

AtIKON
www.atikon.com

Erfolg beginnt im Kopf!

AtIKON
www.atikon.com

**Marketing
für
Steuerberater!**

Wie kommt ein Klient/Mandant zu IHNEN?

- Freunde, Verwandte
- Bankbetreuer
- Rechtsanwalt
- Versicherungsmakler
- Internet
- Telefon-, Branchenbuch
-

Wozu Marketing?

Wie kommen SIE zu neuen Klienten?

- Warten bis einer anruft
- Tür-, Hausschild
- Telefon-, Branchenbuch
- Inserate, Veranstaltungen
- Kooperationen
- Internet
-
- **80% – 100% Mundpropaganda**

Wozu Marketing?

Wozu professionelles Marketing?

- Steigerung der Wiedererkennung
- Transport Ihres Images
- Abgrenzung von Kollegen/Mitbewerber
- Schaffung einer positiven Stimmung
- Erzielung von Aufmerksamkeit
- Mandanten/Klientenbindung und -gewinnung
- Mitarbeiterbindung und -gewinnung

Wozu Marketing



Warum wechselt ein Mandant den Steuerberater?

- 15 % Preis
- 15 % Beratungsqualität
- 70 % fehlende Aufmerksamkeit

Wozu Marketing?

*Was erwartet der Mandant**

- Betreuung
- „Kümmerung“
- Unterhaltung

*zusätzlich zur perfekten Lösung seiner Steuern und wirtschaftlichen Anliegen

Wozu Marketing?

Corporate Design / Corporate Identity

- Name, Logo, Drucksorten
- Folder/Broschüre
- Digitale Medien (Homepage, Social Medien, Newsletter, ...)
- Kanzeiinfos/Steuernews
- Inserate und Öffentlichkeitsarbeit
- Kanzleiausstattung, Firmengebäude, KFZ, Werbemittel
- Kanzleiveranstaltungen
- Kanzleiordner
- Mitarbeiter



Kanzleiname

Bei Gründung/Neuausrichtung an Übergabe/Verkauf denken!

- Eigennamen persönlicher aber bei Verkauf / Partnereintritt problematisch
- Fantasienamen / Abkürzungen unpersönlicher, repräsentieren aber eher Größe
- Fantasiename soll zur Kanzlei passen
- Nicht zu lang
- Internetfähig

Logoentwicklung

- Ist Ihr Logo noch zeitgemäß?
- Farbe, Schrift, Aufbau
- Icone Ja/Nein
- Genaue Bezeichnung die im Logo stehen soll (auch wenn es praktisch ist, kann man nicht immer den ganzen Firmenwortlaut ins Logo schreiben)
- Fax/Kopie
- Ist [Logosystem](#) sinnvoll? (bei mehreren Firmen)



1898



1905



1906



1940



1950



1962



1973



1991-92



1998



2003



Windows® 8



Drucksorten/Drucksachen

Logo und Drucksorten/Drucksachen dienen dem Markenaufbau und erzeugen - konsequent umgesetzt - Vertrauen.

- Unverwechselbarer Auftritt durch einheitliche Präsentation auf allen Geschäftspapieren – Visitenkarten (**QR-Code**), Briefbogen (Seite 1 + 2), Blöcke, Kurzmitteilungen, etc.
- Farb- und Schriftdefinition, Papierart
- Kanzlei Power Point Präsentation
- E-Mail mit Logo und Kerndaten im passenden Design (Achtung: Darstellungsprobleme)

Print



Rieder & Schehl
Partnerschaft | Steuerberater



DR. KURT KOZLIK
Steuerberater | Wirtschaftstreuhänder



Logos

Kanzleischilder

- Professionell gestaltet (Internet-Adresse, Telefonnummer, Angabe des Stockwerks, **QR-Code**)
- Außen und Innen (z.B. auch Glocke)
- Leuchtschilder bei hoher Frequenz
- Parkplatzbeschilderung

Print



Atikon
www.atikon.com

Bedruckte Bilanzmappen

- Verpacken Sie die Arbeit eines Jahres ordentlich!
- Individuelles Layout
- Jede Mappe mit Ihrem Design wird zum Werbeträger Ihres Unternehmens
- Achtung: Lochen

Print



Richtpreise für Drucksorten und Schilder

- | | |
|-------------------------------|---------|
| • Visitenkarten 10 x 100 Stk. | 350,00 |
| • Briefpapier 1000 Stk. | 220,00 |
| • Kurzmitteilungen 500 Stk. | 380,00 |
| • Bilanzmappen 1000 Stk. | 2000,00 |
| • Stempel | 75,00 |
| • Beschilderung | 165,00 |

