

KANZLEITOOL

Mit CRM mehr Effizienz im Kanzleimanagement

von Marcus Bär, www.cas-mittelstand.de, Karlsruhe

Termindruck, spontane Anrufe von Mandanten, immer neue Vorgaben und knappe Fristen: Den meisten Kanzleien bleibt heute wenig Zeit, sich neben dem Kerngeschäft nach einer sinnvollen Lösung für ihr tägliches Kanzleimanagement umzuschauen, geschweige denn, sich ausgiebig mit der eigenen Digitalisierung zu beschäftigen. Dabei kann gerade der Einsatz einer CRM-Lösung als Ergänzung zur Kanzleisoftware spürbar helfen, aus dem Rudern herauszukommen und das Steuer wieder selbst in die Hand zu nehmen. Was ein CRM-System leistet, für wen sich der Einstieg lohnt, und welchen Nutzen CRM in der Praxis konkret bringt – darum soll es im Folgenden gehen. |

Was leistet ein modernes CRM-System?

Das CRM-System ist das interne Gedächtnis der Kanzlei und damit im Grunde nichts anderes als die Lösung eines alten Problems mit intelligenten Mitteln:

- Eine Customer-Relationship-Management Lösung (kurz CRM) ermöglicht es, sämtliche Informationen, die über die Organisation des Kerngeschäfts in der Kanzleisoftware hinausgehen, effizient an einer zentralen Stelle für alle (Berechtigten) zugänglich zu sammeln und abzubilden. Das erhöht die Datenqualität und Wertschöpfung deutlich und ganz nebenbei lassen sich Papierberge oder übervolle Aktenschränke auf ein Minimum reduzieren.
- Wichtige Mandanteninformationen stehen den Mitarbeitern zentral im CRM zur Verfügung. Termine, Wiedervorlagen, Dokumente, Aufgaben, Korrespondenzen, Events u. v. m. sind nicht länger in unterschiedlichen Systemen, Excel-Listen, Mailing-Ordnern, in einzelnen Köpfen oder gar handgeschriebenen Telefonnotizen verstreut. Das reduziert erheblich den Administrations- und Suchaufwand und schafft Transparenz. Alle Aufgaben im Team können über die zentrale CRM-Lösung transparent verteilt und z. B. das Terminmanagement mit einem integrierten Teamkalender komfortabel koordiniert werden.
- Als internes Gedächtnis der Kanzlei werden im CRM die zusätzlich zur Kanzleisoftware relevanten Informationen rund um den Mandanten und die Zusammenarbeit mit ihm digital miteinander verknüpft. Das heißt: Durch die gemeinsame Nutzung im Team entsteht eine umfassende und aktuelle Mandantenhistorie sowie ein 360 Grad Rundumblick auf Ihre Mandantenbeziehungen.
- Darüber hinaus sorgen integrierte mitdenkende Assistenten für tägliche Entlastung und helfen bei der Strukturierung des Tages. Prozesse ohne Medienbrüche lassen sich – gerade auch über räumliche Grenzen hinweg im Mobile-Office oder zwischen verschiedenen Niederlassungen realisieren.

Ein (!) Ort für alle Informationen

Finden statt suchen

CRM ist das interne Gedächtnis der Kanzlei

Unterstützung durch intelligente Assistenten

Auf diese Weise unterstützt das im CRM geteilte und gesammelte Wissen dabei, gemeinsam die Beziehungen zu Mandanten in den Mittelpunkt zu stellen und fördert die individuelle und persönliche Kommunikation und Beratung.

Ab welcher Kanzleigröße lohnt sich ein CRM?

Moderne Technologien ermöglichen es heute, dass die Grundvoraussetzungen für die Einführung eines solchen Systems niederschwellig gegeben sind. Kanzleien können außerdem von Best Practice Ansätzen profitieren, um den schnellen Einstieg zu realisieren. Dabei ist die Größe der Kanzlei unerheblich. Eine CRM-Lösung bietet sowohl kleinen als auch größeren Kanzleien mit einer oder mehreren Niederlassungen einen spürbaren Effizienzgewinn. Grundsätzlich sehe ich die digitale Souveränität als wichtiges Gut, gerade für Kanzleien. Daher bieten wir unseren Kunden Wahlfreiheit, ob sie CRM als cloudbasierte Lösung, On-Premise, zum Kauf oder zur Miete nutzen möchten – so wie es am besten zu den Anforderungen passt.

Wodurch amortisiert sich die Investition in ein CRM?

