

Vorwort

Kanzleien sind dann unternehmerisch erfolgreich, wenn sie im Vergleich zum relevanten Wettbewerb ein attraktives Image aufbauen, und daraus abgeleitete Erwartungen überzeugend erfüllen.

Für den langfristigen Erfolg sind vor allem zwei Dinge entscheidend:

1. Alle in der Kanzlei ziehen an einem Strang.
2. Bei der Fülle der operativen und strategischen Aufgaben verzettelt sich die Kanzleiführung nicht.

Ein vom gesamten Team geteiltes Leitbild und eine verständliche und überzeugende Strategie mit klaren Zielen sind die Erfolgsgaranten. Mit dem Workshop und diesem Reader mit Checklisten erhalten Sie die grundlegenden Konzepte, Tools und Checklisten, mit denen Sie Ihre Kanzlei unternehmerisch permanent weiterentwickeln können.

Ich wünsche Ihnen beim Workshop und der Lektüre viel Freude, und bei der Umsetzung Ihrer unternehmerischen Ziele viel Energie, Spaß und Erfolge!

Mit den besten Wünschen



Ihr Ulf Hausmann



Inhaltsübersicht

Vorwort 2

A) Leitbildentwicklung: Ideologie und visualisierte Zukunft 4

 Was hat ein klares Leitbild mit Zeitmanagement zu tun? 4

 Der wichtigste Grundsatz: Ein Leitbild kann nicht verordnet werden..... 6

 Die positive Funktion von Leitbildern 9

 Die Rolle der Unternehmenskultur 9

 Praxistipps für die Kanzlei- und Mitarbeiterführung 11

CHECKLISTE zur Leitbildentwicklung..... 12

 a) Kern-Werte..... 13

 b) Kern-Zweck..... 15

 c) 10 - 30 Jahre "großes, haariges, waghalsiges Ziel" (GHWZ)..... 19

 d) Feurige, bildhafte Beschreibung der Zukunft 22

 Konzept Mitarbeiterworkshop: Wer ist "Mars-Gruppe" in Ihrer Kanzlei? 23

 Praktische Tipps und Hinweise zur Moderation von Workshops 25

B) Strategie- und Zielentwicklung, Zielgruppen, Positionierung 32

Die fünf strategischen Kräfte von Kanzleien effektiv nutzen 33

 Der Dienstleistungsprozess in der Kanzlei 39

 Zielsetzung..... 41

 Was sind Ihre Stärken?..... 43

CHECKLISTE: Systemisch korrekte Zielsetzung 50

 Zielmärkte definieren 53

 Unterscheidungsmerkmale, Wertebotschaft, Nutzen aus Sicht der Mandanten 56

 1. Unterscheidungsmerkmale Kommunizieren..... 57

 2. Wertebotschaft und Nutzenkommunikation in der Kanzlei 61

CHECKLISTE zur Strategieentwicklung 65

 Die Positionierung der Kanzlei 72

 CHECKLISTE "Freundlich-skeptischen Fragen" zu Ihrer Strategie von David Maister..... 76

C) Marketingaktionsplan..... 78

 30-SEKUNDEN WERBUNG & "ELEVATOR PITCH" 82

D) Umsetzung 86

 Lösen Sie den Zielkonflikt zwischen Tagesgeschäft und Marketing 86

 Typische Barrieren, die Kanzleien vom Marketing abhalten 88

 Tools die Ihnen helfen, Ihre Marketingaktivitäten umzusetzen:..... 88

E) Marketing-Intelligenz aufbauen 90

 Bauen Sie kontinuierlich „Marketing-Intelligenz“ auf 90

 Tools die Ihnen helfen, Marketing-Intelligenz aufzubauen: 90

F) Quellen und Literatur 92