

INHALTSVERZEICHNIS

1. MARKETING – Mag. Johann Aglas

- Welche Marketinginstrumente sind für meine Kanzlei überhaupt notwendig?
- Welcher Marketing-Mix passt zu meiner Kanzlei?
- Praktische Tipps bei der Erstellung eines StB Marketingplans
- Was sollte eine gute Homepage können?

2. SOZIALE NETZWERKE – Mag. Markus Grund

- Was ist Social Media?
- Warum Social Media?
- Facebook, Twitter & Co
 - Facebook
 - Twitter
 - Xing
 - LinkedIn
 - Youtube
 - Kanzleivideos
- Marketing für Facebook & Co
 - Welche Strategie?
 - Welche Social Media User gibt es?
 - Social Media Grundsätze
 - Zeitaufwand
 - Ziel

3. MITARBEITERMARKETING – Mag. Elisabeth Hubner, MSc

- Mitarbeitermarketing – als Arbeitgeber attraktiv?
 - Positionierung der Kanzlei am Markt für gute Mitarbeiter
 - Bewerber ansprechen, die zur Kanzlei passen
- Mitarbeitersuche
 - Medien und Wege zu passenden Mitarbeitern
 - Bewerbung: Wie sind die Besten zu finden?
- Optimale fachliche und persönliche Personaleinführung
- Personalentwicklungsmaßnahmen
 - Einfache Beurteilungs- und Feedbacksysteme
 - Mitarbeitergespräche – Einfache Instrumente für Ihren Erfolg
 - Wie können Sie gute Mitarbeiter halten?
 - Vereinbarkeit von Beruf und Familien

4. KLARE RECHNUNG – GUTE FREUNDE – Mag. Stefan Lami

- Was wünschen sich Klienten wirklich?
 - Transparenz
 - Sicherheit
 - Fix/Pauschalhonorar
 - Honorartransparenz
- Was ist klientenorientierte Honorargestaltung?
- Schlechte Honorare sind der Anfang vom Ende
 - Gute und schlechte Honorare
 - Schlechte Honorare bedingen einen Teufelskreis
 - Wirkung von guten Honoraren
- Das strukturierte Leistungsangebot für die Standardleistungen
 - Grundmuster – Ausgangsmodell für Fibu, LV, JA, StE
 - + nicht in Leistungsbündeln enthaltene Leistungen mit gesondertem Preis
- Honorartransparenz bringt Sicherheit und Kundenzufriedenheit
- Honorarvereinbarungen
- Das Honorargespräch – Standardleistungen und sonstige Beratungsleistungen
 - Abrechnungsorientierte Leistungen
 - Grundlage Gesprächsführung
 - Tipps
 - Honorarmethoden – wissensorientierte Leistungen
 - Grundlage Gesprächsführung
 - Tipps

5. KANZLEIKAUF – Mag. Klaus Hübner, MAS

- Worauf ist beim Kauf eines Klientenstocks zu achten? – Praktische Erfahrungen
- Mitarbeiter-, Klientenstruktur – welche Rolle spielt das beim Kauf einer WT-Kanzlei?
- Welche Parameter sind beim Kanzleikauf wirklich wichtig?
- Checkliste Kaufvertrag

6. PAPIERLOSES BÜRO – Mag. Wolfgang Foissner und Roland Beranek

- Neue praxiserprobte Technologien im WT-Bereich
- Effizienz bei ständig wiederkehrenden Routinebuchungen
- BMDGhost mit automatischen Lohnzettelimport aus FinanzOnline in die E1
- Automatische Bescheidabholung und –kontrolle
- Optimaler Umgang mit den e-Rechnungen der Klienten
- Vorteile einer schnittfreien Dokumentation
- Wie nehmen die Kunden das papierlose Büro wahr? - Kundenerfahrungsbericht

7. AUFTRAGSGEWINNUNG – Mag. Stefan Lami

- Dienstleistungsmarketing ist anders
- Die Goldmine – ihr derzeitigen Klienten
- Der richtige Klient
- Das richtige Gespräch
- One-Night-Stand oder Liebesbeziehung
- Ein anderes Geschäftsmodell
- Ökonomisches Paradoxon
- Verkaufsgespräche sind grundsätzlich falsch
- Marketingplan und Marketingbudget
- Zu beschäftigt fürs Geschäft
- Zu beschäftigt mit schlecht honorierten Leistungen
- Zu beschäftigt für wirksames Marketing
- Zu beschäftigt mit anderen Aktivitäten
- Danke sagen!
- Raus aus der Kanzlei

8. EMPFEHLUNGSMARKETING – Mag. Angela Hamatschek

- Die drei Erfolgshebel des Empfehlungsmarketing
 - Die Positionierung - Sorgen Sie für positiven Gesprächsstoff
 - Das Loyalitätsprogramm – zeigen Sie Ihre Wertschätzung
 - Um Weiterempfehlung bitten –auf die charmante Art
- Multiplikator Mandant – Türöffner für neue Kontakte
 - Erstellen Sie Ihre Beziehungslandkarte
 - Nutzen Sie die Netzwerke der Klienten
 - Die Klientenveranstaltung mit Turboeffekt