

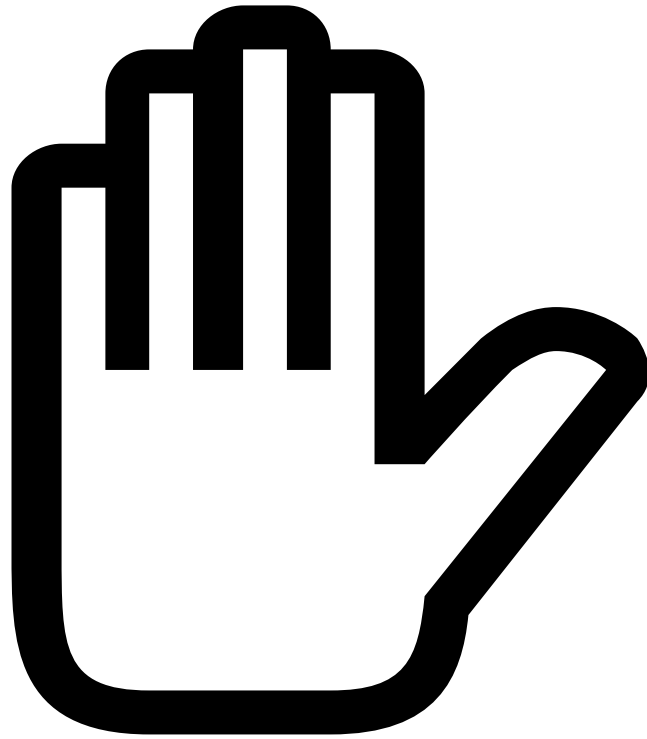
glaswerk

# Anwaltsmarketing im digitalen Zeitalter

[www.glaswerkconsulting.com](http://www.glaswerkconsulting.com)

