



NĂM SAI LẦM PHỔ BIẾN VÀ TỐN KÉM NHẤT MÀ WEBSITE CỦA CÁC CÔNG TY LUẬT THƯỜNG MẮC PHẢI

Dưới đây là năm lỗi sai phổ biến của website mà Quý công ty có thể mắc phải dẫn đến mất đi các khách hàng tiềm năng của mình – và cách mà Quý công ty có thể điều chỉnh website và tránh các lỗi đó.

1. Bộ nhận diện thương hiệu không nhất quán

Rất nhiều công ty luật/văn phòng luật sư (sau đây gọi chung là “công ty luật”) có bộ nhận diện thương hiệu không nhất quán trên website. Ở một số công ty, logo, biểu tượng, màu sắc, hình ảnh và phong chữ có thể thay đổi một cách khó hiểu ở các trang khác nhau trong website. Một số công ty khác lại cập nhật bộ nhận diện thương hiệu mà không thông báo, điều này khiến cho khách hàng cũ bị rối khi vào lại website. Việc cập nhật bộ nhận diện thương hiệu quá thường xuyên cũng có thể làm khách hàng cảm thấy khó hiểu về chiến lược thương hiệu đã được thiết lập từ trước, điều này làm suy giảm nỗ lực quảng cáo dài hạn của chính công ty.

Khi Quý công ty nghĩ đến việc tạo ra một nhận diện thương hiệu dễ nhớ cho khách hàng, tính nhất quán là một trong những yếu tố quan trọng nhất. Xây dựng thương hiệu nói chung

chính là việc định hướng nhận thức cho khách hàng tiềm năng. Quý công ty có thể làm việc đó có hiệu quả thông qua thông điệp nhất quán, lặp lại. Khách hàng tiềm năng cần nhìn thấy diện mạo thương hiệu của Quý công ty được thể hiện một cách đáng tin cậy xuyên suốt trang web, điều này giúp họ nhận diện và ghi nhớ Quý công ty dễ dàng hơn.



Logo là nền tảng chính cho một bộ nhận diện thương hiệu. Logo cần phải được thiết kế tỉ mỉ từ đường nét đến màu sắc bởi nó sẽ được sử dụng làm hình ảnh chính và là mối liên hệ chặt chẽ cho bộ nhận diện thương hiệu. Logo nên là hình đơn giản, khác



biệt và đại diện cho dấu ấn riêng cũng như nhiệm vụ của Quý công ty. Các biểu tượng cũng là một lựa chọn phổ biến khi làm logo. Những biểu tượng này thường có một nội dung nào đó liên quan đến sản phẩm và dịch vụ của công ty. Ví dụ, trên logo của các ngân hàng Việt Nam thường có biểu tượng hình tam giác, hình này mang nghĩa sự cân bằng, vững bền. Thông thường khi làm logo, nên chọn không nhiều hơn ba màu sắc khác nhau và hãy đảm bảo rằng độ tương phản giữa các màu sắc cao để nó có thể thể hiện đúng logo ngay cả khi in đen trắng. Trong một số trường hợp, màu sắc của logo không phù hợp với phong nền của sản phẩm, vì thế, nên thiết kế sẵn thêm một logo dưới dạng màu khác để có thể sử dụng những lúc đó và quy định rõ tại website của công ty. Ví dụ, công ty bảo hiểm Genarali có logo

màu chính là đỏ dưới phong nền trắng, tuy nhiên trong trường hợp đồng tài trợ cho một chương trình có phong nền là màu đỏ, logo sẽ được chuyển sang để thành màu trắng để nổi bật hơn. Màu sắc cũng là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc thiết lập bộ nhận diện thương hiệu. Một điều đáng lưu ý ở đây là mỗi màu sắc thể hiện một thông điệp riêng. Không phải tự nhiên mà các tổ chức xã hội chọn màu xanh lá làm màu sắc chính, nó giúp khách hàng dễ dàng liên tưởng đến dịch vụ mà họ cung cấp. Hãy lưu ý là màu sắc của công ty cần nhất quán, lựa chọn một số màu chính cho Quý công ty và chỉ sử dụng các màu đó cho website, chữ ký email, giấy in, card visit. Chính sự nhất quán về màu sắc này sẽ giúp khách hàng nhớ đến sản phẩm và dịch vụ của công ty.

