

**Как юристам привлекать клиентов с
помощью социальных сетей**

Елена Гизерская

**ГАЙД ДЛЯ
ЮРИСТОВ ПО
СОЦИАЛЬНЫМ
СЕТЯМ**



**СООБЩЕСТВО
ЮРИСТОВ
4LEGAL**

Елена Гизерская

**Гайд для юристов
по социальным сетям №1**

«Издательские решения»

Гизерская Е.

Гайд для юристов по социальным сетям №1 / Е. Гизерская —
«Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-987322-4

Гайд №1 по социальным сетям поможет юристам и адвокатам, работающим в разных сферах и на разных позициях, разобраться во всех нюансах привлечения клиентов с помощью социальных сетей. В книге подробно описываются важные для юриста особенности и тонкости использования каждой из соцсетей: Facebook, Instagram, Telegram, Youtube, VK, LinkedIn. Также Гайд содержит примеры успешных юристов в каждой из соцсетей, работающих в разных сферах и на разных позициях.

ISBN 978-5-44-987322-4

© Гизерская Е.
© Издательские решения

Содержание

Предисловие от Елены Гизерской	6
Возможности, которые открывают социальные сети	7
Какие юристы уже успешно усиливают себя с помощью социальных сетей	8
Проблемы, которые возникают при принятии решения вести соцсети	11
Какую социальную сеть выбрать юристу для своего усиления?	12
Instagram	13
Facebook	15
Telegram	17
Конец ознакомительного фрагмента.	18

Гайд для юристов по социальным сетям №1

Елена Гизерская

© Елена Гизерская, 2020

ISBN 978-5-4498-7322-4

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Предисловие от Елены Гизерской

Еще пару лет назад я не использовала социальные сети. В моей голове инстаграм ассоциировался только с фотографиями красивой еды, а фейсбук казался площадкой, где люди только ругаются по поводу политики.

В 2018 году я решила сделать форум-конференцию для юристов и адвокатов. Придумала программу, собрала спикеров, создала рекламные компании. И тут обнаружилось несколько проблем. Почему-то никто не хотел идти на форум, продаж не было от слова совсем.

Маркетологи порекомендовали мне оформить социальные сети и указать ссылки на них на сайте конференции. Я решила попробовать, оформила и запустила 10 постов. И – о чудо, продажи пошли. Социальные сети стали одним из факторов, которые помогли людям принять решение о покупке наших услуг. Это было удивительно и странно.

Также с помощью социальных сетей пошли вперед и продажи юридических услуг. Ко мне начали обращаться старые знакомые, очень старые знакомые и знакомые знакомых – просто наткнувшись на мой блог в инстаграм.

Сейчас я активно использую социальные сети, и понимаю, что они здорово работают. Онлайн и оффлайн в современной жизни пересекаются. Часто люди, которых мы знаем по постам в социальной сети, становятся нашими друзьями в обычной жизни.

С помощью социальных сетей я знакоюсь, ищу клиентов, спикеров, напоминаю о себе, делюсь впечатлениями, мыслями, эмоциями и полезной информацией, ищу сотрудников и партнеров.

В этом гайде мы с командой собрали рекомендации и лайфхаки для юристов и адвокатов. Уверена, они помогут вам усилить свои позиции на рынке, найти комфортные границы между личным и публичным, понять, на какие сети стоит делать упор.

Удачи вам!

Елена Гизерская, руководитель сообщества юристов и адвокатов 4LEGAL

Возможности, которые открывают социальные сети

- Ваш собственный канал продаж.
- Ваше резюме, которое постоянно пополняется.
- Личная площадка, на которой вы можете транслировать свои идеи и экспертность.
- Вы сами определяете форматы, частоту публикаций и темы, которые вам интересны.
- Вам проще знакомиться и расширять свой круг общения.
- Вы можете быстро получить ответ на любой запрос.
- Вы можете лучше понять своего клиента, определить вопросы, которые беспокоят вашу целевую аудиторию.
- Вы можете проводить опросы среди своей аудитории и быстро получать ответы для улучшения своих услуг.
- Вы находитесь в постоянном контакте с вашими клиентами и потенциальными клиентами.
- Активные социальные сети позволяют вам писать редакторам журналов и другим людям с предложением познакомиться, встретиться, сделать какую-то совместную программу и прочее. Такой контакт может сработать гораздо быстрее, чем обращение по почте.
- С помощью социальных сетей вы можете предложить напрямую свои услуги или себя, как эксперта.
- Вы сами контролируете и устанавливаете правила для вашей аудитории. Можете удалить или забанить тех, кто вам мешает.

