

Адреса матеріалу: <http://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/ithelp-pro-rol-tehnologiy-dlya-marketingu-yuridichnih-poslug.html>

ІНШЕ, ВІВТОРОК, 19 ЧЕРВНЯ 2018 Р., 16:00

## IT-help: про роль технологій для маркетингу юридичних послуг

У 2009 р. правове поле було офіційно визнано перенасиченим. Сьогодні ця проблема стала ще більш актуальною, адже більшість юридичних фірм відчуває жорстку конкуренцію.

2018 р. стане роком змін для юридичних фірм завдяки впровадженню нових маркетингових технологій. Це посприє розширенню цільової аудиторії та пропорційному розвитку бізнесу. Сучасне населення є досить вибагливим до тих, хто надає послуги. Сьогодні люди прискіпливо обирають юристів, оскільки довіряють їм свою долю та долю бізнесу.

Юристи та юридичні компанії мають спільну мету – залишатися на крок попереду подій. Сьогодні потрібно не лише надавати якісні послуги та бездоганний сервіс, але й вміти правильно розробити маркетингову стратегію. Щоб підготуватися до швидких змін і нових можливостей, читайте далі.

Ми виділили 6 видів просування бізнесу, що впливатимуть на юридичний маркетинг до кінця 2018 р.:

1. Просування в пошукових системах;
2. Просування на платформі YouTube;
3. Просування в соціальних мережах;
4. Просування на маркетплейсах і мапах;
5. Використання відгуків Google Business;
6. Аналіз трафіку.

Далі ми розглянемо кожен пункт детальніше.

### **Просування у пошукових системах**

Пошукові алгоритми Google стають більш персоналізованими, локальними та мобільними. Власники сайтів мають регулярно проводити моніторинг нововведень пошукової системи щодо технічного стану сайтів. Відсутність помилок та відповідність вимогам є обов'язковими для досягнення високих позицій у пошуковій видачі. Багато уваги приділяється саме контенту, за яким Google ранжує результати пошуку. Ще 5 років тому про можливість голосового пошуку говорили як про високі технології, а вже 2 роки тому це стало реальністю та повсякденням, сьогодні ж голосовий пошук – це необхідність. Сучасні люди понад усе цінують свій час та комфорт. Юридичні компанії повинні це враховувати, щоб не втратити цільову аудиторію.

Не менш важливо налаштувати якісний консультативний центр у режимі онлайн. Будьте готові до того, що потенційні клієнти захочуть отримати додаткову інформацію в онлайн-чаті сайту, в соцмережах, месенджерах чи e-mail.

### **Просування на платформі YouTube**

Відео-контент – надзвичайно ефективний спосіб передачі інформації. Закордонні експерти прогнозують сервісу YouTube як пошуковій машині не меншу популярність, ніж у Google. Чому? Тому що відео є універсальним, доступним і привабливим джерелом інформації.

Фактично, сьогодні понад 75 млн людей щодня дивляться відео в режимі онлайн. Ймовірно, що цей сегмент населення включає певну частку ваших поточних і потенційних клієнтів. Експерти вважають, що у 2020 р. на відео буде припадати близько 80% від усього інтернет-трафіку. Це не дивно, адже візуальне сприйняття є основним способом отримання інформації. Якщо юридична фірма не використовує відео у своїй маркетинговій стратегії, вона ризикує залишитися поза межами конкурентного поля.

### **Просування в соціальних мережах**

Сучасна людина проводить у соціальних мережах значну частку вільного, а інколи й робочого часу. Саме туди має «стікатися» важливий контент для легкого сприйняття. Ненав'язливий, але вичерпний, цікавий та експертний – саме таким він має бути. Агресивна реклама замінюється корисними життєвими порадами – такі компанії викликають довіру у клієнтів.

Принцип ефективності соцмереж той самий, що і в першому випадку – інформація про компанію ненав'язливо впроваджується в особистий простір цільової аудиторії. Соцмережі також здатні допомагати у досягненні HR-цілей. Основні платформи для залучення нових яскравих спеціалістів – Facebook, Instagram, LinkedIn.

### **Просування на маркетплейсах і мапах**

Деякі компанії помилково відмовляються від додаткового трафіку з маркетплейсів, аргументуючи це тим, що не бажають (чи бояться) розпилювати бренд. Мовляв, компанія не виглядатиме цілісною, у нас є офіційний сайт, тому над ним і будемо працювати. Однак розміщення оголошень про надання послуг на маркетплейсах має високу ефективність: збільшує пул клієнтів та частоту згадування імені компанії серед населення.

Просування в мапах за допомогою сервісу Мій Бізнес від Google – це можливість залучення цільової аудиторії, що знаходиться неподалік від вас. Крім того, ви зможете не лише надавати актуальну інформацію про компанію, але й отримувати відгуки та оцінки від клієнтів. Слідкуйте за тим, щоб середня оцінка була позитивною, аналізуйте негативні відгуки та виправляйте помилки.

Люди достатньо часто шукають компанії за допомогою Google Maps – знаходять організацію, одразу бачать оцінки клієнтів, відгуки, фото, графік роботи, контактні дані та посилання на сайт для детального ознайомлення. Якщо ви не використовуєте таку можливість, то втрачаєте потенційних клієнтів і власноруч гальмуєте розвиток компанії.

### **Відгуки в Google**

За кордоном набирають оберти відгуки про компанію в мережі. Згідно зі статистикою, 90% споживачів послуг звертаються за допомогою у виборі компанії до сервісу Google. Вони читають відгуки клієнтів та аналізують ризики. Трохи менше, а саме 88% опитуваних надають перевагу відеооглядам та рекомендаціям знайомих. 72% споживачів визнають роль позитивних відгуків у формуванні ставлення та довіри до компанії.

### **Аналіз трафіку**

Ви маєте чітко налагоджений механізм роботи фірми та певний пул клієнтів з часткою нових. Чи достатньо добре ви аналізуєте трафік з різних каналів просування? Згідно зі статистикою, 92% організацій не знають точну вартість конверсії кліку та дзвінку, а 94% – не знають, скільки їм коштувало замовлення послуг (за даними 2017 р. Clío Legal Trends Study).

Чому це важливо? Ви маєте знати, скільки клієнтів залучено завдяки відео на YouTube, SEO-оптимізації, Pay Per Click (контекстній рекламі), рекламній кампанії в соцмережах, на

телебаченні чи радіо. Рекомендую аналізувати дані за певні проміжки часу (щомісячно, щоквартально, щорічно). Сервіси на кшталт Call Trecking допоможуть максимально автоматизувати цей процес та зменшити негативну роль людського фактору.

Сучасні технології полегшують наше життя та водночас спонукають до самовдосконалення. Задля успішного розвитку в настільки конкурентній сфері як юридичні послуги, необхідно використовувати максимальний обсяг можливостей. Не можна обирати найлегший чи найдешевший шлях просування, лише комплексний підхід гарантує успіх.

Copyright © 2010-2014 Юридична газета

Всеукраїнське щотижневe професійне юридичне видання

Ця копія для особистого некомерційного використання. Поширення і використання цього матеріалу регулюється нашим абонентським договором і законом про авторське право. Для неособистого користування або замовити кілька копій, будь ласка, зв'яжіться з видавництвом.

Реєстраційне свідоцтво КВ №11259-139ПР від 24.05.2006 р.

[www.yur-gazeta.com](http://www.yur-gazeta.com)