Slogan

- Positionierung
- Transport von Emotionen und/oder Fakten
- Slogan ist nicht zwingend erforderlich
- Nutzen/Zielgruppe in den Vordergrund stellen

www.fluch-steuerberatung.at

www.bswp-kanzlei.de

Kanzleifolder/Imagebroschüre

Imagebroschüre

Kanzleifolder

- Flexibel im Einsatz und auch im Inhalt
- Kleine Stückzahlen möglich
- Ideale Kombination mit der Homepage
- Unterschiedliche Formate denkbar, passen in die Jackentasche

Folder erstellen

- Zielgruppe
- Inhalte
- Branchenschwerpunkt
- Fotomotive/ Fotorechte fixieren
- Texte (intern/extern)
- Format besprechen/diskutieren

- Druck
 - 575,00 (1.000 Stk., Offsetdruck)



Homepage

Dreh- und Angelpunkt Ihres Marketings

Was wollen Sie mit Ihrer Homepage erreichen?

- Zielgruppen:
 - Neue Klienten/Mandanten
 - Bestehende Klienten/Mandanten
 - Mitarbeiter/Bewerber
- Unterstützt, Weiterempfehlung durch Kanzleivorstellung
- Kundenbindung durch Service & Nutzen
- Weiterempfehlung durch Mitarbeiter (diese müssen die Inhalte kennen)

Homepage

Was erwartet ein User von einer StB Homepage?

- Nutzen, Nutzen, Nutzen!
- Ansprechpartner
- Keine reine Selbstdarstellung
- Aktuelle Inhalte
- Kein Fachchinesisch
- Zielgruppenorientierte Inhalte
- Onlineservice & Rechner
- Interaktive Elemente
- Unterhaltung - Professionelles Design, Videos

Homepage

Useability

- Effektivität: Finde der Surfer, was er sucht?
- DAU – dümmster anzunehmender User
- 10 Sekunden Regel
 - Worum geht es?
 - Was wird angeboten?
 - Was bringt es?

Homepage

Useability

- Einfache Menüführung
- Wo bin ich?
- Wenig PDF
- Keine Flashanimationen
- Fehlerfrei :-)
- Keine „Broken Links“
- Sitemap
- Suchfunktion

Homepage

Zusatztools Homepage

- Podcast
- [Videos](#)
- [Eigener YouTube-Kanal](#)
- Animationen
- Blog
- Forum

Kosten/Nutzen überlegen
Authentisch bleiben/professionell

Homepage

Marketing für Ihre Homepage

- Ihre Adresse im Internet:
gute Domäne (URL)
- Domäne auf allen Geschäftspapieren
- Richtige Emailadresse!!
- Partnerlinks: Rechtsanwälte, Versicherungsmakler, u. a.
nutzen
- Suchmaschinen!
- Bezahlte Werbung in Google- (AdWords)
- Facebook & Co

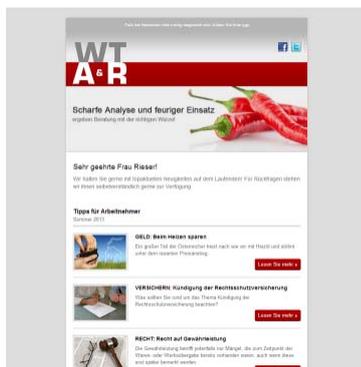
Homepage

Marketing für Ihre Homepage

- Newslettersysteme
- Homepagekarten
- Sponsoring
- Klassische Medien: Zeitungsinserate, TV-Spots, ...
- Banner-Werbung
- Blogs/Forum
- Herold/Gelbe Seiten
- Klientenveranstaltung
- Erfolgskontrolle durch Analyse der Statistiken

Homepage

Newslettersystem



Marketing für Ihre Homepage

Investition

Einmalige Kosten

- Grafische Gestaltung der Website
- Programmierung der Website
- 3.000.- bis 15.000.-

