



Weiterempfehlung - Gold des Kanzleimarketing

Von Johanna Busmann, Hamburg

Wie Sie Ihre Weiterempfehlungsrate steigern – 10 Tipps:

Weiterempfehlungen sind die Folge von „Qualität“.

Sie sind völlig kostenfrei, extrem energiesparend und Neid auslösend. Sie entfalten große Marketingeffekte, da ein anderer als der Anwalt die Vorzüge einer Kanzlei darstellt. Durch jede Weiterempfehlung entstehen Beziehungen zu so genannten „Referenzkunden“. Die sind das „Gold“ der Kanzlei. Festhalten!

Wie Sie Weiterempfehlungsquoten steigern – Zehn Tipps

Hier sind zehn erfolgreich erprobte Tipps, durch die Sie die Anzahl Ihrer Weiterempfehlungen durch den Mandanten steigern:

1. Zertifizierungen messen Qualität.
2. Arbeitsergebnis beeinflusst die Weiterempfehlung.
3. Empfehlen Sie Weiterempfehlungen.
4. Beschwerdemanagement ersetzt Angeberei.
5. Entwickeln Sie neue Beratungsansätze.
6. Referenzkunden sind A-Mandanten.
7. Der (frühe) Fachanwaltstitel ersetzt den Dauer-Allrounder.
8. Allianz mit dem Mandantenziel ersetzt das „Narziss“-Image.
9. Mandantenbefragung ersetzt Vermutungen.
10. Begeisterungsqualität ersetzt Neutralität.

1. Zertifizierungen messen Qualität

Externe spezialisierte Prüfer diverser Zertifizierer ermitteln aufgrund eines umfangreichen Themenkatalogs Qualität, Effizienz und Effektivität aller Arbeitsabläufe, Marketingmaßnahmen und Ziele einer Kanzlei. Die Prüfer erteilen ein Siegel.

Dieses Siegel spiegelt nicht die Qualität der anwaltlichen Dienstleistung wieder – wie manche Kollegen zertifizierter Kanzleien bisweilen misstrauisch mutmaßen – und muss daher gekennzeichnet sein mit dem Text „...Diese Kanzlei ist zertifiziert für anwaltliches Dienstleistungs- und Kanzleimanagement“. Die Vorteile einer Zertifizierung liegen auf der Hand:

- Qualität:
Kanzleien weisen anhand objektiver Maßstäbe ihren Kunden gegenüber die Qualität des angebotenen Service nach.
- Marketingvorteil:
Durch Transparenz („neutrale Begutachtung von außen“) sowie durch bekannte Siegel (etwa das TÜV-Siegel) haben zertifizierte Kanzleien einen Vertrauens- und Marketingvorteil gegenüber Mitbewerbern. Rechtsschutzversicherer bevorzugen Kooperation mit zertifizierten Kanzleien. Zertifizierte Kanzleien sind nachweislich am Mandanteninteresse ausgelegt.
- Motivation:
Alle Mitarbeiter (Juristen und Nichtjuristen) sind beteiligt und geben monatelang all ihr Wissen und ihre Mitarbeit, um irgendwann voll- ständig effizient zu arbeiten. Wenn es vollbracht ist, sind alle stolz auf das Ergebnis: Alle sind motiviert, denn dieses Projekt „ist meins“!

