

Gesprächsleitfaden/Hilfestellung zum Dienstleistungskatalog

Situation 1 - Telefonszene

Am Telefon ist ein gut gelaunter Mandant, der Sie wegen eines anderen Themas kontaktiert hat. Bevor das Gespräch endet, erzählt er Ihnen noch, dass er jetzt den angekündigten Brief erhalten hat und zuvor auch schon zu einem ausführlichen Gespräch bei Herrn eingeladen war. Das Gespräch war für ihn sehr aufschlussreich und er hat soweit auch alles gut verstanden. Jetzt stellt er Ihnen die Frage:

„Sie betreuen mich ja jetzt schon seit 10 Jahren... hier bei KanzleiXY. Was halten Sie denn von dem Ganzen. Sagen Sie mir doch einmal Ihre Meinung dazu.“

Reaktion

Hier geht es in Ihrer Reaktion mehr um **Bestätigung und Bekräftigung**. Sie brauchen nicht mehr viel erklären.

Formulierungsmöglichkeiten/Anregungen

Das ist wirklich ein gutes Angebot.

Ehrlich gesagt sind wir bei KanzleiXY stolz darauf diese Art der Honorargestaltung zu haben. Wenn man sich in der Branche der Steuerberater umschaut, gibt es nur ganz wenige Kanzleien, die eine derartig transparente Honorargestaltung haben. Bei unseren Mandantenbefragungen war diese Honorartransparenz immer wieder eindeutiger Wunsch von unseren Mandanten.

Unsere Mandanten schätzen diese Honorartransparenz.

Durch die Paketgestaltung erhalten Sie in Zukunft mehr Sicherheit über die Honorarhöhe.

Sie haben monatlich immer dieselbe Belastung und erleben keinerlei Überraschungen.

Situation 2 - Telefonszene

Am Telefon ist wiederum ein gut gelaunter Mandant, der Sie wegen eines anderen Themas kontaktiert hat. Bevor das Gespräch endet, erzählt er Ihnen noch, dass er jetzt den angekündigten Brief erhalten hat und zuvor auch schon zu einem Gespräch bei Herrn eingeladen war. Das Gespräch war für ihn schon o.k., aber er hat nicht wirklich alles verstanden. Jetzt stellt er Ihnen die Frage:

„Also Frau ... Sagen Sie mir doch mal wie das jetzt mit der neuen Honorarabrechnung bei Ihnen ist. Ich kenne mich da noch nicht wirklich aus?“

Reaktion

Der Mandant hat offensichtlich noch **Informationsbedarf** und möchte weitere **Erklärungen**. Diese müssen Sie ihm unbedingt geben, damit er als Mandant weiterhin zufrieden sein kann.

Damit Sie überhaupt weiter Informationen geben können, müssen Sie zunächst herausfinden, was dem Mandanten wichtig ist. Das geht nur durch **Nachfragen**.

*Danke, dass Sie nachfragen. Was im speziellen ist Ihr Anliegen?
Wir bei KanzleiXY legen großen Wert darauf, dass unsere Mandanten immer das Honorar im Vorhinein kennen!*

Immer **positive Formulierungen** verwenden und aus der Perspektive des Mandanten argumentieren.

Danke, dass Sie mir nochmals die Gelegenheit geben Ihnen weitere Informationen zu geben. Können Sie mir sagen, wo genau Sie noch mehr Informationen benötigen?

Erklären Sie dem Mandanten das neue System beispielsweise indem Sie fragen:

*Wie wichtig ist Transparenz und Kalkulierbarkeit der Honorare für Sie?
Wenn die Antwort lautet: „Ja, ist sehr wohl wichtig“ können Sie weiter argumentieren:
Gerade deshalb haben wir unsere Honorargestaltung darauf abgestimmt. Darf ich Ihnen erklären, wie das bei uns aussieht?*

*Im Beratungspaket sind enthalten – Aufzählung der einzelnen Punkte
Gesondert abgerechnet werden darüber hinaus – Aufzählung der einzelnen Punkte*

Der vereinbarte Preis gilt für ein Jahr im Vorhinein. Und wird entsprechend der vereinbarten Leistung jährlich neu vereinbart. Wir übernehmen also das Risiko für den Beratungsumfang, selbst dann, wenn Sie mehr Leistung im Rahmen des vereinbarten Beratungsumfangs in Anspruch nehmen als bisher, entstehen für Sie keine zusätzlichen Kosten.“

Das für Sie berechnete Honorar hängt von ganz klar definierten Parametern ab.

z.B.: FiBu/JA wird nach dem Umsatz berechnet

Je nachdem, welches Leistungspaket Sie aus compact, classic oder comfort wählen, investieren Sie in den berechneten Betrag für compact 25% weniger oder für comfort 25 % mehr.

