

HOẠT ĐỘNG MARKETING CHO LUẬT SƯ VÀ TỔ CHỨC HÀNH NGHỀ LUẬT SƯ



Luật sư Nguyễn Thanh Hà
Chủ tịch SBLAW



Luật sư Nguyễn Thanh Hà Chủ tịch SBLAW

Luật sư Nguyễn Thanh Hà có 15 năm kinh nghiệm hành nghề luật sư tại Việt Nam. Luật sư Nguyễn Thanh Hà có bằng thạc sỹ luật kinh doanh quốc tế tại Đại học François Rabelais de Tours (Cộng Hoà Pháp). Luật sư hoạt động chuyên nghiệp trong lĩnh vực tư vấn luật về đầu tư, doanh nghiệp và thương mại. Luật sư tư vấn cho các dự án và các giao dịch có quy mô lớn liên quan tới năng lượng, bất động sản và khai thác các khía cạnh thương mại của quyền sở hữu trí tuệ. Luật sư Hà đồng thời là giảng viên thỉnh giảng tại Học Viện tư pháp, luật sư đoàn luật sư Hà Nội thuộc liên đoàn luật sư Việt Nam và là một diễn giả nổi tiếng trên các phương tiện truyền thông.

Luật sư Nguyễn Thanh Hà, chủ tịch SBLAW là người có kinh nghiệm nhiều năm trong việc xây dựng và thúc đẩy hoạt động marketing trong các tổ chức hành nghề luật sư, với những kinh nghiệm của mình, luật sư Hà đã tổng kết thành bài viết với tiêu đề: Hoạt động Marketing cho luật sư và tổ chức hành nghề luật sư.



I. Marketing là gì và có cần thiết cho luật sư không?

1. Khái niệm Marketing

Marketing là quá trình truyền thông giá trị của một sản phẩm, dịch vụ tới khách hàng với mục đích gây ảnh hưởng lên hành vi của người mua và/hoặc thúc đẩy việc thay đổi hành vi. (theo Wikipedia)

2. Các công cụ Marketing chủ yếu hiện nay

Theo thống kê hiện nay, có 13 công cụ marketing phổ biến bao gồm:

- Lập website, blog
- Gọi điện thoại
- Gửi thư trực tiếp (bằng bưu điện)
- Liên doanh, liên minh
- Hoạt động gặp gỡ giao lưu trực tiếp (Networking)
- Quảng cáo trực tuyến bằng banners hoặc viết email
- Quảng cáo trực tuyến trả phí theo mỗi lần nhấp chuột (Pay per click)
- Tổ chức thuyết trình và hội thảo
- In ấn phẩm quảng cáo
- Xuất bản và phát hành tài liệu
- Giới thiệu trực tiếp từ khách hàng, đối tác (referrals)
- Truyền thông xã hội (facebook, google +, linked..)
- Viết bài cho tạp chí chuyên ngành hoặc báo chí

3. Tính hiệu quả của các công cụ Marketing

Theo một nghiên cứu của tác giả Michael Zipursky được công bố trên website consultinsucces.com thì các công cụ sau là hiệu quả nhất.

- Hoạt động gặp gỡ giao lưu trực tiếp (networking) chiếm tới 22% thời gian trong hoạt động Marketing nhưng mang lại doanh thu là 30%.
- Hoạt động giới thiệu trực tiếp (referrals) chiếm 19% thời gian trong hoạt động marketing và mang lại 38% doanh thu.

4. Luật sư có cần Marketing không?

Câu trả lời là rất cần vì hiện nay, cả nước có gần 10.000 luật sư có thể hành nghề và tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh có hàng nghìn công ty luật và văn phòng luật sư, nếu các luật sư không Marketing thì rất khó để khách hàng có thể tiếp cận văn phòng luật sư và công ty luật.

Bên cạnh đó, luật sư tại Việt Nam cũng là một ngành kinh doanh như các ngành nghề khác, các ngành nghề họ rất chú trọng và đầu tư cho marketing vì vậy các luật sư cũng không nằm ngoài quy luật này.

Thêm nữa, hiện nay, có rất nhiều văn phòng luật sư và công ty luật trẻ tuổi, còn chưa có tiếng tăm, nếu chúng ta không dùng hoạt động Marketing để đẩy hình ảnh doanh nghiệp lên thì rất khó khách hàng có thể tiếp cận được và sử dụng dịch vụ.



II. Phân tích từng công cụ Marketing

Để các luật sư có thể hiểu thêm về từng công cụ Marketing, bài viết này sẽ trả lời 2 câu hỏi là vì sao phải dùng công cụ này và làm thế nào để sử dụng hiệu quả. Sau đây là phân tích từng công cụ.

