

Der erste Schritt im Marketing ist es, seinen Idealkunden zu definieren.

Erst wenn Sie wissen, wer genau Ihre Kanzlei attraktiv finden soll, können Sie Ihre Marketingstrategien genau darauf ausrichten, *WER* Ihre idealen Mandanten sind und *WIE* und *WO* Sie Ihre idealen Mandanten erreichen.

### Mit wem / Für welchen Mandanten wollen Sie arbeiten?

- Aus welcher geografischen Region kommt Ihr idealer Mandant?
- Welche Unternehmensgröße hat Ihr idealer Mandant?
- Welche Art Unternehmen ist es (Form, Branche etc.)?
- Wie hoch ist das Einkommen / der Gewinn Ihres idealen Mandanten?
- Welches Geschäftsmodell hat Ihr idealer Mandant?
- Welche Ergebnisse wünscht sich Ihr idealer Mandant für sich / sein Unternehmen?
- Welche Fragen stellt Ihr idealer Mandant an bzw. über sich / sein Unternehmen?
- Mit welchen Problemen ist Ihr idealer Mandant / sein Unternehmen konfrontiert?
- Was liest Ihr idealer Mandant?
- Wo kann man Ihren idealen Mandanten treffen?  
Wo hält sich Ihr idealer Mandant beruflich / privat auf?
- Welche Art von Geschäftspartner ist Ihr idealer Mandant  
(Wie geht Ihr idealer Mandant mit Ihnen und Ihrer Kanzlei um)?

### Beschreiben Sie die Qualitäten Ihrer Lieblingsmandanten der vergangenen Jahre:

.....

.....

.....

.....

Auf Basis dieser Informationen legen Sie nun die Kriterien für Ihren Idealmandanten fest – detailliert genug, dass Sie die Person bzw. das Unternehmen *rein aufgrund dieser Beschreibung* erkennen könnten:

### Wir arbeiten mit Mandanten, die ...

.....

.....

.....

.....

.....

.....