Für Rechtsanwälte und Steuerberater

magazin
kanzleimarketing.de
Mandanten gewinnen, Mandanten binden.

ffi Verlag
Freie Fachinformationen

Erfolgsrezept: Mandantenbindung

So bleiben Mandaten Ihnen treu

Sonderausgabe 01/2018

Herausgeberin RAin Pia Löffler

von Nicole Zobel,
Marketing- und Vertriebsexpertin

Was Sie von Ihrem Stammitaliener über Mandantenbindung lernen können

CRM-Systeme sorgen für gemeinsamen Wissensstand in Ihrer Kanzlei

Informierte Mandanten sind zufriedene Mandanten

Die Maßnahmenanalyse – Warum der Blick nach hinten der Weg nach vorne ist

Checklisten zur Selbstanalyse

www.kanzleimarketing.de

Partner für professionelles Kanzleimarketing:

anwalts.marketing
FORMblitz
Köln | Dialog Agentur für Online-Marketing
WebTiger Pro Kanzlei Online-Marketing
PANZERI & PARTNERS

Editorial

Lieber Leserinnen und Leser,

warum wir für Sie diese Sonderausgabe erstellt haben, ergibt sich aus dem Motto von kanzleimarketing.de: Mandanten gewinnen, Mandanten binden. Denn zahlt sich die Erstellung der Kanzleihomepage, die Auseinandersetzung mit Empfehlungsmarketing … und, und, und … erst einmal aus, klopft die wahre Herausforderung an die Tür: die Mandanten dauerhaft von sich und der eigenen Kompetenz zu überzeugen. Diese Sonderausgabe soll sowohl als Kurzanleitung und Denkanstoß dienen.

Jedem „Knackpunkt" widmen wir dabei ein Kapitel. Nachdem wir verraten, was Ihr Stammitaliener mit Mandantenbindung zu tun hat, blicken wir auf die sogenannte „Customer Journey", bei der wir analysieren, wo sich im Kanzleialltag entscheidet, ob Ihr Mandant Ihnen treu bleibt. Im Kapitel über „CRM-Systeme" (Customer-Relationship-Management) zeigen wir Ihnen, wie eine entsprechende Software-Lösung Sie dabei unterstützt, Ihre Mandanten mit den passenden Informationen zu versorgen, Sie individuell zu beraten. Das i-Tüpfelchen setzen wir zum Schluss und verraten, welche Informationen einen Zusatznutzen über das Mandat hinaus versprechen. Dazu gehören natürlich auch Selbstreflexion und ein Prozess der Ihnen dabei hilft, zu sehen, an welchen Stellen Sie in Ihrer Kanzlei hinsehen müssen, um dauerhaft zufriedene Mandanten zu haben. Um Sie dabei zu unterstützen, geben wir Ihnen dazu noch eine Checkliste zum Ausdrucken und Ankreuzen mit auf den Weg.

Fällt Ihnen etwas auf? Mandantenbindung ist überall! Wer konkrete und positive Ergebnisse erzielen will, muss an vielen Schrauben drehen, sei es die Service-Qualität, die internen Prozesse oder die Fachkompetenz. In diesem Sinne: Packen wir es an!

Eine aufschlussreiche Lektüre wünscht Ihnen

Nicole Zobel

Nicole Zobel ist seit vielen Jahren im Verkauf und Vertrieb tätig und arbeitet gerne eng mit den jeweiligen Marketingansprechpartnern zusammen. Marketing und Vertrieb sind für sie zwei Seiten der gleichen Medaille und nur gemeinsam erfolgreich. Sie steht gerne als unvoreingenommenes Sounding Board im Bereich Business Development und als Moderator in der Entwicklung eines Customer Journey für Kanzleien zur Verfügung.

Besuchen Sie uns auch auf Facebook und Twitter!

Inhalt

Was Sie von Ihrem Stammitaliener über Mandantenbindung lernen können — Seite 4

CRM-Systeme sorgen für gemeinsamen Wissensstand in Ihrer Kanzlei — Seite 5

Informierte Mandanten sind zufriedene Mandanten — Seite 6

Die Maßnahmenanalyse – Warum der Blick nach hinten der Weg nach vorne ist — Seite 9

Checklisten zur Selbstanalyse — Seite 10

Was Sie vom Stammitaliener über Mandantenbindung lernen können

Sie öffnen die Tür zu Ihrem italienischen Lieblingsrestaurant, der warme Duft von Pasta und Pizza empfängt Sie.

