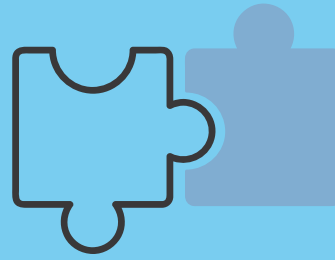


KANZLEIMARKETING

10 Tipps für Ihr erfolgreiches Kanzleimarketing

1. STRATEGIE

Die Kommunikationsstrategie ist die Basis für ein erfolgreiches Kanzleimarketing. Hier werden Ziele definiert, Zielgruppen erfasst, Ressourcen festgelegt, die Ausgangslage und Mitbewerber analysiert, relevante Themen recherchiert, Formate festgelegt, Kanäle identifiziert und Messwerte festgelegt.

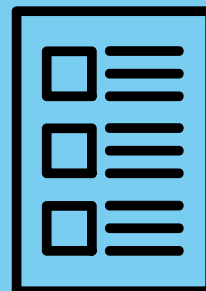


2. WEBSITE

Die Website ist der Mittelpunkt Ihres Wirkens im World Wide Web. Sie ist nicht nur digitale Visitenkarten, sondern dient als Basis für Ihre Online Aktivitäten

3. LANDINGPAGE

Eine Landingpage ist eine einzige Seite ohne Unterseiten, die Input zu einem Thema bietet. So bekommt der (potentielle) Mandant genau die Information, die er gesucht hat.



4. CORPORATE BLOG

Der Blog ist das Herzstück für Ihr Content Management und somit auch für Ihr Kanzleimarketing. Mit dem Blog haben Sie die Möglichkeit sich und Ihre Kanzlei gezielt als Experte für bestimmte Themen und Rechtsgebiete zu etablieren. Diese Inhalte können Sie wiederum über die sozialen Medien teilen und so eine größere Zielgruppe ansprechen.

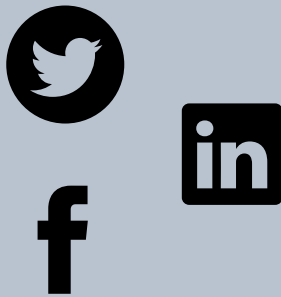
5. VERANSTALTUNGEN

Veranstaltungen in Form von Seminaren, Workshops oder Fachvorträgen zahlen sehr stark auf Ihr Personal Branding und somit auch auf Ihren Expertenstatus ein.

Das können eigene Seminare zu Fachthemen sein, die Sie selber durchführen, aber auch Fachvorträge bei Instituten und Verlagen.



6. SOCIAL MEDIA



Social Media ist auch für die Anwaltsbranche durchaus von großem Interesse. Sehen Sie Social Media als Ihre direkt Verbindung zum Mandanten, denn Social Media steht für interaktiven Austausch und Vernetzung. Geben Sie Ihren (potentiellen) Mandanten einen Einblick in Ihre Kanzlei und stellen Sie sich und Ihre Partner vor, denn Sie sind nicht der unnahbare Rechtsanwalt oder Steuerberater.

7. BEWERTUNGSSYSTEME

Bewertungssysteme sind bei vielen Kunden nicht die erste Wahl, wenn wir mit ihnen über die Möglichkeiten im Kanzleimarketing sprechen. Dennoch ist dies eine Chance, die Sie nicht ungenutzt lassen sollten.



8. NEWSLETTER



Der Newsletter ist nach wie vor ein sehr unterschätztes Medium. Der Newsletter dient nicht nur als Akquise-Instrument sondern hilft Ihnen auch dabei, bei Mandanten in Erinnerung zu bleiben und Ihre Expertenposition zu stärken.

9. PRESSEARBEIT

Pressearbeit ist ein weiterer wichtiger Baustein für Ihr Kanzleimarketing. Denken Sie alleine an den großen Adressatenkreis, der regionalen und überregionalen Medien. Neue und interessante Zielgruppen werden über die klassischen Medien erreicht und vermitteln eine hohe Glaubwürdigkeit, wenn diese von professionellen Journalisten in den entsprechenden Medien verbreitet werden.



10. DIGITALE WORKFLOWS



Im nächsten Schritt müssen nun digitale Workflows in die Arbeit integriert werden. Hierzu kann man auf digitale Unterstützung in Form von Programmen und Apps zurückgreifen. Themenfindung, Veröffentlichung von Beiträgen oder das Teilen der Inhalte über die Social-Media-Kanäle kann somit zum Teil automatisiert werden.

Lesen Sie mehr unter:
<https://meissner-media.com/Kanzleimarketing>



ERFOLGREICHES KANZLEIMARKETING
VON ANDRÉ MEISSNER - MEISSNERMEDIA

