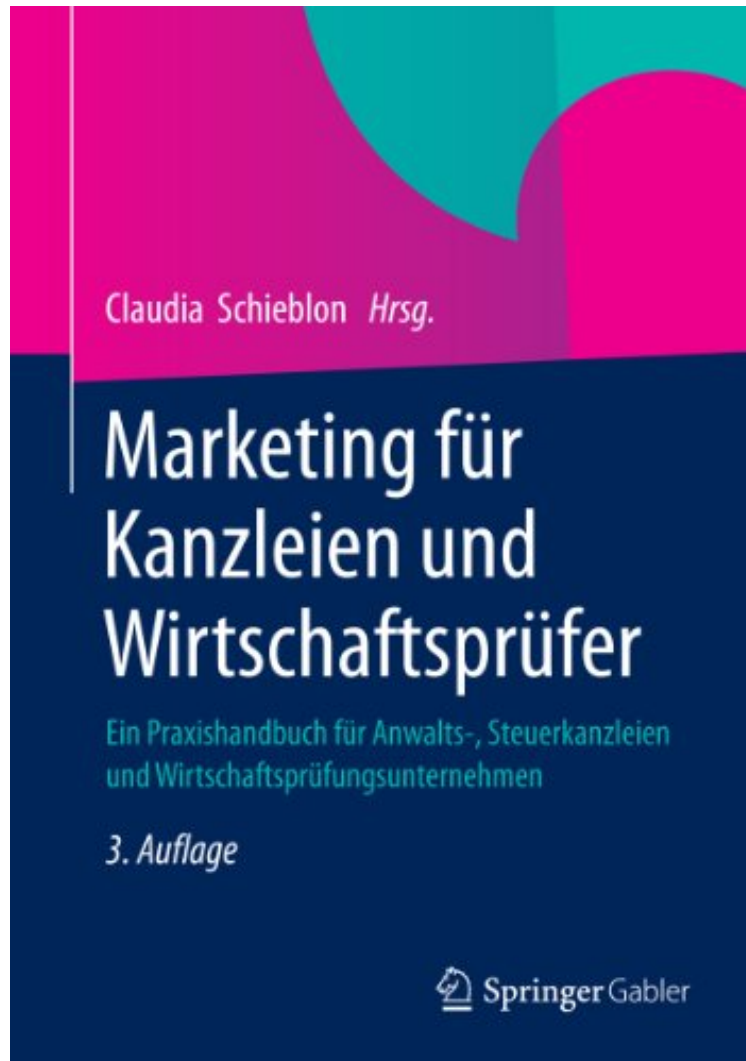


(Download ebook) Marketing für Kanzleien und Wirtschaftsprüfer: Ein Praxishandbuch für Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen (German Edition)

Marketing für Kanzleien und Wirtschaftsprüfer: Ein Praxishandbuch für Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen (German Edition)

From Springer Gabler
DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub



DOWNLOAD



+

READ ONLINE

#4576543 in eBooks 2013-10-01 2013-10-01 File Name: B00FKP4ROU | File size: 69.Mb

From Springer Gabler : Marketing für Kanzleien und Wirtschaftsprüfer: Ein Praxishandbuch für Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen (German Edition) before purchasing it in order to gauge whether or not it would be worth my time, and all praised Marketing für Kanzleien und Wirtschaftsprüfer: Ein Praxishandbuch für Anwalts-, Steuerkanzleien und

Im Markt der Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen herrscht starker Wettbewerb. Marketingaktivitäten sind seit langem Usus und unerlässlich, um sich im Markt zu behaupten. Das vorliegende Buch geht auf die wichtigen Marketing- und Geschäftsentwicklungsthemen von Kanzleien ein und unterstützt so wirksam den Aufbau und die Umsetzung effektiver Marketingmaßnahmen kleiner wie großlicher Einheiten. Dieses Handbuch ist verfasst von Kanzleimarketing-Spezialisten und erfahrenen Praktikern der führenden Wirtschaftskanzleien und WP-Gesellschaften in Deutschland. Für die 3. Auflage wurden alle Kapitel überarbeitet, dabei zum Teil von neuen Autoren verfasst, und vier aktuelle Themenbereiche ergänzt.