Der Chef Antonio begrüßt Sie lächelnd mit Ihrem Namen und fragt, wie Ihr Urlaub in der Toskana war. Er freut sich, dass Ihnen das von ihm empfohlene kleine Café in Lucca gefallen hat. Danach führt Sie Antonio zu „Ihrem" Tisch in der kleinen Nische, reicht Ihnen die Karte und verrät mit einem Zwinkern, dass er eine frische Lieferung Ihrer Leibspeise Goldbrasse bekommen hat, die noch nicht auf der Karte steht. Dazu trinken Sie den Wein, den Sie bereits bei der Reservierung auf der Restaurant-Webseite entdeckt hatten. Ein warmes, zufriedenes Gefühl von Loyalität gegenüber „Ihrem" Italiener breitet sich aus.

Harter Wettbewerb, softe Kunden

Ob im Restaurant, beim Arzt oder in der Kanzlei – Kundenbindung entsteht durch ein fein aufeinander abgestimmtes Zusammenspiel von Kundennutzen und Kundenzufriedenheit. Im Beispiel unseres Italieners: von sättigenden Speisen und der Goldbrasse am Lieblingstisch. Mehr als 245.000 Berufsträger aus den Bereichen Rechts- und Steuerberatung befinden sich in Deutschland in einem teils harten Wettbewerb um Mandanten, häufen Experten und Expertise in ihren Kanzleien an und versuchen Ihre Marktanteile stetig zu erhöhen. Wer sich maßgeblich von der Masse absetzen möchte, muss investieren und für sich und seine Kanzlei Maßnahmen identifizieren, die den Mandanten dort abholen, wo er Hilfe und Beratung benötigt. Neben dem Nutzen der fachlich kompetenten Leistung, soll der Mandant sich gut aufgehoben wissen. Er soll zufrieden mit seiner Wahl sein, Sie zu beauftragen. Mandantenbindung ist also weit mehr als nur ein Lächeln am Empfang und ein fester Händedruck.

Mandantenbindung:
Ein fein aufeinander abgestimmtes Zusammenspiel von Mandantennutzen und Mandantenzufriedenheit.

Wenn einer eine Reise tut – „Customer Journey" für Kanzleien

Wer sich mit Marketing und Vertrieb auseinandersetzt, stolpert über kurz oder lang über den Begriff „Customer Journey". Dieser beschreibt die Reise des Kunden, die vom ersten Kontakt zur Mandatierung und weit darüber hinaus führt. Denn schon lange vor der Erteilung des Mandats beginnt der Kundenbindungsprozess. Eine Chance, beim ersten Eindruck zu glänzen, gerade im Online-Zeitalter: Der Aufbau, das Aussehen und der Informationsgehalt Ihrer Homepage; die Art und Weise, wie Ihre Mitarbeiter Telefonate entgegennehmen; die Bewertungen in einschlägigen Portalen und Ihre Reaktion darauf; Ihre professionelle Rückmeldung auf eine Beschwerde; die persönliche Begrüßung mit Namen am Empfang. Diese sogenannten „Touchpoints" können ausschlaggebend dafür sein, ob Herr Maier Sie als Steuerberater für den Jahresabschluss seiner Anlagenbau GmbH weiterhin beauftragt oder ob Sie als Rechtsanwalt Frau Dr. Müller bei einem Verkehrsverstoß mit Führerscheinentzug vertreten dürfen. Schlagen Sie also Kapital aus Ihrem Wissen über Ihre Themen, Ihre Zielgruppe und Ihr Netzwerk. Und bringen Sie Ihrem Mandanten vor allem den Respekt und die Fürsorge entgegen, die er verdient. Das heißt nicht nur, dass Sie sich sein Anliegen und seinen Namen merken, sondern auch die damit zusammenhängenden Sorgen und Wünsche – seine Geschichte. Oder wie Antonio fragen würde: Wie war ihr Urlaub in der Toskana?

Wichtige „Touchpoints" zu Beginn des Kundenbindungsprozesses:

- Kanzleihomepage
- Telefonkommunikation
- Bewertungsportale
- Empfang

Wichtig:
Der Kundenbindungsprozess beginnt lange vor der Erteilung des Mandats – bringen Sie potentiellen und bereits gewonnenen Mandanten den gleichen Respekt und die gleiche Fürsorge entgegen.

Partner für professionelles Kanzleimarketing finden Sie hier

CRM-Systeme sorgen für gemeinsamen Wissensstand in Ihrer Kanzlei

Kanzleimanagementsystem, Aktenverwaltung, Buchhaltungssoftware, Stundenerfassung, Dokumentation, Recherchedatenbanken, E-Mail & Co.

