

Mandanten finden, binden und serviceorientiert betreuen

Teil 2: Maßnahmen und Tools, die mehr Freiraum für Mandantenbindung schaffen

Vertraut, gut aufgehoben und fachlich kompetent – wer so von seinen Mandanten beschrieben wird, hat verstanden, was Mandantenbindung wirklich ausmacht. Wie muss eine Kanzlei aufgestellt sein, um diesen Eindruck bei Mandanten zu hinterlassen? In dieser Ausgabe erfahren Sie, warum effiziente Strukturen Grundlage einer jeden Mandantenbindung sind.

Juristisches Fachwissen kann der Mandant nicht bewerten, Ihren Service schon

Mandanten gehen selbstverständlich davon aus, dass die beauftragte Kanzlei eine hervorragende juristische Dienstleistung erbringen wird. Bei der Vielzahl der Kanzleien ist die Konkurrenz jedoch groß. Der ausschlaggebende Punkt, weshalb ein Mandant eine Kanzlei wählt oder meidet, macht oftmals die persönliche Bindung, Ansprache und Serviceorientierung aus. Aber auch der Einsatz von neuen technischen Möglichkeiten kann Mandanten begeistern und von der eigenen Kanzlei überzeugen.

guter Service ist Grundlage für sichere Mandate

Von der guten Bindung zwischen Mandanten und Kanzlei profitieren beide Seiten. Die Kanzlei kann dauerhaft auf den Zufluss von Mandanten und somit Umsatz hoffen, und im besten Fall durch Weiterempfehlung (eines der besten und vor allem kostenloses Marketingmittel!) neue Mandate erschließen. Der Mandant fühlt sich hingegen rundum betreut und in guten Händen.

Mit CRMs Mandantenbindung analytisch angehen

CRM-Software verhilft zu professioneller Mandantenbindung

Doch wie kann die Mandantenbindung gezielt gesteuert oder angeregt werden? Für Kanzleien wird es heutzutage immer wichtiger, spezielle Kanzleisoftware für das CRM (Customer Relationship Management) – zu Deutsch Kundenbeziehungs-Management – einzusetzen. Diese ist nicht in der üblichen Kanzleisoftware (die z.B. die reine Mandatsbearbeitung technisch unterstützt) integriert. Eine solche Software nutzt Daten wie Adresse oder Geburtsdatum des Mandanten zur individuellen Ansprache bei Service, Vertrieb und Marketing. Dazu gehört z.B.:

- die Erstellung von Newslettern
- gezielte Korrespondenz zu Werbe- oder Bindungsmaßnahmen, wie Infoveranstaltungen zu aktuellen Rechtsthemen (Beispiele: »Mandantenfrühstück«, »Unternehmerabend«, »Infozeit Unternehmensnachfolge« oder »Alles über Ihre Rechte als Arbeitnehmer« etc.)

Diese Ausgabe wird gratis verbreitet durch

- die Kontaktaufnahme nach bestimmten Kriterien, z. B. alle Geschäftsführer, alle Arbeitnehmer, alle Mandanten, die über 50 Jahre alt sind oder aus einer bestimmten Region kommen

Guter Service fördert
Weiterempfehlungen

Auf diese Weise kann die Ansprache der Kanzlei wesentlich konkreter erfolgen und verpufft nicht so leicht. Mandanten, die zudem das Gefühl erhalten, dass die Kanzlei nicht jedem aus der Adressdatenbank irgendeinen Allerwelts-Newsletter zukommen lässt, freuen sich über eine passgenaue Information oder Einladung zu einer Veranstaltung. Über diesen positiven Eindruck wird er dann bestenfalls im Kollegen- oder Bekanntenkreis berichten.

Klar kommunizierte Qualitätsstandards sorgen für Verlässlichkeit

Natürlich weiß der Mandant, dass kein Anwalt ausschließlich mit seinem Mandat beschäftigt ist. Aber der Anspruch, seine individuellen Bedürfnisse zu kennen und auf diese einzugehen, besteht dennoch. Trotz der notwendigen Schnelligkeit und Effizienz, die der Kanzleialltag erfordert, sollte die Mandanten-Anwalt-Beziehung das Gefühl vermitteln, dass man sich Zeit für den Mandanten nimmt und immer für ihn da ist. Natürlich hilft es hier, wenn die Reaktionszeiten auf E-Mails oder Telefonanrufe verlässlich und schnell sind. Wenn zu Beginn des Auftrags erläutert wird, dass Anfragen grundsätzlich innerhalb von 24 Stunden erfolgen, liegt die Messlatte entsprechend hoch und sorgt bei wiederholter Enttäuschung für (verständlichen) Unmut. Erfüllt man jedoch diesen Anspruch, wird ihm dies beim Rückruf ein Lächeln ins Gesicht zaubern und in ihm/ihr ein Gefühl der Zufriedenheit wecken.

