



MARKETING CHO NGHỀ LUẬT TRONG THỜI ĐẠI 4.0

KHÔNG MỘT AI TRONG SỐ NHỮNG NGƯỜI NÀY TỪNG THUÊ MỘT LUẬT SƯ. MỘT NGÀY NÀO ĐÓ, HỌ PHẢI TÌM GẤP MỘT LUẬT SƯ ĐỂ ĐƯỢC TRỢ GIÚP!

Ngày 29/05/17,

18 bệnh nhân đang điều trị lọc máu ở đơn nguyên thận nhân tạo tại Bệnh viện đa khoa tỉnh Hòa Bình đồng loạt có biểu hiện nôn, ngứa, chóng mặt. 9 người sau đó lần lượt tử vong. Cảnh sát khởi tố vụ án, nhận định nguyên nhân do nguồn nước cung cấp cho việc lọc, chạy thận nhân tạo không đảm bảo. Bác sĩ Hoàng Công Lương (BS khoa Hồi sức tích cực) bị khởi tố về tội Vô ý làm chết người. Theo cáo buộc, bác sĩ có chuyên môn, được đào tạo nên phải chịu trách nhiệm trong ca điều trị hôm đó. Ngày xảy ra sự cố, anh cũng không nhận được cảnh báo từ bên sửa chữa. Các thiết bị được bảo dưỡng và đưa vào hoạt động không kiểm định đúng quy trình. Tuy nhiên, theo bác sĩ, sự cố xảy ra do tồn dư hóa chất trong hệ thống lọc nước RO không thuộc trách nhiệm của y bác sĩ đơn nguyên thận nhân tạo.

Diễn viên Ngọc Trinh

Năm 2014, giữa diễn viên Ngọc Trinh và Nhà hát kịch đã có thỏa thuận hợp tác để dàn dựng, biểu diễn nghệ thuật theo phương thức góp vốn dựng vở. Dù mong muốn của Ngọc Trinh là làm đối tác với nhà hát nhưng phía nhà hát yêu cầu cô ký hợp đồng lao động để trở thành diễn viên của nhà hát. Do hai bên không thỏa thuận được về quyền lợi nên Ngọc Trinh đã làm đơn xin kết thúc hợp đồng lao động. Ngày 1/11/2014, Nhà hát đơn phương quyết định chấm dứt hợp tác với Ngọc Trinh dẫn đến hủy bỏ những suất diễn dù đã bán vé. 6 vở kịch do cô đầu tư dàn dựng đã không được diễn tại sân khấu của nhà hát này trong suốt 3 năm qua. Trước quyết định của Nhà hát, cô đã quyết định khởi kiện yêu cầu hoàn trả chi phí đầu tư, chi phí kịch bản cũng như bù lỗ cho diễn viên.

“Thần đồng đất Việt”

là bộ truyện tranh ra mắt từ năm 2002 do họa sĩ Lê Linh cùng Công ty TNHH TM DV KT&PT tin học Phan Thị thực hiện. Đến nay, bộ truyện đã xuất bản được 225 tập. Từ tập 79 trở đi, họa sĩ Lê Linh đã không còn tham gia vào ê kíp sản xuất bộ truyện này. Mâu thuẫn xảy ra khi bà Phan Thị Mỹ Hạnh (Giám đốc công ty Phan Thị) bảo người khác vẽ lại tranh của họa sĩ Lê Linh trên các ấn bản khác, ông yêu cầu xác định lại bản quyền thì phát hiện trong hồ sơ đăng ký bản quyền, bà Hạnh cũng tự nhận là tác giả của các nhân vật trong truyện. Theo họa sĩ Lê Linh, ông là người đảm nhận tất cả các phần: lập kế hoạch sáng tác, nghiên cứu tư liệu, viết kịch bản, sáng tạo nhân vật và vẽ toàn bộ câu chuyện. Sau khi phát hiện mình bị lừa dối bấy lâu, ông đã tìm đến pháp luật nhằm đòi lại công bằng cho mình.

