

Kanzleimanagement

Erfolgreich verkaufen

Verkaufen ist mehr als nur eine Frage der Selbstdarstellung. Wichtige und nützliche Verkaufstechniken sind gut erlernbar und erleichtern die gezielte Argumentation – auch für Steuerberater.

» Serienplaner

Teil 16 –

SteuerConsultant 02/2008
PR-Agenturen als Partner

Teil 17 –

SteuerConsultant 03/2008
Wie Steuerberater
richtig verkaufen

Teil 18 –

SteuerConsultant 04/2008
Homepage-Gestaltung

Abonnenten-Service

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

Menschen, die sich und ihre Fähigkeiten gut verkaufen können, beeindrucken ihr Gegenüber – das gilt beruflich wie privat. Beim Verkauf kommt es unter anderem darauf an, sich selbst und das Produkt professionell zu präsentieren. Erlernbare und erprobte Verkaufstechniken helfen dabei.

Die beratende Branche ist eine der letzten Bastionen, die aktiv ihre Dienstleistungen verkaufen muss. Schließlich ist es auch für Mandanten über das Internet möglich, unterschiedliche Anbieter und deren Leistungen miteinander zu vergleichen. Fachkompetenz und Persönlichkeit in Kombination mit Ihrer Beratungsleistung, machen Sie als Steuerberater zur Marke, die Sie verkaufen und positionieren müssen.

Ein Beispiel: Sie erkundigen sich bei Freunden über ein gutes Fitnessstudio und erfahren drei Namen. Nur zwei der drei Unternehmen haben aber eine Homepage, womit eines der Fitnesshäuser wegfällt. Die beiden anderen werden Sie sich dann im Internet genauer ansehen. Ihre Entscheidung für einen der

Anbieter beeinflussen hier einfache Faktoren wie Aufmachung, Informationen oder der Nutzen, den Sie von dieser Homepage haben. Genauso verhalten sich Mandanten, wenn sie nach einem neuen Steuerberater suchen. Der Mandant wechselt den Berater heute relativ schnell.

Auch für Steuerberater ist der Verkauf Teil des Tagesgeschäfts

Verkaufen selbst gehört heute für Steuerberater genauso zum Tagesgeschäft wie etwa die Bilanzanalyse. Aber die übliche Mundpropaganda braucht heute mehr Unterstützung durch professionelle Verkaufstechniken. Insbesondere bei ähnlichen Leistungen entscheidet oft eine gute Verpackung über den Verkaufserfolg. Gezielte Nutzenargumentation ist hier sinnvoll, wenn der Steuerberater die Bedürfnisse seiner Mandanten kennt. Finden Sie heraus, was Ihre Klientel will:

1. Gute und griffige Präsentationen
2. Betreuung
3. Wenig Arbeit mit finanziellen Dingen
4. Ansprechpartner, die er ständig kontaktieren kann, oder die Chance, sich selbst rund um die Uhr zu informieren.

Haben Sie die Vorlieben Ihres Klienten herausgefunden, haben Sie bereits die wichtigste Hürde für ein Verkaufsgespräch genommen. Mit den Antworten können Sie während der Beratung nutzenoptimiert argumentieren und speziell auf ihn zugeschnittene Leistungen

verkaufen. Beispielsweise wird ein Freiberufler einen elektronischen Eingaben-Ausgaben-Manager sicher gerne verwenden. Sein Vorteil liegt dabei in der optimalen Struktur seiner Einnahmen und Ausgaben.

Sie haben damit etwas zusätzlich verkauft und können sich beim nächsten Mal über einen übersichtlichen Datensatz seiner Finanzen freuen.

Bei günstigen Gelegenheiten über neue Beratungsangebote sprechen

Kommunizieren Sie Ihr Angebot an zusätzlichen Beratungsfeldern, wann immer sich Ihnen die Gelegenheit bietet. Dafür eignen sich Tagungen, Mandantenveranstaltungen oder Informationsveranstaltungen von Kreditinstituten. Eine gute Plattform dafür kann, neben Ihrer Homepage, eine ansprechend gestaltete Kanzleibroschüre mit Ihrem Leistungsspektrum sein. Damit heben Sie sich von Ihren Kollegen ab und überzeugen nicht nur Ihre bestehenden Mandanten von der Wahl ihres Steuerberaters. Sie beweisen auch Ihren potenziellen Mandanten Ihre Qualitäten und unterstreichen somit Ihren Servicegedanken.

Während der Beratung müssen Sie natürlich keinen Fragenkatalog durchgehen. Sich ein leichtes Konzept für das Gespräch im Vorfeld zu überlegen, ist aber sicher von Vorteil. Die gute Vorbereitung auf ein Mandantengespräch ist bekanntlich der halbe Erfolg.

Fragen Sie Ihren Mandanten was ihm wichtig ist, welche Bereiche für ihn besonders interessant sind und was er überhaupt nicht benötigt. Offen gestellte Fragen bringen Ihnen schnell einen Einblick in die Situation des Mandanten. Mit einer Bilanzpräsentation, etwa über einen Beamer, erzeugen Sie einen professionellen Eindruck. Ihr Mandant erfährt in einfacher und plakativer Weise wie es in den nächsten Jahren mit seinem Betrieb weitergeht.

Ein kleiner Tipp: Sprechen Sie nie von Kosten. „Investition“ klingt in den Ohren der Mandanten viel freundlicher und lässt sich auch einfacher in die Nutzenargumentation für ein Zusatzprodukt einbinden.



Johann Aglas

ist Geschäftsführer der Atikon Marketing & Werbung GmbH in Linz. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Marketing und Internet/Homepage-Gestaltung für Steuerberater.

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