Mit Chatbots rund um die Uhr für den Mandanten »da sein«

Selbstverständlich kann keine Kanzlei personell 24 Stunden erreichbar sein. Durch technische Lösungen wie Chatbots kann ein potenzieller Mandant aber auch spätabends oder am Wochenende einfache Fragen zu typischen rechtlichen Problemen wie Scheidung oder Verkehrsunfällen stellen. So wird vermittelt, dass die Kanzlei rund um die Uhr für ihn da ist.

Chatbots fangen rechtliche
Standardfragen ab

Ähnlich wie die FAQs (Frequently Asked Questions) auf einer Website beantwortet ein Chatbot grundsätzliche Rechtsfragen. Dabei aber vermeintlich individuell, je nachdem, welche Informationen und Daten der Mandant liefert und welche Frage er an den Chatbot richtet. Das Angebot ist zudem so niedrigschwellig und unkompliziert (Man kommuniziert zwar vermeintlich direkt mit der Kanzlei, richtet dabei aber weder eine individuelle E-Mail noch einen persönlichen Anruf an diese.), dass Mandanten schneller den Draht in die Kanzlei finden als auf bisherige, analoge Weise. Im Rahmen des »Gesprächs« mit dem Chatbot können auch direkt Nachrichten an die Kanzlei weitergeleitet werden. Diese kann dann wiederum schnell reagieren, z. B. am nächsten Werktag.

E-Akte sorgt für unkomplizierte Mandantenkommunikation

Hat der Mandant den Weg in die Kanzlei gefunden und einen Auftrag erteilt, könnte folgende Aussage ein noch größeres Lächeln beim Mandanten erzeugen: »Wir nutzen eine elektronische Akte. Damit haben Sie rund um die Uhr und sieben Tage die Woche Zugriff auf Ihre Akte und können jederzeit sehen, was wir für Sie gemacht

haben und die Reaktionen der Gegenseite einsehen.« Dem Anspruch des Mandanten an schnelle Informationsweitergabe wird woanders kaum besser nachgekommen als mit der E-Akte. Hierbei wird beispielsweise ein cloudbasierter »Datenraum« für den Mandanten geschaffen, auf den er mithilfe eines Passwortes Zugriff erhält. Werden dort neue Dateien oder Informationen abgelegt, wird der Mandant per E-Mail informiert und kann den neuesten Informationsstand einsehen. Natürlich wird er in einigen Fällen immer noch Rückfragen loswerden wollen. Diese können dann entweder direkt über die Kommunikationsplattform der E-Akte oder auf herkömmlichem Weg (Telefon, E-Mail) erfolgen. Damit wird die Kommunikation vereinfacht und auf ein Mindestmaß reduziert. Zudem zeigt die Kanzlei mit diesem Service, dass sie zukunftsweisende Technologie nutzt und Mandantenbedürfnisse ernst nimmt. Das ist hervorragend, da dadurch auch die juristische Leistung oftmals besser bewertet wird.

Feedback-Systeme sorgen für Qualitätssicherung

Regelmäßig Feedback vom Mandanten einholen

Nach Abschluss eines Auftrags ist es selbstverständlich, dass der Mandant ein Abschluss schreiben erhalten sollte und nach der Bewertung der Dienstleistung gefragt wird. Kanzleien, die ihr Dienstleistungsmanagement zertifiziert haben, müssen dies ohnehin tun. Aber auch jede andere Kanzlei sollte den Nutzen dieser Befragung nicht verkennen. Dies zeigt dem Mandanten, dass die eigene Dienstleistung immer kritisch hinterfragt wird, ein Interesse an Qualitätssteigerung und -sicherung besteht, die Kanzlei offen für Feedback ist und das Wohl des Mandanten im Mittelpunkt steht. Natürlich werden einige Mandanten – gerade die zufriedenen – Bewertungsbögen in Papierform oder Umfragen im Rahmen der E-Akte nicht nutzen. Aber die vorhandenen Rückläufer sollten kritisch bewertet und festgehalten werden, damit Betrachtungen über größere Zeiträume möglich sind.

