**Begrüßung**

Hallo, liebe Kolleginnen und Kollegen, hier ist Ihr Patrik Luzius. Schön, dass Sie dabei sind, Ihre Steuerkanzlei jeden Tag ein Stückchen zu optimieren.

**Erfolgsimpulse**

Der Titel unseres heutigen Videos heißt: Woran erkennt der Kunde die passende Steuerkanzlei?

In diesem Video erhalten Sie die wichtigsten Antworten zu folgenden Themen bzw. Fragen:

1. An welchen härteren Faktoren erkennt der Kunde die passende Steuerkanzlei?

2. An welchen weicheren Faktoren erkennt der Kunde die passende Steuerkanzlei?

**Hauptteil**

**1. An welchen härteren Faktoren erkennt der Kunde die passende Steuerkanzlei?**

Leitsatz dieses Videos: Es gibt keine 2. Chance für den 1. Eindruck!

Ein Neukunde ist auf der Suche nach einer neuen Steuerkanzlei. Er hat wahrscheinlich seine Gründe zu wechseln oder er sucht zum ersten Mal eine Kanzlei, das ist völlig egal.

Menschen sind von Natur aus erst einmal kleine Egoisten. Bitte nicht persönlich nehmen, das ist von der Natur aus automatisiert bei uns eingerichtet, es betrifft also jeden. Das ist auch nicht schlimm, denn er stellt sich folgende Fragen:

„Was bekomme ich hier? Warum sollte ich gerade hier Kunde werden? Welche Vorteile habe ich? Wird hier mein Problem gelöst?“

Diese und weitere Fragen stellt er sich, wenn er Ihre Kanzlei entweder persönlich empfohlen bekommt oder im Internet über Ihre Homepage stolpert. Im Prinzip geht er zu 99% über Ihre Homepage (sofern vorhanden), denn er will sich immer zuerst über Ihre Kanzlei informieren und ein Gefühl für Sie entwickeln. Kein Neukunde ruft einfach blind irgendeine Kanzleitelefonnummer an und will sofort Kunde werden. Das gibt es zwar auch, aber das sind in der Regel keine guten Kunden.

Ein Neukunde stellt sich möglicherweise folgende Fragen zu den härteren, sichtbaren und nachrechenbaren Faktoren, bewusst und unbewusst, bevor er eine neue Steuerkanzlei auswählt:

Homepage:

* Ist sie modern oder altbacken?
* Hat Kanzlei gute Bewertungen in Google oder anderen Bewertungsportalen?
* Sind dort schöne, hässliche oder keine Bilder zu sehen?
* Gefallen die Personen auf den Bildern? („Nasenfaktor“)
* Sind dort Videos oder keine?
* Gefallen die Farben?
* Wurde auf Kleinigkeiten geachtet wie z.B. Anfahrtsbeschreibung, Öffnungszeiten, Parkplatzbeschreibung etc.

Solche und vielleicht noch andere Fragen stellt sich der Neukunde, bevor er sich bei Ihnen meldet. Auch, wenn er persönlich empfohlen wurde. Gefällt ihm die Homepage, dann haben Sie schon viele Punkte gesammelt.

Der „Nasenfaktor“ ist ein ganz entscheidender. Also flapsig ausgedrückt: Passt dem Kunden Ihre Nase oder nicht? Gefallen Sie ihm insgesamt oder nicht? Sie können sich noch so anstrengen beim ersten Kontakt, wenn ihm die Nase nicht passt, dann sind Sie chancenlos. Das ist aber nicht schlimm, denn wenn er das alles schon auf Ihrer Homepage sehen kann, dann wird er kein Kunde und stiehlt Ihnen nicht die Zeit beim Erstgespräch. Tipp: Packen Sie bitte Bilder von der Kanzleileitung auf die Homepage.

Kanzleigebäude von außen:

* Ist es modern oder renovierungsbedürftig?
* Gefällt es ihm oder findet er es hässlich?
* Ist die Anfahrt leicht?
* Ist die Parkplatzsituation gut?
* Behinderte Kunden fragen sich, ob ein barrierefreier Zugang existiert?

