

KANZLEIVERTRIEB

Umsatz kommt von umsetzen!

von Dominique Herff, Vertriebsleiterin, glawe-gmbh.de, Köln

| Digitalisierung, Fachkräftemangel, Weiterbildung, Online-Präsenz der Kanzlei, Optimierung von Kanzleimarketing und -vertrieb: Die Herausforderung liegt wie so oft nicht darin, den Handlungsbedarf zu erkennen und eine Strategie zu finden, sondern darin, die Strategie umzusetzen. Gerade die Komplexität der Umsetzung kann dazu führen, dass der Blick für das Ganze verloren geht und man in Ausweichstrategien verfällt. Aber die besten Strategien sind die schlechtesten, wenn sie nicht umgesetzt werden. |

Es beginnt, wie alles andere auch, mit dem ersten Schritt. Eine Aufnahme der Ist-Situation gefolgt von der elementaren Frage: Wie soll meine Kanzlei in drei bis fünf Jahren aussehen, um weiter erfolgreich zu sein und gesund zu wachsen?

Es beginnt mit dem ersten Schritt – und dann einen vor den anderen

■ Beispiel: In fünf Schritten vom Leitbild zur Umsetzung

■ Bestandsaufnahme und Leitbild für die Zukunft

Wie soll meine Kanzlei in drei bis fünf Jahren aussehen, um erfolgreich zu bleiben und gesund zu wachsen und wo stehe ich heute?

■ Herausfordernde und spezifische Ziele setzen (Beispiele:)

- Der ausgewiesene Umsatzanteil für betriebswirtschaftliche Beratungsleistungen soll künftig 10 % betragen.
- Die vertrieblichen Grundlagen für den Verkauf von Beratungsleistungen (Leistungsdefinition, Bepreisung, Argumentationsstrategie, Vertriebskonzept etc.) sollen geschaffen werden.
- Die Kanzlei soll nach außen als Beraterkanzlei auftreten. Online und Social Media sollen das widerspiegeln.
- Die Mitarbeiter sollen beratungs- und verkaufssicher geschult werden.

■ Maßnahmen definieren und Meilensteine festlegen

■ Zeitplan aufsetzen

■ Umsetzen

- Maßnahmen zu Arbeitspaketen bündeln
- Entscheiden: selber machen, in der Kanzlei delegieren, extern vergeben
- Verantwortliche briefen und Arbeitspakete zuweisen
- regelmäßige Treffen mit den Verantwortlichen, um den Arbeitsfortschritt zu klären, Fragen und Probleme zu lösen
- Das Erreichen von Meilensteinen und des Projektendes gemeinsam feiern!
- Nächstes Projekt (kein Witz!)

Für bestimmte Bereiche, in denen die Kompetenz (noch) nicht im ausreichenden Maße in der Kanzlei vorhanden ist, kann es sinnvoll sein, sich beraten zu lassen. So dürfte es zum Beispiel für einen Vertriebsprofi ein leichtes sein, das Kanzleiteam verkäuferisch zu schulen. So kann eine Kanzlei innerhalb von zwei bis drei Jahren zukunftsfähig gemacht werden.

Beratung dort in Anspruch nehmen, wo die Kompetenz noch fehlt