
Was Sie aus diesem Essential mitnehmen können

- Der Einsatz verschiedener Kommunikations- und Marketingmaßnahmen unterstützt die Kanzlei dabei, Aufmerksamkeit zu wecken, Vertrauen zu gewinnen und zu informieren. Damit ist sie das ideale Instrument, neue Mandanten und Mitarbeiter zu gewinnen sowie bestehende zu binden.
- Bei Kommunikation und Marketing kommt es auf die Mischung verschiedener Maßnahmen an. So verschafft sich der Rechtsanwalt, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer die nötige Reichweite und berücksichtigt unterschiedliche Kommunikationsstile seiner Zielgruppe.
- Die verschiedenen klassischen Kommunikations- und Marketingmaßnahmen bieten der Kanzlei vielfältige Plattformen, ihre Kompetenz zu zeigen. Dazu gehört der persönliche Kontakt, der das nötige Vertrauen besonders fördert.
- Die moderne Online-Kommunikation sorgt für eine gute Verbreitung. Durch ihre Dialog-Orientierung fördert sie nicht nur den gegenseitigen Austausch in Form von Tipps und Anregungen. Sie bietet auch eine ideale Plattform, die eigene Expertise einer großen Community zu präsentieren und dadurch Multiplikatoren zu gewinnen.
- Die verschiedenen Maßnahmen des Online-Marketings unterstützen sich gegenseitig. So werden Aktivitäten in Social Media und Blog sowie Podcasts positiv von den Suchmaschinen bewertet und befördern damit wiederum das Ranking der eigenen Website.

Zum Weiterlesen

- Bärmann F (2014) XING erfolgreich netzwerken im Beruf. mitp, Heidelberg
- Firnkes M (2011) Blog Boosting, Marketing – Content – Design – SEO. mitp, Heidelberg
- Grabs A, Bannour K-P, Vogl E (2014) Follow me!: Erfolgreiches Social Media Marketing mit Facebook, Twitter & Co. Galileo Computing, Bonn
- Hübner K, Hübner G (2004) Abenteuer Steuerberatung. Deubner, Köln
- Löffler M (2014) Think Content! Content-Strategie, Content-Marketing, Texten fürs Web. Galileo Press, Bonn
- Lutz A, Rumohr A (2014) XING optimal nutzen: Geschäftskontakte – Aufträge – Jobs. So zahlt sich Networking im Internet aus. Linde, Wien
- O'Reilly T, Milstein S (2013) Das Twitter-Buch. O'Reilley, Köln.
- Schieblon C (Hrsg) (2013) Marketing für Kanzleien und Wirtschaftsprüfer: Ein Praxis-handbuch für Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen. Springer Gabler, Wiesbaden
- Schindler M-C Liller T, (2014) PR im Social Web. O'Reilly, Köln
- Schlüter J (2012) Social Media Marketing für Unternehmer: Der 30-Minuten-Faktor. Pearson, München
- Schulz-Bruhdoel N, Fürstenau K (2013) Die PR- und Pressefibel: Zielgerichtete Medienarbeit. Das Praxisbuch für Ein- und Aufsteiger. Frankfurter Allgemeine Buch, Frankfurt
- Schwindt A (2012a) Das Facebook-Buch. O'Reilly, Köln
- Schwindt A (2012b) Das Google+-Buch. O'Reilly, Köln
- Weinberg T (2014) Social Media Marketing – Strategien für Twitter, Facebook & Co. O'Reilly, Köln