Yếu tố tiếp theo là kiểu chữ của bộ nhận diện thương hiệu. Trên thực tế, kiểu chữ góp phần tác động lên độ giả. Có hai kiểu chữ thông thường đó là chữ có chân và chữ không có chân. Chữ có chân và mỗi kiểu chữ có ý nghĩa

và đối tượng riêng. Ví dụ nếu đối tượng của Quý công ty là các doanh nghiệp, doanh nhân, chủ có chân khiến độc giả cảm thấy trang trọng hơn. Tuy nhiên, chủ không chân khiến các bạn trẻ thấy thích thú hơn bởi tính sáng tạo của chúng. Bên cạnh đó, nên chọn lựa một số kiểu chữ và chỉ dùng chúng ở tất cả mọi nơi. Không nên dùng quá nhiều phong chữ trong một bố cục bởi nó gây rối mắt và khó khăn trong việc đọc. Cỡ chữ cũng rất quan trọng, không nên dùng quá 2 size chữ trong cùng một trang.

Hình ảnh là một công cụ vừa quan trọng vừa đơn giản giúp trang web của Quý công ty trở nên thu hút hơn đối với khách hàng tiềm năng. Các nghiên cứu cho thấy các nội dung có chứa đựng hình ảnh thường có lượt xem nhiều hơn tới 94% so với nội dung chỉ có chữ. Theo Subiz Blog (2017), con người chịu tác động lớn từ nội dung trực quan. Cụ thể, 90% thông tin được chuyển tới não dưới dạng trực quan, não bộ con người xử lý nội dung trực quan nhanh gấp 60.000 lần so với nội dung thuần chữ. Chính vì thế, hình ảnh có



tác dụng mô tả những phần nội dung có quá nhiều chữ trên website của Quý công ty, việc này giúp cho website thu hút được sự chú ý và độc giả cũng dễ dàng nắm bắt được nội dung hơn.

Tuy nhiên, không phải tất cả hình ảnh đều có tác dụng. Hình ảnh cây búa và quan tòa rất phổ biến trong website của các công ty luật đến mức rập khuôn và nhàm chán. Hầu hết những người đang tìm kiếm luật sư sẽ nhận ra những hình ảnh lặp lại đó bởi rất nhiều website của các công ty luật mà họ đã ghé thăm cũng sử dụng những hình ảnh đó. Những hình ảnh như vậy trên website khiến độc giả nhìn nhận công ty là không có nét riêng và website cũng không nổi bật.

2. Sự thiếu hụt nội dung mới

Nội dung trang web có chất lượng cao là tài sản vô giá của Quý công ty. Nó giúp cải thiện thứ hạng của website của Quý luật sư trong kết quả tìm kiếm cho Google. Google đánh giá các từ khóa, mức độ liên quan, chất lượng nội dung và các yếu tố khác khi xếp thứ hạng kết quả,

Sử dụng những hình ảnh lặp lại là con đường nhanh chóng khiến Quý công ty bị quên lãng, đối với một số người, nó thậm chí bị nhận định như không chuyên nghiệp trong ngành luật. Quý công ty sẽ mang đến một trải nghiệm website vượt trội hơn bằng cách sử dụng các hình ảnh chuyên nghiệp của chính địa điểm và nhân viên của công ty mình. Độc giả thường kết nối loại hình ảnh này ở mức độ cá nhân, khiến cho Quý công ty trở nên đáng nhớ hơn nhiều. Hình ảnh cũng nói lên rất nhiều tính chuyên nghiệp của Quý công ty và sự quan tâm đến từng chi tiết, đó cũng là một lý do nữa để khách hàng tiềm năng chọn Quý công ty thay vì đối thủ.

trong đó chất lượng nội dung là yếu tố quan trọng nhất (content is king).

