

**РАЗРАБОТКА КОМПЛЕКСА  
ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА  
НА РЫНКЕ ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ  
НА ПРИМЕРЕ  
АДВОКАТСКОГО КАБИНЕТА «N»**

# Актуальность работы обусловлена:

- широким распространением юридических услуг;
- высокой конкуренцией в отрасли (простая схема входа на рынок, примерно одинаковый набор услуг у всех юристов).

В этих условиях интернет-маркетинг представляется самым современным и наиболее эффективным методом продвижения юридических услуг.



# Цель работы:

разработка комплекса интернет-маркетинга на рынке юридических услуг, на примере конкретной организации – Адвокатского кабинета «N», находящегося в Санкт-Петербурге.



# Задачи:

- Проанализировать рынок юридических услуг в России и Санкт-Петербурге;
- Проанализировать целевую аудиторию вышеуказанной отрасли;
- Исследовать особенности маркетинга адвокатских образований;
- Изучить деятельность выбранной компании;
- Проанализировать конкурентов адвоката;
- Выбрать каналы интернет-маркетинга для продвижения адвокатского кабинета;
- Подготовить медиаплан и рассчитать бюджет на комплекс интернет-маркетинга для выбранной компании;
- Разработать рекомендации по внедрению комплекса интернет-маркетинга для адвокатского кабинета.



# Рынок юридических услуг



# Законодательная база

Деятельность адвокатских образований регламентируется:

- ФЗ «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в РФ» №63-ФЗ от 31.05.2002 г.;
- Кодекс профессиональной этики адвоката



# Деятельность адвоката:

- Адвокатская деятельность – квалифицированная юридическая помощь;
- Не является предпринимательской;
- Статус адвоката бессрочен;
- Чтобы стать адвокатом необходимо иметь опыт работы по юр. специальности + сдать экзамен;
- Ограничения! (в том числе по рекламе).