- **Zeitersparnis:**
Kanzleiabläufe sind einheitlich, transparent und effizient. Alle greifen ineinander, Schnittstellen (besonders die vom Mitarbeiter zum Anwalt, die vom Mitarbeiter zum Mandanten, die vom Senior zu seinen angestellten Anwälten und die von neu eingestellten Mitarbeitern zu derzeitigen) sind spürbar optimiert.
- **Strategie:**
Noch vor einigen Jahren bezeichneten Marktkenner die Zertifizierung von Kanzleien als „nur interessant für zertifizierungsgewohnte Branchen“ wie Medizinprodukte, Software, Wertschätzungen bei Immobilien etc. Das ist heute anders; manche Rechtsschutzversicherungen arbeiten nur mit zertifizierten Kanzleien zusammen.
- **Ausreden:**
Killerphrasen wie „Das haben wir noch nie so gemacht“ wurden früher gern als Ausrede für fehlende Innovationsbereitschaft eingesetzt. Ausreden sind nicht mehr möglich.
- **Fehlerpolitik:**
Fehler müssen nicht mehr gemacht werden, um sie anschließend zu vermeiden. Qualitätsmanagement entdeckt Fehler, bevor sie gemacht werden.
- **Kosten:**
Effektive Abläufe helfen, Geld zu sparen: Der Anwalt ruft – wie versprochen – zurück. Dadurch muss der Mandant nicht dreimal anrufen. Doppelarbeit und Beschwerden werden vermieden.
- **Haftung:**
Haftungsrelevante Situationen kommen fast nicht mehr vor. Falls doch, kann die Kanzleileitung anhand des Handbuchs ihre anderslautende Weisung nachweisen. Das verhindert zeitraubende Diskussionen, atmosphärisch bedrohliche Szenarien wie Abmahngespräche und wochenlang vorgezeigte Schmollmünder.
- **Kontinuität:**
Alle Abläufe werden jährlich überprüft, angepasst oder neu aufgestellt. Einmal erreichte Verbesserungen bleiben gesichert und gehen nicht „im Alltagsgeschäft verloren“.
- **Vertretung:**
Jeder Mitarbeiter kann ohne Einarbeitung in die „Besonderheiten des Chefs“ in jedem Dezernat arbeiten. Krankheits- oder Urlaubsvertretungen merkt man gar nicht mehr negativ.
- **Prämien:**
Einige Berufshaftpflichtversicherer bieten finanzielle Prämien an zertifizierte Kanzleien.
- **Einarbeitung:**
Die Einarbeitung neuer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wird durch ein gutes Kanzleihandbuch erleichtert.
- **Spaß:**
Hierarchieübergreifende Teams arbeiten gemeinsam an ihrem Erfolg. Engagement und Motivation gehen Hand in Hand. Beobachtet wurden gemeinsames Gelächter (nachdem doch ein Fehler passiert war) und der „Fehlerchat“ in der Sozialküche: Teamkollegen helfen, dass der Fehler nie wieder vorkommt. Der Chef war dabei nicht involviert.

2. Arbeitsergebnis beeinflusst die Weiterempfehlung

„Wodurch gewinnen Sie Ihre Mandanten?“ Weiterempfehlungen entpuppen sich bei dieser Frage als Stütze anwaltlicher Akquise, insgesamt gesehen ist das Weiterempfehlungsverhalten von Mandanten jedoch erstaunlich träge.

Sowohl gute als auch schlechte als auch neutrale Nachrichten begleiten diese erstaunliche Erkenntnis:

- Gut:
Der „gute Anwalt“ erhält auch im Falle des Misserfolgs gute Noten vom Mandanten. Das Einhalten von Zusagen, realistische Prognosen, eine geschickte Übermittlung negativer Nachrichten und eine korrekte Kostenabrechnung können dazu beitragen. 71 % aller befragten Mandanten zeigte sich mit ihrem Anwalt explizit zufrieden.
- Schlecht:
Fast die Hälfte der Befragten gab einen (teilweisen) Misserfolg ihres Anwalts an. Aus dieser Menge gaben wiederum 9 % aller Befragten dem Anwalt eine Mitschuld am (teilweisen) Misserfolg. Fast die Hälfte der Befragten (44 %) aus dieser letzten Gruppe hielt ihren Anwalt für unzuverlässig und etwa 33 % hielten ihren Anwalt für inkompetent. Die mangelnde Erreichbarkeit des Anwalts wurde von weiteren Mandanten als ursächlich für Niederlagen und negatives Feedback genannt.
- Neutral:
Wer ein geschäftliches Problem durch einen Anwalt lösen lässt, empfiehlt den Anwalt bedeutend häufiger (60 %) weiter als ein Mandant mit einem privaten Rechtsstreit. Wer zufrieden mit seinem Anwalt war (61 % der sehr zufriedenen und 41 % der zufriedenen Mandanten) empfahlen den Anwalt weiter, beim unzufriedenen Rest der Mandanten fällt die Weiterempfehlungsrate kaum noch ins Gewicht.