Các tình huống trên khác nhau, nhưng những người trong đó có điểm chung: Tất cả họ đều đối mặt trước những sự thay đổi và thách thức không lường trước được trong cuộc sống. Và có một điều khác mà họ cũng không hề biết trước: lúc đó họ thực sự cần có Luật sư. Giống như hầu hết mọi người, họ muốn tìm một Luật sư giỏi và thuê Luật sư đó càng sớm càng tốt.

Giống như bất kì doanh nghiệp nào, một công ty luật cũng cần hiểu biết về thị trường và khách hàng của mình. Sử dụng hiểu biết sâu rộng về động cơ, hành vi điển hình của khách hàng và cách họ đưa ra quyết định có thể giúp Quý luật sư sắp đặt những hoạt động marketing của mình đáp ứng tốt nhất nhu cầu và thói quen của khách hàng.

Thực tế, rất ít công ty luật có thời gian hoặc khả năng thực hiện các nghiên cứu sâu rộng cần thiết để hiểu thị trường dịch vụ pháp lý và khách hàng ngày nay. Trong tài liệu này, rút ra từ dữ liệu thu được từ cuộc khảo sát và các nguồn khác, iLAW sẽ cùng Quý luật sư khám phá ba giai đoạn mà một khách hàng trong lĩnh vực pháp lý điển hình sẽ làm trong hành trình của họ:

- **Nhận thức:** Thời điểm mà khách hàng nhận ra rằng họ có vấn đề về pháp lý. Khách hàng bắt đầu tìm kiếm và đánh giá các giải pháp khả thi, bao gồm việc thuê Luật sư.
- **Quan tâm và cân nhắc:** Quá trình mà khách hàng tìm kiếm thông tin về các Luật sư và cân nhắc xem họ nên liên hệ với Luật sư nào.
- **Quyết định:** Thời điểm mà khách hàng chọn liên hệ và thuê Luật sư.

Trong hành trình đó của khách hàng, iLAW sẽ trình bày một số thông tin mới mẻ về cách khách hàng tìm kiếm và chọn Luật sư. iLAW cũng sẽ trình bày về những cách mà Quý luật sư có thể tiếp thị tốt nhất dịch vụ pháp lý của mình cho những khách hàng đang cần gấp một Luật sư.

Hành trình của khách hàng trong lĩnh vực pháp lý



GIẢI ĐOẠN 1: NHẬN THỨC

Hành trình sẽ bắt đầu khi một khách hàng hiểu rằng người ấy hoặc một người nào đó gần gũi với họ (người thân, bạn bè, đồng nghiệp...) có vấn đề pháp lý và cần có một Luật sư giúp đỡ. Đa số khách hàng được khảo sát (>60%) cho biết vấn đề pháp lý liên quan đến chính bản thân mình. Nhưng cũng có nhiều khách hàng chủ động tìm Luật sư vì các vấn đề pháp lý của người khác – đặc biệt là vì vợ, chồng hoặc cha, mẹ, con của họ.

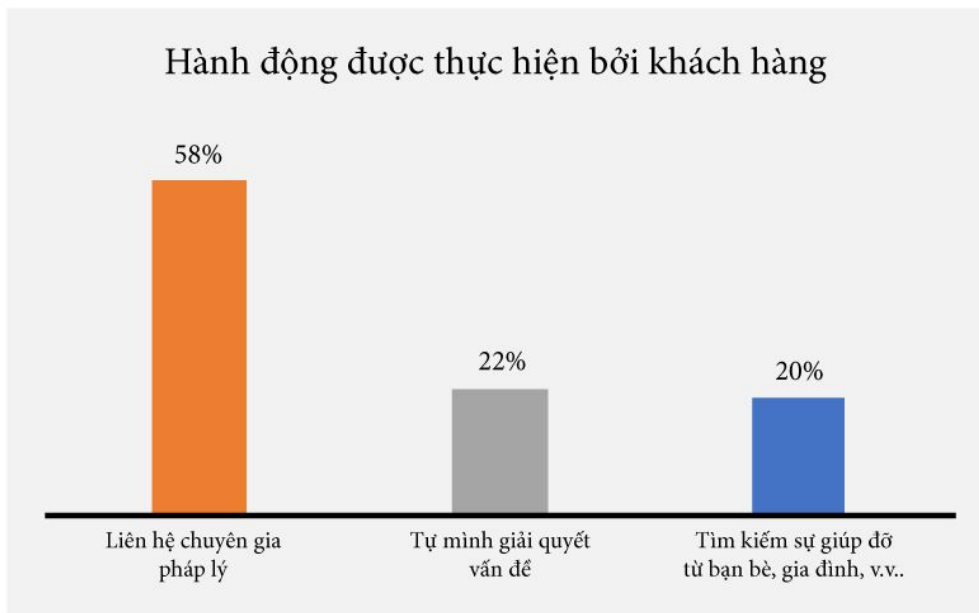
Điều ngạc nhiên là cảm xúc (mà không phải lý trí như trong các dịch vụ khác) là động lực chủ yếu thúc đẩy hành động của khách hàng. Đó có thể là vì khách hàng trong lĩnh vực pháp lý thường nhận ra rằng họ đang đối mặt với

