



Die entscheidende Frage - wer sie stellt, kommt weiter

Ein weiterer Grund, warum Mandanten nicht weiterempfehlen, ist so simpel, das er oft übersehen wird: weil niemand darum gebeten hat.

Dabei liegt es in der Natur des Menschen, gerne zu helfen. Und wenn Sie ihn um Hilfe bitten bei der Suche nach neuen Mandanten, zerbrechen sich Mandanten gern für Sie den Kopf. Doch plump einfach zu fragen: „Wissen Sie vielleicht jemanden, der bei uns Mandant werden möchte?“ wird nicht sehr aussichtsreich sein.

Deshalb zwei Hilfestellungen, wie Sie das Thema Weiterempfehlung elegant ansprechen können:

1. Die Frage nach der Zufriedenheit

Hinterfragen Sie immer wieder die Zufriedenheit Ihrer Mandanten. Auch wenn in einigen Regionen die Mentalität „Nix gsagt isch gnug gelobt“ vorherrscht, sollten Sie das nicht zu Ihrer Kanzleimaxime erklären.

Der Clou ist, diese Frage zu nutzen, um das Gespräch auf Weiterempfehlung zu lenken - und das geht folgendermassen:

Nutzen Sie den Abschluss einer Besprechung, in dem Sie um ein Feed-Back bitten. Erstellen Sie sich dazu ein entsprechendes Formular, mit einer Zufriedenheitsskala folgender Art:

Wie zufrieden sind Sie mit unserer Leistung auf einer Skala von 1 bis 10, wobei 1 bedeutet „Ich trage mich mit dem Gedanken zu kündigen“ und 10 bedeutet „Ich empfehle Sie aktiv weiter“.

Die meisten Mandanten antworten auf dieser Skala mit 7 oder 8 und drücken damit ihre normale (passive) Zufriedenheit aus. Das gibt Ihnen die Chance jetzt zu fragen: „Und was können wir tun, damit Sie uns in Zukunft mit einer 10 bewerten?“ So sind sie mitten im Gespräch über Weiterempfehlung ohne dass es aufdringlich wirkt. Und der Mandant macht sich Gedanken darüber, ob er nicht doch jemanden kennt, dem er von den tollen Leistungen der Kanzlei erzählen könnte.

Zusätzlich bietet sich alle 2 bzw. 3 Jahre eine schriftliche Befragung an. Eine gute Vorbereitung entscheidet dabei über die Rücklaufquote. Für Kanzleien liegt der Wert zwischen 30% und 50%. Eine niedrigere Quote lässt Rückschlüsse auf eine geringe Bindung und Zufriedenheit zu, die gesondert hinterfragt werden muss.

Maximal 10 Fragen auf einer DIN A4-Seite erleichtern das Ausfüllen ebenso wie das vorbereitete Rückantwortkuvert. Eine anonyme Befragung, die durch einen Externen ausgewertet wird, erhöht die Offenheit bei den Antworten. (Gern werden wir hier für Sie tätig).

In dieser allgemeinen schriftlichen Befragung können Sie ebenfalls eine Frage nach der Weiterempfehlung einbauen: „Empfehlen Sie uns weiter? Wenn ja mit welchen Worten – wenn nein warum nicht“

Dadurch erfahren Sie viel über die Erwartungshaltung der Mandanten, welche Stärken und Schwächen die Kanzlei hat und können sogar – mit einem entsprechenden Hinweis – diese Aussagen nutzen und damit Werbung machen.

2. Über Mandantenerwartungen und die eigenen sprechen

Fragen Sie den Mandanten nach seinen Erwartungen und weisen Sie darauf hin, dass es Ihnen wichtig ist, immer ein bisschen mehr zu geben. Gerade im Gespräch mit Neumandanten können Sie hier den Grundstein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit legen und auf Ihr Anliegen hinweisen: „Welche Kriterien müssen erfüllt sein, damit Sie zufrieden sind. Was ist Ihnen dabei besonders wichtig?“

Wenn Sie das ausführlich diskutiert haben, können Sie im Gegenzug die Kriterien nennen, die aus Ihrer Sicht erfolgversprechend sind. Dazu können Sie die weichen Faktoren aus der Mandantenentwicklungsanalyse verwenden. Schliesslich sind das die Bewertungskriterien zur Klassifizierung der Mandanten:

„Wir schätzen Mandanten besonders, die

- ihre Unterlagen rechtzeitig bringen, nachdem wir sie angefordert haben
- ihre Rechnungen pünktlich bezahlen
- uns weiterempfehlen“

Fahren Sie dann fort, in dem Sie den letzten Punkt betonen. „Sie wissen ja, Weiterempfehlungen sind für jedes Unternehmen von unschätzbarem Wert. Und wenn Sie uns hierbei helfen, ist das natürlich auch ein Zeichen dafür, wie sehr Sie unsere Arbeit schätzen. Ein größeres Lob können wir uns nicht vorstellen.“