

Suchbegriff eingeben

strategie Strategie
marketing Marketing
veranstaltungen

Veranstaltungen

stefaninmotion stefan.in.motion
mitarbeiterfuehrung

Mitarbeiterführung

honorargestaltung

Honorargestaltung

blog Blog

stefanonair stefan.on.air

Suche

STEFAN LAMI

[Impressum](#)

[Datenschutz](#)

[WAS macht » FAQ](#)

Die Übernahme eines Klientenstocks

Eine Chance, die man nützen sollte

Frage:

Ich habe mir Ihr Buch "Klientenwünsche systematisch erkennen und erfüllen" in der Hoffnung gekauft, darin einen "Willkommensbrief" für neue Klienten zu finden. Wie formuliert man einen solchen Brief und was sollte er enthalten? Herzliche Glückwünsche zu Ihrem Buch!

Antwort:

Es tut mir leid, dass Sie im Buch keinen Brief zu dieser Frage gefunden haben. Sie haben jedenfalls Recht, dass der "Willkommensbrief" von großer Bedeutung ist, und es gibt einige Punkte, die man auf alle Fälle berücksichtigen sollte:

- Idealerweise sollte der bisherige Steuerberater (von dem Sie den Klientenstock übernehmen) gemeinsam mit Ihnen einen Brief schreiben.
- Aus dem Schreiben soll vor allem hervorgehen, welchen Nutzen der Klient aus der Übernahme hat. Das ist nicht so leicht, denn entscheidend ist ja immer, wie es der Klient sieht ?
- Je nach Situation spielt für den Klienten eine große Rolle, wer sein Ansprechpartner sein wird bzw. ob der bisherige Mitarbeiter ihn weiter betreuen wird (wenn auch Mitarbeiter übernommen werden). Diese Frage hängt davon ab, wie bisher Klientenbeziehungen gestaltet waren (Mitarbeiter-Klient oder Kanzleihaber-Klient) .
- Für den Klienten soll klar hervor gehen, dass keine Informationen verloren gehen.
- Wenn immer möglich, kündigen Sie ein persönliches Gespräch an.

Das wären ein paar wesentliche Gedanken zum "Willkommensbrief".

Die Übernahme eines Klientenstocks ist eine große Chance. Insbesondere dafür, weitere neue Klienten zu gewinnen (und nicht nur den Klientenstock). Gelingt es Ihnen nämlich, die übernommenen Klienten wirklich zu begeistern, dann haben Sie damit die besten Fürsprecher für Ihre Kanzlei gewonnen. Weiterempfehlungen werden vor allem in der ersten Phase des Zusammenarbeitens ausgesprochen.

Bitte analysieren Sie auch ganz genau, ob Sie alle Klienten auch auf Dauer betreuen möchten (Frage nach sogenannten D-Klienten!). Konzentrieren Sie sich auf die sogenannten A-Klienten. Die Erfahrung zeigt, dass Klienten das "alten" Steuerberaters üblicherweise ein großes Potenzial an Beratungsbedarf und-chancen bergen. Vergessen Sie auch nicht die B- und C-Klienten. Sie können durchaus weiterentwickelt werden.

Ich empfehle Ihnen daher, sich - neben dem Willkommensbrief - auch und vor allem auf die persönlichen Kontakte mit den neuen Klienten zu konzentrieren. "Marketing" geschieht eben beim Steuerberater zu fast 100 % - "One-to-One".

Lesen Sie dazu auch

["Ihre Kanzlei ist Ihre Klientenliste"](#)

["Dienstleistungsmarketing ist Beziehungsmarketing"](#)

["Treue Klienten in Zeiten wie diesen?"](#)

["Die Goldmine, auf der Sie sitzen"](#)

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg bei der Übernahme des Klientenstocks.

[mobile Version](#)

Stefan Lami Bachgasse 29/Top 8, A-6511 Zams M +43 664 221 23 24