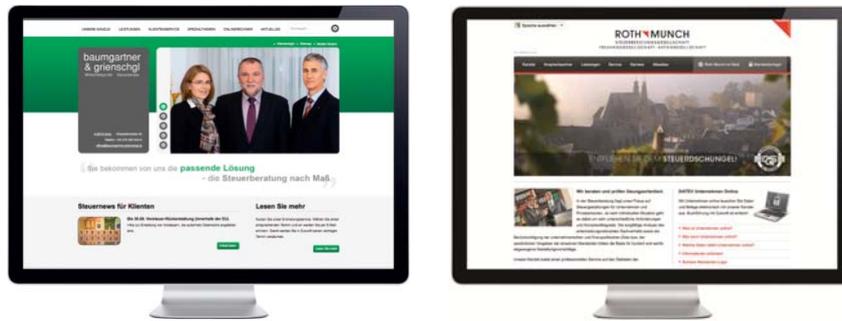
Laufende Kosten/Jahr

- Web-Space und URL
- Aktualisierung und Wartung
- Suchmaschinenoptimierung
- 50.- bis 250.-/Monat + +

Homepage



Homepage



Homepage

Redesign

Eine Homepage sollte alle 4-5 Jahre optisch, technisch und inhaltlich adaptiert werden

- Jahrelang die gleiche Homepage wirkt nicht fortschrittlich
- Die Technik verändert sich
- Es gibt oft neue Inhalte, die man kommunizieren sollte
-

Homepage



Homepage



Homepage

Wieso Suchmaschinenoptimierung ?

- Suchmaschinen werden von über 80% der Internetuser verwendet, um an Informationen zu gelangen
- Die Absicht etwas zu kaufen, haben über 70% der Internetuser beim Surfen
- Es werden von ca. 90% der Suchmaschinenuser nicht mehr als die ersten 3-4 Seiten der Suchergebnisse angesehen
- Investition: einmalig 500.- bis 5.000.-
- Monatlich: 30.- bis 1.000.-

Homepage

Suchmaschinenoptimierung

- Anmeldung der Webseiten bei diversen Suchmaschinen alleine reicht nicht, um gut gerankt zu sein
- Meta-Tags werden heute kaum noch in das Ranking von Suchmaschinen einbezogen
- Google verwendet um eine Website zu bewerten, zwischen 150 und 200 Rankingfaktoren
- Viele davon sind bekannt. Es kennt jedoch niemand den genauen Algorithmus bzw. welcher Rankingfaktor welche Gewichtung spielt
- Suchmaschinenoptimierung geht nicht von heute auf morgen. Sie braucht Zeit!

Homepage

Suchmaschinenoptimierung

Ranking-Faktoren:

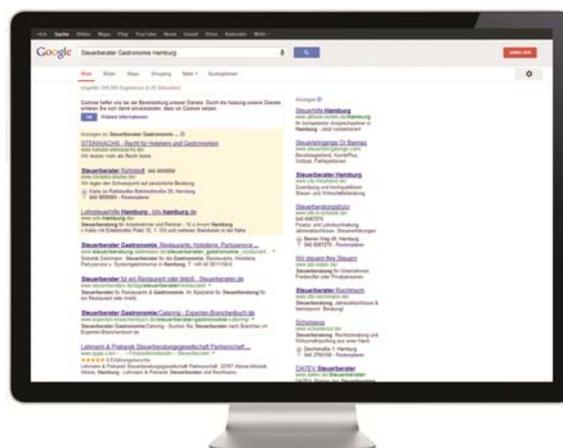
- On-Page Faktoren werden auf Ihren eigenen Seiten vorgenommen
- Off-Page sind alle Ranking-Faktoren, die von anderen Seiten abhängen. (Links von anderen Seiten, Themenrelevanz der verlinkenden Seite, etc.)

Seitentext:

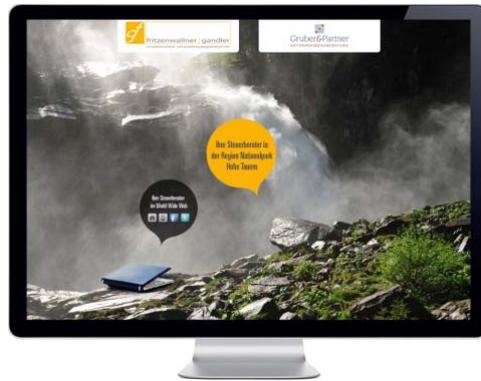
Das Wichtigste für den Suchmaschinen-spider ist der Text.

Wenn ein Begriff nicht auf der Homepage steht, kann er auch nicht gefunden werden!

