

דברים שידעת (ולא ידעת)

על מדיה חברתית ומשרדי עוז

החדשות שנוצרו למשרדים ביכולת המדינה החברתית
• 61% מודדים את הצלחת המדינה
לפי שיעור הכספיות לוין הבית
• 54% מודדים את הצלחת
השימוש לפי מספר הקוראים
או העוקבים של הדין
אין כל ספק שהשיעור הנכונות של
משרדים קטנים שמודדים את הצלחת
פעילותם בראשות החברה לפי מספר
העסקאות שנכנעו למשרדים, מלבד
בין היתר על כוריאותה הכלכלית של
פעילות זו.

כללים לפעולות נכונה ברשות החברתיות

ישנם מספר כלליים להם יש לציתר,
מן השימוש ב人际关系יים לטיק יוחר
מארח לתועלת. כמו למשל דן יפה'
שאינו מתעדכן בתדרירות מספקת
(הכוונה היא בעיקר לפיסבוק). דן
שכהה עליל לפחות בתדירות המשרד
ובמקורה כזה, עדין לא להקימם אותו
מלכתחילה.

משרדים שבוחרים לקיים דן בראש
חברתית חייב לדאוג לעדכונו
הpermanent ולתחזוקו. עם זאת, התוכן
המורעל להוו הבהיר חייב להיות
רלוונטי ומעניין כדי שלא נזכיר את
קוראים לחינוך ונורות להם לפחות
בדן הבית שלנו.

בנוסף, על המשרדים לשקל בஹירות
את השעות שבו הוא מעלה את
הפרשונים בדן הפיסבוק. שעוט
שנתה כמו שעוט הבקיר המוקדם
יכולות לסייע לקבלת תשומות לב
רבה יותר מהגושים על רקע דילות
הפעילות בראשות החברתית בשעות
אלין, וכך גם לגבי שעוט הלילה
המוחות. מנגד, התנוועה באתרי
הרשאות החברתיות בשעות האלה
دلילה למדי וכן "הריאנס" לו זוכה
הפרשום יהיה בהמרו נזוק.

ממאכזי השיווק שלהם לעומת
81% מהמשרדים הגדולים
והቤוניים
• 71% מהמשרדים הקטנים
משתמשים ברשות החברתית
בפועל כדי ליצור עסקאות
חדשנות, לעומת 37% בלבד
במשרדים הגדולים יותר
• 59% מהמשרדים הקטנים
מצהירים שהרשות החברתית
היא כלי העבודה חשוב ביותר
במהלך העסוקים של המשרד
המשרדים הקטנים משתמשים בראש
החברתית באופן נרחב יותר כדי
להתרזרז ולעוצם פעורים אל מול
המשרדים הגדולים בנסיבות ייחודית
הו.

סיבות בעד וגדר לשימוש ברשות החברתית

המשרדים שמתנדדים לשימוש
ברשות החברתית, טוענים ראשית
כל שהרשות החברתית בלתי ניתנת
שליטה ויכולת להוות פלטפורמה
נוחה להשמעות נגד המשרד /
עו"ד ספציפי בצורה, שהיתה קשה
להתמודד עימה.
העקב אחרי הנעשה הדן הבית
של המשרד בראשות החברתית מצריך
משאבים שלא תמיד קיימים במשרד.
מעבר לכך, המתנדדים יטענו כי אין
הכחחה ברורה לכך שרשות החברתית
אכן מגבירה מכירות.

המשרדים הקטנים שבוחרים
להשתמש ברשות החברתית טוענים
כי הרשות מגבירות את הנראות
של המשרד בראשות. בנוסף, הרשות
יזורות אינטראקטיבית בלתי אמצעית
עם הלקוחות הפוטנציאליים ובתוך
הארון – מגירות מכך רשות באמצעות
שיםוש נכון.

ראו ליצין כי עלה במחקר כי מבין
המשרדים הקטנים שעושים שימוש
ברשות החברתית:
• 71% מודדים את הצלחת
השימוש לפי שיעור העסקאות

• 76% מהחרכמים הפרטיים אשר
mpheshtim urechidin finim rasha'it
לאתר האינטראקטיבי של משרדי
עורכי הדין ולדף של הסתת
ברשות החברתית
הנתונים הללו שפאו הלאו והתגבורו
עליהם מסקנה חד משמעית
– האינטראקטיב הפך להיות כל
מרכזו למשרדי עורכי דין
ולהתಕשות עימם, ועל המשרדים
לרכז מאכזי שיווק לא מבוטלים
בזירה זו. מדובר פנים לקחוות אל
דף המשרדים באינטראקטיב!
1) זהות – כל משתמש שמתחליל
את חיפורשו אחר משרד עו"ד
באינטראקטיב, מבקש ללמידה בין היתר
על פעילותו והישגיו של המשרד
ማටר האינטראקטיב המשרד. דן
ברשות החברתית הוא קל וחומר
הוכחה לפעילות של ממש במשרד,
מן דן כוה במתהתו הוא יותר
דינמי ונותה להתעדכן תכופות
יותר מעמוד אינטראקטיב גיגי.
2) אינטראקטיב – בעיקר בכך של
רשת החברתית המשתמש יכול לפורסם
ישירות לבני תפקידי המשרד או
כל הפחות למי שאחראי על פניות
המשרדים פועלם בפייסבוק, לפחות
数百 מיליאונים ומספרם בליקידן
ובטוויטר. אלו מוקפים ברשות
החברתיות, ומסוגלים להציג
ולחשוף על קהל נרחב הרבה
יותר – בהתקנות מושכלת.

מחקר שנערך בארה"ב בידי חברת
Greenfield Belser עוד בסוף שנות
2010 נושא שיווק ראשי של משרדי
עו"ד ברשות החברתית, הצביע כבר
או על הנתונים הבאים:

- * 78% ממקבלי החלטות בעסקים
בארה"ב פונים לראשות כל
לאינטראקטיב כדי למצוא עורכי דין
- * עוז ודר פישר הוא ראש משרד *Rob Fishers*,
משרד עוז אסטרטגי לתחום *Legal Marketing*



זהר פישר, עו"ד*

תפקידו אינטראקטיב של משרדי
עו"ד קיימים מזה שנים
רבות, אולם המפנה
האמתית בהתקנות המשרדים
ברשות תל עם הקמתו של הרשות
החברתית. המספרים מציעים
היום למעטה מAMILIAARD (!)
משתמשים פעילים בפייסבוק, לפחות
מא吐 מיליאונים ומספרם בליקידן
ובטוויטר. אלו מוקפים ברשות
החברתיות, ומסוגלים להציג
ולחשוף על קהל נרחב הרבה
יותר – בהתקנות מושכלת.

מחקר שנערך בארה"ב בידי חברת
Greenfield Belser עוד בסוף שנות
2010 נושא שיווק ראשי של משרדי
עו"ד ברשות החברתית, הצביע כבר
או על הנתונים הבאים:

- * 78% ממקבלי החלטות בעסקים
בארה"ב פונים לראשות כל
לאינטראקטיב כדי למצוא עורכי דין
- * עוז ודר פישר הוא ראש משרד *Rob Fishers*,
משרד עוז אסטרטגי לתחום *Legal Marketing*