

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Die Online Realität 2021</b> .....	13
Die Generation, die nicht mehr sucht, sondern gefunden werden will .....	13
So hat sich die (digitale) Welt für Kanzleien verändert .....	14
<b>Die Kanzleipositionierung</b> .....	17
Vom Empfangen ins Senden .....	17
Der Ikea-Stuhl-Aufbau-Effekt .....	18
<b>Die Kanzlei-Anziehung</b> .....	21
Aus der Sicht der Zielgruppe denken und kommunizieren .....	21
Die richtigen Motive der Zielgruppe erkennen .....	22
Der Wunschmandant .....	24
Der Wunschmitarbeiter .....	25
Beziehungskonto aufbauen .....	27
<b>Die Online-Reise der Wunschmandanten</b> .....	29
Reichweite generieren .....	29
Zielgruppeninformationen .....	30
Zum Handeln animieren .....	30
Das ist eine Reise der Wunschmandanten (Customer Journey) .....	31
Die Reise ist abhängig vom Beziehungsstatus .....	34
Die Reise durch Fakten und kontinuierlichen Verbesserungsprozess stetig optimieren .....	35
<b>Die Online Reise der Wunschmitarbeiter</b> .....	37
Aufmerksamkeit erzeugen .....	38
Arbeitgeberpräsentation .....	39
Zur Kontaktaufnahme animieren .....	39
Das ist eine Reise der Wunschmitarbeiter (Employee Journey) .....	41
Die fünf Entscheidungssäulen für bzw. gegen eine mögliche Entscheidung .....	43
Kanzleiimage .....	43
Sympathie des Kanzleiinhabers .....	44
Leistungen und Arbeitsumfeld .....	44
Sympathie der Kollegen .....	44
Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten .....	45
Das Gleichgewicht der Säulen .....	46
<b>Schritt für Schritt zur ganzheitlichen Online-Kanzleiidentität</b> .....	47
Die Basis und die individuelle Kür für die professionelle und ganzheitliche Online-Strategie für Ihre Kanzlei .....	47
Die Basis .....	48

## Inhaltsverzeichnis

---

<b>Google ist die Basis bzgl. professioneller Kanzleiidentität</b> .....	49
Ohne Google, nützt die beste Kanzleiwebsite wenig .....	50
Die verschiedenen Google Dienste und Erfolgsfaktoren .....	50
Google My Business .....	50
Google Bewertungen .....	51
Google Local Pack .....	53
Google Suchmaschinenmarketing (Search Engine Marketing = SEM) .....	53
<b>Facebook schafft Sichtbarkeit</b> .....	63
Allgemein .....	63
Persönliches Profil .....	63
Facebook Unternehmensseite .....	65
Facebook Gruppe .....	66
Facebook Ads (Werbung) .....	68
Facebook Business Manager .....	71
<b>Instagram</b> .....	73
Allgemein .....	73
Das (eigene) Profil .....	73
Follower und Influencer .....	74
Interaktionen .....	75
Instagram Werbung .....	75
<b>Business Social Media Netzwerke</b> .....	77
LinkedIn .....	77
XING .....	80
<b>Videos</b> .....	83
Allgemein .....	83
Videotypen .....	84
Image Film .....	84
Erklärvideos .....	85
Video Testimonial .....	86
Videokonferenz .....	87
Videokurse .....	88
YouTube .....	89
Allgemein .....	89
YouTube Ads .....	90
Videos produzieren (lassen) .....	90
Einfache Informations- und Vorstellungsvideos erstellen .....	91
<b>Online Bewertungen</b> .....	93
Google Bewertungen .....	93
Kununu für Mitarbeiterbewertungen .....	94
<b>Datenschutz</b> .....	97

<b>Checkliste Website und Online Strategie .....</b>	99
Allgemein .....	99
Reichweite generieren .....	99
Facebook .....	99
Instagram .....	100
Google .....	100
LinkedIn .....	101
XING .....	102
Kununu .....	102
YouTube .....	103
Podcast .....	103
Zielorientiert Informieren .....	104
Website .....	104
Landingpage .....	104
Vertrauen aufbauen .....	105
Newsletter .....	105
Blog .....	105
Retargeting und Analyse .....	105
Bewertungsmanagement und Branchenverzeichnisse .....	106
<b>Checkliste Online Arbeitgebermarke .....</b>	107
Allgemein .....	107
Reichweite generieren .....	107
Facebook .....	107
Instagram .....	108
Google .....	108
LinkedIn .....	109
XING .....	109
Kununu .....	110
Zielorientiert Informieren .....	110
Website .....	110
Landingpage .....	111
Vertrauen aufbauen .....	111
Retargeting und Analyse .....	111
Bewertungsmanagement und Branchenverzeichnisse .....	111
<b>Beispiele von Anforderungen und deren Umsetzung .....</b>	115
Beispiel 1: Eine „Wald und Wiesen“-Rechtanwaltskanzlei mit dem Schwerpunkt auf Arbeits- und Familienrecht .....	115
IST-Situation .....	115
SOLL-Situation .....	116
Die Umsetzung für den Bereich Arbeitsrecht, Kündigungsschutzklage .....	116
Allgemeine Online Kanzleidentität und Arbeitgebermarke .....	123
Fazit .....	125

## **Inhaltsverzeichnis**

---

Beispiel 2: Eine sehr digital arbeitende Steuerkanzlei. Deren Mitarbeiter sind dauerhaft überlastet, da keine passenden, weiteren Mitarbeiter eingestellt werden können. ....	125
IST-Situation .....	125
SOLL-Situation .....	125
Umsetzung .....	126
Fazit .....	133
Beispiel 3: Ein Unternehmensberater, der im Bereich Prozessoptimierung im Mittelstand unterwegs ist und nun vollständig online und digital seine Leistungen anbieten und durchführen möchte. ....	133
IST-Zustand .....	133
SOLL-Situation .....	134
Umsetzung .....	134
Fazit .....	141
<b>Schlusswort .....</b>	<b>143</b>