**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: Positionierung – Die 6A-Formel

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

1. Was bedeutet Positionierung einer Steuerkanzlei?

2. Was steckt hinter der 6A-Formel?

3. Welchen Nutzen haben Sie durch Anwendung der 6A-Formel?

**Hauptteil**

**1. Was bedeutet Positionierung einer Steuerkanzlei?**

Die Positionierung einer Steuerkanzlei bedeutet schlicht gesagt: an welcher Position im Steuerberatungsmarkt steht die Steuerkanzlei? Diese Positionierung ist sehr wichtig, da sich jeder Kanzlei entscheiden muss:

* für was sie steht,
* für wen sie arbeitet,
* was sie arbeitet und
* wie sie arbeitet.

Zu dieser Überlegung gehört auch:

* für was sie nicht steht,
* für wen sie nicht arbeitet,
* was sie nicht arbeitet und
* wie sie nicht arbeitet.

Beispiele:

* Steuerkanzlei bis zehn Mitarbeiter, regional tätig, gemischte Kundschaft, klassischer Generalist
* Steuerkanzlei, 20 Mitarbeiter, regional tätig, spezialisiert auf Gesundheitsbranche
* Steuerkanzlei mit Rechtsanwälten, 50 Mitarbeitern, überregional tätig, große Mittelstandskunden, spezialisiert auf mittelständische Industriebetriebe
* Steuerkanzlei mit Rechtsanwälten und Wirtschaftsprüfern, 100 Mitarbeitern, europaweit tätig, spezialisiert auf internationales Steuerrecht

Sie können dies zum Beispiel mit dem Hausarzt (Generalist) und dem Orthopäden (Spezialist) vergleichen. Ein Hausarzt hat ein breites Angebot, kann aber in der Regel nur an der Oberfläche arbeiten, ein Orthopäde jedoch kann in seinem Spezialbereich ein sehr tiefes und detailliertes Angebot leisten.

Im Online Marketing wird oft die Forderung aufgestellt, sich so zu positionieren, dass Ihre Kanzlei in einem sogenannten blauen Ozean tätig ist. Ein blauer Ozean ist ein Marktbereich mit sehr wenig Konkurrenz. Das können zum Beispiel spezielle Nischen sein, die kaum eine andere Kanzlei besetzt hat. Dazu ein Beispiel für eine sehr spezielle und spitze Positionierung:

Eine Steuerkanzlei hat sich auf Erbschaftssteuerfälle spezialisiert. Sie hat ihre Mitarbeiter dahingehend geschult, dass einfache und sehr spezielle Erbschaftssteuerfälle sehr schnell und rechtssicher bearbeitet werden können, da ein tiefes Spezialwissen vorhanden ist. Dieser Kanzlei nützt es wenig, regional gut in Handwerksberufen vernetzt zu sein, sondern sie sollte im Online Marketing Bereich ihre gesamte Marketingpower auf die Zielgruppe ausrichten. Wer gehört zur Zielgruppe: Menschen ab 60 Jahren, Notare, Banken, Beerdigungsinstitute, Rechtsanwälte für Erbrecht, andere Steuerkanzleien, Pflegeheime, Altenheime, Facebook Gruppen von Angehörigen von Kranken usw.

Diese Kanzlei könnte zum Beispiel ein kostenloses Webinar auf Video aufnehmen, in dem beschrieben wird, in welchen Fällen diese Kanzlei zurate gezogen werden kann und was sie für einen Nutzen stiftet. Sie könnte Facebook Werbung schalten und die interessierten Mitglieder von Facebook auf das kostenlose Webinar leiten und danach einen Verkaufsprozess anhängen. Sie könnte persönliche Kontakte zu den regionalen Notaren, Banken und Beerdigungsinstituten aufnehmen usw. Das Online Marketing sollte bundesweit ausgerichtet werden, da sich bei dieser Spezialkanzlei nicht auf die Region oder Branche ankommt. Diese Kanzlei nimmt nur noch Erbschaftsteuerfälle an und benötigt somit andere Software als ein Generalist.

