

Co (ne)hledá potenciální klient na vašem webu?

eFocus

Nechodí vám přes váš web žádné poptávky? Nejspíše to bude tím, že na webu neumíte potenciální klienty přesvědčit o kvalitách vaší advokátní praxe. Na vašich stránkách najde velké množství informací, které ho nezajímají, a minimum těch, které jsou pro něj naopak důležité. Podívejte se s námi na typický web advokátní kanceláře, co na něm najdete, a naopak co marně hledá potenciální klient, aby vás poptal.

V minulém článku jsme se věnovali internetové propagaci jako celku, dnes se zaměříme na základní kámen těchto aktivit - samotný web advokátní kanceláře. Řečeno velmi kulantně, weby advokátních kanceláří obecně nemají příliš dobrou úroveň. Není to proto, že by špatně vypadaly (i když tomu tak často je), ale proto, že neplní svou úlohu - přesvědčit potenciálního klienta o kvalitách konkrétní kanceláře.

Web je přitom velmi silný nástroj a hraje důležitou roli zejména ve fázi, kdy o vás klient již slyšel (proto přišel na váš web), ale ještě není rozhodnutý vás poptat. Tuto fázi označují online specialisté jako Think. Podle schématu See-Think-Do-Care, který dělí návštěvníky webu podle jejich zájmu: část z nich jen brouzdá a v dané chvíli nehledá konkrétní řešení (See), další z nich již reálně uvažují o výběru profesionála (Think), třetí skupina je již rozhodnuta vybranou kancelář hned poptat (Do) a poslední skupina jsou stávajícím klientem (Care). Než se ale podíváme na to, jaké informace potenciální klient hledá, udělejme si exkurzi na typický web advokátní kanceláře.

Umíme latinsky, děláme všechno a jsme opravdu advokáti

Pokud klient nenalezl na půdě svého domu originální text z doby před pádem Římské říše, vaše znalost latinských citátů ho nejspíše neohromí. Přesto patří citát ze zápisků z hodin římského práva mezi nejčastější klišé českých webů.

Mylný je také předpoklad, že potenciální klient ocení šíři nabízených služeb. Z něj pak vychází nekonečné seznamy všech oborů, se kterými kdy advokát přišel do styku. Ještě horší je však pojmenování jednotlivých specializací právním žargonem. Farmář, který chce prodat svá pole totiž ve většině případů nehledá real estates, ten, kdo je chce od něj koupit zase negooglí M&A.

Z rychlé prohlídky advokátních webů získá návštěvník pocit, že největší hrozbou advokátní praxe je pokoutnictví. Jak jinak si vysvětlit snahu většiny advokátů přesvědčit potenciálního klienta, že jsou opravdu advokáty (evidenční číslo ČAKu), že právo doopravdy studovali (dlouhosáhlé rozborů toho, kde advokát v roce 1966 absolvoval, u koho psal rigorózní práci a že má jeho fakulta 60letou historii).

Ještě jeden nešvar je u právních webů dost znatelný - nadužívání obrázků z fotobanky, zobrazujících ruku podepisující smlouvu, váhy nebo rovnou samotnou Spravedlnost. Cílem je zřejmě ukázat návštěvníkovi, že je na webu Advokátů, asi pro případ, že by na něj zavítal omylem při hledání instalatéra.

Jak to, že se advokátní weby podobají jako vejce vejci?

Důvod je jednoduchý. K advokátům se již dostala první část informace, a to, že mají mít web. Zbytek informace se ale ztratil, protože velká část z nich neví proč vlastní web mít a hlavně netuší, co jeho prostřednictvím klientovi sdělit.

Proto web naplní tím, co je samotné zajímá o jiných advokátech. Kde studovali, co všechno dělají a jak vypadají jejich kanceláře. A protože je to pořád málo, doplní text vším, co jim přijde pod ruku: zmiňovaným latinským citátem nebo příběhem o tom, jak advokátní kancelář vznikala.

V dnešní, pro advokáty čím dál těžší, době to však nestačí, konkurence na trhu roste a uspějí jen ti, kteří se svým klientům přiblíží a začnou se dívat na svůj byznys jejich očima.



Co opravdu hledá klient na vašem webu?

Ve většině případů přišel klient na váš web s cílem vyřešit svůj problém. Chce vědět, jestli mu umíte pomoci, jestli jste na toto téma specializovaní a jakou máte s řešením podobných problémů zkušenost. Zajímá ho vaše hloubka znalosti jeho tématu, ne šířka celé vaší praxe.

