

POWER UP YOUR PROFITS

Gewinnstrategien für Rechtsanwälte,
Steuerberater, Wirtschaftsprüfer

von

Troy A. Waugh

CPA, MBA

Nashville, Tennessee/USA

aus dem Amerikanischen von

Günter Halvax

Wirtschaftsprüfer

Wien/Österreich

2003

ojs
Verlag
Dr. Otto Schmidt
Köln

Schulthess **S**

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Vorwort von Günter Halvax	V
Vorwort von Troy A. Waugh	VII

Teil I

Besseres Verkaufen hilft den Mandanten

Tag 1: Marketing und Verkaufen gehen Hand in Hand	3
Tag 2: Dienstleistungen verkauft man wirklich anders	13
Tag 3: Ihr Marketing-Diplom in 15 Minuten: Es geht ausschließlich um Kommunikation	23
Tag 4: Verkaufskanonen in der Wirtschaftsberater-Branche	33

Teil II

Besseres Verkaufen liegt im Kopf

Tag 5: Verkaufen mit der richtigen Einstellung	45
Tag 6: Rüsten Sie Ihren Geist zum Verkaufen auf	57
Tag 7: Zögern Sie nicht – beginnen Sie ein Marketingprogramm	75
Tag 8: Kopfanteil = Marktanteil	89

Teil III

Peilen Sie bessere Mandanten an

Tag 9: Kontakte, Kontakte, Kontakte	101
Tag 10: Akquisition der „oberen Zehn“	119

	Seite
Tag 11: Empfehlungen auf natürliche Weise aufbauen	133
Tag 12: Lassen Sie Ihr Netz werken	149
Tag 13: Pflegen Sie Ihr Netzwerk	165
Tag 14: „Koopkurrenz“: Ein neues Konzept	177

Teil IV

Kraftwerkzeuge zum besseren Verkaufen

Tag 15: Rundschreiben, die ankommen	191
Tag 16: Von Seminaren und Vorträgen profitieren	205
Tag 17: Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Broschüren	217
Tag 18: Online-Marketing und Technologieberatung	229
Tag 19: Mit Marketingexperten arbeiten	245

Teil V

Sie verkaufen immer sich selbst

Tag 20: Reden ist Silber, Zuhören ist Gold	261
Tag 21: Vertiefung des Engagements	277
Tag 22: Fokus: Aufbau einer starken Nischenorientierung	287
Tag 23: Gewinne durch Angebote	299
Tag 24: Ihre Differenzierung begegnet Vorbehalten	313
Tag 25: Preisbildung mit Höchstwert	325

Teil VI

Aufbau der Gewinne durch Aufbau des Mandanten

Seite

Tag 26: Die Mandanten nach dem Auftragserhalt bei der Stange halten	339
Tag 27: Fünf-Sterne-Service bringt Gewinn	355
Tag 28: Mehr Gewinne kassieren – Preiserstellung unter Berücksichtigung der Gefühle der Mandanten	367

Teil VII

Führung durch Umsatz und Marketing

Tag 29: Zuerst investieren – dann kräftige Gewinne realisieren	379
Tag 30: Echte Führungsnaturen verkaufen	393
Tag 31: Jetzt müssen Sie verkaufen!	403
Bibliographie	415
Index	417