



ООО «СИБУР»



## МАРКЕТИНГ ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ

Взгляд СИБУРа

## Классический маркетинг и Юридический рынок



Маркетинговая политика подразумевает изучение потребностей клиента, драйверов, которые определяют его выбор

Поскольку юридический рынок специфичен - применение на нем общих подходов ограничено

## Когда встает вопрос изучения юридического рынка?



Изучения рынка юридических услуг для компании начинается только тогда, когда обращение к постоянному консультанту (конкретному юристу) по каким-то причинам невозможно

# Какие критерии определяют выбор юрфирмы?



Общие критерии:

- ✓ Профессионализм
- ✓ Доверие

## Если смысл в рейтингах и оценках



Пример.

Юридический рынок Индии закрыт, а на рынке Китая иностранные фирмы не могут практиковать китайское право

В этом случае компания может обратиться к рейтингам, чтобы понять расклад сил

## Вопрос цены



Что важнее:

- Заработать больше сейчас, либо,
- Потеряв в цене сегодня, заработать в разы больше завтра?



Примеры негативного сотрудничества:

- ✓ Заниженные КЭПы со скрытыми условиями, которые неожиданно поднимают цену юруслуг
- ✓ Нежелание давать рекомендации о предпочтительном варианте выбора между несколькими опциями
- ✓ Отсутствие активной позиции

## «Резюме»



В целом, выбирая фирмы с достойной репутацией на рынке, в конечном счете, мы работаем с конкретными людьми