

Из пингвинов в орлы: как создать современный и эффективный веб-сайт юридической фирмы

07.09.2015

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

В последнее время веб-сайты, как элемент продвижения, нередко недооценивают. Говорят, что сайт – это инструмент прошлого, ведь теперь есть Фейсбук, Твиттер и Линкедин. Однако, у каждого элемента стратегии продвижения своя функция. При этом соцсети существуют для обогащения и без того богатых, а вебсайты – для обогащения нас самих. Недавний конкурс русскоязычных сайтов Best Law Firm Website – 2015 еще раз подчеркнул важность именно веб-сайтов для продвижения юридических фирм. Поэтому всем, у кого есть сайт, советуем прочитать [статью Хольгера Цщайге](#), члена жюри конкурса, опубликованную в Legal insight.

Вы знали, что с апреля 2015 г. Google существенно понижает в рэнкинге те сайты, которые не соответствуют его требованиям на адаптивность мобильных устройств? Из топ-10 юрфирм по размеру выручки по версии Право.ру только сайт «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры» проходит текст Google.

Каждая дополнительная секунда ожидания снижает удовлетворение посетителя сайта на 16% и уменьшает вероятность перехода на другие страницы на 11%. Для Google ускорение загрузки сайта даже на 0,1 секунды – уже весомый повод для того, чтобы улучшить ранг сайта. Вам непонятно, какая разница грузится сайт три секунды или пять? Люди не привыкли ждать, даже незначительное, на первый взгляд, время. Такова человеческая психология. Несколько лет назад это подтвердилось во время эксперимента. Менеджмент аэропорта Хьюстона был завален претензиями пассажиров в связи с излишне долгим ожиданием багажа. Анализ ситуации показал, что после одной минуты продвижения к месту выдачи

багажа пассажирам в среднем приходилось ждать семь минут, т. е. есть 88% всего затраченного на получение багажа времени они ждали. Сотрудники аэропорта нашли простое решение данной проблемы. Они искусственно увеличили расстояние от выхода с рейса до секции получения багажа. Теперь пассажиры шли шесть минут, а ждали всего две (25% времени). При этом не поступило ни одной жалобы и общее время получения багажа не изменилось.

«Здесь сэкономили три секунды, там три рубля — а в комплексе все это как и раз и отличает ваш бизнес от бизнеса конкурентов.»

В статье очень много полезных советов, например, рассказывается об инструментах для анализа сайта и его трафика.

Результаты недавнего конкурса Best Law Firm Website-2015 и статья Хольгера вдохновили нас провести 16 сентября вебинар для юридических фирм «Из пингвинов в орлы. Как создать современный и эффективный веб-сайт юридической фирмы». А при чем тут пингины и орлы? Узнаете из статьи Хольгера.