

E-marketing w działalności kancelarii adwokackiej

Codziennie dziesiątki tysięcy osób w Polsce przeszukuje sieć WWW w poszukiwaniu informacji biznesowych. Według danych statystycznych w ubiegłym roku 246000 razy wpisano w wyszukiwarce Google.pl słowo kancelaria, a 74000 razy słowo adwokat (Źródło: AdWords Google.pl). Widać z powyższego, że siła oddziaływania Internetu jest olbrzymia, a szanse na zaistnienie wyrównane.

Do witryny Państwa Kancelarii jest taki sam dostęp jak do dużej, renomowanej Kancelarii, a to wszystko (przynajmniej w formie podstawowej) całkowicie za darmo – wystarczy stworzyć własne www i odpowiednio przygotować treść. Biorąc pod uwagę fakt, że dzięki stronie www Państwa kancelaria dostępna jest z każdego miejsca na świecie, siedem dni w tygodniu, nie wolno nie traktować poważnie budowy i rozwoju strony korporacyjnej Kancelarii adwokackiej.

W poprzednim artykule przedstawiliśmy Państwu ogólnie możliwości i założenia marketingu usług prawniczych będące w zgodzie, a wręcz czerpiące inspirację z obowiązującego Kodeksu etyki adwokata. W niniejszym artykule postaramy się udzielić Państwu praktycznych wskazówek, w jaki sposób nieduża Kancelaria adwokacka może dorównać największym sieciowym korporacjom

dzięki wykorzystaniu narzędzi dostępnych w internecie.

Skoro już mamy garść informacji o sile oddziaływania Internetu w komunikacji z potencjalnymi klientami, a także poznaliśmy kilka istotnych zalet z tytułu posiadania własnej

*130 znaków **Warto zastanowić się, co możemy zrobić dla naszej marki, by stała się wyjątkowa, dobrze rozpoznawalna, godna zaufania i***

strony www, skupmy się na jej stworzeniu i promocji.

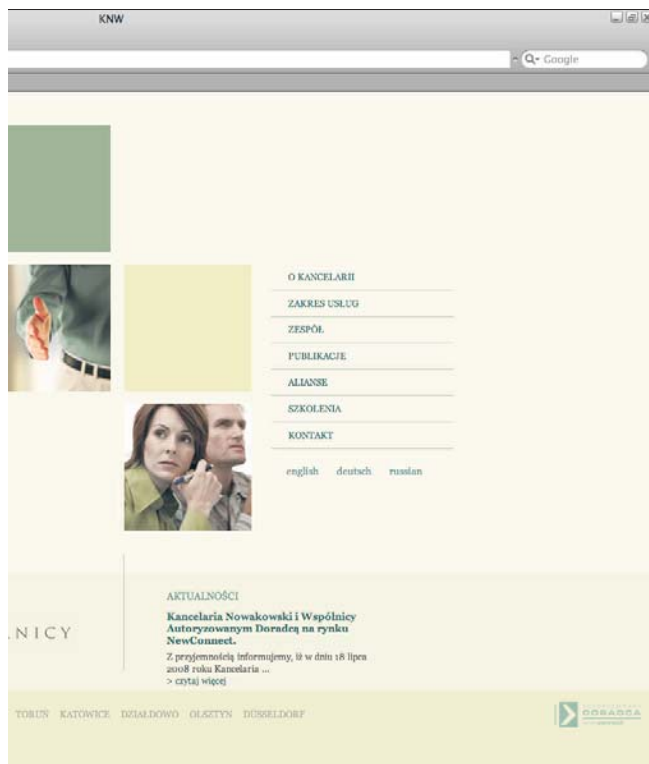
Wybór adresu www

Zanim przejdziemy do architektury, grafiki, wyboru wykonawcy strony kancelaryjnej należy dokonać wyboru domeny (adresu www), pod jakim będzie wyświetlać się Państwa witryna. W poprzednim arty-



kule wskazaliśmy na kompleksową identyfikację – adres strony korporacyjnej jest jednym z najważniejszych jej elementów. Bez względu na to, ile razy zmienicie Państwo siedzibę biura, adres witryny będzie taki sam. Wybierając adres strony kancelarii należy zakładać, że będzie on Państwu towarzyszył przez całą drogę kariery zawodowej!

