



Die Z.U.G. – Strategie für Kanzleien: **Ziel.Umsetzung.Gewinn.**

Z.U.G.: Wie Kanzleien ihre Ziele definieren und – auch online - erreichen

busmann training® - Johanna Busmann
www.busmann-training.de --- www.anwalts-akquise.de --- www.anwalts-coach.de



Die Z.U.G. - Strategie macht **Schluss mit Wünschen!**

Was in einer Kanzlei als „gemeinsames Ziel“ gilt, entpuppt sich bei wohlwollender Betrachtung lediglich als vollmundig heraus posaunter Wunsch:

„Wir wollen mehr Umsatz machen.“

Wünsche sind austauschbar, folgenlos - und völlig irrelevant für den Arbeitsalltag.

Wer keine Ziele definiert, kann auch keine erreichen.

Was bewirken Ziele für die Kanzlei?

Echte Ziele sind sexy, sehr konkret und unausweichlich. Sie bewirken **Klarheit, Transparenz** und **Verbindlichkeit** für jeden - nach außen und innen.

Zieldefinitionen sind die Statik im Haus der **Kanzleistrategie**: Welche Mandanten (Wie viel Umsatz / Welche Marktposition / Welche Spezialisierung / Welche Kanzleikultur nach innen etc) wollen wir? Bis wann? Was muss dafür getan werden? Wer tut was? Wer hilft? Welche Einwände könnten uns begegnen? Wie werden wir diese Einwände neutralisieren?

Ziele ermitteln zuerst das Ende eines Weges und dann den Weg selbst. Jeder in der Kanzlei richtet seine **Verhaltensweisen** auf dieses gemeinsame Ziel aus.

Was unterscheidet Ziele von Wünschen?

Wünsche dagegen („Wir möchten mittelständische Mandanten gewinnen“) sind in einer Kanzlei Zeit- Geld- und Energieräuber mit dem oft unbewussten Ziel, die eigene **Ziellosigkeit** zu verbergen. Der Satz „Ich habe das Ziel nicht erreicht“ kommt - wen wundert's - von Menschen, die in ihrem Leben noch kein **Ziel definiert** sondern nur **Wünsche geäußert** haben!

(Teil-) Zielerreichung durch Online Akquise

Tausende anwaltlicher Webseiten erfüllen nicht einmal die Funktion einer schlichten Visitenkarte: **Kontaktdaten** versteckt, Schrift klein, e-mail Adresse fehlt komplett!

Der Blitzworkshop zeigt, wie Sie Ihre Webseite „aufrüsten“, damit sie Ihnen bei der **Neu-Akquise** der gewünschten Klientel hilft. Sogar Personen, die weder Ihren Namen noch Ihre Stadt kennen, können Sie auf der berühmten **Google-Seite 1** (!) finden.

Ihre Seite ist optimiert für **mobile Endgeräte** (76 % aller Internet-User nutzen für Recherchen mobile Geräte!).

Ihre Seite zeigt nicht zuerst, was Sie können, sondern was dies dem Mandanten bringt! Der Schreibstil bedient die **Mandantensicht**: kurz, konkret, empathisch, verständlich und ausschließlich am **Nutzen** des Lesers orientiert.

Eine Akquise-Webseite fordert den Mandanten auf, **mitzumachen**: Ein Buch lesen, kaufen, bestellen. Einen Artikel lesen. Einen Film sehen. Eine Sofort-Anfrage stellen. Newsletter bestellen. Eine kostenlose Ersteinschätzung einholen (kein Rechtsrat!). Für Laien aufbereitete, aktuelle Urteile lesen. Etc.

Machen Sie Schluss mit **folgenlosen Versprechen** wie „Wir sind für Sie da!“ und bieten Sie **alltagstaugliche Verwertbarkeit!**

1. Vormittag: Strategie / Ziel

Der Workshop am Vormittag trainiert Sie darin, ein für alle Mitarbeiter der Kanzlei tragfähiges und durch alle erreichbares **Ziel** zu definieren, zu schärfen und zu erreichen:

- Wie Sie ein Unternehmens-Ziel definieren
- Wie Sie Ihre Ziele erreichen
- Wie Sie Ziele klein und Erfolge groß machen (NICHT umgekehrt!)
- Wie Sie Mitarbeitern Kanzleiziele vorgeben und Schritte dorthin delegieren
- Ist der Einwand zu groß, ist das Ziel zu schwach!

2. Ihre Webseite als Akquise-Instrument

Der Workshop am Nachmittag wird Sie mit Tipps (und einigen Übungen) versorgen, durch die Ihre Webseite zu einer Akquise-Webseite wird:

- Einführung: 10 gut begründete Anweisungen an Ihre Agentur / Ihren Designer
- Vertrauen: Die Start-, Philosophie-, Team- und Kostenseiten
- Permalinks: Die SEO-strategische Namensgebung Ihrer Seiten
- Inhalt: SEO-strategische Aufbereitung durch keywords - „content is king“
- Aktualität: Vom (Un-)Sinn des bloggends und facebookens
- Bedeutung von Bild- und Farbsprachen an Beispielen (live gezeigt)
- Call-to-action: Mitmachen soll der User!
- Nutzenargumentation: Vom „Ich kann X“ zu „Der Mandant kann durch mich Y“
- Sprache: KKP (kurz-konkret-präzise)