1. Lập website, blog

Mỗi công ty luật, văn phòng luật sư cần có một website, blog để có thể giới thiệu và cập nhật về văn phòng, các dịch vụ luật sư của công ty.

Hiện nay, thế giới là phẳng, website, blog được coi là người bán hàng 24/7, không biết mệt mỏi và không ngừng nghỉ, vượt qua không gian và thời gian, văn phòng luật tại Việt Nam nhưng khách hàng tại Mỹ cũng có thể tìm thấy công ty luật.

Vậy khi lập website, blog, chúng ta cần chú ý những gì?

Thứ nhất; Chúng ta cần lựa chọn một đơn vị thiết kế website có uy tín, chuyên nghiệp, thiết kế một giao diện đẹp mắt, đơn giản và thân thiện với các công cụ tìm kiếm như google, yahoo, bing.

Thứ hai: Cần thường xuyên viết bài và cập nhật website, tránh để tình trạng website chết, việc viết bài đối với ngành luật rất dễ dàng, chúng ta có thể viết về những văn bản mới, phân tích một tình huống cụ thể, làm sao có nhiều người truy cập và giúp ích được cộng đồng.

2. Gọi điện thoại

Gọi điện thoại là một cách thức hay để chúng ta duy trì quan hệ với khách hàng, ví dụ khi có một thông tin liên quan tới khách hàng, chúng ta có thể gọi điện thoại cho khách hàng để thông báo nội dung, giúp khách hàng thấy được vai trò của luật sư và khách hàng cũng cảm thấy mình được chăm sóc.

Nghề luật sư cũng là một nghề dịch vụ, vậy chúng ta hãy quan tâm tới khách hàng, khách hàng mới là ông chủ của công ty.

3. Gửi thư trực tiếp (bằng bưu điện)

Đây là một cách marketing cổ điển, chúng ta có thể áp dụng khi chúng ta cần hướng tới tìm kiếm khách hàng mục tiêu.

Ví dụ, một công ty luật cần làm việc với các doanh nghiệp FDI, có thể chúng ta sẽ gửi một thư giới thiệu các dịch vụ của công ty tới các doanh nghiệp trong khu công nghiệp, khu chế xuất.

Chúng ta sẽ sử dụng nhiều cách để có danh sách khách hàng và có thể gửi thư trực tiếp tới những đối tượng này.

4. Liên doanh, liên minh

Một công ty luật không thể cung cấp hết tất cả các lĩnh vực từ dân sự, hình sự, hành chính, sở hữu trí tuệ, vì vậy, các luật sư cần liên kết lại với nhau để chia sẻ thông tin khách hàng và trợ giúp nhau trong việc cung cấp những dịch vụ pháp lý tốt nhất.

Bên cạnh đó, các luật sư cũng có thể liên minh với các tổ chức luật sư quốc tế để phát triển dịch vụ ra nước ngoài và khi họ có khách hàng nước ngoài muốn sử dụng dịch vụ tại Việt Nam, họ cũng có thể giới thiệu cho mình.





5. Hoạt động gặp gỡ giao lưu trực tiếp (Networking)

Hoạt động networking là một hoạt động vô cùng hiệu quả trong marketing vì các luật sư sẽ mở rộng được mạng lưới quan hệ, bên cạnh đó, tâm lý của khách hàng là muốn sử dụng dịch vụ của những người mà họ tin tưởng, quen biết. Thêm nữa, sự hiện diện của các luật sư là thể hiện sự hiện diện của chính tổ chức hành nghề đó.

Vậy, các luật sư cần làm thế nào để mở rộng mạng lưới Networking của mình?

Thứ nhất: Cần tham gia các đoàn luật sư, các hội nhóm luật sư, ngoài ra cũng tích cực tham gia các hội doanh nhân chính thức.

Thứ hai: Các luật sư cũng cần xây dựng thương hiệu cá nhân của mình? Thương hiệu cá nhân của luật sư rất quan trọng, ví dụ như nhắc đến tên một luật sư, người ta sẽ biết đến bạn là luật sư thuộc lĩnh vực hình sự, dân sự hay kinh doanh thương mại.

Thứ ba: Thông qua hoạt động trợ giúp pháp lý hoặc hoạt động từ thiện và các hoạt động cộng đồng cũng là một cách để mở rộng networking.