И еще социальные сети могут помочь вам:

- в привлечении новых клиентов;
- немного встряхнуться и выйти из рутины;
- увеличить средний чек на ваши услуги;
- почувствовать внимание других, которое может быть так значимо, если у вас уже накопилось много опыта и знаний, но нет признания;
- вырасти из наемного работника в независимого эксперта.

Какие юристы уже успешно усиливают себя с помощью социальных сетей

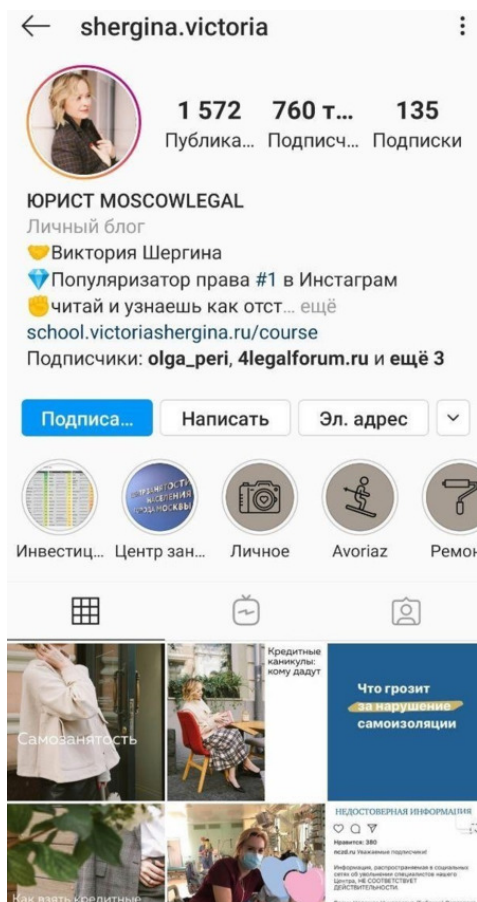
Не важно, в какой сфере и на какой позиции вы работаете в юридическом мире. Мы сделали подборку очень разных юристов, которые проявляют активность в социальных сетях и усиливают свои позиции, как эксперты.

Это и юристы, которые завоевали свои позиции в юридических рейтингах и признаются лучшими специалистами в России, и юристы, которые работают с населением по простым бытовым вопросам в регионах.

Примеры:

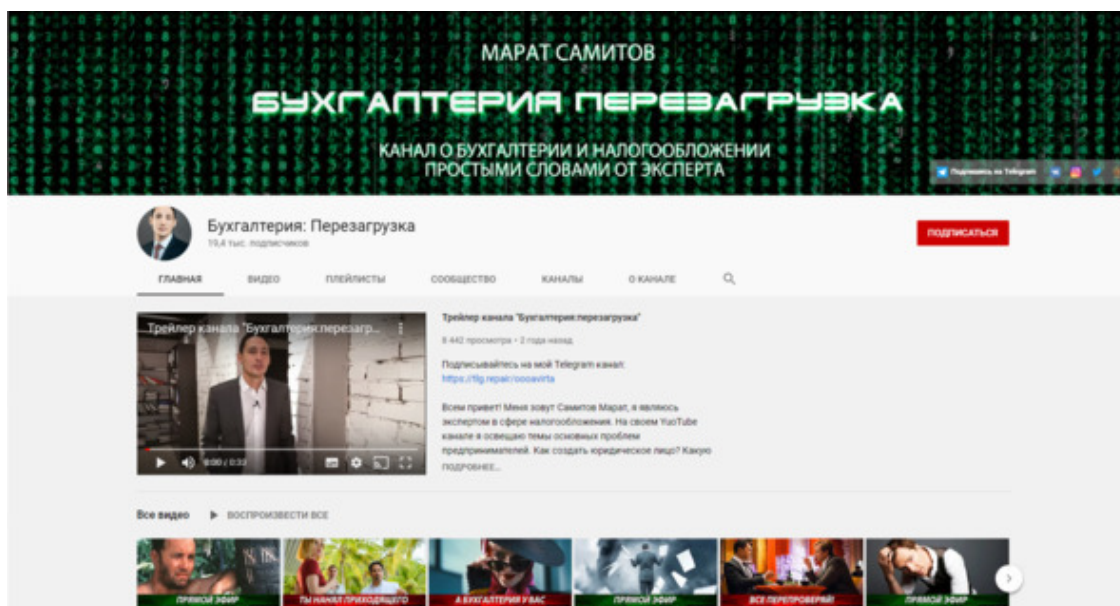
– Инстаграм

Виктория Шергина, адвокат, более 760 тыс. подписчиков в блоге в Инстаграм.



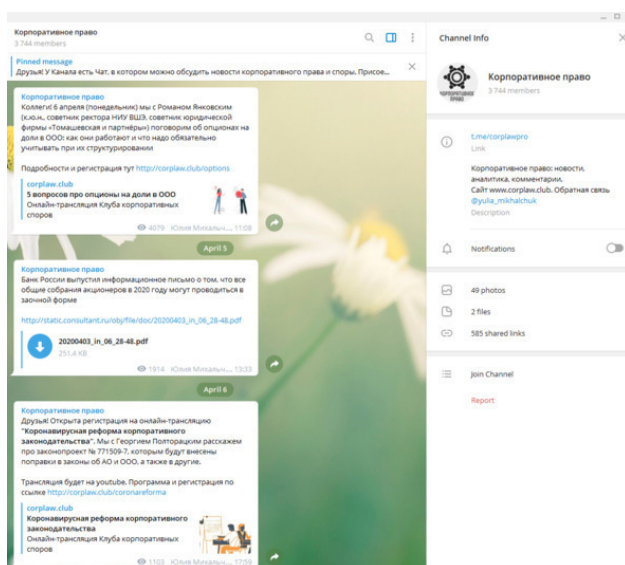
– Youtube

Марат Самитов, эксперт в сфере налогообложения. Его канал, созданный в начале 2018 года, имеет более 19 тыс. подписчиков.



