

14 Prüffragen für das Marketing deiner Steuerkanzlei

Geh die Fragen mit deinem Team oder deiner Agentur durch. Jedes Nein ist eine Aufgabe. Die Fragen 9 bis 14 betreffen das Berufsrecht, die prüfst du selbst.

☐ **1. Weißt du, ob deine Website gerade Mandanten oder Mitarbeiter bringen soll?**
Danach richtet sich, welche Seiten zuerst entstehen.

☐ **2. Nennt deine Website die Mandanten, die du willst, mit ihrem Wort?**
Etwa „Handwerksbetriebe“ oder „Ärzte und Heilberufe“.

☐ **3. Hat jeder Schwerpunkt eine eigene Seite?**
Mit den Fragen dieser Mandanten und dem Ort.

☐ **4. Hat jeder Steuerberater eine eigene Seite?**
Foto, Berufsbezeichnung, Werdegang, dazu das Team mit Namen.

☐ **5. Ist dein Google-Unternehmensprofil vollständig?**
Name, Adresse, Telefon wie auf der Website und in Verzeichnissen.

☐ **6. Wird jeder Mandant nach dem Auftrag um eine Bewertung gebeten?**
Per E-Mail mit Link, ohne Gegenleistung.

☐ **7. Hat jede offene Stelle eine eigene Seite?**
Lesbar für die Google-Stellensuche, mit echten Vorteilen.

☐ **8. Verschwinden besetzte Stellen sofort?**
Enddatum abgelaufen oder Seite offline.

☐ **9. Informiert jede Aussage sachlich?**
Keine Versprechen, keine Superlative ohne Beleg (StBerG § 57a).

☐ **10. Gibst du frei, was Agentur und Portale für dich schreiben?**
Berufswidrige Werbung durch andere ist unzulässig (BOSTB § 9 Abs. 1).

☐ **11. Stehen Fachberater, Zertifikate und Schwerpunkte richtig?**
Fachberater nur mit Verleihung, alles andere belegbar (BOSTB § 9).

☐ **12. Verraten Antworten auf Bewertungen nichts aus dem Mandat?**
Auch nicht, ob jemand Mandant ist (StBerG §§ 57, 62).

☐ **13. Nennt das Impressum Kammer, Berufsrecht und Haftpflicht?**
Dazu die Berufsbezeichnung mit Staat (DDG § 5, DL-InfoV § 2).

☐ **14. Sind Stellenanzeigen neutral formuliert?**
Keine Altersgrenzen, kein Geschlecht (AGG § 11).