Wenn bestehende Mandanten reagieren: „Das kostet ja mehr als bisher“ können Sie antworten:

Ja, auf den ersten Blick mag das so aussehen und auf kurze Sicht auch stimmen. Auf lange Sicht fahren Sie damit günstiger, da wir Mehrleistungen erbringen, die sonst gesondert abgerechnet werden müssten.

Auf das Argument „zu teuer“ gibt es mehrere Strategien zu antworten:

Verwandeln Sie teuer in wertvoll

„Ja unser Produkt ist teuer und wertvoll, weil ... „

Sie verbinden teuer mit wertvoll. Ein hoher Preis ist ein Indiz für hohe Qualität. Hier muss eine ernsthafte Argumentation, eine gute Begründung folgen. Wer würde etwas Wertvolles ablehnen?

Teuer ist nicht billig

„Ja, Sie haben Recht. Unser Produkt ist nicht billig. Etwas Billiges wollen wir unseren Kunden auch gar nicht anbieten!“

Hier kommen Ihnen die Assoziationen zu Hilfe, die wir üblicherweise mit billig verbinden. Billig kann genauso die Bedeutung von minderwertig haben. Und das ist eindeutig negativ besetzt. Damit schlagen Sie auch der billigeren Konkurrenz ein Schnippchen.

Antworten Sie mit einer Gegenfrage

Ganz nach dem Motto: Lieber gar nichts sagen, sondern etwas fragen. Stellen Sie dem Kunden die Frage: *Warum?*

Zugegeben, das ist eine etwas provokante Variante, aber nun ist Ihr Kunde im Begründungsnotstand. Jetzt ist er an der Reihe das Preis-Leistungs-Verhältnis zu diskutieren. Ihre Aufgabe ist es genau hin zu hören und zu erfahren, welche Kriterien ihm wichtig sind. Damit können Sie Ihre Argumente zielgenau formulieren. Ihr Kunde wird es mit der entsprechenden Aufmerksamkeit danken.

Selbstbewusstsein!

Besonders bei kritischen Kunden, nützen oft die besten Argumente nichts. Aber das deutlich zum Ausdruck gebrachte Selbstbewusstsein überzeugt.

Ein Musterbeispiel für Preis-Produkt-Stolz: Eine Shampoofirma die den Slogan: *„XY ist sauteuer, aber es wirkt“* verwendet.

Vorbereitung! Vorbereitung!

Wer seine persönlichen Angriffspunkte bereits in der Vorbereitung bearbeitet, kann ziemlich entspannt in Honorargespräche gehen. Eine gezielte fachliche Vorbereitung, eine gezielte Vorbereitung auf den Menschen und einige griffige Entgegnungen machen das Verhandeln mehr zu einer sportlichen Disziplin. Inspirieren können Sie sich von den Werbetexten lassen. Wählen Sie das, was Sie ruhigen Gewissens vertreten.

- Gute Produkte haben Ihren Preis.
- Es war schon immer teuer, einen guten Geschmack zu haben.

Vermeiden Sie Rechtfertigungen!

Ein hoher Preis ist bei einem hochwertigen Produkt eine Selbstverständlichkeit. Sobald Sie beginnen Ihren Preis zu rechtfertigen, stellen Sie sich und Ihre ganze Argumentation in Frage. Ihre Kunst besteht darin, den Nutzen angemessen darzustellen, aber der Preis darf dabei nie in Frage gestellt werden.

Klären Sie im Telefonat mit dem Mandanten jedenfalls ab, ob er nochmals ein klärendes Gespräch benötigt

...dann kann ich das sofort für Sie in die Wege leiten...

☹ Situation 3 – Szene in der Kanzlei

Bei Ihnen in der Kanzlei sitzt ein eher schlecht gelaunter Mandant. Er erzählt Ihnen, dass er einen Brief erhalten hat und zuvor auch schon zu einem Gespräch bei Herrn eingeladen war. (Sehr dramatisch wäre eine Situation ohne vorheriges Gespräch! Pannen passieren ja leider, ohne dass wir es wollen)

Das Gespräch war für ihn nicht o.k. und er hat nicht wirklich etwas verstanden. Hier hatte der Mandant, warum auch immer, im Vorfeld ein wenig gelungenes Honorargespräch; eventuell war es für ihn zu kurz oder auch sogar schlecht, weil auch er selbst wenig nachgefragt hat. Irgendetwas lief im Vorfeld jedenfalls schief und der Mandant ist einigermaßen sauer.