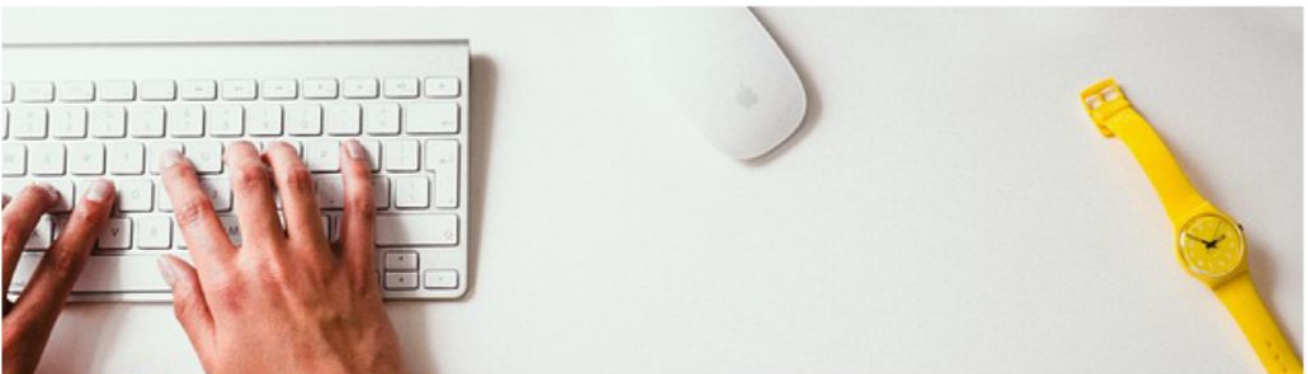


Việc thêm các nội dung mới vào trang web của Quý công ty thường xuyên có thể gia tăng lượt truy cập của khách hàng cũng như sự tương tác của người xem, điều này báo cho Google rằng trang web của Quý công ty xứng đáng được tăng hạng trong kết quả tìm kiếm. Đối với phía người dùng, khi khách hàng truy cập vào trang web của Quý công ty nghĩa là họ muốn biết thông tin về chính công ty tại thời điểm hiện tại. Họ muốn biết thành tựu gì Quý công ty đã đạt được, cũng như các thông tin luật pháp và tin tức mới.

Nếu thông tin mới được cập nhật nhất trên trang web của Quý công ty là vào năm 2016, khách hàng sẽ thắc mắc gần đây Quý công ty đã làm gì và tại sao không cập nhật thông tin trên web. Việc này sẽ dễ khiến họ hiểu lầm. Thực tế là khi khách

hàng truy cập vào một website mà nó không được cập nhật trong nhiều năm gần đây, họ sẽ tự hỏi liệu công ty đó có còn hoạt động hay không. Chúng tôi hiểu rằng Quý công ty không muốn tình trạng đó xảy ra với chính công ty luật của mình.

Một cách để khắc phục vấn đề trên đó là hợp nhất chức năng của trang cá nhân (Blog) vào trang web của Quý công ty. Quý công ty có thể sử dụng Blog để đăng các cập nhật, tin tức hoặc thông tin pháp luật thường xuyên. Các bài đăng trên Blog có thể được hợp nhất vào trang web của Quý công ty, báo hiệu cho Google biết trang web của Quý công ty chứa các nội dung mới. Quý công ty cũng có thể cập nhật lên website các nội dung có giá trị và đáng đọc cho khách hàng đọc để biết thêm thông tin.



3. Website không có tính năng tương thích (responsive) với điện thoại di động

Theo Dammio (2018), lượng dùng Internet ở Việt Nam là 64 triệu người nhưng có đến 70 triệu người sở hữu điện thoại di động, trong đó có 55 triệu người thường xuyên truy cập Internet bằng điện thoại của mình. Thống kê của Dammio (2018) cũng cho thấy 72% người dùng truy cập mạng bằng điện thoại thông minh (smartphone) trong khi laptop/máy tính truyền thống chỉ chiếm 43%. Qua đó cho thấy, hiện ngày càng nhiều người dùng smartphone để vào Internet và tìm kiếm hàng hóa cũng như dịch vụ, và tất nhiên bao gồm cả dịch vụ pháp lý và tìm luật sư. Tuy nhiên, rất nhiều công ty luật vẫn sử dụng website không có tính năng tương thích

với điện thoại di động, việc có thể khiến họ mất khách hàng.