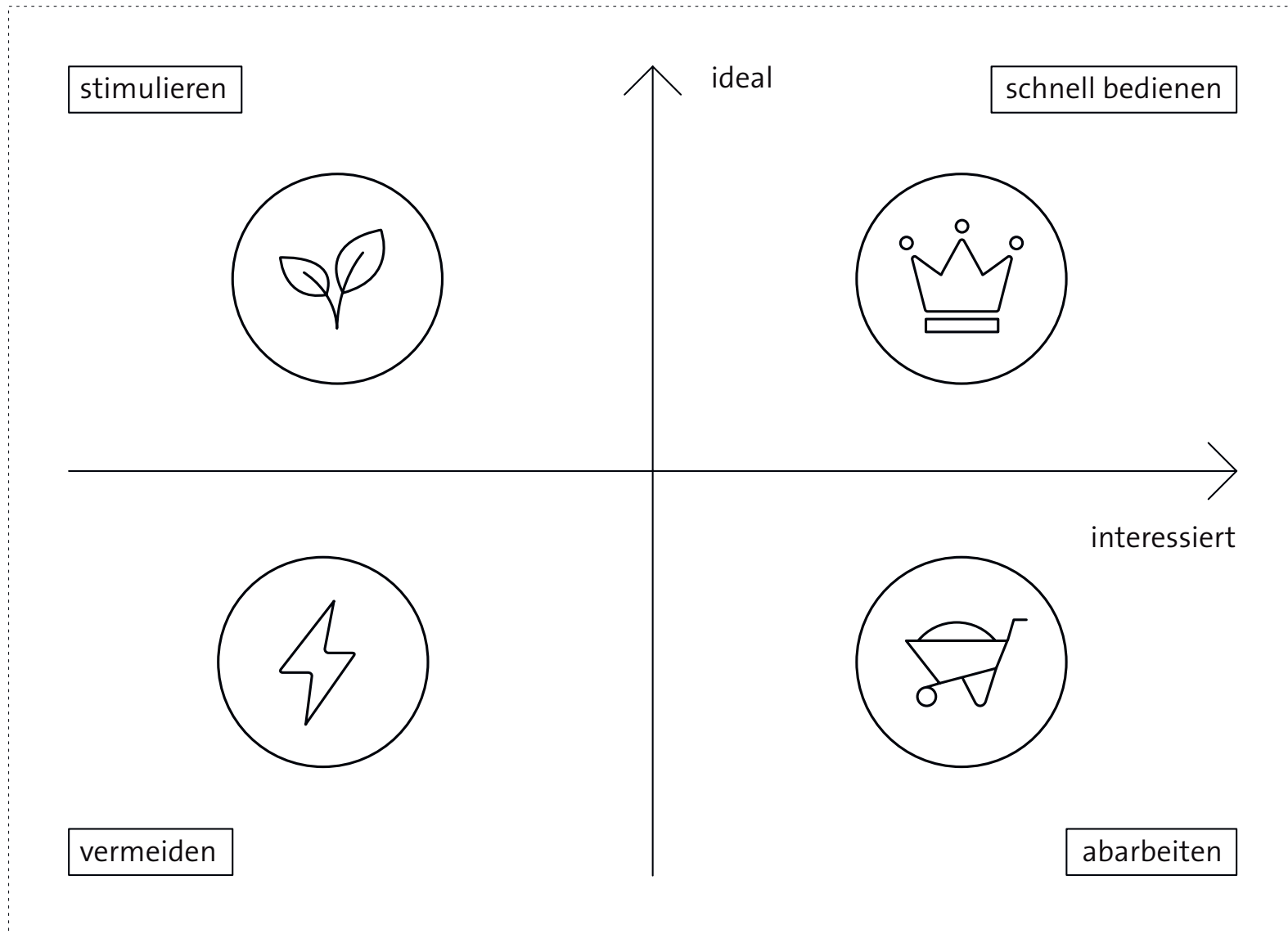


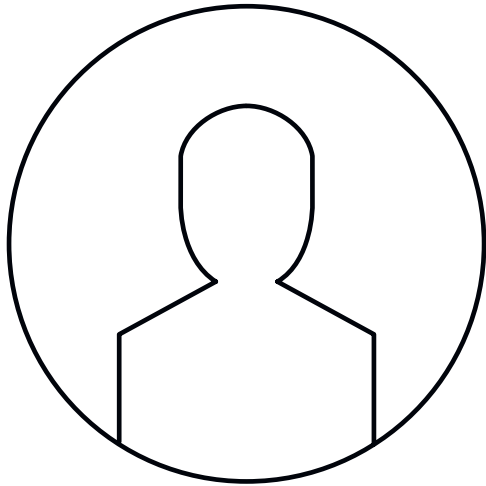
Let's get digital



# Ohne Strategie kein Erfolg!

- Wer ist unsere Zielgruppe?
- Welche Ziele wollen wir erreichen?
- Mit welchen Instrumenten gelingt uns dies?





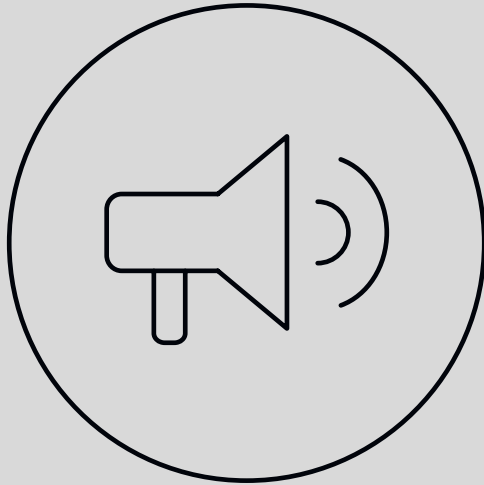
## Persona

- Funktion der Persona?
- Unternehmen? Branche?
- Aufgabenstellung? Probleme bei Lösung?
- Auslöser für Suche?
- Typische Suchabfrage?



## Wertangebot

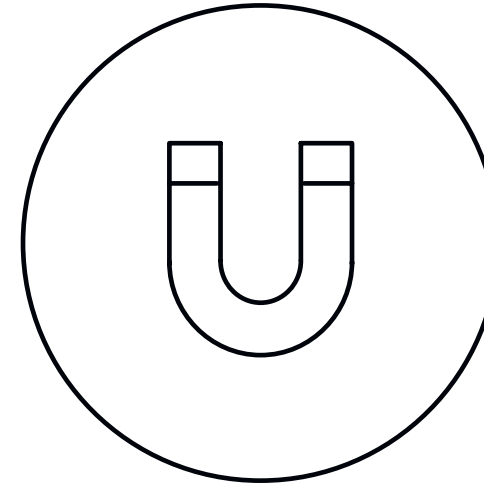
- Welches Leistungsangebot?
- Alleinstellungsmerkmal?
- Konkurrenz und alternative Angebote?
- Relevante Entscheidungskriterien?
- Heranführung?



