

ЮРНОВОСТИ

1 минута назад

7 идей для бесплатного маркетинга юридической фирмы

Маркетинг юридической фирмы становится все сложнее с ростом конкуренции в борьбе за одних и тех же клиентов. Для некоторых фирм решение проблемы заключается исключительно в увеличении маркетингового бюджета и вливаний денег в рекламу, SEO или производство контента. Но если Вы работаете самостоятельно или только начинаете свое дело, не имея большого бюджета, дополнительные вливания — это не выход. Хорошая новость в том, что не все виды маркетинга требуют вложений. Чтобы помочь Вам компенсировать малый бюджет на маркетинговый план для привлечения клиентов (или даже его отсутствие), мы составили список из 7 бесплатных способов маркетинга юридической фирмы.

1. Посещайте больше мероприятий и встреч по Вашей нише

Правовое дело построено на доверии. Большинство клиентов предпочитают обращаться к адвокату, которого им посоветовал друг, чем звонить адвокату, фото которого они увидели на билборде. По этой причине создание своей сети всегда было и будет одной из самых удачных маркетинговых стратегий для адвокатов.

Построение взаимоотношений с партнерами — это один из лучших способов получить больше клиентов и Вы можете делать это, не затрачивая ни копейки. Самый эффективный подход — посещение мероприятий, вечеринок и встреч с другими профессионалами и даже с теми, кто может стать потенциальным клиентом.

Вы можете найти близкие к Вам мероприятия и встречи в интернете, используя Facebook или веб-сайт Meetup.com. Также можно обратиться в местную адвокатскую ассоциацию, чтобы узнать о встречах и конференциях для адвокатов в Вашей местности. Направляйтесь туда, встречайтесь с людьми, вовлеченными в ту же сферу, что и Вы, и стройте с ними взаимоотношения. Кто-нибудь из них всегда может посоветовать Вас клиенту, поэтому с чем большим количеством людей вы установите контакт, тем будет лучше.

Хорошей идеей будет отслеживать то, как протекают эти отношения, используя CRM-систему, чтобы убедиться, что Вы поддерживаете все свои профессиональные взаимоотношения с течением времени. Если этого не делать регулярно, то люди легко о Вас забудут.

2. Заведите и обновляйте свой профиль на Avvo

Сложилось так, что у адвокатов крайне негативное отношение к Avvo по причине подозрительных, но эффективных способов маркетинга. Как бы там ни было, Avvo — это сила, которую стоит принимать во внимание в правовом маркетинговом пространстве. Так что имеет смысл воспользоваться ею в свою пользу.

Профиль на Avvo можно создать бесплатно, заполнив его фотографией аккаунта, биографией и другой информацией о Вашей правовой деятельности. Есть и другие методы повышения рейтинга на Avvo, такие как ответы на правовые вопросы, постинг статей и другого полезного контента.

Конечно, Avvo охотнее отображает профили адвокатов, которые платят за маркетинговые услуги, чем тех, кто пользуется бесплатной версией. Но все же, имеет смысл подтвердить и обновлять профиль на тот случай, если потенциальный клиент найдет его на сайте или даже через Google. Ранг страниц Avvo в поисковых результатах высок, так что если клиент ищет в Google Ваше имя, скорее всего, Ваш профиль Avvo окажется на первой странице. Если Ваш профиль не подтвержден, то он будет выглядеть менее представительно, чем профиль другого адвоката, имеющего пятизвездочные оценки, отзывы и 10 баллов рейтинга.

3. Будьте активны в социальных сетях

Facebook достиг отметки в 2 млрд активных пользователей, а несколько других социальных сетей приближаются к отметке в 1 млрд. Очевидно, что соцсети — не преходящее увлечение, а огромная составляющая современного общества. В соцсетях люди узнают о новостях, там они связываются, там они хранят фотографии и воспоминания из своих жизней.