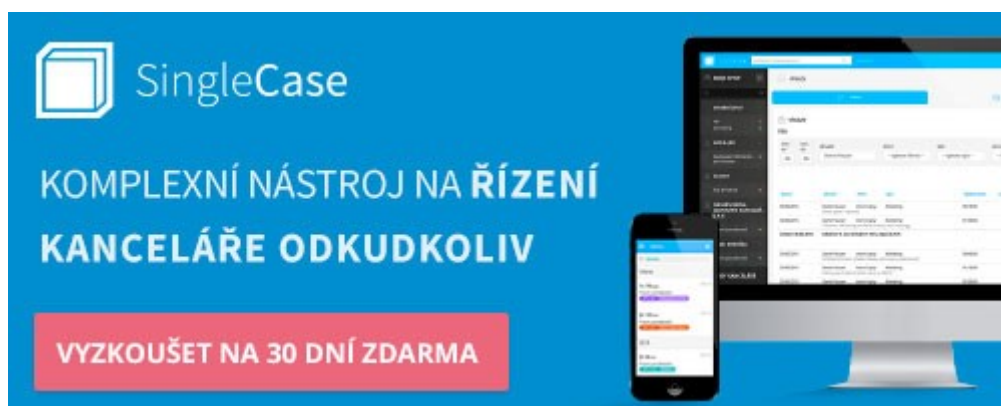
Chtěl by se s vámi spojit, ale nezávazně. Často ho zajímá také ceník služeb, aby věděl na jaký náklad se má zhruba připravit. Chce vědět, jestli odpověď na mail, který vám napíše dostane týž den nebo do týdne. A jestli si má brát peníze hned na první schůzku. Většinou se v právním prostředí ztrácí a své peníze nedá tomu, kdo jeho problém nejlépe vyřeší (to nemá jak zjistit), ale profesionálovi, který mu bude v celém případě průvodcem.

Také by se rád podíval na to, jak vlastně vypadá osoba, za kterou chce jít. A rozhodně by si rád přečetl, co o spolupráci s vámi říkají bývalí a současní klienti.

Pocit, který si klient odnáší

Klient je v pro něj neznámé situaci a vaším cílem je přesvědčit ho, že právě vaše kancelář bude pro něj budete tím správným partnerem při jejím řešení. A správný partner se nevybírám pouze podle informací o studiu, mnohem důležitější je pocit, který v klientovi jeho prezentace (včetně té webové) vyvolá.

Advokát, který mluví jazykem klienta, na dotazy ohledně spolupráce standardně odpovídá dřív, než se klient zeptá a prokazuje tak nejen svou odbornost, ale také přístupnost, je ten, který bude dlouhodobě získávat více zakázek - a to nejen z webu.



© EPRAVO.CZ – Sbírka zákonů , judikatura, právo | www.epravo.cz

Další články:

- [Recenze publikace: Chalupa, R. Zákon směnečný a šekový – komentář směnečné části. Zákon o mezinárodním právu soukromém – komentář směnečné části. Praha: Leges, 2021, 646 s.](#)
- [Recenzia](#)
- [Budoucnost je v technologiích i udržitelnosti](#)
- [Anotáční recenze: Vyvlastnění a vyvlastňovací řízení](#)
- [Věznice jsou přeplněné a věznění příliš drahé. Knihou Tresty budoucnosti chce INFO.CZ otevřít diskuzi o změnách](#)
- [Recenze na knihu: Zdeňková, V., Seidlová, M., Čornejová, H., Peterová H.: Jak správně vytvářet a využívat FKSP: Jak postupovat při poskytování příspěvku na stravování.](#)
- [Recenze na knihu: Zuzana Strnadová: Co by měl vědět příjemce dotace. 1.vyd. Praha: GRADA Publishing, a.s., 2019, ISBN: 978-80-247-3076-9](#)
- [Ondřej Chmela: Zrušení poplatku za podnět k ÚOHS lze považovat za správné](#)
- [Anotáční recenze: Koudelka, Z., Průcha, P., Zwyrtek Hamplová, J.: Zákon o obcích \(obecní zřízení\) – Komentář. Praha: Leges, 2019, 480s](#)
- [Pražské finále osmého ročníku konferencí Soukromé právo](#)
- [Recenze: Jakub Tomšej a kolektiv – Zaměstnávání cizinců v České republice](#)