Viele nützliche Tools, die Ihre Effizienz erhöhen, Ihre Arbeit vereinfachen und Ihnen mehr Zeit für die Beratung Ihrer Mandanten geben. Kundendaten in Exceltabellen, Haftnotizen mit dem Geburtstag Ihres umsatzstärksten Mandanten am Bildschirm und Ihr Gedächtnis, das Müller schon mal mit Meier verwechselt, gehören nicht dazu. Investieren Sie stattdessen in ein für alle Mitarbeiter zugängliches Customer-Relationship-Management-System (CRM). Es erleichtert die Planung und Umsetzung von Mandantenevents, unterstützt Sie bei der zeitsparenden Erfassung und Auswertung Ihrer Mandantendaten, dazugehöriger Informationen aus Telefonaten und E-Mails sowie wichtiger Randnotizen. So stellen Sie einen einheitlichen Informationsstand in der Kanzlei sicher, überraschen Herrn Müller zeitnah mit einem Essen zum Geburtstag und Ihre Empfangsmitarbeiterin weiß, was im letzten Termin mit Frau Dr. Meier vereinbart wurde. Die Zeit und das Geld, das Sie sparen, wenn Ihre Mitarbeiter ihr Stundenhonorar nicht in interne Kommunikation und die langwierige Bergung einer Notiz aus der Lücke zwischen Wand und Schreibtisch investieren, ist ein erfreulicher Nebeneffekt. Der eigentliche Lohn ist die dankbare Verbundenheit Ihres Mandanten mit Ihnen und Ihrer Kanzlei und die positive Empfehlung, die er später guten Gewissens an seine Kontakte weitergibt. Die Mitarbeiter Ihrer Kanzlei sind also der wichtigste Kontaktpunkt Ihres Mandanten.

Vorteile eines Customer-Relationship-Management-Systems:

- Einheitlicher Wissensstand innerhalb der Kanzlei
- Zeitsparende Erfassung und Auswertung von Mandantendaten
- Virtuelles Gedächtnis für wichtige Zusatzinformationen, wie Geburtstage
- Einfache Selektion von Mandanten für Newsletter-, Einladungs- und Mandanteninformationsversand
- Eventplanung und -management

Von Mensch zu Mensch: Holen Sie Ihre Mitarbeiter ins Boot!

Gebellte Nachnamen ohne Firmierung am Telefon, unpersönliche E-Mails (und Abwesenheitsnotizen!) sowie Mitarbeiter, die am Empfang ohne ein Wort der Entschuldigung um die nächste Ecke verschwinden und den Mandanten wartend stehen lassen, sind kleine Sargnägel auf dem Weg zur Beerdigung der Kundenbindung. Kein Associate, keine Steuer- bzw. Rechts- und Notarfachangestellte, kein Empfangsmitarbeiter ist von Beginn an perfekt im Umgang mit Mandanten. Gerade emotional vorgebrachte Beschwerden und Erwartungen von Mandanten können unprofessionelle Reaktionen hervorrufen. Holen Sie Ihre Mitarbeiter unbedingt kommunikativ ins Boot, helfen Sie durch Mentoring und zielgerichtete Schulungen mit Unterstützung von Professionals und bauen Sie neben der fachlichen auch soziale Kompetenzen auf, die sich nicht nur auf Ihre Mandantenbeziehungen positiv auswirken werden, sondern auch innerhalb Ihrer Kanzlei.

Soziale Kompetenzen schulen:

- Einheitliche Vorgaben für Abwesenheitsnotizen und E-Mails (bspw. Anrede, Signatur, Schlussformel)
- Telefonschulungen
- Kommunikationsschulungen
- Mentoring und Motivation durch erfahrene Mitarbeiter

Partner für professionelles Kanzleimarketing finden Sie hier

Informierte Mandanten sind zufriedene Mandanten

Die Kanzlei ist fachlich gut aufgestellt, das CRM-System ist „up and running“ und Ihre Mitarbeiter sind im Umgang mit dem CRM, für Ihren Einsatz am Telefon und den persönlichen Kontakt mit Ihren Mandanten geschult.

Und dazu haben Sie ein professionelles Beschwerdemanagement etabliert? Klingt so, als könnte nichts mehr schiefgehen. Jetzt ist es besonders wichtig, nicht nachzulassen und aufmerksam zu bleiben: Pflegen und hegen Sie Ihr Konzept und füllen Sie es mit Leben, nutzen Sie Ihr Wissen und die wunderbaren, neuen Strukturen, die Sie geschaffen haben. Tun Sie Gutes und sprechen Sie darüber!

Während Sie Ihre Mitarbeiter immer wieder motivieren und regelmäßig schulen, sorgen Sie dafür, dass passgenaue Mandanteninformationen über Ihre Homepage und gezielten E-Mail-Versand die richtigen Mandanten erreichen(CRM!). Wer nicht die personellen Kapazitäten hat, um Mandanteninformationen selbst zu erstellen, nutzt qualitativ hochwertige Angebote von etablierten Verlagen und holt sich Unterstützung im Content-Management für einen professionellen Internetauftritt.

