

Video-Zusammenfassung

Video-Nr.: M 4 1 2

Video-Thema: Kunden allgemein

Video-Titel: Kundensprache

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: Kunden allgemein - Kundensprache

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

1. Warum ist Fachchinesisch so schlecht für die Kanzlei?
2. In welcher Sprache reden und schreiben wir am besten mit den Kunden?
3. Warum ist die richtige Kundensprache ein Kundenbindungsinstrument?

Hauptteil

1. Warum ist Fachchinesisch so schlecht für die Kanzlei?

Unter Fachchinesisch verstehen wir eine Sprache mit dem Kunden, die der Kunde nur sehr schwer oder sogar gar nicht versteht. Das deutsche Steuerrecht ist schon sehr kompliziert und schwer verständlich für Profis. Da haben es die Kunden noch viel schwerer, sich mit den tausenden von Fachbegriffen zurechtzufinden.

Banales Beispiel aus der Praxis: Ich habe schon Schriftverkehr von Steuerberatern gesehen, da stand sinngemäß drin:

„Sehr geehrter Herr ..., anbei erhalten Sie die Fibu für den Monat 10/18. Es ergibt sich daraus eine USt-VA von 2000 EUR. MFG...“

Für Steuerberater ist das verständlich, nur Kunden könnten sich fragen:

Was heißt Fibu?

Was heißt USt-VA?

Und das war nur ein kleines Beispiel.

Deshalb vertrauen sie ihre Steuerangelegenheiten einem Steuerberater an, damit dieser in dem Dickicht des Steuerrechts das Beste für sie herausholt. Viele Steuerberater sind allerdings so geprägt, dass sie in ihrer Sprache viele Fachbegriffe verwenden, auch wenn sie mit ihren Kunden reden. Die Kunden sind allerdings Laien und verstehen diese Fachbegriffe nicht. Also hat meines Erachtens der Steuerberater die Aufgabe, diese Fachbegriffe zu übersetzen und dem Kunden

Video-Zusammenfassung

Video-Nr.: M 4 1 2

Video-Thema: Kunden allgemein

Video-Titel: Kundensprache

verständlich rüberzubringen. Tut er dies nicht, wird der Kunde ihn nicht verstehen und somit seine Leistung nur schwer akzeptieren können. Wenn Fachchinesisch gesprochen wird, wird somit die Steuerberatungsleistung entwertet.

Zum Beispiel Ärzte haben das gleiche Problem. Wenn ich mit einem Arzt spreche, hat er oft die Angewohnheit, das Krankheitsbild in Fachbegriffen zu beschreiben. Ich habe dann immer nach und möchte das in einem verständlichen Deutsch erklärt bekommen. Ein guter Arzt erklärt mir dann in aller Ruhe und ohne jeglichen Fachbegriff das Krankheitsbild so lange bis ich es verstanden habe, das ist perfekt. In den Ärzteberichten steht dann alles wiederum in lateinischer Sprache und jeder Nichtlateiner versteht nichts mehr. Mit diesem Bericht können sie wieder Ihren Hausarzt kontaktieren damit der ihn übersetzt. Ich finde das weder sinnvoll noch kundenorientiert.

2. In welcher Sprache reden und schreiben wir am besten mit den Kunden?

Die beste Sprache mit der Sie mit Ihren Kunden kommunizieren, ist die Sprache, die Ihr Kunde wirklich versteht. Das klingt jetzt wie eine Binsenweisheit, ist allerdings ernst gemeint. Sie müssen mit jedem Kundentyp etwas anders reden und schreiben. Es gibt verschiedene Kundentypen, mit denen man unterschiedlich reden und schreiben sollte. Wenn Sie beispielsweise einen dominanten Kundentyp haben, brauchen Sie nicht auf die Idee kommen, einen langen Monolog als Einleitung eines Telefongesprächs zu führen, da er hierfür sich keine Zeit nehmen wird. Er will schnell die Fakten und eine Zusammenfassung des Problems und eine Lösung haben, um dann schnell entscheiden zu können. Haben Sie wiederum einen strukturierten Kundentyp, dann sollten Sie ihn mit vielen Zahlen, Daten und Fakten beliefern. Diese Unterscheidung ist nicht immer einfach zu treffen, da jeder Mensch alle Ausprägungen aller vier Kundentypen in sich trägt. Zu den vier Kundentypen wird in einem anderen Video ausführlich Stellung genommen.