Generalisten wiederum bewegen sich oft in einem sogenannten roten Ozean. Dieser ist ein Marktbereich, in dem sehr große Konkurrenz zwischen den Steuerkanzleien herrscht, weil alle das ähnliche Dienstleistungsangebot anbieten und konnten es schwer haben, die für sie richtige Kanzlei auszuwählen. Das Wasser ist rot vom Blut der Konkurrenz, die sich gegenseitig aus dem Markt schießen wollen.

Meines Erachtens wird sich der Steuerberatungsmarkt verstärkt in Richtung Spezialisten entwickeln. Die Generalisten werden zwar nicht aussterben, aber vermutlich in ihrer Anzahl abnehmen. Warum: das Steuerrecht wird nicht einfacher, sondern komplexer und daher sind verstärkt Spezialisten gefragt.

**2. Was steckt hinter der 6A-Formel?**

Die 6-A-Formel lautet:

Angenehm Anders Als Alle Anderen Arbeiten.

1. Angenehm:

Sie sollten angenehm für den Kunden arbeiten. Freundlich, serviceorientiert, verständlich etc. Wenn der Kunde sich bei Ihnen wohl fühlt, wenn nur wenige bis keine Fehler passieren und er Sie versteht und sich verstanden fühlt, dann haben Sie einen treuen Kunden an Ihrer Seite.

2. Anders:

Sie sollten anders als Ihre Konkurrenz arbeiten. Aber wie wissen Sie das? Sie könnten sich zum Beispiel die Zeit nehmen, auf 50 Homepages ihrer Konkurrenz in ihrem regionalen Umfeld zu schauen. Dann haben Sie bereits einen guten Überblick, wie sich ihre Konkurrenz nach außen darstellt. Sie können von den Homepages anderer Kanzleien sehr viel lernen, wie sie ist besser machen können, aber auch wie sie es nicht machen sollten. Machen Sie es auf jeden Fall anders als die anderen. Wenn zum Beispiel niemand ein Video auf der Startseite hat, dass sie Kanzlei präsentiert, dann sollten Sie der erste sein.

3. Als:

Als ist nur ein Füllwort in der Formel.

4. Alle:

Sie sollten angenehm anders als alle Konkurrenten arbeiten. Alle bedeutet alle. Finden Sie Ihren USP, Ihren Unique Selling Point, auf Deutsch Ihr Alleinstellungsmerkmal. Sobald Sie ein Alleinstellungsmerkmal herausgearbeitet haben, wird Ihnen das so schnell niemand nachmachen. Die Schwierigkeit ist, ein solches Merkmal herauszuarbeiten. Das wird seine Zeit dauern und kann unter Umständen externe Hilfe benötigen. Auch Ihre Mitarbeiter sollten das mitentscheiden.

5. Anderen:

Die „anderen“ meint: Ihre Konkurrenz. Wenn Sie in einem blauen Ozean tätig sind, haben Sie fast keine Konkurrenz. In einem roten hingegen sehr viel. Strategisch ist es besser, in einem blauen Ozean zu arbeiten, da Sie dort wesentlich höhere Honorare erzielen können.

6. Arbeiten:

„Arbeiten“ meint alle Ihre Tätigkeiten, die Sie am Markt anbieten. Je spezieller, desto weniger Konkurrenz, desto überregionaler, desto höhere Honorare.

Wenn Ihre Kanzlei Angenehm Anders Als Alle Anderen Arbeitet, dann sind Sie wesentlich sicherer und erfolgreicher aufgestellt, als Ihre Konkurrenz, die so arbeitet wie alle anderen.

**3. Welchen Nutzen haben Sie durch Anwendung der 6A-Formel?**

* Weniger Konkurrenz
* Wesentlich höhere Honorare (mind. das Doppelte, aber auch durchaus mehr)
* Mehr Gewinn

**Kurz-Zusammenfassung**

1. Positionieren Sie sich in einem „blauen Ozean“

2. Arbeiten Sie vermehrt nach der 6-A-Formel:

Angenehm Anders Als Alle Anderen Arbeiten.

3. Nutzen: Mehr Gewinn bei weniger Stress

**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

Buchempfehlung:

Buch: „Der blaue Ozean als Strategie“

Autor: W. Chan Kim und Renée Mauborgne