3. Empfehlen Sie Weiterempfehlungen

Vorhandene Qualität alleine treibt Mandanten also noch nicht in die Kanzlei. Höchste Zeit also, die Weiterempfehlungen der eigenen Mandanten zu verdoppeln! Diesem Plan muss das Mandantenverständnis von „Qualität“ zugrunde liegen.

Allein durch erhöhte Rechtskenntnis und Fortbildungen in Ihrem Fach wird das nicht gelingen.

- Hinweise:
Bitten Sie Ihre Mandanten offensiv um Weiterempfehlungen in seiner Umgebung.
- Service:
Sorgen Sie durch standardisierte Maßnahmen dafür, dass er das aus eigenem Antrieb Ihre Leistung weiterträgt: Schnelle Termine und Zeit geben, zuhören, Notizen machen, Protokollmails, alle Versprechen halten.
- Assistentin:
Standardmäßig notiert sie bei Erstanrufern, wodurch der neue Mandant auf die Kanzlei aufmerksam wurde.
- Broschüren:
Geben Sie Broschüren zum Zweck der Weiterleitung „an weitere Interessenten“ mit.
- Belohnungen:
Loben Sie Gratifikationen aus, wenn Ihr Mandant weitere Interessenten zu Ihren Vorträgen mitbringt. Bedanken Sie sich telefonisch beim Referenzgeber. Schenken Sie ihm gute Flasche Wein mit zwei Gläsern (eins für den nächsten Empfänger der

Weiterempfehlung), wenn eine Empfehlung zu einem guten neuen Mandat führte.

- Dank:
Ermitteln Sie die Herkunft einer Empfehlung bei Referenzkunden. Schicken Sie dem Empfehler einen Blumenstrauß oder ein für ihn kostenloses Buch, dessen Autor Sie sind.
- Amazon:
Bitten Sie als Autor Ihre Mandanten um Rezensionen bei Amazon.
- Bewertungsportale:
Geben Sie Ihren Mandanten alle links zu Bewertungsportalen und zu Ihren Profilen in Anwalt.de und Google My Business.
- Kommentare:
Weisen Sie Ihre Mandanten auf die Kommentarfunktion in Ihren Blogs hin!
Webseite: Spicken Sie Ihre Webseite mit „call-to-actions“ (z. B. Button mit „Hier geht es zur Anwaltsbewertung“).

4. Beschwerdemanagement ersetzt Angebote

Große Entwicklungen werfen ihr Licht voraus: Moderne Anwaltskanzleien akquirieren seit Jahren erfolgreich durch die Einrichtung eines professionellen Beschwerdemanagements in ihren Kanzleien.

„Ich bin so toll“ hat ausgedient, während „Ich bin angewiesen auf Ihr Feedback, um meine Qualität zu optimieren“ Sie als furchtlosen und servicebereiten Dienstleister zeigt:

- Fehlerpolitik:
Der proaktive und selbstkritische Umgang mit eigenen Fehlern macht nicht nur auf Mandanten, sondern auch auf Kollegen und auf eigene Mitarbeiter Eindruck und wird allseits honoriert.
- Schlichtungsstelle:
Vermutlich hat das abgefärbt auf die Bundesrechtsanwaltskammer. Sie hat eine Schlichtungsstelle²⁴ eingerichtet, bei der sich Mandanten seit dem 1.1.2011 offiziell über die Qualität ihrer Anwälte beschweren können.
- Beschwerdemanagement:
Optimieren Sie Ihr Beschwerdemanagement und machen Sie aus jeder Beschwerde ein neues Mandat.
- Führung:
Nur der laut kritisierende Mandant ist leicht zu führen. Wer wortlos zum Mitbewerber wechselt, gibt Ihnen keine Chance auf Optimierung und Dialog.