Jak najlepiej wybrać adres strony kancelarii? Po raz kolejny sięgnijmy do Kodeksu etyki adwokata – pozwala on na informowanie o nazwie kancelarii w formie fantazyjnej lub nazwiska adwokata. Korzystając z tej informacji, przykładowy adres strony Państwa kancelarii może brzmieć np. www.nazwafantazyjna-kancelaria.pl, www.nazwisko-adwokat.eu, www.nazwafantazyjna.pl. Kombinacji jest mnóstwo. Warto zauważyć, że w samym adresie witryny podajemy informacje, z kim mamy do czynienia. Poprzez użycie terminu kancelaria wskazujemy natychmiast na charakter witryny, a także wyróżniamy ją spośród miliona innych stron www w sieci. Pamiętajmy również, że adres witryny Państwa kancelarii jest dedykowany klientowi, a nie Państwu, dlatego powinien być łatwy do zapamiętania, kojarzący się z Państwa zawodem, kancelarią, winien być pozbawiony słów trudnych w pisowni.



trud i nakład finansowy, który włożymy w promocję tej domeny przyczyni się do promocji providera xyz.pl, a nie naszej marki. Nie szcędźmy zatem kilku złotych na własny, unikalny adres domeny – to inwestycja na wiele lat, a pamiętajmy, że tworzenie historii domeny jest w Internecie równie ważne, co tworzenie przemyślanej, przystępnej treści na stronie www. Po dokonaniu wyboru adresu strony www jesteśmy gotowi do rozpoczęcia planowania wizerunku naszej kancelarii w Internecie.

Tworzenie strony www

Dynamiczny rozwój Internetu pozwala nam na stworzenie strony kancelarii adwokackiej w ciągu kilkunastu godzin. Jest to możliwe dzięki firmom, które oferują gotowe szablony dedykowane określonym grupom zawodowym. Zatem można wybrać sobie szablon strony kancelarii adwokackiej, wstawić treść pożądaną i w ciągu dwóch dni mieć Państwo swoją stronę w Internecie. Rozwiązanie to jest korzystne tylko w krótkim okresie. Słowem kluczem jest tu szablon – tak wykonana strona pozbawiona będzie indywidualności, elementów odróżniających Państwa kancelarię na tle konkurencji. Strona oparta na takich rozwiązaniach jest trudna do promocji w Internecie, nieelastyczna, oparta na ogólnodostępnym kodzie, a przez to również otwarta na działania „włamywaczy”.

Aby przyszłe działania marketingowe były skuteczne, zdecydowanie polecamy wykonanie strony internetowej o indywidualnym i niepowtarzalnym charakterze – trwa to dłużej i zwykle wymaga większego zaangażowania czasowego i finansowego, jednak efekt wielokrotnie przewyższa możliwości szablonów. Tak stworzona strona będzie Państwa wizytówką dostępną bez względu na czas i miejsce, gdzie Państwa potencjalny klient uzyska wszelkie niezbędne informacje na temat Państwa marki, wizerunku oraz oferowanych przez kancelarię usług. Decydując się na wykonanie strony www kancelarii, czy to poprzez zakupienie szablonu, czy też zlecając ją do wykonania agencji interaktywnej, należy cały czas pamiętać, że witryna jest dla klienta, a nie właściciela.

W związku z tym, należy unikać błędów, takich jak:

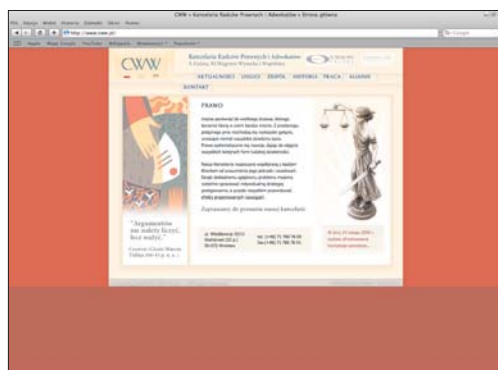
- długi czas oczekiwania na otwarcie strony – nie ma nic gorszego dla internauty jak oczekiwanie na załadowanie się strony www. Zatem tworząc stronę oczekujcie Państwo witryny, która będzie otwierała się szybko zarówno przy użyciu Internetu stacjonarnego, jaki coraz popularniejszych łączy bezprzewodowych.

- czytelność treści – przygotowując treść na stronę kancelarii należy bezwzględnie pamiętać, że dedykowana jest ona osobom, które nie są prawnikami. Wpлатanie w treść strony terminów, które będą niezrozumiałe dla klienta spowoduje, że opuści on stronę i nie zdecyduje się na dalszy kontakt. Podkreślamy: witryna jest dedykowana użytkownikom, a więc obecnym i potencjalnym klientom!

