

Віліченко Н.В.

студентка,

науковий керівник - Чекштуріна В.М. д-р. наук соц.ком, доц., проф.кафедри
УСК ім.С.Кузнеця

Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця

Рекламні та PR засоби просування іміджу юридичної компанії

Технології реклами та PR для просування іміджу юридичних компаній грають ключову роль в розвитку ринкової економіки країн. Розбудова української сфери соціальних комунікацій у напрямі удосконалення комунікативних засобів просування юридичних послуг актуалізують взаємовідносини між виробниками та споживачами, що призведе до розвитку багатьох сфер соціального життя, а саме гуманітарної, правової, економічної та ін.

Як зазначає автор Жіделева О.С, рекламні засоби просування – це будь-яка форма дій, яка використовується фірмою для інформування, переконання і нагадування людям про свої продукти (товари / послуги). Це елемент комплексу маркетингу, поряд з іншими його трьома складовими (товар, ціна, спосіб реалізації). Просування фірм зберігає актуальність і для тих, хто пропонує не товари, а різні послуги і сервіси. У тому числі і для юристів, адвокатів, нотаріусів. Високий рівень конкуренції, велика значимість бездоганної репутації і широкий спектр інструментів просування – це лише частина ключових особливостей, що характеризують дану сферу діяльності.

На сьогодні використання рекламних засобів для просування іміджу юридичної компанії є дуже актуальним, оскільки для ефективного

просування послуг юридичної компанії одних правових знань фахівця недостатньо. Компанії, які прагнуть досягти успіху на ринку юридичних послуг, давно прийшли до розуміння того, що для росту необхідно докласти чимало зусиль. Саме рекламні засоби здатні визначити цільову аудиторію і донести до неї необхідність звернення саме в цю фірму, створити образ професіонала на ринку і підтримувати увагу аудиторії до компанії.

Методів просування на ринку юридичних послуг досить багато, найбільш ефективним є інтернет-реклама, виступи у засобах масової інформації, реклама у друкованих виданнях. На сьогоднішній день наявність інформативного сайту є невід'ємною частиною просування юридичної компанії. Сайт один з головних інструментів залучення потенційних клієнтів. З його допомогою потенційний клієнт зможе ознайомитись з переліком основних послуг компанії, почитати відгуки про юридичну фірму. Солідність компанії додає ведення блогу юриста або адвоката. Юрист оцінює обрану їм ситуацію, дає свою експертну оцінку та поради для громадян. Спеціаліст може розповісти як про послугу в цілому, розвіявши страхи потенційного клієнта, так і прокоментувати новий закон. Реклама в друкованих виданнях під певну цільову аудиторію також працює ефективно, як і інші методи. Старше покоління, яке не відвідує ресурси Інтернету, дізнається інформацію з друкованих видань. Також варто розміщувати рекламу юридичної допомоги або послуги супроводу бізнесу в спеціалізованих виданнях. Потенційні клієнти регулярно вивчають подібні видання. Важливим елементом у просуванні іміджу юридичної компанії є участь в форумах, конференціях і виставках. На подібних заходах представники компанії не тільки проявляють професіоналізм, а й знайомляться з потенційними клієнтами. Масштаб заходу не важливий, головне підібрати актуальну для даної аудиторії тему і грамотно донести її до потенційних клієнтів. Способів для просування юридичних послуг досить багато: Інтернет, статті в журналах і блогах, поширення друкованих буклетів, банери по місту і багато іншого.

Отже, розробка рекламних заходів юридичних послуг – це необхідний елемент для ведення бізнесу. Реклама дає зрозуміти потенційному клієнту, що саме послуги певних юристів відрізняються професіоналізмом і надійністю від послуг представників інших юридичних компаній.