Ihre Bühne: Die Homepage Ihrer Kanzlei

Bis Sie eine Zusammenarbeit mit einem professionellen Content Manager aufgebaut haben oder einer Ihrer Mitarbeiter eine entsprechende Weiterbildungsmaßnahme durchlaufen hat, müssen Sie im ersten Schritt nur an wenigen Stellschrauben Ihrer Homepage und damit Ihrer Online-Visitenkarte drehen, um aus Ihren Kunden informierte und damit zufriedene Mandanten zu machen.

Merke: Mandantenbindung über das Internet kann nur funktionieren, wenn der Besucher positive Erfahrungen mit Ihrer Kanzlei-Website macht.

Begreifen Sie Ihre Homepage als Bühne und Ihre Webseitenbesucher als geneigtes Auditorium, das Sie mit Ihrer Performance begeistern möchten. Für bestehende Mandanten, die sich im Internet auf die Suche nach Informationen zu Rechts- oder Steuerthemen begeben, wird Ihr Name und damit Ihre Homepage die erste Anlaufstelle sein – eine übersichtliche und informative Seite erleichtert die Recherche, überlegt ausgewählte Rubriken und Themenbereiche sorgen für ein angenehmes Serviceerlebnis und dafür, dass Ihr Mandant auf Ihrer Webseite verweilt und nicht zufällig mit einem Klick weiter Ihre Marktbegleiter kennenlernt.

Merke: Beantworten Sie die wichtigsten und häufigsten Mandantenfragen schon auf Ihrer Homepage!

Während unser Stammitaliener Antonio Ihnen neue Weine auf seiner Internetseite präsentiert, machen Sie sich bewusst, welche Themen Ihren Mandanten regelmäßig unter den Fingernägeln brennen, welches die häufigsten fünf bis zehn Fragen sind, die Sie telefonisch oder im Gespräch beantworten, und schaffen Sie für diese Inhalte eigene Rubriken (z.B. „Mandantenfragen“). Diese positive Erfahrung beim Surfen macht Sie in der Wahrnehmung Ihrer bestehenden und zukünftigen Mandanten zu einem kompetenten, vorausschauenden und verlässlichen Partner.

Musterverträge, Checklisten & Co.: Download-Rubriken als Mehrwert

Bei der Analyse von Klickzahlen schneidet ein guter Service- und Download-Bereich bei Internetauftritten regelmäßig gut ab. Voraussetzung dafür ist, dass die

herunterladbaren Inhalte hochwertig sind und für die Besucher ein Nutzen mit Soforteffekt entsteht. Im Mandantenbindungsprozess via Homepage bedeutet das für Kanzleien: Schenken Sie Ihren Mandanten einen kleinen Teil Ihrer Fachkompetenz ohne Barrieren, ohne Kontaktformulare, ohne langes Suchen.

Merke: Nützliche Informationen schaffen Bindung und Treue!

Ob Musterverträge, Checklisten oder Vorlagen, Ihr Mandant wird Sie als aufgeschlossen und serviceorientiert wahrnehmen und sich bei tiefergehenden Fragen zum Mietvertrag, zum Übergabeprotokoll oder zur Vorsorgevollmacht direkt vertrauensvoll an Sie wenden. Bieten Sie Kontaktmöglichkeiten konkret an und sorgen Sie dafür, dass Ihr Besucher auf den ersten Blick erkennt, wie er Sie erreichen kann. Ein kleines Fenster mit den entsprechenden Verbindungsdaten im Downloadbereich stellt sicher, dass Ihr Mandant ohne verschlungene Umwege weiß, wer für welches Thema der richtige Ansprechpartner in Ihrer Kanzlei ist. Vergessen Sie dabei nicht, dass es viele Menschen gibt, die komplexe und emotionale Themen im ersten Schritt lieber schriftlich übermitteln – geizen Sie also nicht mit den E-Mail-Adressen der entsprechenden Mitarbeiter und machen Sie Ihren Mandanten und Ihren Interessenten die Kontaktaufnahme so einfach und angenehm wie möglich. Eine schnelle Rückantwort mit Terminvereinbarung ist dann natürlich obligatorisch.

Um den guten Status Ihres Internetauftritts zu halten, sollten Sie unbedingt dafür sorgen, dass die Informationen regelmäßig aktualisiert werden, wechselnde Inhalte, Links und News Ihre Frontpage (Home-Seite)abwechslungsreich gestalten und der Downloadbereich sofort sichtbar ist. Damit erreichen Sie nicht nur, dass Ihre Mandanten glücklich sind, sondern gewährleisten auch, dass sich Ihr Google-Ranking peu à peu verbessert und Sie im besten Fall auf der ersten Seite von hunderten von Trefferlisten zu sehen sind.