- oprawa graficzna strony – najbardziej indywidualną część projektowania Państwa witryny. Oprawa graficzna obejmuje większość elementów kompleksowej identyfikacji kancelarii, w jej skład wchodzi m.in.: znak towarowy lub graficzny kancelarii lub spółki, zdjęcia adwokatów, wspólników, kolorystyka, ale także układ przycisków i elementów (podstron) witryny. Dobrze zaplanowana i wykonana graficzna oprawa serwisu WWW to 90% sukcesu w postaci zainteresowania osoby wchodzącej na stronę jej zawartością.

Stronę internetową można wykonać z wykorzystaniem wielu technologii – jedną z nich jest kontrowersyjna technologia Flash, dzięki której strona zyskuje na dynamice, a całość przypomina nierzadko animowany film. Naszym klientom zwykle odradzamy wykonywanie stron w tej technologii z kilku powodów. Po pierwsze, taki projekt jest inwestycją relatywnie droższą; po drugie, Flash bazuje na grafice, przez co utrudnione jest zarządzanie treścią, a to pociąga za sobą gorszą tolerancję takiej strony przez wyszukiwarki internetowe; po trzecie, strony wykonane w technologii Flash zwykle znacznie dłużej się wczytują, co negatywnie wpływa na zainteresowanie stroną przez użytkowników. Warto brać pod uwagę tę kwestię, gdyż na wstępnym etapie projektowania strony ten temat z pewnością wypłynie.

W naszej pracy na co dzień spotykamy się z praktyką tworzenia stron internetowych na darmowych serwerach w ramach domen typu nazwa.xyz.pl (przy czym xvz.pl to w rzeczywistości nazwa domeny providera tej usługi). Odradzamy jednak takie działanie, w szczególności dlatego, że tak naprawdę całą



TWOJA KANCELARIA

Załóżmy, że nasze marzenie zostało spełnione – pod wybraną domeną zbudowaliśmy stronę internetową naszej kancelarii. Co dalej?

Marketing w internecie

Istnienie strony kancelarii jest bezcelowe, jeżeli prawdopodobieństwo jej znalezienia przez potencjalnego klienta jest bliskie zeru. Istnieje kilka tanich i prostych rozwiązań, dzięki którym zgodnie z prawem mogą Państwo zrekla-mować swoją stronę w sieci.

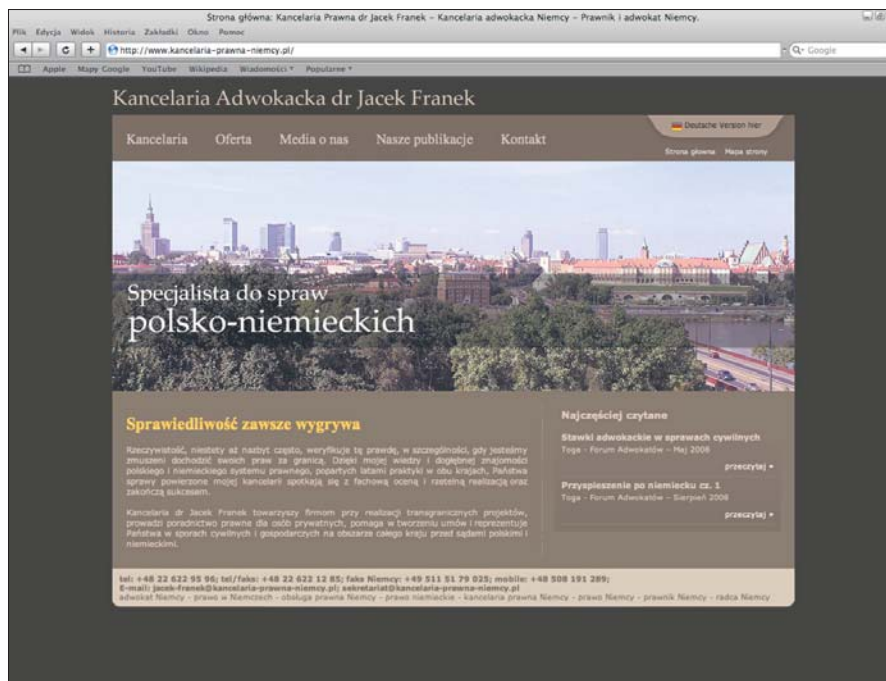
– Optymalizacja treści na stronie – układ treści na stronie będzie miał wpływ na wyższą lub niższą pozycję strony w wyszukiwarkach. Ze względu na złożoność zagadnienia, polecamy zdać się na profesjonalne agencje, które przedłożoną przez Państwa treść opracują pod kątem zasad optymalizacji.

