

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort	5
Inhaltsverzeichnis	7
1 Mandatsverluste – Frust, Bedrohung, Chance	11
1.1 Mandatsverluste sind größter Frustfaktor	11
1.2 Wechselbereitschaft der Mandanten wächst	13
1.3 Typen von Mandatsverlusten	15
1.4 Gründe für Mandatsverluste	16
1.5 Ursachen und Verursacher für Mandatsverluste	18
1.6 Beschleuniger für Mandatsverluste	23
1.6.1 Polarisierung der Märkte	23
1.6.2 Informiertheit der Mandanten	26
1.6.3 Anspruch der Mandanten	28
1.6.4 Leidensfähigkeit der Mandanten	31
1.6.5 Werben der Steuerberater	32
1.6.6 Neue Konkurrenten	35
1.6.7 Ein Drittel weniger Mandanten	39
1.6.8 Rollenverlust von Steuerberatern	42
1.7 Bedrohung und Chance	44
2 Mandantenbindung oder Neumandantengewinnung als Antwort auf Mandatsverluste	47
2.1 Pro Mandantenbindung	47
2.2 Pro Neumandantengewinnung	53
2.3 Doppelte Herausforderung	55
3 Know-how der Kundenbindung für die Mandantenbindung	58
3.1 Schlüsselbegriffe rund um die Mandantenbindung	59
3.1.1 Kundenorientierung - Mandantenorientierung	59
3.1.2 Kundenzufriedenheit - Mandantenzufriedenheit	61
3.1.3 Kundenloyalität - Mandantenloyalität	63
3.1.4 Kundenbindung - Mandantenbindung	65
3.1.5 Vertrauen, Commitment, Beziehungsqualität	68
3.1.6 Mandantenbindungsmanagement	70
3.2 Zusammenhang Kundenzufriedenheit – Kunden-loyalität - Kundenbindung	71
3.3 Klassische Kundenbindungstheorien und Konzepte	78
3.4 Vordenker in Sachen Mandantenbindung im Steuerberatungsmarkt	91
4 Strategie für erfolgreiche Mandantenbindung	98
Baustein 1: Moderne Steuerberatung	103
Baustein 2: Mandantenorientierung	107
B 2.1 Mandantenbedürfnisse	107
B 2.2 Mandantenbefragungen	109
B 2.3 Mandantengespräche	113
B 2.4 Mandantenbeirat	114
B 2.5 Neuromarketing	115
B 2.6 Mandantentypen	117
B 2.6.1 Loyalitätstypen	117

	B 2.6.2 Verhaltenstypen	123
	B 2.6.3 Freitag-18:00 Uhr-Typen	127
Baustein 3:	Teamstärke	130
	B 3.1 Teamerlebnis „starkes Team“	131
	B 3.2 Beraterstärke	133
	B 3.2.1 Fachliche Qualifikation	133
	B 3.2.2 Beraterpersönlichkeit	135
	B 3.2.3 Führungseigenschaften	141
	B 3.3 Mitarbeiterstärke	147
	B 3.3.1 Mitarbeitereigenschaften	147
	B 3.3.2 Mitarbeitergewinnung, Weiterbildung	150
	B 3.3.3 Mitarbeiterzufriedenheit	153
Baustein 4:	Kommunikation	160
Baustein 5:	Emotionen	172
	B 5.1 Emotionen und Mandantenbindung	172
	B 5.2 Vertrauen	177
	B 5.3 Zufriedenheit und Begeisterung	182
	B 5.4 Ansteckende Begeisterung	184
	B 5.5 Emotionale Kommunikation	185
	B 5.6 Geschichten erzählen	195
	B 5.7 Überraschungen	197
	B 5.8 Emotionales Kanzleiambiente	200
	B 5.9 Beschwerdemanagement	202
Baustein 6:	Wettbewerbsvorteile	207
	B 6.1 Porter'sche Wettbewerbsstrategien	208
	B 6.2 Gebühren-Vorteil	209
	B 6.3 Image-Vorteil und Markenstatus	218
	B 6.4 Leistungs-Vorteil	222
	B 6.5 Service-Vorteil	229
	B 6.6 Größen- und Struktur-Vorteil	233
	B 6.7 Weitere Vorteile / Standort-Vorteil	236
	B 6.8 Abwerben mit Vorteilen anzeigen	238
	B 6.9 Verfallsdauer von Wettbewerbsvorteilen	239
Baustein 7:	Gebundenheit	240
Baustein 8:	Mandantenbindungsprogramme	242
Baustein 9:	Qualitätssicherung	246
Baustein 10:	Qualitätsversprechen und Garantien	249
	5 Marketingplan und Controlling	253
	6 Fazit	256
	Verzeichnis der Abbildungen	260
	Verweise auf Quellen / Quellenverzeichnis	263
	Buchempfehlungen	275