5. Entwickeln Sie neue Beratungsansätze

Alle gesellschaftlichen Bewegungen bieten Chancen für eine Segmentierung. Wo sich Beratungsbedarf anbahnt und wodurch es sich lohnen könnte, daraus ein eigenes, neues Rechtsberatungs-Geschäftsmodell zu entwickeln, ist so unterschiedlich wie Tag und Nacht. Sicher ist: Anwaltliche Beratung wird sich ebenfalls ändern. Kreativität und Innovationsbereitschaft lohnen sich; einige Beispiele für gesellschaftliche Bewegungen:

- **Erbrecht:**
3,1 Billionen Euro werden in den nächsten zehn Jahren in Deutschland vererbt. Ein großer Teil geht dabei an den Ehepartner, der Löwenanteil 2,1 Billionen Euro – fließt jedoch an die nächste Generation. Davon gehen 1,4 Billionen Euro an Mittelständler und Normalverdiener. Wieso gibt es dann nur 3,1 Prozent aller zugelassenen Fachanwälte, die sich auf Erbrecht spezialisiert haben?
- **IT-Recht und Datenschutz:**
Informieren Sie sich schnell über die neuen Möglichkeiten durch Legal Tech. Lagern Sie standardisierte Rechtsdienstleistungen zum Festpreis in Portale aus (123Recht, Anwalt.de“). Oder bieten Sie gerade solche standardisierten Dienstleistungen an! Spezialisieren Sie sich! Entdecken Sie Nischen und Marktlücken in Sachen Smart Home, fahrerlose Pkw, Big Data, Spieleindustrie, Vernetzung von Mensch und Maschine, Stichwort Industrie 4.0.
- **Seerecht:**
Mögen Sie es spektakulär? Sprechen Sie verhandlungssicher Englisch? Haben Sie einen LL.M. Abschluss und Lust auf das komplexe Transportrecht und auf Internationales Wirtschaftsrecht? Möchten Sie für Reedereien, Speditionsunternehmen oder Versicherungen wirtschaftsberatend tätig sein? Falls ja, kommt hier Ihre Arbeitsplatzbeschreibung: Bergung von Schiffswracks, Kenntnis über Anwendbarkeit von Ländergesetzen in der Internationalen Handelsschifffahrt (Welches Arbeitsrecht gilt bei einem Containerriesen unter venezolanischer Flagge in belgischem Besitz mit 300 Matrosen aus Indonesien, wenn das Schiff chinesische Autos in die USA transportiert?), Abbau von Rohstoffen auf dem Meeresboden, Stationierung von Waffen, Bau von Offshore-Anlagen, Fischfang, Meeresverschmutzung, Piraterie und Hoheitsrechte. Auch die Seenotrettung von Flüchtlingen und die Bekämpfung von Schlepperkriminalität berühren seerechtliche Fragen.
- **Medizinrecht/Arzthaftungsrecht:**
Patienten werden in Abwesenheit des Arztes am Computer behandelt, und Ferndiagnosen sowie Rezepte werden online erstellt. Medizinprodukte aus dem 3D Drucker, z. B. personalisierbare Orthesen, revolutionieren derzeit u. a. das Medizinrecht. Werden bei einem Fehler demnächst statt der Ärzte die Hersteller computergestützter Systeme verklagt?
- **Neue Diagnosen / neue Rechtsfelder:**
Wer glaubt, ständig erreichbar sein zu müssen, sich dabei unzureichend bewegt, soziale Kontakte vernachlässigt und gleichzeitig immer bessere Rechtskenntnisse hat, wird wegen „Internetsucht“ seine Rechte gegenüber seiner Krankenkasse, seiner Arbeitsunfähigkeitsversicherung und seinem Arbeitgeber einzuklagen versuchen. Enge Kooperationen von Kanzleien mit einschlägigen Beratungsstellen wären jetzt sinnvoll.
- **Arbeitsrecht:**
Durch soziale Netzwerke hat sich ein bislang nur kleinerer Teil arbeitsrechtlicher Fälle verändert, Tendenz deutlich steigend: Das Pre- Employment-Screening (Datensammlung in sozialen Netzwerken als Bewerberfilter), Meinungsfreiheit im Netz über Arbeitgeber und das Whistleblowing (Offenlegung von Missständen im eigenen Unternehmen) sowie „private“ posts mit rassistischen, pornographischen oder homophoben Äußerungen und deren Bezug zu Kündigungen bewirken neue arbeitsrechtliche Fragestellungen en masse.
- **Steuerrecht:**
Seit 2017 wird der automatische Informationsaustausch zwischen 60 Ländern, darunter den Steueroasen Cayman Islands, Jersey und Liechtenstein zu erhöhten

