

# Inhaltsverzeichnis

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Der Autor .....</b>   | <b>V</b>    |
| <b>Vorwort.....</b>  | <b>VII</b>  |
| <b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>   | <b>XIII</b> |
| <b>1. Einleitung .....</b>   | <b>1</b>    |
| <b>2. Die Notwendigkeit zur Akquisition .....</b>  | <b>3</b>    |
| <b>Teil I: Marketing und Voraussetzungen in der Kanzlei .....</b>  | <b>8</b>    |
| <b>3. Marketing als Voraussetzung der Akquisition .....</b>  | <b>8</b>    |
| 3.1 Strategisches Kanzleimarketing.....  | 10          |
| 3.2 Der Prozess des strategischen Marketings.....  | 11          |
| 3.2.1 Kanzleiphilosopie .....  | 12          |
| 3.2.2 Informationsgrundlagen und Analyse I .....   | 14          |
| 3.2.3 Marketingziele setzen.....   | 15          |
| 3.2.4 Identifizierung von Marktchancen und Analyse II .....  | 21          |
| 3.2.5 Planung des Marketingmix.....  | 24          |
| 3.3 Maßnahmen entwickeln .....   | 36          |
| 3.4 An was noch zu denken ist .....  | 40          |
| <b>4. Weitere Voraussetzungen in der Kanzlei schaffen .....</b>  | <b>42</b>   |
| 4.1 Einführung des strategischen Marketings als Veränderungsprojekt .....                                    | 44          |
| 4.2 Wie es funktioniert: „Die Charta des Managements der Veränderungen“ .....                                | 47          |
| 4.2.1 Zielorientiertes Management.....   | 48          |
| 4.2.2 Keine Maßnahme ohne Diagnose .....   | 49          |
| 4.2.3 Ganzheitliches Denken und Handeln .....  | 50          |
| 4.2.4 Beteiligung der Betroffenen .....  | 51          |
| 4.2.5 Hilfe zur Selbsthilfe .....  | 52          |
| 4.2.6 Prozessorientierte Steuerung .....   | 53          |
| 4.2.7 Lebendige Kommunikation .....  | 53          |
| 4.2.8 Sorgfältige Auswahl der Schlüsselpersonen .....  | 55          |
| 4.3 Die größte Herausforderung: Veränderung der Unternehmenskultur .....                                     | 56          |
| 4.4 Beispiele für Organisationsentwicklungsarbeiten in den Themenbereichen<br>Marketing und Akquisition..... | 59          |
| 4.4.1 Beispiel: Mitarbeiterbeteiligung bei Marketing und Akquisition .....                                   | 59          |
| 4.4.2 Beispiel: Check des strategischen Marketings.....  | 59          |
| 4.4.3 Beispiel: Beginn strategischer Arbeit in nur einem Geschäftsbereich<br>als Leuchtturmprojekt .....     | 61          |
| <b>5. Mitarbeiterentwicklung .....</b>   | <b>62</b>   |
| 5.1 Aus- und Fortbildung, Coaching Mentoring .....   | 62          |
| 5.2 Die Verantwortung der Führungskraft .....  | 62          |
| 5.3 Belohnungssystem.....  | 63          |

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Teil II: Akquisition in der Umsetzung .....</b>  | <b>65</b> |
| <b>6. Die persönliche Akquisitionstätigkeit.....</b>  | <b>65</b> |
| 6.1 Wirtschaftsprüfer, Steuerberater und Rechtsanwälte als Verkäuferpersönlichkeiten?! .....        | 65        |
| 6.2 Sach- und Beziehungsebene.....  | 65        |
| 6.3 Die Vorbereitung von Pitches .....  | 68        |
| 6.3.1 Persönliche Vorbereitung .....  | 68        |
| 6.3.2 Die Arbeit am eigenen Auftreten .....   | 70        |
| 6.3.3 Informationssammlung .....  | 72        |
| 6.3.4 Den Erstkontakt herstellen.....   | 73        |
| 6.3.5 Elevator Pitch.....   | 78        |
| 6.3.6 Exkurs: Selbstmarketing .....   | 82        |
| 6.3.7 Sonderfall Kaltakquise als Vorbereitung der weiteren ausführlichen Akquisitionsschritte ..... | 85        |
| 6.3.8 Mandantenkontakte gewinnen über Networking .....  | 89        |
| 6.4 Kommunikationskompetenz: Professionelle Gesprächsführung mit Mandanten .....                    | 92        |
| 6.4.1 Ist-Zustand .....   | 92        |
| 6.4.2 Wahrnehmung im Gespräch.....  | 93        |
| 6.4.3 Teilnehmerorientierung: Die Vorbereitung auf den/die Kommunikationspartner.....               | 97        |
| 6.4.4 Zusammenstellung des Teams.....   | 112       |
| 6.5 Beraten statt verkaufen: das Akquisitionsgespräch .....   | 113       |
| 6.5.1 Die vier Phasen .....   | 114       |
| 6.5.2 Die konkrete Gesprächsvorbereitung .....  | 116       |
| 6.5.3 Weitere Gesprächstipps.....   | 118       |
| 6.5.4 Die Eröffnungsphase.....  | 120       |
| 6.5.5 Die Problemanalyse.....   | 124       |
| 6.5.6 Die Argumentationsphase.....  | 127       |
| 6.5.7 Die Abschlussphase.....   | 132       |
| 6.6 Die Präsentation.....   | 136       |
| 6.6.1 Die formale Präsentation.....   | 137       |
| 6.6.2 Präsentationskompetenz.....   | 138       |
| 6.6.3 Die Grundlagen .....  | 139       |
| 6.6.4 Zielsetzungen und Erwartungen.....  | 141       |
| 6.6.5 Das Thema .....   | 141       |
| 6.6.6 Die Teilnehmer .....  | 143       |
| 6.6.7 Der Zeitplan .....  | 144       |
| 6.6.8 Ort und Raum.....   | 145       |
| 6.6.9 Die Medien .....  | 146       |
| 6.6.10 Struktur der Präsentation.....   | 151       |
| 6.6.11 Nachbereitung.....   | 157       |
| 6.6.12 Umgang mit Lampenfieber .....  | 158       |

|  |            |
|--|------------|
| <b>7. Die Nachbereitung von Pitches.....</b>                   | <b>160</b> |
| 7.1 Beziehungsmanagement betreiben.....                        | 160        |
| 7.2 Umgang mit Beschwerden .....                               | 161        |
| <b>8. Vom Denken zum Handeln.....</b>                          | <b>163</b> |
| 8.1 Wichtige Akquiseaufgaben statt dringende Fachaufgaben..... | 165        |
| 8.2 Planung und Umsetzung .....                                | 167        |
| <b>Teil III: Zusammenfassung .....</b>                         | <b>171</b> |
| <b>Literaturverzeichnis .....</b>                              | <b>173</b> |
| <b>Stichwortverzeichnis.....</b>                               | <b>177</b> |