Jetzt stellt er Ihnen die Frage:

„Also Frau ... Sagen Sie, was soll das Ganze eigentlich? Mit dieser neuen Honorarabrechnung bei Ihnen ... Ich kenne mich da überhaupt nicht aus?“

Reaktion

Der verärgerte Mandant will jetzt von Ihnen nicht nur **mehr Wissen**, sondern, er will vor allem auch seinen **Ärger loswerden**. Das müssen Sie unbedingt in Ihrer Reaktion mit einbeziehen. Nehmen Sie die emotionale Reaktion Ihres Mandanten ernst und reagieren Sie darauf!

Im Falle einer Beschwerde bedeutet das, den Mandanten mit all seinen Gefühlen, seien sie nun berechtigt oder nicht - oft Ärger, Missmut, Enttäuschung, Kränkung, - ernst zu nehmen und ihm sein Recht auf Kritik, seine Zweifel am Bemühen auch deutlich zuzugestehen.

Nehmen Sie die Beschwerde entgegen.

Danke, dass Sie sich sofort bei uns gemeldet haben! Sie geben uns die Chance, jetzt alles in Ordnung zu bringen.

Zunächst möchte ich mich ausdrücklich bedanken, dass Sie sich in so einer Situation sofort an mich gewendet haben. Es ist völlig berechtigt, dass Sie derart verärgert sind.

Sie ärgern sich zurecht, weil ...

Ich kann Ihre Enttäuschung nachvollziehen, ...

Sie sind empört über soviel ...

Oh, das tut mir jetzt sehr leid. Wir von KanzleiXY wollen nämlich ...

Sie werden es immer wieder erleben, dass die Mandanten kritisch auf die Honorarhöhe reagieren. Nutzen Sie dafür einige Standardformulierungen, um das Gespräch positiv zu wenden:

Für Sie ist der Preis ja ein wichtiges Thema, deshalb haben wir darüber nachgedacht, wie wir unsere Zusammenarbeit noch besser für Sie gestalten können.

Mandanten, bei denen monatliche Schwankungen durch unterschiedlichen Leistungsumfang im Honorar gegeben sind, können Sie die Fixpreisvereinbarung mit dem Hinweis auf Transparenz und Sicherheit nahe bringen:

Lieber Mandant, Liquidität ist heute für viele Unternehmen wichtig. Durch die Paketgestaltung erhalten Sie in der Zukunft mehr Transparenz und vor allem Sicherheit über die Honorarhöhe. Sie erleben also keine Überraschungen oder haben in einem Monat auf einmal extrem hohe Belastungen.

Natürlich spielt der Preis für Sie eine wichtige Rolle. Gerade deshalb haben wir für Sie.../bieten wir Ihnen verschiedene Leistungspakete an, die sich nach Ihren Bedürfnissen richten. Damit wir für Sie das passende finden, darf ich Ihnen noch ein paar Fragen stellen?

Unbedingt weiteres Gespräch mit der Kanzleileitung bzw. dem zuständig Betreuer anbieten. Möglichst schnell einen Termin für Ihn organisieren; das Gespräch zu einem positiven Ende führen.

... damit nichts offen bleibt ...

... damit Sie genau wissen, welches Honorar Sie bei uns in welche Leistung investieren.

In Bildern sprechen

Um dem Mandanten das Prinzip der Honorargestaltung verständlicher zu machen, können Sie auch Vergleiche verwenden.

*Das Paket gibt Sicherheit ähnlich einer Kfz-Versicherung.
Sie haben die Sicherheit für ein Jahr, in dem wir das Risiko übernehmen.*

Um die Angst zu nehmen, zu viel zu bezahlen

Mit der bisherigen Anrechnung der Einzelleistungen ist es so: Stellen Sie sich vor, Sie fahren auf einer kleinen Gebirgsstraße mit engen Kurven, da müssen Sie die Straße immer ganz genau im Auge haben, bei jeder Veränderung sofort reagieren. Immer wieder erleben Sie Überraschungen, wie es hinter der nächsten Kurve wohl weiter geht. Dagegen fahren Sie mit einer Paketvereinbarung wie auf einer Autobahn, eine bequeme Fahrspur ist vorgegeben. Bei der ausreichend Platz ist, um auch mal links oder rechts ausweichen zu können, lediglich die Leitplanken bilden die Begrenzung. Auf uns übertragen bedeutet das, dass wir natürlich das Gespräch mit Ihnen suchen, wenn die abgesteckten, breiten Wege verlassen werden. Auf so einer Autobahn fahren Sie mit größerer Sicherheit, dafür bezahlen Sie quasi eine Maut.