

Viel Werbung für wenig Geld? Erkennen und aktivieren Sie Ihre Multiplikatoren!



Wirtschaftliche und steuerliche Beratung sind außerordentlich sensible "Produkte"; schließlich erhält der Berater Kenntnis intimster Angelegenheiten, die der Mandant ihm anvertraut. Insoweit wundert es nicht, dass Mandanten viel eher der Empfehlung eines zufriedenen anderen Mandanten folgen als den Eintragungen in Gelben Seiten, im Telefonbuch oder den Anzeigen in Tageszeitungen nachzugehen. Das vermutlich älteste, wichtigste und mit Sicherheit kostengünstigste Werbeinstrument, die "Mund-zu-Mund-Propaganda", erscheint eine Betrachtung wert.

Wie kommt es zu einer Empfehlung?

Eines ist klar: Wenn Kundenerwartungen nicht erfüllt werden, führt dies zu erhöhter Wechselbereitschaft und mit großer Wahrscheinlichkeit zu negativer Mund-Propaganda. Vor allem schlechte Erfahrungen geben Kunden gerne und häufig weiter. Natürlich sind auch diese Menschen Multiplikatoren – negative! Zufriedene Mandanten sind erst mal nur zufrieden und reden nicht darüber; sie verhalten sich passiv in Sachen Mund-Propaganda und sind möglicherweise für Abwerb Bemühungen des Wettbewerbs offen.

Als Dienstleister müssen Sie folglich mehr bieten: Bedürfnisse und Wünsche von Mandanten übertreffen, sie verblüffen, sie zu überzeugten und begeisterten Kunden machen. Erst dann können Sie erwarten, dass sie sich auch als aktive Empfehler, als positive Multiplikatoren betätigen.

Empfehlungsbereitschaft bei Mandanten fördern

Wenn die Erwartungen Ihrer Mandanten nicht nur erfüllt sondern übertroffen werden, stellt sich die positive Propa-

ganda wahrscheinlich von alleine ein.

So gesehen heißt der Auftrag an die Kanzleiführung:

Finden Sie heraus, was bislang nicht wahrgenommene Mandantenwünsche sind! Ermuntern Sie Ihre Mitarbeiter, die regelmäßig im Mandantenkontakt stehen, von Kunden empfundene Service-defizite zu benennen! Vielleicht ahnen Ihre Mitarbeiter mehr als Sie sich vorstellen. Seien Sie kreativ, Ihre Mandanten zu verblüffen.

Wenn Sie sicher sind, dass Ihr Kunde wirklich von der Kanzlei begeistert ist, ist es nicht mehr schwierig, ihn zum Weitersagen zu aktivieren und sein aktives Tun zu belohnen, z. B. mit einem ganz individuellen kleinen Geschenk – nicht nur zur Weihnachtszeit!

Ihre Multiplikatoren sitzen "überall"

Es wäre kurzsichtig, Multiplikatoren der Kanzlei nur in der Mandantschaft zu suchen. Denn nicht nur Ihre Kunden reden über Sie! Die zweite enorm wichtige Gruppe sitzt direkt in Ihrer Kanzlei und kennt das Geschehen am besten: Ihre Mitarbeiter und deren Familien. "Nur wer sein Unternehmen liebt, kann es auch bei anderen beliebt machen" heißt eine Marketing-Weisheit. Die Sympathie der Mitarbeiter für die Kanzlei wirkt akquisitionsfördernd in deren Lebensumfeld: wer wollte nicht gerne der Empfehlung einer von ihrer Kanzlei begeisterten Steuerfachangestellten oder eines engagierten Steuerfachwirtes folgen?

Auch an anderen Orten sind Kanzleien "bekannt" und genießen einen wie auch immer gearteten Ruf. In den Finanzämtern und ebenso bei Banken und Sparkassen, in den Verbänden und Kammern, bei der IHK, in den Ausbildungs-

institutionen, ... arbeiten Menschen, die die Kanzlei aus der Zusammenarbeit kennen, sich ein eigenes Bild machen und sicher nicht immer über alles Stillschweigen bewahren. Sogar in den Finanzgerichten sind viele Kanzleien "aktenkundig" und beeindrucken Justizpersonal und Richter im günstigsten Fall durch partnerschaftliche, faire und zuverlässige, in jedem Fall "empfehlenswerte" Zusammenarbeit.

Es lohnt sich, auf die Suche zu gehen nach diesen wirksamen und kostengünstigen Werbeträgern der Kanzlei, die ein wichtiger Bestandteil Ihrer "Öffentlichkeitsarbeit" sind - denn was zählt in der Vielfalt und Unübersichtlichkeit des Angebotes bei Ihren potenziellen Mandanten mehr als die Empfehlung eines begeisterten Kunden oder eines guten Freundes?

Dipl. Kauffrau Barbara Schaefer
Tel. 0911 / 366 89 80,
Email: Kontakt@BarbaraSchaefer.de;

Auch im kommenden Jahr werden wieder Seminare zum Kanzlei-Marketing angeboten – bitte beachten Sie die Ausschreibungen in der Seminar-Vorschau des LSWB.