Drei Wege zum schnellen Glück – wie Sie kurzfristig Ihren Internetauftritt und damit die Mandantenbindung verbessern:

1. Überlegt ausgewählte und sichtbare Rubriken (z.B. Mandantenfragen)
2. Download- und Servicebereich (z.B. mit fünf bis zehn Musterformularen)
3. Links zu den Ansprechpartnern bzw. direkt sichtbare Kontaktdaten (auch E-Mail-Adressen!)

Ihre Vorteile:

1. Bessere Sichtbarkeit
2. Zusätzliche Mandate durch treffende Informationen und einfache Kontaktmöglichkeiten
3. Stärkere Mandantenbindung und besseres Google-Ranking

Und sonst? Bloggen Sie, stellen Sie regelmäßig Fachartikel auf Ihrer Homepage und in den Sozialen Medien zur Verfügung, halten Sie Vorträge, zeigen Sie Ihr Engagement bei Pro Bono-Tätigkeiten in Wort und Bild, unterstützen Sie soziale Projekte, lassen Sie geeignete Referenzmandanten zu Wort kommen. Damit schärfen Sie Ihr Profil und verhindern Streuverluste – Interessenten wissen genau, ob Sie mit ihrem Anliegen bei Ihnen richtig sind; bereits umsatzbringende Mandanten verlieren den Kontakt zu Ihnen nicht, fühlen sich umsorgt und Ihre Kanzlei wird als ver-

Rechtssichere GRATIS-Vorlagen für Ihre Mandanten

Das Plus für Ihre Kanzleiwebsite

- **Attraktiver Mehrwert für die Homepage Ihrer Kanzlei**
- **Vom Wettbewerb abheben – Mandanten binden**
- **Sichtbarkeit im Internet erhöhen – mehr Mandate generieren**

1. Vorlagen auswählen und herunterladen

2. Auf der eigenen Website anbieten

3. Gratis-Download durch Mandanten

www.formblitz.de/kanzlei-website

bindlich, verlässlich und vertrauenswürdig wahrgenommen. Mit diesen drei „V“ der Mandantenbindung sind Sie positiv im Kopf Ihres Mandanten verankert und erster Ansprechpartner, wenn es um Anliegen rund um Rechts- und Steuerberatung geht.

Die drei „V“ der Mandantenbindung:
- Verbindlichkeit
- Verlässlichkeit
- Vertrauenswürdigkeit

Wichtig:
Sie sind jetzt positiv im Kopf Ihrer bestehenden und zukünftigen Mandanten verankert – bleiben Sie dran!

Darf’s noch etwas mehr sein? Added Value in der Mandantenbindung

Kunden lieben das Extra-Sahnehäubchen: Was bieten Sie Ihrem Mandanten an zusätzlichem Nutzen auf seiner Reise mit Ihnen an? Ihr Kontakt zu Fachkollegen aus hochspezialisierten Bereichen? Legal Tech-Lösungen, die Ihre Geschäftsbeziehung transparenter und kostengünstiger machen? Fachvorträge und Weiterbildungsmaßnahmen? Bieten Sie diese Zusatznutzen aktiv und über verschiedene Kommunikationskanäle an und scheuen Sie sich nicht davor, sie auch realistisch zu bepreisen. Bei Neukunden, langjährigen Mandanten und im Beschwerdefall haben diese Leistungen einen unumstößlichen „Wert“ und werden ohne Rechnungsstellung als wertiges Geschenk und Wiedergutmachung wahrgenommen. Damit festigen Sie die Kundenbindung auch auf stürmischer See.

Beispiele für Added Values in der Mandantenbeziehung:
- Zusammenarbeit mit hochspezialisierten Fachkollegen
- LegalTech-Anwendungen
- Fachvorträge und Zusatzinformationen
- Weiterbildungsmaßnahmen für Mandanten

Wichtig:
Bepreisen Sie Ihre Zusatzangebote realistisch und bieten Sie diese aktiv und über verschiedene Kommunikationskanäle an. Und im Beschwerdefall als kostenfreie Wiedergutmachung.

Partner für professionelles Kanzleimarketing finden Sie hier

ffi Verlag
Freie Fachinformationen

Impressum:

Herausgeberin: Pia Löffler, München

Für Bezieher kostenlos.
Ausgabennr.: Sonderausgabe 01/18
ISBN 978-3-96225-012-6

Bildquellen: S. 4: Fotolia.com/sebra (junges Paar)
S. 5: Fotolia.com/Kzenon (Team am Tisch)
S. 6: Fotolia.com/pictworks (Frau am Telefon)
S. 9: Fotolia.com/pictworks (Besprechung)

Haftungsausschluss:
Die im eMagazin enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und geprüft. Für die Richtigkeit der Angaben sowie die Befolgung von Ratschlägen und Empfehlungen können Herausgeberin, Autor/-en und der Verlag trotz der gewissenhaften Zusammenstellung keine Haftung übernehmen.