Branchenübergreifende Berechnungen und Erfahrungswerte aus dem Mittelstand zeigen, dass sich der Einsatz einer CRM-Lösung bereits ab dem ersten Tag lohnt, weil sich die laufenden Kosten allein durch den kontinuierlichen Effizienzgewinn und reduzierten Organisationsaufwand amortisieren. Einige Beispiele aus der Praxis sollen das verdeutlichen:

- CRM wird zur fest in den Arbeitsalltag verankerten, zentralen Wissens- und Organisationsbasis jeder Kanzlei. Auch während Urlaub oder Krankheit können die Kollegen die Betreuung eines Mandanten übernehmen, weil sie transparent und sicher auf die jeweiligen Informationen zugreifen.
- Prozesse lassen sich zeitsparend standardisieren: Angefangen bei der Kontakterfassung, dem Onboarding neuer Mandanten, über Umfragen bis hin zu personalisierter Ansprache und Auswertungen über die normalen Mandanteninfos hinaus (z. B. Empfehlungsquote, Fan-Portfolio, zukünftige Potenziale).
- Die Integration von weiteren Systemen wie Microsoft Outlook eröffnet direkt bei Erhalt der E-Mail den 360 Grad Blick auf den Mandanten.
- Integrierte, mitdenkende Assistenten wie zum Beispiel die sogenannten Augmented Intelligence Assistants (kurz: AIA) beschleunigen tägliche Abläufe und ermöglichen die Automatisierung standardisierter Kanzlei- und Verwaltungsprozesse. Diese „mitdenkenden“ Helfer erinnern beispielsweise an wichtige Termine, geben Hinweise auf Änderungen der Mandatsdaten oder empfehlen den Anruf bei einem Kunden.
- Durchblick bei der Identifizierung bestehender und neuer Potenziale: Mit CRM lassen sich für die Analyse der Geschäftsdaten Reportings auf Knopfdruck erstellen. Die Vorbereitung von Geschäftsentscheidungen wird auf diese Weise wesentlich transparenter und zeitsparender.

Jede Kanzlei(größe) profitiert von einem CRM-System

Die Amortisation beginnt mit dem ersten Einsatztag

Vertretung ohne langwierige Einarbeitung

Vereinfachung von Office-Aktivitäten

Automatisierung von Standardprozessen

- Die mobile CRM-Nutzung auf Notebook, Tablet, Smartphone etc. erlaubt jederzeit und überall das sichere Lesen und Bearbeiten relevanter Informationen – auch im Offlinemodus. Ein integrierter Visitenkartenscanner vereinfacht das mühelose Anlegen neuer Kontakte, damit wichtige Daten aus einem persönlichen Gespräch nicht verloren gehen. Ferner lassen sich direkt nach einem Mandantenbesuch Besuchsberichte verfassen, Meetings außer Haus protokollieren und Folgeaktivitäten anstoßen.

PRAXISTIPP | Zum Effizienzgewinn gehört natürlich die Anbindung der CRM-Lösung an bestehende Kanzleisoftware (z. B. DATEV-Eigenorganisation), damit Stammdaten nicht doppelt oder manuell gepflegt werden müssen.

Wie steigert ein CRM die Beratungsqualität?

Eine CRM-Lösung ist nicht dazu da, Mitarbeiter zu ersetzen – im Gegenteil: Neben den bereits genannten praktischen Mehrwerten geht es darum, den mit CRM erzielten Effizienz- und Zeitgewinn für etwas einzusetzen, was für viele Kanzleien heute und in naher Zukunft noch stärker im Mittelpunkt stehen wird: den Ausbau des eigenen Kanzleiprofils zum Beratungsunternehmen. Ein Thema, von dem wir aus vielen Gesprächen mit unseren Kunden wissen, dass es unter den Nägeln brennt und zukunftsweisend für die ganze Branche ist.

Entscheidend ist, vom Reagieren ins proaktive Agieren zu kommen: Mit der zielgruppenspezifischen Auswahl der Mandanten lassen sich z. B. Newsletter und Mailings nicht nach dem Gießkannen-Prinzip, sondern zielgenau mit den Informationen versenden, die tatsächlich für den Adressaten relevant sind. Ein professionelles CRM mit integrierten Filtermöglichkeiten ist das Werkzeug der Wahl, um die Empfänger auszuwählen. So lassen sich etwa aktuelle Meldungen aus der Gesetzgebung, Rechtsprechung und Verwaltung gezielt teilen. Durch die persönliche Ansprache in Newslettern und Mailings sowie kleine Aufmerksamkeiten wie z. B. Glückwünsche zum Geburts- oder Jahrestag pflegen Kanzleien neben der Stärkung ihres Beratungsprofils die persönliche und wertschätzende Beziehung.

Was ist bei der Einführung eines CRM zu beachten?