những rủi ro, như thua lỗ trong kinh doanh, mất mát tài sản, hay thậm chí đối diện với các hình phạt nghiêm khắc của nhà nước. Trong một tình huống pháp lý như vậy, nỗi sợ hậu quả tiêu cực có thể đóng một vai trò quan trọng và trở thành động lực mạnh mẽ thúc đẩy họ hành động. Đó là lý do tại sao họ tìm kiếm một Luật sư – vì họ muốn nhờ Luật sư giải quyết những rủi ro đó càng sớm càng tốt.

Sợ rủi ro là động lực lớn nhất thúc đẩy khách hàng tìm kiếm trợ giúp của Luật sư

Để tránh những kết quả tiêu cực mà họ lo sợ, khách hàng trong lĩnh vực pháp lý tự động và khẩn trương tìm giải pháp cho vấn đề

của họ. Theo khảo sát, khách hàng có thể tự mình nghiên cứu và giải quyết vấn đề, hoặc tìm hoặc tìm kiếm sự giúp đỡ từ bạn bè, gia đình, hoặc tìm kiếm sự giúp đỡ từ các chuyên gia phi pháp lý. Tuy nhiên, số khách hàng tìm kiếm ý kiến hoặc trợ giúp của một chuyên gia pháp lý cao gấp ba lần so với bất kì giải pháp nào kể trên.



Kết luận: Khách hàng thường bị thúc đẩy mạnh bởi nỗi sợ hậu quả tiêu cực để tìm Luật sư và nhanh chóng giải quyết vấn đề của họ. Nếu Quý luật sư có thể thuyết phục họ rằng mình có kiến thức và kinh nghiệm để giúp họ ngăn chặn rủi ro, số liệu thống kê cho thấy Quý luật sư là lựa chọn nhiều nhất của họ. Vì vậy, câu hỏi đặt ra bây giờ là: Làm thế nào để Quý luật sư có thể tối đa hóa cơ hội để những khách hàng có động lực trên tìm thấy mình?

GIAI ĐOẠN 2: QUAN TÂM VÀ CÂN NHẮC

Rất nhiều khách hàng trong lĩnh vực pháp lý đồng thời tìm hiểu các Luật sư khác nhau (thông thường họ sẽ tìm hiểu từ 03 Luật sư). Vậy khách hàng cân nhắc điều gì trong khi đồng thời tìm hiểu và đánh giá các Luật sư tiềm năng? Theo khảo sát, những yếu tố quan trọng nhất mà khách hàng quan tâm là:

