

Inhaltsverzeichnis

Vorwort zur 4. Auflage	5
Vorwort zur 1. Auflage	7
I. Einführung	11
II. Die wichtigsten Marketing-Konzepte	19
1. Der Marketing-Prozess	20
2. Marktsegmentierung und Wettbewerb	25
3. Kundenbedürfnis und Positionierung	40
4. Aufgabenbestimmung	48
5. Innerer Widerstand gegen Marketing	54
6. Der rechtliche Rahmen des Marketings	57
III. Das professionelle Auftreten	63
1. Ein Name für Ihre Kanzlei	64
2. Zu Besuch in der eigenen Kanzlei	73
3. Das eigene Auftreten	81
4. Visitenkarten und Briefpapier	92
5. Kanzleibeschreibung und Broschüre	98
6. Online	109
7. Verzeichnisse und Auskunftsdienste	119
8. Der Newsletter	126
9. Im Aufzug	131
IV. Wie Sie Kontakte knüpfen	135
1. Networking	136
2. Social Media Marketing	143
3. Wie Sie in die Zeitung kommen	146
4. Auftreten in Radio und Fernsehen	153
5. Die eigenen Worte veröffentlichen	156
6. Wie Sie ein Podium finden	161
7. Veranstaltungen selbst organisieren	165
8. Sponsoring	172
9. Lohnt sich Werbung?	177
10. Entwicklung der Kontakt-Strategie	184
V. Vom Erstkontakt bis zur langfristigen Mandantenbeziehung	193
1. Wie reagieren Sie auf eine Anfrage?	195

2. Das Erstgespräch	198
3. Umgang mit Widerstand	202
4. Der Abschluss	206
5. Führen Sie die Mandantenbeziehung	209
6. Mandantenbindung nach dem Erstmandat	217
7. Die Mandantenbefragung	222
VI. Fazit	227
Literaturhinweise	229
Stichwortverzeichnis	235