

УДК 004

## СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ И РОЛЬ ИНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ЮРИДИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Громова Г.М., студент гр. ПИб-151, IV курс

Научный руководитель: Рейзенбук К.Э., ст.преподаватель

Кузбасский государственный технический университет

имени Т.Ф. Горбачева,

г. Кемерово

Целью маркетинга является привлечение новых клиентов и сохранение старых. Многие сферы деятельности применяют инструменты маркетинга для достижения результата на рынке. Не исключением являются юридические услуги. Для продвижения своего бизнеса юристы и юридические компании должны правильно организовывать маркетинговую стратегию.

Юридический маркетинг – это деятельность, направленная на продвижение юридических услуг, изучение потребительских предпочтений, уровня удовлетворенности и ожиданий потребителей для оптимального ведения юридической деятельности [1].

Юридический бизнес относится к сфере услуг, поэтому важно построить долгосрочные взаимовыгодные отношения с клиентами. Следовательно, юридический маркетинг должен сочетать элементы традиционного маркетинга и маркетинга взаимоотношений.

Известно, что мнение человека субъективно. Но оно строится на основе объективных факторов. Чтобы завоевать доверие клиента и продолжить работу с ним, юристу недостаточно только уверенности в своих профессиональных навыках, также важно обратить внимание на следующие детали:

- Качество обслуживания: тон беседы, комфорт в офисе, дополнительные услуги.
- Опыт и специализация: для повышения доверия клиентов нужно иметь успешную практику по решению разных типов проблем.
- Сервис: важно своевременно отвечать на телефонные звонки или перезванивать по заявкам, оперативно информировать клиента о ходе его дела.
- Узнаваемость и длительность присутствия на рынке: создать имидж юридической компании. Доверие к компании возрастает от длительности присутствия её на рынке.

Для успешного ведения бизнеса юристу необходимо информировать потенциальных клиентов о своих услугах и предоставляемых выгодах. Рассмотрим рекламные методы, используя которые можно эффективно продвигать юридические услуги:

- Традиционный маркетинг: наружная реклама, печатная реклама, выступления на конференциях, сотрудничество с прессой, распространение листовок, увеличение «сарафанного радио».
- Интернет-маркетинг: разработка и продвижение веб-сайта, биржи лидеров (клиентов), e-mail рассылка, SEO-оптимизация, контекстная реклама, SMM и др.

Традиционные методы рекламы на практике являются малоэффективными для юридических компаний. Таким образом, для продвижения своих услуг юристы должны использовать иные способы рекламы. Интернет-маркетинг представляет собой актуальный и эффективный маркетинговый инструмент, который помогает привлечь клиентов.

Интернет-маркетинг – это комплекс действий, направленный на продвижение товаров и услуг в интернете [2]. Главная его цель – подвести посетителя сайта к покупке товара или услуги и, как следствие, увеличить прибыль компании.

Преимущества интернет-маркетинга перед традиционными методами состоят в следующем:

- Интерактивность: возможность прямого взаимодействия и поддержания связи с аудиторией.
- Таргетирование: механизм, который помогает направить рекламу именно на заинтересованных в ней пользователей.
- Веб-аналитика: данные анализа поведения людей, их потребностей и интересов позволяют наиболее эффективно построить стратегию продвижения.

При построении стратегии продвижения важно понимать целевую аудиторию потребителей услуг. Составить портрет потенциального клиента можно ответив на вопрос: «кто Ваш клиент и какие признаки его характеризуют?». Эффективность рекламы, направленная именно на таких клиентов, возрастает.

В настоящее время интернет основательно вошел в повседневную жизнь людей – здесь они общаются, покупают и продают. За поиском юридической помощи потенциальные клиенты тоже отправляются в интернет.

Веб-сайт – это мощнейший канал привлечения клиентов. Сайт помогает: сформировать бренд, повышая узнаваемость компании; привлечь клиентов, интересно подавая услуги; удержать настоящих клиентов новыми предложениями.

Конечно, от сайта зависит очень многое, но его наличие не гарантирует увеличение продаж. Решающую роль в продвижение бизнеса играет правильно настроенная реклама.

Самыми распространенными каналами продвижения в интернете являются поисковое продвижение, контекстная реклама в Яндексе и Google и реклама в социальных сетях. Рассмотрим их детально относительно юридического бизнеса.

Поисковая оптимизация (англ. Search Engine Optimization, SEO) – это общее развитие и продвижение сайта для его выхода на лидирующие позиции в результатах выдачи поисковых систем по определенным запросам с целью увеличения посещаемости сайта и дальнейшего получения дохода [3].

