Angela Hamatschek
Kanzleiberaterin
Tel. 06024 / 639166
angela@kanzlei4you.com

Mandantennetzwerke und Multiplikatoren - Networking für Fortgeschrittene

Die hohe Kunst des Empfehlungsmarketing ist das Vernetzen, sei es mit Vertretern anderer Berufsgruppen oder der Mandanten untereinander. Beide Formen haben allerdings einen grundsätzlichen „Mangel". Sie funktionieren nur auf lange Sicht angelegt und ohne Druck.
Wenn Sie den örtlichen Vertreter des Gewerbevereins mit dem Hintergedanken ansprechen, dadurch an ganz viele potentielle Mandanten zu gelangen, wird dieser das auf 10km riechen und Sie auflaufen lassen.
Netzwerken ist im ersten Schritt etwas uneigennütziges. Mehr noch: Im Vordergrund steht immer die Frage, was kann ich diesen Menschen Gutes tun; wie können sie von mir profitieren. Unabhängig davon, ob etwas zurück kommt.
Diese Tatsache macht es für viele Steuerberater schwer, die bei Vernetzung an Vereinsmeierei und Klüngelei denken. Insofern ist diese Form des Marketing ein Stück weit typabhängig und nicht für jeden geeignet. Diejenigen, die jedoch gerne Kontakte knüpfen und pflegen, bestätigen, dass sich dieses Engagement auszahlt.

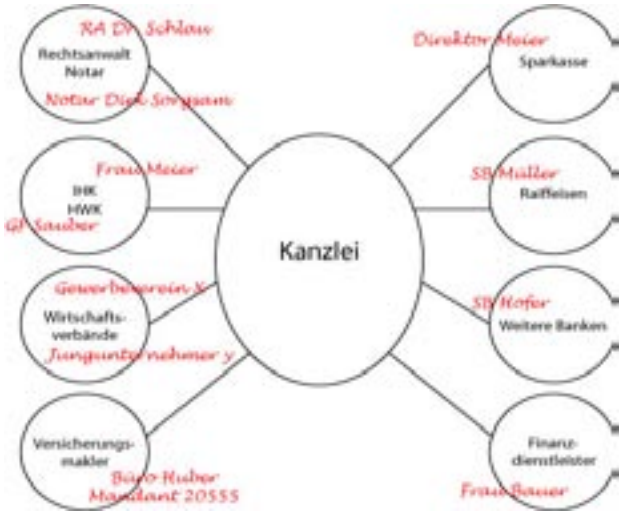
1. Drehscheibe Kanzlei

Eine Möglichkeit des Netzwerkens existiert in jeder Kanzlei: Bringen Sie Ihre Mandanten zusammen. Jeder Mandant ist froh, über neue Geschäftskontakte. Sie haben davon reichlich und können dies nutzen. Entwickeln Sie eine Mandantendrehscheibe.

Legen Sie eine Mappe von allen Branchen an, die Sie betreuen oder zeichnen Sie sie auf solch einer Drehscheibe auf. Beim nächsten Gespräch können Sie das dem Mandanten zeigen und fragen, welche Kontakte für ihn interessant wären. Wenn der Schreiner dann den Architekten und den Fliesenleger kennen lernen will, laden Sie diese drei zum Essen ein und stellen Sie sie einander vor.

Machen Sie allerdings immer von vornherein klar, dass Sie gern diese Menschen zusammenbringen. Für die Qualität der Arbeit können Sie allerdings nicht garantieren.

Parallel dazu können Sie einen Unternehmerclub ins Leben rufen. Bringen Sie 10 bis 12 Mandanten aus unterschiedlichen Branchen regelmäßig zusammen. Nennen Sie es z.B. „Happy Hour" oder „Unternehmerfrühstück", je nach Zeitpunkt des Treffens. In 1,5 bis 2 Stunden wird ein Thema kurz referiert (hier können Sie wunderbar Multiplikatoren einbinden) und anschliessend diskutiert. Seien Sie sicher, über diesen Unternehmerclub wird beim Stammtisch gesprochen.

Wenn Sie das noch toppen wollen, machen Sie bestimmte Kriterien zur Teilnahmevoraussetzung. Eine davon sollte sein, dass der Unternehmer die Kanzlei bereits einmal weiterempfohlen hat.

2. Multiplikatoren
Jede Branche und jede Region hat Menschen, die durch ihre Stellung und / oder ihr Engagement Netzwerk-Knotenpunkte, also Multiplikatoren sind. Es lohnt sich, diese Menschen zu kennen, denn deren Wort hat Gewicht. Doch wie kommen Sie an diese Menschen heran, wenn Sie sie noch nicht kennen. Einfach den Geschäftsführer der Handwerkskammer anrufen, nach dem Motto: wir sollten uns mal kennen lernen, wird eher eine negative Reaktion hervorrufen.
Heben Sie diese Multiplikatoren auf ein Podest (gerade diese Menschen lieben es, wenn ihre Bedeutung anerkannt wird) und bitten Sie sie um ihre Meinung. Zum Beispiel als Interviewpartner für die Mandantenzeitung oder Website, oder als Referent bei Ihrem Unternehmerclub. Für ein solches Anliegen wird Ihnen in der Regel gern ein Kennenlern-Gespräch gewährt. Und danach bleibt es Ihnen überlassen, diesen Kontakt weiter zu pflegen.