Copyright 2018 by Freie Fachinformationen GmbH, Hürth
Satz: Stoffers Grafik-Design

Alle Rechte vorbehalten. Abdruck, Nachdruck, datentechnische Vervielfältigung und Wiedergabe (auch auszugsweise) oder Veränderung über denvertragsgemäßen Gebrauch hinaus bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Verlages.

Kontakt im Verlag:
FFI-Verlag
Bettina Taylor
Verlag Freie Fachinformationen GmbH
Leyboldstraße 12
50354 Hürth
Tel.: 02233 80575-14
Fax: 02233 80575-17
E-Mail: taylor@ffi-verlag.de

Die Maßnahmenanalyse – Warum der Blick nach hinten der Weg nach vorne ist

Während „Ihr Italiener“ die Rechnung für schlechte Bedienung, halbgares Essen und lange Wartezeiten im Zweifel direkt präsentiert bekommt, müssen Sie für Ihren Kundenbindungsprozess ein Wertesystem etablieren und in regelmäßigen Abständen offenen Auges zurückblicken.

Machen Sie sich Ihre Stärken bewusst und arbeiten Sie aktiv an den Schwächen im Mandantenbindungsprozess. Dazu gehört unter vielen anderen Punkten, dass Sie beispielsweise die Zahl Ihrer Webseitenbesucher und deren Aktivitäten tracken, akribisch Buch über Beschwerden führen und prüfen, ob und warum Mandanten abtrünnig geworden sind.

Lernen Sie Ihre Mandanten kennen, holen Sie sich regelmäßig persönlich Feedback zu abgeschlossenen Beratungsdienstleistungen und belohnen Sie langjährige Kontakte, die Sie weiterempfohlen haben, mit einem gemeinsamen Essen oder einer entsprechenden Aufmerksamkeit.

Grundlagen für ein kanzleiinternes Wertesystem:

- Zu überwachende Kriterien festlegen (z.B. Zahl der Webseitenbesucher, Beschwerdehäufigkeit/-gründe, abgewanderte Mandanten, Feedback)
- Überprüfung in festgelegten, regelmäßigen Abständen (z. B. einmal im Quartal)
- Stärken stärken, an Schwächen arbeiten

Wichtig:

Nichts ersetzt ein persönliches Gespräch! Sprechen Sie zum Abschluss einer Beratungsdienstleistung nochmal mit Ihrem Mandanten und holen Sie sich aktiv Feedback. Sie sind weiterempfohlen worden? Belohnen Sie langjährige Kontakte adäquat und stärken Sie damit die Mandantenbindung.

Und wenn Sie beim nächsten Mal bei Ihrem Stammitaliener in der kleinen Nische sitzen, lächeln Sie zurück und empfehlen Antonio in Ihrem Bekanntenkreis weiter, denn Vorbild macht Schule.

Seminarempfehlungen für mehr Mandantenbindung:

Telefontraining für Mitarbeiter/-innen

„Am Draht auf Draht“ – Telefonservice, Mandantenbindung und Chefentlastung

Termin: 09.05.2018

Ort: Köln

Veranstalter: busmann training ®

Link zum Veranstalter

Die Kanzlei im Internet (Block 1 von 2): Die perfekte Kanzleihomepage

Termin 18.09.2018

Ort: Online

Veranstalter: Anwaltakademie

Link zum Veranstalter

Gratis-Download!

Brauchen Sie noch mehr Tipps rund um Mandantenbindung und Kanzleimarketing?

Weitere Ausgaben des eMagazins kanzleimarketing.de gibt es hier als PDF-Download.

Partner für professionelles Kanzleimarketing finden Sie hier

Zum Ausdrucken

Checklisten für Ihre Selbstanalyse

Customer Journey

Nutzen Sie zu einer ersten Analyse untenstehende Liste und bewerten Sie den aktuellen Status:
Touchpoints am Anfang des Kundenbindungsprozesses:

Kanzleihomepage:	stark	in Ordnung	schwach
Telekommunikation:	stark	in Ordnung	schwach
Bewertungsportale:	stark	in Ordnung	schwach
Empfang und Verabschiedung:	stark	in Ordnung	schwach

Touchpoints im weiteren Verlauf:

Mandantengespräche	stark	in Ordnung	schwach
Schriftverkehr	stark	in Ordnung	schwach
Mandanteninformationen	stark	in Ordnung	schwach
Kanzleihomepage und Content-Management (z.B. Kanzleiblog)	stark	in Ordnung	schwach
Beschwerdemanagement	stark	in Ordnung	schwach
Feedbackgespräche Mandant	stark	in Ordnung	schwach
Weiterempfehlungsquote	stark	in Ordnung	schwach

