

„Plan pozyskania firm przez Internet w czasie kryzysu koronawirusa dla kancelarii”

Plan pozyskania Klientów-firm dla kancelarii w 3 krokach:

1. Uderz w punkt
2. Zaplanuj działanie
3. Realizuj i sprawdzaj efekty

1. Uderz w punkt

Pandemia koronawirusa przynajmniej na jakiś czas zmieni warunki prowadzenia działalności gospodarczej. Wszystko się zmienia, więc branże i firmy będą mieć teraz nowe problemy do rozwiązania, będą szukać pomocy w nowych obszarach. Popatrz na sytuację z dwóch perspektyw: są branże, które znalazły się w wielkich kłopotach i są branże, które pomimo powstałego kryzysu będą się dalej rozwijać. Jedna i druga perspektywa będzie zmagająca się z problemami innego typu:

- Branże z kłopotami: transport i spedycja, import/eksport, handel, branża fitness, wszystkie usługi świadczone stacjonarnie o hotelarstwie, gastronomii czy turystyce nawet nie wspomnę + frankowicze. Przykładowe problemy: windykacja, spory, prawo pracy, mediacje z bankami, przekształcenia, przejęcia, upadłości itd. mam nadzieję, że wiesz co mam na myśli.

- Branże które będą się rozwijały w czasie kryzysu:

Wiele firm handlowych „obudzi się” i zorientuje, że nie prowadzi sprzedaży w Internecie, a przecież na to w najbliższym czasie będzie zapotrzebowanie w sytuacji gdy wszyscy siedzą w domach. Dlatego część z tych firm będzie w pośpiechu tworzyła sklepy internetowe – do tego będą potrzebować pomocy prawnej. To samo będzie dotyczyć wielu branż usługowych, które teraz nie mogą świadczyć swoich usług ALE mogą robić to przez Internet, jak np. branża fitness (już niektóre siłownie organizują zajęcia online), edukacja, warsztaty, szkolenia, kursy itd. Aby oferować płatne szkolenia w Internecie, takie firmy będą potrzebować odpowiedniego oprogramowania, oprogramowanie będzie wymagać dostosowania do przepisów prawa i tak dalej i tak dalej – wszystkie te działania będą wymagały pomocy prawnej. A reklama w Internecie? Wiele agencji oraz firm będzie pierwszy raz próbować tej formy pozyskiwania Klientów, też będą potrzebować pomocy kancelarii. A różnego rodzaju

aplikacje, gry, e-booki, portale randkowe i cała rozrywka w Internecie? Wiele ludzi ma teraz dużo czasu więc siedzi w Internecie i korzysta z takich rzeczy, więc tego typu branże będą się rozwijać pomimo kryzysu. A promocje w Internecie? Programy lojalnościowe? bezpieczeństwo danych? RODO? A cała branża tzw. fintech (technologie finansowe)? Dodatkowo, bardzo wiele przedsiębiorców którzy nie będą mogli prowadzić swojej działalności z uwagi na powstałą sytuację, będą szukać nowych biznesów, nowych działań, które pozwolą im przetrwać i funkcjonować. Głównym kierunkiem będzie Internet – handel w sieci (otwieranie sklepów internetowych), oferowanie usług, które można sprzedawać lub świadczyć za pomocą Internetu.

Mam nadzieję, że rozumiesz o co mi chodzi, słuchanie otoczenia i swoich Klientów, wyprzedzanie tego co zaraz będzie, przewidywanie tego czego ludzie będą potrzebować, z czym będą mieć problemy i pomagać im w tym. Być tam gdzie jesteśmy potrzebni. Nie chodzi tutaj tylko o nowych Klientów, np. branże w których nie masz doświadczenia, chodzi również o branże i specjalizacje prawa, którymi obecnie się zajmujesz. Przykładowo: jeżeli obsługujesz branże nieruchomości to całkiem możliwe, że będzie teraz bardzo trudno znaleźć Klientów, którzy chcą kupić nowe mieszkanie ALE może będzie sporo takich, którzy chcą je sprzedać oraz grupa inwestorów, która chętnie coś kupi w atrakcyjnej cenie.