Homepage



Homepage



Mobile Browseroptimierung vs. Responsive Design

Jahresinformationen in Buchform

Einmal im Jahr Ihren Klienten/Mandanten alles rund ums Thema Steuern zu schicken, bringt sehr gutes Feedback.

Wichtig:

- Optik im Corporate Design
- Gute Lesbarkeit

Mandanteninformationen/Steuernews

- Adressen für News sammeln – Klienten/Mandanten, Meinungsführer (Rechtsanwälte, Journalisten, Behörden, Banken, Notare,...)
- Prospektständer für News im Eingangsbereich organisieren
- Mitarbeiter vorab über Inhalte der News informieren
- Branchensteuernews (z.B. für Ärzte, Gastronomie und Hotellerie, Landwirte, ...) überlegen
- KEINE Paragraphen und Erlässe





Richtpreise für Werbemittel (Druck)

• Schirme (100 Stk.)	990,00
• Taschen (1000 Stk.)	1620,00
• Blöcke A4 (100 Stk.)	325,00
• Kugelschreiber (500 Stk.)	580,00
• Post-It (250 Stk.)	545,00
• Weihnachts-/Glückwunschkarten (500 Stk.)	570,00
• Tischkalender (200 Stk.)	605,00
• Feuerzeuge (300 Stk.)	440,00
• Geschäftsbücher (150 Stk.)	1725,00
• Flügelmappen (300 Stk.)	615,00
• Roll-up	199,00

Beratungsleistung sichtbar machen

- Viele Ihrer Klienten interessieren nur 3 Zahlen Ihrer Arbeit des ganzen Jahres
- Wie präsentieren Sie Ihre Bilanz?
- Betriebswirtschaftliche Beratung (z. B. Finanzplanung)
- Spezialgebiete (z. B. Internationale Umsatzsteuer)
- Eigene Kanzleisoftware zur Belegerfassung (E/A –Manager)

Produktpräsentation

- Produktblätter für z. B. Finanzplanung, Budgetierung,....
- Gründerpakete
- Branchenpakete (z.B. Ärzte)
 - Ärztenews
 - Content auf HP
 - Spezialvorträge
 -
- Einzelgespräch/ Fachchinesisch

Erfolgskontrolle der Maßnahmen

- Zugriffe der Homepage
- Auffindbarkeit in Suchmaschine
- Interessenten fragen, wie sie auf Kanzlei gekommen sind
- Zusätzlich: Waren Sie schon auf unserer Homepage?
- Wie hat sie Ihnen gefallen?
- Liste Neukontakt mit potentiellen Klienten
- Gewinn/ Verlustverhältnis, Zuwachs Klienten

Strategie

Erhöhen Sie systematisch und Schritt für Schritt die Attraktivität Ihrer Kanzlei.

Strategie ist die Grundlage für einen erfolgreichen Marketingplan.

Welches Ziel verfolgen Sie?

- Neue Klienten gewinnen
- Klienten/Mandantenbindung
- Mitarbeiterbindung
- Bekanntheitsgrad erhöhen
- Marktpositionierung
- Branchenspezialisierung
-

Marketingplan

Was denken Ihre Mandanten/Klienten von Ihnen?

Haben Sie schon einmal überlegt, Ihre Mandanten/Klienten zu befragen, wie zufrieden sie mit Ihnen und Ihrer Kanzlei sind?

Hilfestellung bei der Strategie, den Produkten, dem Außenauftritt und der Definition Ihres USP`s

Marketingplan

Budget/Umsetzung

Wie viel Marketingbudget in % zum Umsatz ist üblich?

Wie viel möchten Sie investieren?

Welchen Zeitraum?

Wer setzt Maßnahmen um?

Was ist während des Jahres zu beachten?

Erfolgskontrolle!

[Marketingplan](#)

Download: www.atikon.com/marketingplan

Marketingplan

Zum Nachlesen

- <http://www.atikon.com/tipps>

Herzlichen Dank!

Mag. Markus Grund

atikon edv & marketing

kornstraße 4

a-4060 Leonding

t +43 (732) 611 266 | f -20

info@atikon.com

www.atikon.com

Kontakt

f
t
x

Atikon

www.atikon.com

Atikon
seit 2000
www.atikon.com

Erfolg beginnt im Kopf!

The advertisement features a black and white close-up of a man's face, focusing on his eyes and forehead. A curved orange and black banner is at the bottom. A circular seal with a ribbon is positioned on the right side of the man's face. In the top left corner, there are three small social media icons: Facebook, Twitter, and X.