Kanzleiräume von innen:

* Gefallen die Farben?
* Gefallen die Pflanzen, Bilder oder Dekoration?
* Sieht sie modern und attraktiv aus oder ist es ein Kellerloch?

Branchenkenntnis:

* Hat die Kanzlei Branchenkenntnis von der Branche des Neukunden?
* Ist sie sogar spezialisiert darauf?
* Steht das auf der Homepage?
* Oder wird das im Erstgespräch besprochen?

Honorarhöhe:

* Findet der Neukunde das erste Angebot der Kanzlei preiswert?
* Also ist es seinen Preis wert?

Das ist eine subjektive Betrachtung des Kunden, da er keine Ahnung von der StBVV hat und diese ihm auch egal ist. Er will ein gutes Gefühl, dass das Honorar angemessen ist und es muss in seine betriebswirtschaftliche Kalkulation reinpassen.

**2. An welchen weicheren Faktoren erkennt der Kunde die passende Steuerkanzlei?**

Es gibt auch ein paar weichere Faktoren, die sich eher auf der Gefühlsebene abspielen:

Erste Begrüßung in Kanzlei:

* Ist sie herzlich oder unterkühlt, abweisend oder genervt?
* Wird gelächelt oder nicht?
* Wird aufstanden und mit Handschlag begrüßt oder sitzen geblieben und nur angeschaut?
* Wird die Jacke abgenommen?
* Wird Kaffee, Wasser etc. angeboten?
* Beträgt die Wartezeit länger als 5 Minuten?

Ich wiederhole mich: Es gibt keine 2. Chance für den 1. Eindruck! Wenn der erste Kontakt zu Beginn schon versaut wurde, ist es ganz schwer, diesen negativen Eindruck wieder ins Positive zu wandeln.

Stimmung in den Kanzleiräumen

* Herrscht eine positive und leichte Energie in den Räumen? (man kann das beim Eintreten bereits sofort spüren, wenn man darauf achtet)
* Wie sehen die herumlaufenden Mitarbeiter aus? Positiv drauf oder geknickt? (ich meine nicht das optische Aussehen, sie müssen keine Models sein)
* Gibt es hohe Decken und weite Flure oder enge Räume?
* Gefällt das Licht?

Verlauf Erstgespräch mit Steuerberater/in:

* Spricht Steuerberater/in Fachchinesisch oder in leicht verständlichen Sätzen?
* Geht Steuerberater/in auf die Fragen ein oder wird am Problem vorbei erzählt?
* Gibt Steuerberater/in ein gutes oder schlechtes Gefühl?

Das alles und vielleicht noch viel mehr spielt sich in den Gedanken eines potentiellen Neukunden ab, bevor er Ihnen die Zusage gibt. Das alles sind Ersatzkriterien für die Kompetenz der Kanzlei. Jetzt zucken viele Kolleginnen und Kollegen, aber es ist die Wahrheit. Kein Kunde, kann wirklich die Kompetenz einer Steuerkanzlei beurteilen. Genauso wenig kann ich die Kompetenz eines Arztes oder Anwaltes beurteilen, auch ich ziehe dafür Ersatzkriterien wie Homepage, Bauchgefühl und Erstgespräch heran. Kompetenz ist wichtig, aber ein fachfremder Mensch kann sie nicht wirklich beurteilen.

Denken Sie an sich selbst, wenn Sie bei einem Dienstleister zum ersten Mal etwas kaufen wollen. Was tun Sie? Googeln und den 1. Eindruck gewinnen (das erste Gefühl dafür bekommen). Wenn alles OK, dann Termin machen, hinfahren, schauen, Gespräch führen, dann Gefühl nochmal überprüfen, ob es immer noch gut ist und dann kaufen. Gibt es auf diesem Weg eine Störung oder ein schlechtes Bauchgefühl, werden Sie vermutlich nicht kaufen.