Jak już zidentyfikujesz te nowe problemy, te miejsca gdzie faktycznie twoja kancelaria może pomóc i dać Klientowi dużą wartość zaplanuj działanie.

2. Zaplanuj działanie

Jak zaplanować działanie kiedy już wiemy co chcemy robić, jakie problemy Klientów chcemy rozwiązywać? Moja odpowiedź jest tylko jedna i może być tylko jedna – wchodzimy w Internet jak wszyscy teraz i pozyskujemy tych Klientów.

Najskuteczniejszymi formami pozyskiwania Klientów przez Internet dla branży prawnej w tym momencie są kampanie:

- na Facebooku (+Instagram),
- linków sponsorowanych Google Adwords,
- w innych mediach społecznościowych jak np. LinkedIn i Youtube.

Tylko mi teraz nie mów że „ktoś” Ci powiedział że np. na Facebooku nie ma Klienta biznesowego – absolutna bzdura. Ty oraz fakt, że czytasz właśnie teraz ten artykuł i prawdopodobnie reprezentujesz biznes branży prawnej jest tego najlepszym zaprzeczeniem – przecież przez facebooka tutaj trafiłeś.

Ale do rzeczy, dzięki wymienionym wyżej kampaniom osiąga się wyniki stosunkowo szybko i jeżeli ktoś wie jak to zrobić, wyniki są bardzo dobre.

Jeżeli chcesz osiągnąć szybkie i namacalne wyniki to rozwijanie własnego bloga, pozycjonowanie strony, prowadzenie fanpage na Facebooku nie przyniosą Ci szybkich rezultatów – to jest rzemiosło, które wymaga czasu, jeżeli prowadzisz bloga to dokładnie wiesz o czym mówię.

Sposób realizacji działania:

- Możesz taką kampanię zrobić sobie sam – ale szczerze, jeżeli się nie znasz na tym to nie polecam. Zrobisz to nie tak jak trzeba, wydasz 3 000 zł na reklamę i zero efektów – skąd ja to znam.

- Możesz wynająć do tego firmę, która zrobi to za Ciebie ALE uważaj! Bardzo wiele agencji w Polsce nie ma pojęcia jak to dobrze zrobić, skuteczne pozyskiwanie Klientów tymi metodami jest nowością w naszym kraju (inaczej jest np. w Stanach Zjednoczonych). 90% reklam jest słabej jakości, zresztą, czy klikasz w reklamy na Facebooku? Pewnie bardzo rzadko, więc fakty mówią same za siebie. Nie daj się skusić niską ceną proponowaną przez agencję, bo co z tego, że ktoś Ci robi reklamę za pół darmo jak wydasz pieniądze i dalej nic z tego nie będziesz miał, pozostanie tylko ból głowy.

Moja rada: rozmawiaj z agencjami, które gwarantują efekty, rozmawiaj TYLKO o efektach. Ile pozyskam Klientów? Jakich Klientów? Firmy? Osoby fizyczne? Ile taki Klient może średnio zapłacić mi za usługę prawną? Ile zarobi moja kancelaria?

Jeżeli agencja gwarantuje efekty i Ty osiągniesz dzięki takiej reklamie bardzo dobre rezultaty, np. zarobisz 20 000 zł wydając 4 tys. zł na reklamę, to czy wynagrodzenie agencji np. 8 tys. zł to jest dużo jeżeli zostaje Ci na czysto 8 000 zł? Matematyka nie kłamie, jest to dobry interes.

Pamiętaj również, że efekty powinny być trwałe i przewidywalne. Co to oznacza? Reklama dla kancelarii powinna być przewidywalnym systemem pozyskiwania Klientów, który

nieważne kiedy zostanie włączony, za 2-3 miesiące i tak działa w ten sam, przewidywalny sposób: płacisz za reklamę 4 tys. zł i wiesz, że w płacących Klientach zwróci Ci się 20 tys. zł. Wydając 4 tys. zł dokładnie wiesz, że tak będzie, bo system daje przewidywalne rezultaty.

