

# Intensive Bindung der Mandanten sichert die Zukunft für Wirtschaftsprüfer und Steuerberater

**Wenn die Wirtschaft brummt, gilt dies auch für viele Wirtschaftsprüfungs- und Steuerberatungsgesellschaften. Dann scheint es wie von selbst zu laufen und viele Kanzleien können sich vor Mandanten kaum retten. Gerade dann sollte man aber nicht aus den Augen verlieren, dass die Konjunktur neben Höhen auch Tiefen kennt. Gerade dann gilt es daher, mehr in die Bindung und Akquise von Mandanten zu investieren. Intelligente CRM-Lösungen unterstützen Kanzleien dabei, aus Interessenten begeisterte Mandanten zu machen und eine langfristige Beziehung aufzubauen.**

Die Branche ist im Aufwind: Neben den „Big Four“ haben sich auch viele zunächst kleinere Kanzleien beeindruckend entwickelt und profitieren vom Wirtschaftswachstum der letzten Jahre. Doch reicht das aus, um auch für die Zukunft gut gerüstet zu sein? Die Erfolgreichen der Branche haben längst erkannt, dass die Akquise und die langfristige Bindung von Mandanten zunehmend an Bedeutung gewinnen. Denn der Konkurrenzkampf unter den Gesellschaften nimmt stetig zu. Zudem schrumpft bei Mandanten die Hemmschwelle, eine Kanzlei zu wechseln. Umgekehrt ist deren Erwartungshaltung an den Dienstleister entsprechend gestiegen. Nur, weil ein Mandant sich nie negativ geäußert hat, heißt das noch lange nicht, dass er auch zufrieden ist. Und sich bei der Akquise von Mandanten nur auf Weiterempfehlungen zu verlassen, kann verhängnisvoll sein.

## **Nicht nur betreuen, sondern begeistern**

Der entscheidende Erfolgsfaktor ist gelebte Mandantenorientierung – und zwar bei allen Mitarbeitern. Das bedeutet nicht nur, die Anforderungen

des Mandanten zu erfüllen, sondern ihn zu begeistern. Dieser Ansatz des Mandantenmanagements ist für viele der Branche noch ungewohnt. Dies erfordert ein Umdenken im gesamten Unternehmen.

Auch die Digitalisierung ist für viele Kanzleien noch Neuland. Dabei sind es Mandanten aus anderen Bereichen gewohnt, Prozesse auf digitalem Weg abzuwickeln und zentrale Zugangsmöglichkeiten auf gemeinsame Daten zu haben. Bestes Beispiel hierfür ist die Digitalisierung des Steuerberatungsprozesses: Der Mandant erhält keinen Schnellhefter mit Steuerunterlagen mehr, sondern hat elektronischen Zugriff auf all seine Daten – ein Differenzierungsmerkmal bei gleichzeitiger Senkung der internen Kosten.

## **Mehr als Weihnachtskarte und Sommerfest**

Gesellschaften, die auch in Zukunft vorne mitspielen wollen, lernen von anderen Branchen. Sie verschaffen sich einen strategischen Wettbewerbsvorteil durch zielsicheres Marketing. Statt auf Weihnachtskarten und einzelne Veranstaltungen legen sie ihr Augenmerk auf systematische Akquise sowie eine optimale und kundenorientierte Betreuung von Mandanten. Dies lässt sich nur realisieren, wenn man in Marktbeobachtung und Akquise investiert. Geeignete IT-Lösungen tragen dazu bei, Prozesse und Arbeitsschritte zu vereinfachen und zu optimieren. Adressen,



sonstige Daten zu Mandanten, Projekten, Marketingaktionen und Kosten sollten dafür in möglichst wenigen Systemen professionell und standortübergreifend hinterlegt werden. Nur so lassen sie sich später auch entsprechend auswerten.

Für ein optimales Mandantenbeziehungsmanagement ist es wichtig, den Mandanten möglichst gut kennenzulernen. Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung sind anspruchsvolle Materie. Nicht leicht also, den Mandanten mit fachlicher Kompetenz zu begeistern. Umso wichtiger ist es deshalb, auch die Wünsche, Einschätzungen und Erwartungen der Mandanten genau zu kennen, sie systematisch zu erfassen und über eine moderne CRM-Lösung auszuwerten. Dies schafft die Voraussetzungen, um die Zielgruppe vielfältig ansprechen zu können – sei es bei neuen und bestehenden Mandanten oder – hoffentlich nur im Ausnahmefall – auch ehemaligen Mandanten. Denn laut GfK-Studien ist es viermal teurer, Mandanten zu akquirieren, als bestehende Mandanten zu binden.

