**DOTAZNÍK ADVOKÁTNÍHO MARKETINGU**

I. Vaše advokátní kancelář:

1. Jste samostatný advokát
2. ano
3. ne
4. Pracujete/spolupracujete s advokátní kanceláří
5. s počtem advokátů do 10 advokátů
6. nad 10 advokátů
7. mezinárodní advokátní kancelář

II. Sídlo Vaší advokátní kanceláře:

1. Vaše sídlo je
2. v Praze
3. v Brně
4. v městě, nad 100.000 obyvatel
5. v městě 50.000 – 100.000 obyvatel
6. v městě 10.000 – 50.000 obyvatel
7. pod 10.000 obyvatel
8. Sídlo vaší kanceláře je:

a) v městě, kde je sídlo okresního soudu

b) v městě, kde je sídlo krajského soudu

1. Má u vás v kanceláři na starost získávání klientů nějaká specializovaná osoba?
2. ano – kdo…..
3. ne – staráme se všichni…
4. nikdo – necháváme to plynout
5. Vedete si evidenci, na základě jakých skutečností za vámi klienti chodí?
6. ano – popište jakým způsobem evidenci vedete
7. ne
8. ne, ale umíme to odhadnout
9. evidenci nevedeme, ale klientů se ptáme, tak máme jakýsi přehled

III. Informace o získávání klientů

1. ptáte se svých klientů, na základě jakých skutečností si vybrali vaši advokátní kancelář?
2. ano
3. ne
4. Podle odpovědí vašich klientů za vámi klienti chodí na základě:
5. osobního doporučení od známých – vašich bývalých klientů
6. osobního doporučení od známých, kteří od vás slyšeli
7. na základě doporučení nějakého odborníka:
8. pracovníka OSPODu
9. daňového poradce
10. mediátora
11. jiného advokáta
12. České advokátní komory
13. notáře
14. exekutora
15. jiného – uveďte koho
16. na základě vašich webových stránek, když hledali právní zastoupení/konzultaci
17. na základě hledání v matrice České advokátní komory, kde jsou popsány specializace
18. na základě dřívější zkušenosti s vámi (po létech se vracející klienti)
19. na základě vašich odborných článků
20. na základě vaší veřejné známosti (např. politická činnost)
21. viděli vás v televizi
22. slyšeli vás v rozhlase
23. náhodně vás potkali při společenské příležitosti
24. šli po ulici a padlo jim do oka označení vaší kanceláře
25. na základě vašich vyjádření na sociálních sítích: Facebook, Instagram, Tweet. konkrétně na jakých
26. na základě vaší reklamy na sociálních sítích
27. na základě plošné reklamy v médiích
28. na základě billboardů
29. na základě placené reklamy ve vyhledávačích, zejména Google, Seznam
30. na základě spolupráce s dalšími advokátními kancelářemi, se kterými jsem v celosvětové nebo regionální skupině
31. mezinárodní klienti k vám chodí, protože spolupracují s mezinárodní kanceláří v jiné zemi.
32. klienty jste převzali (ať se souhlasem školitele nebo bez něj) klienty z kanceláře, kde jste absolvovali advokátní praxi
33. na základě vaší literární či umělecké činnosti (knížky, zpívající právníci)
34. rodinní příslušníci
35. rodinné firmy
36. Zhodnoťte vy, které z kategorií v bodu 8 a – w je podle vás nejúčinnější způsoby získávání klientely?
37. Jsou některé formy z 8 a – w, které vám nepřináší vůbec žádné klienty?
38. Používáte google analytics nebo nějaké jiné nástroje na vyhodnocování účinnosti svých webových stránek? Upravujete podle výsledků své webové stránky?
39. Využil/a jste někdy billboard? – popište krátce odhad impaktu na získání klientely.
40. vzbudilo to rozruch
41. myslím, že pár lidí přišlo
42. podstatně se zvýšil počet klientů
43. bez dopadu
44. neumím odhadnout
45. Využil jste někdy placenou reklamu ve vyhledávačích, zejména Google a Seznam? – popište krátce odhad impaktu na získání klientely.
46. využil jste někdy placenou inzerci v tištěných médiích? – popište krátce odhad impaktu na získání klientely.
47. využil jste někdy placenou inzerci na sociálních sítích, zejména na Facebooku? – popište krátce odhad impaktu na získání klientely.
48. Jsou pro vás společenská setkání zdrojem nových klientů?

IV. Direct marketing

1. Omezuje vás nemožnost (daná vnitrostavovskými právními předpisy) nabízet přímo právní služby (direct marketing) specifickým kategoriím potenciálních klientů?
2. Domníváte se, že zasílání přímých nabídek advokátních služeb (direct marketing) by snížila důstojnost advokáta?
3. Domníváte se, že povolení direct marketingu by zvýšilo dostupnost a /nebo kvalitu advokátních služeb?

V. Otázky závěrečné:

1. Jaký způsob získávání klientů považujete vy sám za nejúčinnější?
2. Co byste poradili svým mladým kolegům, kteří si otvírají kancelář, jak nejlépe získat klienty?
3. Máte ještě nějaký jiný nápad?

Mnohokrát vám děkuji za zodpovězení otázek, pečlivě je vyhodnotím a samozřejmě bez specifikace jednotlivých tazatelů zveřejním!

 Klára A. Samková