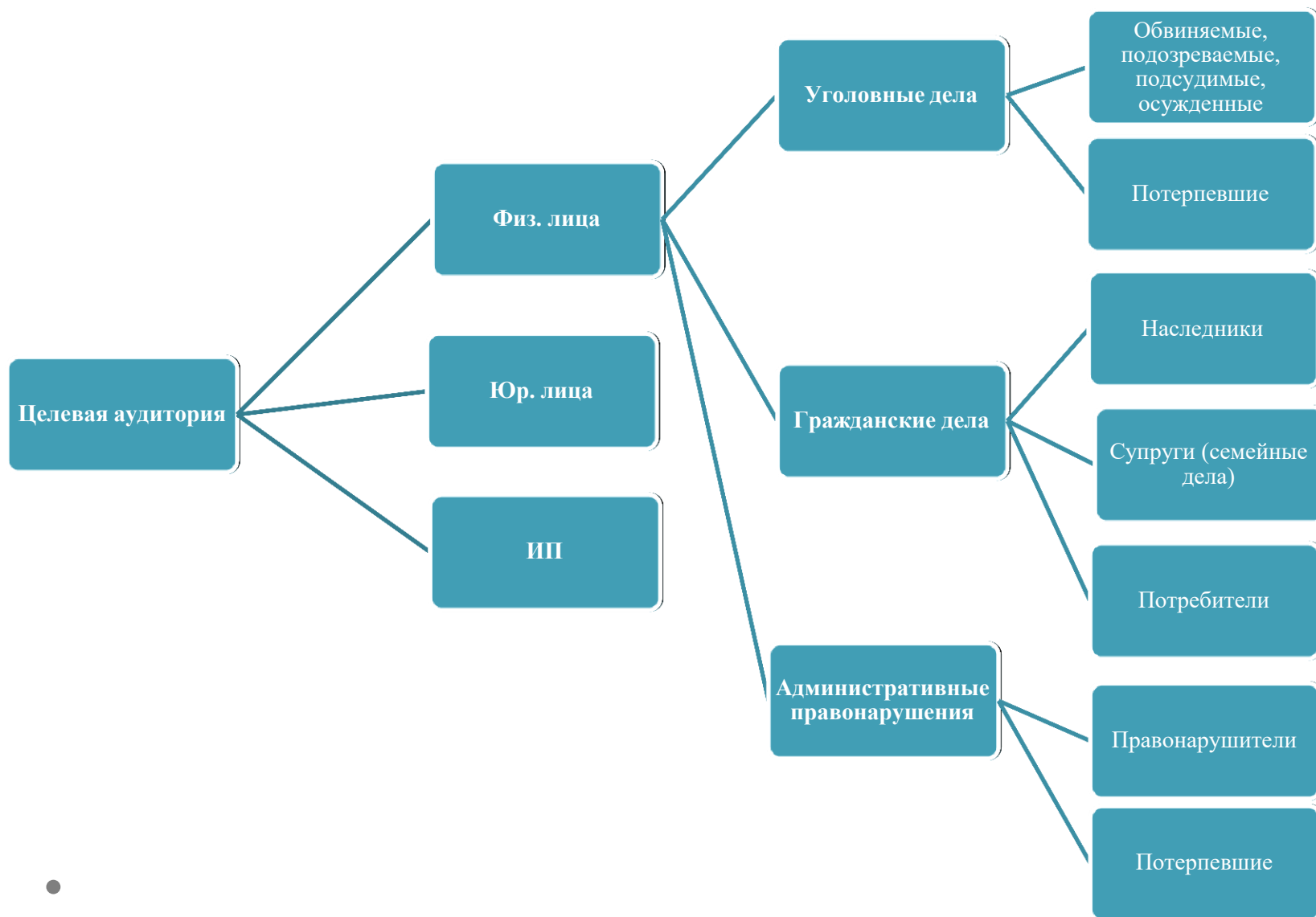
# Ограничения по рекламе для адвоката

Часть 1 статьи 17 Кодекса профессиональной этики адвоката:

«Информация об адвокате и адвокатском образовании допустима, если она не содержит:

- оценочных характеристик адвоката;
- отзывов других лиц о работе адвоката;
- сравнений с другими адвокатами и критики других адвокатов;
- заявлений, намеков, двусмысленностей, которые могут ввести в заблуждение потенциальных доверителей или вызывать у них безосновательные надежды».

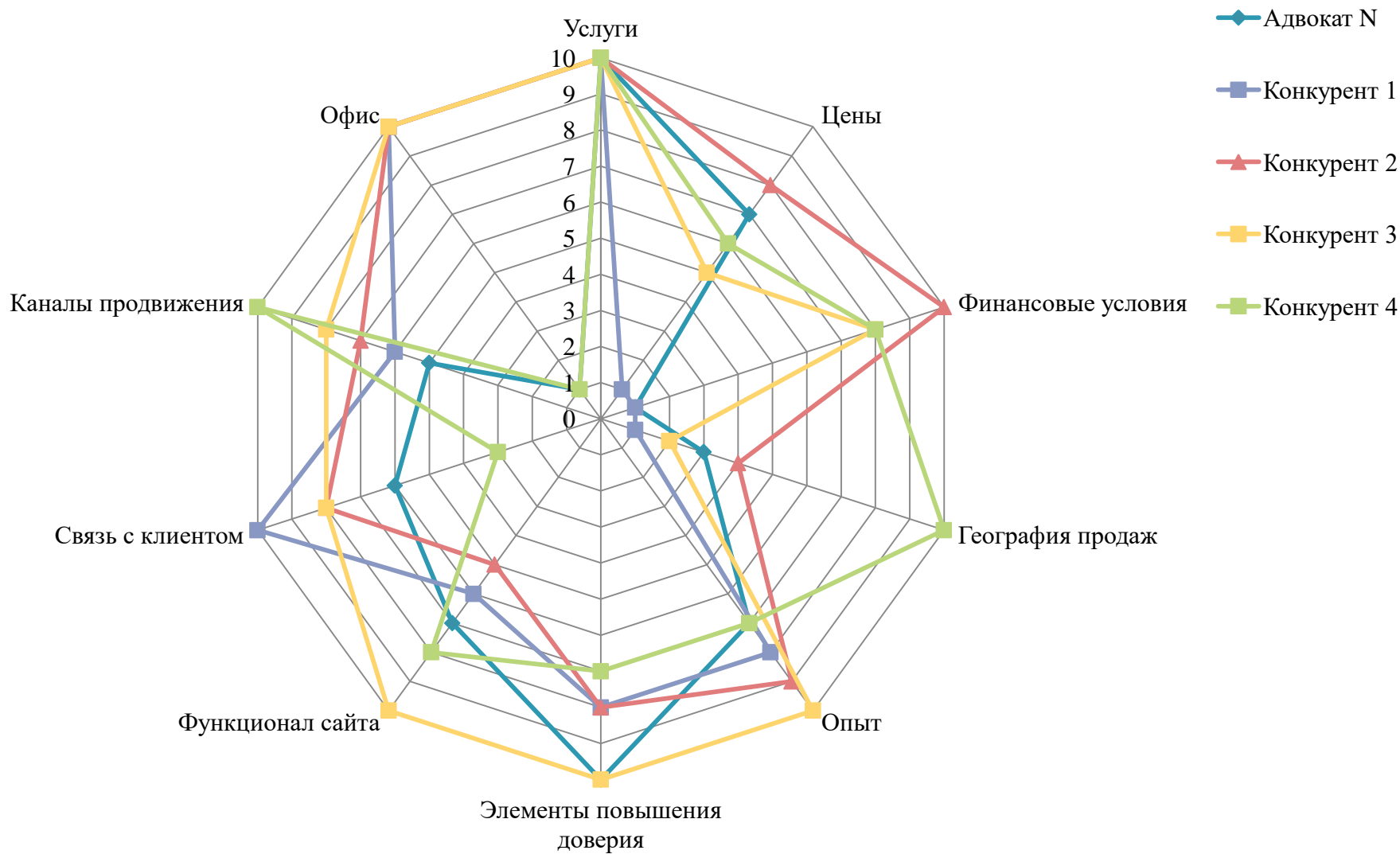
# Целевая аудитория



# Цели по SMART:

- До марта 2021 года заключить соглашения о комплексном юридическом обслуживании с двумя организациями или индивидуальными предпринимателями сроком на 1 год на сумму не менее 100 000 руб./мес. за обслуживание каждой организации/предпринимателя;
- Ежемесячно с октября 2020 года заключать по 2 соглашения с физическими лицами об участии в гражданском споре (досудебное урегулирование, участие в суде) на сумму не менее 50 000 руб. за каждое соглашение;
- В декабре 2020 года заключить соглашение об участии в качестве защитника в уголовном деле на сумму не менее 300 000 руб.