На сегодняшний день SEO-продвижение в юридическом бизнесе работает неэффективно ввиду большого списка недостатков, а именно:

- длительный период вывода сайта на лидирующие позиции в выдаче;
- продвижение сайта по ограниченному списку запросов, что приводит к потере большой части клиентов;
- поисковая выдача размещается под рекламным блоком, а значит сайт, в лучшем случае, будет находиться на 3-5 позиции.

Следующий важный инструмент интернет-маркетинга – контекстная реклама Яндекса и Google. Контекстная реклама – это текстовые или текстово-графические объявления, которые показываются по актуальным и прошлым запросам пользователя [4]. Объявления выдаются только когда пользователь проявил интерес к услуге и готов к её приобретению. Исходя из этого, большим преимуществом контекстной рекламы является ненавязчивость и способность привлекать «горячих», то есть наиболее целевых клиентов, которые явно проявляют интерес к услуге.

Различают поисковую и тематическую контекстную рекламу. Первая выводится на страницах результатов поиска в рекламных блоках поисковых систем, вторая – на страницах сайтов, входящих в партнерскую сеть рекламных систем при условии соответствия тематики сайта и интересов пользователя.

Несмотря на относительно высокие затраты ввиду большой конкуренции в юридическом бизнесе, данный вид рекламы является наиболее результативным для продвижения юридических услуг в интернете.

Еще один популярный канал продвижения – продвижение в социальных сетях (англ. Social Media Marketing, SMM) – это комплекс мероприятий по использованию социальных медиа в качестве каналов для продвижения компаний или бренда и решения других бизнес-задач [5].

Механизм таргетирования позволяет показывать рекламу только на интересующих площадках. Целесообразно выбрать такие площадки, на которых наша целевая аудитория имеется в большем количестве. При использовании данного механизма объявления не демонстрируются незаинтересованным в наших услугах людям. Присутствие компании в социальных медиа решает несколько маркетинговых задач: более подробное описание портрета целевой аудитории; контроль отзывов клиентов о компании; повышение узнаваемости; реклама услуг. Одним из преимуществ данного канала продвижения является возможность прямого взаимодействия с клиентами через понятный интерфейс социальных сетей.

Продвижение в социальных сетях для юридической компании не должно оставаться единственным источником рекламы, так как данный канал не даёт гарантии стабильного потока привлечения клиентов. Широкая целевая

аудитория в данной нише приводит к проблеме высокой сложности в настройке рекламы – просто не понятно кому ее показывать.

Это основные способы привлечения клиентов в интернете, с помощью которых можно успешно продвигать юридический бизнес, проанализировав целевую аудиторию и правильно построив стратегию продвижения.

Юридический бизнес становится успешным не слишком быстро. Чтобы продвинуть юридическую компанию, помимо профессионализма и хороших рекомендаций от клиентов нужно применять и другие методы по привлечению новых клиентов и удерживанию позиций на рынке юридических услуг. Однако стоит помнить, что любой результат достигается ценой вложений (физических, умственных, финансовых). Эффективный маркетинг дает надежную отдачу ваших вложений и одновременно позволяет предоставлять высококачественные юридические услуги вашим клиентам.

### **Список литературы:**

1. Юридический маркетинг. URL: [https://spravochnick.ru/marketing/yuridicheskiy\\_marketing/](https://spravochnick.ru/marketing/yuridicheskiy_marketing/) (дата обращения: 28.03.2019).
2. Интернет-маркетинг, что это такое? – Основные элементы URL: <https://elgreloo.com/internet/seo/internet-marketing> (дата обращения: 28.03.2019).
3. Что такое SEO и как оно работает? URL: <https://seo.ru/chto-takoe-seo/> (дата обращения: 28.03.2019).
4. Что такое контекстная реклама. URL: <https://semantica.in/blog/chto-takoe-kontekstnaya-reklama.html> (дата обращения: 28.03.2019).
5. SMM продвижение: что это такое. URL: <https://semantica.in/blog/smm-prodvizhenie-chto-eto-takoe.html> (дата обращения: 28.03.2019).
6. Интернет-маркетинг на 100% / Андросов Н.О., Ворошилова И.В., Долгов В.А., Замарацкая С.П., Мани И.Б., Носова Е.Г., Овчинников Р.Н., Рыжиков С.В., Сухов С.В., Черницкая М.В., под ред. Сухова С.В. – СПб.: ПИТЕР, 2011. – 228 с.