



# ماذا عن التسويق القانوني !

بشكل مختصر وبسيط

اليوم، من أجل فتح مكتب محاماة خاص بك، من المهم ألا يكون لديك خبرة قانونية فقط ، ولكن أيضًا مهارات معينة. من أهمها التسويق القانوني وهو بالضبط ما سيساعدك على فتح مكتبك وجذب المزيد من العملاء باستخدام المهارات المناسبة.

غالبًا ما توفر كليات الحقوق فقط المعرفة العامة للمحامين، لكنها لا تعلمهم كيفية إدارة الأعمال. تعد معرفتك بأساسيات التسويق الرقمي علي الأقل مهارة مفيدة لممارسة الأعمال التجارية. هذا هو ما يشكل صورة شركتك الجديدة وسيساعد في جذب المزيد من العملاء. قد يبدو تعلم هذا أمرًا شاقًا في البداية، لكن احتمالية النمو في ظل المنافسة الصعبة تستحق العناء حقًا. ستساعد خدمات التسويق القانوني العملاء في العثور عليك، علاوة على أن بعض المعرفة ستمنحك أدوات ومعرفة مفيدة.

# التسويق القانوني

يشبه التسويق القانوني إلى حد كبير التسويق في الصناعات الأخرى من حيث أن الهدف النهائي هو اكتساب عملاء جدد.

في أبسط تعريف له، يشير التسويق القانوني إلى جميع المهام المتعلقة بجذب العملاء إلى شركة المحاماة أو مكتب المحاماة الخاص بك. يمكن أن يغطي التسويق القانوني كلاً من التسويق التقليدي والرقمي، وفي السنوات الأخيرة، حولت المزيد من الشركات والمكاتب تركيزها إلى الأخير. لسوء الحظ، فإن التسويق القانوني ليس شيئاً يعلمك إياه في كلية الحقوق، على الرغم من كونه أحد أهم الجوانب في إدارة شركة محاماة أو مكتب المحاماة الخاص بك.

# استراتيجيات وتكتيكات وخطط لتحقيق الهدف

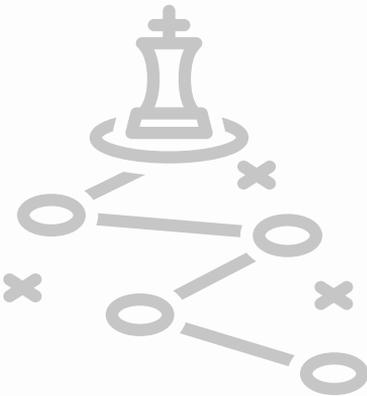
إذا كان التسويق يعتمد على طريقة واحدة فقط ، فهذا تسويق سيء. كقاعدة عامة ، يتضمن منهجيات مجربة ويستند إلى البيانات. التسويق الجيد هو الاستراتيجيات والتكتيكات والخطط الصحيحة لمستقبل أي شركة. دعنا نلقي نظرة على الفرق بين الأنواع الثلاثة؟

تتضمن استراتيجيات التسويق لشركات المحاماة أدوات طويلة الأجل لتحقيق هدف معين ، وتكتيكات - قصيرة الأجل. الإستراتيجيات أكثر عمومية ، بينما التكتيكات قصيرة المدى. بمعنى آخر وبسيط ، الاستراتيجية هي ما تريد المنظمة القيام به، الخطة هي الخطوات التي ستتخذها لتحقيق ما تريد القيام بها أما التكتيكات هي ما ستفعله لتنفيذ تلك الخطوات

تُعد خطة التسويق الخاصة بشركة حمامة بمثابة خارطة طريق لمساعدتك على العمل نحو الرؤية التي لديك لتطوير ممارساتك

تختلف خطط التسويق من شركة حمامة إلى أخرى ومن مكتب الي آخر اعتمادًا على عدد من العوامل مثل الحجم والموقع الجغرافي ومجال الممارسة.

الفكرة وراء خطتك التسويقية هي تحديد أهداف قابلة للتحقيق. من خلال التأكد من أن الأهداف التي حددتها هي SMART (محددة وقابلة للقياس وقابلة للتحقيق وذات صلة ومحددة زمنياً) ، فمن المرجح أن تحقق أهدافك.



# مسار التسويق

يتضمن القمع مراحل الوعي والتقييم وتحويل الرحلة المثالية إلى العميل. ينقسم هذا المسار تقليديًا إلى 3 مراحل:

سوف يتضمن مسار التسويق رحلة طويلة للعميل من البحث إلى حل مشكلته ، حيث يتعين على العميل المحتمل أن يصبح حقيقيًا.

- الوعي: يبدأ الإنسان في فهم مشكلته ويبدأ في صياغتها.
- الاعتبارات: يبدأ في البحث عن طرق لحلها.
- اتخاذ القرار: يبحث العميل عن من يساعده في اتخاذ القرار (محام).

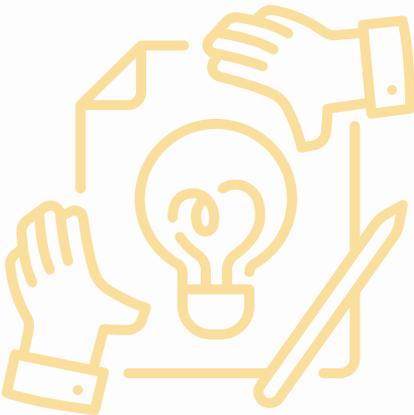
سوف يتضمن مسار التسويق رحلة طويلة للعميل من البحث إلى حل مشكلته ، حيث يتعين على العميل المحتمل أن يصبح حقيقيًا.