## Outbound

Sich aufdrängen und für die Aufmerksamkeit von potenziellen Kunden kämpfen bzw. dafür bezahlen

Bsp. Print-Anzeige



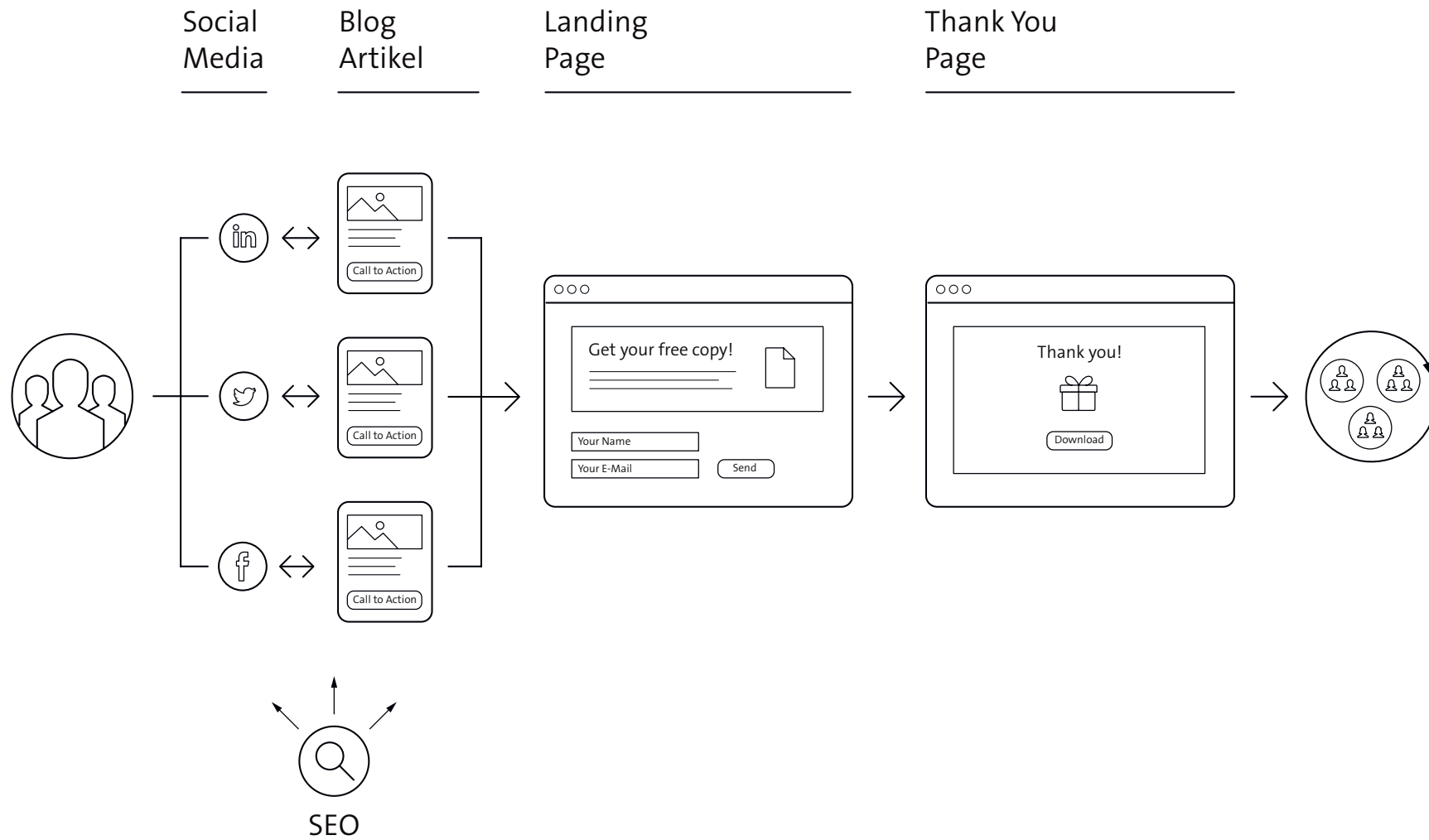
## Inbound

Potenzielle Kunden mit hilfreichen Inhalten auf sich aufmerksam machen und über das gesamte Kundenerlebnis hinweg einen Mehrwert bieten

Bsp. Blogartikel







# Content ist King



# Mehrwertige Informationen

- Die Lösung eines Problems aufzeigen
- Praktisch anwendbares Know-how vermitteln
- Spezialwissen für Fachleute kommunizieren

# Der perfekte Blogartikel

- Was möchte ich mit dem Artikel erzielen?
- Für wen schreibe ich?



