

---

## Vorwort

In der täglichen Arbeit erlebe ich immer wieder, wie viel Potenzial Kanzleien mit Blick auf Kanzleimarketing und -kommunikation verschenken. Entweder fehlen Strategie und Konzept. Oder aber es hakt bei der Umsetzung, indem entscheidende Kriterien der gewählten Maßnahmen unberücksichtigt bleiben oder das Ganze nur sporadisch erfolgt. Letzteres hat seine Gründe meist im engen Zeitplan der Kanzlei. Denn Kanzleimarketing ist zeitaufwändig. Und dennoch führt heute bei dem enormen Wettbewerb unter mehr als 160.000 Rechtsanwälten und über 90.000 Steuerberatern allein in Deutschland kein Weg mehr daran vorbei, wenn es darum geht, neue Mandanten und Mitarbeiter zu gewinnen sowie bestehende zu binden. Genau aus diesem Grund lohnt es sich auch, die Voraussetzungen für ein erfolgreiches Kanzleimarketing im Detail zu betrachten.

Die Basis hierfür bilden eine passgenaue Strategie und ein gut ausgearbeitetes Konzept mit Maßnahmen, die sowohl den Bedürfnissen der Kanzlei als auch deren Zielgruppe entsprechen. Erst wenn dieses Grundgerüst steht, geht es an die Umsetzung. Hier muss der Rechtsanwalt, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer schließlich wissen, wer die geeigneten Adressaten sind und welche Kriterien die gewählten Maßnahmen beinhalten. Ein Maßnahmen- und Redaktionsplan erleichtert ihm zudem die langfristige Planung und gibt die richtige Struktur für eine erfolgreiche Umsetzung der Themen. Wie die Kanzlei hierbei vorgehen kann, zeigt dieses Essential. Auch die vollständige oder teilweise Auslagerung des Marketings an einen externen Dienstleister stellt dabei eine Option dar.

„Erfolgsfaktor Kanzleistategie – Zielgruppen bestimmen und gewinnen“ ist das vierte Essential in einer vierteiligen Reihe, das Kanzleien hin zu einem erfolgreichen Kanzleimarketing begleitet. Die weiteren Essentials haben die Themen Erfolgsfaktor Alleinstellungsmerkmal, Erfolgsfaktor Corporate Identity und Erfolgsfaktor Kanzleikommunikation. Mit diesen vier Essentials möchte ich Rechtsanwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer dabei unterstützen, in ihrer Außenwirkung stärker zu überzeugen und sich die Akquise von Mandanten und

Mitarbeitern sowie deren langfristige Bindung zu erleichtern. Ich würde mich sehr freuen, wenn sie viele nützliche Anregungen für sich finden und diese umsetzen können.

Viel Erfolg dabei wünscht

Martina Schäfer

P.S. Teilen Sie mit mir Ihre Erfahrungen zu Kanzleimarketing. Ich freue mich von Ihnen zu lesen: [info@finis-kommunikation.de](mailto:info@finis-kommunikation.de).

P.P.S. In diesem Essential ist der besseren Lesbarkeit halber durchgängig von Rechtsanwälten, Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern und Kanzleieinhabern die Rede. Alle Vertreterinnen dieser Berufe bitte ich, beim Lesen in Gedanken ein „in“ anzuhängen. Selbstverständlich sind Sie in diesem Essential genauso angesprochen wie Ihre männlichen Pendants.



<http://www.springer.com/978-3-658-09182-8>

Erfolgsfaktor Kanzleistrategie  
Zielgruppen bestimmen und gewinnen  
Schäfer, M.  
2015, XI, 29 S. 8 Abb., Softcover  
ISBN: 978-3-658-09182-8