# العلامة التجارية

العلامة التجارية لشركة الحمامة  
أول شيء يجب البحث عنه هو علامتك التجارية  
الشخصية. هنا يجدر أن نوضح للعملاء درجة الثقة  
والجودة والفوائد التي ستجلبها. انتبه إلى الشكل  
الذي ستبدو عليه ، والأسلوب الذي ستظهره. يجب  
عمل كل شيء واحدًا تلو الآخر.

نتيجة لذلك ، يجب أن تترك العلامة التجارية فقط  
أفضل الانطباعات للعميل. يجب أن تنقل بطاقة  
العمل بدقة أفضل صفات الشركة ومقترحاتها.



# شخصيات العميل

شخصيات العميل هي الخطوة لتحديد الجمهور المستهدف بشكل أكثر دقة من العشوائية.

قم بإنشاء صورة " للعميل المثالي " أو العديد من العملاء الذين ستستهدفهم. ستساعدك هذه الصور على تطوير الخطط والاستراتيجيات والتكتيكات.

من الناحية المثالية ، تحتاج إلى إنشاء صورة شخصية واحدة على الأقل لكل خدمة. ضع في اعتبارك كل شيء: التركيبة السكانية والسيرة الذاتية ومستوي الدخل والأهداف لشخصيتك.

أهم شيء هو معرفة نقاط ألمه أو مشاكله بمعنى آخر. هنا يمكنك التعامل بمفردك أو إشراك المتخصصين وموظفيك.



## الموقع الالكتروني

الموقع الجيد هو بالفعل نصف الطريق. إذا تم تصميمه بشكل جيد ومدروس ، فهناك صفحات "عنا" ، مع وصف للخدمات ، ومجالات الممارسة وأي شيء يشير إلى قيمة معينة - ستتفوق بالتأكيد في عملية المنافسة.

## تحسين محركات البحث

SEO عبارة عن سلسلة من الإجراءات لتحسين موقعك لمحركات البحث ليصل إلى أعلى النتائج. تضمن كتابة محتوى عالي الجودة ، ومنح المستخدمين تجربة جيدة ، وتحسين الجوانب التقنية لموقعك على الويب (مثل سرعة التحميل )

## اعلانات الدفع مقابل النقرة PCC

هو الإعلان عبر الإنترنت الذي تدفع مقابلته. يجب أن تعكس صفحتك المقصودة ما يعكسه الإعلان ، وإلا فقد تفقد العملاء. الخيار الأكثر شيوعًا هو Google AdWords.

## الشبكات الاجتماعية

نحن نعتبر Facebook و Twitter و LinkedIn الأكثر شيوعًا في هذا المجال. لذلك، نوصي بشدة بالاحتفاظ بصفحة علامتك التجارية هناك.

## الدلائل القانونية

إنها طريقة أخرى سهلة لجعل شركتك / مكتبك مشهور. يمكنك إضافة شركتك إلى الدلائل القانونية.

## Google My Business

جوجل هو محرك البحث الرائد الذي يبحث الكثير من الناس من خلاله عن محامين. لذلك ، من المهم تحديث الأقسام ، والحفاظ على ملفك الشخصي ، وبالتالي المساعدة في ترويج تحسين محركات البحث.

### التسويق عبر البريد الإلكتروني.

يمكنك إنشاء إعلانات ، ونشرات إخبارية ، وإشعارات ، ورسائل بريد إلكتروني أخرى لإرسالها إلى أولئك الموجودين في قوائمك .

### مقالات الضيف

. للبدء ، قم بإنشاء قائمة بالمدونات التي قد ترغب في نشر ضيف عليها ، وتحقق من سياسات النشر لديهم، لا عليك بعد ذلك سوا بالكتابة والنشر

## الفيديو

يعد التسويق عبر الفيديو أداة رائعة للمحامين الراغبين في زيادة تواجدهم الرقمي، التحميل والعرض والمشاركة أكثر وضوحًا، مما يسمح لك بالحفاظ على تفاعل جمهورك.

## كتاب الكتروني

إن نشر كتاب إلكتروني أقل تحديًا من نشر كتاب تقليدي، وهناك العديد من المزايا الفريدة المرتبطة به. تعتبر الكتب الإلكترونية أداة تسويقية مبتكرة ، ومن السهل إنتاجها وتساعد في جذب انتباه الجمهور المستهدف لشركة المحاماة الخاصة بك.

## قياس النتائج وتعديل أهدافك

في النهاية عليك أن تعلم أن نجاحك سيختلف في أوقات مختلفة، مما يعني أنه سيتعين عليك تعديل خطتك واستراتيجيتك وتكتيكاتك، الأمر دائما يحتاج نوعاً من المرونة والتكيف مع اتجاهات السوق.

”



## عمرو عجوة

”محامي وباحث قانوني مهتم  
بالتكنولوجيا وأمن المعلومات،  
متخصص في التسويق القانوني  
وكتابة المحتوى“

*amr agwaa*

 Amr Agwaa



[www.amragwaa.com](http://www.amragwaa.com)