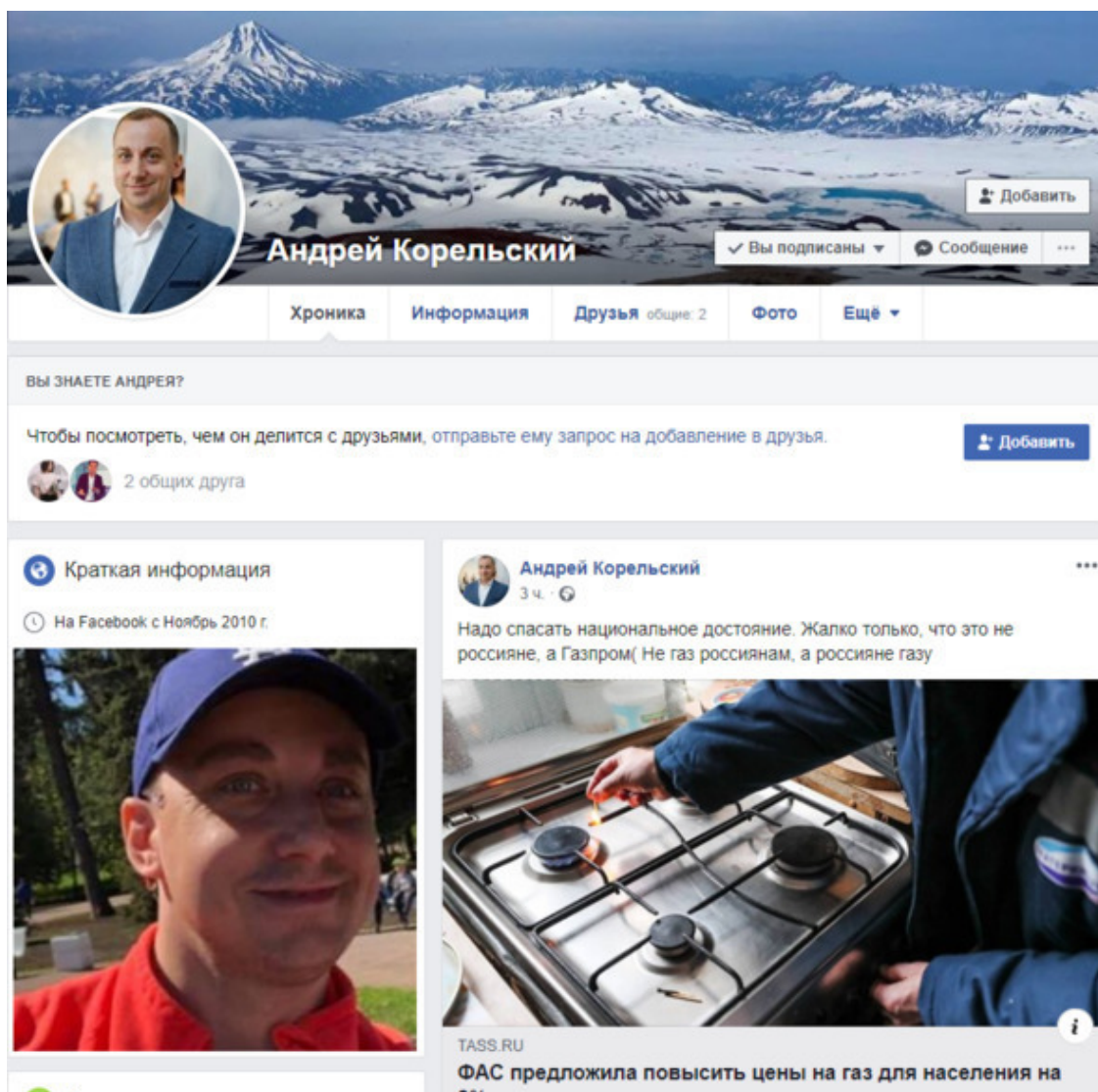
– Телеграм

Телеграм-канал: Новости корпоративного права. На канал подписано более 3700 человек. Ведет Юлия Михальчук.



– Facebook

Андрей Корельский



The image is a screenshot of a Facebook profile for Andrey Korolyev. The profile picture shows a man in a blue suit against a snowy mountain background. The cover photo is a wide landscape of a snowy mountain range. The name 'Андрей Корельский' is prominently displayed. Navigation tabs include 'Хроника', 'Информация', 'Друзья' (with 2 mutual friends), 'Фото', and 'Ещё'. A section titled 'ВЫ ЗНАЕТЕ АНДРЕЯ?' suggests adding him as a friend. Below this, a post from 'Краткая информация' is visible, dated November 2010, featuring a photo of the man in a red shirt and blue cap. To the right, a post from 'Андрей Корельский' dated 3 hours ago is shown, with a photo of a person lighting a gas stove burner. The text of the post discusses national dignity and gas prices, mentioning 'Газпром' and 'ФАС'.

Андрей Корельский

Вы подписаны Сообщение

Хроника Информация Друзья общие: 2 Фото Ещё

ВЫ ЗНАЕТЕ АНДРЕЯ?

Чтобы посмотреть, чем он делится с друзьями, отправьте ему запрос на добавление в друзья.

2 общих друга

Краткая информация

На Facebook с Ноябрь 2010 г.

Андрей Корельский 3 ч.