Steuereinnahmen und zu mehr Konflikten zwischen Steuerzahlern und Finanzbehörden führen. Merkwürdig: Nur 3,9% aller Fachanwaltstitel sind derzeit solche im Steuerrecht. Wie kommt das?

- Globalisierung:
Volkswirtschaften teilen sich neu auf in Gewinner und Verlierer. China ist – verglichen mit Indien – derzeit nicht mehr die am stärksten wachsende Volkswirtschaft der Welt, während die amerikanische wieder zulegt. Global orientierte Anwälte, die mehrere Sprachen sprechen und sich in verschiedenen Rechtsordnungen auskennen, können dadurch profitieren.
- Weltpolitik:
Der Trump'sche Protektionismus wird Wirtschaftsbeziehungen von Deutschen zu Asiaten verstärken. Spielen Sie früh mit: Spezialisieren Sie sich auf die Beratung von Fachkräften aus dem Ausland oder auf Rechtsfragen von Online-Anbietern internationaler Beratungskonzepte.
- Umweltschutz / EU-Recht
Vorgeschriebene CO₂ Höchstzahlen und die damit verbundenen Einschränkungen und Veränderungen in der Produktion sorgen für neue Berufe, Produkte und Dienstleistungen rund um die Bereiche Sonne, Wind, Biomasse, Geothermie, Bionik oder Wasser.
- Neue Materialien
z.B. Windform XT revolutioniert die Produktion durch 3 D Drucker. Jetzt schon produzieren diese Maschinen funktionsfähige Elektro-Motorräder und ins All geschickte Satelliten. Künftig werden aus diesem Material möglicherweise Flügel von Airbus Flugzeugen gebaut werden.³² Die Drohnen-Technologie vereinfacht die Ermittlung von Rohstoffvorkommen, beeinflusst Militärstrategien bereits heute und wird das Postwesen revolutionieren. Alle relevanten Entwicklungen bringen nagelneue Rechtsfragen ins Spiel.
- Demographie:
Deutschland veraltet. Überlegen Sie, wenn Sie heute 35 sind, welche Angebote Sie Menschen über 60 Jahren machen können, denn nur wenn „sich Menschen über 60 Jahre sowie Frauen in allen Altersklassen deutlich stärker als heute am Erwerbsleben beteiligen, kann der demografisch bedingte Rückgang des gesamtwirtschaftlichen Arbeitsumfangs kompensiert werden“.
- Flexibilität:
Seien Sie generell schneller als der Gesetzgeber! Welche Chancen bieten Ihnen Finanzkrise, Online-Handel, Migrantenschutz oder das Tierschutzgesetz? Brain-Storming hilft!

