

马克伟：律师营销要重视法律服务市场营销流程 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/485/2021\\_2022\\_\\_E9\\_A9\\_AC\\_E5\\_85\\_8B\\_E4\\_BC\\_9F\\_EF\\_c122\\_485099.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/485/2021_2022__E9_A9_AC_E5_85_8B_E4_BC_9F_EF_c122_485099.htm) 我们天津四方君汇律师事务所中世联盟“91”模式当中的其中一家，今天主题是营销。营销里面我也讲其中一部分，就是讲两个问题，第一个法律服务和市场经济。第二讲法律服务市场营销的流程。中国律师制度是恢复28年了，但是在这期间，法律服务市场发生了巨大的变化。从过去律师跟在座的很多老律师都知道，过去我们是法律工作者，过去用不着市场开发，也用不着营销。随着我们国家向市场经济过渡，我们的法律服务市场，服务领域越来越宽，客户对法律的需求不断地增加和扩充。现在我们是法律服务提供者，就是律师事务所对于法律服务市场能够提供什么。所以供求双双都不成熟造就了我们法律市场的不成熟。第一个问题讲法律服务业与市场经济，首先是尊重价值规律的经济，市场经济又是法制经济，既然是尊重价值规律的经济，那么影响价值的是什么呢？我认为影响价值的是供求关系。作为法律服务业来讲，我们的供应者是谁？是律师和律师事务所，从需求来讲是我们的企业和其他社会各个领域的法律服务的承受者。当供求关系不匹配的时候，就会出现种种不应该出现的现象。比如说一方面我们说律师不够用，我们中国律师只有13万人，另外一方面，就是我们很多律师没有事干，所以什么样的法律服务，我们如何能够找到社会上需要的法律服务。如何吸引客户的目光、并且形成真正的服务关系，靠的是市场营销。第二个问题讲法律服务市场的开发流程。我们总结成三个阶段，第一要确

定开发目标，第二要制定开发计划，还要与开发计划相关的非常精细的步骤，最后是实施开发计划。将律师按照专业领域分成工作小组。实际上是为了更好地为客户服务。我们很多律师之所以不能够向客户提供更好地客户是因为他不了解客户造成的。对于客户来讲实际上关心几个问题。第一你是否了解我的业务，第二，你是否在我所在的行业，第三，你有没有为我这个行业进行服务的相关经验。第四，你的专业服务经验是否能够为我提供更好、迅捷的服务。第五是通过你的职业经验具备哪些素质足以帮助我们降低法律成本，第六否能够解决我们的问题，第七是当前的服务能够带来哪些好处。这是我们认为客户最需要关心的问题。总之，我们现在市场日渐成熟，我们的法律服务市场竞争也日趋激烈。所以在这种日趋激烈的环境下。我们应该坚持科学发展观，我们应该研究我们的营销策略，在市场中立于不败之地。提问：咱们律师事务所的马主任，我请教您，营销肯定是一个所共同的行为，但如何营销有一个前提，合伙人涉及到成本分摊的问题，你营销、管理一定要分摊成本，成本你们如何做到达成一致，成本怎么摊？这对我们有一个指导意义，你们既然投入了那怎么达成的呢？马克伟：营销并不是只有律师事务所才有，律师个人同样可以做营销，只要有计划做一些市场的调查，做一些市场开发的计划，做一些有计划的销售，都是营销。然后刚才我已经在我的讲话当中提到了，确实律师事务所如果要形成共识，确定一个总体的发展方向，确定一个很好的市场营销计划，确实是在所有合伙人之间达成共识比较难。但在设定目标的时候，也有很多手段，我们在设定目标的时候，第一要充分讨论，要开会，怎么样达成共

识我可以告诉你。再有要借助外力，外来的和尚会念经，有些时候你自己要说怎样，咱们之间达成什么协议很难，但要咨询一些顾问，我们就请了一加拿大的专门做律师事务所管理的律师，是咨询公司的董事长，到中国来我们就花钱请他做一次知识讲座，讲的是事务所总体的发展战略，当中有九个部分，其中一部分就是关于市场营销，他讲完之后大家都接受了。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](http://www.100test.com)