

NÍSHLÍS

| GLOBAL LEGAL MARKETING

ליגל מרקטינג - מצב האומה
מחקר הליגל מרקטינג הרשמי של ישראל

אוגוסט 2022

נישלים ליגל מרקטינג

עולם המשפט משתנה לנגד עינינו. אי וודאות כלכלית, הדרך בה לקוחות צורכים שירותים משפטיים ושוק משפטי רווי הם רק קומץ האתגרים העומדים בפני משרדי עורכי הדין כיום, כשהם רוצים לשמור על לקוחותיהם הקיימים ולמשוך לקוחות פוטנציאליים חדשים. במציאות החדשה שנוצרה, מעולם לא היה חשוב יותר לפתח וליישם אסטרטגיית שיווק ברורה וחזקה שתהווה את הדי.אנ.איי של הפירמה כולה.

אנחנו כאן בשביל להיות שותפים מקצועיים בדרך הזאת.

נישלים ליגל מרקטינג היא החברה המנוסה והמובילה בתחום הליגל מרקטינג בישראל. אנחנו מתמחים בשיווק, ייעוץ ופיתוח עסקי מותאם וממוקד למשרדי עריכת דין, ומביאים איתנו תוצאות מוכחות.

עם למעלה מ-25 שנות ניסיון משולב בליגל מרקטינג באירופה, ארה"ב וישראל, אנחנו עוזרים למשרדי עורכי דין בינלאומיים וישראליים במיתוג, באסטרטגיה, בשיווק ופיתוח עסקי, בקידום מנהיגות מחשבתית, בשימור לקוחות ובהעצמת הנוכחות בדיגיטל בכלל וברשתות החברתיות הרלוונטיות בפרט.

אנחנו מציעים את שירותינו כיועצי שיווק פנימיים או כתומכים במחלקת שיווק קיימת, ומביאים מומחיות שנצברה במשרדי עורכי הדין הגדולים בעולם מתוך ניסיון מעשי ומחקרי רחב. אנחנו מביאים איתנו תובנות שיובילו אתכם לבולטות, להתחרות ביעילות ולהשיג את הלקוחות הנכונים לכם.

תקציר

הליגל מרקטינג הפך לחלק בלתי נפרד מהנוף המשפטי בישראל והוא כבר לא נחלתם של משרדים בודדים. התחום שהחל להתפתח בישראל בשלהי שנת 2009, החל לתפוס תאוצה משנת 2010 וכיום מונה כ-60 אנשי ליגל מרקטינג העוסקים בתחום (כולל חברות היעוץ).

מחקר חדש, של חברת נישליס ליגל מרקטינג, המציג את תחום הליגל מרקטינג בישראל נכון ליולי 2022, חושף נתונים המעידים על תחום אשר התבגר בעשור, הפך למקצועי ומנוסה. יחד עם זאת אנחנו עדים לתחום העובר שינויים רבים ומעניינים, הממשיכים לעצב את פניו.

משרדי עורכי דין רואים בשיווק ובפיתוח העסקי חלק אסטרטגי מהעסק ומעניין לראות את התפתחות התחום והעוסקים בו ובצל משבר הקורונה שהשפיע גם הוא על הסקטור המשפטי בכלל ועל הליגל מרקטינג בפרט.

תקציר

לראשונה, אנחנו עדים לתזוזות אופקיות בין משרדים, בעיקר עקב עזיבה של הותיקים את התחום ורצון של משרדים להגדיל ולחזק את מחלקות השיווק.

בנוסף, אנחנו רואים יותר סיוע חיצוני מקצועי של ספקים מתוך הבנה שמומחים מנוסים הם הכרחיים, במיוחד כדי לפצות על משאב הזמן ועל חוסר ניסיון מקצועי (למשל בהגשות, בסושייל ובתוכן).

משרדי עורכי דין, לרב, לא עושים הבחנה בין שיווק לפיתוח עסקי ומירב המשאבים מוקצים לשיווק, למרות שהשיח הוא רצון לבצע יותר פעילות של פיתוח עסקי.

לסיום, המחקר מעלה מגמה חיובית של הקשבה לצרכי השוק המשתנים, מצד המשרדים ורצון להשקיע בלקוחותיהם ובעובדים שלהם.

