

解读中国式律师营销 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/480/2021_2022__E8_A7_A3_E8_AF_BB_E4_B8_AD_E5_c122_480743.htm

律师作为经常与“公检法”和当事人打交道的法律工作者，必须敢于营销、善于营销和精于营销，才能在竞争激烈的法律服务市场赢得一席之地。在变幻莫测的网络社会、信息社会，任何一名成功的律师，首先是一名成功的营销专家，没有营销，就没有一切；不会营销，就不会成功。律师怎样营销、如何营销？笔者认为，首先，应该摒弃陈腐观念，不要认为律师营销是丢人现眼的事；其次，应该正确看待营销，不会营销永远受制于人；再次，应该转变营销观念，“酒香也怕巷子深”，主动营销；最后，应该讲究营销策略、方法和方式，长期营销。笔者着重阐述八种具有中国特色的律师营销模式：（一）网络营销。网络营销是一种投资少、传播速度快的营销模式。网络营销主要有三种形式，一是建立网站，并予以推广；二是开设博客，撰写文章，记录自己的办案感悟和法学理念；三是在自己的网站、博客和BBS里留下自己的QQ、电子邮箱或MSN，也是一种很好的营销方式。（二）图书营销。律师在办案的同时将自己的法律思想和执业感悟写出来，出版成书或汇编成册，不失是一种好的营销模式。图书营销主要有两种形式，一是通过与出版社合作，出版发行自己的作品，在销售图书的同时来传播自己的思想；二是把自己的作品汇编成册，根据不同的客户，又针对性的赠送，会让当事人感觉到你是一个有思想、有深度的律师，会对你刮目相看。

（三）讲课营销。律师可以通过不同的渠道，通过讲课来营

销自己，比如到大学给学生讲课，到律师所给律师讲课，到律协给律师培训，到企业给员工培训等，既给了自己一个锻炼的机会，又让更多的人记住了你的名字；而且，通过讲课，可以修正自己的不足，结交更多的朋友，真是一举多得。

（四）论坛营销。最近几年，组织论坛、参加论坛很时髦，争取机会在论坛上做主题演讲，通过媒体的“炒作”，效果会很明显。论坛营销主要有两种形式，一是通过参加高层论坛来营销自己，展现自己的人格魅力。高层论坛大腕云集、卧虎藏龙，即使自己只是个参与者，但是可以和大腕零距离接触，聆听大腕的声音，学习大腕的成功之道，与大腕共同探讨法律问题，和大腕合影留念，是迅速成长的捷径；二是在条件允许的情况下，通过组织小型的公益论坛，邀请志同道合的同行或有此法律需求的当事人参加聆听，进行法律讲座，实行友好互动，是切实可行的好办法。段建国在2007年举办多次公益老鸭小论坛，就起到了很好的学习和宣传效果。

（五）大师营销。通过参加研究生培训、MBA培训和拜访大师来汲取营养、充实自己。现在是知识社会、人脉社会，下棋还要找高手，作为律师更要深谙此道，时刻保持谦虚好学低姿态，多跟进成功人士。大师营销主要有两种形式，一是通过参加高端培训来结识各行各业的朋友和企业家；二是创造条件拜访大师，向大师请教问题，赢得大师的信赖，给自己指点迷津、解决难题。

（六）政治营销。律师不仅要会办案、会做人，还要有政治意识，积极参政议政，为法治中国建言献策。笔者认为，政治营销有多种途径，一是主动参加、竞选各级人大代表和政协委员，律师只有参与到各级人大和政协后，才会把自己的想法变成现实；二是律师应当加

入共产党，在中共十七大上，作为新型社会组织代表的律师首次参加党代会，为律师参政议政提供了良好的开端；三是律师应当创造条件，加入各民主党派，通过政党的优势提交议案、发表意见，提高自己的政治觉悟和参政水准；四是律师应当进入各级律协的各专业委员会或各业务委员会，成为大牌律师，实现人生价值；五是律师应当加入各地的法学会、青联或工商联等组织，律师要想提高自己的地位，就必须和有地位的人在一起，才会有更大的发展，更多的作为；六是律师应当积极向各级国家党政机关和立法机关提供律师建议，关注国计民生，提高知名度。（七）公益营销。律师作为法律专家，作为职业法律人，完全有能力、有义务提起公益诉讼，既维护了大多数人的合法利益，又提高了自己的社会知名度。公益营销主要有两种方式，一是律师有针对性的提起公益诉讼，通过提起公益诉讼来吸引公众的眼球，提高自己的知名度；二是针对在地方或全国具备很高新闻价值和媒体关注度的官司，在当事人家属尚不知情或尚未聘请律师之前，主动与当事人家属取得联系，免费为当事人提供法律帮助，既能提高自己的知名度，又能得到当事人的感激，真可谓一举两得。身为律师，应当有正义感、有责任心，路见不平、挺身而出，多打、打好公益诉讼，是一本万利的“买卖”。（八）媒体营销。媒体是“第四政府”，被誉为“无冕之王”，作为律师，如果不会和媒体打交道，仅凭自己的能力则很难成为大牌律师。律师要善于与媒体打交道，利用媒体的宣传平台来营销自己，媒体营销主要有四种方式，一是担任媒体的法律顾问，如担任电视台、电台、报纸、杂志和网络的法律顾问，借助媒体的优势成就自己；二是主动接

受媒体的采访，针对某一法制事件发表自己的观点，通过媒体的传播给自己造势；三是针对最新立法动态和法制案件进行点评，表达自己的观点，传播自己的思想；四是积极向媒体投稿，发表自己的文章，增加自己的人气。……二十一世纪，是营销的世纪，敢于营销、善于营销、精于营销的律师才会成为大牌律师。让营销成为一种行动、一种思维、一种理念、一种制度、一种文化、一种信仰。（作者：刘辉，北京市法立律师事务所副主任，北京市律师协会刑法专业委员会委员）

100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com