3. Realizuj i sprawdzaj efekty

Z doświadczenia wiem, że to co jest największą przeszkodą w rozwoju kancelarii to... brak działania, niby wszyscy wiedzą, że trzeba podjąć jakieś kroki, trzeba coś zrobić ALE brak jest zdecydowanych działań, proces podejmowania decyzji jest ślamazarny, wydłuża się, aby podjąć decyzję trzeba się spotkać 3-4 razy. Przez co nikomu się już nie chce realizować tego planu, wszystko stoi, ale przecież zawsze jest wymówka, „mamy teraz ważniejsze sprawy na głowie”, znasz to? Taaaak znasz to bardzo dobrze, wiem o tym, to niestety plaga w kancelariach.

To teraz zastanów się czy jest coś ważniejszego w Twojej kancelarii niż ona sama? Czy bieżąca obsługa Klienta i drobne sprawy są ważniejsze od rozwoju tego co dla Ciebie najcenniejsze – Twojej kancelarii? Czy ktoś inny za Ciebie nie może zająć się tą „drobizną”?

Nic się nie zmieni jak nie podejmiesz żadnego działania, absolutnie nic. Teraz jest najlepszy moment do tego aby wejść w Internet i pozyskiwać Klientów, potem może być za późno kiedy inne kancelarie zorientują się, że jest tam duży potencjał zrobi się tam naprawdę ciasno i naprawdę drogo. Dlatego bądź dwa kroki do przodu, kiedy inni za miesiąc będą gorączkowo walczyć o Klienta w Internecie, Ty będziesz już realizował swój plan i spokojnie pozyskiwał Klientów.

Jeżeli już zaczniesz działać i pozyskiwać Klientów pamiętaj o najważniejszym: **SPRAWDZAJ EFEKTY**. Twoje pieniądze wydane na reklamę nie mogą się zmarnować – dlatego jak podejmiesz współpracę z jakąkolwiek agencją wymagaj od niej aby regularnie przedstawiała Ci liczby. To nie jest kwestia braku zaufania do agencji! Absolutnie nie! Dobra agencja sama będzie nalegała żeby sprawdzać jakie rezultaty daje ich praca – tylko słabe agencje, które nie osiągają wyników i wydają bezsensownie Twoje pieniądze boją się transparentności, pamiętaj o tym.

Na koniec...

Jeżeli naprawdę chcesz działać i bierzesz pełną odpowiedzialność za przetrwanie swojej kancelarii, musisz liczyć się z tym, że trzeba będzie zainwestować środki w pozyskanie Klientów. Nie ma innej możliwości. Z budżetem równym 0 zł powiedzmy sobie szczerze, Internetu nie zwojujesz. Jeżeli masz środki na rozwój i nie chcesz, aby los zdecydował o tym



co stanie się z Twoją kancelarią za 3 miesiące, pół roku, rok – jestem w stanie Ci pomóc. Porozmawiajmy bez zobowiązań, opowiesz mi o swojej kancelarii, a Ja pomogę Ci zaplanować działania w Internecie, które będą najlepsze dla specyfiki Twojej kancelarii i będą przynosić prawdziwe rezultaty.

Rozmowa będzie darmowa. Lecz niech Cię nie zwiedzie słowo „darmowy”, darmowy nie znaczy mniej wartościowy, przeciwnie, koszt takiej sesji strategicznej w naszej firmie to 700 zł.

UMÓW SIĘ NA DARMOWĄ ROZMOWĘ

Informacje kontaktowe

Rafał Bołoz

<http://rozwijajkancelarie.pl/>

E-mail: biuro@rozwijajkancelarie.pl

Telefon: (+48) 881 266 135, nasze usługi realizujemy zdalnie na terenie całej Polski.