



Howse Williams Bowers

歷山大廈 ALEXANDRA HOUSE

青年律师的市场策略：如何建立专业形象

2013年10月

市场推广组合- 4Ps

P

PRODUCT - 产品

- 客户希望从服务中获得什么？服务满足客户怎样的需求？
- 你的服务如何满足客户的需求？
- 你的服务如何在众多竞争者中脱颖而出？

P

PLACE - 销售渠道

- 客户通过什么渠道寻求法律服务？
- 如何接触适当的销售渠道？
- 你的竞争者怎么做？如何借鉴或从中脱颖而出？

P

PRICE - 定价

- 对客户来说，该产品或者服务价值如何？
- 客户是否对价格敏感？
- 与竞争者相比，你的价格如何？

P

PROMOTION - 宣传

- 你可于什么时候及地方向目标市场传递营销信息？

诸如法律服务的服务市场推广，另外有三个影响变量：服务人员 (People)，服务实体表征 (Physical Evidence) 及服务流程 (Process)

市场推广前充分了解自我

- 全面的定位有利于战略性计划和决断
- SWOT分析模式有助于明辨内在自身利弊 (S-W)与外在环境利弊 (O-T)

列出内在因素：优势和弱势 (S, W)

- 你具备什么别人没有的优势（如：技术、教育背景、人脉）？
- 你哪一方面比别人好（如：工作质素、效率、准确性）？
- 在别人眼里，你的优势是什么？
- 什么任务你会认为自己不擅长而避免？
- 身边的人如何看待你的弱势？

列出外部因素：机会和威胁 (O, T)

- 你从事的法律领域是否在发展空间？如果是，如何利用现存的市场？
- 你所在律师事务所的发展趋势是什么？如何从中获益？
- 你的竞争者是否出现失误？如何从中获益？
- 目前你面临什么阻碍？
- 是否有其他与你的业务范围、项目、角色构成竞争的律师事务所？
- 法律法规的变更是否对你或者你的律师事务所的地位产生威胁？

什么是律师事务所市场推广？

未来的投资

- 市场推广是对自己的投资
- 可收费用时间固然对收入非常重要，但如何利用非收费用时间决定你的未来

不是一些“东西”

- 市场推广不只是宣传册、业务通讯、广告及网站等媒介的宣传。
- 客户对律师的挑选不取决于花巧的宣传册或者精致的材料。

而是，关系的建立与培养

- 客户聘请律师而非律师事务所
- 客户通常聘请其认识、喜欢和信任的律师
- 法律服务的市场推广是对被有权力决定委聘律师的客户培养认识，喜欢进而信任的过程
- 需要建长期经营与培养

推广你所希望做的，而非你已经做的

- 不要推广你已经做的
- 投资时间和精力于设定达到的目标

青年律师，你如何推广自己？

建立和保持知名度

- 在客户和潜在的推荐人中建立和保持知名度
- 良好的计划，如每个月和数个客户或者推荐人吃饭或喝咖啡
- 尽量保持一个客户或者推荐人的名单以供联络之用（通过电邮、电话、拜访、午饭或者不时发送相关利益信息）
- 拜访客户或者潜在客户
- 时刻坚守于已订下的市场营销计划之内

参与演讲、座谈等活动

- 青年律师通常被认为缺乏经验
- 利用演讲、座谈会等活动，展示对所从事领域的学识
- 对一些因你缺乏经验而不会向你系给予工作的人灌输信心
- 将演讲、座谈等活动告知客户
 - 通过社交平台，如Facebook，微博，Linkedin
 - 发送个人邀请函，邀请重要的推荐人出席演讲

青年律师，你如何营销自己？

有策略地推荐其他律师

- 列出一些跟你不存在竞争关系的律师或者律所及他们从事的领域
- 有策略地推荐。不要无视与自己从事领域无关的询问
- 确保被推荐律师知道你的推荐

积极参与有关组织

- 积极参加理想客户所在的组织，如目前客户或者潜在客户所属的商会或者贸易团体
- 为相关利益组织成员提供讲座
- 一旦加入组织，积极参与活动

做好市场定位，成为知名专家

- 客户需要专家而非博而不精
- 成为知名专家—可通过相关文章的发表，行业评估机构的推荐，律协的认证，同行的推荐

杰出的法律服务工作

- 杰出的法律服务工作会为你赢得推荐—甚至对方律师可能直接引荐客户
- 高质量的法律服务工作会为你赢得无论是现在还是之前的客户的推荐

谢谢!

Howse Williams Bowers
27/F Alexandra House
18 Chater Road, Central
Hong Kong SAR

香港中環
遮打道18號歷山大廈27樓

T +852 2803 3688
F +852 2803 3608 / *Litigation*
F +852 2803 3618 / *Commercial*
F +852 2803 3680 / *Matrimonial*

www.hwbhk.com
enquiries@hwbhk.com

*All content in this presentation is the sole property
of Howse Williams Bowers and is not to be
reproduced.*