- **Chuyên môn và kinh nghiệm của Luật sư trong lĩnh vực pháp lý liên quan:** Khách hàng quan tâm liệu Luật sư có chuyên môn thuộc lĩnh vực mà họ đang gặp phải hay không, và chuyên môn đó ở mức độ chuyên sâu như thế nào. Thêm vào đó, yếu tố kinh nghiệm của Luật sư cũng được họ cân nhắc: thông thường, họ bị ấn tượng hơn bởi các Luật sư lớn tuổi và dày dặn kinh nghiệm.
- **Khuyến nghị từ người thân, bạn bè, đồng nghiệp:** Khách hàng sẽ hỏi thông tin từ những người thân quen của họ để được giới thiệu Luật sư phù hợp. Lời giới thiệu hay ý kiến đánh giá của những người thân quen này có ý nghĩa quan trọng vì khách hàng thường đánh giá rất cao tính tin cậy của những lời khuyên đó.
- **Vị trí của công ty luật:** Khách hàng (đặc biệt là ở Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội) luôn có xu hướng tìm kiếm Luật sư gần nhà hoặc gần nơi họ làm việc để dễ dàng tiếp xúc trực tiếp hay làm việc với Luật sư sau này. Theo khảo sát, khách hàng ở hai thành phố này hiếm khi tìm kiếm Luật sư ở những nơi cách xa họ quá 15km, trừ khi họ có những nhu cầu đặc biệt.
- **Ngoại hình và tác phong của Luật sư:** Khách hàng có xu hướng nghĩ về Luật sư là những người học rộng, hiểu nhiều và có bản lĩnh giúp họ đối phó những tình huống khó khăn, phức tạp. Vì vậy, họ có xu hướng bị ấn tượng bởi hình ảnh Luật sư có ngoại hình và tác phong chuyên nghiệp, thể hiện bản lĩnh và tự tin trong công việc.
- **Một cảm giác khiến họ có thể tin tưởng người Luật sư:** Yếu tố này khá trừu tượng, nhưng có thể là kết quả tổng hợp của nhiều cảm nhận khác nhau tùy theo mỗi khách hàng: có thể do Luật sư là đồng hương, có thể do Luật sư cùng tuổi tác, hoặc cũng có thể chỉ đơn giản là họ cảm thấy “hợp” khi lần đầu tiếp xúc với hình ảnh của Luật sư.

Các nguồn tìm kiếm trực tuyến



Khách hàng ngày càng sử dụng nhiều các nguồn trực tuyến để tìm kiếm Luật sư. Điều này một phần là do thói quen của họ trong các lĩnh vực khác: càng ngày họ càng dịch chuyển sang tìm hiểu thông tin trên mạng trước khi ra quyết định mua hàng hoặc thuê dịch vụ (họ cũng quen với việc mua hàng trên chính các trang mạng thương mại điện tử đó). Trên thực tế, khách hàng ngày nay có thể dễ dàng và nhanh chóng tìm Luật sư trên mạng thông qua các nguồn sau đây:

Trang web của các công ty luật:

Đối với những người tham gia khảo sát lần đầu tiên lên mạng để tìm kiếm Luật sư, họ hầu như sử dụng các công cụ tìm kiếm, chẳng hạn như Google, Bing, Cốc Cốc. Khách hàng tham khảo trung bình ba trang web trong

quá trình tìm kiếm. Điều đó thể hiện thói quen của khách hàng, nhưng cũng cho thấy chiến lược truyền thông trực tuyến của các công ty luật đang làm rất tốt trong việc hướng lưu lượng truy cập của khách hàng tiềm năng đến trang web của mình thông qua các hoạt động quảng cáo hoặc tối ưu hoá công cụ tìm kiếm (SEO).

Các trang thông tin tìm kiếm

Luật sư: Ngày càng có nhiều khách hàng tham khảo các trang thông tin tìm kiếm Luật sư, với hơn 55% khách hàng bắt đầu việc tìm kiếm Luật sư của họ trên các trang web như Trang vàng (trangvangvietnam.vn), iLAW (i-law.vn), Thư viện pháp luật (thuvienphapluat.vn)... Khách hàng trong lĩnh vực pháp lý nhận thấy các trang thông tin tìm kiếm Luật sư này có giá trị bởi chúng được tạo lập bởi các thương hiệu uy tín, đáng tin cậy và có một nguồn thông tin đầy đủ về Luật sư ở tất cả các lĩnh vực và địa bàn trên cả nước.