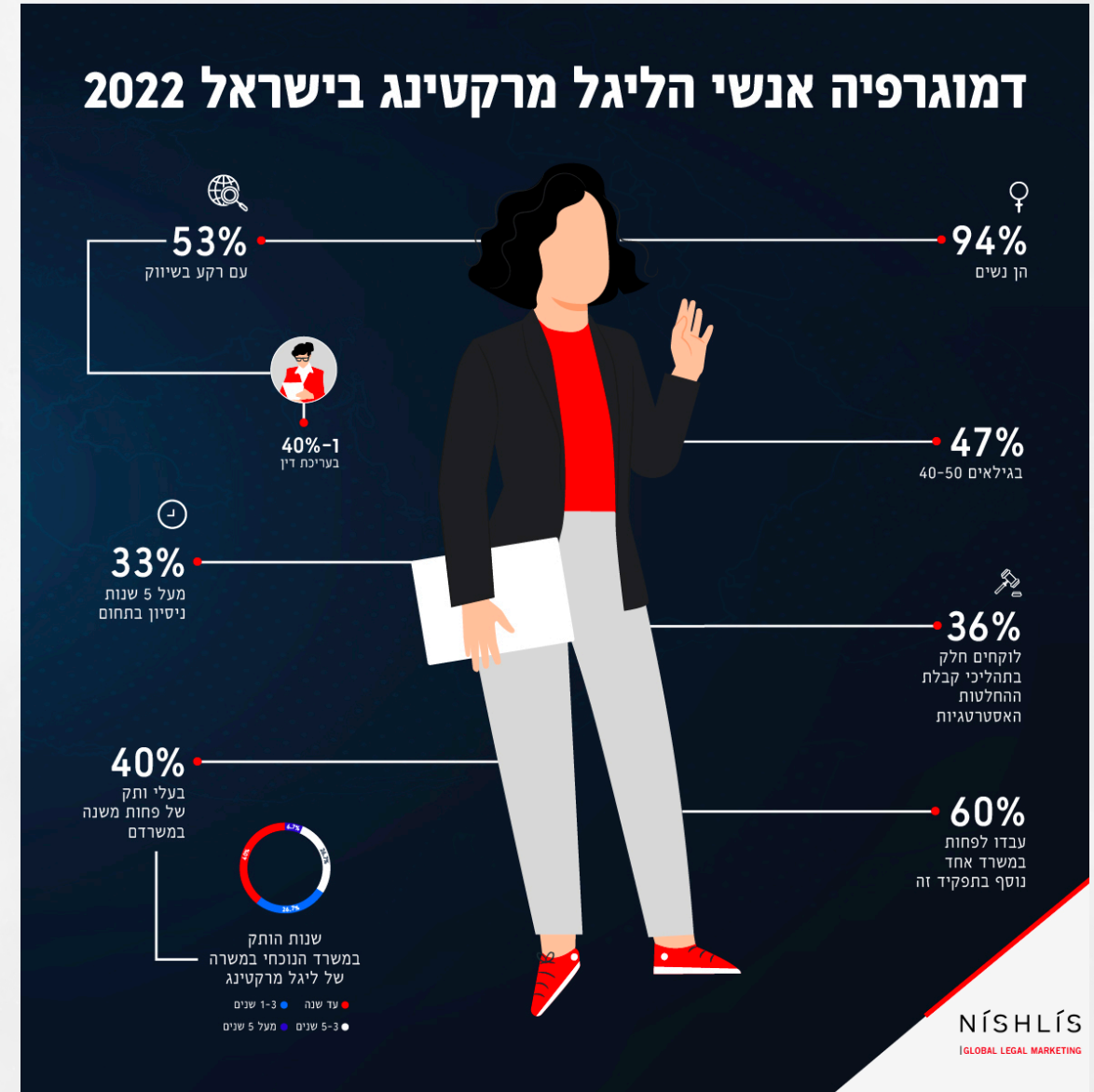
דמוגרפיה

מי הם ומה מאפיין את אנשי הליגל מרקטינג
בישראל?

דמוגרפיה

בגרות, ניסיון, תחלופה

- ותיקים עזבו את המקצוע
- תזוזות "אופקיות" בין המשרדים
- הצטרפות של אנשי ליגל מרקטינג חדשים לתחום
- בוגרים יותר ובגרות של התחום