Надо спасать национальное достояние. Жалко только, что это не россияне, а Газпром(Не газ россиянам, а россияне газу

ТАСС.RU

ФАС предложила повысить цены на газ для населения на 20%

Проблемы, которые возникают при принятии решения вести соцсети

- страх высказать свое мнение;
- боязнь оценки со стороны;
- нет понимания, с чего начать;
- творческий кризис (непонятно о чем писать);
- кажется, что социальные сети – это сугубо развлекательная площадка;
- неумение писать тексты простым, понятным языком;
- неумение оформлять фото или видео контент;
- страшно публиковать что-то личное;
- боязнь публиковать свои фото из-за убеждения в собственной нефотогеничности;
- нет времени на подготовку контента и ведение соцсетей.

Мы постараемся рассказать, как с этими проблемами можно справиться.

Какую социальную сеть выбрать юристу для своего усиления?

При работе с социальными сетями у юристов и адвокатов возникает вопрос на какие соцсети и почему стоит обратить внимание юристам с учетом их специализации. Рассмотрим 5 основных.

Кстати, в период пандемии в каждой сети в России наблюдается огромный всплеск использования социальных сетей!

Instagram

Согласно статистике, в 2020 году социальная сеть Instagram достигла отметки в 1,2 млрд пользователей. В подсчете принимали участие люди, появляющиеся в своем аккаунте хотя бы раз в месяц.

Аудитория Инстаграм в РФ составляет 32,991 млн пользователей. Из них ежедневно соц-сеть посещают 14,4 млн. пользователя.

Почти 60% пользователей в Instagram – женщины, а 40% – мужчины. По данным на 2019 г. возрастные характеристики следующие: «любимая маркетологами» аудитория в возрасте 18—34 лет составляет почти 67% всех пользователей российского Instagram.

Подростки 13—17 лет менее активно пользуются сервисом, их доля составляет 12,3%, причем представительниц женского пола здесь тоже большинство (почти 67%). Однако по мере увеличения возраста мужчины активнее подключаются к социальной сети: так, в возрастной группе 25—34 года, где максимальная доля пользователей мужского пола, уже более 41%.

Эта статистика подтверждает, что в инстаграм очень много платежеспособных людей, которые покупают и юридические услуги.

По информации на 2020 инстаграм взрослеет, растет процент аудитории старше 35 лет. Женщины (76,9%) создают контент чаще мужчин (23,1%).

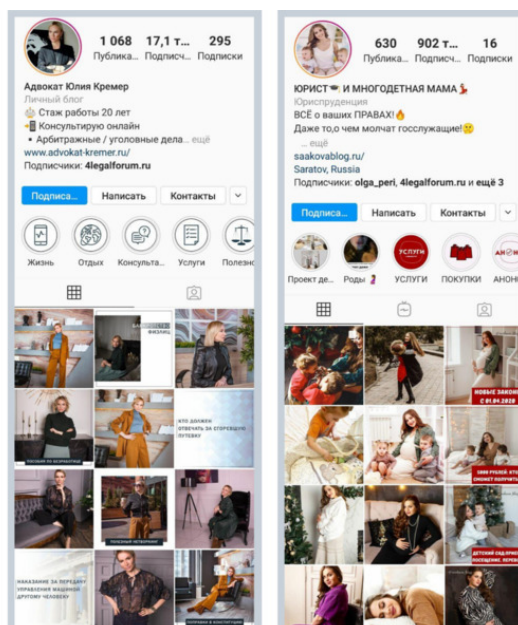
А теперь – внимание!

Через инстаграм ежегодно совершается более 1,8 миллиардов долларов финансовых операций в мире.

Средний чек в Инстаграме – 5000—7000 рублей, против 1000—1500 в других социальных сетях.

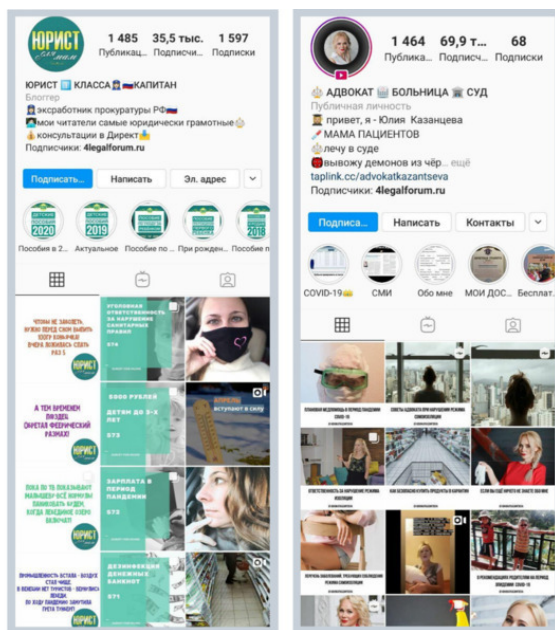
Эта площадка стандартно требует красивых фотографий и выделяющейся ленты, поэтому Instagram будет комфортен эстетам.

