

26.05.2021 – 12:00 Uhr

In Anwaltskanzleien und in der Buchhaltung werden Geschäftsentwicklung und Marketing laut einer globalen LexisNexis InterAction-Umfrage am stärksten von COVID-19 getroffen

Raleigh, North Carolina (ots/PRNewswire) -

Die Mehrheit der Firmen empfindet die Geschäftsentwicklung als schwieriger, aber Firmen mit hohem Wachstum investieren mehr in Marketing und Geschäftsentwicklung

Sowohl Anwaltskanzleien als auch Wirtschaftsprüfungs- und Finanzdienstleistungsunternehmen (A&FS) mussten aufgrund der COVID-19-Pandemie große Einbußen bei ihren Geschäftsentwicklungs- und Vertriebsbemühungen hinnehmen, wobei neue Strategien und mehr Aufwand erforderlich sind, um neue Geschäfte zu gewinnen, so die [2021 InterAction Marketing & Business Development Survey](#) von Anwalts- und A&FS-Kanzleien. Dies ist das erste Jahr, in dem [LexisNexis InterAction](#) einen separaten Bericht für Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zusätzlich zum jährlichen Kanzleireport erstellt hat.

Mitarbeiterführung und Geschäftsentwicklung/Vertrieb waren die beiden Kategorien der Arbeit in Anwaltskanzleien und A&FS-Firmen, die am stärksten von der Pandemie betroffen waren; fast zwei Drittel der Unternehmen, die an der Umfrage teilnahmen, berichteten, dass sie in diesen Bereichen Probleme hatten. Es überrascht nicht, dass eine überwältigende Mehrheit der Firmen angab, dass sich die Marketing- und Geschäftsentwicklungsstrategien im letzten Jahr deutlich verändert haben. Mit der Umstellung auf digitale Reichweite - acht der zehn meistgenutzten Marketingtechniken der Firmen waren digital - haben die Firmen auch neue Herausforderungen für ihren Erfolg gefunden. Als größte Herausforderung für die Effektivität des Marketings wird sowohl von Anwaltskanzleien als auch von A&FS-Firmen die Datenqualität genannt.

"Die COVID-19-Pandemie hat die Stärken und Schwächen der Geschäftsentwicklung und des Marketings in jeder Branche aufgedeckt, aber sie wirft auch ein Licht darauf, wie sich Kanzleien und Finanzdienstleister verbessern können", so Brendan Nelson, General Manager von LexisNexis Software Solutions. "Da der Einsatz von Technologie den Unternehmen hilft, ihre wertvollen Daten besser zu erfassen, zu verwalten und Erkenntnisse daraus zu gewinnen, können sie einen ganzheitlichen und strategischen Ansatz für die Geschäftsentwicklung verfolgen, der das Unternehmenswachstum erfolgreich vorantreibt."

Der Wert von Metriken und Daten bei der Umsetzung erfolgreicher Marketing- und Geschäftsentwicklungsprogramme wurde in beiden Umfragen deutlich, aber es gab wesentliche Unterschiede in den Fähigkeiten der Unternehmen, diese Daten zu nutzen, um effektivere Strategien zu entwickeln. Anwaltskanzleien, die im Jahr 2020 ein hohes Wachstum verzeichneten, nutzten mit viermal höherer Wahrscheinlichkeit Tracking-Metriken für Marketing- und Geschäftsentwicklungsbemühungen. A&FS-Kanzleien hatten jedoch durchweg Schwierigkeiten, da nur 11,2 % der Kanzleien angaben, dass sie mit ihren Möglichkeiten zur Leistungsverfolgung sehr zufrieden waren.

"Während das Jahr 2020 viele einzigartige Herausforderungen mit sich brachte, lernen sowohl Anwaltskanzleien als auch A&FS-Firmen von diesen Herausforderungen, um ihre Firmen auf ein neues Niveau zu bringen", sagte Scott Winter, Director of Product Development bei InterAction. "Während diese beiden Sektoren ihre Ausgaben in unterschiedliche Bereiche lenken werden, spiegeln ihre Pläne die Erkenntnis wider, dass die Nutzung von datengesteuerten Erkenntnissen ein wichtiger Weg ist, um einen systematischeren Ansatz zur Geschäftsentwicklung zu ermöglichen."