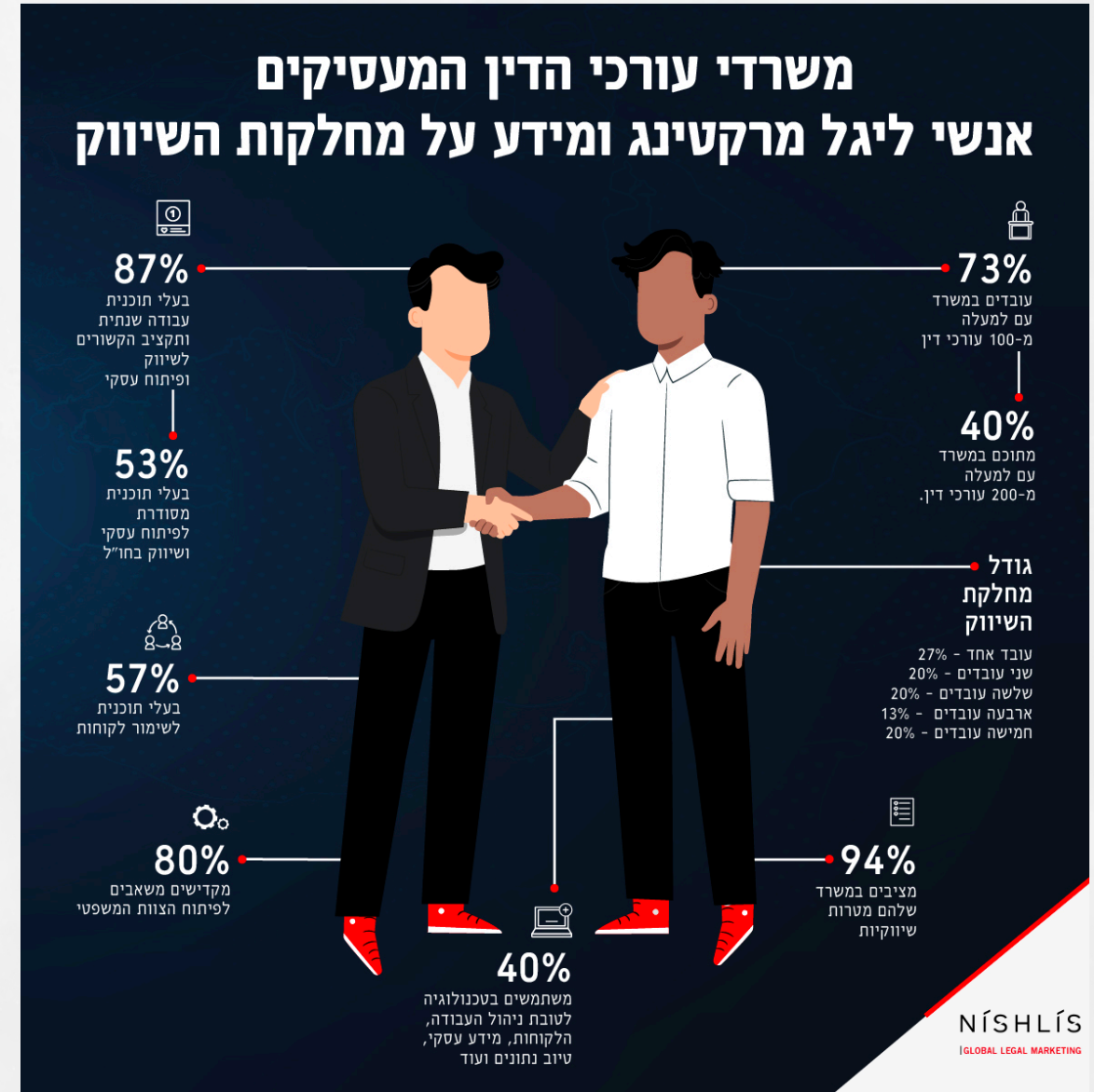
מחלקות השיווק

משרדי עורכי הדין אשר להם אנשי ליגל
מרקטינג

מחלקות השיווק

התפתחות של התחום וקשב למגמות

- המשרדים הגדולים מעסיקים את רב אנשי הליגל מרקטינג.
- גידול ברמת המחלקות.
- התחום הפך ליותר אסטרטגי ומתודי.
- משרדים החלו להשקיע משאבים בפיתוח העובדים, שימור הלקוחות והטמעת טכנולוגיה.