Аккаунты юристов, которые стараются делать эстетичный визуальный ряд в инстаграм:



Но – правила существуют для того, чтобы их можно было нарушать! Есть юристы, которые активны в инстаграм, при этом не особо переживают по поводу наличия личных фото для

визуального ряда и активно используют «стоковые картинки». Это не мешает им активно продвигаться в Instagram. Главная ценность все же в полезном контенте. Добавим для мотивации несколько примеров:



Инстаграм – ваша сеть, если:

1. Вам комфортно публиковать фотографии, делать короткие видео о происходящих в вашей жизни событиях (сторис).
2. Вы умеете выражать свои мысли простым языком.
3. Вы не против показывать что-то из вашей личной жизни.
4. Вы занимаетесь «массовыми услугами», такими как семейное право, защита прав потребителей, получение льгот по кредитам, административные нарушения.

Если вы хотите пройти мимо этой социальной сети – не бойтесь, в ней такие же люди, как и везде и они тоже нуждаются в вашей юридической поддержке.

Задание:

- Напишите, что по вашему мнению, привлекает аудиторию в аккаунтах, которые представлены выше?
- Какие «изюминки» подходят вам, что вы можете применить у себя?

Facebook

Facebook – по ощущениям, более агрессивная, площадка, чем инстаграм. Аудитория считается наиболее платежеспособной, возраст – старше 27 лет. Более агрессивная – потому что здесь гораздо чаще можно встретить негативный комментарий, обесценивание вашей работы, хейтерство по политическим мотивам.

Суточная аудитория соцсети составляет 6,2 миллиона россиян, ежемесячная – 53,5 миллионов. Женщин в Facebook немного больше мужчин. Самые активные возрастные категории – 25—34 и 35—44.

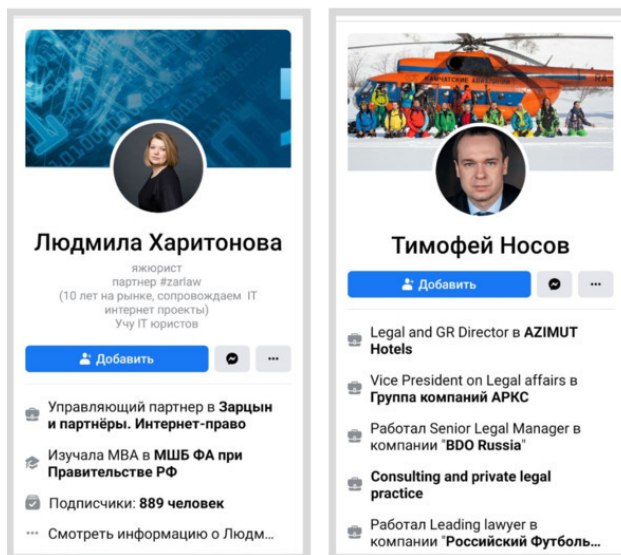
В Facebook можно продвигать личную страницу, бизнес-страницу компании или группы по интересам.

