

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Seite 13

Die Chancen des Günsoy'schen Kanzleimodells oder Warum Sie dieses Buch lesen sollten

Die Situation der Branche heute – Veränderung als Wachstumsmotor – Die Zeit ist reif für eine neue Denkart in der Steuerberatungspraxis – Der Steuerberater: Plädoyer für einen modernen Berufsträger

Kapitel 1

Seite 21

Steuerberatung heute

Die Ausgangssituation oder Was Sie in diesem Buch erwarten

1.1 Das tägliche Brot des niedergelassenen Steuerberaters

Endlich Steuerberater. Und dann? – Die magische Formel: Wandel durch Veränderung – Ein Wort an die Gründer – Die Branchenrisiken der Zukunft – Die Empfehlungen der Bundessteuerberaterkammer für eine Steuerberatung 2020.

1.2 Das ganzheitliche Fünf-Säulen-Modell – am eigenen Kanzleikörper erfolgreich erprobt

Fünf Antriebsmotoren, die Ihrer Kanzlei auf die Sprünge helfen – Von 10 auf 4 (Präsenzstunden) – Der eigene Fall: Worauf Sie dabei unbedingt achten sollten.

1.3 Adaption des Günsoy'schen Kanzleimodells auf Ihre eigene Sache

So verwenden Sie dieses Arbeitsbuch richtig – Jedem sein eigenes Maß an Veränderung – Exkurs Neuromarketing und welche Schlüsse Sie für sich daraus ziehen können.

Resümee

Die Spitze des Eisbergs**Der Steuerberater als Motor seines geschäftlichen Erfolgs****Case Study 1: Der Kanzleihhaber und sein tägliches Dilemma****2.1 Der Status quo: Ziele, Selbst- und Situationseinschätzung**

Selbstcheck ‚Emotionale Intelligenz‘ und Stärken-Schwächen-Analyse – Der Steuerberater als Löwenbändiger – Die Stunde der Wahrheit: Mandantenbefragungen bringen Klarheit – Eigenreview ohne Wenn und Aber – Die Bewerbung an sich selbst – In sieben Schritten zur Eigenpositionierung.

2.2 Die Conditio sine qua non: Der Steuerberater als Unternehmer

Falle Tagesgeschäft – Schöne digitalisierte Steuerwelt – Selbstorganisation und Zielplanung – Akquiseerfolg ist plan- und machbar – Digitale Errungenschaften klug nutzen – Selbstorganisation und Zeitmanagement sind Musts – Kundenbindung durch Fokussieren und Priorisieren - Smarte Ziele dank SMART – Achtsam sein mit sich und anderen – Aufputschmittel ohne Nebenwirkungen.

Resümee**Das innere Uhrwerk****Der Steuerberater als Arbeitgeber****Case Study 2: Die sensible Innenarchitektur einer Steuerkanzlei****3.1 Mitarbeiter in die Kanzleizukunft einbinden oder Never change a winning team**

Leistungsfaktor Büroklima – Kanzlei-Umgangskodex und Teamkultur – Mitarbeiterbefragung und Mitarbeitergespräche gestalten Unternehmenskultur mit – Mitarbeiter zu Mitstreitern machen – Strukturen clever

neu legen – Evaluieren, Motivieren, Delegieren und Umlagern führen zu einer „Kanzleirevolution“.

3.2 Das Rückgrat Ihrer Kanzlei – Organisation und Administration

Frühzeitig die Kanzlei modernisieren, nicht erst wenn es im Gebälk knistert – Inhaber entlasten sich selbst durch kluges Personalmanagement – Zwischeninstanz Kanzleimanager – Neue Arbeitszeitmodelle und Evaluierungsprozesse implementieren und reichlich profitieren – Wertschöpfung durch Wertschätzung.

Resümee

Kapitel 4

Seite 123

Das Titanic-Feeling

Die unterschätzte Kernaufgabe – ohne strategische Positionierung kein Neukundenerfolg!

Case Study 3: Position beziehen oder untergehen?

4.1 Konsequente Positionierung + strategische Ausrichtung = Markenbildung

Sich sichtbar und unterscheidbar machen durch Zusitzung und Nischenfindung – SWOT hilft bei Selbstanalyse und Profilbildung – Der USP als Verkaufsturbo – Spezialisierung + innovative Produkte = Individualisierung – drei Fragerunden auf dem Weg zum Personal Branding.

4.2 New Bizz + Akquise: Von der Marke zum Neukunden

Vorsorgen ist besser als auf den Worst Case reagieren – Akquise-Geschick ist erlernbar – Neukundengewinnung und -bindung machen Spaß – Das Erfolgsmodell: gezielte lokale Akquisition – Reputationsmarketing heute: Wissen verschenken und reichlich zurückerhalten.

Resümee

Die Platin-Disziplin

Mit ergebnisorientiertem Marketing den Zielmarkt erobern

Case Study 4: Klappern gehört zum Handwerk!

5.1 Auf welchem Stand und Niveau befindet sich Ihr Marketing?

Marketing: Neuland oder Gewohnheit? – Fragebögen zur Konzipierung Ihrer Eigen-PR – Haltung annehmen: Mit klaren Aussagen nach innen wirken und von außen stark wahrgenommen werden.

5.2 Der Inhaber als Marke: Personenbezogenes Marketing

Gesicht zeigen: Der Inhaber als Träger der Corporate Identity und als Transporteur des Markenkerns – Essenzielle Managementaufgaben: Netzwerken – Kontakten – Reputationsaufbau – Expertenstatus – Elevator Pitch.

5.3 Die Kanzleiidentität im Fokus: Sach- und themenbezogenes Marketing

Was ist Ihre Königsdisziplin? – Öffentlichkeitsarbeit – Guerillamarketing – Going digital – Empfehlungsmarketing – Content Marketing & Storytelling – Corporate Identity, Corporate Design & Corporate Wording – Sponsoring – Trojanisches Marketing – Virales Marketing – Jedem das eigene Maß!

Resümee

Expansion & Neugründung

Überregionale Niederlassungen sind kein Hexenwerk

Case Study 5: Der Blick über den lokalen Tellerrand!

Überregionale Geschäftstätigkeit? Machbar! – Mit wenig Aufwand und generalstabsmäßiger Planung in überregionalen Niederlassungen örtliche Kunden

betreuen – Inhaltliche, Branchen- oder Ortspräferenzen nutzen und von der erweiterten Geschäftsbasis aus zielsicher navigieren.

Resümee

Kapitel 7

Seite 191

Volle Fahrt voraus zum Erfolg!

Die Umsetzung des Veränderungsmodells in Etappen

Fünf-Jahres-Pläne auf dem Weg zu Ihrer ultimativen Steuerkanzlei – Regelmäßige Reviews sichern die Schlagkraft des Modells – Und so geht's: Die vorhandene Modellroadmap auf den eigenen Fall zuschneiden, umsetzen und regelmäßig evaluieren – Dranbleiben: Disziplin und Beharrlichkeit führen zu wachsender Begeisterung.

Resümee

Schlusswort

Seite 205

Leseempfehlungen