Übrigens: Hören Sie immer auf Ihr Bauchgefühl, das kennt Sie seit Ihrer Geburt und es kennt Sie am besten. Es ist nämlich eine ganz besonders hohe Intelligenz in Ihnen, die zu Ihnen gehört und sich niemals irrt. Es gibt dazu wissenschaftliche Untersuchungen, die zeigen, dass unser Unterbewusstsein (Bauchgefühl) 95% aller unserer Entscheidungen trifft und nur 5% unser Bewusstsein (Gehirn). Das bedeutet, wenn ein Neukunde ein gutes Bauchgefühl von Ihrer Kanzlei zu Beginn erhält, wird er bei Ihnen Kunde und das wahrscheinlich auch überdurchschnittlich lange.

Nebenbei können Sie höhere Honorare durchsetzen, wenn Sie vor und beim Erstkontakt einen attraktiven, modernen und professionellen ersten Eindruck hinterlassen. Warum? Denken Sie nur mal an sich. Wie würden Sie in folgendem Fall handeln? Sie suchen einen Anwalt und Sie finden ihn, mit super toller Homepage, auf der Sie lesen, dass er auf Ihr Problem spezialisiert ist. Sie vereinbaren einen Termin mit einer netten Stimme am Telefon, Sie fahren hin, werden lächelnd begrüßt und zum Kaffee eingeladen. Sie warten keine 3 Minuten in der hochmodernen und geschmackvoll eingerichteten Kanzlei und schon steht der Anwalt mit feinem Anzug und Krawatte vor Ihnen und bittet Sie ins Besprechungszimmer mit Beamer und großem TV (statt verstaubten Gesetzbüchern). Sie unterhalten sich nett und merken schnell, dass er ihr Problemlöser ist. Sie fahren mit einem sehr guten Bauchgefühl nach Hause und haben sich schon unbewusst für eine Zusammenarbeit entschieden. Jetzt kommt das Angebot, das teurer ist, als die Vergleichsangebote, die Sie von anderen Anwaltskanzleien eingeholt haben, aber Sie werden diesem mit großer Wahrscheinlichkeit zustimmen, weil einfach alles gepasst hat und Sie ein gutes Gefühl haben. So würde zumindest ich handeln.

**Kurz-Zusammenfassung**

* Leitsatz: Es gibt keine 2. Chance für den 1. Eindruck!
* Machen Sie Ihre Steuerkanzlei attraktiv und modern und zeigen Sie das ausführlich auf Ihrer Homepage.
* Machen Sie einen hoch professionellen persönlichen Eindruck beim ersten Treffen, da muss alles passen. So erhöhen Sie nebenbei die Chancen auf ein höheres Honorar.
* Schulen Sie diesbezüglich Ihr Personal: Wie meldet man sich am Telefon? Wie begrüßt man herzlich? Was wird an Getränken angeboten? Verkürzen Sie die Wartezeit auf unter 5 Minuten uvm. Kurz: Wie geht exzellenter Service? Stichwort: 5 Sterne Hotel

**Umsetzung in Ihrer Kanzlei (siehe unten im Downloadbereich)**

Ich möchte Sie noch auf den Downloadbereich unterhalb dieses Videos aufmerksam machen. Dort finden Sie alles Wichtige zur Umsetzung der Inhalte dieses Videos. Je mehr Ideen und Maßnahmen Sie in Ihrer Kanzlei umsetzen, desto erfolgreicher werden Sie!

**Verabschiedung**

Herzlichen Dank fürs Zuschauen. Ich wünsche Ihnen ganz viel Spaß und Erfolg bei der Umsetzung! Setzen Sie möglichst viel schon in der nächsten Woche um! Es lohnt sich! Und denken Sie immer daran:

Weniger Worte, mehr Transporte!

Ihr Patrik Luzius

**Downloadbereich**

Ihr Umsetzungsplan (To-Do-Liste) als Excel-Datei

Video-Zusammenfassung