6. Quảng cáo trực tuyến bằng banners hoặc viết email

Thời đại này là thời đại của Internet, vì vậy, khi đã xây dựng được website, các luật sư muốn quảng bá dịch vụ luật sư của mình tới khách hàng thì có thể sử dụng các banners để trên các website, khách hàng khi đọc báo có thể click vào banner của luật sư và có thể tìm hiểu và ký kết hợp đồng.

Ngoài ra, các luật sư cũng có thể sử dụng công cụ email marketing, có nghĩa là dùng các phần mềm chuyên dụng để gửi email chăm sóc khách hàng hoặc có thể giới thiệu dịch vụ của mình. Một điều lưu ý khi sử dụng email marketing đó là tránh làm spam (bom thư) sẽ gây sự không hài lòng và bị làm phiền.



7. Quảng cáo trực tuyến trả phí theo mỗi lần nhấp chuột (Pay per click)

Hiện nay, các công cụ tìm kiếm thông tin như google đang rất phát triển, các luật sư cũng có thể sử dụng phương pháp quảng cáo qua hình thức PPC để thu hút khách hàng.

Lưu ý đối với việc sử dụng hình thức này là chi phí cao và khó kiểm soát chi phí thực sự của chiến dịch. Nên thuê những đơn vị có uy tín để triển khai chiến dịch google adword (quảng cáo bằng từ khóa).

8. Tổ chức thuyết trình và hội thảo

Đây là một cách marketing truyền thống và vô cùng hiệu quả, các luật sư có thể tham gia vào các hội thảo và chúng ta đóng góp tham luận, sau khi hội thảo kết thúc đều có kỷ yếu hội thảo, nếu bài viết của các luật sư được trọn đăng thì đây là một cách để giới thiệu hình ảnh của luật sư tới cộng đồng.

Bên cạnh đó, các công ty luật và văn phòng luật sư cũng có thể chủ động hoặc phối hợp với các đối tác để tổ chức hội thảo chuyên đề.

Ví dụ, các luật sư có thể phối hợp với ban quản lý các khu công nghiệp để tổ chức hội thảo giới thiệu điểm mới của luật đầu tư, luật doanh nghiệp.

Cách marketing này không mang lại việc ngay lập tức những cũng là một cách tiếp cận nhanh chóng tới một số đối tượng khách hàng.



9. In ấn phẩm quảng cáo

Mỗi tổ chức hành nghề luật sư nên thiết kế một hệ thống nhận diện thương hiệu gồm có catalogue, phong bì thư, business card, letterhead.

Đây là các ấn phẩm quảng cáo hiệu quả để giới thiệu hình ảnh của công ty tới bạn bè và đối tác.

Lưu ý là nên thuê một đơn vị thiết kế chuyên nghiệp và các luật sư cần làm việc cẩn thận với các đơn vị này để soạn thảo nội dung giới thiệu thật ngắn gọn, súc tích.

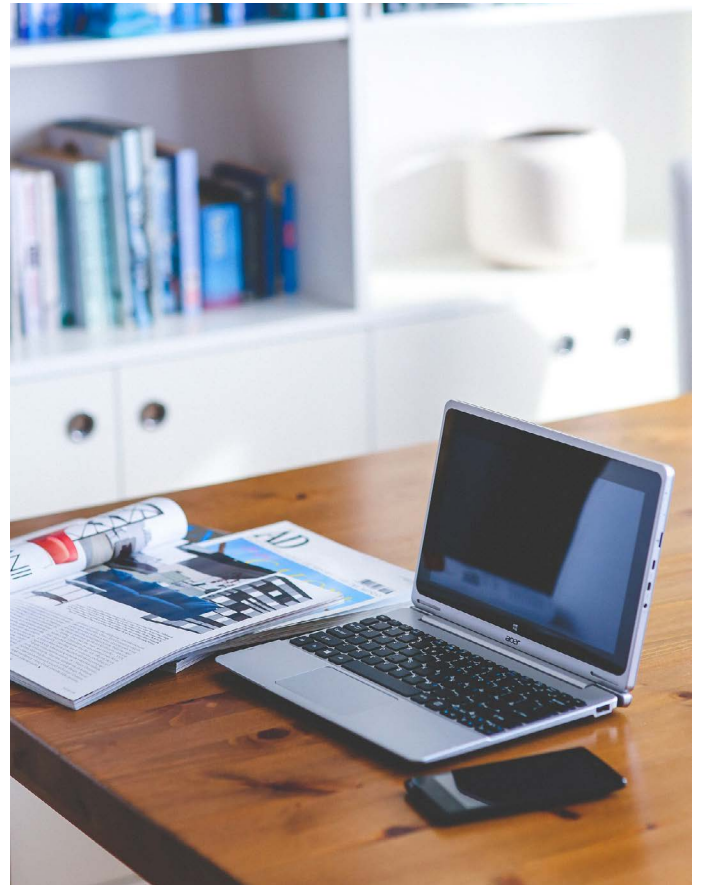
10. Xuất bản và phát hành tài liệu

Việc xuất bản và phát hành tài liệu cũng là một công cụ marketing hiệu quả cho công ty luật.

