

LinkedIn: 5 полезных советов для юристов

30.10.2015

НОВОСТИ КОМПАНИЙ



В сети LinkedIn зарегистрировано более 375 млн пользователей, 5 млн из которых живут в России. LinkedIn - это мощный инструмент для развития юридической практики и эффективный способ оставаться на связи с коллегами и клиентами по всему миру. Однако, чтобы увидеть существенные результаты, профессионалам необходимо целенаправленно использовать этот инструмент наряду с другими маркетинговыми инициативами. Хороший профиль в LinkedIn сам по себе не удвоит прибыль. Расширение сети контактов – это не конечная цель, важно взаимодействовать с контактами на LinkedIn, сфокусировавшись на

своих целях. Многие юристы пользуются расширенным поиском, чтобы найти потенциальных клиентов (в том числе сотрудников интересующих их компаний) и организовать личные встречи. Как использовать профиль на LinkedIn на 100%?

Мы попросили Эмили Миллер, консультанта по LinkedIn, которая проведет [вебинары для российских юристов 20 ноября и 9 декабря](#), и Кирстен Ходжсон, консультанта по развитию бизнеса, дать несколько советов читателям журнала Legal Insight и рассказать реальную историю получения заказа от клиента через LinkedIn. [Как приобрести запись вебинаров?](#)

Если вы хотите наиболее эффективно использовать LinkedIn для продвижения вашей фирмы, то эти советы помогут вам понять, с чего начать.

1. Расскажите историю успеха

Один из лучших способов объяснить людям, каким образом LinkedIn может принести им пользу, - поделиться с ними историями успеха. Идеальный вариант — использовать истории успеха из практики вашей фирмы, но если их пока нет, то здесь можно найти пять примеров: <http://lawfirmsandsocialmedia.com/free-chapter/>.

2. Разработайте стратегию продвижения в LinkedIn и способы измерения достижений

Разработка стратегии и системы измерения достижений поможет извлечь максимальную пользу из времени, затраченного на работу с LinkedIn. Убедитесь, что каждый член команды понимает, зачем ему профиль на LinkedIn и чего он хочет с его помощью добиться.

3. Убедитесь, что профиль каждого сотрудника правильно позиционирует и его, и фирму

Недавно мы проводили вебинар для 225 юристов. Из них на LinkedIn были зарегистрированы 87%, но только 25% зарегистрированных считали, что профили удачно их представляли. Это тревожный факт, если учесть, что профили LinkedIn находятся на высоких позициях в результатах поисковых запросов. Плохо продуманный профиль на LinkedIn принесет больше вреда, чем пользы.

4. Поощряйте коллег за расширение сети контактов на LinkedIn

Покажите им различные способы поиска людей для сотрудничества. Поощряйте

установление контакта на LinkedIn между коллегами вашей фирмы: это способствует не только внутреннему маркетингу (посредством обмена материалами через LinkedIn), но и позволяет выявить отношения с клиентами, которые не зафиксированы в вашей клиентской базе, например, дружеские отношения.

5. Поощряйте вступление в группы

На LinkedIn есть очень полезные и хорошо управляемые группы. Перед вступлением ознакомьтесь с обсуждениями в группе и узнайте, кто из ваших контактов в ней состоит.

По данным американского агентства BTI Consulting, поиск в интернете – это второй по популярности способ найма юриста клиентами после личных рекомендаций. При этом 30% юристов компаний называют LinkedIn лучшим сайтом из тех, что они регулярно посещают. «Не только лучший, но и самый эффективный!» — делает вывод британское коммуникационное агентство Vyfield Consultancy. Проведенный ими опрос ста ведущих юридических фирм в Великобритании (Подробнее о результатах опроса. [Веренько Е. Соцсети – новая вершина для покорения юридическими фирмами](#) // Legal Insight. 2014. №8. С. 58-62.) показал, что из всех социальных медиа именно LinkedIn наиболее эффективен для получения новых заказов: 48% юридических фирм получают их через LinkedIn (второе место занимают Твиттер и корпоративный сайт – по 38%) .

Полный текст этой статьи опубликован в ноябрьском номере Legal Insight.