– Polecenie – najtańszy i bardzo efektywny w pierwszej fazie istnienia strony sposób na zrekla-mowanie adresu www. Wystarczy rozesłać po klientach, kontrahentach i znajomych informację, że nasza strona została stworzona. Dzięki temu od razu strona zyskuje użytkowników, dzięki którym możemy poznać uwagi na temat strony, zgłoszenia ewentualnych nieścisłości lub błędów. Taki test sprawi, że strona będzie jeszcze lepiej przygotowana na nowych użytkowników.

– Katalogi internetowe – W sieci są tysiące miejsc, gdzie możecie Państwo całkowicie bezpłatnie umieścić informacje o Waszej kancelarii, gdzie podajecie tylko nazwę, adres, telefon i co bardzo ważne stronę www kancelarii. Warto zatroszczyć się o to, by nasza strona była widoczna w katalogach. Po pierwsze, użytkownicy często właśnie tam szukają informacji branżowych; po drugie, katalogi, ze względu na czas istnienia i ilość oferowanej treści są zawsze wyświetlane na najwyższych pozycjach w wyszukiwarkach, na czym zyskuje również nasza strona.

– Fora dyskusyjne – jeśli uczestniczymy w jakichś grupach branżowych, warto dodać wpis o swojej stronie internetowej. Daje to podobny efekt, jak istnienie w katalogach internetowych.

– Marketing internetowy w wyszukiwarkach – w przypadku



kancelarii adwokackich proponujemy rozważyć model marketingu internetowego związanego z najpopularniejszą na świecie i w Polsce wyszukiwarką Google – SEM czyli search engine marketing. Mówiąc najogólniej, są to płatne działania promocyjne, które mają na celu uzyskanie jak najlepszych pozycji serwisu w wynikach wyszukiwania, na wybrane słowa/frazy kluczowe wpisane przez użytkowników. W naszym przypadku takimi słowami kluczowymi mogą być: adwokat, adwokaci, kancelaria, kancelaria adwokacka. Efektem działań SEM będzie wyświetlanie strony Pań-



lub dalszej Państwa konkurencji. Biorąc pod uwagę, że działalność kancelarii może wykraczać poza siedzibę (bez konieczności tworzenia oddziałów) warto skupić się na stworzeniu kompleksowej strategii komunikacji z użytkownikami Internetu. W długim okresie dobrze zainwestowane środki przyniosą wymierne korzyści w postaci wzrostu zainteresowania Państwa ofertą, wzrostu zapytań ofertowych oraz w konsekwencji wzrostu sprzedaży usług.

Greytree skupia specjalistów zajmujących się doradztwem w zakresie marketingu specjalistycznego i PR. Firma świadczy usługi w obszarze budowania strategii marketingowej usług profesjonalnych, w tym usługi dedykowane kancelariom prawnym. www.greytree.pl.



stwa kancelarii w pierwszej dekadzie wyników wyszukiwania w wyszukiwarce internetowej. Kampanie marketingowe w wyszukiwarkach, z uwagi na ich złożoność, najlepiej zlecić agencjom marketingowym.

W ubiegłym roku 246000 osób szukało kancelarii w Internecie. Większość z nich trafiła do bliższej

Jest znacznie więcej sposobów na zaistnienie w Internecie, nie będących jednocześnie reklamą. Podaliśmy kilka podstawowych, które nie wymagają wielkiego nakładu finansowego i są dostępne niemalże na wyciągnięcie ręki. Z racji tego, że pozostała część dostępnych dla kancelarii narzędzi oscyluje wokół e-PR, poświęcimy temu zagadnieniu osobny artykuł.

Nowy LASER w Warszawie!

Nowe możliwości korekcji wad wzroku

MEL-80 i pełna diagnostyka

i wiele **nowych możliwości** m.in.

leczenie stożka rogówki

operacje zaćmy

z soczewkami umożliwiającymi
rezygnację z okularów (RESTOR, RESTOR IQ, TORIC)

szczegóły na okolaser.com.pl

*i niemożliwe staje się **możliwe**...*

doświadczeni lekarze i nowoczesny sprzęt



Centrum Mikrochirurgii Oka LASER

ul. Grzybowska 6/10, 00-131 Warszawa, tel/faks 022 654-68-06, 022 654-67-81