6. Referenzkunden

Häufig unerwähnt bleibt dieser besondere Vorteil: Das Ergebnis von Weiterempfehlungen sind „Referenzkunden“. Jeder Mandant, der seine eigenen positiven Erfahrungen mit seinem Anwalt an einen zukünftigen Mandanten weitergibt, „vererbt“ sein Vertrauensverhältnis gleich mit.

Referenzkunden sind wegen dieses exklusiven Vertrauensvorschlusses besonders leicht zu führen, verkörpern besonders wichtige Referenzpotenziale nach außen – und verzeihen sogar kleinere Fehler. Behandeln Sie Referenzkunden ganz besonders gut.

7. Der (frühe) Fachanwaltstitel ersetzt den Dauer-Allrounder

Die Bevölkerung setzt anwaltliche Qualität durchaus mit einem Fachanwaltstitel gleich und weiß dennoch nicht, dass der Titel nur durch permanente lebenslange Fortbildungen gehalten werden kann. Erwähnen Sie das immer in Nebensätzen!

- Statistik:
50.840 Fachanwaltstitel waren im Jahr 2015 in Deutschland vergeben, 12.407 davon an Anwältinnen. 2011 war die Gesamtzahl noch ca. 9000 weniger.
- Markteinstieg:
Strategiebewusste Marktneulinge verschaffen sich den theoretischen Teil des Fachanwaltstitels in einem zukunftssträchtigen Segment bereits während des Referendariats, meistens während der Anwaltsstation oder der Wahlstation, und steigen mit diesem in ihre erste Kanzlei ein.
- Kostenreduktion:
Sie wissen, dass die Kosten für die FA-Kurse für Referendare deutlich niedriger und teilweise oder komplett steuerlich absetzbar sind. Nach dem 2. Staatsexamen können angehende Anwälte sich als arbeitssuchend melden und nach § 77 SGB III eine Förderung des Lehrgangs bei der Arbeitsagentur beantragen.³⁶ Manche Anbieter reduzieren die Kosten auch nach Ende des Referendariats, so reduziert bspw. die Mitgliedschaft im „Forum Junger Anwälte“ die Kosten für die Fachanwaltsausbildungen der DeutscheAnwaltAkademie um 10%, bei bestimmten Kursen sogar um 20%.
Weitere Fördermöglichkeiten bestehen über die Bildungsprämie der Bundesregierung. Über diese werden bis zu 50% der Kurskosten übernommen.
- Strategie:
Die theoretischen Grundlagen des Fachanwaltstitels verfallen nicht, solange sie fünfzehn Fortbildungsstunden pro Jahr in ihrem Fachgebiet nachweisen. Da ist es irrelevant, dass der komplette Fachanwaltstitel erst zwei Jahre später möglich wird. Spezialisierung und Ehrgeiz sind bewiesen. Das rockt die Bühne!
- Fortbildung:
Eine „systematische Sicherung“ anwaltlicher Qualität, vor allem im Vergleich zu nicht-anwaltlichen Rechtsberatern, wird früh Karrierevorsprung und langfristigen Marktanteil verschaffen.

8. Allianz mit dem Mandantenziel ersetzt das „Narziss“-Image

„Wenn Sie an Rechtsberatung und Rechtsanwälte denken, was fällt Ihnen spontan dazu ein?“ Diese Frage verleitet nur 30 Prozent der befragten Probanden zu positiven Assoziationen. Honorarintransparenz und selbstverliebtes Anwaltsverhalten behindern, so die Studie weiter, ein nachhaltiges Wachstum der Rechtsberaterbranche.