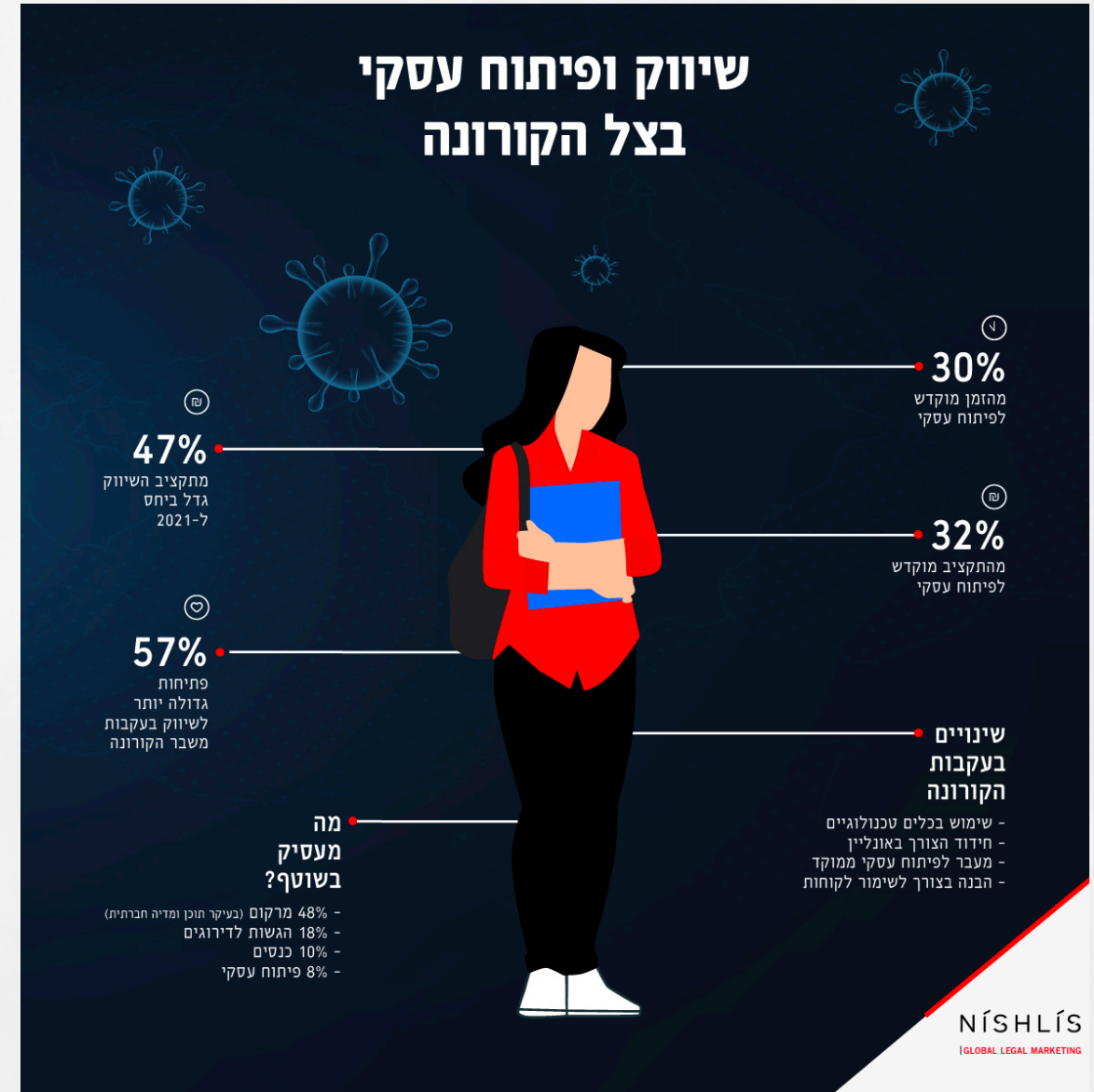
שיווק ופיתוח עסקי

ליגל מרקטינג בעידן הפוסט-קורונה

עבודה במציאות החדשה

יותר שיווק, פחות פיתוח עסקי

- פתיחות גדולה יותר לשיווק וגידול בתקציבי השיווק בהתאם.
- השוטף לא מותיר זמן לפיתוח עסקי.
- המשרדים רוצים יותר פיתוח עסקי אבל לא מקצים לכך משאבים.
- מרקום (תוכן, סושייל, דיוורים וכיו"ב) והגשות לדירוגים תופסים כ-70 אחוז מהזמן לאנשי הליגל מרקטינג.
- שינויים בתחום בכלל ובתפקיד הליגל מרקטינג בפרט בעקבות משבר הקורונה.



מדיה ודיגיטל

כלי השיווק הנפוץ ביותר, במציאות האונליין

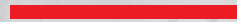
מדיה ודיגיטל

התנהלות בעולם שכולו אונליין

- תקציבים מוגדלים לאונליין.
- הלינקדאין כיום הפלטפורמה העיקרית. הפייסבוק משני.
- האינסטגרם הפך לכלי ליגיטימי.
- מעורבות גדולה יותר מצד המשרד.
- סיוע של אנשי מקצוע חיצוניים.
- בחינה מחודשת של ליווי היח"צ.



תודה



NISHLIS

| GLOBAL LEGAL MARKETING

follow us and [click to receive our client updates](#)