Auswertung:

1. Schnelle Maßnahmen: Internetauftritt und Kommunikationsrichtlinien lassen sich sofort verbessern!
2. Überlegen Sie sich in Zusammenarbeit mit Ihren Kollegen, wie Sie die Reise des Mandanten angenehmer gestalten können und legen Sie explizite Kennzahlen fest, die Sie erreichen möchten. Nehmen Sie Mitarbeiter verschiedener Altersgruppen sowie aus Verwaltung und Administration dazu!
3. Gibt es weitere Punkte, die bei Ihnen eine Rolle spielen? Erweitern Sie Ihre Liste!
4. Mandantenbindung ist ein kontinuierlicher Prozess, der sich auch mit der Erweiterung Ihrer internen Kompetenzen, der Klientel, die Sie bedienen und Ihrer Mitarbeiterstruktur verändert. Passen Sie Ihre Maßnahmen dementsprechend an.

CRM (Customer-Relationship-Management-Software)

Auswahlverfahren – darauf müssen Sie achten:

- Anzahl der Nutzer innerhalb der Kanzlei und Rechteverwaltung (Datenschutzeinstellungen)
- Eigene Felder und Kennwerte anlegen
- Selektionsmöglichkeiten und Mailversand
- Reports selbst definieren und generieren
- Einfache Handhabung und intuitive, barrierefreie Oberfläche
- Inklusive Nutzerschulung und Support
- Erfahrungsberichte von Kanzleien aus Ihrem Netzwerk (welches CRM; Vorteile, Nachteile)
- Verantwortlichen festlegen und Zeitrahmen für Auswahl und Installation bestimmen

9

Zum Ausdrucken

Checklisten für Ihre Selbstanalyse

Ab Installation:

- Administratoren für laufendes System festlegen (Multiplikator innerhalb der Kanzlei für Fragen und interne Schulungen; Rechteverwaltung)
- Je nach CRM entscheiden, wer welche Inhalte in das CRM einpflegt. Binden Sie das Office Management mit ein, um eine Überlastung der Berufsträger zu verhindern.
- Regelmäßig zur Nutzung motivieren – nur ein genutztes System, ist ein lebendiges System mit allen Vorteilen!

Weiterführende Links zum Thema CRM:

- Top Ten der besten CRM-Systeme (Engl.)
- Lexis Nexis Interactions CRM
- Cobra CRM
- Übersicht CRM-Lösungen (t3n digital pioneers)
- 30+1 CRM-Tools (Gründerküche)
- 16 CRM-Systeme im Vergleich (systemhaus)

Faktor Mensch – holen Sie Ihre Mitarbeiter ins Boot:

- Kommunikationsrichtlinien festlegen (E-Mail; Homepage-Formularanfragen; Telefon)
- Schulung der Mitarbeiter in Telefonkommunikation und Gesprächsführung
- Vergessen Sie nicht: Kommunikation ist nicht in die Wiege gelegt und kann erlernt werden. Lassen Sie Ihre Mitarbeiter von Professionals schulen!
- Mentoring durch erfahrene Mitarbeiter

Added Value – das Sahnehäubchen in der Mandantenbindung

Beispiele für zusätzliche Angebote:

- Fachvorträge
- Weiterbildungsmaßnahmen für Mandanten
- Meet-ups zu neuen Technologien
- Vermittlung von Fachkollegen aus hochspezialisierten Bereichen
- Exklusive Informationen und News für Mandanten (Mandantenbedürfnis beachten)
- Moderierte Round Tables für Mandanten aus der gleichen Branche, mit den gleichen Bedürfnissen

Umsetzung:

- Identifizieren der schon angebotenen Added Values
- Gemeinsames Erarbeiten weiterer Zusatzangebote im Kollegenkreis
- Die einzelnen Maßnahmen in den Customer-Journey-Katalog einbinden und regelmäßig auswerten
- Nicht alle Angebote müssen bepreist werden; wenn Sie allerdings Preise aufrufen, achten Sie darauf, dass sie realistisch sind. Also nicht zu hoch und nicht zu niedrig (Wertigkeit).
- Verbreitung der Angebote über mehrere Kommunikationskanäle (bspw. Mailing; Homepage; Veranstaltungskalender; Kooperationspartner; Ihre eigenen Mitarbeiter) und Soziale Medien (bspw. Xing; LinkedIn)
- Auch hier gilt: Im Anschluss Feedback von den Mandanten einholen!

Datenschutz in der Steuerberaterkanzlei!