Schon im Jahr 2006 war Anwälten klar: „Unsere Aufgabe muss es also sein, die Kundenwahrnehmung unserer Qualität als wesentliches Differenzierungsmerkmal zu steigern. Unzufriedene Kunden betreiben negative Mundpropaganda und erzählen durchschnittlich zehn bis zwölf weiteren Personen von ihrer Unzufriedenheit.“

- Zuhören ersetzt Geplapper:
Wer viel redet, kann in der Zeit leider nicht zuhören! Der eine Kunde braucht viel Empathie, der andere viel Struktur. Der eine will viel sprechen, der andere viel hören. Der eine braucht Small Talk, der andere hasst ihn. Der eine ist voller Sorge, der andere voller Zorn. Der eine hat großes Misstrauen gegen Anwälte, der andere

ist Referenzkunde mit einem gewaltigen Vertrauensvorschuss. Der eine ist Geschäftsmann und geübt mit Anwälten, der andere hat vor Ihnen Angst. Der eine braucht sicher gehaltene Zusagen, der andere eine eher taktische Allianz gegen den „gemeinsamen“ Gegner. Ermitteln Sie diese Art von nicht-inhaltlichen Bedarfen und decken Sie sie.

- Erreichbarkeit ersetzt unwillige Audienzen:
Nach Angaben einer Spezialistin für Marketingfragen in Steuerberatungskanzleien kommen 70–80% der neuen Mandanten über eine Weiterempfehlung, ohne dass dort besonderer Wert auf die Förderung dieses Weges gelegt würde. Das ist in Anwaltskanzleien ebenfalls zu beobachten: Mandanten müssen das Gefühl haben, dass Sie Zeit haben. Verlässlichkeit, Erreichbarkeit und insbesondere ein diszipliniertes Rückrufverhalten sind Voraussetzungen für ein nachhaltiges Qualitätsempfinden beim Mandanten.
Erreichbarkeit ist übrigens, anders als Rückrufe, eine B-Aufgabe, also in vollem Umfang an eine rhetorisch geschulte Assistentin delegierbar, die die Erreichbarkeit ihres Chefs „geföhlt“ sicherstellt, auch wenn er 1000 km entfernt ist. Dazu braucht sie präzise Anweisungen.
- Die „Marketingfrage“ ersetzt unsinnige Geldausgaben:
Die Marketingfrage gehört in jedes Erstgespräch mit dem Mandanten und evaluiert die Wirksamkeit Ihrer Marketinginstrumente! „Wodurch wurden Sie auf unsere Kanzlei aufmerksam?“ Stellen Sie diese Frage nur, wenn Sie die Antwort auswertbar festhalten; sie verkommt sonst zu einem Saison-Trend, abgeschaut aus modisch appellativen Marketingbüchern und ohne jede Verbindung zu Ihrem Kanzleiziel.
Ihre Kanzleisoftware sieht die Möglichkeit der detailreichen Datensicherung mit hoher Wahrscheinlichkeit vor.

9. Mandantenbefragung ersetzt Vermutungen

Mandantenbefragungen sichern Ihre Qualität. Wer Mandantenbefragungen nicht nur macht, sondern ihren Ergebnissen tatsächlich folgt, ist der Konkurrenz um Längen voraus. Halten Sie nicht nur fest, wer Sie wie oft empfiehlt oder empfehlen würde, sondern vor allem: Wodurch genau!

- Volltext:
Lassen Sie den Mandanten niemals nur ankreuzen „auf einer Skala von 1–6“ (mutet an wie in bemühten Hotels), sondern lassen Sie Platz für Freitext, den Sie durch offene Fragen einleiten. „Was hat Ihnen besonders gefallen?“ und „Was können wir optimieren?“
- Prämien:
In manchen Kanzleien werden umgesetzte Vorschläge prämiert. Denken Sie darüber nach, Gutscheine zu verschenken für ein Essen beim Italiener zu zweit oder für ein Sportereignis! Honorieren Sie die Bemühungen Ihrer Mandanten, Ihre eigene Qualität zu optimieren!
- Stärken und Schwächen:
Lassen Sie sich Stärken und Schwächen Ihrer Kanzlei stets aus Mandantensicht erläutern. Der Mandant ist Außenstehender und hat als Nutzer Ihrer Dienste die unbestrittene Kompetenz dazu, denn: Kommunikation ist immer Wirkung, nicht Absicht! Was Sie bewirken, ist Fakt, und Fakten schaffen Sie auch, wenn Sie das nicht vorhaben. Öffentlichkeit: Verwenden Sie nach Rücksprache das Feedback für Blogs, Gästebücher, Facebook, Webseite etc.