Möglichkeiten zur Beziehungspflege außerhalb des Mandats nutzen

Nach Abschluss des Mandats kann einige Zeit vergehen, bis der Mandant die Kanzlei mit einem neuen rechtlichen Problem kontaktiert. Ruft sich die Kanzlei auch hier regelmäßig gezielt ins Gedächtnis, trägt das zu einer guten Mandantenbindung bei. Hier schafft das CRM Abhilfe. Es zeigt, wer wann zuletzt betreut wurde und ermöglicht so eine gezielte Ansprache: »Sie waren bereits seit einem Jahr nicht mehr unser Mandant. Wir haben Sie gerne und gut betreut und würden uns freuen, wenn Sie uns wieder kontaktieren, wenn Sie von rechtlichen Wogen überrollt werden sollten.« Hier ist natürlich die konkrete Ansprache vor dem Hintergrund der eigenen Corporate Identity und Communication zu beachten.

Seien Sie kreativ bei den Bindungsmaßnahmen!

Überraschen Sie den Mandanten mit »dauerhaften Erinnerungen«

Zur Bindung trägt auch bei, wenn die Kanzlei sich von üblichen Erwartungen abhebt, z. B. durch eine Grußkarte zu Ostern statt zu Weihnachten. Oder wenn es anstatt der Karte im Vorweihnachtsstress ein individualisierter Adventskalender mit Schokolade ist: »Wir wollen Sie den ganzen Dezember mit etwas Süßem begleiten und den Vorweihnachtsstress mildern.«

Das Besondere bleibt im Gedächtnis und wird dazu führen, dass der Mandant sich bei nächster Gelegenheit gerne wieder an die Kanzlei erinnert, die ihn so hervorragend und allumfassend betreut hat. Und das wird ein Lächeln in das Gesicht der Kanzleimitglieder zaubern.

Mit Legal Tech-Tools und kleinen Gesten Vertrauen wecken

Mandantenbindung leicht gemacht – Praxistipps im Überblick

- Ein CRM ermöglicht individuelle Mandantenansprache mit System!
- Vermitteln Sie klare Qualitätsansprüche (z. B. Rückmeldung innerhalb von 24 Stunden). Halten Sie diese aber auch ein!
- Mit Legal Tech-Tools wie Chatbots vermitteln Sie dem Mandanten das Gefühl, rund um die Uhr für ihn da zu sein.
- Systeme, die schnell und unkompliziert für Informationstransparenz sorgen, wecken Vertrauen beim Mandanten, z. B. die E-Akte.
- Kreative und spielerische Wege, um sich regelmäßiges Mandanten-Feedback einzuholen, sind Gold wert und sorgen für Spaß beim Mandanten.
- Ein guter Freund meldet sich hin und wieder: Nutzen Sie Anlässe wie Ostern, Weihnachten oder Geburtstage, um sich beim Mandanten ins Gedächtnis zu rufen.



Viviane Schrader

ist Rechtsfachwirtin und zertifizierte Personalmanagerin (DAM). Zurzeit ist sie hauptberuflich Gesellschafterin der Tietje & Schrader oHG, Kanzlei-Consulting. Zu ihren Spezialgebieten gehören Kanzleiorganisation und -management, Personalmanagement und Wirtschaftlichkeitsberechnungen. Schrader besitzt mehrjährige Berufserfahrungen als Rechtsfachwirtin und Bürovorsteherin einer großen Kanzlei. Sie ist Dozentin für Personalwirtschaft, Mandantenbetreuung und Büroorganisation in Fachwirtkursen. Zudem ist sie an der Vorstandsarbeit in der regionalen Berufsvereinigung RENO Bremen e. V. beteiligt.

Schweitzer Thema »Der Umgang mit Mandanten« auf einen Blick:

Ausgabe 1: Analyse des Mandantenstamms

Ausgabe 2: Welche Legal Tech-Tools lassen sich nutzen, um den Umgang mit Mandanten zu erleichtern? Mit welchen Strukturen und Prozessen lässt sich der Umgang mit Mandanten optimieren?

Ausgabe 3: Mandantenbindung

Mit freundlichen Grüßen

Barbara Mahlke

Programmleitung Recht und Beratung

Aus Gründen der Lesbarkeit wurde im Text die männliche Form gewählt, nichtsdestoweniger beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.