

Inhalt

Vorwort.....	5
* Praxisbeispiele.....	11
* Interviewbeiträge.....	11
Abbildungsverzeichnis.....	12
Tabellenverzeichnis.....	16
1 Der Markt für Rechtsberatung und -vertretung.....	17
1.1 Nachfrage	20
1.1.1 Elementare Nachfragesituationen im Rechtsdienstleistungsmarkt.....	20
1.1.2 Einflussfaktoren der Nachfrage.....	21
1.2 Angebot	27
1.2.1 Konkurrenz im Anwaltsgeschäft	27
1.2.2 Wirtschaftliche Konsequenzen des Wettbewerbs	31
1.3 Markttrends	39
1.4 Resümee	44
2 Rahmenbedingungen des Anwaltsmarketings	48
2.1 Rechtliche Rahmenbedingungen	48
2.1.1 Angebotsspektrum.....	48
2.1.2 Honorargestaltung.....	50
2.1.3 Außenauftritt.....	52
2.1.4 Mandantenakquisition	59
2.2 Personelle Rahmenbedingungen	61
2.2.1 Personalrekrutierung und -auswahl.....	62
2.2.2 Personalführung und -bindung.....	67
2.2.3 Personalentwicklung	68
2.3 Finanzielle Rahmenbedingungen.....	71
2.4 Resümee.....	73
3 Der Anwalt als Dienstleister.....	75
3.1 Besonderheiten von Rechtsdienstleistungen	75
3.2 Rechtsberatung und -vertretung als Prozess	79
3.3 Der Anwalt in der öffentlichen Wahrnehmung.....	86

3.4	Rechtsdienstleistungen aus Mandantenperspektive	93
3.5	Rechtsdienstleistungen aus Anwaltperspektive	104
3.6	Resümee	105
4	Strategisches Kanzleimarketing	107
4.1	Prozess des strategischen Kanzleimarketings im Überblick	108
4.2	Abgrenzung des relevanten Marktes	110
4.3	Situationsanalyse	113
4.3.1	Informationsquellen und -gewinnung	113
4.3.2	Portfolio-Analyse	122
4.4	Ziele und Budget	132
4.4.1	Vision, Mission und Zielsetzung	132
4.4.2	Budgetfestlegung	137
4.5	Strategien	141
4.5.1	Marktfeldstrategien: Expansionsrichtungen ausloten	141
4.5.2	Marktarealstrategien: Angebotsradius bestimmen	144
4.5.3	Marktstimulierungsstrategien: Wettbewerbsvorteil definieren	147
4.5.3.1	Qualitätsstrategie	149
4.5.3.2	Preisstrategie	150
4.5.3.3	Kommunikationsstrategie	154
4.5.3.4	Programmbreitenstrategie	157
4.5.4	Marktparzellierungsstrategien: Zielgruppe festlegen	159
4.5.4.1	Vorgehensweise der Marktsegmentierung	161
4.5.4.2	Segmente im Markt für private Rechtsdienste	164
4.5.4.3	Segmente im Markt für gewerbliche Rechtsdienste	175
4.6	Resümee	184
5	Operatives Kanzleimarketing	186
5.1	Marketing-Mix in der Kanzlei	186
5.2	Angebotspolitik	187
5.2.1	Angebotsinnovation und -modifikation	190
5.2.1.1	Dienstleistungsentwicklung	197
5.2.1.2	Dienstleistungsbündelung	203
5.2.1.3	Dienstleistungsreengineering	207
5.2.2	Angebotseliminierung	214
5.3	Honorarpolitik	217
5.3.1	Bestimmungsfaktoren des Honorars	218

5.3.2	Kalkulationsgrundlagen.....	220
5.3.3	Honorarsysteme	225
5.3.3.1	Stundensatz- und Festpreismodelle.....	227
5.3.3.2	Abonnements und Flatrates.....	231
5.3.3.3	Prepaid-Rechtsberatung und Preisbaukästen.....	234
5.3.4	Rabattierung und kostenlose Erstberatung.....	239
5.4	Akquisitionspolitik.....	247
5.4.1	Akquisition nach dem Trichtermodell.....	248
5.4.2	Akquisitionsformen	251
5.4.2.1	Erstkontakt	257
5.4.2.2	Cross- und Upselling.....	260
5.4.2.3	Empfehlungsmarketing.....	263
5.4.2.4	Virtuelle Marktplätze.....	269
5.4.2.5	Franchising.....	273
5.4.2.6	Kooperative Mandantengewinnung	275
5.4.2.7	Pitch	279
5.5	Kommunikationspolitik.....	287
5.5.1	(Klassische) Werbung.....	295
5.5.2	Public Relations	300
5.5.2.1	Print-PR.....	302
5.5.2.2	Veranstaltungen	306
5.5.2.3	Sponsoring und Pro-bono-Engagement.....	311
5.5.2.4	Visuelle Identität	313
5.5.2.5	Handbücher und Rankings	318
5.5.3	Werbebriefe.....	326
5.5.4	Online-Kommunikation.....	330
5.5.4.1	Website	331
5.5.4.2	Suchmaschinenoptimierung.....	342
5.5.4.3	Weblogs, Foren und Communities.....	349
5.5.4.4	Online-Werbung	352
5.5.4.5	E-Mail-Marketing.....	356
5.5.4.6	Soziale Netzwerke	362
5.5.4.7	Virales Marketing.....	371
5.5.5	Guerilla-Marketing.....	375
5.6	Resümee.....	380

6	Erfolgskontrolle des Kanzleimarketings.....	382
6.1	Mandantenbefragungen.....	383
6.2	Ermittlung des Mandantenwerts	389
6.3	Balanced Scorecards und Marketing-Cockpits.....	394
6.4	Resümee.....	398
7	Management der Mandantenbeziehung: Der Mandanten Journey	399
	Literaturverzeichnis	405
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 1	405
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 2.....	409
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 3.....	410
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 4.....	411
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 5.....	414
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 6.....	425
■	Literaturverzeichnis zu Kapitel 7	426
	Anhang: Links und Hilfsmittel.....	427
	Stichwortverzeichnis.....	442
	Namensregister	448