Mạng xã hội: Các mạng xã hội

(Facebook, Zalo, ...) và các diễn đàn (forum) trực tuyến cũng là nơi mà các khách hàng tìm kiếm các ý kiến hoặc chia sẻ kinh nghiệm của họ khi thuê Luật sư. Trên các diễn đàn lớn như webtretho.vn, có thể tìm thấy rất nhiều ý kiến chia sẻ về kinh nghiệm tìm kiếm Luật sư, đặc biệt là các Luật sư trong lĩnh vực ly hôn.

Kết luận: Quý luật sư hãy xuất hiện ở những nơi mà khách hàng tìm kiếm thông qua chiến thuật nhiều con đường, một giải pháp tích hợp!

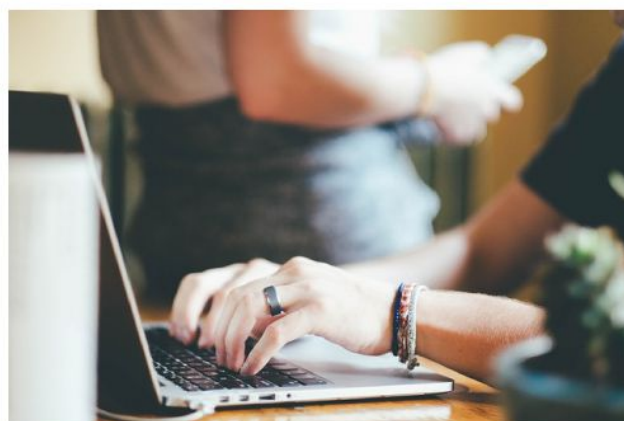
Khách hàng trong lĩnh vực pháp lý ngày nay tiếp cận với nhiều nền tảng và phương thức khác nhau trong việc tìm kiếm Luật sư. Họ có thể sử dụng các thiết bị

BƯỚC 3: QUYẾT ĐỊNH

Một khi khách hàng đã xác định được Luật sư để liên hệ, họ sẽ nhanh chóng tiếp xúc Luật sư: hơn 50% người tìm kiếm sẽ liên hệ với Luật sư trong vòng một tuần, với hơn một phần ba trong số đó liên hệ Luật sư ngay trong

di động, tìm các thông tin trên Google, truy cập vào website Quý luật sư hoặc các trang thông tin tìm kiếm Luật sư, hoặc thậm chí hỏi ý kiến người khác trên các trang mạng xã hội hay các diễn đàn. Vì thế, sẽ rất quan trọng nếu Quý luật sư sử dụng chiến lược tiếp thị năng động và tích hợp: Chiến lược đó sử dụng nhiều chiến thuật và đa kênh để tạo ra nhiều vị trí và nguồn mà khách hàng có thể tiếp cận được thông tin về dịch vụ của Quý công ty, bao gồm:

- Xây dựng website riêng của Quý công ty.
- Cập nhật hồ sơ của Quý luật sư trên các trang thông tin tìm kiếm Luật sư.
- Xây dựng mạng xã hội riêng (fanpage) của Quý công ty.
- Seeding trên các diễn đàn.



ngày đầu tiên. Điều này không quá ngạc nhiên vì những yếu tố thúc đẩy cảm xúc mạnh mẽ đằng sau mong muốn giải quyết vấn đề pháp lý của họ như đã phân tích đầu bài viết.

Một khi đã đưa ra quyết định, khách hàng thích liên hệ với Luật sư bằng điện thoại (80%). Hình thức kết nối phổ biến tiếp theo đó là trực tiếp đến văn phòng của Luật sư (khoảng 10%) hoặc gửi email, tin nhắn trực tuyến (khoảng 10%). Hầu hết người tham gia khảo sát có xu hướng liên hệ với Luật sư trong giờ làm việc hành chính thông thường.