### Die aktuelle Situation ist oft erschreckend

Selbst in großen Gesellschaften gibt es noch reichlich Potenzial für eine effizientere Datenverwaltung. Steuerberater arbeiten mit DATEV, Wirtschaftsprüfer mit ihrer Prüfungssoftware, Anwälte und Berater haben ihre Spezialsoftware oder auch nur das, was ihnen am nächsten steht, wie z. B. MS Office. Keiner weiß, wie viel Arbeitszeit damit verbracht wird, Daten auf lokalen oder zentralen Laufwerken und in verschiedenen IT-Lösungen zu suchen. Manche kramen sogar noch immer in Ordnern, Schnellheftern oder auf losen Zetteln nach der gesuchten Information. Auch Adressen haben oft keine wirkliche Heimat. Sie ver-

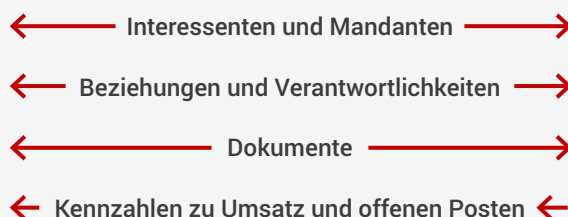
stecken sich in DATEV, Outlook, auf Mobiltelefonen und in Ausnahmefällen noch im Visitenkartenroller. Möglicherweise zusätzlich an verschiedenen Standorten und in unterschiedlichen Systemen. Das sorgt für schlechte Datenqualität. Dubletten sind die Regel, doppelte Mailings keine Seltenheit. Dies ist ärgerlich und wenig effizient. Es verhindert vor allem auch den strategischen und bereichsübergreifenden Ausbau der Mandantenbeziehungen. Chancen können nicht in vollem Umfang ausgeschöpft werden. Cross-Selling-Potenziale werden vielleicht erst gar nicht erkannt.

### Die Lösung: CRM-Software plus Umdenken

Die Nerven liegen blank, wenn Verteilerlisten über mehrere Standorte und Partner hinweg zusammengeführt werden müssen – zum Beispiel für die alljährliche Weihnachtspost. Eine transparente, standort- und ansprechpartnerübergreifende Datenbasis zu Mandanten und Aktivitäten hilft nicht nur, diesen Prozess wesentlich zu vereinfachen. Sie ist auch Grundlage für eine insgesamt bessere Mandantenansprache im Bestand und in der Akquise. Im Idealfall gibt es jede Adresse nur einmal, angereichert mit Informationen aus bestehenden Lösungen wie Prüfungssoftware oder DATEV sowie aus den Postfächern und Köpfen der zahlreichen Mitarbeiter. Die Sicht auf Daten und natürlich auch vertrauliche Informationen zu Organisationen und Personen ist dabei unter der Berücksichtigung aller Datenschutzbestimmungen sichergestellt.

Zunächst ist der Wunsch nach einer Software, die all diese Herausforderungen lösen kann, naheliegend und – glaubt man den Versprechen der Anbieter – auch genau das Richtige.

## Stammdaten



Datenaustausch  
zwischen  
CAS genesisWorld  
und DATEV

Allerdings ist die geeignete Software nur das Mittel zum Zweck. Sie ersetzt nicht ein grundsätzliches Umdenken und die allgemeine Sensibilisierung für das Thema Mandantenbeziehungsmanagement im gesamten Unternehmen. Dies jedoch ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für ein langfristig erfolgreiches CRM-Projekt.

---

**Ein Interview mit einer CRM-Projektleiterin lesen Sie auf [crm.itdesign.de/wp-interview](https://crm.itdesign.de/wp-interview)**

---

### **Für digitales CRM ist es nie zu spät**

An vielen Stellen wird Ihnen suggeriert, dass Ihnen die ‚disruptive‘ Digitalisierung den Boden unter den Füßen wegzieht. Das wird so sicherlich nicht passieren. Es besteht aber auch kein Grund dazu, sich auszuruhen. Verstehen Sie die Digitalisierung einfach als einen Veränderungsprozess. Steuern Sie ihn aktiv und nehmen Sie Ihre Mitarbeiter mit. Motivieren Sie Ihr Team, die Zukunft gemeinsam zu gestalten. Mit einer CRM-Lösung, die Ihnen die Pflege und den langfristigen Erhalt von Mandantenbeziehungen vereinfacht, und Mitarbeitern, denen bewusst ist, wie wertvoll eine Mandantenbeziehung ist. Oft kann ein Mandant die fachliche Qualität einer Leistung nur schwer objektiv beurteilen. Deshalb ist es umso wichtiger, sein Vertrauen zu gewinnen. Nutzen Sie die Chancen eines CRMs und begeistern Sie Ihre Mandanten.“