Широкое использование соцсетей (при том, что они бесплатны) может быть эффективным каналом для бесплатного маркетинга правовой фирмы и в этом нет ничего удивительного. Да, Вы можете получить от соцсетей еще больше, если будете платить за рекламу и раскручивать свой контент. Но если даже просто делиться контентом и регулярно публиковать обновления с Вашей личной/или бизнес-страницы, то это стоит тех нескольких затраченных минут.

Легко разочароваться, если мгновенных результатов нет, но делать этого не стоит. Социальные сети — это долгосрочная стратегия. Вы никогда не знаете, какая публикация достигнет будущего клиента в нужное время, зажжет его интерес и в итоге вынудит его нанять Вас. Так что не упускайте возможность: старайтесь ежедневно делиться чем-то во всех своих соцсетях. Этот процесс можно автоматизировать, пользуясь такими инструментами как Buffer.

4. Снимайте видео-инструкции и загружайте их на YouTube

YouTube стал вторым по величине поисковым движком в интернете, уступая в этом лишь Google. Видео-контент превосходит текстовый контент по популярности в соцсетях и блогах. Самое время взять во внимание съемку видео, как часть Вашей маркетинговой стратегии. Самое лучшее в этом то, что Вы можете начать, не затрачивая денежных средств.

Сегодня нет нужды в дорогостоящем оборудовании или программах, чтобы сделать качественное видео. Любой камеры современного смартфона вполне достаточно для съемки видео приемлемого качества. Главное — стабилизируйте его, чтобы оно не выглядело трясущимся. Вы можете использовать бесплатные приложения для смартфона или программы наподобие iMovie, которая бесплатна и есть на Вашем компьютере, чтобы обрезать видео и отредактировать его. Если Вы стесняетесь камеры, можно использовать в качестве альтернативы Powerpoint, а после конвертировать слайды в видео и вставить аудио.

Создавайте простые видео-инструкции, рассматривая распространенные правовые вопросы вроде «как открыть бизнес», «как защитить свою недвижимость» или «что делать, если Вас остановили и обвинили в вождении в нетрезвом виде». Пусть они будут короткими и

предоставляют только базовые инструкции. В конце побуждайте зрителя посетить Ваш веб-сайт или связаться с Вами по любым вопросам.

Также Вам стоит загрузить эти видео на Ваш сайт и поделиться ими в соцсетях, чтобы увеличить просматриваемость. Чтобы получить больше информации, смотрите нашу инструкцию по видео-маркетингу для юридической фирмы.

5. Отвечать на вопросы на Quora

Quora стала наиболее популярным сайтом вопросов-ответов онлайн и количество посетителей сайта неуклонно растет. Самое лучшее в ответах на вопросы на этой площадке в том, что ответы живут вечно. В том смысле, что и люди помимо задававшего вопрос смогут увидеть их, причем даже спустя долгое время после того, как Вы запостили свой ответ на вопрос.

Вопросы-ответы Quora хорошо ранжируются в поисковых движках, так что если кто-то впишет правовой вопрос в Google, есть высокая вероятность того, что кто-то уже задавал подобный вопрос на Quora в прошлом. Так, поисковая выдача с ответом на Quora будет в топовых результатах поиска. Если Вы дали ответ на вопрос и посетители проголосовали за него как за лучший ответ, Ваша публикация будет располагаться в самом верху страницы и посетитель увидит ее.

Также Вы можете прикреплять к ответу ссылки на Ваш веб-сайт или блог, если ссылки релевантны. Quora абсолютно бесплатна, а потому это — отличный способ, чтобы о Вас ненавязчиво узнали в сети, что образует кредит доверия к Вам. Потому этот пункт — один из лучших бесплатных способов бесплатного маркетинга юридической фирмы.

6. Начните рассылку e-mail

E-mail — одно из лучших средств для того, чтобы оставаться на связи с людьми в Вашей сети, особенно с теми, кто находится далеко от Вас. E-mail не настолько навязчив, как например телефонный звонок, но он все равно прямой и приватный, в отличие от соцсетей.