Theo khảo sát của Google, có tới 61% người dùng không còn muốn quay lại trang web trên điện thoại mà họ gặp vấn đề trong lúc truy cập và 40% trong số họ sẽ chuyển qua trang web của đối thủ (Sukhaj, 2017). Website là cách tốt nhất để tăng tính minh bạch và tạo nên một doanh nghiệp mới, tuy nhiên, nó sẽ gây ra tác dụng ngược lại nếu website không có tính năng thân thiện với điện thoại di động, việc này khiến Quý công ty thêm tốn thời gian và tiền bạc. Một người thiết kế website có kinh nghiệm sẽ tạo một website đẹp và tương thích hoàn toàn cho máy tính truyền thống và những thiết bị di động khác cho Quý công ty, điều đảm bảo rằng website của Quý công ty sẽ thu hút được càng nhiều người xem trong thời đại công nghệ di động lên ngôi như hiện nay.



4. Không có chi tiết thông tin liên lạc rõ ràng

Một phần quan trọng trong việc thiết lập website thân thiện với người dùng đó là làm cho nó dễ dàng để khách hàng liên hệ với Quý công ty. Rất nhiều website của các công ty luật hiện đang thực hiện theo hướng hoàn toàn ngược lại. Họ giấu các thông tin liên lạc ở các góc khuất dưới cùng trong trang web của họ, hoặc họ chỉ để ở mỗi trang Liên hệ (Contact) và hy vọng khách hàng ghé thăm website sẽ nỗ lực tìm kiếm để thấy. Tuy nhiên, với rất nhiều doanh nghiệp và các website lớn, khách hàng quen rằng các website thân thiện với người dùng (user friendly) sẽ nhanh chóng đáp lại và dễ dàng điều hướng. Nếu khách hàng gặp vấn đề trong việc sử dụng website, họ sẽ rời trang và không truy cập trở lại.

Các thông tin liên lạc nên được thiết lập rõ ràng, dễ thấy và dễ truy cập. Cách tốt nhất là để các thông tin đó hiện trên mỗi trang, có thể chỉ là các thông tin liên lạc đơn thuần hoặc nút Kêu gọi



hành động (Call to Action) để dẫn tới trang cung cấp thông tin đó.

Dù là bất cứ hình thức nào, mục đích chính là để cho khách hàng dễ dàng và không mất công, tốn sức để liên lạc với Quý công ty. Một điểm quan trọng khác đó là hãy đưa ra các sự lựa chọn khác nhau để khách hàng liên hệ với Quý công ty, ví dụ như bằng email, điện thoại, điền vào biểu mẫu liên hệ hoặc nói chuyện trực tuyến. Bằng việc cung cấp các cách thức khác nhau này, Quý công ty đang đáp ứng được nhu cầu khác nhau của khách hàng khi ghé thăm website, đảm bảo được việc thu hút được càng nhiều khách hàng càng tốt.

5. Thiếu hụt nội dung/thông tin tự phục vụ (Self-service) hoặc có nhưng khó sử dụng

Khách hàng hiện tại và khách hàng tiềm năng muốn kiểm soát cách thức cũng như thời điểm mà họ muốn liên hệ với Quý công ty. Hầu hết khách hàng thích tìm kiếm câu trả lời trên mạng trước khi liên hệ trực tiếp. Thêm vào đó, khách hàng hiện tại cũng muốn liên hệ Quý công ty 24/7 mà không cần trực tiếp đến văn phòng hoặc gọi điện trong giờ hành chính. Bằng việc gợi ý cho khách hàng dịch vụ tự phục vụ trực tuyến, khách hàng có thể tự tìm kiếm các thông tin cần thiết, đặt lịch hẹn hoặc trả phí một cách tiện lợi.