Kurz gesagt: Sie sollten die Brille des Kunden aufsetzen und dadurch mit ihm kommunizieren.

Wichtiger Hinweis: Es könnte sein, dass der Kunde nicht mit seinem Steuerberater reden möchte, weil er ihn ja eh nicht versteht. Das könnte schlimme Folgen haben: Er könnte wichtige Sachverhalte nicht mitteilen, die zu falschen Steuererklärungen und Haftungsproblematiken führen können, nur, weil er nicht reden wollte. Solche Fälle kommen leider vor, dürften aber nicht vorkommen.

3. Warum ist die richtige Kundensprache ein Kundenbindungsinstrument?

Kommen wir zum Arzt zurück. Würden sie auf Dauer bei einem Arzt bleiben, der mit Ihnen so kommuniziert, dass sie so gut wie nichts verstehen? Oder würden sie auf Dauer den Arzt wählen, der Ihre Sprache spricht? Vermutlich werden Sie den zweiten Arzt wählen, da Sie sich bei ihm verstanden fühlen und Sie ihn auch verstehen. So ist es auch in der Steuerkanzlei. Werfen Sie nur mit Fachbegriffen,

Video-Zusammenfassung

Video-Nr.: M 4 1 2

Video-Thema: Kunden allgemein

Video-Titel: Kundensprache

Urteilen und Richtlinienzitate um sich und ihr Kunde verrollt die Augen und schaut sie verwirrt an, dürfen sie sich nicht wundern, wenn dieser Kunde irgendwann sagt, danke das war's, ich suche mir einen anderen Berater.

In meiner Kundenansprache versuche ich jegliche Fachbegriffe zu vermeiden. Wenn das einmal nicht möglich ist, erkläre ich den Fachbegriff sofort und frage den Kunden, ob er alles verstanden hat. Erst wenn dieser nickt, geht es weiter zum nächsten Sachverhalt. Mir ist es extrem wichtig, dass meine Kunden mich und meine Mitarbeiter umfassend verstehen, denn nur so ist die Akzeptanz für unsere Leistungen so hoch, dass sie dauerhaft Kunden in unserer Kanzlei bleiben.

Ich empfehle an dieser Stelle, dass Sie sich und Ihre Mitarbeiter professionell in der Kundensprache weiterbilden lassen. Das Thema wird immer wieder unterschätzt, ist aber in der Praxis so wichtig.

Das kann nicht nur ein Kundenbindungsinstrument sein, sondern sogar zur Empfehlung von Neukunden führen. Denn wenn Kunden ihren Steuerberater sehr gut verstehen, dann ist die Chance relativ groß, dass sie das auch ihren Freunden und Bekannten weitererzählen. Andersherum kann es sehr negativ sein, wenn der Kunde in der Kanzlei nichts versteht. Das wird auch weitererzählt und das sogar noch häufiger als das Positive.

Kurz-Zusammenfassung

1. Fachchinesisch entwertet die Steuerberatungsleistung.
2. In der Sprache reden, die der jeweilige Kundentyp am besten versteht.
3. Wenn Kunden alles verstehen, steigt Akzeptanz und Anerkennung für die Leistung, steigt die Honorarakzeptanz, steigt die Bindung an die Kanzlei und die Kanzlei wird häufiger weiterempfohlen.

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!

Video-Zusammenfassung

Video-Nr.: M 4 1 2

Video-Thema: Kunden allgemein

Video-Titel: Kundensprache

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