Начать ежемесячную рассылку e-mail — это отличный способ для того, чтобы держать всех в Вашей сети в курсе последних событий Вашей правовой деятельности. Вы можете использовать рассылку в качестве возможности для освещения новых выигранных дел, нанятых сотрудников, предпринимаемых инициатив и т.д. Суть в том, чтобы оставаться на слуху у такого количества людей, какое вообще возможно. Когда бы им или их знакомым ни понадобилась правовая помощь, Вы будете первым человеком, которому они позвонят.

К сожалению, маркетинг по e-mail не бесплатен во всех случаях, так как Вам понадобится использовать специальные программы. Вы можете создать бесплатный аккаунт на Mailchimp с 2000 контактов e-mail, таким образом Вы сможете сделать достаточно много при ограниченном бюджете. Вы даже можете автоматизировать такую деталь маркетинга по e-mail, как управление контактами, используя для этого CRM-системы вроде Lixicata, которая интегрируется в Mailchimp.

Для большей информации читайте нашу полную инструкцию того, как начать рассылку e-mail для правовой фирмы.

7. Оставляйте гостевые посты к соответствующим публикациям онлайн

Эффективный онлайн-маркетинг заключается в том, чтобы поместить правильный контент перед нужной аудиторией в соответствующее время. Сделать это может быть трудным, но это работает настолько хорошо, что позволило Facebook и Google стать двумя самыми богатыми компаниями в мире. Обе делают все свои деньги на том, что показывают людям в сети точно настроенную таргетинговую рекламу.

В отличие от Facebook и Google, где чаще всего нужно платить, чтобы быть увиденным, гостевой блоггинг дает возможность разместить Ваш контент перед целевой аудиторией бесплатно. Поэтому данный способ — одна из лучших стратегий для бесплатного маркетинга юридической фирмы.

Сложность заключается в том, чтобы построить правильные взаимоотношения с блогерами и редакторами популярных изданий. Но немного упорства и отправка нескольких хорошо проработанных e-mail точно решат задачу. Подумайте о паре-тройке изданий в Вашей сфере (даже над теми, что Вы читаете сами) и предложите редакторам тему гостевого поста, которая будет ценной для их аудитории.

К примеру, если Вы — бизнес-адвокат, Вы можете написать о «распространенных правовых ошибках стартаперов» и предложить опубликовать статью блогам, нацеленным на предпринимателей и владельцев бизнеса. Если Вы — адвокат по недвижимости, Вы можете написать статью под названием «6 пунктов для защиты своего имущества, которые должен выполнить каждый» и предложить ее финансовому блогу. У Вас, как у адвоката, уже есть достаточный кредит доверия, поэтому если Ваш контент полезен, предоставляет ценную информацию и дельные советы, Вы должны быть в состоянии заставить редакторов опубликовать его.

Гостевые посты в блогах помогут не только осведомлять целевую аудиторию в правовых вопросах, но и будут позиционировать Вас в качестве эксперта, который может помочь им сориентироваться в сложных ситуациях. Не говоря уже о том, что обратные ссылки из гостевых постов в Ваш блог или сайт хорошо сказываются на Вашем SEO.

Подводя итог

Многие адвокаты ведут борьбу за расширение поля деятельности, так как они не умеют вести эффективный маркетинг.

Они полагают, что любой маркетинг стоит денег и, не имея маркетингового бюджета, они застревают на месте, получая всех клиентов только по направлению от третьих лиц. В результате у них довольно малое количество клиентов и они не могут привести в движение новый бизнес, как и создать маркетинговый бюджет, необходимый для того, чтобы выйти на новый уровень.

Чтобы выйти из замкнутого круга, нужно мыслить нестандартно и найти эффективные идеи маркетинга, не стоящие ни копейки. Итог наших 7-ми бесплатных маркетинговых тактик ниже:

Создание сети/посещение мероприятий по Вашей сфере

Активность на Avvo

Использование соцсетей

Загрузка видео на YouTube

Ответы на вопросы на Quora

Рассылка e-mail

Гостевой блоггинг.

Ссылка на статью: [7 идей для бесплатного маркетинга юридической фирмы](#)