„Oh nein, nicht schon wieder eine neue Software!“ – vielleicht haben Sie selbst diesen Satz von Ihren Mitarbeitern schon einmal gehört? Und es ist allzu menschlich und verständlich, dass man sich im ersten Moment ungern von lieb gewonnenen Strukturen löst. Der beste Weg ist, dieses Thema offen anzusprechen und jeden einzelnen im Team da abzuholen, wo er/sie gerade steht. Die gemeinsame Erstellung eines Zukunftsbilds, die Gründung eines eigenen CRM-Projektteams oder die Benennung eines CRM-Verantwortlichen sind nur einige Möglichkeiten, um Bedenken oder gar Ängste abzubauen und stattdessen Neugier und Vorfriede zu wecken. Schließlich bietet eine neue moderne Lösung die Chance, Mitarbeiter zu binden und auch für sie Freiräume zu schaffen.

Nutzung jederzeit von jedem Ort möglich

Optimale Anbindung an die Kanzleisoftware

Ressourcen für die Beratung werden freigeschaufelt

Die ganze Kanzlei kann Mandanten jetzt gezielt ansprechen

Die Mitarbeiter-ängste ernst nehmen

Wir empfehlen Kanzleien, sich bereits in diesem Stadium die Software einfach selbst anzuschauen, die Mitarbeiter mit ins Boot zu holen und das CRM-Werkzeug kennenzulernen: Wie einfach lässt sich die Software bedienen? Sind die Oberflächen ansprechend gestaltet? Gibt es ein einheitliches „Look & Feel“ auf Desktop, Tablet und Smartphone? Eine moderne CRM-Lösung sollte darüber hinaus flexibel und kanzleispezifisch mit einem App-Designer anpassbar sein, sodass jeder im Team sein persönliches Start-Cockpit einrichten kann und somit eine Übersicht über die Funktionen hat, die er im Alltag benötigt.

PRAXISTIPP | Besser zügig mit einem soliden Konzept starten, welches niemanden überfordert, um dann Stück für Stück den Funktionsumfang zu erweitern. So lässt sich das digitale Mandantenmanagement im Detail klar ausrichten, die zeitintensive manuelle Datenpflege sukzessive auflösen und den Fokus noch stärker auf das Ausrichten, was langfristig entscheidend ist: die Pflege und den Aufbau persönlicher, wertschätzender Beziehungen auf Basis emotionaler Verbundenheit.

Datenschutz und Datensicherheit – Vertrauen ist alles

Das Thema Datenschutz muss heute von Anfang an mitgedacht werden. Mehr noch: Die sichere digitale Infrastruktur ist Pflicht und Teil der digitalen Souveränität einer jeden Kanzlei. Schließlich handelt es sich gerade bei gespeicherten Mandanteninformationen um die sensibelsten Daten. Diese müssen vor unerlaubtem Zugriff Dritter in jedem Fall geschützt sein. Die Vertrauenswürdigkeit des Anbieters ist hier besonders relevant. Orientierung bei der Auswahl bietet beispielsweise das fair.digital-Siegel. Auch Siegel wie „Software Hosted and Made in Germany“ und weitere Datenschutzzertifizierungen sind eine nützliche Hilfe bei der Auswahl des richtigen Anbieters, weil sich die Hersteller darin selbst verpflichten, dass ihre Lösungen und entsprechende Rechenzentren besonders hohen Sicherheitsrichtlinien folgen. Und last but not least das Thema DSGVO: Kanzleien benötigen Unterstützung bei der Einhaltung der DSGVO, weil sie sicher nachweisen müssen, dass sie bei der Erfassung und Speicherung der Mandantendaten die Datenschutzregelungen einhalten. Das ist ohne ein professionelles CRM nahezu nicht machbar.

FAZIT | An der modernen digitalen Kanzlei führt kein Weg vorbei. Eine professionelle, adaptive CRM-Lösung deckt ein breites Spektrum an Funktionen ab, erhöht die Kompetenz und ist damit die optimale Ergänzung zur eingesetzten Kanzleisoftware. Und ja: Der Einsatz einer professionellen CRM-Software schafft nicht nur Effizienz – eine entsprechende Lösung mit smarten Bedienoberflächen, die sich mobil einsetzen lassen, macht sogar richtig Spaß. Wichtig ist aus meiner Sicht, CRM von Anfang an ganzheitlich und pragmatisch zugleich zu denken und vor allem aus dem zu erwartenden Nutzen und Effizienzgewinn zu betrachten.

ZUM AUTOR | Marcus Bär ist Mitglied der Geschäftsführung bei der CAS Mittelstand (+49 721 9638-188, Marcus.Baer@cas.de). Die CAS ist auf dem DATEV-Marktplatz gelistet.

Probieren geht über
rätsonieren

Datenschutz

Software darf
auch Spaß machen