

Die 10 größten Mythen, warum Klienten gehen

... und 1 Maßnahme, wie Sie es aktiv verhindern können

Viele Steuerberatungskanzleien gehen immer noch davon aus, dass einmal gewonnene Klienten für immer und ewig bleiben. Ein bestehender Klient wäre demnach eine Selbstverständlichkeit – was auch sonst? Tatsächlich ist die Treue der Klienten immer noch extrem hoch. Nur, wie lange noch?

Sie haben die folgende Geschichte vielleicht auch schon einmal gehört: Ein Mann wird auf seinem Totenbett in einem Traum von einem Engel und einem Teufel besucht. Jeder der beiden möchte ihn für alle Ewigkeit für sich gewinnen. Der Engel beschreibt den Himmel als einen idyllischen und friedlichen, jedoch wenig spannenden Ort. Der Teufel dagegen stellt die Hölle in den buntesten Farben dar. Essen und Trinken in Hülle und Fülle und alle werden eine richtig gute Zeit haben. Der Mann entscheidet sich für die Hölle und ist bitter enttäuscht, als er an einem Ort des niemals endenden Feuers und der unendlichen Klagen landet. „Was ist passiert?“ fragt er schockiert und der Teufel antwortet ihm: „Zuerst waren Sie ein Interessent, aber nun sind Sie ein Kunde.“

Steuerberater nehmen die Klientenbeziehung oft als gesichert an. Und werden – trotz der allgemein vorhandenen Treue oder auch nur wegen der Bequemlichkeit des Klienten enttäuscht, wenn dieser den Auftrag kündigt. Wo liegen sie Fehler?

Mythos N° 1: Meine Klienten verstehen, was ich ihnen sage.

Jeder neigt dazu „seine“ Sprache zu verwenden, wenn man miteinander spricht oder Briefe schreibt. Steuerberater gehen davon aus, dass auch ihre Klienten diese Sprache verstehen.

Realität: Vielfach verstehen Klienten diese Fachsprache ganz und gar nicht, und leider fragen nur wenige Klienten nach. Ganz einfach deswegen, weil sie nicht dumm dastehen wollen.

Übersetzen Sie exzessiv! Stellen Sie dabei ruhig auch voran: „Wahrscheinlich wissen Sie das bereits, allerdings ist es mir sehr wichtig ... ist es für Sie sehr bedeutsam ...“

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Habe ich schon einmal einen Klienten wegen Verständnisproblemen verloren?

Mythos N° 2: Meine Klienten würden es mir sagen, wenn sie unglücklich sind.

Das Angebot auf dem Steuerberatermarkt ist bunt. Nicht alle Mitbewerber arbeiten mit seriösen Methoden und bieten wenig vergleichbare Leistungen zu einem niedrigeren Preis an, als Sie das jemals könnten.

Realität: In der Unternehmerwelt sind Sie einer ständigen Bewährungsprobe ausgesetzt. Unglückliche Klienten verlassen Sie, weil sie glauben, sich woanders wohler zu fühlen.

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Hat mich ein Klient schon jemals ohne Vorwarnung verlassen?

Mythos N° 3: Ich habe noch nie einen richtig guten Klienten verloren.

Nehmen wir einmal an, „gute Klienten“ bringen Einnahmen und sprechen auch einmal Weiterempfehlungen aus. Klienten, die einmal kommen und dann wieder gehen, beanspruchen nicht in gleichem Ausmaß Ihre Leistungen wie beständige, langjährige Klienten. Ständig wechselnde Klienten sind keinesfalls gute Klienten.

Realität: Viele Menschen sind gut im Risikomanagement. Sie wenden sich zunächst mit einem kleinen Auftrag an Sie und erst dann, wenn sie bemerken, dass die Zusammenarbeit mit Ihnen gut funktioniert, wenden sie sich auch mit ihren restlichen Anliegen an Sie und Ihre Kanzlei.

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Gibt es Klienten, die sich sukzessive von Ihrer Kanzlei verabschiedet haben, indem sie den von Ihnen erbrachten Leistungsumfang verringerten?

Mythos N° 4: Meine Klienten wissen, was ich für sie leiste.

Steuerberater nehmen an, ihre Klienten wüssten, dass sie regelmäßige Qualitäts-Checks durchführen, sich laufend über neue gesetzliche Vorschriften und Veränderungen informieren und auch ihre Klienten darüber am Laufenden halten, sollten diese Neuerungen sie betreffen. Die Klienten wissen also, dass Steuerberater echte Profis in ihrem Fach sind.

Realität: Klienten wissen das alles, wenn Sie es ihnen mitteilen. Wenn Sie das nicht regelmäßig tun, glauben Klienten, dass Sie lediglich die Daten, die sie Ihnen zur Verfügung stellen, in eine Form bringen, die sie dann unterschreiben müssten. Und das kann ja nun wirklich jeder vorbereiten, oder?

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie Klienten, die sich über die Höhe des Honorars beschwerten, weil sie glauben, dass Ihre Leistung manche Anbieter ja auch schon online erledigen könnten?

Mythos N° 5: Meine Klienten haben manchmal unrealistische Erwartungen.

Menschen mögen es nicht besonders, Steuern bezahlen zu müssen. Manche haben Freunde, die ihnen erzählen, sie müssten viel weniger an den Fiskus abliefern. Sie wissen zwar nicht, wie das bei diesen Freunden funktioniert, aber sie fordern Sie auf, dass Sie ebenfalls die Steuerzahlungen für sie minimieren sollen.

Realität: Die eigenen Erwartungen klingen niemals unrealistisch für Menschen. Lassen Sie sie über das, was ihnen ihre Freunde erzählten, mehr berichten. Erklären Sie ihnen dann ihre ganz spezielle Situation. Warum sollten sie sich von anderen Menschen unterscheiden?