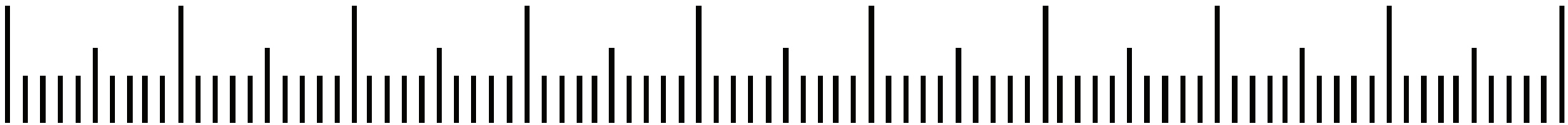
# Checkliste

- ✓ Sich in die Zielgruppe versetzen
- ✓ Nutzen für Leser stiften
- ✓ Eine Aussage pro Blogartikel
- ✓ Einen pointierten Titel texten
- ✓ Eine gute Einleitung verfassen



# Checkliste

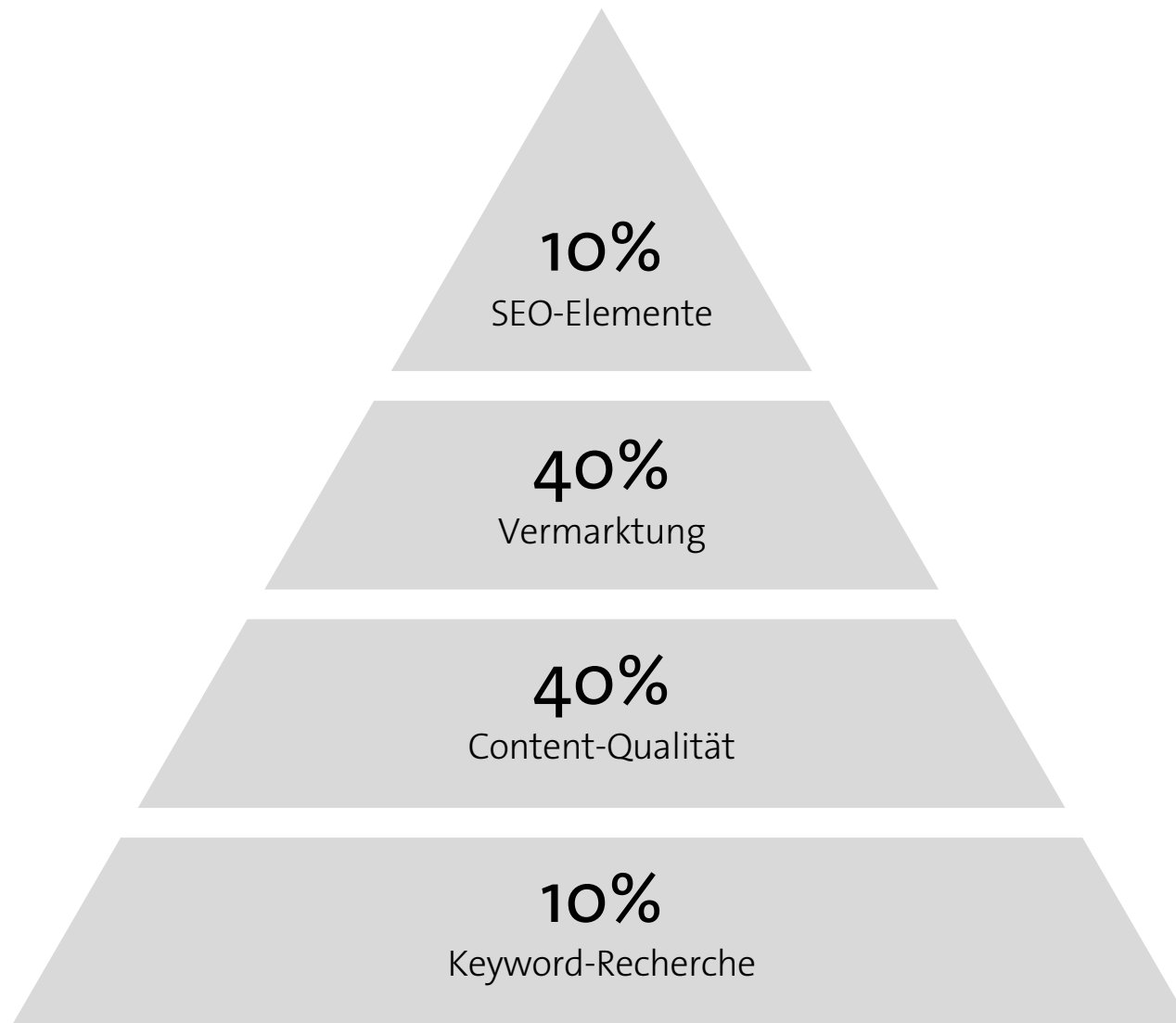
- ✓ Den Blogartikel strukturieren und bebildern
- ✓ Kategorien und Schlagwörter vergeben
- ✓ Lesefluss und Schreibstil optimieren
- ✓ Rechtschreibung und Grammatik prüfen
- ✓ Den Blogartikel bekanntmachen



# Umfang

- Blogartikel: 500 bis 1'500 Wörter
- Satz: 10 bis 15 Wörter

**Länge = Qualität und Mehrwert**



Get (sh)it  
done.