Dieser Praxisleitfaden wurde speziell für den Datenschutz und die Umsetzung der DS-GVO in Steuerberaterkanzleien entwickelt. Praxisnah beantwortet er zentrale Fragen, hilft Sanktionen zu vermeiden und unterstützt mit DS-GVO-konformen Maßnahmen.

Zahlreiche Praxistipps, Beispiele und Arbeitshilfen sowie vertiefende Online-Hinweise helfen Ihnen, den datenschutzrechtlichen Ist-Zustand Ihrer Kanzlei zu analysieren, an die neuen rechtlichen Vorgaben anzupassen und sicher in die Praxis umzusetzen.

So garantieren Sie den datenschutzkonformen Umgang mit den sensiblen Daten Ihrer Mandanten und schützen sich gleichzeitig vor möglichen Sanktionen!

- hochaktuell unter Einbeziehung aktueller Entwicklungen
- speziell für die Praxis im Steuerbüro
- aktuelle Praxistipps und Beispiele, Formulierungshilfen und Muster sowie Checklisten und Online-Verweise

Hochaktuell & inklusive zahlreicher Muster, Checklisten und Arbeitshilfen!

Das neue Datenschutzrecht in der Steuerberaterkanzlei: Praxisleitfaden zur Umsetzung der DS-GVO

Wickert · Potthoff
2018. XIV, 91 Seiten. € 24,90
ISBN 978-3-482-**67361**-0
Online-Version inklusive

Bestellen Sie jetzt unter **www.nwb.de/go/dsgvo**

Bestellungen über unseren Online-Shop:
Lieferung auf Rechnung, Bücher versandkostenfrei.

NWB versendet Bücher, Zeitschriften und Briefe CO_2-neutral. Mehr über unseren Beitrag zum Umweltschutz unter **www.nwb.de/go/nachhaltigkeit**

nwb GUTE ANTWORT

Besuchen Sie uns auch auf Facebook und Twitter!

Das könnte Sie auch interessieren...

Gratis-Whitepaper zum Download: So gelingt die Kanzleihomepage

Sehen Sie auf einen Blick, was eine erfolgreiche Kanzleihomepage braucht. Weiterlesen

So führen Sie professionelles Beschwerdemanagement in Ihre Kanzleiprozesse ein

Äußern Mandanten ihren Unmut, haben Sie die Chance mit aktivem, professionellem Beschwerdemanagement dieser Unzufriedenheit positiv entgegenzutreten. Weiterlesen

Prädikat Empfehlenswert – Die A-Mandanten als Türöffner

Die wirkungsvollste Form des Marketings ist nach wie vor die Weiterempfehlung. Konzentrieren Sie sich auf Ihre A-Mandanten – denn erfahrungsgemäß erhalten Sie von diesen auch A-Empfehlungen. Weiterlesen

Vertrauen als Erfolgsfaktor im Dienstleistungsmarketing

Haben Sie sich bereits gefragt, auf welchem Wege Mandanten zu Ihnen finden oder warum ein lukratives Mandat nicht an Sie, sondern an einen Kollegen vergeben wurde? Der folgende Beitrag skizziert die Herausforderungen und Prozesse, die es zu bewältigen gilt, um im digitalen Wandel des Marktes einen Ratsuchenden für sich zu gewinnen. Weiterlesen

Facebook für Ihre Kanzlei

Moderne Unternehmen nutzen Social Media Kanäle wie Facebook, YouTube oder Twitter als PR- und Marketing-instrument. Wer sich überlegt, mit dem Bloggen, Posten und Likes Sammeln anzufangen, sollte auf ein paar Dinge achten. Weiterlesen

Partner für professionelles Kanzleimarketing

anwalts.marketing

anwalts.marketing
Tel: 089 231403-59
kontakt@anwalts.marketing
www.anwalts.marketing

FORMblitz

FORMblitz
Tel: 0900 1000-836
service@formblitz.de
www.formblitz.de/kanzlei-websitekanzlei-website

Köln | Dialog
Agentur für Online-Marketing

KÖLN | DIALOG
Tel: 0221 888877-55
info@koeln-dialog.de
www.koeln-dialog.de

PANZERI®
& PARTNERS

Panzeri & Partners
We make light!
Tel: 089 209609-40
info@panzeri-partners.de
www.panzeri-partners.de

WebTiger Pro
Kanzlei Online-Marketing

WebTiger Pro
Tel: 030 914972-82
hallo@webtiger-pro.de
www.webtiger-pro.de/kanzlei

ffi Verlag

Verlag Freie Fachinformationen
Tel: 02233 80575-14
info@ffi-verlag.de
www.ffi-verlag.de

ffi Verlag

33 gute Gründe, mkg-online.de zu besuchen

Jetzt gratis erfahren, was junge Juristen interessiert!