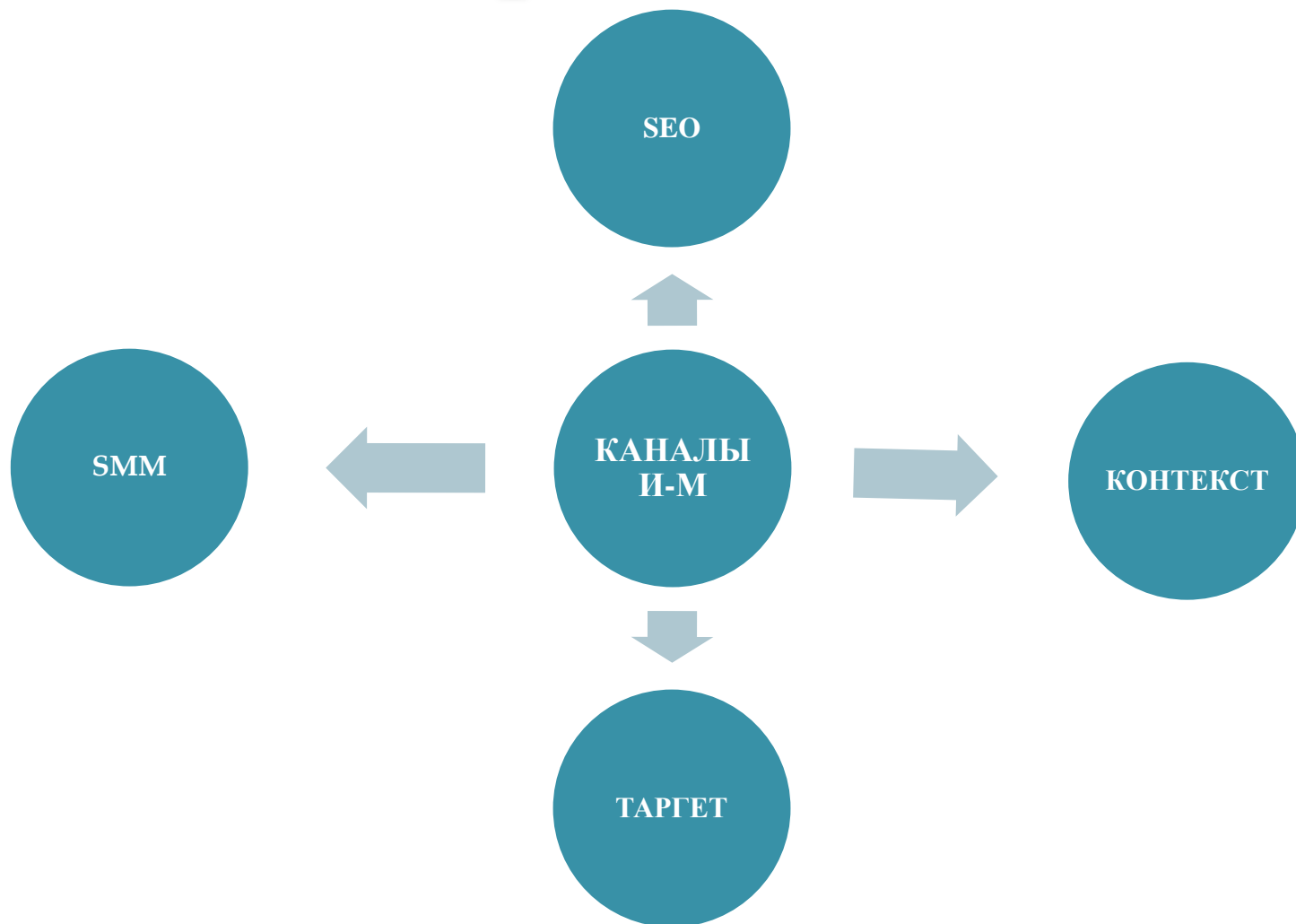
# Конкуренты



# Воронка



# Каналы интернет-маркетинга



# План работы

1. Разместить информацию об организации в «Яндекс.Справочнике» и «Google Мой бизнес»;
2. SEO - сбор и кластеризация семантического ядра + работы по улучшению всего сайта и его отдельных страниц, приведению его в соответствие с требованиями поисковых систем (внешние, внутренние, коммерческие и поведенческие факторы ранжирования);
3. SMM – контентное продвижение;
4. Запуск таргетированной и контекстной рекламы;
5. Аналитика.



Спасибо за внимание!