Khi đã liên hệ, khách hàng mong muốn được tiếp xúc ngay với Luật sư (với hình thức gọi điện thoại, hoặc gặp mặt tại văn phòng của Luật sư) hoặc nhận được email phản hồi của Luật sư ngay. Nếu Quý luật sư muốn chuyển khách hàng tiềm năng này thành khách hàng, đó là thời điểm và cơ hội cho Quý luật sư hành động thật nhanh. Việc trả lời chậm có thể khiến Quý luật sư mất cơ hội vì khách hàng sẽ tìm một Luật sư khác. Quý luật

sư nên phản hồi lại khách hàng, dù họ liên lạc bằng điện thoại, email hay nhắn tin trực tuyến, trong vòng không quá 24 giờ và lý tưởng nhất là trong vòng 5 giờ. Quý luật sư không nên bỏ qua bất kỳ tin nhắn hoặc email nào mà không trả lời: Kể cả những khách hàng không thể hiện mình là khách hàng tiềm năng hôm nay nhưng có thể họ sẽ giới thiệu Quý luật sư cho người khác nếu Quý luật sư cung cấp cho họ các thông tin và hướng dẫn hữu ích. Khi trao đổi với khách hàng, Quý luật sư phải bảo đảm với họ rằng vấn đề của họ có thể được giải quyết và Quý luật sư chính là người phù hợp để làm việc đó. Khách hàng tiềm năng muốn một Luật sư là người có thể bày tỏ sự đồng cảm và xây dựng lòng tin. Phản hồi nhanh, chính xác sẽ khiến khách hàng thấy rằng Quý luật sư thực sự là nơi đáng giá với lòng tin của họ.

Kết luận: Quý luật sư hãy phản hồi thật nhanh. Một khi khách hàng tiềm năng đã quyết định liên hệ, họ thực sự đã là một khách hàng của Quý công ty.

KẾT THÚC CỦA HÀNH TRÌNH

Hãy cùng nhìn lại hành trình tìm kiếm Luật sư của khách hàng trong lĩnh vực pháp lý: Khi khách hàng điển hình là nghệ sĩ Ngọc Trinh tìm kiếm Luật sư nghĩa là cô đang có mong muốn cấp bách để giải quyết nhu cầu về pháp lý và bị thúc đẩy bởi những cảm xúc mạnh mẽ. Cô muốn thuê ngay một Luật sư để giúp cô giải quyết các rắc rối đã kéo dài với Nhà hát. Để trở thành người Luật sư mà cô ấy thuê, Quý luật sư cần xuất hiện ở những nơi mà cô ấy tìm kiếm (từ khoá trên Google, các trang thông tin tìm kiếm Luật sư, các trang mạng xã hội, và trong hiểu biết của những người thân của cô ấy). Với nguồn thông tin đầy đủ và đáng tin cậy từ các trang trực tuyến và ngoại tuyến, cô ấy có thể sẽ đưa ra quyết định rất nhanh chóng để thuê một Luật sư cụ thể, người mà cô cho rằng có uy tín và tin cậy để giúp cô.

Trong thời đại công nghệ 4.0 ngày nay, khách hàng sẽ tìm kiếm xa và rộng để có thể có được người Luật sư tốt nhất. Việc có một website tốt là chưa đủ vì khách hàng cũng sử dụng đang dạng các công cụ khác để tìm được một Luật sư có khả năng và đáng tin cậy. Vì vậy, Quý luật sư cần một chiến lược Marketing tích hợp nhiều nền tảng: Website, các trang thông tin tìm kiếm Luật sư, các trang mạng xã hội...

Nếu làm tốt những hoạt động trên, Quý luật sư đang dần trở thành lựa chọn hàng đầu của các khách hàng trong thị trường dịch vụ pháp lý hiện đại. Để tìm hiểu thêm về các công cụ Marketing hiện đại dành cho nghề luật, Quý luật sư có thể truy cập tại đây: <http://ilawyers.i-law.vn>

LUẬT SƯ 4.0

iLAW kết nối Khách hàng và Luật sư trong thời đại công nghệ.



[https:// i-law.vn](https://i-law.vn)

Công Ty Cổ Phần Giải Pháp Pháp Lý Thông Minh

Phòng 1157, Lầu 11 Tòa nhà Deutsches Haus,
số 33 Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Điện thoại: (028) 7303 2868

Email: cskh@i-law.vn