

**netzwerk
südbaden**

GRÜNER

WIRDS

NICHT

DOCH

Was der Greta-Effekt in Südbaden bewirkt.

Oktober 2019 | Preis: 5,50 Euro | E 2014 www.netzwerk-suedbaden.de



Das regionale Wirtschaftsmagazin

SUSANNE SCHULZ

ALS KANZLEI AUF FACEBOOK? KLAR PASST DAS!

Wer an Facebook, Snapchat und Co. denkt, hat als erste Assoziation meist den Unterhaltungsfaktor.



Susanne Schulz,
Expertin für Positionierung, Image und Marke

Liken, teilen, hier ein Emoji und dort ein Gewinnspiel – all das gehört in den Sozialen Medien einfach dazu. Vermeintlich konservative Berufszweige wie zum Beispiel Rechtsanwälte, Wirtschaftsprüfer oder Steuerberater passen da doch nicht rein. Oder vielleicht doch? Ich bin der Meinung: Das passt sogar ganz hervorragend.

Wenn man die ganze Sache denn strukturiert und markengerecht angeht. Schließlich geht es auf Facebook nicht nur um Emotion, sondern auch um Information. Die Feeds von Nachrichtenredaktionen, NGOs oder Parteien sind dafür ein gutes Beispiel. Sie werden von Usern nicht zu Unterhaltungszwecken abonniert, sondern wegen des Mehrwerts. Will heißen: Jede Branche hat ihre Zielgruppe. Und jede Branche kann für diese Zielgruppe ein attraktives Angebot in den Sozialen Medien schaffen.

Gerade Rechtsanwaltskanzleien profitieren von einem gut durchdachten Auftritt auf Facebook. Für fast alle Kanzleien gehört heute schon ein Profil auf LinkedIn oder XING zum Standard. Das wird also niemanden überraschen. Aber auf Facebook ist die Branche bisher nur marginal vertreten. Es bietet sich hier also die perfekte Chance, eine Vorreiterrolle einzunehmen und die jüngere Generation gezielt anzusprechen. Zum einen geht es da natürlich um die Gewinnung potenzieller Mandanten. Hier zählt der viel besungene Mehrwert: Infos zu Rechtsthemen sind nützlich und geben den Interessenten einen ersten Eindruck vom Arbeitsalltag Ihrer Kanzlei. Gewonnene Fälle, die für eine

breitere Mehrheit relevant sind, eignen sich thematisch zum Beispiel ziemlich gut. Auch verständlich erklärte Tipps zu beliebten Themen wie Mietrecht sind für User hilfreich. Solche Informationsschnipsel ergeben sich in jeder Kanzlei aus dem Tagesgeschäft – man muss sie nur verständlich aufbereiten.

Facebook ist aber nicht nur ein geeignetes Werkzeug für die Ansprache potenzieller Kunden, sondern hilft auch beim Recruiting neuer Talente für die Kanzlei. Junge Absolventen suchen gezielt in den Sozialen Medien nach Arbeitgebern. Als Kinder der Digitalisierung erwarten sie, dass Unternehmen sich im Netz umfassend präsentieren. Sie suchen nach authentischen Einblicken ins Unternehmen, nach formlos erreichbaren Ansprechpartnern und legen Wert auf eine zeitgemäße digitale Strategie.

Hier haben Sie also die Chance, sich innovativ und nahbar zu zeigen, denn derzeit sind noch wenige Kanzleien auf Facebook aktiv. Mein Tipp: Nutzen Sie diesen Wettbewerbsvorteil, so lange er sich bietet. Die Profile auf LinkedIn oder XING offerieren ebenfalls verschiedene Möglichkeiten, mit künftigen Mitarbeitern zu interagieren und Inhalte zu verbreiten. Weil fast alle Kanzleien hier aktiv sind, ist der Wettbewerb aber auch entsprechend groß.

Welche Vorteile bietet ein Facebook-Profil für Kanzleien noch? Ein aktives Social Media Engagement ist relevant für SEO, wirkt sich also auch auf die Platzierung bei Google

aus. Sie werden von der Suchmaschine höher bewertet, wenn Sie Ihren Auftritt in den Sozialen Medien pflegen. Das verschafft Ihnen auch bei denjenigen Interessenten einen Vorteil, die Facebook nicht nutzen, denn das bessere Ranking schiebt sie in der Ergebnisliste von Google nach vorn.

Darüber hinaus erhöhen Sie Ihre Sichtbarkeit, indem Sie verschiedene Kanäle miteinander vernetzen. Die Sozialen Medien wirken als Multiplikator für Ihre Aktivitäten, wenn sie gut aufeinander abgestimmt sind. Weil alle Kanäle spezifische Vor- und Nachteile haben, können Sie für jede Kommunikationsmaßnahme das passende Medium wählen und die anderen unterstützend einbinden.

Nicht zuletzt sind gut strukturierte Social Media-Auftritte auch für Ihr Unternehmensimage wichtig. Sie ermöglichen Ihnen, gezielt auf das Markenbild einzuwirken und es über unterschiedliche Disziplinen hinweg zu stärken. Damit das funktioniert, sollte die Positionierung der Kanzlei im Vorfeld möglichst klar herausgearbeitet werden. Nur so stellen Sie sicher, dass wirklich alle Kommunikationsaktivitäten effektiv auf das Image einzahlen.

Würde ich Ihnen also empfehlen, schleunigst mit Social Media loszulegen, möglichst noch heute? Nein, keines-

falls. Denn der Erfolg eines Unternehmens in den Sozialen Medien hängt von einer sinnvollen Strategie ab. Wilde Postings auf allen Kanälen machen schlichtweg keinen Sinn. Erst einmal sollten Sie die passenden Medien auswählen. Welche sollen es sein und wie viele? Außerdem müssen Sie im Vorfeld Ihre Ziele definieren – was wollen Sie erreichen? Wollen Sie hauptsächlich neue Mandanten ansprechen, Mitarbeiter gewinnen, die Sichtbarkeit erhöhen? Wo immer es möglich ist, legen Sie dann Zielwerte fest, damit Sie den Erfolg Ihrer Maßnahmen auch überprüfen können.

Was Sie wo und wann posten, entscheidet nicht der Zufall, sondern ein gut strukturierter Redaktionsplan für mehrere Monate. In ihm halten Sie fest, welche Themen Sie zu welchem Zeitpunkt auf welchen Kanälen spielen wollen. So liefern Sie Ihren Followern regelmäßige Inhalte, bedienen aber auch den Anspruch der Algorithmen nach Konsistenz. Das klingt aufwändig, ist aber tatsächlich gar nicht so schwer. Im Brainstorming stellt man in der Regel fest, dass es viel mehr relevante Inhalte gibt als gedacht. Jede Branche hat Spannendes zu berichten – davon bin ich fest überzeugt. Wenn Sie Hilfe beim Sortieren Ihrer Ideen brauchen oder gar nicht wissen, wo Sie denn nun anfangen sollen, stehe ich Ihnen gern zur Seite. Sie erreichen mich wie immer unter mail@markeschulz.de

**Echtes Handwerk.
Mit viel Herz.**

Wir backen alles selbst.

Heitzmann
Wir backen mit Herz

www.baeckerei-heitzmann.de