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie schon jemals für jemanden gearbeitet, der unrealistische Vorstellungen hatte?

Mythos N° 6: Meine Klienten wissen, dass ich mich mit ihrer individuellen Situation auseinandersetze.

Sie arbeiten für eine limitierte Anzahl von Klienten. Sie kennen so gut wie jeden Klienten persönlich und verstehen ihre oder seine Situation.

Realität: Klienten haben keinen Begriff, für welche Anzahl von Kunden Sie arbeiten. Es könnte sein, dass sie annehmen, Sie verkaufen lediglich standardisierbare Leistungen, weil sie nur das Endprodukt sehen. Sie haben zwar periodisch Kontakt zu Ihren Klienten, um sie über die aktuellen Änderungen zu informieren. Aber betreffen die Gesetzesnovellen auch alle Ihre Klienten? Wenn nicht, warum nicht?

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie jemals einen Klienten verloren, weil er das Gefühl hatte, Sie schenken ihm zu wenig Aufmerksamkeit?

Mythos N° 7: Meine Klienten wissen, dass ich ihnen nicht die Zukunft voraussagen kann.

Ihre Klienten könnten sich von Ihnen einen Rat in finanziellen Dingen oder Beratung zu Trends erwarten. Sie könnten Fragen zu Zinsentwicklung und Versicherungen haben.

Realität: Im Nachhinein sind die Warnzeichen immer so offensichtlich: Klienten möchten zu jeder Zeit wissen, dass Sie zwei Wissensdimensionen haben: Wie die Dinge vorher

waren und wie die Dinge im Moment aussehen. Erst später werden Sie wissen, dass es auch noch eine dritte Dimension des Wissens gibt: Wie die Dinge sich letztendlich entwickelt haben werden.

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Hat ein Klient jemals zu Ihnen gesagt: Warum haben Sie diese Entwicklung nicht kommen sehen und warum haben Sie mich nicht gewarnt?

Mythos N° 8: Meine Klienten vertrauen mir.

Steuerberatung ist ein Geschäft, das auf Vertrauen basiert. Sie wollen nur das Beste für Ihre Klienten. Sie arbeiten unter der rationalen Annahme, dass, wenn Menschen für eine Beratung bezahlen, sie letztlich auch diesen Rat befolgen werden.

Realität: Vertrauen ist häufig gefordert, wenn rationale Fakten fehlen. Es kann sehr schnell verloren gehen. Verwenden Sie daher Formulierungen, die das Verstehen erleichtern. Erklären Sie dem Mandanten, warum Sie etwas so machen, wie Sie es machen.

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie schon erlebt, dass wenn das Vertrauen fehlt, es durch Verdacht und Zweifel ersetzt wird?

Mythos N° 9: Da kann man nichts mehr machen.

Viele Menschen glauben, dass, wenn sich jemand entschieden hat zu gehen, man daran auch nichts mehr ändern kann.

Realität: Wenn Sie die Risikosituation erkennen, können Sie durchaus bei einem direkten Gespräch mit dem Klienten diese Situation mutig ansprechen. Fragen Sie ruhig: Was können wir tun, damit Sie als Klient weiterhin bei uns bleiben?"

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie Klientenbeziehungen, bei denen Sie das Risiko einer Abwanderung bereits befürchten? Was haben Sie bisher getan, damit dieser Klient trotzdem weiterhin mit Ihnen zusammenarbeiten will?

Mythos N° 10: Sie werden zurückkommen.

Das ist die größte Illusion. Es kommt selten vor, dass ein ehemaliger Klient zugeben wird, einen Fehler gemacht zu haben, als er sich von Ihnen getrennt hat. Deshalb wird auch kaum ein verlorener Klient je wieder zurückkommen.

Realität: Selbst wenn diese Behauptung wahr wäre, Stolz und Gesichtsverlust spielen dabei eine wesentliche Rolle. Viele Menschen lehnen es ab, einen Fehler zu zugeben. Rufen Sie den verlorenen Klienten ein paar Monate später an, gestehen Sie ein, dass es tatsächlich reale Gründe für die Trennung gegeben hat. Fragen Sie Ihren ehemaligen Klienten, ob nun alles zu seiner Zufriedenheit verläuft. Das zeigt Ihrem Klienten deutlich, dass Sie sich immer noch um sein Wohlergehen sorgen.

Eine Frage, die Sie sich stellen können: Haben Sie jemals eine verloren geglaubte Beziehung wieder retten können?

Die eine Maßnahme: Proaktive Klientenbetreuung

Klienten verlassen aus den unterschiedlichsten Gründen ihren Steuerberater. Fehlende Aufmerksamkeit ist einer der am meisten genannten Gründe. Das muss nicht notwendigerweise so sein. Dieser Ursache können Sie mit proaktiver Klientenbetreuung aktiv begegnen. Handeln Sie, bevor es Ihr Klient tut.

Um diesen Beitrag zu hören, klicken Sie bitte [hier>>>](#)

Weitere Beiträge und Anregungen zum Thema Klientenzufriedenheit:

Der Beitrag [Klienten-Feedback](#) zeigt Ihnen, wie Sie schnell und bei vielen Gelegenheiten die Zufriedenheit Ihrer Klienten nachfragen können.

Der Folder [Möglichkeiten zur Klientenbefragung](#) aus dem Downloadbereich meiner Homepage stellt Ihnen umfassendere Methoden zur Befragung von Klienten vor.

[mobile Version](#)

Stefan Lami Bachgasse 29/Top 8, A-6511 Zams M +43 664 221 23 24 stefan@stefanlami.com