition“ steht, danach müssen stets mehrere Argumente folgen. Ideal ist eine gerade Anzahl zu nennen – Marketingexperten raten zu drei oder fünf Argumenten. So bleibt der Nutzen für den Mandanten besser im Gedächtnis haften.

## Für Premiummandanten besondere Leistungen anbieten

Exklusivpakete dürfen durchaus einen höheren Preis haben. Bieten Sie hier etwas ganz Besonderes, was Ihre Premiumkunden auch oft nachfragen. Spezialberatungen wie betriebswirtschaftliche oder Marketingunterstützung werden von den Mandanten gerne in Anspruch genommen. Im Exklusivpaket kann darüber hinaus das monatliche Zusenden Ihrer gedruckten Steuer-News enthalten sein. Als „Sahnehäubchen“ bietet sich die alljährliche neue Steuerinfo an, die Sie dem Mandanten als Weihnachtsgeschenk ins Büro oder nach Hause senden.

## » Serienplaner

Teil 36 –  
**SteuerConsultant 10/2009**  
 Kanzleibroschüren

Teil 37 –  
**SteuerConsultant 11/2009**  
 Angebotserstellung

Teil 38 –  
**SteuerConsultant 12/2009**  
 (Mandanten-)  
 Empfehlungsmarketing

### Abonnenten-Service

Abonnenten können im Internet unter [www.steuer-consultant.de](http://www.steuer-consultant.de) das Themenarchiv nutzen und unter anderem alle Teile der Serie „Marketing“ kostenlos nachlesen.