- Abschlussgespräch:
Besonders wenn Sie eine „Cross-Selling“ Möglichkeit sehen, verwenden Sie das Instrument des „Abschlussgesprächs“⁴⁴, in dessen Verlauf Sie selbst den Feedback-Bogen durchgehen.
- Assistentin:
Alternativ kann das auch sehr gut Ihre Assistentin am Telefon erledigen. Sie erhält durch diese Aufgabe einen eigenen, von innerer Autorität gekennzeichneten Status dem Mandanten gegenüber! Das spart allseits viel Zeit und Energie und macht Eindruck auf den Mandanten.
- Bewertungsportale:
Geben Sie alle links zu Bewertungsmöglichkeiten an Ihre zufriedenen Mandanten weiter.

10. Begeisterungsqualität ersetzt Neutralität

Zufriedenheit entsteht, wenn Sie Erwartungen erfüllen, Begeisterung entsteht, wenn Sie Erwartungen übererfüllen.

„Unverlangte Publicity“ macht nur der begeisterte Kunde, nicht der zufriedene. Erhöhen Sie Ihre „Weiterempfehlungsquoten“ durch Begeisterungsqualität!

- Zufriedenheit:
Wer bekommt, was er erwartet hatte, ist lediglich zufrieden, und zufriedene Mandanten machen von sich aus keinerlei Publicity für ihren Anwalt. Wenn sie nach einem Anwalt gefragt werden, sprechen Zufriedene in neutralen Worten oft ohne aktive Empfehlung über ihren Anwalt.
- Begeisterung:
Begeistert ist Ihr Mandant erst, wenn Sie seine Erwartungen übertreffen! Wenn er eine verbindliche und herzliche Begrüßung erwartet, ist er bei deren Eintritt lediglich zufrieden; begeistert könnte er sein über das unerwartete Mandanten-Tablet im Wartezimmer. Der Begeisterte wartet mit seiner Weiterempfehlung nicht, bis er von anderen nach einem guten Anwalt gefragt wird, sondern berichtet über diesen spontan und ungefragt. Er spricht – statistisch gesehen – eine einfache unverlangte Empfehlung aus.
- Begeisterung schaffen:
Beispiele aus allen Kanzlei Größen: Rufen Sie immer wie versprochen zurück! Bringen Sie gleich den Steuerrechtler mit ins Erstgespräch, da steuerrechtliche Aspekte bei „diesen Fragen“ immer im Vordergrund stehen.
- Überraschender Service:
Überraschen Sie Ihren Kunden, indem Sie alles vortragen, was Ihre Assistentin bereits ermittelt hat, während Sie bei Gericht waren.
Stellen Sie Ihre Assistentin persönlich vor, mit allen ihren Aufgaben. Imponieren Sie durch Spielecken für die Kinder im Wartezimmer, durch die namentliche, herzliche Begrüßung durch die Empfangsassistentin, durch Ausreden lassen, viele Fragen (besonders wenn Sie die Antwort schon kennen!), schnelle Erledigung, Anrufe bei ihm zuhause, Transparenz beim Honorar, verständliche Sprache etc.
- Enttäuschung:
Der unzufriedene Kunde macht – statistisch gesehen – eine zehnfache unverlangte(!) Antiwerbung für die Kanzlei.

Besonders heikel: Mandanten kommen nach Informationen aus Ihrer Webseite mit einem Vertrauensvorschuss in Ihre Kanzlei.

**ACHTEN SIE BITTE IMMER MEIN © COPYRIGHT!
DANKE FÜR IHR INTERESSE!**

Johanna Busmann
busmann training@, hamburg
tel: 0171 1244321

mail: info@busmann-training.de

www.anwalts-akquise.de
www.anwalts-coach.de

