

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Die Online Realität 2021	13
Die Generation, die nicht mehr sucht, sondern gefunden werden will	13
So hat sich die (digitale) Welt für Kanzleien verändert	14
Die Kanzleipositionierung	17
Vom Empfangen ins Senden	17
Der Ikea-Stuhl-Aufbau-Effekt	18
Die Kanzlei-Anziehung	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
Die Online-Reise der Wunschmandanten	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
Die Online Reise der Wunschmitarbeiter	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 Kanzleieinhabers	44
Leistungen und Arbeitsumfeld	44
Sympathie der Kollegen	44
Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten	45
Das Gleichgewicht der Säulen	46
Schritt für Schritt zur ganzheitlichen Online-Kanzleiidentität	47
Die Basis und die individuelle Kür für die professionelle und ganzheitliche Online-Strategie für Ihre Kanzlei	47
Die Basis	48

Google ist die Basis bzgl. professioneller Kanzleiidentität	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
Facebook schafft Sichtbarkeit	63
Allgemein	63
Persönliches Profil	63
Facebook Unternehmensseite	65
Facebook Gruppe	66
Facebook Ads (Werbung)	68
Facebook Business Manager	71
Instagram	73
Allgemein	73
Das (eigene) Profil	73
Follower und Influencer	74
Interaktionen	75
Instagram Werbung	75
Business Social Media Netzwerke	77
LinkedIn	77
XING	80
Videos	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
Online Bewertungen	93
Google Bewertungen	93
Kununu für Mitarbeiterbewertungen	94
Datenschutz	97

Checkliste Website und Online Strategie	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
Checkliste Online Arbeitgebermarke	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
Beispiele von Anforderungen und deren Umsetzung	115
Beispiel 1: Eine „Wald und Wiesen“-Rechtsanwaltskanzlei mit dem Schwerpunkt auf Arbeits- und Familienrecht	115
IST-Situation	115
SOLL-Situation	116
Die Umsetzung für den Bereich Arbeitsrecht, Kündigungsschutzklage	116
Allgemeine Online Kanzleiidentität und Arbeitgebermarke	123
Fazit	125

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
Schlusswort	143