From the Back Cover Im Markt der Anwalts-, Steuerkanzleien und Wirtschaftsprüfungsunternehmen herrscht starker Wettbewerb. Marketingaktivitäten sind seit langem Usus und unerlässlich, um sich im Markt zu behaupten. Das vorliegende Buch geht auf die wichtigen Marketing- und Geschäftsentwicklungsthemen von Kanzleien ein und unterstützt so wirksam den Aufbau und die Umsetzung effektiver Marketingmaßnahmen kleiner wie großlicher Einheiten. Dieses Handbuch ist verfasst von Kanzleimarketing-Spezialisten und erfahrenen Praktikern der führenden Wirtschaftskanzleien und WP-Gesellschaften in Deutschland. Für die 3. Auflage wurden alle Kapitel überarbeitet, dabei zum Teil von neuen Autoren verfasst, und vier aktuelle Themenbereiche ergänzt. Der Inhalt: Entwicklung des Kanzleimarketings; Markenbildung und -führung; Interne und externe Kommunikation; Online-Marketing; Internationales Marketing; Personalmarketing; Marketing implementieren; Marketingcontrolling; Sponsoring und Corporate Social Responsibility; Business Development; Pitches und Pitchprozess; Kontaktdatenmanagementsystem; Partner von Marketing begeistern Die Zielgruppen- Anwalts-, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater- Fach- und Führungskräfte aus Marketing und Business Development in Kanzleien und WP-Gesellschaften- Service Provider der Branche Herausgeber und Autoren Herausgeberin ist Claudia Schieblon, Gründerin und Leiterin des Professional Management Network (PMN). Das PMN ist ein seit 1999 bestehendes Netzwerk der führenden Wirtschaftskanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und bietet Austausch und Information für deren Management und Business Services. Autoren sind: Astrid Altmann Forbes, Gleiss Lutz; Thorsten Ashoff, Hogan Lovells; Marcus Brans, Schaeffler AG; Armin Heszlinger, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater; Dr. Christopher Holl, Bach Langheid Dallmayr; Christina Krings, Stephan Kuster, Ernst Young; DLA Piper; Petra Mosebach, Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin; Sabine Reuss, Cap Gemini; Nina Schweneke, Hogan Lovells; Christoph Tillmanns, Freshfields Bruckhaus Deringer; Jill Warren, Bird Bird; Janine Weller-Beunings, Latham Watkins; Dr. Marcus Willamowski, Linklaters; Stefanie Wismeth, KPMG. About the Author Herausgeberin ist Claudia Schieblon, Gründerin und Leiterin des Professional Management Network (PMN). Das PMN ist ein seit 1999 bestehendes Netzwerk der führenden Wirtschaftskanzleien und Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und bietet Austausch und Information für deren Management und Business Services. Autoren sind: Astrid Altmann Forbes, Gleiss Lutz; Thorsten Ashoff, Hogan Lovells; Marcus Brans, Schaeffler AG; Armin Heszlinger, Wirtschaftsprüfer und Steuerberater; Dr. Christopher Holl, Bach Langheid Dallmayr; Christina Krings, Stephan Kuster, Ernst Young; DLA Piper; Petra Mosebach, Wirtschaftsprüferin und Steuerberaterin; Sabine Reuss, Cap Gemini; Nina Schweneke, Hogan Lovells; Christoph Tillmanns, Freshfields Bruckhaus Deringer; Jill Warren, Bird Bird; Janine Weller-Beunings, Latham Watkins; Dr. Marcus Willamowski, Linklaters; Stefanie Wismeth, KPMG.