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

- Pandemiebedingte Probleme waren für 51 % der Anwaltskanzleien und 42 % der A&FS-Kanzleien die größte Herausforderung.
- 54 % der wachstumsstarken Unternehmen erlebten eine positive Auswirkung der COVID-19-Pandemie. Das Gleiche gilt für nur 11 % der Firmen ohne Wachstum.
- Wachstumsstarke Firmen investieren mehr in Marketing und Geschäftsentwicklung. Anwaltskanzleien mit hohem Wachstum prognostizieren einen Anstieg von 38 %. Wachstumsstarke A&FS-Firmen gaben im Durchschnitt 15,5 % des Umsatzes für Marketing aus und damit fast dreimal so viel wie andere Firmen.
- Wenn es um Marketing/BD-Investitionen geht, unterscheiden sich A&FS und Kanzleien stark.

Anwaltskanzleien werden stark in die Website ihrer Kanzlei, CRM und Schulungen für Anwälte investieren, während A&FA-Firmen zusätzlich zu CRM auch in soziale Medien und E-Mail-Marketing investieren werden.

Die InterAction Marketing & Business Development Studie 2021 steht [hier](#) zum Download bereit.

Umfrageantworten wurden für den Zeitraum Q4 2020 bis Q1 2021 gesammelt. Bei der Umfrage unter Anwaltskanzleien kamen Antworten von 168 Kanzleien, wobei AmLaw 200, Global 1000 und mittelgroße Kanzleien (100-499 Mitarbeiter) mit 36 % aller Umfrageteilnehmer an der Spitze lagen. Firmen mit 500 oder mehr Mitarbeitern waren in der Umfrage ebenfalls gut vertreten, sie machten mehr als 27 % der Gesamtzahl aus. Die Antworten von A&FS-Firmen kamen von 154 befragten Fachleuten, die mit 14 Titeln aus vielen Regionen rund um den Globus und aus vielen Stufenebenen innerhalb des Sektors vertreten waren.

Informationen zu LexisNexis Legal & Professional

LexisNexis Legal & Professional® ist ein weltweit führender Anbieter von rechtlichen, regulatorischen und geschäftlichen Informationen und Analysen, die Kunden helfen, ihre Produktivität zu steigern, die Entscheidungsfindung und die Ergebnisse zu verbessern und die Rechtsstaatlichkeit auf der ganzen Welt zu fördern. Als digitaler Pionier war das Unternehmen das erste, das mit seinen Diensten Lexis® und Nexis® juristische und wirtschaftliche Informationen online stellte. LexisNexis Legal & Professional, das mit 10.400 Mitarbeitern weltweit Kunden in mehr als 160 Ländern betreut, ist Teil von RELX, einem globalen Anbieter von informationsbasierten Analyse- und Entscheidungswerkzeugen für Fach- und Geschäftskunden.

Informationen zu InterAction

LexisNexis® InterAction® ist die führende Kundenbeziehungsplattform für Anwaltskanzleien und professionelle Dienstleister. Seit fast drei Jahrzehnten hilft InterAction Unternehmen jeder Größe, Geschäftsbeziehungen zu vertiefen, das Unternehmenswachstum zu beschleunigen und den Umsatz zu steigern, indem es die Kundenintelligenz in das Herzstück jedes Auftrags einbettet. Unser Ziel ist es, ein Partner zu sein, der Ihnen hilft, Ihr Geschäftsbuch durch ein innovatives Portfolio zu vergrößern, das es Ihnen ermöglicht, den Wert Ihrer Kontakte zu entdecken und gleichzeitig Ihre Fähigkeit zu verbessern, sinnvolle Beziehungserlebnisse zu liefern. Entdecken Sie mehr auf [interaction.com](https://www.interaction.com).

Pressekontakt

Erin Harrison
Plat4orm PR
203-610-9492
erin@plat4orm.com

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/847603/LexisNexis_Logo.jpg

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100061606/100871480> abgerufen werden.