Theo SuperOffice (2018), khách hàng luôn có nhu cầu được trả lời và các vấn đề của họ được giải quyết càng nhanh càng tốt. Cũng theo trang này, có tới 70% khách hàng hiện nay hy vọng website của Quý công ty có phần nội dung/thông tin tự phục vụ. Trên thực tế, có 40% lượng khách hàng chuộng việc sử dụng dung/thông tin tự phục vụ hơn là liên hệ trực tiếp. Khi khách hàng gặp một vấn đề pháp lý đơn

giản, suy nghĩ đầu tiên của họ không bao giờ là nhấn máy lên để gọi điện. Thay vì nói chuyện ngay với Luật sư, họ sẽ tìm câu trả lời trực tuyến thông qua các bài viết trong phần Các câu hỏi pháp lý thường gặp hoặc các video hướng dẫn.

Quý công ty có thể để các câu hỏi nổi bật nhất hoặc các video hướng dẫn hữu ích nhất hiện lên đầu tiên để khách hàng không quá khó khăn mà vẫn có thể tìm thấy. Như đã nói ở trên, não bộ con người tiếp thu hình ảnh nhanh hơn rất nhiều so với chữ viết. Chính vì thế, Quý công ty có thể quay clip hướng dẫn từng bước một để khách hàng tự giải quyết vấn đề của mình. Khi đã ấn tượng với hình ảnh và chuyên



môn của Quý luật sư, khách hàng sẽ quay lại liên hệ khi họ có các vấn đề pháp lý nghiêm trọng sau này mà cần sự giúp đỡ của Luật sư. Bản thân họ cũng có thể chia sẻ các thông tin hữu ích đó, hoặc giới thiệu bạn bè, người thân về Quý công ty. Tất cả đều có thể trở thành khách hàng tiềm năng trong tương lai của Quý công ty.

Theo SuperOffice (2018), khách hàng luôn có nhu cầu được trả lời và các vấn đề của họ được giải quyết càng nhanh càng tốt. Cũng theo trang này, có tới 70% khách hàng hiện nay hy vọng website của Quý công ty có phần nội dung/thông tin tự phục vụ. Trên thực tế, có 40% lượng khách hàng chuộng việc sử dụng dung/thông tin tự phục vụ hơn là liên hệ trực tiếp. Khi khách hàng gặp một vấn đề pháp lý đơn giản, suy nghĩ đầu tiên của họ không bao giờ là nhắc máy lên để gọi điện. Thay vì nói chuyện ngay với Luật sư, họ sẽ tìm câu trả lời trực tuyến thông qua các bài viết trong phần Các câu hỏi pháp lý thường gặp hoặc các video hướng dẫn.

Các thông tin liên lạc nên được thiết lập rõ ràng, dễ thấy và dễ truy cập. Cách tốt nhất là để các thông tin đó hiện trên mỗi trang, có thể chỉ là các thông tin liên lạc đơn thuần hoặc nút Kêu gọi



iLAW luôn bên cạnh để giúp đỡ khi Quý công ty cần phát triển một website chuyên nghiệp và tối ưu hoá phù hợp với đặc thù riêng của nghề luật. Quý Luật sư có thể tìm hiểu thêm tại: <https://ilawyers.i-law.vn>

Tham khảo

Dammio. (2018). Các số liệu thống kê Internet Việt Nam năm 2018.

[Trực tuyến] Tham khảo tại:

<https://www.dammio.com/2018/10/08/cac-so-lieu-thong-ke-interne-t-viet-nam-nam-2018>

Subiz Blog. (2017). Nội dung trực quan trong tâm lý học Marketing.

[Trực tuyến] Tham khảo tại:

<https://subiz.com/blog/noi-dung-truc-quan.html>

Sukhraj, R. (2017). 38 Mobile Marketing Statistics to Help You Plan for 2019 [Trực tuyến] Tham khảo tại:

<https://www.impactbnd.com/blog/mobile-marketing-statistics>

SuperOffice. (2018). The value of Customer Self-service in the Digital Age. [Trực tuyến] Tham khảo tại:

<https://www.superoffice.com/blog/customer-self-service/>

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