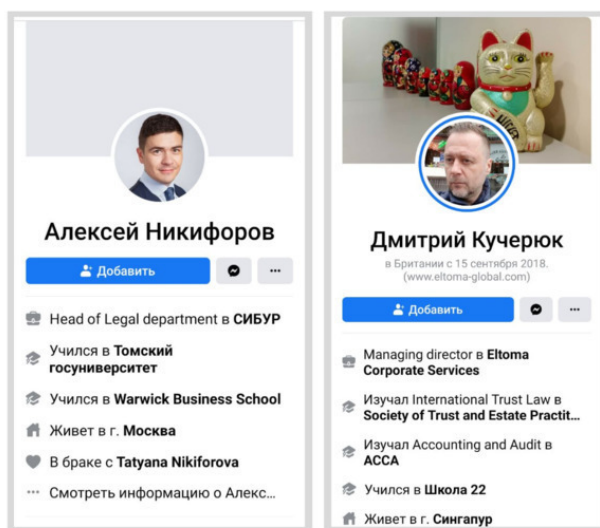
В основном, Facebook подходит для юристов в крупных городах, для юристов и адвокатов с ценовой политикой выше среднего, а также для тех, кто работает на международном рынке.

На этой площадке хорошо «заходят» и пользуются спросом длинные посты на профессиональную тематику, что-то заумное, недоступное массовому потребителю для понимания, с использованием профессиональной лексики и англицизмов.

Фейсбук – площадка, пользуется спросом среди консультантов из рейтинга Право.ру – 300, а также среди ТОПовых юристов-инхаусов (директоров юридических департаментов, руководителей юридических отделов), среди юристов, которые оказывают услуги на международном рынке.

Примеры юристов, которые используют ФБ для усиления и поддержания контактов:





Фейсбук – ваша сеть, если:

1. Вы «метите» в чемпионы юридического рынка, хотите добраться до вершины, войти в рейтинги Право.Ру, Best Lawyers и др.
2. Вы любите писать что-то длинное и умное.
3. Ваши услуги стоят дороже, чем среднестатистические юридические услуги.
4. Вам интересен международный рынок.

Задание:

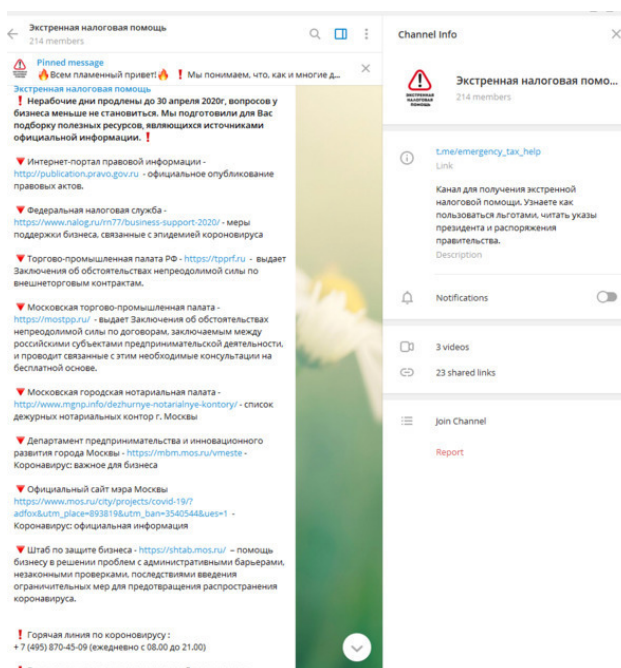
- Посмотрите, какие посты вызвали у пользователей ФБ наибольший отклик на указанных страницах. Напишите вашу версию, почему.
- Просмотрите аккаунты внимательно. Напишите, какие «изюминки» есть в этих аккаунтах, и что вы могли бы взять себе на заметку?

Telegram

В Telegram важен контент. На старте Telegram обойдется дороже других соцсетей, здесь более требовательная аудитория.

Первыми подписчиками могут стать ваши контакты из телефонной книжки. Затем добавьте ссылку на свой канал в каталоги и сайт. Для более эффективного промо необходимо покупать рекламу в других каналах или договариваться о взаимопиаре.

Удачный пример: канал налоговой компании Сальдо Фаворит. Это тегеграм-канал для получения экстренной налоговой помощи.



Канал был создан в период, когда началась пандемия. Эксперты по налогам, бухгалтеры и юристы создают и публикуют короткую и четкую информацию, которая важна их целевой аудитории – предпринимателям, бизнесменам.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.