Các luật sư có thể kết hợp với các nhà xuất bản để có thể xuất bản những cuốn sách giới thiệu về luật dưới dạng hỏi đáp, tình huống thực tế.

Bên cạnh đó, các luật sư cũng cần nghiên cứu và tiến hành xuất bản điện tử dạng ebook.

Xuất bản dạng ebook thì sẽ có sức lan toả rất lớn nhờ công cụ Internet và mạng xã hội.



11. Giới thiệu trực tiếp từ khách hàng, đối tác (referrals)

Qua thống kê ở trên, ta có thể thấy việc giới thiệu trực tiếp từ khách hàng, đối tác là một cách hiệu quả nhất và có tỷ lệ chuyển đổi cơ hội ký hợp đồng cao nhất.

Đây là công cụ không chỉ hiệu quả trong ngành luật và trong tất cả các ngành khác.

Các lý do mà luật sư nên chú trọng vào công cụ này:

Thứ nhất: Mọi người tin vào bạn bè và những người quen của họ hơn bất kỳ quảng cáo nào.

Thứ hai: Mọi người tin vào những người đã có kinh nghiệm với dịch vụ của luật sư.

Thứ ba: Mọi người tin vào những người tự hào về việc mình làm.

Thứ tư: Mọi người tin vào người tốt (hào tâm).

Vậy các luật sư cần làm gì khi thực hiện công cụ này?

Cần cung cấp dịch vụ cho khách hàng một cách tốt nhất, khách hàng cũ hài lòng sẽ giới thiệu khách hàng mới.

Khuyến khích chuyên viên tư vấn luật có thể tìm khách hàng mới trong mạng lưới quan hệ đối tác của mình.



12. Truyền thông xã hội

Mạng xã hội là một công cụ tuyệt vời để các công ty luật và văn phòng luật sư quảng bá dịch vụ của mình bởi mạng xã hội có tính tương tác rất cao và nhanh.

Mỗi công ty luật cần có một tài khoản mạng xã hội như facebook để tương tác với khách hàng và nhân viên.

Bên cạnh đó, các công ty luật cũng có thể mua quảng cáo trên các mạng xã hội để có thể lan toả được dịch vụ của mình trên môi trường mạng xã hội.

Một điều lưu ý là các luật sư cần kiểm tra và cập nhật tài khoản mạng xã hội thường xuyên để kiểm soát thông tin.

13. Viết bài cho tạp chí chuyên ngành hoặc báo chí

Viết bài cho các tạp chí và báo cũng là một cách marketing hiệu quả, ngày nay, Việt Nam đang xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế và pháp luật, sẽ có rất nhiều “đất diễn” cho các luật sư bày tỏ quan điểm của mình về một vấn đề xã hội và viết thành các bài báo.

Độc giả và khách hàng sẽ thấy quan điểm của các luật sư và tin tưởng hơn khi sử dụng các dịch vụ của các luật sư đó.

Vì vậy, hãy kết bạn với giới truyền thông và chăm chỉ nghiên cứu, tìm tòi để viết các bài báo có chất lượng, ngoài việc đóng góp cho sự tiến bộ của xã hội thì luật sư cũng có cơ hội để quảng bá công ty hoặc văn phòng luật của mình.



III. Kết luận

Trên đây là các công cụ marketing phổ biến trong doanh nghiệp nói chung và công ty luật, văn phòng luật sư nói riêng.

Mỗi tổ chức hành nghề luật sư căn cứ vào nguồn lực về nhân sự, tài chính và sở trường của mình để có thể dùng một hoặc nhiều công cụ marketing nhằm phát triển và mang lại doanh thu cho doanh nghiệp.

Một lưu ý là khi sử dụng các công cụ marketing, các văn phòng luật sư cần có hoạt động đo lường, đánh giá hiệu quả để có kế hoạch điều chỉnh. Cần lập một kế hoạch marketing chi tiết gồm hoạt động cụ thể, thời gian và ngân sách.

Hoạt động Marketing là một hoạt động lâu dài và thường xuyên, mong các luật sư sẽ áp dụng thành công để phát triển dịch vụ của mình tới khách hàng và đạt doanh thu cao, thu nhập tốt.