### **Viele Fliegen mit einer Klappe dank CRM**

So profitieren Sie von einer softwarebasierten Lösung zum Mandantenbeziehungsmanagement:

- Zusammenführen aller Informationen zu einer Person und einer Organisation an einer zentralen Stelle
- Abbilden von Beziehungen und Unternehmensstrukturen durch Adressverknüpfungen
- Darstellen und Konsolidieren von Mandantendaten auf Gruppen- oder Verbundebene
- Transparentes und schnelleres Arbeiten durch Workflow-Vorlagen auf Grundlage einer einheitlichen Datenbasis
- Standardisieren und Vereinfachen von Abläufen im Rahmen einer Softwareeinführung: Einsparen von Zeit im Unternehmen und Optimieren der Kommunikation nach extern
- Unkomplizierte Dokumentation aller Telefonate durch eine Telefonieanbindung
- Vereinfachen der Marketingprozesse durch professionelle und gezielte Marketingaktionen, Newsletter

## **5 Tipps für ein erfolgreiches CRM-Projekt**

**... aus mehr als 20 Jahren CRM-Erfahrung:**

1. Suchen Sie zunächst eine organisatorische Lösung für die aktuellen Herausforderungen. Die IT ist nur Mittel zum Zweck.
2. Achten Sie auf eine transparente Kommunikation und eine konsequente Umsetzung, die sich stets an einer klaren Zielsetzung orientiert.
3. Planen Sie für die Einführung einer CRM-Lösung alles in allem etwa drei Jahre ein. Eine gut durchdachte und erfolgreiche CRM-Einführung ist weder ein kurzes Projekt, noch ein „Nebenjob“.
4. Behalten Sie Ihre Basisanforderungen, z. B. Konsolidierung von Adressbeständen und Adresshygiene, stets im Blick. Lassen Sie sich nicht von neuen Technologien blenden.
5. „Think big, start small“: Gestalten Sie die erste Phase Ihres Projektes so klein wie möglich und nur so groß wie nötig. So können Sie schnell produktiv arbeiten und auch Änderungen unkompliziert umsetzen.

und Informationsveranstaltungen

- Auswerten aller erfassten Daten
- Nahtloses Zusammenspiel mit vorhandenen Drittsystemen wie MS Office, Prüfungssoftwares oder DATEV durch Standardschnittstellen
- Offline-Verfügbarkeit von Adressen, Aufgaben und Terminen auf mobilen Endgeräten, Abgleich von neu angelegten Daten in Echtzeit
- Sichere Verschlüsselung aller Mandantendaten

### **Gewinnen Sie einen ersten Einblick**

Lernen Sie die speziell auf die Bedürfnisse von Wirtschaftsprüfern und Steuerberatern abgestimmte CRM-Branchenlösung CAS Kanzlei CRM kennen.

---

**Weitere Informationen finden Sie auf**

**[crm.itdesign.de/wp](https://crm.itdesign.de/wp)**

---

# Wir sind für Sie da

Kontaktieren Sie uns gerne, wenn Sie an weiteren Informationen interessiert sind oder über CRM für Ihre Kanzlei sprechen möchten. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage.

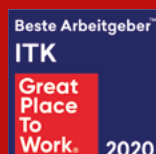
Sie erreichen uns per E-Mail unter **crm@itdesign.de** oder per Telefon unter **+49 7071 3667-66**.

itdesign GmbH  
Hauptsitz Tübingen  
Friedrichstraße 12  
72072 Tübingen  
Deutschland  
Tel.: +49 7071 3667-66  
crm@itdesign.de  
crm.itdesign.de

Standort Hamburg  
Versmannstraße 2, 13. OG  
20457 Hamburg  
Deutschland  
Tel.: +49 40 637 447 30  
crm@itdesign.de  
crm.itdesign.de

Standort Zwickau  
Marienstraße 19  
08056 Zwickau  
Deutschland  
Tel.: +49 375 788 814 09  
crm@itdesign.de  
crm.itdesign.de

Ausgabe 2020/09



itdesign